

Frankfurt/Köln, 11. September 2019

Pressemitteilung

Nachhaltigkeit 4.0: Wie umweltbewusst denkt und lebt die digitale Community

Zur DMEXCO 2019 gibt die agof in Kooperation mit der DMEXCO in einem Sonderbericht einen Überblick über Einstellungen, Präferenzen und konkretes Konsumverhalten der Onliner im ökologischen Kontext

Klimawandel, vermüllte Meere, Mikroplastik in Lebensmitteln, Abgase und Feinstaub in der Atemluft – zu behaupten, der Mensch ginge „vernünftig“ mit der Umwelt um, ist angesichts wissenschaftlicher Erkenntnisse absurd. Zumal die Konsequenzen des globalen Raubbaus an Mutter Natur mehr und mehr im Alltag spürbar werden – und das nicht nur im fernen Alaska, in smogverpesteten asiatischen Metropolen oder in der Sahel-Zone. Mit den Folgen werden wir inzwischen vor der eigenen Haustür konfrontiert. Doch ändert Wissen automatisch das „Bewusstsein“? Und sind wir tatsächlich bereit, nicht nur mit dem Finger auf Politik und Wirtschaft zu zeigen, sondern das eigene Konsumverhalten zu überdenken und zu verändern?

Fragen, mit denen sich der Sonderbericht „Nachhaltigkeit 4.0 – Ökologie & Digitalisierung“ beschäftigt, den die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (agof) und die DMEXCO heute zum Messestart veröffentlicht haben. Die 52-seitige Publikation wirft einen Rundumblick auf verschiedenste Lebensbereiche. Wie steht es um das grundsätzliche Interesse digitaler User an ökologischen Produkten wie erneuerbaren Energien, Ökostrom, Bio-Lebensmitteln, Naturkosmetik oder umweltfreundlicheren Autos? Was landet am Ende tatsächlich im Einkaufskorb? Welchen Stellenwert haben Öko-Siegel und artgerechte Tierhaltung? Wie offen sind die User gegenüber neuen, nachhaltigeren Formen der „Shared Economy“? Wie groß ist die Bereitschaft, das eigene Zuhause energetisch zu modernisieren und dazu z.B. auch die Vorteile digitaler Technologien zu nutzen? Der Sonderbericht zeigt dabei nicht nur auf, wie die Online-Community in Gänze mit dem Thema Nachhaltigkeit umgeht – es werden auch einzelne Zielgruppen untersucht, z.B. die Generation der „Fridays for Future“-Aktivisten.

Ein zentrales Ergebnis der Untersuchung: Für die digitale Community ist das Thema Nachhaltigkeit kein Neuland und vielfach auch nicht nur Lippenbekenntnis. Die Auswertungen zeigen vielmehr, dass ökologische Aspekte für große Teile der Bevölkerung eine immer wichtigere Rolle spielen und das eigene Konsumverhalten auch entsprechend angepasst wird. Das gilt insbesondere für alle Bereiche, die nicht nur die Umwelt schonen, sondern auch die eigene Gesundheit schützen. So kommt bei 53,3 Prozent der Onliner regelmäßig Bio-Gemüse oder -Obst auf den Teller, 51,8 Prozent kaufen Bio-Eier und mehr als ein Drittel, nämlich 37,7 Prozent, Bio-Fleisch. Dass Lebensmittel per Schiff oder Flugzeug kreuz und quer über den Erdball transportiert werden, sieht

Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. Europa-Allee 22, 60327 Frankfurt
Tel: 069-264 888-310, Fax: 069-264 888-320, E-Mail: presse@agof.de

Steuer-Nr.: 045_227_3093_1 VR Darmstadt 3395, Geschäftsführerin: Claudia Dubrau
Vorstände: Björn Kaspring, Clarissa Moughrabi, Dirk Maurer

BURDAFORWARD ADVERTISING | EBAY CLASSIFIEDS GROUP | G+J EMS | IP DEUTSCHLAND
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MEDIA IMPACT | SCORE MEDIA GROUP | SEVENONE MEDIA
SPIEGEL-VERLAG RUDOLF AUGSTEIN | STRÖER DIGITAL GROUP | UNITED INTERNET MEDIA

die Mehrheit ebenfalls eher kritisch, weshalb bereits jetzt 66,2 Prozent der Onliner, also 39,15 Millionen Bundesbürger, nach Möglichkeit Produkte aus der Region kaufen. Auch das Tierwohl ist alles andere als ein Randaspekt: Über die Hälfte der Onliner (55,6 Prozent) legt sehr viel Wert darauf, dass die gekauften Produkte von Tieren aus artgerechter Haltung stammen und immerhin 35,8 Prozent achten beim Einkauf gezielt auf Öko- bzw. Bio-Prüfsiegel.

Auch in Punkto Energieversorgung ist das Umweltbewusstsein ausgeprägter, als manch einer vermutet. Aktuell beziehen bereits 17,0 Prozent der digitalen User „Grünen Strom“ und 30,8 Prozent können sich einen Wechsel auf Ökostrom vorstellen. Rechnet man also die bereits vorhandenen und die potenziellen Ökostrombezieher zusammen, sind das 28,33 Millionen Menschen. Die unkomplizierte Möglichkeit, mit wenigen Klicks den Stromanbieter übers Internet zu wechseln, scheint diesen Transformationsprozess übrigens tatkräftig zu unterstützen. Denn: 15,8 Prozent (9,35 Millionen) digitale User haben den Stromanbieter schon einmal gewechselt und 20,0 Prozent (11,79 Millionen) haben es bestimmt bzw. vielleicht vor.

Grundlage des Sonderberichts „Nachhaltigkeit 4.0 – Ökologie & Digitalisierung“ ist eine Sonderauswertung der agof Markt-Media-Studie daily digital facts, die insgesamt sechs Lebensbereiche der User mit ökologischen Fragestellungen verknüpft. Ein lesenswerter und hochaktueller Report mit mehr als 30 Ergebnis-Grafiken zu umweltrelevanten Einzelaspekten. Für Besucher oder auch für Nicht-Besucher der DMEXCO 2019 ist der Sonderbericht ab heute digital unter <https://www.agof.de/service-downloads/downloadcenter/download-facts-figures-branchenberichte/#dmexco> abrufbar.

Über die agof

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die agof Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Simone Danne
agof Kommunikation/PR (Elternzeitvertretung für Katharina Metzger)
Tel.: 0211/43637996
Mobil: 0151/23771072
Mail: simone.danne@agof.de