
Branchenverbände erwarten wachsendes Umweltbewusstsein

Nachhaltige Prozesse in DNA vieler Hersteller

Köln. Bei mehr als der Hälfte der Deutschen hat sich das Thema Nachhaltigkeit im ökologischen Mindset als wichtig bis sehr wichtig etabliert. Das ergab eine repräsentative Konsument*innen-Befragung, die das Kölner Forschungsinstitut Marketmedia24 im Auftrag der Branchenverbände AVG, EVL, Hobby-Kreativ und PBS-Markenindustrie durchgeführt hat. Ziel der vier Interessenvertretungen ist es, gemeinsam und initiativ Lösungswege und Trends aufzuzeigen, um alle Mitglieder für aktuelle und künftige Herausforderungen zu wappnen. Dabei steht der immer lauter werdende Ruf nach einer nachhaltigen Wirtschaft ganz oben auf der Agenda. Nicht zuletzt seit die Ketten des Lebensmittelhandels, allen voran die marktbestimmenden Discounter mit „Bio“- und „Tierwohl“-Produkten im Wettbewerb um die Gunst der Konsument*innen das Thema anheizen.

Insgesamt hat die Debatte um nachhaltiges Produzieren und Konsumieren eine neue Dimension erreicht. Wurde die Aufmerksamkeit vor allem durch die „Fridays for Future“-Bewegung angefeuert, war eine Konsequenz der Pandemie ein wachsendes Bewusstsein für regionalen Handel und regionales Handwerk – und das trotz Onlineboom. Dass die deutsche Energieversorgung jetzt schneller als geplant auf nachhaltige Quellen umschalten will, wird für einen weiteren Schub und für Konsequenzen sorgen.

Schon heute ist die Umstellung auf nachhaltige Prozesse Teil der DNA vieler Hersteller. Volker Jungeblut, Geschäftsführer Verband PBS Markenindustrie: „Wir sehen einen breiten Konsens in der Bevölkerung zum Thema Nachhaltigkeit, und zwar Generationen übergreifend. Es würde mir schwerfallen, die grundsätzliche Zustimmung zur Wichtigkeit dieses Themas in Prozent der Bevölkerung auszudrücken, aber die stark ansteigende Tendenz ist offensichtlich. Daran wird auch der Ukraine Krieg nichts ändern, zu mindestens nicht mittelfristig.“

So haben bereits viele Hersteller der Hobby-Kreativ-Branche konsequent neue, nachhaltige Konzepte entwickelt. „Go green“ ist die Strategie für Produktentwicklung und Lieferketten. Jeder Konsument und jede Konsumentin kann erkennen, wie schon heute der Großteil der Produkte in umweltfreundlichen Verpackungen steckt. Gerlinde Karg, die Verbandsvorsitzende und Geschäftsführerin von Hobby + Kreativ, weiß, dass insbesondere für Produkte aus Holz das Umweltbewusstsein bei den Deutschen stark ausgeprägt ist. Zwar „ist die Sensibilisierung beim Endverbraucher generell auf breiter Front noch ausbaufähig“, aber die Vorreiterrolle, welche der Lebensmittelhandel spielt, „hat schon viel bewirkt“, ist Karg überzeugt.

Eine Sogwirkung, von der sich auch der erste Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten, Mathias Janssen, viel für seine Sparte verspricht. Aktuell aber sei der Fachhandel noch eher zurückhaltend. Auch weil zurzeit beim „Endverbraucher Nachhaltigkeit nur zu den Bedingungen nicht nachhaltiger Produkte eine wichtige Rolle spielt“. Dann zum Beispiel, wenn die Lieferung eines nachhaltigen Produktes länger dauert als die des nicht nachhaltigen Produktes, dann wird laut Janssen immer noch vermehrt die nicht nachhaltige Variante gewählt.

Dennoch ist es Fakt, dass das gesamte Thema Nachhaltigkeit mehr und mehr in den Fokus der Verbraucher*innen rückt. „Sie wollen Sicherheit und ein gutes Gewissen beim Kauf eines Produktes und zwar egal wo sie kaufen“, ist Heike Tscherwinka, Geschäftsführerin des EVL überzeugt. Für die Mitglieder dieses Verbandes zählt Nachhaltigkeit schon immer zum genetischen Code der Unternehmen. Denn das Prinzip der Nachhaltigkeit ist generell ein Kennzeichen von mittelständischen Unternehmen. Tscherwinka: „Gerade für Familienunternehmen geht es seit jeher auf allen unternehmerischen Ebenen um Langfristigkeit und Beständigkeit.“

3.857 Zeichen inkl. Leerzeichen | 503 Wörter



Ihr Kontakt

Sonja Koschel
 Telefon +49 2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wir freuen uns über einen PDF-Beleg Ihres Artikels für unseren Medienspiegel.

Factsheet der Branchenverbandsinitiative

Branchenverband	Anzahl Mitglieder	Weitere Infos
AVG - Arbeitsgemeinschaft der Hersteller und Verleger von Glückwunschkarten	29	https://www.avgcard.de/de/ueber-die-avg.html
EVL - Europäischer Verband Lifestyle	160	https://forum-lifestyle.com/seiten/ueber-uns/#EVL
Verband Hobby-Kreativ	8	https://www.initiative-hobbykreativ.de/Verband/Organisation.html
Verband der PBS-Markenindustrie	40	www.pbs-markenindustrie.de