

Skala der Nachhaltigkeits- orientierung

b4p 2021

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

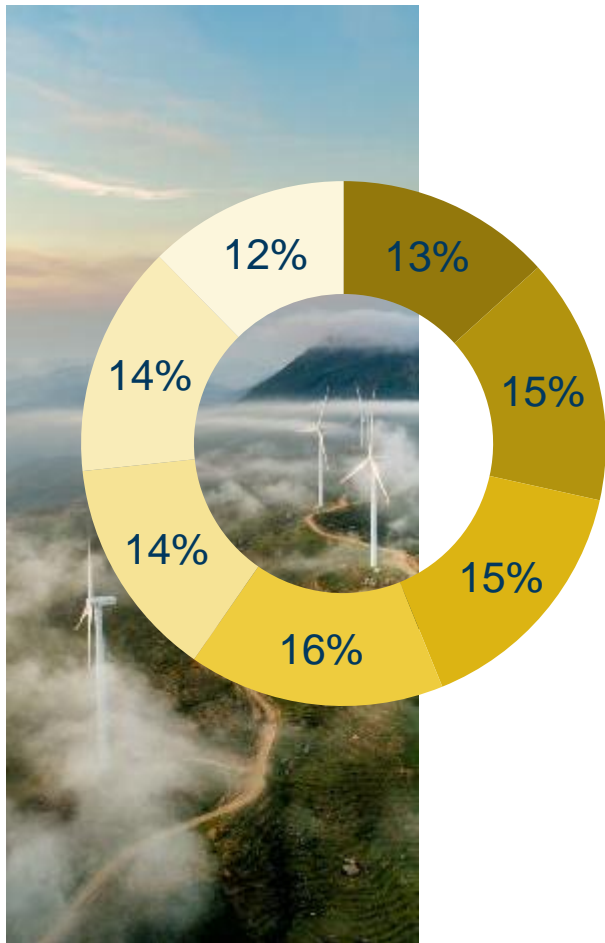
Erläuterung

- + Die Skala Nachhaltigkeitsorientierung gibt an, wie stark eine Person in ihrem Verhalten auf Ihren ökologischen Fußabdruck achtet.
- + Zur Bildung der Skala wurden Einstellungsfragen und Konsumverhalten aus den unterschiedlichsten Bereichen herangezogen. Mittels einer Faktorenanalyse wurde ein Nachhaltigkeitsfaktor identifiziert und die Befragten anhand der Faktorwerte in 7 Klassen eingeteilt.
- + Die Skala stellt sozusagen die Grundhaltung, das Gemeinsame in der Nachhaltigkeitsorientierung verschiedenster Lebensbereiche dar.
- + Um auch eine Differenzierung nach eben diesen Lebens- und Marktbereichen, wie beispielsweise Mode, Kosmetik, Verkehr; Gesundheit oder Ernährung, anbieten zu können ist für b4p 2022 die Erweiterung um eine entsprechende Nachhaltigkeits-Typologie geplant.



Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Verteilung



Die Nachhaltigkeitsorientierung ist in Form einer siebenstufiger Skala auswertbar, wobei 1 = „sehr hoch“ entspricht:

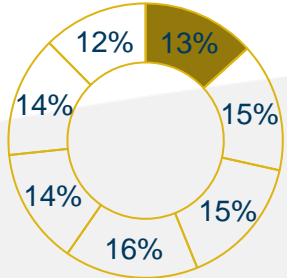
- + Stufe 1: sehr hohe Nachhaltigkeitsorientierung = 13%
- + Stufe 2 : hohe Nachhaltigkeitsorientierung = 15%
- + Stufe 3 : etwas erhöhte Nachhaltigkeitsorientierung = 15%
- + Stufe 4 : mittlere Nachhaltigkeitsorientierung = 16%
- + Stufe 5 : etwas niedrigere Nachhaltigkeitsorientierung = 14%
- + Stufe 6 : niedrige Nachhaltigkeitsorientierung = 14%
- + Stufe 7 : sehr niedrige Nachhaltigkeitsorientierung = 12%

**Detaillierte Informationen zu den in der Berechnung enthaltenen Merkmalen finden Sie im Anhang*

Quelle: b4p 2021

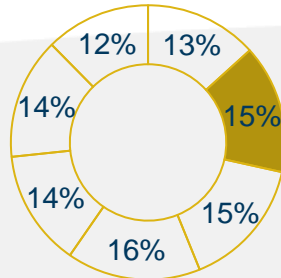
Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Sozio-Demografische Merkmale



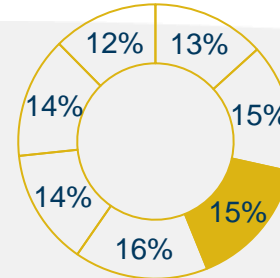
Stufe 1

Ø- Alter: 52,8 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.155€
Überwiegend Frauen (67%)



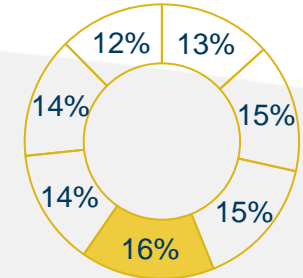
Stufe 2

Ø- Alter: 51,2 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.162€
Überwiegend Frauen (61%)



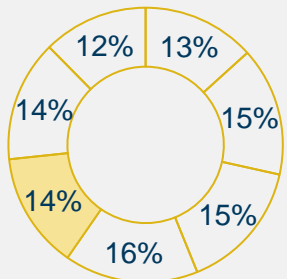
Stufe 3

Ø- Alter: 49,3 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.235€
Frauen (55%); Männer (45%)



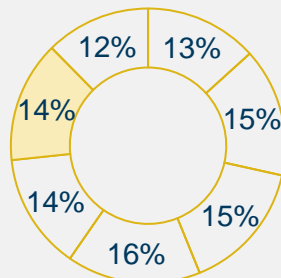
Stufe 4

Ø- Alter: 47,2 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.169€
Frauen (47%); Männer (53%)



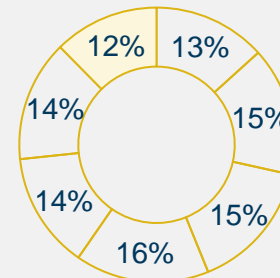
Stufe 5

Ø- Alter: 48,6 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.047€
Frauen (48%); Männer (52%)



Stufe 6

Ø- Alter: 47,2 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 3.115€
Überwiegend Männer (58%)

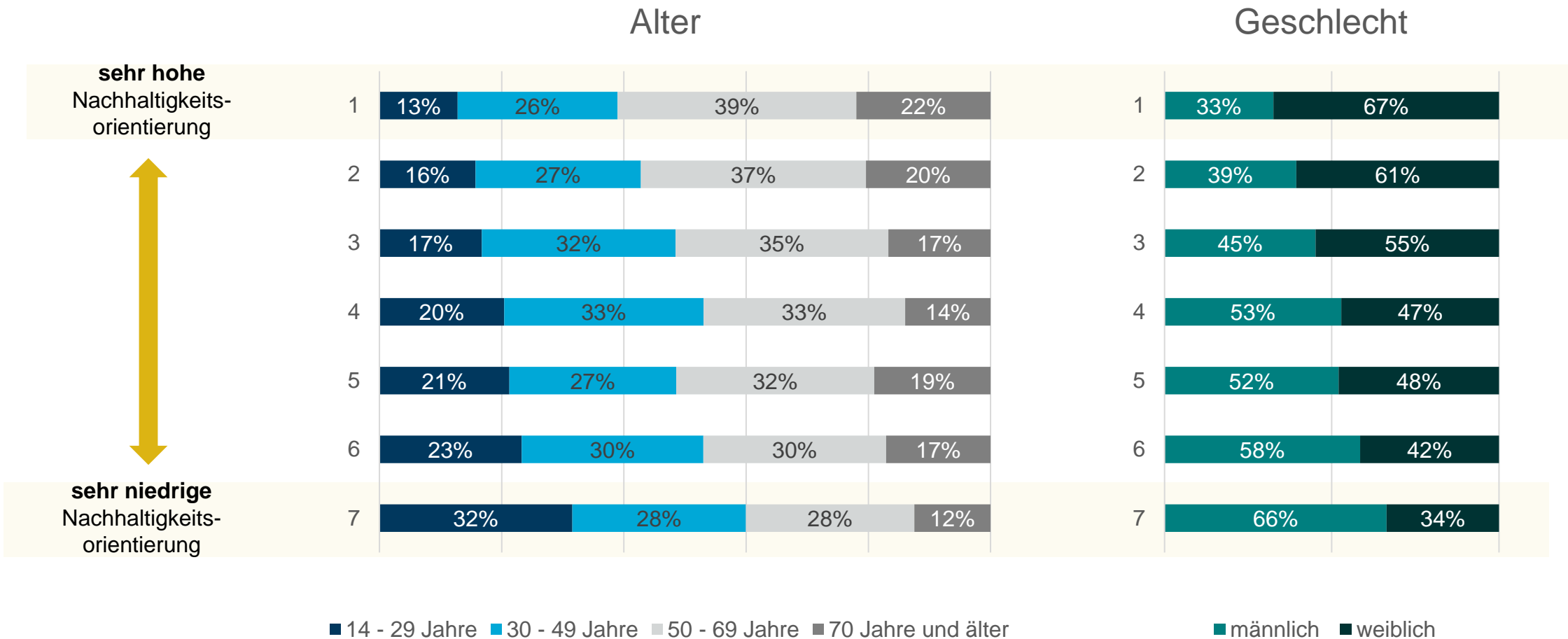


Stufe 7

Ø- Alter: 43,1 Jahre
Ø-HH-Einkommen: 2.996€
Überwiegend Männer (66%)

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Sozio-Demografische Merkmale I



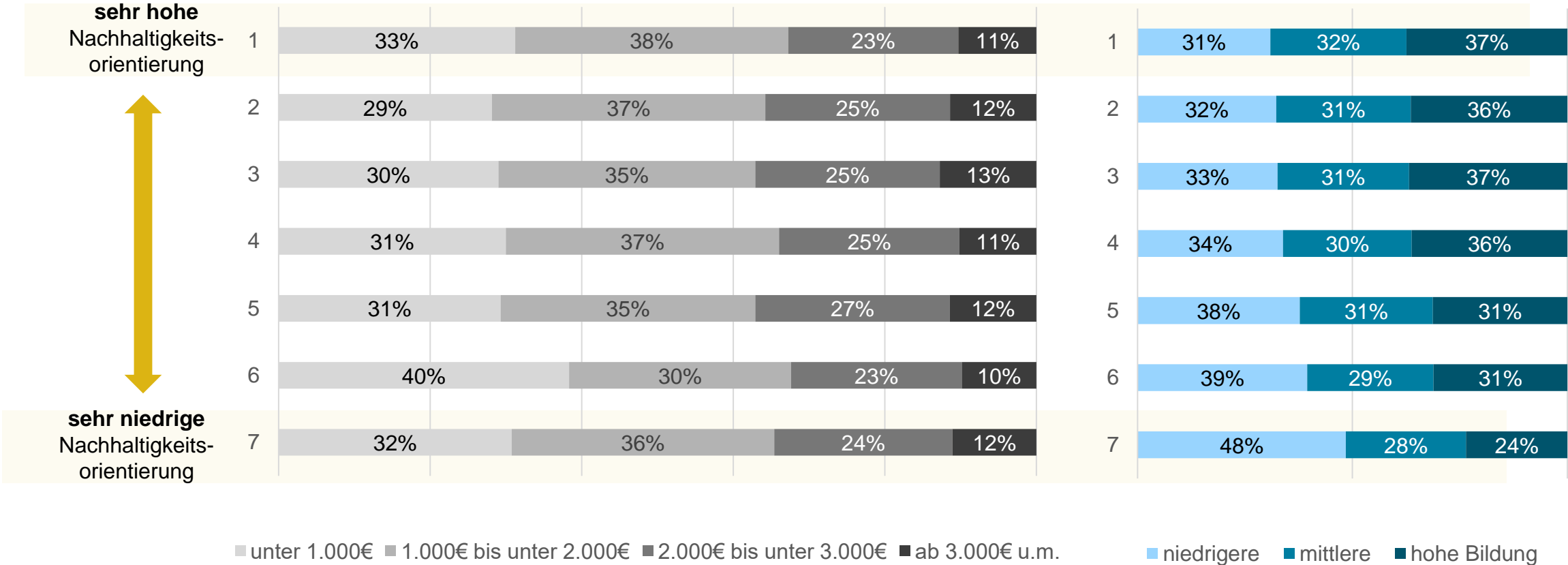
Quelle: b4p 2021

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Sozio-Demografische Merkmale II

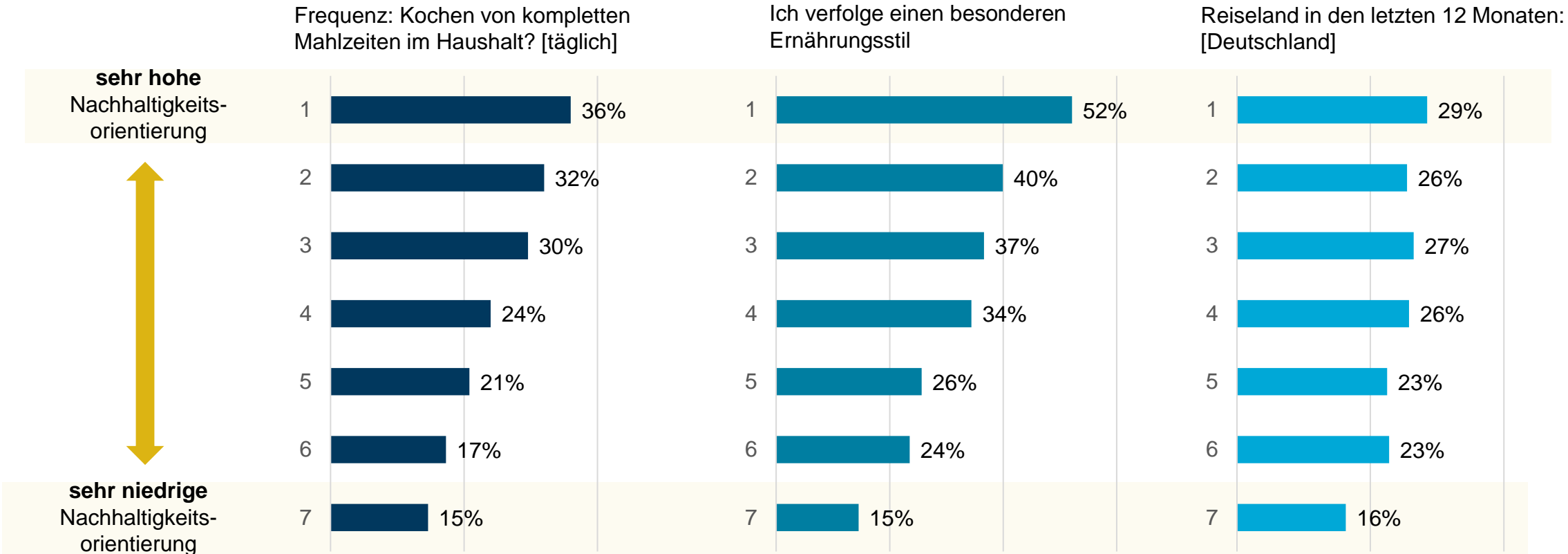
Persönliches Einkommen

Bildung



Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

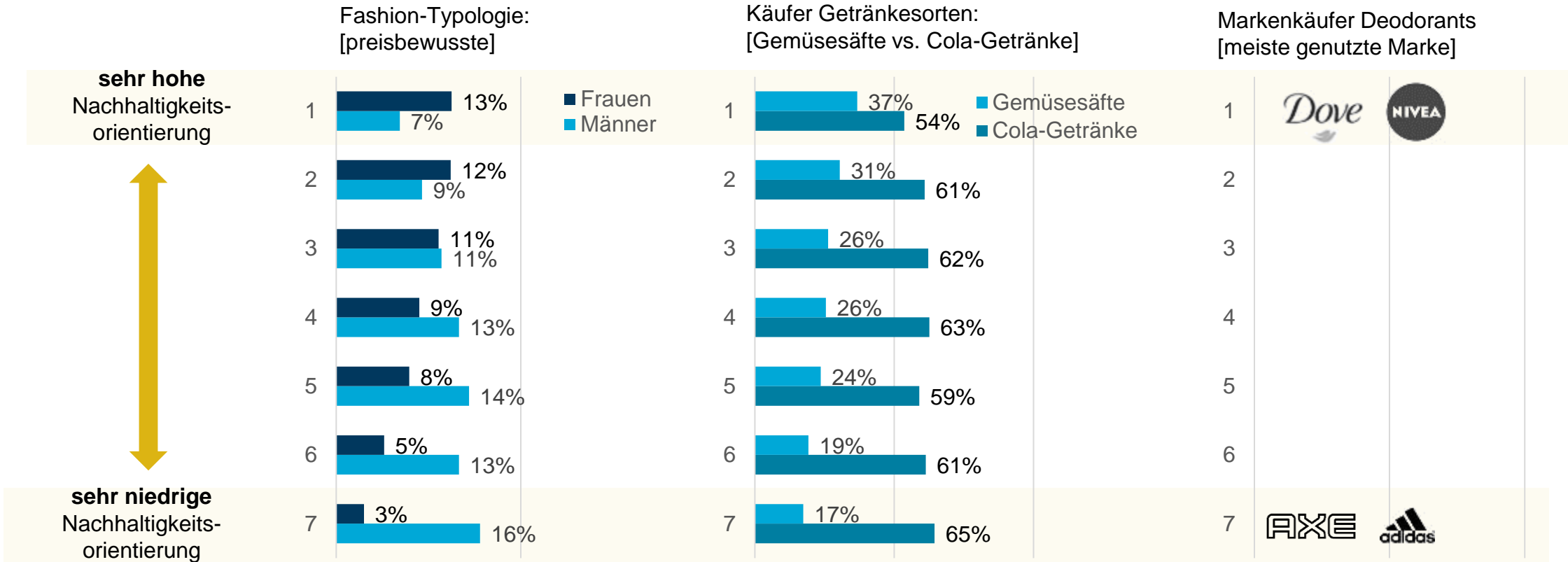
Beispiele von Gewohnheiten, Einstellungen und Merkmalen



Quelle: b4p 2021

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Beispiele von Gewohnheiten, Einstellungen und Merkmalen



Quelle: b4p 2021

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Enthaltene Merkmale



Für die Faktorenanalyse wurden folgende aktive Segmentierungsvariablen und ausgewählte Merkmale verwendet:

- + Aspekte des Lebens (F001)
- + Konsumeinstellungen (F723)
- + Persönliche Einstellung in Lebensbereichen (F918)
- + Aussagen zum Thema Mode und Bekleidung (F601)
- + Aussagen zum Thema PKW (F511)
- + Auswahlkriterien PKW (F514)
- + Alternative Mobilitätskonzepte (F526)
- + Kauf und Verwendung von Bio-Produkte (F123a)
- + Aussagen zu dem Thema Ernährung und Umwelt (F134)
- + Aussagen zum Thema Körperpflege und Kosmetik (F201):
- + Verwendungshäufigkeit Körperpflegemittel (F508_2/519)
- + Themeninteresse in Zeitschriften und Zeitungen (306): Umwelt und Natur
- + Aussagen zu dem Thema Gesund (F312)
- + Aussagen zu dem Thema Konsum (F723)

Anhang

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Enthaltene Merkmale I

Menschen

- + Aspekte des Lebens (F001):
 - gesunde Umwelt
 - Aufgeschlossenheit für neue Entwicklungen
 - Soziales Engagement
- + Konsumeinstellungen (F723) Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit etc.)
- + Persönliche Einstellung in Lebensbereichen (F918):
 - Ich fliege aus Überzeugung nicht
 - Es ist für mich ganz selbstverständlich, dass ich bei allem, was ich tue, auch an die Folgen für die Umwelt denke
 - Ideal ist ein Beruf, in dem man ökologisches und soziales Engagement verwirklichen kann
 - Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen
 - Ich führe in einfaches, bescheidenes Leben

Mode und Bekleidung

- + Aussagen zum Thema Mode und Bekleidung (F601):
 - Ich bevorzuge beim Kauf von Kleidung Marken, die auf nachhaltige Produktion (Materialien, Herstellung, Arbeitsbedingungen) achten
 - Ich trage am liebsten Kleidung aus natürlichen Materialien

Mobilität

- + Aussagen zum Thema PKW (F511):
 - Ich bemühe mich bewusst um eine benzinsparende Fahrweise
 - Man sollte das Autofahren weitgehend einschränken, die Umwelt wird ohnehin schon genug belastet
 - Ich kann mir gut vorstellen, anstelle meines Autos häufiger andere Verkehrsmittel zu nutzen (wie z.B. öffentliche Verkehrsmittel oder Fahrrad)
 - Ich könnte mir vorstellen, ein Elektro-Auto zu kaufen
- + Auswahlkriterien PKW (F514):
 - umweltschonende Antriebstechnologie
- + Alternative Mobilitätskonzepte (F526)
 - Car-Sharing (z.B. Car2Go, Flinkster, Drive now etc.)
 - nutze ich regelmäßig
 - habe ich schon ein- oder mehrmals genutzt und werde es auch wieder tun
 - habe ich schon ausprobiert, hat mich aber nicht überzeugt
 - habe ich noch nicht ausprobiert, kann ich mir aber vorstellen
 - habe ich noch nicht ausprobiert und kommt für mich nicht in Frage

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Enthaltene Merkmale II

Ernährung und Umwelt

- + Bio-Produkte (F123a): Bio-Fleisch, Bio-Wurstwaren, Bio-Käse, Bio-Gemüse bzw. Bio-Obst, Bio-Milchprodukte, Bio-Eier, Bio-Backwaren, Bio-Gewürze, Bio-Kaffee, Bio-Tee, Bio-Frühstückscerealien, Bio-Babynahrung, Bio-Fertigprodukte, andere Lebensmittel aus biologischer Produktion
- + Aussagen zu dem Thema Ernährung und Umwelt (F134)
 - Ich bevorzuge nach Möglichkeit Produkte hier aus der Region
 - Wenn möglich kaufe ich Produkte, die aus „fairem Handel“ stammen
 - Ich kaufe gezielt Natur- und Bioprodukte
 - Ich kaufe bevorzugt Lebensmittel mit Test-/Qualitäts-/Biosiegeln
 - Ich kaufe bevorzugt Produkte ohne Plastikverpackung
 - Für den Transport meiner Einkäufe kaufe ich möglichst keine Plastiktüten
 - Ich achte ganz bewusst auf gesunde, ausgewogene Ernährung
 - Ich ersetze immer wieder bewusst tierische Lebensmittel durch pflanzliche
 - Ich verwende vegetarische oder vegane Fleisch- und Wurstersatzprodukte
 - Ich bevorzuge Lebensmittel ohne Konservierungsstoffe/ohne Zusatzstoffe

- + Aussagen zum Thema Körperpflege und Kosmetik (F201):
 - Ich verwende hauptsächlich Naturkosmetik
 - Ich vermeide nach Möglichkeit Kosmetikprodukte, die Inhaltsstoffe wie Parabene, Silikone oder Produkte auf Erdölbasis enthalten
 - Ich kaufe keine Kosmetikprodukte, von denen ich weiß, dass sie Mikroplastik enthalten
- + Verwendungshäufigkeit Körperpflegemittel (F508_2/519)
 - Naturkosmetik
 - Vegane Kosmetik/Pflege

Medien

- + Themeninteresse in Zeitschriften und Zeitungen (306): Umwelt und Natur

Skala der Nachhaltigkeitsorientierung

Enthaltene Merkmale III

Gesundheit

- + Aussagen zu dem Thema Gesund (F312)
 - Ich verwende bevorzugt rein pflanzliche Präparate
 - Ich verwende bevorzugt homöopathische Präparate
 - Es ist mir sehr wichtig, etwas für meine Gesundheit zu tun

Konsum

- + Aussagen zu dem Thema Konsum (F723): Beim Kauf achte ich auf die Nachhaltigkeit der Produkte (Umweltverträglichkeit, keine Kinderarbeit etc.)