

# Pressemitteilung

Datum  
14. Oktober 2013

Claudia Gaspar  
GfK Verein  
Knowledge Management  
Tel. +49 911 395-2624  
Fax +49 911 395-2715  
[claudia.gaspar@gfk-verein.org](mailto:claudia.gaspar@gfk-verein.org)

Sandra Lades  
GfK Verein  
Presse  
Tel. +49 911 395 3606  
[sandra.lades@gfk-verein.org](mailto:sandra.lades@gfk-verein.org)

GfK-Nürnberg e.V.  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2715  
[info@gfk-verein.org](mailto:info@gfk-verein.org)  
[www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org)

Geschäftsführung:  
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:  
Prof. Hubert Weiler  
(Präsident)  
Ralf Klein-Bölting  
Prof. Dr. Nicole Koschate-  
Fischer  
Prof. Dr. Raimund Wildner  
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des  
Gesellschafterrats:  
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665  
Amtsgericht Nürnberg

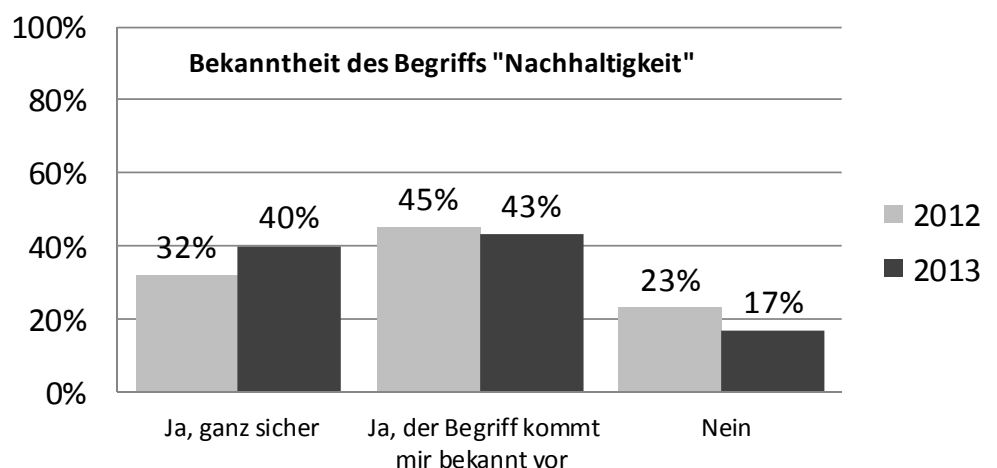
## Nachhaltigkeit - in vieler Munde und in immer mehr Köpfen

### Studie des GfK Vereins zum Thema Nachhaltigkeit

**Nürnberg, 14. Oktober 2013 – Die Bekanntheit des Begriffs ‚Nachhaltigkeit‘ ist in den vergangenen Monaten merklich gestiegen. Mittlerweile haben mehr als 80 Prozent der Bundesbürger zumindest schon einmal von Nachhaltigkeit gehört. Zumeist wird der Begriff mit Aspekten des Natur- oder Umweltschutzes verbunden. Dies ergab die aktuelle Studie „Nachhaltigkeit“ des GfK Vereins.**

Rund vier von fünf Bundesbürgern haben schon einmal von „Nachhaltigkeit“ gehört oder gelesen. Allerdings ist nur 40 Prozent der Begriff „ganz sicher“ bekannt. Immerhin ist die Zahl derer, die den Ausdruck definitiv kennen, damit im Vergleich zum Vorjahr um 8 Prozentpunkte gestiegen. Im Gegenzug können nur noch 17 Prozent gar nichts mit dem Ausdruck anfangen. Vor einem Jahr gab dies noch fast jeder vierte Befragte an.

*Abb.: Der Anteil derjenigen, die den Begriff „Nachhaltigkeit“ sicher kennen, ist seit letztem Jahr um 8 Prozentpunkte gestiegen:*



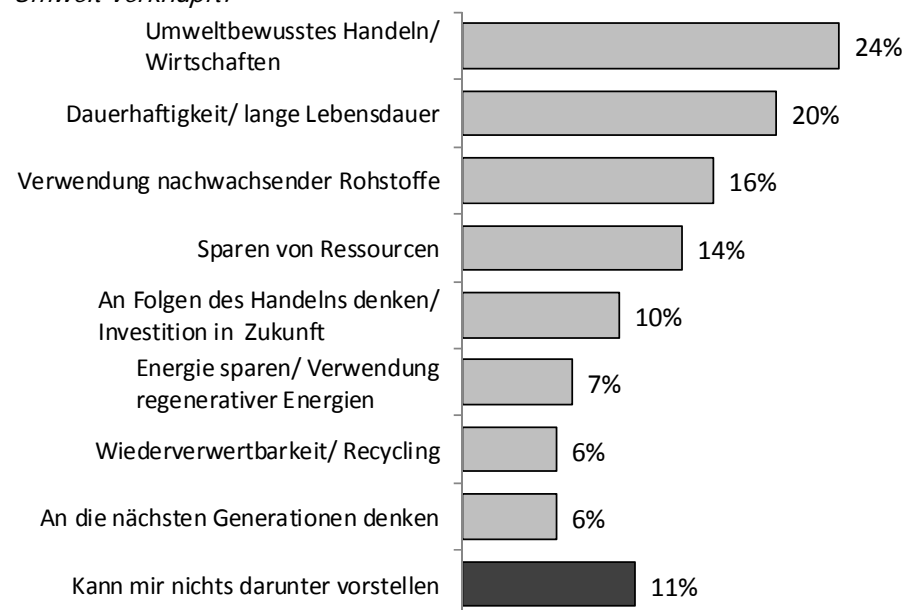
Quelle: Studie „Nachhaltigkeit“ des GfK Vereins, September 2013  
Basis: Teilgruppe, der der Begriff „Nachhaltigkeit“ sicher bekannt ist / bekannt vorkommt (n=858)

Was den Kenntnisstand zum Begriff „Nachhaltigkeit“ betrifft, fühlen sich Männer sicherer als Frauen. Zwar liegt die Zahl derer, die den Begriff flüchtig oder sehr gut kennen bei beiden Geschlechtern mit über 80 Prozent auf einem ähnlich hohen Niveau. Doch während 44 Prozent der Männer sicher sind, den Ausdruck zu kennen, sind es bei den Frauen nur 37 Prozent. Sie geben häufiger an, den Ausdruck nur irgendwo gehört oder gelesen zu haben. Auch mit Blick auf die Herkunft zeigen sich Unterschiede: Während im Westen 43 Prozent sicher sind, den Begriff zu kennen, sind es im Osten nur 33 Prozent.

### Nachhaltigkeit verknüpfen die Menschen meist mit Natur und Umwelt

Auch wer den Begriff Nachhaltigkeit schon einmal gehört hat, weiß nicht unbedingt, was genau darunter zu verstehen ist: 11 Prozent derjenigen, die angeben, den Begriff zu kennen, haben keine konkrete Vorstellung von seiner Bedeutung. Wobei dieser Wert in den letzten zwei Jahren deutlich zurückging (2011: 18 Prozent). Für die übrigen Befragten steht Nachhaltigkeit vor allem für Natur- und Umweltschutz. So nennt fast jeder Vierte umweltbewusstes Handeln / Wirtschaften, 16 Prozent denken speziell an die Verwendung nachwachsender Rohstoffe und 14 Prozent an das Sparen von Ressourcen. Weitere Nennungen aus dem Umweltbereich entfallen auf die Themen ‚Energie sparen / Regenerative Energien‘ (7 Prozent) sowie ‚Wiederverwertbarkeit / Recycling‘ (6 Prozent).

Abb.: Nachhaltigkeit wird am stärksten mit Aspekten rund um Natur und Umwelt verknüpft:



Quelle: Studie „Nachhaltigkeit“ des GfK Vereins, September 2013  
 Basis: Teilgruppe, der der Begriff „Nachhaltigkeit“ sicher bekannt ist / bekannt vorkommt (n=858)

Neben Umweltaspekten verbinden 20 Prozent jener, die angeben, den Begriff zu kennen, damit Dauerhaftigkeit oder eine lange Lebensdauer. Für 10 Prozent heißt Nachhaltigkeit, in die Zukunft zu investieren und an die Folgen des Handelns zu denken. Und 6 Prozent sehen darin eine Verpflichtung gegenüber den nachfolgenden Generationen. Andere soziale oder humanitäre Aspekte werden nur vereinzelt genannt.

### **Zur Studie**

Für die Studie „Nachhaltigkeit“ hat die GfK Marktforschung im Auftrag des GfK Vereins im September 2013 1031 Männer und Frauen ab 14 Jahren (repräsentativ für die deutsche Bevölkerung) befragt.

Die Studie wurde – nach den Jahren 2011 und 2012 – zum dritten Mal in Folge durchgeführt.

Einen weiteren Artikel sowie Charts zum Download finden Sie unter [www.gfk-compact.de](http://www.gfk-compact.de) (beim aktuellen FokusThema ‚Nachhaltig bekannt?‘) Für Rückfragen und weitere Informationen zur Studie wenden Sie sich bitte an:

Claudia Gaspar, GfK Verein,

Tel. + 49 911 395-2624, [claudia.gaspar@gfk-verein.org](mailto:claudia.gaspar@gfk-verein.org)

### **Zum GfK Verein**

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 600 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk-verein.org](http://www.gfk-verein.org)

V.i.S.d.P.

GfK Verein, Presse

Sandra Lades

Nordwestring 101

90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-3606

E-Mail: [sandra.lades@gfk-verein.org](mailto:sandra.lades@gfk-verein.org)