

Presseinformation

Online-Befragung von OMD und Trend Research beleuchtet, wie wichtig den Menschen das Thema Nachhaltigkeit in Verbindung mit Weihnachten ist

Spielt Nachhaltigkeit auch bei dem Fest der Feste eine Rolle oder wollen die Deutschen einmal im Jahr ohne Wenn und Aber genießen?

Düsseldorf, 26.11.2021 – Das Thema Nachhaltigkeit ist in aller Munde – ob Fridays for Future, Weltklimakonferenz oder Bundeswahlkampf. Die Dringlichkeit, die Klimakrise in den Griff zu bekommen und die Welt für nachkommende Generationen zu erhalten, wird immer deutlicher. Neben den großen (welt-)politischen und wirtschaftlichen Stellschrauben, kommt es auch auf jede*n Einzelne*n an. Doch wie hoch ist die Bereitschaft der Menschen in Deutschland, selbst nachhaltig zu handeln? Einen Monat vor dem wichtigsten Feiertag in Deutschland beleuchtet OMD Germany in Kooperation mit Trend Research, wie wichtig den Deutschen Nachhaltigkeit an dem diesjährigen Weihnachtsfest ist.

Die Ergebnisse der OMD-Erhebung zeigen, dass Nachhaltigkeit auch an Weihnachten eine hohe Bedeutung für deutsche Konsument*innen hat: Der Hälfte der 1.011 Befragten im Alter von 18-59 Jahren ist Nachhaltigkeit an Weihnachten sehr wichtig oder wichtig, dies gilt für alle Altersgruppen gleichermaßen. Lediglich für 16 Prozent spielt sie keine Rolle.



Viele Verbraucher*innen versuchen im Alltag bereits nachhaltiger zu leben, sei es beim täglichen Einkauf im Supermarkt oder bei der Müllvermeidung. So ist es nicht verwunderlich, dass 57 Prozent auch auf einen nachhaltigen Einkauf für den Festschmaus achten, zum Beispiel indem sie Bio-Siegel berücksichtigen oder Produkte aus der Region wählen und saisonal einkaufen – bei den 18-29-Jährigen sind dies sogar 62 Prozent. 81 Prozent sehen sich selbst in der Verantwortung, wünschen sich aber auch

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDE33.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/

Presseinformation

mehr Unterstützung von Handel und Politik, nachhaltiges Einkaufen zu erleichtern – bei den 18-29-Jährigen sind es sogar 89 Prozent.

Weihnachten ist das Fest der Geschenke und des Konsums. Überwältigend ist deshalb, dass Nachhaltigkeit auch beim Schenken immer wichtiger wird. Für 23 Prozent spielt sie sogar eine große Rolle, 57 Prozent versuchen immerhin darauf zu achten, zum Beispiel indem sie sich vornehmen, weniger oder bewusster zu schenken, mehr Aufbrauchbares auszuwählen oder zu beherzigen, wo etwas hergestellt wurde. 52 Prozent geben an, Geschenke möglichst wiederverwendbar einzupacken, indem sie beispielsweise altes Zeitschriftenpapier oder Stoffreste verwenden. 25 Prozent finden aber auch, dass sie einmal im Jahr ein opulentes Fest inklusive schöner Verpackungen verdient haben und 22 Prozent würden nachhaltiger schenken, sind dafür aber zu bequem.



Das Fest der Liebe ist für viele auch Anlass, um anderen außerhalb von Familie und Freunden etwas Gutes zu tun – etwa indem sie Geld spenden. 14 Prozent der Befragten werden dieses Jahr für nachhaltige Aktionen spenden, 33 Prozent hatten selbst noch nicht daran gedacht, fanden die Idee aber gut.



Better decisions, faster.

Presseinformation

Kein Weihnachtsfest ohne Tannenbaum, oder? Dies gilt für 51 Prozent der Deutschen, für sie gehört ein Tannenbaum an Weihnachten unbedingt dazu. Dabei haben aber auch 17 Prozent ein schlechtes Gewissen, einen Baum, der über Jahre gewachsen ist, für so kurze Zeit ins Haus zu holen. 35 Prozent entscheiden sich deshalb für einen Bio-zertifizierten oder einen Baum aus der Region, um die schöne Weihnachtsbaum-Tradition aufrechtzuerhalten. 26 Prozent verzichten sogar auf einen Baum – der Umwelt zuliebe. Je älter die Befragten, desto weniger wichtig wird ein klassischer Tannenbaum anscheinend: Unter den 50+-Jährigen sagen 51 Prozent, dass sie keinen Baum brauchen.



77 Prozent verbringen die Feiertage in diesem Jahr zu Hause, doch einige packt auch das Fernweh: Ob in die Sonne oder auf die Ski-Piste, 16 Prozent würden gerne in einen Weihnachtsurlaub fahren, jedoch haben 44 Prozent davon Sorge, die Umwelt zu sehr zu belasten.



„Das Streben nach mehr Nachhaltigkeit umtreibt die Konsument*innen nicht nur in ihrem Alltag – auch bei dem für viele so wichtigen Weihnachtsfest ist das Bedürfnis, grüner zu leben, allgegenwärtig und wird immer häufiger zum Zünglein an der Waage, wenn Kaufentscheidungen getroffen werden müssen. Der Wunsch ist da, doch fällt es vielen Menschen noch schwer, selbst konsequent danach zu handeln“, erklärt René Coiffard, Chief Strategy Officer bei OMD. „Für Industrie und Marken bietet sich hier eine

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
 Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
 Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
 An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

außerordentliche Chance, sich einen festen Platz im Herzen von Konsument*innen zu erobern, indem sie sie in ihrem Wunsch, grüner zu leben, unterstützen. Eine Win-win-win-Situation: für die Menschen, für die Erde und für den Unternehmenserfolg.“

Über Trend Research

TREND RESEARCH unterstützt seit 1982 als Markt- und Meinungsforschungsinstitut Unternehmen, Agenturen und Organisationen mit empirischen Fakten für die erfolgreiche Markensteuerung. Bei Bedarf bietet das Institut den Full-Service eines qualifizierten Marktforschungsinstituts - von der Beratung bei der Untersuchungsanlage bis zur Darstellung, Bewertung und möglichen Umsetzung der Ergebnisse.

Seit 2003 fokussiert sich das Full-Service Marktforschungsinstitut auf Online-Marktforschung. Ein zentraler Baustein ist die Anbindung des hauseigenen Befragungsportals www.trendfrage.de für repräsentative Onlineumfragen. Dadurch liefert TREND RESEARCH sichere und aussagekräftige Ergebnisse innerhalb kürzester Zeit. Zusätzlich bieten Online-Tools von TREND RESEARCH wie Diaries, Focus-Groups, Communities und Workshops Insights auf der qualitativen Ebene und runden das Methoden-Spektrum der Online-Forschung vollkommen ab.

Das Ziel ist eine Forschung, die klare und schnelle Ergebnisse generiert.

www.trendresearch.de/

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität, Empathie und Daten wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ steht für OMD immer im Fokus, ihre 900 Mitarbeitenden und über 160 Kunden dabei zu unterstützen, schneller zu lernen und schneller zu handeln – um letztlich relevantere, effektivere und profitablere Verbindungen zwischen Menschen und Marken entstehen zu lassen. So gelingt es OMD, nachweisbar zum Geschäftserfolg ihrer Kunden beizutragen.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omd.com), dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in 100 Ländern und mehr als 13.000 Angestellten. Weltweit ist OMD vom renommierten US-Branchenmagazin Adweek zur „Global Media Agency of the Year 2019 & 2020“ ernannt worden. Der Effie Effectiveness Index 2020 hat OMD zudem als effektivstes Media-Agenturnetzwerk der Welt bestätigt.

www.omd.com/germany/

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sandra Mill
Omnicom Media Group Germany
Executive Public Relations & Marketing
Tel.: 0211-38807-670
E-Mail: sandra.mill@omnicommediagroup.com

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: Susanne Grundmann, René Coiffard, Boris Cieslar, Markus Stautner, Thorsten Decker, Christian Esch, Klaus Stinnertz.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omd.com/germany/