

27.08.2020

Studie zu den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf die Nachhaltigkeit im stationären Handel und im E-Commerce aus Konsumentensicht

Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp, M.Sc. Patrick Klein

Nachhaltigkeit im Handel gewinnt unter den Konsumenten auch in Zeiten der Covid-19-Pandemie weiter an Relevanz

Im Rahmen einer Befragung die im Juni 2020 am Institut für Handel & Internationales Marketing (H.I.M.A.) durchgeführt wurde, konnten deutschlandweit 502 Probanden aus allen Altersgruppen und Bevölkerungsschichten zur Covid-19-Pandemie und deren Auswirkungen auf die Nachhaltigkeit im Handel befragt werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Konsumenten auch in der aktuellen Krisensituation eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit aufweisen. So ist es für 76,5 % der Befragten wichtig, dass die verwendeten Produkte nicht der Umwelt schaden und die Mehrheit der Befragten (64,3 %) berücksichtigt mögliche Umweltauswirkungen ihrer Handlungen beim Kauf. Die angegebene Sorge um die Verschwendung der natürlichen Ressourcen bei den Konsumenten und die individuelle Wahrnehmung der Konsumenten als umweltbewusst führen letztlich dazu, dass 54,5 % der Befragten nach eigenen Angaben Unannehmlichkeiten in Kauf nehmen, um dadurch umweltfreundlichere Maßnahmen zu fördern. Viele Konsumentenscheidungen sind auch in Zeiten von Covid-19 signifikant von Nachhaltigkeit getrieben. Dies zeigt sich in der Bereitschaft von 66,7 % der Probanden, zukünftig nachhaltigere Produkte beim Kauf zu bevorzugen, was auch mit einer Akzeptanz höherer Preise bei nachhaltigen Produkten einhergeht.

Nachhaltigkeit gewinnt durch die Covid-19-Pandemie weiter an Relevanz. Dies zeigt sich beispielsweise an einem gesteigerten Interesse der Konsumenten für Nachhaltigkeit und

ihrer zunehmenden Wichtigkeit für Konsumenten. Die Ergebnisse weisen allerdings auch darauf hin, dass durch die Covid-19-Pandemie nur bedingt die konkrete Umsetzung von nachhaltigem Konsumentenverhalten ausgelöst werden kann. Beispielsweise informieren sich aktuell nur 33,7 % der Befragten stärker als zuvor über die Umweltbelastung von Produkten und verzichten infolgedessen auf einen Kauf.

Covid-19 fördert die Nachfrage der Konsumenten nach regionalen Produkten, was sich an einer Steigerung des Interesses der Konsumenten hinsichtlich der Herkunft der Produkte (bei 49,8 % aller Befragten) und einer Erhöhung der Zahlungsbereitschaft für regionale Produkte (bei 43,8 % der Probanden) zeigt.

Die von Regierung und Händler getroffenen Maßnahmen zum Schutz vor Covid-19 empfinden die Konsumenten größtenteils als nachhaltig im ökologischen Sinne. Am nachhaltigsten im Sinne der Umwelt werden die Abstandsregelungen, gefolgt von der Begrenzung der Personenzahl in Ladengeschäften und der Empfehlung Hände zu waschen, eingestuft. Während die Konsumenten die Nutzung von Desinfektionsmitteln und die Maskenpflicht noch eher positiv für die ökologische Nachhaltigkeit einschätzen, wird das Tragen von Einweghandschuhen als eher umweltschädlich gesehen. Die Befragten, deren Kaufverhalten durch gesundheitliche Sorgen oder die Ungewissheit über die Zukunft geprägt ist, empfinden die dargestellten Schutzmaßnahmen als ökologisch nachhaltiger, als Probanden, deren Kaufverhalten weniger von gesundheitlichen Sorgen oder der Ungewissheit über die Zukunft getrieben ist.

Alles in allem wird seitens der Konsumenten langfristig von einem positiven Effekt auf die Umwelt ausgegangen, der u.a. durch eine Verringerung der Emissionen und des Flugverkehrs zustande kommt. Auch die vermutete Erhöhung des Müllaufkommens kann diese Einschätzung nicht trüben.

Eine Gesamtbetrachtung des Handels ergibt in Bezug auf die Nachhaltigkeit ein noch verbesserungswürdiges Ergebnis. Lediglich 19,2 % der Befragten empfinden den Handel per se als nachhaltig. Der Handel sollte diese pessimistische Sichtweise als Chance nutzen, um durch geeignete Maßnahmen und eigene Zielvorgaben eine Verbesserung in allen drei Nachhaltigkeitsdimensionen anzustreben.

Für weitere Informationen und detailliertere Einblicke in die Erkenntnisse der Untersuchung stehen Univ.-Prof. Dr. Bastian Popp (hima@mx.uni-saarland.de) und M.Sc. Patrick Klein (patrick.klein@uni-saarland.de) gerne zur Verfügung.