Bundesverband Die Verbraucher Initiative e.V.

INITIATIVE Nachhaltig handeln.

Zusammenfassung des Vortrags von
Thomas Perry, Director Sinus Sociovision GmbH

Nachhaltig geht! Rückschlüsse des Bio-Booms auf den Non Food Bereich

Konsumverhalten und Markenpräferenzen werden von Lebensstilen, grundlegenden Wertorientierungen und Alltagseinstellungen bestimmt. Unterschiedliche Lebensstile von Menschen lassen sich zu verschiedenen Milieus (Sinus-Milieus®) zusammenfassen.
Nach Studien der Sinus Sociovision GmbH wird der Bio-Boom hauptsächlich von einer Kerngruppe getragen. So sind demnach 3 Haupt-Milieus besonders für die Umweltthematik affin: „Konservative“, „Modernisierer“ und „Postmaterialisten“. Diese Gruppen sind u.a. bereit, mehr Geld für umweltfreundliche und zertifizierte Produkte auszugeben. Mittels der Sinus-Milieu® Studien zog Thomas Perry in seinem Vortrag Rückschlüsse auf den Non-Food-Bereich (9 Thesen). So unterbreitete er u.a. die These, dass „Nachhaltig geht!“, aber die Durchsetzung viel Zeit und Arbeit erfordert. Außerdem müsse man nach Zielgruppen, deren Verständnis und „Image“ von Nachhaltigkeit sowie nach deren Vorstellungen des Nutzens differenzieren. Zudem muss Nachhaltigkeit einen persönlichen Mehrwert bieten. Bezogen auf Konzepte, Produkte, Zielgruppen und Glaubwürdigkeit gibt es eine große und vielschichtige Kommunikationsaufgabe für alle Beteiligten.