

26.05.2020 - 10:00 Uhr

Verbraucherstudie belegt Relevanz von Nachhaltigkeit und sieht IKT als Problemlöser



Düsseldorf (ots) -

- Weltweit beschäftigen die Themen Umweltverschmutzung und Klima VerbraucherInnen am stärksten - hierbei rufen sie zu kollektivem und politischem Handeln auf.
- Fehleinschätzungen und der Mangel an Konzepten begrenzen die Wirksamkeit der bisher angewendeten Strategien zur Änderung der Konsumgewohnheiten.
- UmfrageteilnehmerInnen erwarten, dass Informations- und Kommunikationstechnologien die Lösung für Umweltprobleme sein werden und als Werkzeug für ein nachhaltigeres Leben dienen können.

Der aktuelle Ericsson ConsumerLab Insight Report vermittelt Erkenntnisse über Verbrauchereinstellungen, -verständnis und -herausforderungen im Zusammenhang mit der Führung eines ökologisch nachhaltigen Lebensstils. Der Bericht untersucht

zusätzlich die Rolle der Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) bei der Unterstützung der täglichen Bemühungen der VerbraucherInnen, ihre persönlichen Klimabelastungen zu reduzieren.

"Wenn es um nachhaltiges Handeln geht, sehen die VerbraucherInnen neben der Politik auch die Unternehmen in der Pflicht", sagt Olaf Reus, Mitglied der Geschäftsleitung der Ericsson GmbH. "Was die IKT-Industrie in Sachen Nachhaltigkeit leisten kann, zeigt sich allein in der aktuellen Corona-Situation. Wir haben derzeit erstmals rund 85.000 MitarbeiterInnen weltweit zeitgleich im Homeoffice. Und auch wenn innovative Unternehmen wie Ericsson den persönlichen Austausch zwischen Menschen für wichtig erachten, so gibt es ein Gefühl dafür, was mit IKT beispielsweise für CO₂-Einsparpotentiale möglich sind."

Die wichtigsten Erkenntnisse des aktuellen Reports lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. Umweltschutz und Klima an der Spitze der globalen Denkweise der VerbraucherInnen: Während die finanzielle Sicherheit, Kriminalität und politische Unruhen einen gleichgroßen Anteil der Weltbevölkerung umtreiben, hat die Sorge um die Umwelt in der Denkweise der VerbraucherInnen stark zugenommen. Allein in den letzten zwei Jahrzehnten stieg die Anzahl von um Luft- und Wasserverschmutzung besorgten VerbraucherInnen von 20 Prozent auf 50 Prozent. Auch die empfundene Notwendigkeit dem Klimawandel entgegenzutreten ist von 13 Prozent auf 50 Prozent gestiegen.
2. VerbraucherInnen rufen zu kollektivem und politischem Handeln auf: Weltweit betrachten acht von zehn VerbraucherInnen die Regierungen als für den Umweltschutz verantwortlich, wobei etwa 70 Prozent auch die BürgerInnen für mitverantwortlich halten. Da fünf von zehn VerbraucherInnen ebenfalls erwarten, dass Unternehmen und Marken ihren Teil der Verantwortung wahrnehmen, wird deutlich, dass VerbraucherInnen die Notwendigkeit kollektiven Handelns sehen, und gleichzeitig eine höhere Verantwortung auf die politische Ebene übertragen.
3. Fehleinschätzungen und Mangel an Konzepten begrenzen Wirksamkeit: Die Mehrheit der heutigen VerbraucherInnen wendet bereits unterschiedliche Strategien an, um ihren Konsumgewohnheiten entgegenzuwirken, doch ist ihnen nicht bewusst, welche dieser Gewohnheiten die größten Auswirkungen auf die Umwelt haben. Die Auswirkungen der Ernährung werden von 84 Prozent unterschätzt, wohingegen rund 70 Prozent die Auswirkungen der Smartphone-Nutzung überschätzen. Während die Besorgnis zunimmt, kämpft jeder Dritte damit, eigene Strategien zur Bewältigung der persönlichen Auswirkungen auf die Umwelt zu finden.
4. IKT soll Umweltprobleme lösen: Weltweit wünschen sich 36 Prozent der VerbraucherInnen, dass ihre Endgeräte eine Anleitung für ein umweltbewussteres Leben beinhalten, während 46 Prozent technologische Innovationen als entscheidend für die Bewältigung künftiger Umweltprobleme ansehen. Was ihre IKT-Geräte betrifft, so ist jede/r zweite VerbraucherIn der Ansicht, dass Datenschutz- und Sicherheitsaspekte wichtiger sind als ihre möglichen Auswirkungen auf die Umwelt.
5. Glaube an IKT als Werkzeug für ein nachhaltigeres Leben: Die Interessen der VerbraucherInnen, ihr persönliches Handeln und ihre Überzeugungen bezüglich der ökologischen Chancen technologischer Innovationen gehen Hand in Hand. VerbraucherInnen, die glauben, dass die Technologie bei der Lösung künftiger Umweltprobleme eine entscheidende Rolle spielen wird, äußern im Vergleich zu anderen fast doppelt so viel Interesse an verschiedenen IKT-Lösungen, die ihnen helfen sollen, umweltbewusster zu leben.

Über den Ericsson ConsumerLab Insight Report

Der aktuelle Ericsson ConsumerLab Insight Report enthält Erkenntnisse auf Grundlage einer quantitativen Studie, die sich auf InternetnutzerInnen in den USA, Brasilien, Großbritannien, Deutschland, Spanien, Russland, Südafrika, dem Königreich Saudi-Arabien, Indien, Malaysia, China und Australien konzentriert. Die Stichprobe besteht aus 1.000 Befragten pro Land in einer Altersgruppe von 15-69 Jahren. Dieser Bericht ist repräsentativ für 900 Millionen Menschen und wurde zwischen Dezember 2019 und Januar 2020 durchgeführt.

Die endgültigen Daten wurden kurz vor dem weit verbreiteten Ausbruch der neuartigen Coronavirus-Krankheit (COVID-19) und ihrer anschließenden Einstufung als Pandemie erhoben, sodass sich die Konsumgewohnheiten und die von den VerbraucherInnen zum Ausdruck gebrachten Einstellungen während der Krise möglicherweise vorübergehend geändert haben, insbesondere für

diejenigen, die in ihren jeweiligen Ländern landesweite Quarantänemaßnahmen durchlaufen haben.

Über Ericsson

Ericsson ist Weltmarktführer auf dem Gebiet der Kommunikationstechnologie und -dienstleistungen mit Firmenzentrale in Stockholm, Schweden. Kerngeschäft ist das Ausrüsten von Mobilfunknetzen. 40 Prozent des weltweiten Mobilfunkverkehrs werden über Netztechnik von Ericsson abgewickelt. Mit innovativen Lösungen und Dienstleistungen arbeitet Ericsson an der Vision einer vernetzten Zukunft, in der jeder Einzelne und jede Branche sein/ihr volles Potenzial ausschöpfen kann.

Aktuell hält Ericsson 91 kommerzielle Vereinbarungen und Verträge mit Mobilfunknetzbetreibern weltweit. Darüber hinaus ist Ericsson an einem Großteil aller kommerziell eingeführten 5G-Livenetze beteiligt. Zu den 39 durch Ericsson unterstützten 5G-Livenetzen weltweit zählen unter anderem auch Netze in Deutschland und der Schweiz. <http://www.ericsson.com/5G>

Das 1876 gegründete Unternehmen beschäftigt weltweit rund 99.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und arbeitet mit Kunden in 180 Ländern zusammen. 2019 erwirtschaftete Ericsson einen Nettoumsatz von 227,2 Milliarden SEK. Ericsson ist an der NASDAQ OMX in Stockholm und der NASDAQ in New York gelistet. <http://www.ericsson.com/5G>

In Deutschland beschäftigt Ericsson rund 2.700 Mitarbeiter an 12 Standorten - darunter rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung und Entwicklung (F&E). Der Hauptsitz ist Düsseldorf.

Kontakt:

Pressekontakt Ericsson GmbH:

Martin Ostermeier /// Leiter Unternehmenskommunikation Deutschland & Schweiz /// Prinzenallee 21, 40549 Düsseldorf /// Tel: +49 (0) 211 534 1157 /// eMail: ericsson.presse@ericsson.com

Medieninhalte



Titelseite der Studie. Weiterer Text über 5G unter www.presseportal.de/nr/13502 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "Ericsson GmbH"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002583/100848364> abgerufen werden.