

Tettnang, 12.10.2023

Pressemitteilung

Greenwashing-Umfrage: Verbraucherschutz dringend geboten

Konsument*innen schenken Unternehmen hohe Glaubwürdigkeit

- **Repräsentative Umfrage von VAUDE mit dem Marktforschungsinstitut Appinio zum Thema „Greenwashing“***
- **1.002 Teilnehmende; männliche und weibliche Befragte in etwa gleichermaßen repräsentiert; Durchschnittsalter 41,2 Jahre**
- **Begriff „Greenwashing“ bei nur 56 Prozent der Befragten bekannt**
- **Konsument*innen informieren sich bzgl. nachhaltiger Ausrichtung und Produktion zum großen Teil bei den Unternehmen selbst**
- **Nachhaltigkeitsaussagen von Firmen (anonymisiert) werden von den Befragten als authentisch wahrgenommen; unabhängig davon, ob ein Unternehmen bereits mit Greenwashing-Vorwürfen konfrontiert war oder nicht**
- **Verbraucher*innen müssten stärker als zuvor vor irreführender Werbung und unklaren Aussagen geschützt werden**
- **VAUDE begrüßt, dass die Europäische Union mit der Green Claims Directive (GCD) Schritte unternimmt, um hier den Verbraucherschutz zu stärken**

12. Oktober 2023. Der Experte für Nachhaltigkeitskommunikation VAUDE hat eine repräsentative Umfrage in Auftrag gegeben, um Erkenntnisse über die Wahrnehmung und das Verständnis von Greenwashing in der Bevölkerung in Deutschland zu bekommen. Im Fokus stand dabei, die Glaubwürdigkeit von Unternehmen hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitskommunikation zu beleuchten. Die Ergebnisse sind teils überraschend und werfen Fragen bezüglich Wahrheitsgehalt und ausreichender Regulierung im Hinblick auf die Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen auf.

Die Umfrage, die von dem Hamburger Marktforschungsinstitut Appinio durchgeführt wurde, zeigt, dass nur 56% der Befragten überhaupt schon einmal von Greenwashing gehört haben.

VAUDE Newsroom: <http://www.vaude.com/de-DE/Unternehmen/Presse>

VAUDE bietet funktionelle, innovative und nachhaltige Produkte und Services für Berg- und Bikesportler*innen. Mehr Lebensqualität durch nachhaltige Outdoor-Produkte und zukunftsweisendes Wirtschaften – mit dieser Vision engagiert sich das süddeutsche Familienunternehmen für hohe ökologische und soziale Standards entlang seiner weltweiten Lieferketten und schafft Produkte, Lösungen und Dienstleistungen, die umweltfreundlich und fair sind. Am Firmensitz im süddeutschen Tettnang beschäftigt VAUDE (sprich [fau'de]) rund 650 Mitarbeitende.

Tettnang, 12.10.2023

Pressemitteilung

Noch überraschender ist, dass lediglich 26% bereits von einem Greenwashing-Fall gehört haben, obwohl das Thema in den Medien und in öffentlichen Diskussionen präsent ist. Diejenigen, die sich des Problems bewusst sind, scheinen hingegen gut informiert zu sein.

Kund*innen vertrauen Unternehmensaussagen und suchen auch nach diesen

Der Kern der Umfrage beleuchtet die Herausforderungen genauer. Knapp 75% der Befragten halten Unternehmen, die nach eigenen Angaben umweltfreundlich und sozial verantwortungsvoll nachhaltig handeln für eher bis sehr glaubwürdig. Nur 10% der Befragten schenken Unternehmen, die von unabhängigen Organisationen zertifiziert sind, eine noch höhere Glaubwürdigkeit (85%). Dabei informieren sie sich über die Unternehmensseite (28,5%), über die Produktbeschreibung (48%) und anhand von Kundenerfahrungen/-bewertungen (40,3%). Zertifikate (25,3%) und Medienrecherche (33,7%) – also echte unabhängige Instanzen – werden eher weniger im Vergleich dazu genutzt.

Nachhaltigkeits-Statements werden von Kund*innen als authentisch wahrgenommen

Die Umfrage testete zudem einige veröffentlichte Nachhaltigkeitsaussagen von Unternehmen (anonymisiert) aus verschiedenen Branchen, die sich erheblich in ihren Nachhaltigkeitsmaßnahmen voneinander unterscheiden. Einige sind echte Vorreiter in punkto Nachhaltigkeit, andere waren aufgrund von Greenwashing-Skandalen in den Medien. Dennoch performen ihre Statements bei den Befragten ähnlich gut. Es gibt kaum Unterschiede in der Bewertung der Authentizität der jeweiligen Nachhaltigkeitsaussage.

Maßnahmen müssen ergriffen werden – insbesondere von der Politik

„Diese Umfrage zeigt, dass Verbraucher*innen klare Informationen zur nachhaltigen Ausrichtung eines Unternehmens erwarten und diesen auch Glauben schenken. Dieser Vertrauensvorschluss ist an sich ein positives Signal und sollte von den Unternehmen wertgeschätzt werden. Die Gefahr ist hierbei, dass Firmen ihren Kunden auch das Blaue vom Himmel erzählen können. Es ist an der Zeit, verbindliche Vorgaben einzuführen, um alle Unternehmen dazu zu bringen, ehrliche und transparente Nachhaltigkeitsaussagen zu machen, so dass sich die Kund*innen weiterhin auf die Aussagen der Unternehmen verlassen können“, sagt Manfred Meindl, Marketingleitung bei VAUDE.

Tettnang, 12.10.2023

Pressemitteilung

Verbraucher*innen sollten besser vor irreführender Werbung geschützt werden

Derzeit fehlt es an Transparenz und klaren gesetzlichen Richtlinien. Daher begrüßt VAUDE das Ziel der EU-Kommission mit der Green Claims Directive (GCD) irreführende umweltbezogene Werbeaussagen zu verhindern und unklaren Aussagen entgegenzutreten. Unverbindliche Selbstverpflichtungen reichen nicht aus. Das zeigt die Realität.

„Ich würde mir wünschen, dass mehr Firmen zeigen, dass nachhaltige Geschäftsmodelle zukunftsträchtig und umsatzfördernd sind. Nicht zuletzt auch, um das Vertrauen, das die Verbraucher*innen bereits jetzt in die Unternehmen haben, tatsächlich zu verdienen“, so Manfred Meindl.

Zur Umfrage im Detail: <https://bit.ly/greenwashing-umfrage-vaude-appinio>

Mehr zur Green Claims Directive (GCD) [hier](#)

Bilder/Infografik Download [hier](#)

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg, Deutschland.

***Definition von Greenwashing, die dieser Umfrage zugrunde liegt**

„Unternehmen machen irreführende Aussagen über die Umweltfreundlichkeit des Unternehmens oder ihrer Produkte/Dienstleistungen. Diese meist oberflächlichen Aussagen sollen ihr Image verbessern, ohne dass Maßnahmen folgen.“ (Quelle: Appinio)

Pressekontakt:

VAUDE Sport GmbH & Co. KG
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Vaude Straße 2
D-88069 Tettnang, Germany
Tel.: +49 (0)7542 5306-0
Fax: +49 (0)7542 5306-60
www.vaude.com

Company & CSR: Birgit Weber
Tel.: +49 (0)7542 5306-173 |
birgit.weber@vaude.com

Outdoor & Bike Sports: Benedikt Tröster
Tel.: +49 (0)7542 5306-130 |
benedikt.troester@vaude.com

Kernergebnisse der Umfrage zu Greenwashing

BEKANNTHEIT

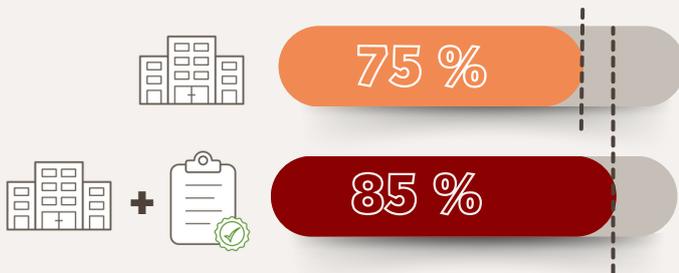
Eine knappe Mehrheit der Befragten hat schon mal von Greenwashing gehört, den übrigen war dies kein Begriff.



GLAUBWÜRDIGKEIT

Kund*innen vertrauen Unternehmensaussagen

Zertifikate tragen nur geringfügig mehr zur Glaubwürdigkeit bei



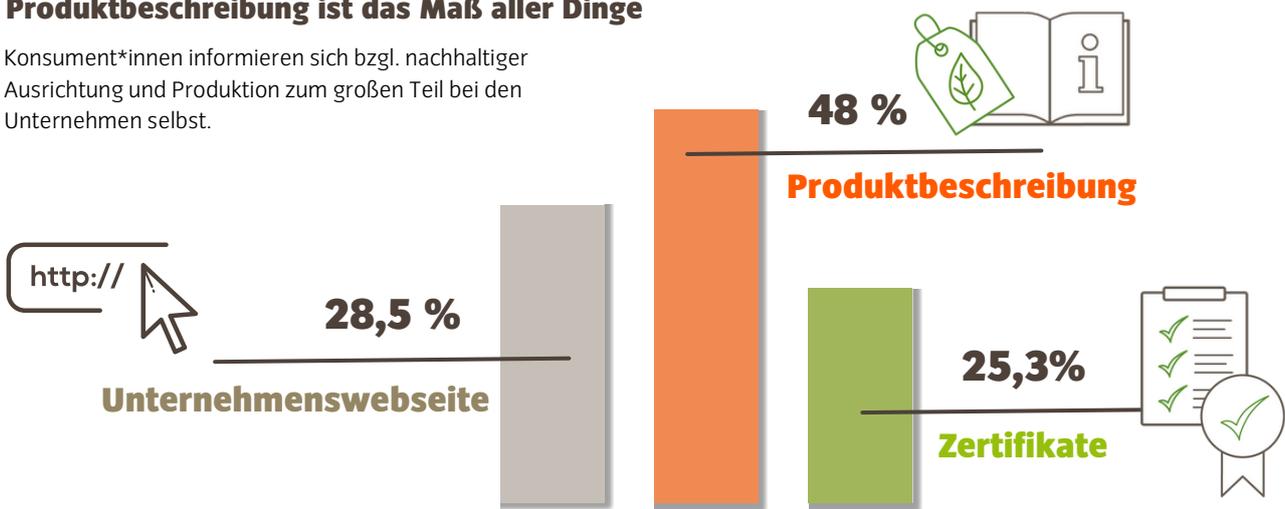
75% der Befragten halten **Unternehmen**, die nach eigenen Angaben umweltfreundlich und sozial verantwortungsvoll handeln, für eher bis sehr **glaubwürdig**.

Nur 10% der Befragten schenken Unternehmen, die von unabhängigen Organisationen zertifiziert sind, eine noch höhere Glaubwürdigkeit.

RECHERCHE

Produktbeschreibung ist das Maß aller Dinge

Konsument*innen informieren sich bzgl. nachhaltiger Ausrichtung und Produktion zum großen Teil bei den Unternehmen selbst.



AUTHENTIZITÄT

Nachhaltigkeitsaussagen von Firmen (anonymisiert) werden von den Befragten als authentisch wahrgenommen; unabhängig davon, ob ein Unternehmen bereits mit Greenwashing-Vorwürfen konfrontiert war oder nicht.

