

ING-Studie: Im Dilemma zwischen Wachstum und Nachhaltigkeit

Frankfurt am Main, 26. November 2019 – Ökologische Nachhaltigkeit geht auf Kosten des Wirtschaftswachstums – oder umgekehrt, so zumindest die traditionelle Sichtweise. Wenn sie sich zwischen beidem entscheiden müssten, würden Verbraucher laut einer repräsentativen ING-Umfrage in Deutschland und Europa mit deutlicher Mehrheit den Umweltschutz wählen. Die Studie zeigt aber auch, dass sich dieses Umweltbewusstsein nicht immer im Konsumverhalten der Verbraucher widerspiegelt.

Nur rund ein Viertel der europäischen Verbraucher und ein Drittel der deutschen Verbraucher geben an, dass die Umweltbelastung bei der Herstellung eines Produkts bei der Kaufentscheidung unter den drei wichtigsten Kriterien ist. Wichtiger sind den Verbrauchern hingegen die Haltbarkeit und der Preis des Produkts. Auch ein unkomplizierter Kaufvorgang kommt mit über 40 Prozent noch deutlich vor dem ökologischen Gewissen. Keinen großen Wert legen Verbraucher hingegen darauf, stets das neueste Modell zu kaufen – dabei könnte sich das beispielsweise in Sachen Energieeffizienz positiv in der Umweltbilanz auswirken.

Umgekehrter Generationenkonflikt

In der Regel sind es vor allem jüngere Menschen, die sich für Nachhaltigkeit und ökologische Belange einsetzen. Als Grund dafür gilt, dass die jüngere Generation tendenziell noch ein längeres Leben vor sich hat und daher besonders an einer lebenswerten Zukunft interessiert ist. Die Studie zeigt diesmal allerdings ein umgekehrtes Altersgefälle auf. Entgegen dem allgemeinen Trend liegen die Zustimmungsraten für einen Vorrang des Umweltschutzes bei älteren Umfrageteilnehmern höher und für einen Vorrang der Wirtschaft niedriger als bei den jüngeren Befragten.



Medienkontakt

ING Deutschland

Alexander Baumgart

Tel.: 069 / 27 222 66145

E-Mail: alexander.baumgart@ing.de

Über ING Deutschland

Mehr als 9 Mio. Kunden vertrauen der ING Deutschland. Damit ist sie die Bank mit den drittmeisten Kunden hierzulande. Die Kerngeschäftsfelder im Retail Banking sind Baufinanzierungen, Girokonten, Spargelder, Verbraucherkredite und das Wertpapiergeschäft. Das Institut ist jeden Tag 24 Stunden für seine Kunden erreichbar. Im Segment Wholesale Banking ist das Unternehmenskundengeschäft der Bank zusammengefasst. Zu den Kunden gehören große, international operierende Unternehmen. Für die ING arbeiten an den Standorten Frankfurt (Hauptstandort), Hannover, Nürnberg und Wien rund 4.000 Mitarbeiter.