

VERZEICHNIS DER TABELLEN UND GRAFIKEN

Soziodemografische Merkmale der Befragten

- 09 Geschlecht
- 09 Haushaltsnettoeinkommen
- 10 Alter
- 10 Beruf
- 10 Wohnsituation
- 10 Bildung

Konsumententypen

- 14 Gesamtverteilung der Konsumententypen
- 15 Die Konsequenten
- 16 Die Experimentierfreudigen
- 17 Die Bedächtigen
- 18 Die Gelegentlichen
- 19 Konsumententypen, Nachhaltigkeitsorientierung und Alter
- 19 Konsumententypen, Nachhaltigkeitsorientierung und Konsumaffinität

Kaufverhalten und Einstellungen zum Konsum

- 20 Einstellungen zum Konsum nach Alter
- 22 Einstellungen zum Konsum nach Konsumententyp

Nachhaltiger Konsum

- 24 Einstellungen zum nachhaltigen Konsum nach Alter
- 26 Einstellungen zum nachhaltigen Konsum nach Konsumententyp
- 28 Einschätzung der Zukunft des nachhaltigen Konsums nach Alter
- 30 Einschätzung der Zukunft des nachhaltigen Konsums nach Konsumententyp

Relevanz von Nachhaltigkeit in Konsumbereichen

- 31 Relevanz von Nachhaltigkeit in Konsumbereichen nach Alter
- 34 Relevanz von Nachhaltigkeit in Konsumbereichen nach Konsumententyp
- 36 Relevanz von Nachhaltigkeit in Konsumbereichen nach Wohnortgröße

Junge Konsumenten

- 40 Fleischverzehr bei den 18- bis 24-Jährigen

Klimawandel

- 41 Die wichtigsten persönlichen Klimaschutzmaßnahmen nach Alter
- 42 Die wichtigsten persönlichen Klimaschutzmaßnahmen nach Konsumententyp
- 42 Die wichtigsten persönlichen Klimaschutzmaßnahmen bei Fleischessern, Flexitariern, Vegetariern/Veganern

- 44 Die wichtigsten persönlichen Klimaschutzmaßnahmen nach Wohnortgröße
- 45 Kauf „klimaneutraler“ Produkte
- 45 Einstellungen zu „klimaneutralen“ Lebensmittelprodukten

Ernährung

Ernährungs- und Kaufverhalten

- 48 Ernährungsverhalten nach Alter
- 50 Ernährungsverhalten nach Konsumententyp
- 52 Fleischverzehr nach Alter
- 52 Fleischverzehr nach Konsumententyp
- 53 Kauforte für nachhaltige Lebensmittel nach Alter
- 54 Kauforte für nachhaltige Lebensmittel nach Konsumententyp

Ansprüche an Essen und Lebensmittel

- 55 Ansprüche an Essen nach Alter
- 55 Ansprüche an Essen nach Konsumententyp
- 56 Ansprüche an verarbeitete Lebensmittel nach Alter
- 56 Ansprüche an verarbeitete Lebensmittel nach Konsumententyp
- 57 Erwartungen an die Verpackungen verarbeiteter Lebensmittel nach Alter
- 57 Erwartungen an die Verpackungen verarbeiteter Lebensmittel nach Konsumententyp

Pflanzenbasierte Fleischalternativen

- 58 Einstellungen zu pflanzenbasierten Fleischalternativen nach Alter
- 60 Einstellungen zu pflanzenbasierten Fleischalternativen nach Konsumententyp
- 61 Einstellungen zu pflanzenbasierten Fleischalternativen bei Fleischessern, Flexitariern, Vegetariern/Veganern

Anreize zum Kauf nachhaltiger Lebensmittel

- 62 Anreize zum Kauf nachhaltiger Lebensmittel nach Alter
- 63 Anreize zum Kauf nachhaltiger Lebensmittel nach Konsumententyp

Verbesserungswünsche an Hersteller

- 64 Verbesserungswünsche an Lebensmittelhersteller nach Alter
- 65 Verbesserungswünsche an Lebensmittelhersteller nach Konsumententyp
- 66 Verbesserungswünsche an Lebensmittelhersteller bei Fleischessern, Flexitariern, Vegetariern/Veganern

Kleidung und Mode

Kauf und Weitergabe von Kleidung

- 67 Kauf- und Nutzungsverhalten bei Kleidung nach Alter
- 69 Kauf- und Nutzungsverhalten bei Kleidung nach Konsumententyp
- 70 Kauforte für nachhaltige Kleidung nach Alter
- 71 Kauforte für nachhaltige Kleidung nach Konsumententyp

Ansprüche an Kleidung und Mode

- 72 Ansprüche an Kleidung nach Alter
- 73 Ansprüche an Kleidung nach Konsumententyp

Anreize zum Kauf nachhaltiger Kleidung

- 74 Anreize zum Kauf nachhaltiger Kleidung nach Alter
- 74 Anreize zum Kauf nachhaltiger Kleidung nach Konsumententyp

Verbesserungswünsche an Hersteller

- 75 Verbesserungswünsche an die Hersteller nachhaltiger Kleidung nach Alter
- 76 Verbesserungswünsche an die Hersteller nachhaltiger Kleidung nach Konsumententypen

Körperpflege und Kosmetik

Kaufverhalten

- 77 Kaufverhalten bei Körperpflege- und Kosmetikprodukten nach Alter
- 78 Kaufverhalten bei Körperpflege- und Kosmetikprodukten nach Konsumententyp
- 79 Kauforte für Naturkosmetik nach Alter
- 80 Kauforte für Naturkosmetik nach Konsumententyp

Ansprüche an Körperpflege- und Kosmetikprodukte

- 81 Ansprüche an Körperpflege- und Kosmetikprodukte nach Alter
- 82 Ansprüche an Körperpflege- und Kosmetikprodukte nach Konsumententyp

Anreize

- 83 Anreize zum Kauf von Naturkosmetik nach Alter
- 83 Anreize zum Kauf von Naturkosmetik nach Konsumententyp

Verbesserungswünsche an Hersteller

- 84 Verbesserungswünsche an Naturkosmetik-Hersteller nach Alter
- 85 Verbesserungswünsche an Naturkosmetik-Hersteller nach Konsumententyp

Reisen und Urlaub

Buchungs- und Reiseverhalten

- 87 Häufigkeit und Ziele von Urlaubsreisen nach Alter
- 88 Häufigkeit und Ziele von Urlaubsreisen nach Konsumententyp
- 89 Verkehrsmittel für die Urlaubsan- und -abreise nach Alter
- 91 Verkehrsmittel für die Urlaubsan- und -abreise nach Konsumententyp
- 93 Buchungsart der Urlaubsunterkunft nach Alter
- 93 Buchungsart der Urlaubsunterkunft nach Konsumententyp

Ansprüche an Urlaubsreisen

- 94 Ansprüche an Urlaubsreisen nach Alter
- 95 Ansprüche an Urlaubsreisen nach Konsumententyp
- 96 Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten bei Urlaubsreisen nach Alter
- 97 Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten bei Urlaubsreisen nach Konsumententyp

Anreize für die Buchung nachhaltiger Reisen

- 98 Anreize für die Buchung nachhaltiger Reisen nach Alter
- 98 Anreize für die Buchung nachhaltiger Reisen nach Konsumententyp

Verbesserungswünsche an Reiseanbieter

- 99 Verbesserungswünsche an Reiseanbieter nach Alter
- 99 Verbesserungswünsche an Reiseanbieter nach Konsumententyp

Internet, Onlineshopping und Nachhaltigkeit

Häufigkeit des Onlineshoppings

- 100 Häufigkeit des Onlineshoppings nach Alter
- 101 Häufigkeit des Onlineshoppings nach Konsumententyp
- 101 Häufigkeit des Onlineshopping nach monatlichem Haushaltsnettoeinkommen

Gründe für Onlineshopping

- 102 Gründe für Onlineshopping nach Alter
- 103 Gründe für Onlineshopping nach Konsumententyp

Vergleich von Käufen im Internet und im stationären Handel nach Konsumbereichen

- 104 Internetkäufe und Käufe im stationären Handel in verschiedenen Konsumbereichen nach Alter
- 107 Internetkäufe und Käufe im stationären Handel in verschiedenen Konsumbereichen nach Konsumententyp

Internetnutzung und Nachhaltigkeit

- 110 Internetnutzung und Nachhaltigkeit nach Alter
- 111 Internetnutzung und Nachhaltigkeit nach Konsumententyp

Häufigkeit der Nutzung von Utopia

- 113 Häufigkeit der Nutzung von Utopia nach Alter
- 113 Häufigkeit der Nutzung von Utopia nach Konsumententyp