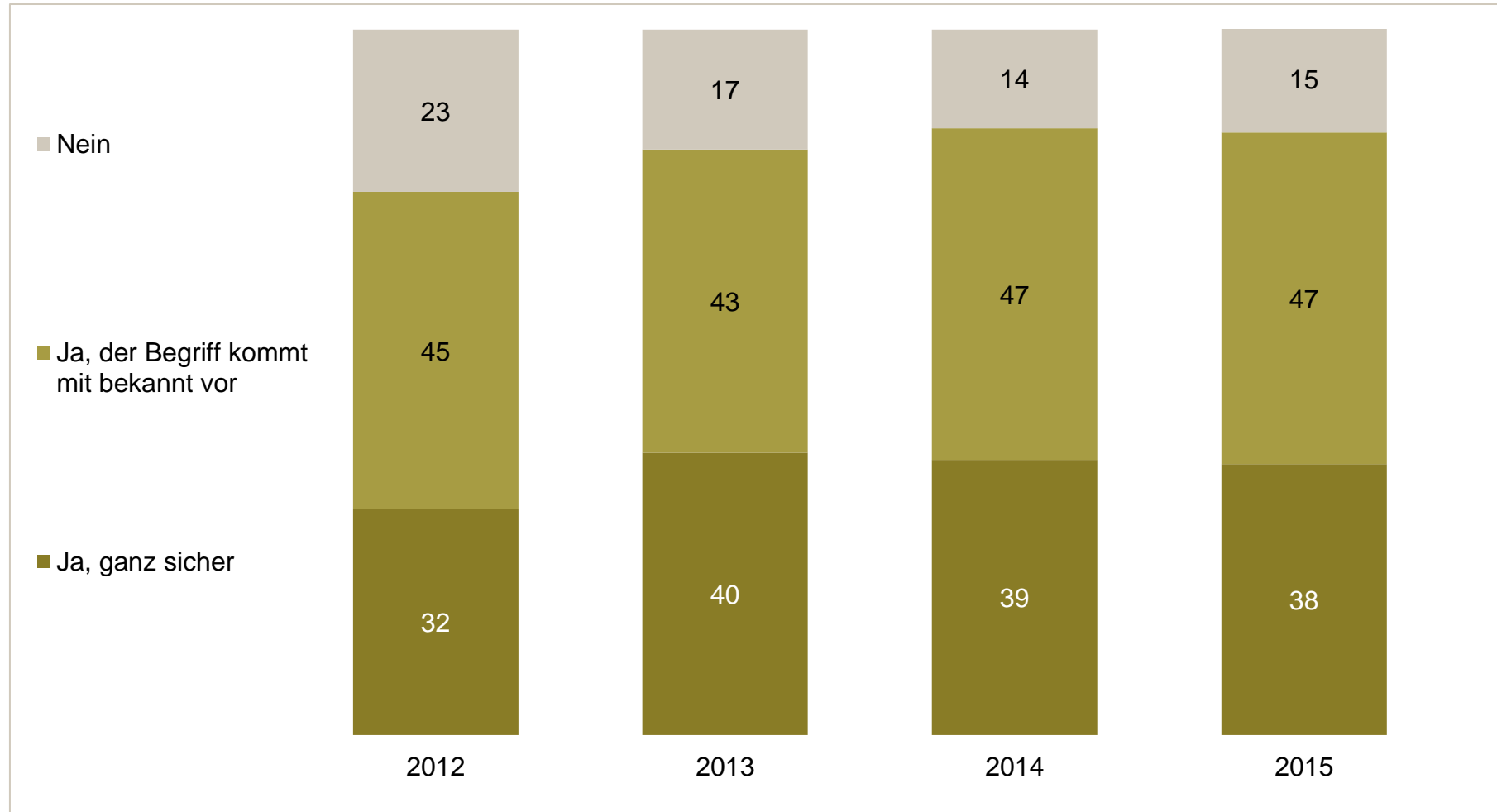


# Die Bekanntheit des Begriffs „Nachhaltigkeit“ stagniert

## Bekanntheit des Begriffs „Nachhaltigkeit“

Antwortvorgaben, Angaben in Prozent (gerundet)

Fragestellung: Haben Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ schon einmal irgendwo gehört, gesehen oder gelesen?



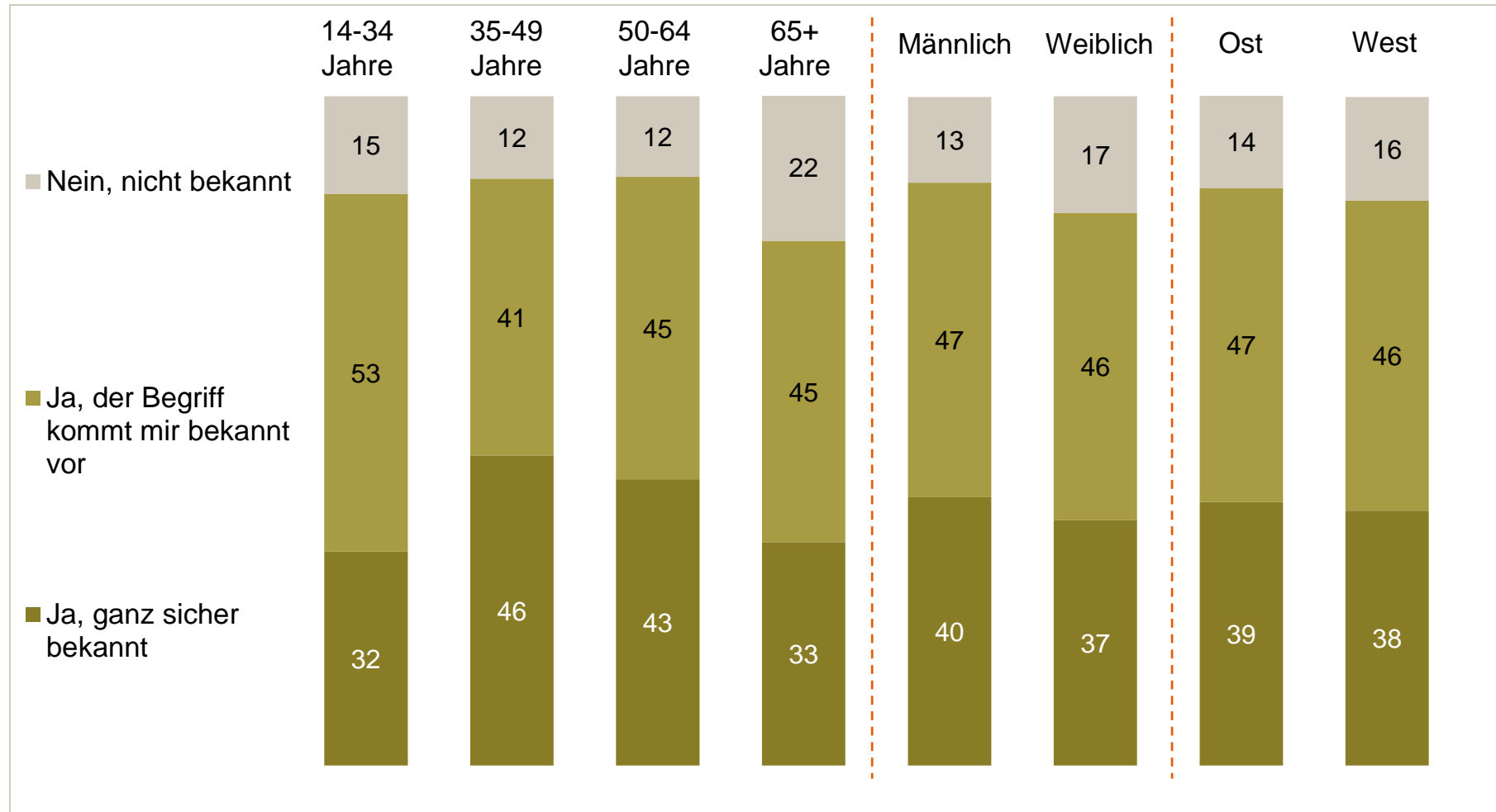
Quelle: Omnibusumfrage im Auftrag des GfK Vereins (September 2015: 967 Personen; September 2014: 1023 Pers.; September 2013: 1031 Pers.; September 2012: 1079 Pers.)

# Der Bekanntheitsgrad von Nachhaltigkeit steigt zunächst mit dem Alter, sinkt dann aber wieder ab

## Bekanntheit des Begriffs ‚Nachhaltigkeit‘ nach Altersklassen, Region und Geschlecht (2015)

Antwortvorgaben, Angaben in Prozent (gerundet)

Fragestellung: Haben Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ schon einmal irgendwo gehört, gesehen oder gelesen?

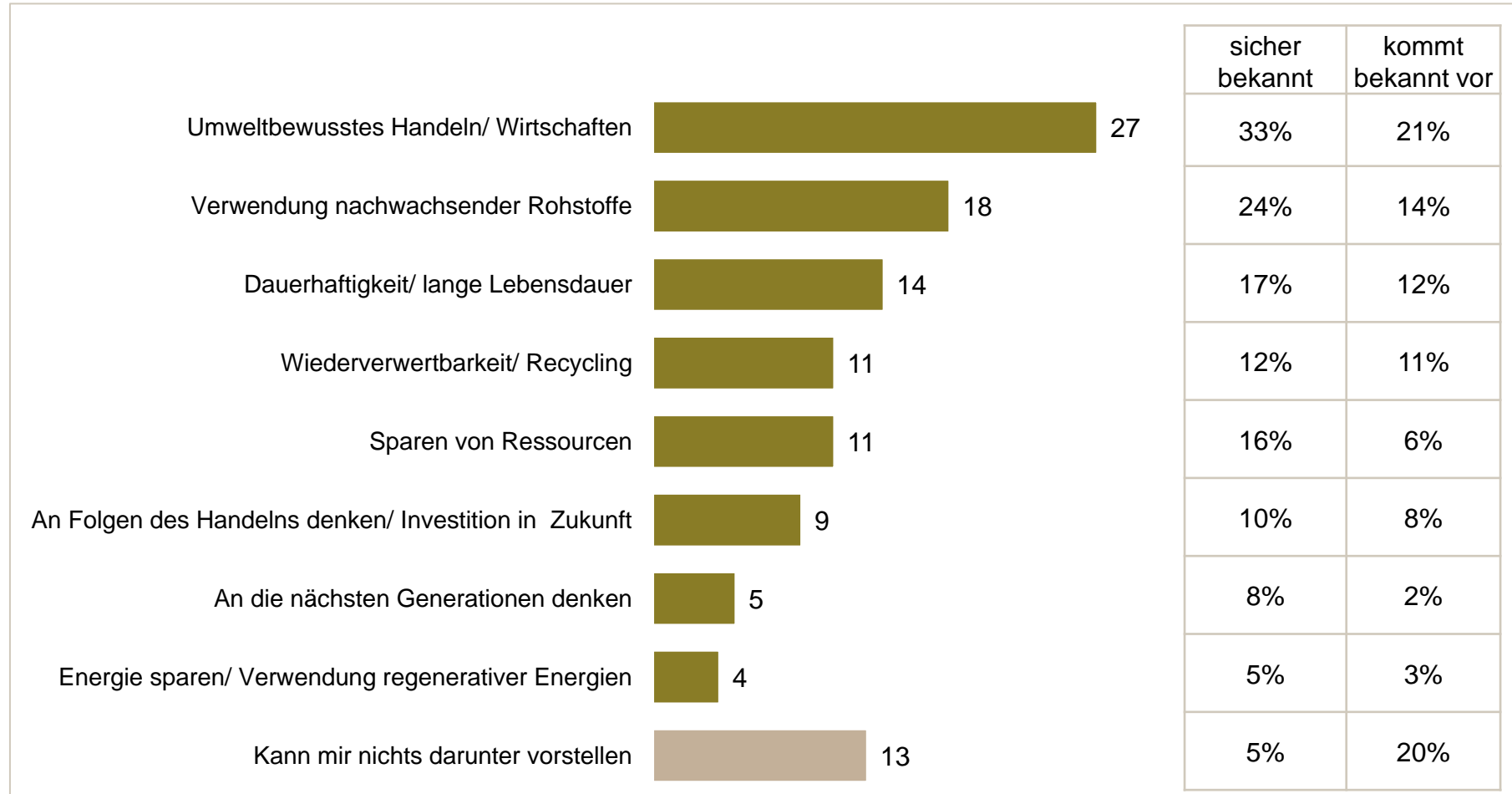


Quelle: Omnibusumfrage im Auftrag des GfK Vereins (September 2015, 967 Personen)

# Kenner des Begriffs verbinden Nachhaltigkeit am stärksten mit Umweltaspekten

## Assoziationen zum Begriff ‚Nachhaltigkeit‘ (2015)

Freie Nennungen, Angaben in Prozent (gerundet), **Teilgruppe: Begriff sicher bekannt/ kommt bekannt vor („Kenner“)**  
Fragestellung: Unabhängig davon, ob Ihnen der Begriff „Nachhaltigkeit“ bekannt ist oder nicht: Wenn Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ hören, was kommt Ihnen dazu alles in den Sinn, was verbinden Sie damit?



Quelle: Omnibusumfrage im Auftrag des GfK Vereins (September 2014, 967 Personen, davon 820 „Kenner“, davon 371 „Begriff sicher bekannt“ und 449 „Begriff kommt bekannt vor“)

# „Umweltbewusstes Handeln“ hat „Dauerhaftigkeit“ als Top Assoziation seit 2012 abgelöst

## Assoziationen zum Begriff ‚Nachhaltigkeit‘

Freie Nennungen, Angaben in Prozent (gerundet), **Teilgruppe: Begriff sicher bekannt/ kommt bekannt vor („Kenner“)**

Fragestellung: Unabhängig davon, ob Ihnen der Begriff „Nachhaltigkeit“ bekannt ist oder nicht: Wenn Sie den Begriff „Nachhaltigkeit“ hören, was kommt Ihnen dazu alles in den Sinn, was verbinden Sie damit?

Teilgruppe Begriff sicher bekannt / kommt bekannt vor	2012	2013	2014	2015
Umweltbewusstes Handeln	14%	24%	25%	27%
Dauerhaftigkeit	21%	20%	19%	14%
nachwachsende Rohstoffe	16%	16%	19%	18%
Sparen von Ressourcen	16%	14%	15%	11%
Wiederverwertbarkeit	7%	6%	10%	11%
Folgen des Handelns	9%	10%	9%	9%
nächste Generationen	6%	6%	5%	5%
Energie sparen	7%	7%	4%	4%
Keine Vorstellung	14%	11%	11%	13%
Anzahl Kenner	835	858	881	820

Quelle: Omnibusumfrage im Auftrag des GfK Vereins (September 2015, 967 Personen, davon 820 „Kenner“)

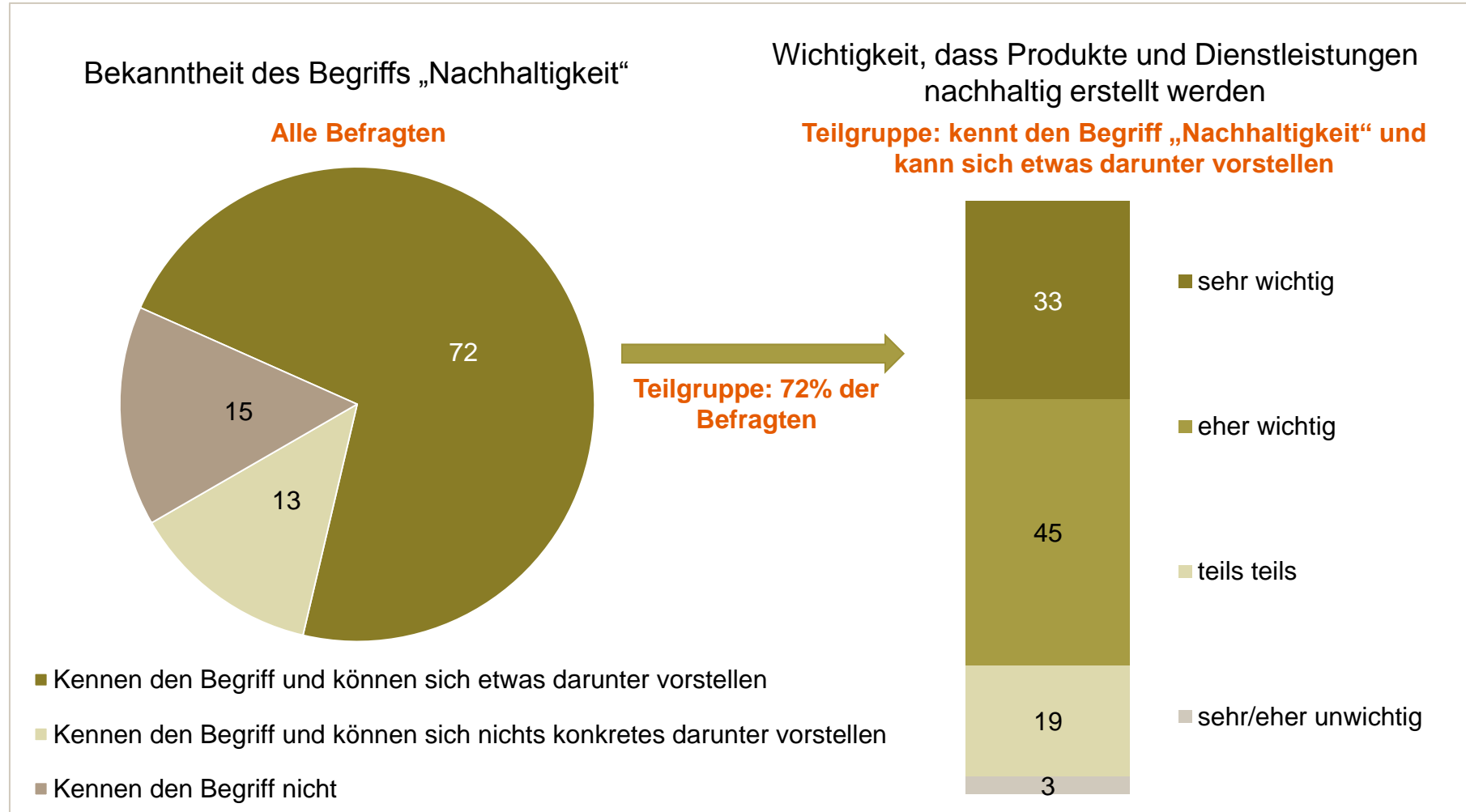
# Studienbeschreibung

Quelle	GfK Verein / GfK Compact	GfK Verein / GfK Compact	GfK Verein / GfK Compact	GfK Verein / GfK Compact
Methode	GfK Classic Bus, face to face- Umfrage	GfK Classic Bus, face to face- Umfrage	GfK Classic Bus, face to face- Umfrage	GfK Classic Bus, face to face- Umfrage
Befragungszeitraum	September 2015	September 2014	September 2013	September 2012
Zielpersonen	Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)	Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe	N = 967 Personen	N = 1.023 Personen	N = 1.031 Personen	N = 1.079 Personen
davon				
Männer	n = 474	n = 464	n = 456	n = 480
Frauen	n = 493	n = 559	n = 575	n = 599
14 – 34 Jahre	n = 275	n = 226	n = 229	n = 265
35 – 49 Jahre	n = 235	n = 278	n = 271	n = 281
50 – 64 Jahre	n = 232	n = 312	n = 311	n = 309
65+ Jahre	n = 225	n = 207	n = 220	n = 224
West	n = 771	n = 788	n = 815	n = 833
Ost	n = 196	n = 235	n = 216	n = 246

# 33 Prozent der echten ‚Begriffs-Kenner‘ legen sehr großen Wert auf nachhaltig erstellte Produkte und Dienstleistungen

## Wichtigkeit der nachhaltigen Erstellung von Produkten und Dienstleistungen (2015)

Antwortvorgaben, Angaben in Prozent (gerundet)



Quelle: Omnibusumfrage im Auftrag des GfK Vereins (September 2015, 967 Personen; davon 691 Pers., die den Begriff kennen und sich etwas darunter vorstellen können)