

SCHUFA-Umfrage mit forsa zeigt: Jugendliche wollen mehr Informationen zu nachhaltigem Konsum

Die Bildungsinitiative der SCHUFA und das Meinungsforschungsinstitut forsa stellen Ergebnisse der neuen Studie „Jugendliche und nachhaltiger Konsum“ vor // Nachhaltiger Lebensstil im Trend // Jugendliche fühlen sich nicht ausreichend über Möglichkeiten zu nachhaltigem Konsum informiert

Wiesbaden / Berlin, 10. Juli 2017 – Jugendliche interessieren sich stark für Nachhaltigkeits-Themen wie Umwelt- und Klimaschutz. Über 60 Prozent der 16- bis 25-Jährigen setzen sich damit auseinander. Doch wie sieht es mit nachhaltigem Konsum in dieser Altersgruppe aus? Viele junge Menschen haben Interesse, Produkte zu kaufen, die unter umweltfreundlichen oder fairen Arbeitsbedingungen produziert worden sind. Gleichzeitig hält ein Großteil der Jugendlichen nachhaltig erzeugte Waren jedoch für teuer und entscheidet sich gegen den Kauf. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Umfrage unter 500 Jugendlichen zwischen 16 und 25 Jahren, die das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag der SCHUFA-Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt“ (W2) durchgeführt hat.

So sind laut forsa-Umfrage 66 Prozent der Jugendlichen eher oder voll und ganz bereit, auf Dinge zu verzichten, wenn diese nicht umweltfreundlich oder unter fairen Arbeitsbedingungen produziert worden sind. 62 Prozent der Jugendlichen geben an, generell ein großes Interesse an Umwelt- und Klimaschutzthemen zu haben. Allerdings scheint sich nachhaltiger Konsum für viele Jugendliche im Alltag nur schwer verwirklichen zu lassen: So sagen zwar 13 Prozent der Befragten, dass sie beim Kauf von Lebensmitteln bewusst auf nachhaltige Aspekte achten. In den Bereichen Kleidung, Kosmetik, Technik und Reisen liegt der Prozentsatz jedoch lediglich zwischen zwei und acht Prozent.

Nachhaltige Produkte: Teures Image und mangelnde Informationen

Ein Grund hierfür: Nachhaltig erzeugte Produkte gelten als teuer. Der Aussage: „Nachhaltig erzeugte Produkte können sich nur wenige Menschen leisten“, stimmen 70 Prozent der Befragten zu. Ein weiterer Grund für die Zurückhaltung der Jugendlichen nachhaltig zu konsumieren: Die Mehrheit (66 Prozent) hat bei der Umfrage angegeben, sich nicht ausreichend darüber informiert zu fühlen, welche Produkte umweltverträglich und unter fairen Arbeitsbedingungen produziert worden sind.

Die Ergebnisse zeigen auch: Das Trendthema Nachhaltigkeit wirft für viele Jugendliche die Frage auf, wie sich mit begrenztem Budget nachhaltig leben lässt. Daher setzt die SCHUFA-Bildungsinitiative in diesem Jahr einen Schwerpunkt auf das Thema „Nachhaltiger Konsum“. Serena Holm, Bereichsleiterin Corporate Affairs bei der SCHUFA: „Gerade für diese Altersgruppe ist ein nachhaltiger Lebensstil ein sehr wichtiges Thema. Die SCHUFA-Bildungsinitiative hat das Informationsbedürfnis der Jugendlichen daher unmittelbar in ihrem Programm aufgegriffen. So können wir Jugendlichen beispielsweise durch verschiedene Aktionen zeigen, dass ein nachhaltiger Konsum nicht teuer sein muss und was man dazu im Alltag beachten sollte.“

Bereits seit Anfang des Jahres bietet die WirtschaftsWerkstatt fortlaufend verschiedene Aktivitäten auf ihrer Online-Plattform www.wirtschaftswerkstatt.de sowie den begleitenden Social Media Kanälen. Unter anderem wurde gezeigt, wie sich nachhaltige und zugleich günstige Gerichte kochen lassen.

Außerdem veranstaltete die WirtschaftsWerkstatt einen Wettbewerb für Schüler- und Studentengruppen: Die Jugendlichen entwickelten unter dem Thema „Upcycling“ Produkte, mit denen sowohl Umwelt- als auch die eigenen Geld-Ressourcen geschont werden können. Den Abschluss bildete jetzt der W2 Summit 2017, der Jugendgipfel der Initiative mit mehr als 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmern in Berlin. Hier präsentierten die Jugendlichen ihre Ideen vor einer Jury aus Umwelt- und Nachhaltigkeits-Fachleuten.

*
* *

Weiteres Pressematerial finden Sie in unserem [Pressebereich](#).

Mehr Infos über die WirtschaftsWerkstatt finden Sie [hier](#).

Kontakt zur Pressestelle:

SCHUFA Holding AG
Media Relations & Kommunikation
Ingo A. Koch (Ltg.)

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

Tel.: +49 611 - 92 78-888
Fax: +49 611 - 92 78-887
E-Mail: presse@schufa.de

Verbraucherservice:

SCHUFA Holding AG
Privatkunden Servicecenter
Postfach 103441
50474 Köln

Tel.: +49 611 - 92 78-0
Fax: +49 1805 - 9199-0

SCHUFA Holding AG

Die SCHUFA Holding AG ist Deutschlands führender Informations- und Servicepartner für die kreditgebende Wirtschaft und für Privatkunden. Insgesamt sind 9.000 Firmenkunden als Vertragspartner an unsere Dienstleistungen angeschlossen. Zudem nutzen 2 Millionen Privatkunden die SCHUFA-Angebote. Privat- und Geschäftskunden wie Banken, Sparkassen und Händlern bietet das Unternehmen kreditrelevante Informationen rund um Bonität und Identität. Auf Grundlage dieser wichtigen Entscheidungshilfen werden für Privat- und Geschäftskunden schnelle, kostengünstige und unbürokratische Vertragsabschlüsse möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Privatkunden sowie eine Online-Einsicht in die eigenen, bei der SCHUFA gespeicherten Daten sind auf dem Internetportal www.meineSCHUFA.de erhältlich. Der einzigartige Datenbestand der SCHUFA umfasst 813 Millionen Informationen zu 67,2 Millionen Privatpersonen und 5,3 Millionen Unternehmen.

Das SCHUFA Engagement

Die SCHUFA hat ihr gesellschaftliches Engagement in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut und trägt damit zu einer transparenten Finanzkultur und Überschuldungsvorsorge in Deutschland bei. Als Informationsdienstleister für Wirtschaft und Verbraucher stehen vor allem die Themen Aufklärung und Datenschutz im Mittelpunkt vieler Projekte. Die wichtigsten Projekte im Überblick: Der jährliche SCHUFA Kredit-Kompass beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Verbraucherthemen und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für die SCHUFA Holding AG. Der SCHUFA-Ombudsmann kümmert sich als neutrale Schlichtungsstelle um die Belange der Verbraucher. Mit der Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt - Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“ engagiert sich die SCHUFA für die Ausbildung von Finanzkompetenz bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Die Bildungsinitiativen „W2 WirtschaftsWerkstatt – Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“

Die Initiative richtet sich an Jugendliche und junge Erwachsene, die sich aus eigenem Interesse oder im Rahmen des Schulunterrichts über Wirtschafts- und Finanzthemen informieren wollen. Dabei stehen die Sensibilisierung für das eigene finanzielle Handeln und der verantwortungsvolle Umgang mit den eigenen Daten im Mittelpunkt. Herzstück ist die Website, auf der sich junge Menschen informieren und den Umgang mit Geld erlernen können. Abgeholt werden sie über Soziale Medien: In Kooperation mit reichweitenstarken YouTubern und Bloggern werden Inhalte crossmedial über Facebook, Youtube und Instagram ausgespielt. Das Element „SCHUFA macht Schule“ hilft zudem Lehrern, Finanzthemen erlebnisreich in den Unterricht zu integrieren. Die W² hat seit 2013 online mehr als 5 Millionen Jugendliche erreicht und über 800.000 Website-Besuche generiert. Fast 20.000 „SCHUFA macht Schule-Boxen“ wurden von Lehrern bestellt. Das Bildungsengagement der SCHUFA wurde bereits mehrfach mit dem Comenius-EduMedia-Siegel ausgezeichnet.