

Achtsamer Konsum unter jungen Erwachsenen: Naja, ich könnte, wenn ich eventuell wollen würde...

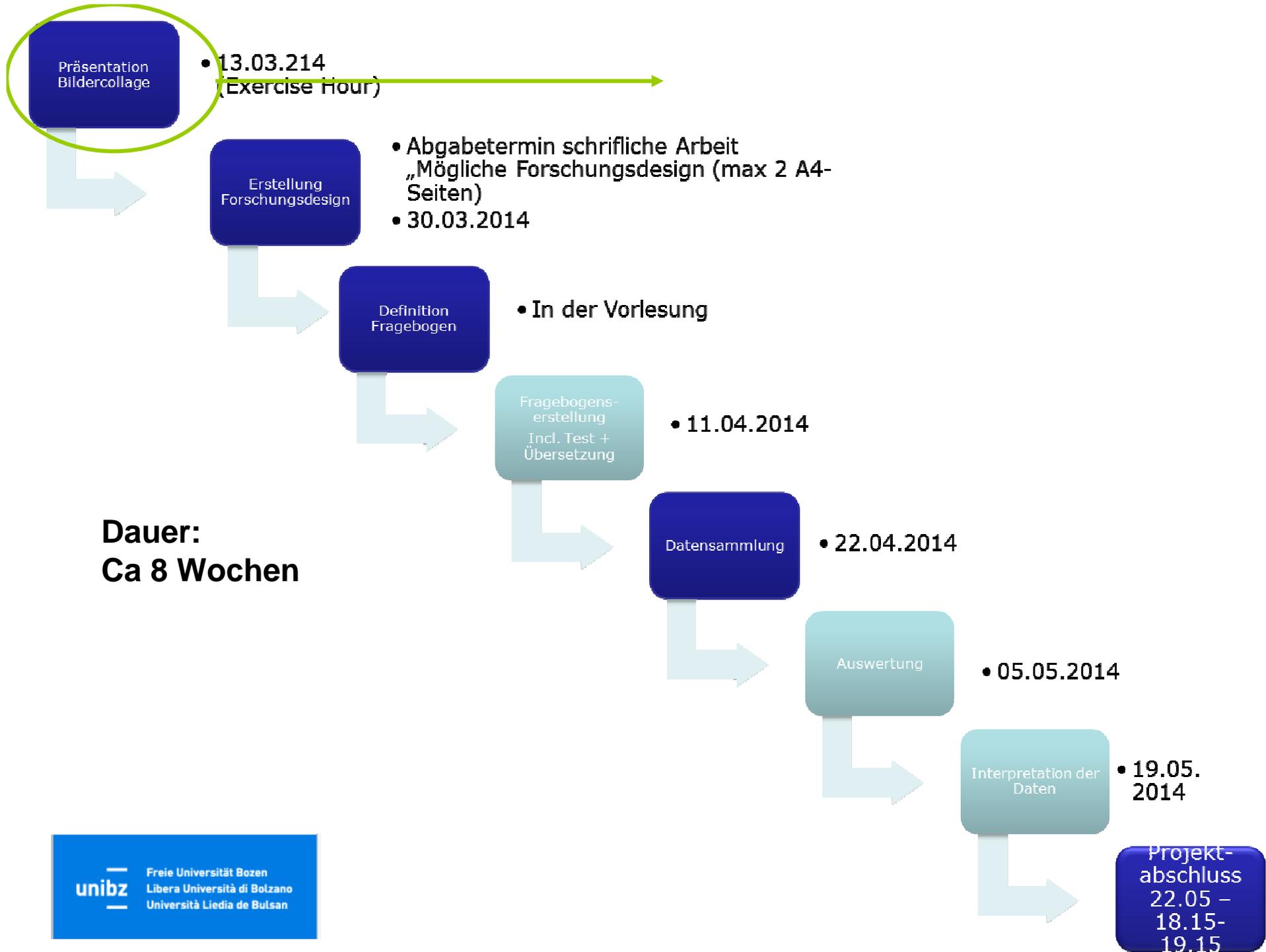
PD Dr. Christine Vallaster

Institut für Entrepreneurship

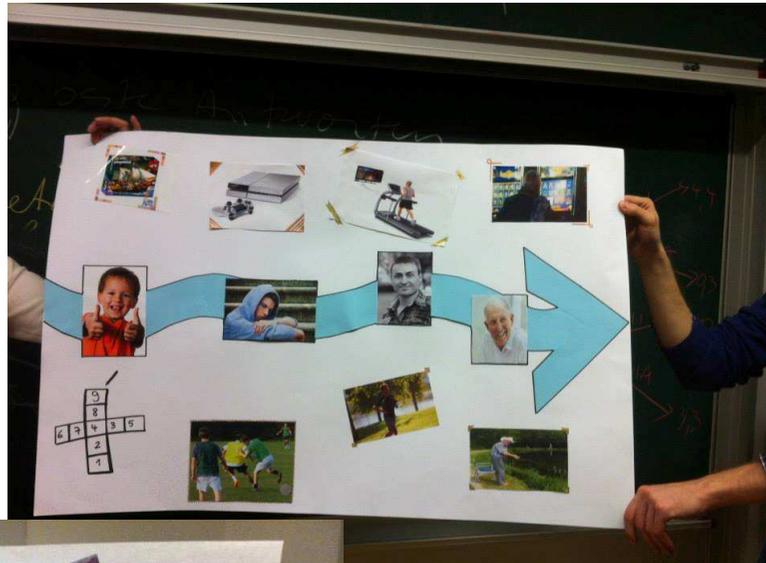
„Achtsamer“ - Verantwortungsvoller Konsum unter jungen Erwachsenen (18 – 25 Jahren)

- Gibt es unter jungen Erwachsenen so etwas wie ein Verantwortungsgefühl?
- Wodurch wird es geprägt und entwickelt?
- Kaufen junge Erwachsene tatsächlich „achtsam“ ein?
- Wie kann ein Unternehmen die eigene Kommunikationspolitik so steuern, dass achtsamer Konsum forciert wird?

Vorgehensweise

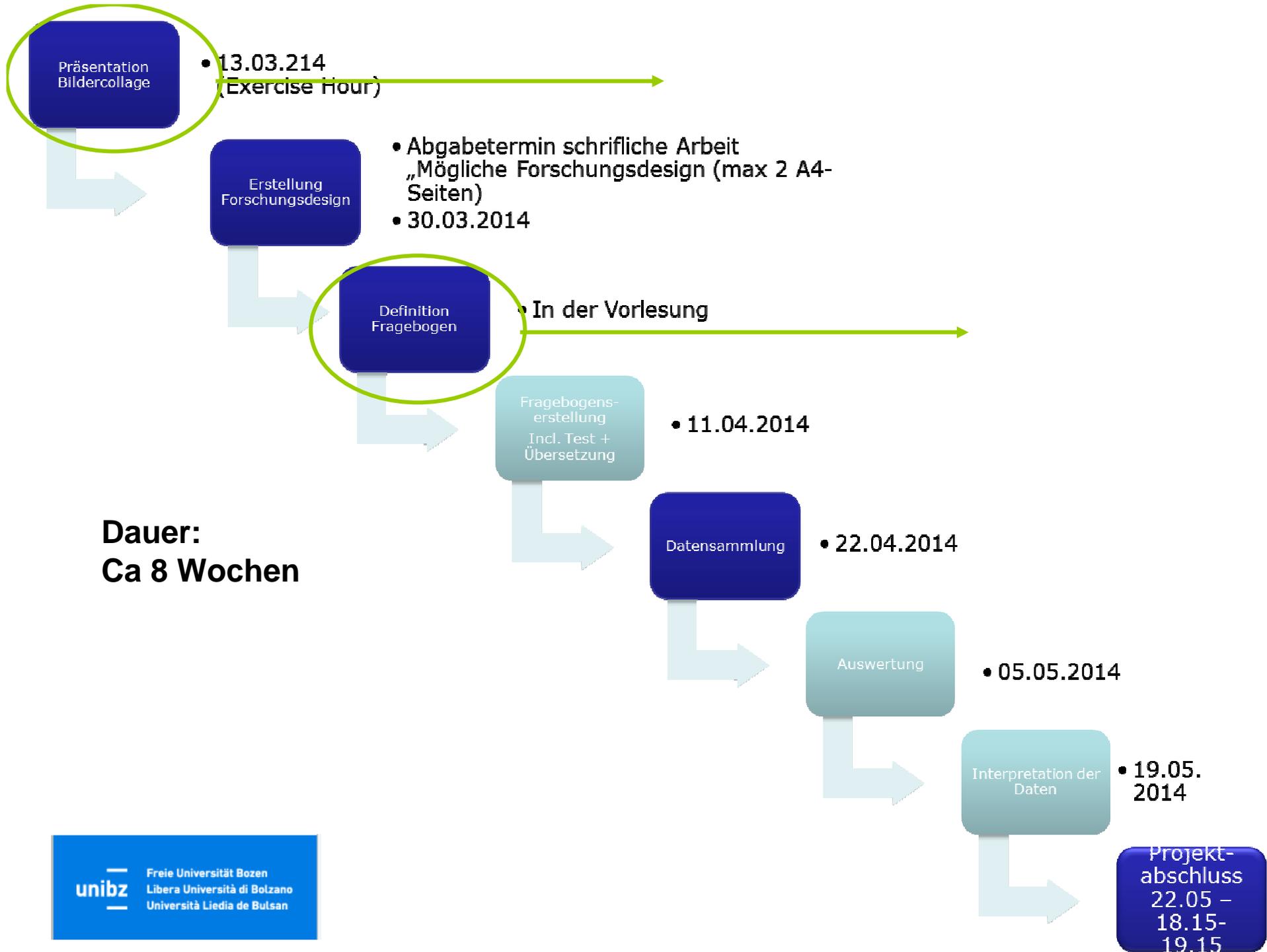


Collagen



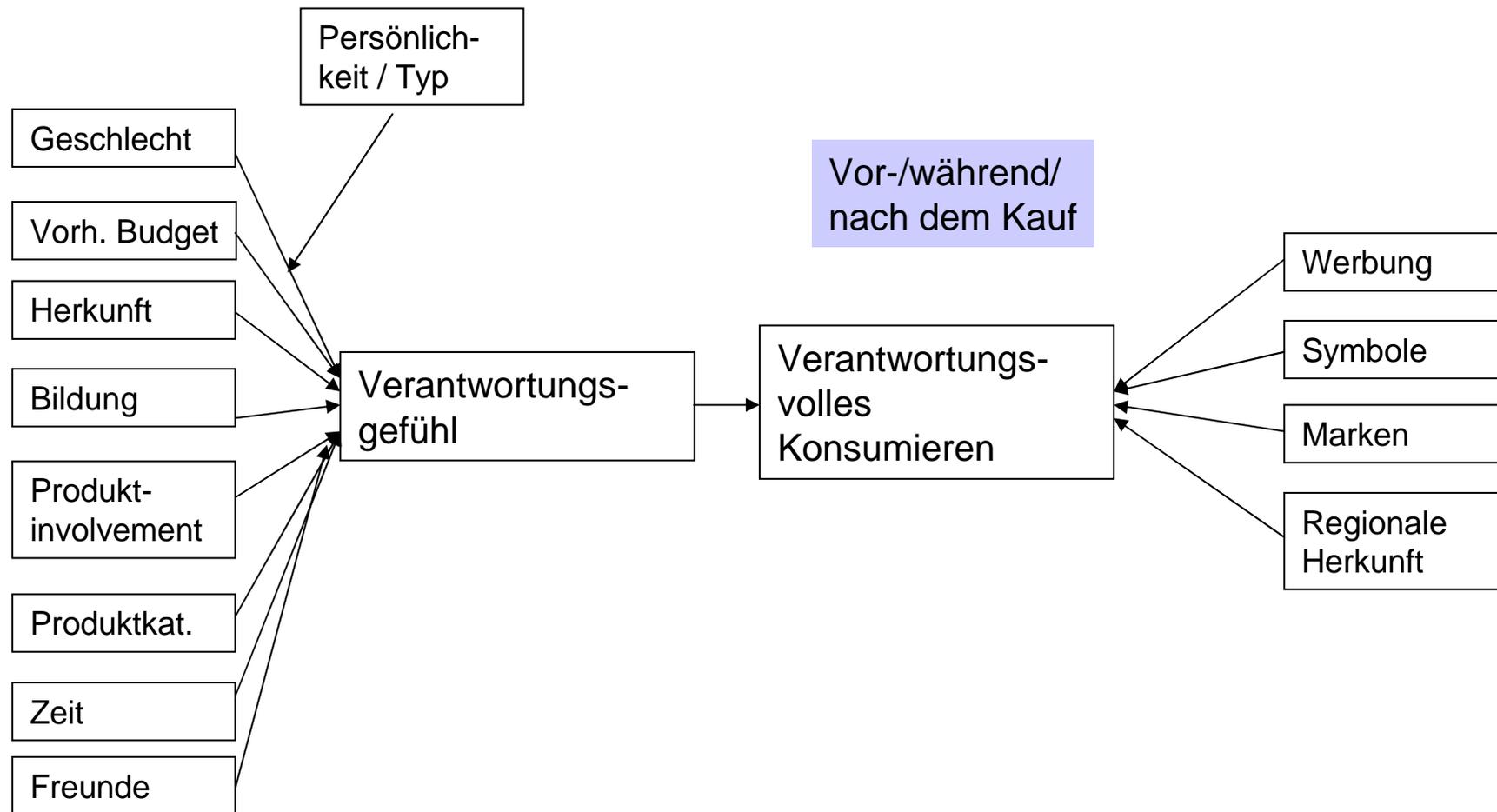
Fazit

„Ja, ich weiss, welche negativen Auswirkungen mein Konsumverhalten hat – aber das zu ändern fällt mir schwer“

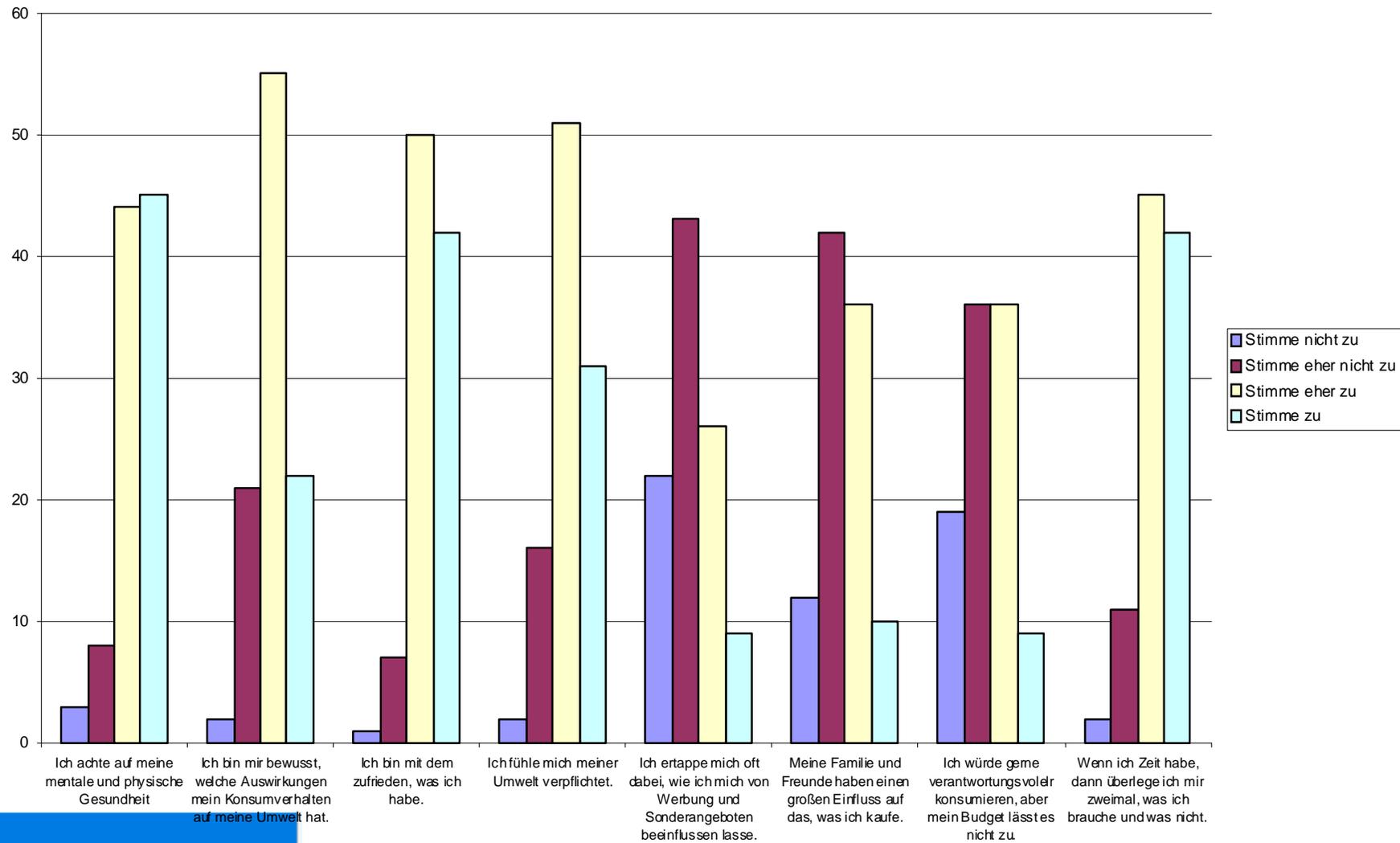


**Dauer:
Ca 8 Wochen**

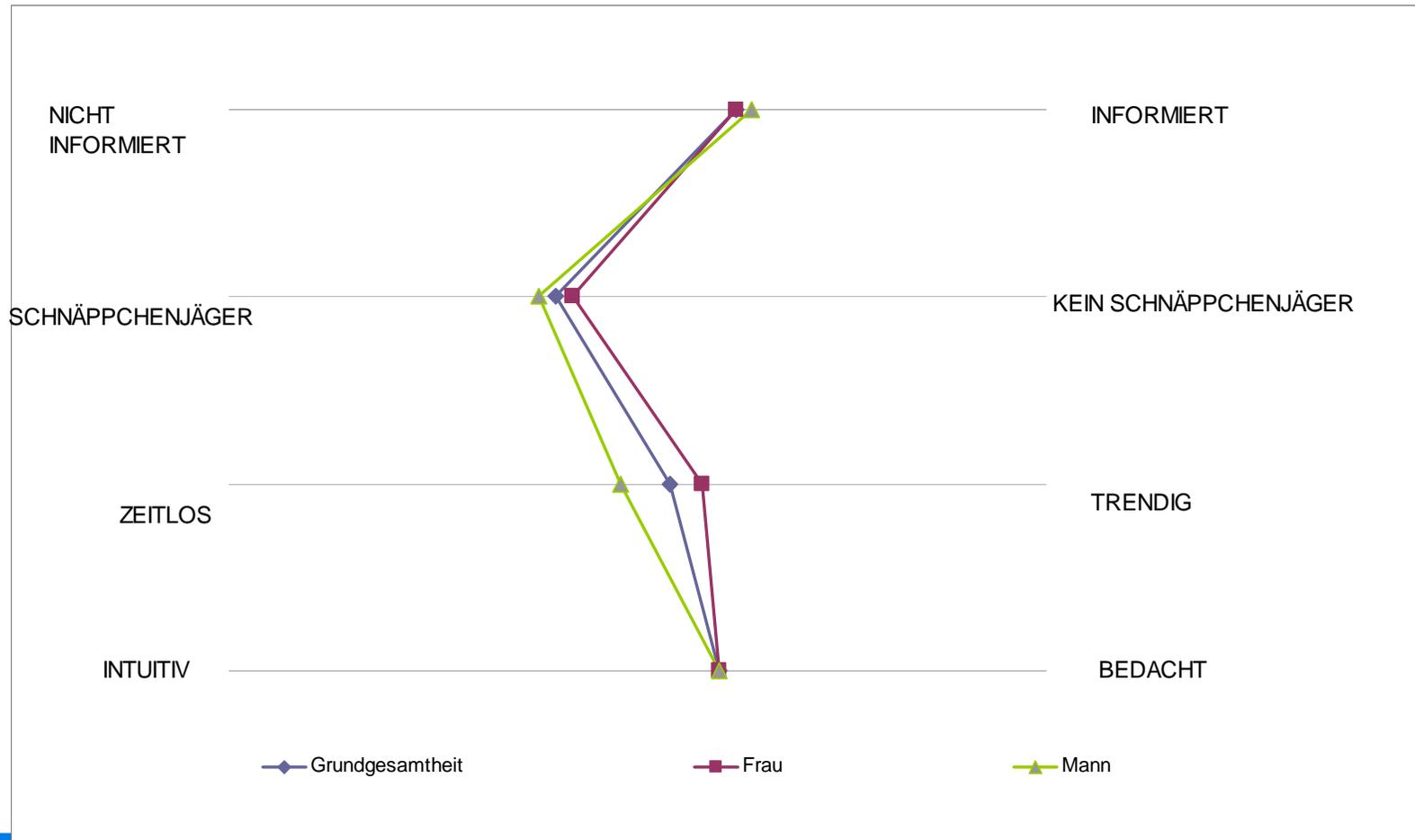
Model für online Befragung



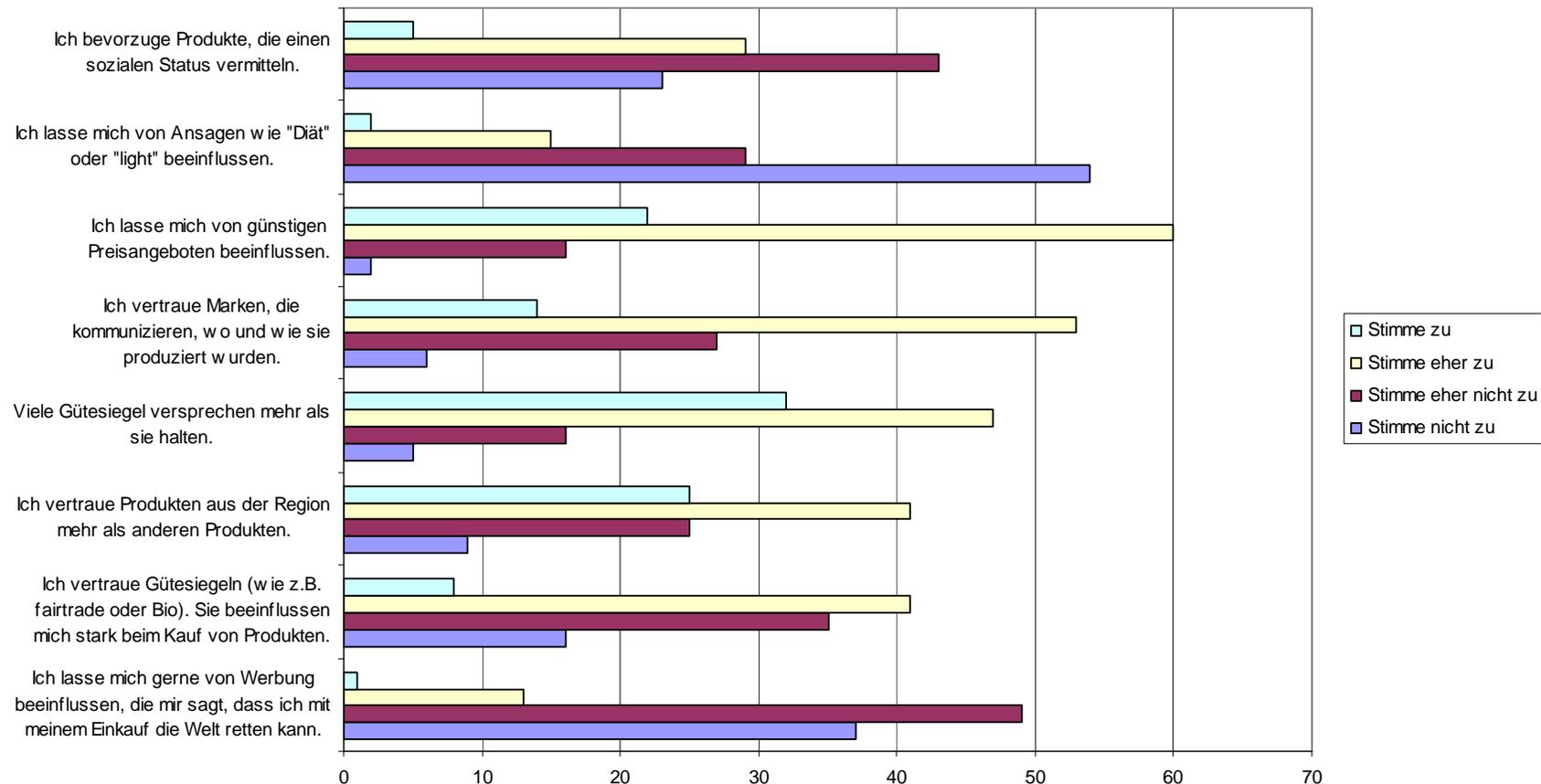
Verantwortungsgefühl



Persönlichkeit / Einkaufstyp

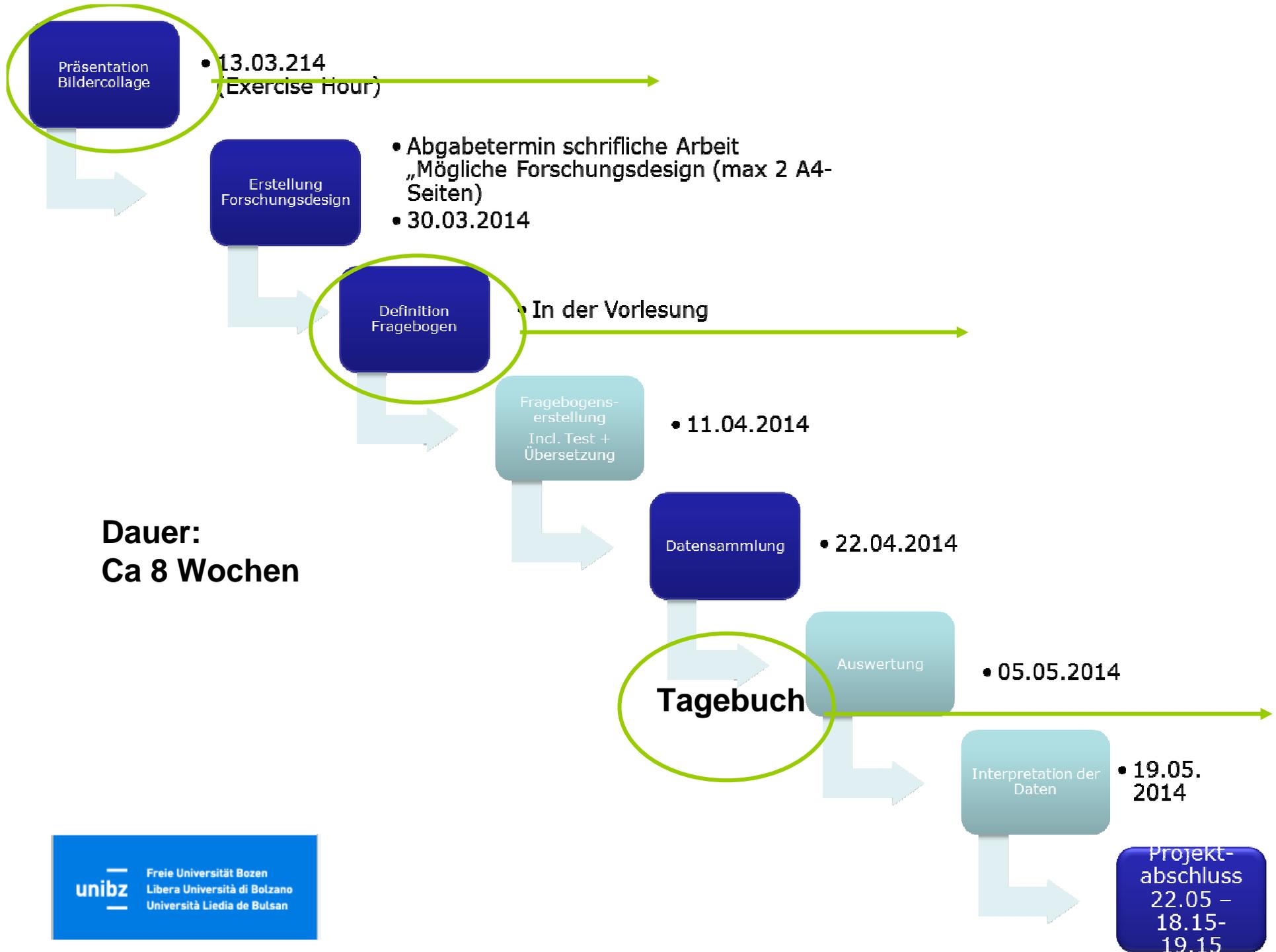


Welche Marketingaktivitäten funktionieren...



Fazit

- Junge Erwachsene wissen, welche Auswirkungen ihr Konsumverhalten hat
- limitiertes Budget wird oft als Entschuldigung herangezogen, dass nicht „achtsam“ konsumiert werden kann; gleichzeitig ist wenig vorhandenes Geld der Treiber für achtsamen Konsum
- nicht alles an Marketingaktivitäten funktioniert

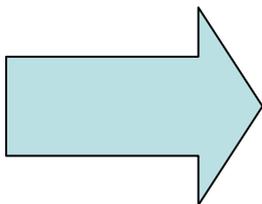


**Dauer:
Ca 8 Wochen**

Tagebuch-Erkenntnisse

Die Mehrheit der Befragten kauft achtsam bei Lebensmitteln (Obst, Gemüse, Milch) ein – regionale Produkte werden bevorzugt.

Viele gebrauchen Stofftaschen für den Einkauf / Wiederverwendung von gekauften Plastikflaschen



Trotz vermehrtem Auseinandersetzen über einen Zeitraum von 8 Wochen, gibt es keine bemerkenswerte Veränderung im Kaufverhalten

Fragen für Sie und die Diskussion

- Sollen / Wollen / Müssen Unternehmen einen Beitrag leisten, um „achtsamen“ Konsum in frühen Lebensjahren eines Menschen zu unterstützen?
- Gibt es so was wie eine politische Rolle von Unternehmen? Wenn ja, wie soll sich diese manifestieren?