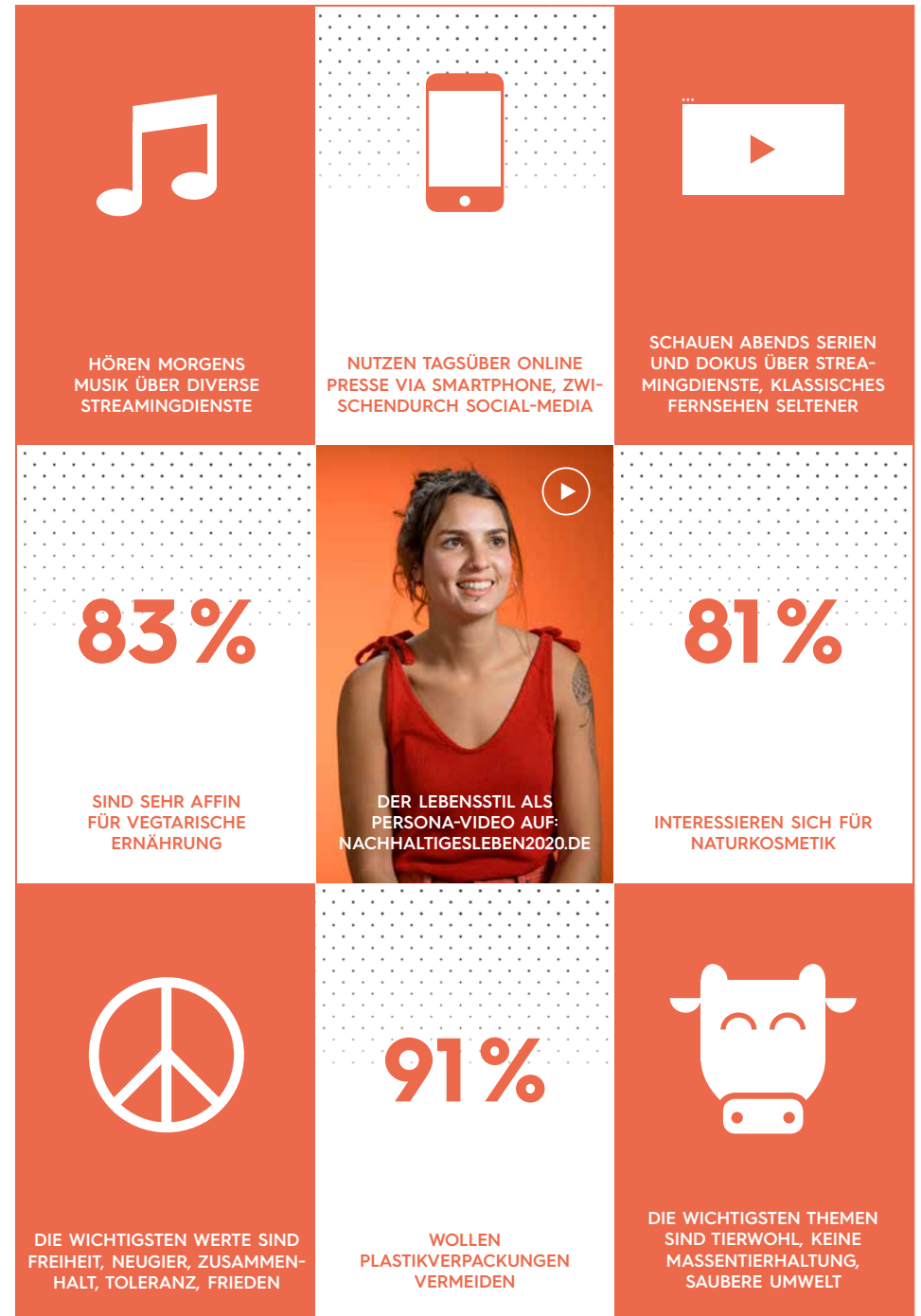
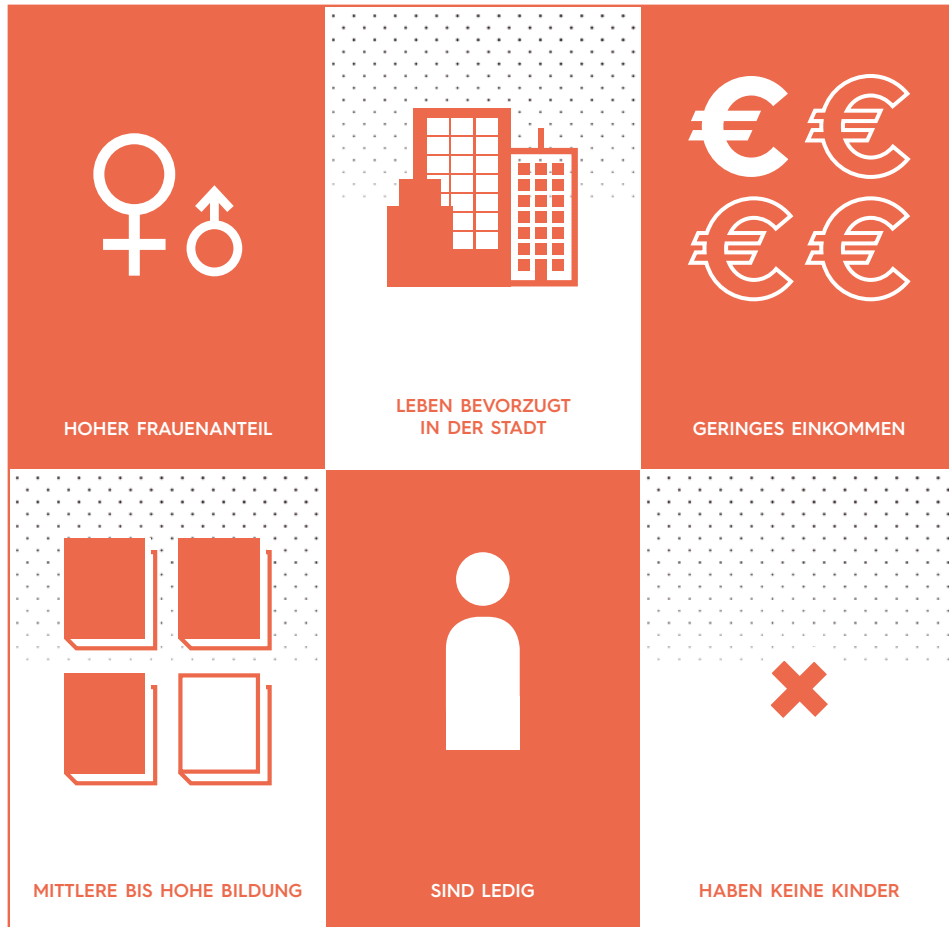


Couragierte Weltretter

BEWUSSTE GEN Z UND GEN Y

FÜR EINEN GROSSTEIL DIESES SEGMENTS GILT:



»Nachhaltigkeit bedeutet für mich, dass ich bevor ich etwas kaufe, nochmal genau darüber nachdenke: Brauche ich das wirklich? Welche Auswirkungen wird es auf die Umwelt haben.«

MASSNAHMEN

Die couragierten Weltretter vermeiden Plastiktüten beim Einkaufen. Obst wird ausschließlich ohne Verpackung oder Tüten mitgenommen. Viele nutzen einen wiederverwendbaren Coffee-to-go-Becher.

Außerdem ernähren sich die couragierten Weltretter größtenteils vegetarisch. Mode wird nur so viel wie nötig gekauft. Beim Kauf achten die couragierten Weltretter auf nachhaltige Marken und verzichten auf Fast Fashion Label wie H&M oder Zara. Viele legen Wert auf Kosmetik ohne Tierversuche und bevorzugen Naturkosmetik.

MOTIVE

Die couragierten Weltretter mögen Tiere und haben Mitleid mit ihnen, deswegen sind sie strikt gegen Massentierhaltung. Viele von ihnen sind stark verunsichert, wenn sie an die Zukunft der Welt denken. Sie fühlen sich dazu verpflichtet, sich einzusetzen, da ihnen bewusst ist, dass sie etwas bewirken können.

Ihre Impulse, etwas zu einer besseren Welt beizutragen, kommen vor allem von ihrer Peergroup.

BARRIEREN

Größte Barriere sind begrenzte finanzielle Möglichkeiten aufgrund ihres geringen Einkommens. Außerdem haben sie Zeitmangel – gerne würden sie sich noch stärker ehrenamtlich engagieren, für soziale Projekte spenden oder lieber bei Unternehmen kaufen, die sich für Umwelt und Soziales engagieren. Sie wünschen sich mehr Unterstützung von ihren Freunden und der Familie.

MARKENWELT

- MARKEN, DIE SICH ENGAGIEREN
- PFLANZLICHE ALTERNATIVEN ZU TIERISCHEN PRODUKTEN (Z.B. MILCH)
- NEUHEITEN
- GÜNSTIGE PREISE
- MODERNES DESIGN
- NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE
- KOSMETIK MIT TIERVERSUCHEN
- FAST-FASHION LABEL
- KLASSISCHE »ÖKO-OPTIK«