

# Fürsorgliche Gestalter

GEN Y UND GEN X

FÜR EINEN GROSSTEIL DIESES SEGMENTS GILT:



»Nachhaltigkeit bedeutet für mich ›umweltbewusst‹ oder ›umweltfreundlich‹ sowohl auf die Natur als auch auf die Mitmenschen bezogen.«

34

## MASSNAHMEN

Beim Einkauf von Lebensmitteln achten die fürsorglichen Gestalter auf Bio-Qualität und/oder fair trade (belegt durch glaubhafte Siegel).

Elektrogeräte kaufen sie überwiegend mit umweltfreundlicher Energieklasse. Bei Kleidung ist es ihnen wichtig, dass sie ohne Kinderarbeit und möglichst ökologisch hergestellt sind: »Dafür sind wir gerne bereit, etwas mehr Geld auszugeben.« Sie spenden an die Tafel sowie für Kinderhilfsorganisationen.

Das Auto wird nur für große Strecken genutzt, sonst fahren sie mit ihrer Familie Fahrrad oder nutzen öffentliche Verkehrsmittel. Bei Pflegeprodukten und Haushaltsreinigern achten sie auf möglichst natürliche Inhaltsstoffe.

## MOTIVE

Eine starke Motivation ist, für die nächste Generation eine bessere Welt zu hinterlassen. Dieses Segment denkt nicht nur an die eigene Familie, sondern fühlt mit den Kindern und Menschen auf der Welt, denen es nicht so gut geht: »Ich habe schon immer sehr gerne was für die Umwelt und für Menschen die Hilfe brauchen, getan.«

## BARRIEREN

Die fürsorglichen Gestalter würden gerne mehr in Entwicklungsländer spenden, sind sich aber unsicher, ob das Geld da ankommt, wo es benötigt wird. Weitere Barrieren sind für sie Unwissenheit und geringe Transparenz.

## MARKENWELT

⊕ GLAUBHAFTE LABEL UND ZERTIFIKATE

⊕ MARKEN, DIE SICH AKTIV ENGAGIEREN UND DIES ZEIGEN

⊕ NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE, KEINE ZUSATZSTOFFE

⊕ MARKEN, DIE GERECHTIGKEITSTHEMEN KOMMUNIZIEREN

⊖ FALSCHES VERSPRECHEN (WERDEN SIE EINMAL ENTTÄUSCHT, KANN DAS VERTRAUEN NUR SEHR SCHWER ZURÜCKGEWONNEN WERDEN)

⊖ PRODUKTE AUS KINDERARBEIT

⊖ INTRANSPARENZ

35