

Ökoprodukte gelten als altmodisch und teuer

07.07.2006, 08:59 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Pabst Science Publishers*

Zur Verbreitung nachhaltigen Konsums - z.B. ökologischer Produkte - fehlt nach wie vor eine gemeinsame Strategie der beteiligten Akteure in Politik und Wirtschaft, analysieren Dr. Bettina Brohmann und Dr. Ulrike Eberle, Öko-Institut Darmstadt, in der Zeitschrift "Umweltpsychologie" 1/2006.

"Eine verwirrende Zahl von Informations- und Motivationsangeboten adressiert die EndverbraucherInnen" und die Verantwortlichen im Beschaffungswesen. "Analysiert man die einzelnen Vorschläge und Aktionen (des Bundes) genauer, fehlt nach wie vor ein übergreifendes Konzept, eine Vernetzung von Maßnahmen und Strategien sowie ein gemeinsames Verständnis von nachhaltigem Konsum..."

"Ein Beispiel für wenig angemessene Ansprache und Teilhabe ist die bisherige Nachhaltigkeitskommunikation im Rahmen von Produktwerbung und politischen Kampagnen: Sie wirkt in vielen Fällen ökologielastig. Sie bedient sich teilweise moralischer Appelle und fristet eher ein Nischendasein bei bereits sensibilisierten KundInnen ausgewählter Lebensstil-Gruppen."

"Gerade Öko-Produkte haben bei einigen Zielgruppen ein besonders schlechtes Image: Sie gelten als unmodern und teuer. Um die Kaufentscheidung und das Nutzungsverhalten in der Breite auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen zu lenken," müssen diese in Qualität, Handhabung und Preisgestaltung attraktiv sein. Die Autorinnen warnen auch davor, für Ökoprodukte mit einer "Verzichtsästhetik" zu werben.

Bettina Brohmann, Ulrike Eberle:
Nachhaltiger Konsum braucht gemeinsame Visionen und übergreifende Strategien
Umweltpsychologie 2006/1, S. 210-216, www.umps.de

Portrait

Pabst Science Publishers (Lengerich/Westfalen) veröffentlicht zehn psychologische und neun medizinische Fachzeitschriften; darüber hinaus erscheinen bei Pabst aus den gleichen Fachbereichen mehr als hundert Bücher jährlich - teils wissenschaftliche Spezialtitel, teils allgemeinverständliche Fachliteratur.

<https://www.openpr.de/news/92530/Oekoprodukte-gelten-als-altmodisch-und-teuer.html>