



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **TGI-Studie: Wie umweltbewusst sind europäische Verbraucher wirklich?**

**Obwohl über 40 Prozent der Deutschen bereit sind, aus Umweltschutzgründen den eigenen Lebensstil einzuschränken, fahren hierzulande immer mehr Verbraucher mit dem Auto zum Einkaufen. Nur auf der irischen Insel ist die Shopping-Tour mit dem Pkw noch populärer als in Deutschland. Das ist ein zentrales Ergebnis der jüngsten, bevölkerungsrepräsentativen Marktstudie TGI zu den Themen Klimawandel und gelebter Umweltschutz.**

**Frankfurt am Main, 08. Juni 2011.** Obwohl sich fast jeder Deutsche mit Themen wie Klimawandel oder globaler Erderwärmung auseinandersetzt, zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen dem Umweltbewusstsein einerseits und konkretem umweltfreundlichen Handeln andererseits. Dies belegt die aktuelle Markt- und Media-Studie TGI, die Ergebnisse aus insgesamt 67 Ländern berücksichtigt.

„Immerhin 41 Prozent der Deutschen sind bereit, ihren Lebensstil einzuschränken, um die Umwelt zu schützen“, so Stefan Bauer, Leiter von TGI in Deutschland.

Die Bereitschaft der Deutschen, umweltfreundlich zu leben, ist im europäischen Vergleich allerdings eher durchschnittlich ausgeprägt. In einigen europäischen Nachbarländern sind die Menschen eher bereit, das eigene Handeln umweltbewusst auszurichten, so etwa die Franzosen und Türken mit jeweils 53 Prozent oder die Spanier und Polen mit jeweils 50 Prozent. In Ungarn (40 Prozent) und Großbritannien (38 Prozent) möchten dagegen weniger Verbraucher als in Deutschland zugunsten der Umwelt den eigenen Lebensstil verändern.



Die Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und umweltfreundlichem Handeln in Deutschland wird vor allem bei der individuellen Pkw-Nutzung deutlich. Umweltaspekte wie ein geringer Schadstoffausstoß haben beim Kauf eines Autos gerade einmal für 22 Prozent der Befragten einen Einfluss auf die Entscheidung. Auch beim Einkaufen spielt das Auto für die Deutschen eine immer größere Rolle – heute nutzen vier von fünf Befragten den Pkw für die Shopping-Tour. Und das obwohl 98 Prozent der Deutschen angeben, sich mit Umweltthemen zu beschäftigen.

„Die Anzahl der Pkw-Shopper steigt in Deutschland kontinuierlich an – 2006 fuhren nur 57 Prozent mit dem Auto zum Einkaufen, 2008 schon 63 Prozent und 2010 waren es 80 Prozent“, erklärt Stefan Bauer.

Innerhalb Europas sind die Iren mit 87 Prozent hinsichtlich der Pkw-Nutzung beim Einkauf führend. Dagegen nutzen nur 10 Prozent der Türken den Pkw zum Einkaufen.

### **Über TGI**

TGI ist eine Markt- und Media-Studie, die in 67 Ländern weltweit durchgeführt wird. Gemessen werden die Produkt- und Markenverwendung, der Medienkonsum, das Freizeitverhalten sowie Einstellungen und Meinungen von über 700.000 Befragten pro Jahr. Eine typische Studie beinhaltet ca. 4.000 Marken und etwa 500 Produktkategorien. TGI existiert seit 1969 in Großbritannien. Seit 1999 gibt es TGI auch in Deutschland mit Sitz in Frankfurt am Main.

### **Pressekontakt**

TGI Europa  
Stefan Bauer  
Kleyerstraße 88  
60326 Frankfurt  
Tel.: 069 73944 117  
Fax: 069 73944 100  
Stefan.Bauer@kantarmedia.com

Sabrina Behnke  
Hill & Knowlton  
Communications GmbH  
Schwedlerstraße 6  
60314 Frankfurt am Main  
Tel.: 069 97362 59  
Fax: 069 7308 66  
sabrina.behnke@hillandknowlton.com