

Nachhaltigkeit und Digitalisierung und deren Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten

Laura Thunich (M.A.)

Masterarbeit bei Prof. Dr. Michael Bürker (Fakultät Betriebswirtschaft)



Ausgangssituation/Problembeschreibung und Ziel/Methodik

Diese Masterarbeit untersucht die Rolle der Digitalisierung bei der Förderung nachhaltigen Konsumentenverhaltens bei Haushaltsgeräten, die darauf abzielen, den Ressourcenverbrauch zu reduzieren. Die Untersuchung stützt sich auf Sekundärdaten von Bosch Siemens Hausgeräte GmbH (BSH) und eigene, in einer Online-Befragung erhobene, empirische Daten. Hierfür wurden in Deutschland lebende Personen befragt, die nach eigenen Angaben an der Kaufentscheidung für Haushaltsgeräte in ihrem Haushalt beteiligt sind. Es wurden Zusammenhänge zwischen

individuellen Einstellungen, sozialen Normen und wahrgenommener Verhaltenskontrolle in Bezug auf nachhaltiges Konsumverhalten anhand eines erweiterten Modells der Theory of Planned Behavior (TPB) untersucht. Der Fragebogen verwendet geschlossene Fragen mit einer Likert-Skala von 1 bis 5. Die gewonnenen Daten wurden anhand von Hypothesen und mittels statistischer Methoden analysiert und interpretiert. Das Ziel ist es, den Beitrag der Digitalisierung zur ökologischen Nachhaltigkeit zu bestimmen.

Wichtige Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass positive Einstellungen zu digital vernetzten Produkten und umweltfreundliches Kaufverhalten zusammenhängen. Sie bestätigen den positiven Zusammenhang zwischen der Bereitschaft, in den nächsten Jahren ein digital vernetztes Gerät zu kaufen, und der Absicht, umweltfreundliche Produkte zu kaufen. Weiterhin spielen moralische Verpflichtungen und subjektive Normen eine entscheidende Rolle bei der Vorhersage der umweltfreundlichen Kaufbereitschaft.

Andererseits zeigte ein weiteres Ergebnis, dass bei Kenntnis der Einstellung einer Person zu digital vernetzten Produkten nicht automatisch auf die Umwelteinstellung geschlossen werden kann. Zudem kann der Schluss gezogen werden, dass der Zusammenhang zwischen der

Einstellung zur Nachhaltigkeit und dem Kauf von umweltfreundlichen Produkten weniger durch eine positive Einstellung zu digitalen Produkten beeinflusst wird.

Zusammenfassend hat sich die TPB als nützlicher Rahmen erwiesen, um zu verstehen, wie die untersuchten Faktoren die umweltbewusste Kaufabsicht beeinflussen und in welcher Weise Zusammenhänge zwischen den Merkmalen bestehen.



Handlungsempfehlungen

Als Handlungsempfehlung für Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategien lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass es wichtig ist, Verbraucher:innen deutlich zu machen, dass moderne digitale Geräte neben Komfort, Sicherheit und der Übernahme von Aufgaben auch auf eine nachhaltige Entwicklung abzielen. Die Ergebnisse zeigen, dass dieses Verständnis noch nicht stark ausgeprägt ist. Es ist daher wichtig, den Verbrauchern deutlich zu machen, dass nachhaltige Produkte einen klaren Mehrwert für sie selbst und die Umwelt haben.