

Earth Day 2021 - IBM Verbraucherstudie zeigt: Wir wollen mehr Nachhaltigkeit

Am heutigen Earth Day soll weltweit in mehr als 175 Ländern mit vielen Aktionen die Wertschätzung für unsere Umwelt gestärkt und daran erinnert werden, dass wir mit unseren natürlichen Ressourcen nachhaltiger umgehen müssen.

Bei vielen Menschen ist die Bereitschaft für mehr Nachhaltigkeit da. Laut einer aktuellen Konsumentenbefragung* des IBM Institute for Business Value (IBV), bei der über 14.000 Verbraucher_innen in neun Ländern (USA, Indien, Großbritannien, Deutschland, Kanada, Mexiko, Spanien, Brasilien und China) befragt wurden, hat die gerade herrschende Pandemie bei neun von zehn Befragten das Bewusstsein für ökologische Nachhaltigkeit deutlich erhöht.

Weltweit sind viele Verbraucher_innen bereit, für eine nachhaltigere Zukunft aus der eigenen Tasche zu zahlen - und sogar Gehaltseinbußen in Kauf zu nehmen. 62 Prozent der Befragten (Deutschland 51 Prozent) sind bereit, ihr Kaufverhalten zu ändern, um negative Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren. 48 Prozent der befragten Angestellten/ Arbeitssuchenden würden ein geringeres Gehalt akzeptieren, um für ein umweltbewusstes Unternehmen zu arbeiten. Allerdings vertrauen weniger als die Hälfte der Verbraucher_innen (48 Prozent) den Nachhaltigkeitszusagen der Unternehmen und zwei Drittel (64 Prozent) erwarten im kommenden Jahr eine verstärkte öffentliche Kontrolle. Höchste Zeit also für Unternehmen, an nachweisbaren Resultaten zu arbeiten.

Denn wer selbst bereit ist, für mehr Nachhaltigkeit zu sorgen, kann mit Recht auch von den Unternehmen erwarten, dass sie sich bemühen, unsere Welt nachhaltiger zu gestalten. Als ein Unternehmen, das Technologien entwickelt, die zu mehr Nachhaltigkeit führen, ist sich IBM einer besonderen Verantwortung bewusst und arbeitet gemeinsam mit Kunden und Partnern an einer besseren Zukunft. Geleitet wird dieses Vorhaben von den [17 Nachhaltigkeitszielen der UN](#).

Die Ergebnisse der Verbraucherumfrage zeigen, wie Unternehmen aus allen Branchen mit dem Thema Nachhaltigkeit umgehen sollten:

- **Das Engagement für mehr Nachhaltigkeit durch konkrete Beispiele beweisen** . IBM hat das vor Kurzem beispielsweise durch eine weltweite Verpflichtung zu [Null-Treibhausgasemissionen](#) bis 2030 getan.
- **Innovative Technologien nutzen, um mehr Nachhaltigkeit zu erreichen**. Ein Beispiel dafür ist die erste digitale Materialplattform für nachhaltigen Straßenbau von [LafargeHolcim](#).
- **Ein Ökosystem von Partnern aufbauen** , mit denen man Innovation vorantreiben kann. So wie es [Yara](#) mit der Entwicklung einer digitalen Landwirtschaftsplattform gemacht hat.
- **In Innovationen für eine nachhaltigere Zukunft investieren** . IBM und weitere Unternehmen tun das unter anderem im Rahmen des [MIT-Klima- und Nachhaltigkeitskonsortiums](#).

Am Thema Nachhaltigkeit kommt kein Unternehmen mehr vorbei. Produkte und Services, die erwiesenermaßen zu nachhaltigem Handeln beitragen, werden heute bereits von vielen Verbrauchern bevorzugt – Tendenz steigend. Denn wenn es um unsere Umwelt geht, zählt jeder Einzelne.

* Einen ersten Überblick über die Ergebnisse der IBV Studie zur Nachhaltigkeit gibt es hier:

<https://newsroom.ibm.com/2021-04-22-IBM-Study-COVID-19-Pandemic-Impacted-9-in-10-Surveyed-Consumers-Views-on-Sustainability>

Eine Infographik finden Sie hier: <http://ibm.co/sustainability-consumer-research>

*Weitere Informationen für Presse:
Beate Werlin
IBM Unternehmenskommunikation
Beate.Werlin@de.ibm.com*

Additional assets available online:  [Photos \(2\)](#)
 [Documents \(1\)](#)



<https://de.newsroom.ibm.com/2021-04-22-Earth-Day-2021-IBM-Verbraucherstudie-zeigt-Wir-wollen-mehr-Nachhaltigkeit>