

## Presseinformation

### **Studie: Nachhaltigkeit bei Hausgeräten für viele Deutsche mehr Theorie als Alltag – Spanier und Italiener oft führend**

- / Zwei Drittel der Deutschen finden Nachhaltigkeit bei Hausgeräten wichtig und sind bereit, einen Aufpreis zu zahlen.**
- / Deutliches Verbesserungspotenzial besteht in der effizienten Gerätenutzung – dem größten Hebel für den Klimaschutz.**

**München, 11. November 2021 (BSH) – Zwei Drittel der Deutschen würden gern mehr tun, um ihr Konsumverhalten nachhaltiger zu gestalten – 81 Prozent sehen jedoch Marken und Unternehmen in der Verantwortung, sie dabei zu unterstützen. Das ist das Ergebnis einer Umfrage in elf europäischen Ländern<sup>1</sup>, bei der im Auftrag der BSH Hausgeräte GmbH auch deutsche Konsumentinnen und Konsumenten zum Thema Nachhaltigkeit und Hausgerätenutzung befragt wurden.**

Die Umfrageergebnisse verdeutlichen eine grundsätzliche Relevanz von Nachhaltigkeit für deutsche Befragte und bestätigen den langjährigen Ansatz der BSH, als Europas führender Hausgerätehersteller auf diesem Gebiet bewusst Verantwortung zu übernehmen. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil der BSH Geschäftsstrategie, bei der die Verantwortung für die Umwelt, die Gesellschaft und den Geschäftserfolg eine zentrale Rolle spielen. Seit Ende 2020 fertigt die BSH an allen Standorten weltweit CO<sub>2</sub>-neutral und legt großen Fokus auf die Entwicklung ressourcenschonender und effizienter Produkte.

#### **Nachhaltigkeit als Faktor bei Kaufentscheidungen: Deutsche belegen letzten Rang**

Im Ländervergleich schneiden die deutschen Befragten oftmals nur mittelmäßig ab. Vier von zehn Deutschen geben an, bei ihren allgemeinen Kaufentscheidungen eher stark bis sehr stark auf Nachhaltigkeit zu achten – bei den Befragten in Italien (77 %) und Spanien (79 %) sind es fast doppelt so viele. Jedoch ist Nachhaltigkeit für Deutsche wichtiger bei Hausgeräten (67 %) als bei Kleidung (57 %), Mobilität (53 %) und Einrichtungsgegenständen (53 %), nur bei Lebensmitteln (72 %) spielt Nachhaltigkeit eine größere Rolle. Immerhin vier von fünf informieren sich vor oder während des Kaufs darüber, wie nachhaltig ihr neues großes Hausgerät ist. Das BSH Portfolio an innovativen, langlebigen und effizienten Produkten und Serviceangeboten ermöglicht

<sup>1</sup> YouGov-Umfrage in Deutschland, Österreich, Schweden, dem Vereinigten Königreich, Polen, Spanien, Italien, der Niederlande, Belgien, Frankreich, Slowenien im Auftrag der BSH Hausgeräte GmbH im September 2021

Hausgeräte unter den Marken



Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch-Gruppe.

Postanschrift: BSH Hausgeräte GmbH, Corporate Communications, Postfach 83 01 01, 81701 München / Besucher: Carl-Wery-Straße 34, 81739 München /  
Telefon: +49 89 4590-2809, Fax: +49 89 4590-2128, [www.bsh-group.de](http://www.bsh-group.de) / Vorsitzender des Aufsichtsrats: Prof. Dr. Stefan Asenkerschbaumer /  
Geschäftsführung: Dr. Carla Kriwet (Vorsitzende), Dr. Gerhard Dambach, Matthias Ginthum, Dr. Silke Maurer /  
Sitz: München; Registergericht: Amtsgericht München, HRB 75534; WEEE-Reg.-No. DE 57986696

BOSCH und die Bildmarke sind registrierte Marken der Robert Bosch GmbH, Stuttgart. Die BSH Gruppe ist eine Markenlizenznehmerin der Siemens AG.

Konsumentinnen und Konsumenten, Wasser und Energie zu sparen. Doch die BSH geht hier bewusst einen Schritt weiter: „Neben der Reduktion unseres CO<sub>2</sub>-Ausstoßes im Fertigungsprozess verfolgen wir das Ziel, die Emissionen der Scope 3, die z. B. durch die Beschaffung von Gütern und die Nutzung der Geräte verursacht werden, bis 2030 um 15 Prozent zu senken“, sagt Christine Betz, BSH Chief Sustainability Officerin seit Juli 2021.

### **Zwei Drittel sind bereit, einen Aufschlag für nachhaltige Hausgeräte zu zahlen**

Die BSH investiert seit jeher in Forschung und Entwicklung, um nachhaltige Innovationen voranzutreiben – im Jahr 2020 zuletzt 5,1 Prozent des Umsatzes, insgesamt 798 Mio. Euro. Damit spiegelt die BSH die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten wider: Lebensdauer und Qualität (81 %), Funktionalität (74 %) sowie Energie- und Wasserverbrauch (71 %) werden von den deutschen Teilnehmenden bei der Wahl eines großen Hausgerätes am häufigsten als sehr wichtig eingestuft. Zwei Drittel sind zudem bereit, beim Kauf ihres nächsten großen Hausgerätes einen höheren Preis zu zahlen, wenn dieses energieeffizienter und/oder umweltschonender hergestellt ist als ein günstigeres, ansonsten gleichwertiges Modell. Damit landet Deutschland im hinteren Mittelfeld. Die niedrigste Bereitschaft zeigen niederländische Befragte (61 %), die größte italienische (82 %).

Darüber hinaus besteht bei den Deutschen eine grundlegende Bereitschaft, neue Wege der Hausgerätenutzung zu testen: Jede dritte befragte Person kann sich vorstellen, ressourcensparende Hausgeräte zu mieten. Seit Mai 2021 ist BlueMovement, das Hausgeräte-Abomodell der BSH für große Hausgeräte, auch in Deutschland verfügbar. Dies ist ein wichtiger Schritt in Richtung Kreislaufwirtschaft: Die BSH bleibt in Verantwortung und Besitz der Geräte, repariert und bereitet sie nach der Nutzung für den nächsten Haushalt wieder auf und recycelt sie am Lebensende.

### **Deutsche kommen Verantwortung für effiziente Gerätenutzung nur bedingt nach**

Trotz CO<sub>2</sub>-Einsparungen in der Produktion und im Design effizienter Hausgeräte: Der größte Einfluss auf das Klima geht von der Hausgerätenutzung aus und ist somit abhängig vom Verhalten der einzelnen Konsumentinnen und Konsumenten. Hier zeigt die Studie Lücken zwischen Einstellung und Verhalten der Deutschen auf. „Die Ergebnisse zeigen, dass das Thema Nachhaltigkeit die Menschen in Deutschland und anderen europäischen Ländern prägt – insbesondere in Bezug auf Hausgeräte. Wir erkennen jedoch ein klares Optimierungspotenzial bezüglich der effizienteren Nutzung dieser Geräte im Alltag und sehen es als unseren Auftrag, unsere Konsumentinnen und Konsumenten dabei in Zukunft noch besser zu unterstützen und zu informieren“, ergänzt Christine Betz.

Ein entscheidender Faktor zur Minimierung des Ressourcenverbrauchs im Alltag ist die Ausnutzung der Wäschekapazität der Waschmaschine. Doch während 63 Prozent der Deutschen diese so gut wie jedes Mal voll befüllen, tun 15 Prozent dies nur jedes zweite Mal, acht Prozent gar nur jedes dritte Mal und zehn Prozent so gut wie nie bis gar nicht. Das deutliche Schlusslicht in

dieser Kategorie ist jedoch Schweden: Nur 39 Prozent der Befragten geben hier an, die maximale Wäschemenge so gut wie jedes Mal auszunutzen. Auch durch die regelmäßige Nutzung des Eco-Programms lassen sich Umweltbelastung und Stromkosten erheblich verringern. Doch nur 60 Prozent der deutschen Studienteilnehmenden nutzen das Eco-Programm ihres Geschirrspülers bei mindestens jedem zweiten Waschgang, 54 Prozent bei der Waschmaschine. 27 bzw. 31 Prozent dagegen nutzen das Programm so gut wie nie oder gar nicht. Befragte aus Spanien und Italien nutzen das Eco-Programm generell am regelmäßigsten. Jeweils 68 Prozent greifen bei mindestens jedem zweiten Waschgang des Geschirrspülers darauf zurück, bei der Waschmaschine sind es 65 Prozent der Befragten in Spanien und 63 Prozent der Teilnehmenden aus Italien.

Obwohl der Energie- und Wasserverbrauch beim Kauf eines großen Hausgerätes für 92 Prozent der Deutschen relevant ist, ist auch das Wissen über den Verbrauch des eigenen Geschirrspülers im Ländervergleich eher gering. 42 Prozent der Befragten kennen diesen zumindest ungefähr – nur Befragte in Schweden (39 %) und dem Vereinigten Königreich (37 %) schneiden schlechter ab, Polen liegt mit 72 Prozent deutlich vorn. Die Home Connect App der BSH bietet bereits die Möglichkeit, Einstellungen vernetzter Hausgeräte für den individuellen Bedarf anzupassen und gibt Tipps, um den Ressourcenverbrauch zu optimieren.

#### Weitere Informationen



Website: <https://www.bsh-group.com/de/>



Pressematerialien: <https://www.bsh-group.com/de/presse/pressemitteilungen>



Unternehmens-Blog "Stories": [https://stories.bsh-group.com/de\\_DE](https://stories.bsh-group.com/de_DE)



Facebook: <https://www.facebook.com/bshgroup.DE>



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bsh-home-appliances-group/>

## **Über die BSH**

Die BSH Hausgeräte GmbH ist mit einem Umsatz von rund 13,9 Mrd. Euro im Jahr 2020 und 60.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein weltweit führendes Unternehmen der Hausgerätebranche. Zum Markenportfolio des Konzerns gehören neben elf bekannten Hausgerätemarken wie Bosch, Siemens, Gaggenau und Neff auch die Ökosystemmarke Home Connect, sowie verschiedene Servicemarken, darunter Kitchen Stories. Die BSH produziert in rund 39 Fabriken und ist in etwa 50 Ländern vertreten.

Die BSH ist ein Unternehmen der Bosch-Gruppe.

## **Kontakt für Journalistenfragen**

BSH Hausgeräte GmbH  
Pressekontakt Deutschland  
Eva Bauerschmidt  
Telefon: +49 (89) 45903441  
E-Mail: [Eva.Bauerschmidt@bshg.com](mailto:Eva.Bauerschmidt@bshg.com)