

Executive Summary zu der Bachelorarbeit: Bewusster Konsum

Diese Arbeit beschäftigt sich mit dem Einfluss des Umweltbewusstseins und der Beeinflussbarkeit, durch Bezugspersonen oder Bezugsgruppen.

Dazu wurde folgende Forschungsfrage aufgestellt:

Wie wirkt sich die Höhe des Umweltbewusstseins und der Einfluss von Bezugspersonen oder Bezugsgruppen, über innere und äussere Effekte, auf das Kaufverhalten, von umweltfreundlichen oder umweltverantwortlichen Produkten, auf die Studierenden der Universität Zürich aus?

Um eine mögliche Antwort auf diese Frage zu finden, wurde auf der Basis von mehreren Effekten untersucht, wie sich die Höhe des Umweltbewusstseins und der Einfluss von Bezugspersonen oder Bezugsgruppen auswirken. Dazu wurde ein Fragebogen konstruiert, mit welchem anschliessend die Studierenden der Universität Zürich befragt wurden. In einer anschliessenden Analyse konnten folgende Erkenntnisse gewonnen und die Forschungsfrage, wie folgt, beantwortet werden:

Es konnte gezeigt werden, dass das Umweltbewusstsein einen Einfluss besitzt, welcher sich mit steigender Höhe des Umweltbewusstseins, wie folgt äussert:

Positiv, auf den Kauf von umweltfreundlichen und umweltverantwortlichen Produkten. Auch positiv, über den Kauf, auf die eigene Wahrnehmung, als umweltfreundliche oder umweltverantwortliche Person. Diese hat wiederum einen positiven Einfluss auf den Kauf. Ebenfalls positiv, auf die Bereitschaft, das eigene Konsumniveau zu überdenken und aktiv etwas für die Umwelt zu tun. Wiederum bestand ein positiver Einfluss auf die Wirkung von Botschaften mit Themen, wie umweltfreundliches Konsumieren und ein tendenziell positiver Einfluss auf die Studierenden, sich durch den Kauf umweltfreundlicher und umweltverantwortlicher Produkte, selbst inszenieren.

Auch konnte gezeigt werden dass die Beeinflussbarkeit durch Bezugspersonen oder Bezugsgruppen, mit steigender Höhe, tendenziell positiv die Bereitschaft beeinflusste, den Erwartungen von Bezugspersonen oder Bezugsgruppen, Folge zu leisten, sowie Ratschläge von Bezugspersonen oder Bezugsgruppe anzunehmen und umzusetzen. Tendenziell positiv war ebenfalls der Einfluss auf umweltfreundliche Einstellungen, sowie das umweltfreundliche Verhalten der Fragebogenteilnehmenden.

Zuletzt konnte aufgezeigt werden, dass die Höhe des Umweltbewusstseins und der Grad der Beeinflussbarkeit durch Bezugsperson oder Bezugsgruppen, einen schwach positiven Zusammenhang aufwiesen.