

Konsum und Nachhaltigkeit: Planung auch bei der Jagd auf Schnäppchen

Die Sucht nach Sonderangeboten ist nicht automatisch schlecht. Es gibt mittlerweile auch Möglichkeiten, Konsum und Nachhaltigkeit zu verbinden, sagt refurbished-Gründer Peter Windischhofer.

 Letztes Update am Sonntag, 28.11.2021, 07:15

 ARTIKEL  DISKUSSION

Wien, Innsbruck – Längst verbreiten sich Trends schnell weltweit, der so genannte „Black Friday“ etwa war ursprünglich der Start in die Weihnachtseinkaufssaison, traditionell immer am Tag nach Thanksgiving, dem vierten Donnerstag im November. Mittlerweile gibt es kaum Läden – in Lockdowns eben online –, die nicht rund um den „Black Friday“ Konsumenten mit Angeboten locken. Anfällig für „Schnäppchen“ ist aber nicht jeder, erklärt der Psychologe Roman Braun. So neigen Männer mit ausgeprägter Fähigkeit zur Selbstkontrolle weniger zum Rabatt-Einkauf. Wer weniger Wert auf die Meinung andere legt, sei auch weniger anfällig für einen Kaufrausch, so Braun.

Die Sucht nach Sonderangeboten sei aber nicht automatisch schlecht. Wichtig sei etwa eine Liste, was wirklich benötigt wird. Zudem gibt es mittlerweile auch Möglichkeiten, Konsum und Nachhaltigkeit zu verbinden, sagt Peter Windischhofer, Gründer von refurbished: „Nachhaltigkeit und Konsum zu vereinbaren und unsere Wirtschaft neu zu denken, gehört bei Start-ups zum guten Ton.“ So sei auch refurbished, ein Marktplatz für refurbished (check) Produkte, seit seiner Gründung 2017 stetig gewachsen und mittlerweile in 13 europäischen Ländern präsent. Grund für den Boom sei, dass die katastrophale Umweltbilanz von Billigwaren den Konsumenten mittlerweile bewusst sei.

„Wichtig ist, sich nicht von oberflächlichen ‚Greenwashing‘-Maßnahmen blenden zu lassen.“

Peter Windischhofer (refurbished-Gründer)


Immerhin könnten laut Experten 40 Prozent der Treibhausgase eingespart werden, wenn das Kaufverhalten der Konsumenten in Richtung Kreislaufwirtschaft verändert wird. Das Einkaufen will Windischhofer Konsumenten aber nicht schlechtreden, es gebe mittlerweile viele Anbieter am österreichischen Markt, die zeigen, dass ein Kaufrausch nicht mit schlechtem Gewissen einhergehen muss. „Wichtig ist aber, sich nicht von oberflächlichen ‚Greenwashing‘-Maßnahmen blenden zu lassen.“ Dass auch Menschen, die nachhaltig leben, von Rabattwellen überrollt werden können, sei klar. Denn Aktionen aktivieren im Hirn das Belohnungszentrum und schütten Glückshormone aus. „Black“, also billig, und „green“ schließen sich aber nicht unbedingt aus, so Windischhofer. Gerade die Corona-Krise habe den Trend zu nachhaltigerem Konsum in allen Bereichen massiv verstärkt. (ver)



Das könnte Sie auch interessieren

TICKER MEISTKOMMENTIERT

- 11:09 14-Jähriger zückte Messer bei Streit in Schwaz: Zwei Jugendliche verletzt
- 10:54 Die Forderung nach einer Impfpremie wird immer lauter
- 10:54 Vater und vierjähriger Sohn tot in Wald bei München gefunden
- 10:53 Saisonales Stimmungstief: Warum der Winter Menschen depressiv macht
- 10:45 Hertha trennt sich von Trainer Dardai und holt Korkut als Nachfolger
- 10:41 Zwei von 20 Wind- und Wettercremes fielen im Test durch
- Tiroler Omikron-Fall nun bestätigt: Region im Lockdown

 Alle News anzeigen

Die aktuellsten TT-Tourentipps