**Medieninformation**

**Marktforschung belegt schlechte Energiegewohnheiten**

**Jahreswechsel ist die Zeit für gute Vorsätze. Im neuen Jahr soll alles besser gemacht werden als im alten. Wie wäre es mit energieeffizienterem Handeln? Denn eine aktuelle von Beko in Auftrag gegebene Umfrage zeigt, dass fast neun von zehn Personen zugeben, dass sie die besten Praktiken für Energieeffizienz im Haushalt ignorieren.**

Wien, 10. Jänner 2023. Eine aktuelle Umfrage unter 6.000 Hausbesitzer:innen und Mieter:innen zeigt, dass fast 9 von 10 (89 Prozent) der Befragten weltweit bestätigen, dass sie die besten Praktiken für Energieeffizienz im Haushalt ignorieren. Und dass, obwohl 80 Prozent der Befragten wissen, wie sie ihre Haushaltsgeräte energieeffizient nutzen können. Die von der führenden Hausgerätemarke Beko in Auftrag gegebene Umfrage befasst sich mit den weltweiten Einstellungen und Verhaltensweisen der Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf Energieeffizienz [[1]](#footnote-1) und ist Teil der jüngsten Kampagne von Beko, mit der die effiziente Nutzung von Küchengeräten im Haushalt beleuchtet werden soll.

Die Ergebnisse zeigen ein widersprüchliches Bild: So glauben weltweit 87 Prozent an die Bedeutung der Energieeffizienz und 78 Prozent haben ein Interesse daran, Produkte zu kaufen, die die Effizienz ihres Haushalts verbessern. Die Mehrheit der Befragten ignoriert jedoch die besten Praktiken (89 Prozent). Viele legen auch energieineffiziente Verhaltensweisen an den Tag, von denen bekannt ist, dass sie Energie verschwenden, wie beispielsweise:

- Die Kühlschranktür offen zu lassen, um zu überlegen und zu entscheiden, was gegessen werden soll (29 Prozent)

- den Gefrierschrank eingesteckt zu lassen, obwohl er leer ist (20 Prozent)

- Geräte länger aufzuladen als nötig (37 Prozent).

**Einstellungsphobie**

Die "Einstellungsphobie" – ein von Beko geprägter Begriff – ist ebenfalls für ineffiziente Energiepraktiken im Haushalt verantwortlich, da fast 3 von 5 Personen (59 Prozent) befürchten, dass sie bei der Verwendung von Haushaltsgeräten die falsche Einstellung wählen könnten, und aus Angst davor behalten sie die gleiche, manchmal ineffiziente, Einstellung bei.

**Generation Z: Eine Generation mit überraschenden Verhaltensweisen**

Die Generation Z hat sich als kenntnisreichste Gruppe erwiesen, wenn es um Energieeffizienz geht: Über 60 Prozent der Generation Z lesen die Gebrauchsanweisung, nachdem sie ein neues Gerät gekauft haben. Trotz dieses Produktwissens zeigen die Daten jedoch, dass die Gen Z oft versehentlich Fehler macht, wenn es um ihre Geräte geht. 76 Prozent haben schon einmal die falsche Einstellung an ihrem Gerät verwendet, was dazu führte, dass ihre Lebensmittel/Getränke verdorben sind oder ihre Kleidung beschädigt wurde.

**Menschen über 64 kennen die Vorteile von energieeffizienten Produkten nicht**

Die Ergebnisse zeigen, dass die Generation 64+ zwar nicht an energieeffiziente Produkte glaubt, aber sehr wohl an energieeffizientes Handeln. Die Gruppe der Über-64-Jährigen priorisiert die Energieeffizienz am wenigsten, wenn sie neue Produkte kauft, denn nur 6 von 10 (63 Prozent) ergreifen derartige Maßnahmen, verglichen mit jüngeren Generationen (81 Prozent der Millennials). Und 67 Prozent der Oldies sind nicht daran interessiert, ihre aktuellen Produkte zu ersetzen. Die Über-64-Jährigen sind jedoch die Gruppe, die nach eigenen Angaben am besten weiß, wie sie alle ihre Geräte am effizientesten nutzen kann (86 Prozent), obwohl beispielsweise die Mehrheit die gleichen Einstellungen an ihrer Waschmaschine beibehält.

Die Umfrage gibt auch Aufschluss darüber, wie sich die Einstellungen und Kenntnisse über die besten energieeffizienten Praktiken im Haushalt in den einzelnen Altersgruppen unterscheiden. Personen über 64 Jahre geben an, dass sie den Ofen anlassen, wenn er nicht benutzt wird (56 Prozent), und dass sie die Heizung anstellen bzw. angestellt lassen, wenn die Fenster zum Trocknen der Wäsche geöffnet sind (56 Prozent). Während fast ein Drittel (28 Prozent) der Generation X zugibt, einen leeren Gefrierschrank angeschlossen zu lassen.

Die Ergebnisse, die eine Kluft zwischen dem Wissen und dem Verhalten der Verbraucher:innen aufzeigen, machen deutlich, dass mehr getan werden muss, um sicherzustellen, dass die Verbraucher:innen die Effizienz ihrer Geräte zu Hause maximieren.  „Die Daten geben uns einen faszinierenden Einblick, wie sich die Einstellung zur Energieeffizienz weltweit entwickelt. Wir bei Beko sind ständig bestrebt, qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, die den sich ändernden Bedürfnissen unserer Verbraucher:innen und der Umwelt gerecht werden. Während wir nach Möglichkeiten suchen, innovative Lösungen für ein effizienteres Leben zu finden, aufbauend auf unserer neuesten SaveWater™- und der beliebten AquaTech®-Technologie, die ein energieeffizientes und nachhaltiges Heimerlebnis bieten, ist es interessant zu verstehen, wie die Haushalte selbst reagieren“, so Margit Anglmaier, Manager Marketing & Communications von Beko.

**Zeit für neue Gewohnheiten**

„Das Jahr hat gerade erst begonnen. Zeit, sein Verhalten anzupassen“, so Anglmaier. Untersuchungen des University College London[[2]](#footnote-2) haben ergeben, dass es im Durchschnitt 66 Tage dauert, bis eine neue Gewohnheit verinnerlicht wurde. Es gibt eine Reihe einfacher, nachhaltiger Veränderungen, die die Verbraucher:innen im Haushalt und im Alltag vornehmen können, um etwas zu verändern:

1. Ein gut bestückter Geschirrspüler ist im Durchschnitt viermal wassersparender als das Spülen mit der Hand pro Gedeck.[[3]](#footnote-3)
2. Mindestens elf cm Abstand zwischen der Rückseite des Kühlschranks und der Wand dahinter. Dadurch kann die Wärme besser abgegeben werden.[[4]](#footnote-4)
3. Ein Backofen behält seine Temperatur bis zu zehn Minuten nach dem Ausschalten bei (solange die Tür geschlossen bleibt). Eine Möglichkeit, den Energieverbrauch zu senken, besteht also darin, den Backofen beim Kochen etwas früher auszuschalten. [[5]](#footnote-5)

Graphiken: Schlechte Energieeffizienz-Gewohnheiten: Aktuelle Studie von Beko

© Beko Grundig Österreich AG

**Über Beko**

Beko ist eine der Top 3 Haushaltsgroßgeräte-Marken in Europa (Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021). Das Sortiment wird weltweit in über 100 Ländern vertrieben und umfasst Elektrogroßgeräte aus den Bereichen Kühlen & Gefrieren, Waschen & Trocken sowie Kochen & Backen. Wie hoch die Qualität und wie stark die Umwelt- und Preis-/Leistungsmerkmale von Beko-Produkten sind, beweisen die regelmäßigen Auszeichnungen wichtiger europäischer Verbraucherorganisationen wie Stiftung Warentest. Beko entwickelt ausschließlich Produkte, mit deren Hilfe alle Konsumentinnen und Konsumenten einen gesunden Lebensstil führen können. Entdecken Sie mehr unter [www.beko.com/at-de](http://www.beko.com/at-de)

**Über die Beko Grundig Österreich AG**

Die Beko Grundig Österreich AG ist international einer der bedeutendsten Marktteilnehmer im Bereich Home Electronics. Das Unternehmen ist in Österreich die Dachorganisation der Marken Beko, eine der Top 3 Haushaltsgroßgeräte-Marken in Europa (Quelle: Euromonitor International Limited; Haushaltsgroßgeräte gemäß Hausgeräte 2022, nach Absatzvolumen, Daten aus 2021), elektrabregenz und Grundig. 40 Mitarbeiter:innen steuern von der Zentrale im 23. Wiener Gemeindebezirk aus, die nationalen Aktivitäten der Bereiche Marketing, Vertrieb, Produktmarketing, After Sales Service, HR, Finance, Logistik und Supply Chain sowie den Innendienst. Dabei haben die Nähe zu Kunden und ihre Bedürfnisse stets oberste Priorität: In dem breiten Sortiment finden alle Marktteilnehmer die für sie passenden Produkte. Um maximale Produktqualität gewährleisten zu können, werden die Geräte größtenteils selbst in 28 hochmodernen Fertigungsstätten der Muttergesellschaft Arçelik in Europa, Asien und Afrika hergestellt. Das Besondere: Die Werke arbeiten nach einer schon vor vielen Jahren in allen Unternehmens-, Entwicklungs- und Produktionsbereichen implementierten Nachhaltigkeitsstrategie, die nach internationalen Standards zertifiziert wurde – zum Beispiel 2020 vom Dow Jones Sustainability Index bereits zum zweiten Mal in Folge als nachhaltigstes Unternehmen der Hausgeräteindustrie.

**Rückfragen richten Sie bitte an:**

|  |  |
| --- | --- |
| Dr. Alexandra Vasak   Reiter PR   Tel.: +43/699/120 895 59  alexandra.vasak@reiterpr.com    | Mag. (FH) Margit Anglmaier / Manager Marketing & Communications   Beko Grundig Österreich AG    Tel.: +43/664/384 42 30   margit.anglmaier@bg-austria.at    |

1. Die Studie wurde im September 2022 von Beko in Zusammenarbeit mit OnePoll durchgeführt. Für die Studie wurden insgesamt 6.000 Hausbesitzer und Mieter in Großbritannien, Südafrika und Thailand befragt. [↑](#footnote-ref-1)
2. Lally, P., 2009. „How long does it take to form a habit?“ Vgl. <https://www.ucl.ac.uk/news/2009/aug/how-long-does-it-take-form-habit> [↑](#footnote-ref-2)
3. West, A., 2020. „Dishwashers vs hand-washing: which is better?“ Vgl. <https://www.which.co.uk/news/2020/09/which-research-reveals-how-little-water-dishwashers-use-compared-to-hand-washing/> [↑](#footnote-ref-3)
4. Uswitch. 2021. „Energy efficient cooking - use less energy when cooking“ Vgl. <https://www.uswitch.com/energy-saving/guides/energy-efficient-cooking/> [↑](#footnote-ref-4)
5. OVO Energy. 2015. „How to save energy in the kitchen“ Vgl. <https://www.ovoenergy.com/blog/lifestyle/how-to-save-energy-and-money-in-the-kitchen> [↑](#footnote-ref-5)