

FEEL-GOOD EXPERIENCE

Der Wunsch der Konsumenten nach einem ökologisch nachhaltigen Lebensstil richtet sich nicht mehr nur gegen verschwenderische und umweltschädliche Konsumgüter. Er wird auch auf die Shopper Experience selbst übertragen.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Angesichts von Artensterben, Klimakatastrophen und zugemüllter Weltmeere wächst das Bewusstsein der Menschen, dass der exzessive Konsum der vergangenen Jahrzehnte eine Sackgasse für unseren Planeten ist.
- Die Mehrheit der Verbraucher ist bereit, ihre Konsumgewohnheiten definitiv oder zumindest wahrscheinlich zu ändern, um die negativen Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren (Nielsen, 2018).
- Obwohl die Bereitschaft wächst, über das eigene Einkaufsverhalten nachzudenken, ist die große Mehrheit der Konsumenten immer noch der Ansicht, dass die Verantwortung für die Umwelt bei den Unternehmen liegt (Nielsen, 2018)

WARUM ER RELEVANT IST

- Die Nachhaltigkeit von Produkten und Prozessen nimmt einen immer größeren Raum im Wertsystem der Menschen ein und wirkt sich auf ihr Konsum- und Shopping-Verhalten aus.
- Die Konsumenten suchen nach Transparenz, Orientierung und Unterstützung. Sie erwarten von Händlern und Marken innovative Lösungsansätze, die ihnen ein Shopping-Erlebnis ohne Reue ermöglichen.
- In der Experience Economy, in der Shopper primär Erfahrungen und keine Produkte kaufen, richtet sich die neue Nachhaltigkeit nicht nur gegen einen exzessiven Konsum zulasten der Umwelt. Sie überträgt sich auf das Einkaufserlebnis selbst.