

Pressemitteilung

Studie zum Energiesparen im Haushalt zeigt Zickzackkurs von Verbraucherinnen und Verbrauchern

- ▶ Über 80 Prozent wollen grundsätzlich mehr Energie sparen
- ▶ Für drei von vier Befragten sind Energiekosten der entscheidende Anreiz
- ▶ Mehr als 60 Prozent achten beim Einkauf „sehr stark“ auf nachhaltige Kriterien
- ▶ Nach dem Kauf hört's aber auf: Sparpotenziale bleiben häufig ungenutzt

Die Energie- und Klimakrise sensibilisiert Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland. Wie der Hamburger Marktforscher Appinio im Auftrag von Miele ermittelt hat, wollen die Menschen beim Einkauf von Lebensmitteln, Hausgeräten oder Kleidung mehr auf nachhaltige Kriterien achten. Danach hört es aber bei den meisten offenbar schon wieder auf: So lassen Verbraucherinnen und Verbraucher viel Potenzial, das etwa die regelmäßige Nutzung von Eco-Programmen ihnen bietet, für Umwelt und Geldbeutel liegen. Dabei ist gerade Letzteres ein entscheidender Anreiz für sparsames Verhalten. Befragt wurden je 500 repräsentativ ausgewählte Männer und Frauen (Erhebungszeitraum: Mitte Juli 2023).

Rund 82 Prozent der befragten Personen zwischen 18 und 65 Jahren geben an, seit Beginn der Energiekrise stärker auf ihren Energieverbrauch zu achten. Auch Stromsparen hat für 86 Prozent hohe Priorität. Drei von vier Verbraucherinnen und Verbraucher sagen sogar, sie versuchen so klimafreundlich wie möglich zu leben. Offenbar klaffen Anspruch und Wirklichkeit aber weit auseinander. So nehmen zwar 61 Prozent für sich in Anspruch, bei der Anschaffung von Produkten „sehr stark“ auf Nachhaltigkeitskriterien zu achten.

Doch danach setzen viele Menschen selbst simple Maßnahmen nicht um – etwa das Eco-Programm an ihren Hausgeräten. Lediglich rund 15 Prozent geben an, dieses an der Waschmaschine überwiegend zu starten, immerhin 30 Prozent am Geschirrspüler. Doch nur jede zehnte Person wählt den Eco-Modus am häufigsten bei Wasch- und Geschirrspülmaschine gleichermaßen. Dabei hat etwa die Stiftung Warentest in ihrem aktuellen [Geschirrspüler-Test](#) (Juli 2023) die Eco-Programme in nahezu allen Fällen besonders gut bewertet. Und: Wer das Eco-Programm konsequent nutzt, spart in zehn Jahren bis zu 335 Euro an Betriebskosten.

„Beim Thema Nachhaltigkeit vollziehen Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland offenbar einen Zickzackkurs. Sie wollen Energie sparen, sind aber hin- und hergerissen,

wenn es ans Umsetzen geht. Dadurch lassen sie leider noch viel Potenzial liegen. Wir unterstützen sie dabei, die Einsparpotenziale bestmöglich zu heben“, sagt Rebecca Steinhage, als Miele-Geschäftsführerin unter anderem für Personal und Nachhaltigkeit verantwortlich.

Ressourcenschonung auch eine Altersfrage

Befragte im Alter von 55 bis 65 Jahren, also die vielzitierten Babyboomer, sagen zu rund 92 Prozent überdurchschnittlich häufig, seit der Energiekrise mehr Energie einsparen zu wollen. Dagegen geben dies von den Befragten zwischen 18 und 34 Jahren nur knapp 68 Prozent zu Protokoll. Bei der Aussage, die Energie- und Klimakrise habe Auswirkungen auf ihr Verhalten, ist die Zustimmungsrate bei denjenigen, die nach 1990 geboren wurden, geringer als in der Gesamtbevölkerung. Dagegen verzichten die Babyboomer überdurchschnittlich oft auf das Vorheizen des Backofens, nutzen dessen Restwärme und schalten technische Geräte vollständig aus, statt sie im Stand-by-Modus zu belassen.

Von „Mythen“ und Gewohnheiten

Und dennoch: Die Wäsche ausnahmslos bei 40 oder 60 Grad Celsius reinigen, das Geschirr vor dem Einräumen in die Spülmaschine händisch abspülen oder den Backofen vorheizen – das ist nach wie vor gelebter Alltag in vielen deutschen Haushalten. Mögliche Gründe hierfür sind alte Gewohnheiten oder „Mythen“, die sich fest in den Köpfen verankert haben. So sind 41 Prozent der Befragten, denen Energiesparen „nicht so wichtig“ ist, der Auffassung, dass Geräte mit dem EU-Energieeffizienzlabel „A“ keiner Nutzung von Eco-Programmen bedürfen, da diese per se einen geringen Verbrauch aufweisen. Lediglich 17 Prozent derselben Gruppe wissen nicht, wie sie überhaupt Energie im Haushalt sparen können.

Kundinnen und Kunden wünschen Kostentransparenz

Die Umfrage zeigt auch, dass sich die Menschen in Deutschland nicht nur für Verbrauch und CO₂-Emissionen ihrer elektrischen Geräte interessieren, sondern vor allem für mögliche Einsparungen in Euro und Cent. Rund 48 Prozent der Befragten würde es dem Vernehmen nach motivieren, wenn ihre Geräte – oder mit ihnen verbundene Apps – anzeigen würden, wie viel Geld sie mit energieeffizienten Programmen sparen würden. Die Studie belegt zudem, dass den meisten Befragten der Geldbeutel näher ist als das Klima: 78 Prozent wollen vor allem ihre Ausgaben senken; lediglich 22 Prozent antworteten, dass der Klimaschutz im Zentrum der Bemühungen steht.

Consumption Dashboard unterstützt beim Energie- und Wassersparen

Hier kommt das Consumption Dashboard ins Spiel. Der Verbrauchsmonitor, Teil der Miele App, veranschaulicht Nutzerinnen und Nutzern, wie oft sie welches Programm an ihrer vernetzten Wasch- oder Spülmaschine nutzen – und wie viel Liter Wasser und Strom sie pro Wasch- oder Spülgang verwenden. Auch Tipps für eine effizientere Geräteverwendung zählen dazu. In Kürze funktioniert all dies nicht nur per Anzeige auf dem Tablet oder Smartphone, sondern auch per Sprachsteuerung, zum Beispiel via Amazon Alexa. Auf der weltweit größten Messe für Elektronik und Haushaltsgeräte, IFA, stellt Miele zudem ein Update des Consumption Dashboards mit zusätzlichen Funktionen vor, beispielsweise einem persönlichen Monatsbericht.

Medienkontakt

Dirk Haushalter

Phone: +49 5241 89-1027

E-Mail: dirk.haushalter@miele.com

Über das Unternehmen: Miele ist der weltweit führende Anbieter von Premium-Hausgeräten für die Bereiche Kochen, Backen, Dampfgaren, Kühlen/Gefrieren, Kaffeezubereitung, Geschirrspülen, Wäsche- und Bodenpflege. Hinzu kommen Geschirrspüler, Waschmaschinen und Trockner für den gewerblichen Einsatz sowie Reinigungs-, Desinfektions- und Sterilisationsgeräte für medizinische Einrichtungen und Labore. Das 1899 gegründete Unternehmen unterhält acht Produktionsstandorte in Deutschland, je ein Werk in Österreich, Tschechien, China, Rumänien und Polen sowie die zwei Werke der italienischen Medizintechnik-Tochter Steelco Group. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2022 rund 5,43 Milliarden Euro. In fast 100 Ländern/Regionen ist Miele mit eigenen Vertriebsgesellschaften oder über Importeure vertreten. Weltweit beschäftigt der in vierter Generation familiengeführte Konzern etwa 23.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, etwa 11.900 davon in Deutschland. Hauptsitz ist Gütersloh in Westfalen. www.miele-presse.de

Zu diesem Text gibt es vier Fotos:



Foto 1: Nach dem Kauf hört's auf. Neue Miele-Studie zeigt, dass Energiesparpotenziale bei Hausgeräten noch zu häufig ungenutzt bleiben. (Grafik: Miele)



Foto 2: Das Consumption Dashboard, Teil der Miele App, zeigt Kundinnen und Kunden den Wasser- und Stromverbrauch ihrer Wasch- oder Geschirrspülmaschine auf. Auf der IFA 2023 stellt Miele

erstmals den neuen Monatsbericht vor. (Foto: Miele)



Foto 3: Das Consumption Dashboard, Teil der Miele App, zeigt Kundinnen und Kunden den Wasser- und Stromverbrauch ihrer Wasch- oder Geschirrspülmaschine an. Auf der IFA 2023 stellt Miele erstmals den neuen Monatsbericht vor. (Foto: Miele)

Download Text und Fotos: www.miele-presse.de

Folgen Sie uns:

 @Miele.DE

 @miele_com

 Miele