

# Krisen bringen Konsument:innen vom Pfad zur Nachhaltigkeit ab – oder doch nicht? Learnings aus der Corona-Pandemie

**IKM Impuls**

Luzern, 6. September 2023

**Prof. Dr. Dominik Georgi,** [dominik.georgi@hslu.ch](mailto:dominik.georgi@hslu.ch)

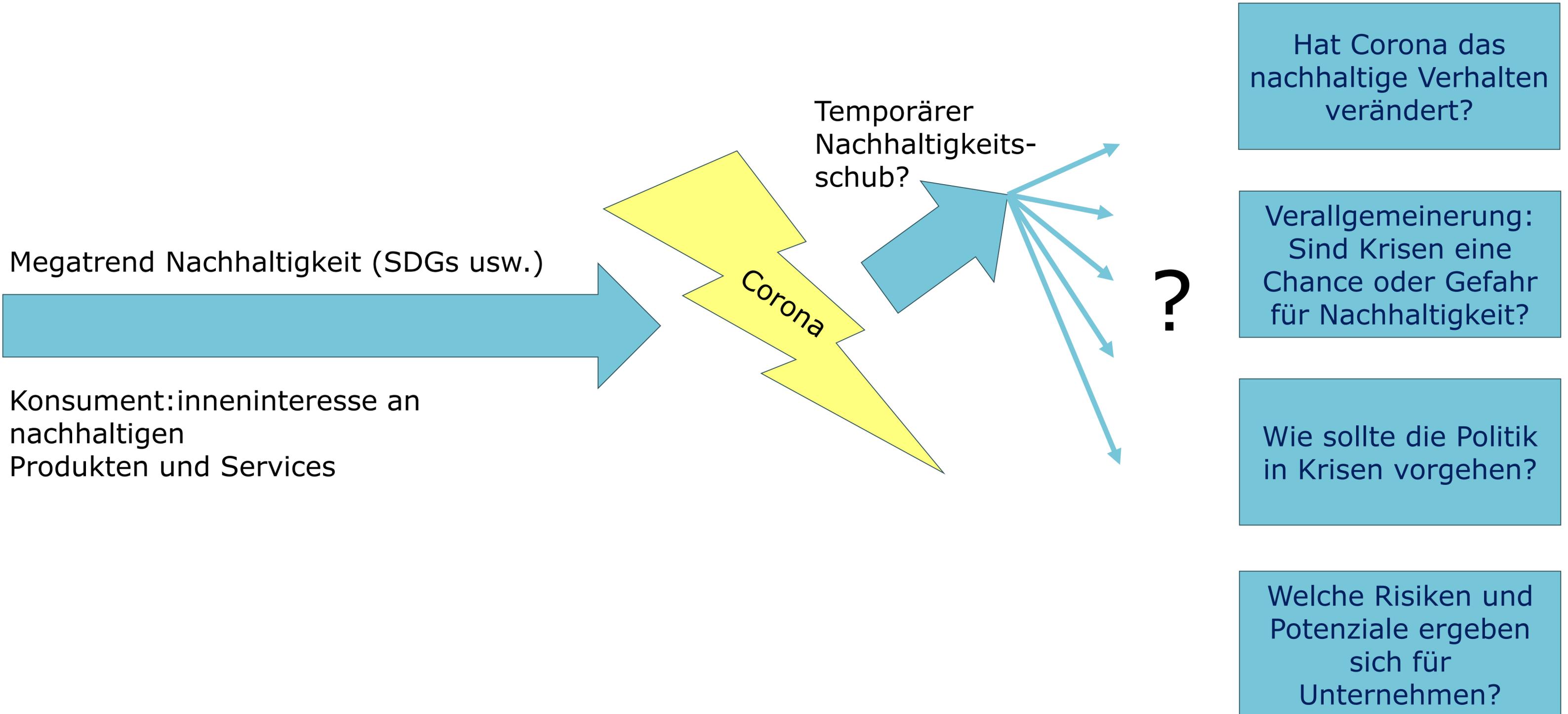
**Laura Oswald,** [laura.oswald@hslu.ch](mailto:laura.oswald@hslu.ch)

**Marcel Zbinden,** [marcel.zbinden@hslu.ch](mailto:marcel.zbinden@hslu.ch)

Competence Center Marketing Management  
Institut für Kommunikation und Marketing IKM  
Hochschule Luzern – Wirtschaft



# Nachhaltigkeit in Krisenzeiten – quo vadis?



# Gerade vor, während und nach Corona ging es auch um Nachhaltigkeit: Beispielhafte Verhaltensänderungen



**Trend zu verstärktem Kauf regionaler und schweizerischer Produkte.**



**Deutlich weniger öV-Nutzung, Reduktion von Flugreisen.**



**Starker Trend zum eigenen Kochen und Backen.**



# Gedämpfter Nachhaltigkeitstrend? Beispiel vegane Produkte



Food & drink industry

## Sales at vegan burger maker Beyond Meat fall by almost a third

US firm cuts revenue forecast as consumers opt for cheaper options amid cost of living crisis

Sarah Butler and Julia Kollewe

Tue 8 Aug 2023 12:58 EDT



It launched with the promise to “eat what you love”, but consumers’ love affair with Beyond Meat’s pricey meat substitutes is waning.

Quelle: [The Guardian, 2023, online](#)

## Neue Studie zeigt: Pflanzliche Fleischalternativen geraten zunehmend unter Druck

16. August 2023



© alexbuess - stock.adobe.com

Eine neue Studie der Rabobank prognostiziert dem Markt für Fleischalternativprodukte aufgrund sinkender Nachfrage und steigender Kosten eine schwierige Zukunft.

Quelle: [vegconomist, 2023](#)

AUTOINDUSTRIE

## VW bringt die Currywurst zurück in die Kantine des Vorstandshochhauses

Die Nachricht vom Currywurst-Aus hatte vor zwei Jahren sogar Altkanzler Gerhard Schröder auf den Plan gerufen. Nun wird in der Kantine wieder Fleisch serviert.

28.08.2023 - 14:29 Uhr • 1 Kommentar • 1 x geteilt



VW-Zentrale in Wolfsburg

Im sogenannten Markenhochhaus wird künftig wieder Fleisch serviert. (Foto: imago/photothek)

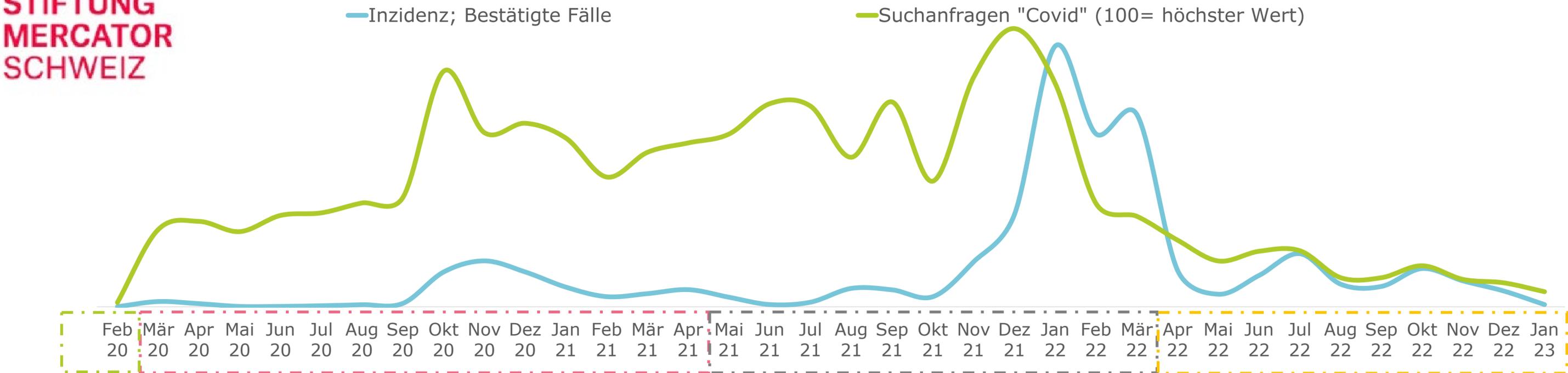
Quelle: [Handelsblatt, 2023, online](#)

# Forschungsprojekt «Corona und nachhaltiges Konsumentenverhalten»

## Sechs Messungen und zwei Sonderuntersuchungen während den vier Phasen der Corona-Krise

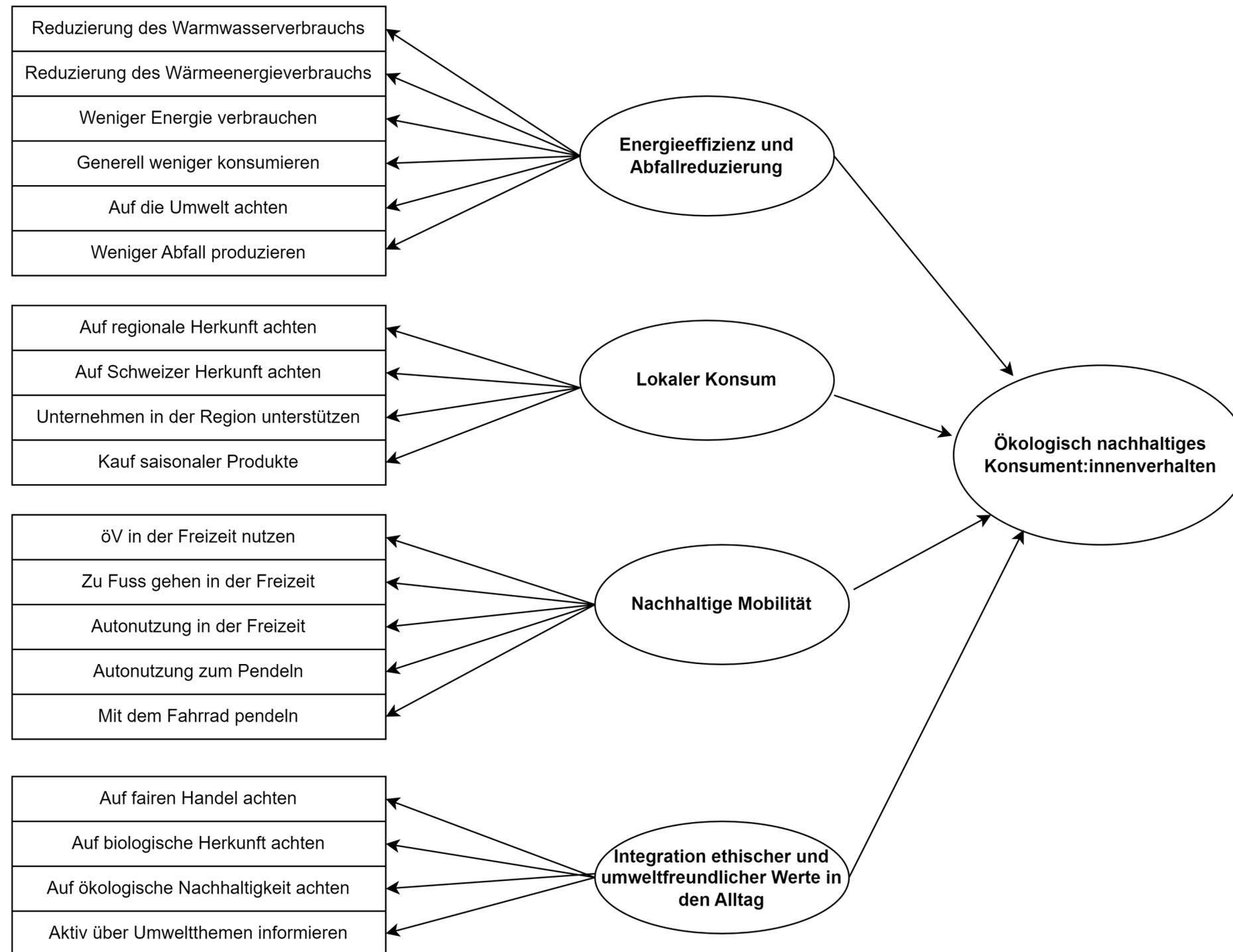
STIFTUNG  
MERCATOR  
SCHWEIZ

**LINK**  
a YouGov company



# Was ist nachhaltiges Verhalten?

## Nachhaltigkeitsindex (NHI) zur Messung von ökologisch nachhaltigem Konsument:innenverhalten



# Werte für die einzelnen Faktoren

## Messung April/ Mai 2022

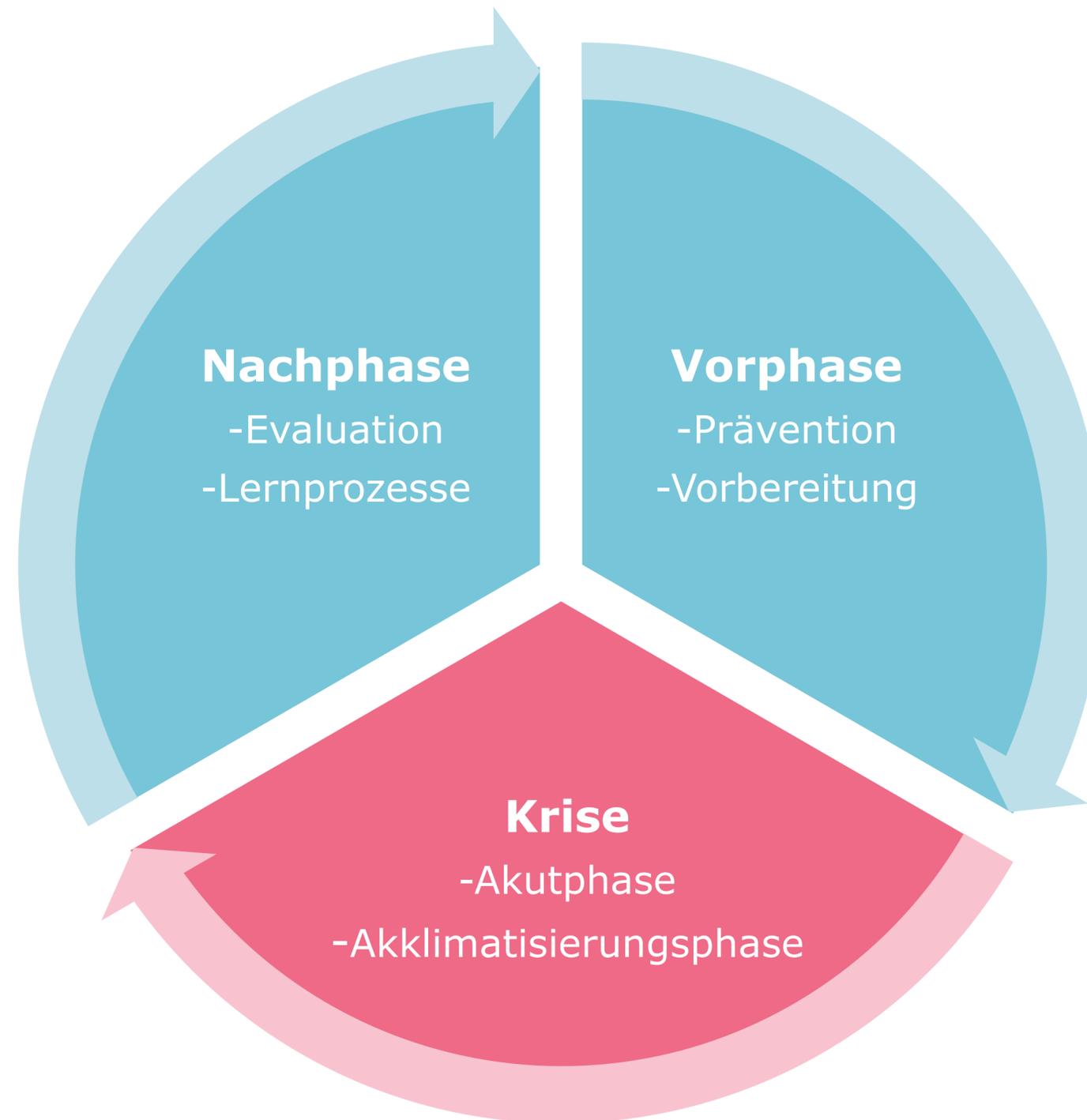
	<b>Mittelwert</b> (0 = nie, 1 = selten, 2 = ab und zu, 3 = häufig)	<b>Gewichtung</b>
Energieeffizienz und Abfallreduzierung	2.50	0.38
Lokaler Konsum	2.52	0.51
Nachhaltige Mobilität	1.69	0.54
Integration ethischer und umweltfreundlicher Werte in den Alltag	2.03	0.68

# Nachhaltiges Konsument:innenverhalten in Krisen verstehen und daraus lernen



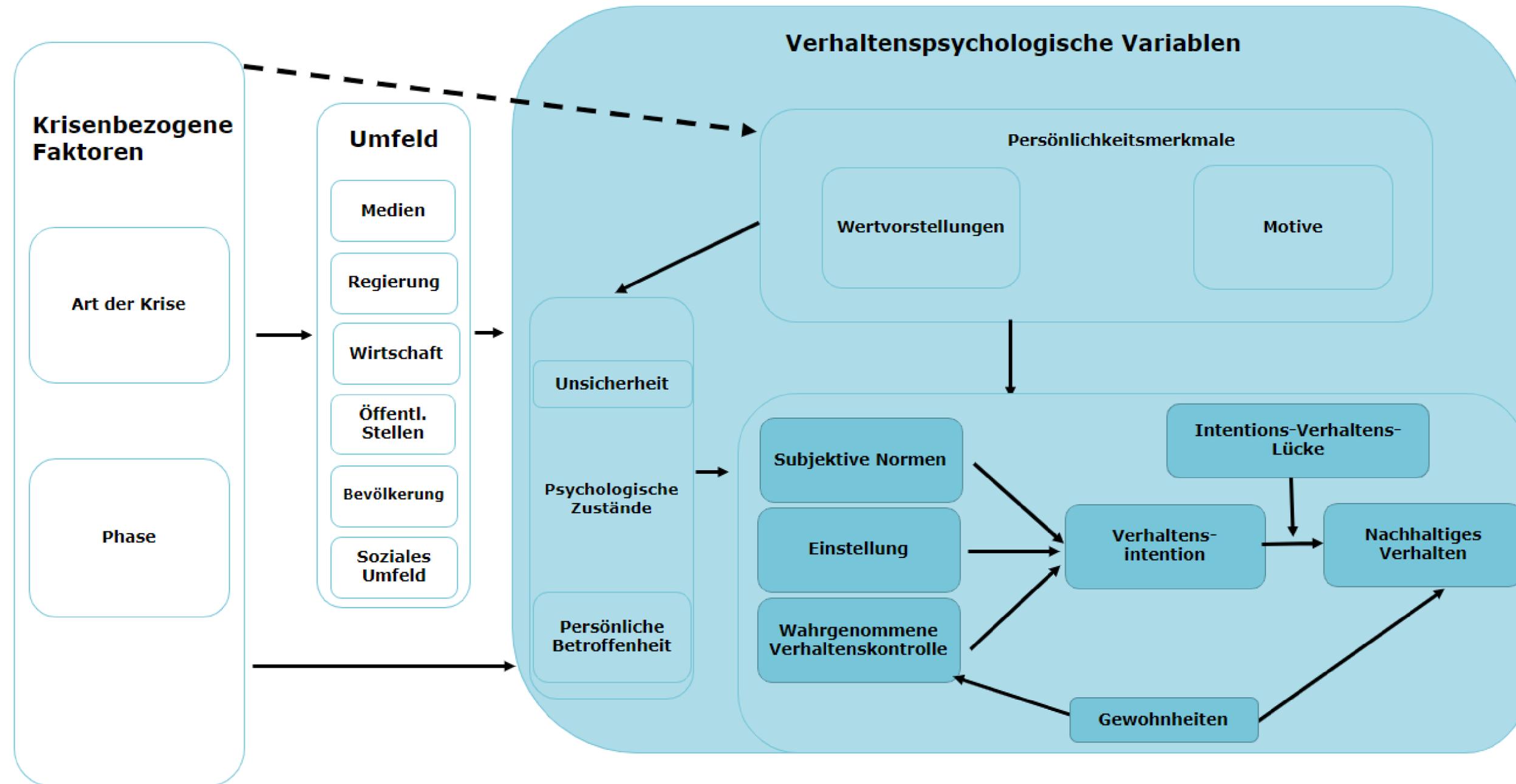
# Ablauf von Krisen

## Phasen einer Krise



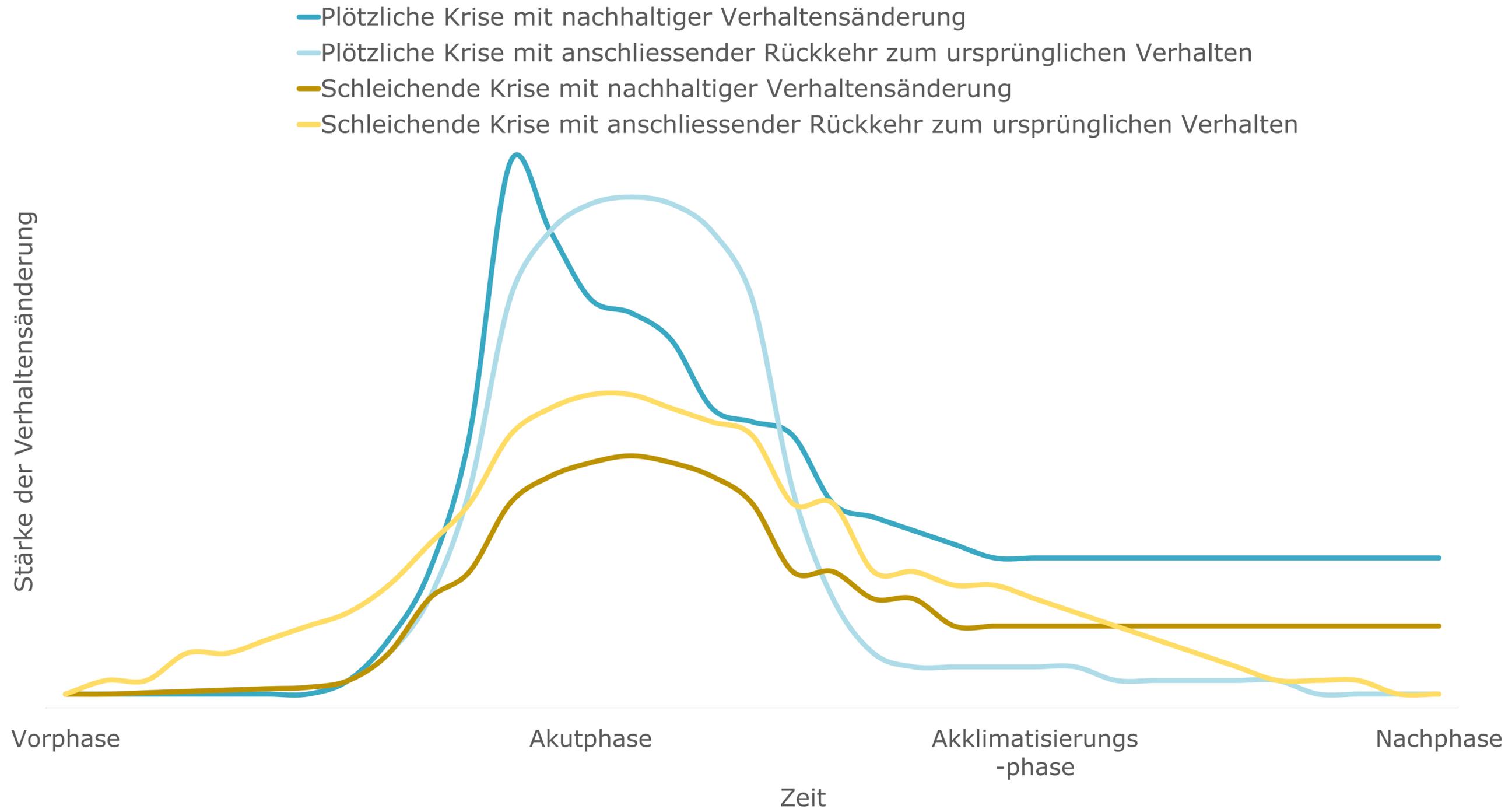
# Das Crisis-Behavior-Modell

## Ein Modell zur Erklärung von nachhaltigem Konsumentenverhalten in Krisen



# Phasen einer Krise

## Darstellung der Verhaltensänderung über die Zeit während Krisen in idealtypischen Szenarien



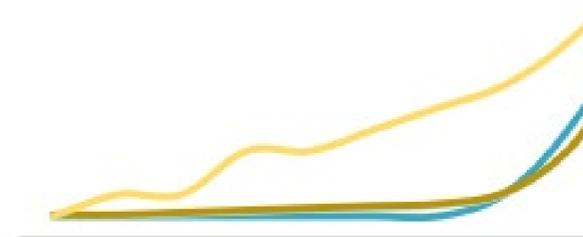
# Phase 1: Die Vorphase

---

## *Negation bzw. Ablehnung der Krise aufgrund von fehlender, eigener Betroffenheit*

---

- Bestehende Gewohnheiten bestimmen das Verhalten
- Viele Unklarheiten
- Fehlende Dringlichkeit, wenig Unsicherheit



# Die Vorphase von Corona

## Expert:innen warnten seit Jahren vor Pandemien.

Politik | Bill Gates wusste es schon 2015: „Wir sind nicht bereit für eine Epidemie“



### Bill Gates wusste es schon 2015 „Wir sind nicht bereit für eine Epidemie“

Der Microsoft-Gründer Bill Gates warnte 2015 davor, dass die Welt nicht für eine Epidemie gerüstet sei. Damals hörte niemand auf ihn. Jetzt äußert er sich zum Coronavirus.

Von Jana Heigl  
26.03.2020, 17:46 Uhr

Quelle: [Tagesspiegel, 2020, online](#)



European Journal of Internal Medicine

Volume 105, November 2022, Pages 8-14



Review Article

## The COVID-19 pandemic – How many times were we warned before?

Naim Mahroum<sup>a</sup>, Isa Seida<sup>a</sup>, Seval Nil Esirgün<sup>a</sup>, Nicola Luigi Bragazzi<sup>b</sup>

Show more

+ Add to Mendeley Share Cite

<https://doi.org/10.1016/j.ejim.2022.07.009>

Get rights and content

### Highlights

- While emerging diseases might be surprising and unpredictable; some could be foreseen.
- Emerging diseases were the reason behind papers published by the WHO, and others, addressing likely pathogens causing future outbreaks.
- Such announcements, as for coronaviruses, may be viewed as “warnings” and appeared since the SARS outbreak in the winter of 2002–2003.
- Taking these warnings into consideration will doubtlessly aid in analyzing reports regarding possible future outbreaks as well as building various strategies for prevention and coping with such epidemics.

Quelle: [Mahroum et al., 2022](#)

Davos | Bundesrat Alain Berset zu Coronavirus

## «Sehr gut vorbereitet»

Die Ausbreitung des Coronavirus ist auch am WEF in Davos ein grosses Thema. Gesundheitsminister Alain Berset sagte am Mittwoch vor den Medien, dass die Schweiz die Situation sehr genau verfolge. «Wir sind sehr gut vorbereitet.»



Treffen. Bundesrat Alain Berset, links, trifft sich mit dem senegalesischen Präsidenten Macky Sall.

FOTO: HEYSTONE

Berset traf im Rahmen seines Aufenthalts am Weltwirtschaftsforum unter anderem den Generaldirektor der Weltgesundheitsorganisation WHO, Tedros Adhanom Ghebreyesus, wie er vor den Medien sagte. Die Schweiz habe dabei bei der Bekämpfung des Coronavirus ihre Hilfe angeboten – «wir helfen, wo wir helfen können», sagte Berset.

### Aktionsplan liegt bereit

Während der grossen Ebola-Epidemie im Jahr 2014 hatte die Schweiz verschiedentlich Hilfsleistungen erbracht. In Genf war beispielsweise der erste Schweizer Ebola-Patient behandelt worden. Der 43-jährige kubanische Arzt, der sich in Sierra Leona mit dem Ebola-Erreger infiziert hatte, konnte danach geheilt wieder nach Hause zurückfliegen. Zudem testeten die Universitätsspitaler Genf und Lausanne einen Ebola-Impfstoff. Wie die Schweizer Hilfe im Kampf gegen das Corona-

virus aussehen könnte, führte Bundesrat Berset nicht aus. Er sagte: «Wir stehen zur Verfügung.» In der Schweiz selbst existiere für solche Ereignisse ein Aktionsplan. Dieser werde umgesetzt, sollte sich die Situation weiterentwickeln.

### Davos als internationales Zentrum

In Davos unternahm Bundesrat Berset nach eigenen Angaben weitere Anstrengungen auf internationaler Ebene, damit die allgemeine Gesundheitsversorgung in Notsituationen gewährleistet ist. Auch das Thema Gesundheitsdaten sei in verschiedenen bilateralen Tref-

fen angesprochen worden. Berset bezeichnete das WEF in Davos als Zentrum der internationalen Gesundheitspolitik. So viele Akteure in so kurzer Zeit zu treffen, sei sonst nur in Genf und New York möglich. Auch seine achte Teilnahme als Bundesrat sei sehr positiv verlaufen. Berset traf in Davos beispielsweise den brasilianischen Gesundheitsminister Luiz Henrique Mandetta und den niederländischen Amtskollegen Bruno Bruins. Zusammen mit Verteidigungsministerin Viola Amherd führte er zudem Gespräche mit Phumzile Mlambo-Ngcuka, der Direktorin der UNO-Frauenorganisation. sda

Quelle: Walliser Bote, 2020

Das **Epidemiengesetz** bildet die rechtliche Grundlage für die Reaktion auf übertragbare Krankheiten.

Auch hatte die Schweiz einen Aktionsplan.

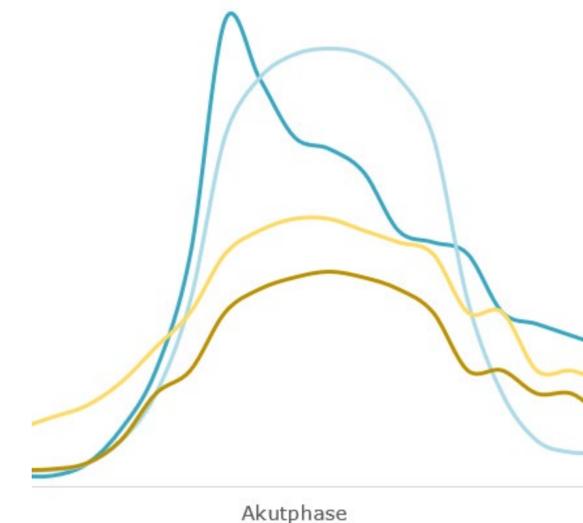
## Phase 2: Die Akutphase

---

### *Der Mensch reagiert stark auf Veränderungen*

---

- Gewohnheiten werden gekippt.
- Die Bedrohung bzw. Angst vor der Krise führt dazu, dass Wertvorstellungen, wie z. B. Nachhaltigkeit in den Hintergrund rücken.
- Menschen verhalten sich auch weniger materialistisch, Besitz wird weniger wichtig.
- Selbstversorgung nimmt eine grössere Rolle ein.

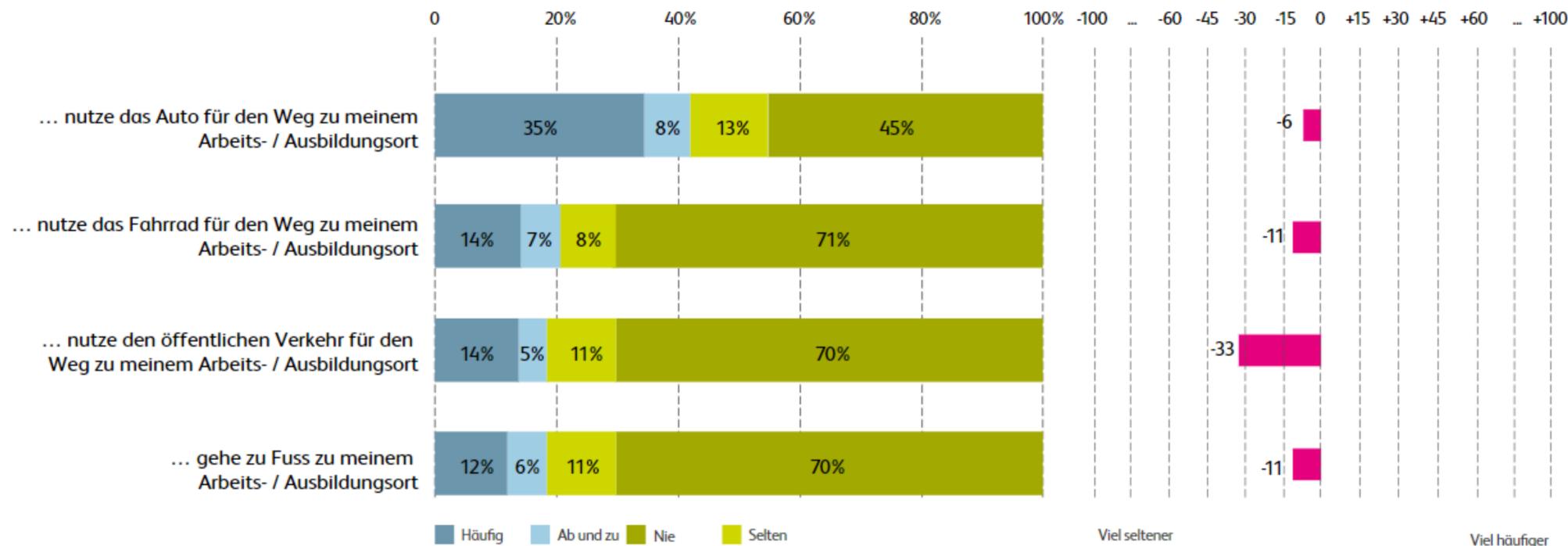


# Krisen beeinflussen das Verhalten von Konsument:innen stark

## Das Beispiel der Corona-Pandemie

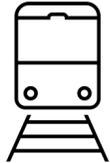
### Berufliches Mobilitätsverhalten im April 2020 & Vergleich zu vor 3 Monaten

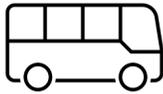
Wie häufig treffen die folgenden Aussagen aktuell auf Sie persönlich zu? Und wie häufig im Vergleich zu vor 3 Monaten?



Quelle: [Zbinden et al., 2020](#)

### Reduzierter Pendlerverkehr

 Der Pendlerverkehr nahm drastisch ab.

 Insbesondere der öV wurde deutlich weniger genutzt.

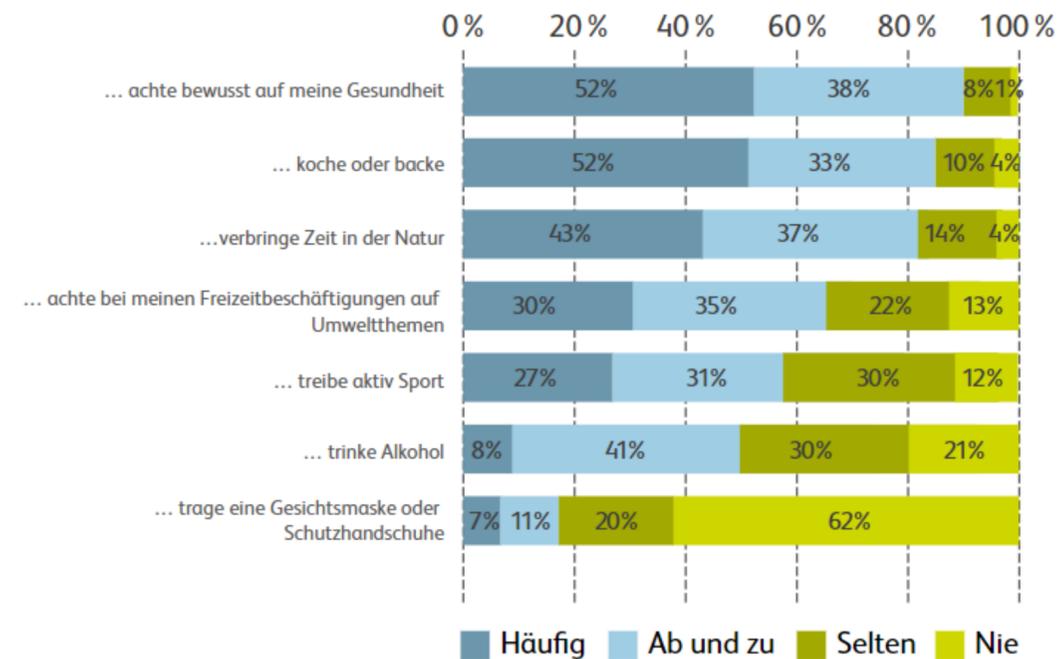
# Krisen beeinflussen das Verhalten von Konsument:innen stark

## Das Beispiel der Corona-Pandemie

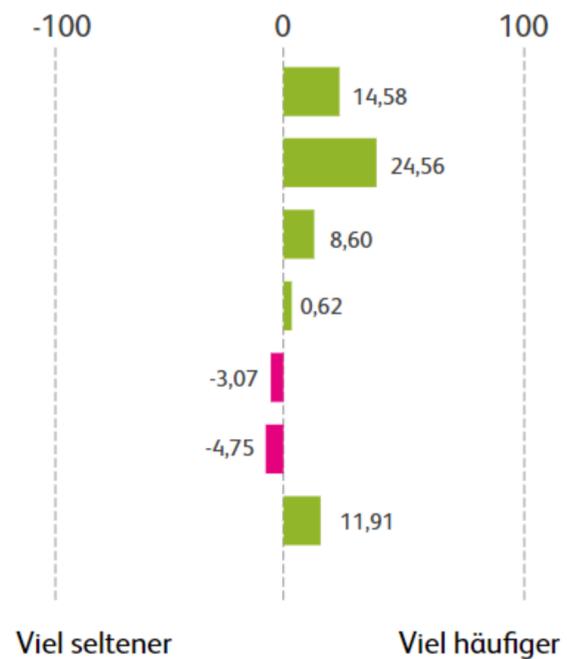
### Gesundheits- und Umweltverhalten im April 2020 & Vergleich zu vor 3 Monaten

Abb. 3.2 Gesundheit, Freizeit, Soziales: Gesundheit und Umwelt  
Aktuelles Konsumentenverhalten & Vergleich zu vor 3 Monaten

Wie häufig treffen die folgenden Aussagen aktuell auf Sie persönlich zu?



Und wie häufig im Vergleich zu vor 3 Monaten?



Legende:  
Beim Vergleich zu vor 3 Monaten (rechte Grafik) bedeutet ein Wert von 0, dass die Befragten dies im Durchschnitt gleich häufig tun wie vor der Corona-Krise. Je stärker die Ausprägung nach rechts oder links, umso grösser ist der Anteil an Personen, welche angeben, dies häufiger bzw. seltener zu tun.

Quelle: [Zbinden et al., 2020](#)



Die Menschen achteten stärker auf ihre Gesundheit.



Starker Trend zum eigenen Kochen und Backen.



Mehr Zeit in der Natur.

# Krisen beeinflussen das Verhalten von Konsument:innen stark

## Auch die Medien berichteten darüber

KRISENHOBBY SAUERTEIGZUCHT

### Warum backen plötzlich alle Brot?

VON ANDREA DIENER - AKTUALISIERT AM 21.04.2020 - 07:30



Warum backen plötzlich alle Brot? Auch die Autorin dieses Textes fiel der Verlockung des Sauerteigs anheim, und war auf einmal Teil einer Massenbewegung.

Auch der Frankfurter Allgemeinen Zeitung ist der Back-Trend im Frühling 2020 aufgefallen. Quelle: [FAZ, 2020 \(online\)](#)

### Angst vor einer Ansteckung: Jeder vierte ÖV-Nutzer will weniger Zug fahren – «Bahn und Bus werden leiden»

Eine Umfrage der ÖV-Branche zeigt: Die Angst der Passagiere, sich in vollen Zügen und Bussen mit dem Coronavirus anzustecken, ist gross. Braucht es günstigere Billette für jene, die im Homeoffice geblieben sind?

Stefan Ehrbar  
13.05.2020, 05:00 Uhr

Merken Drucken Teilen



Solange es keinen Impfstoff oder wirksame Medikamente gibt, dürfte das Coronavirus die ÖV-Nutzung noch lange dämpfen. Keystone

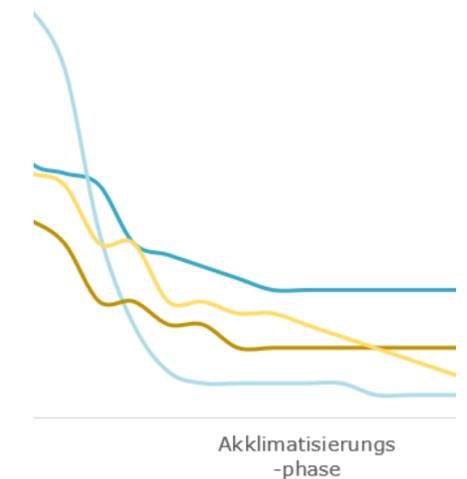
Kommen sie zurück? Steigen die Pendler wieder in die Züge der SBB, nehmen sie wieder im Postauto Platz und warten sie wieder an der Tramhaltestelle, wenn die Coronakrise vorbei ist? Über diese Frage zerbrechen sich die Verantwortlichen des öffentlichen Verkehr derzeit den Kopf.

Die Luzerner Zeitung berichtete am 13.05.2020 über verändertes Mobilitätsverhalten aus Angst vor Ansteckungen. Quelle: [Luzerner Zeitung, 2020 \(online\)](#)

# Phase 3: Die Akklimatisierungsphase

## *Der Mensch gewöhnt sich rasch an Zustände*

- Im Laufe der Rückkehr zu einer Normalität spielen sich angepasste Gewohnheiten ein.
- Durch die Krise hervorgebrachtes – und z. T. erzwungenes – Ausprobieren führt zu einer Neueinschätzung, ob das Verhalten einfach umsetzbar ist oder zu täglichem Mehraufwand führt.



### **Die Akklimatisierungsphase von Corona – ein Beispiel:**

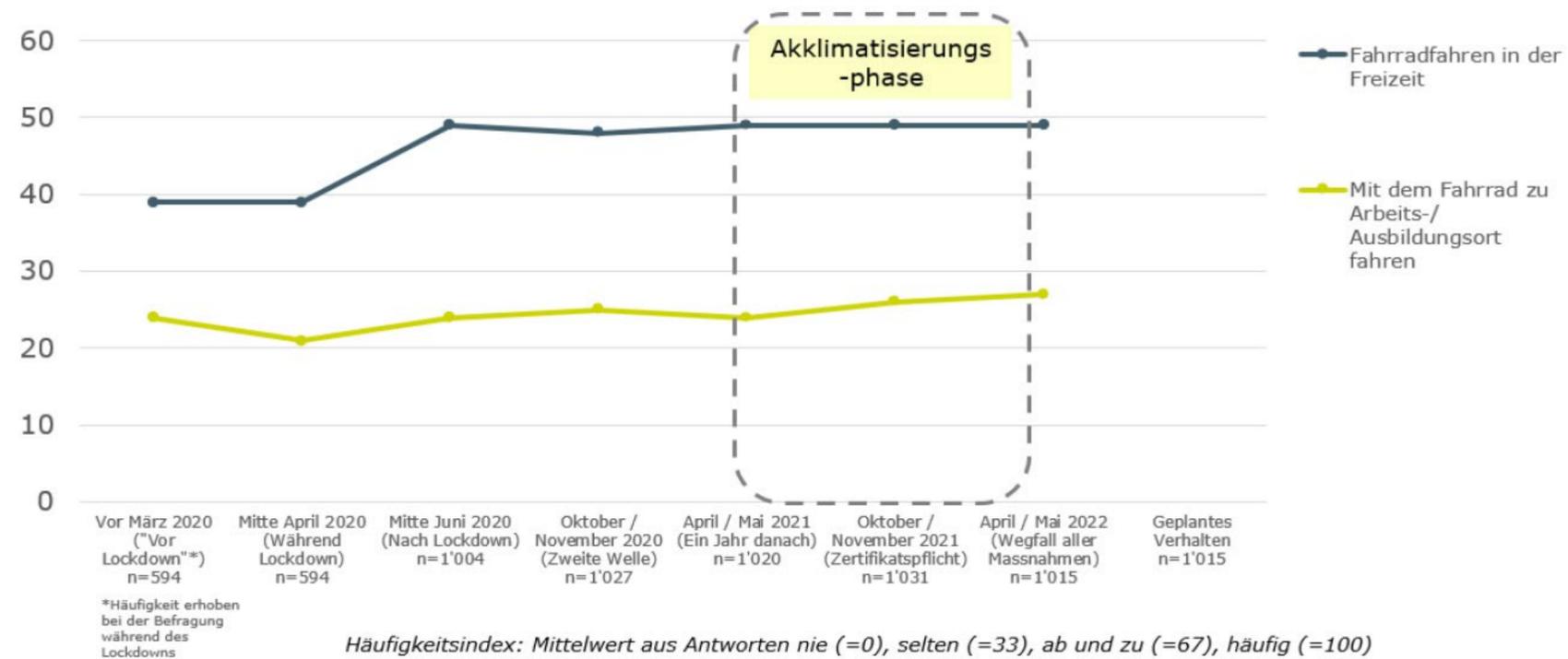
- Eine Person, die in der Corona-Pandemie häufiger mit dem Fahrrad unterwegs war und auf die Idee gekommen ist, das Fahrrad auch nach Lockerung der Massnahmen zum Pendeln zu nutzen.
  - Überprüfung, ob Verhaltensänderung (z. B. häufigeres Fahrradfahren) auch in schwächeren Krisenphasen umsetzbar ist.
  - Wird Mehraufwand > Nutzen eingeschätzt, wird die Person zum alten Verhalten zurückkehren.
  - Bei Einschätzung Zusatznutzen > Mehraufwand: Hohe Wahrscheinlichkeit, dass neu erlernte Verhaltensweise weiter aufrecht erhalten bleibt.

➡ **Wichtigste Phase für ein New Normal.**



# Das Fahrradbeispiel ist nicht bloss hypothetisch

Der Trend zu häufigerem Fahrradfahren hielt in der Akklimatisierungsphase weiter an

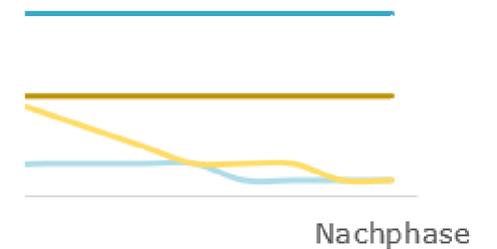


Quelle: Eigene Darstellung

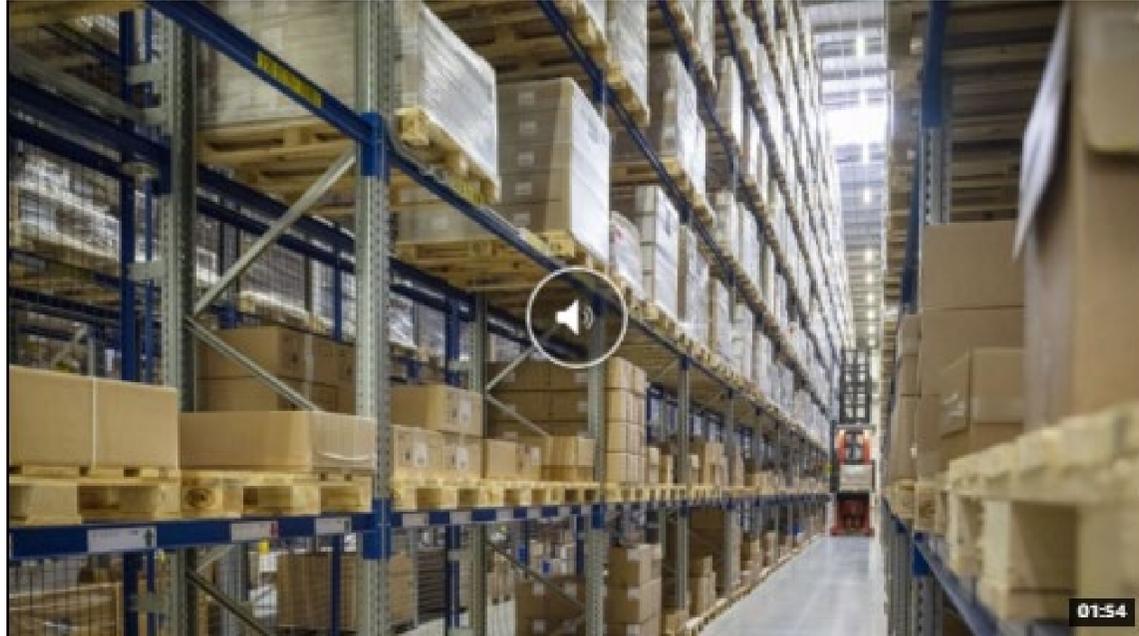
## Phase 4: Die Nachkrisenphase

*Starker Jojo-Effekt, nur bestimmte Verhaltensweisen bleiben auf einem 'New Normal'*

- Die organisatorische Unterstützung beginnt in dieser Phase oft abzunehmen.
- Die am stärksten Betroffenen werden weiterhin erhebliche Bedürfnisse haben.
  - Zum Beispiel an Long Covid erkrankte Personen.
- Ein Grossteil der Bevölkerung kehrt zurück zur Normalität, d.h. zu alten Verhaltensweisen oder einem "New Normal".
  - Häufig tritt dabei ein starker **Jojo-Effekt** ein.
  - Z. B. Abnahme von Home-Office nach Lockerungen der Corona-Massnahmen.
- Teilweise findet auch eine **Überkompensation** statt.
  - Z. B. Nachholbedarf bei Konzerten und Fernreisen.



# Volle Lager und sinkende Preise: Die erhöhte Nachfrage nach Waren ist abgeflacht



Konsumenten wollen Dienstleistungen statt Ware

Aus HeuteMorgen vom 19.07.2023.  
Bild: Keystone/Christian Beutler (Symbolbild)

News > Wirtschaft >

Die Warenlager sind voll

## Konsumenten wollen Erlebnisse statt Waren: Die Lager füllen sich

Mit einigen Lieferverzögerungen sind Güter in den Lagern angekommen. In der Zwischenzeit sind die Konsumenten daran nicht mehr so interessiert.

Nora Meuli  
Mittwoch, 19.07.2023, 09:59 Uhr  
Aktualisiert um 11:43 Uhr

Quelle: [SRF, 2023](#)



Höhepunkt des Velobooms ist vorbei

Aus Tagesschau vom 13.07.2023.

News > Wirtschaft >

Volle Lager drücken Preise

## Der Boom ist vorbei – jetzt werden Velos günstiger

Wurden während der Pandemie noch fleissig Velos gekauft, blieben in diesem Frühling viele Händlerinnen und Händler auf den Zweirädern sitzen.

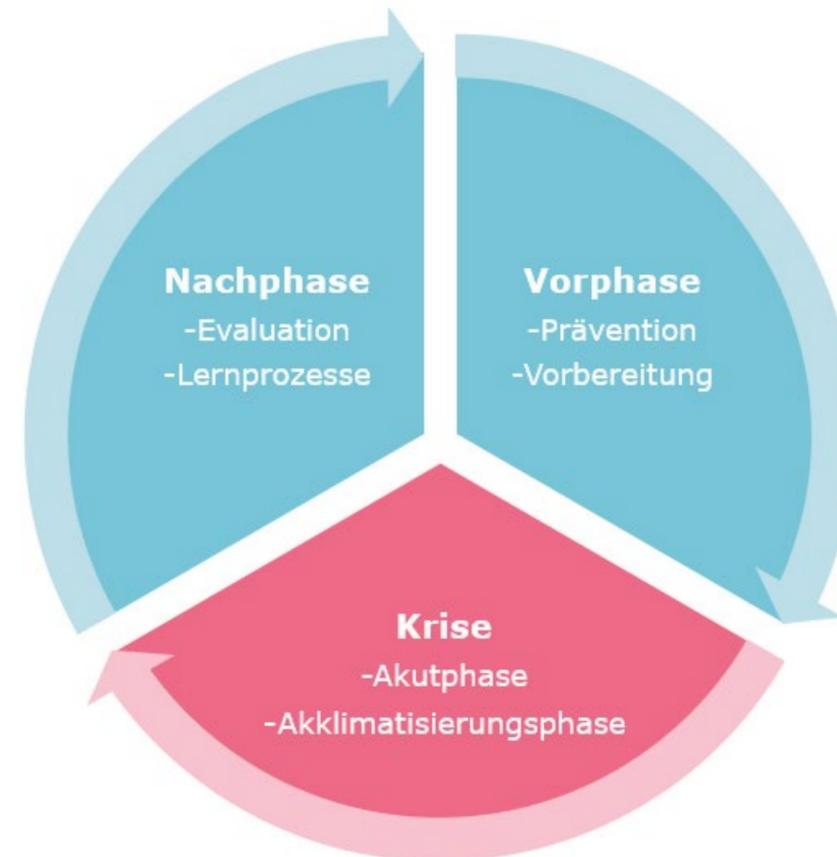
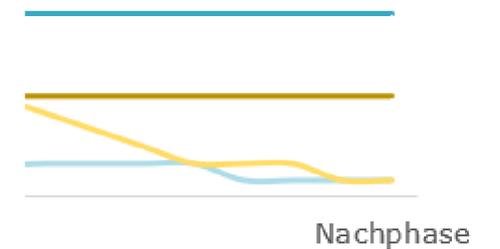
Pascal Schumacher und Franziska Kohler  
Freitag, 14.07.2023, 16:12 Uhr

Quelle: [SRF, 2023](#)

## Phase 4: Die Nachkrisenphase

*Starker Jojo-Effekt, nur bestimmte Verhaltensweisen bleiben auf einem 'New Normal'*

- Idealerweise sollte die Nachkrisenphase auch einer **Lernphase** gleichen:
  - Probleme, die während der jüngsten Krise aufgedeckt wurden, angehen,
  - daraus lernen, um auf zukünftige Krisen besser vorbereitet zu sein.



---

## ***Krisen beeinflussen das Verhalten von Konsument:innen stark.***

Diese Shifts zu verstehen kann Marketers helfen, ihre Strategien anzupassen und in Krisensituationen angemessen mit Kund:innen zu kommunizieren.

---



# Lernen für zukünftige Krisen



## VORPHASE

### Systematische Krisenvorbereitung

- Basis für transparente Kommunikation
- Stabile Infrastruktur
- Zuverlässige Kommunikationskanäle
- Beziehungsmanagement Krisenbewältigungs-Akteuren

### Best Practice-Beispiel

- Vorbereitungskampagnen und -workshops

## AKUTPHASE

### Kommunikation

- Früh, konsistent, transparent
- Vertrauen stärken
- Emotionale Reaktionen einbeziehen

### Best Practice-Beispiel

- Pressekonferenzen Bundesrat

### Veränderte Bedürfnisse berücksichtigen

- Erhöhte Sicherheitsbedürfnisse bedienen
- Veränderungspotenzial ausschöpfen

### Best Practice-Beispiel

- Digitalisierung in Hofläden

## AKKLIMATISIERUNGSPHASE

### Neue Gewohnheiten fördern

- Infrastruktur und Rahmenbedingungen für positive, nachhaltige Veränderungen bieten

### Best Practice-Beispiele

- Ausbau Velo-Infrastruktur
- reCIRCLE-Mehrweggeschirr

### Kommunikation

- Ängste anerkennen
- Weiter informieren

## NACHPHASE

### Learnings für zukünftige Krisen nutzen

- Evaluation
- Black Swan-Phänomen berücksichtigen
- Strukturen für zukünftige Krisen schaffen
- Unzufriedene einbinden

### Best Practice-Beispiele

- Taiwans systemische Lernprozesse
- Krisenmanagement in der Schweiz

# Eine aktuelle Krise, die uns in den kommenden Jahren weiter beschäftigen wird: Die Klimakrise



Klima

## Hitzewelle in Spanien: "Man kann weder leben noch schlafen"

22. August 2023, 16:49 Uhr / Quelle: dpa / 

Quelle: [Zeit Online, 2023](#)

Alarmierende Studie

## Klimawandel bringt jedem Dritten unmenschliche Temperaturen

Rund ein Drittel der Weltbevölkerung könnte Ende des Jahrhunderts ausserhalb der menschlichen «Klimanische» leben. Das zeigt eine neue Studie.

Montag, 29.05.2023, 19:30 Uhr

Quelle: [SRF, 2023](#)

HSLU

September 2023

News >

Schweiz >

IPCC-Bericht zum Klima

## «Der Klimawandel betrifft die Schweiz stark»

Sonntag, 13.08.2023, 15:33 Uhr

Quelle: [SRF, 2023](#)



# Eine aktuelle Krise, die uns in den kommenden Jahren weiter beschäftigen wird: Die Klimakrise



## Herausforderung

- Die Bewältigung und Abmilderung der Klimakrise stellt eine **grosse aktuelle Herausforderung** dar.
- Wir müssen unsere **Emissionen drastisch reduzieren**, um die globale Erderwärmung und dessen Folgen zu begrenzen.



## Learnings aus vergangenen Krisen, wie etwa Corona, für den Umgang mit der Klimakrise nutzen

**Die Corona-Krise hat uns wertvolle Lehren** geliefert, die wir bei der Klimakrise anwenden können, z. B.:

- Wir können unser Verhalten rapide und drastisch ändern, wenn wir wirklich müssen.
- Eine starke Zusammenarbeit über Sektoren hinaus ist wichtig beim Krisenmanagement.
- Corona hat bestehende Ungleichheiten deutlich gemacht. Auch bei der Bewältigung der Klimakrise ist es wichtig, die sozialen und wirtschaftlichen Dimensionen mitzubedenken.



## Transformation hin zu einer grüneren Wirtschaft: Erfolgspotenzial für Unternehmen

- Corona führte implizit zwar zu einzelnen Verhaltensänderungen in Richtung mehr Nachhaltigkeit, z. B. häufigeres Fahrradfahren, öfter selbst kochen und backen, doch kam die Bewältigung der Klimakrise in dieser Zeit oft zu kurz.
- Unternehmen können einen positiven Einfluss nehmen, z. B. in dem sie nachhaltig investieren, ihre Emissionen reduzieren, und nachhaltige Produkte & Dienstleistungen entwickeln.
- Hierin liegt eine **grosse Chance für Unternehmen**, da Konsument:innen zunehmend Wert auf Nachhaltigkeit legen.



## Gezieltes Marketing und zugeschnittene Kommunikation

- Wie gezeigt wurde, haben Krisen einen starken Einfluss auf individuelles Verhalten und die Emotionen der Menschen.
- Diese **«Shifts»** zu verstehen, kann Marketers helfen, ihre Strategien anzupassen und in Krisensituationen angemessen mit Kund:innen zu kommunizieren.

