

Nachhaltigkeit in der Werbewirtschaft: **Unsere grosse Chance und Aufgabe**

SWA, 3. Oktober 2023

Ad Net Zero

«The climate emergency is the most pressing issue affecting us all, and our advertising industry can play a huge role in driving positive change.»

Source: adnetzero.com, 2020

A Five Point Action Plan

Ad Net Zero's five-point Action Plan provides our industry with a guide for its transition to net zero. The actions are:

Reduce Emissions from Advertising Business Operations*

Reduce Emissions from Advertising Production

Reduce Emissions from Media Planning & Buying*

Reduce Advertising Emissions through Awards and Events

Harness Advertising's Power to Support Behaviour Change

*Green Media unterstützt mit den Massnahmen "Klimaneutrale Unternehmen" und "Klimaneutrale Werbung" direkt die globale Klimainitiative "Ad Net Zero" (green-media-ch)

**Let's be honest:
are we – collectively –
doing enough to drive
positive change?**

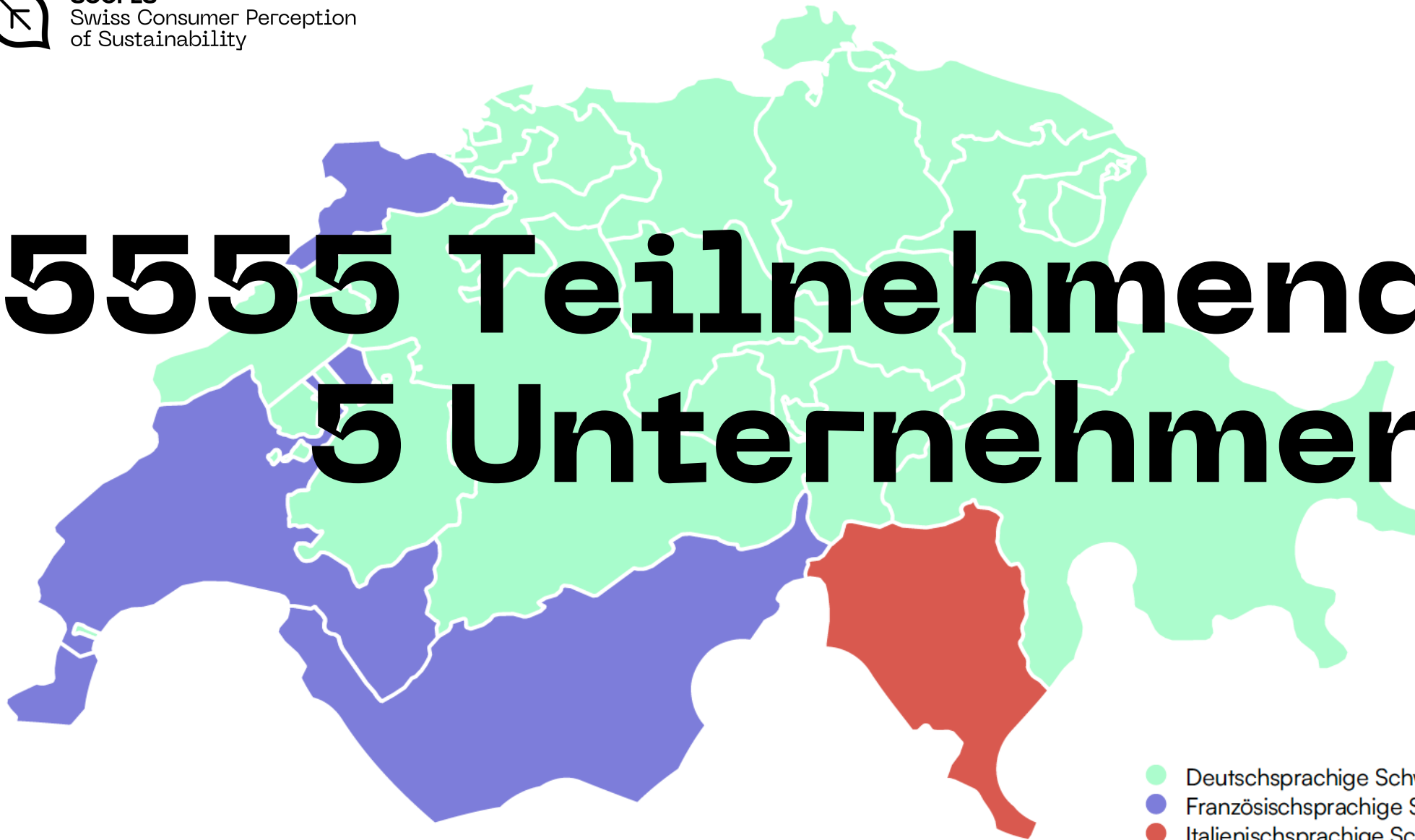


SCOPE
Swiss Consumer Perception
of Sustainability

SCOPE Nachhaltigkeitsreport 2023



5555 Teilnehmende
5 Unternehmen



- Deutschsprachige Schweiz (n=3993)
- Französischsprachige Schweiz (n=1370)
- Italienischsprachige Schweiz (n=192)



**Erkenntnisse
aus SCOPES 2023**

Recycling ist das Top-Thema für die Schweizer Konsumierenden.



Hinweis

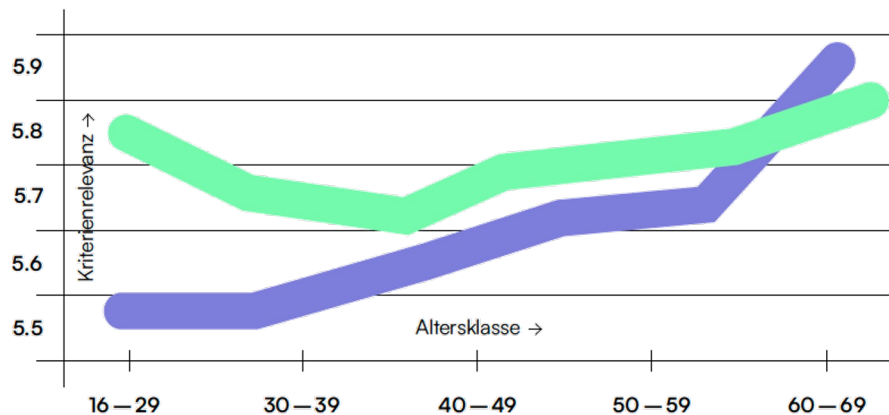
Reduktion des Energieverbrauch und CO-Reduktion haben für die Schweizer Konsumierenden die geringste Priorität (Source: SCOPES 2023)

Move over Gen Z. Am grünsten sind die Boomer.

2



Altersunterschiede



● Soziale Kriterienrelevanz Mittelwert ● Ökologische Kriterienrelevanz Mittelwert Quelle: eigene Darstellung


















































































3

**Haupteigenschaft
nachhaltiger Unter-
nehmen? Herkunft.**

Das Ranking

Ranking von Schweizer Marken nach wahrgenommener Nachhaltigkeit

	    
Gruppe 1	          
Gruppe 2	                             
Gruppe 3	              
Gruppe 4	         
Gruppe 5	     
Gruppe 6	 

Quelle: eigene Darstellung



**Image ist alles.
Oder: Die Bedeutung von
Schlüsselereignissen.**





5

Die Branche dominiert die Nachhaltigkeitswahrnehmung. Trotzdem: einzelne Marken brechen erfolgreich mit der Branchenlogik.

Hinweis


Im Branchen-Ranking der wahrgenommenen Nachhaltigkeit belegen Getränke, Lebensmittel, Chemie & Pharma sowie Online-Versandhändler die letzten Plätze (Source: SCOPES 2023)



**Hebel für
«positive change»**



**Es braucht die Kommunikation
gegen Komplexität und Mythen.
Denn Wahrnehmung beeinflusst
Verhalten.**



**Green-Washing vs. Silent Greening.
Weil keine Kommunikation keine
Antwort ist.**



**Kollaboration ist der Startpunkt
wirksamer Nachhaltigkeits-
kommunikation.**

**Es ist unsere
Kommunikation zur
Nachhaltigkeit, die
den Konsum von
morgen gestaltet.**