



Generation U30 ist Generation Ökostrom

Energiewende steht auf jungen Füßen: 63 Prozent der unter 30-Jährigen wollen Ökostrom nutzen

Hamburg, 27. November 2014: Die Generation U30 ist die Generation Ökostrom. Zum wiederholten Mal* führte Forsa im Auftrag von Tchibo Energie eine Umfrage zum Energieverhalten und Umweltschutz durch. Insgesamt bestätigt sich das positive Ergebnis aus 2011: Rund zwei Drittel der 18- bis 29-Jährigen (63 Prozent) können es sich gut vorstellen, zu einem Ökostromanbieter zu wechseln, 8 Prozent der Befragten nutzen bereits einen Ökostromtarif. Zum Vergleich: In der Gesamtbevölkerung sind es noch immer etwas weniger als die Hälfte (46 Prozent), die sich einen Wechsel vorstellen können. Der Anteil der „Ökostrom-Ablehner“ ist dagegen mit 46 Prozent bei den Älteren, gegenüber 24 Prozent der U30 Generation, deutlich höher.

Besserer Umweltschutz und ein gutes Gewissen

Hauptgründe für einen Wechsel zum Ökostromanbieter sind für die U30 Generation vor allem ein besserer Umweltschutz (85 Prozent) sowie die Bewahrung der Lebensgrundlage zukünftiger Generationen (70 Prozent). Über die Hälfte gab zudem an, dass sie mit Ökostrom ein besseres Gewissen haben (67 Prozent).

„Für die Generation der unter 30-Jährigen ist Ökostrom schon heute selbstverständlich. Das ist ein positives Signal – die Energiewende scheint bei den jungen Erwachsenen auf soliden Füßen zu stehen“, sagt Tim Westerfeld, Leiter Tchibo Energie. „Wir von Tchibo Energie engagieren uns dafür, dass das auch in Zukunft so bleibt. Gemeinsam mit der S.O.F. Save Our Future - Umweltstiftung wollen wir mit der Kindergewende lebendige Bildungsprojekte ermöglichen, die die vielen tollen Ideen von Kindern für einen bewussten Umgang mit Energie und den Klimaschutz sichtbar machen und gleichzeitig zum Mitmachen motivieren, damit die Entwicklung des umweltbewussten Nachwuchses weiter geht.“



Von klein auf Zukunft gestalten

Seit dem 28. April spendet Tchibo Energie für jeden neuen Kunden von Ökostrom oder Gas 10 Euro an die Bildungsinitiative KITA21 der S.O.F. Im Rahmen der mehrfach ausgezeichneten Initiative unterstützt die gemeinnützige Stiftung Kitas mit Fortbildung, Beratung und Materialien bei der Gestaltung lebendiger Bildungsarbeit zu zukunftsrelevanten Themen. So erhalten Kinder die Möglichkeit, sich Wissen und Kompetenzen anzueignen, die für eine zukunftsfähige Mitgestaltung unserer Gesellschaft, im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung, erforderlich sind.

* Erste Forsa-Umfrage zum Energieverhalten und Umweltschutz im Auftrag von Tchibo Energie im Herbst 2011 (1.009 Befragte ab 18 Jahren, Untersuchungszeitraum 22.-25.11.2011) Wiederholung 2014 (1.003 Befragte ab 18 Jahren, Untersuchungszeitraum 26.-30.09.2014).

Weitere Informationen für Journalisten:

Karina Schneider, Tchibo GmbH, Corporate Communications

Tel: +49 40 63 87 - 3862, Fax: +49 40 63 875 - 3862

E-Mail: karina.schneider@tchibo.de

www.tchibo.com

www.tchibo.com/blog

www.twitter.com/tchibo_presse

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell. In acht Ländern betreibt Tchibo mehr als 1.000 Filialen, rund 26.000 Depots im Einzelhandel sowie nationale Online-Shops. Über dieses Multichannel-Vertriebssystem bietet das Unternehmen neben Kaffee und dem Einzelportionssystem Cafissimo die wöchentlich wechselnden Non Food Sortimente und Dienstleistungen wie Reisen, Mobilfunk oder Grüne Energie an. Tchibo erzielte 2013 mit international rund 12.450 Mitarbeitern 3,5 Milliarden Euro Umsatz. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in Deutschland, Österreich, Polen und Tschechien und gehört zu den führenden E-Commerce Firmen in Europa. Für seine nachhaltige Geschäftspolitik wurde das 1949 in Hamburg gegründete Familienunternehmen mehrfach ausgezeichnet: 2012 mit dem Preis für Unternehmensethik und dem Umweltpreis Logistik sowie 2013 mit den CSR-Preisen der Bundesregierung und der EU.