



Love Nature präsentiert Umfrageergebnisse zum Veganuary

Pflanzenbasiert und tierlieb: So stehen die Deutschen zu Nachhaltigkeit im Haushalt

Düsseldorf, 16.01.2023 – Um die Präferenzen der Deutschen hinsichtlich ihrer Vorlieben und Wünsche an Wasch- und Reinigungsprodukte genauer zu untersuchen, hat Love Nature eine Umfrage beauftragt und startet mit spannenden und vielversprechenden Ergebnissen ins neue Jahr – und in den Veganuary.

Hinter dem Trend „Veganuary“ steckt die Herausforderung, sich im Januar rein vegan zu ernähren, aus Liebe und Respekt zu Tieren und der Umwelt. Die Studie von Love Nature zeigt, dass diese Werte auch im Bereich Waschen und Reinigen im Haushalt an Bedeutung gewinnen.

So geben laut den Umfrageergebnissen fast 70% (69,8%) der Deutschen an, dass Ihnen tierversuchsfreie, pflanzenbasierte Wasch- und Reinigungsprodukte wichtig sind*. Umweltfreundliche Alltagshelfer stehen also hoch im Kurs und Verbraucher wünschen sich frische Wäsche und eine saubere Wohnung ohne Kompromisse auf Kosten der Umwelt. Love Nature Produkte haben eine starke Waschkraft und sehr wirksame Reinigungsformeln, so dass grün und sauber kein Gegensatz sein müssen. Wir nennen das Love Clean, Love Green, Love Nature.

Fast 60% sind von der Wirksamkeit veganer Wasch- und Reinigungsprodukte überzeugt

Die Ergebnisse der Umfrage von Love Nature zeigen auch, dass mit 58,1% bereits mehr als die Hälfte der Deutschen von der Wirksamkeit veganer Reinigungsprodukte überzeugt ist. Rezepturen, die frei von tierischen Inhaltsstoffen sind, können ebenso kraftvolle Helfer im Alltag und gleichzeitig ein sauberer Schritt in Richtung Tierwohl sein. Dabei entwickeln Love Nature Produkte bereits bei niedrigen Waschttemperaturen ihre volle Wirksamkeit und helfen so, zusätzlich wertvolle Energie zu sparen.

Vegane Zertifizierungen sorgen für Transparenz beim Kauf veganer Haushaltsprodukte

Vegane Zertifizierungen helfen bei der Orientierung im Supermarkt oder der Drogerie und beeinflussen mehr und mehr auch die Kaufentscheidung. Wie die Umfrageergebnisse zeigen, achtet fast die Hälfte (46%) der Befragten beim Kauf von veganen Wasch- und Reinigungsmitteln auf entsprechende Zertifizierungen. Unter anderen steht der „Leaping Bunny“ für Aufklärung beim Einkauf.

Die Zertifizierung des „Leaping Bunny“, des springenden Hasen, garantiert, dass alle Love Nature Produkte ohne Inhalte tierischen Ursprungs hergestellt sind und strengere Standards als das gesetzliche Verbot von Tierversuchen es vorschreibt, erfüllen. Mehr Information dazu gibt es unter www.love-nature.info/cfi.

Für Alle, die gemeinsam mit Love Nature vegan in das Jahr 2023 starten möchten, bietet die Marke ein breites Produktsortiment an Waschmitteln, Spülmitteln und Reinigungsprodukten



für ein nachhaltiges Zuhause. Die umweltfreundlichen Alltagshelfer sind mit dem „Leaping Bunny“ und größtenteils dem EU Ecolabel zertifiziert und bieten gleichzeitig eine Top-Reinigungsleistung und eine Auswahl an Gute-Laune-Düften, passend zum Veganuary und darüber hinaus.

Methodik:

*Im Rahmen einer Appinio-Umfrage wurden vom 27.-31.10.2022 1002 Teilnehmende im Alter von 16-65 Jahren in Deutschland bezüglich ihrer Einstellungen zu tierversuchsfreien/pflanzenbasierten Wasch- & Reinigungsprodukten befragt. Des Weiteren zeigt die Umfrage das Social Media-Nutzungsverhalten der Befragten auf.

Dieser Untersuchung liegt methodisch eine Quotenstichprobe zugrunde. Die Ermittlung der Quoten erfolgte auf der Basis amtlicher Statistiken (Mikrozensus 2020) sowie eigener Berechnungen. Zur Gewährleistung einer repräsentativen Stichprobe werden die Merkmale Geschlecht, Alter, Bundesland, Ortsgröße, Haushaltsgröße und Schulbildung des Haushaltsvorstandes quotiert. Die Befragung der Panel-Teilnehmer erfolgte anhand eines strukturierten Fragebogens per CAWI (Computer Assisted Web Interview), also Online. Das Interview ist mobile friendly programmiert, kann also auch auf dem Smartphone oder Tablet verwendet werden.

Über Love Nature

Love Nature – powered by Henkel Consumer Brands

Wir möchten gemeinsam etwas bewegen und wir wollen, dass es sich gut anfühlt, bewusst zu leben. Love Nature bietet leistungsstarke und pflanzlich basierte Wasch-, Spül- und Reinigungsprodukte mit attraktiven Düften und ansprechenden Farben. Love Nature Produkte sind zudem umfangreich hinsichtlich ihrer Umwelt- und Hautverträglichkeit getestet und ausgezeichnet: Sie tragen zum Großteil das EU Ecolabel und das ECARF-Siegel. Alle Produkte von Love Nature sind mit strengeren Standards als das gesetzliche Verbot von Tierversuchen es vorschreibt zertifiziert. Die Flaschenkörper bestehen zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff und können wiederum vollständig recycelt werden. Die Love Nature GmbH ist eine 100-prozentige Tochter von Henkel und gehört zum Unternehmensbereich Consumer Brands. Im Einklang mit einer führenden Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit, die auch durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt wird, wollen wir bei Henkel Consumer Brands den Markt kontinuierlich weiterentwickeln und durch Innovationen neue Nachhaltigkeits-Impulse setzen. Die Gründung der Love Nature GmbH und die Einführung der Marke Love Nature sind Teil dieser Strategie.

Weitere Informationen unter www.love-nature.info

Kontakte:

Henkel Consumer Brands

Love Nature Markenkommunikation
Elke Schumacher
Telefon: +49 211 797 8367
E-Mail: presse@love-nature.info

PR-Agentur

Ketchum GmbH
Sophia Babl
Telefon: +49 1520 4178 353
E-Mail: lovenature@ketchum.de

Love Nature GmbH