Analyse des Potenzials von Verbrauchersektoren für den Aufbau von Leitmärkten

Verbrauch von Grundstoffen im Endprodukt

kosten auf Wert des

Endprodukts

einen Preisaufschlag zahlen)

Gebäude und Infrastruktur Automobilbau Schiffstransport Verpackungen Haushaltsgeräte

→ Ahh 4

Keine Daten

verfügbar

Potenzielle Zahlungsbereitschaft der
Verbraucher:innen

Hohe Eignung für den Aufbau von Leitmärkten. Verbrauch von Grundstoffen im Endprodukt: mindestens 20 % des Verbrauchs an mindestens einem Grundstoff (Volumen pro Gewicht pro Jahr) | Einfluss der Grundstoffkosten auf Wert des Endprodukts:

Keine Daten

verfügbar

Mittlere Eignung für den Aufbau von Leitmärkten. Verbrauch von Grundstoffen im Endprodukt: mindestens 10 % des Verbrauchs an mindestens einem Grundstoff (Volumen pro Gewicht pro Jahr) | Einfluss der Grundstoffkosten auf Wert des Endprodukts: 5–10 % | Potenzielle Zahlungsbereitschaft: mittel (bis zu 50 % der Verbraucher:innen geben in Umfragen an, sie würden einen

weniger als 3 % | Potenzielle Zahlungsbereitschaft: hoch (über 50 % der Verbraucher:innen geben in Umfragen an, sie würden

Preisaufschlag zahlen)

Geringe Eignung für den Aufbau von Leitmärkten. Verbrauch von Grundstoffen im Endprodukt: unter 10 % des Verbrauchs an Diedesters siesen Grundstoff (Volumes aus Grundstoff).

Geringe Eignung für den Aufbau von Leitmärkten. Verbrauch von Grundstoffen im Endprodukt: unter 10 % des Verbrauchs ar mindestens einem Grundstoff (Volumen pro Gewicht pro Jahr) | Einfluss der Grundstoffkosten auf Wert des Endprodukts: über 10 % | Potenzielle Zahlungsbereitschaft: gering (bis zu 25 % der Verbraucher:innen geben in Umfragen an, sie würden einen Preisaufschlag zahlen)

einen Preisaufschlag zahlen)

Agora Industrie (2024), basierend auf Daten von Eurofer (2023), Cembureau (2023), CRU (2022), Plastics Europe (2023), Accenture (2019), Ecorys SCS Group (2009), ETC (2018), UNFCCC (2023), SBTi (2023), Sandbag (2024), BCG (2023), BCG (2022), Statista (2023)