

Nachhaltigkeit ist in Österreich wichtig, darf aber nichts kosten

- Studie zeigt sinkende Bereitschaft, für Öko-Produkte mehr auszugeben
- Ältere Bürgerinnen und Bürger handeln nachhaltiger als Jüngere

Wien / Nürnberg, 23. Mai 2023

Nachhaltigkeit gewinnt für 43 Prozent der Menschen in Österreich an Bedeutung, für 45 Prozent ist sie gleich wichtig geblieben – dabei herrschen kaum Unterschiede zwischen den Generationen. Gleichzeitig nimmt die Bereitschaft, für ein ökologisch-soziales Produkt mehr Geld zu zahlen, um elf Prozentpunkte ab. Nur zehn Prozent sind immer bereit, für ein nachhaltiges Produkt mehr zu bezahlen, 40 Prozent stimmen der Aussage eingeschränkt zu. Dies zeigt das TeamBank-Liquiditätsbarometer, eine bevölkerungsrepräsentative Onlinebefragung unter 1.478 Österreicherinnen und Österreichern.

Wenn es um das Engagement für Nachhaltigkeit im Alltag geht, haben in Österreich die über 50-Jährigen deutlich die Nase vorn. Bei den 18- bis 49-Jährigen hat es dagegen in vielen Bereichen abgenommen. Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, Kauf von regionalen Erzeugnissen, Energieeinsparungen oder Plastikmüllvermeidung – überall sind die Älteren deutlich aktiver als die Jüngeren. Während 83 Prozent der Älteren Lebensmittel nicht verschwenden, sind es bei den unter 30-Jährigen nur 56 Prozent und damit 27 Prozentpunkte weniger. Eine ähnlich hohe Diskrepanz besteht beim Sparen von Wasser und Energie: 71 Prozent der 50- bis 79-Jährigen, aber nur 47 Prozent der 18- bis 29-Jährigen gehen sparsam mit diesen Ressourcen um – ein Unterschied von 24 Prozentpunkten. Beim Kauf von Bio-Lebensmitteln und Second-Hand-Artikeln, dem Bezug von Ökostrom und der Einschränkung von Flugreisen sind die über 50-Jährigen ebenfalls noch leicht aktiver als die Jüngeren. Einzig Naturkosmetik kaufen die unter 30-Jährigen überdurchschnittlich häufig.

Weniger Einsatz für Nachhaltigkeit im Alltag

Über alle Altersgruppen hinweg sinkt jedoch der persönliche Einsatz für Umwelt und Soziales in Österreich. So versuchen nur noch 56 Prozent, regionale oder saisonale Lebensmittel zu kaufen und nur 52 Prozent Plastikmüll zu vermeiden – in beiden Fällen ein Rückgang um acht Prozentpunkte zum Vorjahr. Bio-Lebensmittel möchten derzeit nur 35 Prozent kaufen – das entspricht einem Rückgang um sechs Prozentpunkte. Vor allem die unter 30-Jährigen sind kaum dazu bereit. Das liegt vermutlich daran, dass Lebensmittel derzeit als viel zu teuer eingestuft werden: 86 Prozent empfinden die Ausgaben dafür als zu hoch, das sind zwölf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

„Steigende Lebenshaltungskosten erhöhen den Druck auf Verbraucherinnen und Verbraucher, sparsam zu wirtschaften“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.at

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.at

der TeamBank AG. „Gleichzeitig steigt die Erwartungshaltung an nachhaltig ausgerichtete Produkte. Unternehmen stehen dabei branchenübergreifend vor der Herausforderung, dass die Menschen dafür mehrheitlich keinen Preisaufschlag entrichten möchten.“

Keine Abstriche bei Ertrag oder Kosten für nachhaltige Bankprodukte

Wenn es um nachhaltige Bankprodukte geht, sind 28 Prozent bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen. Auch hier bedeutet das eine Abnahme um fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. 44 Prozent – und damit sechs Prozentpunkte weniger als 2022 – achten bei Bank- und Versicherungsprodukten auf die Einhaltung ökologisch-sozialer Standards. Trotzdem erwägen drei von zehn Österreicherinnen und Österreicher, zu einer ökologisch-sozial orientierten Bank zu wechseln.

Nach Ansicht der Verbraucherinnen und Verbraucher sollen vor allem Unternehmen für Nachhaltigkeit Verantwortung übernehmen (86 Prozent), dicht gefolgt von der Politik (81 Prozent). Sich selbst sehen sie dagegen deutlich weniger in der Pflicht (69 Prozent).

Weitere Informationen zur Studie sowie anschauliche Info-Grafiken finden Sie unter <https://www.teambank.at/medien>.

Hintergrundinformationen:

Die Studie „Liquiditätsbarometer Österreich“ untersucht Liquidität, Finanz- und Ausgabeverhalten der Bevölkerung in Österreich. Das Marktforschungsinstitut YouGov hat im Februar 2023 im Auftrag der TeamBank AG 1.478 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ in Bezug auf das Bundesland, Alter und Geschlecht. Die Bevölkerungsbefragung fand über ein Online-Panel statt. Zusammen mit der Befragung wurde das TeamBank-Liquiditätsbarometer ermittelt, welches die Stimmung zur finanziellen Situation der Österreicherinnen und Österreicher erfasst.

TeamBank AG – Ein Unternehmen der DZ BANK Gruppe

Die TeamBank AG ist mit easyCredit in Deutschland bzw. der faire Credit in Österreich das Kompetenzzentrum für Liquiditätsmanagement der Genossenschaftsbanken. Insgesamt kooperieren über 90 Prozent aller deutschen Genossenschaftsbanken mit der TeamBank. In Österreich arbeitet das Nürnberger Finanzinstitut mit allen Volksbanken und rund der Hälfte der Raiffeisenbanken zusammen. Die Vernetzung innovativer Produkte und Services bietet Kundinnen und Kunden vollständig digitale Lösungen und damit überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität.

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.at

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.at