

 **Bundesministerium**
Klimaschutz, Umwelt,
Energie, Mobilität,
Innovation und Technologie



Erhebung des Bekanntheitsgrads des Österreichischen Umweltzeichens 2020

SUMMARY

BEKANNTHEIT DES ÖSTERREICHISCHEN UMWELTZEICHENS 2020

Bekanntheit spontan und gestützt

- Die spontane Bekanntheit des Umweltzeichens erzielt mit 19% einen zufriedenstellenden Wert.
- Die gestützte Bekanntheit des Umweltzeichens liegt mit 59% auf sehr hohem Niveau.
 - Frauen ist das österreichische Umweltzeichen eher bekannt als Männern (63% vs. 55).
 - Je jünger die Befragten, desto größer die Bekanntheit.
 - Die Bekanntheit steigt auch mit dem Ausmaß der formalen Schulbildung und dem Einkommen an.

Bedeutung des Umweltzeichens

- Die Bedeutung des Umweltzeichens sieht man erwartungsgemäß in Umweltschutz, Umweltbewusstsein und einer gesunden, sauberen Umwelt. Sehr häufig denkt man dabei auch an umweltfreundliche Produkte und deren Erzeugung.
- Kontrolle, Prüfung und das Entsprechen von Kriterien werden von 15% genannt.

Vertrauen in das Umweltzeichen

- Das Vertrauen in das österreichische Umweltzeichen befindet sich mit 59% ungebrochen auf zufriedenstellendem Niveau.
 - Frauen bringen dem Zeichen mehr Vertrauen entgegen als Männer, jüngere etwas mehr als ältere Konsumenten.
 - Nach Stellung im Berufsleben zeigen Selbständige, freiberuflich Tätige und leitende Angestellte und Beamte das höchste Vertrauen, nach Bildung sind dies die Akademiker.

Achten auf Umweltaspekte beim Einkauf

- 23% der Konsumenten geben an, beim Kauf von Produkten besonders auf Umweltaspekte zu achten, 45% tun dies zumindest in einem gewissen Ausmaß.
- 32% achten eher auf andere Aspekte wie Qualität, Preis und Marke.
 - Frauen gehören mit 27% deutlich häufiger zu den Überzeugten als männliche Konsumenten mit 19%.
 - Männer stellen mit 37% einen größeren Anteil der Gleichgültigen (37% vs. 27% Frauen).
 - Akademiker und Personen mit höheren Haushaltseinkommen stellen ebenfalls höhere Anteile der Überzeugten.

Einfluss des Umweltzeichens auf die Kaufentscheidungen

- 53% geben an, dass das Umweltzeichen ihre Kaufentscheidungen beeinflusst, jedoch nur bei 14% ist dies in einem stärkeren Ausmaß gegeben.
 - Erwartungsgemäß werten auch hier Frauen positiver.

Bekanntheit von Produkten mit Umweltzeichen und Kauf

- Die bekanntesten Produkte mit Umweltzeichen sind Waschmittel, Hygienepapier, Haushaltsreiniger, Geschirrspüler und Schreibwaren.
- Wenig bekannt ist dies bei Schulen, Hotels, Fußbodenbelägen und Dämmstoffen.
- Auch bei den neu abgefragten Sparbüchern und Fonds ist dies kaum bekannt.
- 42% der Konsumenten geben an, Produkte mit Umweltzeichen im letzten Monat gekauft zu haben.
 - Frauen haben mit 51% deutlich häufiger Produkte mit Umweltzeichen gekauft als Männer (32%). Dies liegt u.a. daran, dass Frauen auch häufiger die Einkaufsverantwortlichen im Haushalt stellen.
 - Formal höher Gebildete und besser Verdienende geben dies ebenfalls häufiger an.
- Gekauft wurden mit Abstand am häufigsten Putz- und Reinigungsmittel, gefolgt von Toilette- und Hygieneartikeln und Schreibwaren.

Nachhaltigkeitsberichte

- Nachhaltigkeitsberichte von Unternehmen sind nur für 19% der Konsumenten sehr wichtig, für weitere 30% zumindest eher wichtig.
 - Wieder sind es Frauen, die hier für einen höheren Anteil sorgen, auch formal höher Gebildete werten im Mittel höher.

Themen in Nachhaltigkeitsberichten

- Die interessantesten Themen in solchen Berichten sind gefährliche Chemikalien und Abfälle, Umwelt- und Gesundheitsrisiken von Produkten und Dienstleistungen sowie Einhaltung von Umweltvorschriften.
- Weniger interessant sind Bodenverbrauch und Umweltaspekte von Investitionen und Beteiligungen.
 - Nach Alter zeigen sich nur geringfügige Unterschiede bei der Wichtigkeit der Themen.
 - Konkrete Umweltschutzprojekte und -innovationen werden jedoch mit dem Alter der Befragten weniger wichtig.
 - Nach Geschlecht aufgebrochen zeigt sich ein grundsätzlich höheres Interesse von Frauen an allen abgefragten Themen.

Erfahrung mit Nachhaltigkeitsberichten

- 26% der Befragten haben bereits einen Nachhaltigkeitsbericht in Händen gehabt.
 - Freiberuflich Tätige, Selbständige und leitende Angestellte und Beamte haben erwartungsgemäß ein solches Dokument am öftesten in der Hand gehabt, auch Akademiker weisen einen deutlich höheren Anteil auf als die Gesamtstichprobe.