

WWF CLIMATE GROUP: Junge Männer sind Klimaschutzmuffel Erste österreichische Studie zu Klimafreundlichkeit

Wien, Dienstag, 1. Juni 2010 – Junge Männer in Österreich sind wahre Klimamuffel! So könnte man eines der Ergebnisse interpretieren, die die erste Klimafreundlichkeitsstudie Österreichs zu Tage gefördert hat. Die Studie, die die WWF CLIMATE GROUP in Auftrag gegeben hat, wurde von der Karmasin Motivforschung durchgeführt. Heute präsentierten WWF-Geschäftsführerin Hildegard Aichberger und Meinungsforscherin Sophie Karmasin die Studie erstmals der Öffentlichkeit. Ein Drittel der Bevölkerung sieht sich demnach als engagierte Klimaschützer. Auffällig ist, dass die Landbevölkerung wesentlich klimabewusster ist als die Stadtmenschen. Paradox ist, dass ältere Menschen viel klimafreundlicher sind als vor allem junge Männer, obwohl diese die Auswirkungen des Klimawandels noch länger erleben werden.

Macht uns der Geiz klimafaul?

Die repräsentative Studie zeigt auch andere interessante Details. Bequemlichkeit, Gewohnheit und fehlende finanzielle Anreize werden als die größten Hindernisse für ein klimabewusstes Leben genannt, wie die Studie ergab. Gerade die Angst vor steigenden Preisen durch Klimaschutzmaßnahmen erschreckt viele. Nur ein Drittel der Befragten würde Preiserhöhungen von zehn Prozent für Klimaschutzmaßnahmen akzeptieren. „Wer aus Kostengründen beim Klimaschutz spart, kann ebenso gut die Uhr anhalten um Zeit zu sparen“, warnt WWF-Geschäftsführerin Hildegard Aichberger. Dennoch, schon jetzt sind zumindest zwei Drittel der Österreicher in etlichen Belangen aktive Klimaschützer: Müll trennen, Strom sparen und das Konsumieren heimischer Lebensmittel stehen auf der Liste der Aktivitäten ganz oben. Interessant dabei sind aber die regionalen Unterschiede.

Scheint die Sonne in den Dörfern heller?

Solarenergie ist eher ein Thema von Bewohnern kleiner Orte mit weniger als 5.000 Einwohnern. Jeder siebte Befragte wäre dazu bereit. In größeren Städten wollen (oder können) gerade mal sechs Prozent eine solche Anlage anschaffen. Zwar ist es wenig verwunderlich, dass Sonnenenergie für die Wiener kaum ein Thema ist. Dass es aber auch im Westen Österreichs kaum von Interesse ist, verblüfft. Dafür nutzen mehr als die Hälfte der Tiroler und Vorarlberger schon heute Holz, Pellets und Biotreibstoffe, in Wien nur jeder siebte Einwohner. Wien hat bei den Erneuerbaren Energien deutlich Aufholbedarf: Während im Burgenland und in Niederösterreich fast ein Drittel der Bevölkerung Erneuerbare Energien nutzt, sind es in Wien gerade einmal acht Prozent. Gleichzeitig will jeder fünfte Wiener den Stromanbieter wechseln und auf Erneuerbare Energien umsteigen, aber nur zwei Prozent der Vorarlberger und Tiroler.

Öffi-Muffel oder schlechte Transportnetze?

Gravierend sind die regionalen Unterschiede im Verkehrsverhalten: Mehr als die Hälfte der Wiener wollen auf den öffentlichen Verkehr umsteigen, aber nur 28 Prozent der Oberösterreicher und Salzburger. Schon jetzt werden die „Öffis“ von knapp drei Vierteln der Wiener regelmäßig genutzt. Immerhin nutzt fast die Hälfte der Tiroler und Vorarlberger Bus und Bahn. In Oberösterreich, Salzburg, Kärnten und in der Steiermark sind es nur mehr ein Viertel der Befragten, die aktuell das öffentliche Transportangebot

nutzen und klimaschonend fahren. Auffällig ist auch, dass Frauen eher bereit sind, das Auto stehen zu lassen: 40 Prozent der Frauen würden das tun, aber nur 32 Prozent der Männer wollen dem Klima zuliebe auf ihr Lieblingsspielzeug verzichten.

Für Wiener ist Müll trennen nicht selbstverständlich

Einer der meistgenannten Beiträge zum Klimaschutz - das Mülltrennen - ist immer noch keine Selbstverständlichkeit. Und hier gibt es ein klares West-Ost-Gefälle: 94 Prozent der Tiroler und Vorarlberger trennen ihren Müll immer, weitere sechs Prozent regelmäßig. Ganz anders schaut das in der Bundeshauptstadt aus: Trotz bester Voraussetzungen denken hier ganze drei Prozent der Bevölkerung überhaupt nicht ans Mülltrennen, und nur gut drei Viertel der Bewohner trennen regelmäßig.

Klimaschutz durch den Kauf von heimischen Produkten

Besonders die Steirer und Kärntner wollen mehr österreichische Lebensmittel und Getränke kaufen. Die Wiener leben hingegen in punkto Konsum gern international. Eine bessere Kennzeichnung der Klimafreundlichkeit eines Produkts ist für 82 Prozent der Befragten wichtig. Die derzeitige Kennzeichnung von klimaschonenden Produkten wird aber als verwirrend empfunden. „Die Österreicher wissen noch zu wenig über die Auswirkungen ihres eigenen Verhaltens. Es fehlt ihnen an der Rückkoppelung zum Klimaschutz“, stellt Motivforscherin Karmasin fest.

Alt schlägt Jung

Besonders Ältere ab 50 Jahren denken noch heuer an den Kauf von energieeffizienteren Geräten, trennen mehr Müll, wollen auf Ökostrom umsteigen, gehen sorgfältiger mit der Umwelt um und sparen mehr CO₂ ein. Bei den Jüngeren bis 30 Jahren scheint eher der Konsum im Vordergrund zu stehen. Nur der Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel fällt den Jüngeren leichter als der Generation 50+.

Technologie schützt Klima

Noch etwas ist auffällig: Fast die Hälfte der befragten Oberösterreicher und Salzburger sieht einen Zusammenhang zwischen Klimaschutz und Telekommunikation, aber nur 29 Prozent der Tiroler und Vorarlberger. Interessant: Telearbeit zur Vermeidung von Reisen rangiert in der Liste der Klimaschutzaktivitäten zwar als Schlusslicht, aber immerhin 18 Prozent der Österreicher sagen, dass sie genau das tun.

Ist Klimaschutz Bringschuld oder Holschuld?

Die Verantwortung für den Klimaschutz liegt beim Einzelnen. Dieser Meinung sind 56 Prozent der Befragten, wobei hier vor allem die Jüngeren so antworteten. Knapp ein Viertel – hier vor allem die Älteren - meinte, dass der Staat in die Pflicht genommen werden muss. Und nur 16 Prozent wollen die Unternehmen in die Verantwortung einbeziehen. Weniger Schadstoffausstoß und klimafreundlicheres Handeln im Produktionsprozess wünschen sich die Österreicher von der Wirtschaft.

Jeder dritte Österreicher schert sich nicht um Klimaschutz

85 Prozent der Befragten meinten, dass in den letzten fünf Jahren das Thema Klimaschutz an Bedeutung gewonnen hat. Als Gründe werden die spürbaren Klimaveränderungen, Umweltkatastrophen und auch die stärkere Medienpräsenz genannt. Die engagierten Klimaschützer machen fast ein Drittel der Österreicher aus. Sie sind eher älter und besser gebildet und wollen eine klare Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen. Menschen, die dem Klimaschutz eher gleichgültig gegenüberstehen, sind eher junge Männer bis 30 Jahren und am meisten in den Bundesländern Tirol und Vorarlberg zu finden. Sie repräsentieren etwa ein Viertel der Bevölkerung. Die größte Gruppe sind die interessierten Mitläufer mit

45 Prozent. Sie entstammen eher der unteren Bildungsschicht, sind an Klimaschutz interessiert, sehen aber Probleme bei der Umsetzung in ihrem persönlichen Umfeld. Sie brauchen zusätzliche finanzielle Anreize, damit sie sich bewegen.

Die Karmasin Motivforschung hat die Studie zweistufig angelegt: In einem ersten – qualitativen – Teil wurden in insgesamt vier Focusgruppen in Wien, Bad Leonfelden und Steyr inhaltliche Aspekte detailliert unter die Lupe genommen. Darauf aufbauend erfolgte eine quantitative, repräsentative Onlinestudie unter 800 Österreichern. Durchgeführt wurde die Studie im Auftrag der WWF CLIMATE GROUP zwischen März und Mai 2010.

Weitere Informationen:

MMag. Franko Petri, Leiter Medien WWF Österreich, Tel. 01-48817-231 oder 0676-83488231. Email: franko.petri@wwf.at, Internet: www.wwf.at.

Die WWF CLIMATE GROUP wurde 2007 vom WWF gegründet. Die derzeitigen Mitglieder sind IKEA, Allianz, Fronius, Pfanner und Telekom Austria. Diese fünf Unternehmen bekennen sich zum aktiven Klimaschutz und haben sich verpflichtet ihren CO₂-Ausstoß um 15 Prozent in drei Jahren zu reduzieren.