

PRESSEMITTEILUNG

Research

Allianz Klimaschutz-Studie:

Skepsis regiert, Möglichkeiten für Klimaschutz werden unterschätzt

- Klimawandel ist Bedrohung Nummer Eins, aber nur vier von zehn Menschen fühlen sich persönlich stark betroffen
- Verantwortung für Klimaschutz sehen die meisten bei Politik und Wirtschaft, weit weniger bei Konsument:innen selbst
- „Greenwashing“: Klimaversprechen wird wenig Glaubwürdigkeit zugesprochen
- Zuversicht im Kampf gegen Klimawandel ist gering
- Nachhaltiger Geldanlage kaum Wirkung zugeschrieben, dabei wichtiger Hebel
- Forderungen: Ende klimaschädlicher Subventionen, Anreize für nachhaltige Investments und Aufklärungsarbeit

61 Prozent der in Österreich lebenden Menschen sind überzeugt, dass der Klimawandel die größte Bedrohung unserer Gesellschaft in den nächsten 20 Jahren ist. Aber nur 39 Prozent fühlen sich von seinen Auswirkungen persönlich betroffen. Die Hauptverantwortung für den Klimaschutz sieht die Mehrheit bei der Politik. Als größter Klimasünder gilt die produzierende Industrie. Möglichkeiten, durch eigene Aktivitäten im Alltag selbst zur Klimawende beizutragen, sieht hingegen nicht einmal jede/r Zweite. Dies geht aus der aktuellen Klimaschutz-Studie hervor, die das Market-Institut im Auftrag der Allianz Österreich durchführte.

„Der Klimawandel wird als die mit Abstand größte Bedrohung eingestuft. Neben Sorgen und Hilflosigkeit steigt aber vor allem bei der jungen Generation der Tatendrang. Das ist als deutlicher Weckruf und klarer Auftrag zu verstehen, auf allen Ebenen – ob Politik, Wirtschaft oder Gesellschaft – sofort und konsequent zu handeln“, so Rémi Vrignaud, CEO der Allianz Österreich, anlässlich der Präsentation der Studienergebnisse.

Schlechtes Zeugnis für Politik und Wirtschaft

Der Kampf gegen den Klimawandel sei primär eine Sache der Politik (30 Prozent), der Wirtschaft (22 Prozent) und der Industrie (18 Prozent), befinden die meisten Österreicher:innen. Mit deren Effizienz ist man aber ganz und gar nicht einverstanden: Nicht einmal jede/r Fünfte hält die getroffenen Maßnahmen für effektiv, ebenso wenige empfinden diese als glaubwürdig. Nur 16 Prozent vertrauen versprochenen politischen Maßnahmen wie neuen Klimaschutzgesetzen, nur 21 Prozent nehmen Ankündigungen von Unternehmen zur Forcierung CO₂-neutraler Produktion ernst. Mehr als die Hälfte ist dagegen überzeugt, dass in unserem Land häufig „Greenwashing“ betrieben wird. Während Öffis als die Klimahelden (51 Prozent) auserkoren werden, wird die produzierende Industrie (60 Prozent) als größter Klimasünder eingestuft. Der Unmut der Menschen bestehe in vieler Hinsicht zurecht, so auch Werner Beutelmeyer, Vorstand des Market-Instituts: „Noch stärker als die Corona-Pandemie spaltet der Klimawandel die Gesellschaft, gleichzeitig ist die Glaubwürdigkeit der Politik bei diesem Thema schwer beschädigt.“

Eigene Möglichkeiten werden geringgeschätzt

Institutionelles Versagen und gefühlte eigene Machtlosigkeit – diese Kombination sorgt für wenig Zuversicht, die gesteckten Klimaziele zu erreichen. Hohe Möglichkeiten, zur Klimawende beizutragen, sieht weniger als jede bzw. jeder Zweite. Bestimmende Gefühle sind daher häufig Angst, Traurigkeit und Wut. Alles in allem reagieren Frauen emotionaler auf das Thema Klimawandel als Männer, agieren aber auch im Alltag klimabewusster als diese. So haben Frauen bei der konsequenten Mülltrennung, der Vermeidung von Plastikverpackungen, dem Einkauf von Bioprodukten und der Nutzung der Öffis zum Teil deutlich die Nase vorne.

Nachhaltige Veranlagung als Waffe gegen den Klimawandel

Als beste Optionen für mehr Nachhaltigkeit im Alltag gelten für acht von zehn Österreicher:innen die Bereiche Lebensmittel, Energieverbrauch und Verkehr. Finanzdienstleistungen wird dagegen nur eine geringe Wirkung zugeschrieben, lediglich 28 Prozent der Befragten halten umweltfreundliche Veranlagung für ein effektives Instrument im Kampf gegen den Klimawandel. Der Impact der Finanzbranche und insbesondere von Versicherungen wird jedoch massiv unterschätzt, so Vrignaud: „Allein in Österreich beträgt das verwaltete Vermögen rund 200 Mrd. Euro – im Vergleich: Das entspricht fast der Hälfte unseres Bruttoinlandproduktes. Die Finanzbranche hat mit der nachhaltigen Veranlagung von Geldern einen extrem wichtigen Hebel in der Hand.“

Allianz für den Klimawandel

Die Allianz versucht ebendiesen Hebel bestmöglich zu nutzen. Denn nahezu jeder Prämieneuro wird veranlagt – und es macht einen erheblichen Unterschied, ob diese Gelder in problematische Bereiche oder nachhaltige Sektoren fließen. Die Allianz hat bereits 2014 ihre Investmentstrategie neu ausgerichtet und sich zu konkreten, messbaren Nachhaltigkeitszielen für ihr Portfolio verpflichtet. So wurde mitunter schon 2015 entschieden, kein Geld mehr in den Kohleabbau zu stecken. Wie nachhaltig die Investitionen insgesamt sind, wird unabhängig überprüft. Die Allianz setzt in ihrer Strategie nicht auf einzelne „grüne“ Fonds, sondern richtet ihr gesamtes Kerngeschäft nachhaltig aus: Mehr als 91 Prozent der 5,7 Mrd. Euro der in Österreich verwalteten Kapitalanlagen der Sach- und Lebensversicherungsgesellschaft erfüllen bereits Nachhaltigkeitskriterien, bis 2030 sollen es 100 Prozent sein.

Appelle und Perspektiven

Nur 12 Prozent der Befragten halten es noch für realistisch, die Erderwärmung unter zwei Grad zu halten. Vrignaud richtet deshalb einen Appell weiterhin an jene, die die Rahmenbedingungen vorgeben: „In Österreich fallen klimaschädliche Subventionen in Milliardenhöhe an, etwa in das Dieselpatent – das muss ein Ende haben. Auch müssen Anreize für nachhaltige Investitionen geschaffen werden, zum Beispiel Steuerfreiheit für nachhaltig veranlagte Lebensversicherungen.“ Genauso in der Pflicht sieht er jedoch die Wirtschaft und vor allem die Finanzbranche, Gelder in die richtige Richtung zu bewegen und über ihre Möglichkeiten in Sachen Klimaschutz zu sprechen: „Es liegt auch in der Verantwortung der Branche, die hohe Wirksamkeit von nachhaltigen Investments aufzuzeigen, die Menschen abzuholen und zu motivieren.“ Denn beunruhigend breit sei die Haltung, dass man persönlich ohnehin nichts ausrichten könne, so auch Beutelmeyer: „Das Klimawandel-Floriani-Prinzip bremst derzeit Verhaltensänderungen massiv.“

Möglichkeiten für stärkere Bewusstseinsbildung durch Politik und Wirtschaft könnten Informationsangebote an Schulen oder breit angelegte Kampagnen sein. Wetterphänomene, die den Klimawandel für immer mehr Personen spürbar machen, wie die Allianz Studie zeigt, wären ein Ansatzpunkt. Denn über die Existenz des Klimawandels und dessen Verursachung durch den Menschen gibt es ja laut Umfrage kaum mehr geteilte Meinungen. Letztlich müsse aber die Gesellschaft und Konsument:innen auch selbst ihren Beitrag für mehr Klimaschutz leisten: Jede und jeder Einzelne habe die Zukunft in der Hand, sind sich Vrignaud und Beutelmeyer einig.

Die Umfrage wurde vom Market-Institut im Auftrag der Allianz Österreich als Online-Befragung durchgeführt. Befragt wurden 1.000 Personen repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren.

Wien, 17. November 2021

Downloads im [Allianz Pressecenter](#)

- Foto: Mag. Rémi Vrignaud (Abdruck honorarfrei unter Angabe des folgenden Copyright-Vermerks: ©Allianz/Foto: WILKE)
- Foto: Dr. Werner Beutelmeyer (© Market-Institut – Abdruck honorarfrei)
- Pressemitteilung als pdf
- Charts als pdf

Pressekontakte

Patricia Strampfer

Pressesprecherin
Head of Corporate Communications
Allianz Gruppe in Österreich
Tel: +43 5 9009 80690
E-Mail: patricia.strampfer@allianz.at

David Weichselbaum

Pressesprecher
Corporate Communications
Allianz Gruppe in Österreich
Tel: +43 5 9009 88602
E-Mail: david.weichselbaum@allianz.at

Social media



Follow us on LinkedIn [@Allianz Österreich](#)



Follow us on Facebook [@allianzoesterreich](#)



Follow us on Twitter [@AllianzAustria](#)



Follow us on Instagram [@allianz_oesterreich](#)

Disclaimer

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Aussagen und Informationen. Aus dieser Pressemitteilung erwachsen keine Rechtsansprüche - gleichgültig welcher Art. Irrtümer und Tippfehler sind vorbehalten.

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen und Informationen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.