

02.06.2021

BILLA Österreich Report zum Tag der Umwelt

Die Österreicher haben viele gute Vorsätze für einen nachhaltigeren Lebensstil



02_BILLA_Tag der Umwelt

Mit „Raus aus Plastik“ soll das Ziel 100 % umweltfreundlichere Verpackungen bis 2030 erreicht werden.

©BILLA / Ja! Natürlich, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei

Obwohl in den letzten Monaten durch die Coronapandemie stark in den Hintergrund gedrängt, ist die Umwelt und deren Schutz den Österreichern nicht egal. 4 von 10 machen sich Sorgen um die voranschreitende Klimaerwärmung und deren Auswirkungen auf unseren Planeten, so der BILLA Österreich Report, eine Umfrage unter mehr als 3.000 Frauen und Männern.

- Am 5. Juni ist Internationaler Tag der Umwelt: Was die Menschen hierzulande für den Umwelt- und Klimaschutz tun möchten, zeigen die Ergebnisse des BILLA Österreich Report.
- Die Vermeidung von Müll, regionaler und saisonaler Einkauf sowie Restl-Essen stehen für rund die Hälfte der Österreicher ganz oben auf der Agenda.
- Frauen sind eher bereit als Männer etwas zu verändern.
- Für die ältere Generation ist der Einkauf regionaler Produkte die wichtigste Maßnahme hin zu mehr Nachhaltigkeit, für die Jüngeren ist es die Vermeidung und Trennung von Müll.

Wr. Neudorf, 2. Juni 2021 – Obwohl in den letzten Monaten durch die Coronapandemie stark in den Hintergrund gedrängt, ist die Umwelt und deren Schutz den Österreichern nicht egal. 4 von 10 machen sich Sorgen um die voranschreitende Klimaerwärmung und deren Auswirkungen auf unseren Planeten, so der BILLA Österreich Report, eine Umfrage unter mehr als 3.000 Frauen und Männern. Und diese Sorge zieht sich gleichermaßen durch alle Generationen – von den 18- bis hin zu den 65-Jährigen. Wie groß die Herausforderungen sind und wie wichtig das persönliche Engagement der Menschen ist, darauf weist auch alljährlich der Internationale Tag der Umwelt am 5. Juni hin.

Gute Vorsätze für die Umwelt

Jeder Einzelne kann Veränderung bewirken und in seinem Leben Maßnahmen hin zu mehr Nachhaltigkeit setzen. Bei der Frage, was sie konkret unternehmen wollen, um nachhaltiger zu leben, geben 54 % der Menschen hierzulande die Vermeidung von Müll an und 48 % die genauere Trennung ihrer Abfälle. Auch beim Lebensmitteleinkauf bzw. bei der Ernährung spielt der Nachhaltigkeitsgedanke eine wesentliche Rolle: 6 von 10 Österreichern achten dabei auf Umwelt- und Klimaschutz. Demnach möchten 54 % mehr regionale bzw. österreichische Produkte sowie 32 % mehr biologische Produkte kaufen. 45 % ist die Saisonalität ein wichtiges Anliegen. Auch das Bewusstsein für den Wert von Nahrungsmitteln ist groß, 53 % möchten möglichst alle Lebensmittelreste verwerten und so wenig wie möglich verschwenden.

„Wir alle treffen mit unserem Einkauf tagtäglich Entscheidungen, die nicht nur unser Wohlergehen, sondern auch die Umwelt betreffen. Es freut mich daher persönlich, dass die Österreicherinnen und Österreicher so sehr auf den ökologischen Fußabdruck der Lebensmittel, die in ihrem Einkaufswagen landen, achten und Regionalität, Bio und auch Saisonalität für sie wichtig sind. Als Lebensmittelhändler

sind wir uns unserer Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt und der Auswirkungen unseres Handelns bewusst. Daher fördern wir nachhaltige Sortimente und stärken durch die Zusammenarbeit mit über 900 kleinen und kleinsten Manufakturen die regionale Wertschöpfung und familiengeführte Betriebe“, so Elke Wilgmann, Vorstand Consumer bei BILLA.

Durch Maßnahmen wie das Sparen von Strom (46 %), das Spenden von Kleidung oder Lebensmitteln (21 %) oder den Kauf von Second Hand Ware (15 %) soll ebenfalls ein Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit geleistet werden. Hinsichtlich Mobilität wollen 44 % versuchen, so oft wie möglich auf das Auto zu verzichten und stattdessen zu Fuß zu gehen oder mit dem Fahrrad zu fahren bzw. die öffentlichen Verkehrsmittel zu nutzen (23 %).

Frauen sind hier tendenziell offener als Männer, was die Veränderung hin zu einem nachhaltigeren Lebensstil betrifft. Am stärksten sind die Geschlechterunterschiede bei der Verwertung von Lebensmittelresten (Frauen 60 % vs. Männer 47 %), beim Kauf saisonaler Produkte (Frauen 50 % vs. Männer 40 %) und beim Spenden von Lebensmitteln, Kleidern o.ä. (Frauen 39 % vs. Männer 23 %) ausgeprägt.

Ältere in vielen Bereichen engagierter als Jüngere

Wirft man einen Blick auf die Generationenunterschiede, so zeigt sich, dass für die 50- bis 65-Jährigen der Einkauf regionaler Produkte (62 %) die wichtigste Maßnahme hin zu mehr Nachhaltigkeit ist, für die Jüngeren hingegen ist es die Vermeidung und Trennung von Müll (50 %). Dennoch sind es mit 60 % mehr Ältere, die sagen, dass sie verstärkt auf die Vermeidung von Müll achten möchten. Auch das Thema Resteverwertung ist für die Älteren wichtiger als für die Jungen (58 % vs. 48 %). Mehr mit dem Fahrrad fahren oder zu Fuß gehen ist für 50 % der älteren Generation ein wesentlicher Schritt hin zu einem nachhaltigeren Leben und für 40 % der jüngeren Generation. Umgekehrt möchten mehr Junge als Alte verstärkt öffentliche Verkehrsmittel nutzen (29 % vs. 22 %). Auch der regionale und saisonale Einkauf von Lebensmitteln spielt für die 50- bis 65-Jährigen eine größere Rolle als für die 18- bis 29-Jährigen – diese achten wiederum mehr auf die biologische Herkunft.

Heute an Morgen denken – Nachhaltigkeit bei BILLA

Auch BILLA legt großen Wert auf Nachhaltigkeit – ob beim Sortiment oder bei gesellschaftlichem Engagement. BILLA unterstützt und ist Teil zahlreicher Initiativen, wie dem klimaaktiv Pakt 2030 oder dem Klimavolksbegehren. Es werden

auch selbst Initiativen ins Leben gerufen, wie „Blühendes Österreich“, „Fair zum Tier“ oder „Raus aus Plastik“: Mit „Blühendes Österreich“ setzt sich BILLA für natürliche Vielfalt, eine gesunde Umwelt und nachhaltige Landwirtschaft ein. Bisher wurden bereits über 200 Bauern, Naturschutzorganisationen, Gemeinden, Schulen und Vereine in allen Bundesländern unterstützt sowie der Erhalt von über 900 Hektar ökologisch wertvolle Naturlandschaften gesichert. Das Tierwohlsiegel „Fair zum Tier“ fördert höhere Tierwohlstandards, die deutlich über den gesetzlichen Vorgaben liegen. Mit „Raus aus Plastik“ soll das Ziel 100 % umweltfreundlichere Verpackungen bis 2030 erreicht werden.

Alle Märkte werden darüber hinaus mit 100 % Grünstrom aus Österreich, zunehmend von eigenen PV-Anlagen, betrieben. Gleichfalls werden Prozesse zur Ressourcenschonung laufend optimiert und direkte Maßnahmen, wie Lebensmittelspenden an Menschen in Not oder der Verkauf von Wunderlingen (Obst und Gemüse das trotz eigenwilligem Aussehen einwandfrei in Qualität und Geschmack ist) gesetzt.

Zum richtigen Umgang mit Lebensmitteln und der Vermeidung von Abfällen im privaten Haushalt bietet BILLA in ausgewählten BILLA PLUS-Märkten eigene Food Waste Seminare an. Haubenkoch Siegfried Kröpfl zeigt dabei, wie man aus Resten schmackhafte Gerichte zubereitet.

Über die Studie

Der BILLA Österreich Report 2021 wurde vom Markt- und Meinungsforschungsinstitut marketmind bereits zum zweiten Mal durchgeführt. Im Zeitraum vom 26.11. bis 18.12.2020 (Vergleichszeitraum des Vorjahres: 26.11. bis 18.12.2019) wurden insgesamt 3.065 Frauen und Männer im Alter zwischen 18 bis 65 Jahren befragt. Die hohe Stichprobe erlaubt es, die Ergebnisse auf Bundesländer-, Bezirks- und Gemeindeebene herunterzubrechen und darüber hinaus Alters-, Geschlechter- und Berufsgruppenunterschiede zu erheben. Der BILLA Österreich Report ist die größte Studie, die zum Thema Wohlbefinden in Österreich bisher ausgeführt wurde. Weitere Informationen unter <https://billa.at/oesterreich-report> (<https://billa.at/oesterreich-report>).

Infotext

Seit 66 Jahren gehört BILLA einfach zu Österreich. Damals wie heute setzt sich BILLA für Lösungen ein mit dem Ziel, allen ein volleres Leben zu ermöglichen. Mit über 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern liefert BILLA Tag für Tag in 1.100 Filialen und im BILLA Online

Shop Produkte in hervorragender Qualität und zu einem familienfreundlichen Preis. Das BILLA Sortiment reicht von einer breiten Palette an Markenartikeln bis zu den erfolgreichen Eigenmarken. Darunter die Ja! Natürlich Bio-Produkte, die hochwertige BILLA Eigenmarke und die Diskontlinie clever®. BILLA entwickelt sein Produkt- und Serviceangebot ständig weiter, um den individuellen Bedürfnissen der Menschen in Österreich gerecht zu werden und ihnen tagtäglich ein Leben voller Genuss und Leichtigkeit zu ermöglichen. BILLA gehört zur REWE International AG, einem der größten Lebensmittelhändler Europas. Nachhaltigkeit hat BILLA in seiner Unternehmensstrategie umfassend verankert: Heute sind schon viele der 1.100 BILLA Filialen in Österreich energieeffizient. BILLA ist seit Mai 2019 Teil des jö Bonus Clubs, dem größten Multipartnerprogramm Österreichs. BILLA ist Vorreiter im heimischen Online-Lebensmittelhandel und mit seinem Online Shop als einziger Vollsortimenter des Landes in der Lage, österreichische Haushalte persönlich zu beliefern. Kunden, die im BILLA Online Shop bestellen, können in Click & Collect Filialen ihren Einkauf frisch und fertig verpackt abholen, ohne an der Kassa warten zu müssen. Damit ist BILLA ein wichtiger Nahversorger, der weiß, was das Leben voller macht.

Mehr Infos unter: <https://www.billa.at> (<https://www.billa.at>)

Kontakt

Team Mediarelations

REWE International AG

IZ NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16

2355 Wiener Neudorf

Tel: [+43 2236 600 5265](tel:+4322366005265) (<tel:+4322366005265>)

E-Mail: mediarelations@rewe-group.at (<mailto:mediarelations@rewe-group.at>)

Downloads



02_BILLA_Tag der Umwelt

Mit „Raus aus Plastik“ soll das Ziel 100 % umweltfreundlichere Verpackungen bis 2030 erreicht werden.

© BILLA / Ja! Natürlich, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei



03_BILLA_Tag der Umwelt

Mit „Raus aus Plastik“ soll das Ziel 100 % umweltfreundlichere Verpackungen bis 2030 erreicht werden.

© BILLA / Ja! Natürlich, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei



04_BILLA_Tag der Umwelt

32 % der Österreicher möchten mehr biologische Produkte kaufen.

© BILLA / Ja! Natürlich, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei



05_BILLA_Tag der Umwelt

Mit „Blühendes Österreich“ setzt sich BILLA für natürliche Vielfalt, eine gesunde Umwelt und nachhaltige Landwirtschaft ein.

© BILLA / Blühendes Österreich / Merhar, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei