



Erhalten Sie Ihre TOP LEADER Beiträge in Echtzeit



NEIN DANKE

ERLAUBEN



Sven Rabe, Vorsitzender des Vorstandes der VAV Versicherung.

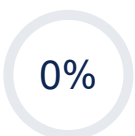
0%

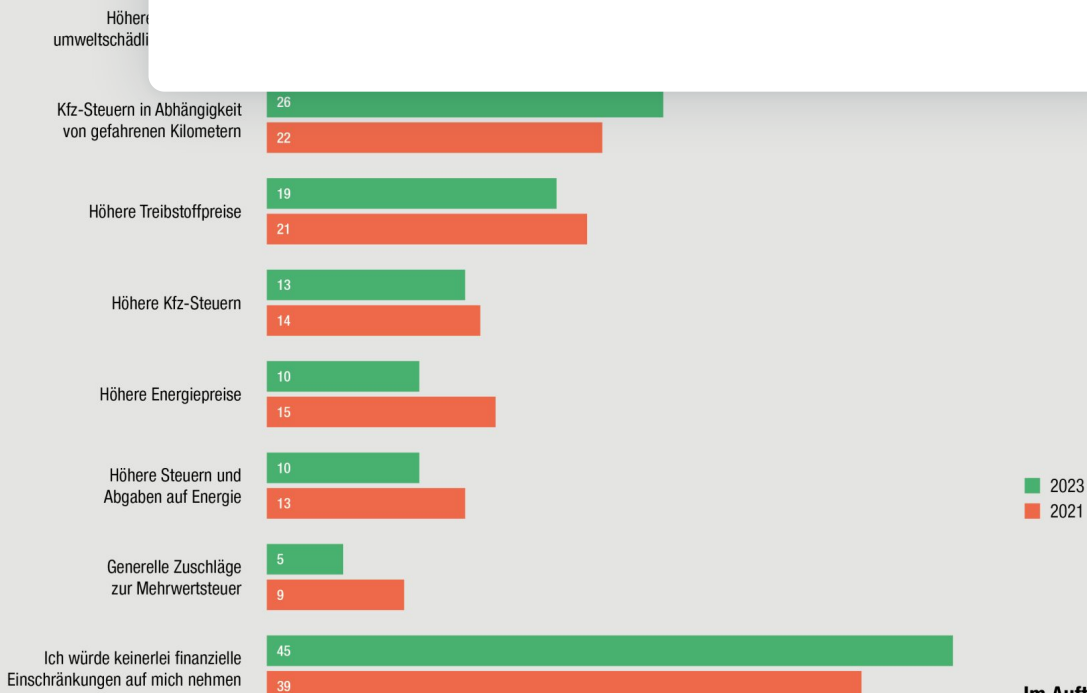
& Digitalisierung



Laut dem Wohnbarometer der VAV ist die Bereitschaft, zugunsten der Umwelt finanzielle Nachteile auf sich zu nehmen binnen Jahresfrist deutlich gesunken. Nach den aktuellen Daten würden einer lebenswerten Umwelt zuliebe 19 Prozent der Bevölkerung höhere Treibstoffpreise akzeptieren. 10 Prozent könnten sich mit einer höheren Besteuerung von Energie anfreunden und 13 Prozent mit höheren Kfz-Steuern. 42 Prozent hätten nichts gegen Steuerzuschläge für umweltschädliche Produkte und fünf Prozent können sich eine generell höhere Mehrwertsteuer vorstellen.

Die Vergleichsdaten aus 2021 zeigen durchwegs höhere Zustimmungsraten. So konnten sich damals noch 15 Prozent höhere Energiepreise vorstellen, 21 Prozent höhere Treibstoffpreise, 13 Prozent eine Verteuerung von Energiegebühren und 14 Prozent höhere Kfz-Steuern. 45 Prozent stimmten Steuerzuschlägen für umweltschädliche Produkte zu und neun Prozent einer durchgängigen Erhöhung der Mehrwertsteuer.





Basis: n = 1000; Angaben in %
Quelle: Repräsentative Studie im Auftrag der VAV Versicherung; Lang & Tomaschik Communications, Gallup Institut
Fehlende Angaben auf 100 % = Rundungsdifferenz

Im Auftrag von
VAV III
VERSICHERUNGEN

Finanzielle Einbußen

Heute lehnen 45 Prozent der Studienteilnehmer:innen finanzielle Einschränkungen zugunsten einer lebenswerten Umwelt überhaupt ab, um sechs Prozentpunkte mehr als 2021 als der Vergleichswert 39 Prozent betrug. Unter Proband:innen, die nach eigenen Angaben nicht umweltbewusst leben, liegt die Ablehnung bei hohen 67 Prozent.

Eine Ausnahme von dem allgemeinen Trend sinkender Zustimmung zeigt sich bei der Abfrage von Kfz-Abgaben in Zusammenhang mit gefahrenen Kilometern. Hier nehmen 26 nach vormals 22 Prozent eine Berechnung in Abhängigkeit von der tatsächlichen Fahrleistung positiv auf.



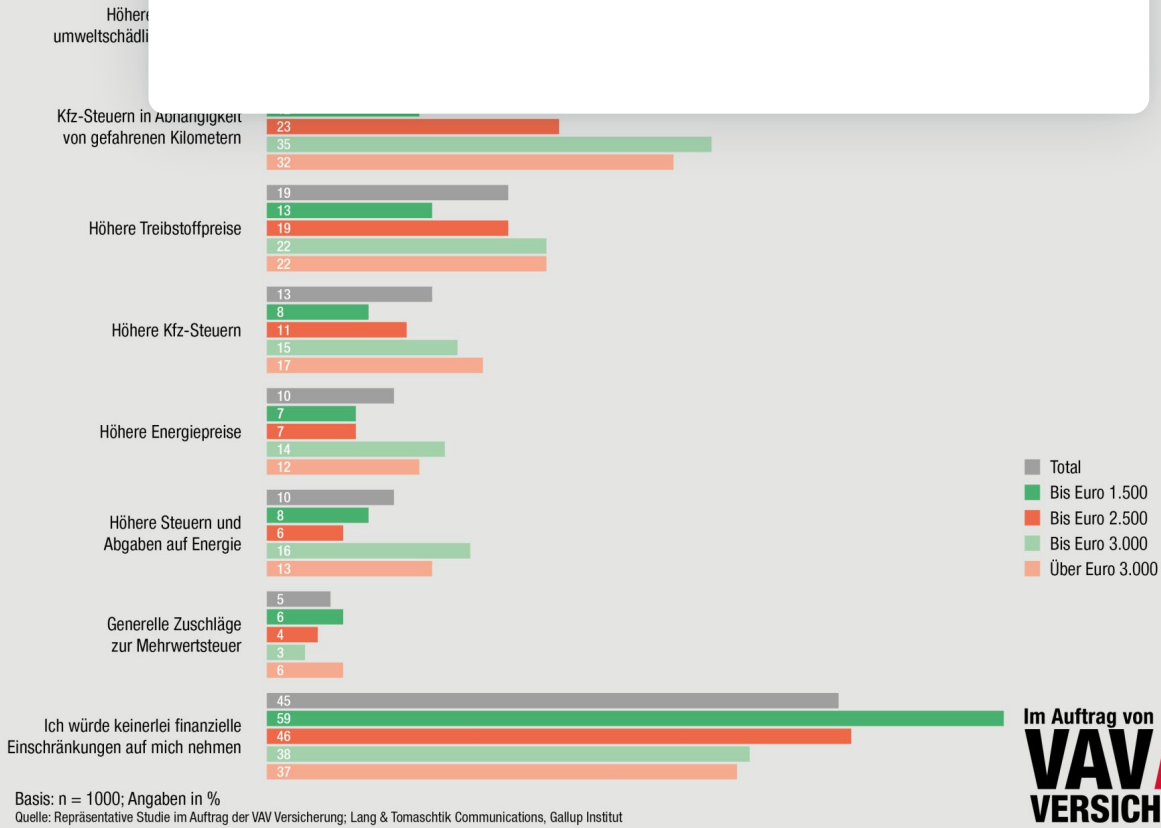


„Zwischen den beiden Studien liegt eine Periode hoher Energiepreise und hoher Inflation, die den Bürger:innen bereits finanzielle Einbußen abverlangten. Insofern sind die sinkenden Zustimmungsraten nicht verwunderlich bzw. bei Verbesserung der wirtschaftlichen Situation auch nicht dauerhaft“, konstatiert Sven Rabe, Vorstandsvorsitzender der VAV Versicherung.

Extrabesteuerung umweltschädlicher Produkte

Über alle abgefragten Kriterien hinweg erhält das Thema „höhere Besteuerung umweltschädlicher Produkte“ mit 42 Prozent die größte Zustimmung, sie nimmt mit der Höhe des Monatseinkommens zu und beträgt in der Top-Einkommensklasse über 3.000 Euro monatlich sogar 49 Prozent.

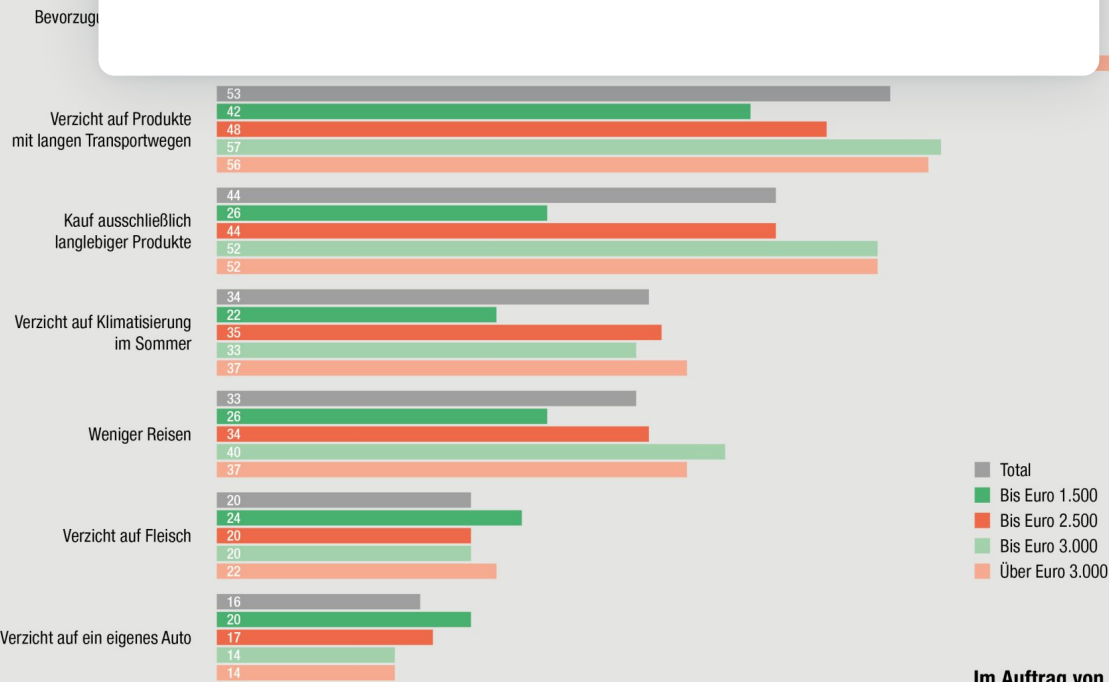
0%



Regionale Produkte sehr beliebt

Wie in den Vorjahren steht auch heuer der regionale Einkauf hoch im Kurs. 64 Prozent würden wegen des Erhalts einer lebenswerten Umwelt regional produzierte Lebensmittel bevorzugen, 53 Prozent den Kauf von Artikeln mit langen Transportwegen unterlassen, 44 Prozent ausschließlich Produkte mit langer Lebensdauer erwerben und 33 Prozent weniger reisen. Über alle Kriterien gesehen zeigt auch hier die Gruppe mit dem niedrigsten Einkommen die geringste Bereitschaft zu Einschränkungen.





Basis: n = 1000; Angaben in %
Quelle: Repräsentative Studie im Auftrag der VAV Versicherung; Lang & Tomaschtk Communications, Gallup Institut

Im Auftrag von
VAV
VERSICHERUNGEN

„Die Bereitschaft als auch überhaupt die Möglichkeit einer Änderung ist in Abhängigkeit von den finanziellen Möglichkeiten zu sehen. Wer die elementaren Grundbedürfnisse nicht finanzieren kann, wird auch weiteren Belastungen sehr ablehnend gegenüberstehen“, verdeutlicht Sven Rabe abschließend.

Unterschiedliche Präferenzen treten je nach Alter der Studienteilnehmer:innen zutage. Auf den Punkt gebracht ist die Aussage, dass für jüngere Konsument:innen der Verzicht auf Fleisch eine Option ist und ältere Respondent:innen eher zu regionalen Produkten tendieren. Mit 26 Prozent spricht sich mehr als jede:r vierte Teilnehmer:in unter 30 Jahren gegen den Fleischkonsum aus, bei den über 50jährigen sind es 18 Prozent. Umgekehrt bevorzugen 66 Prozent der Bürger:innen über 50 Jahre regionale Lebensmittel, unter den Jüngeren sind es 59 Prozent.

<https://www.vav.at>



Geschrieben von:

VAV Versicherung

Secur

Worauf man wirklich achten muss

Start-ups

Hier finden Sie die Top-Leader von morgen

Studien

Umfragen, Rankings und Best-ofs

Technology

Punktgenau: Intelligente Prozesse

Trends

Neuigkeiten aus aller Welt

0%

[Zurück zur Startseite](#)

Das könn



Technology | Unternehmen

22.05.2023 | 2 min

REXEL: Elektrobranche als Treiber für Green Jobs

0%



Psychologie | Studien

21.05.2023 | 3 min

Wie digital will es die Generation Z in der Handelskommunikation?



0%

Trends | Unternehmen

21.05.2023 | 2 min

ESG und die weitreichenden Konsequenzen für die Unternehmensführung

Rechtlich

- Das ist TOP LEADER
- Mediadaten
- Datenschutz
- Impressum
- AGB
- Cookie-Richtlinie (EU)

TOP LEADER
ENTSCHEIDER UNTER SICH

Mediadaten 2023

Das Jahrbuch der Wirtschaft
Mediadaten

TOP LEADER'S PREMIUM NEWSLETTER

TOP LEADER gibt der Wirtschaft ein Gesicht, die Werbetechnik für unternehmerische Leistung. Unsere Leserschaft besteht aus über 39.104 qualifizierten, integrierten Entscheidungsträgern:

- **Verwalter, CEOs, Geschäftsführer, CFO**
- **Publikum, Bürgermeister**
- **Investitionsleiter**
- **Personalverantwortliche und Konzernverantwortliche** wichtiger und einflussreicher Unternehmen.

Es ist von bereits gelungenen Leserschaften mit Umsatzgrößen ab 10 Millionen Euro zu erwarten, bis auf 100% des B2B-Bereichs, umfassen.

Der **PREMIUM NEWSLETTER** bietet Ihnen Zugang zu dieser Zielgruppe – ohne Streuverluste.

In Unternehmen werden zusätzliche Branchen- und Unternehmensdaten sowie Lead-IDs und E-Mail-Adressen bereitgestellt. Dieser Bestand ist ein positiver Effekt unserer zielgerichteten Ansprache.

Premium Newsletter
Mediadaten 2023

Personenquote **31%**
Über **39.104** qualifizierte Entscheidungsträger und Führungskräfte
Aktive, qualifizierte Entscheider **100%** und kein Streuverlust

Die Zielgruppen sind über **2093** Gemeinden Österreichs
Ab **7** Tage ohne neues Angebot – direkt geliefert in den E-Mail-Postfach der Zielgruppe





TOP LEADER der Zukunft

Neue Top-Gründer:innen



www.top-leader.at/startupradar/

Top Leader Verlag KG
Wollzeile 11 / 1010 Wien
+43 [0] 1 - 953 35 23
kontakt@top-leader.at