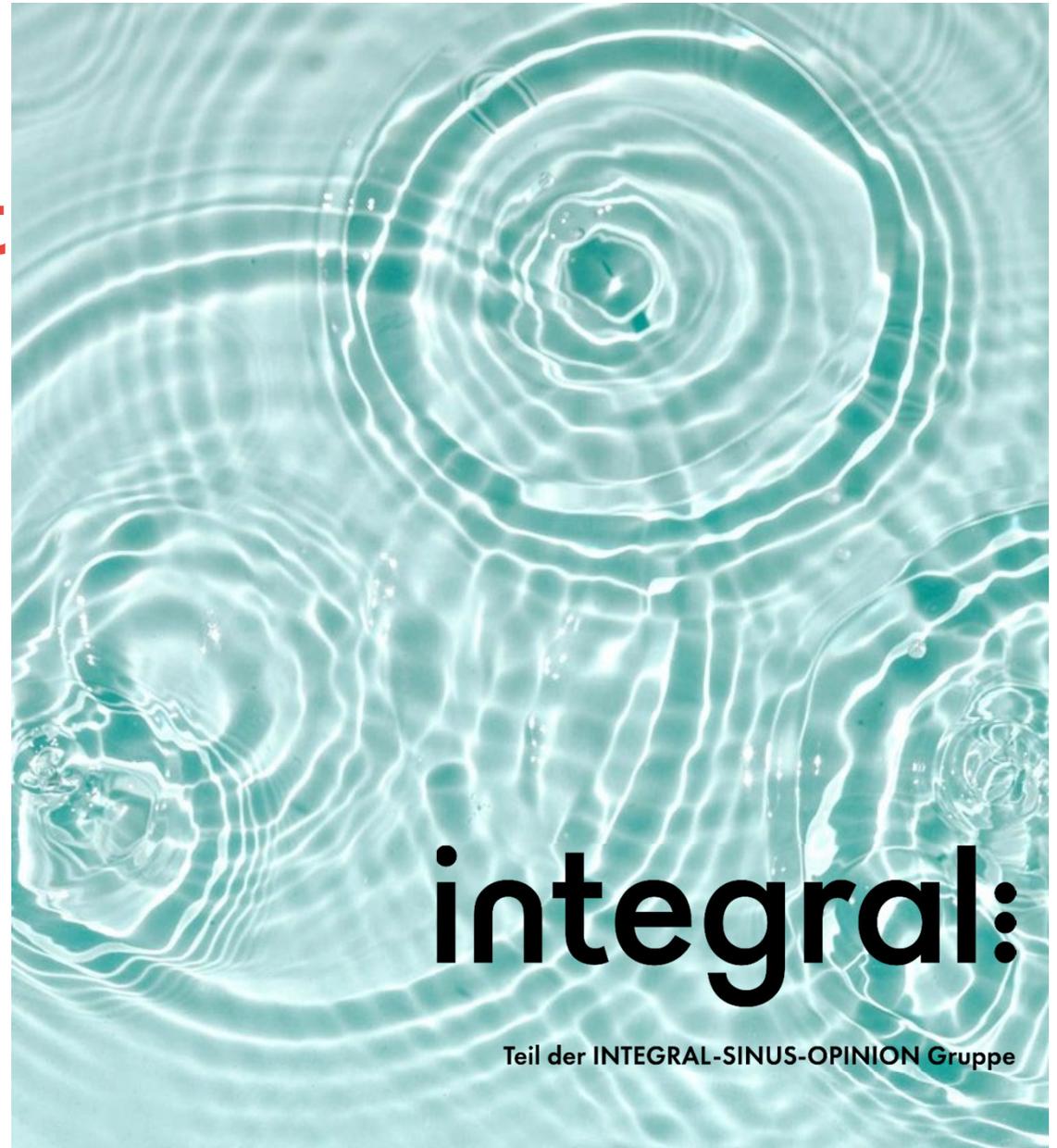


INTEGRAL

Umweltbundesamt Imagestudie 2024

Gesamtbericht
beider Teilstudien

Studie 7862 & 7863
September - Oktober 2024



integral:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Agenda

1	Fazit & Summary	4
2	Detailergebnisse Bevölkerung	10
2.1	Zielsetzungen & Methode	11
2.2	Ergebnisüberblick Bevölkerung	16
2.3	Kurzinfos Sinus-Milieus in Österreich	24
2.4	Subjektive Dringlichkeit von Umweltproblemen	34
2.5	Nachhaltigkeitstypen Umweltbundesamt	41
2.6	Bekanntheit im Mitbewerberumfeld	53
2.7	Wahrnehmung im Mitbewerberumfeld	64
2.8	Relevanz des Umweltbundesamtes	75
2.9	Unabhängigkeit des Umweltbundesamtes	80
2.10	Unabhängigkeit des Umweltbundesamtes	84
3	Befunde Stake-holder:innen & Kund:innen	90
4	Ihre Ansprechpersonen	118

Zielsetzungen des Gesamtprojekts & Projektdesign



Hintergrund & Ziele

- Das Umweltbundesamt überarbeitet derzeit seine Unternehmensstrategie und definiert seinen Purpose neu, erarbeitet eine neue Mission sowie neue Unternehmensziele.
- Darauf aufbauend soll die Kommunikation strategisch neu ausgerichtet und die Positionierung geschärft werden, um die Wirksamkeit zu erhöhen.
- Als Grundlage für diesen Strategieprozess sollte untersucht werden, wie das Umweltbundesamt von der österreichischen Bevölkerung und von wichtigen Stakeholder:innen und Kund:innen wahrgenommen wird.



Zielgruppen

- Österreichische Bevölkerung (Öffentlichkeit)
- Stakeholder:innen (B2C)
- Kund:innen



Projektdesign

- Quantitative Teilstudie
- Qualitative Teilstudie

1

Fazit & Summary

Fazit aus beiden Teilstudien

- Das Umweltbundesamt genießt eine **hohe Reputation** in Expertenkreisen aufgrund seiner wissenschaftlichen Expertise und wird als sehr relevante Einrichtung anerkannt. Diese Relevanz wird in Zukunft noch steigen. Als Verbesserungsmöglichkeit wird in Expertenkreisen speziell der Bereich „**Kommunikation**“ genannt: Klarere Darstellung der Angebote, verstärkter Austausch mit den Stakeholdern, klare Kommunikation notwendiger Maßnahmen, mehr Öffentlichkeitsarbeit und Bewusstseinsbildung.
- In großen Teilen der Gesamtbevölkerung ist das Umweltbundesamt noch relativ unbekannt. Mit dem Wissen und Kenntnisstand steigen Reputation und Relevanz des Umweltbundesamtes, weswegen verstärkte **Öffentlichkeitsarbeit** umso sinnvoller erscheint.
- Die Öffentlichkeitsarbeit sollte sowohl die inhaltlichen Bereiche Klima, Natur und Umwelt bekanntmachen wie auch das Umweltbundesamt als verantwortungsbewusste, moderne und zukunftsorientierte Institution zeigen, die eine hohe Wichtigkeit für Österreich hat.
- Einen besonders hohen Stellenwert nimmt hierbei die **moderne Mitte der Gesellschaft** ein: Die Zielgruppe der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.
 - Kommunikation an sie beeinflusst auch die benachbarten Milieus und kann eine hohe Breitenwirkung erzielen.
 - Die Adaptiv-Pragmatische Mitte ist noch wenig informiert über das Umweltbundesamt, aber grundsätzlich interessiert und offen.
 - Die Klimaproblematik beunruhigt und verunsichert sie; sie benötigt Informationen und Hinweise.
 - Die Kommunikation müsste an Alltagsbeobachtungen und Problemwahrnehmungen andocken (Natur und Umwelt statt Klima, Energie und Abfallproblematik...) und konkret sowie handlungsorientiert sein.
 - Von zentraler Bedeutung für die Adaptiv-Pragmatische Mitte ist der Nutzenaspekt: Was haben wir davon, wenn wir bestimmte Maßnahmen ergreifen, bzw. was kostet es uns, wenn wir das nicht tun.

Summary: Bevölkerung

- Das Umweltbundesamt erzielt eine gute bis durchschnittliche gestützte Bekanntheit und Reputation innerhalb der österreichischen Bevölkerung. Aber nur wenige haben ein umfassendes Bild der Institution. Damit ist das Umweltbundesamt allerdings nicht allein.
- Die Awareness steht in Verbindung mit dem zentralen Kernaufgabengebiet bzw. jenen Bereichen, mit denen das Umweltbundesamt in der Medienberichterstattung vertreten ist.
- Die Wichtigkeit der Institution für Österreich wird nicht in Abrede gestellt. Aufgrund der Rechtsform zeigen sich jedoch Unsicherheiten bzw. eine gewisse Skepsis im Hinblick auf die Unabhängigkeit der fachlichen Expertise.
- Erwartungsgemäß steigen die Bekanntheit, der Wissensstand, die Reputation und Relevanz mit dem Grad der Formalbildung und sind in den nachhaltigkeitsaffinen Milieus (Progressive Realisten, Postmaterielle) sowie den gesellschaftlichen Leitmilieus (Konservativ-Etablierte, Performer) im Milieuvvergleich überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Dies gilt zum Teil auch für das Traditionelle Milieu. Es zeigen sich aber zum Teil auch gute (Akzeptanz)Werte in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.
- Relativ schwer erreichbar (dies gilt für Nachhaltigkeitsthemen generell) sind die Milieus der modernen Unterschicht (Konsumorientierte Basis, Hedonisten) und die Lifestyleavantgarde (Kosmopolitische Individualisten) mit jeweils anderen lebensweltlichen Fokussierungen sowie die generell systemkritischen Nostalgisch-Bürgerlichen.

Summary: Stakeholder:innen & Kund:innen

Wahrnehmung des Umweltbundesamtes

Wissenschaftliche Arbeit

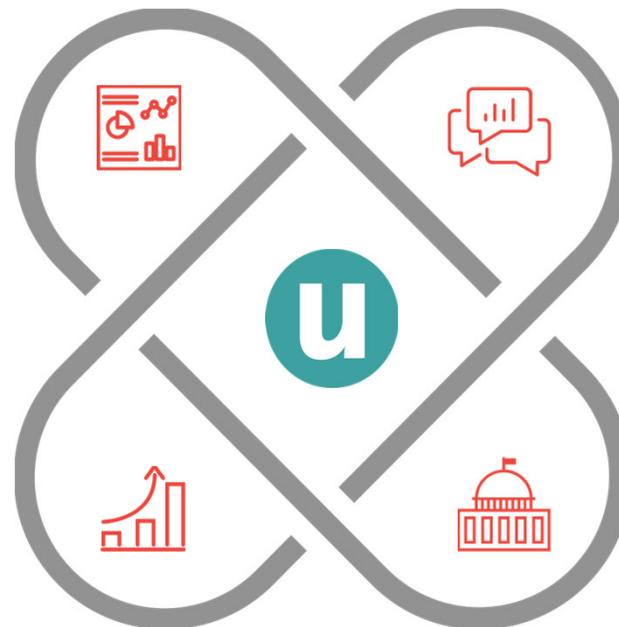
Die am stärksten wahrgenommenen Aufgaben des Umweltbundesamtes stehen in Verbindung mit wissenschaftlicher Arbeit: **Daten, Analysen, Berichte, Monitoring im Zusammenhang mit Umwelt- und Klimaschutzthemen;** meist zur **Unterstützung politischer Entscheidungsfindungen.**

Hier ist die **Zufriedenheit sehr hoch:** es wird die wissenschaftliche, sachliche und evidenzbasierte Arbeit und die hohe Expertise des Umweltbundesamtes gelobt. Das führt zu einem hohen Vertrauen in die Informationen und Empfehlungen des Umweltbundesamtes.

Hohe wahrgenommene Relevanz

Das Umweltbundesamt wird von den Stakeholder:innen als **ausgesprochen relevant** wahrgenommen.

Es liefert eine **Evidenzbasis für Maßnahmen im Umwelt- und Klimabereich** und hat ein **hohes Maß an Expertise** - das ist auch **gesellschaftspolitisch** sehr wichtig



Mehr öffentlichkeitswirksame Kommunikation gewünscht

Die Stakeholder:innen sind sich einig, dass das Umweltbundesamt in **Fachkreisen eine hohe Bekanntheit** hat und hier auch hohes Vertrauen genießt.

Allerdings wurde vielfach der Wunsch vorgebracht, dass das Umweltbundesamt **stärker öffentlichkeitswirksam kommuniziert**, um auch in der **breiten Öffentlichkeit** das Bewusstsein für Umwelt- und Klimathemen stärker zu prägen; v.a. auch bei der **jungen Generation**, die als Zukunft des Klimaschutzes gesehen wird.

Wahrnehmung der Unabhängigkeit

Das Umweltbundesamt wird von den meisten Stakeholder:innen **nicht als unabhängig** wahrgenommen, weil sich Abhängigkeiten aufgrund des **Eigentümerresorts Klimaministerium** und der schwierigen Abgrenzung von der **Politik** nicht vermeiden lassen.

Es ist aber aus Sicht der Stakeholder:innen wichtig, Ergebnisse **unabhängig zu präsentieren** - hier sind einige der Ansicht, das Umweltbundesamt **dürfe nicht alles sagen, was es weiß.**

Summary: Stakeholder:innen & Kund:innen

Wahrnehmung der Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt



Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt

- Die **Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit ist hoch**. Besonders positiv hervorgehoben wurde die **strukturierte Arbeitsweise** und **Verlässlichkeit**, dass die **Mitarbeitenden sympathisch** sind, woraus auch eine **gute Kommunikation** resultiert und die **hohe Kompetenz und Expertise**.
- **Weniger zufrieden ist man teilweise mit der Abwicklung**, die als kompliziert und bürokratisch wahrgenommen wird, was auch dazu führt, dass sich **Prozesse in die Länge ziehen**, sowie mit der **Abrechnung**: man hat das Gefühl, dass man diese genau überprüfen muss. Einige Teilnehmende berichteten auch von Projekten, die nicht fertiggestellt wurden, weil das Stundenkontingent erschöpft war.



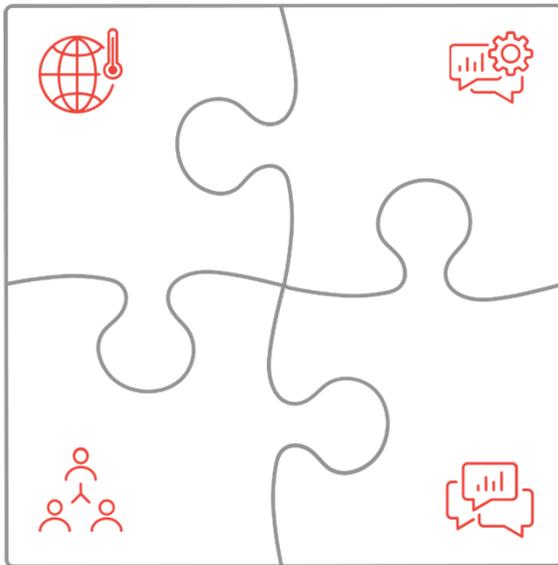
Verbesserungsvorschläge zur Zusammenarbeit

Diese lassen sich grob in vier Themenblöcke gliedern:

1. **Agilere interne Strukturen**: Strukturen agiler und effizienter gestalten, Rechtsstellung und Vertragsstruktur vereinfachen.
2. **Bessere/ gezieltere Kommunikation**: Angebote und Services klarer darstellen, Kommunikation zwischen verschiedenen Ministerien und Institutionen besser abstimmen.
3. **Stärkere Einbindung der Stakeholder:innen**: würde die Akzeptanz der Ergebnisse erhöhen, auch die Unterschiede zwischen den Regionen stärker berücksichtigen.
4. **Wirtschaftlicher Aspekt**: mehr Transparenz bei Kalkulationen, klarere Aufgabenteilung im Marktumfeld, sich mehr auf die Kernaufgaben fokussieren und weniger auf wirtschaftliche Aktivitäten.

Summary: Stakeholder:innen & Kund:innen

Zukünftige Relevanz des Umweltbundesamtes



Wahrgenommene steigende Relevanz

- Aus Sicht der Stakeholder:innen wird die **Relevanz** des Umweltbundesamtes in der Zukunft **steigen**.
- Das liegt an den **Themen**, die an Menge und Komplexität zunehmen - das Umweltbundesamt verfügt hier über die **nötige Expertise und das methodische Wissen**.
- Um dies zukunftsstauglich umzusetzen ist es wichtig, dass das Umweltbundesamt stärkeren **Austausch und Zusammenarbeit mit den wichtigsten Stakeholder:innen** fördert, um **Vertrauen** zu stärken und die **Sichtbarkeit** des Umweltbundesamtes zu erhöhen.

Relevante Themen für die Zukunft

Um für die Zukunft gerüstet zu sein, empfehlen die Stakeholder:innen dem Umweltbundesamt, sich auf vier Themenblöcke zu fokussieren:

1. **Blick auf die großen Themen:** Fokus auf die großen Themen im Bereich Klimaschutz, dafür entsprechende Kommunikationsmaßnahmen setzen, nach Vorbild von NGOs wie Greenpeace.
2. **Klare Struktur und Teamkultur fördern.**
3. **Maßnahmen klar kommunizieren:** nicht nur Daten liefern, sondern auch klar kommunizieren, welche nötigen Maßnahmen sich daraus ergeben.
4. **Bewusstseinsbildung** in der Gesellschaft durch verstärkte **Öffentlichkeitsarbeit**.

2

Detailergebnisse Bevölkerung

2.1

Zielsetzungen & Methode

Zielsetzungen & Methode



Hintergrund & Ziele

- Das Umweltbundesamt überarbeitet derzeit seine Unternehmensstrategie und definiert seinen Purpose neu, erarbeitet eine neue Mission sowie neue Unternehmensziele. Darauf aufbauend soll die Kommunikation strategisch neu ausgerichtet und die Positionierung geschärft werden, um die Wirksamkeit zu erhöhen.
- Als Grundlage für diesen Strategieprozess soll untersucht werden, wie das Umweltbundesamt von der österreichischen Bevölkerung und von wichtigen Stakeholder:innen und Kund:innen wahrgenommen wird.



Methode

- Onlinebefragung im Rahmen des von INTEGRAL und SPECTRA gemeinsam betriebenen AUSTRIAN ONLINEPOOL



Feldarbeit

11.09.-16.09.2024



Zielgruppe

Österr. Wohnbevölkerung
16-80 Jahre



Sample

- n=1.500 Interviews

Indizierung - Untergruppen

Indizierung von relevanten Abweichungen zwischen den Ergebnissen in einzelnen Untergruppen und dem Durchschnitt

Um (z. B. demographische) Untergruppen miteinander vergleichen zu können und signifikante Abweichungen vom Durchschnitt aller Befragten (Total) zu verdeutlichen, wurde jeweils eine Differenz berechnet:

$$\text{Differenz} = \text{Gruppe} \text{ minus } \text{Total}$$

Es gilt grundsätzlich :

Differenz > 0überrepräsentiert

Differenz < 0unterrepräsentiert

Differenzgrenzen für die Einfärbung starken Abweichungen:

Gruppe	stark unterrepräsentiert	stark überrepräsentiert
0-20	<=-3	>=3
>20-80	<=-5	>=5
>80-100	<=-3	>=3



Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Indizierung - Sinus-Milieus®

Indizierung von relevanten Abweichungen zwischen den Ergebnissen in einzelnen Sinus-Milieus® und dem Durchschnitt

Um Sinus-Milieus® miteinander vergleichen zu können und relevante Abweichungen vom Totalwert aller Befragten zu verdeutlichen, wurde jeweils ein Index berechnet:

$$\text{Index} = \frac{\text{Milieu in \%}}{\text{Total in \%}} * 100$$

Beispiel: Milieuergebnis: 40%, Total: 30% -> Index = 40%/30% = 133

Es gilt grundsätzlich :

Index > 100überrepräsentiert

Index < 100unterrepräsentiert

Für die Kennzeichnung relevanter Abweichungen wurden je nach Merkmalsausprägung die folgenden Indexgrenzen definiert:

Ergebnis liegt zwischen ...%	stark unterrepräsentiert bei Index...	stark überrepräsentiert bei Index...
>0-40	≤80	≥120
>40-60	≤85	≥115
>60-80	≤90	≥110
>80-100	≤95	≥105

Dieses Merkmal ist im Milieu stark überrepräsentiert

integral:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Legende Grafiken & Tabellen

Um die Lesbarkeit von Tabellen und Graphiken zu erhöhen, werden für die einzelnen Milieus bisweilen die folgenden Abkürzungen verwendet

KET - Konservativ-Etabliertes Milieu

PMA - Postmaterielles Milieu

PER - Milieu der Performer

KOS - Kosmopolitisch-Individuelles Milieu

PRO - Progressiv-Realistisches Milieu

PRA - Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte

NOB - Nostalgisch-Bürgerliches Milieu

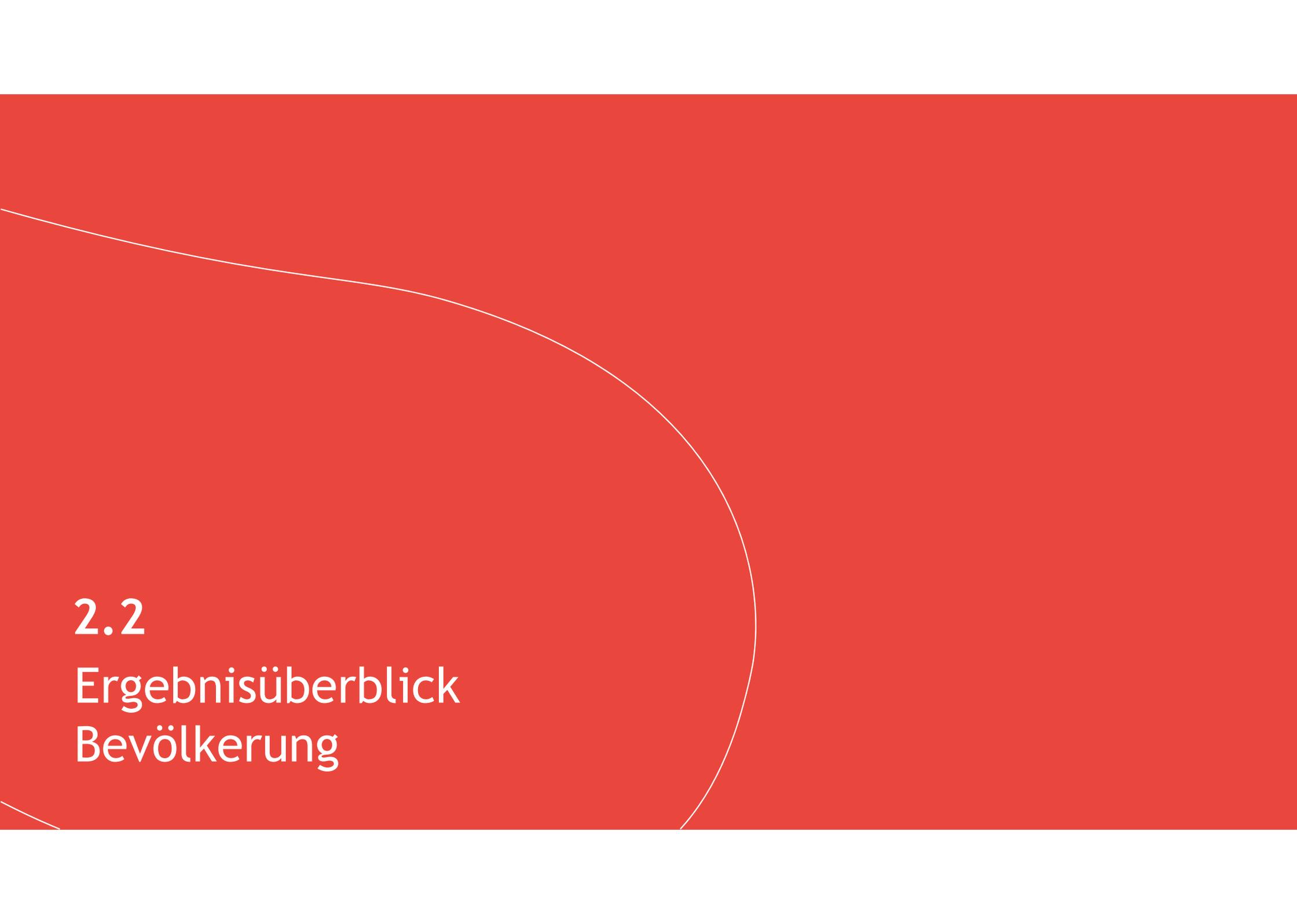
TRA - Traditionelles Milieu

KBA - Milieu der Konsumorientierten Basis

HED - Hedonistisches Milieu

integral:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

A solid red background with a white curved line that starts from the top left, curves downwards and to the right, and then curves back towards the bottom left.

2.2

Ergebnisüberblick
Bevölkerung

Subjektive Dringlichkeit von Umweltproblemen

1 von 2

- Als wichtigste Umweltprobleme werden die Zerstörung von Natur und Landschaft (66% Zustimmung) sowie der Treibhauseffekt/die Klimaveränderung (49%) gesehen.⁽¹⁾
- Das Problembewusstsein ist - entsprechend ihrer Milieulogik (i.e. hohe Nachhaltigkeitsaffinität) bei Progressiven Realisten sowie Postmateriellen am stärksten ausgeprägt. Aber auch das Milieu der Traditionellen sowie die Adaptiv-Pragmatische Mitte zeigen sich in einigen Bereichen überdurchschnittlich sensibilisiert.
- Die Zerstörung von Natur und Landschaft (32%, Einfachnennung) sowie der Treibhauseffekt bzw. die Klimaveränderung (27%) werden auch mit Abstand als die vordringlichsten Umweltprobleme eingestuft.⁽²⁾ Die Werte sind gegenüber der Messung im Herbst 2022 (Transformationsbarometer) relativ stabil geblieben.
- Die modernen gesellschaftlichen Leitmilieus (Postmaterielle, Performer) sowie das Milieu der Progressiven Realisten fokussieren stärker auf den Klimawandel. Bei den anderen Milieus wird die Dringlichkeit eher im Ressourcenverbrauch gesehen. Im Milieuvvergleich betrachten die Konsumorientierte Basis sowie das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu dieses Umweltproblem als am dringlichsten.

(1) Mehrfachnennung (2) Einfachnennung

Subjektive Dringlichkeit von Umweltproblemen

2 von 2

- Gegenüber früheren Befragungen der Jahre 2021 und 2022 zeigt sich eine Abnahme der (subjektiven) Relevanz eines nachhaltigen und klimafreundlichen Verhaltens.
- Gut jede:r Vierte (22%) stuft sich als Nachhaltigkeitstyp 1 ein - d.h. gibt an das persönliche Verhalten bereits umgestellt zu haben. Praktisch doppelt so viele (43%) entfallen auf Typ 2 und haben eigenen Angaben zufolge ihr Verhalten zumindest teilweise umgestellt.
- Ein gutes Drittel zeigt wenig bis keine aktuelle oder künftige Bereitschaft zur Verhaltensänderung: Ein gutes Zehntel (12%) hält eine künftige Umstellung künftig zumindest für denkbar (Typ 3). Jede:r Fünfte (22%) fokussiert auf andere - persönlich wichtigere Themen (Typ 4).
- Die Anteile der Nachhaltigkeitstypen haben sich zum Teil deutlich verschoben: Ein tendenzielles Minus zeigt sich bei Typ 1 (- 3 Prozentpunkte) und Typ 2 (-4 PP.), bei Typ 4 ein klares Plus (+6 PP.). Der Anteil von Typ 3 ist gegenüber 2022 praktisch unverändert geblieben (+ 1 PP.).
- Beim Blick auf die Nachhaltigkeitstypen differenziert nach Lebenswelten zeigen sich erwartbare Überschneidungen nach milieuspezifischen Grundwerten:
- So ist etwa in den modernen gesellschaftlichen Leitmilieus (Postmaterielle, Performer) sowie im jungen Nachhaltigkeitsmilieu (Progressive Realisten) der Anteil des Nachhaltigkeitstyps 1 überdurchschnittlich stark ausgeprägt. Dies gilt auch für das im Ressourcenverbrauch zurückhaltende Milieu der Traditionellen.
- Typ 4 ist vor allem in den beiden Milieus der modernen Unterschicht (Konsumorientierte Basis, Hedonisten) aber auch im Lifestyle-affinen Milieu der Kosmopolitischen Individualisten zu finden.

Bekanntheit des Umweltbundesamtes im Mitbewerberumfeld

1 von 2

- Das Umweltbundesamt ist im Kontext von Organisationen, die Politik und Wirtschaft beraten, in der Bevölkerung spontan nicht präsent. Mit Abstand am häufigsten werden die NGOs Greenpeace (20% spontane Nennungen) sowie der WWF (10%) genannt, gefolgt von Global 2000. Knapp jede:r Zweite (47%) konnte keine Organisationen nennen.
- Bei Namensstützung liegt die Bekanntheit des Umweltbundesamtes bei 66%. Dies liegt auf dem Niveau der BOKU (67%) sowie der GeoSphere Austria (69%) - aber deutlich vor dem Wert der Österreichischen Energieagentur (35%). Am bekanntesten ist das WIFO (74%).
- Die Organisationen sind insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus bekannt, die BOKU zudem im Milieu der Progressiven Realisten, die GeoSphere Austria bei den Traditionellen.
- Auch das Umweltbundesamt ist v.a. in den gesellschaftlichen Leitmilieus bekannt. Im besonders nachhaltigkeitsaffinen Milieu der Progressiven Realisten erzielt das Umweltbundesamt jedoch lediglich eine unterdurchschnittliche Bekanntheit auf dem Niveau der Konsumorientierten Basis.
- Nur eine Minderheit der Befragten gibt an, über die jeweilige Organisation sehr gut oder gut Bescheid zu wissen. Der Grad der Bekanntheit ist hinsichtlich des VKI sowie der GeoSphere Austria am höchsten.
- Das Wissen über die Organisationen ist - erwartungsgemäß - eher in den in den gesellschaftlichen Leitmilieus (Konservativ-Etablierte, Postmaterielle, Performer) vorhanden, punktuell aber auch in anderen Milieus. Unterdurchschnittlich fällt der Wissensstand bei der Konsumorientierten Basis sowie im Milieu der Hedonisten aus.

Bekanntheit des Umweltbundesamtes im Mitbewerberumfeld

2 von 2

- Ein Drittel (33%) der Befragten hat zumindest ein ungefähres Bild über das Umweltbundesamt. Ebenso viele kennen es nur dem Namen nach. Die Bekanntheit steigt mit dem Alter sowie dem Grad der Formalbildung. Es zeigt sich zudem ein Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitstyp.
- Lediglich 7% der Befragten stufen ihren Wissensstand über das Umweltbundesamt als gut oder sehr gut ein. Die konservative und moderne ökonomische Elite (Konservativ-Etablierte, Performer) sowie die Adaptiv-Pragmatische Mitte stufen ihren Wissensstand überdurchschnittlich gut ein. Die Werte befinden sich jedoch auch in diesen Milieus auf niedrigem Niveau.

Wahrnehmung des Umweltbundesamtes im Mitbewerberumfeld ⁽¹⁾

1 von 2

- Die höchste Reputation erzielen der VKI (Mittelwert 7,1 - 11stufige Skala 0-10 Punkte; 10 = Höchstwert) sowie die GeoSphere Austria (7,0). Das Umweltbundesamt (5,9) rangiert auf dem Niveau des WIFO (6,0) und der AGES (5,9).
- Die Organisationen verfügen insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus (Konservativ-Etablierte, Postmaterielle, Performer) über eine gute Reputation - aber auch im Milieu der Progressiven Realisten sowie der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.
- Die Meinung über das Umweltbundesamt ist überwiegend positiv. Die Reputation steigt mit dem Grad der Formalbildung und nimmt mit dem Alter der Befragten ab.
- Überdurchschnittlich gute Reputationswerte erzielt das Umweltbundesamt in der konservativen und modernen Wirtschaftselite (Konservativ-Etablierte, Performer) sowie im jungen nachhaltigkeitsaffinen Milieu der Progressiven Realisten.
- Das Umweltbundesamt wird vor allem mit dem Einsatz für Umwelt- und Klimaschutz in Verbindung gebracht (48% Zustimmung) sowie als wichtig für Österreich eingestuft (47%). Mit deutlichem Abstand folgen die Eigenschaften verantwortungsbewusst (25%), vertrauenswürdig (22%), zukunftsorientiert (21%) und kompetent (20%). Am wenigsten werden die Aspekte gewinnorientiert (4%) und flexibel (6%) zugeschrieben.
- Wer das Umweltbundesamt gut kennt bzw. sich eine Meinung gebildet hat, verbindet es überdurchschnittlich stark mit Sympathie, Arbeitsgeberattraktivität, Zukunftsorientierung, Verantwortungsbewusstsein und öffentlicher Reputation.
- Bei der Eigenschaftszuschreibung punktet das Umweltbundesamt insbesondere in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte, bei Konservativ-Etablierten, Performern und Progressiven Realisten - aber auch im Traditionellen Milieu.

(1) Bewertung auf Basis der zumindest namentlichen Bekanntheit

Umweltbundesamt: Relevanz, Themenfelder & Tätigkeitsbereiche

1 von 2

- Für 86% der Befragten ist das Umweltbundesamt nach der Beschreibung seiner Aufgaben eine sehr oder eher wichtige Institution in Österreich. Die Zustimmung steigt mit dem Grad der Formalbildung und der persönlichen Relevanz des Themas Nachhaltigkeit.
- Das Umweltbundesamt wird insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus (Konservativ-Etablierte, Postmaterielle, Performer) sowie im Progressiv-Realistischen Milieu als sehr relevant für Österreich eingestuft. Unterdurchschnittlich fällt die Zustimmung in der Konsumorientierten Basis sowie im Hedonistischen Milieu aus - aber auch hier betrachtet deutlich mehr als die Hälfte die Institution als sehr oder eher wichtig.
- Hinsichtlich der Unabhängigkeit seiner Expertise zeigt sich jedoch eine relativ große Unsicherheit. Lediglich 46% stufen die Expertise des Umweltbundesamtes als weitgehend unabhängig ein. Jede:r Zehnte macht dies vom Forschungsgegenstand abhängig. 35% sind generell skeptisch.
- Am zuversichtlichsten in Sachen unabhängiger Expertise sind Konservativ-Etablierte. Starke Skepsis weisen einmal mehr der systemkritischen Nostalgisch-Bürgerlichen, die Konsumorientierte Basis sowie die Hedonisten auf. Aber auch das Traditionelle Milieu zeigt sich in dieser Frage mehrheitlich kritisch.
- Das Umweltbundesamt wird v.a. mit den Themenfeldern Klimaschutz und Klimawandelanpassung (54% Zustimmung), Abfallvermeidung, Bodenverbrauch, Luftqualität (je 50%) sowie Wasser (48%) in Verbindung gebracht - am wenigsten mit gesellschaftlichem Wandel (11%) und Mobilität (13%).
- Die beiden nachhaltigkeitsaffinen Milieus (Progressive Realisten, Postmaterielle) und das Milieu der Traditionellen verbinden deutlich mehr Themenfelder mit dem Umweltbundesamt als die anderen Milieus.

Umweltbundesamt: Relevanz, Themenfelder & Tätigkeitsbereiche

2 von 2

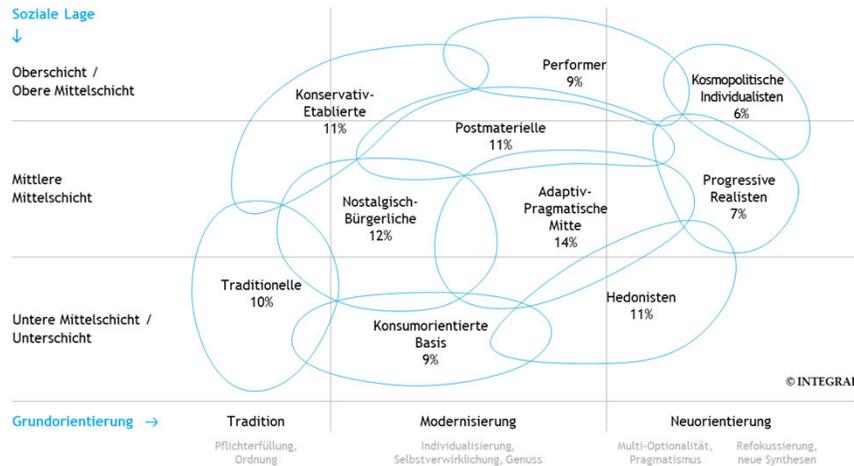
- Als wichtigste Themenfelder des Umweltbundesamtes werden Analysen zur Wirkung unterschiedlicher Substanzen sowie das Umwelt-Monitoring genannt (je 91% sehr oder eher wichtig). Aber auch die anderen Aufgabenbereiche erzielen hohe Werte.
- Die beiden nachhaltigkeitsfokussierten Milieus (Progressive Realisten, Postmaterielle) stufen entsprechend ihrer Milieulogik die Relevanz der Aufgaben des Umweltbundesamtes als besonders hoch ein. Überdurchschnittlich stark ist die Zustimmung zudem in den ökonomisch fokussierten Leitmilieus Performer und Konservativ-Etablierte.

2.3

Kurzinfos Sinus-Milieus in Österreich

Was sind Sinus-Milieus®?

Die Sinus-Milieus® gelten als Goldstandard der Zielgruppen-Segmentation.



Die Sinus-Modelle sind grafisch alle sehr ähnlich aufgebaut („Kartoffelgrafik“). In der vertikalen Achse ist die soziale Lage dargestellt und in der horizontalen Achse die Wertorientierung. Je höher ein Milieu angesiedelt ist, desto besser ist die Ressourcenausstattung (Bildung, Einkommen, Berufsprestige, soziale Kontakte); je weiter nach rechts es sich erstreckt, desto aktueller ist die Entstehung der Grundorientierung.

Die Sinus-Milieus® sind ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell.

Sie wurden vom deutschen SINUS-Institut vor über 40 Jahren entwickelt. Sie fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Die Übergänge zwischen den Milieus sind dabei fließend. Wir nennen das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“.

Die Sinus-Milieus® verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten bewegt (Werte, Überzeugungen, Lebensperspektiven), welche Lebensstile sie bevorzugen und wie sie bewegt werden können (Medien- und Kommunikationspräferenzen). In der Milieu-Landkarte können Produkte, Marken, Parteien, Medien etc. positioniert werden.

Warum ist der Milieu-Ansatz sinnvoll?

Der Milieuansatz erweitert die demografische Betrachtung um die Werteperspektive

- Die Sinus-Milieus® beschreiben differenziert die Lebens- und Wertewelt eines Menschen. Unterschiedliche Wertorientierungen sind oft bedeutsamer für Konsum- und Markenpräferenzen als sozioökonomische Lebensbedingungen.
- Soziale Zugehörigkeit wird heute nicht nur von sozioökonomischen, schichtspezifischen Kriterien geprägt, sondern v.a. auch von Gemeinsamkeiten der grundlegenden Werte und Lebensperspektiven, welche im Modell der Sinus-Milieus® abgebildet sind. Daraus ergeben sich auch vergleichbare Lebensstile und ästhetische Präferenzen. Aber auch die soziale Lage wird im Milieumodell berücksichtigt.
- Von Beginn an wurden zudem Alltagsästhetik und Stilpräferenzen in den Sinus-Milieus® systematisch untersucht, beschrieben und fotografisch oder per Video dokumentiert.
- Dieses Bildmaterial wird genutzt, um stilistischen Wandel präziser zu verstehen, um Produkte, Strategien und Kommunikation darauf abzustimmen - und nicht zuletzt auch als anschauliche Hilfe bei Schulungen (Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung) und Werbe-Briefings für Agenturen.



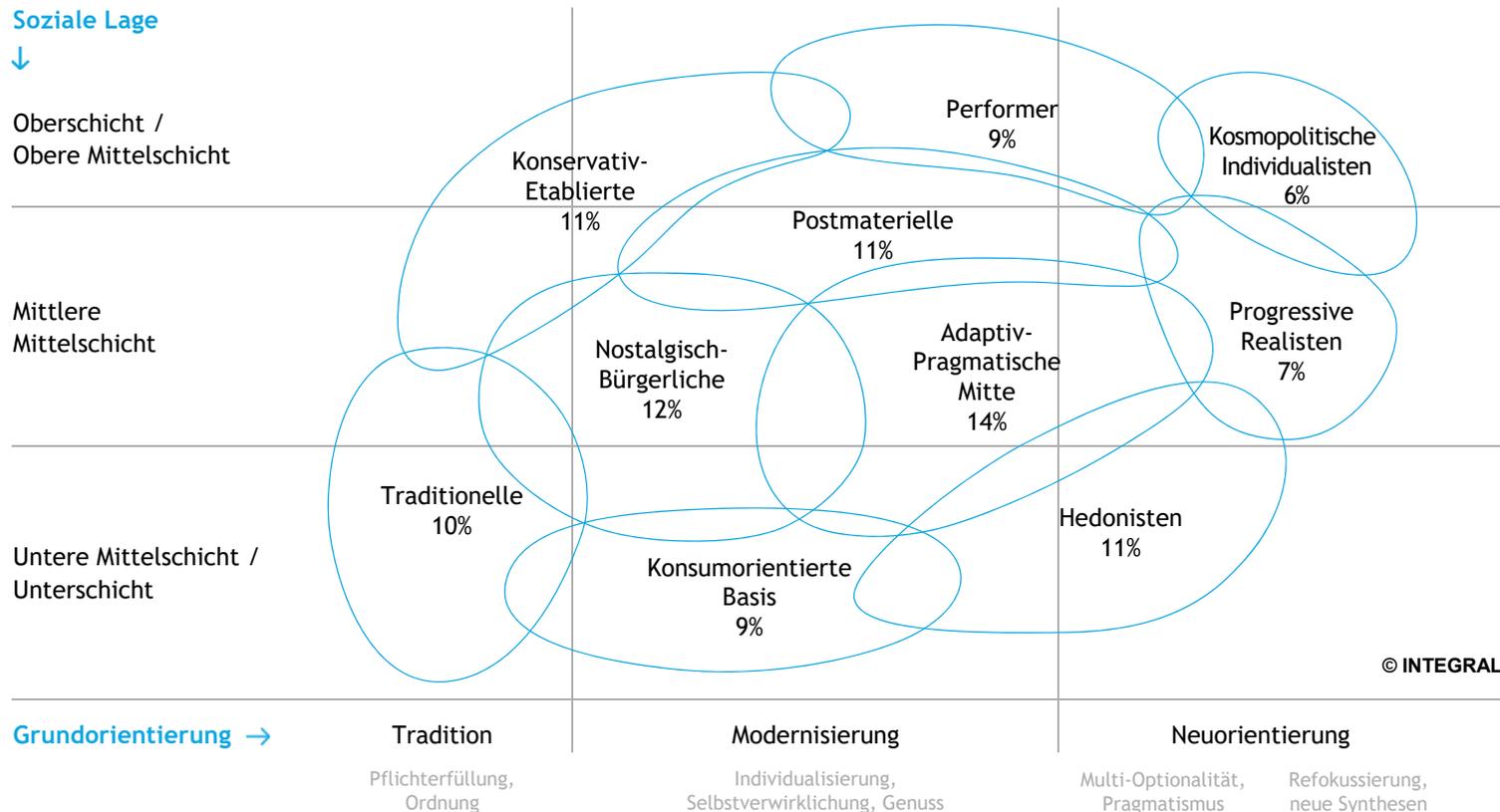
Typische Wohnwelt *Konservativ-Etablierte*



Typische Wohnwelt *Progressive Realisten*

Die Sinus-Milieus® in Österreich

Soziale Lage und Grundorientierung der österreichischen Wohnbevölkerung 14+ Jahre



Die Gesellschaft in Österreich ist einem laufenden Wandel unterzogen. Gesellschaftliche Krisen - zuletzt die Coronakrise - und das zunehmende Problembewusstsein in Hinblick auf den Klimawandel - fördern diese Veränderungen zusätzlich. Zwar bleiben die Grundorientierungen der Menschen auch in turbulenten Zeiten weitgehend konstant, dennoch nimmt eine Weiterentwicklung der Gesellschaft auch Einfluss auf die Milieustruktur. Nach dem Update des Sinus-Milieumodells für Österreich im Jahr 2011 gibt es deshalb seit Oktober 2022 eine Neufassung der Milieulandschaft, die dem aktuellen Wertewandel Rechnung trägt.

Welchen Nutzen hat das Sinus-Milieukonzept?

Ein Ansatz mit vielen Benefits

Aktualität

Die Sinus-Milieus® werden ständig weiterentwickelt. Basis dafür ist die Trendforschung von INTEGRAL und SINUS sowie deren Studien zu den Lebenswelten der Menschen.

Nachhaltigkeit

Die Sinus-Milieus® sind keine „One-off-Typologie“ wie viele andere Modelle, sondern ein seit Jahrzehnten etablierter Ansatz mit großer Marktdurchdringung.

Verfügbarkeit

Die Sinus-Milieus® sind im Teletest und in der Österreichischen Verbraucherstudie (ÖVA) verfügbar und können in jede ad-hoc Studie integriert werden.

Internationalität

Mit den Sinus-Milieus® können Zielgruppenstrategien nicht nur im deutsch-sprachigen Raum, sondern darüber hinaus in über 50 Ländern entwickelt werden.

Wirklichkeitsgetreues Abbild

Die Sinus-Milieus® liefern ein holistisches Bild der real existierenden Vielfalt in der Gesellschaft, indem sie Werte, Lebensstile und soziale Lage der Menschen genau beschreiben.

Wirtschaftlichkeit

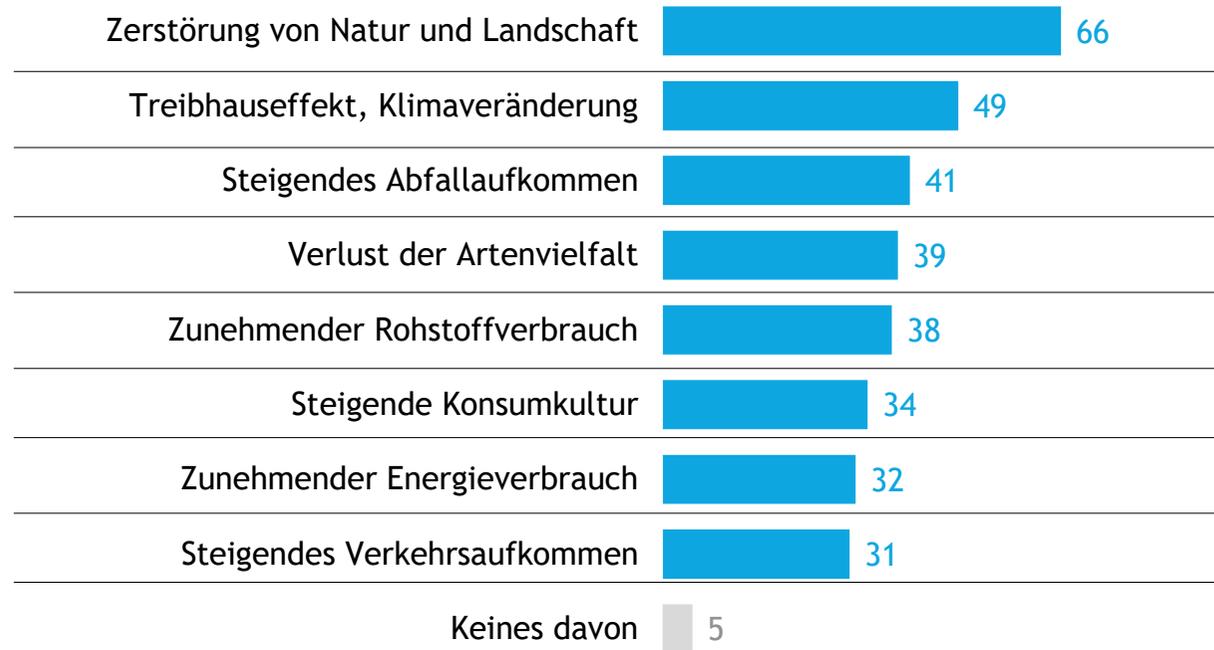
Da kontinuierlich Sinus-Milieustudien veröffentlicht werden, lernen Sie immer mehr über Ihre Zielgruppen. Vieles muss nicht von Grund auf neu erhoben bzw. gedacht werden (z.B. Mediennutzungsverhalten).

2.4

Subjektive Dringlichkeit von Umweltproblemen

Wichtigste Umweltprobleme

Die Zerstörung von Natur und Landschaft wird als das dringlichste Umweltproblem wahrgenommen, gefolgt vom Treibhauseffekt bzw. der Klimaveränderung.



- Die steigende Konsumkultur wird überdurchschnittlich stark von den 16-29jährigen genannt.
- Bei 30-39jährigen sind es das steigende Verkehrsaufkommen bzw. Abfallaufkommen.
- Das Problembewusstsein steigt mit dem Grad der Formalbildung.
- Treibhauseffekt und Klimaveränderung werden insbesondere von in Ausbildung Befindlichen und in Wien lebenden Personen problematisiert.

Angaben in %

F7: Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Umweltprobleme? (Mehrfachnennung)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Wichtigste Umweltprobleme

Das Problembewusstsein ist - entsprechend ihrer Milieulogik (i.e. hohe Nachhaltigkeitsaffinität) bei Progressiven Realisten sowie Postmateriellen am stärksten ausgeprägt. Aber auch das Milieu der Traditionellen sowie die Adaptiv-Pragmatische Mitte zeigen sich in einigen Bereichen überdurchschnittlich sensibilisiert.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
Zerstörung von Natur und Landschaft	66	66	77	67	62	71	69	66	66	67	50
Treibhauseffekt, Klimaveränderung	49	52	67	51	48	73	48	43	56	21	39
Steigendes Abfallaufkommen	41	40	47	29	32	41	48	47	39	33	39
Verlust der Artenvielfalt	39	33	53	39	35	48	36	43	45	33	26
Zunehmender Rohstoffverbrauch	38	35	49	35	31	58	38	45	37	25	28
Steigende Konsumkultur	34	24	42	30	28	54	39	30	59	24	23
Zunehmender Energieverbrauch	32	24	47	29	26	39	40	32	41	18	24
Steigendes Verkehrsaufkommen	31	25	34	31	32	31	33	32	38	24	28
Keines davon	5	7	0	2	4	0	4	2	0	10	14

F7: Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Umweltprobleme? (Mehrfachnennung)

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Dringlichstes Umweltproblem

Die Zerstörung von Natur und Landschaft sowie der Treibhauseffekt bzw. die Klimaveränderung werden mit Abstand als die vordringlichsten Umweltprobleme eingestuft.

		2022	2021
Zerstörung von Natur und Landschaft	 32	30	29
Treibhauseffekt, Klimaveränderung	 28	27	36
Steigende Konsumkultur	 9	7	5
Steigendes Abfallaufkommen	 6	6	5
Verlust der Artenvielfalt	 5	6	4
Zunehmender Rohstoffverbrauch	 5	7	8
Zunehmender Energieverbrauch	 5	8	4
Steigendes Verkehrsaufkommen	 4	3	4
Keines davon	0	1	1
Weiß nicht /Keine Angabe	 6	3	3



- Die Werte sind mit jenen des Transformationsbarometers 2022 gut vergleichbar.

Angaben in %

F8: Und was ist Ihrer Meinung nach das vordringlichste Umweltproblem? (Einfachnennung)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Dringlichstes Umweltproblem nach Sinus-Milieus

Die modernen gesellschaftlichen Leitmilieus sowie das Milieu der Progressiven Realisten fokussieren stärker auf „Klimawandel“. Für die anderen Milieus ist das eher zu abstrakt; „Zerstörung von Natur und Landschaft“ steht dort im Vordergrund.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
Zerstörung von Natur und Landschaft	32	31	30	27	32	22	34	41	22	46	28
Treibhauseffekt, Klimaveränderung	28	30	38	35	29	48	23	17	30	6	25
Steigende Konsumkultur	9	6	10	7	4	12	8	7	19	7	9
Steigendes Abfallaufkommen	6	6	1	7	6	6	7	9	4	7	8
Zunehmender Rohstoffverbrauch	5	6	5	5	9	5	5	9	4	0	5
Zunehmender Energieverbrauch	5	4	9	6	5	2	7	4	10	3	5
Verlust der Artenvielfalt	5	6	2	6	3	3	4	5	3	10	4
Steigendes Verkehrsaufkommen	4	2	0	6	7	1	5	4	6	10	1
Weiß nicht /Keine Angabe	6	8	5	2	6	1	5	5	2	10	15

F8: Und was ist Ihrer Meinung nach das vordringlichste Umweltproblem? (Einfachnennung)

Angaben in %

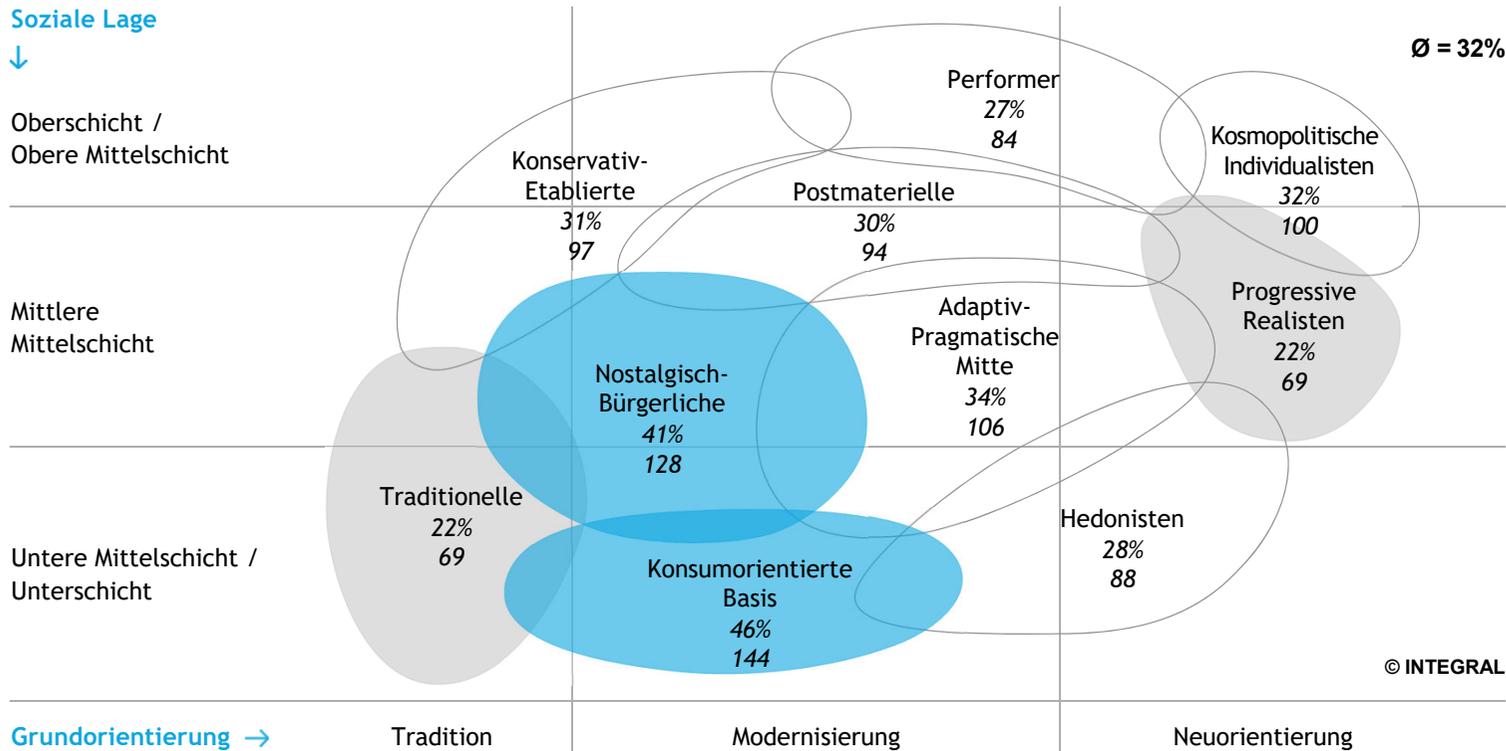
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Dringlichstes Problem: Zerstörung von Natur und Landschaft

Insbesondere die Konsumorientierte Basis sowie das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu betrachten dieses Umweltproblem als am dringlichsten.



F8: Und was ist Ihrer Meinung nach das vordringlichste Umweltproblem? (Einfachnennung)

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

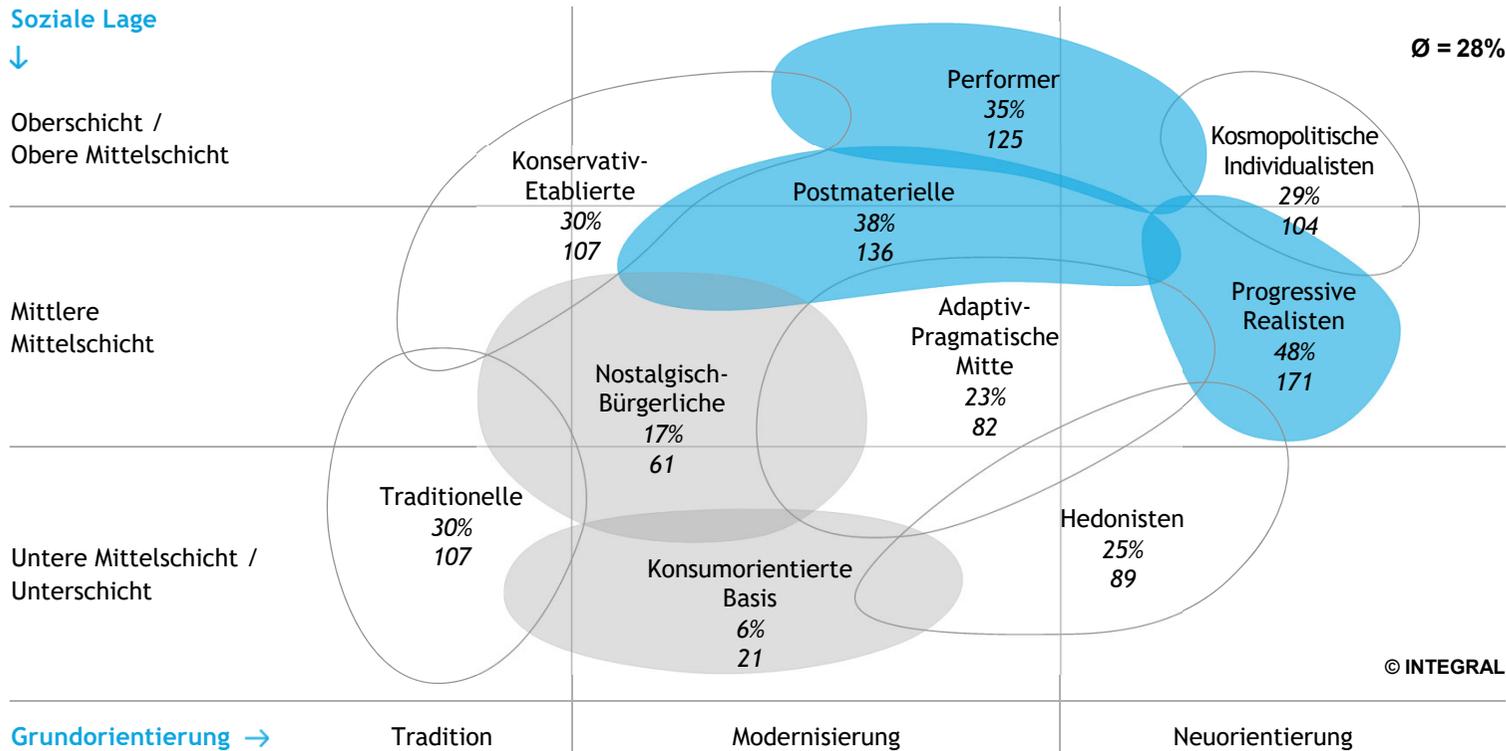
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Dringlichstes Problem: Treibhauseffekt, Klimaveränderung

Die modernen gesellschaftlichen Leitmilieus sowie das Milieu der Progressiven Realisten fokussieren überdurchschnittlich stark auf das Problem des Klimawandels.



F8: Und was ist Ihrer Meinung nach das vordringlichste Umweltproblem? (Einfachnennung)

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

2.5

Nachhaltigkeitstypen
Umweltbundesamt

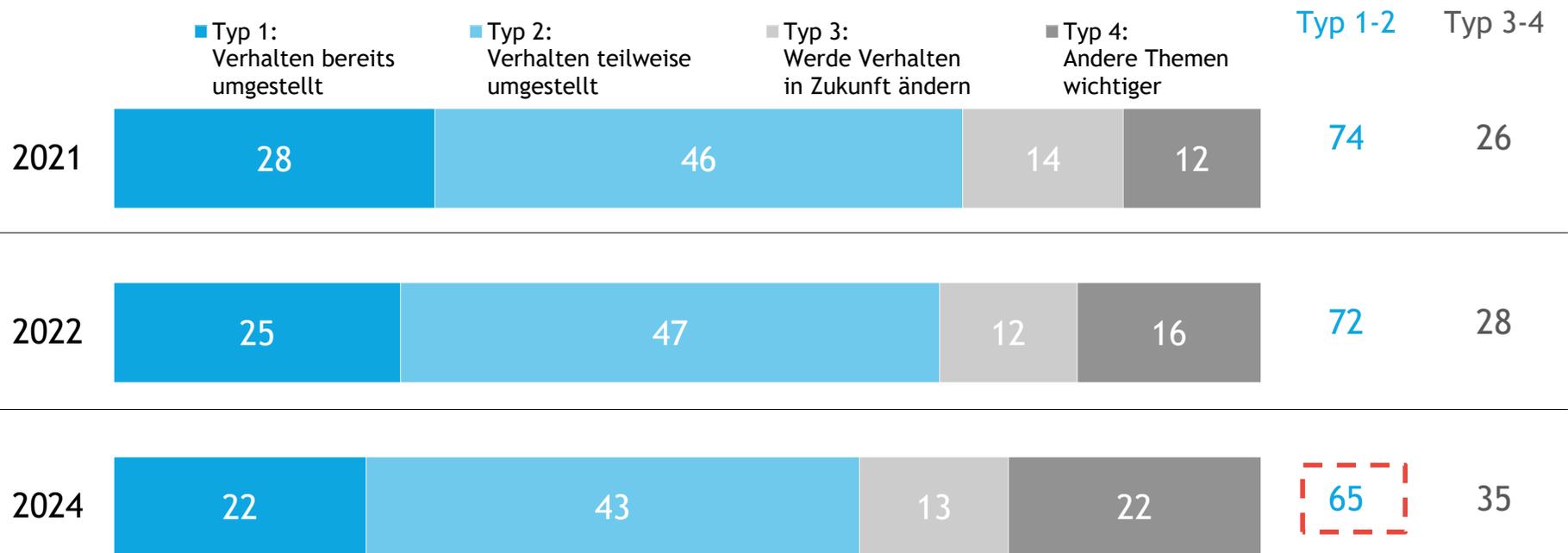
Nachhaltigkeitstypen Umweltbundesamt

Selbsteinstufung

- **Typ 1:** „Ich nehme Nachhaltigkeitsthemen sehr ernst und habe mein Mobilitätsverhalten, meine Ernährung und meinen Konsum schon umgestellt: z.B. Ich fliege weniger, esse weniger Fleisch, fahre mehr mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß.“
- **Typ 2:** „Ich nehme Nachhaltigkeitsthemen ziemlich ernst und stelle die Verhaltensweisen um, die mir leichtfallen: z.B. ich esse weniger Fleisch, sammle Müll oder kaufe Produkte aus biologischem Anbau.“
- **Typ 3:** „Ich beschäftige mich mit Nachhaltigkeitsthemen und werde die eine oder andere Verhaltensweise in Zukunft ändern, aber aktuell noch nicht: ich werde auf den öffentlichen Verkehr umsteigen, ich werde noch konsequenter Müll sammeln und entsorgen etc.“
- **Typ 4:** „Ich finde Nachhaltigkeitsthemen zwar wichtig, aber es gibt aktuell wichtigere Themen, denen ich meine Aufmerksamkeit schenke.“

Nachhaltigkeitstypen Umweltbundesamt - Zeitvergleich

Gegenüber den früheren Befragungen zeigt sich eine Abnahme der (subjektiven) Relevanz eines nachhaltigen und klimafreundlichen Verhaltens.



F18: Kommen wir noch kurz zu einer anderen Frage: Über Nachhaltigkeit und Klimaschutz wird ja aktuell viel gesprochen. Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?

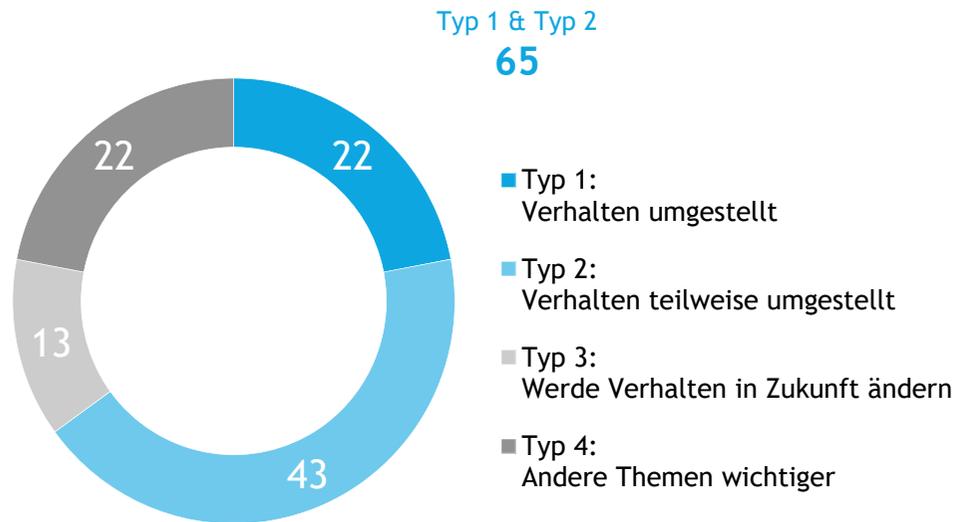
Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Nachhaltigkeitstypen Umweltbundesamt

Zwei Drittel geben an, ihr persönliches Verhalten zumindest teilweise bereits umgestellt zu haben. Ein gutes Drittel zeigt wenig bis keine Bereitschaft zur Verhaltensänderung. Die Bereitschaft steigt mit dem Grad der Formalbildung sowie mit dem Alter. Frauen sind etwas aufgeschlossener als Männer.



Nach Untergruppen

					Typ 1+2	Typ 3+4
Total, n=1505	22	43	13	22	65	35
Männer, n=746	22	39	12	27	61	39
Frauen, n=750	21	47	14	18	68	32
16 bis 29 Jahre, n=303	17	46	16	21	63	37
30 bis 49 Jahre, n=510	24	38	15	24	62	39
50 bis 80 Jahre, n=692	23	45	10	22	68	32
Pflichtschule, n=303	23	32	16	28	55	44
Fachschule, Lehre, n=510	19	44	13	24	63	37
Matura, Uni, n=692	25	48	11	15	73	26

F18: Kommen wir noch kurz zu einer anderen Frage: Über Nachhaltigkeit und Klimaschutz wird ja aktuell viel gesprochen. Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Überdurchschnittlich Angaben in %
Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Nachhaltigkeitstypen nach Sinus-Milieus (Selbsteinstufung)

Hier zeigen sich einige erwartbare Überschneidungen nach milieuspezifischen Grundwerten. Der Anteil von Typ1 und 2 ist bei Progressiven Realisten und Postmateriellen am höchsten. Hohe Anteile zeigen sich auch in der konservativen und modernen Wirtschaftselite (Konservativ-Etablierte, Performer) sowie im Milieu der Traditionellen. Überraschen mag der hohe Anteil des Typs1 im Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
<u>NH-Typ 1</u> : Verhalten umgestellt	22	25	27	27	9	37	29	16	27	9	11
<u>NH-Typ 2</u> : Verhalten teilweise umgestellt	43	53	59	47	42	51	36	41	53	18	32
<u>NH-Typ 3</u> : Werde Verhalten in Zukunft ändern	13	14	6	13	13	9	15	19	8	15	14
<u>NH-Typ 4</u> : Andere Themen wichtiger	22	7	8	13	35	4	19	24	12	58	44

F18: Kommen wir noch kurz zu einer anderen Frage: Über Nachhaltigkeit und Klimaschutz wird ja aktuell viel gesprochen. Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

NH-Typ 1: Verhalten umgestellt (Selbsteinstufung)- im Zeitvergleich

Der Anteil des NH-Typ 1 hat mit wenigen Ausnahmen in allen Milieus abgenommen. Am stärksten ist der Rückgang im Milieu der Kosmopolitischen Individualisten. Eine Zunahme zeigt sich in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte und - tendenziell - im Milieu der Traditionellen.

	2022	2024	Differenz
TOTAL	25	22	-3
Konservativ-Etablierte	32	25	-7
Postmaterielle	37	27	-10
Performer	32	27	-5
Kosmopolitische Individualisten	29	9	-20 ↓
Progressive Realisten	35	37	+2
Adaptiv-Pragmatische Mitte	19	29	+10
Nostalgisch-Bürgerliche	22	16	-6
Traditionelle	22	27	+5
Konsumorientierte Basis	11	9	-2
Hedonisten	17	11	-6



„Ich nehme Nachhaltigkeitsthemen sehr ernst und habe mein Mobilitätsverhalten, meine Ernährung und meinen Konsum schon umgestellt: z.B. Ich fliege weniger, esse weniger Fleisch, fahre mehr mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß.“

Angaben in %

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Verhalten umgestellt (Typ 1)

Basis: Alle Befragten
n= 1.000

↓↑ Signifikanter Unterschied gegenüber der Vormessung

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

NH-Typ 4: Anderes Wichtiger (Selbsteinstufung)- im Zeitvergleich

Der Anteil des NH-Typ 4 hat mit Ausnahme der Konservativ-Etablierten in allen Milieus zugenommen. Am stärksten ist der Anstieg im Milieu der Hedonisten, bei den Kosmopolitischen Individualisten sowie in der Konsumorientierten Basis.

	2022	2024	Differenz
TOTAL	16	22	+6 ↑
Konservativ-Etablierte	16	7	-9
Postmaterielle	5	8	+3
Performer	8	13	+5
Kosmopolitische Individualisten	18	35	+17
Progressive Realisten	3	4	+1
Adaptiv-Pragmatische Mitte	10	19	+9
Nostalgisch-Bürgerliche	15	24	+9
Traditionelle	9	12	+3
Konsumorientierte Basis	46	58	+12
Hedonisten	28	44	+16 ↑

i

„Ich finde Nachhaltigkeitsthemen zwar wichtig, aber es gibt aktuell wichtigere Themen, denen ich meine Aufmerksamkeit schenke.“

Angaben in %

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Andere Themen wichtiger (Typ 4)

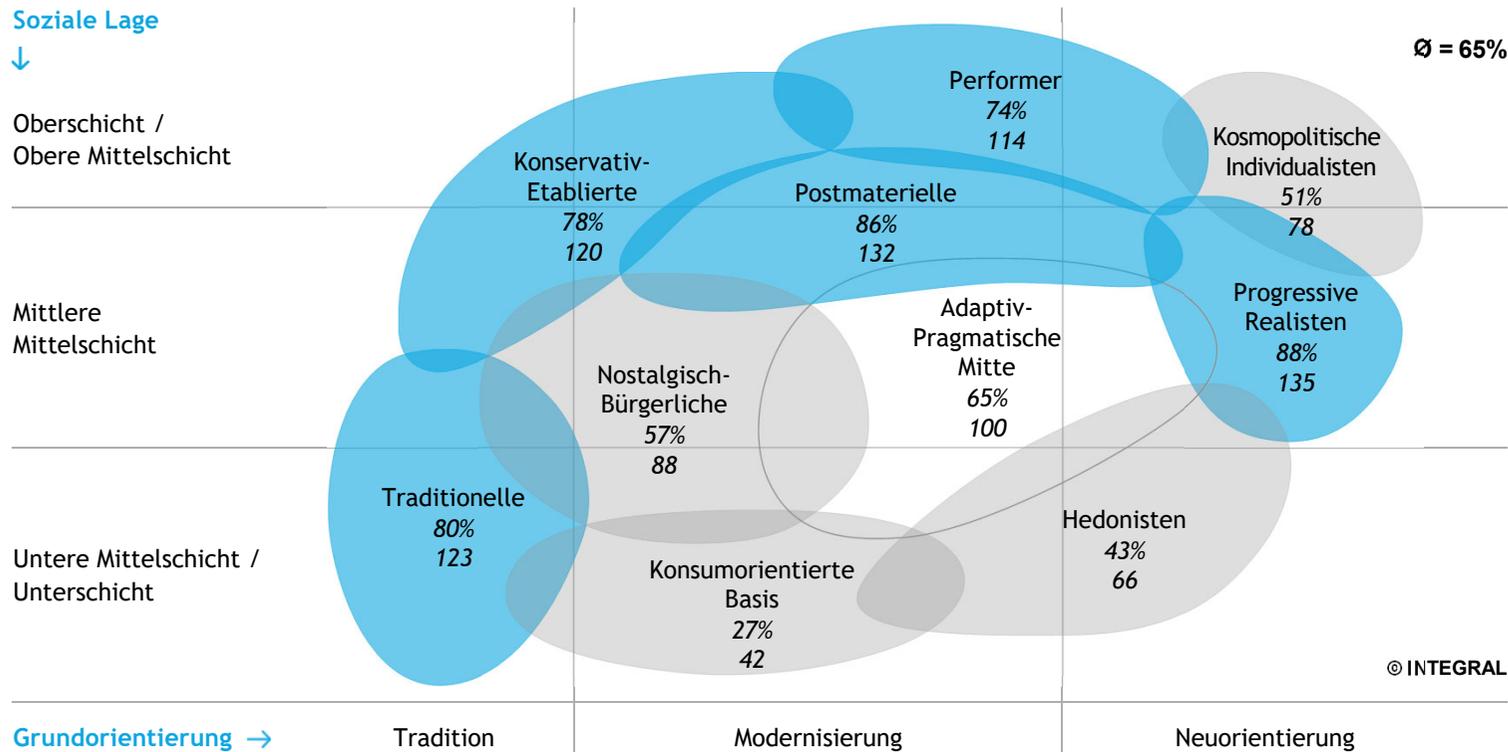
Basis: Alle Befragten
n= 1.000

↓↑ Signifikanter Unterschied gegenüber der Vormessung

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Nachhaltigkeitstyp 1 & 2 Umweltbundesamt (Selbsteinstufung)

Hier zeigen sich einige erwartbare Überschneidungen nach milieuspezifischen Grundwerten.



i

- Der Anteil von Typ1 und 2 ist bei Progressiven Realisten und Postmateriellen am höchsten. Hohe Anteile zeigen sich auch in der konservativen und modernen Wirtschaftselite (Konservativ-Etablierte, Performer) sowie im Milieu der Traditionellen. Überraschen mag der hohe Anteil des Typs1 im Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
 - Verhalten (teilweise) umgestellt (Typ 1 & 2) - Verhalten bereits umgestellt bzw. teilweise umgestellt

Basis: Alle Befragten
 n= 1.505

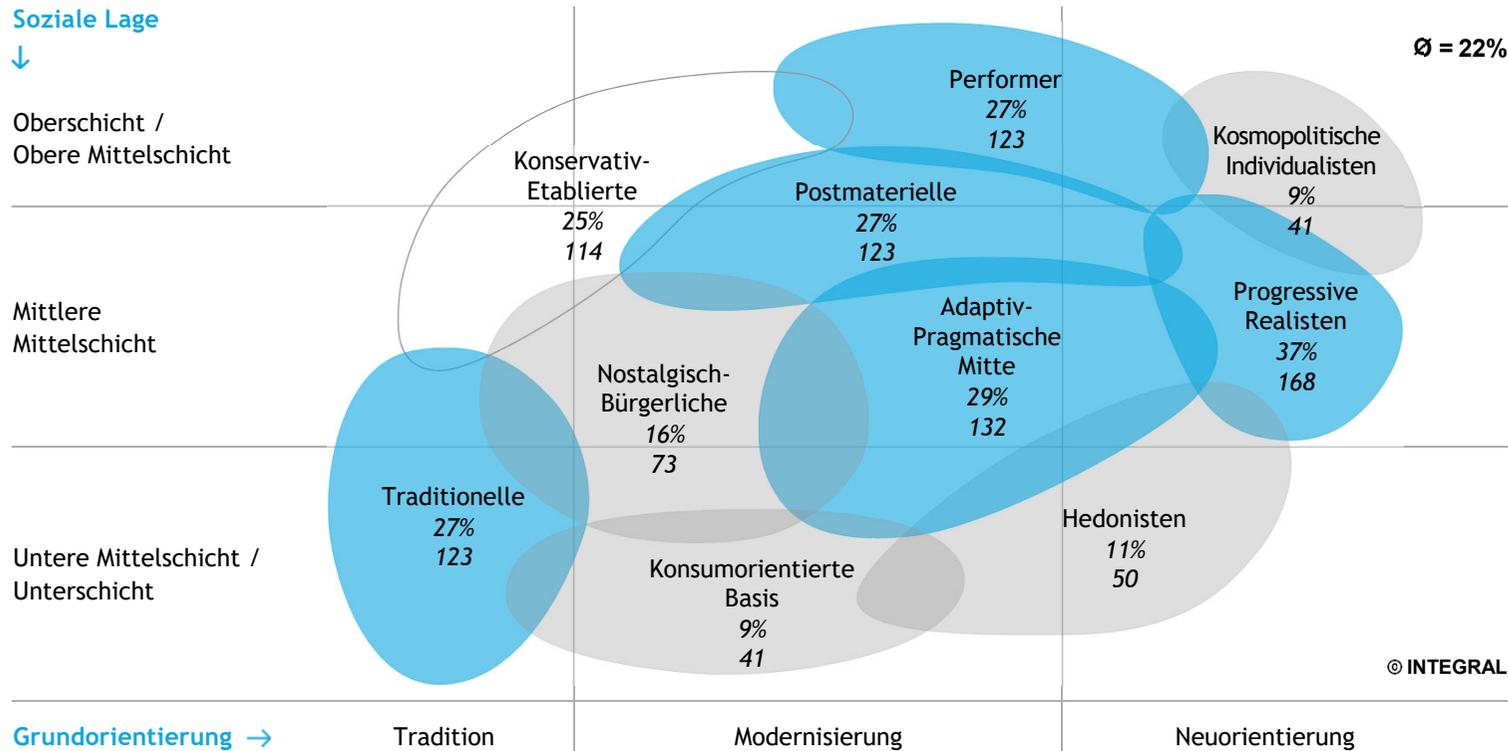
■ Überdurchschnittlich
 □ Durchschnittlich
 ■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862. September 2024

Angaben in % und Indexwerten
 (Ø = Index 100)

NH-Typ 1: Verhalten bereits umgestellt (Selbsteinstufung)

Der höchste Anteil wird (erwartungsgemäß) im Progressiv-Realistischen Milieu erzielt. Bemerkenswert ist der hohe Wert der Adaptiv-Pragmatischen Mitte, der eher das Bemühen als die tatsächliche Verhaltensänderung aufzeigen dürfte.



i

„Ich nehme Nachhaltigkeitsthemen sehr ernst und habe mein Mobilitätsverhalten, meine Ernährung und meinen Konsum schon umgestellt: z.B. Ich fliege weniger, esse weniger Fleisch, fahre mehr mit dem Fahrrad oder gehe zu Fuß.“

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Verhalten umgestellt (Typ 1)

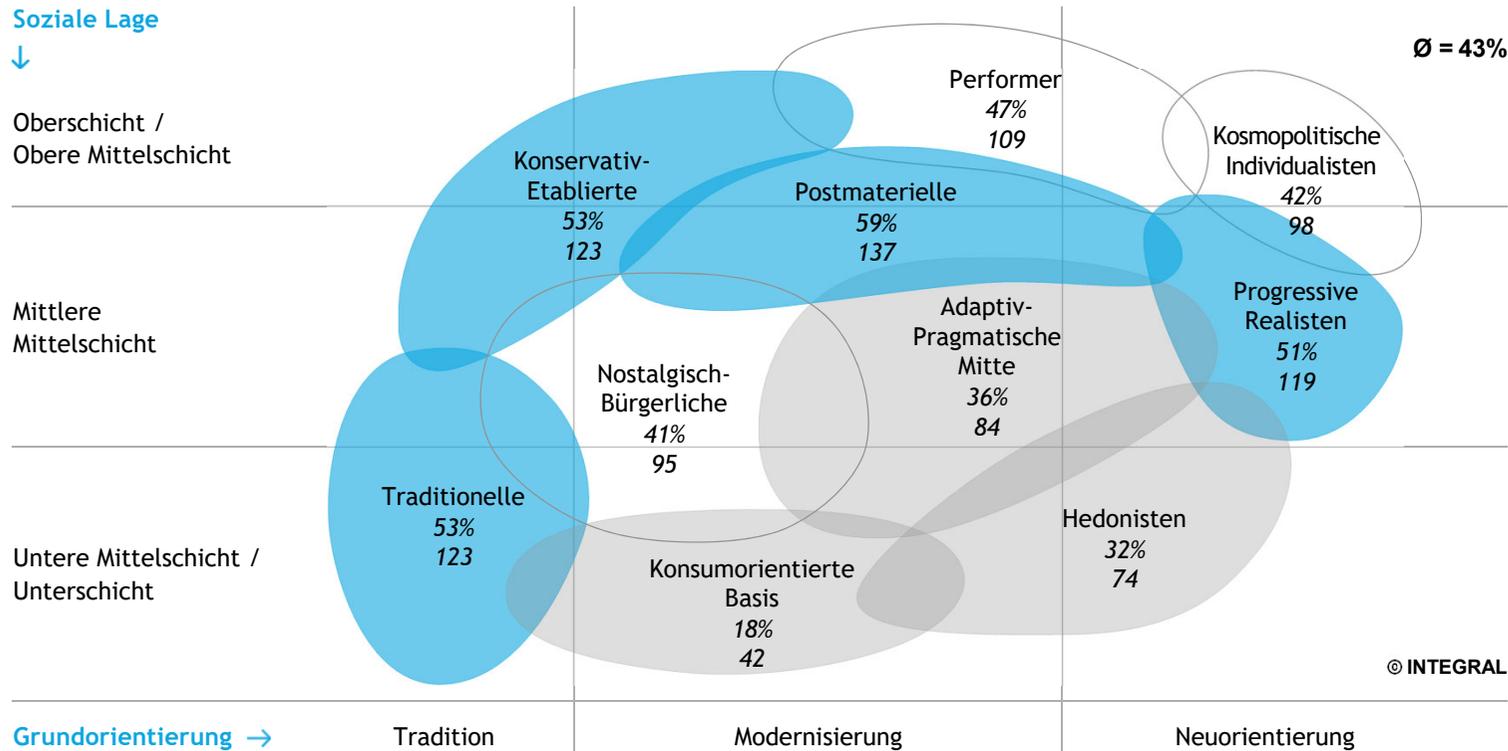
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

NH-Typ 2: Verhalten teilweise umgestellt (Selbsteinstufung)

In dieser Gruppe sind die beiden nachhaltigkeitsaffinen Milieus, die Konservativ-Etablierten sowie das Traditionelle Milieu überdurchschnittlich stark vertreten.



i

„Ich nehme Nachhaltigkeitsthemen ziemlich ernst und stelle die Verhaltensweisen um, die mir leichtfallen: z.B. ich esse weniger Fleisch, sammle Müll oder kaufe Produkte aus biologischem Anbau.“

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Verhalten teilweise umgestellt (Typ 2)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

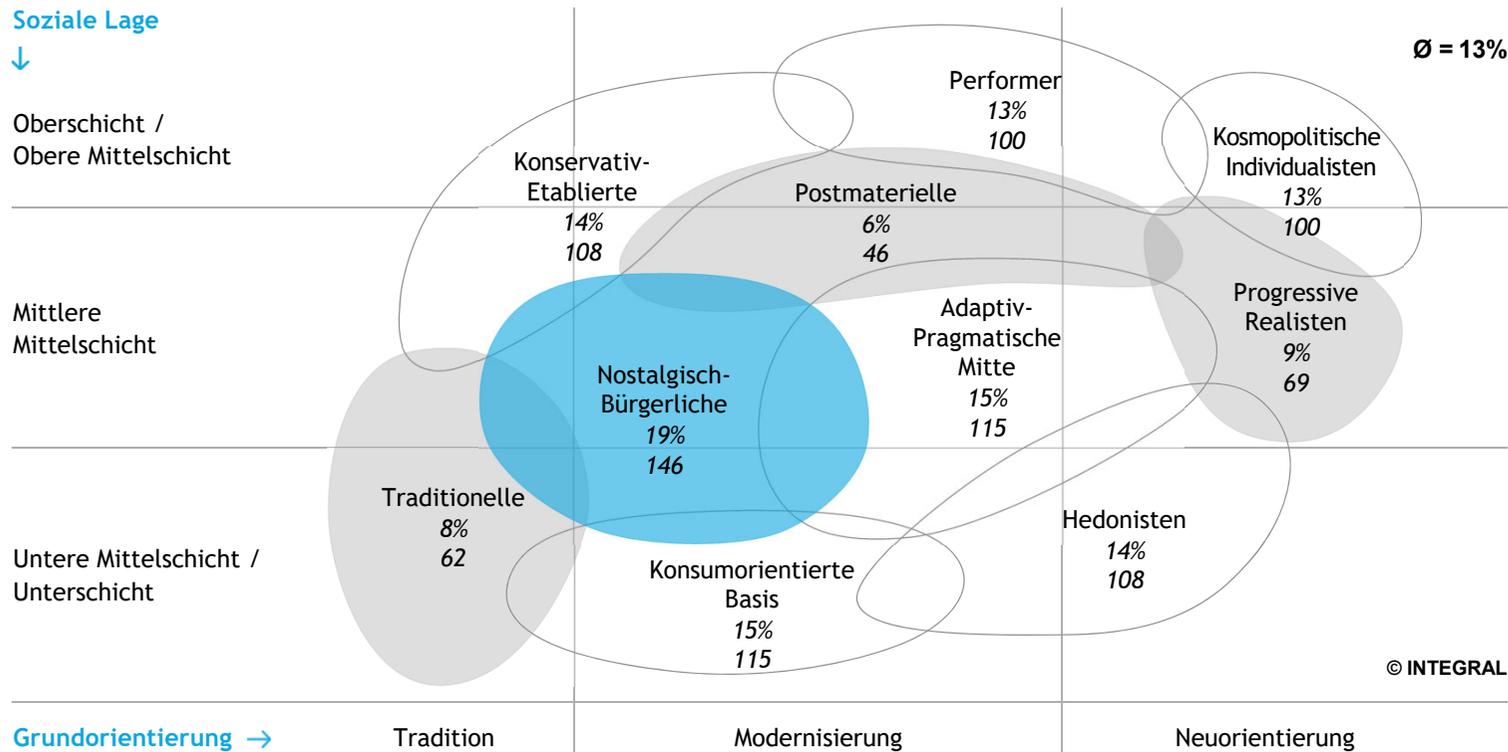
■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

© INTEGRAL

NH-Typ 3: Werde Verhalten in Zukunft ändern (Selbsteinstufung)

Das Nostalgisch-Bürgerliche Milieu hat mit 19% den höchsten Anteil am Nachhaltigkeitstyp 3.



i

„Ich beschäftige mich mit Nachhaltigkeitsthemen und werde die eine oder andere Verhaltensweise in Zukunft ändern, aber aktuell noch nicht: ich werde auf den öffentlichen Verkehr umsteigen, ich werde noch konsequenter Müll sammeln und entsorgen etc.“

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Werde Verhalten in Zukunft ändern (Typ 3)

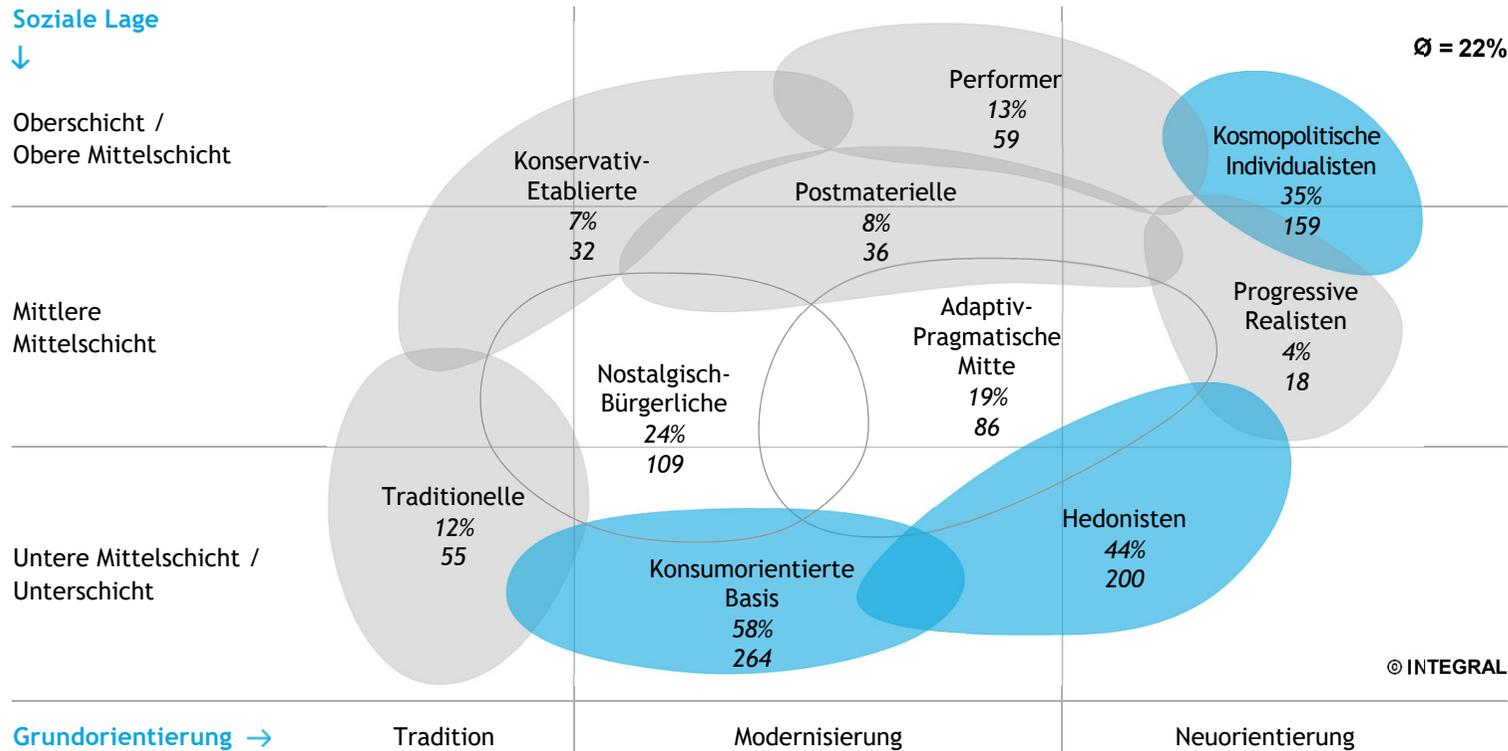
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

NH-Typ 4:- Andere Themen wichtiger

Die Konsumorientierte Basis hat mit knapp 60% den mit Abstand höchsten Anteil am Nachhaltigkeitstyp 4, gefolgt vom Hedonistischen und Kosmopolitisch-Individualistischen Milieu.



i

„Ich finde Nachhaltigkeitsthemen zwar wichtig, aber es gibt aktuell wichtigere Themen, denen ich meine Aufmerksamkeit schenke.“

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

F18: Welcher der folgenden Beschreibungen fühlen Sie sich am ehesten zugehörig?
- Andere Themen wichtiger (Typ 4)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

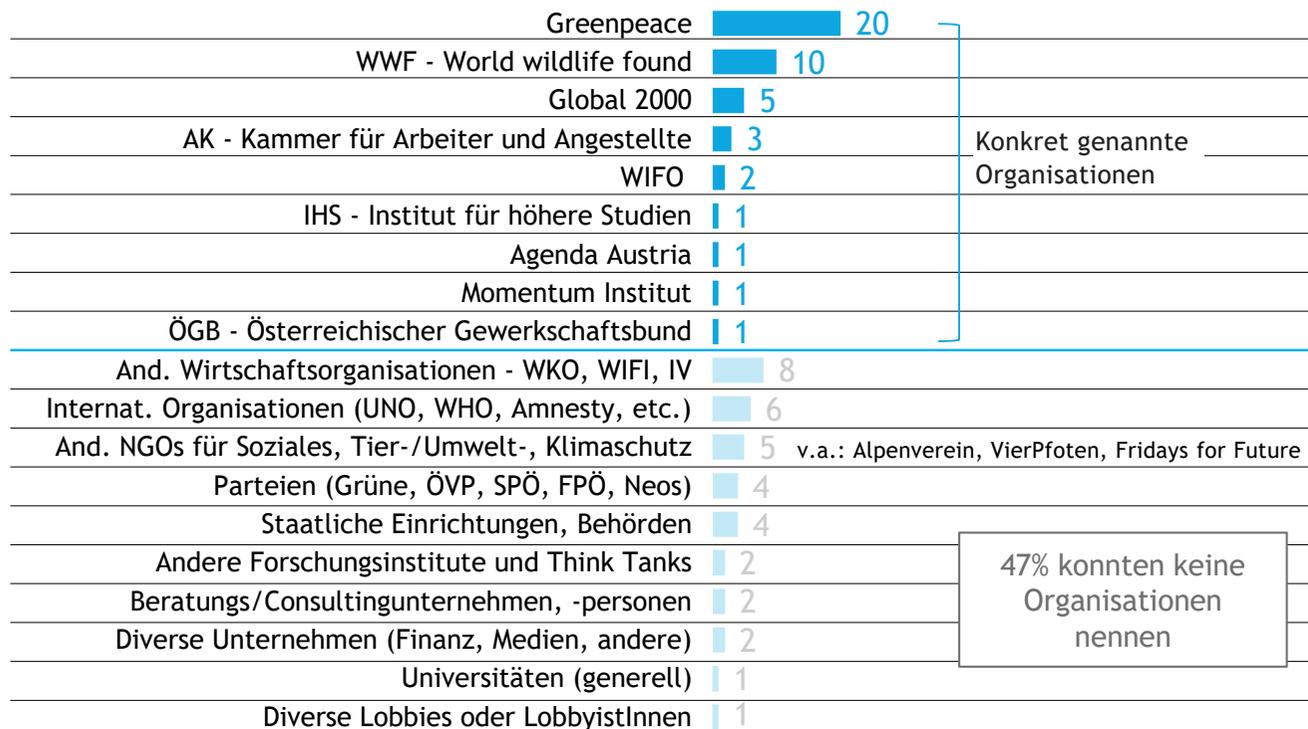
Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

2.6

Bekanntheit im Mitbewerberumfeld

Spontane Awareness: Politik & Wirtschaft beratende Organisationen

Am häufigsten wird die Umweltschutzorganisation Greenpeace genannt. Das Umweltbundesamt ist im gefragten Zusammenhang nicht präsent. Rund jede:r zweite Befragte konnte keine Organisationen nennen.



- Das Umweltbundesamt wird nur zweimal genannt.
- Weitere spontane Nennungen konkreter Organisationen (in absoluten Zahlen):
 - BOKU (7)
 - Naturschutzbund (6)
 - UNI Wien (6)
 - VKI (4)
 - VCÖ (4)
 - AGES (3)

47% konnten keine Organisationen nennen

9. Welche Organisationen, die Politik und Wirtschaft beraten, fallen Ihnen spontan ein? (Spontanennungen)

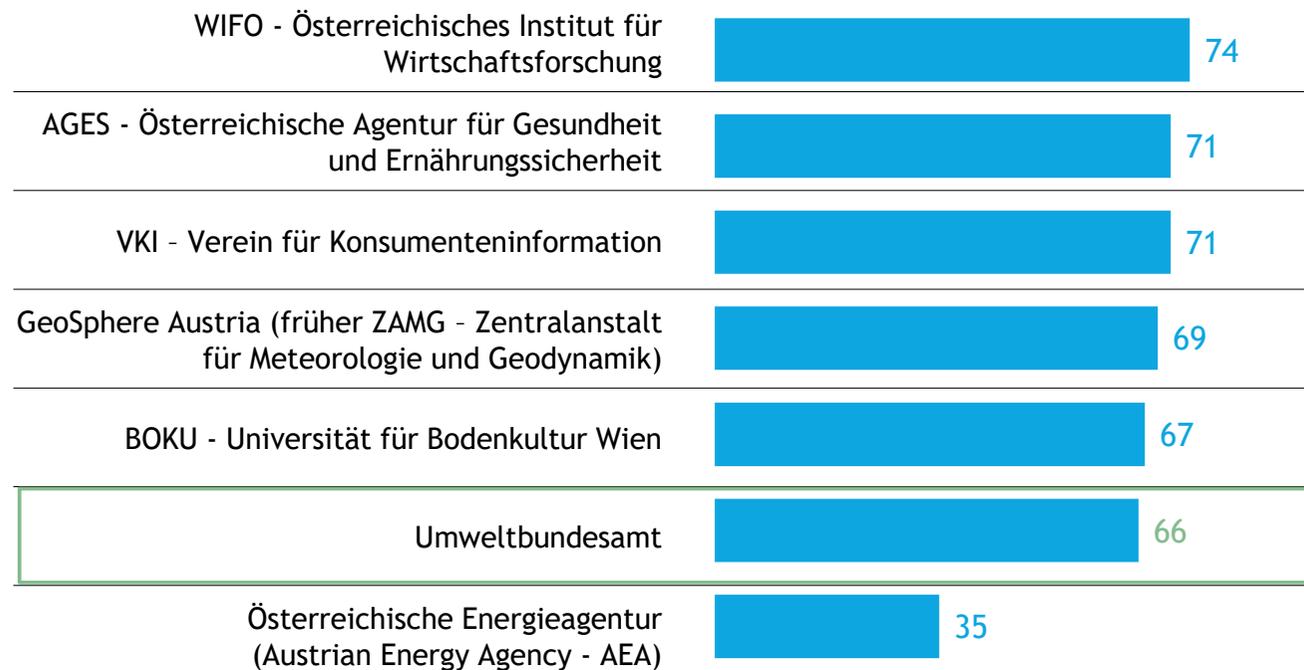
Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Bekanntheit des Umweltbundesamtes (gestützt)

Zwei Drittel der Befragten kennen das Umweltbundesamt zumindest dem Namen nach. Am bekanntesten ist das WIFO.



- Die Österreichische Energieagentur ist lediglich einem guten Drittel namentlich bekannt.

F10: Sie sehen hier eine Liste mit Organisationen, die Politik und Wirtschaft beraten. Ist Ihnen die jeweilige Organisation zumindest dem Namen nach bekannt?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Namentlich bekannte Organisationen (gestützt)

Die Organisationen sind insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus bekannt, die BOKU zudem im Milieu der Progressiven Realisten, die GeoSphere Austria bei den Traditionellen.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung	74	87	87	83	67	73	70	71	79	66	59
AGES - Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit	71	81	81	79	66	74	66	71	77	61	56
VKI - Verein für Konsumenteninformation	71	77	85	77	62	75	62	70	68	77	59
GeoSphere Austria (früher ZAMG - Zentralanstalt für Meteorologie und Geodynamik)	69	72	88	79	70	67	66	60	82	52	57
BOKU - Universität für Bodenkultur Wien	67	73	81	72	72	74	61	58	73	52	63
Umweltbundesamt	66	74	81	75	65	56	61	72	66	56	51
Österreichische Energieagentur (Austrian Energy Agency - AEA)	35	Zu kleine Basis für die Detailbewertung									

F10: Sie sehen hier eine Liste mit Organisationen, die Politik und Wirtschaft beraten. Ist Ihnen die jeweilige Organisation zumindest dem Namen nach bekannt?

Angaben in %

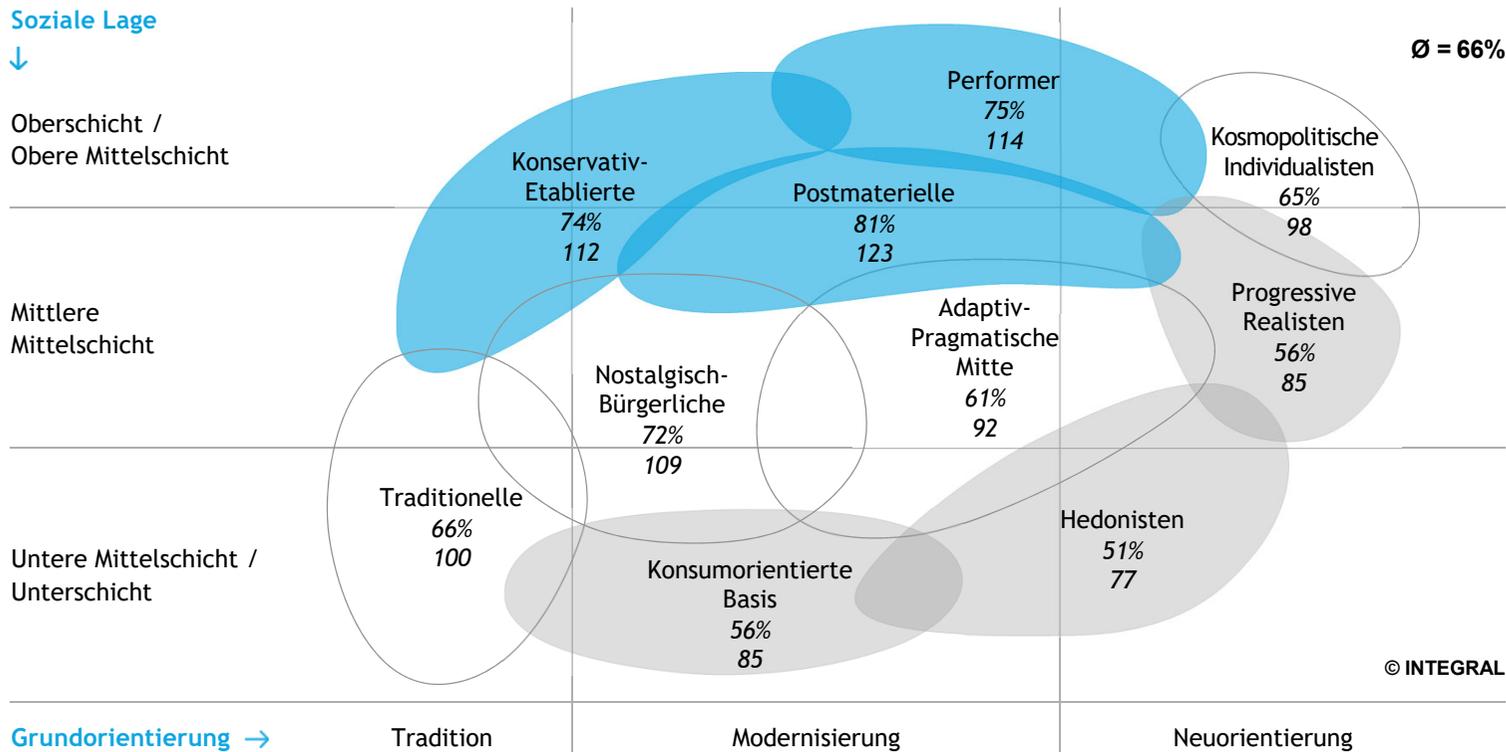
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Umweltbundesamt dem Namen nach bekannt

Das Umweltbundesamt ist insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus bekannt.



i

- Im besonders nachhaltigkeitsaffinen Milieu der Progressiven Realisten erzielt das Umweltbundesamt lediglich eine unterdurchschnittliche Bekanntheit auf dem Niveau der Konsumorientierten Basis.

F10: Sie sehen hier eine Liste mit Organisationen, die Politik und Wirtschaft beraten. Ist Ihnen die jeweilige Organisation zumindest dem Namen nach bekannt?

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

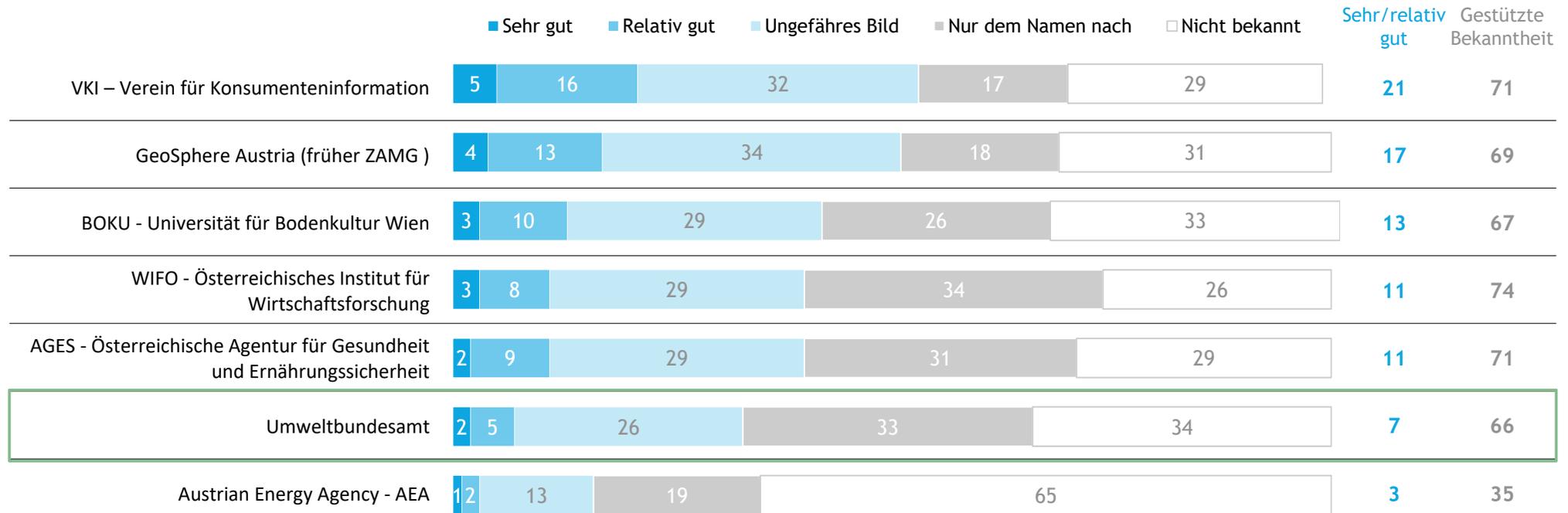
■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Angaben in % und Indexwerten
(Ø = Index 100)

Grad der Bekanntheit der Organisationen (Selbsteinstufung)

Nur eine Minderheit gibt an, über die jeweilige Organisation sehr gut oder gut Bescheid zu wissen. Der Grad der Bekanntheit ist hinsichtlich des VKI sowie der GeoSphere Austria am höchsten. Ein Drittel der Befragten hat zumindest ein ungefähres Bild über das Umweltbundesamt.



F11: Wie gut kennen Sie diese Organisation?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Grad der Bekanntheit des Umweltbundesamtes (Selbsteinstufung)

Ein Drittel der Befragten hat zumindest ein ungefähres Bild vom Umweltbundesamt. Ebenso viele kennen es nur dem Namen nach. Die Bekanntheit steigt mit dem Alter, dem Grad der Formalbildung sowie der Nachhaltigkeitsaffinität.



- Kenne ich sehr gut
- Kenne ich relativ gut und habe mir eine persönliche Meinung gebildet
- Ich habe ein ungefähres Bild vom Unternehmen/der Institution
- Kenne ich nur dem Namen nach
- Unbekannt

Nach Untergruppen	Zumindest ein ungefähres Bild				
Total, n=1505	25	26	33	34	33
Männer, n=746	37	30	31	30	39
Frauen, n=750	13	22	36	38	26
16 bis 29 Jahre, n=303	14	14	31	50	19
30 bis 49 Jahre, n=510	44	20	32	40	28
50 bis 80 Jahre, n=692	16	34	35	23	41
Pflichtschule, n=333	40	25	25	45	30
Fachschule, Lehre, n=683	14	27	37	31	32
Matura, Uni, n=489	210	24	33	32	35
NH Typ 1, n=332	57	29	29	29	41
NH Typ 2, n=644	14	29	36	30	34
NH Typ 3, n=195	25	20	35	38	27
NH Typ 4, n=334	4	20	31	45	24

Überdurchschnittlich Angaben in %
 Unterdurchschnittlich

F11: Wie gut kennen Sie diese Organisation?

Basis: Alle Befragten
 n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862, September 2024

Sehr guter oder relativ guter Wissenstand über die Organisation

Das Wissen über die Organisationen ist eher in den in den gesellschaftlichen Leitmilieus vorhanden, punktuell aber auch in anderen Milieus.

Sehr/relativ gut bekannt (Selbsteinstufung) Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
VKI - Verein für Konsumenteninformation 21	28	31	25	19	22	21	16	20	22	11
GeoSphere Austria (früher ZAMG) 17	20	22	21	22	20	15	14	23	7	11
BOKU - Universität für Bodenkultur Wien 13	20	16	15	9	13	11	8	19	3	9
WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung 11	17	13	13	15	13	14	6	5	5	6
AGES - Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit 11	8	14	14	10	14	13	7	16	7	7
Umweltbundesamt 7	11	5	11	4	5	12	3	6	4	5
Österreichische Energieagentur (Austrian Energy Agency - AEA) 3	Zu kleine Basis für Detailbewertung									

F11: Wie gut kennen Sie diese Organisation? - sehr/relativ gut bekannt

Angaben in %

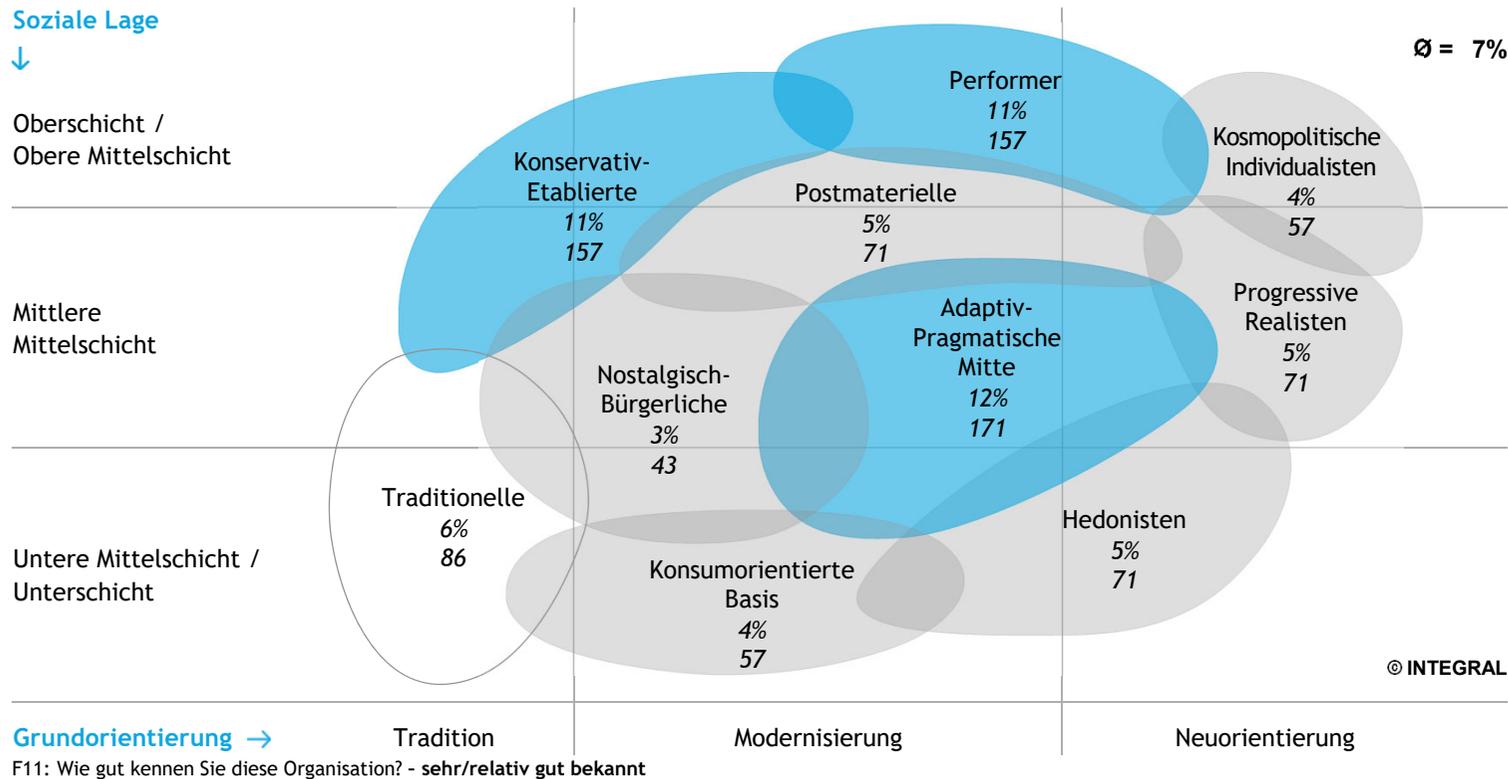
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Kennen das Umweltbundesamt sehr/relativ gut (Selbsteinstufung)

Die konservative und moderne ökonomische Elite sowie die Adaptiv-Pragmatische Mitte stufen ihren Wissensstand überdurchschnittlich gut ein.



i

- Die Werte befinden sich jedoch auch in diesen Milieus auf niedrigem Niveau.

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Haben zumindest ein ungefähres Bild über die Organisation

Insbesondere die gesellschaftlichen Leitmilieus haben zumindest ein ungefähres Bild über die Organisationen. Unterdurchschnittlich fällt der Wissensstand bei der Konsumorientierten Basis sowie im Milieu der Hedonisten aus.

Sehr/relativ gut bekannt (Selbsteinstufung) Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
VKI - Verein für Konsumenteninformation 53	65	72	65	44	56	42	51	62	49	35
GeoSphere Austria (früher ZAMG) 51	59	66	64	53	55	42	42	63	30	41
BOKU - Universität für Bodenkultur Wien 42	46	61	49	43	54	37	30	41	25	33
WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung 40	57	55	48	37	45	36	35	36	25	27
AGES - Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit 40	45	46	41	44	40	40	37	53	29	28
Umweltbundesamt 33	38	45	33	31	29	32	29	38	24	25
Österreichische Energieagentur (Austrian Energy Agency - AEA) 16	28	17	20	20	14	15	14	11	9	11

F11: Wie gut kennen Sie diese Organisation? - **haben zumindest ein ungefähres Bild von der Organisation** (i.e. Summe aus „Habe ein ungefähres Bild vom Unternehmen/der Institution“, „Kenne ich relativ gut und habe mir eine persönliche Meinung gebildet“ oder „Kenne ich sehr gut“)

Angaben in %

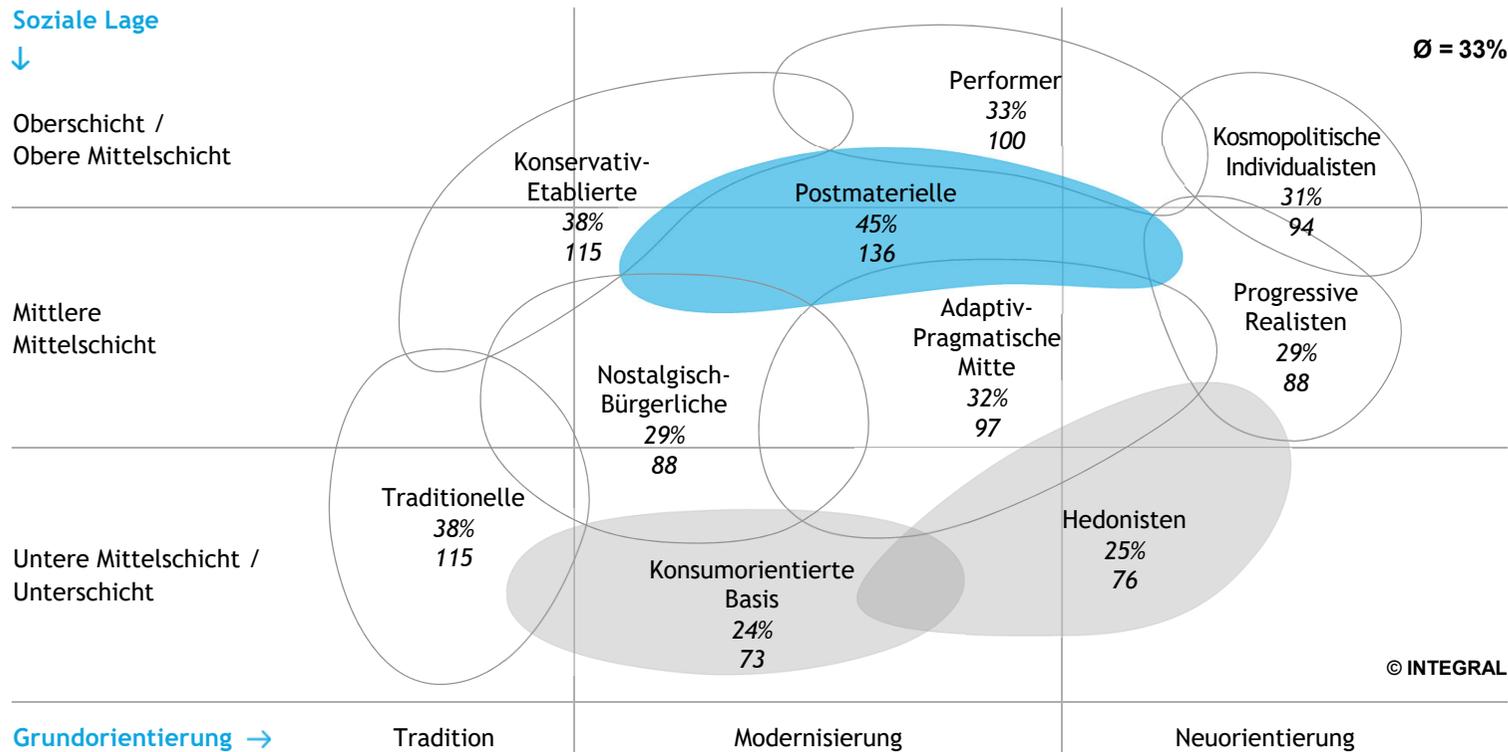
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Haben zumindest ein ungefähres Bild über das Umweltbundesamt

Insbesondere das Postmaterielle Milieu hat eine zumindest ungefähre Vorstellung vom Umweltbundesamt.



F11: Wie gut kennen Sie diese Organisation? - **haben zumindest ein ungefähres Bild vom Umweltbundesamt** (i.e. Summe aus „Habe ein ungefähres Bild vom Unternehmen/der Institution“, „Kenne ich relativ gut und habe mir eine persönliche Meinung gebildet“ oder „Kenne ich sehr gut“)

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

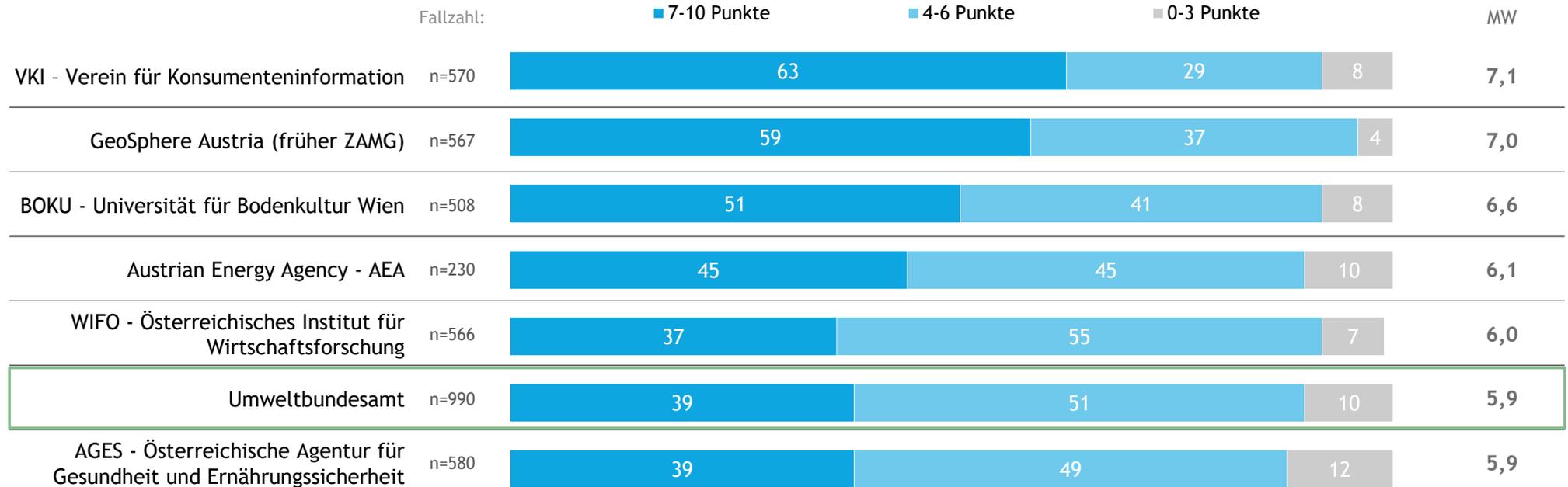
Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

2.7

Wahrnehmung im Mitbewerberumfeld

Meinung über die bekannten Organisationen (10 Punkte = extrem positiv)

Die höchste Reputation erzielen der VKI sowie die GeoSphere Austria. Das Umweltbundesamt rangiert auf dem Niveau des WIFO sowie der AGES.



F12: Denken Sie nun an alles, was Sie über die Organisation wissen: Wie ist Ihre Meinung über

Bitte stufen Sie Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten ein, 0 Punkte bedeuten „extrem negativ“ und 10 Punkte bedeuten „extrem positiv“. Dazwischen können Sie abstufen.

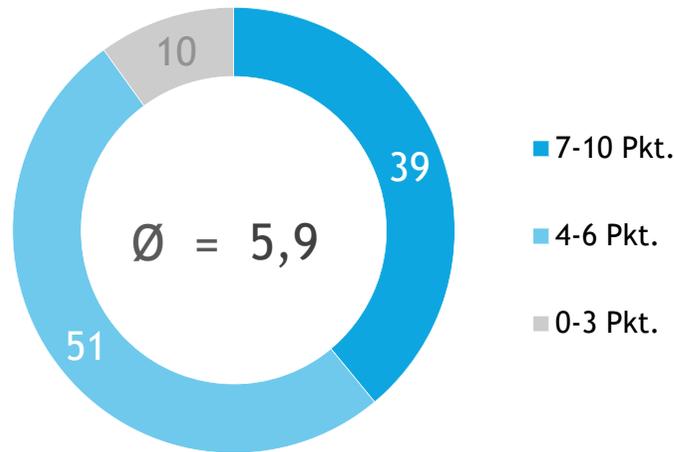
Angaben in %

Basis: Organisation bekannt (Mitbewerberorganisationen Zufallsauswahl)

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505 Studie 7862. September 2024

Meinung über das Umweltbundesamt (10 Punkte = extrem positiv)

Die Meinung über das Umweltbundesamt ist überwiegend positiv. Die Reputation steigt mit dem Grad der Formalbildung und nimmt mit dem Alter der Befragten ab.



Nach Untergruppen

Untergruppe	7-10 Pkt.	4-6 Pkt.	0-3 Pkt.	MW
Total, n=990	39	51	10	5,9
Männer, n=524	40	50	10	6,0
Frauen, n=465	38	52	10	5,9
16 bis 29 Jahre, n=152	47	45	8	6,4
30 bis 49 Jahre, n=306	38	53	9	6,0
50 bis 80 Jahre, n=532	37	52	11	5,8
Pflichtschule, n=184	36	50	14	5,8
Fachschule, Lehre, n=472	38	51	11	5,9
Matura, Uni, n=334	41	51	8	6,1
NH Typ 1, n=235	47	47	6	6,4
NH Typ 2, n=451	44	48	7	6,2
NH Typ 3, n=120	39	57	4	6,1
NH Typ 4, n=183	14	60	26	4,6

F12: Denken Sie nun an alles, was Sie über die Organisation wissen: Wie ist Ihre Meinung über

Bitte stufen Sie Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten ein, 0 Punkte bedeuten „extrem negativ“ und 10 Punkte bedeuten „extrem positiv“. Dazwischen können Sie abstufen.

Basis: Umweltbundesamt bekannt

n= 990

Überdurchschnittlich Angaben in %
Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505 Studie 7862. September 2024

Meinung über die bekannten Organisationen: 7-10 Pkt. (10 Pkt. = extrem positiv)

Die Organisationen verfügen insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus über eine gute Reputation - aber auch im Milieu der Progressiven Realisten sowie der Adaptiv-Pragmatischen Mitte.

	7-10 Punkte	Fallzahl	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
VKI - Verein für Konsumenteninformation	n=570	63	71	73	66	68	54	60	60	86	56	46	
GeoSphere Austria (früher ZAMG)	n=567	59	59	73	77	65	75	52	67	52	29	36	
BOKU - Universität für Bodenkultur Wien	n=508	51	52	61	68	54	60	61	44	44	30	32	
Österreichische Energieagentur (Austrian Energy Agency - AEA)	n=230	45	58	54	46	41	12	72	36	22	27	27	
AGES - Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit	n=566	39	54	55	53	34	37	38	29	29	25	35	
Umweltbundesamt	n=990	39	56	40	51	34	50	46	23	30	20	28	
WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung	n=580	37	51	31	51	51	44	45	29	12	36	24	

F12: Denken Sie nun an alles, was Sie über die Organisation wissen: Wie ist Ihre Meinung über

Bitte stufen Sie Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten ein, 0 Punkte bedeuten „extrem negativ“ und 10 Punkte bedeuten „extrem positiv“. Dazwischen können Sie abstufen.

Angaben in %

Basis: Organisation bekannt (Mitbewerberorganisationen Zufallsauswahl)

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505 Studie 7862. September 2024

Meinung über das Umweltbundesamt: 7-10 Pkt. (10 Pkt. = extrem positiv)

Bei zwei Fünftel der Befragten, die das Umweltbundesamt zumindest namentlich kennen, verfügt die Institution über eine gute Reputation.

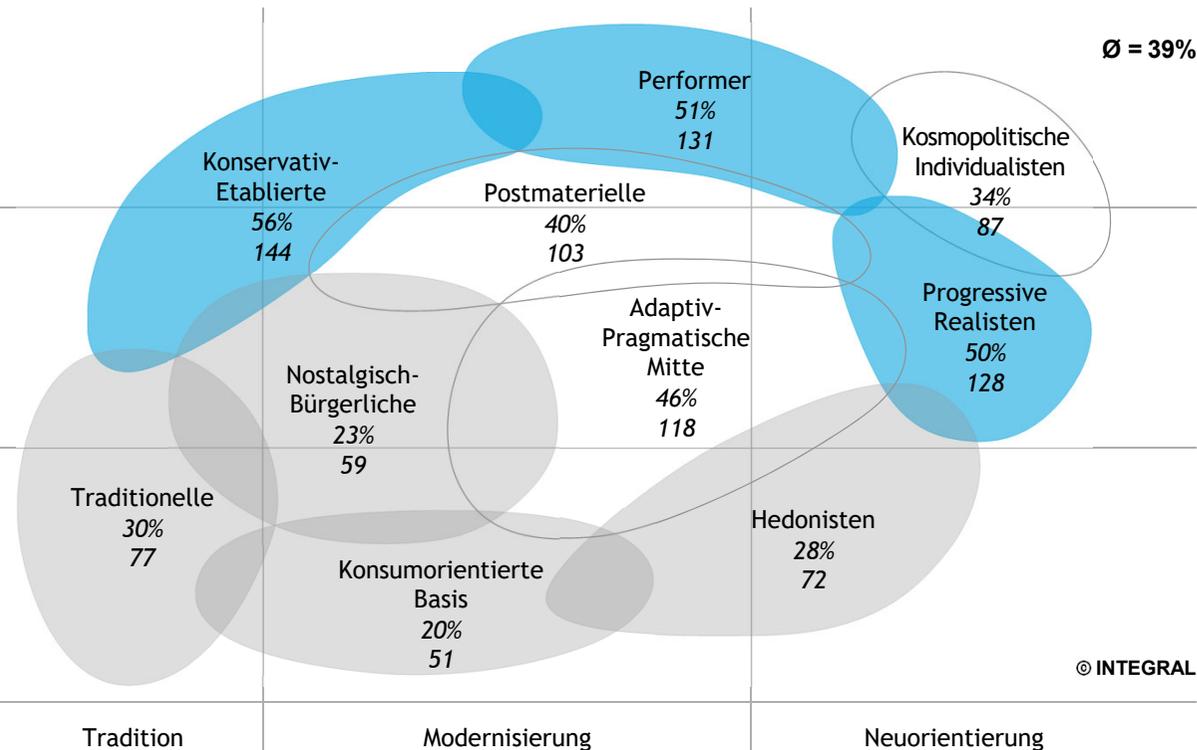
Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Mittlere
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /
Unterschicht



- Dies gilt überdurchschnittlich stark für die konservative und moderne Wirtschaftselite sowie das junge nachhaltigkeitsaffine Milieu der Progressiven Realisten.

Grundorientierung →

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung

F12: Denken Sie nun an alles, was Sie über die Organisation wissen: Wie ist Ihre Meinung über

Bitte stufen Sie Ihre Antwort auf einer Skala von 0 bis 10 Punkten ein, 0 Punkte bedeuten „extrem negativ“ und 10 Punkte bedeuten „extrem positiv“. Dazwischen können Sie abstufen.

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Umweltbundesamt bekannt
n= 990

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505 Studie 7862, September 2024

Eigenschaftsprofil des Umweltbundesamtes

Das Umweltbundesamt wird vor allem mit dem Einsatz für Umwelt- und Klimaschutz in Verbindung gebracht sowie als wichtig für Österreich eingestuft. Ansonsten verläuft die Imagekurve relativ flach.

		Basis Alle
Setzt sich für Umwelt- und Klimaschutz ein	48	32
Wichtig für Österreich	47	31
Verantwortungsbewusst	25	17
Vertrauenswürdig	22	14
Zukunftsorientiert	21	14
Kompetent	20	13
In den Medien präsent	16	11
Agiert nachhaltig	15	10
Hohes Ansehen in der Öffentlichkeit	13	9
International gut vernetzt	12	8
Sympathisch	10	6
Modern	10	6
Effizient	10	7
Unabhängig	10	7
Attraktiver Arbeitgeber	9	6
Flexibel	6	4
Gewinnorientiertes Unternehmen	4	2
Keine davon	14	9



- Jede:r Siebente kann keine Eigenschaften zuordnen.

Angaben in %

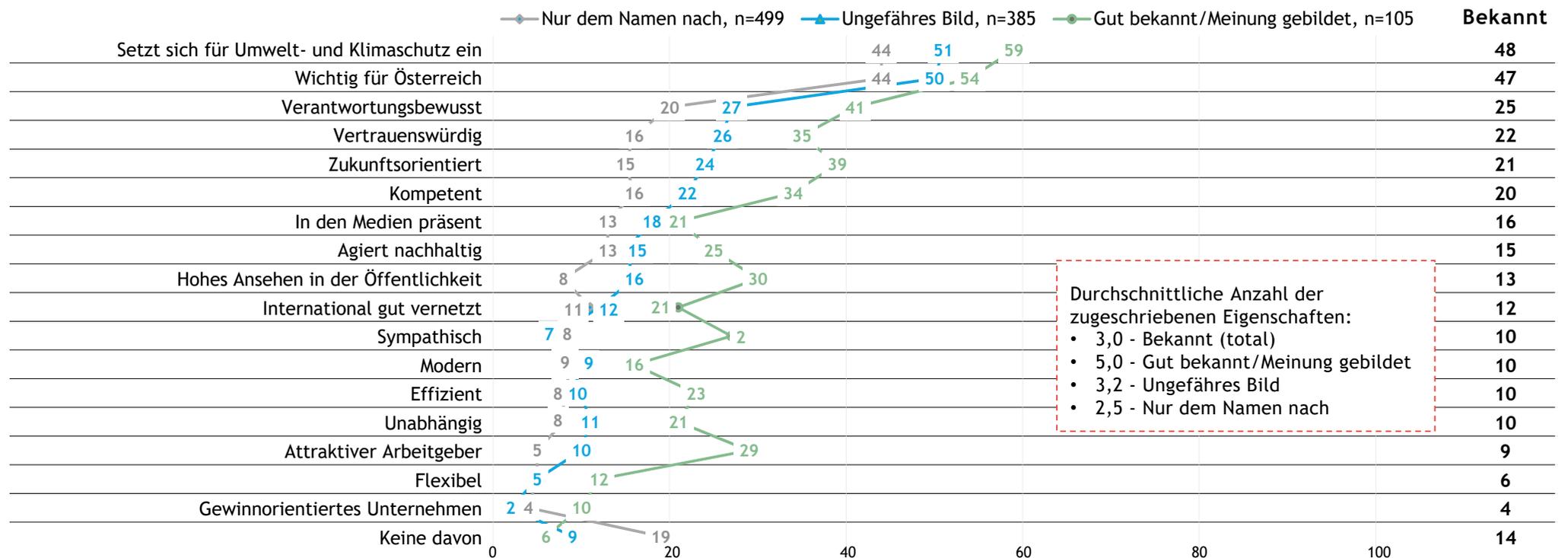
F13A: Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die Organisation „Umweltbundesamt“ zu?
 Falls Sie die Organisation nur dem Namen nach kennen, entscheiden Sie bitte nach Ihrem Gefühl.

Basis: Umweltbundesamt bekannt
 n= 990

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862, September 2024

Umweltbundesamt: Eigenschaftsprofil nach Bekanntheitsgrad

Das Umweltbundesamt punktet bei steigender Bekanntheit insbesondere hinsichtlich Sympathie und Arbeitgeberattraktivität gefolgt von Zukunftsorientierung, Verantwortungsbewusstsein und öffentlicher Reputation.



F13A: Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die Organisation „Umweltbundesamt“ zu? Falls Sie die Organisation nur dem Namen nach kennen, entscheiden Sie bitte nach Ihrem Gefühl.

Angaben in %

Basis: Umweltbundesamt bekannt
n= 990

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Eigenschaftsprofil des Umweltbundesamtes (Basis bekannt)

Bei der Eigenschaftszuschreibung punktet das Umweltbundesamt insbesondere in der Adaptiv-Pragmatischen Mitte, bei Konservativ-Etablierten, Performern und Progressiven Realisten - aber auch im Traditionellen Milieu.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
Setzt sich für Umwelt- und Klimaschutz ein	48	62	50	48	40	51	46	57	62	21	37
Wichtig für Österreich	47	48	51	54	31	61	53	45	61	27	37
Verantwortungsbewusst	25	40	27	27	22	27	30	25	17	6	17
Vertrauenswürdig	22	25	20	22	20	31	25	16	32	13	17
Zukunftsorientiert	21	27	25	23	17	27	25	19	20	10	10
Kompetent	20	26	24	25	20	28	25	18	2	11	17
In den Medien präsent	16	17	15	16	16	14	19	13	22	21	9
Agiert nachhaltig	15	15	9	23	13	13	22	13	17	6	14
Hohes Ansehen in der Öffentlichkeit	13	18	12	13	13	12	19	3	33	4	6
International gut vernetzt	12	16	14	10	8	9	23	15	6	5	6
Sympathisch	10	9	4	21	11	8	15	8	9	3	8
Modern	10	10	5	12	9	14	14	17	3	2	6
Effizient	10	9	1	13	6	19	22	9	10	3	12
Unabhängig	10	11	7	14	8	8	20	7	12	4	5
Attraktiver Arbeitgeber	9	7	11	11	5	9	18	8	4	5	7
Flexibel	6	4	2	7	4	7	11	9	6	1	3
Gewinnorientiertes Unternehmen	4	1	3	1	0	5	10	1	4	5	4
Keine davon	14	8	15	9	17	10	8	16	9	37	16
Anzahl der zugeschriebenen Eigenschaften	3,0	3,5	3,0	3,5	2,6	3,5	4,1	3,0	3,3	1,8	2,3

F13A: Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die Organisation „Umweltbundesamt“ zu?
 Falls Sie die Organisation nur dem Namen nach kennen, entscheiden Sie bitte nach Ihrem Gefühl.

Angaben in %

Basis: Umweltbundesamt bekannt
 n= 990

■ Überdurchschnittlich
 ■ Durchschnittlich
 ■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862, September 2024

Eigenschaftsprofile der Organisationen im Vergleich (Basis Organisation bekannt)

Einsatz für Umwelt- und Klimaschutz ist kein Alleinstellungsmerkmal des Umweltbundesamtes. Diese Eigenschaft wird praktisch ebenso stark mit der Universität für Bodenkultur in Verbindung gebracht.

	Umweltbundesamt	AGES	WIFO	BOKU	GeoSphere	AEA	VKI
Fallzahl	n=990	n=566	n=580	n=508	n=567	n=230	n=570
Setzt sich für Umwelt- und Klimaschutz ein	48	13	9	47	25	25	11
Wichtig für Österreich	47	41	41	47	55	38	58
Verantwortungsbewusst	25	29	19	34	26	25	39
Vertrauenswürdig	22	28	20	33	44	20	52
Zukunftsorientiert	21	21	32	36	20	29	20
Kompetent	20	29	29	43	44	28	47
In den Medien präsent	16	18	32	15	44	21	44
Agiert nachhaltig	15	13	8	32	12	16	15
Hohes Ansehen in der Öffentlichkeit	13	9	19	29	32	11	41
International gut vernetzt	12	16	19	20	25	19	14
Sympathisch	10	12	8	19	22	8	25
Modern	10	10	10	17	18	15	12
Effizient	10	10	11	12	18	16	20
Unabhängig	10	13	13	19	21	17	33
Attraktiver Arbeitgeber	9	7	8	12	10	15	10
Flexibel	6	6	6	7	9	12	11
Gewinnorientiertes Unternehmen	4	7	7	2	4	15	8
Keine davon	14	17	15	13	8	10	8
Anzahl der zugeschriebenen Eigenschaften	3,0	3,5	3,0	3,5	2,6	3,5	4,1

F13A-G: Welche der folgenden Eigenschaften treffen auf die Organisation „...“ zu?
 Falls Sie die Organisation nur dem Namen nach kennen, entscheiden Sie bitte nach Ihrem Gefühl.

1. Rang = Bestes Ergebnis in der jeweiligen Kategorie

Angaben in %

Basis: Organisation bekannt (Mitbewerberorganisationen Zufallsauswahl)

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862, September 2024

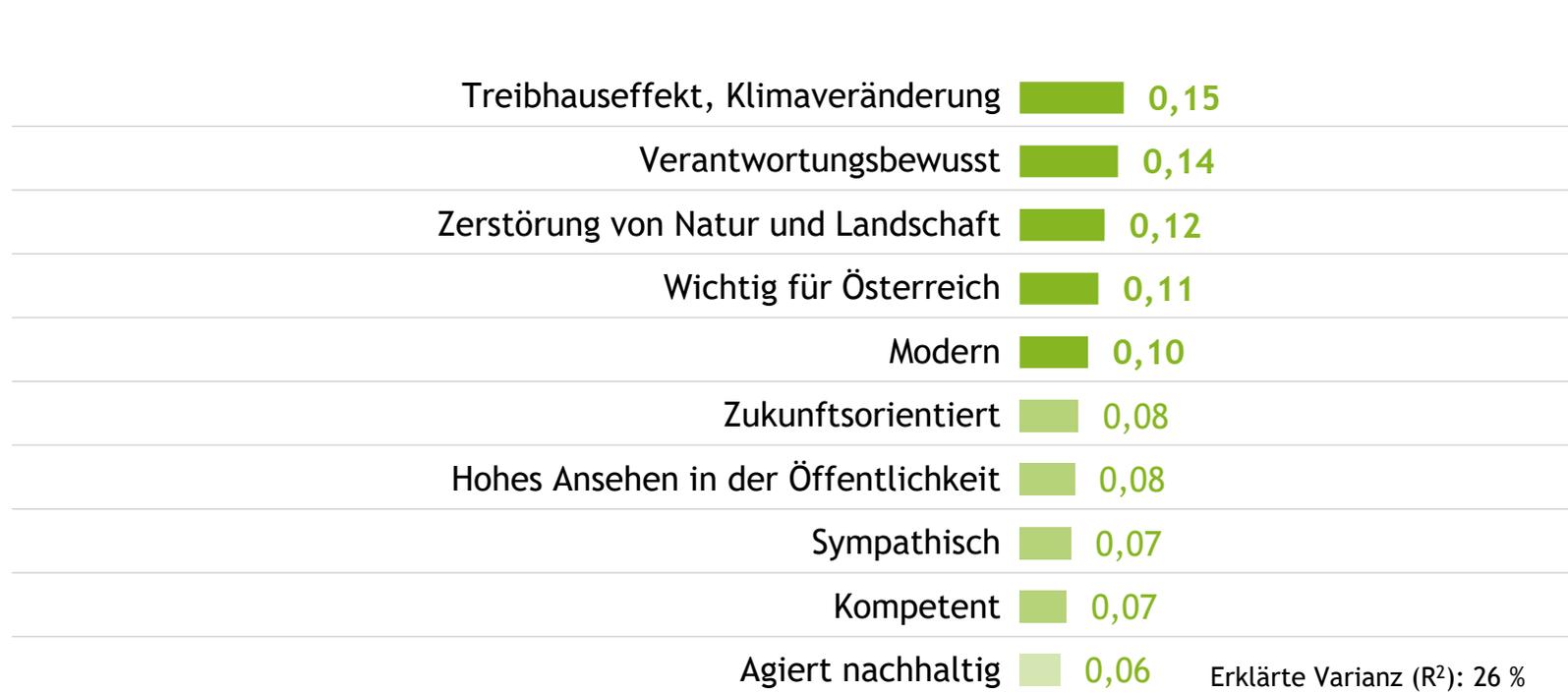
Imagerelevanzanalyse für das Umweltbundesamt

Beschreibung des Vorgehens

1. Während das Image eines Unternehmens oder einer Organisation wandelbar und kurzfristig beeinflussbar ist, z.B. durch Kommunikationsmaßnahmen, ist die Reputation langfristig aufgebaut und relativ stabil. Allerdings gibt es messbare Einflüsse positiver Imagewahrnehmungen und Themenzuordnungen auf die Stabilisierung der Unternehmensreputation.
2. Nach einer gründlichen Analyse möglicher Zusammenhänge wurde das folgende Modell gewählt:
 - In einer multiplen Regressionsanalyse wurden jene Einflussfaktoren bestimmt, welche den größten direkten Einfluss auf die Reputation des Umweltbundesamtes ausüben.
 - Als Erklärungsvariablen wurden die Wahrnehmungen zu den wichtigsten Umweltproblemen (Frage 7) und die Imagezuordnungen zum Umweltbundesamt (Frage 13) verwendet.
3. Eine hohe Korrelation bzw. hohe Betakoeffizienten in der Regressionsgleichung bedeuten zunächst nur einen Zusammenhang: Die Unternehmensreputation hängt mit der Wahrscheinlichkeit der Zuordnung der entsprechenden Imageeigenschaft oder des wichtigsten Umweltthemas zusammen.
 - Wenn man das Umweltbundesamt als eine Institution sieht, die verantwortungsbewusst, wichtig für Österreich und modern ist, sich den Themen Klimawandel und Zerstörung von Natur und Landschaft widmet, dann hat das Umweltbundesamt auch eine hohe Reputation.
4. In einer kausalen Interpretation könnte man sagen: Wird das Umweltbundesamt als eine verantwortungsbewusste und moderne Organisation wahrgenommen, die wichtig für Österreich ist, so führt das auch zu einer hohen Gesamtreputation nahe.
5. Will man also die Reputation verbessern, dann sollte man jene Imagewahrnehmungen und jene Themenkompetenzen fördern, die am wichtigsten für die Reputation sind (d.h. am höchsten mit ihr korreliert sind).

Wichtigste Einzelthemen für die Reputation des Umweltbundesamtes

Treiberanalyse zwischen Reputation und wichtigsten Umweltproblemen (Frage 7) sowie der Zuschreibung der Eigenschaften zum Umweltbundesamt (Frage 13)



- Die wichtigsten Treiber sind - neben der Themensetzung Klimawandel sowie Zerstörung von Natur und Landschaft - Verantwortungsbewusstsein, Relevanz und Modernität.

Angaben in %

Fr. 7/12/13
Multiple Regressionsanalyse: Alle Beta-Koeffizienten mit Irrtumswahrscheinlichkeit < 10%

Basis: Alle Befragten
n= 1.000

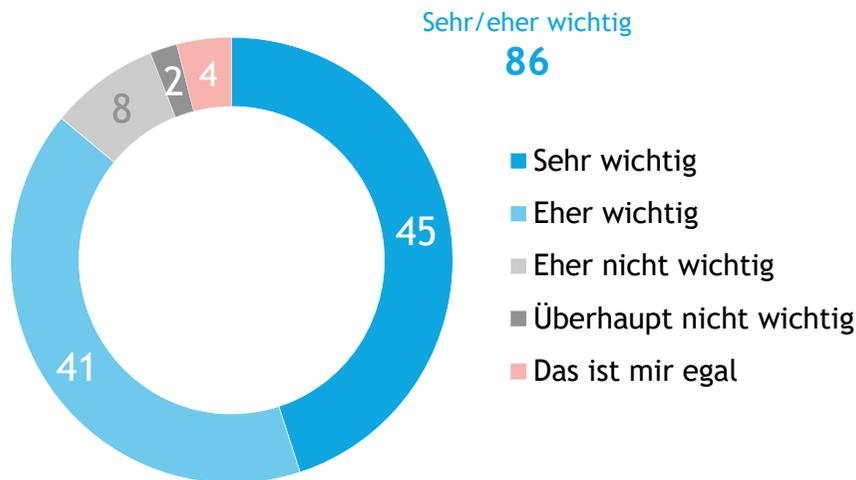
Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

2.8

Relevanz des
Umweltbundesamtes

Relevanz des Umweltbundesamtes für Österreich

Für 86% der Befragten ist das Umweltbundesamt nach der Beschreibung seiner Aufgaben eine sehr oder eher wichtige Institution in Österreich. Die Zustimmung steigt mit dem Grad der Formalbildung und der persönlichen Relevanz des Themas Nachhaltigkeit.



Nach Untergruppen	Sehr/eher wichtig	Überdurchschnittlich	Unterdurchschnittlich	Sehr/eher wichtig
Total, n=1505	45	41	8	86
Männer, n=746	43	41	10	84
Frauen, n=750	47	42	6	89
16 bis 29 Jahre, n=303	46	43	7	89
30 bis 49 Jahre, n=510	41	41	9	82
50 bis 80 Jahre, n=692	48	40	8	88
Pflichtschule, n=303	36	46	9	82
Fachschule, Lehre, n=510	44	42	9	86
Matura, Uni, n=692	53	36	6	89
NH Typ 1, n=332	65	28	5	93
NH Typ 2, n=644	53	41	4	94
NH Typ 3, n=195	34	59	5	93
NH Typ 4, n=334	16	43	21	59
Kenne ich sehr/relativ gut, n=105	67	26	5	93
Ungefähres Bild, n=385	51	39	8	90
Dem Namen nach, n=499	47	42	5	89

F14: Das Umweltbundesamt ist eine österreichische Institution mit gesetzlichem Auftrag, sich mit Umwelt- und Klimafragen auseinanderzusetzen. Die Arbeiten des Umweltbundesamtes bilden u.a. die Grundlage für politische Entscheidungen auf lokaler, regionaler, europäischer und internationaler Ebene. Wie wichtig finden Sie ganz allgemein, dass es eine Institution wie das Umweltbundesamt in Österreich gibt?

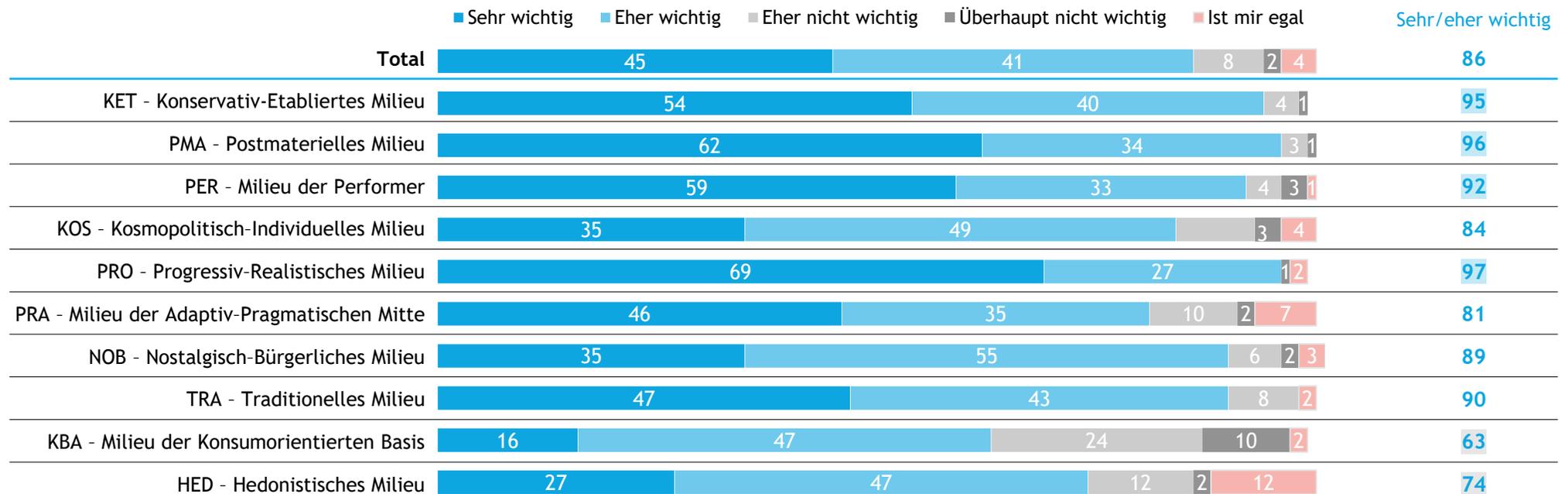
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Überdurchschnittlich
Unterdurchschnittlich
Angaben in %

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Relevanz des Umweltbundesamtes für Österreich

Das Umweltbundesamt wird insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus sowie im Progressiv-Realistisches Milieu als relevant für Österreich eingestuft. Unterdurchschnittlich fällt die Zustimmung in der Konsumorientierten Basis sowie im Hedonistischen Milieu aus - aber auch hier betrachtet deutlich mehr als die Hälfte die Institution als sehr oder eher wichtig.



F14: Das Umweltbundesamt ist eine österreichische Institution mit gesetzlichem Auftrag, sich mit Umwelt- und Klimafragen auseinanderzusetzen. Die Arbeiten des Umweltbundesamtes bilden u.a. die Grundlage für politische Entscheidungen auf lokaler, regionaler, europäischer und internationaler Ebene. Wie wichtig finden Sie ganz allgemein, dass es eine Institution wie das Umweltbundesamt in Österreich gibt?

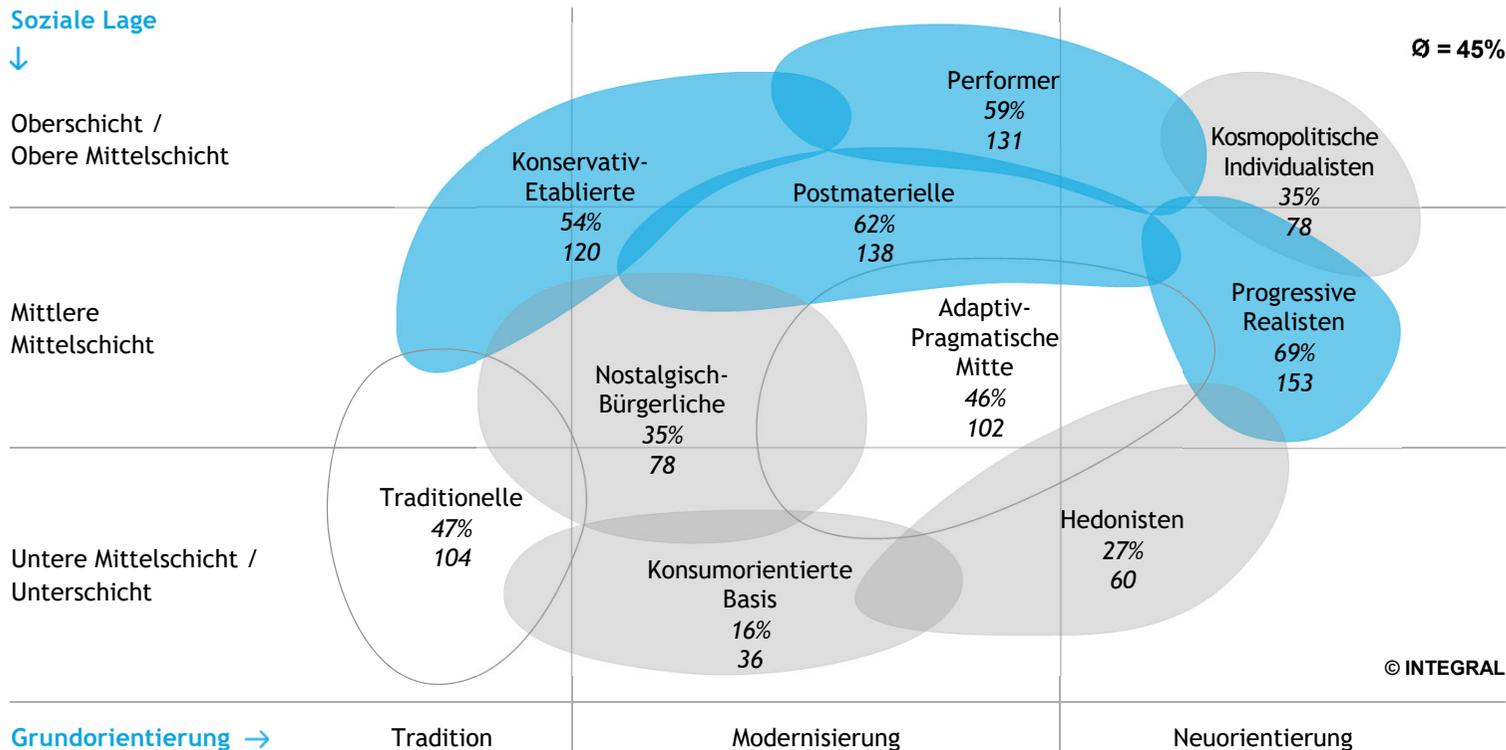
Überdurchschnittlich Angaben in %
Unterdurchschnittlich

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Das Umweltbundesamt ist für Österreich sehr wichtig

Das Umweltbundesamt wird insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus sowie im Progressiv-Realistischen Milieu als sehr wichtig für Österreich eingestuft.



i

- Mit Abstand am geringsten fällt die Zustimmung der Konsumorientierten Basis sowie im Milieu der Hedonisten aus.

F14: Das Umweltbundesamt ist eine österreichische Institution mit gesetzlichem Auftrag, sich mit Umwelt- und Klimafragen auseinanderzusetzen. Die Arbeiten des Umweltbundesamtes bilden u.a. die Grundlage für politische Entscheidungen auf lokaler, regionaler, europäischer und internationaler Ebene.

Wie wichtig finden Sie ganz allgemein, dass es eine Institution wie das Umweltbundesamt in Österreich gibt? - sehr wichtig

Basis: Alle Befragten

n= 1.505

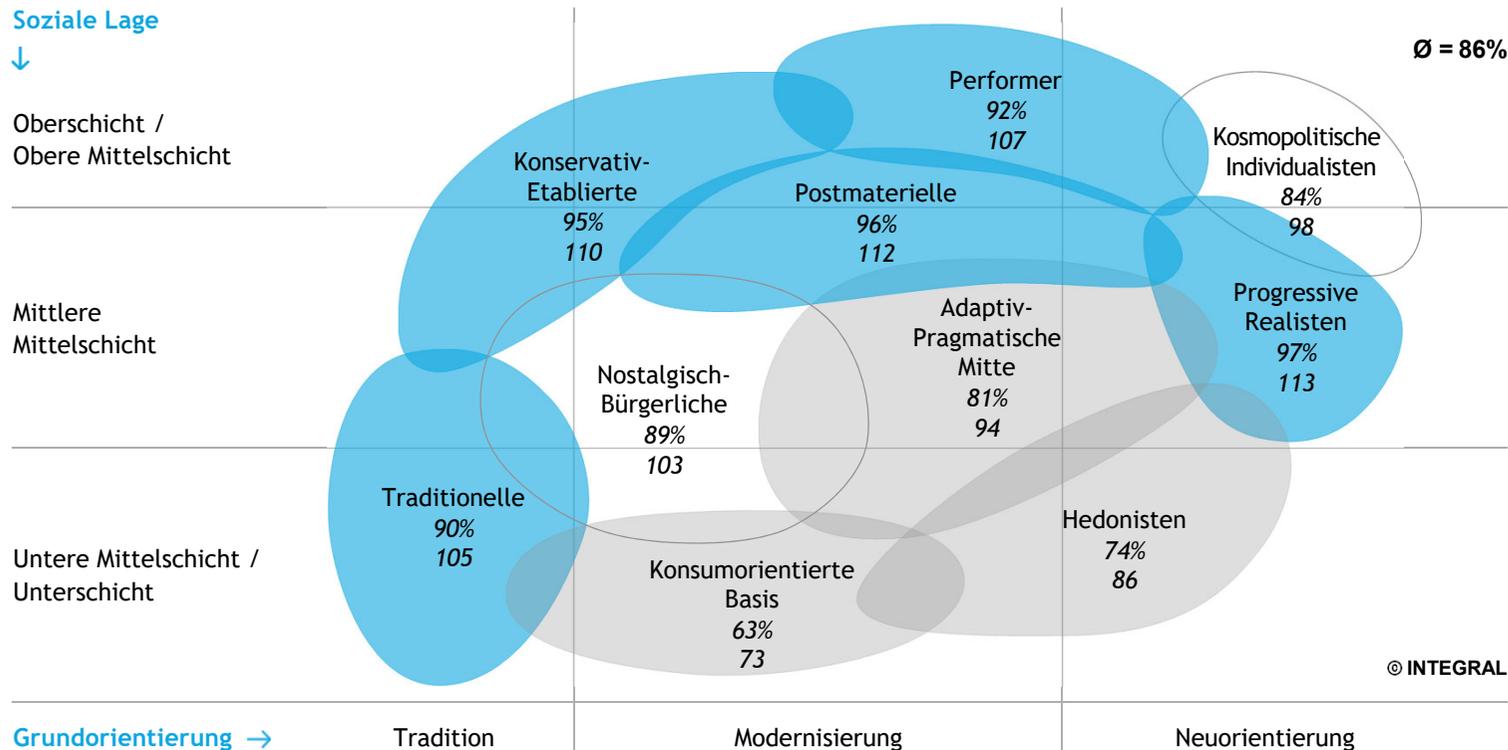
- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505 Studie 7862, September 2024

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Das Umweltbundesamt ist für Österreich sehr oder eher wichtig

Das Umweltbundesamt wird insbesondere in den gesellschaftlichen Leitmilieus sowie im Progressiv-Realistischen Milieu als relevant für Österreich eingestuft. Eine überdurchschnittlich hohe Zustimmung zeigt sich auch im Traditionellen Milieu.



i

- Auch in den Milieus mit unterdurchschnittlicher Zustimmung werden gute hohe Werte erzielt.

F14: Wie wichtig finden Sie ganz allgemein, dass es eine Institution wie das Umweltbundesamt in Österreich gibt? - sehr/eher wichtig

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

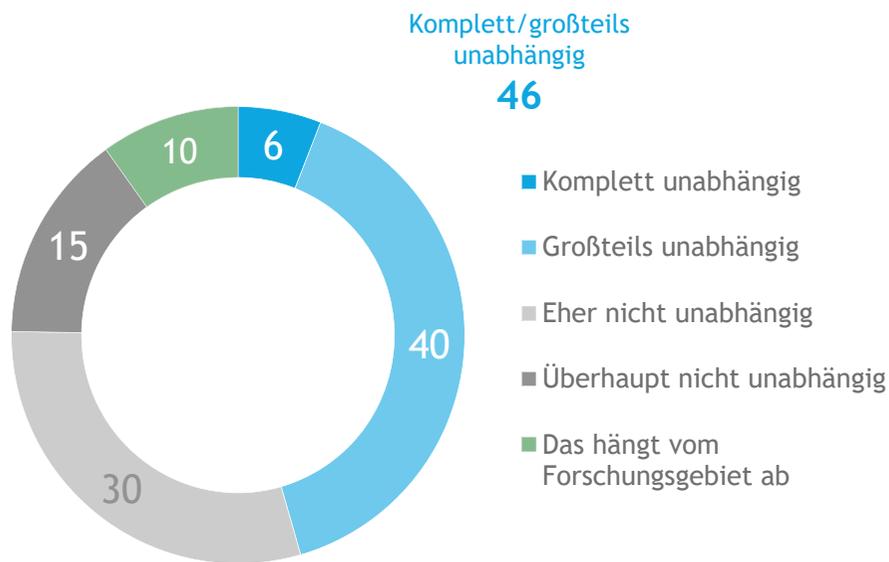
Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

2.9

Unabhängigkeit des Umweltbundesamtes

Einstufung der Unabhängigkeit der Expertise des Umweltbundesamtes

Hinsichtlich der Unabhängigkeit zeigt sich eine relativ große Unsicherheit. Lediglich 46% stufen die Expertise als weitgehend unabhängig ein. Jede:r Zehnte macht dies vom Forschungsgegenstand abhängig. 35% sind generell skeptisch.



Nach Untergruppen

	6	40	30	15	10	Komplett/großteils unabhängig
Total, n=1505	6	40	30	15	10	46
Männer, n=746	5	39	33	16	7	44
Frauen, n=750	6	42	27	12	12	48
16 bis 29 Jahre, n=303	6	44	32	9	9	50
30 bis 49 Jahre, n=510	10	38	29	13	10	48
50 bis 80 Jahre, n=692	3	40	29	18	10	43
Pflichtschule, n=303	6	43	21	16	14	49
Fachschule, Lehre, n=510	7	36	34	14	9	43
Matura, Uni, n=692	5	43	29	14	9	48
NH Typ 1, n=332	10	43	26	11	10	53
NH Typ 2, n=644	3	48	32	8	8	51
NH Typ 3, n=195	10	45	30	7	8	55
NH Typ 4, n=334	4	19	30	31	16	23

F15: Das Umweltbundesamt ist eine ausgegliederte GesmbH im Eigentum der Republik Österreich. Das Umweltbundesamt arbeitet auf Basis eines gesetzlichen Auftrages. Wie unabhängig schätzen Sie die Expertise des Umweltbundesamtes ein?

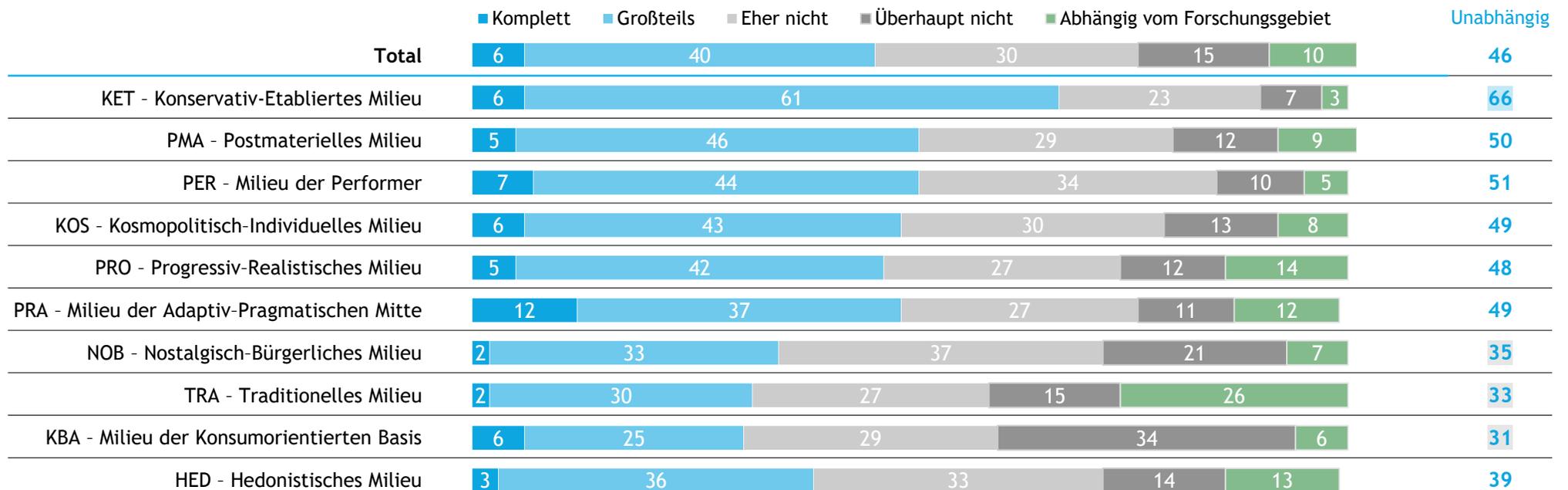
Überdurchschnittlich Angaben in %
Unterdurchschnittlich

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Einstufung der Unabhängigkeit der Expertise des Umweltbundesamtes

Am insgesamt zuversichtlichsten in Sachen unabhängiger Expertise sind die Konservativ-Etablierten. Bei der Adaptiv-Pragmatischen Mitte zeigt sich ein im Milieuvvergleich hoher Anteil an Personen, die von einer gänzlichen Unabhängigkeit ausgehen. Starke Skepsis weisen einmal mehr die systemkritischen Nostalgisch-Bürgerlichen, die Konsumorientierte Basis sowie die Hedonisten auf. Aber auch das Traditionelle Milieu zeigt sich in dieser Frage mehrheitlich kritisch.



F15: Wie unabhängig schätzen Sie die Expertise des Umweltbundesamtes ein?

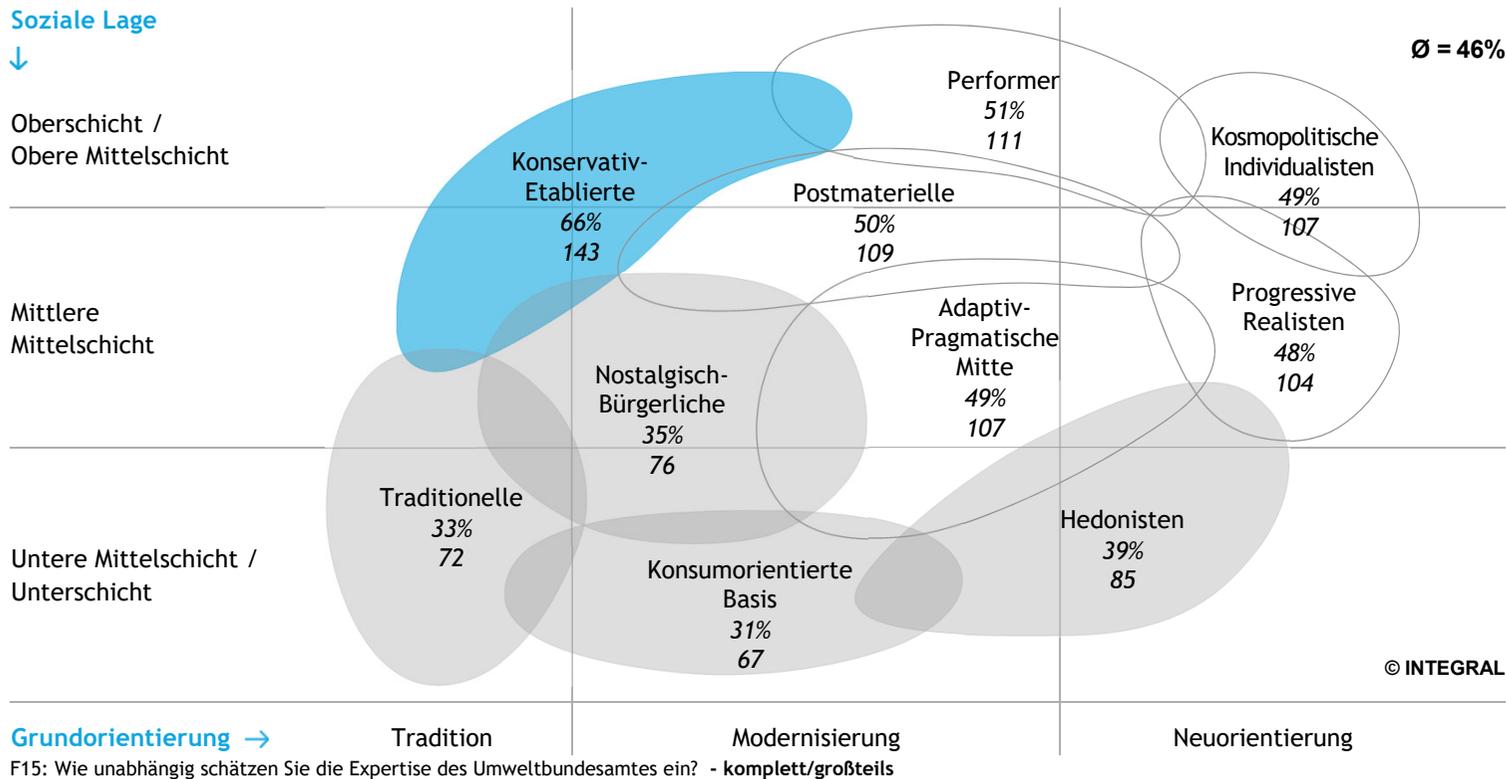
Überdurchschnittlich Angaben in %
 Unterdurchschnittlich

Basis: Alle Befragten
 n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
 Studie 7862, September 2024

Einstufung der Unabhängigkeit der Expertise des Umweltbundesamtes

Komplett/großteils unabhängig



i

- Mit Abstand am zuversichtlichsten zeigt sich die konservative Elite.
- Der nostalgische Milieu-Cluster (Traditionelle, Nostalgisch-Bürgerliche, Konsumorientierte Basis) sowie Hedonisten stimmen hier nur unterdurchschnittlich zu.

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

2.10

**Unabhängigkeit des
Umweltbundesamtes**

Mit dem Umweltbundesamt verbundene Themenfelder

Das Umweltbundesamt wird v.a. mit den Themen Klimaschutz, Abfallvermeidung, Bodenverbrauch, Luftqualität sowie Wasser in Verbindung gebracht.

Themenfeld	Umweltbundesamt bekannt, n=990	UBA bekannt, n=990
Klimaschutz und Klimawandelanpassung	54	57
Abfallvermeidung & Recycling	50	53
Flächenverbrauch/Bodenverbrauch	50	55
Luftqualität	50	53
Wasser	48	52
Schadstoffe & Chemikalien	41	45
Landwirtschaft	41	44
Kreislaufwirtschaft & Ressourcen	39	44
Altlasten (schadstoffbelastete Böden)	37	41
Nachhaltigkeit	36	40
Biologische Vielfalt	35	38
Energie	32	33
Wirtschaftliche Themen	24	24
Industrie & Produktion	19	19
Mobilität	13	15
Gesellschaftlicher Wandel	11	9
Keines davon	2	1



- Am wenigsten werden die Themenfelder gesellschaftlicher Wandel, Mobilität, Industrie & Produktion sowie wirtschaftliche Themen mit dem Umweltbundesamt verbunden.

F16: Mit welchen der folgenden Themenfelder verbinden Sie das Umweltbundesamt?

Angaben in %

Basis: Alle
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Durchschnittliche Nennungen verbundener Themenfelder

Das Progressiv-Realistische und Traditionelle - aber auch das Postmaterielle Milieu - verbinden deutlich mehr Themenfelder mit dem Umweltbundesamt als die anderen Milieus.

Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Mittlere
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /
Unterschicht

Grundorientierung →

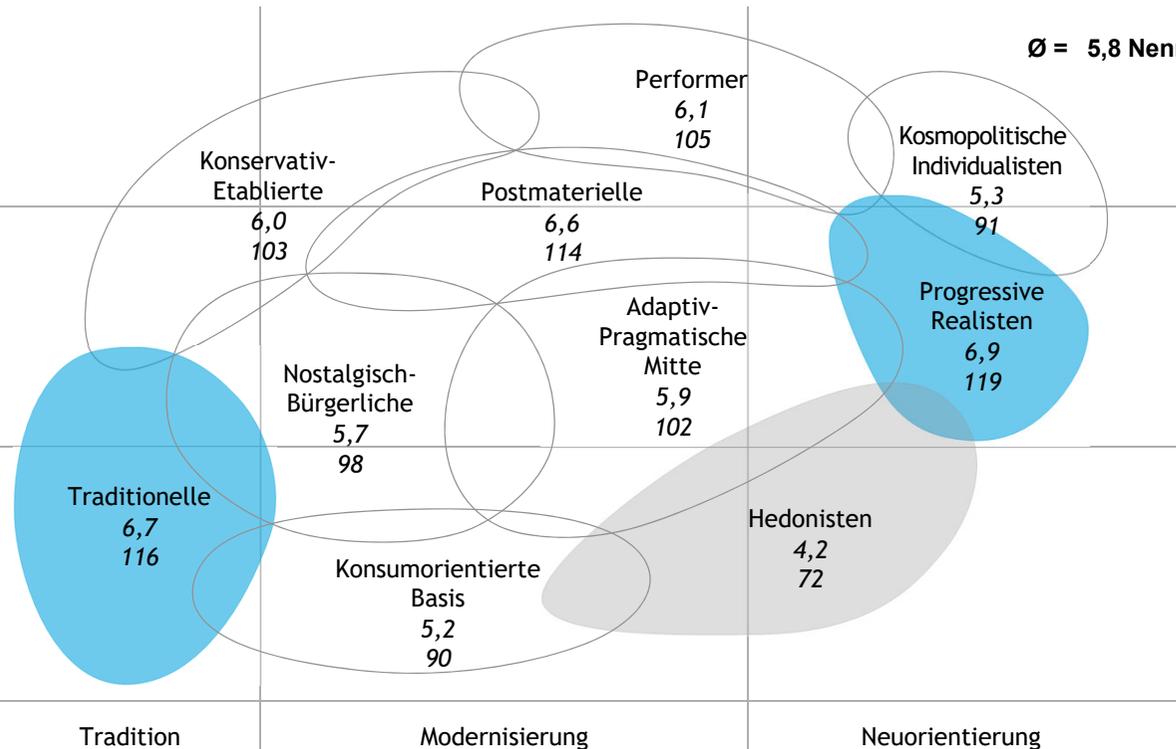
Tradition

Modernisierung

Neuorientierung

F16: Mit welchen der folgenden Themenfelder verbinden Sie das Umweltbundesamt? - Anzahl der Themenfelder

Ø = 5,8 Nennungen



- Die Schlusslichter bilden einmal mehr das Milieu der Hedonisten, die Konsumorientierte Basis sowie das Kosmopolitisch-Individualistische Milieu.

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
□ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862. September 2024

Mit dem Umweltbundesamt verbundene Themenfelder

Das Progressiv-Realistische, Traditionelle und Postmaterielle Milieu verbinden deutlich mehr Themenfelder mit dem Umweltbundesamt als die anderen Milieus. Die Zuschreibung der Themenfelder gestaltet sich über die Milieus teilweise recht unterschiedlich.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
Klimaschutz und Klimawandelanpassung	54	60	54	55	60	69	54	58	48	43	44
Abfallvermeidung & Recycling	50	49	66	52	46	59	48	50	55	44	37
Flächenverbrauch/Bodenverbrauch	50	51	62	49	33	59	51	54	49	51	38
Luftqualität	50	48	55	56	40	49	48	54	55	46	44
Wasser	48	54	58	49	44	42	46	52	61	35	40
Schadstoffe & Chemikalien	41	40	44	46	29	39	42	44	52	46	28
Landwirtschaft	41	47	45	37	41	45	41	40	47	42	29
Kreislaufwirtschaft & Ressourcen	39	46	44	51	38	48	39	36	47	32	15
Altlasten (schadstoffbelastete Böden)	37	36	43	43	32	47	27	41	47	37	24
Nachhaltigkeit	36	40	37	45	35	50	37	32	47	28	17
Biologische Vielfalt	35	48	30	41	36	45	34	27	37	28	31
Energie	32	25	30	32	36	36	40	27	40	25	28
Wirtschaftliche Themen (nachhaltige Unternehmen)	24	22	38	20	19	38	18	18	28	32	12
Industrie & Produktion	19	14	28	17	16	28	26	17	17	13	11
Mobilität	13	12	14	16	13	17	17	7	27	7	8
Gesellschaftlicher Wandel	11	5	7	6	11	13	17	7	13	15	11
Keines davon	2	0	0	2	0	7	4	2	2	1	3

F16: Mit welchen der folgenden Themenfelder verbinden Sie das Umweltbundesamt?

Angaben in %

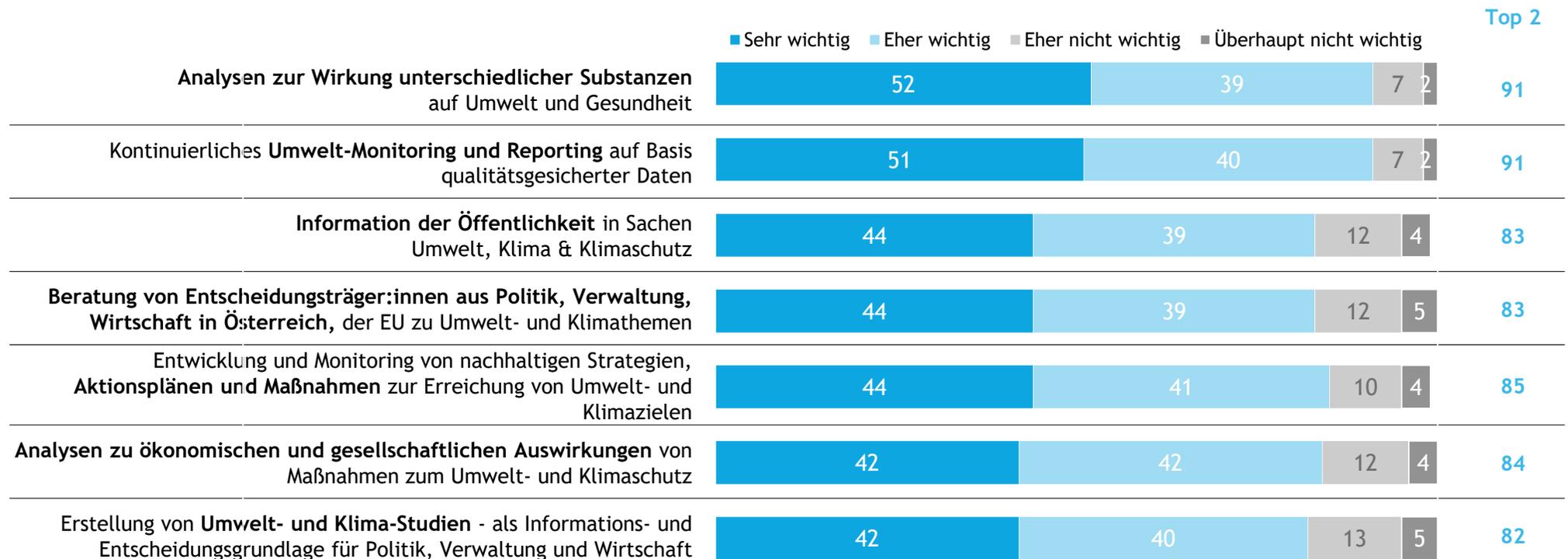
Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Relevanz der Tätigkeitsbereiche des Umweltbundesamtes

Als wichtigste Themenfelder des Umweltbundesamtes werden Analysen zur Wirkung unterschiedlicher Substanzen sowie das Umwelt-Monitoring genannt. Aber auch die anderen Aufgabenbereiche erzielen hohe Werte.



F17: Das Umweltbundesamt ist vielseitig tätig. Wie wichtig finden Sie die jeweilige Tätigkeit des Umweltbundesamts für Österreich?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

Relevanz der Tätigkeitsbereiche des Umweltbundesamtes (sehr wichtig)

Die beiden nachhaltigkeitsfokussierten Milieus (Progressive Realisten, Postmaterielle) stufen entsprechend ihrer Milieulogik die Relevanz der Aufgaben des Umweltbundesamtes als besonders hoch ein. Überdurchschnittlich stark ist die Zustimmung zudem in den ökonomisch fokussierten Leitmilieus Performer und Konservativ-Etablierte.

	Gesamt	KET	PMA	PER	KOS	PRO	PRA	NOB	TRA	KBA	HED
Analysen zur Wirkung unterschiedlicher Substanzen auf Umwelt und Gesundheit	52	60	66	64	46	78	53	54	53	33	23
Kontinuierliches Umwelt-Monitoring und Reporting auf Basis qualitätsgesicherter Daten	51	57	76	64	55	74	49	43	50	19	27
Information der Öffentlichkeit in Sachen Umwelt, Klima & Klimaschutz	44	55	59	56	47	56	46	46	42	15	22
Beratung von Entscheidungsträger:innen aus Politik, Verwaltung, Wirtschaft in Österreich, der EU und international zu Umwelt- und Klimathemen	44	47	65	55	45	64	42	37	51	14	25
Entwicklung und Monitoring von nachhaltigen Strategien, Aktionsplänen und Maßnahmen zur Erreichung von Umwelt- und Klimazielen	44	44	65	55	42	82	46	36	42	11	24
Analysen zu ökonomischen und gesellschaftlichen Auswirkungen von Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz	42	50	60	47	43	59	44	46	39	12	19
Erstellung von Umwelt- und Klima-Studien - als Informations- und Entscheidungsgrundlage für Politik, Verwaltung und Wirtschaft	42	46	61	58	35	72	42	36	45	12	21

F17: Das Umweltbundesamt ist vielseitig tätig. Wie wichtig finden Sie die jeweilige Tätigkeit des Umweltbundesamtes für Österreich? - **sehr wichtig**

Angaben in %

Basis: Alle Befragten
n= 1.505

■ Überdurchschnittlich
■ Durchschnittlich
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Onlinebefragung der österr. Bevölkerung, 16-80 Jahre, n=1.505
Studie 7862, September 2024

3

Befunde Stake-holder:innen
& Kund:innen

Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Umweltbundesamtes (1 v. 2)

Die meistgenannte Aufgabe: Daten, Analysen, Berichte und Umweltmonitoring, gefolgt von Klimaschutz-Themen



1. Daten, Analysen, Berichte, Umweltmonitoring

Dies umfasst die Bereitstellung von **Umweltdaten und Berichten** (z.B. Umweltkontrollberichte, Treibhausgasbilanzen) zur **Unterstützung der politischen Entscheidungsfindung**.

Dabei geht es um die **Erhebung und Bereitstellung** von validen und regelmäßig aktualisierten **Datensätzen**, z.B. zu Klimadaten, Luftreinhaltung oder Abfallwirtschaft.



2. Klimaschutz und Klimawandel

z.B. durch die **Erstellung von Klimaschutzberichten** und die **Entwicklung von Strategien** im Bereich der Energiewende und des Mobilitätswandels.



3. Beratung für Ministerien, Behörden und Unternehmen

Das Umweltbundesamt wird **als Berater für Ministerien**, insbesondere das Klimaministerium sowie für Unternehmen gesehen, das Expertise in Umweltschutzfragen und bei Transformationsprozessen bietet.



4. Umwelt- und Naturschutz

Aufgaben im Bereich des Naturschutzes und des allgemeinen Umweltschutzes, wobei der Fokus auf **der Unterstützung von Ministerien und der Politik** liegt.

Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Umweltbundesamtes (2 v. 2)

Am seltensten genannt wurden chemische Analysen und toxikologische Fragestellungen



5. Forschung und wissenschaftliche Expertise

Das Umweltbundesamt wird mit eigenen **Forschungsprojekten** in Verbindung gebracht, welche wissenschaftliche Expertise in Bereichen wie toxikologische Fragestellungen oder Mobilitätswende liefern.



6. Unabhängige Kontrolle und Aufsicht

Es wurde die Aufgabe des Umweltbundesamtes betont, **unabhängig zu agieren** und so Umweltprobleme aufzuzeigen und Maßnahmen vorzuschlagen, unabhängig von politischer Einflussnahme.



7. Abfallwirtschaft

Wurde speziell als **früheres starkes Betätigungsfeld** des Umweltbundesamtes hervorgehoben.



8. Chemische Analysen und toxikologische Fragestellungen

Das Umweltbundesamt wird auch mit der Durchführung von chemischen Analysen und der wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit toxikologischen Problemen verbunden.

Aufgaben und Verantwortlichkeiten des Umweltbundesamtes

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Aus meiner Sicht die wichtigste Aufgabe wäre, **gute, valide, regelmäßig aktualisierte Datensätze und Informationen und Entscheidungsgrundlagen** im weitesten Sinne im Umweltbereich aufzubereiten, selber zu erheben, zu ermitteln und die dann dem politisch administrativen System zur Verfügung zu stellen.

”

Letztendlich einerseits die im Umweltkontrollgesetz gesetzlich festgeschriebenen Aufgaben, sprich **Durchführung von Umweltkontrolle** in Österreich, **Stellung eines Umweltkontrollberichts**.

”

In jedem Fall führend in der **Entwicklung**, aber auch in der **Anwendung von Methoden** zum Monitoring unterschiedlichster Themenbereiche im großen Themenfeld Umwelt. Also sei es jetzt Klimadaten oder seien es jetzt Daten betreffend Fauna, Flora, Boden und ähnlichem.

”

Internationale Vernetzung, **neuester Stand der Forschung** im Bereich Mobilitätswende, Klimawandel, nationaler Energie- und Klimaplan.

”

Natürlich ganz viel im Bereich routinemäßige **Messungen, Analysen, Berichterstellung**. Das sind Aufgaben, natürlich ganz viel im Bereich Klimawandel.

”

Das Umweltbundesamt steht für uns auf alle Fälle mit für alle Fragen des Umweltschutzes, des Naturschutzes, des Klimaschutzes. An sich sollte es also **übergreifend auch für alle Ressorts unvoreingenommen Dienstleister** sein können.

”

Ich glaub, die Hauptverantwortung, aber das liegt ohnehin in der Geschäftseinteilung des Umweltbundesamtes, ist erstens einmal **Beratungsleistung für die Politik**, Beratungsleistung für **öffentliche und zivile Stakeholder**.

(Erste) Schnittstellen mit dem Umweltbundesamt

Die Teilnehmenden hatten verschiedene Berührungspunkte mit dem Umweltbundesamt



	
Zusammenarbeit mit UBA auf Landesebene (Vertretung der Länderinteressen)	Gemeinsame Forschungsprojekte
Teil des Aufsichtsrats	Noch aus der Studienzeit im Bereich Abfallwirtschaft
Teil des Beirats	Aufträge im Energie- und Klimabereich
Zusammenarbeit im Bereich Mobilität	Wichtige Anlaufstelle für verlässliche Daten im Bereich Umwelt- Natur- und Klimaschutz

”

Also die gehen zurück auch auf die Studienzeit noch, wo ich dann im Bereich **Abfallwirtschaft** gegen Ende des Studiums bereits begonnen habe zu arbeiten, wie ich dann fertig war, dort auch als drittmittelfinanzierter Mitarbeiter dabei war. Da haben wir dann erste wirklich intensivere Kontakte mit Umweltbundesamt aus der Abfallwirtschaft gehabt.

”

Ich nehme das Umweltbundesamt oder kurz UBA als **Kompetenzzentrum in Umweltfragen wahr**, schon sehr lange Zeit.

”

Mein allererster Kontakt war, glaube ich, tatsächlich eher sogar noch aus meiner Zeit in der Salzburger Landesregierung zum Themenbereich **Luftreinhaltung**.

”

Also **Partner** im Sinne von, wenn man dann eben für bestimmte Themen eben jemand sucht, der sagt, okay, wie könnten wir das angehen? Die haben auch eine sehr gute Reputation, auch international und machen es dann auch oft.

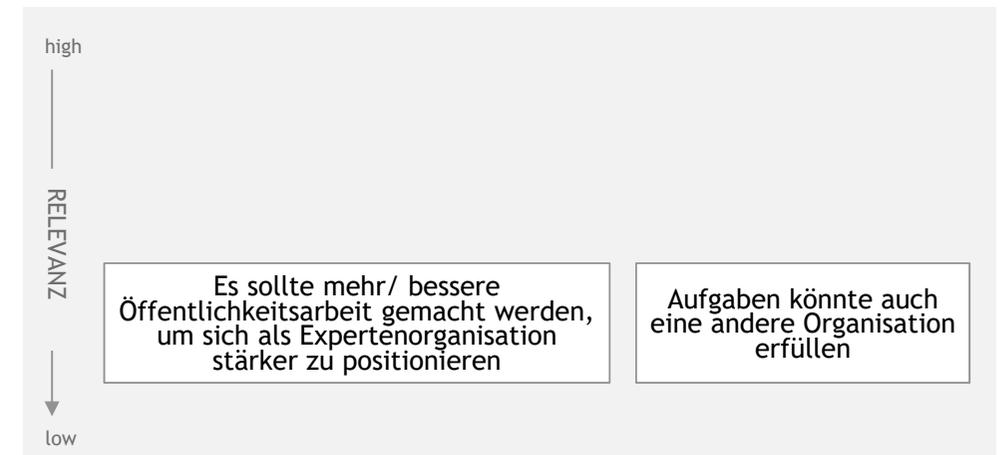
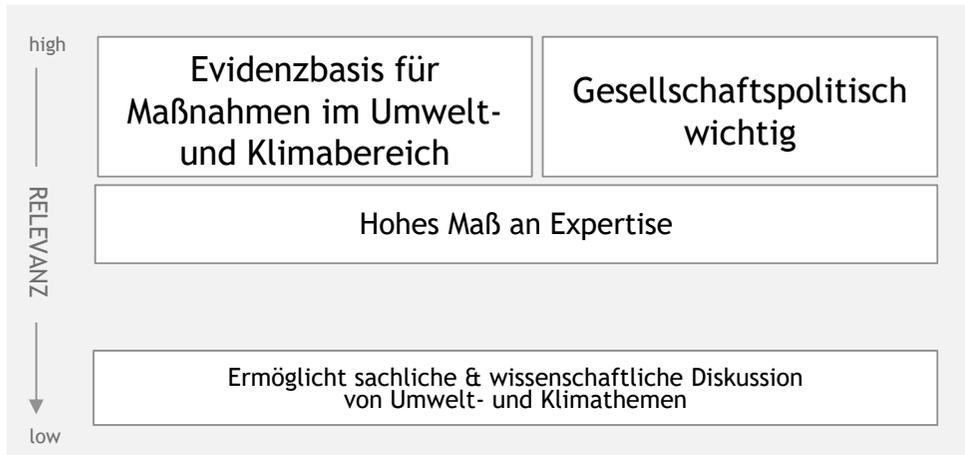
Einschätzung der derzeitigen Relevanz des Umweltbundesamtes

Dem Umweltbundesamt wird eine hohe Relevanz beigemessen



+ Wichtig, weil ...

- Weniger wichtig, weil ...



Einschätzung der derzeitigen Relevanz des Umweltbundesamtes

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Ich meine, die Politik wird natürlich gemacht durch die Parteien und die bestimmen, in welche Richtung es geht. Aber dann in zweiter Reihe ist, glaube ich, das Umweltbundesamt die Institution, auf die zurückgegriffen wird, eben für die **Diskussion rund Maßnahmen inhaltlich, sachlich, wissenschaftlich** einfach auszustatten.

”

Es ist einfach viel **Expertise** da, die wir nutzen werden müssen, um diese Herausforderungen zu bewältigen. Aber sie sind nicht die einzigen, die in dem Bereich tätig sind.

”

Gerade in einem komplexen und auch politisch halt auch aufgeladenen oder immer wieder auch kontroversen Thema wie dem Umwelt- und vor insbesondere Klimaschutz sind **gute Daten, valide Daten, wissenschaftliche Seriosität** unverzichtbar. Es ist eh so schon schwer genug.

”

Gesellschaftspolitisch kann sich das kein Staat in Europa noch leisten, ohne ein starkes Umweltbundesamt zu agieren.

”

Für mich gehört ein Umweltbundesamt zu einem **funktionierenden, demokratischen Staat** dazu, wie ein Rechnungshof, wie unabhängige Medien, unabhängige Gerichtsbarkeit, all diese Geschichten. Umweltbundesamt ist für mich etwas Unverzichtbares.

”

Naja, im Umweltbundesamt wird **wichtige Basisarbeit** gemacht, letztendlich Erhebung von Zahlen, Daten, Fakten, z.B. Im Klimabereich die Treibhausgasinventur, die natürlich dann für internationale Berichtspflichten, etc. eine große Rolle spielt. Und als Expert:innenorganisation berät sie unterschiedliche Stakeholder, die dann eben wirtschaftliche oder politische Entscheidungen treffen.

Bewertung der Arbeit des Umweltbundesamtes

Das Umweltbundesamt wird vor allem für seine wissenschaftliche Expertise und die Bereitstellung verlässlicher Daten und Reportings geschätzt



Welche Aufgaben erfüllt das Umweltbundesamt derzeit besonders gut?

- high
- RELEVANZ
- low
- 1. Bereitstellung von wissenschaftl. Grundlagen, Daten, Reportings**
 - Treibhausgasinventur, Emissionsfaktoren, Altlasten, Abfall, Luftqualität
 - Klimaschutzrelevante Daten, wissenschaftliche Grundlagen, Reportings, Wirkungsprüfung von Maßnahmen, Szenarienforschung
 - 2. Technische & wissenschaftliche Expertise**
 - Hohe Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit
 - 3. Das Umweltbundesamt als Verbindungsstelle zwischen Politik, Wissenschaft und Verwaltung**
 - 4. Diskussion und Bewusstseinsbildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz**



Welche Aufgaben erfüllt das Umweltbundesamt derzeit weniger gut?

- high
- RELEVANZ
- low
- 1. Zu wenig Öffentlichkeitsarbeit & Bewusstseinsbildung**
 - Das Umweltbundesamt kommt zu wenig oft im öffentlichen Diskurs vor
 - Die Stakeholder werden teils zu wenig eingebunden
 - Das Umweltbundesamt könnte normativere Aussagen treffen und aktiver an der Transformation mitwirken
 - 2. Interne Organisation und Intransparenz**
 - Die Rolle des Umweltbundesamtes ist nicht klar definiert
 - Zu komplizierte Abläufe
 - 3. Begrenzte Wirksamkeit der Beratung**
 - Die fachliche Begleitung stößt auf Grenzen, weil die Akzeptanz durch die Politik und Verwaltung limitiert ist
 - Fehlende Zuständigkeiten für die tatsächliche Umsetzung der Maßnahmen durch Politik und Verwaltung

Rolle für die Allgemeinheit & Einfluss auf öffentlichen Diskurs



+ Erfüllte Aufgaben

- Dem Umweltbundesamt wird ein **umfangreiches fachliches**, wie auch **methodisches Know-How** in Themenfeldern wie **Umwelt-, Natur-, und Klimaschutz, Abfallwirtschaft, Luftreinhaltung**, uvm. beigemessen.
- In erster Linie wird das Umweltbundesamt als **Beratungsstelle für politische Fragestellungen** gesehen, somit wird es als **Zwischeninstanz von Politik und Gesellschaft** gesehen.
- Auch innerhalb von **Expert:innen- bzw. Interessent:innen-Kreisen** wird das Wissen weitergereicht. Dies erfolgt durch **Medienauftritte** (v.a. Günther Lichtblau wird hier genannt), **Fachtagungen, Konferenzen** und auch Infos auf der **Website** (z.B. Klima-Dashboard). Die wissenschaftlichen Erkenntnisse des Umweltbundesamtes verbleiben somit nur in einer **gewissen „Bubble“** und erfordern derzeit noch ein **aktives Einholen von Informationen** durch interessierte Bürger:innen.

- Handlungsbedarf

- Die **breite Öffentlichkeit**, die (noch) wenig Schnittpunkte mit Umwelt- und Klimaschutz hat, werde durch die **derzeitigen Kommunikationsmaßnahmen jedoch kaum erreicht**.
- Das Umweltbundesamt verfüge über die notwendigen Ressourcen (**fachliches Knowhow und wissenschaftliche Datengrundlage**), um **Aufklärungsarbeit und Bewusstseinsbildung der breiten Öffentlichkeit zu fördern**. Auch wird das bis zu einem gewissen Grad von einer öffentlichen Institution, die durch Steuergeld finanziert wird, erwartet.
- **Insbesondere junge Menschen** sollten abgeholt werden, z.B. durch Vorträge in Schulen oder auf sozialen Medien.
- Kritisiert wird hier zum Teil, dass das Umweltbundesamt aus politischen Gründen nicht mit allen Ergebnissen an die Öffentlichkeit treten könne.

Rolle des Umweltbundesamtes für die Allgemeinheit

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Also ich bin jetzt in Salzburg und da fällt das Umweltbundesamt, glaube ich, in der Gesellschaft, in der öffentlichen Meinung kaum auf. Also es ist eher dann eine **Unterstützung für die Fachdiskussionen**, eben etwa seitens der Landesverwaltung Salzburg, aber in der öffentlichen Wahrnehmung, **im öffentlichen Diskurs ist das Umweltbundesamt bei uns nicht präsent.**

”

Und ich glaube auch in der Datenaufbereitung sieht man, dass immer wichtiger wird, dass man das **knackig macht**. Also auch für **Leute, die nicht viel Zeit haben, muss man das gut aufbereiten**. Ich sag nur Klima-Dashboard.

”

Wichtig wäre halt, dass sie die **Möglichkeit hätten, Forschungsergebnisse und Studien auch medial darzustellen.**

”

Und wenn wir uns schon eine derartige große, wichtige Behörde leisten, dann ist es sehr wichtig, **den Österreicherinnen und Österreichern zu erklären, was mit dem Steuergeld passiert und warum es das Umweltbundesamt gibt.**

”

Ich glaube, wir haben in Österreich das Problem, dass wir viele Organisationen haben und dass sehr starke Expertennetzwerke da sind und **eine gewisse Bubble davon nutzt es und da ist es auch wirksam**. Und für **viele, die kennen das überhaupt nicht**, was soll das sein? [...] in Österreich tut man sich wahnsinnig schwer mit diesen Fachorganisationen, kommt mir vor. Da gibt es in Deutschland irgendwie eine bisschen andere Mentalität und die haben dann teilweise auch eine andere Rolle, die irgendwie, ich sag's einmal plump, ja, das irgendwie ernster genommen wird.

”

Für die Allgemeinheit? [...] ich glaube ich nicht, dass es irgendwie einen direkten Kontakt gäbe, zwischen Umweltbundesamt und der Bevölkerung, **sondern da ist tatsächlich die Politik dazwischen geschaltet.**

Vermittlung der Botschaften des Umweltbundesamtes

Es wird zu wenig öffentlichkeitswirksame Kommunikation wahrgenommen



Zu wenig proaktive Kommunikation und Sichtbarkeit

- In Expert:innenkreisen gut bekannt, hier genießt es auch hohes Vertrauen, aber im öffentlichen Diskurs spielt es kaum eine Rolle
 - Botschaften sehr stark auf wissenschaftliche Presseaussendungen beschränkt
 - Es fehlt an proaktiver Kommunikation, um die Allgemeinheit oder speziell auch jüngere Menschen zu erreichen (weil die die Zukunft des Klimaschutzes sind), z.B. über die Medien (TV & Print), Social Media, in Schulen, etc.
- Mehr Glaubwürdigkeit könnte durch Einbindung von Stakeholder:innen erreicht werden, jedoch hängt Kommunikation auch von den staatl. Rahmenbedingungen ab

Prägt daher wenig die öffentliche Diskussion zu Umwelt- & Klimaschutzthemen

- Das Umweltbundesamt prägt zwar die öffentliche Diskussion durch bereitgestellte Daten und seine Stimme hat da viel Gewicht, aber in der breiten Öffentlichkeit wird es kaum wahrgenommen

Über welche Kanäle wird das Umweltbundesamt hauptsächlich wahrgenommen?

- (wissenschaftsbasierte) Presseaussendungen
- Berichte
- Medien, Interviews
- Direkter Kontakt
- Konferenzen, (Fach-) Veranstaltungen
- Studien & Beiträge
- Newsletter
- Pressekonferenzen
- Website des Umweltbundesamtes

Schriftgröße:
Qualitative Interpretation der Relevanz

Vermittlung der Botschaften des Umweltbundesamtes

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Die Öffentlichkeit des Umweltbundesamtes ist schwer verbesserungswürdig, es ist eine so große und so wichtige Organisation, die sollten das viel mehr allen erzählen, was sie tun und warum sie es tun. Das sollte queer durch sein, aber ohne die sozialen Medien packst du heute keine Kampagne mehr. Du musst schon präsent sein auf Twitter, Facebook, Instagram.

”

Ich glaube, da geht es einfach nur noch darum, wahrscheinlich noch stärker, vermute ich mal, das zu kommunizieren, was man dann Expertise zur Verfügung hat und erarbeitet. Mir fällt es auf, das glaube ich, probiert man seit einiger Zeit auch mit Veranstaltungsformaten und so weiter, aber da ist sicher noch Luft nach oben. Und ich sage jetzt ein konkretes Beispiel, wenn man die Homepage anschaut, das Umweltbundesamt, ist die jetzt noch eher amtlich und da könnte man wahrscheinlich durchaus einiges in der Kommunikation noch verbessern und damit sozusagen auch wirkungsvoller machen.

”

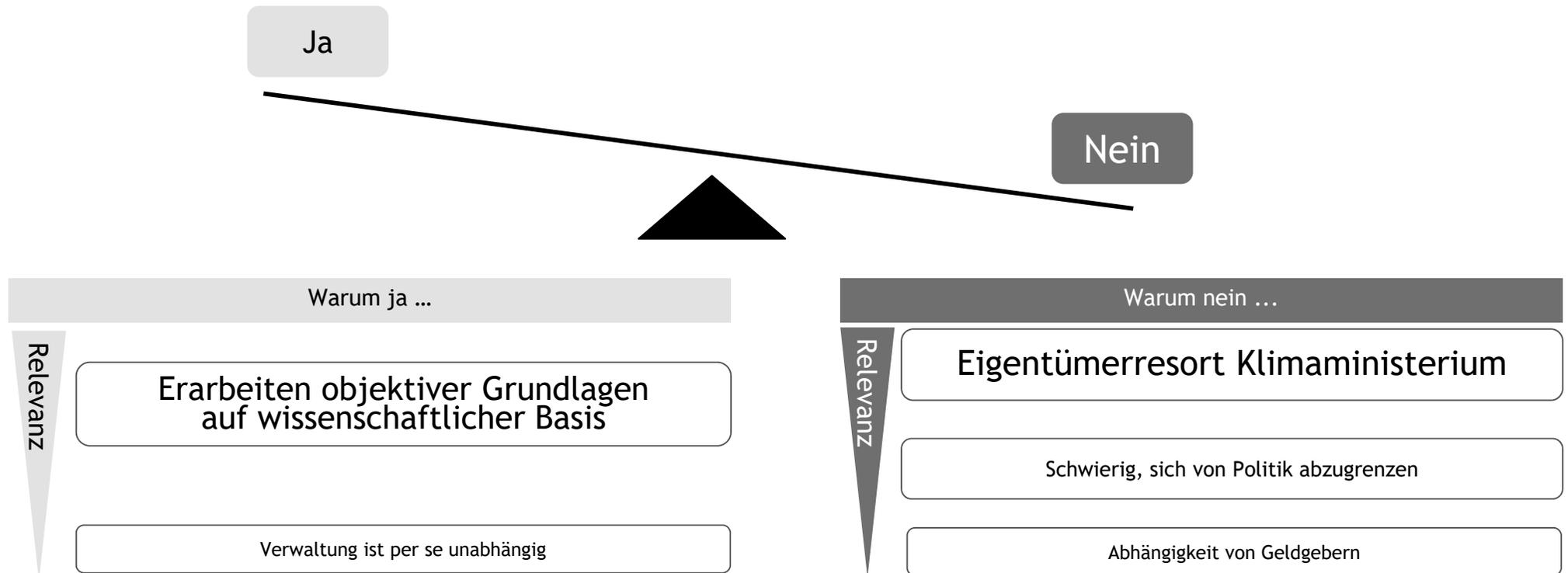
Ja, also ich glaube durchaus mit Aussendungen, sehr oft halt auch indirekt, weil Politikbereiche eben auf, auch in der Öffentlichkeit auf Daten, auf Informationen des Umweltbundesamtes zurückgreifen und das auch entsprechend zitieren. Und wenn man halt ein bisschen, da tue ich mir halt jetzt schwer mit öffentlicher Wahrnehmung und sozusagen beruflicher Wahrnehmung, wenn man halt in einem bestimmten Themenfeld unterwegs ist, kommt man zwangsläufig regelmäßig, sei es bei Recherchen über Studien oder ähnliches oder Fachveranstaltungen, kommt man halt an Personen und Themen und Inhalten des Umweltbundesamtes relativ schnell einmal ran oder in Berührung.

”

Naja gut, da bin ich natürlich ein bisschen gebiast in meiner Funktion. Also ich nehme das Umweltbundesamt wahr, zum einen schon auch über Medien, wenn Medien z.B. Themenschwerpunkte machen, also ich meine jetzt damit auch Tageszeitungen, wo immer wieder dann auch das Umweltbundesamt genannt wird. Zweitens durchaus auch in Anlassfällen, dass Experten oder Expertinnen eingeladen sind, z.B. Bei Fernsehinterviews.

Unabhängigkeit des Umweltbundesamtes

Das Umweltbundesamt wird von den Teilnehmenden als nicht ganz unabhängig wahrgenommen, das liegt in erster Linie am Eigentümerresort



Schriftgröße:
Qualitative Interpretation der Relevanz

Quelle: INTEGRAL, Qualitative Studie mit Stakeholder:innen des Umweltbundesamtes
n= 20 Teilnehmende | Studie 7863, September- Oktober 2024

Vertrauen in die Informationen & Empfehlungen des Umweltbundesamtes

Auf die Informationen und Empfehlungen des Umweltbundesamtes wird weitgehend vertraut



Hohes Vertrauen weil ...

Relevanz

Arbeiten nach wissenschaftlichen Grundlagen und faktenbasiert, haben valide Informationsbasis, leisten fachlich gute Arbeit, hohe Expertise

Weniger Vertrauen weil ...

Relevanz

Dürfen nicht alles sagen, was sie wissen/
Abhängigkeiten

Manchmal Schwierigkeiten bei Qualitätssicherung

Ergebnisse tlw. nur Annäherungen

Notwendigkeiten & Bedürfnisse von best. Interessensgruppen werden zu wenig berücksichtigt

Vertrauen in die Informationen & Empfehlungen des Umweltbundesamtes

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Wie gesagt, weil ich aus meiner Wahrnehmung in den Feldern, wo ich es beurteilen kann, feststelle, dass hier die **Informationsbasis wirklich valide zusammengetragen** wird.

”

Ja, dass sie z.B. **teilweise in Konkurrenz** auch mit ihnen bei gewissen Dingen sind, also **Universitäten und Bundesamt**, und dass man da eigentlich super kooperieren könnte und sich quasi da auch schön ergänzen und Projekte dann viel besser werden. Nur das Umweltbundesamt nimmt quasi dann den Partner nicht dazu, weil ihnen dann weniger vom Kuchen übrig bleibt. Das heißt, es ist **rein ökonomisch getrieben**.

”

Ja, im Grunde genommen aus dem, was ich gesagt habe, also ich denke, dass die Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen nicht irgendwie gebiast werden oder angehalten werden, gewisse Informationen nicht oder etwas beschönigend herauszugeben. Insofern, das ist vielleicht der eine Punkt des Vertrauens und der andere Vertrauenspunkt, das ist die Kompetenz, dass man sagt, das sind **wirklich kompetente Leute, die dort arbeiten**.

”

Das ist die unbestreitbare, **unbestrittene Expertise**, die dahinter steht. Das sind die Methoden, mit denen gearbeitet wird. Also aus meiner Sicht könnte ich da überhaupt nichts kritisieren, das ist unbestritten. Das ist die **internationale Vernetzung des Umweltbundesamts**. Auch das ist, was, glaube ich, extrem wichtig ist und da sind sie wirklich sehr stark eingebunden, ob das die Umweltagentur ist oder andere europäische Initiativen. Also da, ja, Kompetenzzentrum in dem Bereich.

”

In meiner Erfahrung hat das Umweltbundesamt doch, wie gesagt, werden **zum Teil Bedürfnisse, Notwendigkeiten von bestimmten Interessensgruppen gar nicht berücksichtigt oder zu wenig berücksichtigt**.

Glaubwürdigkeit des Umweltbundesamtes

Es wird v.a. die wissenschaftliche und evidenzbasierte Arbeit des Umweltbundesamtes geschätzt



In welchen Situationen ist das Umweltbundesamt besonders glaubwürdig aufgetreten?

- 1. Wissenschaftliche & evidenzbasierte Arbeit**
 - Klimabilanzen, Treibhausgasinventur, Bodenversiegelung
 - Abschätzung der Wirkungen von Maßnahmen für den nationalen Energie- und Klimaplan, durch Arbeit nach hohen wissenschaftlichen Standards
 - im Gentechnikbereich, insbesondere in der Landwirtschaft, durch differenzierte und evidenzbasierte Analysen
- 2. Datenbereitstellung im Auftrag des Ministeriums**
 - Weltklimabericht, nationaler Klimabericht
- 3. Zusammenarbeit mit öffentlichen Institutionen & Monitoring**
 - Co-Monitoring - gleiche Messmethodik mit anderen öffentlichen Institutionen
- 4. Verlässlichkeit bei regionalen Projekten**
 - Hohe Glaubwürdigkeit in Projekten mit den Regionen, die auch von den regionalen Akteur:innen anerkannt wird

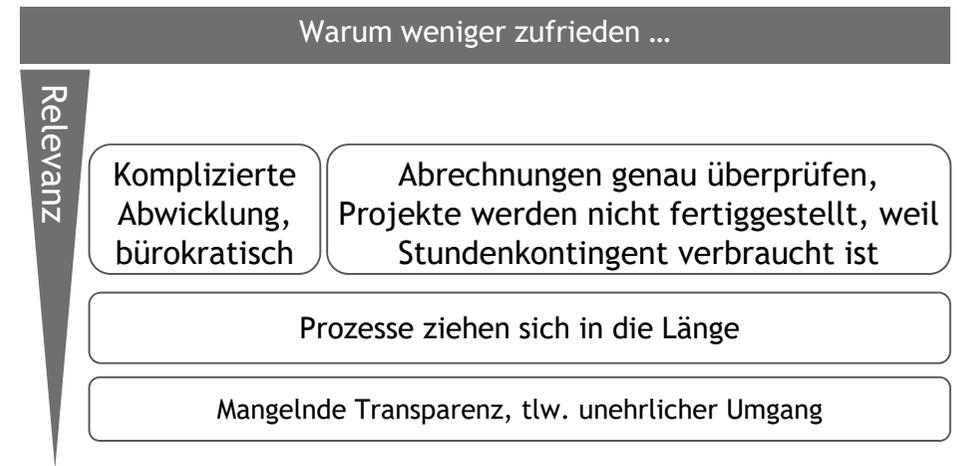
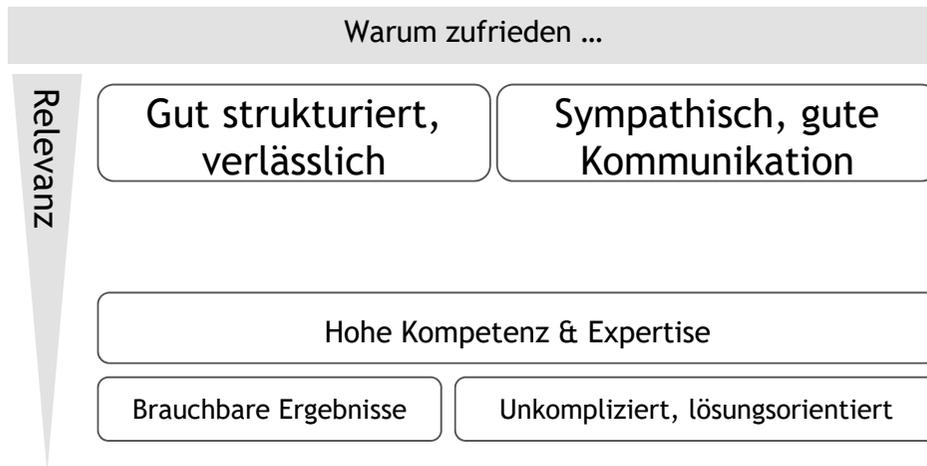


In welchen Situationen ist das Umweltbundesamt weniger glaubwürdig aufgetreten?

- 1. Bereich Szenarien**
 - Nicht nur das Klimaministerium, sondern auch Verwaltung und Auftraggeber diskutieren so lange, bis bestimmte Ergebnisse herauskommen
- 2. Wissenschaftliche Gutachten**
 - Erfahrung gemacht, dass diese manchmal von anderen wissenschaftlichen Akteur:innen nicht mitgetragen wurden
- 3. Zu komplizierte Methoden**
 - Z.B. Messmethodik wird entwickelt, ist dann aber zu kompliziert und kann deshalb nicht in Unternehmen etabliert werden

Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt

Die Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit ist hoch



Schriftgröße:
Qualitative Interpretation der Relevanz

Quelle: INTEGRAL, Qualitative Studie mit Stakeholder:innen des Umweltbundesamtes
n= 20 Teilnehmende | Studie 7863, September- Oktober 2024

Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit mit dem Umweltbundesamt

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Ja meistens ein verlässlicher Auftragnehmer, vielleicht **nicht immer hundertprozentig termintreu** bei nicht gesetzlich definierten Aufgaben. **Manchmal ist die Abwicklung ein bisschen kompliziert.**

”

Ja, also zum einen einfach, weil ich eben die Arbeitsweise kennengelernt habe und eben sagen muss, das war also sehr, das war **aus wissenschaftlicher Sicht extrem sauber**. Das ist das eine. Dann bei den Aktivitäten, die wir eben gemeinsam in Richtung Umweltbildung im weitesten Sinn unternommen haben, das wird man **sehr gut strukturiert, hohe Verlässlichkeit**, ja, also eigentlich ein Partner, wie man sich ihn wünscht, würde ich mal sagen.

”

Man muss immer darüber diskutieren: **sind die Preise angemessen?** Abgesehen davon läuft die Zusammenarbeit sehr gut.

”

Ja, das ist schwierig, muss ich ehrlich sagen, was ich da sagen soll. Prinzipiell schätze ich die Leute, die dort sind, ziemlich. Also meine, es gibt schon wenig, es gibt da Leute, die ich nicht so schätze, also vom fachlichen her, sie sind nicht alle fachlich super, ein paar Pflaumen gibt es auch dort, aber im Prinzip die **meisten finde ich fachlich sehr gut und auch menschlich sehr okay** und so weiter. Aber sie haben oft einen **ziemlichen ökonomischen Druck**.

”

Weil sie auch mit dem Auftragnehmer Themen gut diskutieren, die schwierig sind oder neu sind und da **sehr gute Lösungsvorschläge bringen**. Also weil sie auch eben keine Angst vor neuem Terrain haben, weil sie ein gutes Projektmanagement haben, Zeitpläne einhalten und gegebenenfalls auch mit Expertise, also auch sagen, wenn sie Expertise nicht im Haus haben und da Vorschläge machen, wo man sie falls zukaufen kann.

Möglichkeiten für das Umweltbundesamt, seine Zusammenarbeit mit anderen Institutionen noch zu verbessern

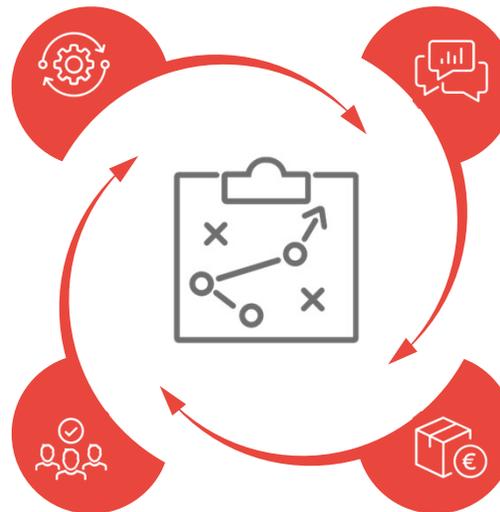


1. Agilere interne Strukturen

- Strukturen agiler und effizienter gestalten, auch die Matrixstruktur wird als hinderlich wahrgenommen
- Rechtsstellung und Vertragsstruktur vereinfachen, um flexibler agieren zu können

3. Bessere Einbindung von Stakeholder:innen

- Würde die Akzeptanz der Ergebnisse erhöhen
- Regionale Unterschiede stärker berücksichtigen, um mehr Verständnis für spezifische Anliegen zu schaffen



2. Bessere/ gezieltere Kommunikation

- Angebote & Services klarer darstellen
- Kommunikation zwischen verschiedenen Institutionen & Ministerien besser abstimmen

4. Wirtschaftlicher Aspekt

- Mehr Transparenz bei Kalkulationen
- Klarere Aufgabenteilung im Marktumfeld, insbesondere in Bezug auf die Konkurrenz mit privaten Akteuren und anderen staatlichen Einrichtungen
- Sich mehr auf die Kernaufgaben als staatliche Institution fokussieren und weniger auf wirtschaftliche Aktivitäten

Möglichkeiten für das Umweltbundesamt, seine Zusammenarbeit mit anderen Institutionen noch zu verbessern

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Interne Strukturen, die man **agiler, die man schneller machen muss**, ein bisschen kreativer, auch wie man an die Leute herantritt, etwas kreativer, etwas peppiger.

”

Also ich glaube, in der **Darstellung**, in der **Kommunikation** kann man sozusagen immer was besser machen. Services, Angebote, Ergebnisse besser darstellen, dass man weiß, okay, das kann ich im Umweltbundesamt irgendwie kriegen.

”

Ich glaube, dass es dem Umweltbundesamt als Organisation sehr gut tun würde, wenn sie von Beginn an sehr breit die **Stakeholder auch mit einbinden**, damit dann die Ergebnisse eigentlich auch breiter akzeptiert werden.

”

Da würde uns eine **vertragsrechtliche Vereinfachung** und auch eine Vereinfachung der Rechtsstellung des Umweltbundesamtes als flexibler Leistungsanbieter innerhalb des Bundes schon wahrscheinlich viel helfen.

”

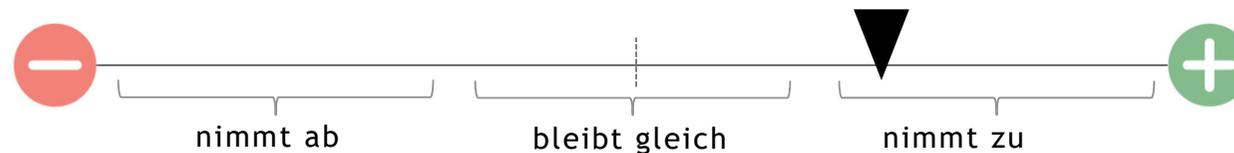
Es wäre oft auch einfacher, wenn man die wirtschaftlichen Überlegungen, **Kalkulationen ein bisschen besser verstehen** würde dahinter.

Relevanz des Umweltbundesamtes in der Zukunft

Die Komplexität an Themen setzt auch die zunehmende Relevanz des Umweltbundesamtes voraus, jedoch muss das Vertrauen und der Austausch mit den Stakeholder:innen weiter gestärkt werden, dabei geht es vor allem um Sichtbarkeit



Relevanz des Umweltbundesamtes



Das Umweltbundesamt muss für sich einschätzen, wer die **wichtigsten Stakeholder:innen** sind und sich bei ihnen **sichtbar machen**. Nur durch verstärkten gegenseitigen **Austausch und Zusammenarbeit** kann das **Vertrauen gestärkt** werden und die **Relevanz weiter zunehmen**.

Angesichts der Themen, die **an Menge und Komplexität zunehmen**, nimmt auch die Relevanz des Umweltbundesamtes zu, da die Mitarbeitenden über die **notwendige Expertise** als auch das **methodische Wissen verfügen**.

Grundvoraussetzung dafür

Relevanz des Umweltbundesamtes in der Zukunft

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



Relevanz des Umweltbundesamtes



”

Bei relevanten Stakeholdern gut Gehör zu finden, Vertrauen aufzubauen, langfristige Beziehungen aufzubauen.

”

Immer in der breiten Öffentlichkeit in Erinnerung zu rufen, weil die Themen werden ja nicht weniger [...] sind jetzt an einem Punkt, wo das Bewusstsein auch in der Wirtschaft angekommen ist, [...], dass man sich mit sehr vielen dieser Themen auseinandersetzen muss.

”

Aber es wird genau die Frage sein, hält man an Themen fest, die nicht mehr Thema sind (Altlasten, diese nicht sanierten Müllhalden, die Probleme mit dem Trinkwasser). Und da muss man ein bisschen aufpassen, dass man nicht **jetzt** den Sprung in die Themen der Zukunft (Klimaschutz) verpasst.

”

Wenn sie weiter so neutral und wirklich top wissenschaftlich unterwegs sind? Es wird sicher stärker werden, weil wir einfach **viele Umweltthemen** haben, die nicht weggehen, sondern an Relevanz, weil sie einfach auch **ökonomisch und sozial sehr wichtig** sind.

Zukünftige Verantwortung und Entscheidungsprozesse

Die Teilnehmenden empfehlen dem Umweltbundesamt, sich in der Zukunft auf vier grobe Themenbereiche zu konzentrieren



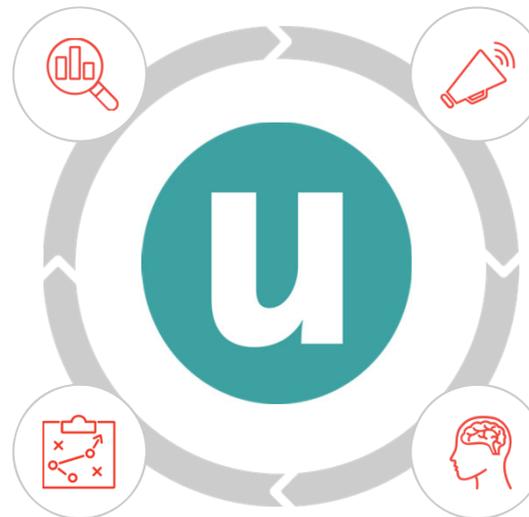
Auf die großen Themen fokussieren

Nicht in Details bei bereits gut funktionierenden Systemen verlieren, sondern die **größten Herausforderungen bewältigen (Klimaschutz)** und dafür entsprechende Kommunikationsmaßnahmen festlegen (Vorbild sind hier NGOs wie Greenpeace)

Klare Struktur & Teamkultur

Zuständigkeitsbereiche definieren, um Prozesse zu beschleunigen. Fachexpert:innen definieren/vorstellen

Verbesserte Teamkultur aufbauen, Mitarbeitenden Wertschätzung und Chancen bieten



Maßnahmen kommunizieren

Monitoring bzw. Datenlieferung inkl. Lösungsansätzen bzw. konkreten Maßnahmen

Bewusstseinsbildung in der Gesellschaft

Diskurs anregen und einfache Kommunikationsmaßnahmen, die jede:r versteht

Zukünftige Verantwortung und Entscheidungsprozesse

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Ich glaube, es wird gleich bleiben. Um wichtiger zu werden, müssten bestimmte Voraussetzungen erfüllt sein: bei den diversen **relevanten Stakeholdern gut Gehör zu finden**, Vertrauen aufzubauen, langfristige Beziehungen aufzubauen.

”

Und da rede jetzt gar nicht von den technischen Dingen, **sondern die Frage ist dann eher, wie nehme ich die Gesellschaft mit?** Der Rest ist vielfach da, ich muss nicht immer was Neues finden, aber wie bringe ich es in die Masse, wie.

”

Müssen sie machen, aber gerade in der Beratung hier auch, **praxisnahe Lösungsansätze zu erarbeiten**, die nicht nur den Umweltaspekt stärken, sondern auch zu einem gewissen Grad zumindest dafür sorgen, **dass man weiterhin wirtschaftlich bleibt, dass auch die soziale Komponente unterstützt wird, sprich die drei Säulen der Nachhaltigkeit** gemeinsam betrachtet werden.

”

Mehr machen kann man in Richtung **öffentlicher Wahrnehmung, niederschwelliger**. Das glaube ich sozusagen, da bin ich jetzt beim Kapitel vielleicht **Wissenschaftsskepsis**, aber hier klarzumachen, warum sind gewisse Dinge passiert, aber das **auf eine Art und Weise, wie es sozusagen jeder und jede verstehen kann**.

”

Die haben 400, 500 Mitarbeiter, **die wirklich top sind, die unter ihrem Wert behandelt werden**, die teilweise niemand kennt, wo keiner weiß, was die machen, wo man sich auch die Frage stellt, wieso finanzieren wir das? In Wirklichkeit weiß kein Mensch in diesem Land, wer das ist.

Zukünftige Verantwortung und Entscheidungsprozesse

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Ein wertvoller Datenschatz, der im Umweltbundesamt liegt, ist all das, was wir wissen zu unserem Grundwasser. **Das Wasser ist ein ganz zentral, auch fürs Leben, und das Trinkwasser.** Und ich glaube, damit müssen wir auch vorsichtig umgehen. Das BFAS hat gezeigt, diese eine böse Substanz, die dann zu vielen Problemen in der Kette führt.

”

Die **Transformation** und damit der Umstand, dass ja das Klima, die ökologische Krise mit anderen verwoben ist, man ja das jetzt auch sieht, dass man dann auch Maßnahmen im Klimabereich nicht treffen kann, ohne an leistbares Wohnen, an Energiepreise, an Überschwemmungen und deren ökonomische Kosten, Sicherheit, Versorgungssicherheit, also an die großen anderen Themen anzuschließen.

”

Die Politik will es eigentlich auch nicht mehr, weil sobald irgendwas mit Schadstoffen ist, haben die nur Probleme. **Die Schadstoffe haben keine Lobby.** Das UBA müsste die Lobby für Schadstoffe übernehmen.

”

Die wird mit Sicherheit wichtiger, einfach weil in den zentralen Themenfeldern, die am UBA vertreten sind, mit Expertise, die Probleme nicht kleiner werden bei uns, sondern eher größer.

”

Der klassische technische Umweltschutz (Altlasten) ist in vielen Bereichen in Österreich auf einem Niveau angelangt, da frage ich mich: **müssen wir die restlichen Meter noch gehen?** Aber parallel haben wir Herausforderungen eben im Bereich **Klimaschutz, Treibhausgase**, auch im Bereich Naturschutz und so weiter, [...] **wo diese bisherigen Lösungsansätze nicht ausreichen werden.**

Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit anderen Institutionen

Illustrierende Zitate der Teilnehmenden



”

Jetzt, jenseits der vorgegebenen politischen und institutionellen Interessen **stärker in Kooperationen einzusteigen und auch hier sind Kooperationsformen mit Eigenleistungen möglich** [...] das Umweltbundesamt ist natürlich als Vollkostenrechner verpflichtet, seine Leistungen auch abzurechnen.

”

Mit der AGES kooperieren, zusammenarbeiten, **hätte viele Synergien, auch aus Sicht des Steuerzahlers**, dass man auch mit den verschiedenen Bundesämtern im Wasserbereich kooperiert, hier nämlich auch gegenüber den universitären Forschungseinrichtungen sich stärker aufzustellen.

”

Ich glaube es ist tatsächlich eher notwendig, dass eine gute Partnerschaft mit vielen Gebietskörperschaften stattfinden kann [...] Und da merke ich das schon, dass da z.B. **nicht das Vertrauen der Kolleg:innen aus dem Naturschutzbereich zum Umweltbundesamt da ist.**

”

Man braucht eine enge Kooperation eben unter dem Titel thematische Aufstellung dieser **One Health Fragen, auch mit dem Klimaaspekt zwischen der Gesundheit Österreich GmbH, der AGES und dem UBA**. Und im **labortechnischen Bereich**, glaube ich, ist eine enge **Kooperation zwischen AGES und den Universitäten**.

”

Wenn das Umweltbundesamt da schnell genug wäre oder sich im Idealfall sogar mit dem CCCA abstimmen würde, dass man das irgendwie gemeinsam macht. Dann **merke ich nicht, dass Wille da ist, dass man das so auf gleiches Level gibt**, dass man gleich schnell ist, was natürlich im Sinne eigentlich, der Entscheidungsträger wäre früher da.

Abschließende Wünsche und Empfehlungen

Die abschließenden Empfehlungen lassen sich grob in vier Themenbereiche zusammenfassen



Kommunikation

- Sich an die breite Öffentlichkeit wenden, sprich “in die Köpfe aller” reinkommen.
- Mut und Hoffnung geben, Lösungswege aufzeichnen.
- Sich auf wenige wesentliche Themen fokussieren und gezielt Kampagnen dazu führen.
- Einfache Sprache, die jede:r versteht.

Unabhängigkeit

- Sich loslösen von politischen Entscheidungsprozessen.
- Nicht über Ministerien an Öffentlichkeit herantreten, sondern über direkten Weg → führt zu gestärktem Vertrauen.
- Unabhängigkeit von einer Institution, die durch Steuergeld bezahlt wird, hat hohe Priorität.

Interne Strukturen

- An interner Unternehmenskultur arbeiten, um bessere Atmosphäre und mehr Chancen für Mitarbeitende zu schaffen und so Fluktuation reduzieren.
- Expert:innen die Chance geben, gesehen zu werden bzw. mehr Handlungsspielraum innerhalb deren Abteilungen.

Mut & Beharrlichkeit

- An wichtigen Themen dranbleiben, damit nach außen gehen und Mut beweisen.
- Mut und Beharrlichkeit auch im Sinne der Lösungsansätze und konkreten Handlungsempfehlungen für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft vorantreiben.

Abschließende Wünsche und Empfehlungen



Kommunikation

”

Dass sie vielleicht die Fachexpertise so kommunizieren, dass sie gehört werden und dass eine **positive Kommunikation aufgebaut** wird und die **Menschen motiviert sind, an der Sache mitzuwirken**, nämlich es, als ihre Sache zu sehen.

”

Hartnäckig bleiben und viel **mehr in Campaigning investieren, wie das auch die NGOs machen**, die auch sehr faktenbasiert arbeiten. Und nach außen damit gehen. Man muss in die Köpfe aller rein. **Top wissenschaftliche Paper zu produzieren, im stillen Kämmerlein, das ist zu wenig.**

Unabhängigkeit

”

Wer **gerade die Geschäftsführung macht**, dass dort, ich würde mal sagen, **politisch gefärbt** wird. Also wenn manche Leitungen da sind, die ein gewisses politisches Mascherl haben und das ist natürlich immer der Fall, dann erleben wir schon auch immer wieder, dass da gewisser Wechsel ist. **Ist vielleicht auch nicht sozusagen das Optimum, hier Vertrauen aufzubauen.**

”

Dass man wirklich noch mehr betonen muss, dass es seitens des Bundes im höchsten Eigeninteresse ist, eine Institution wie das Umweltbundesamt so aufzustellen, dass sie **freigestellt sind, von politischen Angriffen.**

Interne Strukturen

”

Mehr **Handlungsspielraum für die Fachleute** im Rahmen ihrer Abteilungen, Arbeitsgruppen, dann wäre vielleicht dort und da anzudenken.

”

Dass sie sich besser **um die Mitarbeitenden kümmern** sollten, damit sie nicht wieder gehen. Und dabei geht um mehr als Geld, es geht um eine **gute Unternehmenskultur.**

4

Ihre Ansprechpersonen

Ihre Ansprechpartner:innen



Dr. Bertram Barth
Projektsupervision
Bertram.barth@integral.co.at
+43 1 7991994 14



Mag. Petra Schiesser
Studienleitung Quantitative Studie
Petra.schiesser@integral.co.at
+43 1 7991994 13



Bettina Pirker, BA
Studienleitung Qualitative Studie
Bettina.pirker@integral.co.at
+43 1 7991994 25



© Copyright

INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H.

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jegliche Veröffentlichung von Material aus diesem Bericht muss vorweg mit der INTEGRAL GmbH abgesprochen werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet.

Dieser Bericht ist zur internen Verwendung des Auftraggebers/der Auftraggeberin bestimmt. Eine Weitergabe von darin enthaltenen Sinus-Milieu-bezogenen Informationen an unternehmensfremde Personen darf nur mit ausdrücklicher Genehmigung der INTEGRAL GmbH erfolgen.

Die enthaltenen Bilder sind Eigentum der INTEGRAL GmbH bzw. Pixabay, Pexels und iStock und unterliegen den Lizenzbestimmungen dieser Unternehmen. Die Bilder dürfen weder veröffentlicht noch an Dritte weiter gegeben werden.

Diese Studie wurde entsprechend der Qualitätsrichtlinien des Verbands der Markt- und Meinungsforschungsinstitute Österreichs durchgeführt.

