

## Nachhaltiges Wohnen – Europ Assistance veröffentlicht erstmals Studie „Sustainable Living @ Home“

**München, 14. November 2023** – Die Europ Assistance Group veröffentlicht die Ergebnisse der ersten Ausgabe ihrer Studie „Sustainable Living @Home“ („Nachhaltiges Wohnen“). Die Umfrage wurde im August 2023 von Adwise, einem spezialisierten Marktforschungsunternehmen, unter 7.000 Personen aus sieben Ländern in Europa durchgeführt: Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Portugal, Spanien und Österreich. Sie widmet sich den Einstellungen und Lebensgewohnheiten der Europäer in Bezug auf Umwelt und Nachhaltigkeit.

- **Studie bestätigt, Europäer haben große Bedenken hinsichtlich ihres CO2-Fußabdrucks**
- **Deutsche und Belgier beteiligen sich im europäischen Vergleich am wenigsten an ökologischen Maßnahmen**
- **Finanzielles Sparen als wichtigste Motivation steht vor der Rettung des Planeten**
- **Werterhalt des Eigenheims als wichtiger Treiber, vor allem in Deutschland, Frankreich und Österreich**
- **Drastische Maßnahmen zur Reduzierung der CO2-Emissionen im Inland erfordern stärkere Unterstützung durch öffentliche und private Institutionen**

### Europäer sorgen sich um die Umwelt, Anteil in den südeuropäischen Ländern höher als in Nordeuropa

Mit den sukzessiven Enthüllungen aus den Berichten des Weltklimarats (IPCC) und den Erfahrungen mit Klimaereignissen in den letzten Jahren ist den Europäern das Problem des CO2-Fußabdrucks bewusster geworden: Die Sorge um die Umwelt ist bei den Europäern im Allgemeinen (78%) und was das Wohnen betrifft (76%) groß. Die Bedeutung dieser Sorge ist in südeuropäischen Ländern wie Italien (89%) viel höher als in den nördlichen Ländern wie Deutschland (73%). Außerdem gibt es eine ungleiche Wahrnehmung des Handlungsbedarfs: Italiener, Österreicher und Portugiesen sind am sensibelsten und halten ökologisches Handeln zu Hause am ehesten für "wichtig". Überraschenderweise scheinen die Deutschen und Belgier vergleichsweise am wenigsten an ökologischen Maßnahmen beteiligt zu sein, um den ökologischen Fußabdruck ihrer Häuser zu reduzieren. Nur 72 Prozent der befragten Deutschen machen sich im Allgemeinen Sorgen um ihren CO2-Fußabdruck (gegenüber 78% in der Gesamtstichprobe).

### 84 Prozent der Europäer halten Schutz vor Klimarisiken durch ihre Versicherung für wichtig

Die Europäer beschäftigen sich nicht nur generell mit dem Klimawandel. Sie sind besorgt über die Auswirkungen des Klimawandels auf ihre Wohnart: 68 Prozent fürchten Klimarisiken für das Haus, in dem sie leben, und für 84 Prozent ist der Schutz vor Klimarisiken ein wichtiger Faktor bei der Wahl einer Hausratversicherung, in Südeuropa sogar noch mehr.

### Europäer bevorzugen ökologische Verhaltensweisen, die einfach umzusetzen sind

Die Europäer neigen dazu, sich auf das zu konzentrieren, was sie tun können. Grüne Maßnahmen, die einfach umzusetzen sind, sind ein großer Erfolg. Viele von ihnen geben an, bereits Maßnahmen ergriffen zu

haben, wie beispielsweise das Recycling von Abfällen (88%), die Reduzierung des Energieverbrauchs (85 %), die Abfallreduzierung (85%), die Reparatur von Geräten, wenn möglich (78%), und die Reparatur von Leckagen (72%).

## **Money matters: Maßnahmen, die finanzielle Einsparung bringen, werden bevorzugt**

Die Rettung des Planeten ist nicht die einzige Triebfeder für ökologisches Verhalten. Vielmehr ist finanzielles Sparen die wichtigste Motivation für Maßnahmen (57% der Befragten), noch vor der Rettung des Planeten (46%). Der Werterhalt des Eigenheims ist ein weiterer Auslöser für Maßnahmen (30%), vor allem in Deutschland, Frankreich und Österreich. Allerdings hat nur eine Minderheit (36%) um eine Energiediagnose ihres Hauses gebeten. Schließlich sinken die Umsetzungsraten drastisch bei kostspieligeren Maßnahmen wie der Isolierung von Häusern (53%) oder der Installation erneuerbarer Energien (40%), was zum Teil auf mangelndes Wissen über bestehende Lösungen und Subventionen zurückzuführen ist.

## **Europäer erwarten mehr Unterstützung durch private und öffentliche Institutionen**

Die Studie zeigt, dass sich 54 Prozent der Befragten von öffentlichen Institutionen und 61 Prozent von Versicherern bei der Bewältigung von Problemen des Klimawandels nicht unterstützt fühlen. Obwohl über zwei Drittel der Befragten meinen, dass ökologische Verpflichtungen und Normen nützlich sind, sind 34 Prozent der Meinung, dass dies ohne finanzielle Unterstützung nicht möglich ist. Besonders in Deutschland und Belgien halten weniger Menschen Regeln und Vorschriften für sinnvoll und machbar. Darüber hinaus beklagen die Europäer mangelndes Wissen über bestehende Lösungen und Subventionen.

## **Appell zum gemeinsamen Handeln bei der Reduzierung der CO2-Emissionen**

Öffentliche und private Unternehmen können Präsenz zeigen: Insbesondere Versicherer, die als Nummer 1 unter den möglichen Anbietern von Deckungen gegen Klimarisiken wahrgenommen werden (65 Prozent), weit vor staatlichen und öffentlichen Diensten (20%). Die Versicherer können den hohen Bedarf der Europäer an Reparaturdienstleistungen, Beratung zu Subventionen oder Informationen über einen nachhaltigeren Lebensstil decken.

## **ÜBER EUROP ASSISTANCE**

Die Europ Assistance Gruppe wurde 1963 gegründet und ist Erfinder des Assistance-Konzepts. Folgend dem übergeordneten Anspruch und Leitbild von „You live, We Care“ bietet sie in den Bereichen Travel, Mobility, Home & Connected Living, Health, Senior Care und Cyber innovative Versicherungs- und Serviceprodukte an, um Privat- und Firmenkunden maßgeschneiderte Lösungen in Notfällen und im Alltag zu liefern, die auf Kundenseite zu Sorgenfreiheit, Stressreduzierung und Zeitgewinn führen – 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr. Europ Assistance ist ein Unternehmen der GENERALI Gruppe, deckt über 200 Länder mit ihren Services ab und gehört zu den führenden Assistance-Unternehmen in Deutschland und weltweit.

## **ÜBER ADWISE**

ADWISE ist eine Marketingberatung, die General Management- und Marketingabteilungen unterstützt, indem sie eine systemische Analyse der Veränderungen in ihrem Markt durchführt, um eine operative Antwort auf ihren Transformationsbedarf zu geben. [www.adwise-research.com](http://www.adwise-research.com)