



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

Sozialökologische Transformation

Länderbericht Deutschland

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG

sinus:

Heidelberg, September 2023

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Aufgabenstellung und Zielsetzung

Empirische Erhebung zur Identifikation von Blockade- und Unterstützerguppen der sozialökologischen Transformation

- Die Welt befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Durch die allseits bekannten Entwicklungen (Klimawandel, Naturkatastrophen, Energieknappheit etc.) wächst das allgemeine Bewusstsein für die Notwendigkeit eines grundsätzlichen Umdenkens in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Die Klimaforschung ebenso wie viele Umweltbewegungen heben seit Langem hervor, dass mehr Klimaschutz dringend geboten ist. Die sicherheitspolitisch angespannte Lage verstärkt dabei den systemischen Druck mit Blick auf eine nötige versorgungstechnische Resilienz (Energie u. a.).
- Mit dem Ausrufen der sozialökologischen Transformation von Seiten der Politik rückt der Veränderungsdruck näher an die Menschen heran. Dabei zeigen zahlreiche Studien, dass der Weg hin zu klimaneutralen Gesellschaften mit enormen technologischen, ökonomischen, aber auch gesellschaftlichen Herausforderungen verbunden ist: Der beschleunigte Ausbau erneuerbarer Energien, vermehrte Anstrengungen bei der Wärme- und der Verkehrswende, der Strukturwandel der Wirtschaft und dessen Auswirkungen auf das Arbeits- und Lebensumfeld - all das wird die Bürgerinnen und Bürger immer stärker berühren.
- Vor diesem Hintergrund hat das SINUS-Institut im Auftrag des Kompetenzzentrums Klima & soziale Gerechtigkeit der Friedrich-Ebert-Stiftung eine groß angelegte Bevölkerungsbefragung in Europa und Nordamerika durchgeführt: In insgesamt 19 Ländern wurde untersucht, welche Wahrnehmungen, Interessen und Befürchtungen die Menschen mit der sozialökologischen Transformation verbinden. Dabei bestand das Ziel der Erhebung nicht allein darin, ein Panorama der klimapolitischen Einstellungen zu erfassen. Vielmehr sollte zusätzlich untersucht werden, welche sozialen Milieus für klimapolitische Maßnahmen empfänglich sind. Hierfür wurde das Zielgruppenmodell der Sinus-Meta-Milieus in das Erhebungsdesign integriert.
- Die Studienergebnisse sollen zu öffentlichen Diskussionen anregen und eine eingehende Analyse der Bedingungen liefern, unter denen der klimaneutrale Umbau der Volkswirtschaften gelingen und von breiter öffentlicher Akzeptanz getragen sein kann. Auf Grundlage dieser Analysen gilt es, länder- und milieuspezifische Kommunikationsstrategien zu entwickeln, die die unterschiedlichen Interessen und Befürchtungen der Bevölkerung aufgreifen und durch geeignete Formen der Ansprache zielgruppengerecht adressieren.

Inhaltsverzeichnis

1 Methode und Stichprobe

2 Problembewusstsein

- Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz
- Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder
- Relevanz des Themas Klimawandel
- Einstellungen zum Klimawandel
- Folgen des Klimawandels - Angstskala

3 Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen
- Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen
- Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

4 Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels
- Verantwortungszuschreibung
- Einstellungen zu politischen Maßnahmen
- Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

5 Informationsinteresse und Kenntnisstand

- Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima
- Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

6 Anhang: Kommunikation

- Themeninteresse allgemein
- Konsuminteressen
- Mediennutzung
- Erwartungen an Kommunikation

1

Methode und Stichprobe

Methodik und Stichprobe

Die Studienanlage im Überblick



Methodik

Standardisierte Online-Befragung (CAWI)

Quotenstichprobe (Geschlecht, Alter, Bildung und Region)

Die Befragungen wurden in der Landessprache durchgeführt.



Datenerhebung

Ø Befragungsdauer: 20 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



Stichprobengröße

1.200 Personen



Befragungszeitraum

20.04. - 23.05.2023

Befragungsinhalte

- Problembewusstsein für Fragen des Umwelt-, Natur- und Klimaschutzes
- Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen: Einstellungen, Barrieren und Motivatoren
- Einstellungen zum Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen: Notwendigkeit eines Wandels, Verantwortungszuschreibung und politische Maßnahmen
- Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klimawandel, ökologische Zusammenhänge und politische Maßnahmen

Methodik und Stichprobe

Auswertung der Befragungsergebnisse

- Der vorliegende Bericht präsentiert die **Befragungsergebnisse für Deutschland**. Die zentralen Befunde sind in Grafiken und Diagrammen dargestellt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und Verständlichkeit wurden die Prozentwerte auf ganze Zahlen gerundet.
- Der Datensatz wurde nach Unterschieden im Antwortverhalten verschiedener Bevölkerungsgruppen untersucht und tabellarisch dargestellt. Dabei berücksichtigt wurden die **soziodemografischen Merkmale** Geschlecht, Alter, Bildung und Nettoäquivalenzeinkommen.
 - **Geschlecht:** weiblich, männlich
(Die Antwortkategorie „divers“ wurde in der Befragung berücksichtigt, aufgrund zu kleiner Fallzahlen aber nicht ausgewertet.)
 - **Altersgruppen:** 18- bis 29-Jährige, 30- bis 39-Jährige, 40- bis 49-Jährige, 50- bis 59-Jährige, 60- bis 69-Jährige
 - **Bildungsgruppen:** *niedrig*: „(noch) keine Schul- oder Berufsausbildung“ oder „Hauptschule mit oder ohne abgeschlossene Lehre bzw. Berufsausbildung“; *mittel*: „mittlere Reife bzw. Realschulabschluss“ oder „Fachschule, Handelsschule“; *hoch*: „Abitur“ oder „Fachhochschule“ oder „Hochschule, Universität“ oder „Promotion“
 - **Nettoäquivalenzeinkommen*:** *niedrig*: weniger als 60% des Medianeinkommens; *mittel*: 60 bis 140% des Medianeinkommens; *hoch*: mehr als 140% des Medianeinkommens

* Das Nettoäquivalenzeinkommen ist ein je nach Zahl und Alter der im Haushalt lebenden Personen gewichtetes Nettoeinkommen. Für die Berechnung des Nettoäquivalenzeinkommens wird das Haushaltsnettoeinkommen durch die gemäß der OECD-Skala gewichtete Personenzahl geteilt. Dadurch ergibt sich ein bedarfsgewichtetes Pro-Kopf-Nettoeinkommen. Das berechnete Äquivalenzeinkommen wurde über die bei Eurostat verfügbaren Medianwerte (2021) in drei Gruppen (unter 60 %, 60-140 %, über 140 % des Medianeinkommens) eingeteilt.

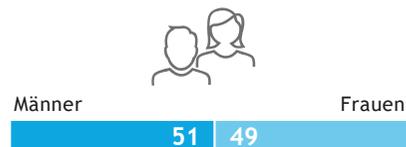
Methodik und Stichprobe

Auswertung der Befragungsergebnisse

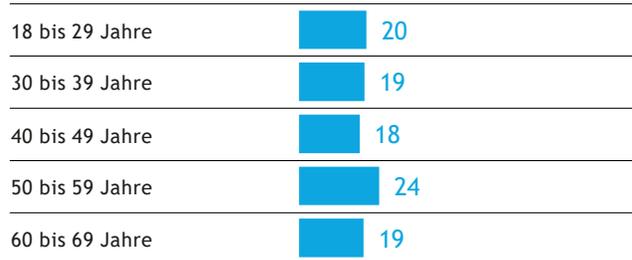
- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
 - Die Milieuperspektive ersetzt die Untersuchung soziodemographischer Merkmale nicht, sondern ergänzt und verfeinert sie, indem sie grundlegende Werte, die Lebensstil und Lebensziele bestimmen, ebenso berücksichtigt wie Alltagseinstellungen beispielsweise zu Familie, Arbeit, Freizeit und Konsum.
- Zur **Untersuchung der statistischen Signifikanz** von Befragungsergebnissen wurden etablierte Testverfahren der empirischen Sozialforschung verwendet. Die Unterschiede im Antwortverhalten der analysierten Bevölkerungsgruppen wurden mittels Chi-Quadrat-Test überprüft (z.B. Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen im Vergleich zum Durchschnitt). Diesem liegt ein für sozialwissenschaftliche Zwecke übliches Konfidenzintervall von 95% bzw. 99% zu Grunde.
 - Die untersuchten Merkmale werden als **überrepräsentiert bzw. unterrepräsentiert** in der Stichprobe interpretiert, wenn die Wahrscheinlichkeit dafür bei mindestens 95% liegt. Als **stark überrepräsentiert bzw. stark unterrepräsentiert** werden Merkmale betrachtet, wenn eine Wahrscheinlichkeit von 99% angesetzt werden.
 - Das Ergebnis des Signifikanztests hängt immer auch von der Gruppengröße ab. Je größer die Gruppe (z.B. Personengruppe mit hohen Bildungsabschlüssen), desto eher lässt sich die Signifikanz auch schwacher Über- und Unterrepräsentanzen nachweisen. Deswegen kann es in Einzelfällen vorkommen, dass identische Zahlenwerte als unterschiedlich stark- über oder unterrepräsentiert dargestellt werden.

Demografische Struktur der Stichprobe

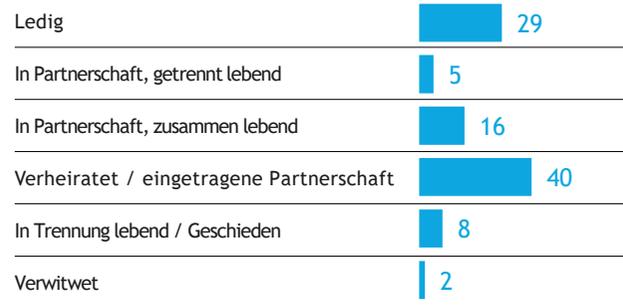
Geschlecht



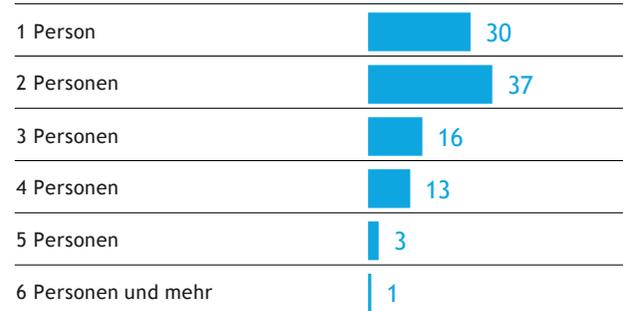
Alter ø 45,0 Jahre



Familienstand



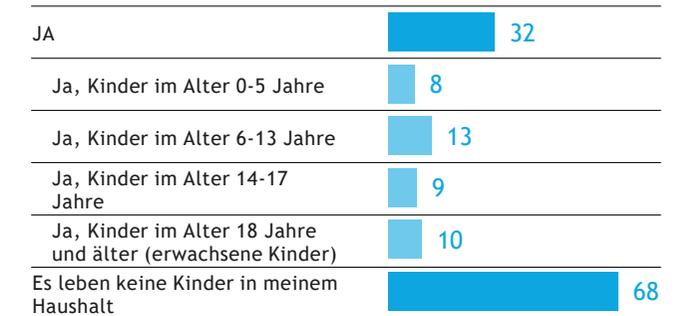
Personen im Haushalt



Bildungsabschluss



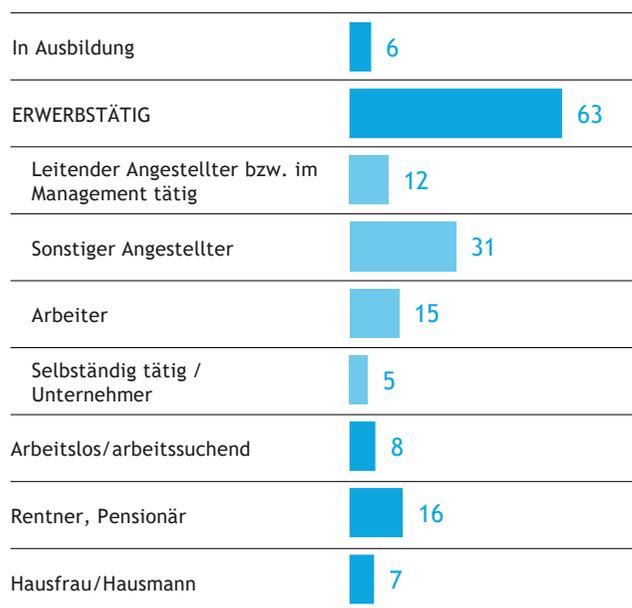
Kinder im Haushalt



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Demografische Struktur der Stichprobe

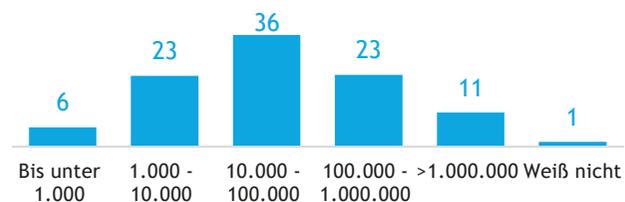
Berufstätigkeit / Stellung im Beruf



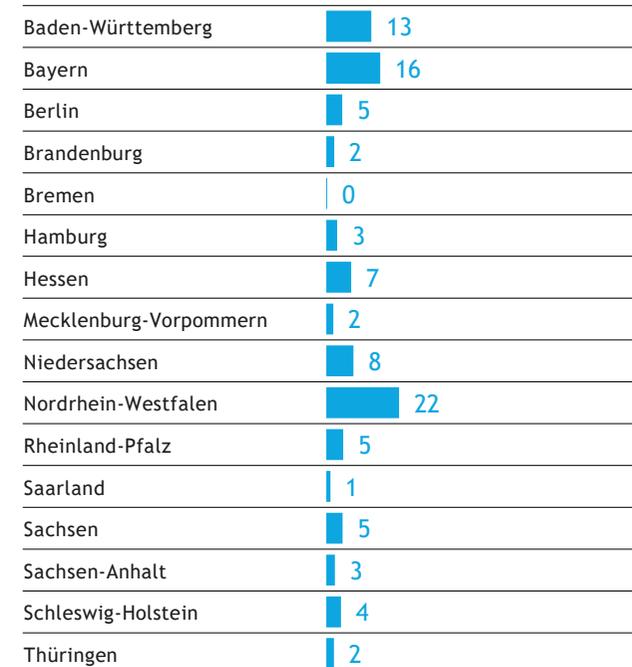
Haushaltsnettoeinkommen



Wohnortgröße (Anzahl Einwohner)



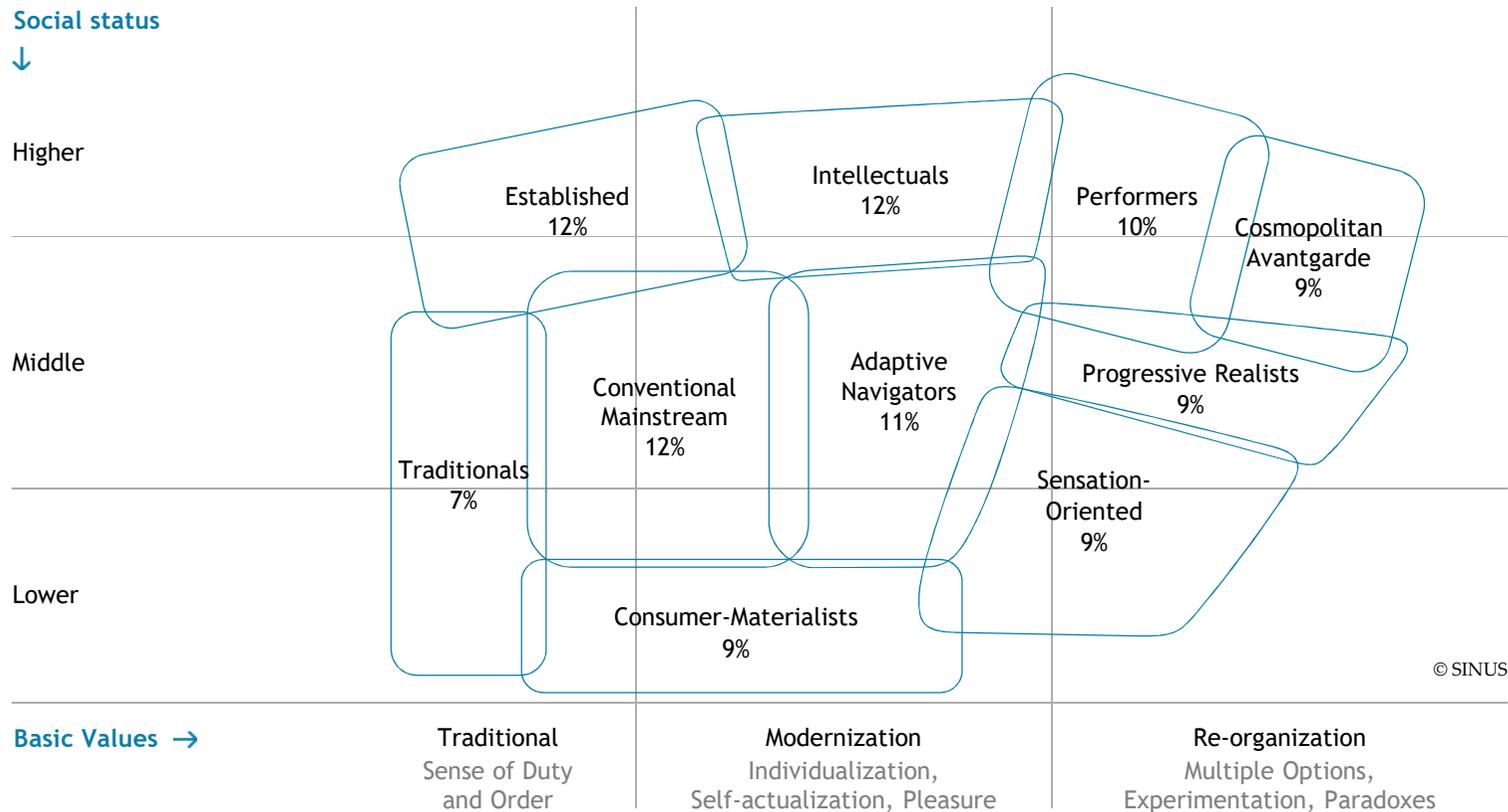
Region



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

The Sinus-Meta-Milieus[®] in Deutschland

18- bis 69-Jährige



Die Sinus-Meta-Milieus[®] in Established Markets

Kurzbeschreibungen

Established	<p>Statusorientierte konservative Elite: Hohes Selbstvertrauen; klassische Verantwortungs- und Leistungsethik; Exklusivitäts- und Distinktionsansprüche sowie Statusanspruch; Selbstverständliche Akzeptanz der gesellschaftlichen Ordnung</p>	Adaptive Navigators	<p>Angepasster, moderner Mainstream: Flexible Pragmatiker; junge moderne Mittelschicht; hohe Anpassungs- und Leistungsbereitschaft; moderner Lebensstil, digital affin, verlässlich & loyal, offen für neues - jedoch nur bereits Getestetes und Geprüftes</p>
Intellectuals	<p>Akademische Elite mit post-materiellen Wurzeln: Hohe Affinität für Genuss, Sinnlichkeit, Kunst & Kultur; Kritisch gegenüber Globalisierung; Einsatz für Gerechtigkeit und Gemeinwohl; Verantwortungs-übernahme für sich und andere; affin für (Weiter-) Bildung und hohe Lebensqualität</p>	Sensation-Oriented	<p>Materialistische und unterhaltungsorientierte (untere) Mittelschicht: Spaßhaben, Gegenwartsorientierung; auffallender Konsum; Anpassung wenn nötig, Ausbrechen wenn möglich; unbekümmert, offen für Risiken; Anti-Spießertum aber dennoch materialistischer Lebensstil; Ablehnung von Konventionen und "political correctness"; auf der Suche nach Spaß, Action, Unterhaltung & Stimulation</p>
Performers	<p>Effizienz- und fortschrittsorientierte moderne Elite: Globalökonomisches und liberales Denken; Affinität für anspruchsvollen Konsum, modernes Design, Early adopters; Interesse an Technik und Digitalem; kompetitiv und karriereorientiert; Netzwerker; offen gegenüber Wandel und Neuem</p>	Conventional Mainstream	<p>Harmoniesuchende ältere Mittelschicht: Unter finanziellen und ideologischen Druck geratene Mittelschicht; Wunsch nach gesicherten Verhältnissen; Sorge um wohlverdiente Errungenschaften; Suche nach Gemeinschaft, Zusammenhalt & sozialem Leben, nachbarschaftliche Unterstützung - bodenständig; Misstrauen gegenüber Vorrangstellung der Eliten - Gefühl der Benachteiligung und Vorzug anderer</p>
Cosmopolitan Avantgarde	<p>Ambitionierte & individualistische Avant-Garde: Kosmopolitisch, urban, mobil & flexibel; digitale Nomaden; Lifestyle-Elite, gegen den Mainstream, Wunsch sich abzuheben; Lebensfreude, ambitioniert & erfolgsorientiert</p>	Traditionals	<p>Ordnungs-/Stabilitätssuchende ältere Generation: Kleinbürgerliche Welt bzw. traditionelle Arbeiterkultur; Wunsch nach sozialer Sicherheit, Harmonie und Beständigkeit; (freiwillig) abgehängt von modernem Lebensstil und digitaler Kultur; Wunsch nach einfachen, sicheren und bodenständigen Verhältnissen</p>
Progressive Realists	<p>Treiber der sozialen Transformation: Nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie; Impulsgeber der globalen sozialen Transformation; progressiv, optimistisch; Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft; Leichtigkeit im Umgang mit Widersprüchen, Party & Protest, Ernsthaftigkeit & Unterhaltung</p>	Consumer-Materialists	<p>Orientierungs- und Teilhabestrebende Unterschicht: Prekäre Lebensverhältnisse; Anspruchslose Anpassung an Notwendigkeiten; Wunsch nach Konsumstandards der Mitte; trotziger Zusammenhalt in der eigenen Gemeinschaft; Angst vor Geschwindigkeit des Wandels & Sorge, abgehängt zu sein</p>

2

Problembewusstsein

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

- Mit 47% Nennungen wird die Inflation/sinkende Kaufkraft am häufigsten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt. Der Bereich Umwelt-, Natur- und Klimaschutz rangiert mit 40% Nennungen an vierter Stelle - nach den Themen „Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise“ (46%) und „Faire Renten und Altersvorsorge“ (44%).

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

- Zu den fünf größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen zählen die Befragten am häufigsten den Zustand der Meere (58%), den Klimawandel (55%) und die Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung (49%). Am seltensten wird der zunehmende Verkehr und Lärm als vorrangiges umweltpolitisches Handlungsfeld gesehen (15%).

Relevanz des Themas Klimawandel

- Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hält den Klimawandel für ein (sehr) wichtiges Thema für Deutschland: Auf einer Skala von 0 „völlig irrelevant“ bis 10 „absolut wichtig“ wählen 59% der Befragten die Skalenpunkte 8 bis 10, weitere 19% die Skalenpunkte 6 bis 7. Im Gegensatz dazu sind es nur 7% der Befragten, die die Skalenpunkte 0 bis 2 wählen. Der Skalen-Mittelwert liegt bei 7,3.

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Einstellungen zum Klimawandel

- 92% der Befragten sind der Meinung, dass die Menschheit durch die Zerstörung der Natur ihre Lebensgrundlagen gefährdet (höchste Zustimmungstufe: 57%). Dabei sagen 65%, sie hätten Angst vor den Folgen des Klimawandels (höchste Zustimmungstufe: 25%), während 38% meinen, es werde vieles sehr übertrieben, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht (höchste Zustimmungstufe: 14%). Bei der Frage, ob es in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel gibt, stimmen 50% zu (höchste Zustimmungstufe: 20%) und 50% dagegen. Ähnlich verhält es sich mit der Aussage, dass wir uns vielmehr darauf konzentrieren sollten, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen, statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen: während 48% zustimmen (höchste Zustimmungstufe: 13%), stimmen 52% dagegen.

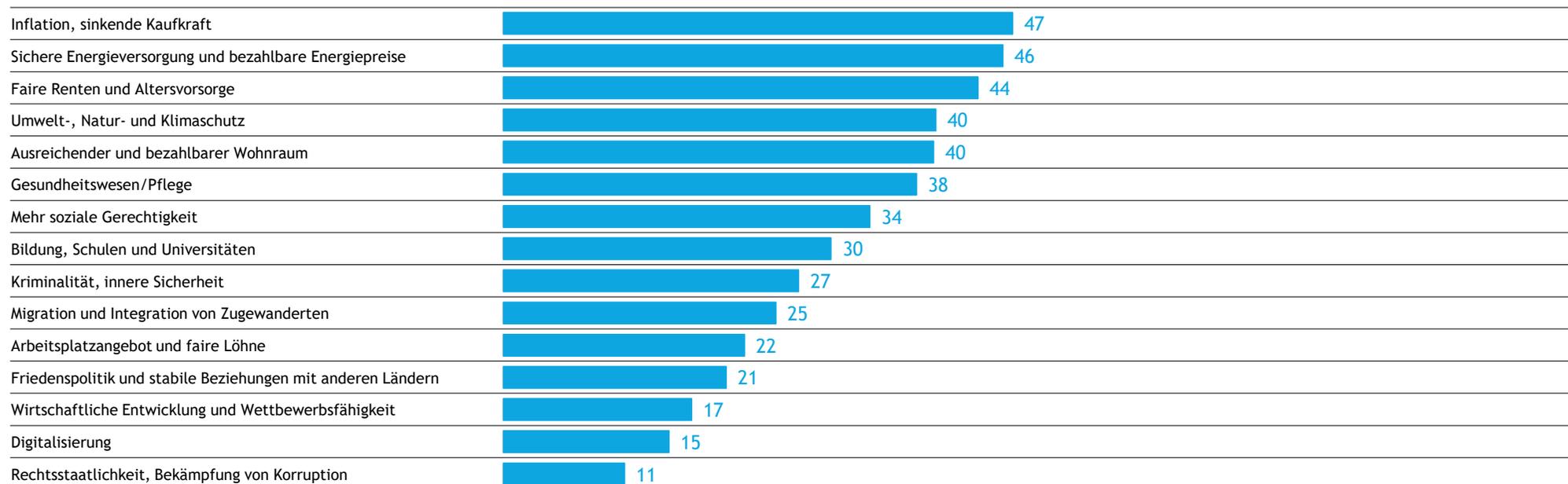
Folgen des Klimawandels

- Die Zunahme von extremen Wetterereignissen macht der Bevölkerung am meisten Angst: 58% der Befragten zählen die Zunahme von extremen Wetterereignissen zu den fünf Folgen des Klimawandels, die ihnen am meisten Angst machen. Mit 45% Nennungen steht das Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt an zweiter Stelle. Wassermangel im Alltag und kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser rangieren mit jeweils 41% auf den Plätzen 3 und 4. Am fünfthäufigsten wird die Zunahme von humanitären Krisen (37%) genannt. Deutlich weniger Befragte haben Angst vor sinkenden Erträgen in der Landwirtschaft (21%).

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten, um die sich die Politik in Deutschland kümmern sollte? Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

Politisch relevante Themen



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten, um die sich die Politik in Deutschland kümmern sollte? Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Inflation, sinkende Kaufkraft	47	42	31	50	49	47	54	47	60	46	53
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	46	42	47	43	39	50	57	48	54	45	38
Faire Renten und Altersvorsorge	44	44	30	45	28	50	57	56	59	43	37
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	40	47	69	42	47	20	26	39	29	24	51
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	40	32	42	30	42	46	48	35	47	37	37
Gesundheitswesen/Pflege	38	35	45	41	40	34	44	31	33	36	37
Mehr soziale Gerechtigkeit	34	29	41	30	32	35	27	46	41	29	33
Bildung, Schulen und Universitäten	30	27	45	36	34	20	32	23	21	30	27
Kriminalität, innere Sicherheit	27	35	13	31	18	35	33	37	39	23	15
Migration und Integration von Zugewanderten	25	34	19	21	21	22	26	25	34	29	26
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	22	22	18	22	27	26	17	21	15	26	28
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	21	21	29	27	26	18	13	16	9	20	20
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	17	17	10	19	20	19	14	16	13	29	19
Digitalisierung	15	11	18	14	30	12	11	9	2	20	23
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	11	15	6	14	12	10	8	14	17	9	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten, um die sich die Politik in Deutschland kümmern sollte? Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Inflation, sinkende Kaufkraft	47	49	45	46	44	51	53	41
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	46	44	49	39	37	45	53	56
Faire Renten und Altersvorsorge	44	41	47	38	39	40	48	55
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	40	42	38	42	42	35	36	46
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	40	38	41	36	41	37	42	42
Gesundheitswesen/Pflege	38	34	42	43	34	44	33	39
Mehr soziale Gerechtigkeit	34	30	38	34	31	30	34	40
Bildung, Schulen und Universitäten	30	29	31	34	34	30	27	27
Kriminalität, innere Sicherheit	27	28	27	26	21	29	30	31
Migration und Integration von Zugewanderten	25	27	23	20	23	31	27	26
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	22	20	25	33	28	19	19	13
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	21	20	21	24	18	16	21	23
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	17	23	11	20	20	16	17	15
Digitalisierung	15	20	10	22	18	14	15	7
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	11	14	9	10	10	12	10	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten, um die sich die Politik in Deutschland kümmern sollte? Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Inflation, sinkende Kaufkraft	47	48	50	44	52	49	41
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	46	50	48	42	48	45	45
Faire Renten und Altersvorsorge	44	54	46	36	49	44	32
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	40	39	33	46	34	41	48
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	40	48	41	34	43	39	35
Gesundheitswesen/Pflege	38	35	39	40	31	40	39
Mehr soziale Gerechtigkeit	34	42	32	30	43	32	27
Bildung, Schulen und Universitäten	30	22	30	36	28	29	39
Kriminalität, innere Sicherheit	27	32	27	25	30	25	27
Migration und Integration von Zugewanderten	25	24	23	27	22	25	33
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	22	22	25	20	21	24	17
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	21	16	21	24	13	23	23
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	17	10	16	23	9	19	26
Digitalisierung	15	10	13	21	11	16	23
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	11	9	10	13	10	11	14

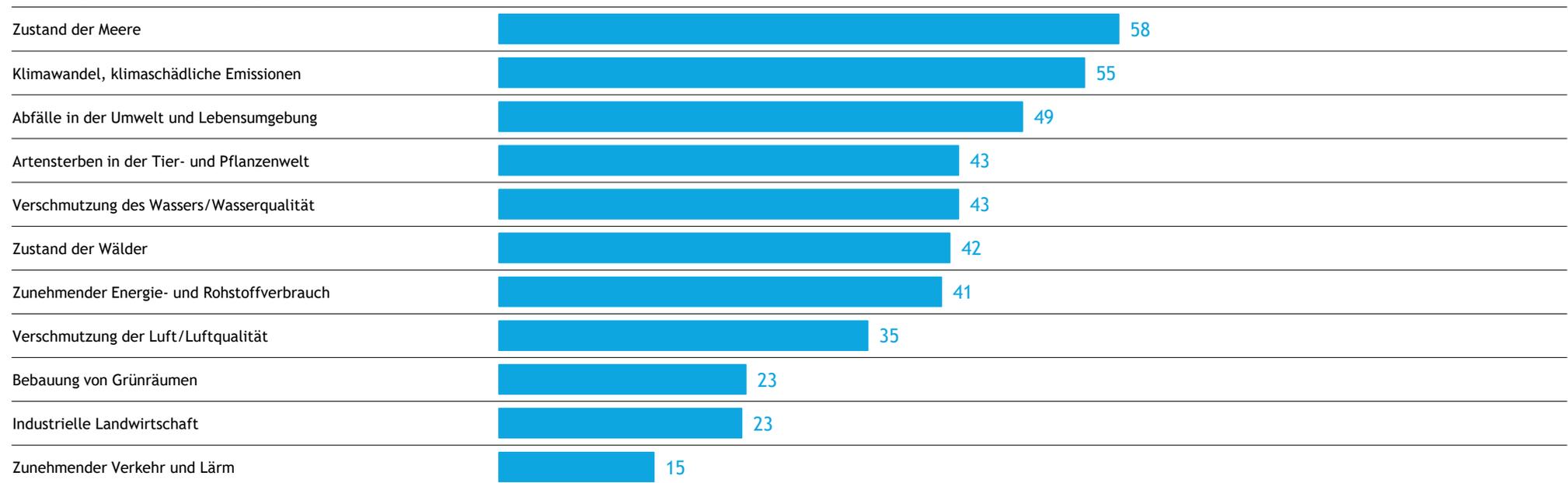
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

Welche der folgenden Themen gehören Ihrer Meinung nach zu den größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen? Bitte wählen Sie aus der nachfolgenden Liste bis zu 5 aus.

Umweltpolitische Handlungsfelder



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

Welche der folgenden Themen gehören Ihrer Meinung nach zu den größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen? Bitte wählen Sie aus der nachfolgenden Liste bis zu 5 aus.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zustand der Meere	58	60	67	58	59	46	60	57	57	43	73
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	55	54	83	54	68	37	46	42	41	45	67
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	49	55	42	56	55	51	47	39	53	41	47
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	43	36	53	40	46	37	43	45	46	44	41
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	43	50	40	45	45	45	41	37	41	38	43
Zustand der Wälder	42	43	43	38	37	38	51	56	44	33	45
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	41	38	49	42	43	38	38	43	37	42	44
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	35	36	31	36	46	35	30	45	27	32	30
Bebauung von Grünräumen	23	22	20	28	19	27	32	23	28	19	12
Industrielle Landwirtschaft	23	20	31	24	21	17	25	22	16	20	30
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	16	86	18	11	18	16	13	12	22	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

Welche der folgenden Themen gehören Ihrer Meinung nach zu den größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen? Bitte wählen Sie aus der nachfolgenden Liste bis zu 5 aus.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zustand der Meere	58	55	61	54	59	54	60	62
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	55	57	52	59	52	52	56	54
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	49	47	51	49	48	47	50	50
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	43	38	48	40	36	47	48	44
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	43	48	39	41	37	44	45	47
Zustand der Wälder	42	43	42	40	46	44	41	41
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	41	42	40	42	38	41	42	43
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	35	35	34	42	35	35	31	30
Bebauung von Grünräumen	23	22	24	22	27	22	22	23
Industrielle Landwirtschaft	23	23	22	27	22	19	21	25
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	16	13	13	15	17	16	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

Welche der folgenden Themen gehören Ihrer Meinung nach zu den größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen? Bitte wählen Sie aus der nachfolgenden Liste bis zu 5 aus.

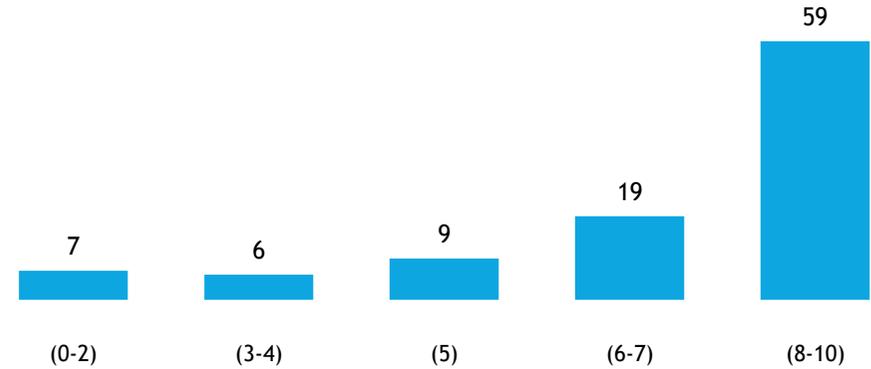
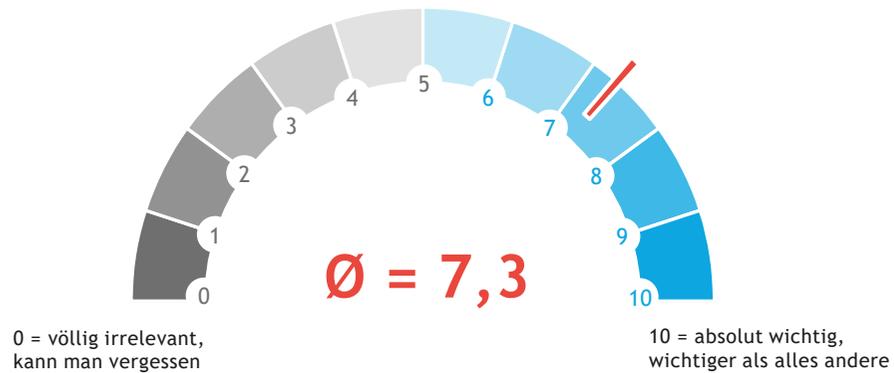
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Zustand der Meere	58	59	51	63	54	57	60
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	55	49	51	62	48	56	60
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	49	48	51	48	49	48	50
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	43	48	44	39	46	42	39
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	43	41	42	46	39	45	44
Zustand der Wälder	42	41	43	43	39	44	46
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	41	38	41	44	38	43	39
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	35	34	34	35	35	35	34
Bebauung von Grünräumen	23	23	27	20	23	25	17
Industrielle Landwirtschaft	23	19	22	25	19	23	27
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	14	15	14	15	15	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die zu Umweltveränderungen und zu Veränderungen im Alltag jedes Einzelnen führt (z.B. bei den Energiepreisen). Für wie wichtig halten Sie persönlich dieses Thema für Deutschland?



Relevanz des Themas Klimawandel

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die zu Umweltveränderungen und zu Veränderungen im Alltag jedes Einzelnen führt (z.B. bei den Energiepreisen). Für wie wichtig halten Sie persönlich dieses Thema für Deutschland?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	22	40	12	27	10	9	34	12	11	23
9	18	21	26	27	23	12	10	6	4	13	24
8	21	23	23	23	20	16	22	16	21	21	27
7	11	13	7	15	9	14	13	6	15	14	15
6	8	8	2	8	7	7	10	13	8	12	2
5	9	7	2	9	6	18	14	12	16	9	4
4	3	1	1	1	1	7	5	-	3	6	3
3	3	2	-	2	6	4	4	1	4	1	3
2	2	2	-	-	-	4	5	4	8	4	-
1	1	-	-	2	-	3	2	1	2	3	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	4	1	-	1	1	4	7	6	6	6	-
Mittelwert	7,3	7,8	8,8	7,6	7,9	6,2	6,1	7,2	6,0	6,5	8,1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die zu Umweltveränderungen und zu Veränderungen im Alltag jedes Einzelnen führt (z.B. bei den Energiepreisen). Für wie wichtig halten Sie persönlich dieses Thema für Deutschland?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	20	20	14	22	19	21	23
9	18	19	16	24	17	14	13	20
8	21	21	22	27	19	19	21	21
7	11	13	11	16	11	12	13	8
6	8	8	8	7	9	6	9	6
5	9	7	12	5	11	11	12	7
4	3	3	2	1	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	5	3	0
2	2	3	2	1	2	2	1	6
1	1	1	1	0	1	2	1	2
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	4	3	2	1	2	6	3	3
Mittelwert	7,3	7,3	7,3	7,7	7,4	6,8	7,2	7,3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die zu Umweltveränderungen und zu Veränderungen im Alltag jedes Einzelnen führt (z.B. bei den Energiepreisen). Für wie wichtig halten Sie persönlich dieses Thema für Deutschland?

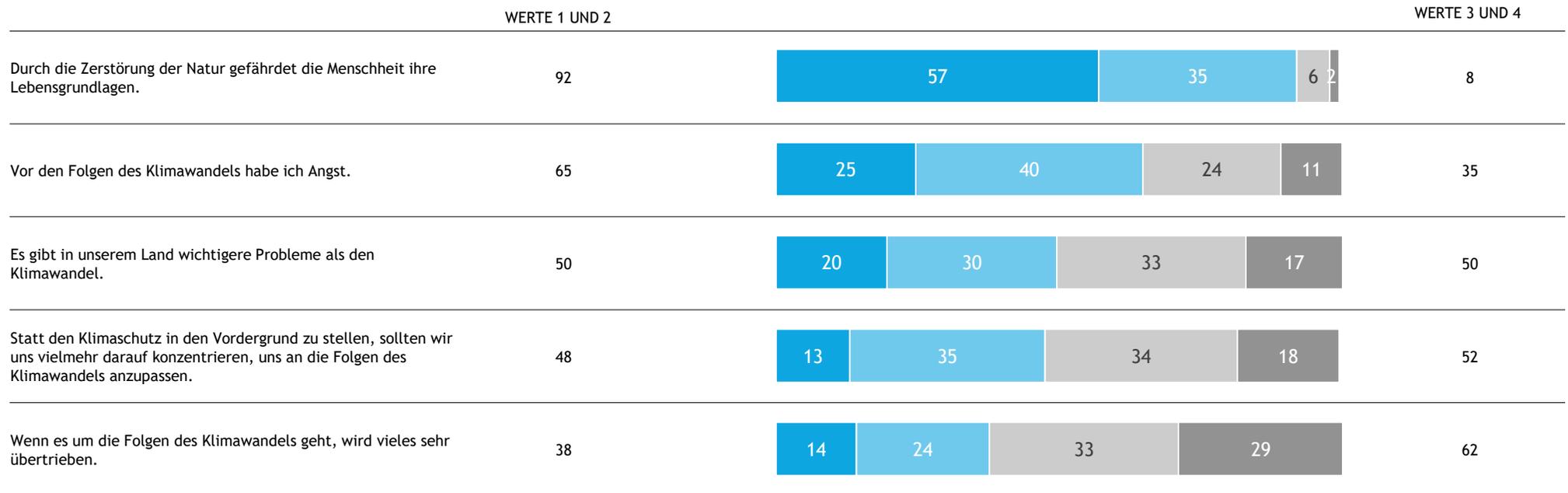
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	18	20	22	18	21	22
9	18	13	15	22	13	17	27
8	21	22	22	21	22	23	15
7	11	12	14	10	10	12	11
6	8	8	7	7	8	7	6
5	9	13	9	7	14	9	7
4	3	4	3	2	4	3	2
3	3	3	3	3	2	2	4
2	2	3	3	1	3	3	2
1	1	2	2	1	3	1	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	4	3	3	3	3	3	5
Mittelwert	7,3	7,0	7,2	7,6	7,0	7,4	7,5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

Wenn Sie nun einmal an das Thema Umwelt und Klima denken. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu

Einstellungen zum Klimawandel

Wenn Sie nun einmal an das Thema Umwelt und Klima denken. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	92	95	99	95	96	87	92	92	88	81	96
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	65	73	87	72	73	50	50	57	46	52	77
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	50	47	15	47	38	74	64	54	75	58	33
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	48	48	18	52	33	70	51	48	64	59	39
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	38	8	29	28	61	50	43	57	52	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

Wenn Sie nun einmal an das Thema Umwelt und Klima denken. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	92	91	94	92	93	91	93	93
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	65	62	68	73	66	59	63	62
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	50	51	48	48	53	53	50	45
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	48	48	47	48	45	51	47	47
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	39	37	37	40	42	34	36

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

Wenn Sie nun einmal an das Thema Umwelt und Klima denken. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	92	92	90	95	93	92	93
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	65	56	62	72	62	66	67
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	50	55	52	44	54	49	45
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	48	54	49	42	54	46	40
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	43	42	30	42	38	32

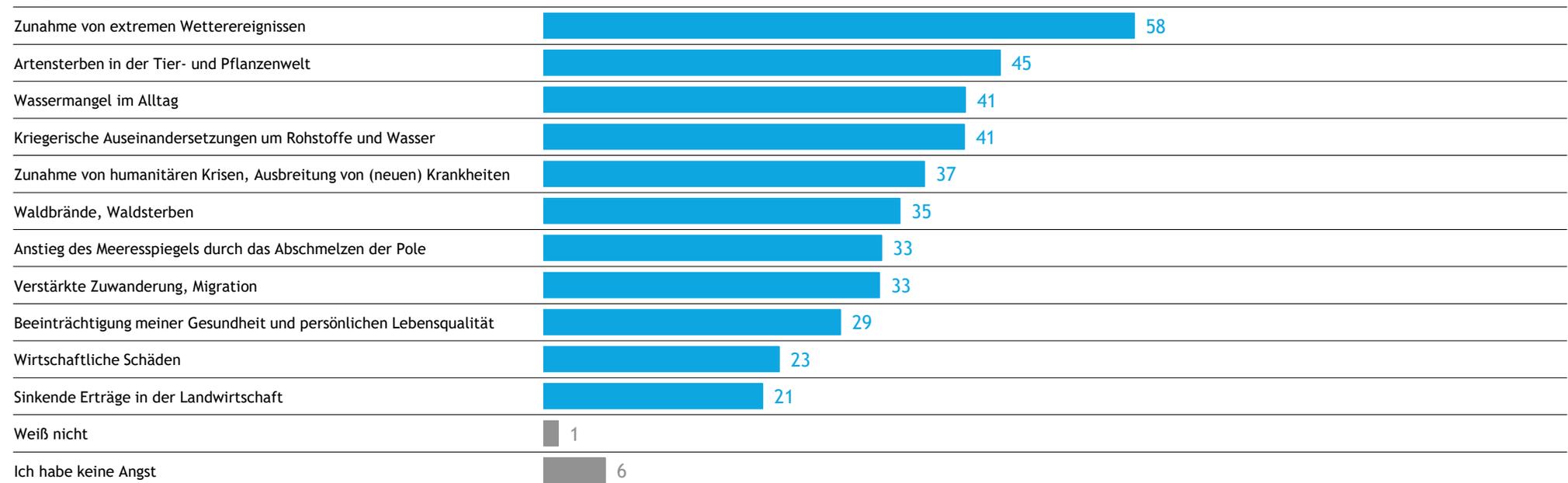
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

Wenn Sie an die Folgen des Klimawandels denken, was macht Ihnen am meisten Angst? Bitte wählen Sie aus der folgenden Liste bis zu 5 Antwortmöglichkeiten aus.

Folgen des Klimawandels



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Folgen des Klimawandels - Angstskala

Wenn Sie an die Folgen des Klimawandels denken, was macht Ihnen am meisten Angst? Bitte wählen Sie aus der folgenden Liste bis zu 5 Antwortmöglichkeiten aus.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zunahme von extremen Wetterereignissen	58	57	81	62	65	43	52	52	43	43	70
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	45	43	59	49	50	32	39	41	42	35	53
Wassermangel im Alltag	41	47	47	49	46	31	43	37	35	32	41
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	41	39	47	38	49	42	46	33	37	30	42
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	37	32	47	34	44	29	41	35	31	21	55
Waldbrände, Waldsterben	35	41	38	40	37	28	35	31	35	23	38
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	33	32	53	31	41	19	21	37	22	26	44
Verstärkte Zuwanderung, Migration	33	34	21	28	25	47	43	31	49	30	20
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	29	32	24	25	30	35	27	29	32	23	34
Wirtschaftliche Schäden	23	20	9	26	21	34	26	17	23	27	25
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	21	22	19	25	24	26	19	15	18	22	18
Weiß nicht	1	3	-	1	1	1	1	6	2	2	-
Ich habe keine Angst	6	1	3	5	2	7	6	10	12	18	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

Wenn Sie an die Folgen des Klimawandels denken, was macht Ihnen am meisten Angst? Bitte wählen Sie aus der folgenden Liste bis zu 5 Antwortmöglichkeiten aus.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zunahme von extremen Wetterereignissen	58	53	63	58	52	55	60	62
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	45	40	50	46	43	43	45	46
Wassermangel im Alltag	41	40	43	43	38	39	43	43
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	41	40	42	42	38	42	42	42
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	37	37	37	43	36	36	35	35
Waldbrände, Waldsterben	35	33	37	41	35	31	34	32
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	33	34	32	35	30	33	35	30
Verstärkte Zuwanderung, Migration	33	37	29	25	28	43	33	36
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	29	29	30	32	25	32	29	27
Wirtschaftliche Schäden	23	27	19	31	20	26	19	19
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	21	22	21	18	28	22	18	22
Weiß nicht	1	1	2	0	3	1	2	1
Ich habe keine Angst	6	7	5	2	5	7	8	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

Wenn Sie an die Folgen des Klimawandels denken, was macht Ihnen am meisten Angst? Bitte wählen Sie aus der folgenden Liste bis zu 5 Antwortmöglichkeiten aus.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Zunahme von extremen Wetterereignissen	58	55	54	63	50	58	60
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	45	44	41	48	41	44	47
Wassermangel im Alltag	41	42	40	42	35	43	44
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	41	37	42	44	41	41	42
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	37	32	37	41	34	38	38
Waldbrände, Waldsterben	35	35	34	35	37	32	39
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	33	28	30	38	27	35	35
Verstärkte Zuwanderung, Migration	33	35	32	32	28	33	36
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	29	30	29	28	29	28	34
Wirtschaftliche Schäden	23	21	22	25	20	25	22
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	21	19	24	21	22	23	17
Weiß nicht	1	2	3	-	3	1	1
Ich habe keine Angst	6	8	6	5	8	6	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

3

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 86% der Befragten sind der Auffassung, dass wir alle selbst aktiv werden und anfangen müssen, unsere Lebensweise zu verändern, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungsstufe: 42%).
- Darüber hinaus wären 84% der Befragten bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt würden (höchste Zustimmungsstufe: 30%).
- Etwas weniger, aber immer noch deutlich mehr als die Hälfte (61%) stellen den Anspruch an sich, aktiv an der Veränderung der Gesellschaft beizutragen (höchste Zustimmungsstufe: 17%).

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Mehr als drei Viertel der Befragten (78%) sind der Meinung, dass wir bereit sein sollten, zugunsten der Umwelt unseren Lebensstil zu ändern (höchste Zustimmungsstufe: 33%). 52% sagen allerdings (auch), selbst nur dann bereit zu sein, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn dadurch der eigene Lebensstandard nicht beeinträchtigt wird (höchste Zustimmungsstufe: 16%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 77% befürchten, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen mit persönlich hohen Kosten verbunden ist (höchste Zustimmungsstufe: 30%). Weiterhin halten rund zwei Drittel (67%) entsprechende Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz für sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten (höchste Zustimmungsstufe: 29%). Dass es persönlich an finanziellen Möglichkeiten fehlt, um etwas für den Klimaschutz zu tun, sagen 59% (höchste Zustimmungsstufe: 23%).
- 70% geben an, sich zu ärgern, wenn andere einem vorschreiben wollen, wie man zu leben hat (höchste Zustimmungsstufe: 30%). Darüber hinaus beklagen 49%, man könne bald überhaupt nichts mehr machen, wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt (höchste Zustimmungsstufe: 20%).
- 69% wären bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden (höchste Zustimmungsstufe: 20%). Allerdings glauben 37% nicht daran, mit dem eigenen Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können (höchste Zustimmungsstufe: 11%). Dass erstmal andere den ersten Schritt tun sollten, bevor man selbst zum Klimaschutz beiträgt, sagen 31% (höchste Zustimmungsstufe: 9%).
- Nahezu jede/r Zweite (47%) findet es schwierig, das eigene Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten (höchste Zustimmungsstufe: 11%). Darüber hinaus sagen 62%, die mangelnde Infrastruktur mache es unmöglich, auf das Auto zu verzichten (höchste Zustimmungsstufe: 28%). Rund ein Viertel (26%) gibt an, es nicht einzusehen, das eigene Verhalten zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert (höchste Zustimmungsstufe: 7%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 58% geben zu bedenken, dass Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen können (höchste Zustimmungsstufe: 17%). Weiterhin sagen 46%, der Erhalt von Arbeitsplätzen sei wichtiger als Klima- und Umweltschutz (höchste Zustimmungsstufe: 15%). Dass die Bekämpfung des Klimawandels unserer Wirtschaft schadet, meinen 38% (höchste Zustimmungsstufe: 12%).
- 44% sind der Auffassung, die Wirtschaft wisse am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann (höchste Zustimmungsstufe: 10%). Außerdem meinen 33%, dass Wissenschaft und Technik das Problem des Klimawandels lösen werden, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen (höchste Zustimmungsstufe: 7%).

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 85% der Befragten fühlen sich mit der Natur stark verbunden (höchste Zustimmungsstufe: 39%). Außerdem meinen 90%, es fördere ihre Lebensqualität erheblich, wenn sie Zeit in der Natur verbringen (höchste Zustimmungsstufe: 51%).
- Nach Auffassung von 88% der Befragten trägt jeder Einzelne Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen (höchste Zustimmungsstufe: 48%). Außerdem meinen 82%, Umweltschutz sei eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht (höchste Zustimmungsstufe: 36%). Dass mehr Umweltschutz auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle bedeutet, sagen 80% (höchste Zustimmungsstufe: 36%). Persönlich verantwortlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt fühlen sich 74% (höchste Zustimmungsstufe: 24%).

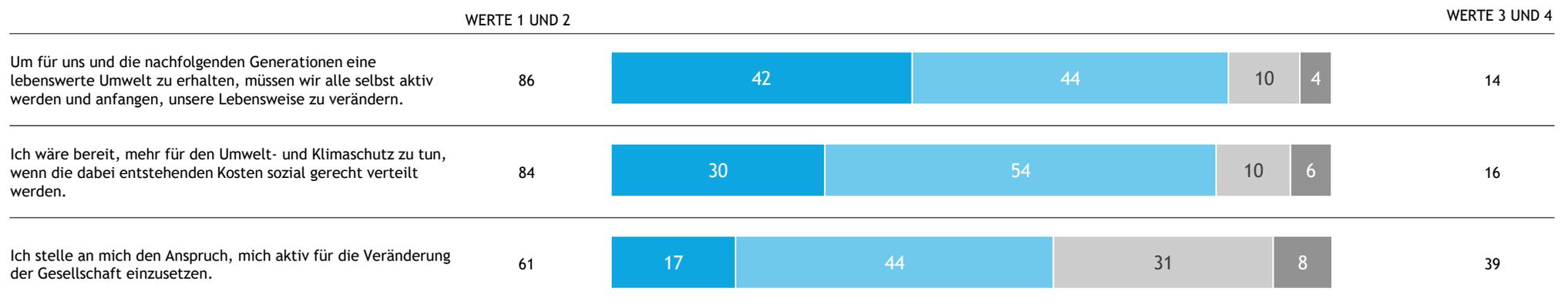
Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 81% sehen die Industrieländer in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, da sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben (höchste Zustimmungsstufe: 35%). Darüber hinaus sagen 73%, sie fühlen sich besser, wenn sie Produkte kaufen, die Umwelt und Klima weniger belasten (höchste Zustimmungsstufe: 28%).
- 78% sind der Auffassung, dass unsere Wirtschaft klimafreundlicher werden muss, da andernfalls wirtschaftliche Schäden drohen (höchste Zustimmungsstufe: 36%). Weiterhin meinen 72%, der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren biete große Beschäftigungschancen (höchste Zustimmungsstufe: 23%). Dass eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken wird, glauben 67% (höchste Zustimmungsstufe: 21%).

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher zu
- stimme eher nicht zu
- stimme überhaupt nicht zu

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	86	92	99	90	89	74	80	88	76	69	97
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	84	86	92	85	87	79	80	88	74	70	96
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	61	75	79	60	70	57	36	69	40	42	80

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	42	55	74	35	51	15	25	49	31	24	58
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	30	39	38	24	36	18	21	34	37	22	33
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	25	28	14	25	10	3	27	8	15	19

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	86	83	88	88	84	81	88	87
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	84	83	86	88	86	78	83	85
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	61	57	66	68	65	63	57	53

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	42	38	46	44	43	42	39	42
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	30	28	31	31	32	31	27	29
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	17	17	23	20	20	14	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	86	85	83	88	82	87	87
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	84	83	82	87	82	86	82
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	61	57	58	67	62	60	64

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

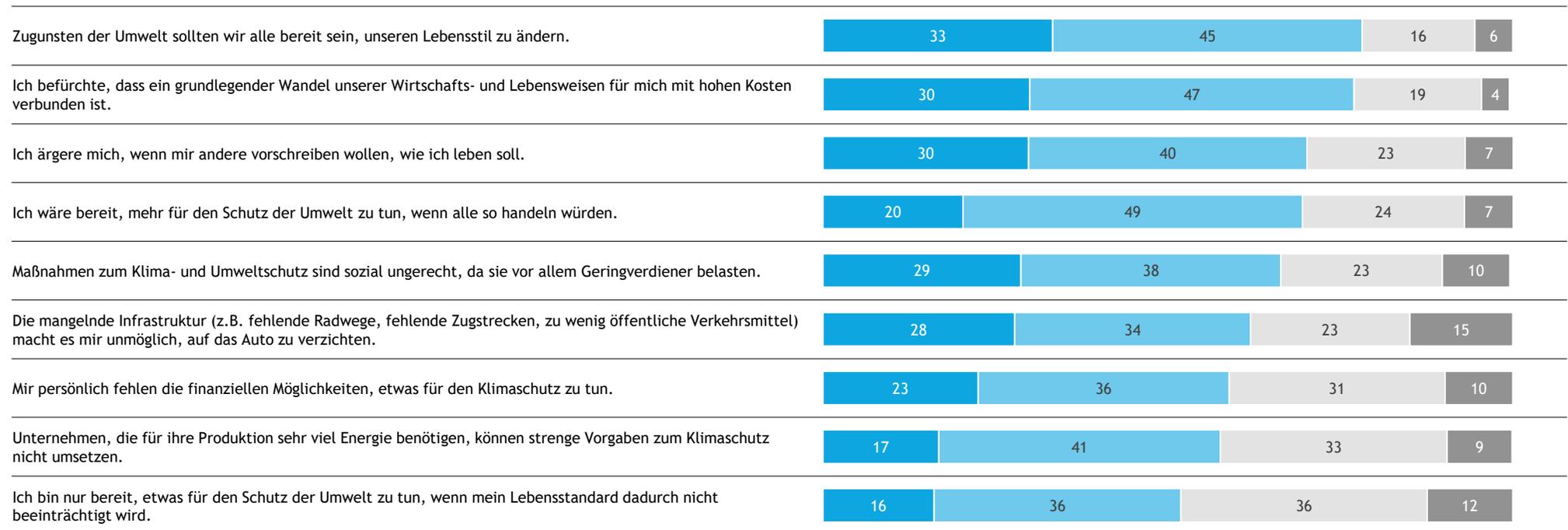
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	42	38	41	45	42	41	46
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	30	32	27	30	33	31	26
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	13	16	21	17	17	22

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

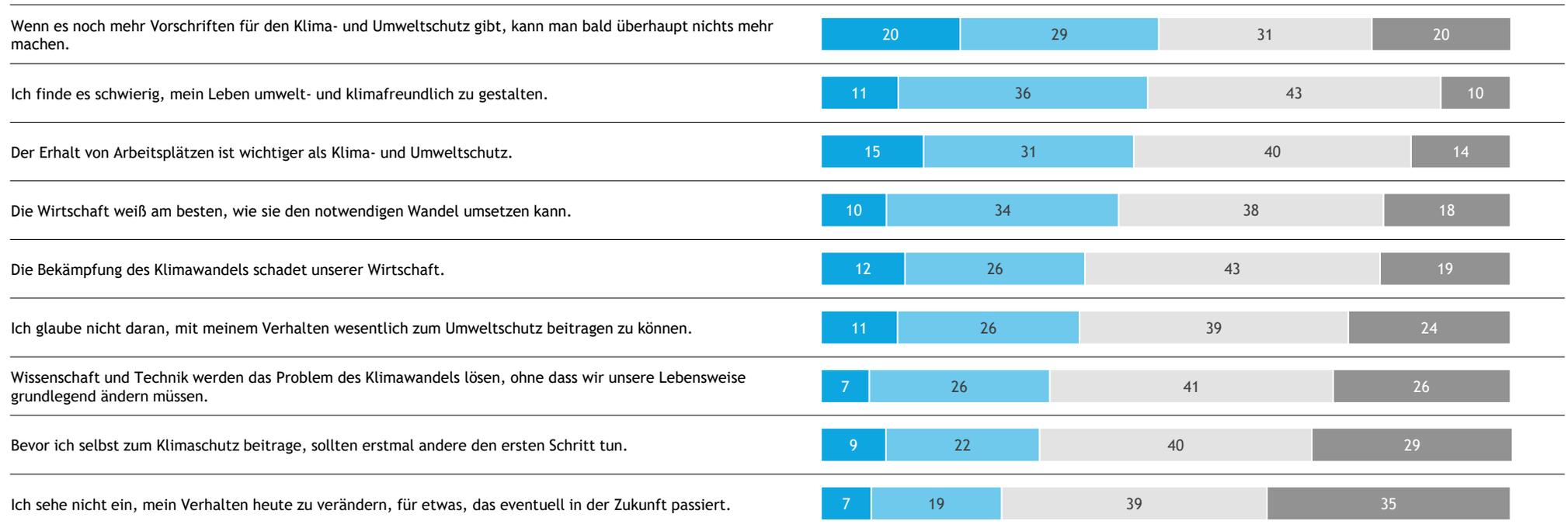


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	78	85	97	83	80	63	70	85	62	65	90
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	77	79	66	79	73	82	91	70	90	76	69
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	70	48	78	63	83	82	56	90	72	58
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	69	79	69	76	77	65	68	63	59	58	75
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	67	62	52	61	53	75	80	74	87	65	64
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	62	61	53	68	61	69	64	58	59	68	58
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	56	38	55	52	77	72	57	84	56	46
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	58	66	37	64	50	68	60	64	69	56	49
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	52	48	25	57	48	76	53	41	62	61	49

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	49	50	16	46	35	71	66	42	78	63	29
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	42	27	53	48	58	55	44	68	54	32
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	46	45	8	45	45	64	58	39	66	57	34
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	44	47	28	48	39	62	34	43	40	45	44
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	38	35	10	40	33	56	50	33	60	52	19
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	37	31	10	34	35	55	51	36	55	51	25
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	33	38	10	38	33	53	29	27	32	47	26
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	31	31	4	31	24	48	34	33	52	47	24
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	26	18	5	25	23	50	27	23	38	44	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	78	75	81	78	76	76	82	79
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	77	76	79	77	77	77	80	78
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	71	70	67	67	72	75	71
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	69	70	69	76	71	72	66	64
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	67	68	65	63	66	68	70	65
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	62	61	63	65	63	63	64	55
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	58	60	59	59	60	60	56
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	58	58	58	63	62	61	54	49
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	52	54	50	57	54	52	48	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	49	52	46	46	47	52	53	47
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	48	47	50	52	50	43	43
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	46	47	44	47	48	50	45	36
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	44	47	40	42	45	44	45	40
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	38	42	35	43	42	40	38	29
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	37	43	32	39	44	40	32	33
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	33	38	29	40	41	33	29	24
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	31	34	29	35	38	35	24	28
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	26	30	22	28	29	34	20	22

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	78	77	74	83	78	78	80
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	77	78	81	75	81	76	76
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	73	71	67	72	71	63
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	69	66	68	73	66	72	67
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	67	74	69	59	74	68	52
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	62	61	64	62	59	64	60
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	68	61	51	72	59	37
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	58	60	62	53	60	58	51
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	52	55	51	50	54	53	44

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	49	57	52	42	55	49	39
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	50	47	46	53	47	37
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	46	47	50	40	52	45	43
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	44	46	46	39	44	46	40
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	38	38	38	38	40	37	39
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	37	40	40	34	41	38	30
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	33	27	35	35	33	35	31
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	31	37	31	29	36	31	26
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	26	30	27	23	30	26	24

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	33	42	66	27	39	9	16	39	23	20	50
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	30	35	19	18	26	32	45	33	54	29	18
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	30	27	11	28	26	37	41	29	56	35	16
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	29	25	17	20	18	32	39	42	63	24	23
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	28	25	25	29	31	25	32	30	37	23	25
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	23	15	12	16	15	31	30	33	49	23	12
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	20	27	23	16	26	7	17	24	17	18	34
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	20	21	5	15	9	27	26	21	52	29	6
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	17	24	12	16	8	17	18	28	25	15	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	16	19	6	12	18	18	13	14	29	20	18
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	15	19	-	14	10	21	18	15	32	22	4
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	12	14	1	8	8	17	17	14	24	18	6
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	11	8	5	14	9	13	9	11	23	19	6
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	9	1	11	6	14	14	17	28	15	4
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	10	12	7	12	7	10	5	14	11	11	8
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	9	8	1	11	8	12	8	14	20	14	6
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	7	8	1	5	7	11	6	6	14	15	2
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	7	9	2	9	8	7	4	8	4	14	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	33	31	35	34	34	33	32	35
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	30	29	31	22	34	35	31	28
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	30	32	28	27	26	31	34	31
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	29	28	30	23	26	32	31	32
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	28	28	28	25	28	34	31	21
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	23	23	22	21	21	26	24	21
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	20	21	19	28	20	22	14	19
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	20	22	18	15	20	21	21	24
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	17	18	15	16	15	24	15	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	16	18	14	19	17	20	14	12
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	15	16	14	16	16	22	11	11
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	12	14	10	12	13	17	12	8
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	11	13	10	13	14	14	9	7
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	13	9	12	13	11	10	10
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	10	10	9	11	10	11	9	8
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	9	11	8	11	11	11	5	11
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	7	10	5	9	9	9	4	7
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	7	10	4	9	8	9	5	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	33	30	29	39	32	32	41
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	30	33	32	26	32	29	31
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	30	36	30	26	33	29	26
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	29	38	31	21	35	29	20
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	28	27	28	28	26	30	24
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	23	31	23	16	33	21	13
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	20	18	19	23	21	21	19
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	20	26	22	15	22	20	20
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	17	20	15	16	17	17	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

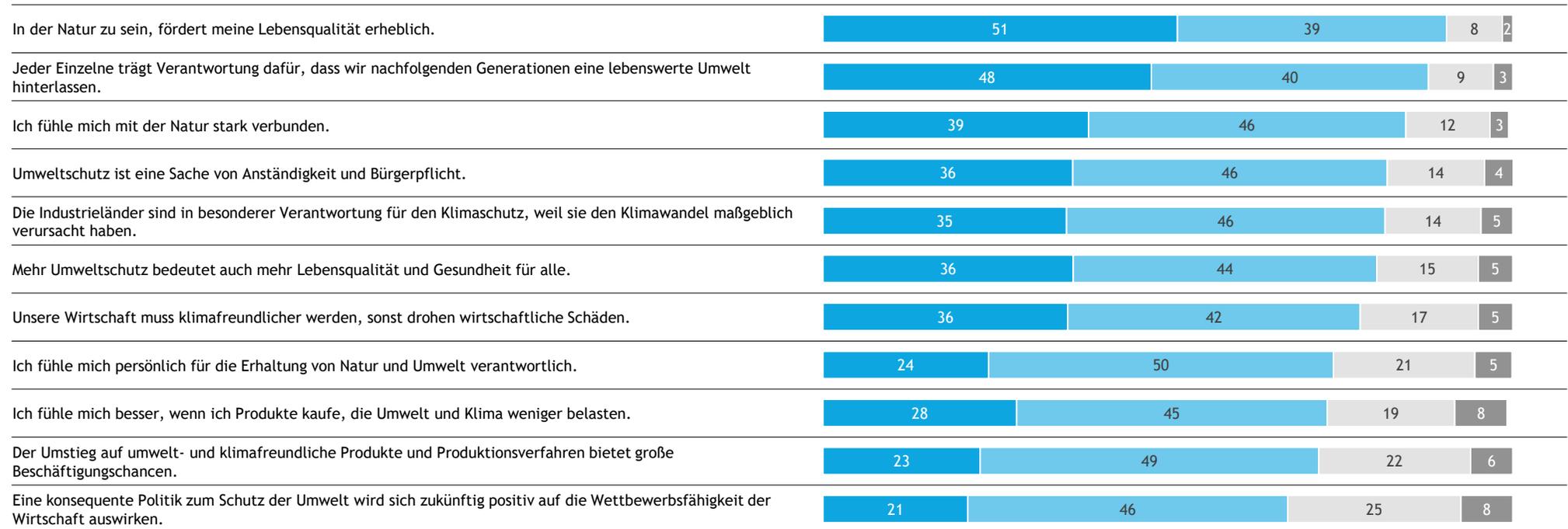
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	16	18	14	16	18	15	19
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	15	16	15	14	17	14	16
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	12	12	14	11	11	13	13
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	11	13	11	10	14	11	10
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	14	12	9	13	12	8
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	10	9	10	10	11	10	10
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	9	12	9	8	9	10	8
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	7	7	7	8	9	7	6
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	7	4	8	8	5	9	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	95	97	91	93	82	89	97	86	76	96
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	88	93	99	92	89	81	84	91	79	72	95
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	85	95	95	82	86	83	83	86	79	66	91
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	82	87	97	82	84	71	77	88	70	68	92
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	81	82	96	82	85	72	83	84	78	64	89
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	80	85	97	80	88	70	71	88	62	64	96
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	78	82	97	86	79	70	68	79	61	61	89
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	74	87	94	79	77	58	59	82	60	55	86
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	73	83	97	75	83	61	63	77	54	52	86
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	72	83	94	76	83	58	52	64	48	61	90
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	67	77	83	75	74	58	52	60	51	55	78

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	89	92	91	92	91	88	91
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	88	85	91	87	85	85	91	90
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	85	82	88	81	83	85	86	90
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	82	80	83	80	78	80	86	84
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	81	80	83	79	79	77	86	85
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	80	78	83	80	82	78	80	82
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	78	77	79	82	74	74	79	80
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	74	70	79	74	74	74	74	75
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	73	70	77	75	75	70	73	77
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	72	73	71	78	75	65	68	73
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	67	68	67	71	71	63	67	65

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	89	90	92	87	91	93
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	88	89	85	90	88	87	90
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	85	83	83	88	82	86	90
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	82	81	78	85	81	82	84
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	81	82	79	83	83	80	85
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	80	80	76	84	75	81	84
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	78	76	74	82	76	78	78
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	74	68	74	78	71	75	75
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	73	69	74	77	72	74	80
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	72	63	68	80	66	73	76
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	67	62	66	72	63	69	69

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	64	73	46	56	25	50	58	49	34	60
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	48	57	80	43	51	19	37	60	39	24	67
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	51	56	33	38	21	32	59	32	26	42
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	36	44	63	30	54	15	21	43	23	18	50
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	36	46	62	28	47	17	21	38	31	19	49
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	36	41	66	31	41	13	24	44	27	28	41
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	35	35	63	29	41	15	26	52	34	19	42
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	28	37	57	23	36	10	14	28	16	16	38
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	24	31	50	19	28	5	12	35	19	16	26
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	23	23	45	22	37	5	7	28	14	16	31
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	21	24	37	16	30	9	11	19	16	20	26

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	48	55	49	57	52	49	50
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	48	43	52	43	48	49	48	51
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	36	42	31	40	43	42	36
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	36	35	37	39	40	37	32	34
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	36	35	37	34	35	37	37	39
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	36	36	35	37	39	35	30	38
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	35	37	34	26	36	37	37	41
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	28	25	32	30	36	25	26	25
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	24	23	25	21	24	26	26	22
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	23	25	21	23	28	19	22	22
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	21	23	19	19	24	23	20	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	47	51	55	46	52	58
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	48	44	47	50	46	46	53
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	37	38	40	36	39	43
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	36	32	34	41	34	35	42
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	36	33	36	38	35	36	41
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	36	32	30	42	37	33	43
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	35	35	31	39	36	34	42
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	28	22	27	33	27	27	36
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	24	22	20	28	21	23	32
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	23	15	20	30	17	23	36
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	21	18	18	26	17	22	26

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

4

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

- Auf die Frage, ob ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen in Deutschland nötig sei, antworten gut drei Viertel der Befragten mit „ja, auf jeden Fall“ (31%) oder „eher ja“ (45%). Demgegenüber stehen 18%, die einen grundlegenden Wandel (eher) nicht für notwendig halten. Weitere 6% antworten mit „weiß ich nicht“.

Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure machen zu wenig?

- Nach Meinung der Bevölkerung sind es vor allem Unternehmen, die sich stärker dafür einsetzen sollten, den Klimawandel zu bewältigen: 65% der Befragten geben an, Unternehmen würden sich (viel) zu wenig engagieren.
- 59% meinen, dass die Bundesregierung (viel) zu wenig macht, um den Klimawandel zu bewältigen. 59% sehen politische Parteien stärker in der Pflicht, 55% wünschen sich mehr Verantwortung von Seiten der Europäischen Union, und 52% sind der Meinung, die lokalen Regierungen (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune) sollten mehr tun.
- Dass sich die Bürgerinnen und Bürger vor Ort (viel) zu wenig bemühen, sagen 55% der Befragten. 49% finden, dass die Gewerkschaften (viel) zu wenig tun.
- Von Seiten der Wissenschaft wird seltener erwartet, die Anstrengungen zu erhöhen (39%). Am wenigsten sieht man Nichtregierungsorganisationen in der Pflicht (viel zu wenig/zu wenig: 26%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure können am meisten zur Krisenbewältigung beitragen?

- Wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht, werden Unternehmen und die Bundesregierung mit Abstand am häufigsten zu den drei einflussreichsten Akteuren gezählt (52% respektive 50%). Auf dem dritten Platz rangieren die Bürgerinnen und Bürger vor Ort (38%). Der Europäischen Union wird von 30% eine einflussreiche Rolle zugeschrieben. Dahinter folgen die Wissenschaft (27%), lokale Regierungen am Wohnort (17%), politische Parteien (16%), NGOs (6%) und Gewerkschaften (3%).

Einstellungen zu politischen Maßnahmen

- 87% sprechen sich dafür aus, dass Personen mit niedrigem Einkommen finanziell stärker unterstützt werden sollten, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen (höchste Zustimmungstufe: 48%). Ebenfalls 87% sind der Meinung, dass sich die Politik viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern müsste (höchste Zustimmungstufe: 39%). Dabei fühlen sich 65% bei der Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt, da sie aus Erfahrung wissen, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor (höchste Zustimmungstufe: 22%).
- 84% sind der Meinung, dass einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten von Umweltbelastungen nicht stärker betroffen sein dürfen als andere Bevölkerungsgruppen (höchste Zustimmungstufe: 42%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 83% sprechen sich für Förderprogramme aus, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen (höchste Zustimmungsstufe: 32%). 78% meinen, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (höchste Zustimmungsstufe: 35%). Dass die Politik viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben sollte, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen, sagen 72% (höchste Zustimmungsstufe: 32%). Darüber hinaus sind 70% der Auffassung, die Politik folge zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft (höchste Zustimmungsstufe: 28%).
- 74% befürworten einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien (höchste Zustimmungsstufe: 36%). Der Aussage „Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt“, stimmen 62% zu (höchste Zustimmungsstufe: 25%).
- 71% meinen, es brauche vor allem strenge und konsequente Gesetze, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungsstufe: 27%). 68% sagen aber (auch), es gebe schon genügend Vorgaben für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen - würden diese auch umgesetzt werden, wären wir auf einem guten Weg (höchste Zustimmungsstufe: 17%).
- 53% sind der Auffassung, dass Maßnahmen zum Strukturwandel auch dann durchgesetzt werden sollten, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (höchste Zustimmungsstufe: 14%). 74% sagen indes, es sollten die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze möglichst lange erhalten werden, falls es keine passenden Alternativen gibt (höchste Zustimmungsstufe: 22%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz

- **Mobilität:** 91% der Befragten befürworten eine Reduzierung der Preise für den öffentlichen Nahverkehr (höchste Zustimmungsstufe: 60%). 89% sprechen sich dafür aus, das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs zu erweitern (höchste Zustimmungsstufe: 50%). Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge befürworten 74% (höchste Zustimmungsstufe: 34%), eine Klimaabgabe auf Flugtickets 65% (höchste Zustimmungsstufe: 32%), die Förderung von Elektrofahrzeugen 64% (höchste Zustimmungsstufe: 26%) und die Einführung einer Pkw-Maut (so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss) 44% (höchste Zustimmungsstufe: 20%).
- **Energie:** 77% der Befragten befürworten den Bau von mehr Windkraftanlagen (höchste Zustimmungsstufe: 37%). 72% sprechen sich für die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft aus (höchste Zustimmungsstufe: 23%) und 70% sind für eine Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten (höchste Zustimmungsstufe: 36%).
- **Technik/Innovationen/Wirtschaft:** 89% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker zu fördern (höchste Zustimmungsstufe: 47%). 83% sind für eine Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (höchste Zustimmungsstufe: 40%). Klimaschädliche Subventionen abzubauen befürworten 64% (höchste Zustimmungsstufe: 30%) und klimaschädliche Produkte zu verteuern 63% (höchste Zustimmungsstufe: 26%) .

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- **Bildung:** 87% befürworten eine Ausbildung oder eine Weiterbildung (bzw. Umschulungsangebote) für Arbeitnehmer*innen, die in Berufen tätig sind, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden (höchste Zustimmungstufe: 42%). Eine Verbesserung der schulischen Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz unterstützen 85% (höchste Zustimmungstufe: 44%).
- **Wohnen:** 90% befürworten eine staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung (höchste Zustimmungstufe: 46%). Ebenfalls 90% unterstützen eine staatliche Förderung von privaten Haushalten, wenn diese erneuerbare Energien nutzen (höchste Zustimmungstufe: 47%). Einer finanziellen Förderung von kosteneffizienten Heiz- und Wärmesystemen (z.B. Wärmepumpe) stimmen 88% zu (höchste Zustimmungstufe: 44%), und gesetzlichen Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten stimmen 73% zu (höchste Zustimmungstufe: 29%).

Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

- 94% der Befragten teilen die Ansicht, dass Arbeitnehmer*innen, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Arbeitsplatzverlust), bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden sollten (höchste Zustimmungstufe: 51%). Weiterhin meinen 88%, dass die betroffenen Arbeitnehmer*innen finanziell unterstützt (Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc.) werden sollten (höchste Zustimmungstufe: 39%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 90% der Befragten sind der Auffassung, dass private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen (z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe), finanziell unterstützt werden sollten (höchste Zustimmungstufe: 48%). Außerdem sprechen sich 88% dafür aus, dass die Entwicklung von Energiegemeinschaften durch die Regierung unterstützt werden sollte (höchste Zustimmungstufe: 36%).
- Nach Auffassung von 85% der Befragten sollten Regionen und Gemeinden, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Kohleabbau-, Erdgas-, Erdölregionen), finanzielle Unterstützung erhalten (höchste Zustimmungstufe: 34%). Darüber hinaus meinen 82%, in den betroffenen Regionen und Gemeinden sollten aktiv neue Industrien angesiedelt werden (höchste Zustimmungstufe: 31%).
- 83% der Befragten sind der Meinung, dass sich Bürgerinnen und Bürger am öffentlichen und politischen Leben (z.B. Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen sollten, um das Gemeinwesen mitzugestalten (höchste Zustimmungstufe: 29%).
- 55% der Befragten können sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung ihrer Gemeinde zu beteiligen, wobei 14% sagen, sie könnten sich das „auf jeden Fall“ vorstellen. Danach gefragt, ob man sich vorstellen könnte, eigene Energie zu erzeugen, geben 10% an, sie würden das bereits tun, 46% meinen, sie können sich das „auf jeden Fall“ vorstellen und 23%, sie können sich das „eher“ vorstellen.

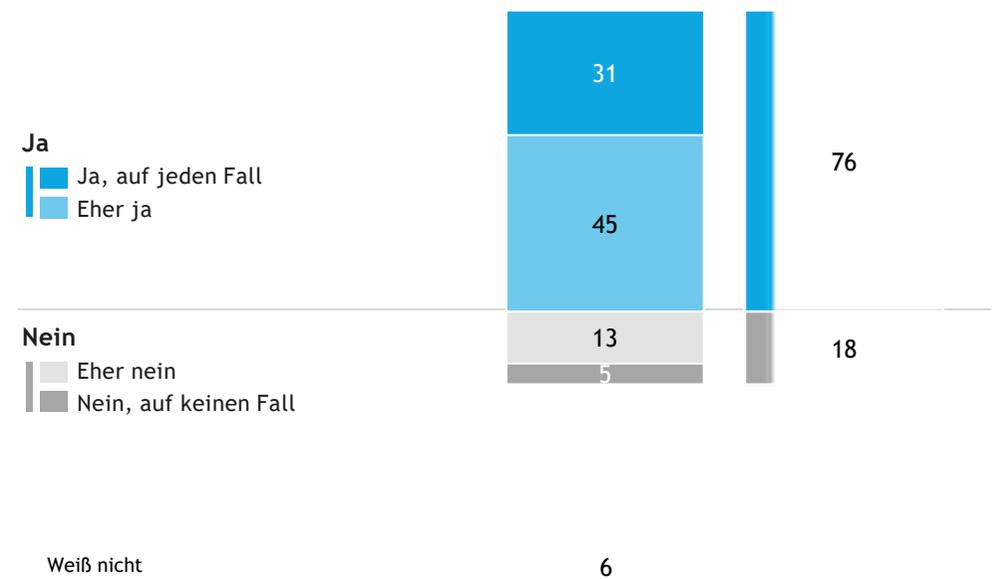
Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 63% würden den Bau eines Solarparks in ihrer Gemeinde „gut finden“, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen. Weitere 30% würden das akzeptieren, 7% lehnen das ab. Den Bau eines Windparks in ihrer Gemeinde würden 48% „gut finden“ (wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen). Weitere 36% würden das akzeptieren, 16% lehnen das ab.
- Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. Zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dies sollte über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung geschehen. Hingegen befürworten 6% Verbote und 7% höhere Preise für Öl, Gas und Kohle. Die übrigen 21% der Befragten, sprechen sich für keine der genannten Optionen aus.
- Auf die Frage, ob erneuerbare Energien seit dem Ausbruch des Russland-Ukraine-Konflikts an Bedeutung gewonnen haben, antworten 36% mit „ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden“. Weitere 33% antworten mit „eher ja“. Demgegenüber haben 16% mit „eher nein“ und 15% mit „nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden“ geantwortet.

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

Ist Ihrer Meinung nach in Deutschland ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen nötig?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

Ist Ihrer Meinung nach in Deutschland ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen nötig?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
(EHER) JA	76	80	93	85	83	60	62	74	61	69	87
Ja, auf jeden Fall	31	35	55	29	33	17	17	34	25	26	41
Eher ja	45	45	38	56	50	43	45	39	36	43	47
(EHER) NEIN	18	13	3	9	16	31	28	19	28	29	11
Eher nein	13	10	3	7	15	22	18	13	14	19	11
Nein, auf keinen Fall	5	3	1	1	1	9	10	6	14	10	-
Weiß nicht	6	7	4	6	2	8	10	7	12	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

Ist Ihrer Meinung nach in Deutschland ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen nötig?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
(EHER) JA	76	74	77	81	75	73	75	75
Ja, auf jeden Fall	31	32	31	30	31	35	32	28
Eher ja	45	43	46	51	43	38	43	47
(EHER) NEIN	18	21	15	14	19	23	16	20
Eher nein	13	14	12	11	14	15	11	14
Nein, auf keinen Fall	5	7	3	3	5	8	5	6
Weiß nicht	6	4	8	5	6	5	9	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

Ist Ihrer Meinung nach in Deutschland ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen nötig?

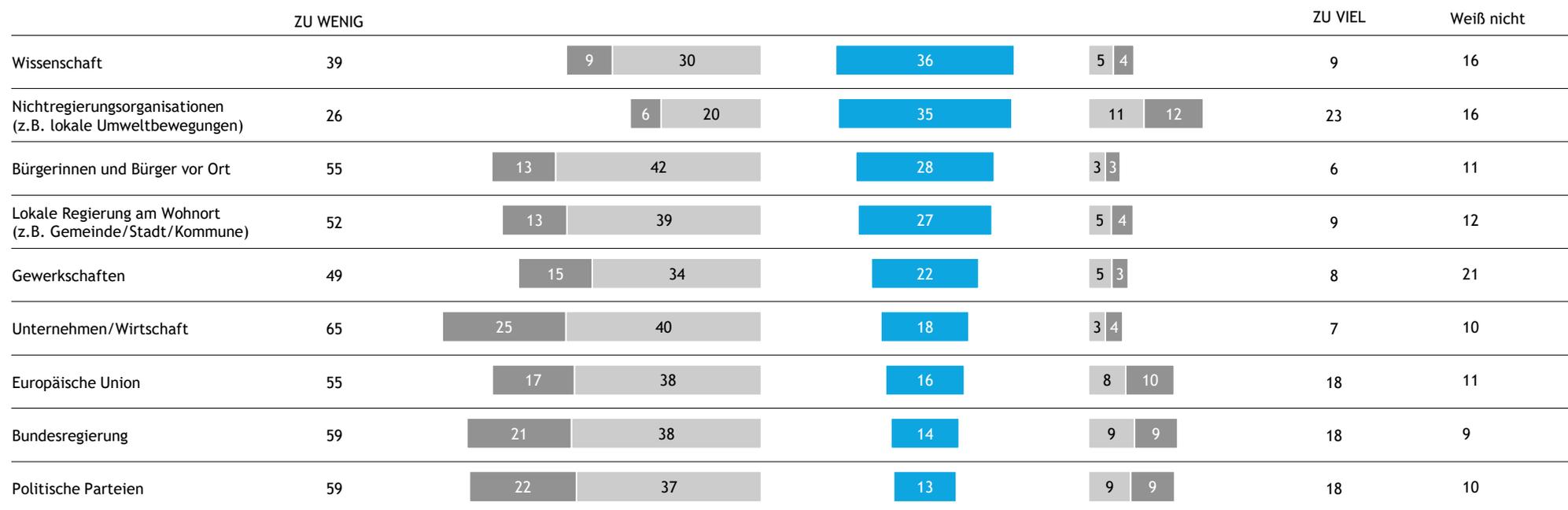
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
(EHER) JA	76	74	72	81	74	78	75
Ja, auf jeden Fall	31	30	29	34	32	32	30
Eher ja	45	43	42	47	42	46	45
(EHER) NEIN	18	19	20	17	18	18	22
Eher nein	13	14	15	11	14	12	16
Nein, auf keinen Fall	5	5	5	6	5	5	6
Weiß nicht	6	8	9	3	8	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

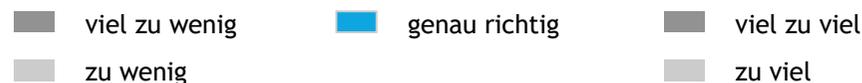
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Verantwortungszuschreibung (1)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Unternehmen/Wirtschaft											
viel zu viel/zu viel	7	5	-	9	5	11	2	11	12	15	4
genau richtig	18	18	4	20	13	34	21	8	10	27	18
zu wenig/viel zu wenig	65	68	92	61	73	47	59	57	55	48	76
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)											
viel zu viel/zu viel	9	11	2	7	4	13	11	15	15	14	3
genau richtig	27	25	17	30	26	43	29	18	22	30	27
zu wenig/viel zu wenig	52	56	72	53	61	37	39	45	40	47	67
Europäische Union											
viel zu viel/zu viel	18	23	6	9	12	23	21	15	25	33	11
genau richtig	16	16	7	22	13	27	9	10	14	21	19
zu wenig/viel zu wenig	55	52	79	59	66	41	46	55	38	36	64

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Bundesregierung											
viel zu viel/zu viel	18	20	7	15	16	23	21	21	25	25	13
genau richtig	14	15	6	19	9	20	10	9	9	24	17
zu wenig/viel zu wenig	59	57	85	58	68	49	54	56	48	43	67
Bürgerinnen und Bürger vor Ort											
viel zu viel/zu viel	6	7	1	3	5	5	7	8	7	21	5
genau richtig	28	22	18	34	23	45	27	21	28	36	24
zu wenig/viel zu wenig	55	63	75	53	64	42	50	51	39	33	67
Gewerkschaften											
viel zu viel/zu viel	8	10	-	9	8	12	7	9	10	12	5
genau richtig	22	24	11	23	21	35	18	18	14	32	19
zu wenig/viel zu wenig	49	50	68	50	56	34	41	44	42	37	63

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Politische Parteien											
viel zu viel/zu viel	18	16	6	12	15	24	22	21	24	32	9
genau richtig	13	18	4	19	13	19	6	7	5	17	19
zu wenig/viel zu wenig	59	55	84	59	65	48	53	55	52	41	69
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)											
viel zu viel/zu viel	23	28	12	21	19	29	28	16	28	31	19
genau richtig	35	32	50	40	37	33	28	22	24	29	46
zu wenig/viel zu wenig	26	32	26	28	30	25	16	38	22	26	25
Wissenschaft											
viel zu viel/zu viel	9	7	2	8	7	15	11	9	9	22	5
genau richtig	36	43	36	40	38	40	31	25	23	32	44
zu wenig/viel zu wenig	39	39	48	38	44	34	30	40	43	36	44

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (1)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Unternehmen/Wirtschaft								
viel zu viel/zu viel	7	9	5	13	7	8	4	4
genau richtig	18	20	16	18	19	14	20	17
zu wenig/viel zu wenig	65	64	64	60	63	67	64	68
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)								
viel zu viel/zu viel	9	11	7	11	9	9	6	10
genau richtig	27	30	24	27	26	20	31	30
zu wenig/viel zu wenig	52	51	53	53	53	58	50	50
Europäische Union								
viel zu viel/zu viel	18	21	13	14	17	16	17	22
genau richtig	16	18	14	19	14	14	17	15
zu wenig/viel zu wenig	55	53	55	58	55	57	51	52

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Bundesregierung								
viel zu viel/zu viel	18	22	14	16	19	19	16	21
genau richtig	14	16	11	16	11	10	16	15
zu wenig/viel zu wenig	59	57	62	62	62	61	57	57
Bürgerinnen und Bürger vor Ort								
viel zu viel/zu viel	6	8	5	11	6	7	4	4
genau richtig	28	31	25	28	24	27	26	35
zu wenig/viel zu wenig	55	53	56	52	58	53	57	51
Gewerkschaften								
viel zu viel/zu viel	8	10	6	12	7	9	5	9
genau richtig	22	24	19	19	26	17	22	24
zu wenig/viel zu wenig	49	50	48	54	44	55	47	47

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Politische Parteien								
viel zu viel/zu viel	18	20	15	18	19	18	13	19
genau richtig	13	16	10	15	11	10	14	13
zu wenig/viel zu wenig	59	57	61	60	58	60	60	57
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)								
viel zu viel/zu viel	23	28	19	25	19	25	25	22
genau richtig	35	36	34	38	35	29	34	40
zu wenig/viel zu wenig	26	26	27	24	31	31	24	23
Wissenschaft								
viel zu viel/zu viel	9	12	7	17	9	10	7	5
genau richtig	36	41	31	36	34	29	39	42
zu wenig/viel zu wenig	39	37	41	36	38	48	38	38

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (1)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Unternehmen/Wirtschaft							
viel zu viel/zu viel	7	6	8	6	7	7	8
genau richtig	18	16	21	17	19	19	17
zu wenig/viel zu wenig	65	62	59	71	61	65	68
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)							
viel zu viel/zu viel	9	7	12	8	7	10	8
genau richtig	27	27	30	25	27	27	32
zu wenig/viel zu wenig	52	50	46	59	48	55	54
Europäische Union							
viel zu viel/zu viel	18	16	20	16	16	19	17
genau richtig	16	15	16	17	19	16	16
zu wenig/viel zu wenig	55	53	50	59	49	55	59

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Bundesregierung							
viel zu viel/zu viel	18	15	23	16	15	20	18
genau richtig	14	13	12	15	15	14	14
zu wenig/viel zu wenig	59	59	55	63	58	60	62
Bürgerinnen und Bürger vor Ort							
viel zu viel/zu viel	6	5	6	7	5	8	6
genau richtig	28	28	29	27	26	29	28
zu wenig/viel zu wenig	55	50	53	58	53	55	61
Gewerkschaften							
viel zu viel/zu viel	8	5	11	7	7	9	8
genau richtig	22	22	22	22	23	22	24
zu wenig/viel zu wenig	49	47	43	55	45	50	

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

Was denken Sie: Machen die folgenden Akteure zu viel oder zu wenig, um den Klimawandel zu bewältigen?

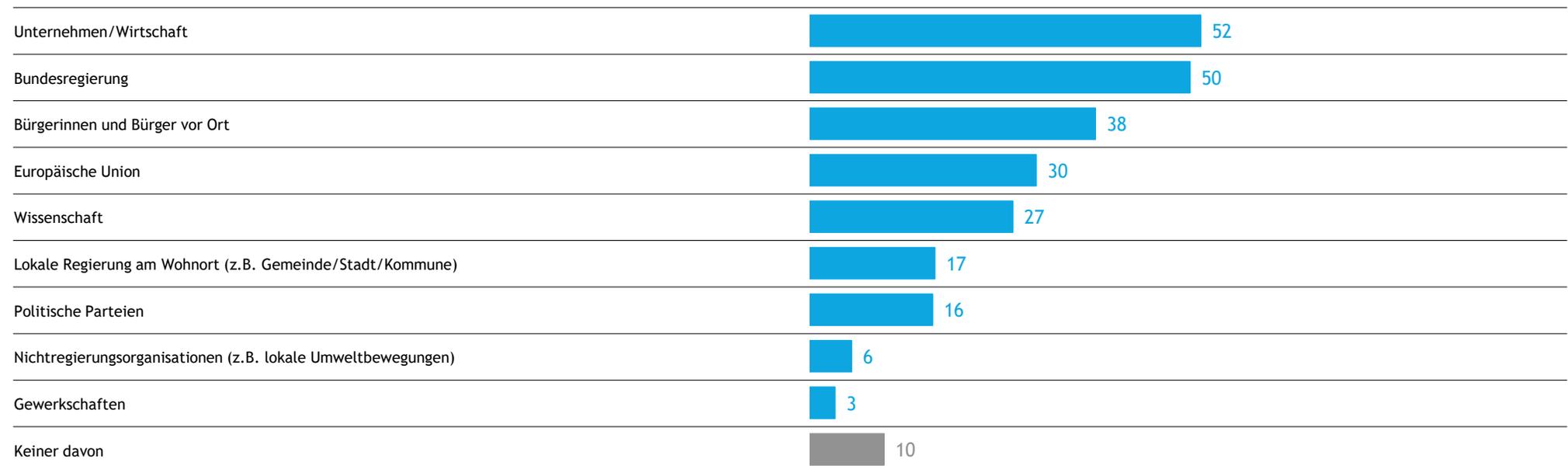
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Politische Parteien							
viel zu viel/zu viel	18	17	21	15	16	19	15
genau richtig	13	11	12	15	11	14	15
zu wenig/viel zu wenig	59	58	54	64	58	59	63
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)							
viel zu viel/zu viel	23	19	26	24	19	25	28
genau richtig	35	29	34	41	32	35	41
zu wenig/viel zu wenig	26	32	25	25	27	29	22
Wissenschaft							
viel zu viel/zu viel	9	5	12	10	8	11	7
genau richtig	36	29	36	40	29	38	43
zu wenig/viel zu wenig	39	47	33	40	43	38	39

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

Und wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht: Welche der folgenden Akteure können Ihrer Meinung nach am meisten zur Krisenbewältigung beitragen? Bitte nennen Sie bis zu drei Ihrer Meinung nach einflussreichsten Akteure.



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Verantwortungszuschreibung

Und wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht: Welche der folgenden Akteure können Ihrer Meinung nach am meisten zur Krisenbewältigung beitragen? Bitte nennen Sie bis zu drei Ihrer Meinung nach einflussreichsten Akteure.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Unternehmen/Wirtschaft	52	56	68	48	59	47	52	39	37	35	61
Bundesregierung	50	49	62	54	54	46	43	42	41	45	58
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	38	43	51	37	38	31	37	29	41	30	33
Europäische Union	30	30	31	33	38	28	25	34	21	25	33
Wissenschaft	27	27	26	36	29	27	28	21	22	24	24
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	17	17	12	23	19	12	18	18	16	9	23
Politische Parteien	16	22	11	17	19	16	14	18	17	16	14
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	6	5	5	10	8	4	6	4	3	4	4
Gewerkschaften	3	3	3	2	2	6	2	2	1	10	4
Keiner davon	10	4	2	2	5	12	18	19	20	20	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

Und wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht: Welche der folgenden Akteure können Ihrer Meinung nach am meisten zur Krisenbewältigung beitragen? Bitte nennen Sie bis zu drei Ihrer Meinung nach einflussreichsten Akteure.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Unternehmen/Wirtschaft	52	52	51	46	52	43	55	61
Bundesregierung	50	51	49	55	50	51	46	50
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	38	38	38	29	35	38	43	44
Europäische Union	30	31	28	41	30	30	26	24
Wissenschaft	27	32	22	31	25	26	24	28
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	17	16	17	17	10	18	17	20
Politische Parteien	16	16	16	20	19	18	15	10
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	6	5	6	8	8	3	5	4
Gewerkschaften	3	3	4	9	3	3	1	0
Keiner davon	10	8	12	4	10	13	12	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

Und wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht: Welche der folgenden Akteure können Ihrer Meinung nach am meisten zur Krisenbewältigung beitragen? Bitte nennen Sie bis zu drei Ihrer Meinung nach einflussreichsten Akteure.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Unternehmen/Wirtschaft	52	44	52	56	44	53	56
Bundesregierung	50	48	48	54	48	50	54
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	38	36	39	38	37	38	37
Europäische Union	30	28	26	34	26	30	36
Wissenschaft	27	26	22	32	24	28	25
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	17	19	15	16	14	17	20
Politische Parteien	16	18	17	15	20	15	12
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	6	5	5	6	5	6	3
Gewerkschaften	3	2	4	4	3	3	3
Keiner davon	10	14	12	5	13	9	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	87	87	94	86	85	91	89	84	94	72	87
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	87	87	90	91	83	82	87	81	89	76	93
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	84	88	94	85	86	81	82	82	83	67	89
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	83	89	90	88	90	78	77	81	73	65	92
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	78	83	94	87	81	67	74	69	64	67	83
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	74	81	90	84	79	59	63	76	54	60	86
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	74	82	50	67	71	87	83	70	80	76	72

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	72	73	92	82	74	61	61	74	60	61	80
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	71	71	88	79	76	57	63	70	57	60	80
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	74	87	70	69	62	64	79	64	51	81
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	68	69	48	73	58	83	71	71	72	71	69
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	65	70	40	64	54	80	82	71	80	67	51
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	62	70	37	52	46	78	75	68	80	69	60
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	53	75	58	62	45	37	42	32	53	60

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	87	86	89	80	85	87	90	95
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	87	85	88	80	84	85	91	91
Einkommenschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	84	82	87	76	83	83	90	88
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	83	81	85	85	83	81	81	85
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	78	75	81	79	76	72	80	82
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	74	75	73	78	76	69	73	73
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	74	69	79	73	74	74	75	72

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	72	70	75	75	75	67	68	77
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	71	70	71	74	70	69	69	71
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	68	72	69	69	66	73	73
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	68	67	70	62	63	70	72	72
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	65	65	65	59	67	68	68	63
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	62	61	65	53	67	70	61	62
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	57	48	59	55	50	50	51

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	87	92	88	84	91	89	77
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	87	88	84	86	85	86	87
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	84	85	81	86	84	84	85
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	83	82	82	84	85	82	85
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	78	73	75	84	75	78	82
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	74	69	70	79	71	76	74
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	74	80	77	66	76	75	66

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	72	74	68	75	74	71	74
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	71	67	68	75	68	71	73
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	73	68	70	71	71	69
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	68	76	66	65	70	68	65
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	65	71	68	59	69	67	55
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	62	69	66	55	68	63	51
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	44	48	63	48	55	56

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	48	45	55	41	49	42	50	51	71	33	51
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	42	44	70	39	49	19	25	54	49	26	52
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	39	43	47	30	35	27	39	51	52	31	42
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	36	37	67	34	47	10	22	41	24	26	51
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	35	40	62	26	40	19	24	38	28	25	40
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	32	36	59	23	44	10	21	42	28	19	38
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	32	35	45	28	37	18	29	38	29	15	46

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	26	51	21	30	15	23	44	30	15	31
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	27	31	48	22	32	11	16	35	23	23	31
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	31	11	17	21	30	30	39	50	19	17
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	23	10	17	17	23	29	35	49	22	12
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	22	14	19	21	26	30	27	39	17	11
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	17	19	13	13	11	19	19	23	22	18	15
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	14	26	13	20	4	5	18	8	15	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	48	45	52	44	42	50	52	54
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	42	39	45	35	47	44	42	43
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	39	36	42	28	38	42	44	41
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	36	38	34	35	39	35	33	38
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	35	34	35	32	31	37	33	41
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	32	31	33	30	33	36	28	35
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	32	31	33	33	36	33	28	29

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	27	29	26	32	27	29	28
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	27	26	28	32	28	24	23	29
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	26	24	18	23	31	28	26
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	23	22	19	22	27	22	22
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	19	25	19	20	26	26	20
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	17	16	17	12	12	19	22	16
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	16	11	17	16	15	12	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	48	57	50	41	58	47	37
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	42	44	38	45	41	42	44
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	39	42	37	38	45	36	35
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	36	30	32	43	33	37	44
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	35	32	30	40	34	33	38
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	32	33	27	35	34	30	35
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	32	30	30	34	34	31	32

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

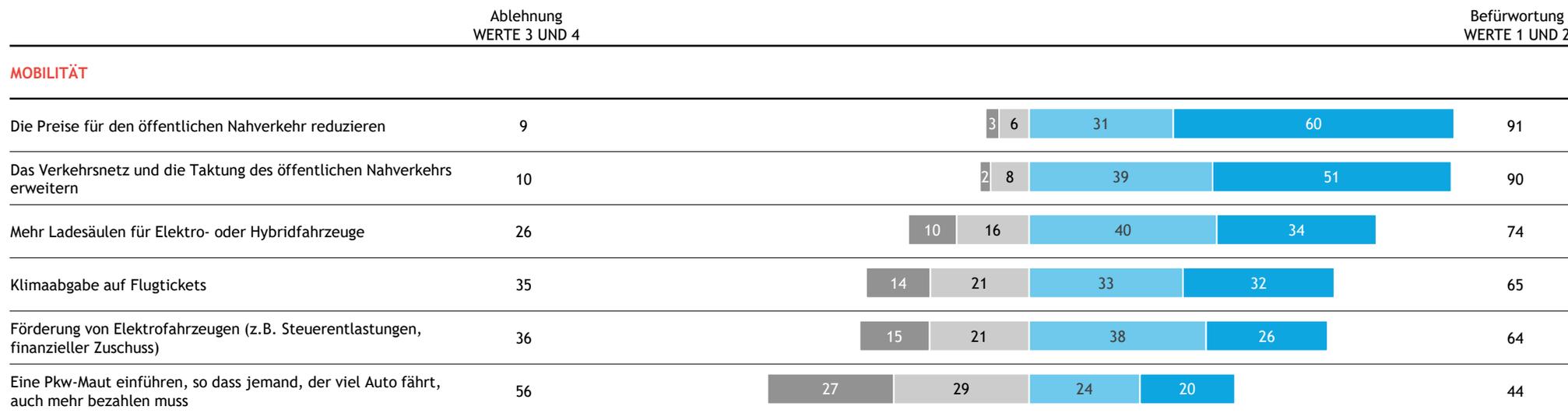
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	28	27	29	30	27	30
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	27	27	24	30	23	28	34
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	30	27	21	29	25	21
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	28	21	20	28	21	18
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	27	24	17	29	21	16
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	17	21	15	15	21	15	16
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	11	12	16	13	13	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

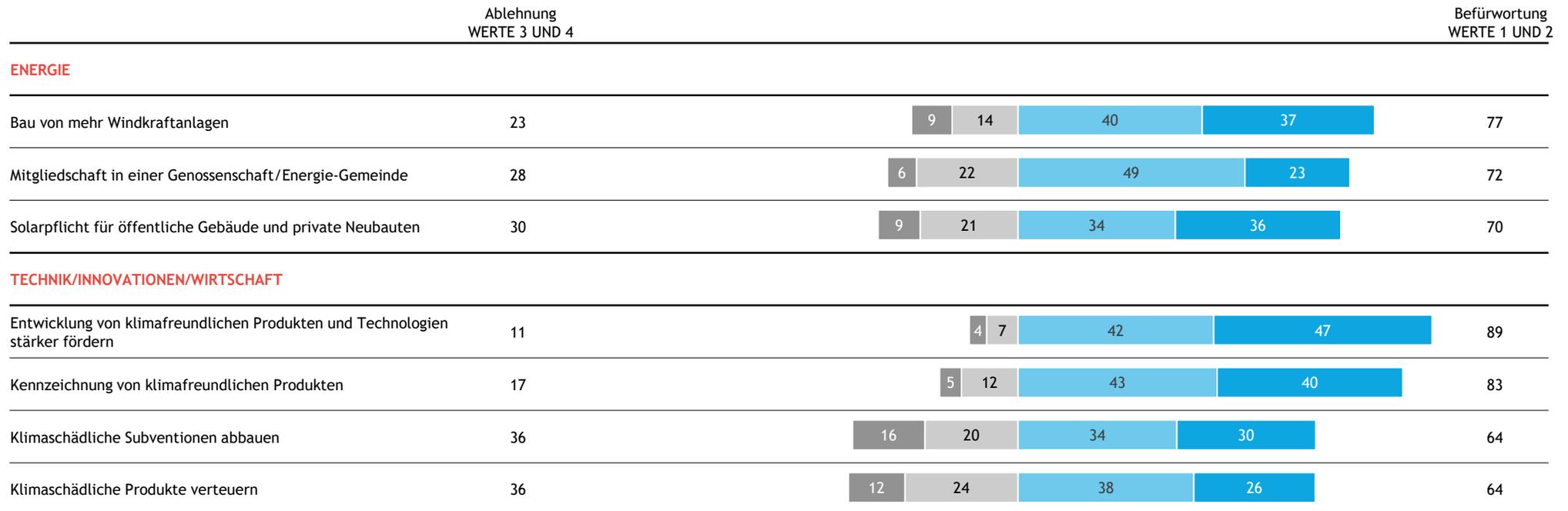


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

- lehne ich voll und ganz ab
- lehne ich eher ab
- befürworte ich eher
- befürworte ich voll und ganz

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

	Ablehnung WERTE 3 UND 4			Befürwortung WERTE 1 UND 2		
BILDUNG						
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	4	10	44	42	86
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	16	5	11	41	43	84
WOHNEN						
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	11	4	7	44	45	89
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	11	2	9	43	46	89
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	12	4	8	44	44	88
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	27	9	18	44	29	73

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

-  lehne ich voll und ganz ab
-  befürworte ich eher
-  lehne ich eher ab
-  befürworte ich voll und ganz

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	91	93	95	94	86	91	96	88	90	79	94
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	91	99	94	90	88	91	86	83	73	93
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	74	74	83	84	82	70	64	73	59	61	86
Klimaabgabe auf Flugtickets	65	73	87	68	59	50	65	57	58	55	71
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	64	72	64	77	71	57	48	63	50	60	76
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	54	52	38	51	40	36	41	34	47	45

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	91	87	95	89	88	89	93	94
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	88	91	84	87	89	95	93
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	74	78	70	75	71	73	77	75
Klimaabgabe auf Flugtickets	65	65	66	54	69	63	66	75
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	64	67	60	72	62	61	64	60
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	48	40	37	49	44	44	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
MOBILITÄT							
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	91	92	87	93	90	91	90
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	90	85	93	89	89	93
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	74	73	68	79	72	74	82
Klimaabgabe auf Flugtickets	65	68	64	64	66	66	64
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	64	62	60	68	61	64	70
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	42	43	47	48	44	44

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	46	48	62	49	61	64	59	66	53	55
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	36	28	36	23	29	44	52	37	50	40	24
Klimaabgabe auf Flugtickets	35	27	13	32	41	50	35	43	42	45	29
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	26	26	17	16	18	30	36	27	41	39	14
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	9	1	6	10	12	9	14	17	27	7
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	9	7	6	6	15	9	4	12	11	21	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	52	60	63	51	56	56	53
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	36	33	40	28	38	39	36	41
Klimaabgabe auf Flugtickets	35	36	34	46	31	37	35	25
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	26	22	30	26	29	27	23	25
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	12	9	16	13	12	5	7
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	9	13	5	11	12	11	7	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (1)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
MOBILITÄT							
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	58	58	53	52	56	56
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	36	38	40	32	39	37	30
Klimaabgabe auf Flugtickets	35	32	36	36	34	34	37
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	26	27	32	21	28	26	18
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	10	15	7	11	11	7
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	9	8	13	7	10	9	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Bau von mehr Windkraftanlagen	77	80	88	81	85	66	70	73	67	67	89
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	72	79	83	75	71	68	64	63	60	67	78
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	70	75	89	77	76	54	60	65	60	53	83
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	89	90	99	96	95	84	89	81	81	77	95
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	83	90	94	86	86	81	75	81	74	64	93
Klimaschädliche Subventionen abbauen	64	67	78	71	70	61	55	52	47	58	72
Klimaschädliche Produkte verteuern	64	71	91	64	75	46	52	59	47	49	70

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Bau von mehr Windkraftanlagen	77	77	77	80	80	71	78	76
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	72	74	70	73	66	70	73	76
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	70	69	70	71	71	65	67	75
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	89	88	91	89	87	87	92	92
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	83	81	85	80	82	84	83	86
Klimaschädliche Subventionen abbauen	64	68	61	65	63	62	63	69
Klimaschädliche Produkte verteuern	64	65	62	67	63	55	62	69

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
ENERGIE							
Bau von mehr Windkraftanlagen	77	78	72	81	77	77	79
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	72	70	70	75	69	74	70
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	70	70	65	73	68	71	75
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	89	88	89	91	84	91	93
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	83	83	80	86	83	83	85
Klimaschädliche Subventionen abbauen	64	59	64	69	66	63	66
Klimaschädliche Produkte verteuern	64	57	57	73	55	64	75

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	30	25	11	23	25	46	40	35	40	47	17
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	28	22	17	25	29	32	36	37	40	33	22
Bau von mehr Windkraftanlagen	23	20	12	19	15	34	31	27	33	33	11
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Klimaschädliche Produkte verteuern	36	29	9	36	25	54	48	42	53	51	31
Klimaschädliche Subventionen abbauen	36	33	22	30	30	39	45	48	53	43	28
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	17	10	6	14	14	19	25	19	26	36	7
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	11	10	1	4	5	16	11	19	19	23	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	30	31	30	29	29	35	33	25
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	28	26	31	27	34	30	28	24
Bau von mehr Windkraftanlagen	23	23	23	20	20	29	22	24
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Klimaschädliche Produkte verteuern	36	35	38	33	37	45	38	31
Klimaschädliche Subventionen abbauen	36	32	39	35	37	38	37	31
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	17	19	15	20	18	16	17	14
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	11	12	9	11	13	13	8	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
ENERGIE							
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	30	30	35	27	32	29	25
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	28	30	30	26	31	26	30
Bau von mehr Windkraftanlagen	23	23	28	19	24	23	21
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Klimaschädliche Produkte verteuern	36	43	43	27	45	36	25
Klimaschädliche Subventionen abbauen	36	41	37	31	34	37	34
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	17	17	20	15	17	17	15
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	11	12	11	9	16	9	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	86	96	90	87	83	83	88	77	78	94
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	84	91	98	88	93	79	75	77	77	68	91
WOHNEN											
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	89	92	96	92	89	85	91	84	89	77	97
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	89	92	96	92	88	88	86	85	89	71	98
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	88	89	96	91	93	86	86	82	81	74	94
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	73	80	89	81	80	62	58	69	56	67	84

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
BILDUNG								
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	87	87	82	87	85	88	90
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	84	82	87	79	84	82	88	89
WOHNEN								
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	89	88	91	86	88	90	93	91
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	89	88	91	86	86	90	92	92
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	88	87	89	88	85	86	91	89
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	73	74	73	77	73	68	74	75

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
BILDUNG							
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	84	85	90	84	87	92
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	84	87	80	86	82	85	86
WOHNEN							
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	89	91	86	92	88	90	90
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	89	91	88	89	88	90	88
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	88	88	85	90	83	90	89
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	73	70	72	77	70	73	77

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	16	9	2	12	7	22	25	23	23	32	9
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	14	4	11	13	17	18	12	23	22	6
WOHNEN											
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	27	20	11	19	20	38	42	31	44	33	16
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	12	11	4	9	7	14	14	19	19	26	7
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	11	8	4	8	12	12	14	15	11	29	2
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	11	8	4	8	11	15	9	16	12	23	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
BILDUNG								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	16	18	13	21	16	18	12	11
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	14	13	18	13	15	12	10
WOHNEN								
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	27	26	27	23	27	32	26	26
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	12	13	11	12	15	14	9	11
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	11	13	9	14	14	10	8	8
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	11	12	9	14	12	10	7	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (3)

Es gibt verschiedene Vorschläge, um den Klima- und Umweltschutz voranzubringen. Inwieweit befürworten Sie die folgenden Maßnahmen?

Antwortkategorie: „Lehne ich voll und ganz ab / eher“

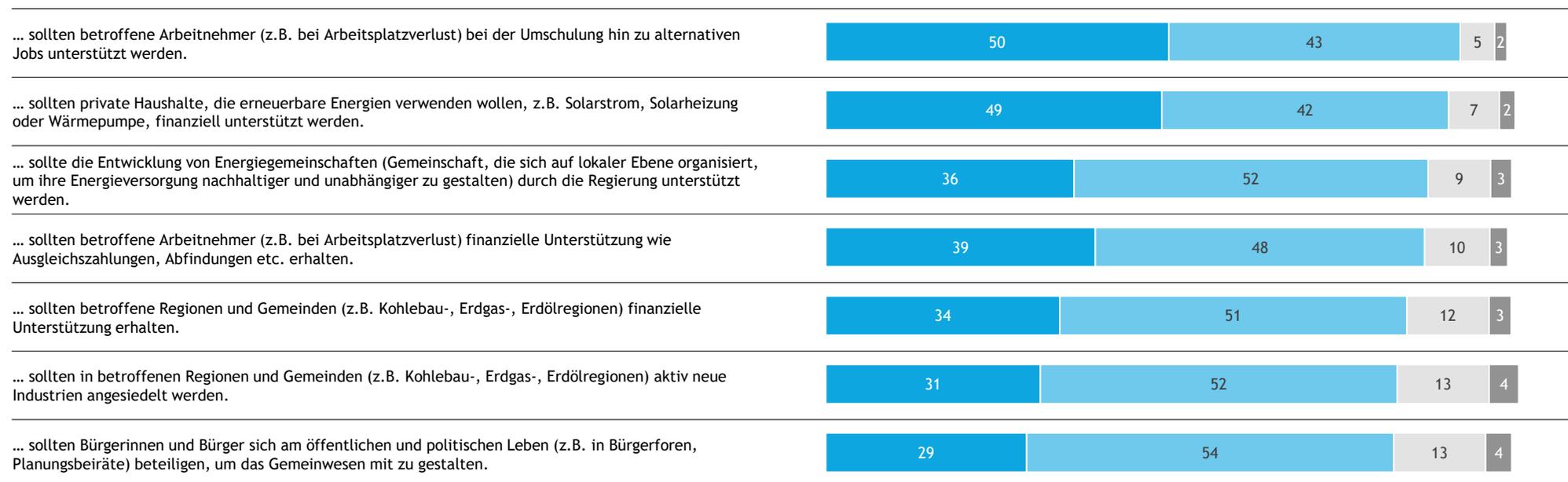
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
BILDUNG							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	16	13	20	14	18	15	14
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	16	15	10	16	13	9
WOHNEN							
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	27	30	28	23	30	27	23
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	12	12	15	10	17	10	11
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	11	9	12	11	12	10	12
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	11	9	14	9	12	10	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	93	94	97	93	96	96	94	93	91	76	99
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	89	96	95	85	92	90	90	88	78	96
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	88	88	95	92	90	85	86	89	78	78	95
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	87	89	85	90	87	92	91	86	88	79	90
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	85	90	87	85	88	88	84	84	72	74	89
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	83	87	92	78	84	85	81	75	76	72	90
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	83	88	89	86	86	81	76	78	76	72	85

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	93	91	95	91	93	92	93	97
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	88	92	87	89	91	92	93
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	88	86	90	87	86	88	91	88
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	87	87	89	87	85	88	89	90
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	85	85	85	79	82	85	90	86
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	83	82	84	79	81	82	87	85
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	83	84	81	78	81	79	86	87

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	93	94	93	93	94	94	90
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	94	88	90	92	90	91
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	88	90	84	89	87	88	88
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	87	90	88	87	88	89	82
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	85	83	87	84	81	88	81
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	83	83	81	85	83	83	85
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	83	80	81	85	82	83	87

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	50	54	56	42	55	43	47	63	58	36	61
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	49	57	52	45	52	34	47	57	60	32	55
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	39	47	41	35	39	36	38	42	50	28	39
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	36	44	48	34	44	25	27	41	36	23	39
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	34	36	39	36	36	30	27	48	36	26	31
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	31	37	34	31	39	26	21	40	31	28	30
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	29	33	39	23	29	23	26	41	35	21	27

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	50	49	52	49	45	55	56	48
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	49	45	51	47	45	51	51	48
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	39	36	43	38	32	46	40	42
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	36	36	37	35	30	40	38	38
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	34	34	35	33	30	39	34	34
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	31	36	26	26	29	32	33	36
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	29	29	29	23	29	32	33	29

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Bei der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien, wie Sonne, Wind etc. ...

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

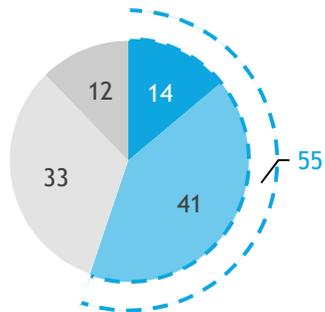
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	50	53	50	50	52	52	48
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	49	56	47	45	52	48	48
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	39	44	41	35	41	40	34
... sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	36	37	31	40	36	35	41
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	34	38	32	33	36	36	29
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	31	32	28	34	28	33	32
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	29	31	25	31	30	29	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

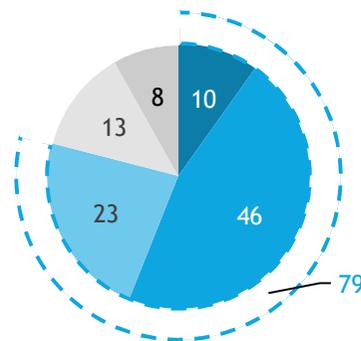
Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung Ihrer Gemeinde zu beteiligen?



- Ja, auf jeden Fall
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, auf keinen Fall

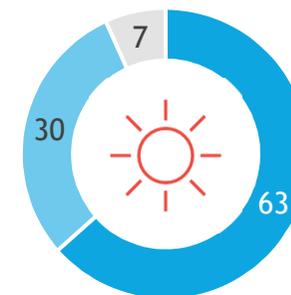
Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?



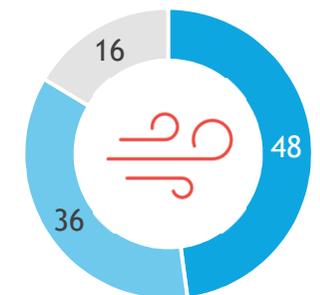
- Ich erzeuge bereits eigene Energie
- Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen

Wie würden Sie den Bau eines Solarparks oder eines Windparks in Ihrer Gemeinde bewerten, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen?

Solarpark



Windpark



- Finde ich gut
- Würde ich akzeptieren
- Lehne ich ab

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung Ihrer Gemeinde zu beteiligen (z.B. durch den Beitritt/ einer Mitgliedschaft zu einer Energiegenossenschaft, finanzielle Beteiligung oder über ein Projekt in Ihrer Gemeinde)?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	55	75	68	58	72	45	35	48	30	49	61
Ja, auf jeden Fall	14	19	17	18	24	8	5	13	9	10	16
Eher ja	41	56	51	40	49	37	30	35	22	39	46
EHER NEIN	45	25	32	42	28	55	65	52	70	51	39
Eher nein	33	16	26	35	22	45	41	38	33	33	36
Nein, auf keinen Fall	12	9	6	6	6	10	24	14	36	18	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung Ihrer Gemeinde zu beteiligen (z.B. durch den Beitritt/ einer Mitgliedschaft zu einer Energiegenossenschaft, finanzielle Beteiligung oder über ein Projekt in Ihrer Gemeinde)?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	55	64	47	66	61	54	50	46
Ja, auf jeden Fall	14	18	10	20	11	16	12	10
Eher ja	41	46	37	45	50	37	38	36
EHER NEIN	45	36	53	34	39	46	50	54
Eher nein	33	28	38	29	28	29	36	40
Nein, auf keinen Fall	12	9	16	6	11	17	14	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung Ihrer Gemeinde zu beteiligen (z.B. durch den Beitritt/ einer Mitgliedschaft zu einer Energiegenossenschaft, finanzielle Beteiligung oder über ein Projekt in Ihrer Gemeinde)?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
EHER JA	55	39	54	67	44	58	70
Ja, auf jeden Fall	14	10	12	18	8	15	21
Eher ja	41	29	41	49	35	43	49
EHER NEIN	45	61	47	33	56	42	30
Eher nein	33	42	34	25	38	32	24
Nein, auf keinen Fall	12	19	12	8	19	10	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	69	73	75	73	77	68	58	62	54	64	83
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	46	55	55	44	56	35	37	45	37	32	63
Eher ja	23	18	19	29	20	32	20	17	16	31	20
EHER NEIN	21	11	12	14	9	27	34	31	44	28	10
Eher nein	13	8	8	12	5	20	19	17	21	12	10
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	8	3	4	2	4	7	15	14	23	16	1
Ich erzeuge bereits eigene Energie	10	16	13	13	14	5	9	7	3	8	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen (z.B. durch die Installation von Solaranlagen auf dem Dach oder dem Balkon)?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	69	71	67	75	76	65	68	62
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	46	51	41	55	52	41	46	37
Eher ja	23	20	26	20	25	23	22	26
EHER NEIN	21	19	24	12	16	25	25	28
Eher nein	13	12	14	9	8	14	16	17
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	8	7	10	3	8	11	9	10
Ich erzeuge bereits eigene Energie	10	11	9	13	8	11	7	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen (z.B. durch die Installation von Solaranlagen auf dem Dach oder dem Balkon)?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
EHER JA	69	63	69	73	66	71	70
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	46	37	47	51	39	48	52
Eher ja	23	26	22	22	27	23	18
EHER NEIN	21	30	22	14	30	20	10
Eher nein	13	18	13	9	17	13	6
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	8	12	9	5	12	7	3
Ich erzeuge bereits eigene Energie	10	6	9	13	5	9	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Wie würden Sie den Bau eines Solarparks oder eines Windparks in Ihrer Gemeinde bewerten, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Solarpark											
Finde ich gut	63	68	77	76	72	40	58	60	50	54	78
Würde ich akzeptieren	30	24	20	19	23	53	33	32	34	38	20
Lehne ich ab	7	9	3	4	5	7	9	7	16	8	2
Windpark											
Finde ich gut	48	52	57	51	58	29	39	47	40	46	61
Würde ich akzeptieren	36	30	36	39	35	44	42	26	29	37	30
Lehne ich ab	16	18	7	9	7	27	20	27	30	18	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Wie würden Sie den Bau eines Solarparks oder eines Windparks in Ihrer Gemeinde bewerten, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Solarpark								
Finde ich gut	63	68	59	66	62	62	64	64
Würde ich akzeptieren	30	26	34	29	31	29	30	30
Lehne ich ab	7	6	7	6	7	9	6	6
Windpark								
Finde ich gut	48	51	45	48	47	48	45	52
Würde ich akzeptieren	36	33	38	44	37	26	38	33
Lehne ich ab	16	16	17	9	16	26	17	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Wie würden Sie den Bau eines Solarparks oder eines Windparks in Ihrer Gemeinde bewerten, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen?

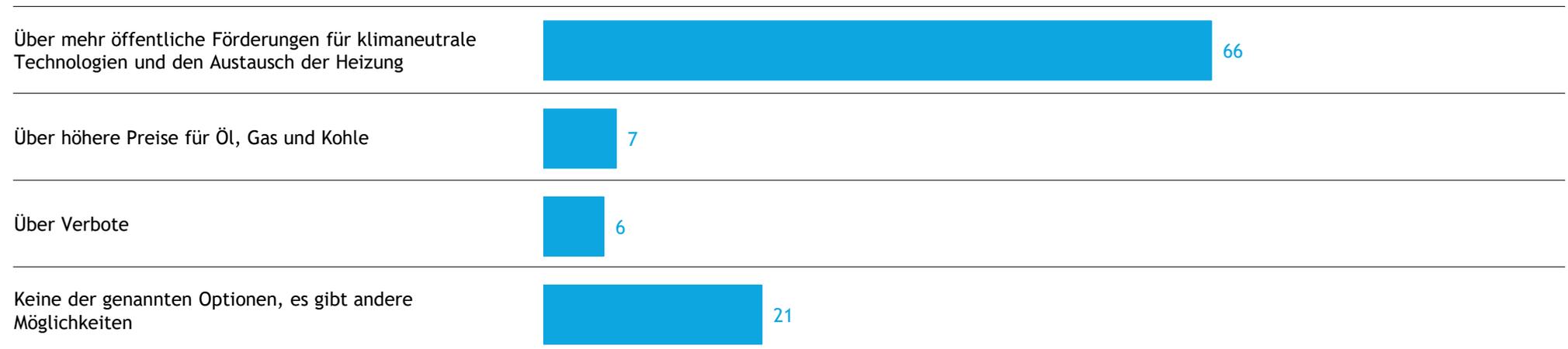
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Solarpark							
Finde ich gut	63	60	61	68	57	65	72
Würde ich akzeptieren	30	34	30	26	36	28	21
Lehne ich ab	7	6	9	5	7	6	7
Windpark							
Finde ich gut	48	48	42	53	44	49	52
Würde ich akzeptieren	36	32	41	34	37	36	32
Lehne ich ab	16	20	17	14	19	15	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. Wie sollte das geschehen?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. Wie sollte das geschehen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	66	69	78	73	74	55	60	60	53	47	78
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	7	5	10	13	11	4	2	6	-	13	6
Über Verbote	6	6	4	4	3	9	3	4	5	14	7
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	21	20	8	10	11	32	36	30	43	26	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. Wie sollte das geschehen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	66	65	66	67	64	60	69	67
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	7	11	4	13	8	7	4	3
Über Verbote	6	7	5	10	8	9	2	1
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	21	18	25	9	21	25	24	29

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. Wie sollte das geschehen?

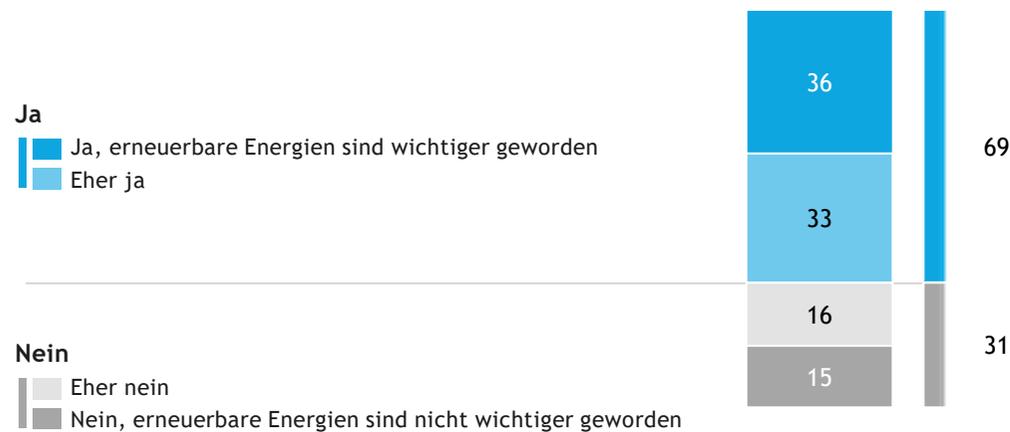
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	66	62	65	68	62	69	62
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	7	4	6	10	4	7	14
Über Verbote	6	5	6	7	7	5	7
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	21	30	22	15	27	19	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Haben erneuerbare Energien (Sonne, Wind etc.) für Sie seit dem Ausbruch des Russland-Ukraine-Konflikts an Bedeutung gewonnen?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Haben erneuerbare Energien (Sonne, Wind etc.) für Sie seit dem Ausbruch des Russland-Ukraine-Konflikts an Bedeutung gewonnen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	69	81	80	77	81	59	56	54	53	55	79
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	36	40	52	41	52	22	20	27	27	20	54
Eher ja	33	41	28	36	29	37	36	27	27	36	25
EHER NEIN	31	19	20	23	19	41	44	46	47	45	21
Eher nein	16	11	12	11	12	24	19	20	20	20	14
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	15	8	8	12	8	17	25	26	26	25	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Haben erneuerbare Energien (Sonne, Wind etc.) für Sie seit dem Ausbruch des Russland-Ukraine-Konflikts an Bedeutung gewonnen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	69	69	68	72	69	66	70	66
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	36	39	34	41	31	35	37	37
Eher ja	33	31	35	32	38	32	32	29
EHER NEIN	31	31	32	28	32	34	30	34
Eher nein	16	16	16	17	18	14	15	16
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	15	15	16	10	13	20	16	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Haben erneuerbare Energien (Sonne, Wind etc.) für Sie seit dem Ausbruch des Russland-Ukraine-Konflikts an Bedeutung gewonnen?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
EHER JA	69	65	66	74	63	72	69
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	36	33	31	42	28	40	42
Eher ja	33	33	34	31	35	32	27
EHER NEIN	31	35	35	26	37	28	31
Eher nein	16	19	16	14	18	14	18
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	15	16	19	13	19	14	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

5

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Die zentralen Befunde

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

- Rund drei Viertel der Befragten (73%) bekunden grundsätzliches Interesse am Thema Klimawandel. Dabei interessieren sich 27% „sehr“ dafür. Weniger Interesse äußern 20%, überhaupt kein Interesse haben 7%.
- 59% schätzen ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme (z.B. Waldsterben, Artenvielfalt usw.) als (eher) hoch ein. Dabei sind es allerdings nur 10%, die ihren Kenntnisstand als „sehr hoch“ einschätzen. Einen (eher) niedrigen Kenntnisstand attestieren sich 37%, wobei 5% sagen, sie kennen sich nur sehr wenig aus.

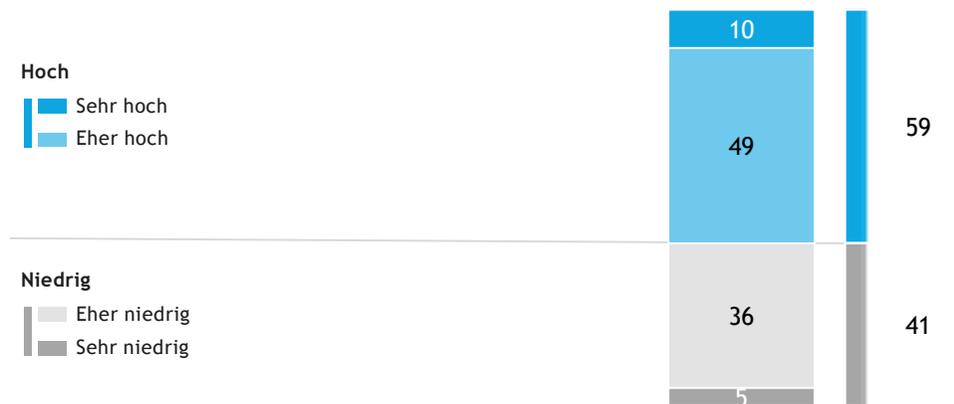
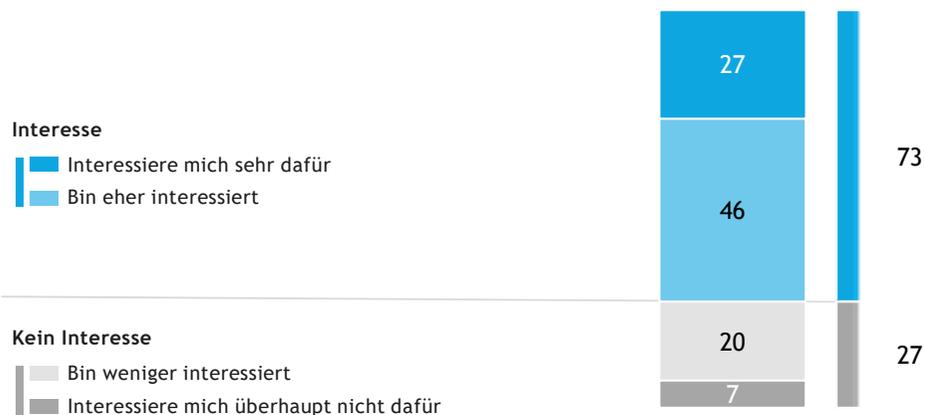
Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

- Nur 7% der Befragten fühlen sich „sehr gut“ über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert. 46% sehen sich „eher gut“ informiert. Demgegenüber stehen 40%, die sich „eher nicht gut“ informiert fühlen und 7%, die sich „überhaupt nicht gut“ informiert fühlen.
- Rund zwei Drittel der Befragten (65%) sind der Meinung, dass politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft nicht ausreichend erklärt und erläutert werden. Nur 35% sind anderer Meinung (politische Maßnahmen werden ausreichend erklärt: ja: 6%, eher ja: 29%).

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die in den nächsten Jahrzehnten zu Umweltveränderungen und Veränderungen im Alltag führen wird. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema?

Wie hoch schätzen Sie Ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme ein (Waldsterben, Artensterben, Verschmutzung der Meere, Extremwetter usw.)?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die in den nächsten Jahrzehnten zu Umweltveränderungen und Veränderungen im Alltag führen wird. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	73	79	93	77	90	63	56	61	50	62	90
Interessiere mich sehr dafür	27	33	53	24	37	15	10	27	14	15	39
Bin eher interessiert	46	46	40	54	53	48	46	34	36	47	51
WERTE 3 UND 4	27	21	7	23	10	37	44	39	50	38	10
Bin weniger interessiert	20	18	6	18	9	29	34	32	26	22	10
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	7	3	1	5	1	7	11	7	24	16	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die in den nächsten Jahrzehnten zu Umweltveränderungen und Veränderungen im Alltag führen wird. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	73	76	70	80	71	71	72	73
Interessiere mich sehr dafür	27	31	23	28	27	30	27	25
Bin eher interessiert	46	45	47	52	44	41	45	48
WERTE 3 UND 4	27	24	30	20	29	29	29	27
Bin weniger interessiert	20	17	23	16	23	17	22	21
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	7	7	7	4	6	12	7	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung, die in den nächsten Jahrzehnten zu Umweltveränderungen und Veränderungen im Alltag führen wird. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
WERTE 1 UND 2	73	65	73	79	65	77	80
Interessiere mich sehr dafür	27	19	24	35	19	29	38
Bin eher interessiert	46	46	49	44	46	48	42
WERTE 3 UND 4	27	35	27	21	35	23	20
Bin weniger interessiert	20	26	20	16	25	17	17
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	7	9	7	5	10	6	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Wie hoch schätzen Sie Ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme ein (Waldsterben, Artensterben, Verschmutzung der Meere, Extremwetter usw.)?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	59	61	74	57	69	57	42	52	38	58	70
Sehr hoch	10	11	10	10	18	8	4	10	5	15	7
Eher hoch	49	50	65	48	51	49	38	42	33	43	64
WERTE 3 UND 4	41	39	26	43	31	43	58	48	62	42	30
Eher niedrig	36	35	25	40	30	40	51	42	45	32	30
Sehr niedrig	5	4	1	2	1	3	7	7	16	10	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Wie hoch schätzen Sie Ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme ein (Waldsterben, Artensterben, Verschmutzung der Meere, Extremwetter usw.)?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	59	67	50	67	62	57	54	55
Sehr hoch	10	12	7	15	8	10	10	4
Eher hoch	49	54	44	52	53	47	44	51
WERTE 3 UND 4	41	33	50	33	38	43	46	45
Eher niedrig	36	30	44	31	33	37	39	43
Sehr niedrig	5	3	6	2	5	6	7	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

Wie hoch schätzen Sie Ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme ein (Waldsterben, Artensterben, Verschmutzung der Meere, Extremwetter usw.)?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
WERTE 1 UND 2	59	45	56	70	54	59	74
Sehr hoch	10	5	7	14	8	8	19
Eher hoch	49	40	49	56	46	51	55
WERTE 3 UND 4	41	55	44	30	46	41	26
Eher niedrig	36	45	41	28	37	38	25
Sehr niedrig	5	10	3	2	9	4	0

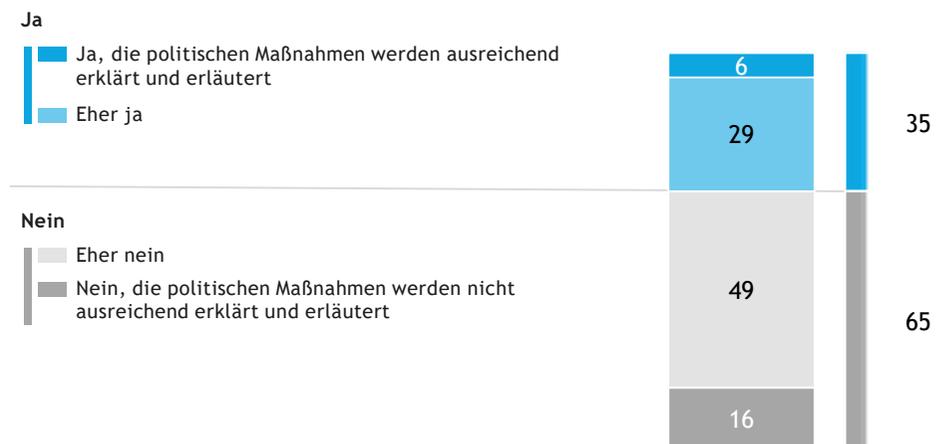
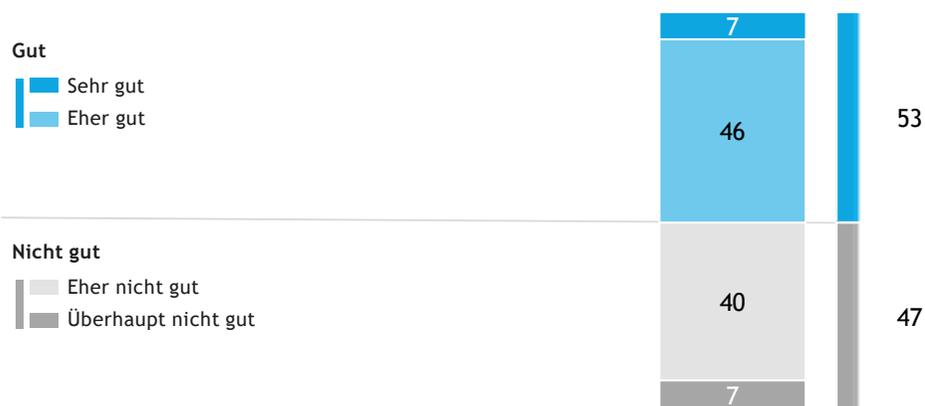
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert?

Werden Ihrer Meinung nach politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft ausreichend erklärt und erläutert?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	53	60	58	65	55	59	33	52	29	55	55
Sehr gut	7	6	4	8	16	7	2	6	2	9	7
Eher gut	46	54	54	57	39	53	30	46	27	46	48
WERTE 3 UND 4	47	40	42	35	45	41	67	48	71	45	45
Eher nicht gut	40	35	38	33	40	35	57	35	46	36	44
Überhaupt nicht gut	7	5	4	2	5	6	10	13	25	9	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	53	61	44	59	52	49	49	57
Sehr gut	7	10	3	11	7	8	5	3
Eher gut	46	51	41	47	45	41	45	53
WERTE 3 UND 4	47	39	56	42	48	51	51	43
Eher nicht gut	40	33	47	38	41	42	40	37
Überhaupt nicht gut	7	6	9	4	7	9	11	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
WERTE 1 UND 2	53	45	53	58	46	54	64
Sehr gut	7	4	6	10	5	6	13
Eher gut	46	41	48	48	41	48	51
WERTE 3 UND 4	47	55	47	42	54	46	36
Eher nicht gut	40	44	40	37	44	39	34
Überhaupt nicht gut	7	12	7	5	10	7	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Werden Ihrer Meinung nach politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft ausreichend erklärt und erläutert?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	35	44	26	50	37	38	23	25	14	45	39
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	6	8	4	8	10	6	3	6	5	7	5
Eher ja	29	36	22	42	27	32	20	19	9	38	34
EHER NEIN	65	56	74	50	63	62	77	75	86	55	61
Eher nein	49	42	64	44	55	48	55	51	48	31	53
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	16	14	10	6	8	14	22	25	38	24	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Werden Ihrer Meinung nach politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft ausreichend erklärt und erläutert?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	35	38	31	43	32	31	34	33
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	6	9	4	9	4	8	4	7
Eher ja	29	30	28	35	28	23	30	27
EHER NEIN	65	62	69	57	68	69	66	67
Eher nein	49	47	52	47	55	46	48	53
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	16	15	17	10	13	23	18	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

Werden Ihrer Meinung nach politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft ausreichend erklärt und erläutert?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
EHER JA	35	29	37	37	32	36	39
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	6	6	5	7	5	6	9
Eher ja	29	23	31	30	27	30	30
EHER NEIN	65	71	64	63	68	64	61
Eher nein	49	50	49	50	47	50	48
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	16	22	14	13	21	14	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

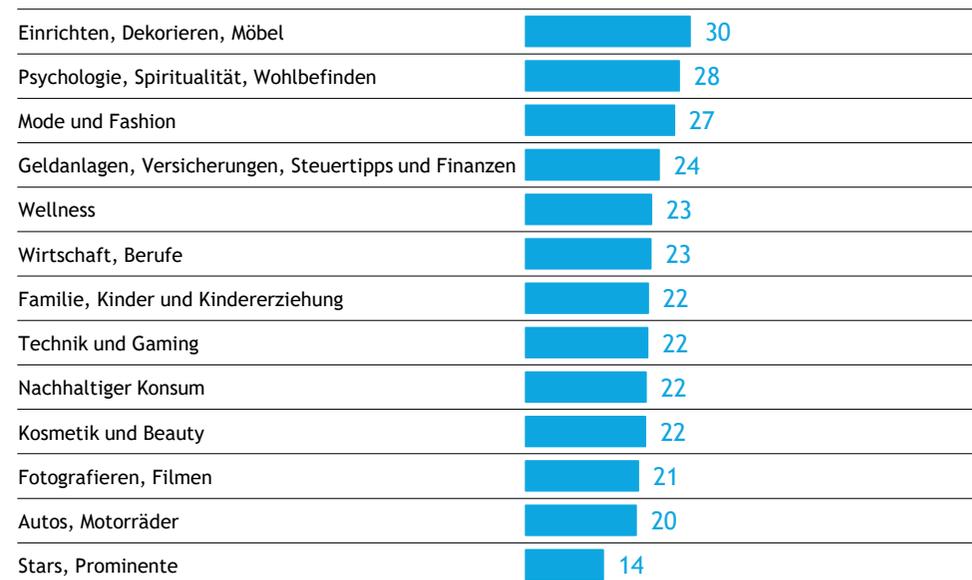
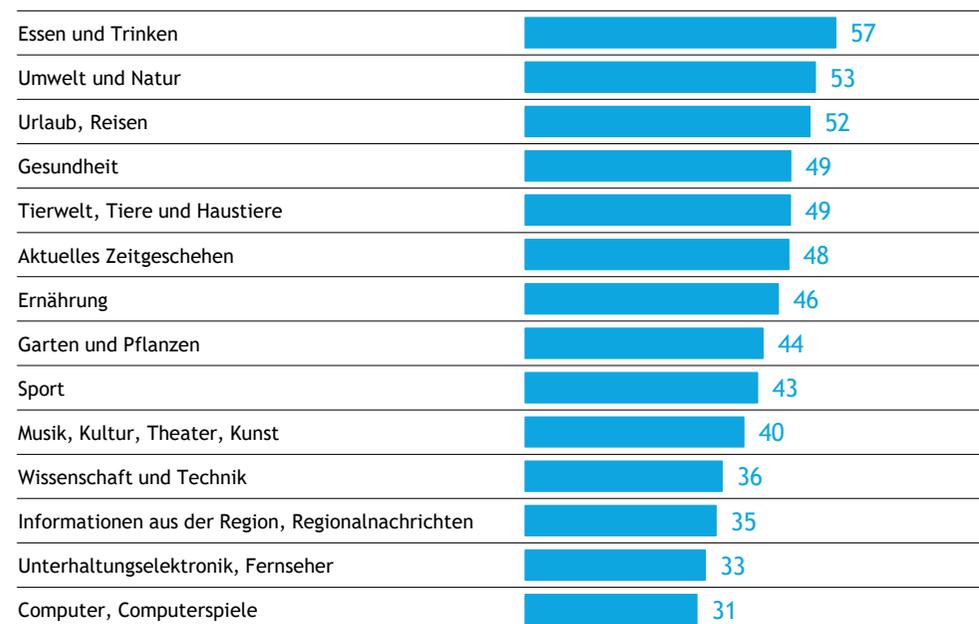
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

6

Anhang: Kommunikation

Themeninteresse allgemein

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Themeninteresse allgemein (1)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Essen und Trinken	57	55	64	60	56	59	53	49	60	40	67
Umwelt und Natur	53	58	75	49	61	46	45	59	39	33	60
Urlaub, Reisen	52	58	49	58	62	55	45	54	38	43	56
Gesundheit	49	58	54	48	56	50	40	60	35	32	51
Tierwelt, Tiere und Haustiere	49	45	57	45	53	45	55	56	47	32	50
Aktuelles Zeitgeschehen	48	43	66	42	56	45	48	43	41	30	60
Ernährung	46	60	53	53	55	45	31	53	31	28	48
Garten und Pflanzen	44	55	56	47	44	35	41	46	36	28	42
Sport	43	48	42	46	54	40	39	45	20	43	44
Musik, Kultur, Theater, Kunst	40	34	50	42	51	37	31	31	31	34	52
Wissenschaft und Technik	36	43	41	38	46	32	29	39	14	31	44
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	35	33	39	39	36	37	35	39	30	21	38
Unterhaltungselektronik, Fernseher	33	33	29	29	39	42	30	24	36	26	37
Computer, Computerspiele	31	26	27	30	46	37	32	27	31	27	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Einrichten, Dekorieren, Möbel	30	42	29	27	35	27	28	29	21	20	42
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	28	34	29	29	32	25	27	28	20	19	35
Mode und Fashion	27	36	16	26	31	29	24	23	19	23	44
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	24	33	24	29	39	21	18	20	5	22	28
Wellness	23	32	16	24	31	26	14	26	11	15	34
Wirtschaft, Berufe	23	35	24	27	35	23	10	25	5	16	24
Familie, Kinder und Kindererziehung	22	43	19	22	24	24	11	19	20	17	23
Technik und Gaming	22	26	19	22	40	24	15	21	9	19	26
Nachhaltiger Konsum	22	29	42	21	29	12	10	17	8	7	38
Kosmetik und Beauty	22	29	9	26	27	25	16	24	17	16	32
Fotografieren, Filmen	21	31	19	22	26	21	17	19	7	14	26
Autos, Motorräder	20	26	15	22	18	24	20	20	16	21	20
Stars, Prominente	14	19	10	14	17	19	10	10	13	10	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (1)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Essen und Trinken	57	47	67	54	54	57	61	57
Umwelt und Natur	53	52	54	50	47	53	56	58
Urlaub, Reisen	52	48	56	52	54	44	56	53
Gesundheit	49	40	58	46	46	46	50	55
Tierwelt, Tiere und Haustiere	49	37	60	46	45	51	49	51
Aktuelles Zeitgeschehen	48	51	46	32	43	46	58	60
Ernährung	46	39	54	45	49	50	45	44
Garten und Pflanzen	44	35	52	35	36	44	47	56
Sport	43	53	31	52	44	44	37	37
Musik, Kultur, Theater, Kunst	40	36	44	43	44	41	37	37
Wissenschaft und Technik	36	49	23	37	35	36	36	36
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	35	35	35	22	27	30	45	48
Unterhaltungselektronik, Fernseher	33	39	27	26	38	39	34	28
Computer, Computerspiele	31	44	19	38	35	34	28	22

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Einrichten, Dekorieren, Möbel	30	16	44	26	30	34	32	28
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	28	21	35	36	30	30	24	22
Mode und Fashion	27	15	39	36	26	28	24	21
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	24	32	17	32	27	24	22	17
Wellness	23	17	29	28	25	24	22	16
Wirtschaft, Berufe	23	30	15	24	28	24	22	16
Familie, Kinder und Kindererziehung	22	18	27	25	30	28	13	19
Technik und Gaming	22	32	13	29	33	26	17	7
Nachhaltiger Konsum	22	20	24	24	23	22	21	21
Kosmetik und Beauty	22	9	35	26	26	23	18	17
Fotografieren, Filmen	21	20	21	26	22	24	18	14
Autos, Motorräder	20	30	10	25	20	19	19	18
Stars, Prominente	14	7	22	13	18	19	11	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (1)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Essen und Trinken (z.B. Kochen, Backen, Grillen)	57	59	57	55	55	57	59
Umwelt und Natur	53	49	54	55	46	53	63
Urlaub, Reisen	52	42	50	60	34	55	66
Gesundheit	49	51	49	47	44	49	50
Tierwelt, Tiere und Haustiere	49	52	51	44	49	48	45
Aktuelles Zeitgeschehen (z.B. Politik, Gesellschaft, Umwelt)	48	44	45	54	35	51	64
Ernährung	46	42	47	49	39	48	49
Garten und Pflanzen	44	43	44	43	36	45	49
Sport	43	33	43	48	31	44	54
Musik, Kultur, Theater, Kunst	40	34	43	42	42	38	40
Wissenschaft und Technik	36	28	30	46	27	39	43
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	35	35	34	36	30	37	38
Unterhaltungselektronik, Fernseher	33	37	32	31	33	33	34
Computer, Computerspiele	31	30	30	33	34	32	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

Für welche der folgenden Themen interessieren Sie sich? Sie können alle Themen auswählen, für die Sie sich persönlich interessieren.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Einrichten, Dekorieren, Möbel	30	31	33	28	30	30	32
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	28	25	28	30	29	27	30
Mode und Fashion (z.B. Kleidung, Schuhe, Schmuck)	27	23	29	29	23	26	39
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	24	11	24	33	14	25	42
Wellness	23	18	26	24	18	23	36
Wirtschaft, Berufe	23	13	18	33	11	24	42
Familie, Kinder und Kindererziehung	22	23	21	23	26	20	25
Technik und Gaming (z.B. E-Sports, Auto, Software)	22	15	23	27	19	24	23
Nachhaltiger Konsum (z.B. Zero Waste, Fair Trade)	22	15	22	26	19	22	25
Kosmetik und Beauty (z.B. Körperpflege, Make-Up, Haarstyling)	22	20	24	21	24	21	22
Fotografieren, Filmen	21	14	21	24	20	22	21
Autos, Motorräder	20	19	21	20	14	23	22
Stars, Prominente	14	17	14	13	16	14	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

Urlaub und Reisen	 31
PC/Tablet/Smartphone	 24
Essen gehen (Restaurants)	 19
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	 15
Kaffee/Tee	 15
Kleidung/Mode	 15
Autos	 14
Möbel	 13
Fahrrad	 12
Küchenmöbel und -ausstattung	 11
Kosmetik/Parfüm	 10
Hochwertiger Schmuck	 9
Heimwerker-/Gartengeräte	 9

Spenden für wohltätige Zwecke	 8
High-End-HiFi-Equipment	 8
Wein/Champagner	 7
Hochwertige Spirituosen/Whisky	 7
Bier	 6
(Armband-)Uhren	 6
Handtaschen	 6
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	 5
Antiquitäten	 4
Modeschmuck	 3
Porzellan-/Glasarbeiten	 3
Keines dieser Produkte	 39

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Konsuminteressen (1)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Urlaub und Reisen	31	35	31	33	45	24	20	21	18	32	42
PC/Tablet/Smartphone	24	29	13	21	38	25	16	22	16	25	33
Essen gehen (Restaurants)	19	25	20	25	26	15	8	12	8	13	30
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	15	20	21	15	19	10	11	7	8	12	22
Kaffee/Tee	15	20	14	10	20	15	10	15	17	11	16
Kleidung/Mode	15	21	14	15	13	15	8	11	14	10	23
Autos	14	19	7	12	22	16	8	8	11	20	13
Möbel	13	19	14	14	14	13	5	12	11	8	17
Fahrrad	12	18	18	13	15	9	6	8	6	10	15
Küchenmöbel und -ausstattung	11	14	11	15	10	8	3	10	10	9	17
Kosmetik/Parfüm	10	13	2	17	16	13	6	5	7	8	11
Hochwertiger Schmuck	9	14	4	13	17	7	5	10	3	7	10
Heimwerker-/Gartengeräte	9	10	10	7	7	11	4	13	8	8	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Spenden für wohltätige Zwecke	8	12	10	9	8	6	4	8	4	5	18
High-End-HiFi-Equipment	8	7	5	6	16	7	6	8	7	7	11
Wein/Champagner	7	8	5	6	11	12	2	6	-	5	16
Hochwertige Spirituosen/Whisky	7	6	5	7	12	6	3	7	10	9	6
Bier	6	9	4	6	9	8	4	7	5	4	4
(Armband-)Uhren	6	7	1	5	9	5	2	10	7	10	6
Handtaschen	6	7	1	7	7	9	2	6	3	6	7
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	8	-	6	9	7	3	4	1	4	8
Antiquitäten	4	5	1	7	6	6	4	6	2	4	5
Modeschmuck	3	6	2	3	5	4	2	2	1	2	6
Porzellan-/Glasarbeiten	3	3	-	6	2	4	1	3	2	2	4
Keines dieser Produkte	39	32	39	35	19	38	57	47	59	40	28

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Konsuminteressen (1)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Urlaub und Reisen	31	32	29	42	36	26	28	22
PC/Tablet/Smartphone	24	30	16	40	32	17	17	12
Essen gehen (Restaurants)	19	19	18	28	21	16	17	11
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	15	15	15	18	19	15	13	11
Kaffee/Tee	15	16	13	15	21	10	17	10
Kleidung/Mode	15	15	15	23	18	15	9	9
Autos	14	17	11	22	19	12	9	8
Möbel	13	13	12	18	15	12	11	8
Fahrrad	12	14	10	15	15	13	11	8
Küchenmöbel und -ausstattung	11	10	12	17	12	8	8	7
Kosmetik/Parfüm	10	8	12	16	14	7	9	5
Hochwertiger Schmuck	9	8	10	16	14	6	6	4
Heimwerker-/Gartengeräte	9	10	8	8	10	9	10	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Spenden für wohltätige Zwecke	8	7	9	13	9	9	6	6
High-End-HiFi-Equipment	8	10	5	7	11	10	8	3
Wein/Champagner	7	9	5	9	10	7	6	5
Hochwertige Spirituosen/Whisky	7	10	3	8	10	7	5	5
Bier	6	10	1	8	9	3	5	5
(Armband-)Uhren	6	7	4	7	9	6	4	2
Handtaschen	6	3	8	11	7	5	4	2
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	5	6	8	7	3	5	1
Antiquitäten	4	5	4	5	6	5	4	2
Modeschmuck	3	3	3	8	6	0	1	1
Porzellan-/Glasarbeiten	3	2	3	3	3	4	2	1
Keines dieser Produkte	39	32	45	18	26	46	48	55

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (1)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Urlaub und Reisen	31	21	29	38	19	29	52
PC/Tablet/Smartphone	24	19	21	29	19	25	32
Essen gehen (Restaurants)	19	13	18	23	11	16	34
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	15	10	14	19	12	14	24
Kaffee/Tee	15	16	13	16	13	14	22
Kleidung/Mode	15	13	14	16	11	15	19
Autos	14	10	14	17	11	12	25
Möbel	13	13	12	14	9	12	22
Fahrrad	12	8	13	14	7	13	18
Küchenmöbel und -ausstattung	11	8	8	14	5	10	19
Kosmetik/Parfüm	10	8	9	12	7	10	13
Hochwertiger Schmuck	9	6	10	11	6	10	12
Heimwerker-/Gartengeräte	9	9	11	7	7	9	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

Für welche der folgenden Produkte/Gegenstände sind Sie bereit, überdurchschnittlich viel Geld auszugeben? Egal, ob Sie die Produkte für sich selbst oder für eine andere Person als Geschenk kaufen, z. B. als Belohnung oder zu einem besonderen Anlass.

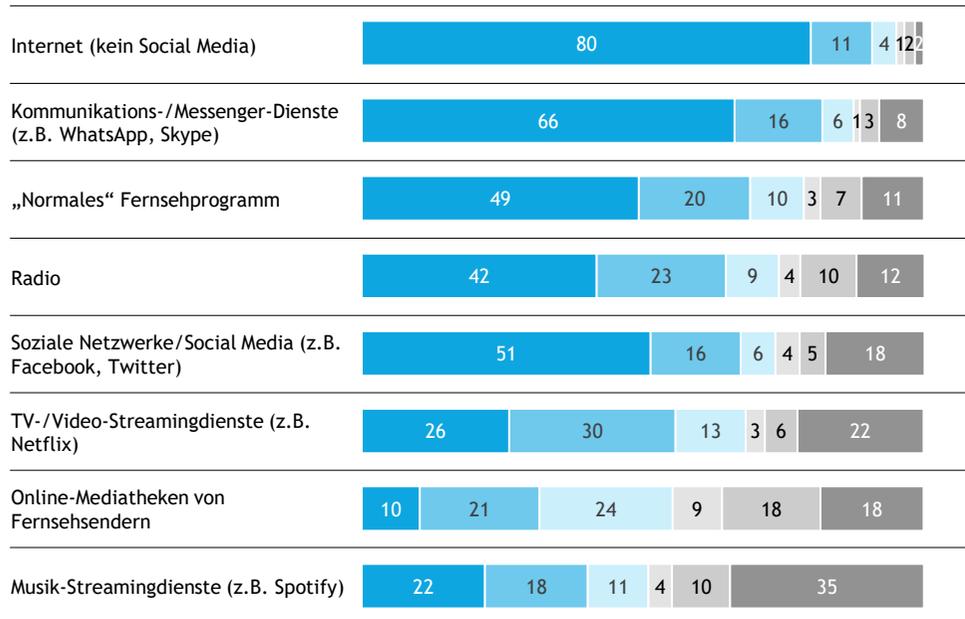
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Spenden für wohltätige Zwecke	8	6	8	10	9	7	15
High-End-HiFi-Equipment	8	5	7	10	5	9	8
Wein/Champagner	7	4	6	11	2	7	17
Hochwertige Spirituosen/Whisky	7	7	6	8	5	7	11
Bier	6	5	6	7	3	7	7
(Armband-)Uhren	6	6	4	7	6	5	9
Handtaschen	6	5	6	6	4	6	9
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	5	5	6	4	5	9
Antiquitäten	4	2	4	6	4	4	7
Modeschmuck	3	3	3	4	3	3	4
Porzellan-/Glasarbeiten	3	2	3	3	0	3	4
Keines dieser Produkte	39	51	40	29	53	38	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

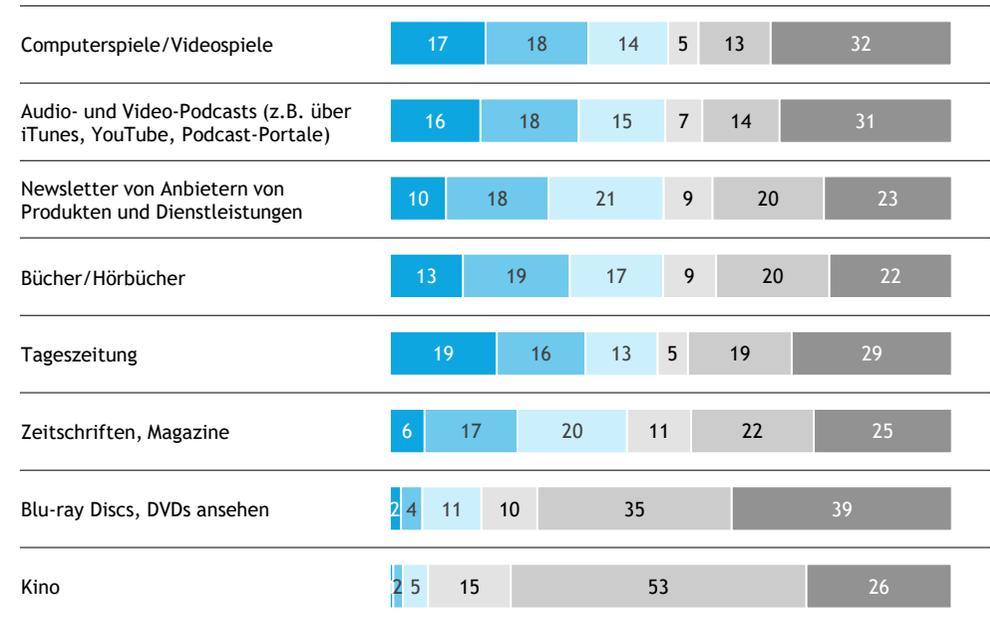
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Nun möchten wir gerne Ihre Gewohnheiten und Nutzungsweisen von Medien kennenlernen. Wie oft lesen, sehen, hören oder nutzen Sie folgende Medien/Angebote, unabhängig davon, ob Sie diese analog/offline oder digital/online nutzen.



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



- täglich
- mehrmals pro Woche
- mehrmals im Monat
- etwa einmal im Monat
- seltener
- nie

Mediennutzung

Wie oft lesen, sehen, hören oder nutzen Sie folgende Medien/Angebote, unabhängig davon, ob Sie diese analog/offline oder digital/online nutzen.

Antwortkategorie: „täglich / mehrmals die Woche / mehrmals im Monat“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Internet (kein Social Media)	95	99	97	97	98	98	94	90	86	89	97
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	88	87	89	87	93	88	83	91	77	85	94
„Normales“ Fernsehprogramm	79	82	79	77	70	82	81	83	82	77	74
Radio	74	82	72	77	75	80	71	78	67	71	66
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	74	76	61	77	89	81	66	58	64	77	80
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	68	70	66	71	83	69	58	55	52	70	82
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	55	63	55	52	63	62	44	51	34	59	62
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	51	58	52	61	68	49	30	35	23	53	70
Computerspiele/Videospiele	50	48	34	55	61	60	39	49	43	50	61
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	49	56	46	53	68	53	27	41	26	51	62
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	49	57	51	47	55	56	47	51	38	29	48
Bücher/Hörbücher	49	55	62	51	60	36	40	49	28	43	58
Tageszeitung	48	59	50	46	56	51	33	48	30	45	52
Zeitschriften, Magazine	42	57	41	47	43	45	26	43	32	46	41
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	18	10	17	23	26	11	20	12	15	8
Kino	7	9	5	10	8	7	2	4	-	17	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie oft lesen, sehen, hören oder nutzen Sie folgende Medien/Angebote, unabhängig davon, ob Sie diese analog/offline oder digital/online nutzen.

Antwortkategorie: „täglich / mehrmals die Woche / mehrmals im Monat“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Internet (kein Social Media)	95	96	94	94	96	95	97	94
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	88	86	89	94	93	89	82	81
„Normales“ Fernsehprogramm	79	81	77	59	74	77	86	96
Radio	74	76	73	61	75	75	79	80
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	74	72	75	91	84	75	64	56
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	68	70	67	84	82	75	60	42
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	55	61	50	55	56	57	55	54
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	51	51	51	83	63	52	37	22
Computerspiele/Videospiele	50	57	42	64	63	49	42	31
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	49	55	43	71	61	51	38	26
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	49	52	45	34	44	53	54	59
Bücher/Hörbücher	49	44	53	52	50	49	46	47
Tageszeitung	48	53	42	40	41	47	53	55
Zeitschriften, Magazine	42	47	37	34	35	45	48	48
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	20	12	22	20	16	13	11
Kino	7	8	6	17	7	7	3	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie oft lesen, sehen, hören oder nutzen Sie folgende Medien/Angebote, unabhängig davon, ob Sie diese analog/offline oder digital/online nutzen.

Antwortkategorie: „täglich / mehrmals die Woche / mehrmals im Monat“

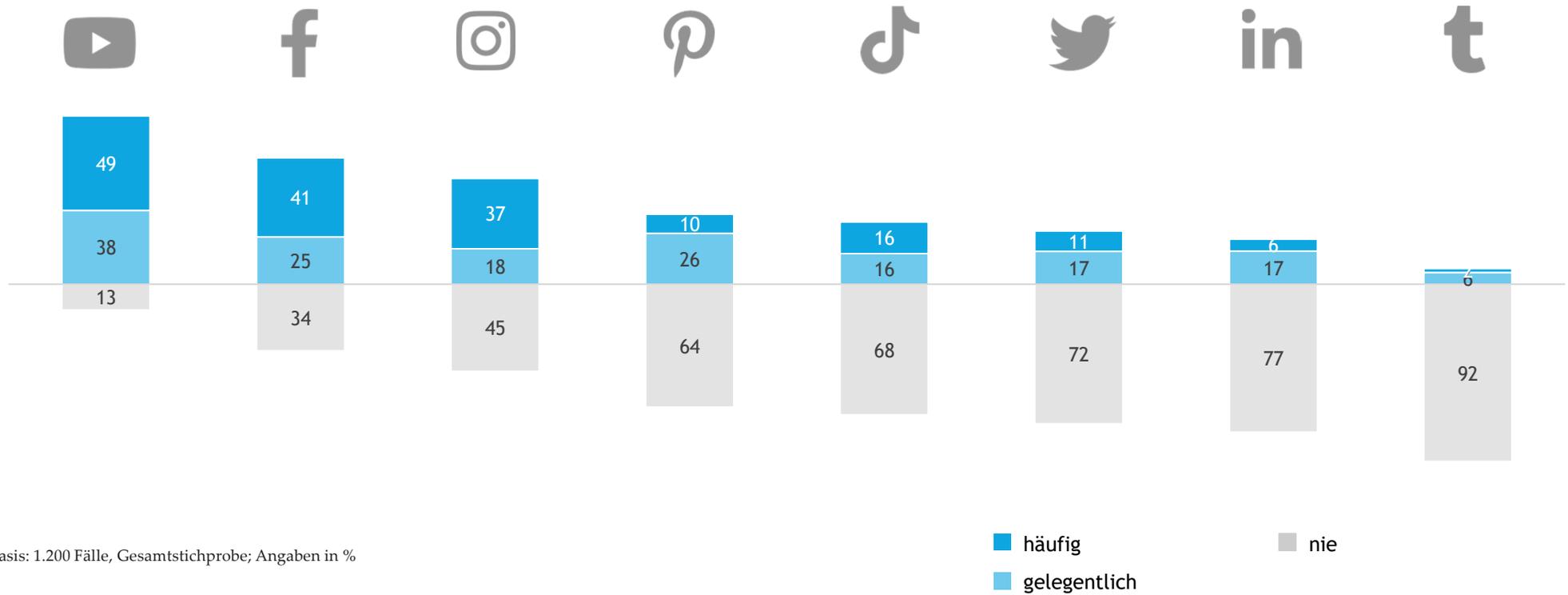
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Internet (kein Social Media)	95	90	96	98	92	96	98
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	88	84	85	92	80	89	94
„Normales“ Fernsehprogramm	79	85	76	77	77	79	83
Radio	74	75	73	75	65	77	82
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	74	68	74	77	74	73	80
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	68	57	70	75	60	69	82
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	55	47	55	61	44	59	67
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	51	32	54	61	42	51	62
Computerspiele/Videospiele	50	44	51	52	52	50	47
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	49	36	47	59	43	49	62
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	49	44	51	50	45	52	54
Bücher/Hörbücher	49	32	48	60	41	51	52
Tageszeitung	48	41	46	53	34	50	57
Zeitschriften, Magazine	42	35	42	47	31	46	53
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	14	14	20	18	15	19
Kino	7	4	7	8	5	7	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	49	61	37	51	60	52	38	43	29	52	59
Facebook	41	43	28	40	46	54	41	33	47	41	36
Instagram	37	45	34	42	51	41	20	20	14	37	50
TikTok	16	17	13	20	17	23	10	9	10	19	24
Twitter	11	10	7	15	16	13	5	8	2	14	15
Pinterest	10	12	5	16	13	12	5	8	3	10	14
LinkedIn	6	12	3	9	11	8	-	2	-	7	6
Tumblr	2	1	1	5	2	2	-	1	-	7	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
YouTube	49	55	42	71	64	50	34	25
Facebook	41	40	42	32	52	40	40	41
Instagram	37	33	40	71	48	33	20	13
TikTok	16	16	17	39	19	10	10	5
Twitter	11	15	6	18	12	12	7	5
Pinterest	10	7	13	16	11	11	6	7
LinkedIn	6	7	5	7	8	9	5	1
Tumblr	2	2	2	5	3	1	1	0

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
YouTube	49	37	51	54	51	49	45
Facebook	41	48	42	36	42	42	45
Instagram	37	22	37	46	33	37	40
TikTok	16	13	18	17	17	16	18
Twitter	11	7	11	12	8	11	15
Pinterest	10	8	12	10	10	10	10
LinkedIn	6	1	5	10	3	6	11
Tumblr	2	1	2	3	3	1	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	87	87	81	85	93	92	83	80	78	91	94
Facebook	66	68	54	67	70	76	57	61	71	69	62
Instagram	55	59	48	62	75	63	35	40	28	56	72
Pinterest	36	43	37	41	44	40	26	37	18	27	43
TikTok	32	34	21	35	39	41	21	27	24	38	40
Twitter	28	28	21	36	39	29	14	23	12	35	39
LinkedIn	23	31	20	29	39	27	6	20	2	26	28
Tumblr	8	10	4	17	11	8	2	7	1	11	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
YouTube	87	89	84	95	93	89	83	75
Facebook	66	66	65	65	73	68	63	60
Instagram	55	53	57	89	67	52	38	31
Pinterest	36	26	46	54	35	34	30	30
TikTok	32	33	32	59	36	32	22	14
Twitter	28	35	20	46	32	28	21	14
LinkedIn	23	26	21	33	31	28	16	11
Tumblr	8	10	7	17	10	9	4	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

Wie häufig nutzen Sie persönlich die folgenden Plattformen bzw. Social Media (egal, ob beruflich oder privat und egal mit welchem Gerät)?

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

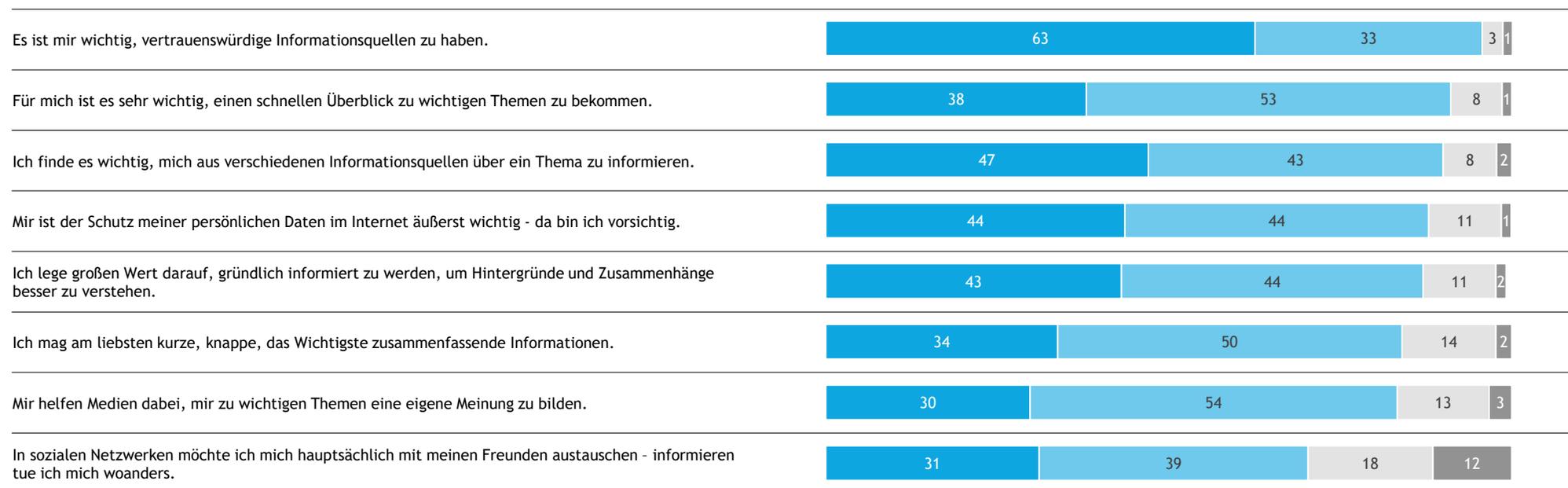
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
YouTube	87	82	87	89	83	88	88
Facebook	66	70	68	61	69	67	66
Instagram	55	38	56	65	50	55	63
Pinterest	36	32	42	35	34	39	36
TikTok	32	28	36	32	33	34	29
Twitter	28	19	27	34	24	29	34
LinkedIn	23	9	19	37	15	25	36
Tumblr	8	5	10	9	10	8	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ trifft voll und ganz zu ■ trifft eher nicht zu
■ trifft eher zu ■ trifft überhaupt nicht zu

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	96	98	99	94	95	96	96	96	94	89	98
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	95	91	94	92	93	92	84	86	85	94
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	90	95	96	91	95	90	86	89	81	74	97
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	88	93	91	89	86	91	89	84	93	78	82
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	87	92	96	86	92	88	82	88	84	72	93
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	84	83	78	85	83	86	94	84	84	79	85
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	83	87	86	88	91	86	74	77	72	72	90
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	70	74	73	77	65	75	67	68	61	69	70

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	96	95	96	92	95	95	99	98
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	89	93	89	89	89	93	95
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	90	91	89	89	89	91	92	89
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	88	87	89	76	86	89	93	95
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	87	89	86	83	89	89	90	89
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	84	78	90	83	82	82	85	89
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	83	84	83	86	81	79	85	84
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	70	71	70	71	71	74	69	66

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	96	95	96	96	95	96	97
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	90	92	92	91	91	93
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	90	85	88	95	86	90	96
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	88	92	90	84	88	86	92
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	87	86	87	90	83	89	92
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	84	87	85	82	84	83	83
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	83	80	82	86	79	84	88
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	70	67	71	72	72	69	76

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	63	70	90	57	66	46	55	70	64	36	69
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	47	49	65	45	60	36	35	64	41	25	52
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	44	54	47	36	42	33	43	64	69	23	38
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	43	48	61	38	52	34	32	60	41	24	44
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	38	40	45	39	41	30	35	38	46	27	41
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	34	40	33	37	30	24	39	40	39	28	34
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	31	35	34	31	32	27	29	33	34	21	36
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	30	35	37	29	42	24	20	27	30	20	31

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators
 CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	63	61	64	55	60	63	68	66
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	47	49	45	45	47	50	50	44
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	44	40	47	32	40	44	49	52
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	43	46	40	36	43	45	47	45
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	38	35	41	39	37	36	40	37
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	34	30	38	38	34	29	36	31
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	31	33	30	27	31	35	32	31
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	30	31	28	24	30	33	35	25

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

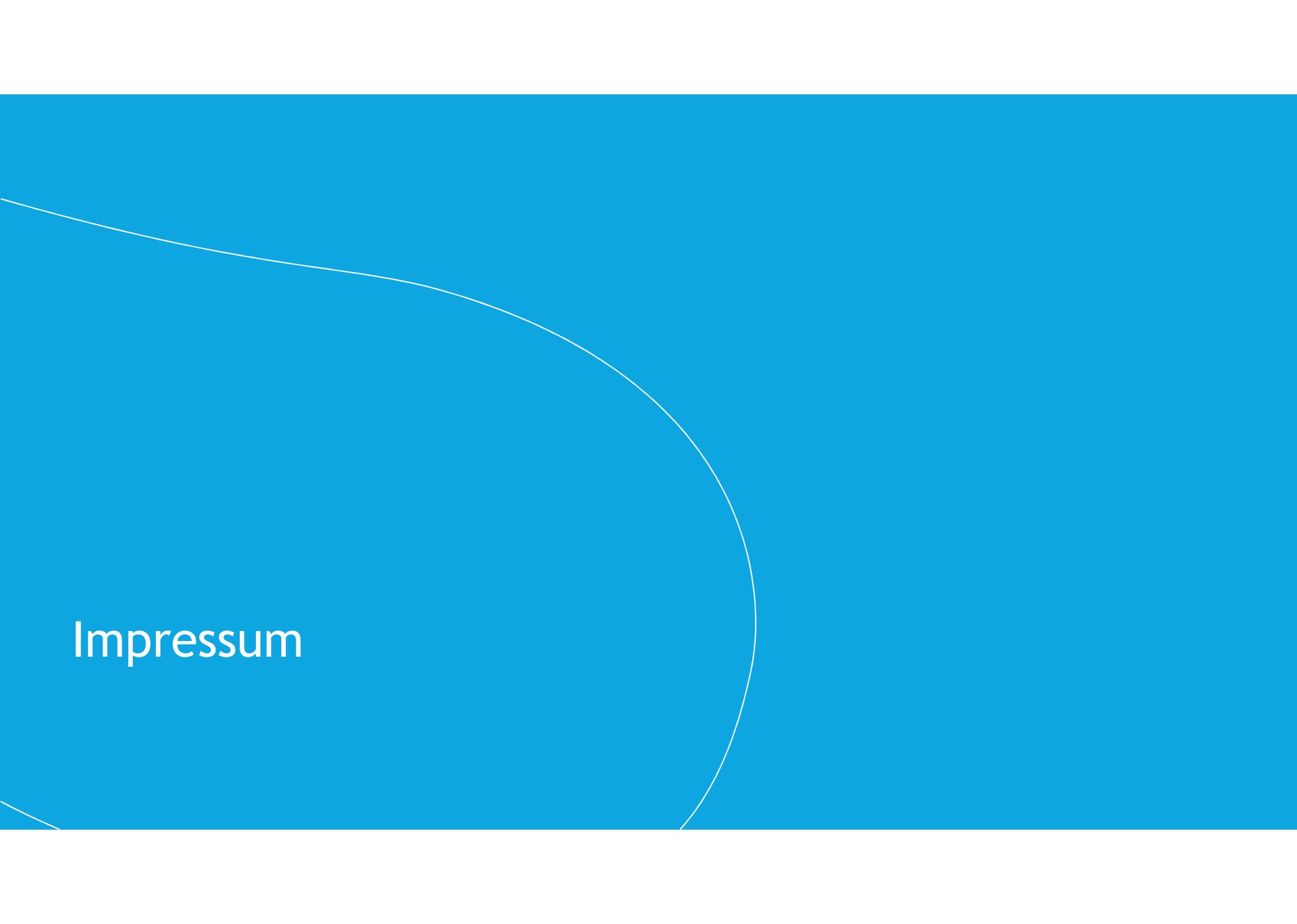
Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.247 €)	Mittel 60-140% (1.247-2.910 €)	Hoch >140% (>2.910 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	63	60	60	66	57	64	70
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	47	42	42	54	40	47	59
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	44	55	41	39	48	42	42
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	43	40	41	47	39	43	51
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	38	39	39	36	37	37	43
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	34	37	35	31	35	34	32
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	31	33	29	31	33	30	36
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	30	28	26	33	31	29	33

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert



Impressum

Ansprechpartner*innen



Dr. Christoph Schleer
Associate Director Research & Consulting
christoph.schleer@sinus-institut.de
+49 6221 8089-27



Naima Wisniewski
Research & Consulting
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54

sinus:

© Copyright 2021

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe