



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

Sozialökologische Transformation

Länderbericht Kanada

**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 Umbruch. Berichte über Hitzerekorde, Unwetter und Waldbrände scheinen kein Ende zu nehmen. Lange wurde klimapolitisch laviert; nun müssen rasch Fortschritte beim Ausstieg aus den fossilen Brennstoffen und beim Aufbau einer auf Erneuerbaren beruhenden Energieversorgung und Industrieproduktion erzielt werden.
- Gleichzeitig aber berührt der Druck zur Veränderung nun auch die Bürgerinnen und Bürger zunehmend direkt. Der Weg zur klimaneutralen Gesellschaft und Wirtschaft ist mit enormen technologischen, ökonomischen und sozialen Herausforderungen verbunden: 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, wie stark und unter welchen Voraussetzungen unterschiedliche soziale 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: 25 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



Stichprobengröße

1.201 Personen



Befragungszeitraum

09.06. - 30.06.2023

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 Kanada**. 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:* „No school education or vocational training (yet)“ oder „Less than high school diploma“; *mittel:* „High school diploma or equivalent certificate (GED)“ oder „Certificate of Apprenticeship or Certificate of Qualification (Journey person's designation)“ oder „Non-university certificate or diploma / other trades certificate or diploma with duration of less than 2 years“; *hoch:* „Non-university certificate or diploma / other trades certificate or diploma with duration of more than 2 years“ oder „University (e.g. Bachelor's degree, first professional degree, Master's degree, Earned doctorate)“
 - **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 der OECD verfügbaren Medianwerte („Median disposable income“) in drei Gruppen (unter 60 %, 60-140 %, über 140 % des Medianeinkommens) eingeteilt.

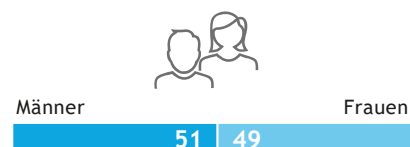
Methodik und Stichprobe

Auswertung der Befragungsergebnisse

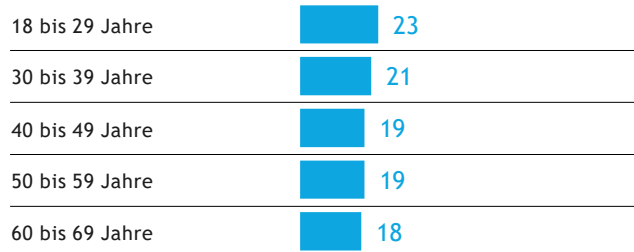
- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
 - Die Milieuperspektive 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

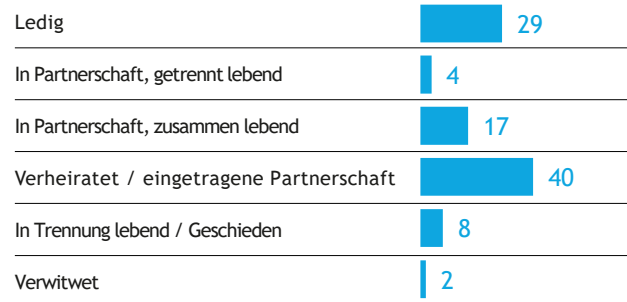
Geschlecht



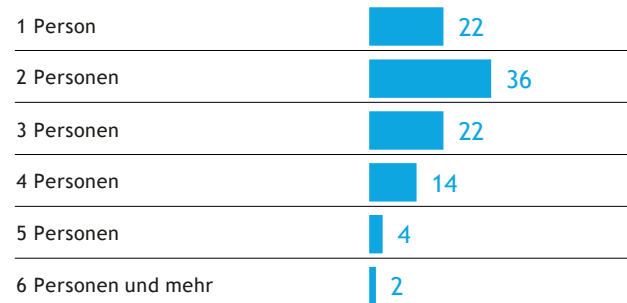
Alter ø 43,8 Jahre



Familienstand



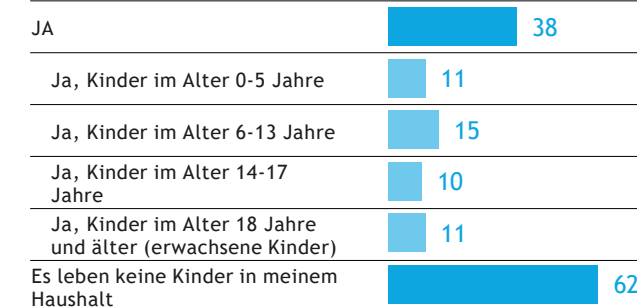
Personen im Haushalt



Bildungsabschluss



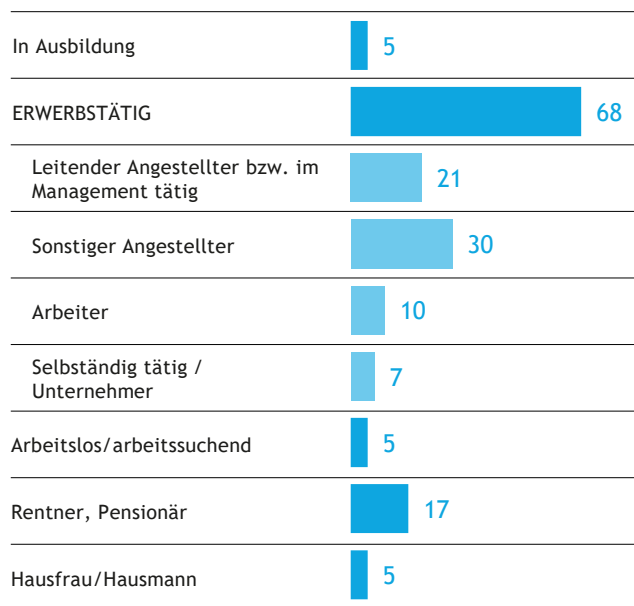
Kinder im Haushalt



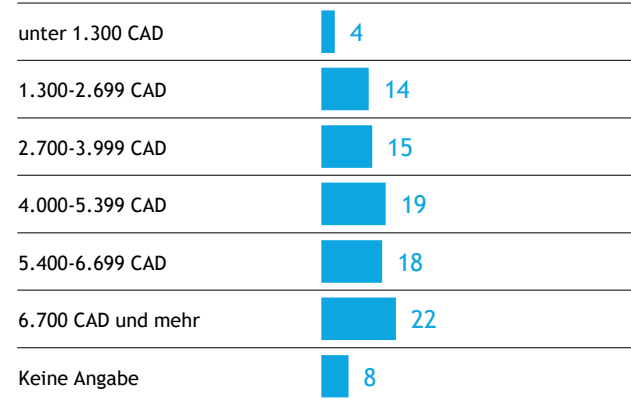
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Demografische Struktur der Stichprobe

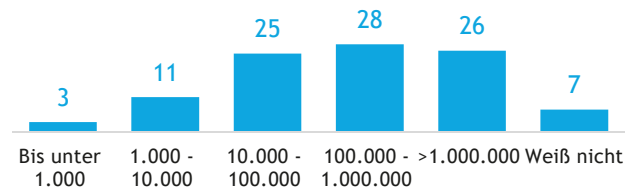
Berufstätigkeit / Stellung im Beruf



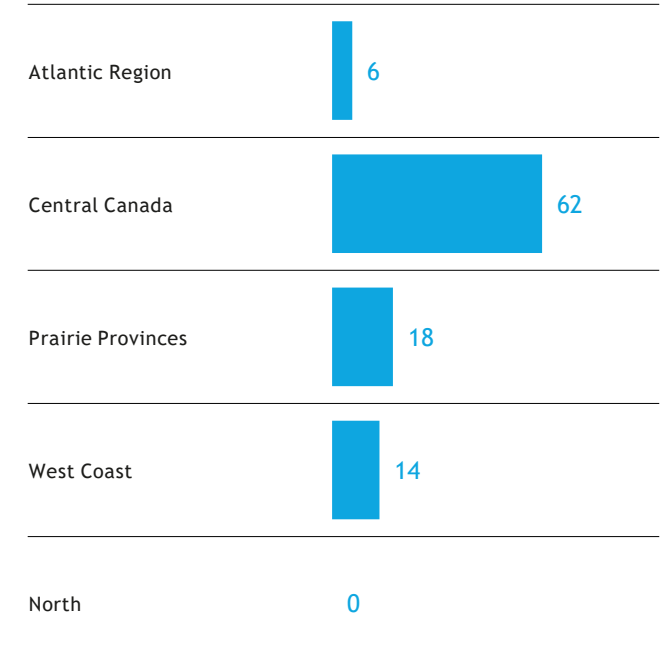
Haushaltsnettoeinkommen



Wohnortgröße (Anzahl Einwohner)



Region

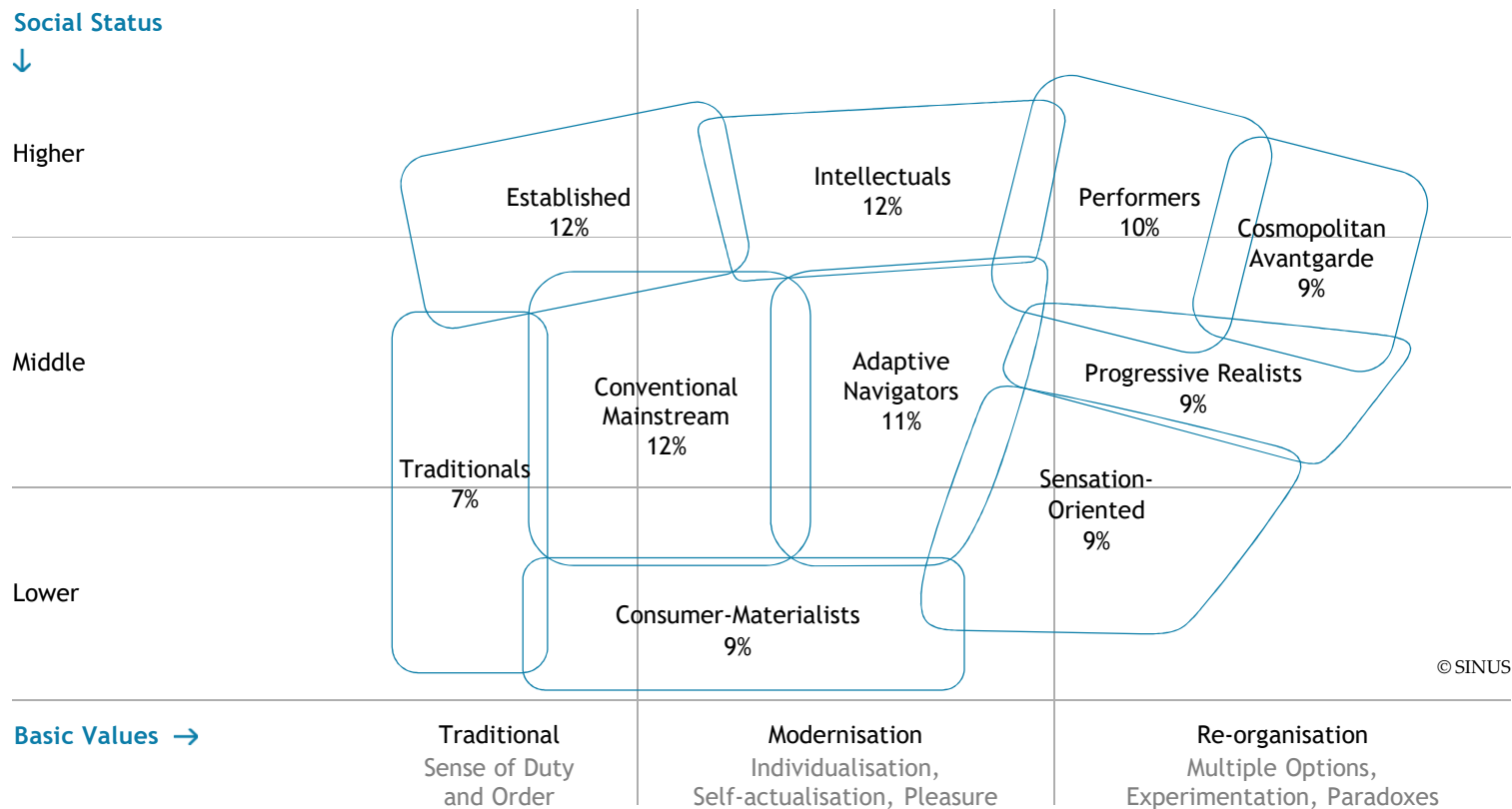


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Die Sinus-Meta-Milieus[®] in Kanada

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 67% Nennungen wird das Gesundheitswesen bzw. die Pflege am häufigsten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt. Die Inflation/sinkende Kaufkraft rangiert mit 58% Nennungen an zweiter Stelle. Am dritthäufigsten wird der Umwelt-, Natur- und Klimaschutz genannt (50%).

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

- Zu den fünf größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen zählen die Befragten am häufigsten den Klimawandel bzw. klimaschädliche Emissionen (60%), Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung (59%) und die Verschmutzung der Luft bzw. die Luftqualität (50%). Am vierthäufigsten wird die Verschmutzung des Wassers bzw. die Wasserqualität genannt (46%), am fünfthäufigsten der Zustand der Meere (43%). Am seltensten wird der zunehmende Verkehr und Lärm als vorrangiges umweltpolitisches Handlungsfeld gesehen (17%).

Relevanz des Themas Klimawandel

- Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hält den Klimawandel für ein (sehr) wichtiges Thema für Kanada: Auf einer Skala von 0 „völlig irrelevant“ bis 10 „absolut wichtig“ wählen 62% der Befragten die Skalenpunkte 8 bis 10, weitere 23% die Skalenpunkte 6 bis 7. Im Gegensatz dazu sind es nur 4% der Befragten, die die Skalenpunkte 0 bis 2 wählen. Der Skalen-Mittelwert liegt bei 7,6.

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Einstellungen zum Klimawandel

- 93% der Befragten sind der Meinung, dass die Menschheit durch die Zerstörung der Natur ihre Lebensgrundlagen gefährdet (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 54%). Dabei sagen 81%, sie hätten Angst vor den Folgen des Klimawandels (höchste Zustimmungsstufe: 40%), während 38% meinen, es werde vieles sehr übertrieben, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht (höchste Zustimmungsstufe: 13%). Bei der Frage, ob es in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel gibt, stimmen 58% zu (höchste Zustimmungsstufe: 21%) und 42% 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 55% zustimmen (höchste Zustimmungsstufe: 13%), stimmen 45% dagegen.

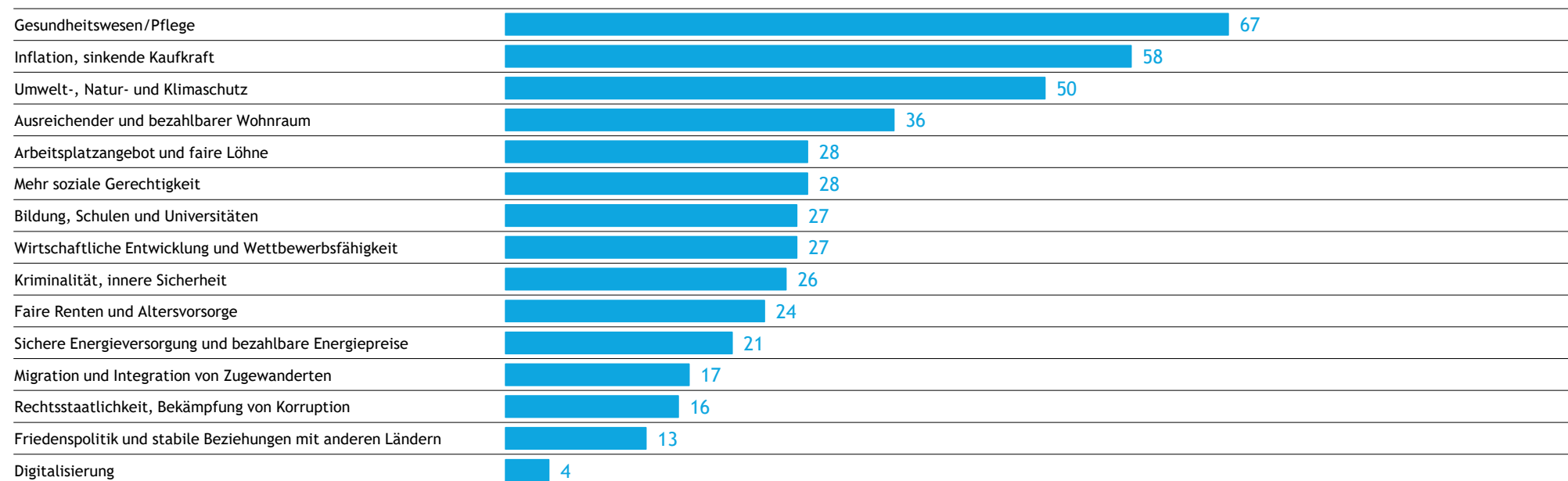
Folgen des Klimawandels

- Die Zunahme von extremen Wetterereignissen macht der Bevölkerung mit Abstand am meisten Angst: 65% der Befragten zählen die Zunahme von extremen Wetterereignissen zu den fünf Folgen des Klimawandels, die ihnen am meisten Angst machen. Mit 47% Nennungen werden Waldbrände und das Waldsterben am zweithäufigsten genannt. Am dritthäufigsten haben die Befragten Angst vor der Zunahme von humanitären Krisen bzw. einer Ausbreitung von (neuen) Krankheiten (44%). Deutlich weniger Befragte haben Angst vor einer verstärkten Zuwanderung und Migration (16%).

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

Politisch relevante Themen



Basis: 1.201 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 Kanada kümmern sollte?
Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Gesundheitswesen/Pflege	67	71	88	55	57	62	74	76	69	45	68
Inflation, sinkende Kaufkraft	58	62	49	58	51	57	65	57	71	55	54
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	50	61	78	44	51	49	40	49	30	30	60
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	36	34	39	34	35	26	36	41	44	29	45
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	28	30	14	36	35	31	28	26	29	23	29
Mehr soziale Gerechtigkeit	28	29	42	26	24	22	24	28	29	29	28
Bildung, Schulen und Universitäten	27	26	34	34	31	22	28	24	16	24	34
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	27	27	21	35	29	26	24	22	17	36	30
Kriminalität, innere Sicherheit	26	26	24	31	27	16	32	36	26	25	20
Faire Renten und Altersvorsorge	24	28	16	18	27	27	28	34	34	17	14
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	20	14	16	21	30	28	19	13	20	22
Migration und Integration von Zugewanderten	17	14	18	24	14	21	20	11	12	14	16
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	16	15	7	13	11	11	22	16	25	23	15
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	13	14	11	17	12	16	8	12	4	16	24
Digitalisierung	4	2	1	6	4	4	5	3	3	6	5

Basis: 1.201 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 Kanada 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
Gesundheitswesen/Pflege	67	60	74	53	56	68	81	81
Inflation, sinkende Kaufkraft	58	58	58	45	58	67	66	57
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	50	49	50	54	46	42	52	55
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	36	29	42	33	38	37	36	36
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	28	27	29	39	33	29	22	14
Mehr soziale Gerechtigkeit	28	24	32	29	27	27	28	30
Bildung, Schulen und Universitäten	27	25	30	33	32	27	24	19
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	27	34	19	28	31	32	23	18
Kriminalität, innere Sicherheit	26	26	26	23	24	29	27	29
Faire Renten und Altersvorsorge	24	22	26	16	18	19	25	44
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	26	15	29	19	14	20	18
Migration und Integration von Zugewanderten	17	20	13	19	18	17	13	16
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	16	19	13	16	14	17	17	15
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	13	16	11	18	17	10	11	10
Digitalisierung	4	5	2	8	4	2	1	2

Basis: 1.201 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 Kanada kümmern sollte? Bitte wählen Sie bis zu 5 Themen aus.

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Gesundheitswesen/Pflege	67	60	70	66	68	65	63
Inflation, sinkende Kaufkraft	58	50	62	57	62	58	44
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	50	43	44	53	49	51	52
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	36	33	38	36	38	33	36
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	28	31	31	26	32	26	20
Mehr soziale Gerechtigkeit	28	33	31	27	33	24	26
Bildung, Schulen und Universitäten	27	16	25	30	28	27	24
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	27	11	20	32	19	34	32
Kriminalität, innere Sicherheit	26	27	26	26	24	28	24
Faire Renten und Altersvorsorge	24	38	32	18	27	24	16
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	18	22	20	16	23	35
Migration und Integration von Zugewanderten	17	18	12	18	16	16	20
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	16	16	18	14	16	16	15
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	13	10	11	15	12	14	22
Digitalisierung	4	2	2	5	4	3	7

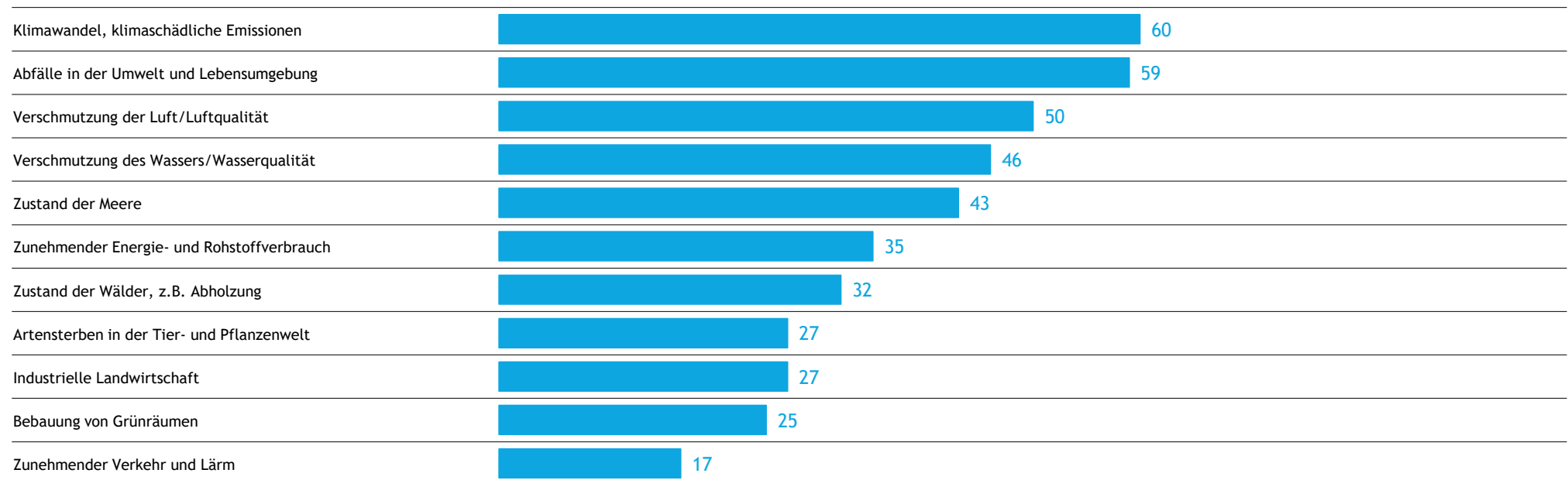
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ 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: 1.201 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
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	60	67	89	60	54	55	56	59	42	38	75
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	59	59	60	59	60	52	66	62	57	47	63
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	50	58	46	54	45	44	52	53	46	50	49
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	46	44	49	42	44	48	51	50	48	41	41
Zustand der Meere	43	47	48	36	34	34	49	48	42	33	55
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	35	34	30	45	40	37	38	22	23	37	40
Zustand der Wälder, z.B. Abholzung	32	25	36	28	31	27	36	40	40	28	35
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	27	28	35	25	31	19	26	27	29	24	29
Industrielle Landwirtschaft	27	22	26	28	33	29	29	33	20	20	28
Bebauung von Grünräumen	25	27	23	25	19	28	31	24	20	25	24
Zunehmender Verkehr und Lärm	17	22	9	23	17	13	16	13	14	30	13

Basis: 1.201 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
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	60	57	63	61	59	55	63	64
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	59	59	58	61	56	59	56	60
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	50	52	48	49	51	48	51	50
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	46	45	47	40	46	47	49	50
Zustand der Meere	43	42	43	34	38	45	50	50
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	35	41	29	42	40	38	31	22
Zustand der Wälder, z.B. Abholzung	32	31	34	28	29	34	34	37
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	27	26	28	32	24	25	27	28
Industrielle Landwirtschaft	27	25	29	25	29	21	25	33
Bebauung von Grünräumen	25	23	27	28	26	21	22	27
Zunehmender Verkehr und Lärm	17	20	14	21	18	17	15	13

Basis: 1.201 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.

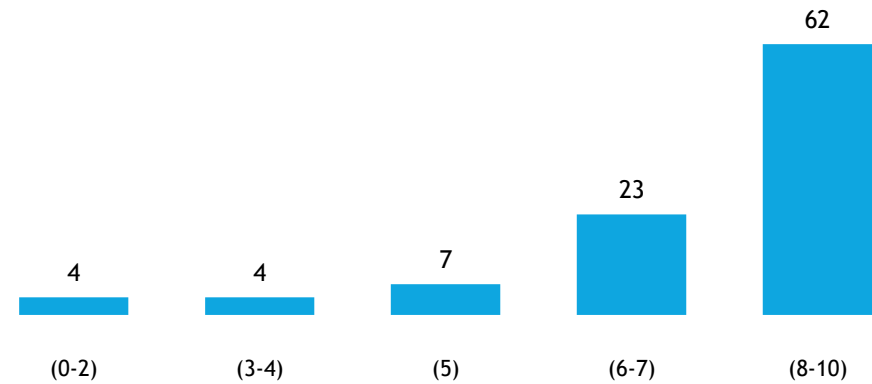
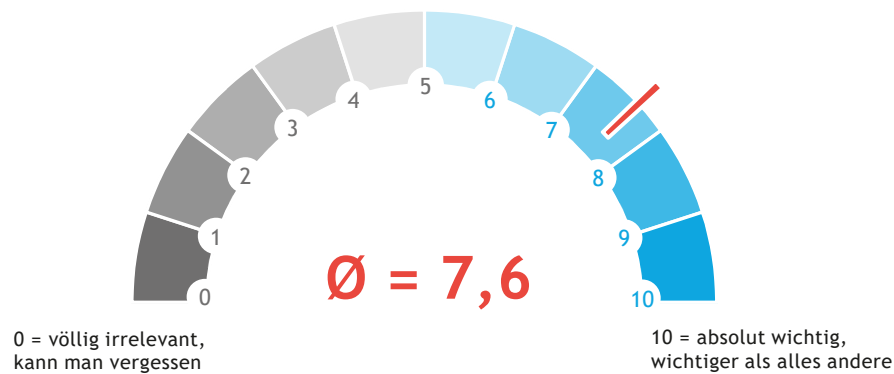
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	60	54	49	66	60	59	63
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	59	56	53	62	57	58	63
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	50	56	56	46	47	52	48
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	46	54	51	43	47	46	41
Zustand der Meere	43	44	46	41	44	42	38
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	35	23	29	40	30	37	46
Zustand der Wälder, z.B. Abholzung	32	40	33	31	36	30	27
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	27	26	30	26	29	28	21
Industrielle Landwirtschaft	27	22	31	25	29	26	24
Bebauung von Grünräumen	25	17	26	25	27	24	20
Zunehmender Verkehr und Lärm	17	9	16	19	16	19	14

Basis: 1.201 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 Kanada?



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 Kanada?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	22	25	38	26	20	6	20	26	10	12	32
9	16	20	18	20	23	9	17	12	8	10	22
8	24	30	28	22	22	25	20	32	22	22	20
7	16	8	12	14	15	24	18	13	14	21	15
6	7	7	1	8	6	11	2	7	10	13	9
5	7	5	3	2	8	12	10	5	17	7	1
4	1	1	1	-	3	3	3	2	-	2	-
3	3	2	-	2	2	3	4	-	5	9	1
2	1	-	-	1	-	1	1	-	6	1	-
1	1	-	-	1	1	-	2	1	4	1	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	2	2	-	2	-	5	4	3	4	2	1
Mittelwert	7,6	8,1	8,7	8,0	7,8	6,7	7,3	7,8	6,3	6,9	8,0

Basis: 1.201 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 Kanada?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	22	18	24	23	22	19	19	25
9	16	14	18	15	21	15	13	16
8	24	25	23	27	20	22	29	23
7	16	17	14	18	15	18	14	12
6	7	7	7	7	10	6	6	6
5	7	8	6	4	6	8	9	9
4	1	2	1	2	2	2	1	1
3	3	4	2	1	3	4	4	3
2	1	1	0	0	0	2	1	1
1	1	1	1	1	-	1	1	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	2	3	2	2	2	2	3	2
Mittelwert	7,6	7,3	7,8	7,8	7,8	7,3	7,4	7,6

Basis: 1.201 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 Kanada?

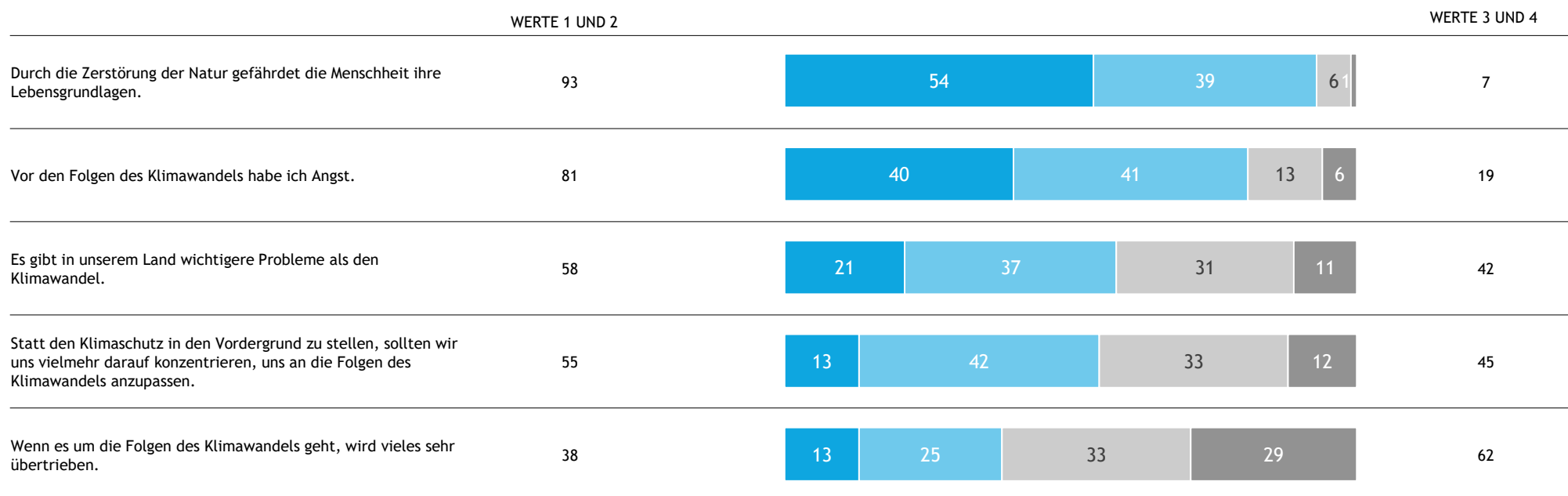
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	22	30	21	21	22	20	23
9	16	10	13	18	17	18	10
8	24	22	21	26	23	23	28
7	16	8	15	16	15	16	17
6	7	7	9	6	6	9	8
5	7	13	8	6	8	6	5
4	1	-	3	1	2	2	1
3	3	1	4	3	2	3	4
2	1	1	2	0	1	1	0
1	1	4	1	0	1	1	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	2	3	4	2	2	2	2
Mittelwert	7,6	7,4	7,2	7,8	7,6	7,6	7,6

Basis: 1.201 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: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher 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.	93	98	98	92	94	88	91	96	89	81	97
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	81	90	93	84	83	75	74	87	59	74	92
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	58	53	24	67	64	72	66	48	70	71	48
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	55	50	25	56	56	60	65	54	61	67	58
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	31	6	42	38	50	46	34	45	61	33

Basis: 1.201 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.	93	89	95	93	92	90	92	94
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	81	78	84	89	84	74	76	79
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	58	63	54	64	62	61	54	46
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	55	59	51	58	61	55	47	51
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	46	31	44	48	40	31	26

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	93	93	92	93	93	92	93
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	81	70	76	85	81	81	81
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	58	57	62	56	55	61	62
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	55	63	61	51	56	55	61
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	38	40	43	36	34	41	45

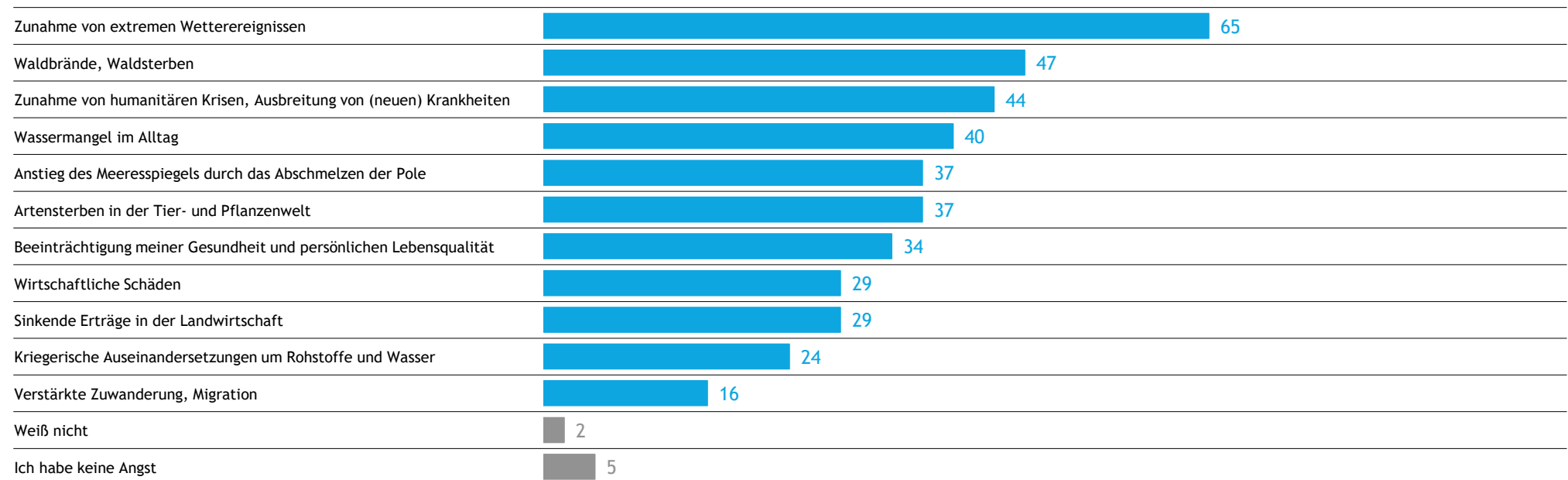
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ 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: 1.201 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	65	70	86	61	62	52	66	73	54	52	76
Waldbrände, Waldsterben	47	59	53	54	40	38	44	54	40	36	51
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	44	51	58	43	39	38	45	46	36	32	50
Wassermangel im Alltag	40	44	49	37	29	32	42	50	40	30	51
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	37	44	43	41	39	36	36	30	22	26	46
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	37	39	49	36	42	30	36	34	32	26	46
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	34	44	31	34	38	30	34	31	22	32	42
Wirtschaftliche Schäden	29	35	16	36	27	27	31	26	23	38	34
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	29	23	28	25	30	32	27	41	33	28	28
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	24	20	28	29	27	21	24	22	25	19	24
Verstärkte Zuwanderung, Migration	16	10	11	15	17	13	19	18	20	23	12
Weiß nicht	2	1	1	1	1	1	2	2	6	1	-
Ich habe keine Angst	5	-	-	4	3	10	9	3	11	7	1

Basis: 1.201 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	65	60	70	62	64	61	71	70
Waldbrände, Waldsterben	47	41	53	41	46	47	50	53
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	44	42	46	42	45	42	44	49
Wassermangel im Alltag	40	35	46	42	37	37	40	44
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	37	38	36	40	36	33	35	38
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	37	33	41	41	37	33	37	36
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	34	31	37	44	37	33	23	30
Wirtschaftliche Schäden	29	34	24	34	31	28	30	21
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	29	31	26	29	27	28	28	34
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	24	27	21	31	25	20	22	20
Verstärkte Zuwanderung, Migration	16	20	11	17	18	13	13	15
Weiß nicht	2	2	1	-	1	2	2	2
Ich habe keine Angst	5	6	4	3	4	6	6	5

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Zunahme von extremen Wetterereignissen	65	60	57	70	64	66	65
Waldbrände, Waldsterben	47	45	47	47	47	46	46
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	44	32	40	47	41	46	46
Wassermangel im Alltag	40	47	42	39	42	38	40
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	37	29	34	39	35	38	39
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	37	39	35	38	39	36	33
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	34	34	31	35	32	34	37
Wirtschaftliche Schäden	29	22	25	32	26	32	32
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	29	36	31	27	30	30	26
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	24	21	21	26	22	27	23
Verstärkte Zuwanderung, Migration	16	17	14	16	17	17	10
Weiß nicht	2	2	2	1	2	0	1
Ich habe keine Angst	5	7	8	3	5	4	5

Basis: 1.201 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

- 91% 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 „stimme voll und ganz zu“: 51%).
- Darüber hinaus wären 86% der Befragten bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt würden (höchste Zustimmungsstufe: 36%).
- Etwas weniger, aber immer noch ca. drei Viertel (73%) stellt den Anspruch an sich, aktiv an der Veränderung der Gesellschaft beizutragen (höchste Zustimmungsstufe: 24%).

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 87% sind der Meinung, dass wir bereit sein sollten, zugunsten der Umwelt unseren Lebensstil zu ändern (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 41%). 48% 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: 13%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 75% wären bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden (höchste Zustimmungsstufe: 27%). Allerdings glauben 40% 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 38% (höchste Zustimmungsstufe: 11%).
- 71% befürchten, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen mit persönlich hohen Kosten verbunden ist (höchste Zustimmungsstufe: 24%). Weiterhin hält rund die Hälfte (55%) entsprechende Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz für sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten (höchste Zustimmungsstufe: 17%). Dass es persönlich an finanziellen Möglichkeiten fehlt, um etwas für den Klimaschutz zu tun, sagen 50% (höchste Zustimmungsstufe: 18%).
- 62% geben an, sich zu ärgern, wenn andere einem vorschreiben wollen, wie man zu leben hat (höchste Zustimmungsstufe: 24%). Darüber hinaus beklagen 51%, man könne bald überhaupt nichts mehr machen, wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt (höchste Zustimmungsstufe: 18%).
- 59% sind der Auffassung, die Wirtschaft wisse am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann (höchste Zustimmungsstufe: 16%). Außerdem meinen 36%, dass Wissenschaft und Technik das Problem des Klimawandels lösen werden, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen (höchste Zustimmungsstufe: 11%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 45% geben zu bedenken, dass Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen können (höchste Zustimmungsstufe: 13%). Weiterhin sagen 43%, der Erhalt von Arbeitsplätzen sei wichtiger als Klima- und Umweltschutz (höchste Zustimmungsstufe: 14%). Dass die Bekämpfung des Klimawandels unserer Wirtschaft schadet, meinen ebenfalls 43% (höchste Zustimmungsstufe: 14%).
- 42% der Befragten finden es schwierig, das eigene Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten (höchste Zustimmungsstufe: 12%). Darüber hinaus sagen 65%, die mangelnde Infrastruktur mache es unmöglich, auf das Auto zu verzichten (höchste Zustimmungsstufe: 26%). 28% geben an, es nicht einzusehen, das eigene Verhalten zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert (höchste Zustimmungsstufe: 10%).

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Nach Auffassung von 93% der Befragten trägt jeder Einzelne Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 52%). Außerdem meinen 90%, Umweltschutz sei eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht (höchste Zustimmungsstufe: 44%). Dass mehr Umweltschutz auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle bedeutet, sagen 87% (höchste Zustimmungsstufe: 43%). Persönlich verantwortlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt fühlen sich 86% (höchste Zustimmungsstufe: 36%).
- 89% meinen, es fördere ihre Lebensqualität erheblich, wenn sie Zeit in der Natur verbringen (höchste Zustimmungsstufe: 46%). Außerdem fühlen sich 84% der Befragten mit der Natur stark verbunden (höchste Zustimmungsstufe: 39%).

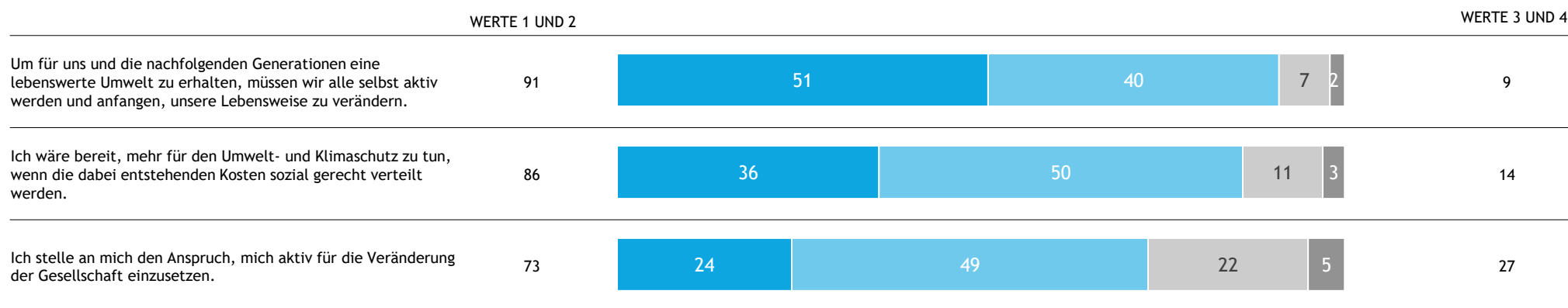
Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 84% sind der Auffassung, dass unsere Wirtschaft klimafreundlicher werden muss, da andernfalls wirtschaftliche Schäden drohen (höchste Zustimmungsstufe: 37%). Weiterhin meinen 80%, der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren biete große Beschäftigungschancen (höchste Zustimmungsstufe: 27%). Dass eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken wird, glauben 85% (höchste Zustimmungsstufe: 34%).
- 82% sehen die Industrieländer in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, da sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben (höchste Zustimmungsstufe: 38%). Darüber hinaus sagen ebenfalls 82%, sie fühlen sich besser, wenn sie Produkte kaufen, die Umwelt und Klima weniger belasten (höchste Zustimmungsstufe: 34%).

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.201 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.	91	97	99	95	93	87	87	94	75	80	98
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	86	92	91	82	95	81	89	95	69	78	90
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	85	72	90	81	72	66	76	40	65	88

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.	51	63	72	56	54	29	42	65	28	35	65
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	36	42	38	44	53	22	36	37	22	27	41
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	24	30	20	48	25	17	12	24	7	18	46

Basis: 1.201 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.	91	89	92	91	92	87	90	92
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	86	86	86	90	83	85	87	85
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	72	74	86	77	70	66	66

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.	51	47	54	57	54	45	43	52
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	36	36	36	49	34	32	28	34
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	24	25	24	40	28	19	17	15

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	91	86	87	92	90	91	90
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	86	82	82	89	85	88	84
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	73	68	77	74	72	77

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

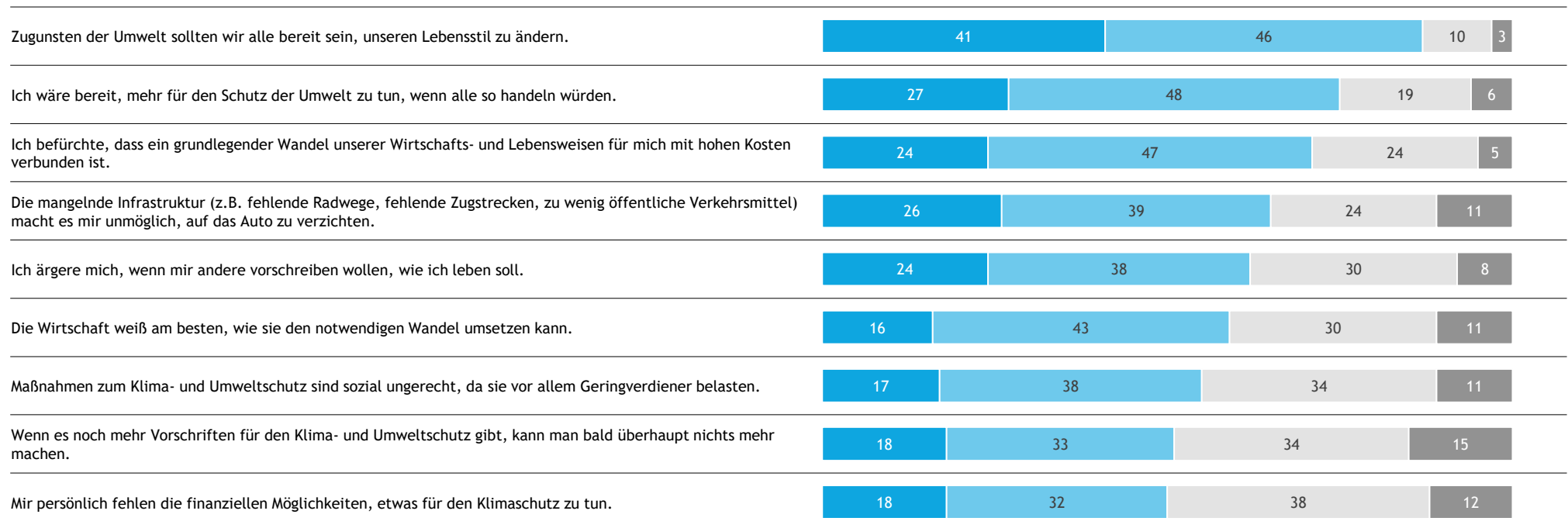
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	51	46	45	54	53	48	49
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	36	41	32	38	36	37	37
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	24	23	19	27	25	22	30

Basis: 1.201 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?

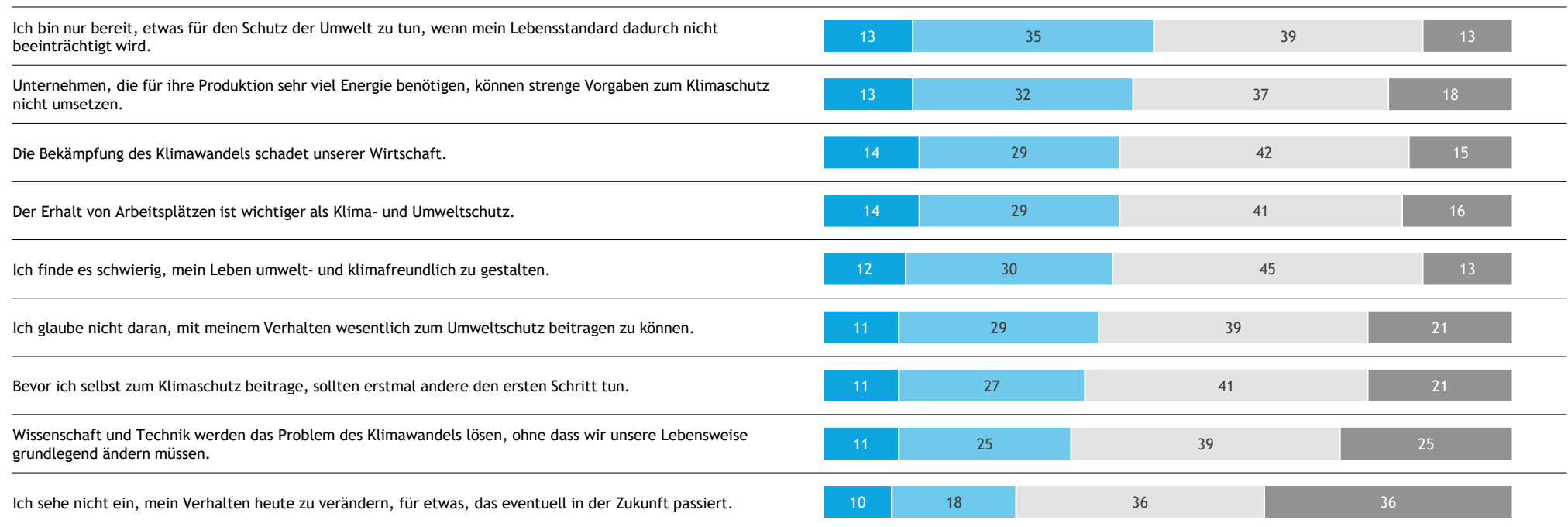


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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: 1.201 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.	87	93	99	91	91	83	81	92	71	77	93
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	75	83	74	83	82	74	72	82	60	66	81
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	71	67	51	74	66	79	82	73	78	75	67
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	65	64	61	68	66	66	62	61	64	67	70
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	62	53	36	68	62	68	72	61	73	69	64
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	59	66	46	71	65	64	58	51	48	56	62
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	55	46	28	65	62	63	63	53	65	65	40
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	51	44	28	54	48	66	61	47	49	62	45
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	50	45	19	56	52	61	62	42	65	65	39

Basis: 1.201 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
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	48	40	13	54	59	59	58	43	53	69	34
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	45	45	12	69	52	54	41	33	33	67	45
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	43	30	17	49	42	60	54	40	51	54	37
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	43	40	10	49	44	61	47	38	50	62	30
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	42	35	23	52	43	56	43	36	30	63	41
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	27	17	41	43	52	48	27	47	62	40
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	38	31	8	49	45	53	38	32	33	63	36
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	27	10	49	42	51	32	26	26	58	38
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	28	15	1	34	30	42	28	14	29	52	28

Basis: 1.201 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.	87	85	89	88	88	83	88	88
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	75	76	76	79	78	71	77	73
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	71	72	70	74	73	70	70	68
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	65	65	64	69	66	66	60	62
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	62	67	57	65	64	65	61	55
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	59	61	57	67	63	50	53	61
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	55	57	53	65	65	51	47	43
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	51	54	48	52	56	55	42	48
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	50	53	48	59	57	52	46	36

Basis: 1.201 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
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	48	54	42	56	56	50	43	31
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	45	52	38	59	56	46	30	29
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	43	50	37	49	50	48	34	35
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	43	49	37	49	48	48	39	29
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	42	47	37	54	50	48	33	22
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	45	36	50	49	42	28	28
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	38	45	32	53	47	35	32	20
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	46	26	48	48	34	26	19
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	28	36	19	41	37	24	17	13

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	87	83	83	90	86	87	87
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	75	72	73	78	74	80	71
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	71	68	79	68	72	70	67
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	65	57	65	66	60	68	70
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	62	69	67	59	60	62	65
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	59	61	61	58	56	62	64
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	55	53	58	53	55	56	52
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	51	60	57	46	50	51	58
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	50	47	56	48	56	47	48

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	48	54	51	46	45	52	50
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	45	40	43	46	40	47	55
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	43	45	46	42	42	44	52
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	43	42	48	41	40	46	47
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	42	36	39	44	37	47	47
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	35	45	38	38	42	43
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	38	37	41	37	37	40	42
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	26	38	36	31	40	48
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	28	27	32	25	24	30	32

Basis: 1.201 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.	41	52	70	49	40	25	27	45	25	24	52
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	36	35	33	33	16	15	34	15	18	36
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	26	22	25	28	25	21	32	27	24	30	24
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	24	19	11	28	16	22	37	29	35	29	21
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	24	13	5	26	25	28	30	26	38	31	28
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	18	16	4	22	22	18	28	14	26	20	9
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	18	11	12	25	11	27	20	17	16	24	17
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	17	7	3	27	20	13	24	19	22	19	18
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	16	18	14	24	23	15	13	11	8	17	21

Basis: 1.201 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
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	7	6	13	18	15	19	17	15	16	17
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	14	7	4	11	18	22	16	10	11	26	14
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	13	11	4	18	19	15	12	10	10	18	12
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	13	11	2	35	17	8	12	12	10	15	11
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	12	7	1	22	14	15	10	8	8	28	13
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	11	6	5	19	16	13	9	10	12	15	11
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	4	5	8	16	11	15	6	15	19	16
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	10	7	-	18	14	13	9	3	4	13	15
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	11	6	1	17	13	13	11	8	3	19	15

Basis: 1.201 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.	41	37	45	44	41	39	37	43
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	25	29	37	27	21	21	26
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	26	25	27	29	26	26	27	22
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	24	26	23	27	29	22	22	22
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	24	29	20	30	25	28	20	17
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	18	20	16	23	21	21	14	9
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	18	20	16	22	22	19	13	14
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	17	18	15	21	19	17	13	12
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	16	18	15	24	23	10	12	10

Basis: 1.201 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
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	17	11	18	14	14	10	12
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	14	16	12	18	20	14	8	8
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	13	14	12	18	18	12	8	5
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	13	17	9	19	18	12	7	7
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	12	13	11	22	16	12	6	3
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	11	15	8	15	14	10	11	6
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	14	8	16	14	11	7	7
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	10	13	6	17	14	6	5	3
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	11	14	7	20	15	7	4	3

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	41	47	36	42	41	40	38
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	32	24	28	28	27	28
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	26	24	27	26	24	28	22
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	24	29	29	22	26	24	22
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	24	29	28	22	24	26	24
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	18	18	23	16	21	17	13
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	18	21	22	16	16	19	22
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	17	24	22	13	18	16	15
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	16	17	15	17	14	19	17

Basis: 1.201 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“

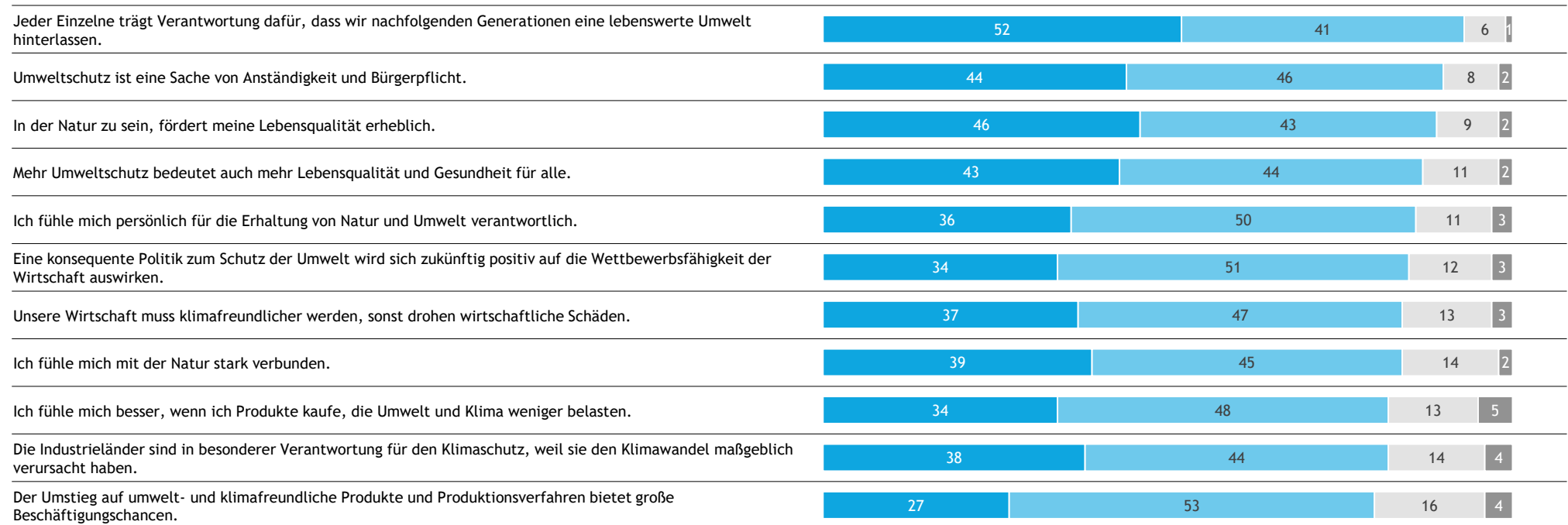
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	20	16	12	12	13	23
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	14	17	16	12	12	14	19
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	13	16	14	12	13	13	11
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	13	14	10	14	12	14	14
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	12	13	12	12	10	14	13
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	11	13	13	10	10	12	11
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	14	13	10	11	11	15
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	10	9	11	9	8	12	8
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	11	7	12	10	10	10	16

Basis: 1.201 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: 1.201 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
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	93	96	99	98	92	86	91	96	88	83	97
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	90	96	99	92	90	85	86	92	87	78	96
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	89	94	92	92	94	79	90	97	83	78	93
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	87	94	98	88	89	82	80	90	76	74	96
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	86	94	96	93	89	74	80	96	70	70	92
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	85	92	92	92	87	84	78	82	70	74	87
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	84	90	98	91	86	77	77	88	68	75	90
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	84	92	86	92	90	75	80	88	69	72	92
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	82	93	93	88	86	78	74	92	61	65	89
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	82	83	93	90	86	78	77	82	74	70	89
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	80	91	93	92	82	75	69	74	66	71	92

Basis: 1.201 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
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	93	91	94	91	93	89	94	96
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	90	89	91	88	87	88	94	95
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	89	86	92	88	89	85	88	95
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	87	83	90	85	87	84	89	88
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	85	84	87	88	83	84	87	86
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	85	82	86	87	83	81	84	84
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	84	82	86	87	83	77	84	88
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	84	82	85	85	81	81	79	93
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	82	78	85	87	82	74	83	82
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	82	80	85	84	84	80	82	83
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	80	78	83	82	83	75	80	83

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	93	93	91	93	93	92	90
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	90	97	86	91	89	92	91
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	89	91	89	89	89	88	91
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	87	87	85	87	85	87	87
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	85	84	83	87	85	86	84
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	85	77	81	87	83	85	85
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	84	76	81	86	84	84	83
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	84	84	85	83	86	81	87
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	82	84	76	84	82	82	81
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	82	74	82	83	84	81	81
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	80	75	77	83	80	81	81

Basis: 1.201 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
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	52	61	76	70	54	22	42	55	40	25	67
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	46	56	57	58	46	26	39	55	33	30	62
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	44	54	69	51	40	25	32	48	32	26	60
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	43	53	66	50	45	24	29	47	29	28	59
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	49	44	53	47	23	30	48	29	22	48
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	38	37	65	49	39	19	31	34	31	24	52
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	37	42	62	48	30	17	29	41	20	25	49
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	36	49	48	50	38	16	24	54	17	21	47
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	34	35	57	46	38	17	24	34	20	22	48
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	34	37	50	51	36	21	22	38	17	20	49
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	27	26	52	39	34	15	10	32	12	17	41

Basis: 1.201 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
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	52	48	54	52	51	45	52	56
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	46	41	50	48	49	42	43	46
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	44	42	45	46	47	39	45	41
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	43	37	48	47	47	39	40	40
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	35	42	44	40	35	33	40
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	38	37	40	45	39	35	35	35
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	37	35	38	42	40	32	31	35
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	36	34	38	41	38	32	33	34
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	34	30	38	40	40	29	30	29
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	34	29	38	43	39	26	27	32
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	27	28	26	35	29	24	19	28

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	52	56	48	52	54	48	46
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	46	48	43	47	50	40	46
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	44	44	40	46	45	41	46
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	43	45	36	46	43	41	42
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	39	48	39	38	43	34	38
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	38	28	36	40	39	35	45
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	37	36	29	40	40	34	35
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	36	34	35	37	40	34	26
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	34	25	27	38	34	35	29
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	34	39	32	34	36	31	36
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	27	24	22	30	29	27	27

Basis: 1.201 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 Kanada nötig sei, antworten vier Fünftel der Befragten mit „ja, auf jeden Fall“ (37%) oder „eher ja“ (43%). Demgegenüber stehen 16%, die einen grundlegenden Wandel (eher) nicht für notwendig halten. Weitere 4% 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: 69% der Befragten geben an, Unternehmen würden sich (viel) zu wenig engagieren.
- 63% meinen, dass politische Parteien (viel) zu wenig machen, um den Klimawandel zu bewältigen. 61% sehen die Regierung stärker in der Pflicht, und 57% wünschen sich mehr Verantwortung von Seiten der lokalen Regierungen (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune).
- Dass sich die Bürgerinnen und Bürger vor Ort (viel) zu wenig bemühen, sagen 60% der Befragten. 55% finden, dass die Gewerkschaften (viel) zu wenig tun.
- Von Seiten der Nichtregierungsorganisationen und der Wissenschaft wird seltener erwartet, die Anstrengungen zu erhöhen (viel zu wenig/zu wenig: 35% respektive 34%).

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, wird die Regierung am häufigsten zu den drei einflussreichsten Akteuren gezählt (53%). Auf dem zweiten Platz rangieren die Unternehmen (41%). Den Bürger*innen vor Ort wird von 35% eine einflussreiche Rolle zugeschrieben. Dahinter folgen lokale Regierungen am Wohnort (32%), die Wissenschaft (32%), politische Parteien (22%), NGOs (19%) und Gewerkschaften (7%).

Einstellungen zu politischen Maßnahmen

- 88% sind der Meinung, dass sich die Politik viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern müsste (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 38%). 79% 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 Zustimmungsstufe: 37%). Dabei fühlen sich 69% 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 Zustimmungsstufe: 22%).
- 73% sind der Meinung, dass einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten von Umweltbelastungen nicht stärker betroffen sein dürfen als andere Bevölkerungsgruppen (höchste Zustimmungsstufe: 34%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 82% sprechen sich für Förderprogramme aus, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen (höchste Zustimmungstufe: 33%). 87% meinen, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (höchste Zustimmungstufe: 41%). Dass die Politik viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben sollte, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen, sagen 85% (höchste Zustimmungstufe: 41%). Darüber hinaus sind 68% der Auffassung, die Politik folge zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft (höchste Zustimmungstufe: 26%).
- 88% befürworten einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien (höchste Zustimmungstufe: 42%). Dabei meinen 84%, es brauche vor allem strenge und konsequente Gesetze, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungstufe: 36%). 70% 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 Zustimmungstufe: 17%).
- 79% sind der Auffassung, dass Maßnahmen zum Strukturwandel auch dann durchgesetzt werden sollten, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (höchste Zustimmungstufe: 24%). 68% sagen indes, es sollten die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze möglichst lange erhalten werden, falls es keine passenden Alternativen gibt (höchste Zustimmungstufe: 17%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz

- **Mobilität:** 89% sprechen sich dafür aus, das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs zu erweitern (höchste Zustimmungsstufe „befürworte ich voll und ganz“: 40%). 88% der Befragten befürworten eine Reduzierung der Preise für den öffentlichen Nahverkehr (höchste Zustimmungsstufe: 46%). Die Förderung von Elektrofahrzeugen befürworten 81% (höchste Zustimmungsstufe: 40%), mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge 86% (höchste Zustimmungsstufe: 44%), eine Klimaabgabe auf Flugtickets 58% (höchste Zustimmungsstufe: 22%), und die Einführung einer Pkw-Maut (so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss) 52% (höchste Zustimmungsstufe: 20%).
- **Energie:** 88% der Befragten befürworten den Bau von mehr Windkraftanlagen (höchste Zustimmungsstufe: 44%). 83% sprechen sich für die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft aus (höchste Zustimmungsstufe: 29%) und ebenfalls 83% sind für eine Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten (höchste Zustimmungsstufe: 36%).
- **Technik/Innovationen/Wirtschaft:** 92% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker zu fördern (höchste Zustimmungsstufe: 46%). 88% sind für eine Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (höchste Zustimmungsstufe: 43%). Klimaschädliche Subventionen abzubauen befürworten 82% (höchste Zustimmungsstufe: 40%) und klimaschädliche Produkte zu verteuern 57% (höchste Zustimmungsstufe: 23%) .

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- **Bildung:** Eine Verbesserung der schulischen Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz unterstützen 89% (höchste Zustimmungsstufe: 43%). 86% befürworten eine Ausbildung oder eine Weiterbildung (bzw. Umschulungsangebote) für Arbeitnehmer*innen, die in Berufen tätig sind, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden (höchste Zustimmungsstufe: 40%).
- **Wohnen:** Einer finanziellen Förderung von kosteneffizienten Heiz- und Wärmesystemen (z.B. Wärmepumpe) stimmen 91% zu (höchste Zustimmungsstufe: 44%). 87% befürworten eine staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung (höchste Zustimmungsstufe: 35%). 88% unterstützen eine staatliche Förderung von privaten Haushalten, wenn diese erneuerbare Energien nutzen (höchste Zustimmungsstufe: 38%). Gesetzlichen Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten stimmen 86% zu (höchste Zustimmungsstufe: 37%).

Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

- 92% 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 Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 45%). Weiterhin meinen 85%, dass die betroffenen Arbeitnehmer*innen finanziell unterstützt (Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc.) werden sollten (höchste Zustimmungsstufe: 36%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 91% 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: 44%). Außerdem sprechen sich 87% dafür aus, dass die Entwicklung von Energiegemeinschaften durch die Regierung unterstützt werden sollte (höchste Zustimmungstufe: 35%).
- Nach Auffassung von 86% der Befragten sollten in Regionen und Gemeinden, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Kohleabbau-, Erdgas-, Erdölregionen), aktiv neue Industrien angesiedelt werden (höchste Zustimmungstufe: 36%). Darüber hinaus sagen 78%, die betroffenen Regionen und Gemeinden sollten finanzielle Unterstützung erhalten (höchste Zustimmungstufe: 28%).
- 90% 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: 39%).
- 63% der Befragten können sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung ihrer Gemeinde zu beteiligen, wobei 19% sagen, sie könnten sich das „auf jeden Fall“ vorstellen. Danach gefragt, ob man sich vorstellen könnte, eigene Energie zu erzeugen, geben 6% an, sie würden das bereits tun, 37% meinen, sie können sich das „auf jeden Fall“ vorstellen und 30%, sie können sich das „eher“ vorstellen.

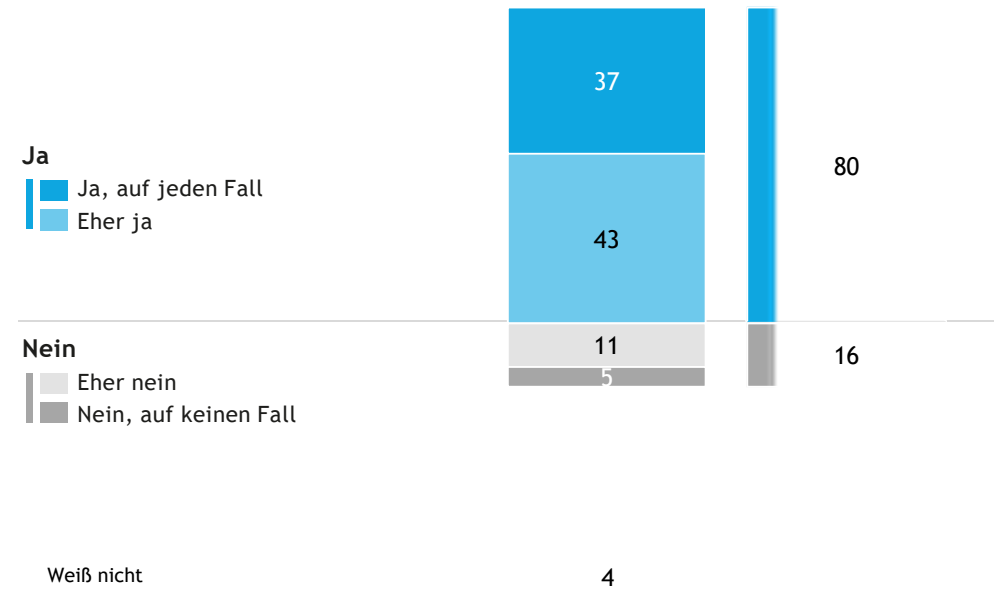
Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 55% würden den Bau eines Solarparks in ihrer Gemeinde „gut finden“, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen. Weitere 40% würden das akzeptieren, 5% lehnen das ab. Den Bau eines Windparks in ihrer Gemeinde würden 46% „gut finden“ (wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen). Weitere 42% würden das akzeptieren, 12% lehnen das ab.
- Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. 64% der Befragten sind der Meinung, dies sollte über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung geschehen. Hingegen befürworteten 8% Verbote und 12% höhere Preise für Öl, Gas und Kohle. Die übrigen 16% 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 30% mit „ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden“. Weitere 29% antworten mit „eher ja“. Demgegenüber haben 27% mit „eher nein“ und 14% mit „nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden“ geantwortet.

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
(EHER) JA	80	91	93	81	85	76	75	76	59	68	90
Ja, auf jeden Fall	37	46	47	51	38	24	28	42	22	21	51
Eher ja	43	45	46	30	47	53	47	33	37	48	40
(EHER) NEIN	16	6	5	16	11	20	21	17	28	26	8
Eher nein	11	6	4	11	8	12	17	10	16	20	7
Nein, auf keinen Fall	5	1	2	4	3	8	4	7	12	6	1
Weiß nicht	4	2	2	3	4	4	4	8	13	6	2

Basis: 1.201 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 Kanada 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	80	77	83	88	81	74	76	80
Ja, auf jeden Fall	37	32	41	46	39	30	31	35
Eher ja	43	45	42	42	41	44	45	45
(EHER) NEIN	16	20	12	9	16	20	18	16
Eher nein	11	13	8	6	12	15	11	12
Nein, auf keinen Fall	5	6	3	3	4	5	7	4
Weiß nicht	4	4	6	3	4	6	6	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

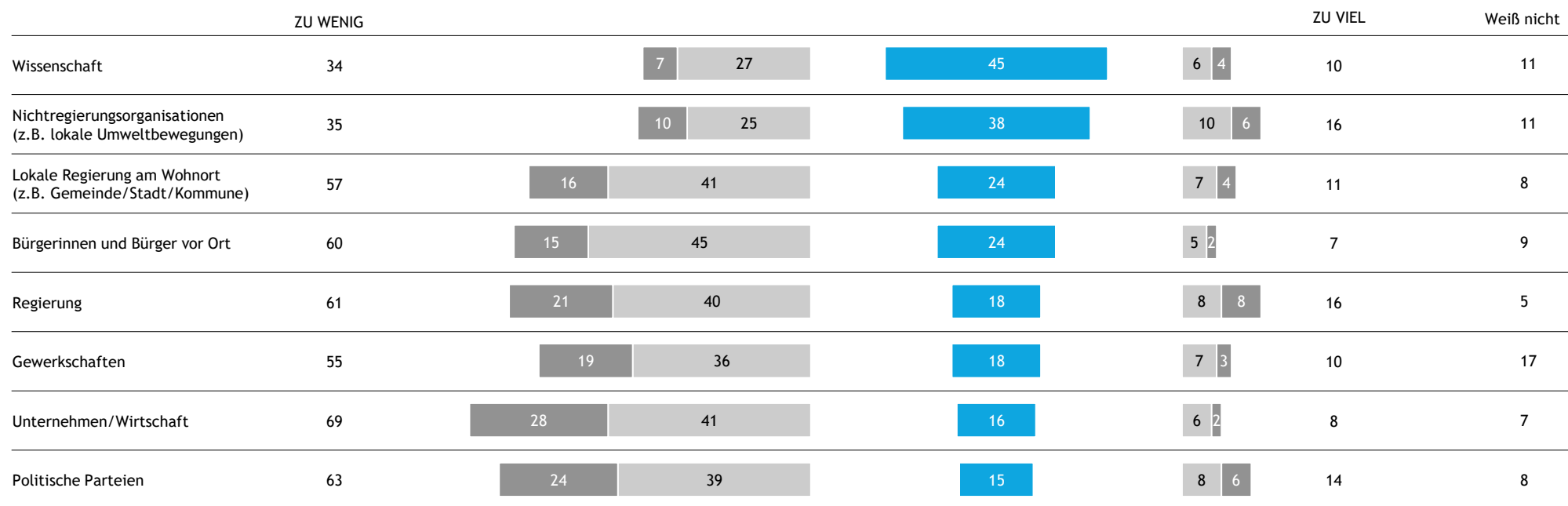
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
(EHER) JA	80	71	76	83	80	80	83
Ja, auf jeden Fall	37	36	35	38	41	34	32
Eher ja	43	35	41	45	39	46	51
(EHER) NEIN	16	19	20	13	14	18	16
Eher nein	11	11	14	10	9	12	12
Nein, auf keinen Fall	5	8	6	4	4	5	3
Weiß nicht	4	10	4	4	6	3	1

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

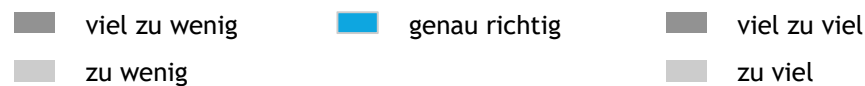
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.201 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	8	5	-	11	9	7	9	11	4	19	9
genau richtig	16	15	3	16	19	20	17	12	17	30	9
zu wenig/viel zu wenig	69	72	93	69	67	67	65	69	64	41	81
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)											
viel zu viel/zu viel	11	7	1	15	9	15	11	10	14	18	12
genau richtig	24	27	13	30	29	22	23	21	22	35	21
zu wenig/viel zu wenig	57	58	83	52	54	58	54	57	41	37	64
Regierung											
viel zu viel/zu viel	16	10	2	20	10	14	25	20	22	21	10
genau richtig	18	20	10	19	24	20	16	17	12	25	18
zu wenig/viel zu wenig	61	63	84	57	61	62	52	58	50	45	71

Basis: 1.201 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
Bürgerinnen und Bürger vor Ort											
viel zu viel/zu viel	7	5	-	9	10	6	10	7	4	22	8
genau richtig	24	17	13	26	18	29	25	22	36	34	23
zu wenig/viel zu wenig	60	70	83	61	66	58	54	60	46	33	66
Gewerkschaften											
viel zu viel/zu viel	10	6	1	13	3	13	11	18	9	20	8
genau richtig	18	20	8	23	26	19	15	7	14	29	19
zu wenig/viel zu wenig	55	56	75	54	60	55	52	51	44	34	63
Politische Parteien											
viel zu viel/zu viel	14	11	1	21	10	14	20	16	19	20	5
genau richtig	15	18	6	14	21	16	12	14	11	25	15
zu wenig/viel zu wenig	63	63	88	59	64	62	58	60	54	45	78

Basis: 1.201 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
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)											
viel zu viel/zu viel	16	12	4	24	14	14	22	14	17	24	10
genau richtig	38	41	51	36	37	34	32	34	37	35	41
zu wenig/viel zu wenig	35	38	34	32	38	43	30	37	23	30	41
Wissenschaft											
viel zu viel/zu viel	10	6	2	14	11	7	11	16	13	19	10
genau richtig	45	46	57	50	47	45	38	32	32	45	58
zu wenig/viel zu wenig	34	39	33	31	36	38	38	38	31	26	27

Basis: 1.201 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	8	11	5	13	13	8	3	2
genau richtig	16	19	12	17	18	13	16	14
zu wenig/viel zu wenig	69	67	71	68	63	66	73	76
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)								
viel zu viel/zu viel	11	16	6	15	14	10	7	8
genau richtig	24	28	21	26	30	24	20	20
zu wenig/viel zu wenig	57	52	61	55	49	55	62	63
Regierung								
viel zu viel/zu viel	16	19	11	15	20	17	11	11
genau richtig	18	21	15	24	19	13	19	13
zu wenig/viel zu wenig	61	56	64	58	56	60	63	67

Basis: 1.201 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
Bürgerinnen und Bürger vor Ort								
viel zu viel/zu viel	7	11	5	11	13	7	4	2
genau richtig	24	27	21	22	26	25	24	24
zu wenig/viel zu wenig	60	58	63	63	55	57	63	64
Gewerkschaften								
viel zu viel/zu viel	10	14	6	12	15	9	4	8
genau richtig	18	21	15	20	24	20	16	10
zu wenig/viel zu wenig	55	55	54	58	47	53	59	58
Politische Parteien								
viel zu viel/zu viel	14	18	10	15	18	17	8	10
genau richtig	15	19	11	18	19	11	16	10
zu wenig/viel zu wenig	63	59	67	63	57	61	67	71

Basis: 1.201 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
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)								
viel zu viel/zu viel	16	21	10	17	16	18	13	13
genau richtig	38	37	39	39	38	36	41	35
zu wenig/viel zu wenig	35	35	35	37	36	32	32	36
Wissenschaft								
viel zu viel/zu viel	10	12	9	14	14	6	9	8
genau richtig	45	50	41	48	46	50	43	40
zu wenig/viel zu wenig	34	33	34	33	31	30	35	40

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Unternehmen/Wirtschaft							
viel zu viel/zu viel	8	7	11	7	7	11	6
genau richtig	16	21	15	15	15	18	19
zu wenig/viel zu wenig	69	53	65	73	69	69	72
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)							
viel zu viel/zu viel	11	14	15	9	10	13	13
genau richtig	24	14	25	25	24	27	19
zu wenig/viel zu wenig	57	52	51	60	56	55	64
Regierung							
viel zu viel/zu viel	16	22	17	13	15	17	13
genau richtig	18	8	20	18	17	22	14
zu wenig/viel zu wenig	61	57	56	63	61	59	68

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Bürgerinnen und Bürger vor Ort							
viel zu viel/zu viel	7	11	9	7	6	11	6
genau richtig	24	26	29	21	26	25	20
zu wenig/viel zu wenig	60	48	52	66	59	60	68
Gewerkschaften							
viel zu viel/zu viel	10	18	12	8	10	12	8
genau richtig	18	11	20	18	17	20	19
zu wenig/viel zu wenig	55	48	48	59	56	53	61
Politische Parteien							
viel zu viel/zu viel	14	20	16	12	14	15	12
genau richtig	15	11	16	15	14	17	16
zu wenig/viel zu wenig	63	55	58	68	63	62	68

Basis: 1.201 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?

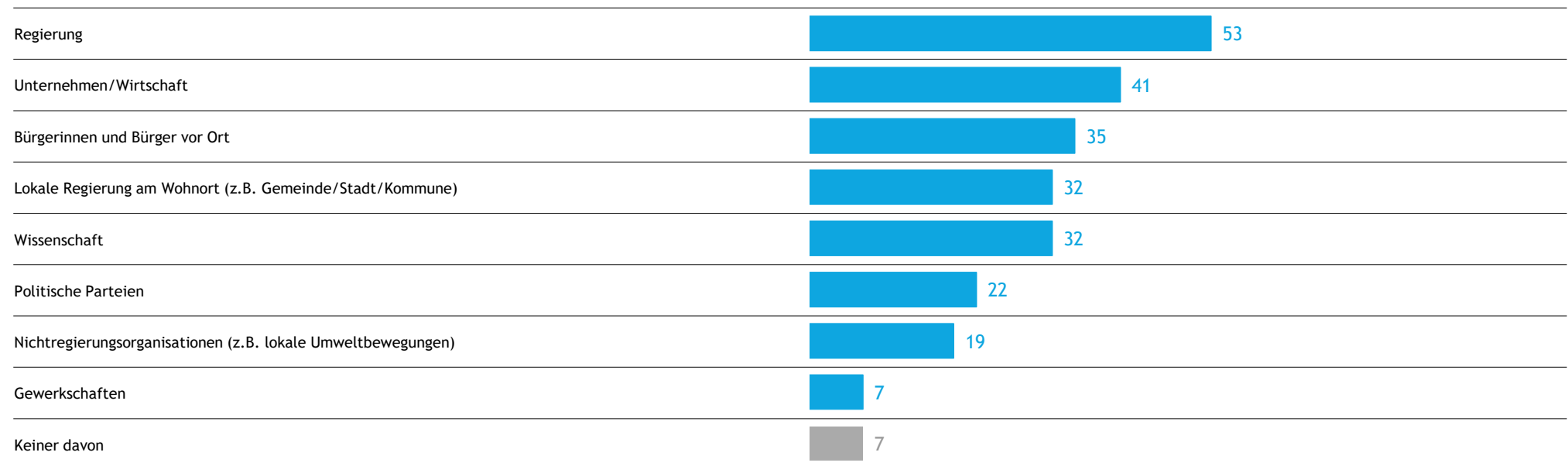
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)							
viel zu viel/zu viel	16	20	17	14	15	17	16
genau richtig	38	22	36	40	38	41	32
zu wenig/viel zu wenig	35	40	33	35	33	34	44
Wissenschaft							
viel zu viel/zu viel	10	16	13	9	10	13	7
genau richtig	45	27	42	49	46	48	42
zu wenig/viel zu wenig	34	36	33	34	33	31	45

Basis: 1.201 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: 1.201 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
Regierung	53	66	65	52	49	50	49	58	41	37	62
Unternehmen/Wirtschaft	41	45	46	36	43	35	42	33	35	33	58
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	35	40	42	35	35	30	32	40	34	26	38
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	32	34	28	38	30	25	33	30	27	37	36
Wissenschaft	32	25	41	34	34	28	33	33	28	32	28
Politische Parteien	22	24	14	32	17	29	21	21	9	19	37
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	19	20	22	16	20	17	20	27	16	21	11
Gewerkschaften	7	5	5	10	11	6	5	6	4	15	10
Keiner davon	7	5	4	6	7	11	6	5	20	8	1

Basis: 1.201 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
Regierung	53	50	55	51	51	53	60	52
Unternehmen/Wirtschaft	41	42	40	42	42	42	43	34
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	35	35	36	32	38	36	34	36
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	32	29	34	40	35	27	29	26
Wissenschaft	32	36	28	30	31	33	31	33
Politische Parteien	22	25	19	32	26	16	18	17
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	19	18	20	20	17	15	15	28
Gewerkschaften	7	10	5	13	11	3	3	5
Keiner davon	7	7	8	3	5	11	9	9

Basis: 1.201 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.

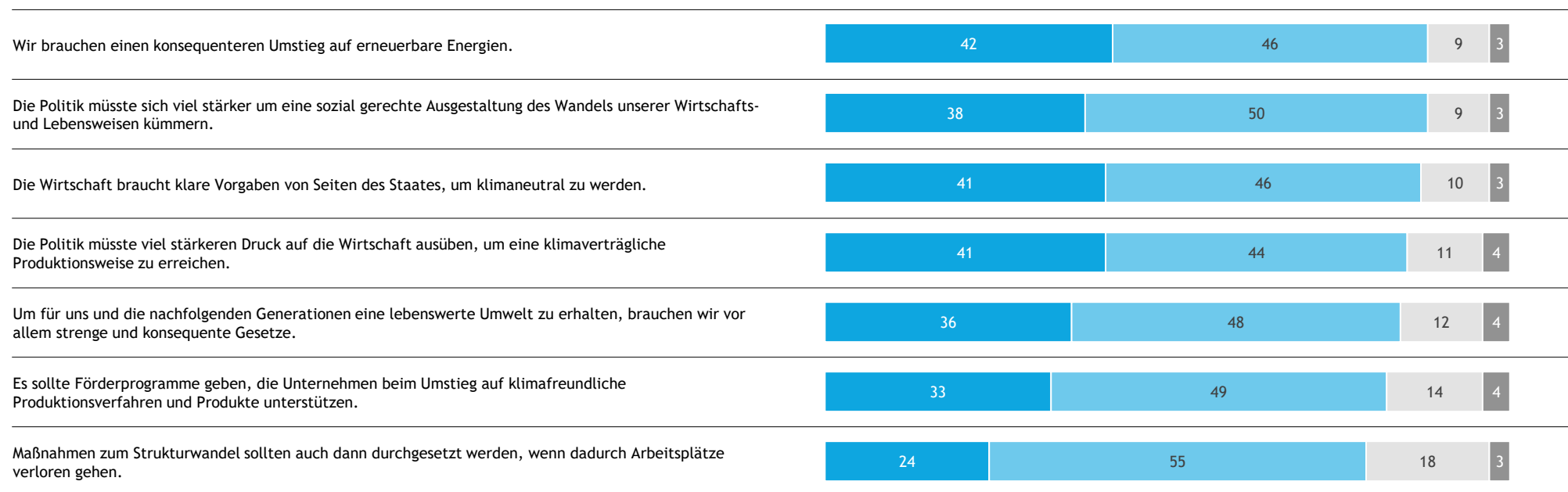
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Regierung	53	47	48	56	50	55	51
Unternehmen/Wirtschaft	41	29	37	44	41	41	40
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	35	39	34	35	40	34	30
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	32	27	29	34	30	33	36
Wissenschaft	32	26	30	33	30	32	38
Politische Parteien	22	27	20	23	19	24	30
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	19	25	21	18	19	19	20
Gewerkschaften	7	6	7	8	7	8	8
Keiner davon	7	11	10	5	8	6	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

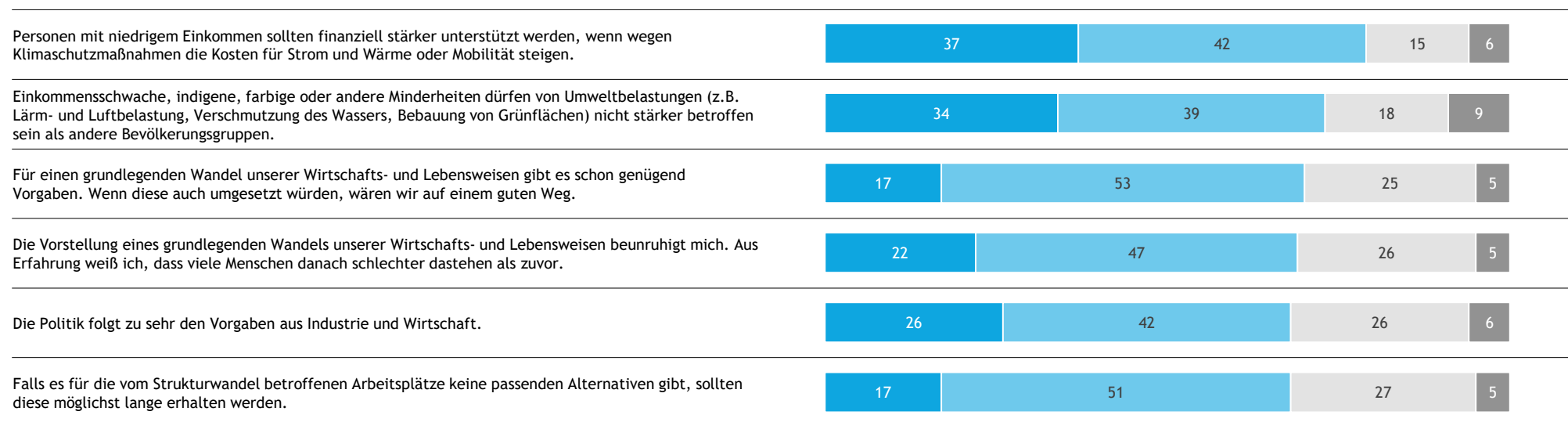


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ 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: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	88	96	96	91	93	81	85	91	75	77	96
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	94	96	88	94	81	87	92	82	75	91
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	94	98	90	93	81	85	88	76	75	93
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	89	99	91	82	76	84	89	70	76	93
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	90	94	90	85	82	82	87	64	73	94
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	82	87	85	87	87	80	78	87	69	74	86
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	79	82	81	80	85	75	79	69	67	81	87

Basis: 1.201 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
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	79	76	88	77	80	81	79	76	80	73	81
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.	73	74	84	74	81	67	66	65	65	79	71
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	70	82	58	75	71	74	64	77	58	69	70
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	69	59	44	74	70	75	82	79	79	74	61
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	68	64	77	73	70	61	70	70	63	56	77
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	68	69	42	82	72	69	72	76	72	74	63

Basis: 1.201 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
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	88	87	90	89	90	86	87	90
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	84	93	88	84	89	90	91
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	86	88	87	86	86	89	90
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	84	86	86	85	80	84	90
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	83	85	88	86	80	83	83
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	82	80	84	87	84	81	75	81
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	79	80	78	80	82	83	76	72

Basis: 1.201 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
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	79	77	81	78	79	77	76	86
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.	73	72	73	77	74	71	64	77
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	70	68	72	76	72	62	69	68
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	69	70	68	72	70	73	61	69
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	68	70	66	68	68	71	66	69
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	68	70	68	75	65	70	63	69

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	88	84	83	92	87	90	86
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	84	87	89	88	90	81
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	76	87	89	87	89	83
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	79	84	86	85	86	82
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	80	82	86	84	85	85
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	82	81	80	83	81	85	73
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	79	71	77	81	77	80	82

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	79	83	82	77	81	78	75
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.	73	70	72	74	71	76	68
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	70	68	70	70	65	72	73
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	69	80	76	64	70	70	62
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	68	72	66	69	66	70	70
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	68	76	72	66	67	72	64

Basis: 1.201 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
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	42	47	62	48	47	23	35	54	29	26	52
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	41	40	66	49	40	20	33	55	25	27	54
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	41	50	60	55	44	16	34	42	28	25	52
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	38	41	52	43	41	22	31	44	30	28	51
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	37	36	52	45	40	22	39	40	38	20	39
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	36	43	49	46	33	26	25	38	25	30	46
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.	34	31	54	37	39	26	28	34	27	28	39

Basis: 1.201 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
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	34	42	48	35	23	23	38	23	20	48
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	20	30	31	32	15	32	21	30	18	30
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	24	22	23	32	31	15	23	22	18	29	29
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	15	9	29	22	21	29	29	30	25	15
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	17	13	9	25	22	19	14	18	16	21	18
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	20	14	32	21	12	10	22	8	15	15

Basis: 1.201 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
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	42	39	44	46	44	41	38	41
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	41	36	44	46	47	31	40	37
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	41	37	44	44	45	40	36	38
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	38	32	43	45	39	32	38	34
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	37	30	44	37	40	33	37	38
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	36	36	36	44	39	33	29	33
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.	34	31	37	36	37	34	29	34

Basis: 1.201 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
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	33	34	43	37	32	27	24
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	26	25	29	27	25	25	23
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	24	25	23	33	29	22	15	20
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	22	22	27	24	24	17	18
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	17	20	15	22	21	16	11	14
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	17	16	24	20	13	11	12

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	42	33	34	47	42	44	36
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	41	42	39	41	42	38	40
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	41	37	35	44	43	38	37
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	38	40	35	39	42	34	30
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	37	48	35	37	41	34	25
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	36	37	32	38	39	34	33
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.	34	37	32	35	38	33	24

Basis: 1.201 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“

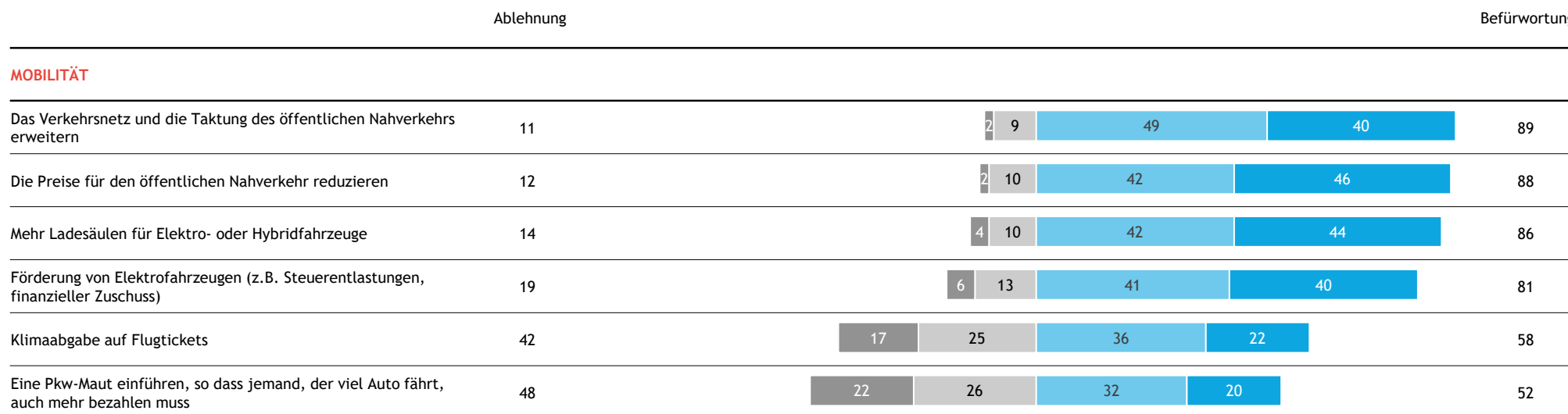
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	38	28	35	35	34	27
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	29	27	25	28	26	24
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	24	23	22	25	22	24	29
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	30	27	19	26	20	17
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	17	19	20	16	18	17	17
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	24	15	17	19	16	17

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

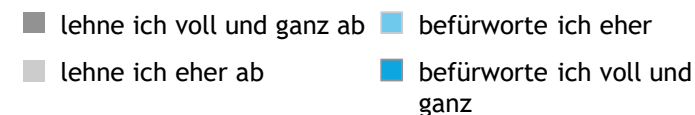
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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?

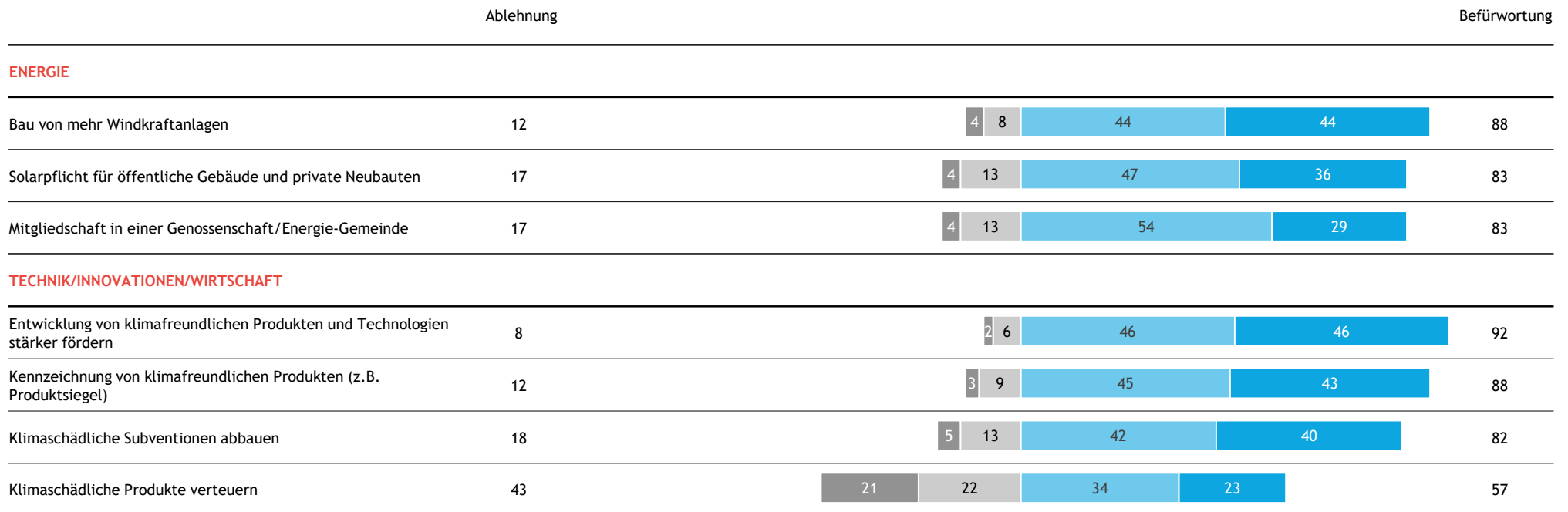


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

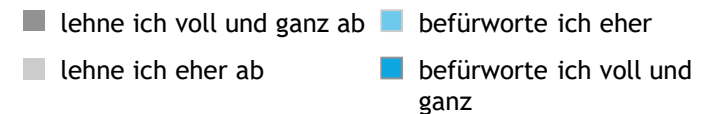


Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

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



Basis: 1.201 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				Befürwortung	
BILDUNG						
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	3	8	46	43	89
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	4	10	46	40	86
WOHNEN						
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	9	2	7	47	44	91
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	12	2	10	50	38	88
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	13	3	10	52	35	87
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	14	4	10	49	37	86

Basis: 1.201 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											
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	90	99	90	88	88	86	86	82	80	97
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	88	93	96	86	84	87	86	90	88	73	93
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	86	91	92	90	90	87	84	85	70	75	94
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	88	92	86	84	85	71	76	60	73	90
Klimaabgabe auf Flugtickets	58	53	72	69	62	54	49	62	40	54	68
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	52	48	62	64	66	53	39	39	32	54	64

Basis: 1.201 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								
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	89	89	90	86	91	90	88
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	88	86	89	91	83	86	88	90
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	86	87	85	90	85	86	86	83
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	81	80	88	82	78	80	75
Klimaabgabe auf Flugtickets	58	59	57	62	60	48	58	61
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	52	55	49	60	59	48	46	45

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
MOBILITÄT							
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	81	86	91	88	89	91
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	88	86	86	88	88	88	84
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	86	76	81	90	84	89	84
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	72	74	85	79	84	78
Klimaabgabe auf Flugtickets	58	59	59	57	61	58	58
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	52	47	46	56	50	54	66

Basis: 1.201 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	48	52	38	36	34	47	61	61	68	46	36
Klimaabgabe auf Flugtickets	42	47	28	31	38	46	51	38	60	46	32
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	12	8	14	16	15	29	24	40	27	10
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	14	9	8	10	10	13	16	15	30	25	6
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	12	7	4	14	16	13	14	10	12	27	7
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	10	1	10	12	12	14	14	18	20	3

Basis: 1.201 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	48	45	51	40	41	52	54	55
Klimaabgabe auf Flugtickets	42	41	43	38	40	52	42	39
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	19	20	12	18	22	20	25
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	14	13	15	10	15	14	14	17
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	12	14	11	9	17	14	12	10
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	11	11	10	14	9	10	12

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
MOBILITÄT							
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	48	53	54	44	50	46	34
Klimaabgabe auf Flugtickets	42	41	41	43	39	42	42
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	28	26	15	21	16	22
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	14	24	19	10	16	11	16
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	12	14	14	12	12	12	16
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	19	14	9	12	11	9

Basis: 1.201 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	88	94	95	85	95	86	84	89	72	83	92
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	83	90	94	88	86	78	82	82	70	71	90
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	93	88	87	91	78	81	85	61	70	88
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	97	99	93	95	88	93	91	87	83	96
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	88	96	95	92	86	83	87	87	83	75	95
Klimaschädliche Subventionen abbauen	82	87	94	89	87	73	73	80	70	71	93
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	59	57	72	68	57	39	57	32	60	77

Basis: 1.201 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	88	87	88	91	91	84	87	84
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	83	82	85	90	83	79	82	82
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	81	84	87	83	80	78	84
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	91	94	90	92	91	95	94
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	88	85	91	89	89	82	90	90
Klimaschädliche Subventionen abbauen	82	82	82	83	84	76	84	81
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	58	56	72	68	48	49	45

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
ENERGIE							
Bau von mehr Windkraftanlagen	88	83	86	89	88	87	86
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	83	76	81	85	82	84	88
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	73	81	85	81	86	78
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	85	89	95	92	93	91
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	88	84	84	90	88	89	85
Klimaschädliche Subventionen abbauen	82	72	77	85	80	83	84
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	61	48	62	56	59	64

Basis: 1.201 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	17	10	6	12	14	22	18	18	30	29	10
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	7	12	13	9	22	19	15	39	30	12
Bau von mehr Windkraftanlagen	12	6	5	15	5	14	16	11	28	17	8
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	41	43	28	32	43	61	43	68	40	23
Klimaschädliche Subventionen abbauen	18	13	6	11	13	27	27	20	30	29	7
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	12	4	5	8	14	17	13	13	17	25	5
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	3	1	7	5	12	7	9	13	17	4

Basis: 1.201 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	17	18	15	10	17	21	18	18
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	19	16	13	17	20	22	16
Bau von mehr Windkraftanlagen	12	13	12	9	9	16	13	16
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	42	44	28	32	52	51	55
Klimaschädliche Subventionen abbauen	18	18	18	17	16	24	16	19
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	12	15	9	11	11	18	10	10
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	9	6	10	8	9	5	6

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
ENERGIE							
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	17	24	19	15	18	16	12
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	27	19	15	19	14	22
Bau von mehr Windkraftanlagen	12	17	14	11	12	13	14
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	39	52	38	44	41	36
Klimaschädliche Subventionen abbauen	18	28	23	15	20	17	16
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	12	16	16	10	12	11	15
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	15	11	5	8	7	9

Basis: 1.201 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											
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	89	96	99	89	94	80	89	89	80	72	97
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	89	94	86	88	86	89	85	83	74	88
WOHNEN											
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	91	92	98	93	91	88	96	96	85	76	95
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	88	95	91	91	87	84	90	88	78	76	93
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	87	89	93	91	88	89	91	91	77	73	91
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	86	92	94	90	94	80	81	80	76	78	92

Basis: 1.201 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								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	89	87	90	87	87	88	89	92
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	87	86	82	84	87	88	93
WOHNEN								
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	91	91	91	89	91	93	90	92
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	88	86	89	88	89	86	85	90
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	87	86	89	88	87	87	87	89
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	86	86	86	83	86	85	88	88

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
BILDUNG							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	89	80	87	90	88	89	89
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	86	74	87	87	86	87	86
WOHNEN							
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	91	82	92	91	91	92	89
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	88	86	86	89	89	87	87
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	87	81	84	90	89	88	86
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	86	77	83	88	86	87	86

Basis: 1.201 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											
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	11	6	14	12	14	11	15	17	26	12
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	4	1	11	6	20	11	11	20	28	3
WOHNEN											
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	14	8	6	10	6	20	19	20	24	22	8
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	12	5	9	9	13	16	10	12	22	24	7
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	13	11	7	9	12	11	9	9	23	27	9
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	9	8	2	7	9	12	4	4	15	24	5

Basis: 1.201 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								
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	13	14	18	16	13	12	7
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	13	10	13	13	12	11	8
WOHNEN								
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	14	14	14	17	14	15	12	12
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	12	14	11	12	11	14	15	10
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	13	14	11	12	13	13	13	11
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	9	9	9	11	9	7	10	8

Basis: 1.201 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“

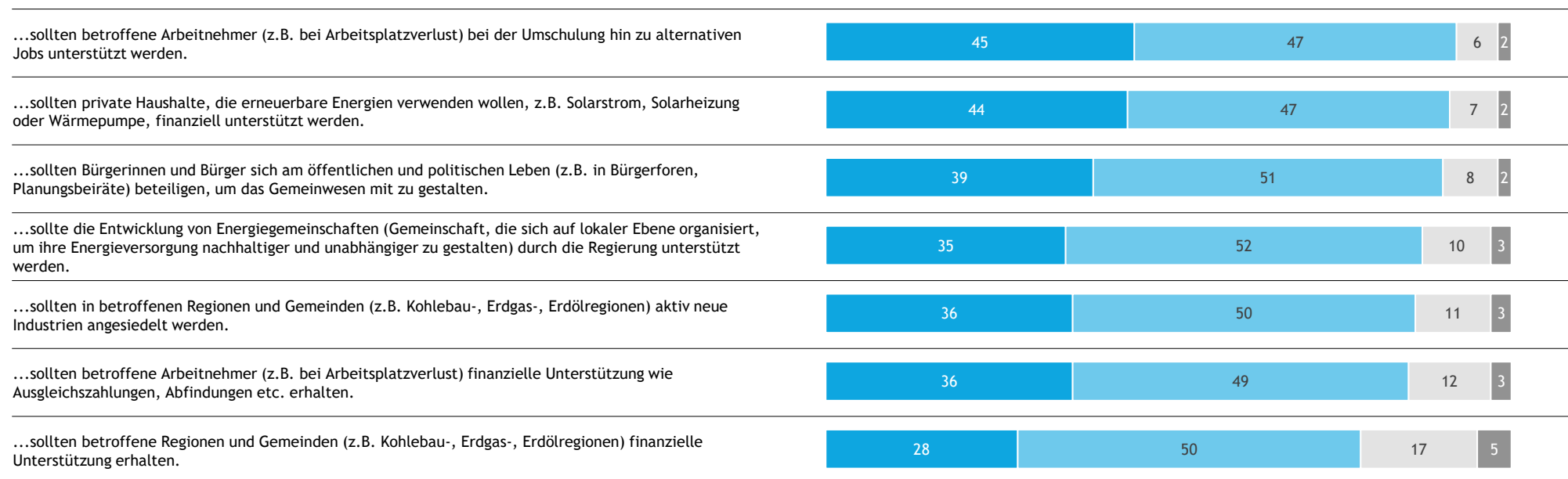
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
BILDUNG							
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	14	26	13	13	14	13	14
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	20	13	10	12	11	11
WOHNEN							
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	14	23	17	12	14	13	14
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	12	14	14	11	11	13	13
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	13	19	16	10	11	12	14
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	9	18	8	9	9	8	11

Basis: 1.201 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: 1.201 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.	92	96	94	94	96	92	90	94	92	85	95
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	96	95	92	96	90	92	89	81	77	94
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	90	92	94	95	91	94	88	92	85	80	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.	87	94	92	88	97	84	87	87	74	73	90
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	86	89	87	89	91	84	86	85	73	80	92
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	90	78	91	90	85	83	84	79	87	88
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	78	87	71	86	78	78	79	76	62	80	79

Basis: 1.201 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.	92	91	94	93	91	92	92	96
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	88	93	93	92	89	87	91
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	90	92	89	91	92	91	89	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.	87	85	89	89	86	85	85	90
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	86	86	86	91	87	86	85	79
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	83	88	90	87	87	83	78
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	78	77	79	85	82	78	73	70

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	92	91	91	94	93	93	90
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	88	90	91	92	91	86
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	90	88	89	92	90	92	86
...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.	87	80	86	88	87	87	85
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	86	68	84	89	84	87	89
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	88	85	85	88	86	77
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	78	63	78	80	76	80	73

Basis: 1.201 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.	45	48	58	55	53	29	43	48	32	30	56
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	49	55	54	47	30	42	49	34	28	45
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	39	44	43	52	44	33	36	38	24	27	51
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	36	43	35	49	40	27	33	31	28	34	34
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	36	41	42	47	40	26	33	35	23	24	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.	35	40	40	51	41	22	36	36	20	23	43
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	28	32	28	54	30	19	26	28	20	18	26

Basis: 1.201 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.	45	43	48	50	48	42	41	43
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	41	46	47	50	40	38	43
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	39	40	39	48	44	37	32	33
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	36	33	38	43	42	35	32	23
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	36	34	36	42	41	34	30	28
...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.	35	32	38	48	39	28	28	30
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	28	27	29	36	30	28	25	19

Basis: 1.201 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“

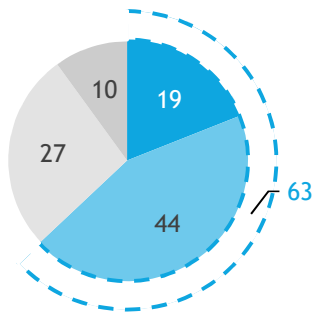
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	45	44	43	47	46	45	40
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	51	43	43	48	40	41
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	39	41	37	40	40	39	40
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	36	40	32	37	38	33	28
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	36	33	30	38	33	39	30
...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.	35	38	30	38	36	35	33
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	28	34	25	29	28	28	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

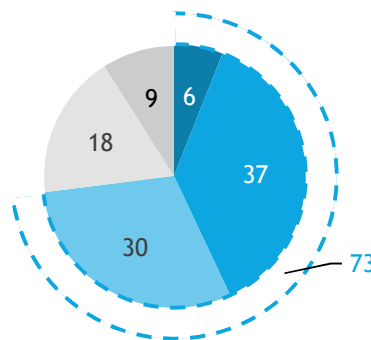
Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

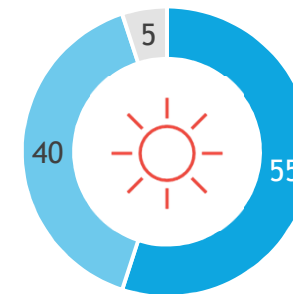
Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?



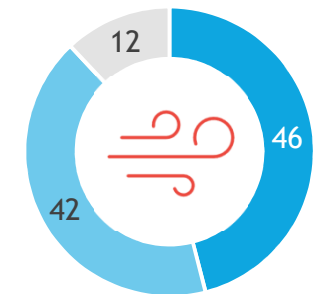
- Ich erzeuge bereits eigene Energie
- Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen

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: 1.201 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	63	71	65	77	79	71	52	59	22	54	80
Ja, auf jeden Fall	19	19	19	41	22	13	15	20	3	21	23
Eher ja	44	52	46	36	57	58	37	39	20	33	57
EHER NEIN	37	29	35	23	21	29	48	41	78	46	20
Eher nein	27	24	28	17	15	22	40	33	41	30	16
Nein, auf keinen Fall	10	4	7	6	6	7	8	8	37	16	4

Basis: 1.201 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	63	66	60	80	70	57	54	51
Ja, auf jeden Fall	19	23	15	34	27	11	12	9
Eher ja	44	43	44	46	44	46	43	41
EHER NEIN	37	34	40	20	30	43	46	49
Eher nein	27	24	30	16	23	30	32	35
Nein, auf keinen Fall	10	10	10	4	6	13	13	14

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
EHER JA	63	60	57	67	62	66	69
Ja, auf jeden Fall	19	22	15	21	17	22	19
Eher ja	44	38	42	46	45	44	50
EHER NEIN	37	40	43	33	38	34	31
Eher nein	27	23	29	26	26	26	23
Nein, auf keinen Fall	10	17	14	7	12	7	8

Basis: 1.201 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	67	72	80	68	74	66	66	67	40	56	79
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	37	39	46	49	49	38	24	39	17	24	51
Eher ja	30	32	35	19	25	28	42	28	24	31	28
EHER NEIN	27	26	18	19	14	27	29	32	60	33	15
Eher nein	18	22	14	18	10	18	18	24	31	15	11
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	9	4	4	1	5	9	12	8	29	17	4
Ich erzeuge bereits eigene Energie	6	2	2	14	12	7	5	1	-	12	6

Basis: 1.201 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	67	66	68	72	72	67	66	57
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	37	38	37	51	40	36	33	25
Eher ja	30	28	31	22	32	31	34	32
EHER NEIN	27	25	29	14	19	30	32	42
Eher nein	18	16	20	10	12	20	20	29
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	9	9	8	4	7	10	12	13
Ich erzeuge bereits eigene Energie	6	9	3	13	9	3	2	1

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
EHER JA	67	59	63	70	66	70	68
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	37	35	31	41	36	40	40
Eher ja	30	24	32	29	30	30	27
EHER NEIN	27	33	33	23	30	22	23
Eher nein	18	21	19	17	18	16	18
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	9	12	14	6	12	6	6
Ich erzeuge bereits eigene Energie	6	8	4	7	4	8	9

Basis: 1.201 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	55	60	70	64	62	44	45	62	45	36	61
Würde ich akzeptieren	40	38	28	33	37	51	46	31	42	54	35
Lehne ich ab	5	2	1	3	1	6	8	6	13	10	4
Windpark											
Finde ich gut	46	50	56	53	54	36	36	47	34	37	56
Würde ich akzeptieren	43	42	35	40	42	51	49	38	40	52	33
Lehne ich ab	12	8	10	7	4	13	14	16	26	10	10

Basis: 1.201 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	55	56	53	60	58	51	54	48
Würde ich akzeptieren	40	37	43	37	36	44	39	44
Lehne ich ab	5	6	4	3	5	4	7	8
Windpark								
Finde ich gut	46	46	46	53	49	41	45	40
Würde ich akzeptieren	43	42	43	42	42	44	41	44
Lehne ich ab	12	12	11	6	9	15	14	17

Basis: 1.201 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?

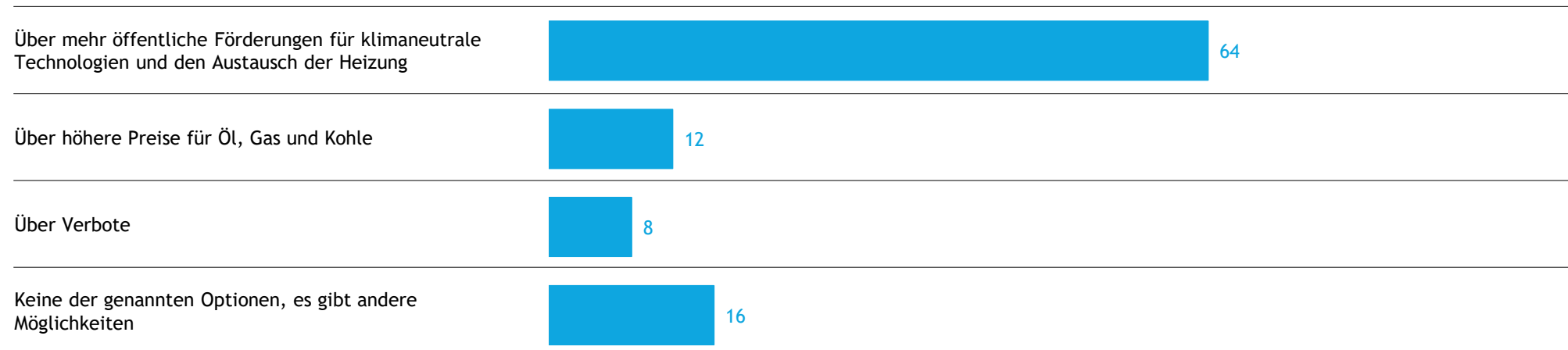
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Solarpark							
Finde ich gut	55	57	48	58	57	54	55
Würde ich akzeptieren	40	33	44	38	38	41	41
Lehne ich ab	5	10	7	4	6	4	4
Windpark							
Finde ich gut	46	56	41	47	48	45	42
Würde ich akzeptieren	43	32	46	42	41	43	48
Lehne ich ab	12	13	13	11	11	12	9

Basis: 1.201 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?



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	64	77	73	69	59	54	69	61	56	47	70
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	12	8	12	12	18	16	11	10	2	18	16
Über Verbote	8	5	10	5	12	10	2	5	5	13	10
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	16	10	5	15	10	19	17	24	37	22	5

Basis: 1.201 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	64	62	67	64	59	66	66	67
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	12	17	8	19	18	8	8	6
Über Verbote	8	8	8	8	11	7	8	5
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	16	14	18	10	12	20	18	22

Basis: 1.201 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?

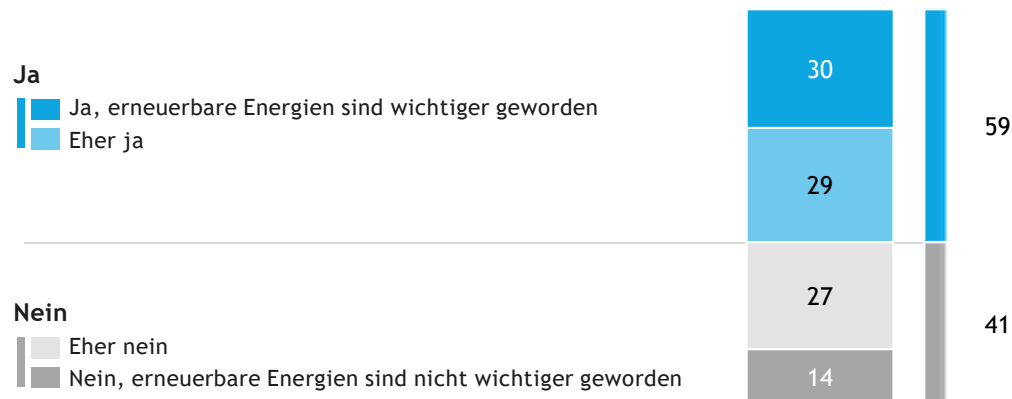
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	64	55	61	67	65	64	59
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	12	9	11	13	8	16	21
Über Verbote	8	11	7	8	7	8	8
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	16	25	21	12	20	12	12

Basis: 1.201 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?



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	59	66	60	73	72	59	46	60	29	58	70
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	30	37	32	50	40	25	18	22	10	24	45
Eher ja	29	29	28	23	31	34	28	38	19	34	25
EHER NEIN	41	34	40	27	28	41	54	40	71	42	30
Eher nein	27	25	28	22	18	29	38	27	31	26	24
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	9	12	5	10	12	16	14	40	16	6

Basis: 1.201 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	59	63	55	73	67	54	48	50
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	30	34	26	44	38	24	18	24
Eher ja	29	29	29	29	30	30	30	26
EHER NEIN	41	37	45	27	33	46	52	50
Eher nein	27	22	32	18	24	25	36	35
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	14	13	10	8	20	16	16

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
EHER JA	59	59	53	62	59	63	56
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	30	34	25	32	28	34	31
Eher ja	29	24	28	30	30	29	26
EHER NEIN	41	41	47	38	41	37	44
Eher nein	27	23	31	26	25	26	31
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	18	16	12	16	11	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

5

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Die zentralen Befunde

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

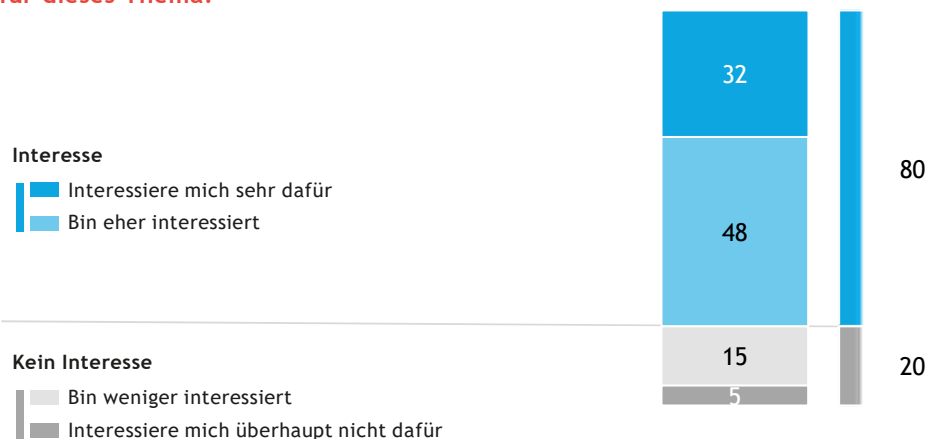
- Vier Fünftel der Befragten (80%) bekunden grundsätzliches Interesse am Thema Klimawandel. Dabei interessieren sich 32% „sehr“ dafür. Weniger Interesse äußern 15%, überhaupt kein Interesse haben 5%.
- 55% schätzen ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme (z.B. Waldsterben, Artenvielfalt usw.) als (eher) hoch ein. Dabei sind es allerdings nur 11%, die ihren Kenntnisstand als „sehr hoch“ einschätzen. Einen (eher) niedrigen Kenntnisstand attestieren sich 45%, wobei 7% sagen, sie kennen sich nur sehr wenig aus.

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

- Nur 10% der Befragten fühlen sich „sehr gut“ über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert. 48% sehen sich „eher gut“ informiert. Demgegenüber stehen 36%, die sich „eher nicht gut“ informiert fühlen und 6%, die sich „überhaupt nicht gut“ informiert fühlen.
- 55% sind der Meinung, dass politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft nicht ausreichend erklärt und erläutert werden. 45% sind anderer Meinung (politische Maßnahmen werden ausreichend erklärt: ja: 10%, eher ja: 35%).

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: 1.201 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	80	89	88	91	85	74	71	82	51	68	92
Interessiere mich sehr dafür	32	45	42	51	33	14	18	29	12	23	48
Bin eher interessiert	48	44	46	40	52	59	53	53	39	45	44
WERTE 3 UND 4	21	11	12	9	15	26	29	18	49	32	8
Bin weniger interessiert	15	9	10	7	12	17	22	12	32	22	8
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	5	2	1	2	3	9	7	7	18	10	-

Basis: 1.201 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	80	80	78	88	83	74	76	73
Interessiere mich sehr dafür	32	32	31	41	39	25	25	25
Bin eher interessiert	48	48	47	48	44	48	51	48
WERTE 3 UND 4	21	20	22	12	17	26	24	27
Bin weniger interessiert	15	14	16	6	14	18	17	22
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	5	6	6	5	3	8	7	5

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
WERTE 1 UND 2	80	74	71	84	79	79	81
Interessiere mich sehr dafür	32	30	28	33	34	32	27
Bin eher interessiert	48	44	43	51	45	47	54
WERTE 3 UND 4	21	26	29	16	21	21	19
Bin weniger interessiert	15	16	21	12	14	16	16
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	5	10	8	4	7	4	3

Basis: 1.201 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	55	55	60	71	61	48	47	46	38	55	74
Sehr hoch	11	6	6	17	16	13	8	12	4	11	20
Eher hoch	44	48	53	54	46	36	39	34	34	44	54
WERTE 3 UND 4	45	45	40	29	39	52	53	54	62	45	26
Eher niedrig	38	41	35	25	32	44	46	49	43	31	25
Sehr niedrig	7	4	6	4	6	7	8	5	20	14	1

Basis: 1.201 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	55	65	46	69	60	52	47	45
Sehr hoch	11	16	6	21	13	8	6	4
Eher hoch	44	49	40	48	47	44	41	41
WERTE 3 UND 4	45	35	54	31	40	48	53	55
Eher niedrig	38	30	45	26	34	39	41	50
Sehr niedrig	7	5	10	5	5	9	12	6

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
WERTE 1 UND 2	55	50	49	59	54	58	64
Sehr hoch	11	11	11	11	10	13	14
Eher hoch	44	39	39	48	44	45	50
WERTE 3 UND 4	45	50	51	41	46	42	36
Eher niedrig	38	38	41	35	38	36	30
Sehr niedrig	7	11	10	6	8	6	5

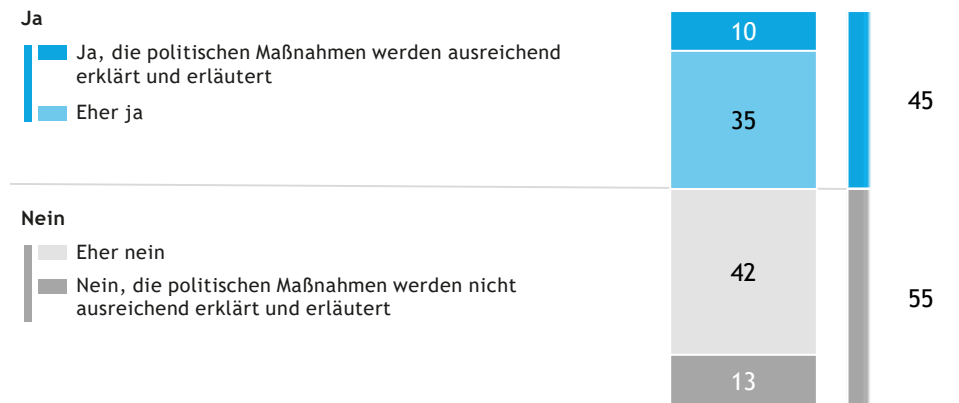
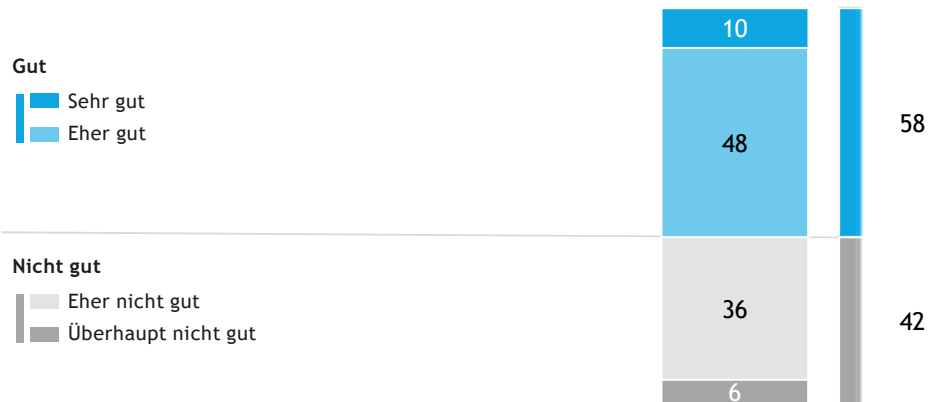
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ 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: 1.201 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	58	63	55	76	67	60	50	54	32	59	72
Sehr gut	10	8	6	17	20	11	9	7	4	14	12
Eher gut	48	55	49	58	47	50	41	47	28	45	60
WERTE 3 UND 4	42	37	45	24	33	40	50	46	68	41	28
Eher nicht gut	36	36	38	24	30	35	46	41	48	30	26
Überhaupt nicht gut	6	2	7	-	3	4	4	5	20	10	1

Basis: 1.201 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	58	70	47	70	64	55	50	52
Sehr gut	10	15	6	20	10	9	7	4
Eher gut	48	55	41	50	53	46	43	47
WERTE 3 UND 4	42	30	53	30	36	45	50	48
Eher nicht gut	36	27	45	25	34	36	42	45
Überhaupt nicht gut	6	3	8	5	2	9	8	3

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
WERTE 1 UND 2	58	55	54	62	56	64	60
Sehr gut	10	8	11	11	10	12	12
Eher gut	48	47	43	51	47	52	48
WERTE 3 UND 4	42	45	46	38	44	36	40
Eher nicht gut	36	37	39	34	37	32	39
Überhaupt nicht gut	6	8	7	4	7	4	1

Basis: 1.201 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	45	46	30	62	55	51	37	35	24	54	53
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	10	6	3	23	20	8	6	9	1	16	14
Eher ja	35	40	28	40	35	42	31	26	23	38	39
EHER NEIN	55	54	70	38	45	49	63	65	76	46	47
Eher nein	42	48	54	28	33	39	45	51	46	32	42
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	13	6	15	10	11	10	18	14	30	14	5

Basis: 1.201 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	45	54	35	66	52	38	35	26
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	10	14	6	24	13	6	4	1
Eher ja	35	40	30	42	40	33	31	25
EHER NEIN	55	46	65	34	48	62	65	74
Eher nein	42	34	50	22	38	45	50	61
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	13	12	14	12	10	17	15	13

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
EHER JA	45	50	40	46	40	50	53
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	10	10	9	11	11	11	11
Eher ja	35	40	31	36	29	40	42
EHER NEIN	55	50	60	54	60	50	47
Eher nein	42	34	46	41	44	38	39
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	13	16	14	13	16	12	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

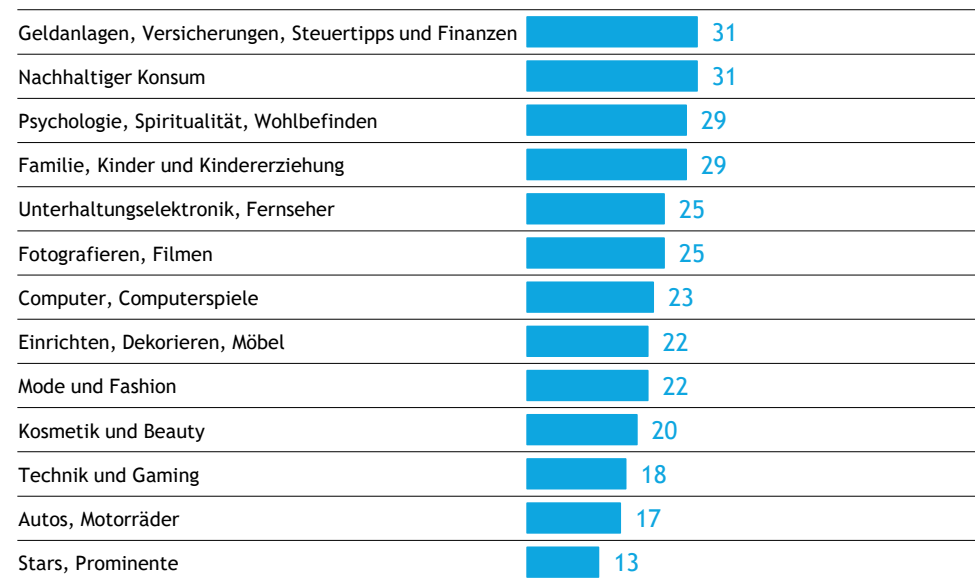
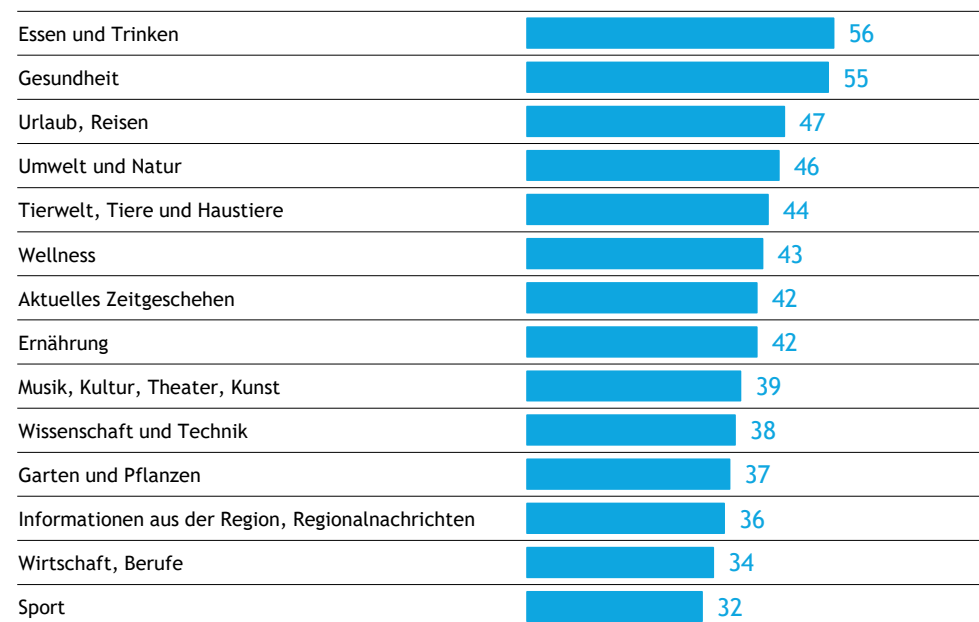
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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: 1.201 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	56	62	64	60	55	46	63	66	45	32	62
Gesundheit	55	64	65	51	46	42	67	65	53	31	66
Urlaub, Reisen	47	58	64	45	45	47	49	35	33	28	53
Umwelt und Natur	46	53	59	48	43	34	42	57	39	29	58
Tierwelt, Tiere und Haustiere	44	48	54	45	40	29	50	58	46	23	46
Wellness	43	48	52	52	38	27	48	46	36	27	52
Aktuelles Zeitgeschehen	42	38	64	42	42	36	47	29	41	27	49
Ernährung	42	49	54	43	40	33	50	48	38	20	46
Musik, Kultur, Theater, Kunst	39	40	57	40	40	26	54	34	31	22	39
Wissenschaft und Technik	38	33	49	42	48	32	40	22	26	30	51
Garten und Pflanzen	37	37	48	32	28	31	47	44	39	20	38
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	36	37	44	35	36	32	36	32	33	30	41
Wirtschaft, Berufe	34	42	35	35	42	31	35	27	18	31	40
Sport	32	27	27	42	35	36	36	26	31	24	36

Basis: 1.201 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
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	31	34	34	37	42	29	26	26	19	14	45
Nachhaltiger Konsum	31	32	43	32	31	30	25	38	11	17	48
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	29	31	37	38	31	18	31	26	27	14	33
Familie, Kinder und Kindererziehung	29	37	34	25	32	26	37	35	21	16	27
Unterhaltungselektronik, Fernseher	25	23	22	20	28	22	31	26	23	30	31
Fotografieren, Filmen	25	27	24	34	22	19	24	19	21	25	33
Computer, Computerspiele	23	20	15	28	25	20	24	28	17	23	29
Einrichten, Dekorieren, Möbel	22	29	26	30	24	17	20	13	14	16	25
Mode und Fashion	22	27	22	31	25	15	21	14	12	14	34
Kosmetik und Beauty	20	24	17	31	25	15	18	7	15	19	21
Technik und Gaming	18	18	8	30	26	21	16	9	10	16	26
Autos, Motorräder	17	17	13	20	21	18	17	17	12	21	19
Stars, Prominente	13	12	9	16	15	12	15	9	11	17	15

Basis: 1.201 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	56	45	66	52	53	58	62	56
Gesundheit	55	44	66	46	50	54	62	68
Urlaub, Reisen	47	42	52	41	43	51	56	45
Umwelt und Natur	46	44	48	47	40	41	46	57
Tierwelt, Tiere und Haustiere	44	34	52	44	36	46	48	46
Wellness	43	34	52	38	39	47	49	42
Aktuelles Zeitgeschehen	42	46	38	30	36	46	49	53
Ernährung	42	31	54	38	36	39	50	50
Musik, Kultur, Theater, Kunst	39	33	45	37	38	40	42	39
Wissenschaft und Technik	38	45	30	40	36	40	37	35
Garten und Pflanzen	37	27	46	28	30	35	41	52
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	36	37	35	26	35	36	43	42
Wirtschaft, Berufe	34	39	28	33	33	38	34	33
Sport	32	44	21	32	29	37	36	26

Basis: 1.201 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
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	31	36	26	28	29	32	34	32
Nachhaltiger Konsum	31	30	32	37	29	27	27	32
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	29	18	39	34	27	28	29	24
Familie, Kinder und Kindererziehung	29	22	36	25	32	31	26	33
Unterhaltungselektronik, Fernseher	25	30	21	24	25	25	26	26
Fotografieren, Filmen	25	23	26	31	26	22	26	18
Computer, Computerspiele	23	30	15	25	27	24	19	17
Einrichten, Dekorieren, Möbel	22	12	32	25	24	18	21	20
Mode und Fashion	22	13	30	37	24	19	15	9
Kosmetik und Beauty	20	8	30	30	24	16	15	10
Technik und Gaming	18	25	10	27	22	19	14	4
Autos, Motorräder	17	24	11	15	18	17	19	18
Stars, Prominente	13	11	15	19	15	12	13	5

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Essen und Trinken	56	50	54	57	61	52	48
Gesundheit	55	59	58	54	58	52	55
Urlaub, Reisen	47	30	36	54	43	48	52
Umwelt und Natur	46	51	48	45	52	42	39
Tierwelt, Tiere und Haustiere	44	51	45	42	51	40	29
Wellness	43	26	41	46	45	40	41
Aktuelles Zeitgeschehen	42	25	37	47	43	44	38
Ernährung	42	39	41	44	47	37	40
Musik, Kultur, Theater, Kunst	39	30	41	40	42	38	35
Wissenschaft und Technik	38	24	32	42	37	39	43
Garten und Pflanzen	37	41	42	34	40	35	30
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	36	27	34	38	36	39	29
Wirtschaft, Berufe	34	22	29	38	30	38	35
Sport	32	27	31	33	32	32	32

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	31	23	22	36	26	34	39
Nachhaltiger Konsum	31	26	29	32	32	30	32
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	29	19	26	31	36	22	25
Familie, Kinder und Kindererziehung	29	25	32	29	33	28	21
Unterhaltungselektronik, Fernseher	25	23	27	25	28	24	22
Fotografieren, Filmen	25	25	24	26	25	26	18
Computer, Computerspiele	23	17	24	22	26	21	20
Einrichten, Dekorieren, Möbel	22	12	20	24	23	22	16
Mode und Fashion	22	18	17	24	22	20	24
Kosmetik und Beauty	20	18	16	22	21	18	16
Technik und Gaming	18	17	14	20	18	18	19
Autos, Motorräder	17	19	18	17	16	20	17
Stars, Prominente	13	11	11	14	13	14	10

Basis: 1.201 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
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	28
Essen gehen (Restaurants)	25
PC/Tablet/Smartphone	22
Kaffee/Tee	20
Kleidung/Mode	18
Autos	18
Möbel	16
Spenden für wohltätige Zwecke	15
Küchenmöbel und -ausstattung	14
Wein/Champagner	13
Hochwertiger Schmuck	12
Fahrrad	12

Hochwertige Spirituosen/Whisky	12
Kosmetik/Parfüm	11
(Armband-)Uhren	10
High-End-HiFi-Equipment	10
Bier	10
Heimwerker-/Gartengeräte	8
Modeschmuck	7
Antiquitäten	7
Handtaschen	7
Exklusive Accessoires	7
Porzellan-/Glasarbeiten	3
Keines dieser Produkte	26

Basis: 1.201 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	40	39	30	37	27	33	23	14	20	44
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	28	35	31	31	36	14	24	26	14	26	40
Essen gehen (Restaurants)	25	30	30	27	22	18	20	19	18	24	36
PC/Tablet/Smartphone	22	27	16	26	27	18	19	18	15	24	29
Kaffee/Tee	20	18	22	17	24	15	14	19	16	23	32
Kleidung/Mode	18	23	9	36	26	16	11	12	5	15	24
Autos	18	21	11	27	22	22	16	13	9	20	17
Möbel	16	16	12	29	20	17	13	13	7	15	20
Spenden für wohltätige Zwecke	15	21	16	20	24	9	6	22	6	13	19
Küchenmöbel und -ausstattung	14	17	7	21	23	9	14	13	8	11	19
Wein/Champagner	13	15	12	22	14	9	10	9	8	10	23
Hochwertiger Schmuck	12	13	10	23	13	12	9	6	4	10	16
Fahrrad	12	11	9	19	16	6	11	7	5	14	16

Basis: 1.201 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
Hochwertige Spirituosen/Whisky	12	6	11	18	8	7	16	7	7	14	20
Kosmetik/Parfüm	11	11	10	24	14	8	7	9	6	14	11
(Armband-)Uhren	10	6	1	20	10	11	9	5	5	12	18
High-End-HiFi-Equipment	10	9	8	14	15	13	9	8	4	10	10
Bier	10	9	7	13	7	10	11	10	9	10	18
Heimwerker-/Gartengeräte	8	6	5	10	9	6	7	10	3	10	15
Modeschmuck	7	9	3	14	10	8	5	1	2	11	11
Antiquitäten	7	7	5	10	7	12	6	3	2	6	12
Handtaschen	7	7	2	16	9	6	8	1	6	9	5
Exklusive Accessoires	7	8	3	13	9	12	3	2	4	11	9
Porzellan-/Glasarbeiten	3	1	2	4	7	3	5	2	2	5	1
Keines dieser Produkte	26	18	29	16	14	24	37	38	56	21	14

Basis: 1.201 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	29	34	31	34	33	35	24
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	28	25	30	25	33	32	26	21
Essen gehen (Restaurants)	25	22	27	27	28	27	23	18
PC/Tablet/Smartphone	22	25	18	26	26	24	18	14
Kaffee/Tee	20	16	22	18	28	21	17	13
Kleidung/Mode	18	15	20	27	25	17	12	5
Autos	18	23	13	24	22	17	11	14
Möbel	16	17	15	24	22	14	14	4
Spenden für wohltätige Zwecke	15	18	12	23	17	9	9	15
Küchenmöbel und -ausstattung	14	13	14	20	20	13	10	5
Wein/Champagner	13	15	11	14	17	15	9	10
Hochwertiger Schmuck	12	12	11	25	11	10	8	2
Fahrrad	12	16	7	12	18	9	8	11

Basis: 1.201 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
Hochwertige Spirituosen/Whisky	12	14	9	14	15	14	10	5
Kosmetik/Parfüm	11	6	16	18	17	8	7	4
(Armband-)Uhren	10	14	6	15	14	10	5	3
High-End-HiFi-Equipment	10	15	5	13	15	8	6	7
Bier	10	16	4	9	17	13	6	6
Heimwerker-/Gartengeräte	8	10	6	8	11	8	6	5
Modeschmuck	7	8	6	17	8	5	3	2
Antiquitäten	7	7	7	14	8	6	5	3
Handtaschen	7	5	9	12	8	7	5	2
Exklusive Accessoires	7	8	6	15	8	4	6	1
Porzellan-/Glaserbeiten	3	5	2	5	5	2	1	2
Keines dieser Produkte	26	23	30	9	16	30	35	47

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Urlaub und Reisen	31	24	20	38	27	35	35
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	28	24	22	31	28	26	37
Essen gehen (Restaurants)	25	23	17	29	23	26	29
PC/Tablet/Smartphone	22	14	19	24	22	22	22
Kaffee/Tee	20	22	17	21	18	21	26
Kleidung/Mode	18	26	12	19	18	17	17
Autos	18	16	16	19	16	20	20
Möbel	16	16	14	17	15	17	18
Spenden für wohltätige Zwecke	15	20	8	18	15	18	13
Küchenmöbel und -ausstattung	14	11	11	16	15	14	14
Wein/Champagner	13	12	12	14	10	16	22
Hochwertiger Schmuck	12	8	6	15	11	10	21
Fahrrad	12	9	10	12	9	15	11

Basis: 1.201 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.

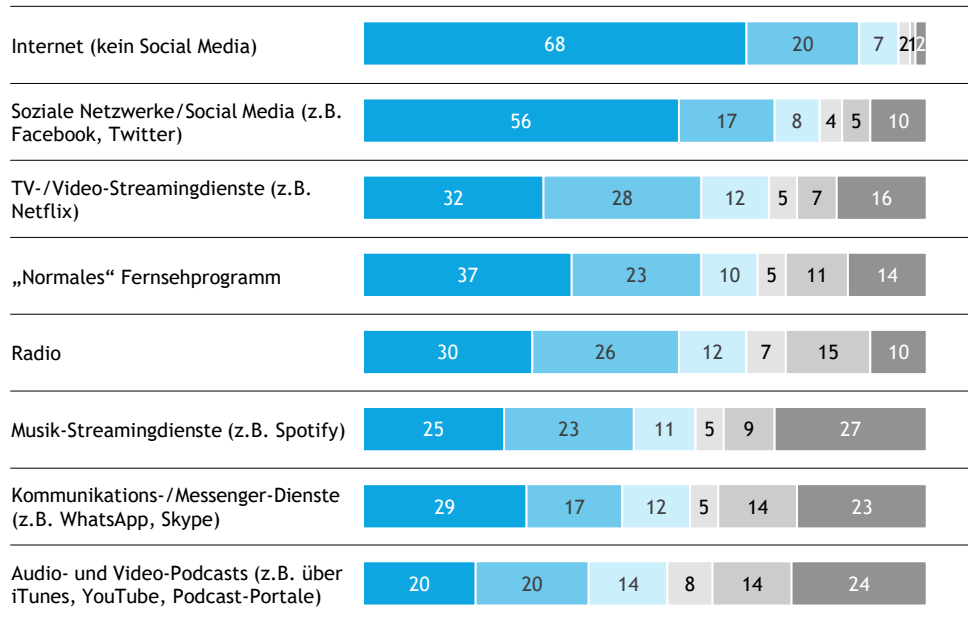
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Hochwertige Spirituosen/Whisky	12	5	11	13	9	13	21
Kosmetik/Parfüm	11	6	9	13	12	10	10
(Armband-)Uhren	10	5	6	12	7	12	15
High-End-HiFi-Equipment	10	5	8	12	11	10	10
Bier	10	10	9	11	8	13	14
Heimwerker-/Gartengeräte	8	10	6	9	9	9	6
Modeschmuck	7	6	6	8	7	8	10
Antiquitäten	7	11	5	8	6	9	8
Handtaschen	7	3	7	8	6	7	11
Exklusive Accessoires	7	7	5	8	7	8	7
Porzellan-/Glasarbeiten	3	-	4	3	3	4	4
Keines dieser Produkte	26	34	39	19	31	23	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

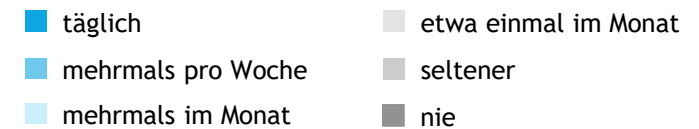
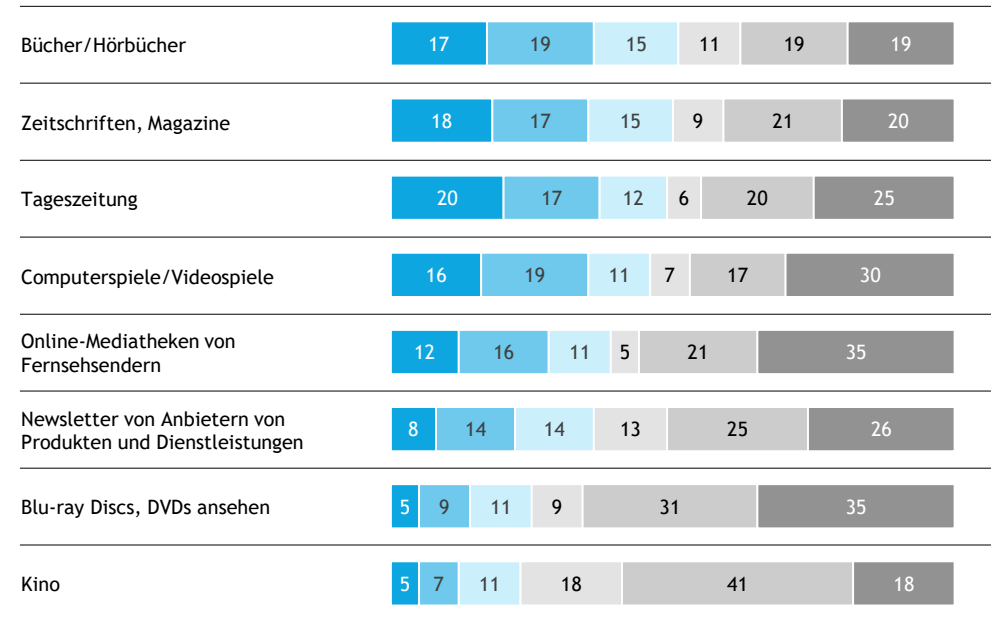
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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	95	93	96	96	96	95	98	96	91	97
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	81	89	74	87	86	89	79	72	67	83	87
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	72	76	64	84	77	73	66	66	46	74	91
„Normales“ Fernsehprogramm	70	68	60	69	75	77	69	80	69	72	63
Radio	68	70	64	67	60	74	69	74	63	67	74
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	59	58	46	86	74	64	56	45	25	61	76
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	58	64	46	76	74	62	49	48	30	65	70
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	54	57	42	76	69	59	44	42	28	60	64
Bücher/Hörbücher	51	52	53	66	54	45	43	44	41	58	58
Zeitschriften, Magazine	50	50	46	63	58	54	45	42	29	54	56
Tageszeitung	49	54	47	59	56	54	40	40	25	57	53
Computerspiele/Videospiele	46	40	25	64	55	56	36	43	29	50	62
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	39	36	17	60	50	51	31	26	15	51	46
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	36	35	20	55	46	41	23	26	16	50	49
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	24	17	11	39	30	31	18	19	14	40	28
Kino	23	18	7	42	37	32	14	12	6	36	33

Basis: 1.201 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	95	96	95	95	98	95	92
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	81	81	82	93	90	81	75	65
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	72	74	69	88	84	74	61	46
„Normales“ Fernsehprogramm	70	75	65	64	58	68	79	82
Radio	68	71	66	59	68	68	76	72
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	59	62	56	89	76	58	41	25
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	58	61	56	81	80	59	39	25
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	54	58	50	77	69	57	36	26
Bücher/Hörbücher	51	48	54	64	56	43	43	46
Zeitschriften, Magazine	50	54	45	55	54	45	47	47
Tageszeitung	49	55	43	55	50	46	43	48
Computerspiele/Videospiele	46	54	37	66	58	44	27	26
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	39	46	31	57	48	35	25	20
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	36	42	30	53	45	31	23	21
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	24	33	16	44	32	16	16	8
Kino	23	30	17	47	34	14	8	7

Basis: 1.201 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“

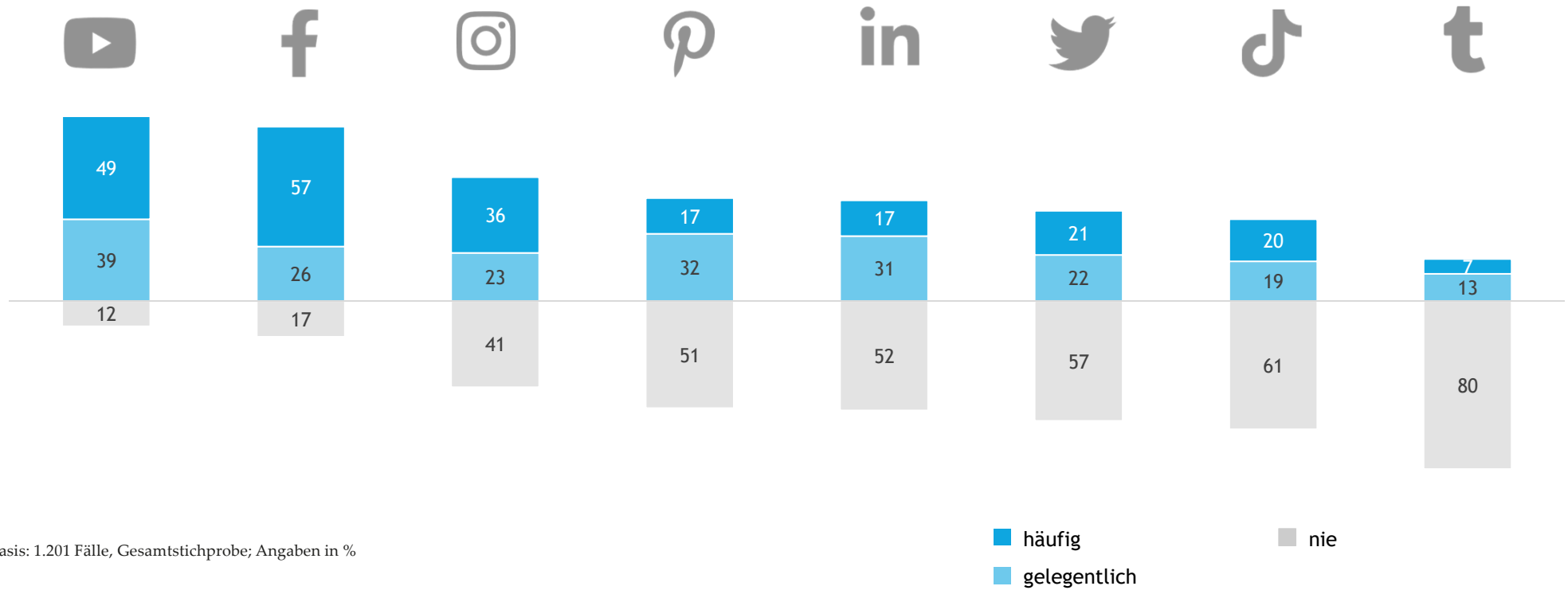
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Internet (kein Social Media)	95	91	94	96	94	96	96
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	81	80	78	84	82	83	77
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	72	61	67	75	69	76	75
„Normales“ Fernsehprogramm	70	73	74	67	67	72	72
Radio	68	69	70	67	61	76	74
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	59	37	50	67	54	64	69
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	58	49	43	67	53	66	61
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	54	47	45	60	51	58	59
Bücher/Hörbücher	51	40	44	56	43	57	59
Zeitschriften, Magazine	50	40	40	56	43	57	54
Tageszeitung	49	42	41	53	43	56	54
Computerspiele/Videospiele	46	42	44	47	45	49	44
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	39	36	32	41	34	44	43
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	36	33	30	39	30	42	45
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	24	24	23	25	20	30	28
Kino	23	23	19	26	20	29	27

Basis: 1.201 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: 1.201 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
Facebook	57	66	54	60	57	66	57	50	51	52	58
YouTube	49	62	34	64	56	52	46	33	29	54	55
Instagram	36	41	27	54	52	33	30	18	12	39	49
Twitter	21	18	6	38	31	29	18	15	6	23	26
TikTok	20	20	8	27	31	30	18	14	5	26	23
Pinterest	17	17	5	29	23	22	12	7	3	26	22
LinkedIn	17	21	8	24	24	16	13	9	5	22	27
Tumblr	7	6	2	12	11	10	4	4	2	10	11

Basis: 1.201 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
Facebook	57	55	60	53	61	61	60	53
YouTube	49	54	43	62	64	51	40	22
Instagram	36	30	41	62	49	32	20	7
Twitter	21	28	14	36	29	16	12	6
TikTok	20	21	20	47	24	13	7	3
Pinterest	17	14	19	28	23	12	11	7
LinkedIn	17	21	13	30	25	13	10	4
Tumblr	7	10	4	20	8	2	2	-

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Facebook	57	67	60	55	60	58	50
YouTube	49	44	44	52	50	52	40
Instagram	36	18	27	42	35	36	36
Twitter	21	24	21	20	19	24	21
TikTok	20	14	18	22	19	20	25
Pinterest	17	22	16	16	16	17	22
LinkedIn	17	12	11	21	13	20	24
Tumblr	7	12	5	8	5	8	13

Basis: 1.201 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	88	88	82	92	95	90	84	85	82	92	92
Facebook	83	90	77	87	84	92	83	79	72	80	83
Instagram	59	65	46	78	70	64	51	47	24	66	77
Pinterest	49	51	25	65	64	56	40	48	29	55	64
LinkedIn	48	56	30	60	66	53	39	30	19	60	67
Twitter	43	47	22	63	51	52	34	23	22	54	58
TikTok	39	37	18	59	59	53	33	24	15	49	46
Tumblr	20	13	3	38	36	30	12	8	6	34	28

Basis: 1.201 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	88	90	86	99	94	89	82	72
Facebook	83	82	85	91	86	82	79	75
Instagram	59	55	63	90	76	58	40	22
Pinterest	49	40	58	78	58	38	34	31
LinkedIn	48	54	42	71	61	46	35	21
Twitter	43	52	34	66	57	38	28	18
TikTok	39	41	37	75	50	31	23	8
Tumblr	20	27	12	50	27	11	7	1

Basis: 1.201 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“

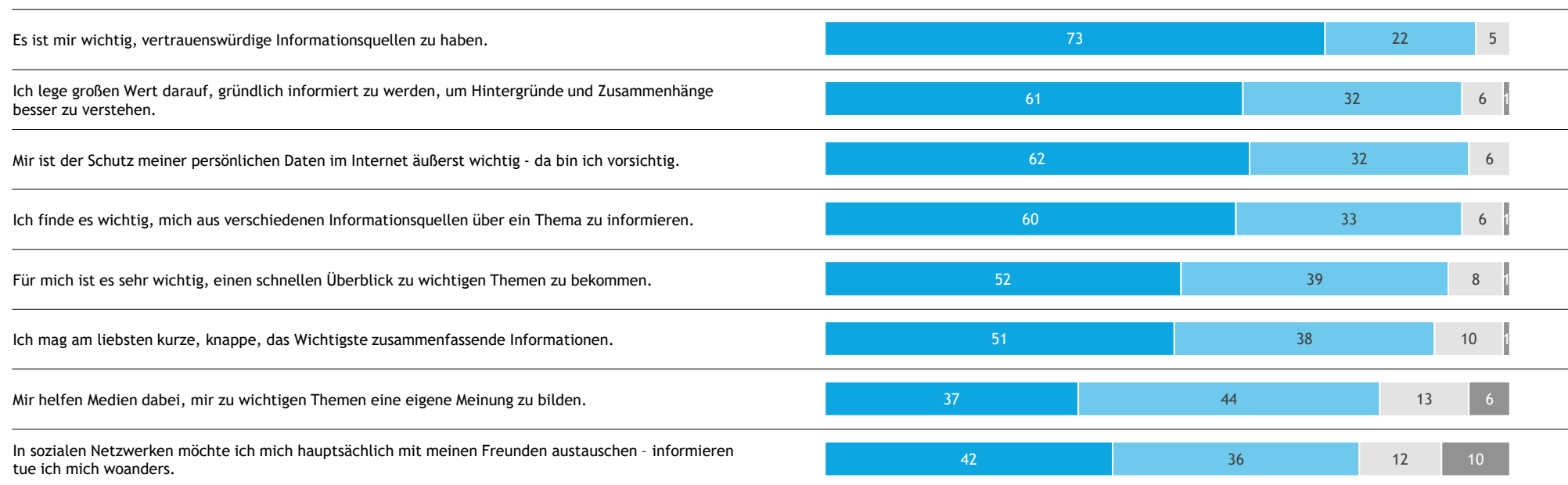
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
YouTube	88	86	83	91	89	89	86
Facebook	83	88	83	83	83	85	78
Instagram	59	42	50	66	57	61	60
Pinterest	49	52	48	49	48	51	47
LinkedIn	48	34	33	57	41	56	55
Twitter	43	39	39	45	40	47	43
TikTok	39	45	34	41	37	42	41
Tumblr	20	24	16	22	15	26	27

Basis: 1.201 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: 1.201 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.	95	97	99	96	94	92	97	96	97	84	95
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	93	99	96	96	94	88	95	95	86	86	96
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	94	95	95	95	91	93	94	99	92	84	95
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	93	97	94	95	96	93	95	94	89	82	94
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	98	89	95	95	86	93	92	87	82	90
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	89	91	79	89	85	91	93	97	93	85	87
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	81	84	85	88	85	82	82	82	63	78	80
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	78	76	73	89	88	76	79	79	67	72	79

Basis: 1.201 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.	95	94	96	92	93	98	96	98
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	93	93	94	91	95	95	92	95
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	94	92	94	90	93	93	95	95
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	93	94	92	92	92	96	94	93
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	90	92	90	91	92	90	92
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	89	88	90	87	90	88	91	87
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	81	82	80	88	79	79	81	78
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	78	75	80	85	81	84	74	63

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	96	93	96	96	95	94
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	93	93	92	94	94	93	90
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	94	94	94	93	91	95	91
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	93	91	92	94	92	94	92
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	85	90	92	91	90	90
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	89	92	88	89	90	88	85
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	81	75	78	84	79	84	82
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	78	87	72	80	75	82	76

Basis: 1.201 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.	73	84	89	80	62	52	78	78	77	50	80
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	62	70	60	72	54	43	59	76	69	45	71
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	61	70	70	74	54	46	61	64	46	48	75
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	60	66	67	78	64	47	63	55	45	44	71
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	52	62	53	64	49	39	60	58	36	41	56
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	51	60	39	64	51	38	56	67	44	43	50
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	42	42	50	49	44	30	47	53	39	28	38
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	37	44	35	52	38	29	38	36	14	33	46

Basis: 1.201 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.	73	70	76	60	70	79	81	79
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	62	59	64	50	56	63	68	73
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	61	59	63	58	60	63	63	63
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	60	58	62	57	62	66	63	53
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	52	48	56	53	51	54	53	50
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	51	49	53	51	52	52	52	46
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	42	39	44	38	41	42	45	43
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	37	38	36	40	40	34	38	31

Basis: 1.201 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% (<2.544 CAD)	Mittel 60-140% (2.544-5.936 CAD)	Hoch >140% (>5.936 CAD)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	73	70	70	75	74	71	72
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	62	75	61	60	63	59	56
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	61	62	55	64	61	59	63
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	60	58	57	62	59	60	62
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	52	52	49	54	54	51	48
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	51	54	50	51	52	51	40
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	42	43	40	43	42	43	36
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	37	38	36	37	38	38	30

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

The image features a solid blue background. A thin white curved line starts from the top left edge, curves downwards and to the right, and then curves back towards the bottom left edge, creating a large, open, semi-circular shape on the left side of the frame.

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 2023

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