



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

Sozialökologische Transformation

Länderbericht Ungarn

Heidelberg, September 2023

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

sinus:

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: 26 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



Stichprobengröße

1.200 Personen



Befragungszeitraum

27.06. - 07.07.2023

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 Ungarn**. 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:* „Nincs iskolai végzettsége vagy szakképzése (még)“ oder „Általános / Elemi iskola“ oder „Alapfokú iskolai végzettség nélküli szakmákra való szakképzés szakiskolában“; *mittel:* „10. évfolyamra épülő szakképzés“ oder „Alapfokú iskolai végzettségre épülő szakképesítés“ oder „Érettségi gimnázium vagy szakközépiskola“ oder „Érettségire épülő felsőfokra nem akkreditált szakképzés (középfokú technikum) vagy Érettségi utáni szakmunkásképző (szakiskola)“; *hoch:* „Felsőfokú akkreditált szakképzés, felsőfokú technikum“ oder „Főiskola“ oder „Egyetem“
 - **Nettoäquivalenzeinkommen*:** *niedrig:* weniger als 60% des Medianeinkommens; *mittel:* 60% bis 140% des Medianeinkommens; *hoch:* mehr als 140% des Medianeinkommens

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

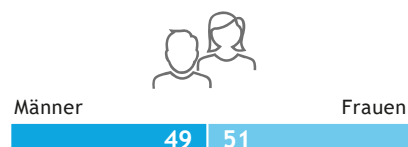
Methodik und Stichprobe

Auswertung der Befragungsergebnisse

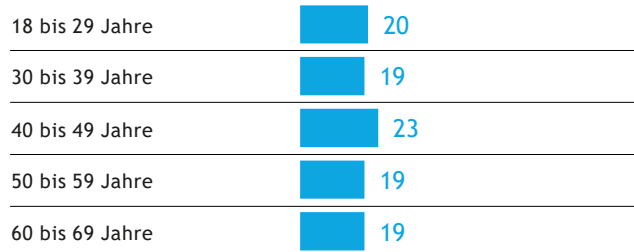
- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
 - Die Milieuperspektive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

Demografische Struktur der Stichprobe

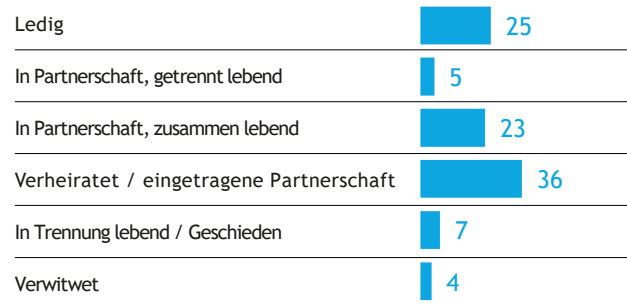
Geschlecht



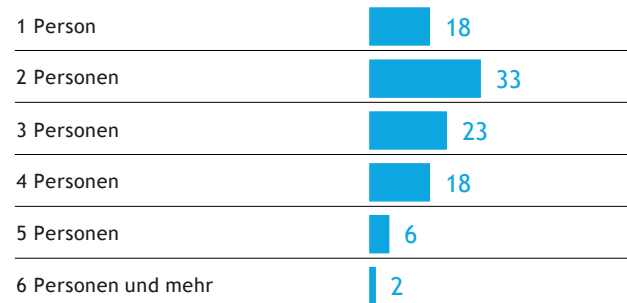
Alter ø 44,2 Jahre



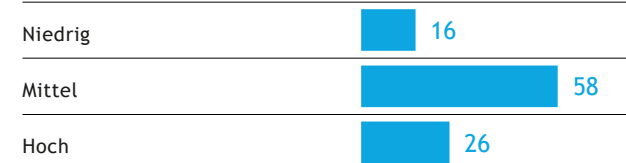
Familienstand



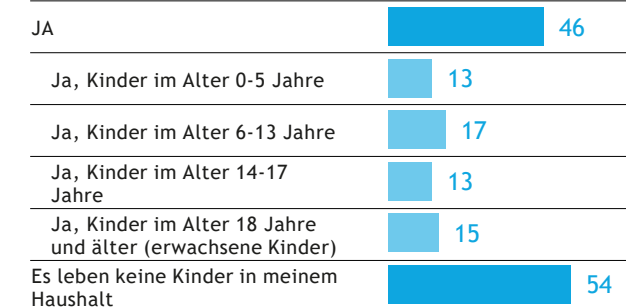
Personen im Haushalt



Bildungsabschluss



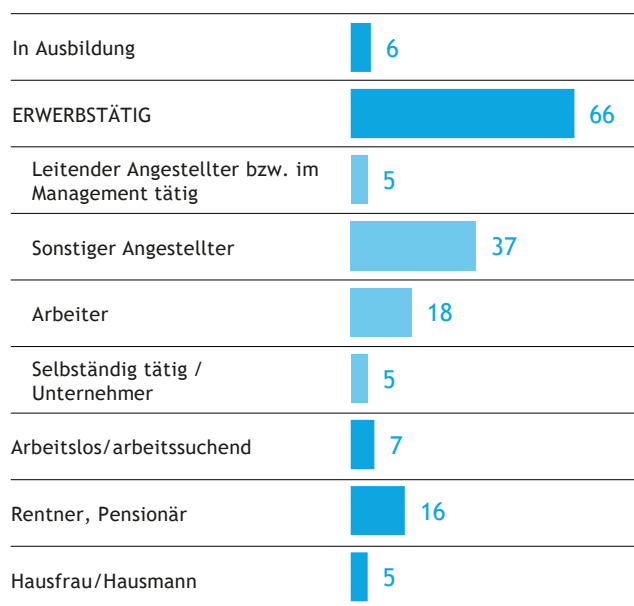
Kinder im Haushalt



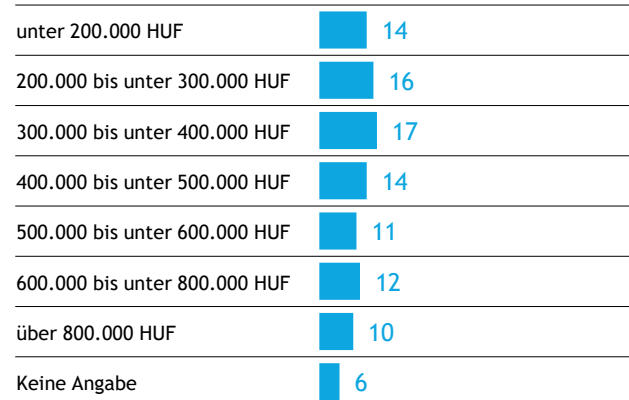
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Demografische Struktur der Stichprobe

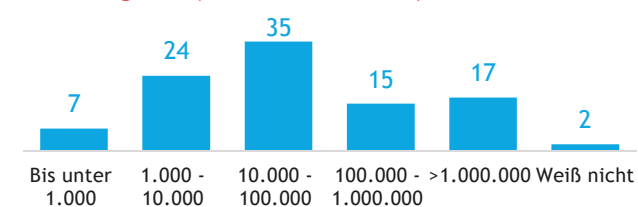
Berufstätigkeit / Stellung im Beruf



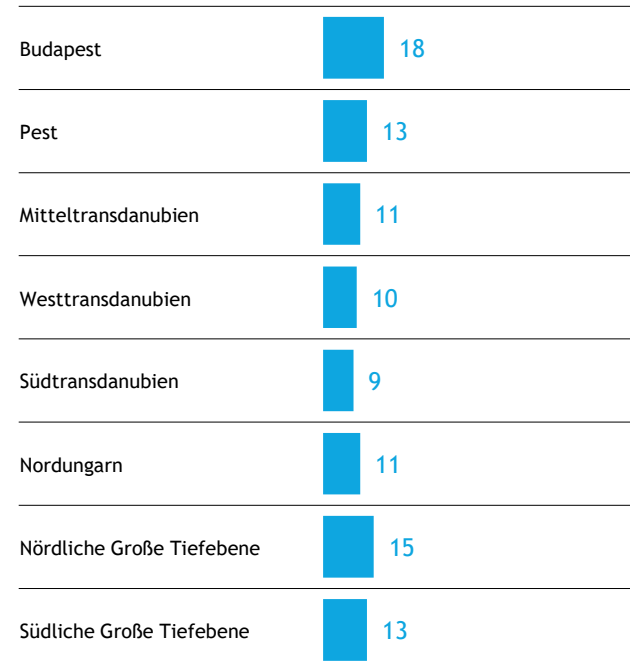
Haushaltsnettoeinkommen



Wohnortgröße (Anzahl Einwohner)



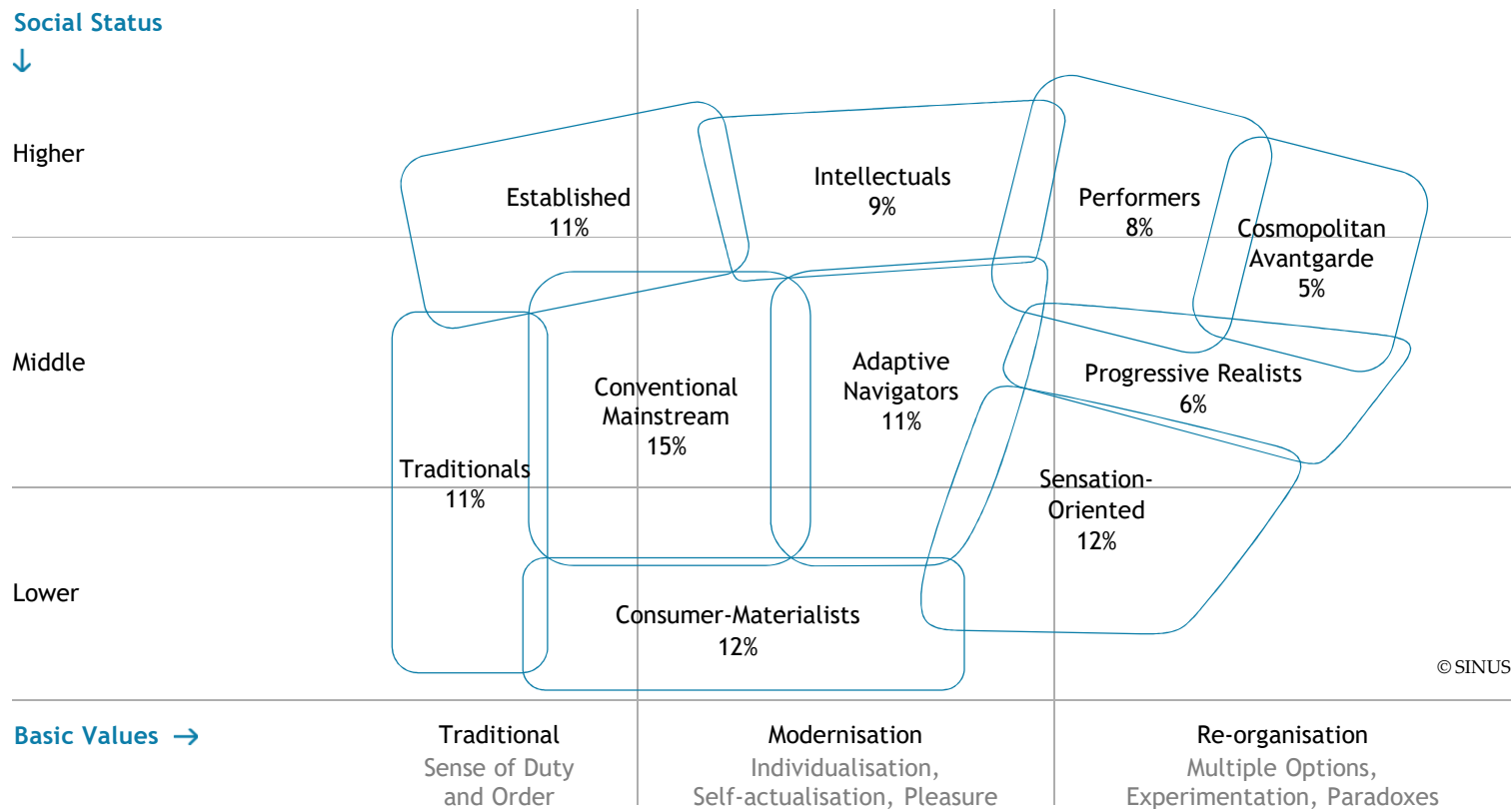
Region



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Die Sinus-Meta-Milieus[®] in Ungarn

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 71% Nennungen wird das Gesundheitswesen bzw. die Pflege am häufigsten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt. Dahinter rangieren die Themen „Arbeitsplatzangebot und faire Löhne“ (54%), „Bildung, Schulen, Universitäten“ (52%) und Inflation/sinkende Kaufkraft (51%). Der Bereich Umwelt-, Natur- und Klimaschutz wird von 23% der Befragten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt.

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

- Zu den fünf größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen zählen die Befragten am häufigsten die Verschmutzung des Wassers bzw. die Wasserqualität (58%), den Klimawandel bzw. klimaschädliche Emissionen (53%), die Verschmutzung der Luft bzw. die Luftqualität (53%) und die Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung (51%). Am seltensten wird der zunehmende Verkehr und Lärm als vorrangiges umweltpolitisches Handlungsfeld gesehen (13%).

Relevanz des Themas Klimawandel

- Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hält den Klimawandel für ein (sehr) wichtiges Thema für Ungarn: Auf einer Skala von 0 „völlig irrelevant“ bis 10 „absolut wichtig“ wählen 68% der Befragten die Skalenpunkte 8 bis 10, weitere 19% die Skalenpunkte 6 bis 7. Im Gegensatz dazu sind es nur 2% der Befragten, die die Skalenpunkte 0 bis 2 wählen. Der Skalen-Mittelwert liegt bei 7,9.

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Einstellungen zum Klimawandel

- 95% der Befragten sind der Meinung, dass die Menschheit durch die Zerstörung der Natur ihre Lebensgrundlagen gefährdet (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 66%). Dabei sagen 78%, sie hätten Angst vor den Folgen des Klimawandels (höchste Zustimmungsstufe: 28%), während 45% 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 69% zu (höchste Zustimmungsstufe: 19%) und 31% dagegen. Der Aussage, dass wir uns vielmehr darauf konzentrieren sollten, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen, statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, stimmen 58% zu (höchste Zustimmungsstufe: 12%), während 42% nicht zustimmen.

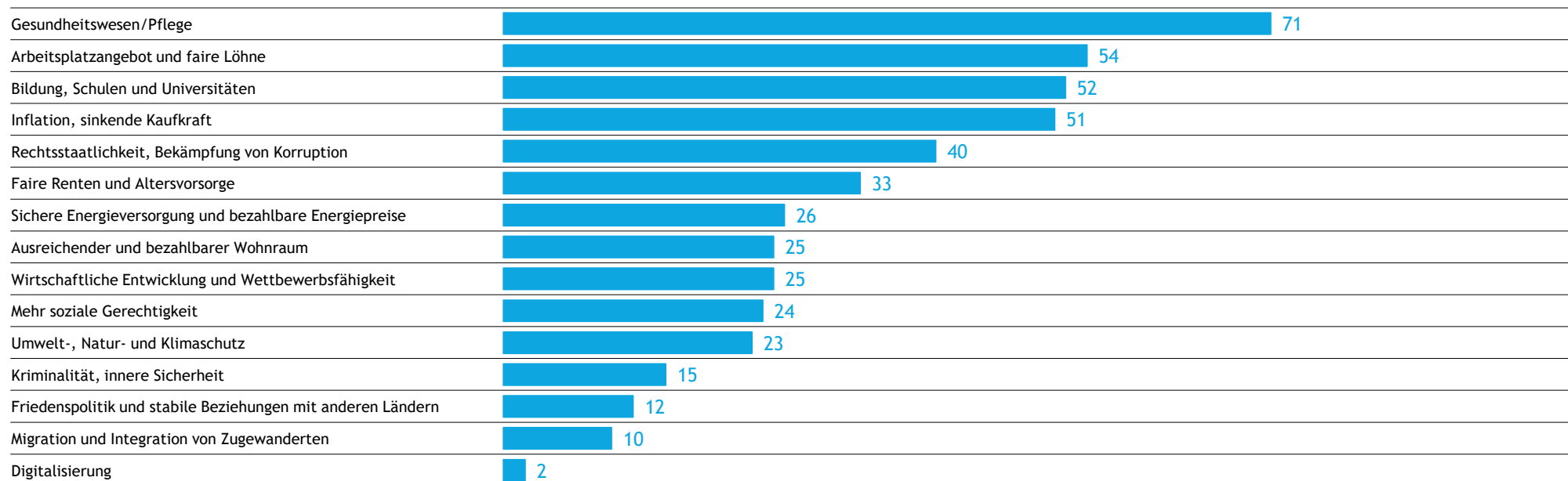
Folgen des Klimawandels

- Der Wassermangel im Alltag und die Zunahme von extremen Wetterereignissen machen der Bevölkerung am meisten Angst: 63% der Befragten zählen den Wassermangel im Alltag und 62% die Zunahme von extremen Wetterereignissen zu den fünf Folgen des Klimawandels, die ihnen am meisten Angst machen. Mit 47% Nennungen stehen kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser an dritter Stelle. Weniger Befragte haben Angst vor einer verstärkten Zuwanderung bzw. Migration (21%).

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

Politisch relevante Themen



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Gesundheitswesen/Pflege	71	70	80	80	77	65	76	71	67	64	66
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	54	49	38	54	66	52	54	53	68	56	51
Bildung, Schulen und Universitäten	52	59	70	56	50	44	53	49	34	50	61
Inflation, sinkende Kaufkraft	51	49	47	50	58	55	54	45	50	54	53
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	40	33	56	39	43	46	44	35	38	35	33
Faire Renten und Altersvorsorge	33	32	26	38	30	30	30	40	41	30	31
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	26	23	22	30	14	16	37	32	28	24	26
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	25	21	22	19	39	26	26	22	32	18	29
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	25	30	21	35	24	34	18	18	24	29	22
Mehr soziale Gerechtigkeit	24	25	27	14	26	27	26	22	23	20	35
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	23	23	47	22	25	16	19	31	16	15	23
Kriminalität, innere Sicherheit	15	16	7	16	13	18	13	19	17	13	10
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	12	17	9	15	16	15	8	12	9	12	12
Migration und Integration von Zugewanderten	10	12	3	10	3	14	7	11	12	16	8
Digitalisierung	2	2	4	-	1	2	2	-	-	1	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

Welche der folgenden Themen sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten, um die sich die Politik in Ungarn 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	71	69	74	68	71	68	72	78
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	54	47	60	58	62	59	54	35
Bildung, Schulen und Universitäten	52	52	51	62	52	49	38	58
Inflation, sinkende Kaufkraft	51	54	49	59	58	50	43	47
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	40	49	32	25	35	41	49	53
Faire Renten und Altersvorsorge	33	32	34	16	21	32	41	56
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	26	26	26	24	21	26	32	29
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	25	24	25	27	35	25	21	14
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	25	29	22	29	24	24	24	24
Mehr soziale Gerechtigkeit	24	21	27	20	22	22	30	27
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	23	22	24	18	26	28	25	17
Kriminalität, innere Sicherheit	15	14	15	15	11	17	18	12
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	12	12	12	12	9	10	16	14
Migration und Integration von Zugewanderten	10	10	11	7	10	12	10	12
Digitalisierung	2	3	0	3	2	1	1	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Gesundheitswesen/Pflege	71	62	73	72	62	72	73
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	54	66	58	37	62	57	49
Bildung, Schulen und Universitäten	52	32	49	70	32	50	60
Inflation, sinkende Kaufkraft	51	58	48	54	50	52	52
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	40	22	39	54	22	38	48
Faire Renten und Altersvorsorge	33	38	33	30	35	35	30
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	26	23	29	21	28	28	23
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	25	30	25	20	24	24	26
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	25	26	24	28	26	24	27
Mehr soziale Gerechtigkeit	24	22	25	24	26	26	24
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	23	20	22	28	18	22	26
Kriminalität, innere Sicherheit	15	15	16	11	18	16	12
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	12	9	14	10	14	13	11
Migration und Integration von Zugewanderten	10	18	10	7	8	11	10
Digitalisierung	2	-	1	4	-	2	2

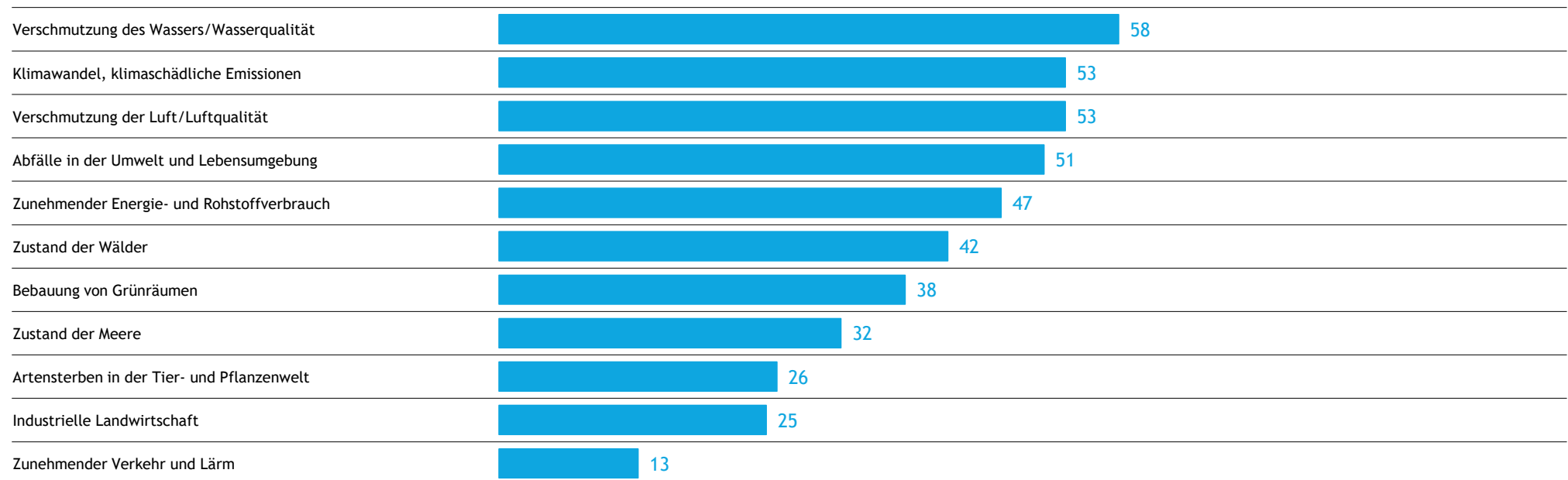
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

Umweltpolitische Handlungsfelder



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	58	61	50	49	63	56	59	66	62	50	61
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	53	54	70	57	51	48	54	54	48	37	63
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	53	51	52	58	62	48	54	60	47	51	48
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	51	53	54	55	52	51	53	47	43	52	44
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	47	53	44	49	56	50	54	45	42	38	44
Zustand der Wälder	42	46	43	37	49	43	42	46	38	40	40
Bebauung von Grünräumen	38	36	40	36	39	36	40	42	40	33	28
Zustand der Meere	32	36	30	37	25	35	29	28	33	34	34
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	26	17	34	28	26	31	22	31	26	25	24
Industrielle Landwirtschaft	25	29	30	29	20	22	20	31	25	17	27
Zunehmender Verkehr und Lärm	13	15	12	12	16	10	13	11	11	15	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	58	58	57	48	58	59	60	63
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	53	52	53	50	49	49	56	61
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	53	55	51	52	53	50	60	50
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	51	51	50	47	46	51	51	58
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	47	48	46	44	49	45	49	50
Zustand der Wälder	42	43	41	41	42	43	39	44
Bebauung von Grünräumen	38	36	40	32	39	40	38	38
Zustand der Meere	32	36	29	35	32	31	30	32
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	26	25	27	31	25	27	22	25
Industrielle Landwirtschaft	25	23	27	19	24	25	27	29
Zunehmender Verkehr und Lärm	13	13	13	15	12	13	15	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

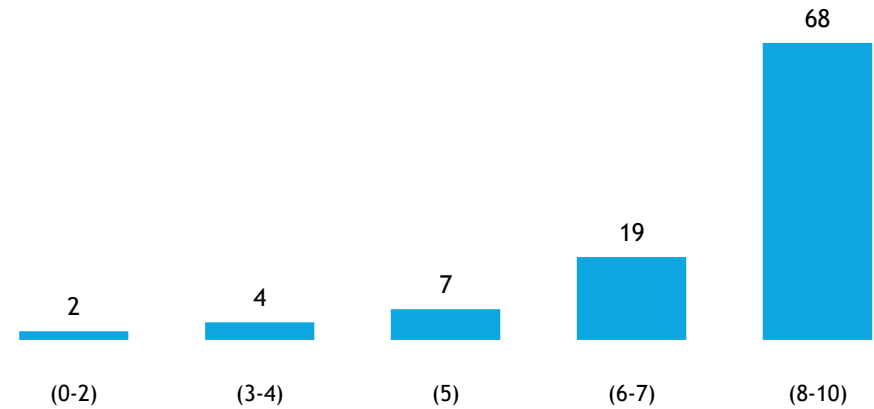
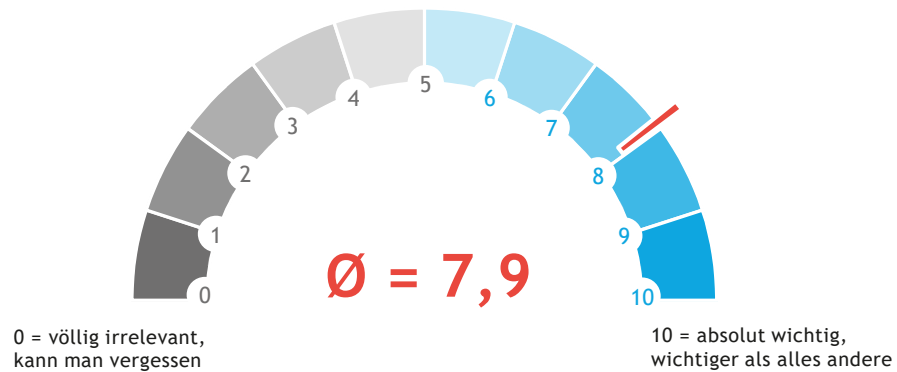
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	58	60	57	57	53	61	57
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	53	42	52	61	43	52	57
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	53	52	53	53	42	56	53
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	51	41	53	50	43	53	49
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	47	41	45	56	44	48	47
Zustand der Wälder	42	36	44	41	42	43	42
Bebauung von Grünräumen	38	30	39	38	31	38	38
Zustand der Meere	32	26	33	33	26	30	36
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	26	37	26	20	27	26	27
Industrielle Landwirtschaft	25	22	26	25	25	26	24
Zunehmender Verkehr und Lärm	13	14	12	14	15	12	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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



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 Ungarn?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	26	32	37	27	20	15	19	36	28	14	33
9	20	24	23	15	27	21	24	20	17	15	17
8	22	14	27	25	20	27	26	23	21	21	19
7	13	15	6	14	11	14	16	7	13	15	15
6	6	3	2	9	12	7	5	7	2	12	3
5	7	4	4	7	4	8	6	3	10	13	8
4	2	2	1	2	3	5	0	1	4	2	1
3	2	2	-	1	3	1	3	-	2	2	1
2	1	1	-	-	-	1	-	1	1	1	2
1	0	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	2	-	-	-	1	1	1	3	3	-
Mittelwert	7,9	8,1	8,7	8,0	7,9	7,5	7,9	8,4	7,8	7,1	8,1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	26	19	32	23	20	28	29	28
9	20	21	20	13	19	22	22	26
8	22	22	23	24	23	18	22	27
7	13	16	10	15	16	13	10	9
6	6	7	5	11	6	6	5	3
5	7	8	5	8	9	6	6	4
4	2	3	2	4	2	2	2	0
3	2	2	1	1	2	2	1	1
2	1	1	1	0	-	1	1	1
1	0	0	0	-	0	0	1	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	2	1	0	4	1	1	1
Mittelwert	7,9	7,6	8,2	7,7	7,5	8,0	8,0	8,3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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

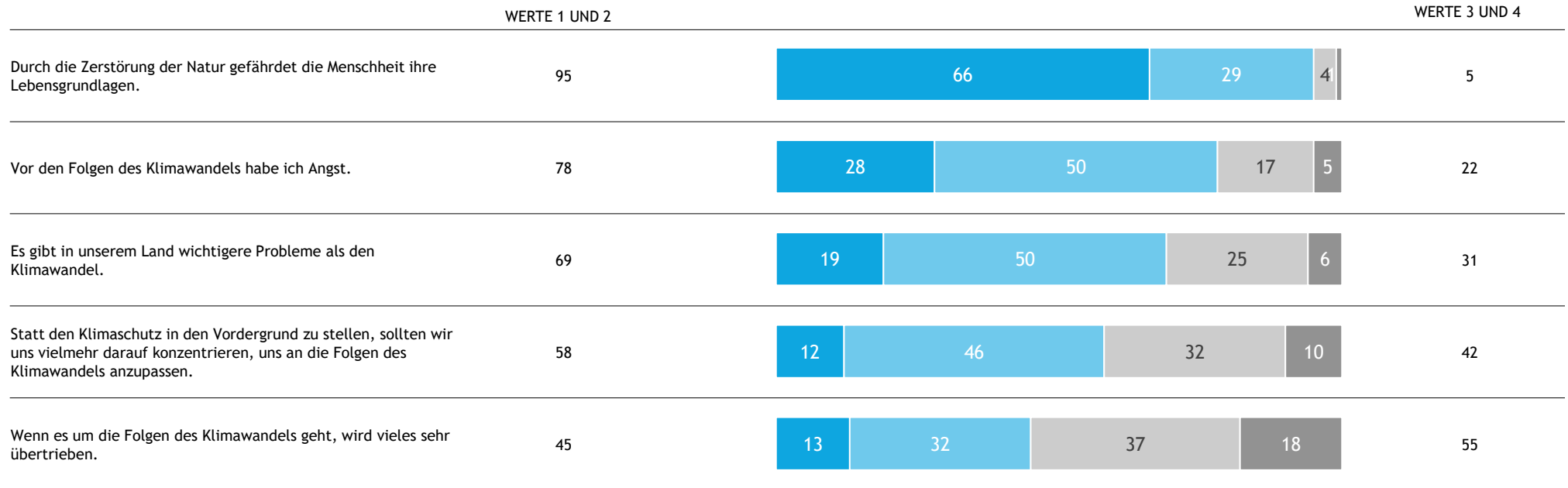
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	26	36	25	20	36	26	22
9	20	14	21	22	16	20	21
8	22	19	22	25	17	24	24
7	13	10	13	13	11	14	12
6	6	7	6	6	10	5	7
5	7	8	6	7	3	7	7
4	2	3	1	4	1	2	3
3	2	-	2	2	-	1	2
2	1	-	1	1	-	0	1
1	0	1	0	-	-	0	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	2	2	1	7	1	0
Mittelwert	7,9	8,1	7,9	7,8	7,9	8,0	7,8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher 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.	95	95	96	99	97	93	97	96	94	87	95
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	82	88	76	82	76	81	79	75	64	83
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	69	63	56	74	74	74	68	59	71	82	62
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	58	67	33	58	57	60	61	57	61	64	53
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	45	48	24	41	40	50	42	43	46	61	37

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	95	95	94	91	94	97	93	98
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	75	81	79	80	75	77	79
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	69	72	65	73	72	64	69	65
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	58	56	60	61	56	58	58	57
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	45	47	42	48	43	41	46	42

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	95	89	96	95	89	95	96
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	81	77	79	70	80	78
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	69	66	70	66	69	69	68
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	58	71	60	47	69	61	52
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	45	45	47	38	47	44	44

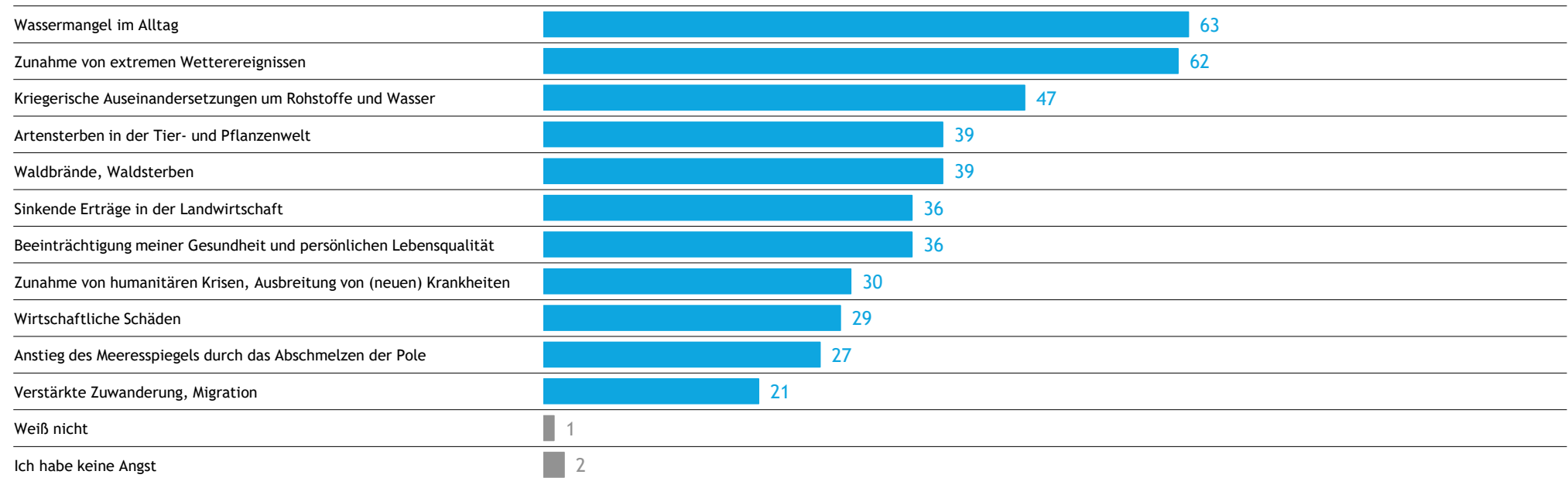
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

Folgen des Klimawandels



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wassermangel im Alltag	63	61	69	69	62	65	66	64	59	54	66
Zunahme von extremen Wetterereignissen	62	56	74	61	60	53	75	66	58	48	69
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	47	49	51	50	46	50	45	47	48	43	35
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	39	39	47	42	41	33	37	45	38	27	51
Waldbrände, Waldsterben	39	40	34	40	46	48	34	44	42	28	36
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	36	47	35	30	35	30	38	43	35	28	31
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	36	34	31	28	41	40	43	36	38	32	32
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	30	32	49	29	33	25	28	33	21	25	28
Wirtschaftliche Schäden	29	31	21	30	31	40	30	25	24	33	25
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	27	27	39	26	26	21	30	30	22	24	33
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	27	9	24	19	20	23	21	22	22	14
Weiß nicht	1	-	-	-	-	-	0	-	-	3	3
Ich habe keine Angst	2	2	2	4	2	1	1	-	4	4	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Wassermangel im Alltag	63	56	70	67	66	61	62	60
Zunahme von extremen Wetterereignissen	62	60	64	50	60	63	69	68
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	47	47	46	46	42	49	41	54
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	39	39	39	44	39	39	38	35
Waldbrände, Waldsterben	39	34	43	42	36	40	32	42
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	36	33	38	34	38	35	36	36
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	36	41	31	35	36	37	38	34
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	30	29	31	26	30	28	25	40
Wirtschaftliche Schäden	29	31	27	28	27	28	29	34
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	27	27	28	29	25	24	28	32
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	23	19	15	19	23	20	27
Weiß nicht	1	1	0	0	1	1	0	-
Ich habe keine Angst	2	3	1	0	3	2	4	0

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Wassermangel im Alltag	63	60	62	67	57	62	66
Zunahme von extremen Wetterereignissen	62	46	64	66	47	64	65
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	47	43	48	46	46	48	44
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	39	34	40	39	32	38	43
Waldbrände, Waldsterben	39	35	40	38	46	38	39
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	36	40	34	37	34	38	34
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	36	34	38	33	39	36	35
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	30	25	28	37	24	28	34
Wirtschaftliche Schäden	29	28	30	28	34	32	25
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	27	24	28	29	21	26	30
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	21	21	20	18	20	23
Weiß nicht	1	1	1	0	0	0	0
Ich habe keine Angst	2	2	2	1	3	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

3

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 92% 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“: 50%).
- Darüber hinaus wären 88% der Befragten bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt würden (höchste Zustimmungsstufe: 38%).
- Etwas weniger, aber immer noch nahezu drei Viertel der Befragten (73%) stellen den Anspruch an sich, aktiv an der Veränderung der Gesellschaft beizutragen (höchste Zustimmungsstufe: 20%).

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 92% der Befragten sind der Meinung, dass wir bereit sein sollten, zugunsten der Umwelt unseren Lebensstil zu ändern (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 51%). 35% 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: 8%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 85% wären bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden (höchste Zustimmungsstufe: 30%). Allerdings glauben 32% nicht daran, mit dem eigenen Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können (höchste Zustimmungsstufe: 8%). Dass erstmal andere den ersten Schritt tun sollten, bevor man selbst zum Klimaschutz beiträgt, sagen 37% (höchste Zustimmungsstufe: 10%).
- 79% geben an, sich zu ärgern, wenn andere einem vorschreiben wollen, wie man zu leben hat (höchste Zustimmungsstufe: 35%). Darüber hinaus beklagen 44%, man könne bald überhaupt nichts mehr machen, wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt (höchste Zustimmungsstufe: 13%).
- Zwei Drittel der Befragten (66%) halten Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz für sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener*innen belasten (höchste Zustimmungsstufe: 22%). Weiterhin befürchten 65%, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen mit persönlich hohen Kosten verbunden ist (höchste Zustimmungsstufe: 21%). Dass es persönlich an finanziellen Möglichkeiten fehlt, um etwas für den Klimaschutz zu tun, sagen 56% (höchste Zustimmungsstufe: 21%).
- 67% geben zu bedenken, dass Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen können (höchste Zustimmungsstufe: 21%). Weiterhin sagen 47%, der Erhalt von Arbeitsplätzen sei wichtiger als Klima- und Umweltschutz (höchste Zustimmungsstufe: 11%). Dass die Bekämpfung des Klimawandels unserer Wirtschaft schadet, meinen 28% (höchste Zustimmungsstufe: 8%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 52% sind der Meinung, die mangelnde Infrastruktur mache es unmöglich, auf das Auto zu verzichten (höchste Zustimmungsstufe: 19%). Dabei finden es 43% schwierig, das eigene Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten (höchste Zustimmungsstufe: 9%). Rund ein Fünftel (19%) gibt an, es nicht einzusehen, das eigene Verhalten zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert (höchste Zustimmungsstufe: 5%).
- 51% sind der Auffassung, die Wirtschaft wisse am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann (höchste Zustimmungsstufe: 12%). Außerdem meinen 36%, dass Wissenschaft und Technik das Problem des Klimawandels lösen werden, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen (höchste Zustimmungsstufe: 7%).

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Nach Auffassung von 94% der Befragten trägt jeder Einzelne Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 62%). Dass mehr Umweltschutz auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle bedeutet, sagen 91% (höchste Zustimmungsstufe: 50%). Außerdem meinen 89%, Umweltschutz sei eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht (höchste Zustimmungsstufe: 39%). Persönlich verantwortlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt fühlen sich 85% (höchste Zustimmungsstufe: 32%).
- 92% geben an, es fördere ihre Lebensqualität erheblich, wenn sie Zeit in der Natur verbringen (höchste Zustimmungsstufe: 51%). Außerdem meinen 83% der Befragten, sie würden sich mit der Natur stark verbunden fühlen (höchste Zustimmungsstufe: 38%).

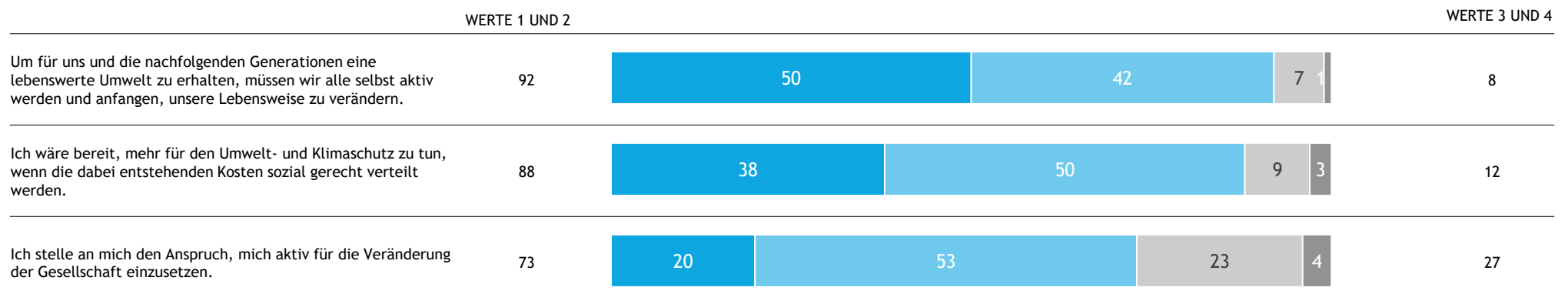
Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 92% sehen die Industrieländer in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, da sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben (höchste Zustimmungstufe: 51%). Darüber hinaus sagen 83%, sie fühlen sich besser, wenn sie Produkte kaufen, die Umwelt und Klima weniger belasten (höchste Zustimmungstufe: 30%).
- 86% sind der Auffassung, dass unsere Wirtschaft klimafreundlicher werden muss, da andernfalls wirtschaftliche Schäden drohen (höchste Zustimmungstufe: 38%). Weiterhin meinen 81%, der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren biete große Beschäftigungschancen (höchste Zustimmungstufe: 24%). Dass eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken wird, glauben 79% (höchste Zustimmungstufe: 25%).

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	92	96	98	97	96	88	93	92	90	82	96
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	88	89	92	91	91	88	91	91	83	82	94
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	93	86	74	82	66	64	77	62	60	83

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.	50	66	74	47	64	36	46	59	45	27	60
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	39	50	26	54	28	36	40	33	30	58
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	20	36	33	15	30	13	7	18	16	14	29

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
 ■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	92	91	94	93	89	93	94	93
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	88	88	89	89	84	89	91	89
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	72	74	74	68	76	74	73

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.	50	46	54	53	47	48	53	51
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	35	40	43	39	34	38	34
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	20	17	22	20	18	22	18	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	92	87	94	93	87	93	93
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	88	84	89	90	80	89	91
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	73	71	73	75	68	75	73

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

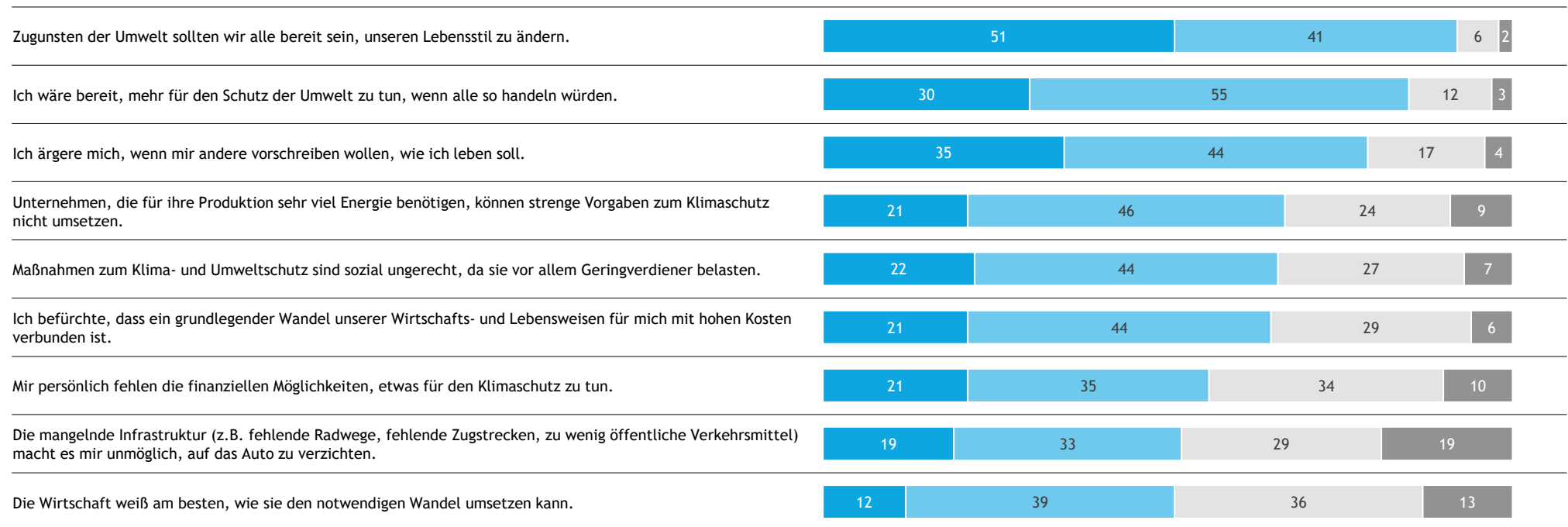
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	50	48	51	51	44	51	53
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	35	39	36	27	41	38
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	20	23	18	21	22	19	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

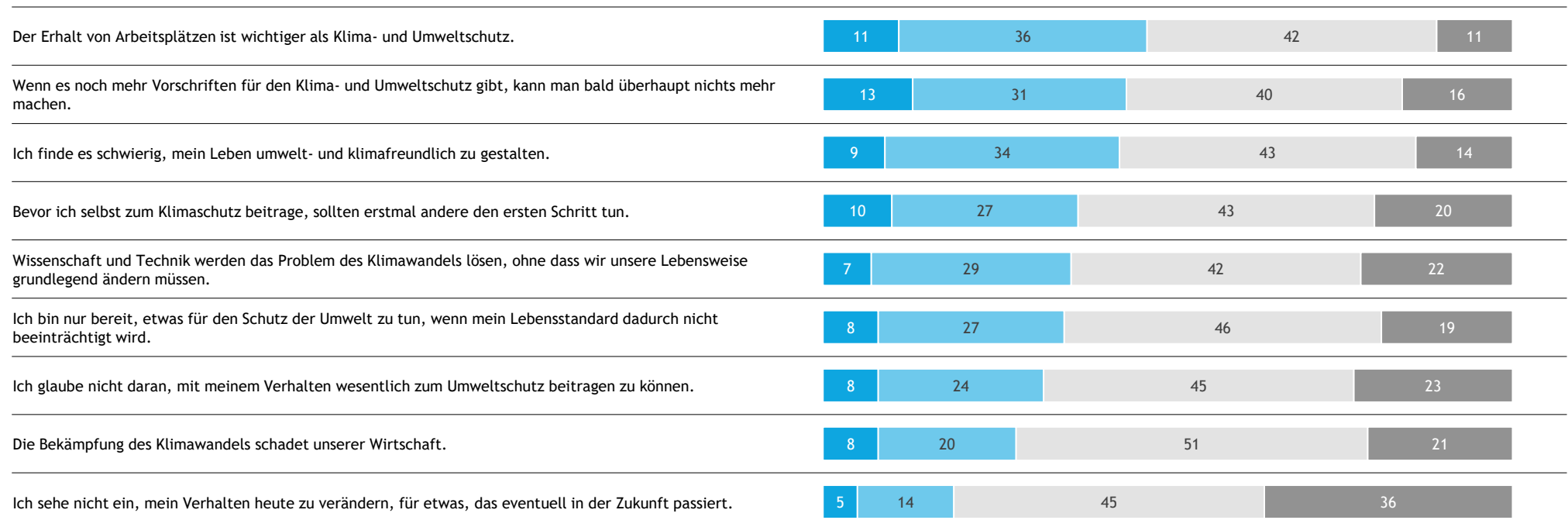


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	94	97	97	93	92	94	94	85	78	99
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	85	87	83	83	80	84	89	88	82	81	94
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	79	76	64	74	83	85	85	75	88	79	81
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	67	57	54	72	54	69	70	64	77	71	72
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	66	57	54	58	68	73	75	61	78	68	63
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	65	58	47	64	55	71	75	56	72	72	68
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	56	45	30	51	48	68	61	49	76	65	51
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	52	48	38	59	54	53	51	54	50	62	53
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	51	57	37	51	45	61	47	40	52	55	62

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	47	43	22	48	39	61	49	32	57	62	40
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	44	40	21	41	34	53	50	40	56	54	36
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	43	29	31	37	39	53	48	36	52	57	35
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	37	33	17	30	30	46	36	26	52	48	36
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	36	16	38	30	53	34	26	34	53	37
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	35	22	13	28	32	53	34	27	44	53	32
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	32	17	15	29	26	47	38	21	40	46	25
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	28	28	12	35	22	39	28	15	23	38	30
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	19	12	5	18	9	33	20	13	24	40	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	91	92	91	93	92	92	91
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	85	86	84	83	83	82	87	90
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	79	79	80	78	78	82	80	77
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	67	65	69	69	67	68	66	63
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	66	70	63	62	69	66	65	70
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	65	66	64	66	72	64	58	64
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	56	54	57	60	59	53	54	56
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	52	52	52	58	55	51	50	47
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	51	51	51	50	52	50	54	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	47	46	47	50	55	48	47	33
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	44	46	42	45	48	45	39	42
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	43	43	43	46	51	42	35	40
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	37	38	35	40	43	36	33	31
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	40	33	38	43	34	36	32
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	35	38	32	39	42	31	33	29
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	32	35	28	35	38	28	26	30
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	28	29	25	38	28	25	24	20
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	19	22	18	24	25	18	16	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	86	92	94	80	94	93
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	85	83	87	83	77	86	86
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	79	84	80	73	82	79	78
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	67	80	66	61	72	68	64
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	66	74	67	61	68	67	65
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	65	73	64	62	64	69	61
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	56	75	59	39	76	60	45
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	52	55	53	49	51	51	55
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	51	55	53	42	60	51	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	47	55	48	38	56	49	41
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	44	56	45	35	55	44	42
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	43	53	43	36	47	43	43
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	37	52	39	22	50	37	33
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	36	43	36	33	41	35	35
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	35	43	35	30	45	33	34
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	32	40	32	26	34	34	29
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	28	33	26	27	39	25	28
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	19	28	20	14	32	20	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	51	61	74	52	66	25	47	58	41	33	73
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	35	30	31	27	42	32	36	34	45	39	33
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	30	34	46	27	29	22	26	32	28	24	42
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	22	18	13	20	25	19	25	21	39	24	13
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	15	6	19	22	22	25	17	34	19	23
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	15	5	13	18	22	25	16	46	22	14
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	21	20	21	23	23	13	20	23	26	17	32
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	19	20	10	27	23	15	16	16	24	21	20
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	13	10	10	11	6	10	16	12	17	16	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	12	15	11	16	7	8	12	6	16	13	17
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	11	6	2	9	4	12	10	11	19	17	13
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	10	12	2	6	4	14	7	6	15	14	12
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	9	8	5	6	7	10	6	7	17	11	5
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	8	6	3	5	9	8	6	8	12	14	8
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	8	4	4	8	7	7	9	4	16	12	6
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	8	8	1	13	8	9	6	5	8	10	7
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	7	10	2	7	3	7	7	7	11	7	5
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	5	6	2	7	1	4	4	2	10	10	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	51	45	56	52	54	52	50	46
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	35	33	36	40	36	36	32	29
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	30	30	30	35	33	30	28	23
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	22	23	22	19	27	23	22	22
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	20	21	23	26	22	14	16
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	20	23	22	24	19	20	21
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	21	22	20	25	23	24	16	18
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	19	19	19	26	22	17	17	12
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	13	14	12	11	16	15	5	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

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

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	51	49	50	53	39	53	52
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	35	42	37	25	49	32	34
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	30	32	31	27	27	29	33
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	22	37	21	16	33	26	16
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	36	19	15	25	24	16
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	40	21	10	42	23	13
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	21	29	18	23	25	21	20
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	19	28	19	14	26	17	19
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	13	14	14	10	15	14	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

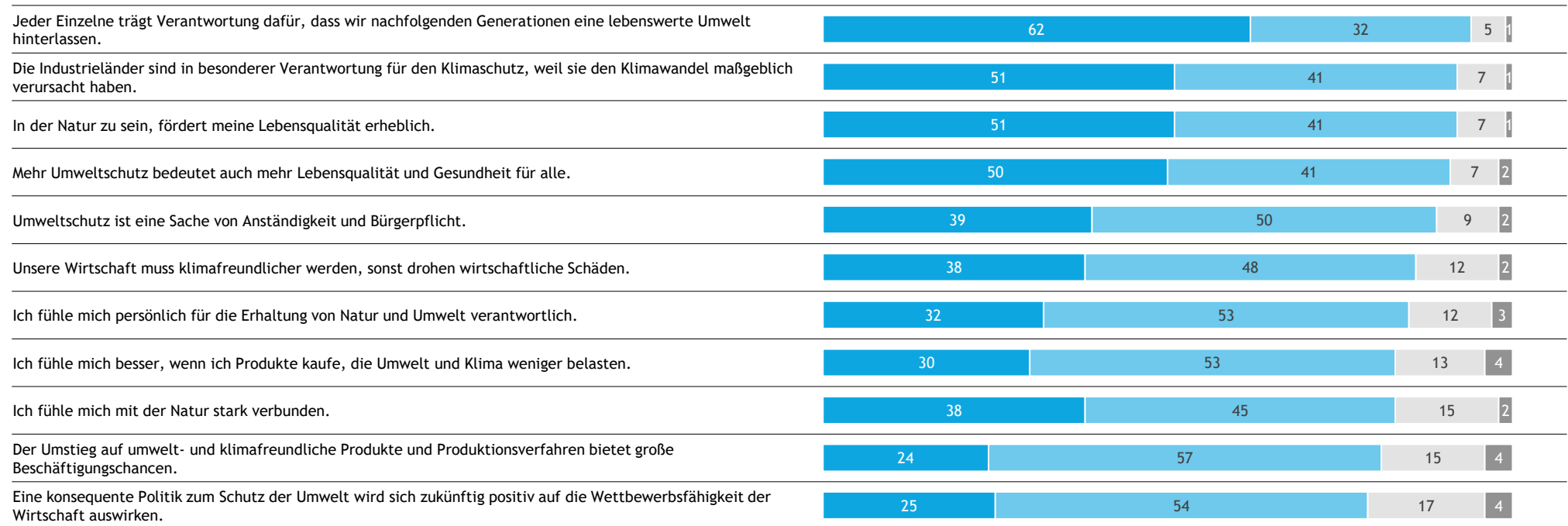
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	12	21	11	9	19	11	11
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	11	19	10	8	19	12	8
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	10	17	10	5	19	9	8
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	9	15	8	5	16	7	8
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	8	11	8	7	17	7	7
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	8	13	8	6	17	7	7
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	8	14	6	6	16	6	7
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	7	10	7	5	8	7	6
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	5	11	5	2	12	4	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	94	99	96	93	94	89	97	97	92	87	97
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	92	96	96	92	87	87	94	94	89	85	97
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	92	93	92	93	95	87	95	91	91	86	92
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	91	96	95	94	96	85	93	90	91	80	100
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	89	98	92	93	87	85	89	88	83	84	96
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	86	91	92	88	90	81	90	93	79	75	91
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	85	93	95	83	84	76	84	88	85	74	86
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	83	89	95	87	86	80	82	87	76	64	90
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	92	92	90	85	70	81	90	77	70	87
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	81	92	91	87	89	81	77	79	75	72	87
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	79	85	89	88	87	81	73	78	68	68	87

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	94	93	95	92	94	91	97	97
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	92	91	92	85	89	94	94	96
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	91	91	92	87	89	93	94	94
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	91	90	92	89	90	90	94	92
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	89	90	88	91	88	91	86	89
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	86	84	89	84	86	87	84	89
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	85	82	87	81	81	85	87	89
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	83	78	86	79	82	82	84	86
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	79	86	81	79	81	87	86
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	82	78	84	82	84	84	78	79
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	79	78	80	77	78	79	80	80

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	94	92	94	95	92	96	93
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	92	85	93	93	88	93	92
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	91	86	92	94	84	94	91
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	91	86	92	92	82	94	90
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	89	88	89	89	82	91	90
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	86	83	87	86	77	88	88
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	85	84	84	88	83	86	85
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	83	76	83	85	74	83	84
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	76	83	86	85	82	84
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	82	82	81	82	74	84	82
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	79	76	78	82	72	78	82

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	62	78	79	57	74	47	62	70	59	34	72
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	51	58	65	46	56	40	53	54	46	39	56
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	60	62	52	65	38	48	51	50	37	57
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	50	58	68	54	59	33	47	56	43	35	61
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	39	50	65	48	42	20	33	43	34	19	59
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	38	47	58	34	53	22	34	38	32	26	56
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	38	51	57	34	52	22	34	38	39	21	44
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	32	41	58	32	39	19	22	34	29	19	36
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	37	57	27	42	11	22	32	28	19	44
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	25	30	46	20	34	19	17	25	17	19	33
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	24	32	36	29	41	11	19	25	20	16	37

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	62	57	66	63	61	61	62	62
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	51	54	47	46	53	51	53	50
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	48	52	46	51	54	57	44
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	50	48	52	46	56	49	50	48
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	39	35	43	34	36	41	43	42
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	38	36	40	40	39	38	35	38
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	38	32	43	37	38	39	40	35
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	32	27	36	28	30	34	34	30
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	24	35	31	30	35	30	22
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	25	25	24	22	27	28	25	21
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	24	21	28	26	32	23	24	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	62	61	61	63	56	63	63
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	51	45	50	54	37	53	53
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	51	46	51	53	44	54	50
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	50	44	50	52	45	53	48
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	39	36	38	45	29	40	43
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	38	38	37	39	30	38	40
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	38	38	36	41	38	36	40
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	32	28	31	34	30	34	30
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	33	29	30	28	32	30
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	25	18	25	28	20	24	27
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	24	25	24	24	22	26	25

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

4

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

- Auf die Frage, ob ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen in Ungarn nötig sei, antworten 90% der Befragten mit „ja, auf jeden Fall“ (42%) oder „eher ja“ (48%). Demgegenüber stehen 8%, die einen grundlegenden Wandel (eher) nicht für notwendig halten. Weitere 2% antworten mit „weiß ich nicht“.

Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure machen zu wenig?

- Nach Meinung der Bevölkerung sind es vor allem politische Parteien, die Wirtschaft und die Regierung, die sich stärker dafür einsetzen sollten, den Klimawandel zu bewältigen: 80% der Befragten geben an, politische Parteien würden sich (viel) zu wenig engagieren. 79% meinen, dass die Wirtschaft bzw. die Unternehmen (viel) zu wenig machen, und 78% sehen die Regierung stärker in der Pflicht.
- 71% wünschen sich mehr Verantwortung von Seiten der Bürger*innen vor Ort. 62% sind der Meinung, die lokalen Regierungen (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune) sollten mehr tun. Genauso viele Befragte (62%) sagen, dass sich die Gewerkschaften (viel) zu wenig bemühen. Und 56% finden, dass die Europäische Union (viel) zu wenig tut.
- Seltener sehen die Befragten Nichtregierungsorganisationen und die Wissenschaft stärker in der Pflicht (viel zu wenig/zu wenig: 36% 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 mit Abstand am häufigsten zu den drei einflussreichsten Akteuren gezählt (59%). Auf dem zweiten Platz rangiert die Europäische Union (44%), dicht gefolgt von der Wirtschaft bzw. den Unternehmen (43%). Der Wissenschaft wird von 34% eine einflussreiche Rolle zugeschrieben. Dahinter folgen die Bürger*innen vor Ort (27%), lokale Regierungen am Wohnort (18%), politische Parteien (16%), NGOs (14%) und Gewerkschaften (4%).

Einstellungen zu politischen Maßnahmen

- 93% 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 „stimme voll und ganz zu“: 52%). Weiterhin sind 90% der Meinung, dass sich die Politik viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern müsste (höchste Zustimmungsstufe: 44%). Dabei fühlen sich 51% 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: 13%).
- 75% sind der Meinung, dass einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten von Umweltbelastungen nicht stärker betroffen sein dürfen als andere Bevölkerungsgruppen (höchste Zustimmungsstufe: 33%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 92% befürworten einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien (höchste Zustimmungsstufe: 47%). Der Aussage „Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt“, stimmen 56% zu (höchste Zustimmungsstufe: 25%).
- 91% sprechen sich für Förderprogramme aus, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen (höchste Zustimmungsstufe: 45%). Dass die Politik viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben sollte, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen, sagen 85% (höchste Zustimmungsstufe: 39%). Außerdem meinen 83%, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (höchste Zustimmungsstufe: 30%). Dabei sind 73% der Auffassung, die Politik folge zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft (höchste Zustimmungsstufe: 28%).
- 84% meinen, es brauche vor allem strenge und konsequente Gesetze, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungsstufe: 38%). 74% sagen aber (auch), es gebe schon genügend Vorgaben für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen - würden diese auch umgesetzt werden, wären wir auf einem guten Weg (höchste Zustimmungsstufe: 18%).
- 53% sind der Auffassung, dass Maßnahmen zum Strukturwandel auch dann durchgesetzt werden sollten, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (höchste Zustimmungsstufe: 11%). 72% sagen indes, es sollten die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze möglichst lange erhalten werden, falls es keine passenden Alternativen gibt (höchste Zustimmungsstufe: 18%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz

- **Mobilität:** 94% der Befragten befürworten eine Reduzierung der Preise für den öffentlichen Nahverkehr (höchste Zustimmungsstufe „befürworte ich voll und ganz“: 61%). 90% sprechen sich dafür aus, das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs zu erweitern (höchste Zustimmungsstufe: 51%). Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge befürworten 84% (höchste Zustimmungsstufe: 36%), die Förderung von Elektrofahrzeugen 81% (höchste Zustimmungsstufe: 41%), eine Klimaabgabe auf Flugtickets 61% (höchste Zustimmungsstufe: 24%) und die Einführung einer Pkw-Maut (so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss) 44% (höchste Zustimmungsstufe: 17%).
- **Energie:** 92% der Befragten befürworten den Bau von mehr Windkraftanlagen (höchste Zustimmungsstufe: 56%). 87% sprechen sich für die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft aus (höchste Zustimmungsstufe: 32%), und 80% sind für eine Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten (höchste Zustimmungsstufe: 38%).
- **Technik/Innovationen/Wirtschaft:** 94% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker zu fördern (höchste Zustimmungsstufe: 51%). 93% sind für eine Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (höchste Zustimmungsstufe: 42%). Klimaschädliche Subventionen abzubauen befürworten 74% (höchste Zustimmungsstufe: 30%) und klimaschädliche Produkte zu verteuern 69% (höchste Zustimmungsstufe: 27%) .

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- **Bildung:** 95% unterstützen eine Verbesserung der schulischen Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz (höchste Zustimmungsstufe: 59%). 94% befürworten eine Ausbildung oder eine Weiterbildung (bzw. Umschulungsangebote) für Arbeitnehmer*innen, die in Berufen tätig sind, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden (höchste Zustimmungsstufe: 53%).
- **Wohnen:** 96% unterstützen eine staatliche Förderung von privaten Haushalten, wenn diese erneuerbare Energien nutzen (höchste Zustimmungsstufe: 66%). Genauso viele Befragte (96%) befürworten eine staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung (höchste Zustimmungsstufe: 63%). Einer finanziellen Förderung von kosteneffizienten Heiz- und Wärmesystemen (z.B. Wärmepumpe) stimmen 95% zu (höchste Zustimmungsstufe: 63%), und gesetzlichen Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten stimmen 89% zu (höchste Zustimmungsstufe: 43%).

Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

- 95% 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“: 59%). Weiterhin meinen 94%, dass die betroffenen Arbeitnehmer*innen finanziell unterstützt (Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc.) werden sollten (höchste Zustimmungsstufe: 55%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 95% der Befragten sprechen sich dafür aus, dass die Entwicklung von Energiegemeinschaften durch die Regierung unterstützt werden sollte (höchste Zustimmungsstufe: 54%). Außerdem sind 94% der Auffassung, dass private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen (z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe), finanziell unterstützt werden sollten (höchste Zustimmungsstufe: 64%).
- 87% meinen, in Regionen und Gemeinden, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Kohleabbau-, Erdgas-, Erdölregionen) sollten aktiv neue Industrien angesiedelt werden (höchste Zustimmungsstufe: 40%). Außerdem sollten nach Auffassung von 84% der Befragten die betroffenen Regionen und Gemeinden finanzielle Unterstützung erhalten (höchste Zustimmungsstufe: 36%).
- 87% 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 Zustimmungsstufe: 38%).
- 70% der Befragten können sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung ihrer Gemeinde zu beteiligen, wobei 17% sagen, sie könnten sich das „auf jeden Fall“ vorstellen. Danach gefragt, ob man sich vorstellen könnte, eigene Energie zu erzeugen, geben 5% an, sie würden das bereits tun, 56% meinen, sie können sich das „auf jeden Fall“ vorstellen und 27%, sie können sich das „eher“ vorstellen.

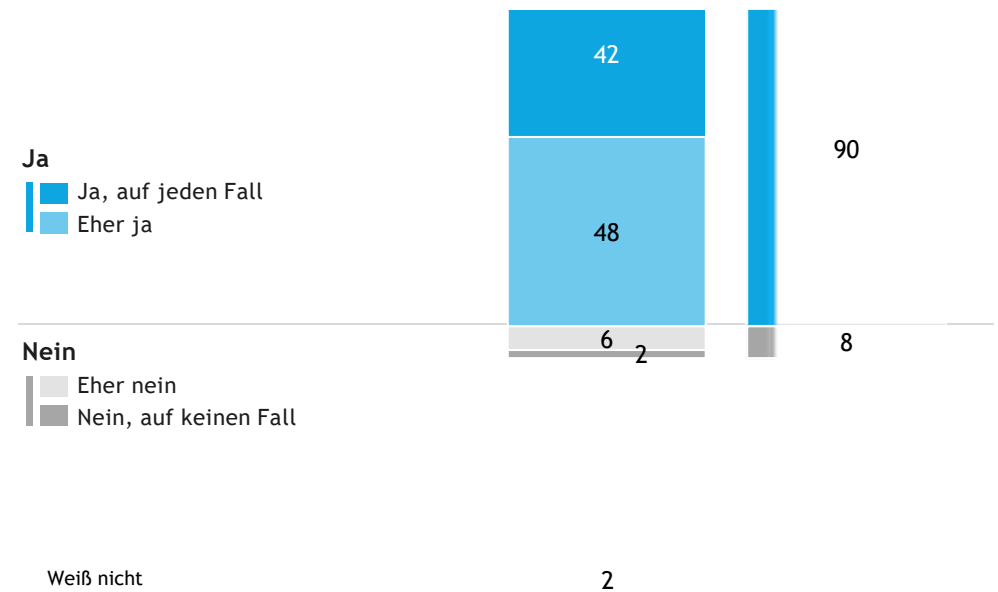
Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 73% würden den Bau eines Solarparks in ihrer Gemeinde „gut finden“, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen. Weitere 25% würden das akzeptieren, nur 2% lehnen das ab. Den Bau eines Windparks in ihrer Gemeinde würden 62% „gut finden“ (wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen). Weitere 32% würden das akzeptieren, 6% lehnen das ab.
- Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. 81% der Befragten sind der Meinung, dies sollte über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung geschehen. Hingegen befürworteten 4% Verbote und 3% höhere Preise für Öl, Gas und Kohle. Die übrigen 12% 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 28% mit „ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden“. Weitere 40% antworten mit „eher ja“. Demgegenüber haben 18% mit „eher nein“ und 14% mit „nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden“ geantwortet.

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
(EHER) JA	90	90	98	94	91	89	94	89	84	71	98
Ja, auf jeden Fall	42	40	72	34	50	34	35	52	39	21	55
Eher ja	48	51	26	60	42	55	59	37	46	51	44
(EHER) NEIN	8	7	2	6	8	7	3	8	8	23	2
Eher nein	6	6	2	5	6	6	2	6	4	20	2
Nein, auf keinen Fall	2	1	-	1	2	1	0	1	4	3	-
Weiß nicht	2	3	-	-	1	4	3	3	7	6	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

Ist Ihrer Meinung nach in Ungarn 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	90	87	91	90	87	92	90	86
Ja, auf jeden Fall	42	38	45	38	42	44	43	40
Eher ja	48	50	46	52	46	47	48	46
(EHER) NEIN	8	10	6	7	10	6	5	10
Eher nein	6	8	4	6	6	5	5	9
Nein, auf keinen Fall	2	1	2	1	4	1	-	1
Weiß nicht	2	3	3	3	2	2	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

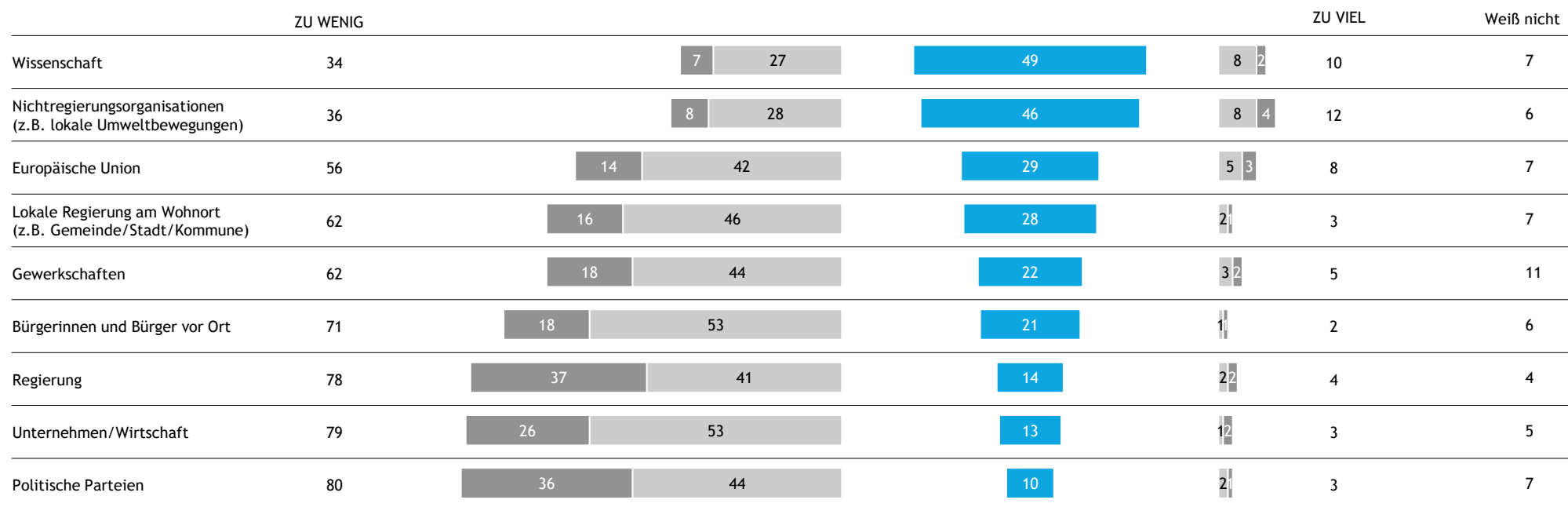
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
(EHER) JA	90	92	88	90	81	92	90
Ja, auf jeden Fall	42	44	39	45	44	42	41
Eher ja	48	48	49	45	36	49	49
(EHER) NEIN	8	4	8	9	13	5	8
Eher nein	6	3	6	8	7	4	7
Nein, auf keinen Fall	2	2	2	0	6	1	1
Weiß nicht	2	4	4	1	7	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

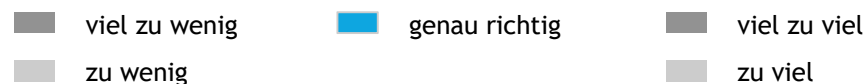
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Unternehmen/Wirtschaft											
viel zu viel/zu viel	3	4	1	2	3	4	1	2	0	8	2
genau richtig	13	20	6	20	7	18	11	4	12	17	20
zu wenig/viel zu wenig	79	72	93	76	89	77	83	88	74	66	76
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)											
viel zu viel/zu viel	3	5	1	6	1	6	1	1	2	8	6
genau richtig	28	35	27	24	20	32	28	29	22	29	35
zu wenig/viel zu wenig	62	56	72	67	79	58	62	68	61	54	55
Europäische Union											
viel zu viel/zu viel	8	12	5	9	-	12	8	5	5	11	10
genau richtig	29	25	35	33	30	35	22	25	27	29	34
zu wenig/viel zu wenig	56	55	55	53	68	49	60	62	56	49	53

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Regierung											
viel zu viel/zu viel	4	3	-	5	4	4	2	1	2	10	4
genau richtig	14	24	5	15	6	20	7	14	12	19	11
zu wenig/viel zu wenig	78	70	94	78	88	75	83	78	75	63	85
Bürgerinnen und Bürger vor Ort											
viel zu viel/zu viel	2	4	1	-	-	4	2	2	1	5	2
genau richtig	21	27	16	22	21	25	22	14	24	23	19
zu wenig/viel zu wenig	71	68	82	77	76	67	70	79	63	59	77
Gewerkschaften											
viel zu viel/zu viel	5	7	3	6	6	4	3	-	1	8	8
genau richtig	22	30	22	26	18	22	15	18	18	22	32
zu wenig/viel zu wenig	62	52	70	59	63	65	65	71	58	56	57

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Politische Parteien											
viel zu viel/zu viel	3	6	1	1	4	4	2	1	2	4	4
genau richtig	10	16	8	16	6	11	5	5	5	19	14
zu wenig/viel zu wenig	80	71	90	78	89	82	85	86	81	64	77
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)											
viel zu viel/zu viel	12	14	10	15	9	11	7	8	9	12	22
genau richtig	46	47	47	39	57	46	52	41	44	40	46
zu wenig/viel zu wenig	36	33	35	38	34	39	32	46	30	35	29
Wissenschaft											
viel zu viel/zu viel	10	14	5	9	12	4	7	11	9	14	9
genau richtig	49	45	53	51	52	52	52	51	42	42	57
zu wenig/viel zu wenig	34	35	40	33	34	40	34	32	31	37	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	3	4	1	7	4	2	1	-
genau richtig	13	14	13	17	12	12	15	11
zu wenig/viel zu wenig	79	79	79	72	80	81	79	82
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)								
viel zu viel/zu viel	3	4	3	10	4	2	1	1
genau richtig	28	30	27	28	25	28	31	28
zu wenig/viel zu wenig	62	62	63	57	64	64	64	62
Europäische Union								
viel zu viel/zu viel	8	11	6	12	7	8	8	6
genau richtig	29	31	27	32	29	28	30	24
zu wenig/viel zu wenig	56	54	57	48	57	56	55	62

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Regierung								
viel zu viel/zu viel	4	4	3	6	5	4	0	2
genau richtig	14	16	11	12	8	16	18	14
zu wenig/viel zu wenig	78	76	79	78	81	77	77	76
Bürgerinnen und Bürger vor Ort								
viel zu viel/zu viel	2	2	2	4	2	2	0	2
genau richtig	21	25	18	27	20	22	21	16
zu wenig/viel zu wenig	71	69	73	65	71	70	75	74
Gewerkschaften								
viel zu viel/zu viel	5	5	4	12	4	2	2	2
genau richtig	22	23	20	32	25	20	17	14
zu wenig/viel zu wenig	62	63	60	46	61	64	69	69

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Politische Parteien								
viel zu viel/zu viel	3	4	1	5	2	4	1	2
genau richtig	10	12	9	13	6	11	12	7
zu wenig/viel zu wenig	80	79	81	74	84	79	81	82
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)								
viel zu viel/zu viel	12	14	9	22	6	11	9	6
genau richtig	46	46	46	46	44	45	50	43
zu wenig/viel zu wenig	36	35	36	25	40	35	34	43
Wissenschaft								
viel zu viel/zu viel	10	10	8	16	9	8	8	5
genau richtig	49	51	46	48	52	47	54	46
zu wenig/viel zu wenig	34	33	36	30	34	36	31	41

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Unternehmen/Wirtschaft							
viel zu viel/zu viel	3	3	3	2	6	2	2
genau richtig	13	19	13	11	15	13	13
zu wenig/viel zu wenig	79	70	79	83	70	80	81
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)							
viel zu viel/zu viel	3	5	4	2	5	3	4
genau richtig	28	34	27	28	25	29	28
zu wenig/viel zu wenig	62	54	63	66	61	61	65
Europäische Union							
viel zu viel/zu viel	8	7	8	10	12	5	10
genau richtig	29	24	28	35	21	28	34
zu wenig/viel zu wenig	56	62	56	50	55	60	51

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Regierung							
viel zu viel/zu viel	4	4	3	3	9	2	4
genau richtig	14	14	14	12	12	14	14
zu wenig/viel zu wenig	78	76	76	82	72	80	78
Bürgerinnen und Bürger vor Ort							
viel zu viel/zu viel	2	4	2	1	7	2	1
genau richtig	21	27	20	21	24	22	20
zu wenig/viel zu wenig	71	63	71	76	58	71	75
Gewerkschaften							
viel zu viel/zu viel	5	8	4	3	9	4	4
genau richtig	22	23	22	21	20	21	23
zu wenig/viel zu wenig	62	53	61	68	55	62	65

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

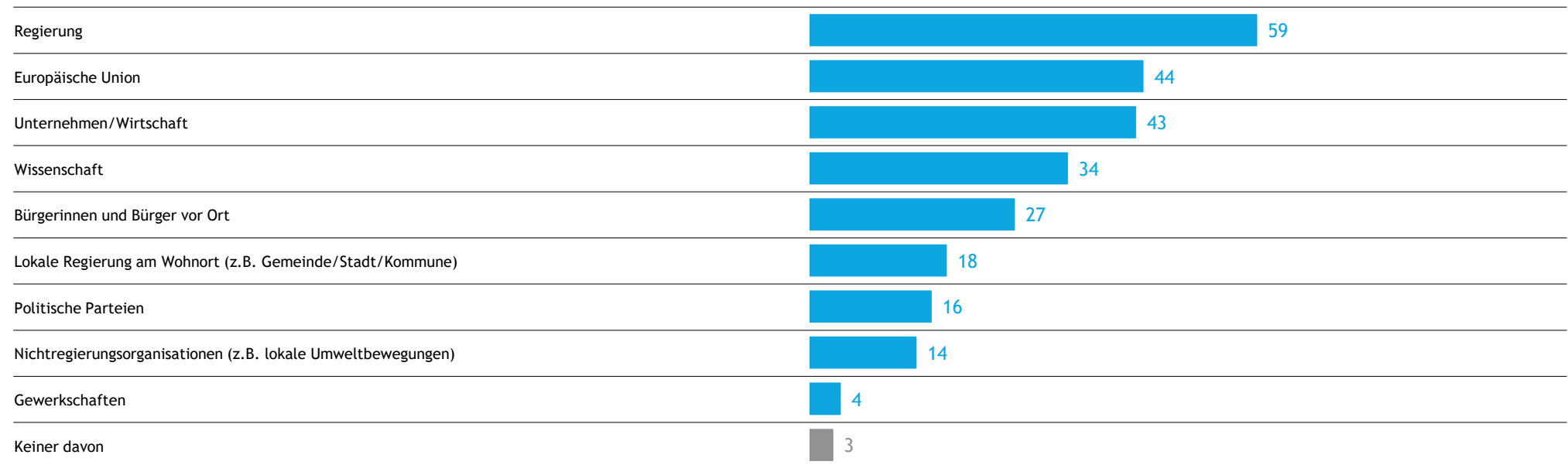
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Politische Parteien							
viel zu viel/zu viel	3	2	3	3	3	3	3
genau richtig	10	12	10	10	11	10	11
zu wenig/viel zu wenig	80	75	80	83	72	81	82
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)							
viel zu viel/zu viel	12	9	12	11	13	10	12
genau richtig	46	45	43	52	37	45	49
zu wenig/viel zu wenig	36	39	36	32	40	39	32
Wissenschaft							
viel zu viel/zu viel	10	14	8	8	12	9	9
genau richtig	49	42	48	56	40	48	53
zu wenig/viel zu wenig	34	35	36	32	38	37	33

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Regierung	59	63	67	60	58	61	59	58	53	53	64
Europäische Union	44	46	49	34	58	44	47	31	44	38	59
Unternehmen/Wirtschaft	43	34	55	51	46	42	47	46	38	35	43
Wissenschaft	34	30	29	45	29	38	38	35	24	34	37
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	27	35	33	31	31	21	25	37	22	16	24
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	18	26	19	16	10	19	19	21	15	14	14
Politische Parteien	16	20	8	13	20	12	15	13	18	22	17
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	11	17	13	13	12	14	20	16	12	7
Gewerkschaften	4	7	3	1	3	2	3	4	4	6	5
Keiner davon	3	2	-	2	-	4	2	3	8	5	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	59	58	60	59	59	56	58	64
Europäische Union	44	46	41	54	46	43	36	39
Unternehmen/Wirtschaft	43	45	41	36	47	46	44	43
Wissenschaft	34	41	27	31	34	31	31	43
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	27	24	30	21	20	32	31	30
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	18	14	21	11	12	20	26	21
Politische Parteien	16	16	15	20	18	14	14	12
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	11	17	15	10	10	17	19
Gewerkschaften	4	4	4	10	6	4	0	-
Keiner davon	3	2	4	2	4	4	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Regierung	59	50	59	66	54	58	61
Europäische Union	44	40	43	48	39	42	48
Unternehmen/Wirtschaft	43	26	43	53	28	44	48
Wissenschaft	34	25	33	41	27	32	38
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	27	23	27	29	23	28	26
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	18	22	17	17	16	18	18
Politische Parteien	16	19	17	11	17	17	14
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	18	14	11	17	14	14
Gewerkschaften	4	7	4	1	10	3	4
Keiner davon	3	4	4	1	9	3	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

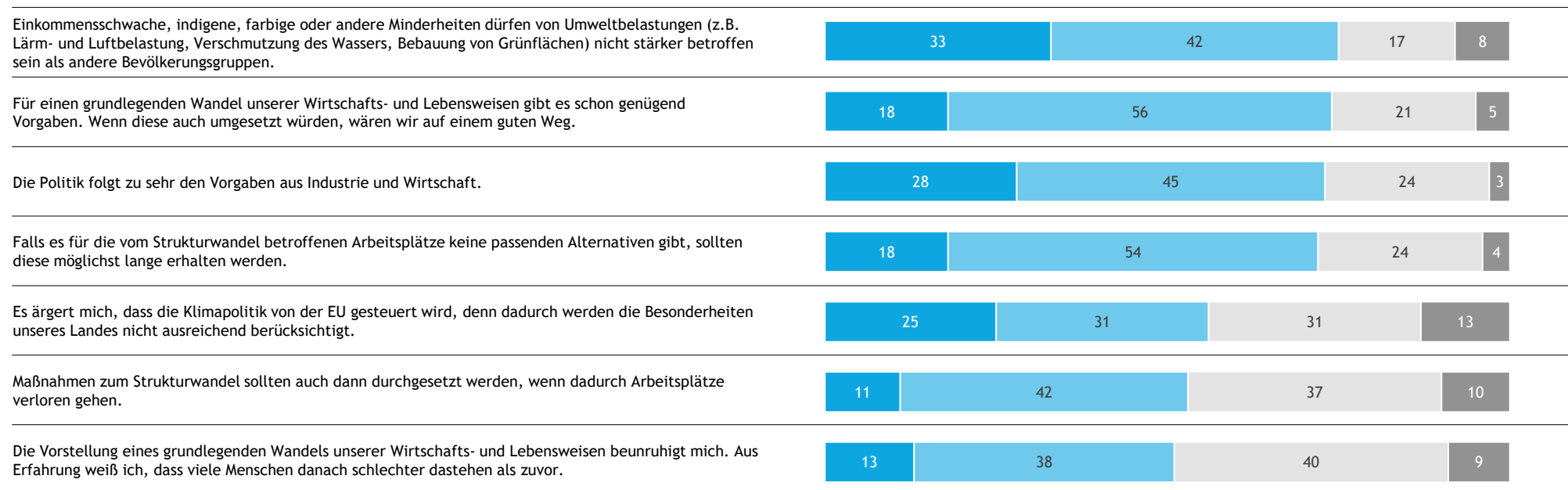


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	93	90	95	89	94	93	96	97	96	89	92
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	92	93	98	97	92	92	96	94	89	84	94
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	91	94	96	91	93	88	95	90	88	84	96
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	90	93	98	90	93	88	91	91	90	79	93
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	94	95	83	85	79	86	89	82	70	94
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	92	97	89	85	87	87	86	73	64	83
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	83	92	88	82	79	78	86	79	83	73	90

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
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.	75	66	79	71	86	73	81	77	76	75	70
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	74	85	76	81	68	71	68	74	71	72	76
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	73	69	80	65	80	67	80	74	74	66	81
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	72	73	53	69	71	80	78	71	75	72	77
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	56	69	19	57	46	56	58	58	72	57	50
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	51	73	57	66	58	46	48	39	54	54
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	51	56	29	43	43	59	54	43	61	57	54

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	93	91	96	91	93	94	95	96
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	92	92	93	90	91	94	94	95
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	91	90	92	90	86	94	92	93
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	90	88	92	86	89	91	94	92
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	84	85	85	85	85	83	87
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	84	84	79	81	84	86	88
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	83	81	85	80	82	85	87	81

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
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.	75	75	76	66	71	76	81	84
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	74	71	77	74	69	76	73	78
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	73	77	70	71	73	72	79	71
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	72	71	74	76	72	75	68	70
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	56	54	58	54	59	63	55	47
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	59	47	58	51	51	54	52
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	51	55	48	51	50	54	51	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	93	96	94	91	97	95	92
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	92	87	93	94	82	94	94
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	91	87	92	91	86	94	89
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	90	86	91	91	84	93	89
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	81	85	87	75	87	86
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	84	76	85	86	77	86	85
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	83	79	84	84	76	84	85

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
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.	75	71	76	77	67	78	75
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	74	76	75	71	76	76	71
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	73	73	75	70	70	75	72
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	72	77	72	69	84	74	68
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	56	72	59	40	69	61	46
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	53	50	51	60	39	53	58
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	51	56	54	42	62	51	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	52	45	55	41	61	40	58	54	69	42	61
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	48	55	73	48	60	32	44	54	39	33	59
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	45	50	61	42	53	28	48	44	43	33	55
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	44	44	65	39	56	28	44	49	46	30	57
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	39	41	64	40	45	22	39	43	35	28	47
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	38	44	61	39	44	28	36	40	36	21	44
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.	33	31	46	29	50	24	39	37	31	20	38

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	35	47	26	35	17	29	25	31	27	41
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	26	38	23	36	20	34	31	26	17	37
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	34	7	20	12	22	26	31	41	22	14
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	18	16	14	9	20	19	17	17	20	22	36
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	18	26	16	11	17	12	14	20	22	13	32
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	13	18	8	5	8	12	16	10	18	15	17
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	11	12	20	16	18	9	6	7	10	11	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	52	50	54	50	52	54	50	55
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	48	51	45	43	49	47	48	53
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	45	42	47	42	41	50	41	47
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	44	42	47	41	40	44	47	51
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	39	39	39	41	41	38	36	41
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	38	40	36	34	39	36	37	45
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.	33	32	35	25	36	32	38	36

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	32	29	33	30	31	29	29
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	29	27	26	33	27	29	26
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	24	25	19	25	31	22	24
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	18	18	18	24	19	20	14	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.	18	17	18	20	19	18	15	16
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	13	13	13	14	13	12	11	16
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	11	13	10	16	10	13	10	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	52	62	54	43	58	59	44
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	48	40	47	53	37	46	54
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	45	49	44	43	44	46	44
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	44	45	43	48	45	45	43
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	39	40	39	40	32	41	40
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	38	41	35	43	31	38	42
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.	33	29	34	36	29	36	33

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

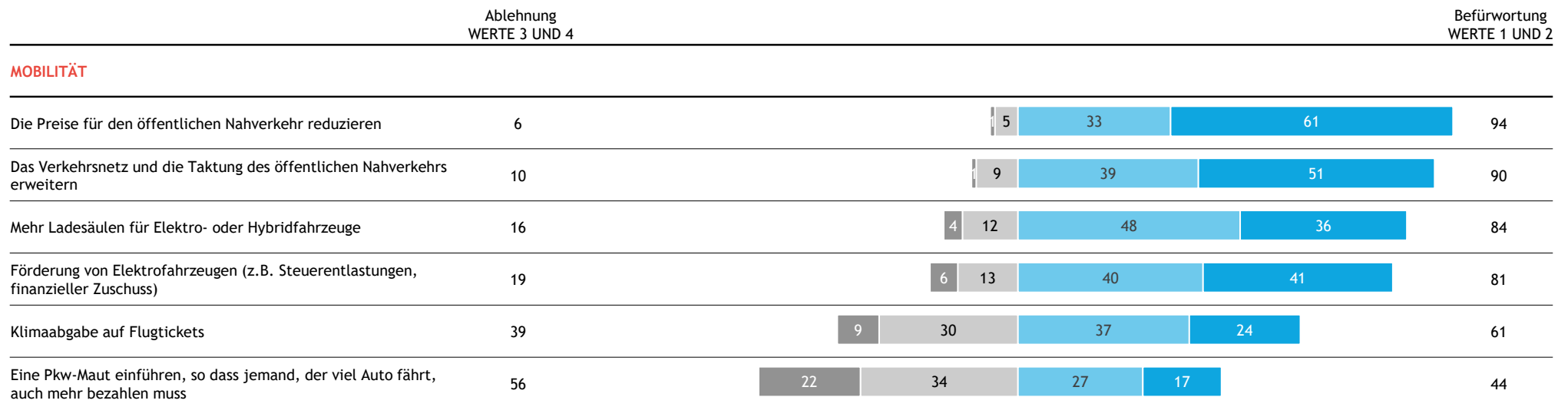
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	34	30	29	29	33	29
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	28	30	27	28	30	28	28
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	25	34	25	17	31	27	20
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	18	26	18	14	23	20	16
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	18	24	18	13	20	20	14
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	13	18	14	10	24	14	9
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	11	15	11	10	10	10	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

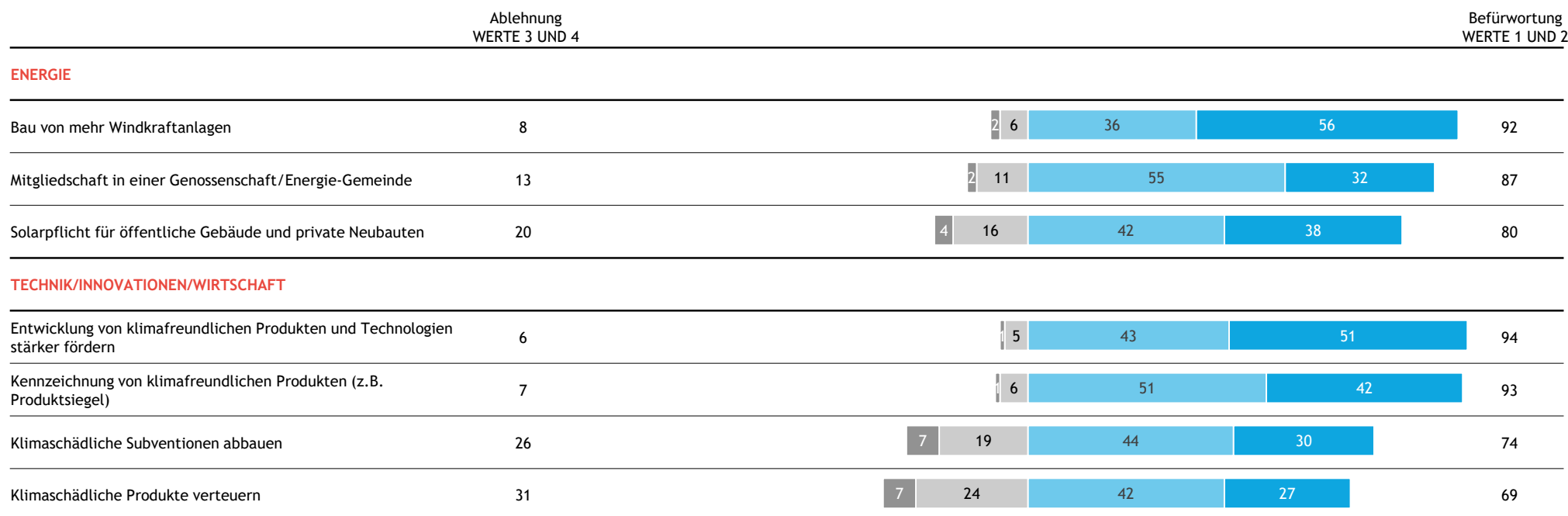


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

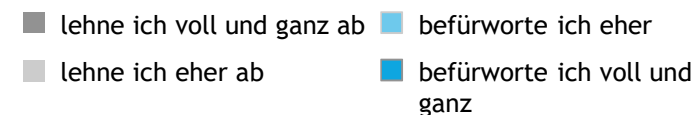


Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (2)

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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

	Ablehnung WERTE 3 UND 4			Befürwortung WERTE 1 UND 2		
BILDUNG						
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	5	4	36	59	95	
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	6	5	41	53	94	
WOHNEN						
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	4	30	66	96	
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	3	33	63	96	
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	4	32	63	95	
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	11	2	9	46	43	89

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	93	92	97	89	94	96	97	95	96	89	99
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	88	97	97	86	87	96	90	86	81	97
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	84	82	93	90	87	81	78	83	84	78	92
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	83	91	84	89	86	73	79	82	73	88
Klimaabgabe auf Flugtickets	61	66	73	47	64	50	67	69	57	58	57
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	49	68	39	53	44	44	39	31	39	41

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	94	92	96	89	94	95	97	98
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	89	92	87	86	90	94	95
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	84	83	84	81	80	84	87	85
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	81	82	81	80	83	82	81
Klimaabgabe auf Flugtickets	61	64	58	52	58	66	62	66
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	49	40	36	45	47	48	46

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
MOBILITÄT							
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	94	90	95	95	92	95	94
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	90	81	91	95	80	91	92
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	84	81	84	85	85	85	82
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	81	83	82	80	80	84	80
Klimaabgabe auf Flugtickets	61	54	60	66	53	64	63
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	35	43	52	40	44	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	51	32	61	47	56	56	61	69	61	59
Klimaabgabe auf Flugtickets	39	34	27	53	36	50	33	31	43	42	43
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	17	9	16	11	14	27	21	18	27	12
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	16	18	7	10	13	19	22	17	16	22	8
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	12	3	3	14	13	4	10	14	19	3
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	6	8	3	11	6	4	3	5	4	11	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	51	60	64	55	53	52	54
Klimaabgabe auf Flugtickets	39	36	42	48	42	34	38	34
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	19	18	19	20	17	18	19
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	16	17	16	19	20	16	13	15
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	11	8	13	14	10	6	5
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	6	8	4	11	6	5	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
MOBILITÄT							
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	65	57	48	60	56	52
Klimaabgabe auf Flugtickets	39	46	40	34	47	36	37
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	19	17	18	20	20	16	20
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	16	19	16	15	15	15	18
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	10	19	9	5	20	9	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	6	10	5	5	8	5	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Bau von mehr Windkraftanlagen	92	89	96	96	100	90	94	95	94	81	100
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	87	91	94	84	87	86	90	89	82	77	91
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	80	85	90	82	93	73	80	77	69	76	95
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	94	94	100	96	99	95	98	95	89	84	96
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	93	94	97	91	95	90	94	96	92	83	99
Klimaschädliche Subventionen abbauen	74	77	81	72	73	69	77	75	73	68	82
Klimaschädliche Produkte verteuern	69	78	82	71	66	67	73	79	53	57	66

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Bau von mehr Windkraftanlagen	92	92	94	89	94	95	93	93
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	87	86	87	83	86	89	89	88
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	80	81	79	79	80	80	81	82
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	94	94	95	90	93	94	96	98
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	93	91	94	90	89	94	96	94
Klimaschädliche Subventionen abbauen	74	76	73	76	74	75	74	74
Klimaschädliche Produkte verteuern	69	70	68	64	68	69	72	73

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
ENERGIE							
Bau von mehr Windkraftanlagen	92	89	94	92	85	95	93
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	87	79	87	90	81	88	88
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	80	74	82	81	70	81	83
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	94	86	95	97	84	95	96
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	93	89	93	94	87	94	93
Klimaschädliche Subventionen abbauen	74	80	74	73	73	74	78
Klimaschädliche Produkte verteuern	69	61	68	76	58	69	73

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	20	15	10	18	7	27	20	23	31	24	5
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	13	9	6	16	13	14	10	11	18	23	9
Bau von mehr Windkraftanlagen	8	11	4	4	-	10	6	5	6	19	-
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Klimaschädliche Produkte verteuern	31	22	18	29	34	33	27	21	47	43	34
Klimaschädliche Subventionen abbauen	26	23	19	28	27	31	23	25	27	32	18
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	7	6	3	9	5	10	6	4	8	17	1
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	6	6	-	4	1	5	2	5	11	16	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	20	19	21	21	20	20	19	18
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	13	14	13	17	14	11	11	12
Bau von mehr Windkraftanlagen	8	8	6	11	6	5	7	7
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Klimaschädliche Produkte verteuern	31	30	32	36	32	31	28	27
Klimaschädliche Subventionen abbauen	26	24	27	24	26	25	26	26
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	7	9	6	10	11	6	4	6
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	6	6	5	10	7	6	4	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
ENERGIE							
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	20	26	18	19	30	19	17
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	13	21	13	10	19	12	12
Bau von mehr Windkraftanlagen	8	11	6	8	15	5	7
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Klimaschädliche Produkte verteuern	31	39	32	24	42	31	27
Klimaschädliche Subventionen abbauen	26	20	26	27	27	26	22
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	7	11	7	6	13	6	7
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	6	14	5	3	16	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	95	96	100	97	95	92	97	98	96	88	100
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	94	96	99	96	96	93	96	91	89	88	95
WOHNEN											
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	97	99	97	96	96	98	97	97	87	100
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	98	98	97	96	95	100	96	99	87	99
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	97	99	95	95	94	99	96	95	87	95
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	89	88	94	91	87	86	92	89	92	79	92

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
BILDUNG								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	95	94	97	93	93	96	97	99
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	94	94	93	89	91	95	97	95
WOHNEN								
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	95	97	94	93	98	98	98
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	95	98	94	94	98	97	98
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	94	96	90	93	96	98	99
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	89	89	89	80	91	91	91	91

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
BILDUNG							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	95	91	96	99	94	96	97
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	94	86	94	97	87	94	96
WOHNEN							
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	94	97	96	92	97	97
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	93	97	98	92	97	97
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	88	96	97	94	96	95
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	89	84	88	94	78	92	90

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	5	4	1	4	4	7	4	9	11	12	5
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	4	-	3	5	8	3	2	4	12	-
WOHNEN											
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	11	12	6	9	13	14	8	11	8	21	8
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	3	1	5	5	6	1	4	5	13	5
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	3	1	3	4	4	2	3	3	13	-
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	2	2	3	4	5	0	4	1	13	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	5	6	7	11	9	5	3	5
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	6	3	7	7	4	3	1
WOHNEN								
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	11	11	11	20	9	9	9	9
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	6	4	10	7	4	2	1
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	5	3	6	7	2	2	2
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	5	2	6	6	2	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

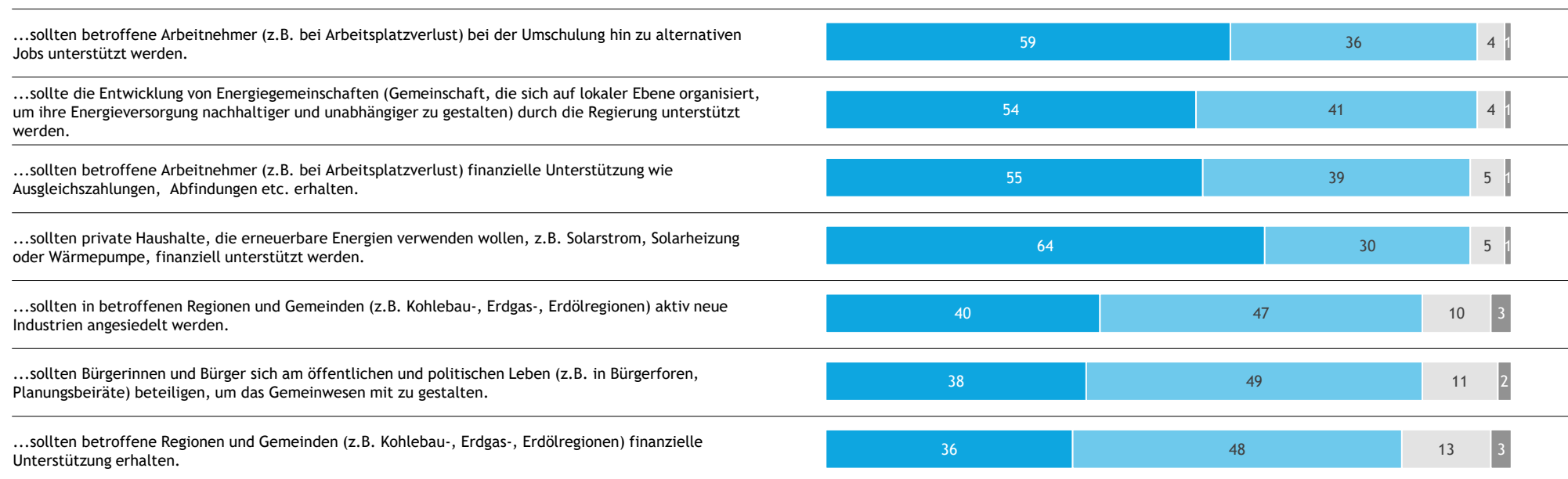
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
BILDUNG							
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	5	14	6	3	13	6	4
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	9	4	1	6	4	3
WOHNEN							
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	11	16	12	6	22	8	10
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	12	4	3	6	4	5
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	6	3	4	8	3	3
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	7	3	2	8	3	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	95	95	99	97	94	97	97	94	96	90	98
...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.	95	98	98	95	96	96	96	96	94	85	99
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	94	98	90	93	91	90	95	95	95	91	96
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	94	98	96	98	95	94	98	94	92	80	96
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	87	88	89	95	87	88	86	87	85	77	92
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	87	90	95	87	90	88	87	86	85	76	95
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	84	86	85	82	83	86	82	82	79	78	95

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	95	95	96	93	94	98	96	98
...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.	95	95	95	92	93	96	96	98
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	94	92	95	90	91	96	95	95
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	94	92	95	86	90	97	98	98
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	87	87	87	80	84	91	90	89
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	87	87	87	79	85	89	90	92
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	84	80	87	84	82	86	81	83

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	95	95	95	96	90	96	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.	95	95	95	95	89	97	94
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	94	92	94	92	90	95	93
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	94	89	95	95	90	96	93
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	87	80	88	89	77	87	89
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	87	83	88	88	82	88	88
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	84	80	85	81	84	84	82

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	64	66	74	67	73	54	66	63	70	43	73
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	59	60	68	62	69	52	60	54	67	42	69
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	55	58	53	49	63	45	57	50	67	42	63
...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.	54	64	67	53	68	41	56	52	50	38	68
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	40	37	51	49	55	32	33	34	39	31	58
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	38	48	46	38	52	27	30	35	37	29	56
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	36	35	36	37	45	28	33	29	45	26	56

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	64	62	66	57	53	70	68	70
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	59	55	63	54	49	63	64	64
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	55	51	58	53	48	58	54	57
...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.	54	53	55	51	48	59	55	57
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	40	38	40	37	34	44	40	41
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	38	35	40	38	36	38	40	37
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	36	31	40	35	36	39	36	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

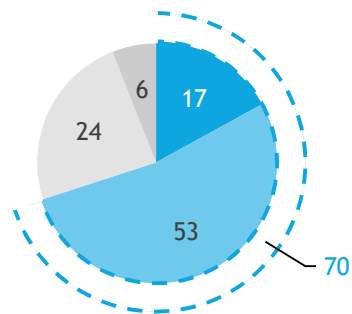
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	64	62	66	61	59	66	63
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	59	63	60	55	60	60	58
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	55	58	56	47	55	57	50
...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.	54	56	54	53	51	57	52
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	40	41	39	39	33	40	40
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	38	47	37	35	36	39	38
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	36	47	36	29	34	38	32

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

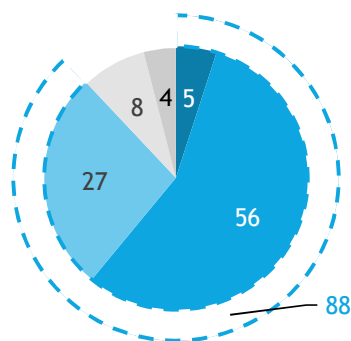
Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



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

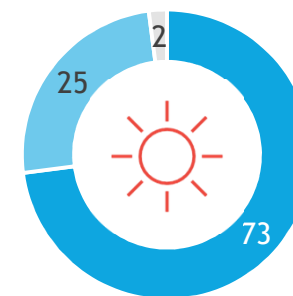
Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?



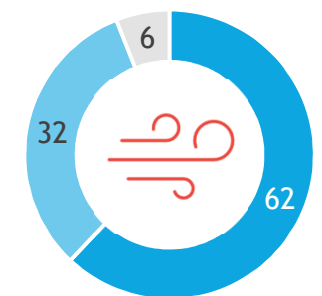
- Ich erzeuge bereits eigene Energie
- Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen

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

Solarpark



Windpark



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

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	70	87	84	75	82	61	65	67	52	65	78
Ja, auf jeden Fall	17	26	23	20	27	10	10	19	9	13	33
Eher ja	53	61	60	55	54	50	55	49	42	52	45
EHER NEIN	30	13	16	25	18	39	35	33	48	35	22
Eher nein	24	10	14	22	17	35	29	28	33	26	20
Nein, auf keinen Fall	6	3	2	3	2	4	6	4	16	9	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	70	74	65	76	68	70	71	64
Ja, auf jeden Fall	17	20	15	19	16	22	14	14
Eher ja	53	55	50	57	52	47	57	50
EHER NEIN	30	26	35	24	32	30	29	36
Eher nein	24	20	29	18	26	26	25	28
Nein, auf keinen Fall	6	6	6	6	6	4	4	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
EHER JA	70	62	70	73	71	67	75
Ja, auf jeden Fall	17	14	17	20	18	16	20
Eher ja	53	49	53	53	53	51	55
EHER NEIN	30	38	30	27	29	33	25
Eher nein	24	30	24	22	20	28	20
Nein, auf keinen Fall	6	8	6	5	9	5	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	83	85	87	88	94	83	86	76	72	78	85
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	56	62	68	62	78	50	57	50	40	50	64
Eher ja	27	23	19	26	16	33	29	26	32	28	21
EHER NEIN	12	5	7	6	4	16	9	16	24	19	5
Eher nein	8	2	7	5	4	11	7	11	11	14	1
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	4	3	-	1	-	4	3	5	13	5	3
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	10	7	5	1	1	4	8	4	3	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	83	84	81	81	86	83	85	77
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	56	59	53	56	54	63	58	47
Eher ja	27	25	28	25	32	20	28	30
EHER NEIN	12	10	14	12	10	10	10	19
Eher nein	8	7	9	8	7	6	6	13
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	4	4	5	4	4	4	3	6
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	6	5	7	4	7	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
EHER JA	83	76	86	80	75	84	83
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	56	42	59	58	49	56	58
Eher ja	27	33	27	22	27	28	24
EHER NEIN	12	19	11	11	23	12	10
Eher nein	8	11	7	9	12	8	8
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	4	8	4	2	11	4	2
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	5	4	9	2	4	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Solarpark											
Finde ich gut	73	78	90	74	88	62	71	73	64	63	83
Würde ich akzeptieren	25	21	10	26	12	35	27	23	30	33	17
Lehne ich ab	2	1	-	-	-	3	2	5	6	4	-
Windpark											
Finde ich gut	62	64	75	66	77	54	60	63	66	43	76
Würde ich akzeptieren	32	32	23	31	19	38	34	32	29	45	21
Lehne ich ab	6	4	2	3	4	8	6	5	5	12	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	73	74	72	73	63	76	74	77
Würde ich akzeptieren	25	25	24	24	34	22	23	21
Lehne ich ab	2	1	4	3	3	2	3	2
Windpark								
Finde ich gut	62	61	64	60	60	68	66	58
Würde ich akzeptieren	32	34	30	34	36	27	28	36
Lehne ich ab	6	6	6	6	5	5	6	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

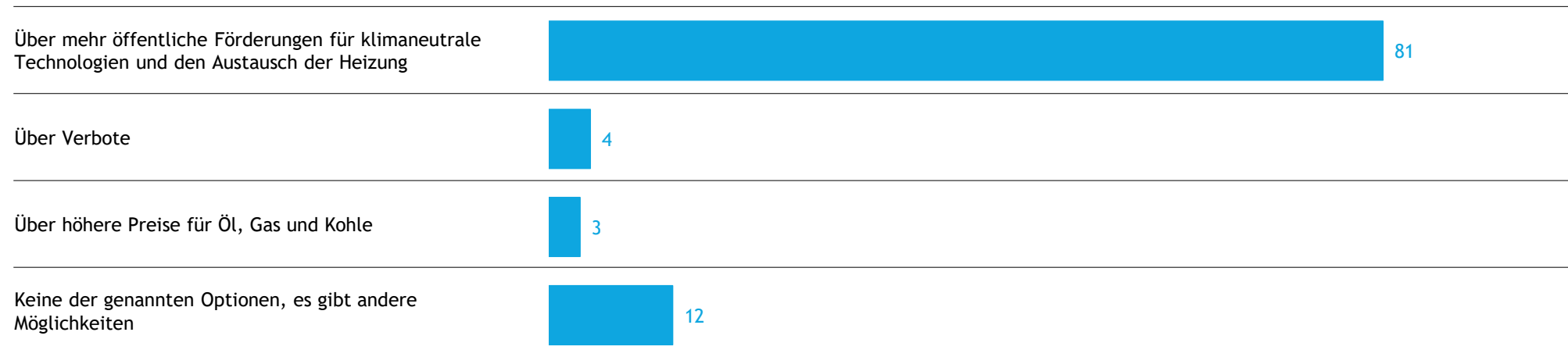
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Solarpark							
Finde ich gut	73	57	74	79	59	72	79
Würde ich akzeptieren	25	37	23	20	30	27	20
Lehne ich ab	2	6	2	1	11	1	1
Windpark							
Finde ich gut	62	58	64	62	52	66	63
Würde ich akzeptieren	32	35	31	32	37	30	32
Lehne ich ab	6	7	5	7	11	4	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	81	82	84	81	83	83	86	80	75	78	85
Über Verbote	4	4	1	6	4	5	3	3	4	7	6
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	3	2	3	2	10	3	2	1	1	2	3
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	12	12	12	11	3	9	9	15	20	13	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	81	82	82	71	80	87	83	86
Über Verbote	4	5	3	11	4	2	3	1
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	3	3	2	6	4	1	1	-
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	12	10	13	11	12	10	14	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

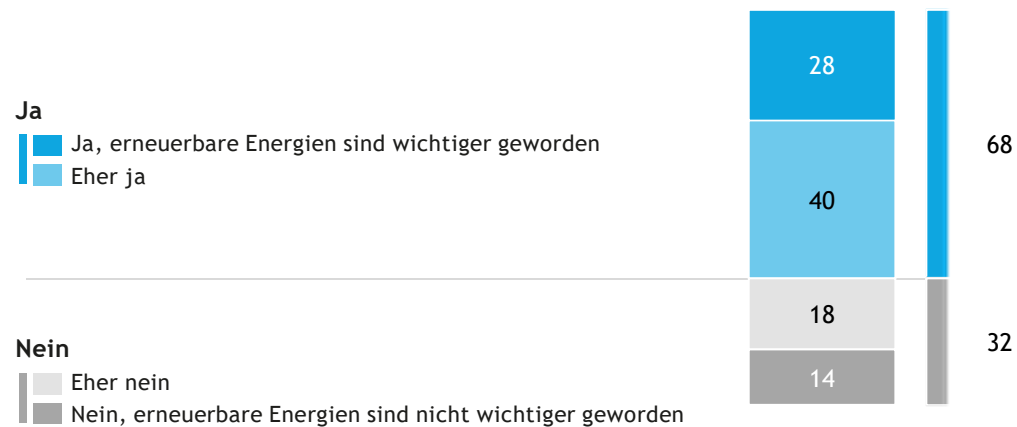
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	81	71	84	83	67	86	82
Über Verbote	4	10	3	3	6	4	4
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	3	4	2	2	3	2	3
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	12	14	11	11	24	8	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	68	79	84	78	77	64	62	67	55	55	83
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	28	35	40	34	41	18	23	28	17	18	46
Eher ja	40	44	44	43	35	46	39	39	38	37	37
EHER NEIN	32	21	16	22	23	36	38	33	45	45	17
Eher nein	18	10	9	10	13	24	19	17	27	29	10
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	11	6	13	10	12	19	16	18	16	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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	68	67	70	66	62	71	69	73
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	28	30	26	22	22	30	32	32
Eher ja	40	37	44	43	40	40	37	41
EHER NEIN	32	33	30	34	38	29	31	27
Eher nein	18	19	17	21	21	17	17	13
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	14	13	13	16	12	14	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
EHER JA	68	63	67	74	66	67	73
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	28	22	27	34	14	27	33
Eher ja	40	40	40	41	51	40	40
EHER NEIN	32	37	33	26	34	33	27
Eher nein	18	25	18	12	17	20	14
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	14	12	15	13	17	12	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

5

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Die zentralen Befunde

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

- Rund drei Viertel der Befragten (73%) bekunden grundsätzliches Interesse am Thema Klimawandel. Dabei interessieren sich 24% „sehr“ dafür. Weniger Interesse äußern 23%, überhaupt kein Interesse haben 4%.
- 65% schätzen ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme (z.B. Waldsterben, Artenvielfalt usw.) als (eher) hoch ein. Es sind allerdings nur 17%, die ihren Kenntnisstand als „sehr hoch“ einschätzen. Einen (eher) niedrigen Kenntnisstand attestieren sich 35%, wobei 3% sagen, sie kennen sich nur sehr wenig aus.

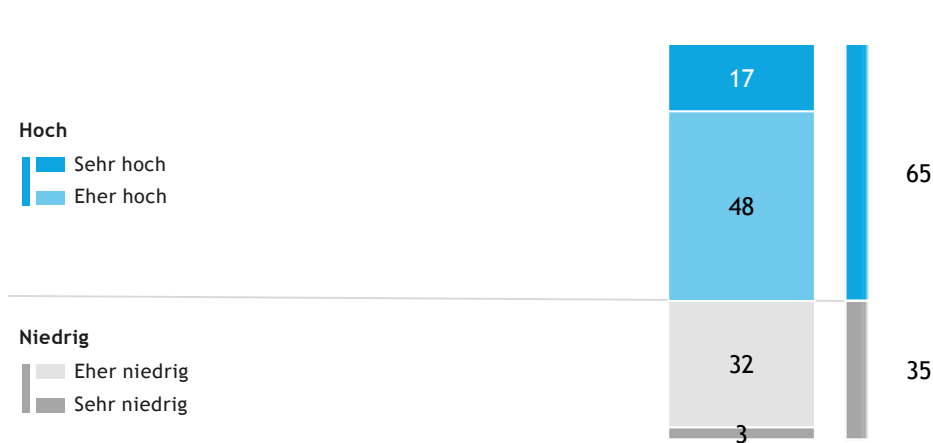
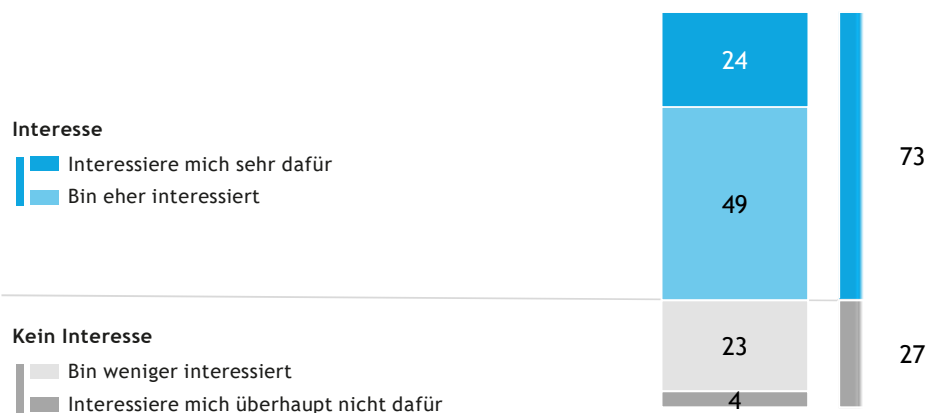
Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

- Nur 5% der Befragten fühlen sich „sehr gut“ über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert. 41% sehen sich „eher gut“ informiert. Demgegenüber stehen 49%, die sich „eher nicht gut“ informiert fühlen und 5%, die sich „überhaupt nicht gut“ informiert fühlen.
- Rund drei Viertel der Befragten (73%) sind der Meinung, dass politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft nicht ausreichend erklärt und erläutert werden. Nur 27% sind anderer Meinung (politische Maßnahmen werden ausreichend erklärt: ja: 4%, eher ja: 23%).

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.)?



Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	73	82	92	78	85	66	65	79	59	57	80
Interessiere mich sehr dafür	24	24	45	24	33	19	15	22	18	17	37
Bin eher interessiert	49	58	46	55	52	47	50	58	41	40	43
WERTE 3 UND 4	27	18	8	22	15	34	35	21	41	43	20
Bin weniger interessiert	23	16	8	20	15	31	29	19	31	35	15
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	3	-	2	-	3	6	2	10	8	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	73	71	74	67	72	77	75	70
Interessiere mich sehr dafür	24	23	24	23	25	26	22	21
Bin eher interessiert	49	48	49	44	46	50	54	50
WERTE 3 UND 4	27	29	26	33	28	23	25	30
Bin weniger interessiert	23	25	22	30	22	19	21	26
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	5	4	4	6	4	4	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
WERTE 1 UND 2	73	66	71	80	66	74	75
Interessiere mich sehr dafür	24	28	21	27	20	23	26
Bin eher interessiert	49	38	50	53	46	51	49
WERTE 3 UND 4	27	34	29	20	34	26	25
Bin weniger interessiert	23	31	24	18	25	22	22
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	4	5	2	9	4	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	65	76	72	72	74	65	50	68	52	63	85
Sehr hoch	17	22	20	25	18	8	13	18	14	17	24
Eher hoch	48	53	52	47	56	58	37	50	38	46	62
WERTE 3 UND 4	35	24	28	28	26	35	50	32	48	37	15
Eher niedrig	32	24	28	27	24	32	46	30	39	32	13
Sehr niedrig	3	1	-	1	3	3	4	2	9	5	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	65	69	62	71	63	65	68	60
Sehr hoch	17	18	17	19	19	18	16	13
Eher hoch	48	52	45	52	44	47	52	46
WERTE 3 UND 4	35	31	38	29	37	35	32	40
Eher niedrig	32	28	34	28	32	32	29	37
Sehr niedrig	3	2	4	1	6	3	3	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
WERTE 1 UND 2	65	68	62	71	69	62	69
Sehr hoch	17	16	17	19	24	15	17
Eher hoch	48	52	45	53	45	46	51
WERTE 3 UND 4	35	32	38	29	31	38	31
Eher niedrig	32	26	35	28	24	35	30
Sehr niedrig	3	5	3	1	7	4	2

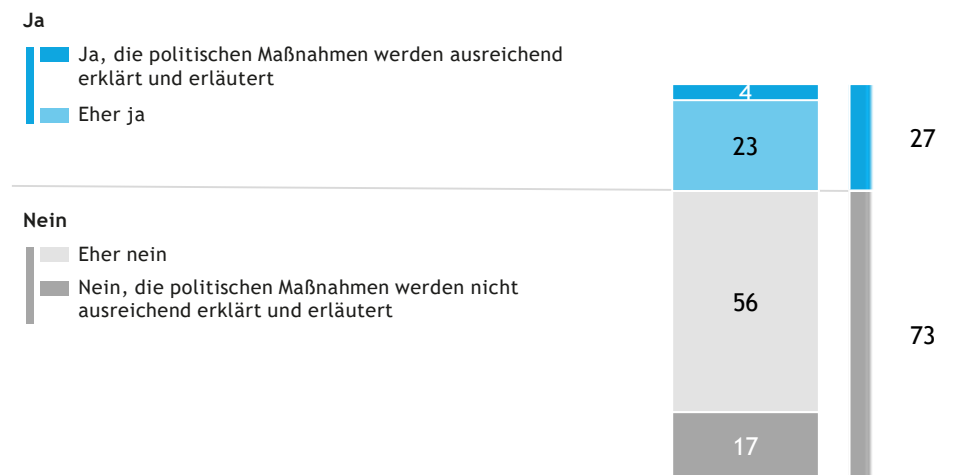
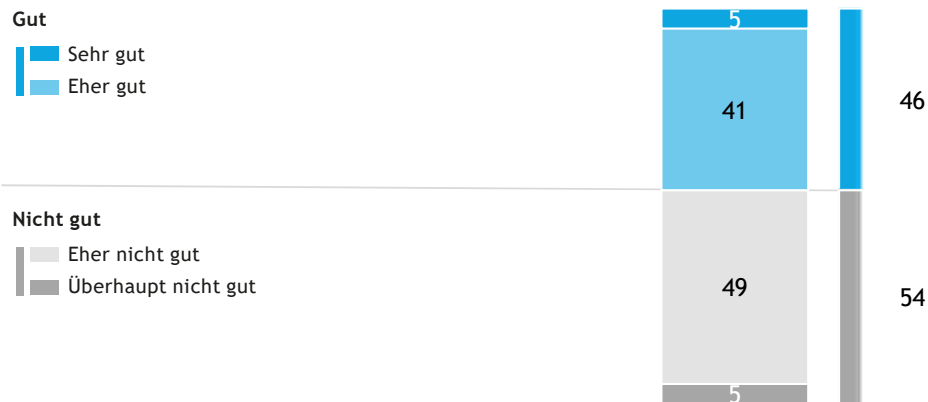
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	46	61	55	52	64	40	33	41	31	40	63
Sehr gut	5	4	7	8	11	5	3	2	1	5	4
Eher gut	41	57	48	44	52	35	30	40	30	35	60
WERTE 3 UND 4	54	39	45	48	36	60	67	59	69	60	37
Eher nicht gut	49	37	44	45	32	56	61	57	51	56	33
Überhaupt nicht gut	5	2	1	3	4	4	6	2	18	3	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	46	53	38	51	40	51	44	40
Sehr gut	5	6	3	5	7	6	3	2
Eher gut	41	46	36	46	33	45	41	38
WERTE 3 UND 4	54	47	62	49	60	49	56	60
Eher nicht gut	49	44	54	45	51	46	52	54
Überhaupt nicht gut	5	3	7	4	9	4	4	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
WERTE 1 UND 2	46	42	42	55	36	44	50
Sehr gut	5	4	4	7	1	4	7
Eher gut	41	38	38	48	35	41	44
WERTE 3 UND 4	54	58	58	45	64	56	50
Eher nicht gut	49	48	53	43	53	51	46
Überhaupt nicht gut	5	11	5	2	11	5	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	27	41	19	30	32	31	16	17	24	32	31
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	2	2	8	9	3	0	1	2	7	7
Eher ja	23	38	17	21	23	28	16	15	22	25	24
EHER NEIN	73	59	81	70	68	69	84	83	76	68	69
Eher nein	56	48	56	59	50	61	63	66	56	49	55
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	17	11	25	12	18	8	21	18	20	19	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	27	28	24	30	25	31	23	21
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	4	4	7	3	5	1	1
Eher ja	23	25	21	24	22	26	22	20
EHER NEIN	73	72	76	70	75	69	77	79
Eher nein	56	56	57	58	58	50	63	56
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	17	15	18	12	18	19	14	22

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
EHER JA	27	33	25	25	27	28	24
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	9	3	3	4	2	4
Eher ja	23	24	23	22	23	26	19
EHER NEIN	73	67	75	75	73	72	76
Eher nein	56	53	58	55	54	55	60
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	17	14	16	20	19	16	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

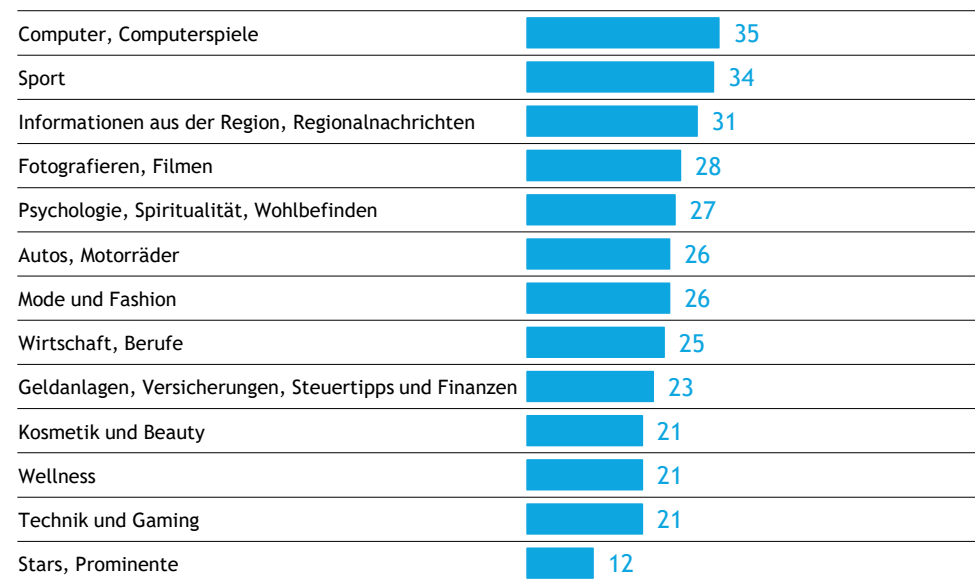
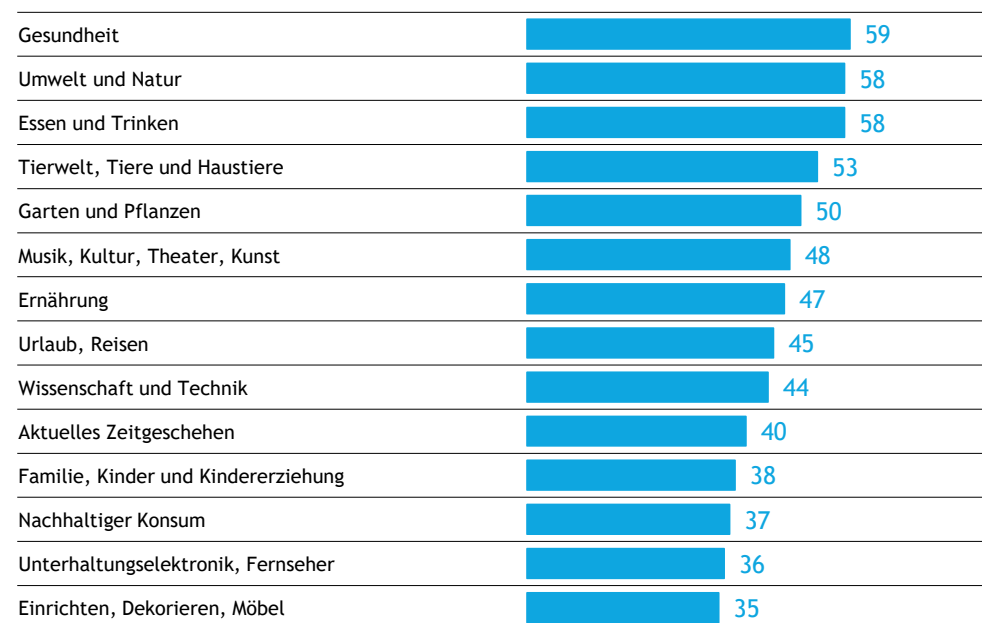
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

6

Anhang: Kommunikation

Themeninteresse allgemein

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Gesundheit	59	68	70	69	56	53	60	62	56	41	54
Umwelt und Natur	58	67	81	64	54	45	59	74	48	38	52
Essen und Trinken	58	61	68	63	60	50	68	60	50	49	54
Tierwelt, Tiere und Haustiere	53	54	57	49	59	42	63	70	52	37	51
Garten und Pflanzen	50	56	56	50	56	41	56	62	48	35	40
Musik, Kultur, Theater, Kunst	48	54	62	50	49	41	48	53	37	42	50
Ernährung	47	58	59	43	47	42	54	47	42	36	43
Urlaub, Reisen	45	53	56	63	48	36	43	44	28	45	44
Wissenschaft und Technik	44	46	60	51	49	36	41	40	31	46	51
Aktuelles Zeitgeschehen	40	47	66	37	49	40	35	41	26	29	41
Familie, Kinder und Kindererziehung	38	53	38	27	26	39	41	48	44	25	26
Nachhaltiger Konsum	37	52	66	34	41	20	37	38	33	20	34
Unterhaltungselektronik, Fernseher	36	33	41	35	39	42	29	31	30	44	41
Einrichten, Dekorieren, Möbel	35	38	40	45	45	26	37	32	35	29	28

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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
Computer, Computerspiele	35	33	35	34	36	38	35	27	30	44	43
Sport	34	39	34	44	38	30	33	32	21	34	39
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	31	31	53	33	25	27	32	28	26	26	29
Fotografieren, Filmen	28	33	35	26	34	20	25	34	19	26	38
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	27	28	43	26	39	18	22	32	13	29	32
Autos, Motorräder	26	30	17	26	29	29	27	23	24	30	30
Mode und Fashion	26	28	28	32	41	24	21	19	24	23	28
Wirtschaft, Berufe	25	27	30	36	28	20	23	28	15	24	25
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	23	28	35	36	32	14	21	20	8	27	26
Kosmetik und Beauty	21	20	24	30	32	16	18	19	18	20	26
Wellness	21	28	17	28	23	19	23	17	14	18	21
Technik und Gaming	21	21	22	21	29	21	16	14	14	29	31
Stars, Prominente	12	7	19	14	14	14	9	7	9	14	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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
Gesundheit	59	49	68	45	50	59	65	76
Umwelt und Natur	58	51	65	48	50	63	62	66
Essen und Trinken	58	47	68	57	50	64	55	64
Tierwelt, Tiere und Haustiere	53	48	58	48	48	56	57	57
Garten und Pflanzen	50	39	61	37	46	56	54	59
Musik, Kultur, Theater, Kunst	48	44	52	52	47	49	48	43
Ernährung	47	39	55	43	41	51	50	51
Urlaub, Reisen	45	44	46	51	38	46	51	37
Wissenschaft und Technik	44	60	28	34	40	49	47	49
Aktuelles Zeitgeschehen	40	42	37	29	31	42	43	53
Familie, Kinder und Kindererziehung	38	29	47	33	40	45	32	38
Nachhaltiger Konsum	37	30	43	26	36	44	40	39
Unterhaltungselektronik, Fernseher	36	44	28	33	31	39	41	33
Einrichten, Dekorieren, Möbel	35	19	51	36	33	40	38	27

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Computer, Computerspiele	35	48	23	43	29	37	36	30
Sport	34	47	20	40	40	32	30	26
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	31	31	31	18	26	31	39	42
Fotografieren, Filmen	28	26	30	38	31	32	20	18
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	27	18	35	31	26	28	26	22
Autos, Motorräder	26	37	15	34	26	23	28	20
Mode und Fashion	26	13	37	36	25	29	24	12
Wirtschaft, Berufe	25	31	19	27	26	24	25	24
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	23	31	16	27	26	24	22	17
Kosmetik und Beauty	21	4	38	26	21	22	22	16
Wellness	21	18	24	25	23	21	18	16
Technik und Gaming	21	32	10	36	23	18	16	10
Stars, Prominente	12	9	15	18	10	13	8	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Gesundheit	59	52	60	59	66	57	59
Umwelt und Natur	58	47	58	64	48	61	58
Essen und Trinken	58	56	60	55	64	59	54
Tierwelt, Tiere und Haustiere	53	49	56	50	51	57	51
Garten und Pflanzen	50	46	51	52	55	53	48
Musik, Kultur, Theater, Kunst	48	38	49	52	43	49	49
Ernährung	47	43	47	50	47	48	47
Urlaub, Reisen	45	32	45	53	29	41	53
Wissenschaft und Technik	44	33	43	52	28	44	52
Aktuelles Zeitgeschehen	40	28	37	52	24	41	45
Familie, Kinder und Kindererziehung	38	42	38	36	40	42	35
Nachhaltiger Konsum	37	30	36	44	26	39	39
Unterhaltungselektronik, Fernseher	36	34	38	32	28	38	36
Einrichten, Dekorieren, Möbel	35	32	36	35	38	34	35

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Computer, Computerspiele	35	34	37	32	34	38	33
Sport	34	24	32	42	24	28	43
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	31	26	30	36	24	32	33
Fotografieren, Filmen	28	20	29	31	28	29	27
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	27	18	28	30	20	29	26
Autos, Motorräder	26	23	28	24	24	24	30
Mode und Fashion	26	24	28	21	25	27	23
Wirtschaft, Berufe	25	22	22	33	18	24	30
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	23	10	22	34	17	19	31
Kosmetik und Beauty	21	25	22	17	30	20	20
Wellness	21	14	23	20	18	17	26
Technik und Gaming	21	17	20	25	20	18	25
Stars, Prominente	12	11	13	9	15	13	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen

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

Feinkost - hochwertige Lebensmittel	32
Urlaub und Reisen	25
PC/Tablet/Smartphone	21
Kaffee/Tee	19
Kleidung/Mode	15
Autos	14
Fahrrad	12
Heimwerker-/Gartengeräte	12
Essen gehen	10
Möbel	10
Kosmetik/Parfüm	9
Küchenmöbel und -ausstattung	9
Spenden für wohltätige Zwecke	8

Bier	6
(Armband-)Uhren	5
Wein/Champagner	5
High-End-HiFi-Equipment	4
Antiquitäten	4
Hochwertiger Schmuck	3
Modeschmuck	3
Hochwertige Spirituosen/Whisky	3
Porzellan-/Glasarbeiten	2
Handtaschen	2
Exklusive Accessoires	2
Keines dieser Produkte	32

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	32	42	40	33	38	29	36	33	20	20	39
Urlaub und Reisen	25	32	36	35	31	20	23	21	9	26	25
PC/Tablet/Smartphone	21	21	21	34	26	25	19	10	12	23	30
Kaffee/Tee	19	20	27	20	11	21	20	15	15	20	17
Kleidung/Mode	15	16	13	21	15	19	15	6	13	17	27
Autos	14	16	10	25	10	15	9	9	8	17	25
Fahrrad	12	16	16	10	21	9	9	14	4	12	25
Heimwerker-/Gartengeräte	12	15	7	15	12	11	13	13	10	9	11
Essen gehen	10	13	16	18	8	8	10	5	4	13	14
Möbel	10	9	8	16	17	10	10	6	6	12	12
Kosmetik/Parfüm	9	11	10	14	6	11	7	5	7	8	11
Küchenmöbel und -ausstattung	9	8	9	16	14	8	11	8	4	5	12
Spenden für wohltätige Zwecke	8	12	14	11	12	6	6	8	2	4	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Bier	6	5	6	9	7	5	8	5	3	12	1
(Armband-)Uhren	5	6	3	10	9	5	4	4	1	5	8
Wein/Champagner	5	6	7	8	12	2	3	4	2	6	11
High-End-HiFi-Equipment	4	6	2	5	2	2	3	3	3	5	8
Antiquitäten	4	9	3	4	4	1	5	4	1	3	6
Hochwertiger Schmuck	3	5	3	7	1	4	1	1	2	4	1
Modeschmuck	3	5	-	5	8	4	3	-	1	6	5
Hochwertige Spirituosen/Whisky	3	2	2	3	10	2	5	2	1	4	6
Porzellan-/Glaserarbeiten	2	4	1	-	5	2	1	1	-	2	1
Handtaschen	2	1	1	4	-	3	2	1	1	4	6
Exklusive Accessoires	2	2	1	5	5	2	1	-	-	2	2
Keines dieser Produkte	32	22	20	24	28	29	35	42	57	32	19

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	32	33	31	40	33	25	31	33
Urlaub und Reisen	25	25	24	28	23	22	27	24
PC/Tablet/Smartphone	21	30	12	38	23	15	16	13
Kaffee/Tee	19	17	20	13	17	18	25	22
Kleidung/Mode	15	15	16	32	15	16	9	4
Autos	14	18	9	27	12	10	12	8
Fahrrad	12	16	9	19	12	12	9	8
Heimwerker-/Gartengeräte	12	17	6	10	10	11	14	12
Essen gehen	10	12	9	21	10	9	6	4
Möbel	10	9	11	17	9	9	9	5
Kosmetik/Parfüm	9	5	12	14	11	8	7	4
Küchenmöbel und -ausstattung	9	6	11	12	10	7	9	6
Spenden für wohltätige Zwecke	8	8	9	10	7	9	6	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Bier	6	11	2	9	9	5	6	3
(Armband-)Uhren	5	8	2	10	7	2	4	2
Wein/Champagner	5	7	3	9	5	4	6	3
High-End-HiFi-Equipment	4	5	2	5	3	4	6	1
Antiquitäten	4	5	3	6	2	4	5	2
Hochwertiger Schmuck	3	4	3	6	3	2	2	2
Modeschmuck	3	2	5	9	3	2	2	1
Hochwertige Spirituosen/Whisky	3	6	1	8	2	3	2	1
Porzellan-/Glasarbeiten	2	2	1	2	2	0	2	2
Handtaschen	2	2	3	5	1	2	1	0
Exklusive Accessoires	2	2	2	5	1	1	1	1
Keines dieser Produkte	32	27	38	15	30	39	36	43

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	32	26	32	36	31	29	37
Urlaub und Reisen	25	14	25	31	21	16	36
PC/Tablet/Smartphone	21	17	22	21	20	19	24
Kaffee/Tee	19	21	18	20	20	18	18
Kleidung/Mode	15	14	17	12	26	13	16
Autos	14	11	13	17	7	10	21
Fahrrad	12	11	12	13	13	11	14
Heimwerker-/Gartengeräte	12	14	12	10	11	11	13
Essen gehen	10	6	10	14	10	6	16
Möbel	10	9	10	9	8	9	12
Kosmetik/Parfüm	9	7	10	7	8	8	10
Küchenmöbel und -ausstattung	9	7	10	8	9	8	10
Spenden für wohltätige Zwecke	8	11	7	9	7	7	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

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

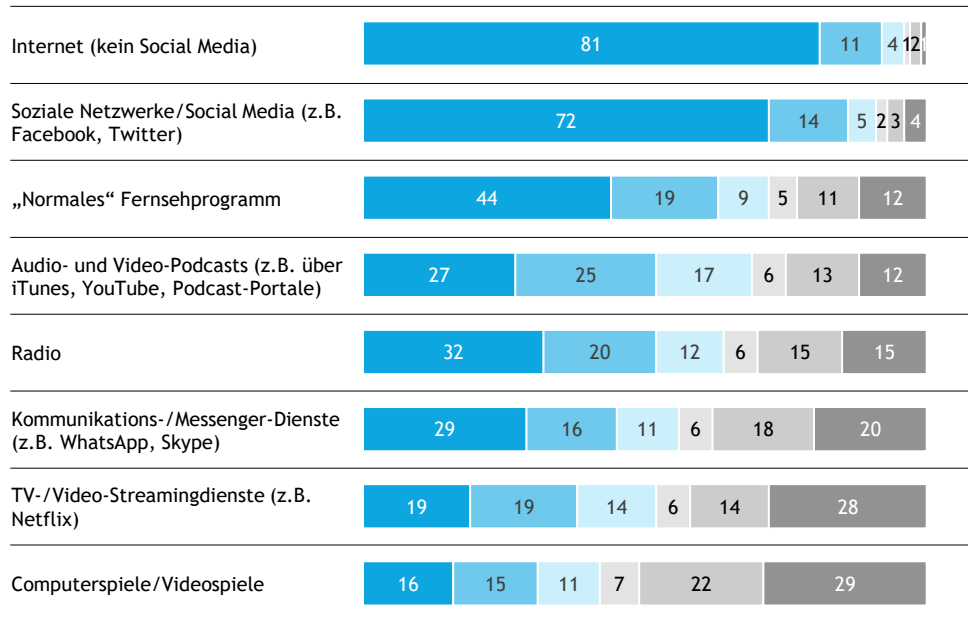
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Bier	6	4	8	5	1	5	10
(Armband-)Uhren	5	1	6	5	2	4	7
Wein/Champagner	5	4	5	6	2	3	9
High-End-HiFi-Equipment	4	5	4	3	3	3	5
Antiquitäten	4	4	3	6	4	3	6
Hochwertiger Schmuck	3	2	3	4	2	3	4
Modeschmuck	3	3	4	3	5	2	4
Hochwertige Spirituosen/Whisky	3	2	4	2	2	3	5
Porzellan-/Glasarbeiten	2	-	1	3	-	2	2
Handtaschen	2	4	2	2	3	2	2
Exklusive Accessoires	2	1	2	2	1	1	2
Keines dieser Produkte	32	40	33	27	34	40	22

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

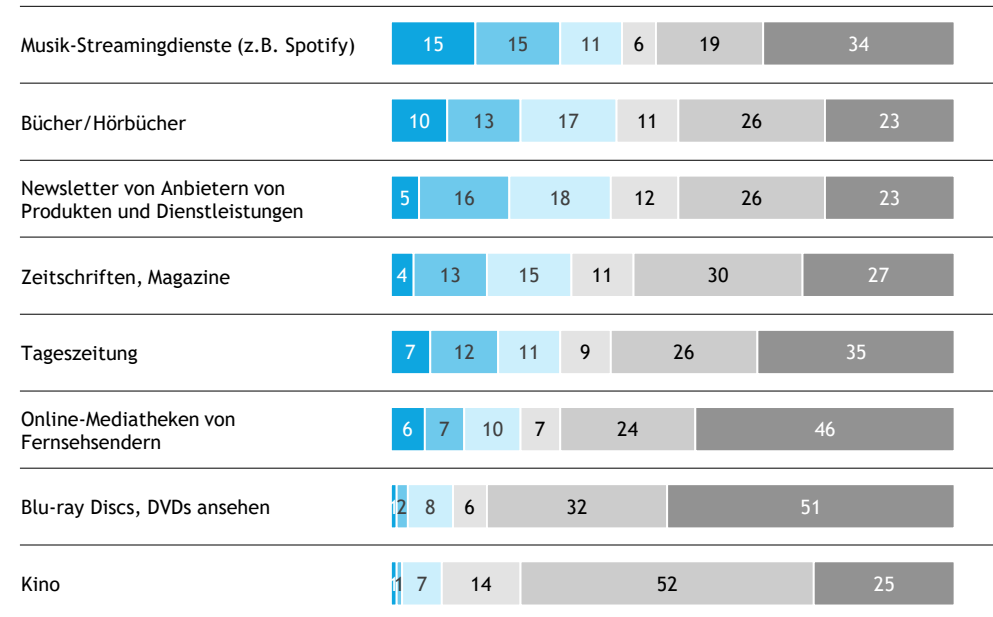
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

Mediennutzung

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Internet (kein Social Media)	96	96	97	96	93	93	97	94	98	92	98
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	91	91	91	92	93	90	92	89	94	86	95
„Normales“ Fernsehprogramm	72	74	68	69	61	78	79	75	71	67	73
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	69	70	72	71	72	64	66	65	68	69	82
Radio	64	70	65	65	62	57	72	75	56	62	52
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	56	58	66	59	73	64	53	46	42	56	67
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	52	56	61	60	59	52	48	47	37	50	61
Computerspiele/Videospiele	42	45	41	46	44	49	40	30	34	49	58
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	41	42	45	49	67	47	35	26	18	49	64
Bücher/Hörbücher	40	52	63	44	53	38	36	36	20	40	36
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	40	51	44	37	42	46	41	34	28	37	47
Zeitschriften, Magazine	32	43	37	38	35	34	21	37	23	35	19
Tageszeitung	30	40	32	28	29	34	28	35	21	30	18
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	34	16	21	18	25	19	23	17	28	23
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	16	10	8	11	14	6	10	10	16	13
Kino	8	10	3	13	13	12	6	2	4	14	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Internet (kein Social Media)	96	95	96	95	94	98	94	96
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	91	87	95	93	91	89	94	90
„Normales“ Fernsehprogramm	72	71	74	54	61	81	83	82
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	69	73	65	81	79	68	64	53
Radio	64	69	60	47	63	69	75	67
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	56	59	54	68	60	56	48	49
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	52	54	50	67	58	56	46	28
Computerspiele/Videospiele	42	51	34	54	42	39	41	35
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	41	50	33	70	47	40	33	15
Bücher/Hörbücher	40	36	44	43	39	38	37	46
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	40	40	40	38	37	43	44	38
Zeitschriften, Magazine	32	32	32	30	29	32	30	38
Tageszeitung	30	32	28	21	23	34	30	41
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	23	22	30	24	21	21	16
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	13	10	16	9	14	10	6
Kino	8	12	5	16	9	7	6	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

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

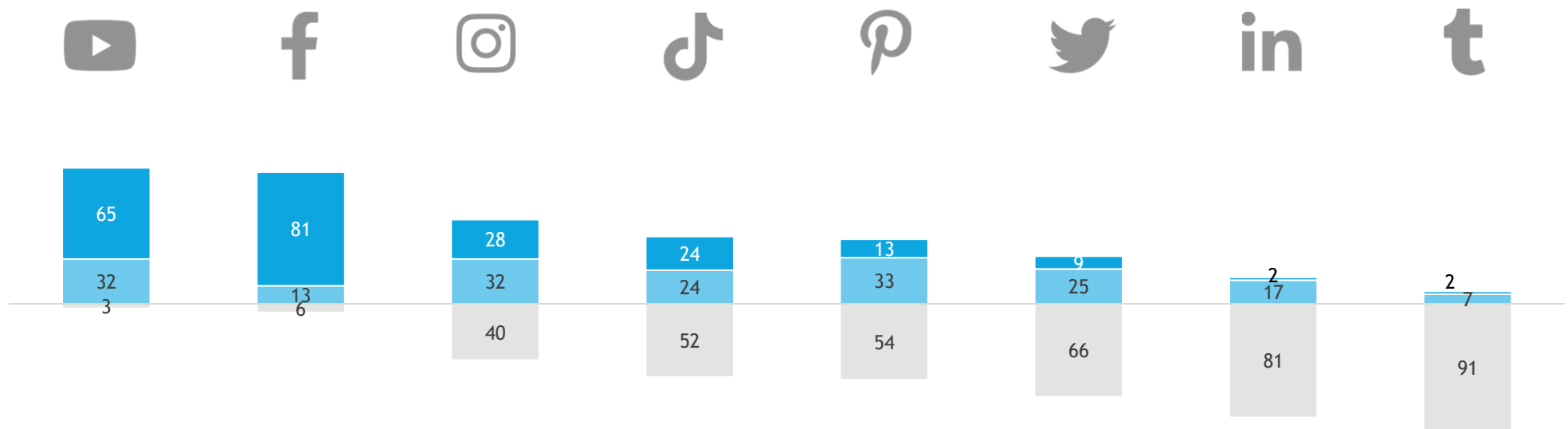
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Internet (kein Social Media)	96	91	96	97	92	95	97
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	91	95	92	88	94	91	90
„Normales“ Fernsehprogramm	72	66	74	72	63	76	71
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	69	72	69	67	66	68	72
Radio	64	54	66	67	50	65	69
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	56	44	57	62	55	53	63
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	52	44	50	58	42	45	62
Computerspiele/Videospiele	42	38	45	40	33	41	47
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	41	37	41	44	38	36	49
Bücher/Hörbücher	40	22	39	54	35	36	48
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	40	36	40	42	41	40	42
Zeitschriften, Magazine	32	30	30	37	36	30	35
Tageszeitung	30	29	29	32	33	29	31
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	24	24	20	31	21	23
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	12	12	11	15	11	11
Kino	8	8	8	10	8	6	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ häufig
■ gelegentlich
■ nie

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	81	80	83	83	75	79	82	79	86	77	82
YouTube	65	66	63	66	74	66	58	59	58	72	78
Instagram	28	28	28	42	38	30	23	20	18	30	49
TikTok	24	21	16	28	30	32	19	16	24	24	38
Pinterest	13	18	14	12	20	14	11	8	10	12	20
Twitter	9	9	8	12	10	14	4	7	2	12	15
LinkedIn	2	5	3	7	1	2	1	-	-	4	3
Tumblr	2	5	1	2	6	4	1	-	1	4	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	81	74	88	79	82	78	84	82
YouTube	65	69	60	83	72	66	57	45
Instagram	28	26	30	56	34	23	16	14
TikTok	24	22	25	52	24	16	16	11
Pinterest	13	8	18	19	10	12	10	15
Twitter	9	12	5	16	10	7	6	4
LinkedIn	2	3	2	3	4	2	2	2
Tumblr	2	3	2	6	3	2	0	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Facebook	81	86	80	80	84	81	80
YouTube	65	63	65	64	62	63	70
Instagram	28	23	30	29	26	24	35
TikTok	24	28	26	14	33	22	23
Pinterest	13	10	14	14	13	14	11
Twitter	9	5	9	10	8	7	11
LinkedIn	2	1	2	5	2	2	4
Tumblr	2	3	3	1	4	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	97	96	96	96	96	98	97	97	95	99	100
Facebook	94	91	94	94	97	96	95	93	94	93	99
Instagram	60	64	56	72	77	69	52	52	48	66	73
TikTok	48	48	31	46	55	55	41	44	52	50	64
Pinterest	46	53	48	45	60	50	43	37	36	40	58
Twitter	34	35	32	37	39	46	21	32	24	45	41
LinkedIn	19	26	28	27	34	17	11	16	5	23	26
Tumblr	9	11	8	10	19	11	5	5	5	13	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	97	97	97	100	97	97	98	94
Facebook	94	92	97	96	96	94	95	92
Instagram	60	57	64	81	64	54	56	49
TikTok	48	44	51	67	48	43	45	36
Pinterest	46	34	57	57	41	45	41	43
Twitter	34	43	26	46	34	29	33	30
LinkedIn	19	21	18	19	26	18	19	16
Tumblr	9	10	8	17	12	9	6	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

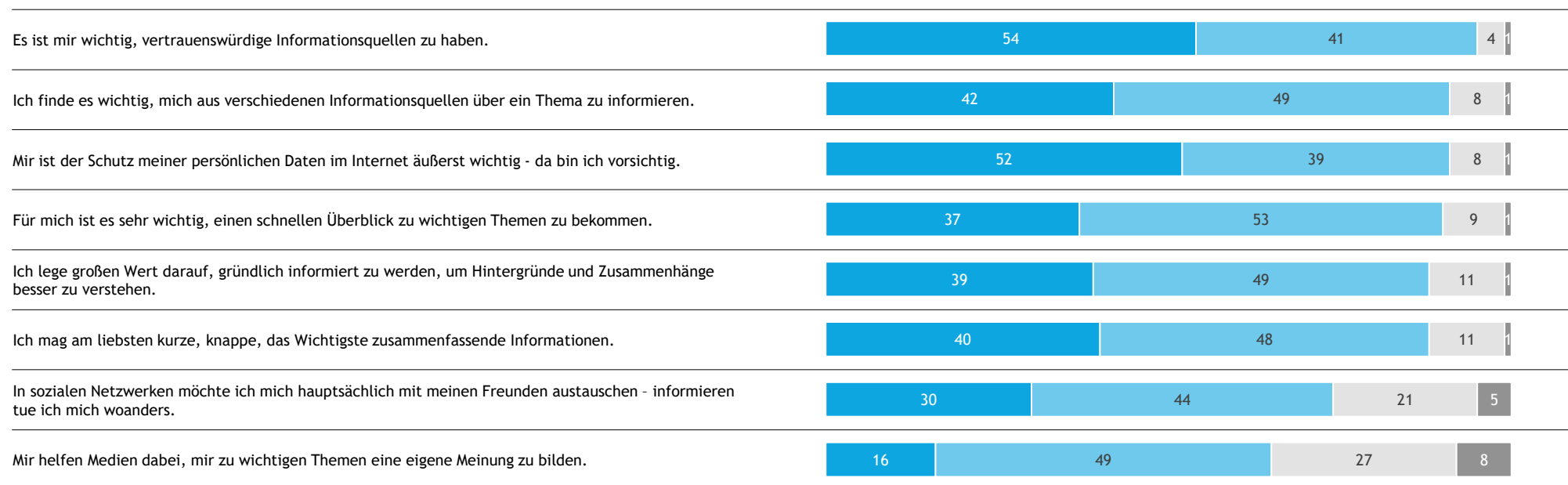
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
YouTube	97	97	98	95	99	96	97
Facebook	94	96	95	92	94	95	93
Instagram	60	58	62	61	61	58	64
TikTok	48	61	50	34	62	46	47
Pinterest	46	42	46	46	49	45	44
Twitter	34	38	33	34	39	32	38
LinkedIn	19	14	15	32	19	15	25
Tumblr	9	11	10	8	10	9	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	94	98	99	98	94	96	94	91	90	97
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	91	92	95	96	98	91	91	94	78	87	95
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	91	95	92	96	93	87	94	91	88	88	89
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	90	94	98	91	93	87	90	83	88	86	94
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	88	92	94	92	93	88	86	89	78	80	99
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	88	91	77	89	82	88	95	80	94	90	80
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	74	76	61	77	81	70	74	73	76	72	71
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	65	63	77	76	63	75	57	56	55	63	72

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	90	94	96	97	96
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	91	91	91	88	92	93	91	91
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	91	90	93	89	88	95	91	92
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	90	90	90	84	91	95	89	90
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	88	89	86	86	87	90	89	87
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	88	87	88	82	88	88	92	91
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	74	70	76	67	81	75	74	69
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	65	63	66	66	69	64	61	64

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	92	95	95	92	96	94
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	91	79	92	96	87	89	95
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	91	85	94	90	92	92	90
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	90	85	90	93	86	91	90
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	88	83	87	93	84	87	91
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	88	87	89	84	91	88	85
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	74	77	73	70	80	71	72
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	65	61	64	68	65	64	68

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	54	57	69	58	68	43	48	57	48	40	72
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	60	51	50	60	43	50	55	55	41	62
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	42	48	61	44	62	36	30	43	31	36	60
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	48	32	35	38	31	43	36	52	35	49
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	39	50	54	43	54	30	27	34	37	30	55
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	37	48	42	38	46	30	30	31	35	34	54
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	30	31	25	37	33	18	30	29	35	24	39
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	16	14	21	23	24	23	5	13	15	14	28

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	54	52	56	55	57	54	49	54
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	46	57	49	50	55	52	52
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	42	43	42	42	38	45	41	46
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	37	43	36	41	41	41	42
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	39	40	38	38	40	41	38	38
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	37	37	37	36	40	41	36	33
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	30	25	34	30	36	31	30	21
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	16	16	16	18	18	16	16	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<116.264 HUF)	Mittel 60-140% (116.264-271.284 HUF)	Hoch >140% (>271.284 HUF)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	54	50	53	58	54	52	56
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	48	56	45	66	52	47
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	42	39	42	46	44	40	44
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	46	40	36	53	39	38
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	39	37	38	43	38	35	45
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	37	43	37	36	40	37	38
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	30	32	29	28	40	25	30
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	16	22	15	16	19	16	18

Basis: 1.200 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 and curves downwards and to the right, ending near the bottom center. The word "Impressum" is written in white, sans-serif font in the lower-left quadrant of the image.

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