



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

# Sozialökologische Transformation

Länderbericht Frankreich

**FRIEDRICH  
EBERT  
STIFTUNG**

**sinus:**

Heidelberg, September 2023

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

# Aufgabenstellung und Zielsetzung

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

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

# Inhaltsverzeichnis

## 1 Methode und Stichprobe

## 2 Problembewusstsein

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

## 3 Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

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

## 4 Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

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

## 5 Informationsinteresse und Kenntnisstand

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

## 6 Anhang: Kommunikation

- Themeninteresse allgemein
- Konsuminteressen
- Mediennutzung
- Erwartungen an Kommunikation

1

# Methode und Stichprobe

# Methodik und Stichprobe

## Die Studienanlage im Überblick



### Methodik

Standardisierte Online-Befragung (CAWI)

Quotenstichprobe (Geschlecht, Alter, Bildung und Region)

Die Befragungen wurden in der Landessprache durchgeführt.



### Datenerhebung

Ø Befragungsdauer: 23 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



### Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



### Stichprobengröße

1.201 Personen



### Befragungszeitraum

12.05. - 08.06.2023

### Befragungsinhalte

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

# Methodik und Stichprobe

## Auswertung der Befragungsergebnisse

- Der vorliegende Bericht präsentiert die **Befragungsergebnisse für Frankreich**. 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:* „Pas de certificat scolaire“ oder „École primaire et collège, p.ex. Brevet“ oder „BAA, EFAA“; *mittel:* „Enseignement professionnel sans bac, p.ex. CAP, BEP, BM, MC, BPf/BP“ oder „Brevet d'enseignement agricole, commercial, industriel, social ou hôtelier“ oder „Bacclauréat (général, professionnel, technologique, de technicien)“ oder „Brevet (supérieur, de technicien)“; *hoch:* „Enseignement universitaire: Bac+1/2 (p.ex. DEUG, DUT, BTS, DMA, Diplôme professionnels d'études universitaires, écoles spécialisée, divers)“ oder „Enseignement universitaire: Bac+3 (p.ex. Licence, Diplôme)“ oder „Enseignement universitaire: Bac+4/5 (p.ex. Diplôme professionnels, Maîtrise, Master, Doctorat)“
  - **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.

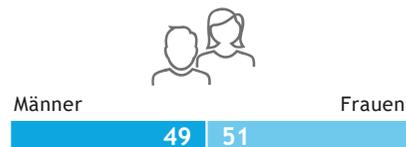
# Methodik und Stichprobe

## Auswertung der Befragungsergebnisse

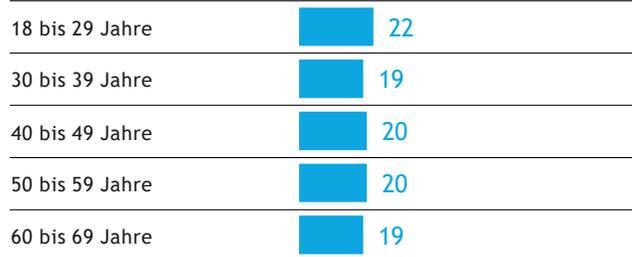
- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
  - Die Milieuperspektive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

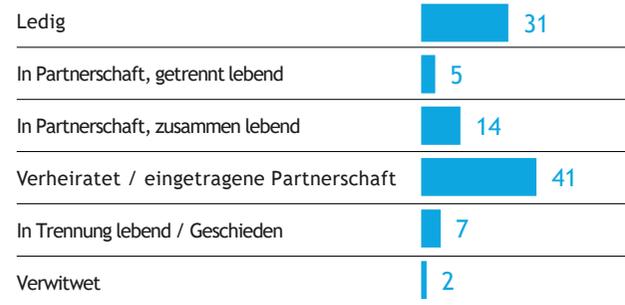
## Geschlecht



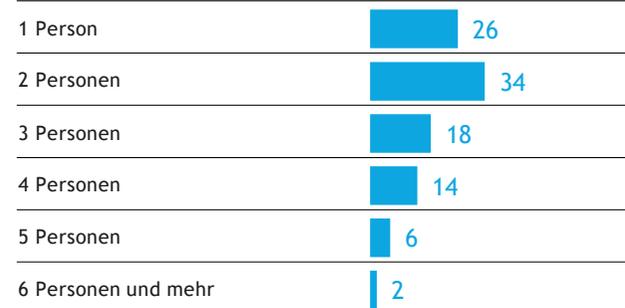
## Alter ø 43,8 Jahre



## Familienstand



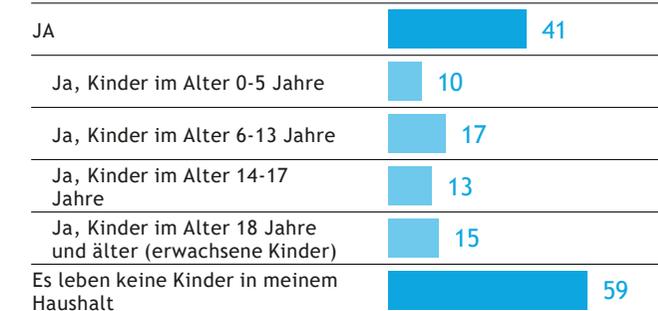
## Personen im Haushalt



## Bildungsabschluss



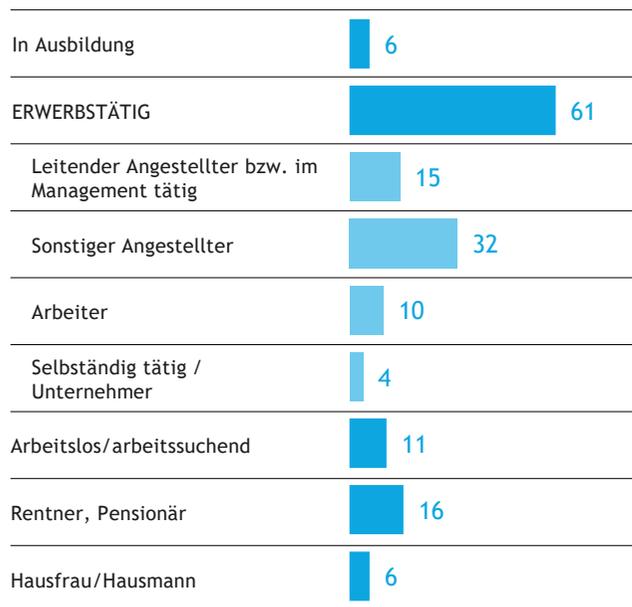
## Kinder im Haushalt



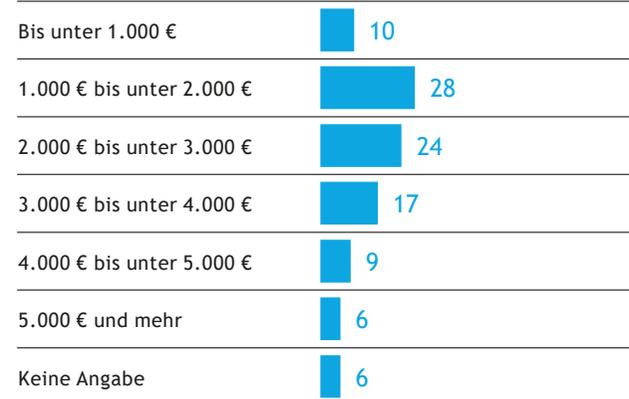
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Demografische Struktur der Stichprobe

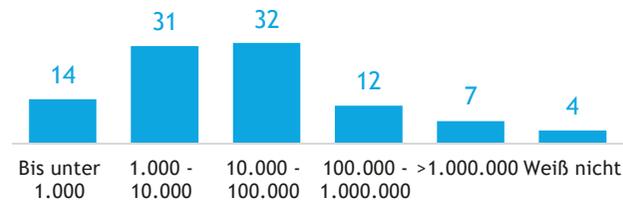
## Berufstätigkeit / Stellung im Beruf



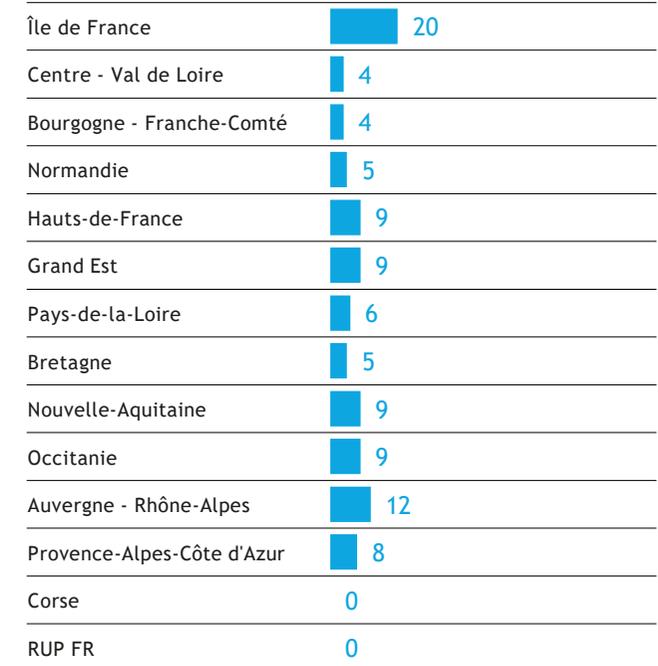
## Haushaltsnettoeinkommen



## Wohnortgröße (Anzahl Einwohner)



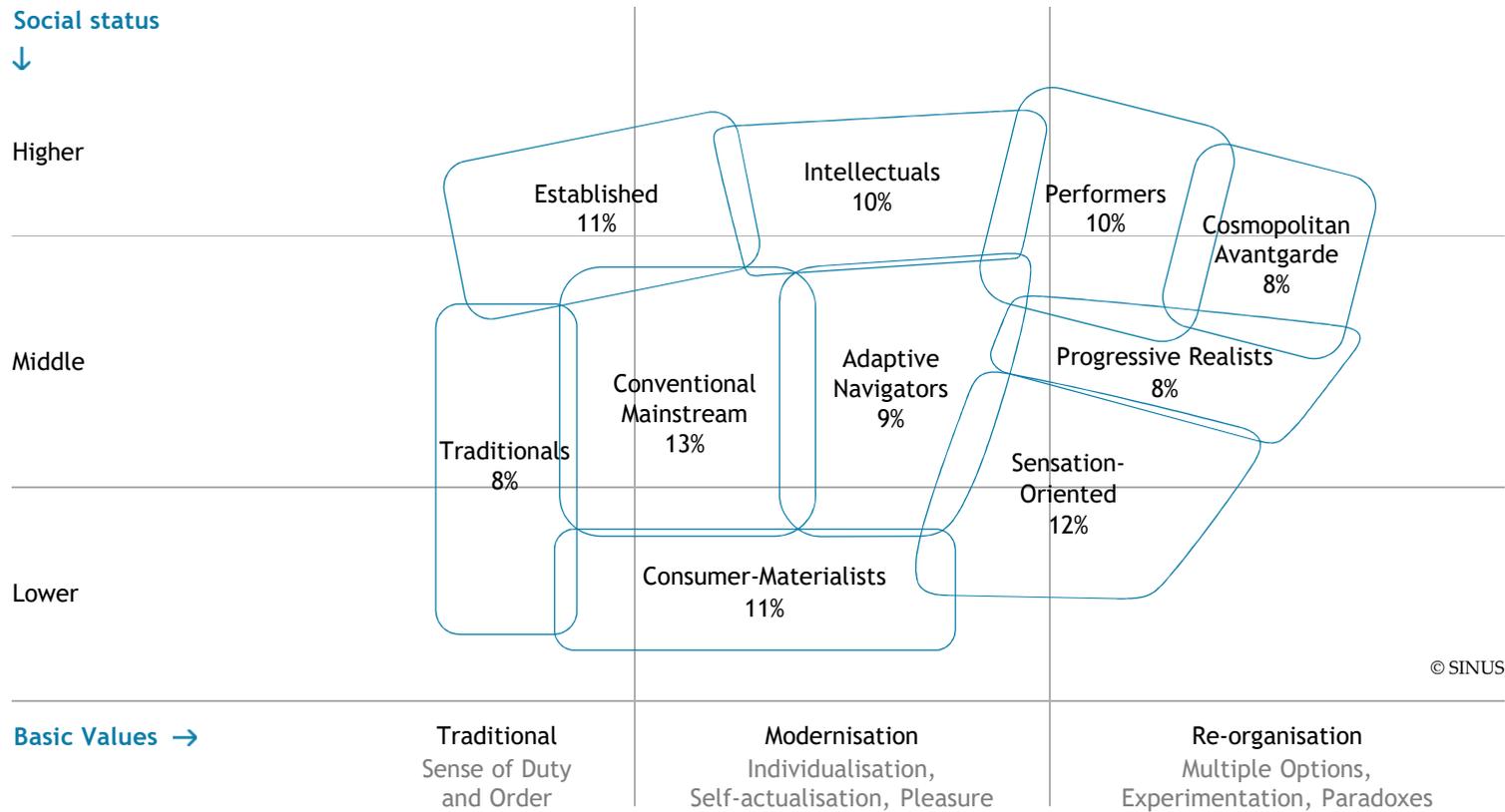
## Region



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Die Sinus-Meta-Milieus<sup>®</sup> in Frankreich

18- bis 69-Jährige



# Die Sinus-Meta-Milieus<sup>®</sup> in Established Markets

## Kurzbeschreibungen

<b>Established</b>	<p><b>Statusorientierte konservative Elite:</b> Hohes Selbstvertrauen; klassische Verantwortungs- und Leistungsethik; Exklusivitäts- und Distinktionsansprüche sowie Statusanspruch; Selbstverständliche Akzeptanz der gesellschaftlichen Ordnung</p>	<b>Adaptive Navigators</b>	<p><b>Angepasster, moderner Mainstream:</b> Flexible Pragmatiker; junge moderne Mittelschicht; hohe Anpassungs- und Leistungsbereitschaft; moderner Lebensstil, digital affin, verlässlich &amp; loyal, offen für neues - jedoch nur bereits Getestetes und Geprüftes</p>
<b>Intellectuals</b>	<p><b>Akademische Elite mit post-materiellen Wurzeln:</b> Hohe Affinität für Genuss, Sinnlichkeit, Kunst &amp; Kultur; Kritisch gegenüber Globalisierung; Einsatz für Gerechtigkeit und Gemeinwohl; Verantwortungs-übernahme für sich und andere; affin für (Weiter-) Bildung und hohe Lebensqualität</p>	<b>Sensation-Oriented</b>	<p><b>Materialistische und unterhaltungsorientierte (untere) Mittelschicht:</b> 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 &amp; Stimulation</p>
<b>Performers</b>	<p><b>Effizienz- und fortschrittsorientierte moderne Elite:</b> 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>	<b>Conventional Mainstream</b>	<p><b>Harmoniesuchende ältere Mittelschicht:</b> Unter finanziellen und ideologischen Druck geratene Mittelschicht; Wunsch nach gesicherten Verhältnissen; Sorge um wohlverdiente Errungenschaften; Suche nach Gemeinschaft, Zusammenhalt &amp; sozialem Leben, nachbarschaftliche Unterstützung - bodenständig; Misstrauen gegenüber Vorrangstellung der Eliten - Gefühl der Benachteiligung und Vorzug anderer</p>
<b>Cosmopolitan Avantgarde</b>	<p><b>Ambitionierte &amp; individualistische Avant-Garde:</b> Kosmopolitisch, urban, mobil &amp; flexibel; digitale Nomaden; Lifestyle-Elite, gegen den Mainstream, Wunsch sich abzuheben; Lebensfreude, ambitioniert &amp; erfolgsorientiert</p>	<b>Traditionals</b>	<p><b>Ordnungs-/Stabilitätssuchende ältere Generation:</b> 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>
<b>Progressive Realists</b>	<p><b>Treiber der sozialen Transformation:</b> Nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie; Impulsgeber der globalen sozialen Transformation; progressiv, optimistisch; Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft; Leichtigkeit im Umgang mit Widersprüchen, Party &amp; Protest, Ernsthaftigkeit &amp; Unterhaltung</p>	<b>Consumer-Materialists</b>	<p><b>Orientierungs- und Teilhabestrebende Unterschicht:</b> Prekäre Lebensverhältnisse; Anspruchslose Anpassung an Notwendigkeiten; Wunsch nach Konsumstandards der Mitte; trotziger Zusammenhalt in der eigenen Gemeinschaft; Angst vor Geschwindigkeit des Wandels &amp; Sorge, abgehängt zu sein</p>

2

## Problembewusstsein

# Die zentralen Befunde

## Problembewusstsein

### Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

- Mit 64% Nennungen wird die Inflation/sinkende Kaufkraft am häufigsten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt. Der Bereich Gesundheitswesen/Pflege rangiert mit 56% Nennungen an zweiter Stelle. Die Themen Umwelt-, Natur- und Klimaschutz sowie Kriminalität und Sicherheit folgen mit jeweils 45% Nennungen.

### Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

- Zu den fünf größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen zählen die Befragten am häufigsten die Verschmutzung des Wassers (59%), den Klimawandel (52%) und den Zustand der Meere (50%). Am seltensten wird der zunehmende Verkehr und Lärm als vorrangiges umweltpolitisches Handlungsfeld gesehen (12%).

### Relevanz des Themas Klimawandel

- Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hält den Klimawandel für ein (sehr) wichtiges Thema für Frankreich: Auf einer Skala von 0 „völlig irrelevant“ bis 10 „absolut wichtig“ wählen 58% der Befragten die Skalenpunkte 8 bis 10, weitere 24% die Skalenpunkte 6 bis 7. Im Gegensatz dazu sind es nur 3% der Befragten, die die Skalenpunkte 0 bis 2 wählen. Der Skalen-Mittelwert liegt bei 7,5.

# 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“: 61%). Dabei sagen 82%, sie hätten Angst vor den Folgen des Klimawandels (höchste Zustimmungsstufe: 34%), während 40% meinen, es werde vieles sehr übertrieben, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht (höchste Zustimmungsstufe: 12%). Bei der Frage, ob es in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel gibt, stimmen 52% zu (höchste Zustimmungsstufe: 13%) und 48% 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 64% zustimmen (höchste Zustimmungsstufe: 15%), 36% stimmen dagegen.

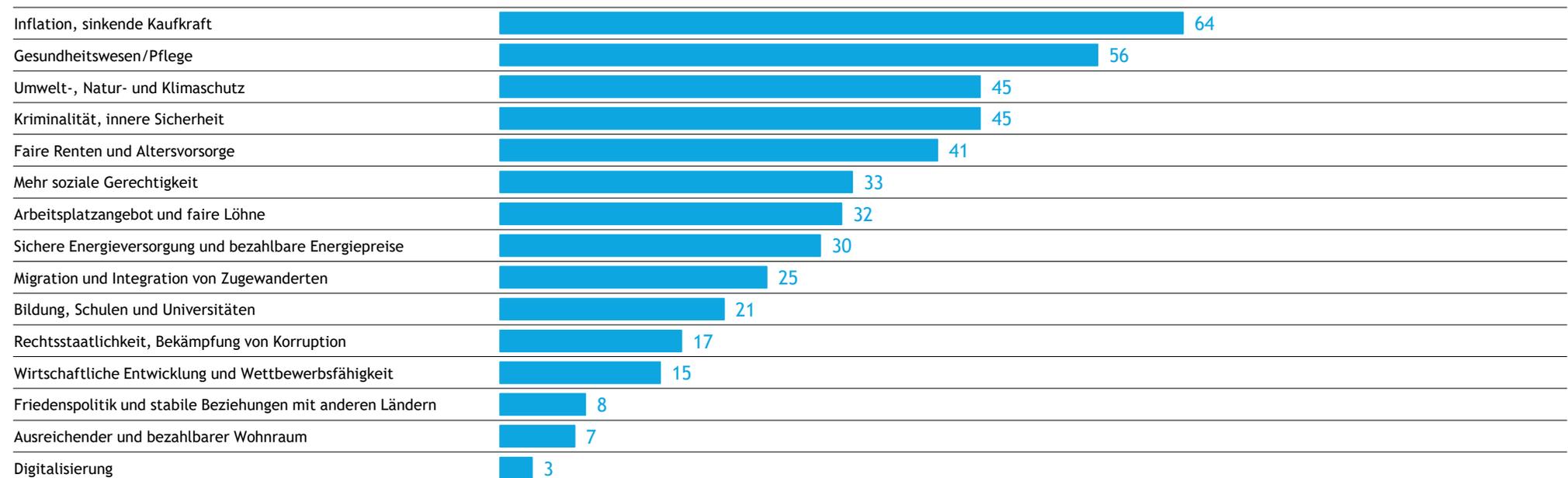
### Folgen des Klimawandels

- Wassermangel im Alltag macht der Bevölkerung am meisten Angst: 68% der Befragten zählen diese mögliche Folge zu den fünf Auswirkungen des Klimawandels, die ihnen am meisten Angst machen. Mit 64% der Nennungen steht die Zunahme von extremen Wetterereignissen an zweiter Stelle. Das Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt und Waldbrände bzw. das Waldsterben rangieren mit jeweils 46% auf den Plätzen 3 und 4. Am fünfthäufigsten wird die Zunahme von humanitären Krisen (40%) genannt. Deutlich weniger Befragte haben Angst vor sinkenden Erträgen in der Landwirtschaft (19%).

# Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

## Politisch relevante Themen



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Inflation, sinkende Kaufkraft	64	63	58	64	62	66	65	65	71	59	64
Gesundheitswesen/Pflege	56	56	56	53	48	54	63	54	56	51	62
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	45	43	69	43	41	34	37	55	36	42	62
Kriminalität, innere Sicherheit	45	52	38	41	41	48	55	45	54	38	33
Faire Renten und Altersvorsorge	41	32	39	44	20	40	43	50	59	40	43
Mehr soziale Gerechtigkeit	33	23	43	34	37	30	30	29	40	30	32
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	32	33	26	39	31	31	30	30	27	35	44
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	30	31	30	25	26	24	33	38	30	29	32
Migration und Integration von Zugewanderten	25	33	14	17	25	28	32	24	35	20	15
Bildung, Schulen und Universitäten	21	27	26	30	22	17	17	21	11	20	26
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	17	21	19	15	16	22	15	10	19	16	13
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	15	19	14	17	19	18	14	14	5	18	13
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	8	7	12	8	8	7	6	5	6	11	6
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	7	6	8	7	12	7	4	5	7	8	7
Digitalisierung	3	2	-	5	7	6	-	4	1	6	2

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert     ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert     ■ unterrepräsentiert

# Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Inflation, sinkende Kaufkraft	64	60	67	55	67	65	69	64
Gesundheitswesen/Pflege	56	50	61	48	54	55	59	63
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	45	45	46	52	49	40	44	42
Kriminalität, innere Sicherheit	45	46	45	41	39	48	43	57
Faire Renten und Altersvorsorge	41	38	45	30	34	35	52	58
Mehr soziale Gerechtigkeit	33	33	32	33	28	38	35	28
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	32	32	33	39	35	37	26	24
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	30	32	28	23	23	33	36	34
Migration und Integration von Zugewanderten	25	29	21	18	22	22	30	34
Bildung, Schulen und Universitäten	21	22	20	31	25	18	14	18
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	17	20	14	17	16	16	16	19
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	15	20	10	17	18	12	15	13
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	8	8	8	10	10	6	6	7
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	7	7	7	12	8	7	5	3
Digitalisierung	3	4	2	9	2	2	1	1

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Inflation, sinkende Kaufkraft	64	70	65	60	68	64	48
Gesundheitswesen/Pflege	56	57	56	54	50	58	60
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	45	40	42	52	44	45	48
Kriminalität, innere Sicherheit	45	50	45	43	44	45	52
Faire Renten und Altersvorsorge	41	56	47	28	44	41	34
Mehr soziale Gerechtigkeit	33	39	31	32	41	30	27
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	32	28	36	31	39	30	24
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	30	28	34	26	27	30	37
Migration und Integration von Zugewanderten	25	27	26	22	21	26	34
Bildung, Schulen und Universitäten	21	12	17	31	18	21	31
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	17	15	17	18	15	17	20
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	15	8	13	21	10	16	26
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	8	6	6	11	8	6	12
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	7	9	5	8	10	6	4
Digitalisierung	3	2	1	6	4	2	4

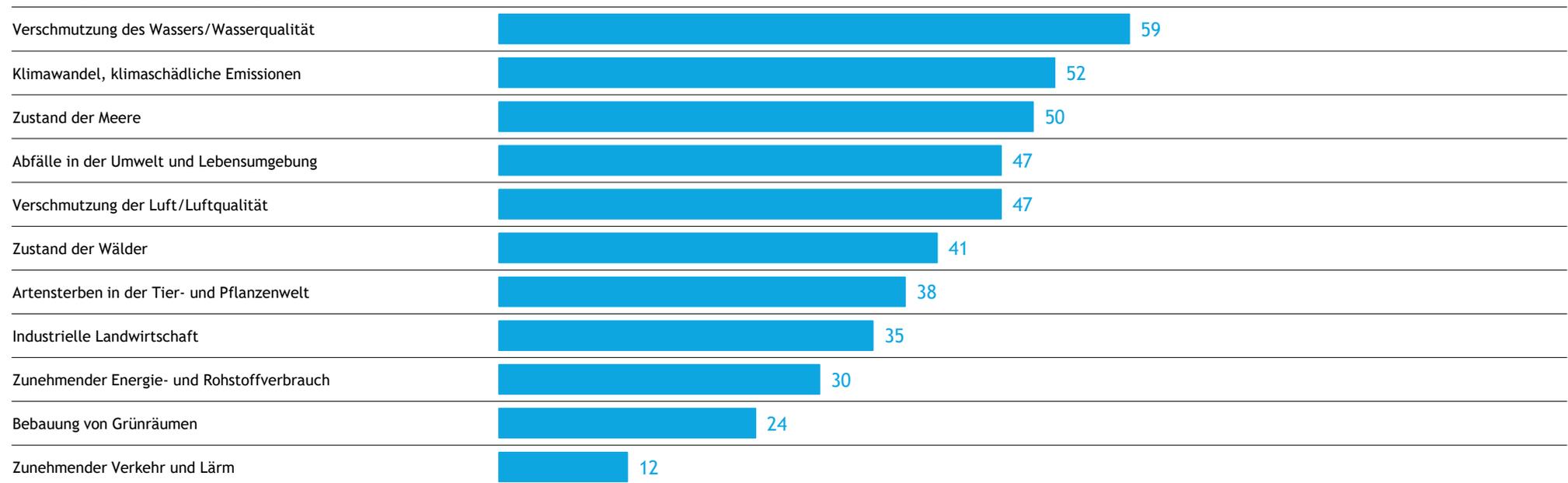
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

## Umweltpolitische Handlungsfelder



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	59	62	57	57	61	51	52	64	64	62	69
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	52	45	75	46	50	52	47	62	42	46	61
Zustand der Meere	50	45	58	46	40	50	49	53	58	45	56
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	47	44	51	45	51	47	48	59	41	44	48
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	47	51	43	47	52	42	42	46	47	48	59
Zustand der Wälder	41	47	44	27	34	46	45	40	50	37	40
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	36	37	38	35	32	41	37	44	30	48
Industrielle Landwirtschaft	35	35	37	38	30	38	37	37	38	32	28
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	30	33	35	31	35	26	34	30	17	32	34
Bebauung von Grünräumen	24	27	22	29	23	25	26	22	22	22	20
Zunehmender Verkehr und Lärm	12	14	8	15	13	8	16	9	10	18	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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	59	59	60	59	59	55	57	68
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	52	50	54	50	54	51	53	52
Zustand der Meere	50	50	50	46	45	46	59	55
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	47	46	49	45	50	48	47	46
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	47	48	46	57	48	38	43	48
Zustand der Wälder	41	40	43	35	37	44	43	48
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	34	41	33	43	38	38	37
Industrielle Landwirtschaft	35	35	35	28	35	37	37	40
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	30	35	26	35	35	31	30	21
Bebauung von Grünräumen	24	26	22	28	21	25	25	19
Zunehmender Verkehr und Lärm	12	13	11	16	12	12	10	9

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

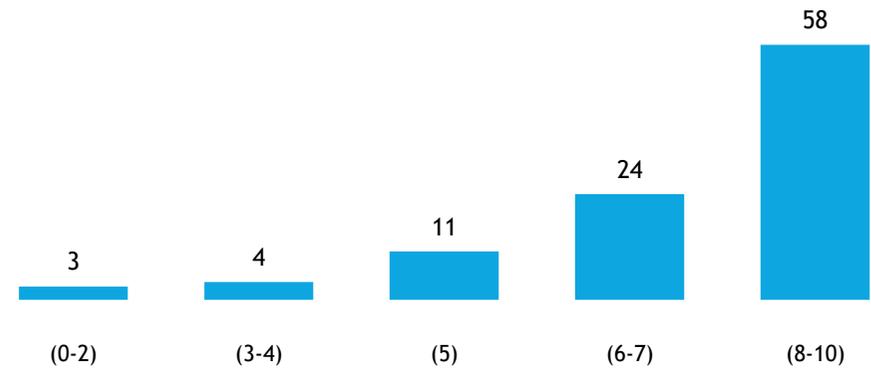
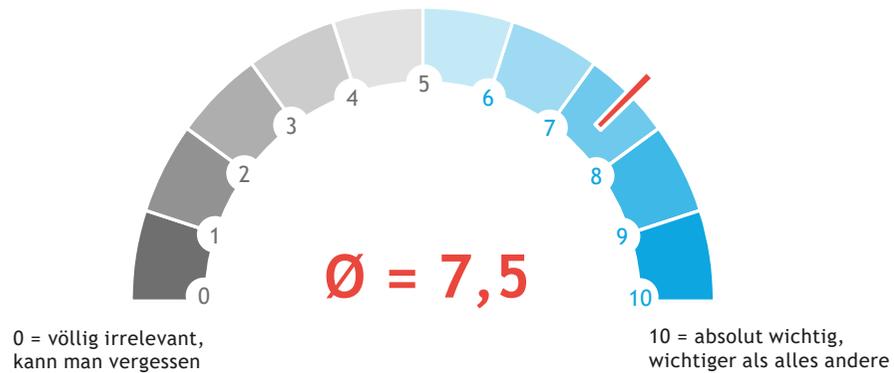
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	59	63	59	59	56	62	57
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	52	44	49	59	48	51	63
Zustand der Meere	50	59	47	48	49	49	57
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	47	46	48	47	46	48	44
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	47	44	47	48	47	47	49
Zustand der Wälder	41	50	43	36	44	41	35
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	41	36	38	41	36	36
Industrielle Landwirtschaft	35	36	36	34	34	35	38
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	30	21	28	39	29	30	39
Bebauung von Grünräumen	24	22	24	25	20	28	14
Zunehmender Verkehr und Lärm	12	12	13	11	14	11	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Relevanz des Themas Klimawandel

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



# 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 Frankreich?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	20	34	14	21	9	12	24	20	24	27
9	14	21	16	15	13	12	12	15	9	8	20
8	24	23	28	25	27	34	17	29	17	18	23
7	14	16	16	20	14	15	14	13	14	11	10
6	10	9	3	9	8	10	13	8	10	15	10
5	11	8	2	12	10	11	18	7	19	14	4
4	2	2	1	4	2	2	2	1	4	2	3
3	2	-	-	2	1	3	4	3	2	2	-
2	1	1	-	-	2	3	-	1	-	3	1
1	1	-	-	-	1	1	2	-	-	3	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	1	-	-	-	2	4	-	4	-	1
Mittelwert	7,5	7,8	8,5	7,5	7,6	7,0	6,6	7,9	7,0	7,2	8,1

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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 Frankreich?

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	19	21	19	21	19	19	23
9	14	13	14	15	12	14	14	12
8	24	24	22	22	26	25	22	22
7	14	14	15	19	15	14	12	12
6	10	10	10	9	11	10	10	10
5	11	12	11	9	11	10	13	13
4	2	3	2	3	2	2	2	2
3	2	2	2	2	0	1	3	3
2	1	1	1	1	1	2	1	-
1	1	1	1	0	0	1	1	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	1	2	1	-	2	3	1
Mittelwert	7,5	7,4	7,5	7,5	7,6	7,4	7,3	7,5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Relevanz des Themas Klimawandel

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	20	24	19	20	23	19	18
9	14	10	12	18	10	14	21
8	24	17	27	23	23	24	26
7	14	14	14	15	11	16	12
6	10	13	9	10	12	8	12
5	11	15	12	8	12	11	7
4	2	2	2	3	2	3	-
3	2	0	2	2	2	1	2
2	1	1	1	1	2	1	-
1	1	1	1	0	1	1	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	1	2	1	1	2	1	3
Mittelwert	7,5	7,3	7,4	7,6	7,3	7,5	7,7

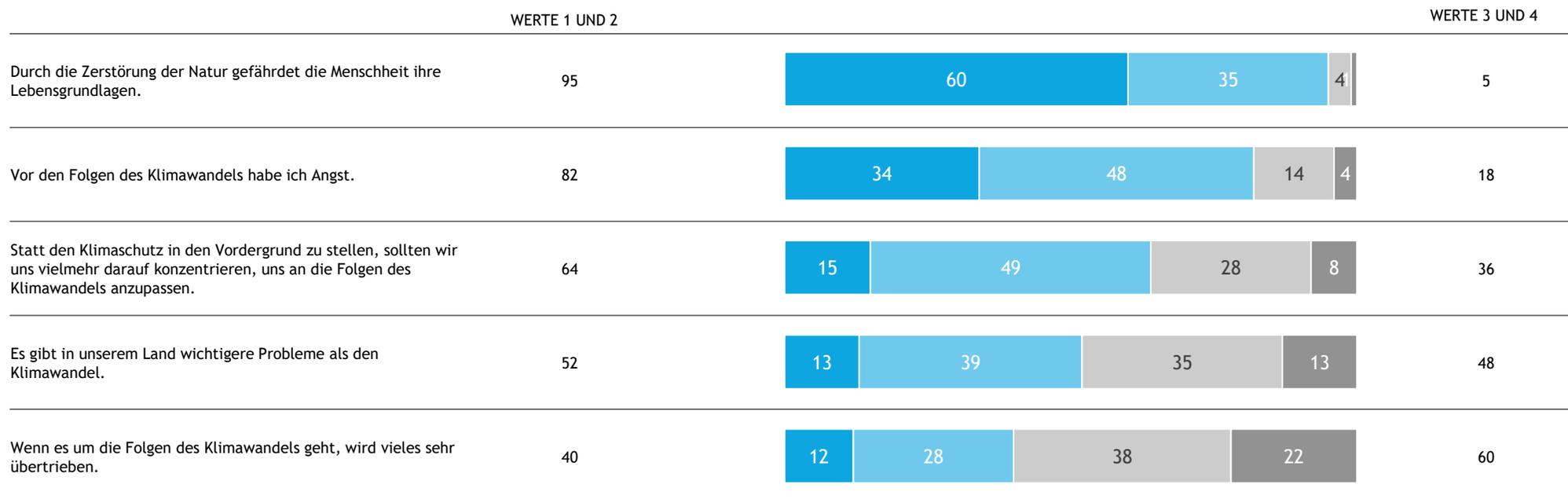
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert



# Einstellungen zum Klimawandel

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	95	98	100	96	93	93	97	98	95	90	98
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	82	88	92	86	80	77	71	85	72	79	93
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	64	74	38	66	63	77	71	55	66	74	52
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	52	50	22	52	63	68	60	42	62	66	30
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	40	41	14	39	50	53	45	30	39	58	25

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	95	95	96	95	98	96	94	96
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	82	80	84	87	87	82	77	75
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	64	65	64	59	58	67	67	72
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	52	56	48	52	50	53	55	50
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	40	44	37	41	40	39	42	39

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	95	96	96	96	95	96	96
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	82	76	82	84	82	82	81
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	64	73	70	54	69	65	57
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	52	61	54	46	54	53	46
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	40	44	43	35	42	41	30

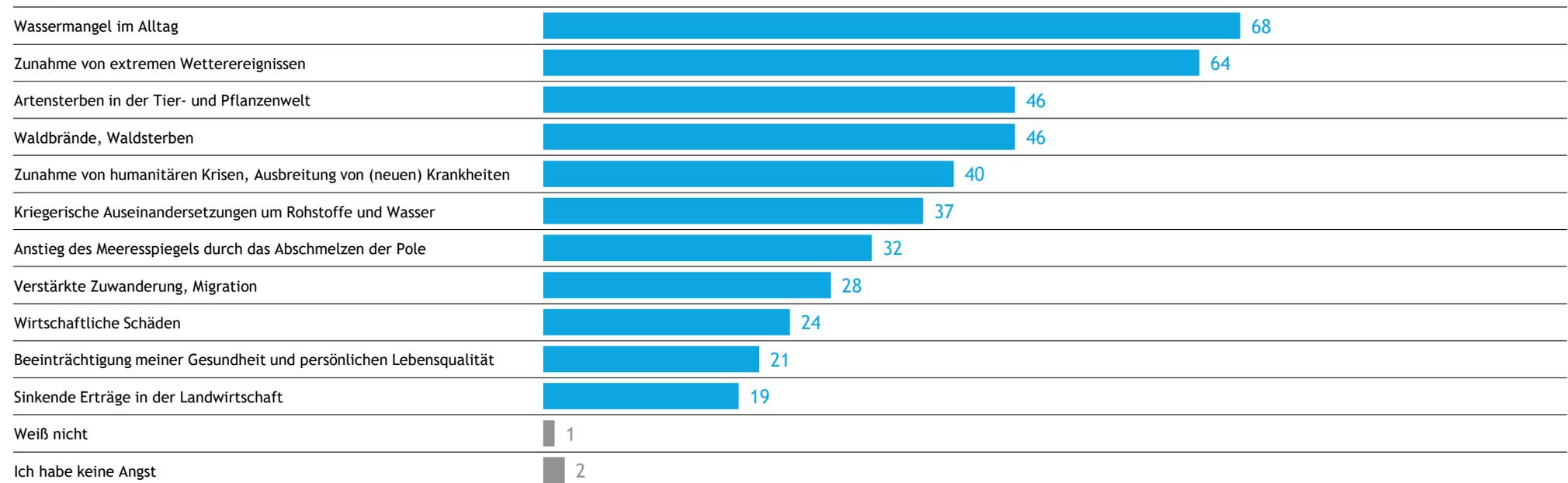
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

## Folgen des Klimawandels



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wassermangel im Alltag	68	71	77	68	61	65	67	70	79	51	68
Zunahme von extremen Wetterereignissen	64	56	85	66	63	54	60	72	54	60	76
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	46	36	60	45	44	43	45	46	52	33	61
Waldbrände, Waldsterben	46	51	53	48	34	43	41	54	53	38	46
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	40	33	52	37	45	28	41	37	35	37	53
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	37	47	35	33	39	42	37	25	30	39	42
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	32	35	35	35	28	35	26	38	29	33	30
Verstärkte Zuwanderung, Migration	28	34	13	24	24	32	44	32	36	23	13
Wirtschaftliche Schäden	24	26	14	24	30	31	19	23	27	25	22
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	21	25	14	18	31	21	21	18	20	27	21
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	19	26	17	22	12	21	20	23	17	15	19
Weiß nicht	1	-	1	1	-	2	1	1	-	4	3
Ich habe keine Angst	2	1	1	-	1	1	6	3	3	3	-

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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	68	65	70	63	60	66	72	79
Zunahme von extremen Wetterereignissen	64	61	67	60	63	64	70	63
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	46	42	50	41	49	49	46	45
Waldbrände, Waldsterben	46	43	48	42	42	44	50	53
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	40	40	39	44	43	38	38	35
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	37	39	35	42	41	36	34	31
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	32	34	31	31	36	30	32	33
Verstärkte Zuwanderung, Migration	28	35	22	22	22	24	35	38
Wirtschaftliche Schäden	24	23	24	24	29	25	21	20
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	21	22	21	24	24	23	18	17
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	19	20	18	18	17	20	20	21
Weiß nicht	1	1	2	2	1	1	1	2
Ich habe keine Angst	2	2	2	1	1	3	3	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Wassermangel im Alltag	68	67	72	64	66	68	71
Zunahme von extremen Wetterereignissen	64	59	64	66	60	65	66
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	46	49	44	46	47	46	47
Waldbrände, Waldsterben	46	54	47	40	45	47	44
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	40	36	36	46	34	41	46
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	37	31	36	41	36	37	39
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	32	34	31	33	31	32	38
Verstärkte Zuwanderung, Migration	28	29	29	28	25	28	43
Wirtschaftliche Schäden	24	24	24	24	26	24	20
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	21	19	20	24	25	21	16
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	19	21	21	17	19	21	12
Weiß nicht	1	2	1	1	2	1	-
Ich habe keine Angst	2	4	2	2	3	2	1

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

3

## Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

# Die zentralen Befunde

## Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

### Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 93% 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 Zustimmungstufe „stimme voll und ganz zu“: 46%).
- Darüber hinaus wären 90% der Befragten bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt würden (höchste Zustimmungstufe: 38%).
- Etwas weniger, aber immer noch zwei Drittel der Befragten (66%) stellen den Anspruch an sich, aktiv an der Veränderung der Gesellschaft beizutragen (höchste Zustimmungstufe: 17%).

### Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Rund 90% der Befragten sind der Meinung, dass wir bereit sein sollten, zugunsten der Umwelt unseren Lebensstil zu ändern (höchste Zustimmungstufe „stimme voll und ganz zu“: 39%). 60% 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 Zustimmungstufe: 15%).

# Die zentralen Befunde

## Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 79% befürchten, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen mit persönlich hohen Kosten verbunden ist (höchste Zustimmungsstufe: 23%). Weiterhin halten 71% entsprechende Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz für sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten (höchste Zustimmungsstufe: 24%). Dass es persönlich an finanziellen Möglichkeiten fehlt, um etwas für den Klimaschutz zu tun, sagen 60% (höchste Zustimmungsstufe: 21%).
- 82% wären bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden (höchste Zustimmungsstufe: 31%). Allerdings sind 51% der Meinung, dass erstmal andere den ersten Schritt tun sollten, bevor man selbst zum Klimaschutz beiträgt (höchste Zustimmungsstufe: 18%). Außerdem glauben 40% nicht daran, mit dem eigenen Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können (höchste Zustimmungsstufe: 11%).
- 70% geben an, sich zu ärgern, wenn andere einem vorschreiben wollen, wie man zu leben hat (höchste Zustimmungsstufe: 27%). Darüber hinaus beklagen 65%, man könne bald überhaupt nichts mehr machen, wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt (höchste Zustimmungsstufe: 17%).
- 64% sind der Auffassung, die Wirtschaft wisse am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann (höchste Zustimmungsstufe: 15%). Außerdem meinen 35%, dass Wissenschaft und Technik das Problem des Klimawandels lösen werden, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen (höchste Zustimmungsstufe: 9%).

# Die zentralen Befunde

## Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 51% geben zu bedenken, dass Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen können (höchste Zustimmungsstufe: 12%). Weiterhin sagen 44%, der Erhalt von Arbeitsplätzen sei wichtiger als Klima- und Umweltschutz (höchste Zustimmungsstufe: 10%). Dass die Bekämpfung des Klimawandels unserer Wirtschaft schadet, meinen ebenfalls 44% (höchste Zustimmungsstufe: 12%).
- Nahezu jede/r Zweite (47%) findet es schwierig, das eigene Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten (höchste Zustimmungsstufe: 10%). Darüber hinaus sagen 68%, die mangelnde Infrastruktur mache es unmöglich, auf das Auto zu verzichten (höchste Zustimmungsstufe: 29%). Ein Viertel der Befragten gibt an, es nicht einzusehen, das eigene Verhalten zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert (höchste Zustimmungsstufe: 8%).

## Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Nach Auffassung von 92% der Befragten trägt jeder Einzelne Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 49%). Außerdem meinen ebenfalls 92%, Umweltschutz sei eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht (höchste Zustimmungsstufe: 40%). Dass mehr Umweltschutz auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle bedeutet, sagen 90% (höchste Zustimmungsstufe: 42%). Persönlich verantwortlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt fühlen sich 77% (höchste Zustimmungsstufe: 22%).

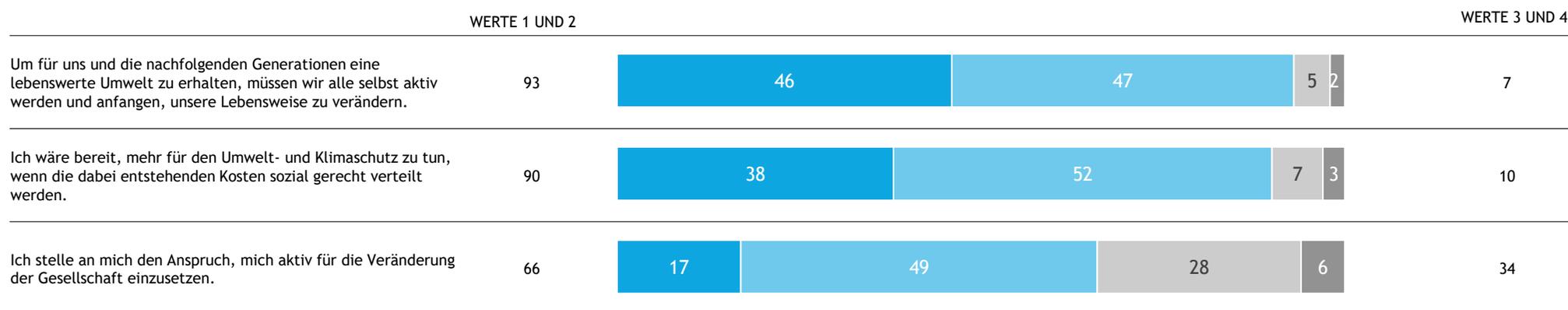
# Die zentralen Befunde

## Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 87% sind der Auffassung, dass unsere Wirtschaft klimafreundlicher werden muss, da andernfalls wirtschaftliche Schäden drohen (höchste Zustimmungsstufe: 33%). Weiterhin meinen 82%, der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren biete große Beschäftigungschancen (höchste Zustimmungsstufe: 22%). Dass eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken wird, glauben 80% (höchste Zustimmungsstufe: 24%).
- 87% sehen die Industrieländer in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, da sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben (höchste Zustimmungsstufe: 41%). Darüber hinaus sagen 81%, sie fühlen sich besser, wenn sie Produkte kaufen, die Umwelt und Klima weniger belasten (höchste Zustimmungsstufe: 30%).
- 83% der Befragten fühlen sich mit der Natur stark verbunden (höchste Zustimmungsstufe: 32%). Außerdem meinen 90%, es fördere ihre Lebensqualität erheblich, wenn sie Zeit in der Natur verbringen (höchste Zustimmungsstufe: 39%).

# Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	93	98	99	94	92	92	90	96	89	85	98
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	90	94	89	96	93	86	91	88	87	87	93
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	66	82	79	63	72	66	47	75	49	70	74

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.	46	52	69	39	41	27	41	48	36	43	70
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	36	43	36	32	25	46	30	41	38	55
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	23	21	16	25	13	12	14	10	20	22

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	93	90	96	94	95	91	91	94
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	90	90	91	92	92	88	89	90
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	66	68	65	75	65	63	64	66

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	46	44	48	50	51	42	43	44
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	39	38	42	36	35	37	42
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	17	17	22	22	13	14	14

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

## Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	93	92	94	92	92	94	94
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	90	90	91	90	91	91	85
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	66	62	67	69	68	67	67

## Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

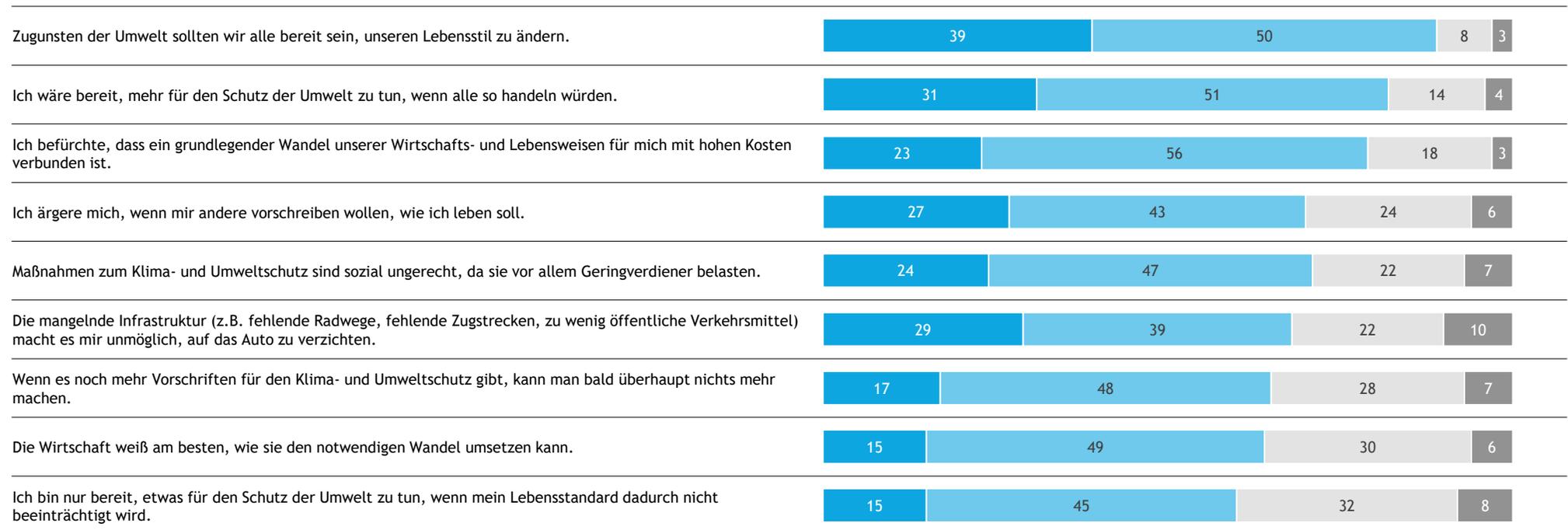
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	46	42	47	47	46	46	49
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	38	44	40	34	43	38	30
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	17	16	16	19	18	18	17

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

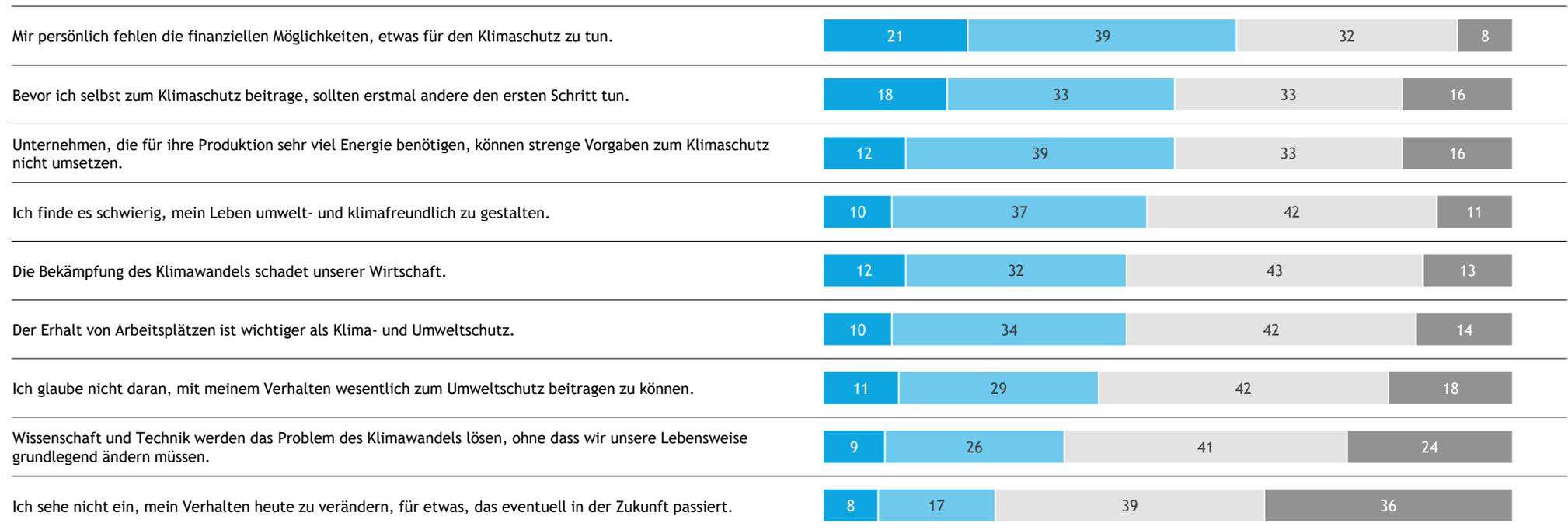


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

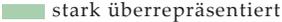
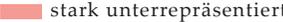
Hier sehen Sie einige Aussagen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	89	94	97	91	90	82	87	93	80	80	94
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	82	92	78	86	82	78	79	78	79	80	86
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	79	84	61	78	78	85	84	70	88	77	74
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	72	53	65	68	80	76	59	86	76	63
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	71	66	59	71	73	70	79	62	80	71	71
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	68	71	58	71	69	69	74	61	62	64	69
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	65	72	50	65	63	78	66	55	70	65	56
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	64	72	54	66	62	72	60	70	56	63	70
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	60	63	36	58	64	76	65	47	68	64	50

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	60	63	37	53	60	69	70	48	77	66	46
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	51	61	19	50	48	60	65	43	56	61	42
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	51	67	26	52	52	65	52	42	49	56	38
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	43	34	48	49	53	51	34	47	58	52
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	44	51	18	44	42	60	56	33	42	57	33
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	44	50	19	50	54	60	46	33	43	54	26
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	47	17	35	43	51	49	30	47	50	25
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	35	45	14	40	47	46	34	28	28	42	24
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	25	31	2	23	35	38	19	17	27	47	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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.	89	86	91	84	91	91	89	87
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	82	82	82	85	88	76	80	81
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	79	79	78	73	77	81	79	83
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	70	71	70	66	73	74	70
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	71	73	68	72	67	71	69	74
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	68	66	68	66	65	70	66	69
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	65	69	60	65	62	61	66	69
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	64	63	65	68	64	66	56	67
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	60	62	58	54	56	59	62	68

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	60	61	59	54	60	60	64	62
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	51	54	49	51	55	48	52	52
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	51	52	49	47	53	54	51	48
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	50	45	52	47	52	43	41
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	44	49	40	43	43	45	44	48
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	44	46	42	46	42	46	44	42
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	44	37	46	38	40	40	39
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	35	41	29	42	37	36	28	30
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	25	29	22	29	26	29	19	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	89	87	90	88	88	88	93
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	82	80	82	83	81	83	78
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	79	87	80	72	84	78	68
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	70	78	73	64	74	70	64
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	71	78	71	66	76	70	59
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	68	67	70	64	66	67	69
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	65	70	68	57	69	64	61
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	64	65	66	61	67	62	65
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	60	65	63	53	65	60	47

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	60	73	66	46	70	60	30
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	51	60	56	43	59	51	36
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	51	52	54	46	57	49	45
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	47	48	48	46	53	45	39
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	44	50	46	40	50	43	42
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	44	47	44	42	47	45	35
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	40	45	43	35	46	39	29
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	35	33	34	37	37	34	37
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	25	29	27	21	29	25	19

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	39	44	64	33	37	21	29	44	29	38	54
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	31	33	41	28	24	21	28	22	27	35	52
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	29	30	29	24	18	17	42	24	31	31	34
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	27	24	12	26	17	30	41	15	35	34	21
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	24	16	15	14	18	18	37	18	36	30	26
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	23	22	10	19	18	21	29	17	42	24	20
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	23	8	17	14	21	22	14	39	27	17
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	18	19	9	12	12	11	28	14	29	25	18
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	17	17	11	16	10	16	20	12	23	23	21

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	15	14	10	11	15	14	18	5	16	25	15
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	15	20	9	18	16	13	15	13	12	17	17
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	12	15	1	12	11	8	18	6	17	17	12
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	12	17	3	15	8	6	12	13	17	15	10
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	12	2	8	9	18	14	10	11	16	5
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	10	9	2	11	18	10	15	5	10	16	3
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	10	7	4	10	9	9	10	10	11	19	10
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	9	17	4	8	13	12	8	3	7	12	8
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	8	11	-	11	7	12	6	7	10	12	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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.	39	38	39	42	41	42	36	32
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	31	32	30	38	34	27	27	28
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	29	30	27	26	28	30	31	29
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	27	29	25	26	23	30	28	26
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	24	26	21	23	20	26	25	24
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	23	23	23	22	23	26	23	20
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	21	21	18	21	20	23	23
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	18	19	18	16	18	16	22	20
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	17	22	13	22	14	20	12	18

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

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

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	39	36	40	39	40	39	36
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	31	30	32	31	31	31	31
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	29	31	29	27	27	29	36
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	27	33	30	20	29	27	23
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	24	27	25	20	26	23	18
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	23	31	23	18	30	20	18
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	21	31	22	15	28	19	9
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	18	24	20	13	21	19	11
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	17	21	17	16	22	15	17

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

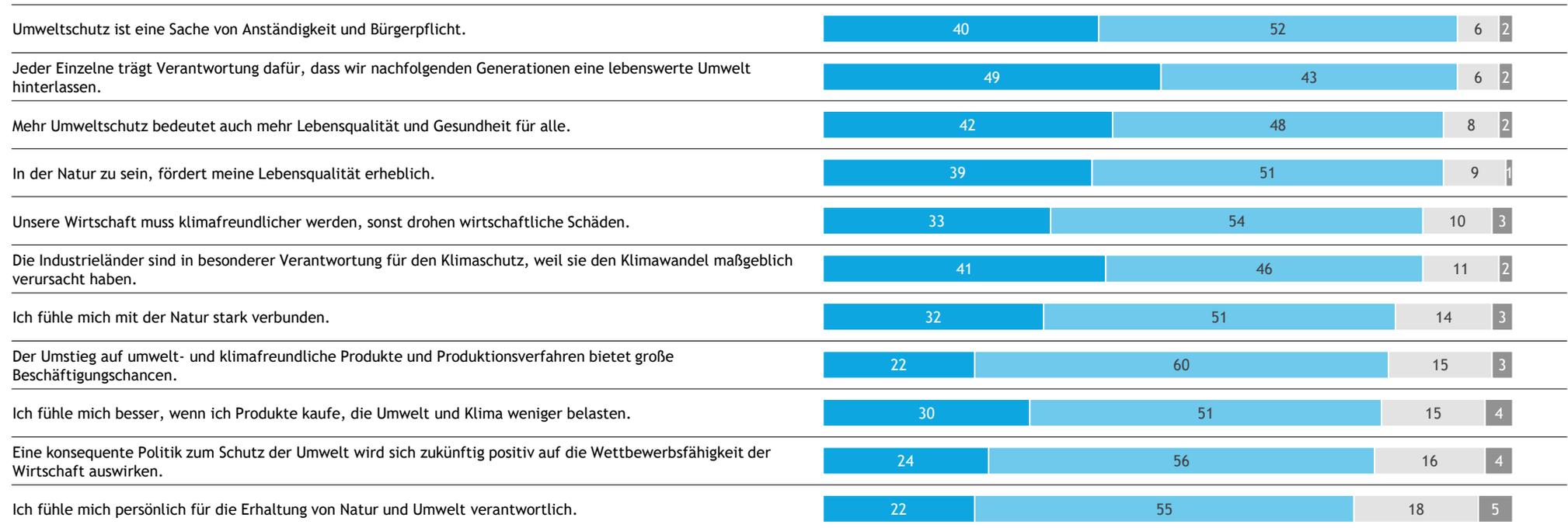
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	15	15	15	14	18	14	11
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	15	17	16	13	18	14	13
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	12	12	13	11	15	10	13
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	12	14	12	11	15	11	10
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	11	13	12	9	14	10	8
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	10	12	10	10	13	10	8
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	10	12	10	10	15	8	8
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	9	6	10	10	11	8	10
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	8	10	8	7	10	7	7

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# 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
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	92	94	98	94	91	89	93	92	89	88	97
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	92	95	97	95	87	92	92	97	89	89	91
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	90	94	97	91	91	86	89	94	86	85	93
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	94	95	88	84	86	92	95	90	84	93
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	87	94	97	87	90	80	83	89	80	84	94
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	87	88	94	80	85	84	86	83	85	86	94
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	90	89	85	74	80	87	89	80	76	84
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	82	91	95	86	85	79	72	83	73	73	89
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	81	93	94	82	81	78	73	86	64	76	91
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	80	90	94	82	86	71	64	86	74	76	92
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	77	86	91	75	81	71	69	85	67	70	80

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

- stark überrepräsentiert
- stark unterrepräsentiert
- überrepräsentiert
- unterrepräsentiert

# Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	92	90	94	90	91	92	94	94
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	92	91	94	89	93	92	93	95
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	90	88	92	88	92	89	88	95
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	88	92	85	89	90	93	94
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	87	85	90	89	90	86	87	85
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	87	85	88	85	85	89	87	87
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	84	84	73	82	86	89	88
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	82	83	81	85	83	82	75	84
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	81	78	84	85	78	82	78	81
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	80	77	84	82	89	77	76	79
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	77	77	77	78	78	77	76	74

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	92	93	94	90	92	92	94
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	92	92	94	90	93	93	91
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	90	88	92	90	89	91	92
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	90	91	92	88	89	90	93
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	87	87	88	88	89	87	84
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	87	86	88	85	86	86	86
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	86	84	82	82	85	83
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	82	81	79	86	81	82	86
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	81	78	84	80	82	80	82
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	80	79	80	82	81	80	81
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	77	73	78	78	79	76	84

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	49	50	79	49	38	27	44	55	52	39	59
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	42	51	59	34	35	20	35	40	40	44	58
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	41	43	44	32	35	30	40	33	52	38	62
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	40	45	62	33	35	26	36	37	41	36	55
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	39	46	46	34	30	26	40	40	45	33	47
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	33	38	49	26	28	16	23	33	32	34	53
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	32	37	42	30	31	22	31	26	35	32	36
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	32	48	29	24	12	26	30	22	35	50
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	24	29	38	19	25	11	19	24	18	26	37
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	22	26	35	17	24	12	18	16	21	23	32
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	22	26	38	20	16	8	15	23	22	29	28

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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.	49	47	51	45	54	50	47	49
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	42	40	43	42	45	41	39	41
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	41	40	42	46	36	44	39	38
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	40	38	42	39	39	41	41	42
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	39	37	40	37	38	36	40	44
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	33	32	33	40	28	34	29	32
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	32	31	34	27	34	31	34	37
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	27	33	39	33	30	26	24
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	24	26	23	26	30	25	21	18
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	22	23	22	26	21	22	20	21
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	22	23	22	27	24	23	20	18

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	49	46	49	50	46	50	54
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	42	41	42	42	40	44	37
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	41	44	40	40	46	39	34
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	40	39	42	40	41	39	48
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	39	45	39	36	40	40	37
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	33	33	30	36	34	32	34
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	32	37	30	32	33	34	28
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	30	29	29	32	34	29	34
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	24	23	22	28	28	23	22
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	22	22	22	23	27	21	22
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	22	25	21	24	25	21	27

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

4

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

### Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

- Auf die Frage, ob ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen in Frankreich nötig sei, antworten gut vier Fünftel der Befragten mit „ja, auf jeden Fall“ (38%) oder „eher ja“ (44%). Demgegenüber stehen 13%, die einen grundlegenden Wandel (eher) nicht für notwendig halten. Weitere 5% antworten mit „weiß ich nicht“.

### Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure machen zu wenig?

- Nach Meinung der Bevölkerung sind es vor allem politische Parteien, die Regierung und Unternehmen, die sich stärker dafür einsetzen sollten, den Klimawandel zu bewältigen: 75% der Befragten geben an, politische Parteien würden sich (viel) zu wenig engagieren. Jeweils 74% nehmen die Regierung und Unternehmen bzw. die Wirtschaft stärker in die Pflicht.
- 66% wünschen sich mehr Verantwortung von Seiten der Europäischen Union. 60% sind der Meinung, die lokalen Regierungen (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune) sollten mehr tun.
- Dass sich die Bürgerinnen und Bürger vor Ort (viel) zu wenig bemühen, sagen 65% der Befragten. 61% finden, dass die Gewerkschaften (viel) zu wenig tun.
- Von Seiten der Wissenschaft wird etwas seltener erwartet, die Anstrengungen zu erhöhen (47%). Am wenigsten sieht man Nichtregierungsorganisationen in der Pflicht (viel zu wenig/zu wenig: 41%).

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

### Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure können am meisten zur Krisenbewältigung beitragen?

- Wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht, werden die Bürgerinnen und Bürger vor Ort am häufigsten zu den drei einflussreichsten Akteuren gezählt (39%). Am zweit- bzw. dritthäufigsten werden die Regierung und Nichtregierungsorganisationen genannt (jeweils 29%). Auf dem vierten Platz rangiert die Wissenschaft (24%). Den lokalen Regierungen vor Ort wird von 23% eine einflussreiche Rolle zugeschrieben. Dahinter folgen die Europäische Union (19%), Unternehmen/Wirtschaft (18%), politische Parteien (8%) und Gewerkschaften (5%).

### Einstellungen zu politischen Maßnahmen

- 90% 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“: 44%). 88% sind der Meinung, dass sich die Politik viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern müsste (höchste Zustimmungsstufe: 29%). Dabei fühlen sich 77% bei der Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt, da sie aus Erfahrung wissen, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor (höchste Zustimmungsstufe: 22%).
- 84% sind der Meinung, dass einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten von Umweltbelastungen nicht stärker betroffen sein dürfen als andere Bevölkerungsgruppen (höchste Zustimmungsstufe: 40%).

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 88% sprechen sich für Förderprogramme aus, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen (höchste Zustimmungstufe: 33%). 87% meinen, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (höchste Zustimmungstufe: 32%). Dass die Politik viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben sollte, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen, sagen 85% (höchste Zustimmungstufe: 35%). Darüber hinaus sind 70% der Auffassung, die Politik folge zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft (höchste Zustimmungstufe: 26%).
- 82% befürworten einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien (höchste Zustimmungstufe: 34%). Der Aussage „Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt“, stimmen 71% zu (höchste Zustimmungstufe: 28%).
- 82% meinen, es brauche vor allem strenge und konsequente Gesetze, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungstufe: 29%). 72% sagen aber (auch), es gebe schon genügend Vorgaben für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen - würden diese auch umgesetzt werden, wären wir auf einem guten Weg (höchste Zustimmungstufe: 15%).
- 60% sind der Auffassung, dass Maßnahmen zum Strukturwandel auch dann durchgesetzt werden sollten, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (höchste Zustimmungstufe: 14%). 81% sagen indes, es sollten die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze möglichst lange erhalten werden, falls es keine passenden Alternativen gibt (höchste Zustimmungstufe: 22%).

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

### Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz

- **Mobilität:** 92% der Befragten befürworten eine Reduzierung der Preise für den öffentlichen Nahverkehr (höchste Zustimmungsstufe „befürworte ich voll und ganz“: 56%). 89% sprechen sich dafür aus, das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs zu erweitern (höchste Zustimmungsstufe: 45%). Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge befürworten 77% (höchste Zustimmungsstufe: 34%), die Förderung von Elektrofahrzeugen 75% (höchste Zustimmungsstufe: 32%), eine Klimaabgabe auf Flugtickets 63% (höchste Zustimmungsstufe: 30%) und die Einführung einer Pkw-Maut (so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss) 44% (höchste Zustimmungsstufe: 16%).
- **Energie:** 86% sind für eine Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten (höchste Zustimmungsstufe: 42%), 83% sprechen sich für die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft oder Energiegemeinde aus (höchste Zustimmungsstufe: 28%), und 64% der Befragten befürworten den Bau von mehr Windkraftanlagen (höchste Zustimmungsstufe: 24%)
- **Technik/Innovationen/Wirtschaft:** 92% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker zu fördern (höchste Zustimmungsstufe: 42%). 92% sind für eine Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (höchste Zustimmungsstufe: 43%). Klimaschädliche Subventionen abzubauen befürworten 65% (höchste Zustimmungsstufe: 24%) und klimaschädliche Produkte zu verteuern unterstützen 43% (höchste Zustimmungsstufe: 17%) .

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- **Bildung:** Eine Verbesserung der schulischen Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz unterstützen 90% (höchste Zustimmungsstufe: 41%). Ebenfalls 90% befürworten eine Ausbildung oder eine Weiterbildung (bzw. Umschulungsangebote) für Arbeitnehmer, die in Berufen tätig sind, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden (höchste Zustimmungsstufe: 42%).
- **Wohnen:** 90% befürworten eine staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung (höchste Zustimmungsstufe: 43%). Genauso viele Befragte unterstützen gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (höchste Zustimmungsstufe: 34%). Einer finanziellen Förderung von kosteneffizienten Heiz- und Wärmesystemen (z.B. Wärmepumpe) stimmen 89% zu (höchste Zustimmungsstufe: 40%), und einer staatlichen Förderung von privaten Haushalten, wenn diese erneuerbare Energien nutzen, stimmen 86% zu (höchste Zustimmungsstufe: 34%).

## Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

- 94% der Befragten teilen die Ansicht, dass Arbeitnehmer\*innen, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Arbeitsplatzverlust), bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden sollten (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 45%). Weiterhin meinen 85%, dass die betroffenen Arbeitnehmer\*innen finanziell unterstützt (Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc.) werden sollten (höchste Zustimmungsstufe: 33%).

# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 91% der Befragten sind der Auffassung, dass private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen (z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe), finanziell unterstützt werden sollten (höchste Zustimmungstufe: 44%). Außerdem sprechen sich 90% dafür aus, dass die Entwicklung von Energiegemeinschaften durch die Regierung unterstützt werden sollte (höchste Zustimmungstufe: 33%).
- Nach Auffassung von 82% der Befragten sollten in Regionen und Gemeinden, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Kohleabbau-, Erdgas- und Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden (höchste Zustimmungstufe: 27%). Darüber hinaus meinen 80%, dass die betroffenen Regionen und Gemeinden finanzielle Unterstützung erhalten sollten (höchste Zustimmungstufe: 27%).
- 86% der Befragten sind der Meinung, dass sich Bürgerinnen und Bürger am öffentlichen und politischen Leben (z.B. Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen sollten, um das Gemeinwesen mitzugestalten (höchste Zustimmungstufe: 32%).
- 64% 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, 36% meinen, sie können sich das „auf jeden Fall“ vorstellen und 33%, sie können sich das „eher“ vorstellen.

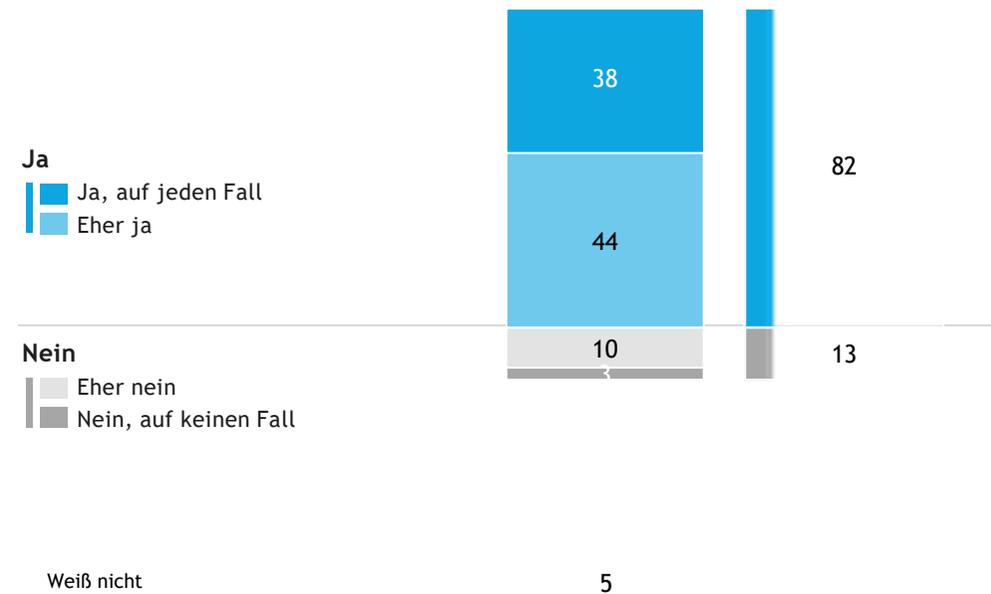
# Die zentralen Befunde

## Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 51% würden den Bau eines Solarparks in ihrer Gemeinde „gut finden“, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen. Weitere 42% würden das akzeptieren, 7% lehnen das ab. Den Bau eines Windparks in ihrer Gemeinde würden 29% „gut finden“ (wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen). Weitere 38% würden das akzeptieren, 33% lehnen das ab.
- Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. 58% der Befragten sind der Meinung, dies sollte über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung geschehen. Hingegen plädieren 14% für Verbote und 6% für höhere Preise für Öl, Gas und Kohle. Die übrigen 22% 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 24% mit „ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden“. Weitere 37% antworten mit „eher ja“. Demgegenüber haben 22% mit „eher nein“ und 17% mit „nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden“ geantwortet.

# Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>(EHER) JA</b>	<b>82</b>	91	92	85	88	81	74	84	71	77	88
Ja, auf jeden Fall	38	47	46	35	32	25	33	46	34	37	49
Eher ja	44	44	47	50	55	56	40	38	37	40	38
<b>(EHER) NEIN</b>	<b>13</b>	8	5	12	8	15	20	9	21	18	4
Eher nein	10	6	5	11	6	11	13	7	13	16	3
Nein, auf keinen Fall	3	2	-	1	2	4	7	2	8	1	1
Weiß nicht	5	2	3	3	4	4	6	7	8	5	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>(EHER) JA</b>	<b>82</b>	78	86	84	88	84	80	76
Ja, auf jeden Fall	38	35	41	38	43	42	34	34
Eher ja	44	43	45	46	45	42	46	42
<b>(EHER) NEIN</b>	<b>13</b>	17	9	13	8	11	13	18
Eher nein	10	12	7	12	6	8	9	13
Nein, auf keinen Fall	3	4	2	2	2	3	4	5
Weiß nicht	5	5	5	3	4	5	7	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

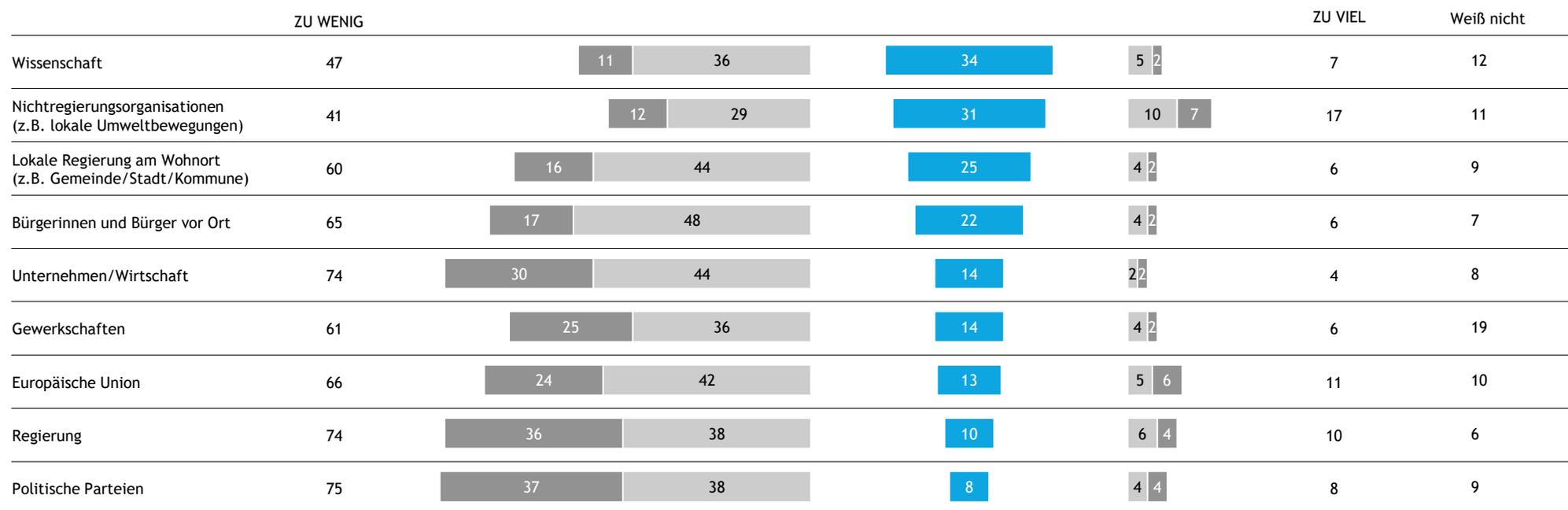
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>(EHER) JA</b>	<b>82</b>	<b>76</b>	84	84	82	82	81
Ja, auf jeden Fall	38	37	39	38	40	39	36
Eher ja	44	39	45	46	43	44	45
<b>(EHER) NEIN</b>	<b>13</b>	16	11	13	10	13	17
Eher nein	10	13	8	9	8	10	12
Nein, auf keinen Fall	3	3	3	4	2	3	5
Weiß nicht	5	8	5	3	7	4	2

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

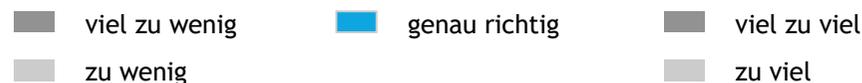
■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



# Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>Unternehmen/Wirtschaft</b>											
viel zu viel/zu viel	4	2	-	4	13	2	6	3	3	9	1
genau richtig	14	18	5	13	16	17	12	12	13	24	2
zu wenig/viel zu wenig	74	75	93	76	65	71	71	76	71	59	91
<b>Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)</b>											
viel zu viel/zu viel	6	4	1	4	10	11	6	3	5	8	2
genau richtig	25	27	18	28	27	22	24	30	26	28	19
zu wenig/viel zu wenig	60	66	75	58	55	57	57	58	52	52	68
<b>Europäische Union</b>											
viel zu viel/zu viel	11	6	3	8	12	13	18	13	15	11	2
genau richtig	13	12	11	18	19	11	8	15	8	19	12
zu wenig/viel zu wenig	66	74	77	64	61	68	63	59	64	57	76

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>Regierung</b>											
viel zu viel/zu viel	10	6	3	8	10	14	14	8	12	13	2
genau richtig	10	16	6	12	16	8	7	8	7	16	2
zu wenig/viel zu wenig	74	74	88	75	70	72	71	74	75	64	90
<b>Bürgerinnen und Bürger vor Ort</b>											
viel zu viel/zu viel	6	7	2	7	13	4	7	2	5	9	2
genau richtig	22	22	9	22	21	30	25	17	22	27	15
zu wenig/viel zu wenig	65	68	86	64	62	56	60	71	56	55	75
<b>Gewerkschaften</b>											
viel zu viel/zu viel	6	6	2	5	14	9	7	5	6	11	2
genau richtig	14	22	6	16	18	12	14	8	11	25	9
zu wenig/viel zu wenig	61	64	75	61	55	62	61	62	53	50	71

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (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
<b>Politische Parteien</b>											
viel zu viel/zu viel	8	5	2	8	12	11	14	8	10	12	1
genau richtig	8	9	2	8	17	9	4	4	3	17	-
zu wenig/viel zu wenig	75	80	90	76	67	73	70	73	73	60	89
<b>Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)</b>											
viel zu viel/zu viel	17	12	15	18	16	21	25	16	18	17	7
genau richtig	31	37	34	29	37	23	22	30	26	31	44
zu wenig/viel zu wenig	41	42	44	44	41	42	39	43	37	41	35
<b>Wissenschaft</b>											
viel zu viel/zu viel	7	5	2	6	15	4	4	4	10	17	2
genau richtig	34	41	30	35	32	32	32	33	30	34	36
zu wenig/viel zu wenig	47	47	54	45	44	52	50	49	36	38	49

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>Unternehmen/Wirtschaft</b>								
viel zu viel/zu viel	4	5	3	10	6	1	3	1
genau richtig	14	15	12	14	12	13	17	12
zu wenig/viel zu wenig	74	74	74	73	76	76	70	75
<b>Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)</b>								
viel zu viel/zu viel	6	6	5	8	6	3	7	2
genau richtig	25	27	23	29	20	24	22	30
zu wenig/viel zu wenig	60	59	60	56	65	59	62	56
<b>Europäische Union</b>								
viel zu viel/zu viel	11	12	9	9	9	7	13	15
genau richtig	13	15	12	16	11	15	11	12
zu wenig/viel zu wenig	66	67	64	66	70	66	67	60

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>Regierung</b>								
viel zu viel/zu viel	10	10	9	11	9	8	10	10
genau richtig	10	12	8	9	12	8	11	11
zu wenig/viel zu wenig	74	74	75	77	76	77	72	72
<b>Bürgerinnen und Bürger vor Ort</b>								
viel zu viel/zu viel	6	7	5	13	5	5	3	2
genau richtig	22	22	21	20	21	21	21	25
zu wenig/viel zu wenig	65	65	65	63	68	64	67	63
<b>Gewerkschaften</b>								
viel zu viel/zu viel	6	8	5	12	6	3	5	6
genau richtig	14	16	12	19	14	14	14	11
zu wenig/viel zu wenig	61	62	61	58	64	65	60	61

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (3)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>Politische Parteien</b>								
viel zu viel/zu viel	8	10	7	10	8	5	9	12
genau richtig	8	9	6	12	7	8	6	4
zu wenig/viel zu wenig	75	76	73	72	77	76	74	74
<b>Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)</b>								
viel zu viel/zu viel	17	21	13	18	14	11	18	23
genau richtig	31	30	32	41	33	31	26	22
zu wenig/viel zu wenig	41	41	40	35	43	45	40	43
<b>Wissenschaft</b>								
viel zu viel/zu viel	7	8	6	14	6	4	6	5
genau richtig	34	40	28	39	34	34	29	31
zu wenig/viel zu wenig	47	42	50	39	48	50	50	46

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>Unternehmen/Wirtschaft</b>							
viel zu viel/zu viel	4	4	4	4	4	5	2
genau richtig	14	15	12	14	12	14	14
zu wenig/viel zu wenig	74	68	75	77	72	74	81
<b>Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)</b>							
viel zu viel/zu viel	6	4	4	7	5	6	5
genau richtig	25	26	24	26	23	25	27
zu wenig/viel zu wenig	60	55	61	60	58	60	64
<b>Europäische Union</b>							
viel zu viel/zu viel	11	16	9	9	10	11	9
genau richtig	13	12	12	15	11	13	20
zu wenig/viel zu wenig	66	60	67	68	65	66	66

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>Regierung</b>							
viel zu viel/zu viel	10	12	9	8	9	10	8
genau richtig	10	8	9	12	7	12	11
zu wenig/viel zu wenig	74	72	75	76	76	73	80
<b>Bürgerinnen und Bürger vor Ort</b>							
viel zu viel/zu viel	6	3	6	7	6	6	2
genau richtig	22	24	20	22	21	24	15
zu wenig/viel zu wenig	65	60	66	66	61	64	80
<b>Gewerkschaften</b>							
viel zu viel/zu viel	6	8	6	6	7	7	4
genau richtig	14	10	13	18	12	15	15
zu wenig/viel zu wenig	61	58	63	61	62	61	66

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung (3)

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

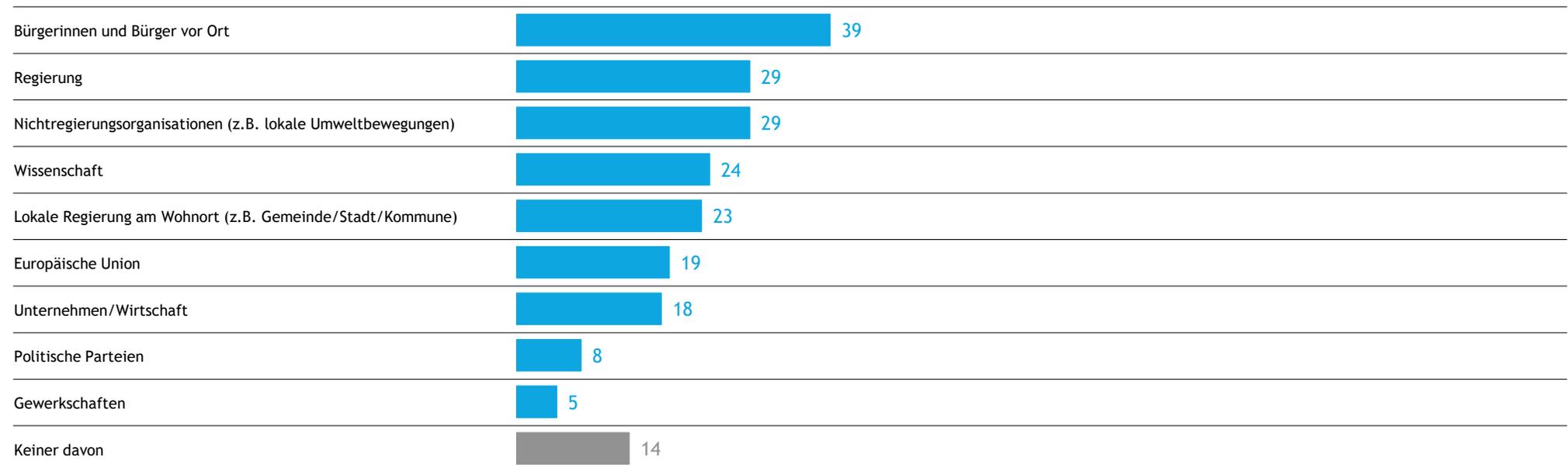
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>Politische Parteien</b>							
viel zu viel/zu viel	8	10	8	8	6	10	7
genau richtig	8	6	7	10	9	7	9
zu wenig/viel zu wenig	75	72	74	76	74	74	78
<b>Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)</b>							
viel zu viel/zu viel	17	16	15	19	12	18	21
genau richtig	31	24	29	36	31	31	32
zu wenig/viel zu wenig	41	43	45	36	42	41	41
<b>Wissenschaft</b>							
viel zu viel/zu viel	7	8	7	6	7	7	3
genau richtig	34	28	30	41	30	35	38
zu wenig/viel zu wenig	47	45	49	44	48	46	50

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	39	39	51	38	37	39	42	30	39	32	46
Regierung	29	36	33	30	32	31	19	32	25	30	29
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	29	32	47	29	26	21	27	22	25	23	42
Wissenschaft	24	28	24	22	34	21	25	16	20	27	24
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	23	19	26	27	22	24	21	20	28	20	24
Europäische Union	19	19	21	20	23	23	12	23	12	25	17
Unternehmen/Wirtschaft	18	23	18	16	18	20	16	19	17	16	19
Politische Parteien	8	16	2	8	6	12	1	5	6	15	5
Gewerkschaften	5	6	3	7	4	8	2	5	2	10	7
Keiner davon	14	4	7	10	10	14	25	22	19	13	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	39	39	39	41	37	38	39	42
Regierung	29	31	28	24	29	29	36	28
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	29	29	30	38	28	32	24	23
Wissenschaft	24	29	20	32	29	22	17	20
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	23	22	24	21	20	23	23	29
Europäische Union	19	20	19	23	17	18	21	17
Unternehmen/Wirtschaft	18	22	14	16	21	16	18	21
Politische Parteien	8	8	7	9	9	8	7	4
Gewerkschaften	5	5	6	10	7	3	4	2
Keiner davon	14	11	17	6	15	15	16	20

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	39	40	38	41	40	38	40
Regierung	29	25	28	33	22	32	36
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	29	25	29	32	36	26	28
Wissenschaft	24	18	23	29	24	24	30
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	23	25	23	23	18	26	19
Europäische Union	19	15	21	19	18	21	15
Unternehmen/Wirtschaft	18	17	18	20	14	20	27
Politische Parteien	8	7	9	6	8	8	5
Gewerkschaften	5	6	4	6	7	5	5
Keiner davon	14	20	15	10	14	14	12

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

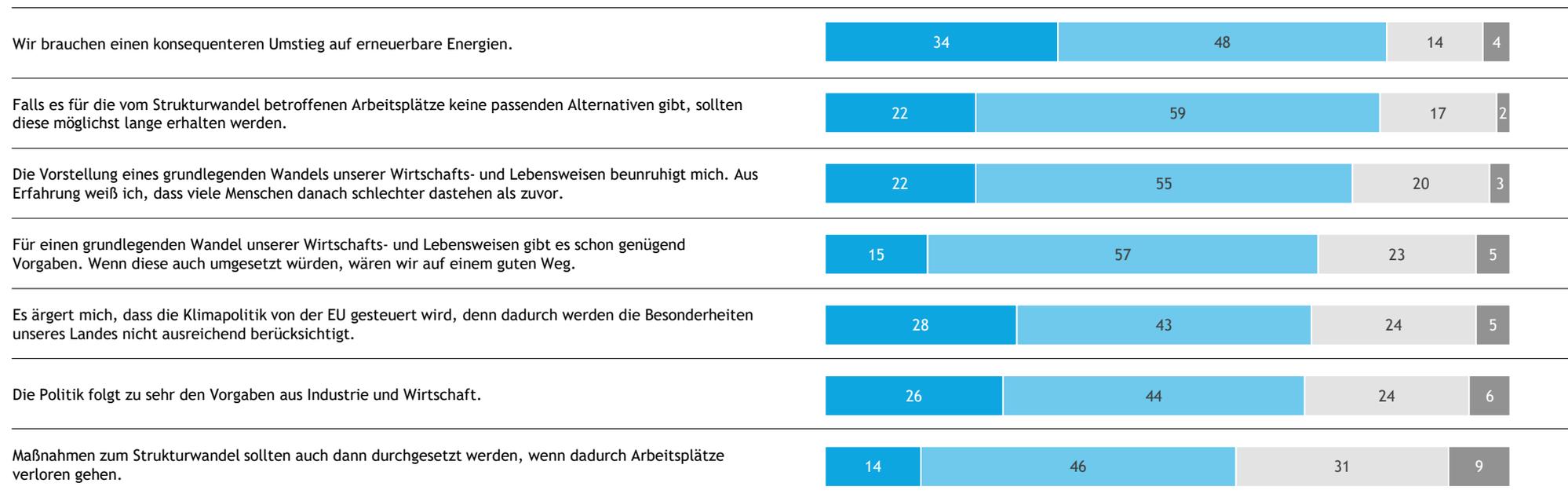


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ 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.	90	86	94	89	87	92	85	88	94	87	96
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	94	94	89	78	91	83	89	86	83	90
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	88	93	96	88	87	82	84	91	83	85	94
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	96	98	83	91	82	86	88	79	86	88
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	89	96	86	84	84	78	88	84	78	87
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	85	80	91	88	85	85	83	81	87	81	85
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	82	91	92	87	87	79	72	84	71	80	82

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	82	82	91	86	79	80	77	79	82	76	88
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	81	92	67	85	76	86	79	80	90	82	72
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	77	82	63	78	64	86	83	73	88	79	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.	72	74	57	73	70	77	74	77	72	76	62
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	71	78	46	64	61	82	75	74	87	71	68
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	75	74	73	70	61	66	66	69	72	74
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	60	65	64	68	60	59	54	55	54	64	63

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	90	87	92	87	89	89	90	93
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	86	89	84	87	89	88	91
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	88	85	91	86	91	90	86	88
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	86	89	86	92	84	86	88
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	84	86	81	88	85	85	87
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	85	81	88	84	87	83	82	89
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	82	82	81	84	86	81	80	80

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	82	80	84	79	83	82	80	86
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	81	80	83	77	78	78	85	89
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	77	75	79	74	69	80	80	85
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	72	71	72	65	65	70	75	84
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	71	72	70	67	65	77	71	76
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	72	68	70	72	71	68	68
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	60	66	56	67	65	61	53	55

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	90	94	90	86	92	90	81
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	88	91	89	84	88	88	84
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	88	88	89	87	90	88	87
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	84	90	86	87	88	87
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	85	87	88	81	87	84	85
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.	85	83	86	84	86	84	85
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	82	75	84	83	79	83	83

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	82	83	81	82	81	82	82
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	81	88	86	73	83	82	72
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	77	83	82	69	81	77	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.	72	77	75	64	70	73	70
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	71	81	75	61	78	70	58
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	70	66	68	74	69	70	70
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	60	54	59	66	58	61	65

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

## Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	44	40	54	30	43	35	47	38	53	48	56
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.	40	38	63	41	42	24	32	37	41	40	51
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	35	39	45	32	24	20	32	39	40	34	45
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	34	38	52	31	30	19	32	24	32	29	50
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	35	40	25	26	21	29	34	37	37	46
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	32	36	43	29	28	18	30	23	35	35	38
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	29	34	38	24	21	14	30	28	27	28	42

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	29	30	41	24	22	21	26	20	32	32	37
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	28	30	9	23	24	24	43	23	43	26	26
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	24	27	27	23	18	28	25	26	27	38
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	22	15	24	17	13	23	13	34	27	21
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	24	12	18	14	17	28	19	32	29	15
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	15	17	11	12	22	12	17	11	9	23	17
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	17	15	13	13	8	10	12	12	20	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	44	42	47	44	46	45	41	46
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	40	38	43	48	50	34	35	35
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	35	36	34	37	37	36	30	34
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	34	37	31	33	40	33	29	34
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	30	35	41	31	36	29	27
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	32	33	31	35	32	30	30	31
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	29	29	28	33	30	28	26	26

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	29	30	28	33	32	26	24	30
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	28	31	25	26	24	30	29	30
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	28	24	28	30	26	26	21
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	22	21	21	21	24	23	19
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	22	22	23	18	23	21	23
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	15	18	12	19	15	13	16	12
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	16	13	21	15	16	10	10

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

## Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

### Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	44	54	46	37	56	41	30
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.	40	38	40	42	40	40	41
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	35	38	33	35	35	36	30
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	34	33	32	36	32	35	32
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	33	38	34	29	40	31	29
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	32	32	32	31	34	30	34
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	29	28	31	26	29	28	29

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	29	31	28	30	35	27	28
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	28	36	28	24	34	26	28
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	26	25	24	30	30	25	24
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	22	27	23	17	26	19	21
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	24	24	18	29	19	12
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	15	13	18	14	14	15	18
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	14	15	13	16	18	13	14

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

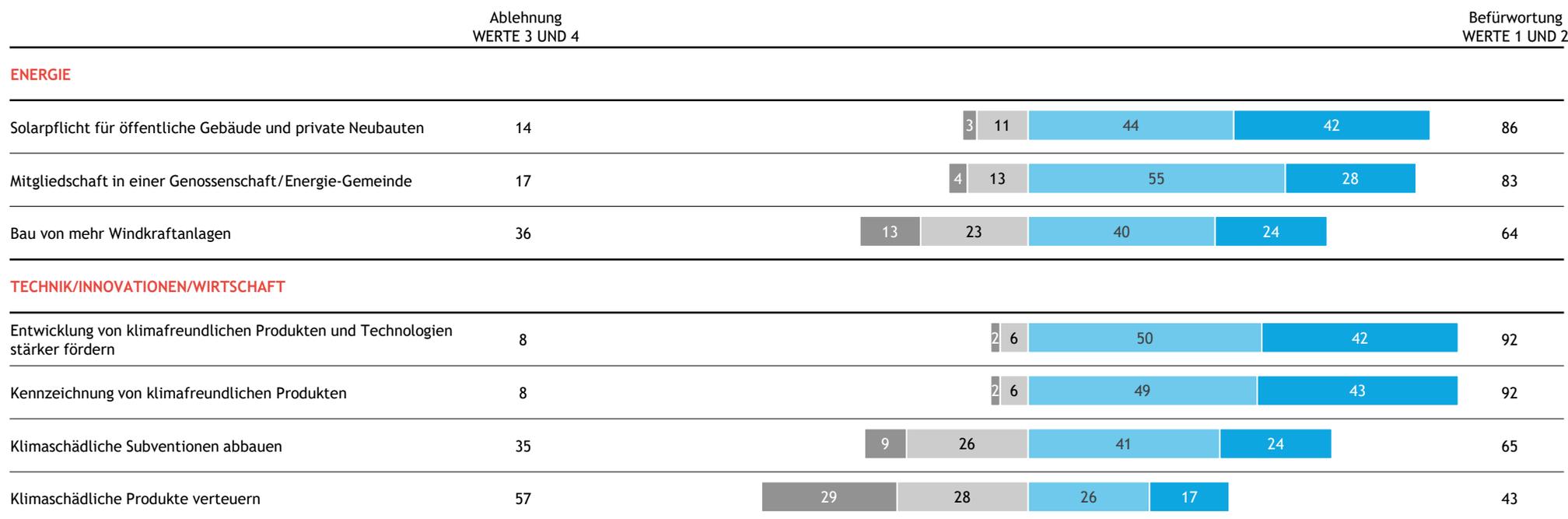


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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

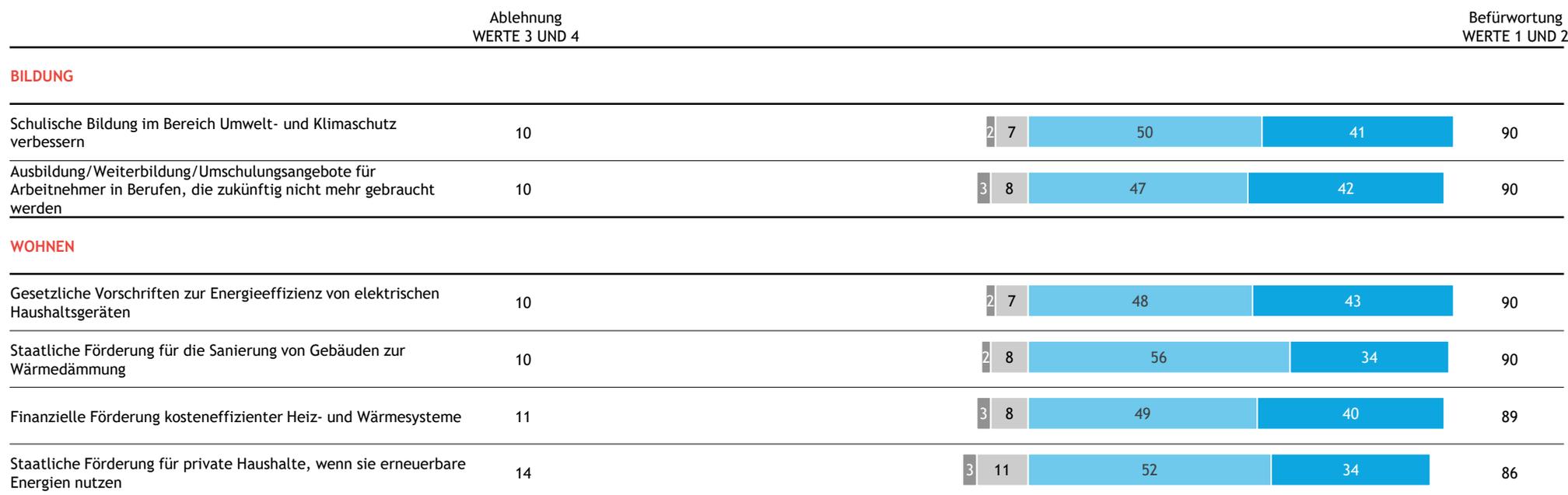


Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

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

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



# Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (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
<b>MOBILITÄT</b>											
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	92	97	97	95	82	86	90	94	92	88	94
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	92	98	90	91	87	86	85	87	83	92
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	77	86	90	80	76	72	69	76	68	77	81
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	75	80	83	74	85	72	66	75	64	77	85
Klimaabgabe auf Flugtickets	63	63	79	56	57	61	63	72	63	59	59
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	47	46	45	50	51	27	50	27	53	44

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>MOBILITÄT</b>								
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	92	91	92	87	88	94	95	96
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	90	88	87	89	88	89	92
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	77	77	77	79	77	77	76	78
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	75	76	74	77	79	75	74	71
Klimaabgabe auf Flugtickets	63	65	61	60	62	62	62	71
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	49	37	55	46	44	35	36

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>MOBILITÄT</b>							
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	92	91	94	90	90	92	92
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	89	86	90	89	87	89	92
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	77	70	80	78	77	77	84
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	75	68	76	78	74	76	78
Klimaabgabe auf Flugtickets	63	63	66	60	67	62	60
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	44	36	42	48	46	43	44

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>MOBILITÄT</b>											
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	53	54	55	50	49	73	50	73	47	56
Klimaabgabe auf Flugtickets	37	37	21	44	43	39	37	28	37	41	41
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	25	20	17	26	15	28	34	25	36	23	15
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	23	14	10	20	24	28	31	24	32	23	19
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	8	2	10	9	13	14	15	13	17	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	8	3	3	5	18	14	10	6	8	12	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# 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
<b>MOBILITÄT</b>								
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	51	63	45	54	56	65	64
Klimaabgabe auf Flugtickets	37	35	39	40	38	38	38	29
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	25	24	26	23	21	25	26	29
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	23	23	23	21	23	23	24	22
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	10	12	13	11	12	11	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	8	9	8	13	12	6	5	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>MOBILITÄT</b>							
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	56	64	58	52	54	57	56
Klimaabgabe auf Flugtickets	37	37	34	40	33	38	40
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	25	32	24	22	26	24	22
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	23	30	20	22	23	23	16
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	11	14	10	11	13	11	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	8	9	6	10	10	8	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>ENERGIE</b>											
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	86	89	96	84	85	84	84	86	86	82	90
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	91	91	86	84	77	78	82	76	78	93
Bau von mehr Windkraftanlagen	64	65	81	73	66	62	55	60	52	64	69
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>											
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	96	98	92	92	88	89	93	90	84	97
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	92	94	99	92	88	90	90	95	86	84	99
Klimaschädliche Subventionen abbauen	65	66	68	68	68	65	54	62	56	68	76
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	46	40	53	46	43	32	48	33	50	36

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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
<b>ENERGIE</b>								
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	86	85	88	80	87	88	86	91
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	82	84	85	82	80	83	86
Bau von mehr Windkraftanlagen	64	65	63	70	68	65	58	60
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>								
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	91	93	92	90	90	92	94
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	92	90	92	90	95	92	88	93
Klimaschädliche Subventionen abbauen	65	69	60	66	64	69	62	62
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	46	39	42	42	47	40	41

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>ENERGIE</b>							
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	86	88	86	86	88	86	88
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	83	81	83	84	83	82	88
Bau von mehr Windkraftanlagen	64	58	64	68	64	65	64
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>							
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	92	90	92	92	91	91	95
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	92	90	92	92	90	92	91
Klimaschädliche Subventionen abbauen	65	63	64	66	68	62	68
Klimaschädliche Produkte verteuern	43	39	43	44	44	41	48

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>ENERGIE</b>											
Bau von mehr Windkraftanlagen	36	35	19	27	34	38	45	40	48	36	31
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	9	9	14	16	23	22	18	24	22	7
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	14	11	4	16	15	16	16	14	14	18	10
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>											
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	54	60	47	54	57	68	52	67	50	64
Klimaschädliche Subventionen abbauen	35	34	32	32	32	35	46	38	44	32	24
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	8	6	1	8	12	10	10	5	14	16	1
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	4	2	8	8	12	11	7	10	16	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

## Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz (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
<b>ENERGIE</b>								
Bau von mehr Windkraftanlagen	36	35	37	30	32	35	42	40
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	18	16	15	18	20	17	14
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	14	15	12	20	13	12	14	9
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>								
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	54	61	58	58	53	60	59
Klimaschädliche Subventionen abbauen	35	31	40	34	36	31	38	38
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	8	10	8	10	5	8	12	7
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	9	7	8	10	10	8	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>ENERGIE</b>							
Bau von mehr Windkraftanlagen	36	42	36	32	36	35	36
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energiegemeinde	17	19	17	16	17	18	12
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	14	12	14	14	12	14	12
<b>TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT</b>							
Klimaschädliche Produkte verteuern	57	61	57	56	56	59	52
Klimaschädliche Subventionen abbauen	35	37	36	34	32	38	32
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	8	10	8	8	10	8	9
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	8	10	8	8	9	9	5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

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

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>BILDUNG</b>								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	89	89	90	87	89	91	91	92
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	91	90	90	86	89	91	92	93
<b>WOHNEN</b>								
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	90	89	92	86	87	92	92	94
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	91	90	91	87	90	89	92	94
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	89	87	91	84	90	90	91	91
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	86	84	88	86	85	86	86	86

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>BILDUNG</b>							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	89	89	90	89	87	90	93
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	91	90	90	91	90	90	90
<b>WOHNEN</b>							
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	90	90	91	90	88	91	93
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	91	90	92	90	90	90	89
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	89	89	90	89	91	89	85
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	86	84	87	85	86	88	80

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>BILDUNG</b>											
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	10	2	9	9	14	11	8	16	18	4
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	9	8	4	8	13	18	9	6	10	16	3
<b>WOHNEN</b>											
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	14	12	8	16	14	14	15	16	18	18	9
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	11	14	4	13	12	15	11	8	11	14	7
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	10	10	3	9	11	16	7	8	10	16	7
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	9	8	4	8	14	12	7	11	8	18	7

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>BILDUNG</b>								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	11	10	13	11	9	9	8
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	9	10	10	14	11	9	8	7
<b>WOHNEN</b>								
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	14	16	12	14	15	14	14	14
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	11	13	9	16	10	10	9	9
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	10	11	8	14	13	8	8	6
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	9	10	9	13	10	11	8	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

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

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

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

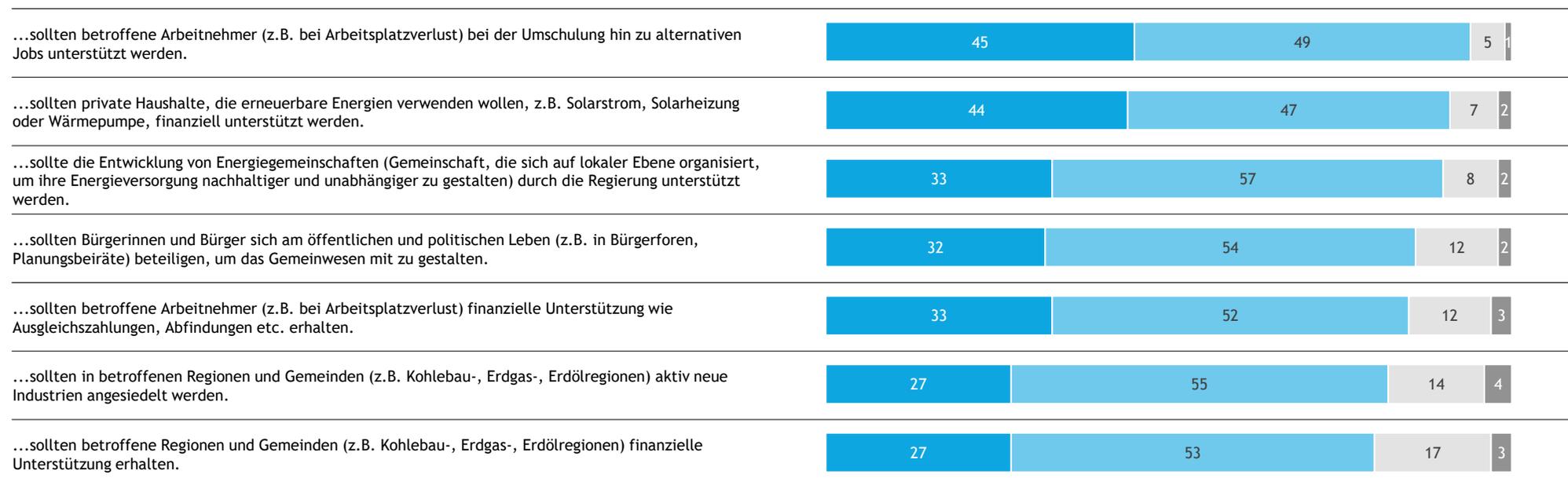
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>BILDUNG</b>							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	11	11	10	11	13	10	7
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	9	10	10	9	10	10	10
<b>WOHNEN</b>							
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	14	16	13	15	14	12	20
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	11	11	10	11	9	11	15
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	10	10	9	10	12	9	7
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	9	10	8	10	10	10	11

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	94	94	98	98	89	91	94	96	94	88	94
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	94	96	92	88	92	92	92	88	86	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.	90	97	94	96	88	90	88	90	85	85	93
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	86	90	90	91	87	82	84	86	79	80	96
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	92	82	90	78	85	80	84	88	84	90
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	82	93	83	85	79	80	82	79	70	88	81
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	80	91	77	84	79	81	73	80	73	82	81

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	94	93	94	91	91	95	98	94
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	90	93	87	93	92	93	92
...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.	90	90	91	89	91	88	92	92
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	86	83	89	85	86	89	87	84
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	83	88	86	84	86	90	81
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	82	83	81	85	84	82	80	81
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	80	78	82	81	81	80	80	78

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	94	92	95	93	94	94	93
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	91	90	93	90	93	92	90
...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.	90	87	93	90	90	91	92
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	86	80	86	89	87	85	88
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	85	86	87	82	92	83	78
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	82	79	82	84	80	83	83
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	80	74	82	81	82	80	76

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	45	48	61	42	40	25	47	44	44	38	59
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	45	56	42	34	22	52	41	55	36	56
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	33	37	35	29	31	20	28	27	36	35	51
...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.	33	42	45	30	32	17	32	23	34	35	42
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	32	42	34	26	30	16	34	23	32	33	50
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	27	35	28	25	31	13	22	21	27	26	41
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	27	41	38	25	27	17	24	18	17	28	32

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	45	45	45	49	46	43	42	43
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	42	47	42	44	46	45	45
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	33	32	33	40	34	35	29	25
...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.	33	32	35	38	33	35	29	31
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	32	33	31	38	32	33	31	27
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	27	26	27	30	31	27	23	22
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	27	26	27	29	31	24	26	23

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

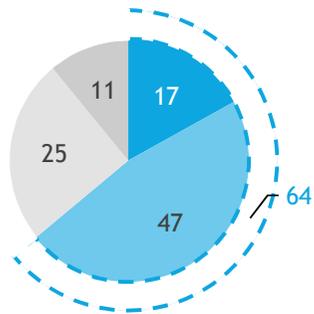
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	45	47	44	45	44	45	44
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	44	52	46	38	50	44	39
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	33	41	32	29	42	29	28
...sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	33	34	35	31	38	31	32
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	32	33	32	31	36	32	28
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	27	25	28	26	28	27	21
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	27	23	27	28	30	26	28

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

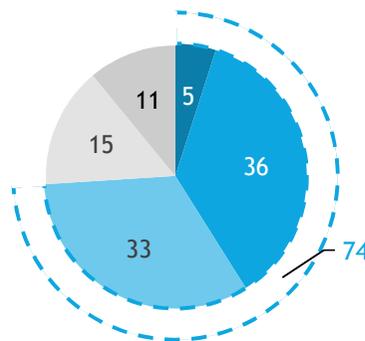
# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



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

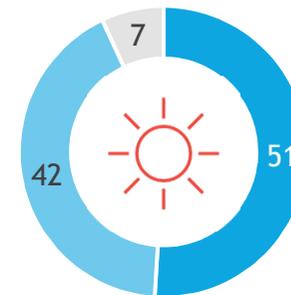
Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?



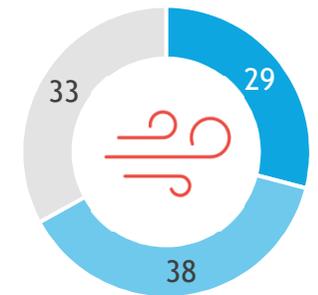
- Ich erzeuge bereits eigene Energie
- Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen

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

Solarpark



Windpark



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

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>EHER JA</b>	<b>64</b>	79	74	67	71	70	45	60	38	68	84
Ja, auf jeden Fall	17	25	19	23	20	12	8	14	6	25	21
Eher ja	47	55	55	44	50	58	36	46	32	43	62
<b>EHER NEIN</b>	<b>36</b>	21	26	33	29	30	55	40	62	32	16
Eher nein	25	19	22	27	25	24	31	27	38	22	11
Nein, auf keinen Fall	11	2	4	7	4	6	24	13	24	10	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, 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
<b>EHER JA</b>	<b>64</b>	69	60	74	72	64	58	54
Ja, auf jeden Fall	17	22	13	29	21	16	11	7
Eher ja	47	48	47	45	51	48	46	46
<b>EHER NEIN</b>	<b>36</b>	31	40	26	28	36	42	46
Eher nein	25	22	28	21	20	23	27	34
Nein, auf keinen Fall	11	8	12	5	8	13	15	12

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>EHER JA</b>	<b>64</b>	52	62	74	59	66	75
Ja, auf jeden Fall	17	15	17	19	18	17	22
Eher ja	47	38	45	55	41	49	53
<b>EHER NEIN</b>	<b>36</b>	48	38	26	41	34	25
Eher nein	25	32	27	19	25	25	20
Nein, auf keinen Fall	11	15	11	8	16	8	5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>EHER JA</b>	<b>68</b>	73	80	72	75	71	56	68	56	67	74
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	36	37	44	40	45	32	29	33	23	42	38
Eher ja	33	36	36	32	30	39	27	35	33	25	36
<b>EHER NEIN</b>	<b>26</b>	18	16	24	19	27	36	28	42	26	21
Eher nein	15	10	12	18	15	21	18	15	18	14	11
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	11	8	4	6	4	6	18	13	24	12	10
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	9	4	5	6	2	8	4	2	6	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>EHER JA</b>	<b>68</b>	70	66	76	78	69	64	56
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	36	41	31	46	43	33	32	24
Eher ja	33	29	36	30	34	36	31	32
<b>EHER NEIN</b>	<b>26</b>	23	29	16	20	29	32	37
Eher nein	15	12	19	11	13	16	18	19
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	11	12	10	6	6	12	14	18
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	6	4	8	3	2	5	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>EHER JA</b>	<b>68</b>	<b>58</b>	66	<b>76</b>	64	71	70
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	36	25	32	45	34	38	38
Eher ja	33	33	34	31	30	33	32
<b>EHER NEIN</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	28	<b>18</b>	32	24	19
Eher nein	15	17	17	12	18	14	13
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	11	20	11	7	14	10	6
Ich erzeuge bereits eigene Energie	5	4	6	5	4	5	11

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>Solarpark</b>											
Finde ich gut	51	54	60	57	44	43	54	50	44	43	58
Würde ich akzeptieren	42	39	36	39	50	49	34	43	43	51	40
Lehne ich ab	7	7	4	4	6	8	12	7	13	7	2
<b>Windpark</b>											
Finde ich gut	29	32	38	29	32	26	29	28	21	26	35
Würde ich akzeptieren	38	34	45	44	42	36	25	36	36	41	42
Lehne ich ab	33	34	16	27	26	38	46	36	43	32	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>Solarpark</b>								
Finde ich gut	51	52	50	54	49	49	49	53
Würde ich akzeptieren	42	42	42	41	44	45	42	38
Lehne ich ab	7	6	8	5	7	6	9	9
<b>Windpark</b>								
Finde ich gut	29	31	28	34	33	29	26	25
Würde ich akzeptieren	38	38	38	43	41	40	33	32
Lehne ich ab	33	31	35	23	27	31	41	43

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

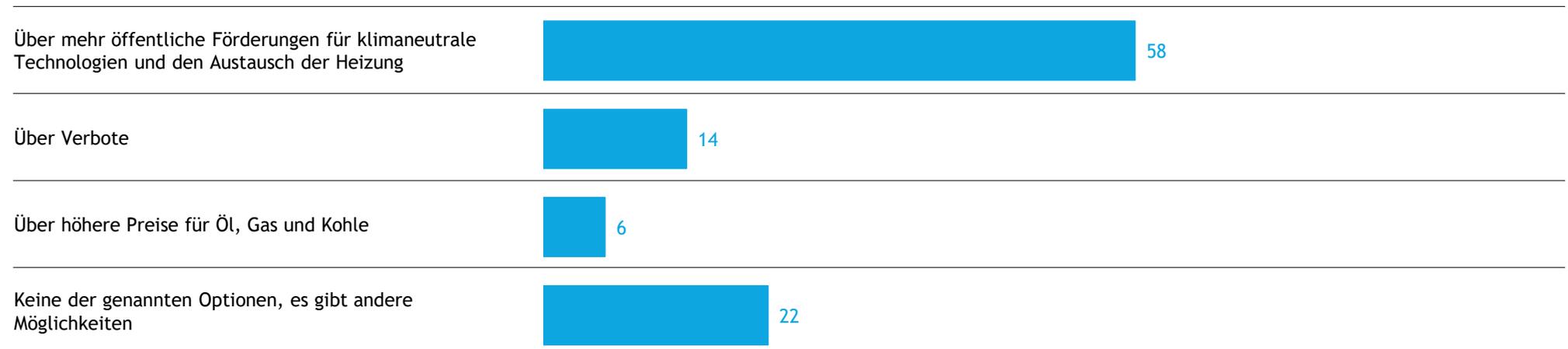
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>Solarpark</b>							
Finde ich gut	51	48	48	55	50	51	50
Würde ich akzeptieren	42	43	45	37	45	41	41
Lehne ich ab	7	8	6	8	6	8	8
<b>Windpark</b>							
Finde ich gut	29	28	27	32	29	29	28
Würde ich akzeptieren	38	38	38	37	40	38	37
Lehne ich ab	33	34	35	30	31	33	34

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	58	60	71	58	60	62	51	54	60	45	55
Über Verbote	14	18	11	15	18	14	9	10	5	22	23
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	6	5	5	9	8	5	6	6	6	10	5
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	22	17	12	19	14	20	35	30	30	23	16

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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	58	57	57	52	60	56	58	60
Über Verbote	14	16	12	25	16	13	11	5
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	6	9	4	8	10	7	3	5
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	22	18	26	16	14	24	28	30

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

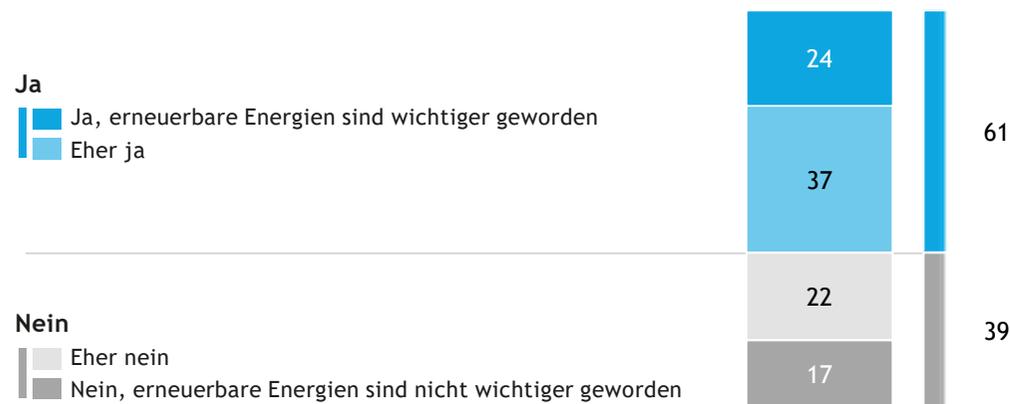
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	58	59	56	57	55	59	56
Über Verbote	14	9	14	18	15	14	11
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	6	6	6	8	5	6	12
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	22	26	24	18	25	20	21

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
<b>EHER JA</b>	<b>61</b>	76	68	68	67	58	50	55	44	68	65
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	24	32	26	23	28	18	21	24	18	29	26
Eher ja	37	45	41	45	39	40	28	31	25	39	39
<b>EHER NEIN</b>	<b>39</b>	24	32	32	33	42	50	45	56	32	35
Eher nein	22	16	17	21	22	27	25	30	23	19	23
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	17	8	16	11	11	15	25	15	33	13	12

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
<b>EHER JA</b>	<b>61</b>	64	59	70	57	65	56	58
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	24	24	25	28	22	25	22	24
Eher ja	37	40	34	42	35	40	34	34
<b>EHER NEIN</b>	<b>39</b>	36	41	30	43	35	44	42
Eher nein	22	20	24	22	24	20	24	21
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	17	16	17	8	19	15	20	21

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
<b>EHER JA</b>	<b>61</b>	54	62	65	60	62	69
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	24	25	24	25	27	23	31
Eher ja	37	30	38	40	33	39	38
<b>EHER NEIN</b>	<b>39</b>	46	38	35	40	38	31
Eher nein	22	24	22	21	24	21	20
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	17	22	16	14	16	18	11

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

5

# Informationsinteresse und Kenntnisstand

# Die zentralen Befunde

## Informationsinteresse und Kenntnisstand

### Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

- 71% der Befragten bekunden grundsätzliches Interesse am Thema Klimawandel. Dabei interessieren sich 22% „sehr“ dafür. Weniger Interesse äußern 23%, überhaupt kein Interesse haben 6%.
- 47% schätzen ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme (z.B. Waldsterben, Artenvielfalt usw.) als (eher) hoch ein. Dabei sind es allerdings nur 7%, die ihren Kenntnisstand als „sehr hoch“ einschätzen. Einen (eher) niedrigen Kenntnisstand attestieren sich 53%, wobei 5% sagen, sie kennen sich nur sehr wenig aus.

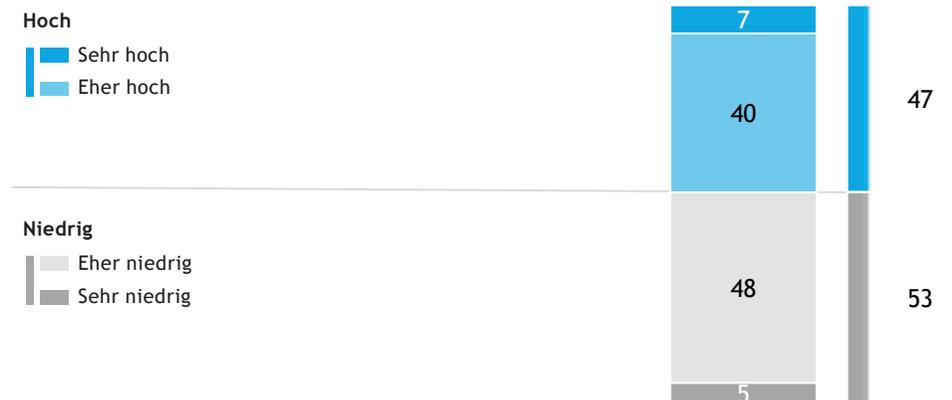
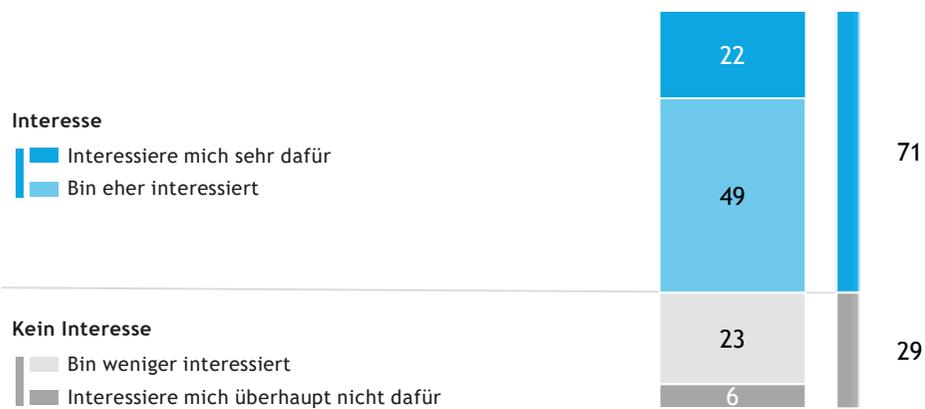
### Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

- Nur 6% der Befragten fühlen sich „sehr gut“ über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert. 37% sehen sich „eher gut“ informiert. Demgegenüber stehen 51%, die sich „eher nicht gut“ informiert fühlen und 6%, 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	71	77	90	70	75	70	54	74	52	76	82
Interessiere mich sehr dafür	22	27	30	25	24	13	14	20	8	28	30
Bin eher interessiert	49	50	60	45	50	56	40	54	44	49	52
WERTE 3 UND 4	29	23	10	30	25	30	46	26	48	24	18
Bin weniger interessiert	23	21	10	28	23	24	32	20	35	17	13
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	6	2	-	2	2	6	14	5	13	7	5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: 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	71	72	70	75	76	73	66	66
Interessiere mich sehr dafür	22	23	21	27	21	24	20	17
Bin eher interessiert	49	49	50	48	55	50	47	49
WERTE 3 UND 4	29	28	30	25	24	27	34	34
Bin weniger interessiert	23	23	23	22	19	19	28	26
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	6	5	7	3	5	8	6	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
WERTE 1 UND 2	71	64	68	79	73	71	79
Interessiere mich sehr dafür	22	17	19	28	24	20	27
Bin eher interessiert	49	47	49	51	49	50	52
WERTE 3 UND 4	29	36	32	21	27	29	21
Bin weniger interessiert	23	28	26	17	20	24	18
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	6	8	6	4	8	6	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	47	50	57	56	60	46	36	42	30	54	47
Sehr hoch	7	8	3	9	11	4	2	6	4	16	9
Eher hoch	40	42	54	48	48	42	34	36	26	37	38
WERTE 3 UND 4	53	50	43	44	40	54	64	58	70	46	53
Eher niedrig	48	48	40	42	39	50	54	54	60	43	50
Sehr niedrig	5	1	3	2	1	4	10	4	10	4	4

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# 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	47	51	43	60	49	45	43	37
Sehr hoch	7	9	6	13	10	6	4	2
Eher hoch	40	42	38	47	39	39	39	35
WERTE 3 UND 4	53	49	57	40	51	55	57	63
Eher niedrig	48	44	52	38	43	50	54	56
Sehr niedrig	5	4	5	2	8	5	3	7

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
WERTE 1 UND 2	47	36	42	59	45	47	58
Sehr hoch	7	7	5	10	7	7	5
Eher hoch	40	29	37	49	38	40	53
WERTE 3 UND 4	53	64	58	41	55	53	42
Eher niedrig	48	56	53	38	48	49	40
Sehr niedrig	5	8	4	3	7	4	2

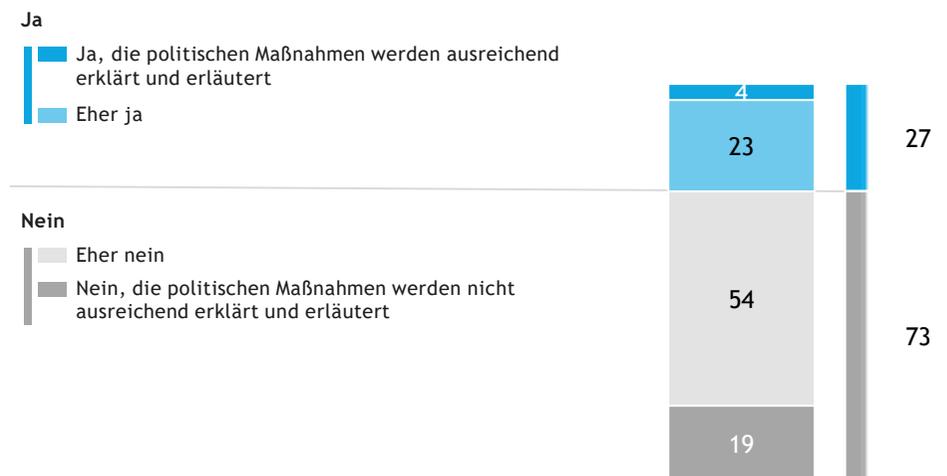
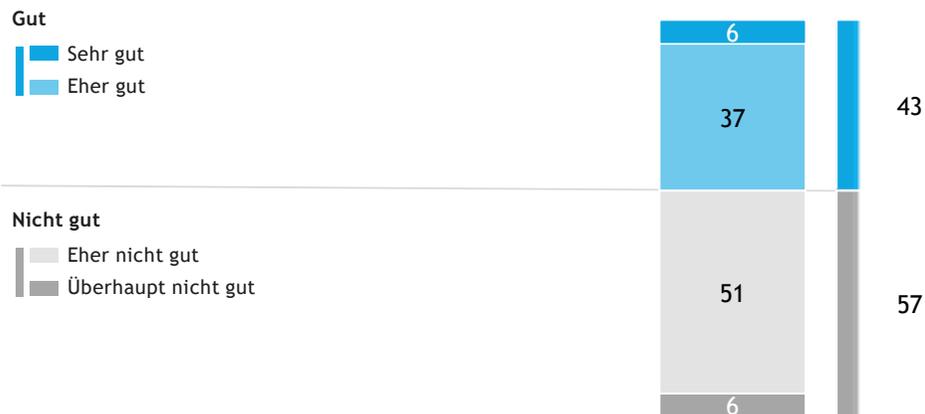
Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	43	59	40	48	60	46	34	28	24	52	45
Sehr gut	6	7	2	9	11	3	2	4	2	11	7
Eher gut	37	52	38	38	49	43	32	24	22	41	38
WERTE 3 UND 4	57	41	60	52	40	54	66	72	76	48	55
Eher nicht gut	51	40	57	48	38	49	59	63	66	42	49
Überhaupt nicht gut	6	2	3	4	2	4	7	9	11	6	5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# 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	43	50	36	58	43	40	42	30
Sehr gut	6	7	4	11	7	5	4	1
Eher gut	37	43	32	47	36	35	39	29
WERTE 3 UND 4	57	50	64	42	57	60	58	70
Eher nicht gut	51	44	58	39	49	55	53	63
Überhaupt nicht gut	6	5	6	3	8	5	5	7

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
WERTE 1 UND 2	43	34	40	51	40	44	54
Sehr gut	6	3	4	8	6	5	6
Eher gut	37	31	36	42	34	39	48
WERTE 3 UND 4	57	66	60	49	60	56	46
Eher nicht gut	51	60	54	45	54	51	43
Überhaupt nicht gut	6	6	6	5	6	5	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	27	30	11	40	43	40	19	20	12	40	17
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	5	-	7	10	4	1	3	2	9	1
Eher ja	23	25	11	33	33	36	18	16	10	32	16
EHER NEIN	73	70	89	60	57	60	81	80	88	60	83
Eher nein	54	55	70	49	47	45	51	66	55	45	57
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	19	15	19	11	10	15	30	15	33	15	26

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# 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	32	22	35	27	26	27	19
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	5	4	8	5	2	4	1
Eher ja	23	27	19	27	22	24	23	18
EHER NEIN	73	68	78	65	73	74	73	81
Eher nein	54	50	57	49	53	55	54	58
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	19	18	21	16	20	19	20	23

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
EHER JA	27	23	25	31	26	28	28
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	4	5	2	6	5	4	5
Eher ja	23	18	23	25	20	24	23
EHER NEIN	73	77	75	69	74	72	72
Eher nein	54	54	54	53	52	53	60
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	19	23	21	16	22	19	12

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

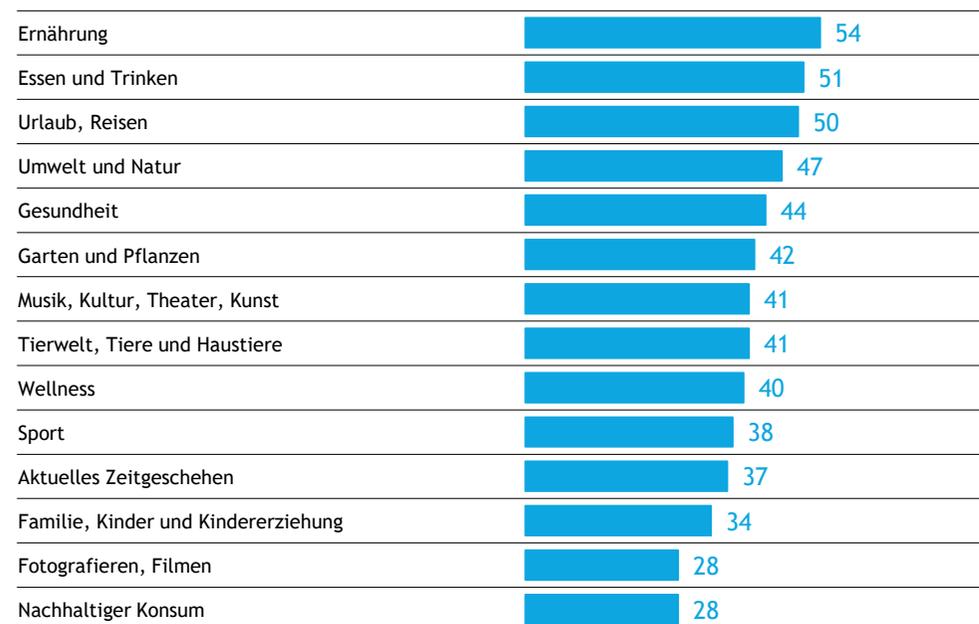
■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

6

## Anhang: Kommunikation

# Themeninteresse allgemein

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Ernährung	54	62	53	52	45	59	52	57	58	44	58
Essen und Trinken	51	56	57	52	50	42	51	56	47	46	55
Urlaub, Reisen	50	52	55	63	52	48	48	47	33	41	64
Umwelt und Natur	47	53	59	43	34	41	42	54	52	39	60
Gesundheit	44	48	47	44	36	48	41	54	44	37	44
Garten und Pflanzen	42	52	43	42	30	37	48	48	47	31	32
Musik, Kultur, Theater, Kunst	41	37	46	45	56	38	33	44	31	36	50
Tierwelt, Tiere und Haustiere	41	43	45	37	33	37	45	43	54	32	45
Wellness	40	48	45	40	45	34	34	45	33	34	42
Sport	38	53	36	44	52	34	31	26	22	45	40
Aktuelles Zeitgeschehen	37	38	46	36	41	36	35	34	29	37	43
Familie, Kinder und Kindererziehung	34	44	32	34	34	31	33	39	33	31	27
Fotografieren, Filmen	28	30	29	32	41	25	21	24	13	32	40
Nachhaltiger Konsum	28	40	46	23	30	19	16	36	23	22	37

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wissenschaft und Technik	27	35	26	24	31	24	25	22	18	29	33
Einrichten, Dekorieren, Möbel	26	28	37	29	27	25	24	23	23	23	25
Computer, Computerspiele	25	38	25	16	42	23	14	14	21	27	33
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	24	28	30	23	18	22	25	24	22	28	23
Wirtschaft, Berufe	22	30	23	22	29	19	17	14	16	28	30
Mode und Fashion	22	29	20	27	35	23	16	13	14	22	30
Kosmetik und Beauty	20	26	21	22	21	18	15	17	19	14	25
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	20	26	25	20	20	23	12	22	17	17	26
Unterhaltungselektronik, Fernseher	18	24	12	17	27	19	14	12	17	24	21
Autos, Motorräder	14	24	8	11	16	18	11	9	10	16	20
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	13	19	6	13	20	14	9	14	5	18	17
Technik und Gaming	12	18	10	9	16	14	6	7	7	19	22
Stars, Prominente	11	14	8	10	16	9	7	9	14	10	15

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Ernährung	54	48	60	50	50	55	54	61
Essen und Trinken	51	43	59	53	47	50	53	52
Urlaub, Reisen	50	48	51	50	50	46	51	50
Umwelt und Natur	47	46	48	41	40	50	53	52
Gesundheit	44	36	52	38	41	44	45	52
Garten und Pflanzen	42	36	48	26	32	48	49	55
Musik, Kultur, Theater, Kunst	41	40	42	45	46	38	38	36
Tierwelt, Tiere und Haustiere	41	36	47	37	36	47	44	43
Wellness	40	28	50	38	42	41	39	38
Sport	38	53	24	42	40	36	34	38
Aktuelles Zeitgeschehen	37	43	32	33	42	35	39	36
Familie, Kinder und Kindererziehung	34	24	44	23	35	38	34	40
Fotografieren, Filmen	28	28	28	37	32	29	22	20
Nachhaltiger Konsum	28	26	30	27	27	30	27	32

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

## Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Wissenschaft und Technik	27	37	17	30	26	28	26	23
Einrichten, Dekorieren, Möbel	26	19	34	24	26	28	29	25
Computer, Computerspiele	25	34	15	35	28	26	18	15
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	24	26	23	16	23	24	28	32
Wirtschaft, Berufe	22	27	18	26	26	22	21	17
Mode und Fashion	22	13	32	33	25	22	17	14
Kosmetik und Beauty	20	6	33	24	26	20	14	13
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	20	14	26	26	24	21	18	10
Unterhaltungselektronik, Fernseher	18	26	11	16	18	23	19	15
Autos, Motorräder	14	22	6	18	14	14	10	14
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	13	19	8	15	13	14	14	10
Technik und Gaming	12	19	6	23	15	13	6	4
Stars, Prominente	11	6	16	18	15	10	6	6

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Ernährung	54	63	56	47	58	53	47
Essen und Trinken	51	52	52	50	50	52	47
Urlaub, Reisen	50	34	50	57	40	50	73
Umwelt und Natur	47	58	43	47	48	48	48
Gesundheit	44	45	48	40	45	44	45
Garten und Pflanzen	42	50	43	36	42	41	55
Musik, Kultur, Theater, Kunst	41	34	40	45	41	39	44
Tierwelt, Tiere und Haustiere	41	51	43	35	44	40	38
Wellness	40	34	43	38	39	40	45
Sport	38	26	40	42	28	42	49
Aktuelles Zeitgeschehen	37	29	34	45	33	38	51
Familie, Kinder und Kindererziehung	34	39	39	26	36	34	29
Fotografieren, Filmen	28	19	26	34	30	27	24
Nachhaltiger Konsum	28	27	28	30	28	30	26

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

## Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Wissenschaft und Technik	27	18	25	32	26	25	39
Einrichten, Dekorieren, Möbel	26	23	26	29	28	26	28
Computer, Computerspiele	25	22	23	28	28	24	20
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	24	27	25	23	24	24	31
Wirtschaft, Berufe	22	13	24	26	22	22	27
Mode und Fashion	22	17	23	24	25	22	17
Kosmetik und Beauty	20	15	19	22	24	18	19
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	20	14	20	23	23	20	12
Unterhaltungselektronik, Fernseher	18	20	18	18	19	18	23
Autos, Motorräder	14	14	15	14	11	16	18
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	13	6	11	19	8	14	26
Technik und Gaming	12	6	11	17	14	11	16
Stars, Prominente	11	9	11	12	13	11	5

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Konsuminteressen

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

Urlaub und Reisen	30
Essen gehen (Restaurants)	23
PC/Tablet/Smartphone	22
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	18
Kleidung/Mode	16
Autos	15
Kaffee/Tee	14
Fahrrad	12
Kosmetik/Parfüm	11
Wein/Champagner	10
Möbel	10
High-End-HiFi-Equipment	10
Heimwerker-/Gartengeräte	10

Küchenmöbel und -ausstattung	9
Hochwertiger Schmuck	8
Bier	8
(Armband-)Uhren	7
Handtaschen	7
Spenden für wohltätige Zwecke	7
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6
Modeschmuck	4
Antiquitäten	4
Exklusive Accessoires	4
Porzellan-/Glasarbeiten	2
Keines dieser Produkte	32

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Urlaub und Reisen	30	38	32	41	32	30	24	24	16	29	39
Essen gehen (Restaurants)	23	28	27	28	25	18	18	19	13	26	33
PC/Tablet/Smartphone	22	33	20	20	34	25	17	12	15	22	34
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	18	26	29	15	29	11	16	13	10	14	18
Kleidung/Mode	16	26	11	18	20	18	6	8	10	20	26
Autos	15	28	11	14	18	14	7	11	7	19	18
Kaffee/Tee	14	19	17	14	16	14	10	13	12	15	14
Fahrrad	12	15	9	14	14	16	7	11	8	19	12
Kosmetik/Parfüm	11	14	11	14	17	9	8	8	7	12	14
Wein/Champagner	10	11	11	11	14	4	13	10	4	10	15
Möbel	10	15	12	9	16	11	7	7	6	12	10
High-End-HiFi-Equipment	10	13	10	6	12	10	7	8	6	16	11
Heimwerker-/Gartengeräte	10	11	12	10	6	16	10	10	9	11	10

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert     stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert     unterrepräsentiert

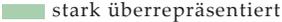
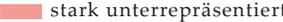
# Konsuminteressen (2)

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
Küchenmöbel und -ausstattung	9	15	11	7	18	7	7	4	5	10	10
Hochwertiger Schmuck	8	11	7	11	10	9	3	9	4	8	16
Bier	8	10	7	9	11	5	4	5	6	12	8
(Armband-)Uhren	7	9	4	9	13	8	3	5	3	11	8
Handtaschen	7	10	4	12	14	7	2	5	3	8	6
Spenden für wohltätige Zwecke	7	11	12	8	7	4	3	8	3	8	10
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	8	6	5	15	4	5	2	2	7	13
Modeschmuck	4	2	2	6	9	5	1	1	2	8	1
Antiquitäten	4	4	3	2	4	5	4	4	-	6	6
Exklusive Accessoires	4	5	2	4	6	3	1	5	2	6	6
Porzellan-/Glasarbeiten	2	5	3	3	1	2	1	1	-	5	1
Keines dieser Produkte	32	20	31	26	21	30	44	38	55	25	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Urlaub und Reisen	30	30	30	37	35	27	25	26
Essen gehen (Restaurants)	23	23	24	30	29	22	17	17
PC/Tablet/Smartphone	22	28	18	36	30	21	14	10
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	18	18	18	23	19	19	14	15
Kleidung/Mode	16	14	17	27	20	15	10	6
Autos	15	18	12	21	18	15	10	9
Kaffee/Tee	14	16	13	15	18	14	12	11
Fahrrad	12	17	8	12	12	17	11	10
Kosmetik/Parfüm	11	6	16	16	15	9	9	8
Wein/Champagner	10	13	8	11	13	10	8	10
Möbel	10	10	11	16	13	7	10	4
High-End-HiFi-Equipment	10	12	8	11	12	13	7	5
Heimwerker-/Gartengeräte	10	13	8	9	11	12	9	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

## Konsuminteressen (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Küchenmöbel und -ausstattung	9	9	9	11	13	9	6	6
Hochwertiger Schmuck	8	7	10	14	11	6	5	5
Bier	8	12	4	11	10	7	5	5
(Armband-)Uhren	7	9	6	12	10	5	5	4
Handtaschen	7	3	10	12	12	4	4	3
Spenden für wohltätige Zwecke	7	7	7	11	8	5	4	7
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	9	4	9	7	6	5	5
Modeschmuck	4	3	4	7	3	3	2	3
Antiquitäten	4	4	3	5	3	3	4	4
Exklusive Accessoires	4	3	5	7	6	2	3	1
Porzellan-/Glasarbeiten	2	3	2	4	2	2	1	1
Keines dieser Produkte	32	26	38	15	24	34	45	44

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Urlaub und Reisen	30	20	26	40	24	31	46
Essen gehen (Restaurants)	23	14	22	29	19	23	35
PC/Tablet/Smartphone	22	16	21	28	24	22	17
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	18	16	15	22	16	18	24
Kleidung/Mode	16	13	17	15	16	16	15
Autos	15	7	16	18	12	15	18
Kaffee/Tee	14	13	13	17	13	14	20
Fahrrad	12	13	12	13	9	14	12
Kosmetik/Parfüm	11	8	11	14	12	10	13
Wein/Champagner	10	8	8	14	6	11	22
Möbel	10	8	10	12	10	10	13
High-End-HiFi-Equipment	10	6	10	12	9	9	15
Heimwerker-/Gartengeräte	10	13	9	11	9	10	17

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

## Konsuminteressen (2)

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

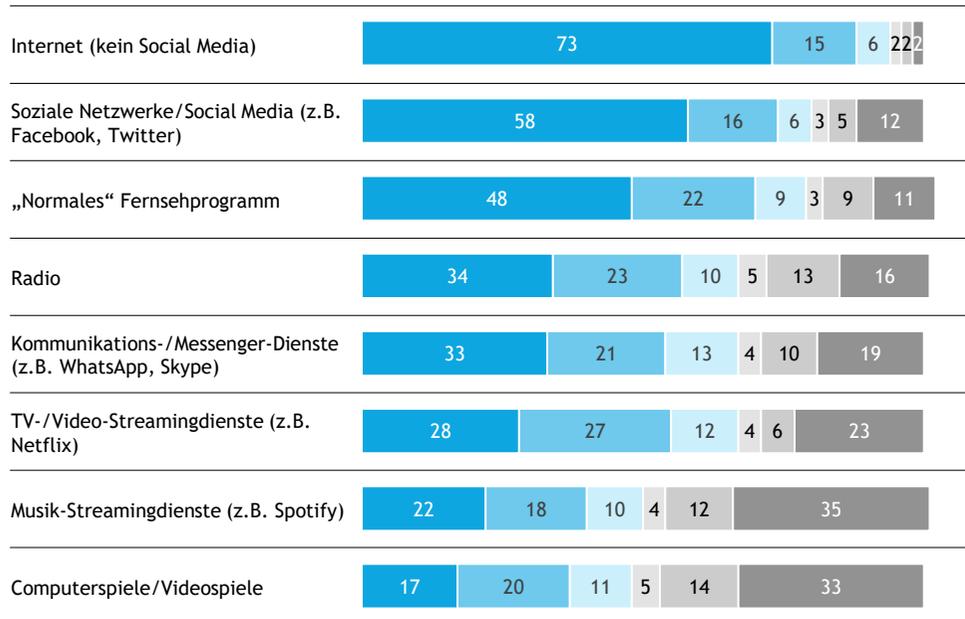
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Küchenmöbel und -ausstattung	9	7	9	11	11	8	13
Hochwertiger Schmuck	8	5	8	11	8	8	12
Bier	8	4	7	10	7	8	8
(Armband-)Uhren	7	4	6	10	5	8	10
Handtaschen	7	3	7	9	7	7	8
Spenden für wohltätige Zwecke	7	4	7	9	7	7	8
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	2	6	8	3	6	14
Modeschmuck	4	4	4	3	4	3	4
Antiquitäten	4	1	4	5	2	4	10
Exklusive Accessoires	4	3	3	5	3	5	4
Porzellan-/Glasarbeiten	2	1	2	2	3	2	4
Keines dieser Produkte	32	41	36	23	39	30	22

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

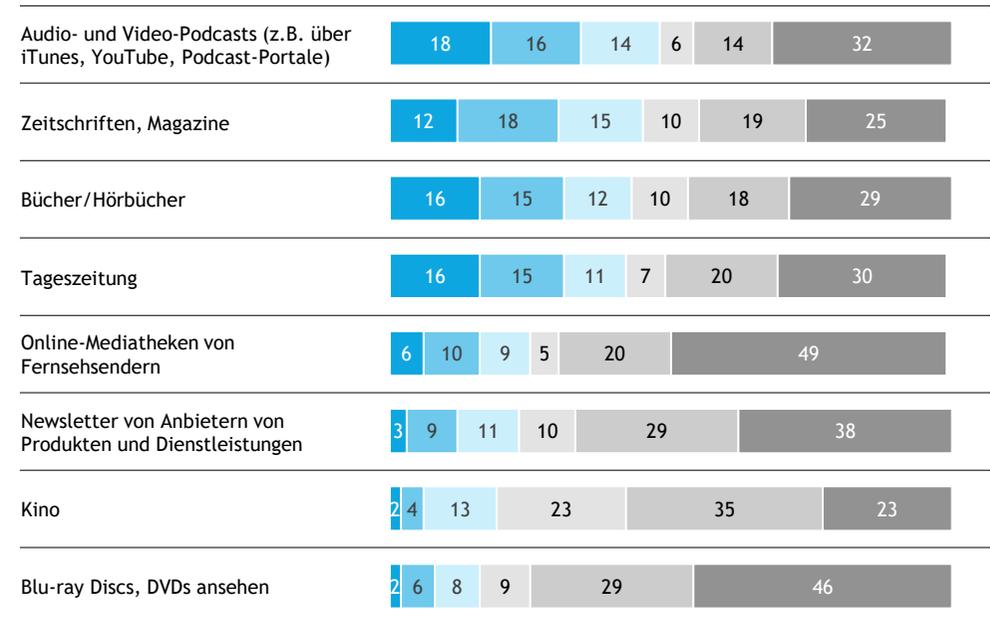
■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



- 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)	94	95	98	92	97	95	92	90	98	86	98
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	80	90	80	78	90	83	72	69	70	85	91
„Normales“ Fernsehprogramm	78	80	75	77	79	83	79	69	82	78	71
Radio	67	77	71	69	70	71	68	56	54	65	63
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	67	71	76	75	86	74	52	56	45	69	79
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	66	75	67	73	82	70	48	57	50	72	82
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	49	58	56	60	76	49	26	36	25	55	67
Computerspiele/Videospiele	48	55	45	49	67	47	35	32	40	55	62
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	48	56	45	47	62	58	24	44	30	59	65
Zeitschriften, Magazine	46	44	49	54	47	50	41	44	30	48	54
Bücher/Hörbücher	43	48	56	49	51	37	38	40	33	40	42
Tageszeitung	42	48	39	48	58	44	36	39	28	45	42
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	26	37	25	27	41	20	14	17	12	38	30
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	23	28	20	25	34	29	13	17	8	30	28
Kino	19	23	21	26	32	22	7	7	9	28	24
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	22	8	18	30	16	8	13	12	26	13

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert  
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

# 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)	94	93	94	92	97	95	96	89
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	80	78	82	92	88	81	73	66
„Normales“ Fernsehprogramm	78	79	76	66	73	81	85	86
Radio	67	69	64	50	71	73	70	70
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	67	69	66	82	81	68	52	50
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	66	70	63	89	81	65	54	40
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	49	55	44	76	65	47	33	22
Computerspiele/Videospiele	48	58	38	67	64	51	34	22
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	48	53	42	68	58	48	35	26
Zeitschriften, Magazine	46	50	41	40	45	45	45	54
Bücher/Hörbücher	43	39	47	48	46	41	35	44
Tageszeitung	42	48	37	41	43	41	39	46
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	26	32	19	34	33	28	20	12
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	23	29	16	26	30	24	19	13
Kino	19	24	15	30	25	17	10	14
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	22	11	24	18	20	11	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

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

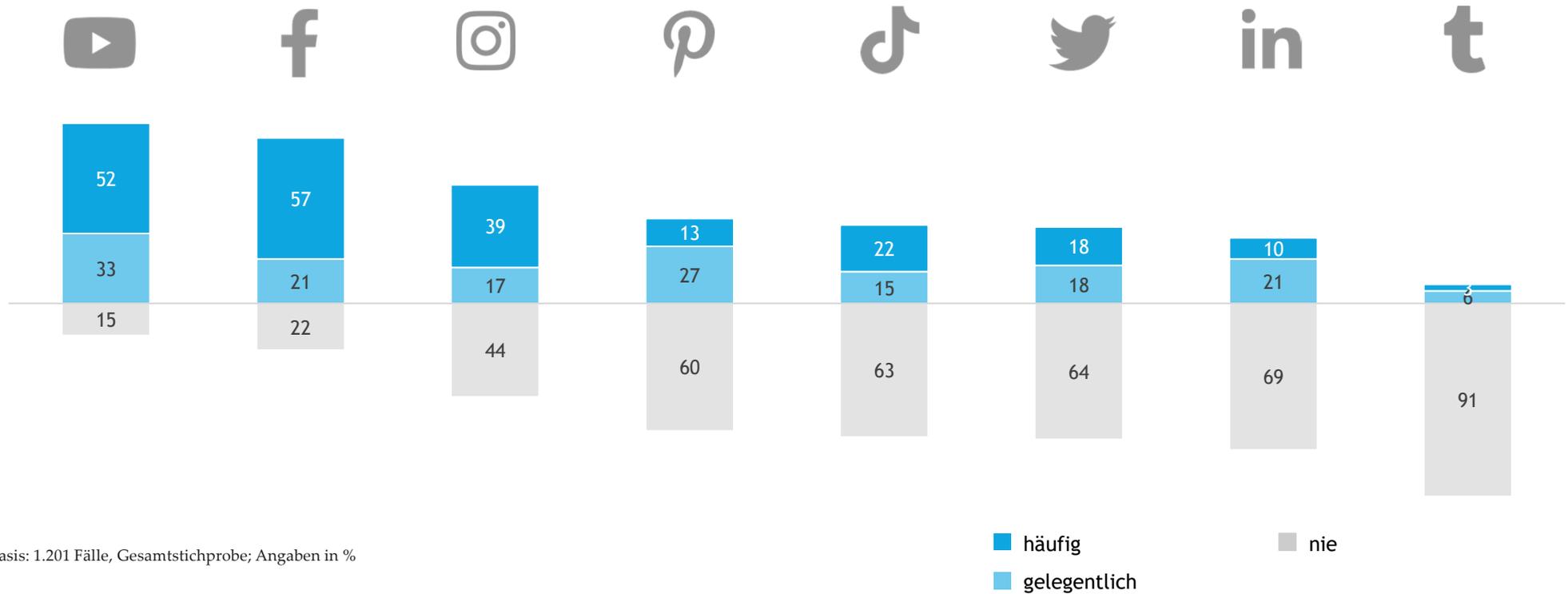
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Internet (kein Social Media)	94	93	92	96	93	95	94
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	80	78	78	85	81	82	74
„Normales“ Fernsehprogramm	78	76	80	76	68	82	83
Radio	67	51	72	68	54	71	80
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	67	53	58	86	61	68	81
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	66	50	64	78	62	68	74
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	49	33	44	64	46	50	56
Computerspiele/Videospiele	48	38	43	59	50	48	46
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	48	38	42	59	51	46	48
Zeitschriften, Magazine	46	38	44	52	39	48	63
Bücher/Hörbücher	43	29	39	56	38	43	56
Tageszeitung	42	33	41	48	38	42	57
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	26	19	23	32	28	24	30
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	23	17	21	27	22	23	28
Kino	19	8	18	26	22	18	23
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	16	11	15	21	18	16	20

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Facebook	57	68	48	50	63	65	52	53	55	59	59
YouTube	52	64	46	55	72	58	39	45	32	61	63
Instagram	39	48	37	41	57	38	24	29	21	50	58
TikTok	22	26	12	25	36	27	13	18	7	28	37
Twitter	18	27	16	19	32	11	10	10	10	22	27
Pinterest	13	16	6	15	21	16	8	8	9	18	17
LinkedIn	10	10	12	13	18	13	4	5	-	13	16
Tumblr	3	2	-	4	6	2	1	3	1	5	2

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Facebook	57	51	63	43	70	64	56	53
YouTube	52	59	46	79	66	53	38	24
Instagram	39	36	42	74	51	31	23	14
TikTok	22	22	22	50	26	12	11	8
Twitter	18	23	12	30	24	15	13	7
Pinterest	13	10	17	20	16	12	11	6
LinkedIn	10	13	7	15	17	11	5	1
Tumblr	3	3	2	5	4	2	1	1

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Facebook	57	65	58	52	58	62	45
YouTube	52	46	48	62	58	50	53
Instagram	39	26	33	54	39	40	36
TikTok	22	19	20	26	26	21	19
Twitter	18	11	14	25	18	17	21
Pinterest	13	11	12	15	13	13	10
LinkedIn	10	3	5	20	9	9	15
Tumblr	3	2	3	2	3	2	3

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	85	90	85	86	96	90	70	82	78	89	95
Facebook	78	84	71	75	79	84	75	74	75	84	84
Instagram	56	66	54	61	76	65	34	43	36	71	69
Pinterest	40	51	34	45	58	45	26	28	32	48	40
TikTok	37	43	22	43	57	46	20	27	23	50	53
Twitter	36	46	36	40	54	35	20	21	24	47	45
LinkedIn	31	39	35	40	49	35	18	16	9	35	42
Tumblr	9	9	2	9	22	10	2	5	2	20	7

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
YouTube	85	88	83	97	94	89	80	65
Facebook	78	75	82	74	84	86	76	73
Instagram	56	53	59	89	66	52	44	28
Pinterest	40	31	49	58	46	38	34	22
TikTok	37	36	39	64	46	34	25	14
Twitter	36	45	28	56	42	33	28	20
LinkedIn	31	36	26	46	46	28	21	12
Tumblr	9	11	6	16	15	6	3	2

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

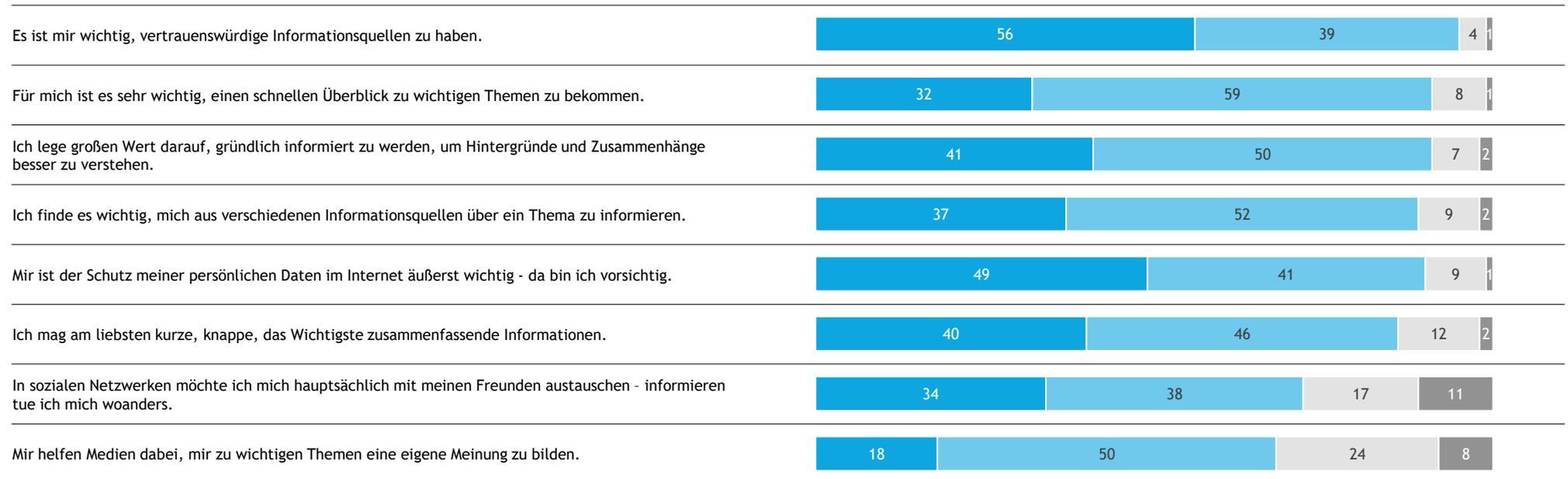
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
YouTube	85	82	82	91	86	85	86
Facebook	78	82	77	78	82	80	69
Instagram	56	43	51	69	59	56	51
Pinterest	40	34	39	44	42	40	35
TikTok	37	35	33	43	44	36	28
Twitter	36	29	31	46	39	35	37
LinkedIn	31	12	22	51	27	31	38
Tumblr	9	5	7	12	11	8	8

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

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



Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

# Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	95	100	99	90	93	96	96	97	91	97
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	92	96	92	90	88	87	90	92	87	93
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	94	96	94	87	93	88	89	89	85	94
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	89	92	94	91	90	90	86	84	84	86	91
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	90	93	88	90	83	92	93	84	88	89	90
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	86	87	77	89	82	90	88	87	88	85	90
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	72	82	68	74	71	78	68	64	61	76	75
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	68	79	73	74	76	73	56	56	53	64	72

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	96	95	94	93	96	96	97
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	91	90	90	90	91	90	92
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	92	90	89	89	92	94	89
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	89	90	87	87	86	89	90	90
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	90	90	89	84	85	92	90	96
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	86	84	88	86	85	84	85	91
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	72	70	74	72	78	68	74	66
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	68	68	66	73	65	69	69	58

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	95	96	95	96	94	96	99
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	91	90	90	92	89	90	96
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	89	90	93	90	91	95
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	89	88	87	91	86	89	95
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	90	88	92	87	89	90	88
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	86	87	88	84	83	88	85
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	72	70	73	71	70	72	73
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	68	62	66	71	68	66	72

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	56	62	76	49	51	34	63	46	62	49	73
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	49	57	51	42	37	33	60	41	55	52	46
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	41	49	47	36	40	31	41	35	32	47	57
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	49	34	40	36	28	42	35	45	45	42
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	37	49	44	39	42	23	34	30	31	33	44
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	34	40	47	32	24	25	39	30	28	34	31
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	32	47	32	29	33	22	30	22	22	40	39
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	18	22	20	20	16	16	9	13	16	22	24

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	56	55	58	54	59	54	60	55
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	49	45	52	42	44	52	52	54
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	41	41	42	46	43	45	39	33
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	38	42	38	39	40	42	42
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	37	36	37	41	38	37	36	31
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	34	31	36	31	34	33	37	33
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	32	30	33	38	30	35	30	24
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	18	19	17	27	17	16	16	11

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert    ■ unterrepräsentiert

# Erwartungen an Kommunikation

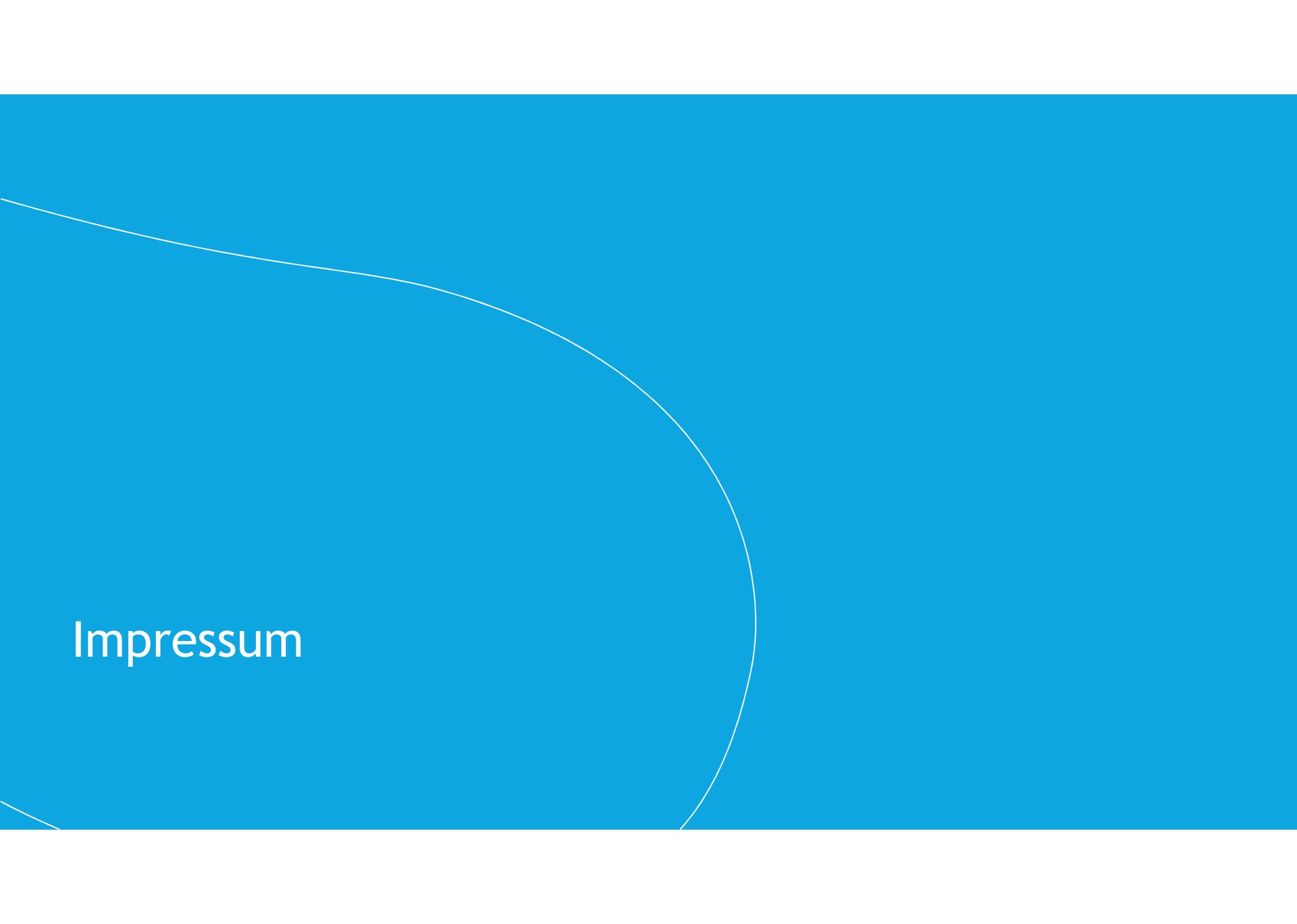
Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<1.137 €)	Mittel 60-140% (1.137-2.652 €)	Hoch >140% (>2.652 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	56	55	56	58	53	57	66
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	49	48	52	45	50	47	47
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	41	35	41	45	42	42	47
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	40	44	42	35	39	41	40
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	37	32	34	42	38	35	43
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	34	33	35	32	30	35	40
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	32	28	31	34	31	31	37
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	18	19	16	19	20	16	21

Basis: 1.201 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert    ■ stark unterrepräsentiert  
■ überrepräsentiert        ■ unterrepräsentiert

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

Impressum

# Ansprechpartner\*innen



**Dr. Christoph Schleer**  
Associate Director Research & Consulting  
[christoph.schleer@sinus-institut.de](mailto:christoph.schleer@sinus-institut.de)  
+49 6221 8089-27



**Naima Wisniewski**  
Research & Consulting  
[naima.wisniewski@sinus-institut.de](mailto: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