



SINUS-Studie für die Friedrich-Ebert-Stiftung

Sozialökologische Transformation

Länderbericht Griechenland

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

sinus:

Heidelberg, September 2023

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Aufgabenstellung und Zielsetzung

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

- Die Welt befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch. Berichte über Hitzerekorde, Unwetter und Waldbrände scheinen kein Ende zu nehmen. Lange wurde klimapolitisch laviert; nun müssen rasch Fortschritte beim Ausstieg aus den fossilen Brennstoffen und beim Aufbau einer auf Erneuerbaren beruhenden Energieversorgung und Industrieproduktion erzielt werden.
- Gleichzeitig aber berührt der Druck zur Veränderung nun auch die Bürgerinnen und Bürger zunehmend direkt. Der Weg zur klimaneutralen Gesellschaft und Wirtschaft ist mit enormen technologischen, ökonomischen und sozialen Herausforderungen verbunden: Der beschleunigte Ausbau erneuerbarer Energien, vermehrte Anstrengungen bei der Wärme- und der Verkehrswende, der Strukturwandel der Wirtschaft und dessen Auswirkungen auf das Arbeits- und Lebensumfeld - all das wird die Bürgerinnen und Bürger immer stärker berühren.
- Vor diesem Hintergrund hat das SINUS-Institut im Auftrag des Kompetenzzentrums Klima & soziale Gerechtigkeit der Friedrich-Ebert-Stiftung eine groß angelegte Bevölkerungsbefragung in Europa und Nordamerika durchgeführt: In insgesamt 19 Ländern wurde untersucht, welche Wahrnehmungen, Interessen und Befürchtungen die Menschen mit der sozialökologischen Transformation verbinden. Dabei bestand das Ziel der Erhebung nicht allein darin, ein Panorama der klimapolitischen Einstellungen zu erfassen. Vielmehr sollte zusätzlich untersucht werden, wie stark und unter welchen Voraussetzungen unterschiedliche soziale Milieus für klimapolitische Maßnahmen empfänglich sind. Hierfür wurde das Zielgruppenmodell der Sinus-Meta-Milieus in das Erhebungsdesign integriert.
- Die Studienergebnisse sollen zu öffentlichen Diskussionen anregen und eine eingehende Analyse der Bedingungen liefern, unter denen der klimaneutrale Umbau der Volkswirtschaften gelingen und von breiter öffentlicher Akzeptanz getragen sein kann. Auf Grundlage dieser Analysen gilt es, länder- und milieuspezifische Kommunikationsstrategien zu entwickeln, die die unterschiedlichen Interessen und Befürchtungen der Bevölkerung aufgreifen und durch geeignete Formen der Ansprache zielgruppengerecht adressieren.

Inhaltsverzeichnis

1 Methode und Stichprobe

2 Problembewusstsein

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

3 Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

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

4 Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

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

5 Informationsinteresse und Kenntnisstand

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

6 Anhang: Kommunikation

- Themeninteresse allgemein
- Konsuminteressen
- Mediennutzung
- Erwartungen an Kommunikation

1

Methode und Stichprobe

Methodik und Stichprobe

Die Studienanlage im Überblick



Methodik

Standardisierte Online-Befragung (CAWI)

Quotenstichprobe (Geschlecht, Alter, Bildung und Region)

Die Befragungen wurden in der Landessprache durchgeführt.



Datenerhebung

Ø Befragungsdauer: 25 Minuten

Die Datenerhebung erfolgte durch die Sociotrend GmbH.



Zielgruppe

Wohnbevölkerung im Alter von 18 bis 69 Jahren



Stichprobengröße

1.200 Personen



Befragungszeitraum

22.05. - 20.06.2023

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 Griechenland**. 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:* „Καμία σχολική εκπαίδευση ή επαγγελματική κατάρτιση (ακόμη)“ oder „Δημοτικό Σχολείο“ oder „Απολυτήριο γυμνασίου - Τριτάξιο Γυμνάσιο“ oder „Πιστοποιητικό επαγγελματικής κατάρτισης - ΙΕΚ, επιπέδου 1“; *mittel:* „Ενιαίο Πολυκλαδικό Λύκειο - ΕΠΛ [έως 1997]“ oder „Τεχνικό Επαγγελματικό Εκπαιδευτήριο - ΤΕΕ - ΕΠΑΛ“ oder „Γενικό Λύκειο“ oder „Δίπλωμα επαγγελματικής κατάρτισης - ΙΕΚ, επιπέδου μετα-δευτοροβάθμιας επαγγελματικής κατάρτισης“; *hoch:* „Πτυχίο σχολής ανώτερης επαγγελματικής εκπαίδευσης“ oder „Πτυχίο Ανώτατης Σχολής Παιδαγωγικής και Τεχνολογικής Εκπαίδευσης - ΑΣΠΑΙΤΕ“ oder „Τεχνικές Σχολές: ΚΑΤΕ, ΚΑΤΕΕ, ΑΤΕΙ / ΤΕΙ“ oder „ΑΕΙ / Πολυτεχνείου“
 - **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.

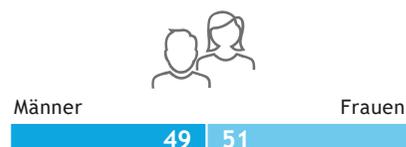
Methodik und Stichprobe

Auswertung der Befragungsergebnisse

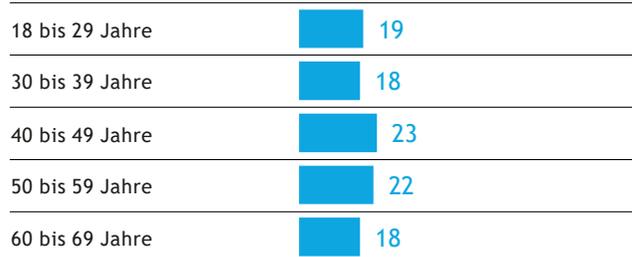
- Neben der Differenzierung nach soziodemografischen Merkmalen wurden die Daten nach der **Milieuzugehörigkeit der Befragten** analysiert. Durch die Auswertung der Befunde nach den **Sinus-Meta-Milieus** wird die soziodemografische Analyse um Lebensstil und Wertekomponenten ergänzt.
 - Die Milieuperspektive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

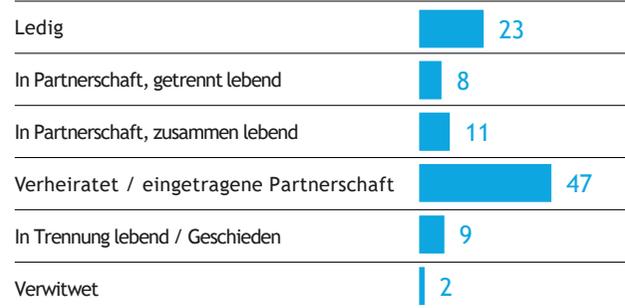
Geschlecht



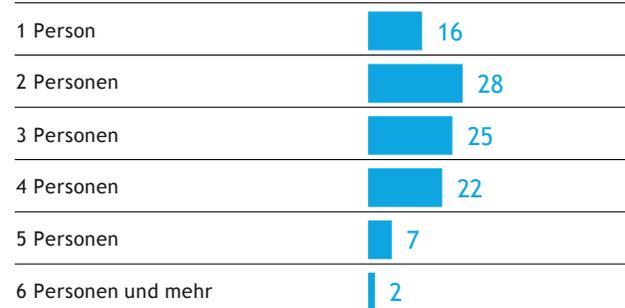
Alter ø 41,1 Jahre



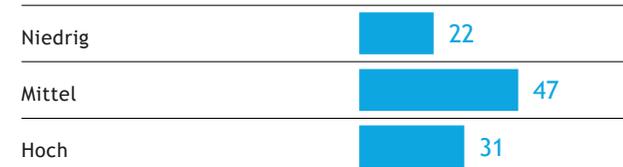
Familienstand



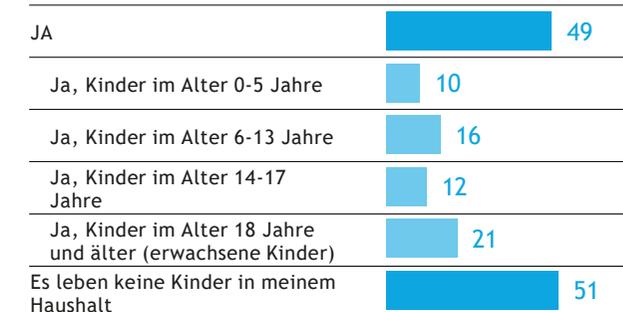
Personen im Haushalt



Bildungsabschluss



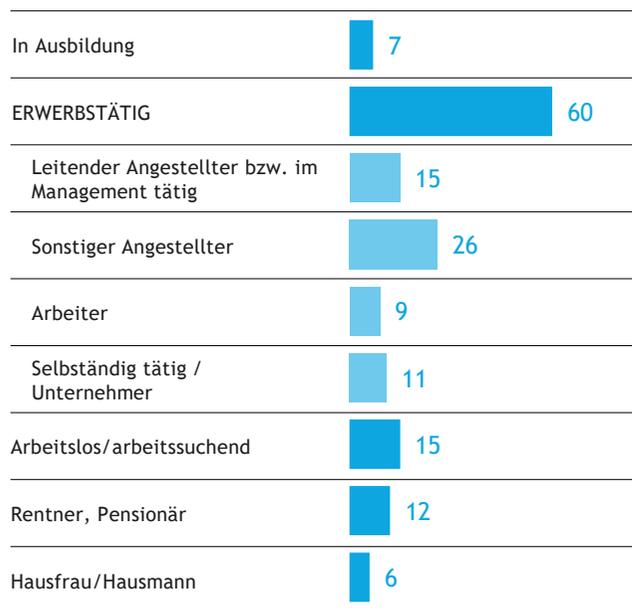
Kinder im Haushalt



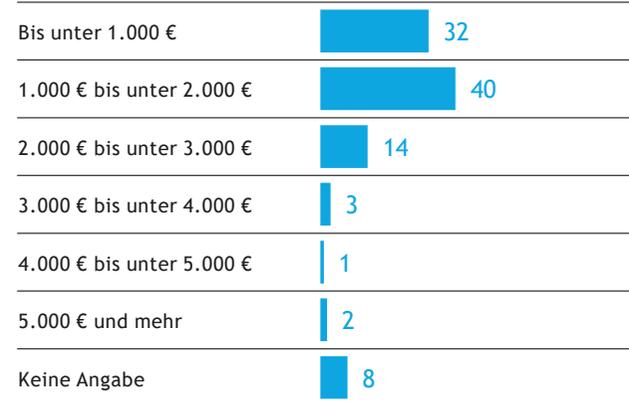
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Demografische Struktur der Stichprobe

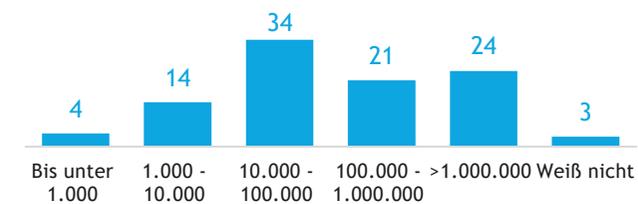
Berufstätigkeit / Stellung im Beruf



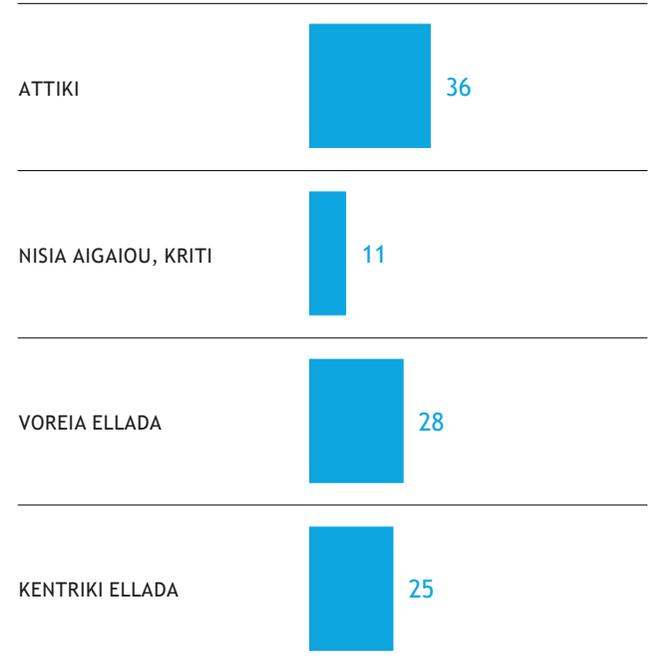
Haushaltsnettoeinkommen



Wohnortgröße (Anzahl Einwohner)



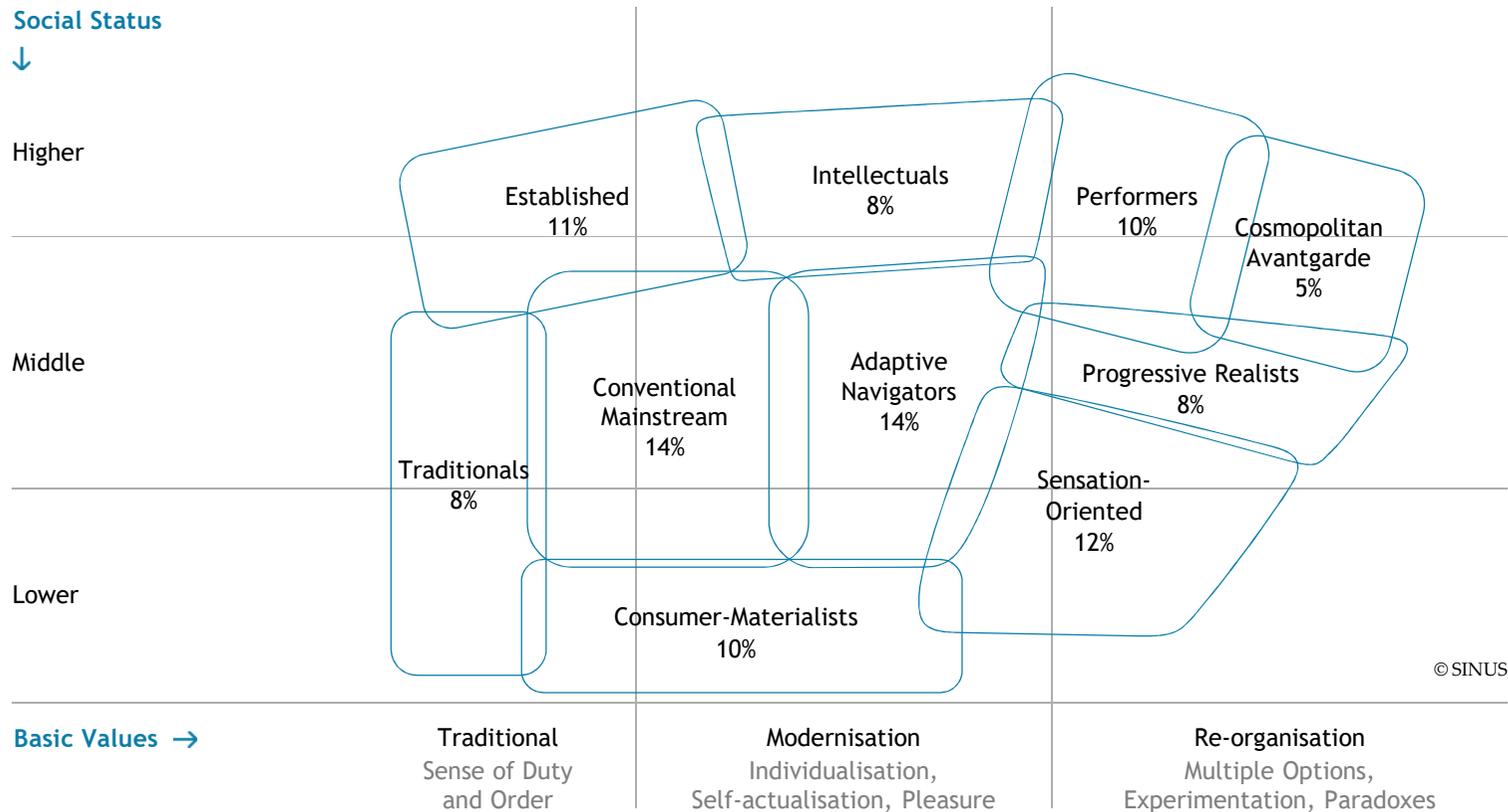
Region



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Die Sinus-Meta-Milieus[®] in Griechenland

18- bis 69-Jährige



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

Kurzbeschreibungen

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

2

Problembewusstsein

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

- Mit 74% Nennungen wird das Gesundheitswesen bzw. die Pflege am häufigsten zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt. Dahinter rangieren die Themen „Bildung, Schulen und Universitäten“ mit 53% Nennungen und „Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption“ mit 42% Nennungen. Der Bereich Umwelt, Natur und Klimaschutz wird deutlich seltener zu den fünf wichtigsten politischen Themen gezählt (22%).

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

- Zu den fünf größten Herausforderungen für die Erhaltung unserer Lebensgrundlagen zählen die Befragten am häufigsten die Verschmutzung des Wassers bzw. die Wasserqualität (63%). Der Klimawandel steht an zweiter Stelle (51%). Nahezu genauso häufig werden der Zustand der Meere (50%) und die Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung (50%) genannt. Am seltensten wird der zunehmende Verkehr und Lärm als vorrangiges umweltpolitisches Handlungsfeld gesehen (15%).

Relevanz des Themas Klimawandel

- Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hält den Klimawandel für ein (sehr) wichtiges Thema für Griechenland: Auf einer Skala von 0 „völlig irrelevant“ bis 10 „absolut wichtig“ wählen 69% der Befragten die Skalenpunkte 8 bis 10, weitere 17% die Skalenpunkte 6 bis 7. Im Gegensatz dazu sind es nur 5% der Befragten, die die Skalenpunkte 0 bis 2 wählen. Der Skalen-Mittelwert liegt bei 7,8.

Die zentralen Befunde

Problembewusstsein

Einstellungen zum Klimawandel

- Fast alle Befragten (97%) sind der Meinung, dass die Menschheit durch die Zerstörung der Natur ihre Lebensgrundlagen gefährdet (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 73%). Dabei sagen 78%, sie hätten Angst vor den Folgen des Klimawandels (höchste Zustimmungsstufe: 33%), während 44% meinen, es werde vieles sehr übertrieben, wenn es um die Folgen des Klimawandels geht (höchste Zustimmungsstufe: 15%). Bei der Frage, ob es in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel gibt, stimmen 67% zu (höchste Zustimmungsstufe: 23%). Darüber hinaus sind 51% der Auffassung, dass wir uns vielmehr darauf konzentrieren sollten, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen, statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen (höchste Zustimmungsstufe: 16%).

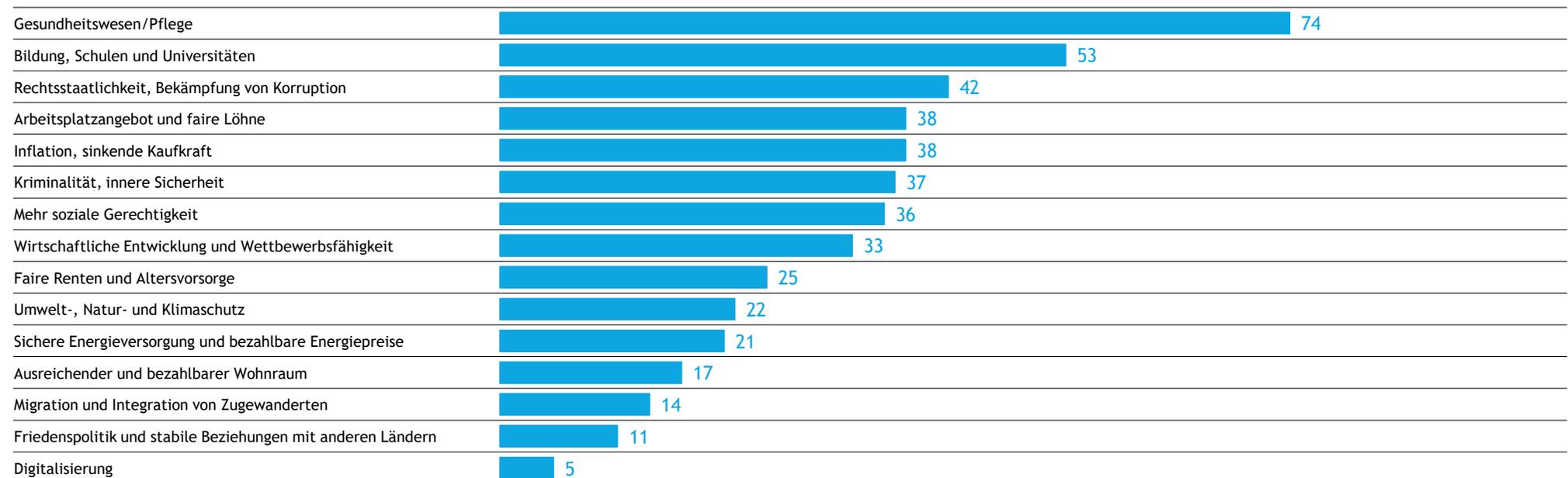
Folgen des Klimawandels

- Die Zunahme von extremen Wetterereignissen macht der Bevölkerung am meisten Angst: 72% der Befragten zählen die Zunahme von extremen Wetterereignissen zu den fünf Folgen des Klimawandels, die ihnen am meisten Angst machen. Mit 56% Nennungen wird der Wassermangel im Alltag am zweithäufigsten genannt, dicht gefolgt von Waldbränden bzw. dem Waldsterben infolge des Klimawandels (55%). Am wenigsten Angst haben die Befragten vor sinkenden Erträgen in der Landwirtschaft (10%).

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

Politisch relevante Themen



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Gesundheitswesen/Pflege	74	73	82	75	71	70	76	68	83	67	72
Bildung, Schulen und Universitäten	53	50	64	62	58	47	51	51	41	57	56
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	42	37	52	40	41	39	49	37	43	45	34
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	38	34	32	44	40	42	38	38	40	29	49
Inflation, sinkende Kaufkraft	38	41	37	32	42	41	45	39	37	33	38
Kriminalität, innere Sicherheit	37	46	26	36	42	35	41	43	43	30	30
Mehr soziale Gerechtigkeit	36	27	45	42	36	29	42	19	43	35	40
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	33	35	23	33	42	36	27	38	31	35	37
Faire Renten und Altersvorsorge	25	30	19	23	17	26	23	30	22	25	26
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	22	19	33	28	14	13	16	38	19	18	24
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	20	23	17	26	18	24	24	23	18	23
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	17	16	17	17	15	16	14	14	26	15	22
Migration und Integration von Zugewanderten	14	21	7	8	14	14	17	18	16	12	9
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	11	10	12	14	16	12	8	7	6	13	12
Digitalisierung	5	6	10	3	9	7	5	1	4	4	7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Gesundheitswesen/Pflege	74	72	75	67	74	76	75	76
Bildung, Schulen und Universitäten	53	49	57	66	50	52	49	49
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	42	46	38	37	37	47	40	49
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	38	36	40	37	46	42	44	20
Inflation, sinkende Kaufkraft	38	44	34	28	40	37	43	45
Kriminalität, innere Sicherheit	37	37	37	29	39	42	40	34
Mehr soziale Gerechtigkeit	36	35	36	35	37	40	35	29
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	33	37	30	45	34	30	32	27
Faire Renten und Altersvorsorge	25	22	27	15	18	20	31	40
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	22	18	25	24	16	20	20	28
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	23	19	20	22	23	20	21
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	17	16	18	22	20	15	13	16
Migration und Integration von Zugewanderten	14	16	12	12	14	11	17	16
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	11	10	11	12	6	10	11	14
Digitalisierung	5	7	4	7	5	7	3	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Stellenwert von Umwelt-, Natur- und Klimaschutz

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Gesundheitswesen/Pflege	74	72	75	72	76	73	74
Bildung, Schulen und Universitäten	53	44	54	59	58	50	54
Rechtsstaatlichkeit, Bekämpfung von Korruption	42	30	45	46	33	42	47
Arbeitsplatzangebot und faire Löhne	38	48	35	37	43	40	32
Inflation, sinkende Kaufkraft	38	34	36	45	30	39	47
Kriminalität, innere Sicherheit	37	39	36	38	38	36	39
Mehr soziale Gerechtigkeit	36	40	36	32	42	36	32
Wirtschaftliche Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit	33	39	31	33	36	33	31
Faire Renten und Altersvorsorge	25	26	26	22	27	24	24
Umwelt-, Natur- und Klimaschutz	22	22	22	20	16	22	23
Sichere Energieversorgung und bezahlbare Energiepreise	21	16	22	24	17	24	19
Ausreichender und bezahlbarer Wohnraum	17	20	16	17	22	15	14
Migration und Integration von Zugewanderten	14	11	16	14	8	15	15
Friedenspolitik und stabile Beziehungen mit anderen Ländern	11	8	11	11	9	9	14
Digitalisierung	5	3	6	6	7	5	5

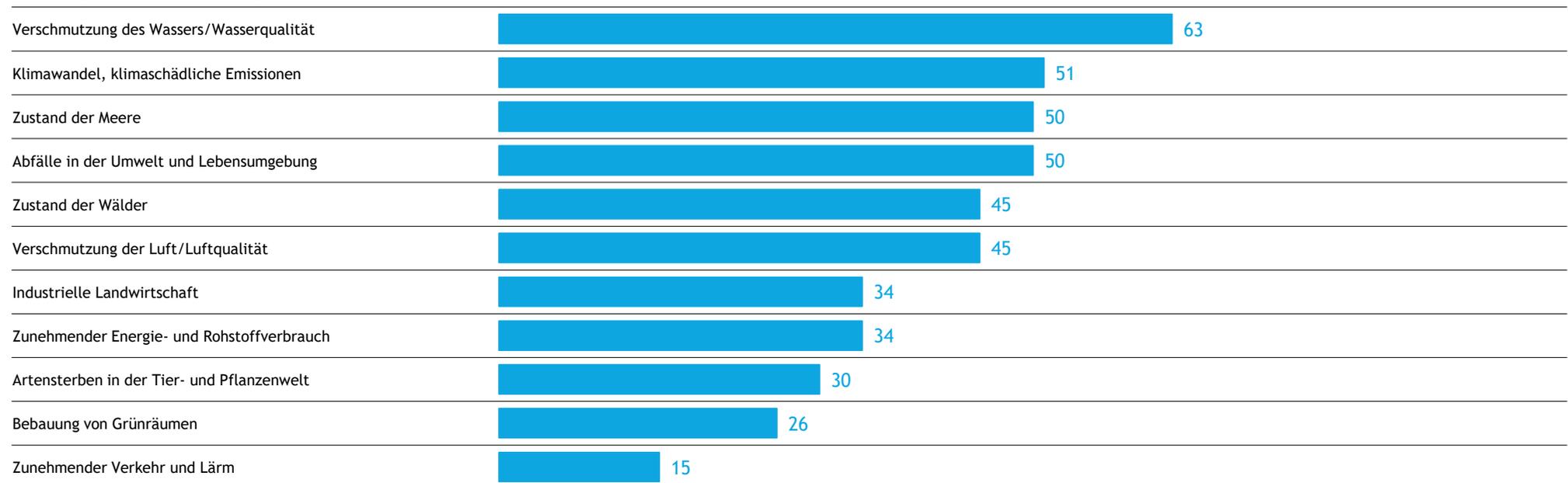
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

Umweltpolitische Handlungsfelder



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	63	58	66	55	68	66	62	68	67	56	67
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	51	52	65	61	61	42	43	53	44	52	54
Zustand der Meere	50	50	64	51	52	42	54	43	58	36	53
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	50	50	60	51	34	50	53	46	51	45	49
Zustand der Wälder	45	41	48	42	51	44	46	42	47	41	49
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	45	52	38	39	50	44	44	51	44	42	49
Industrielle Landwirtschaft	34	38	24	40	26	30	38	35	35	35	38
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	34	29	41	45	38	36	32	31	32	27	34
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	30	34	39	23	25	22	30	42	34	27	36
Bebauung von Grünräumen	26	25	16	27	26	26	29	24	29	30	25
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	22	6	12	21	16	12	11	15	21	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	63	61	64	58	58	64	67	66
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	51	48	55	58	51	50	47	51
Zustand der Meere	50	51	48	40	45	53	53	55
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	50	49	50	48	47	47	49	57
Zustand der Wälder	45	49	41	40	44	40	49	51
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	45	42	48	45	45	47	43	45
Industrielle Landwirtschaft	34	35	34	27	32	36	37	39
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	34	34	33	40	31	35	35	29
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	30	31	30	31	26	29	34	32
Bebauung von Grünräumen	26	24	28	27	26	26	27	24
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	17	14	16	21	15	12	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz umweltpolitischer Handlungsfelder

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

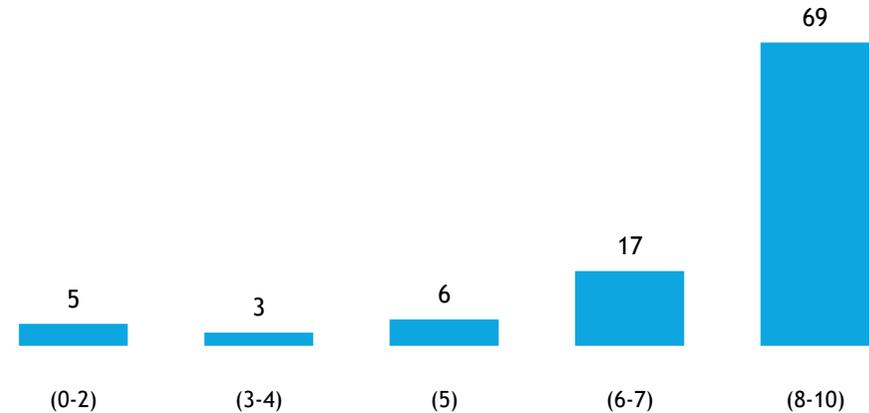
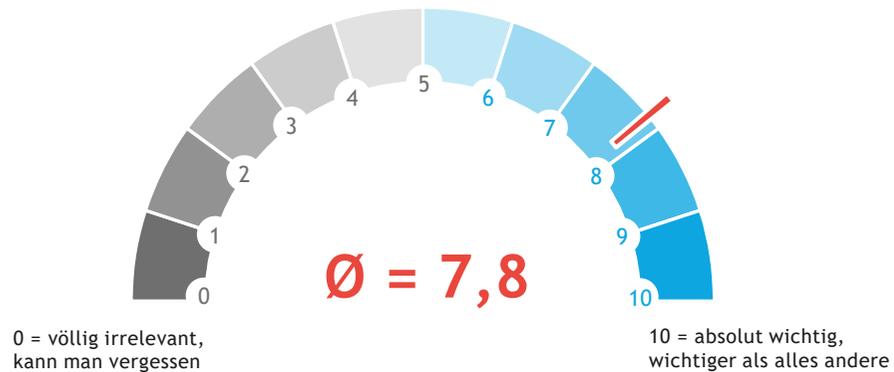
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Verschmutzung des Wassers/Wasserqualität	63	64	62	63	66	61	65
Klimawandel, klimaschädliche Emissionen	51	48	53	52	47	51	54
Zustand der Meere	50	44	50	52	48	49	53
Abfälle in der Umwelt und Lebensumgebung	50	45	50	52	51	48	49
Zustand der Wälder	45	38	45	48	40	45	47
Verschmutzung der Luft/Luftqualität	45	46	44	45	47	44	44
Industrielle Landwirtschaft	34	33	35	34	32	35	38
Zunehmender Energie- und Rohstoffverbrauch	34	32	33	37	29	37	32
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	30	32	33	27	34	29	32
Bebauung von Grünräumen	26	28	26	26	25	28	22
Zunehmender Verkehr und Lärm	15	15	15	15	18	14	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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



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 Griechenland?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	23	23	26	30	25	13	20	21	18	25	38
9	24	29	31	24	15	18	21	25	23	22	33
8	22	22	24	23	33	29	18	25	22	17	14
7	12	8	10	6	20	16	17	8	15	11	4
6	5	4	2	6	1	9	5	8	5	5	4
5	6	7	5	3	1	6	5	9	5	12	5
4	1	2	-	3	2	1	1	-	2	2	-
3	2	3	1	2	-	2	2	1	2	2	2
2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	-	-
1	1	-	-	1	-	1	2	1	1	1	-
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	3	-	-	2	-	5	7	2	5	2	-
Mittelwert	7,8	8,1	8,5	8,1	8,2	7,3	7,2	7,8	7,5	7,8	9,0

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	23	16	30	19	24	21	26	26
9	24	21	27	22	22	23	23	30
8	22	25	19	23	24	22	22	20
7	12	14	10	16	13	13	10	6
6	5	6	5	8	5	6	4	2
5	6	8	5	6	5	7	5	8
4	1	2	1	2	1	2	1	1
3	2	2	1	1	1	2	2	2
2	1	1	1	0	0	1	2	2
1	1	2	0	1	-	1	1	1
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	3	4	1	1	4	2	4	2
Mittelwert	7,8	7,3	8,3	7,8	7,9	7,7	7,8	8,0

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Relevanz des Themas Klimawandel

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

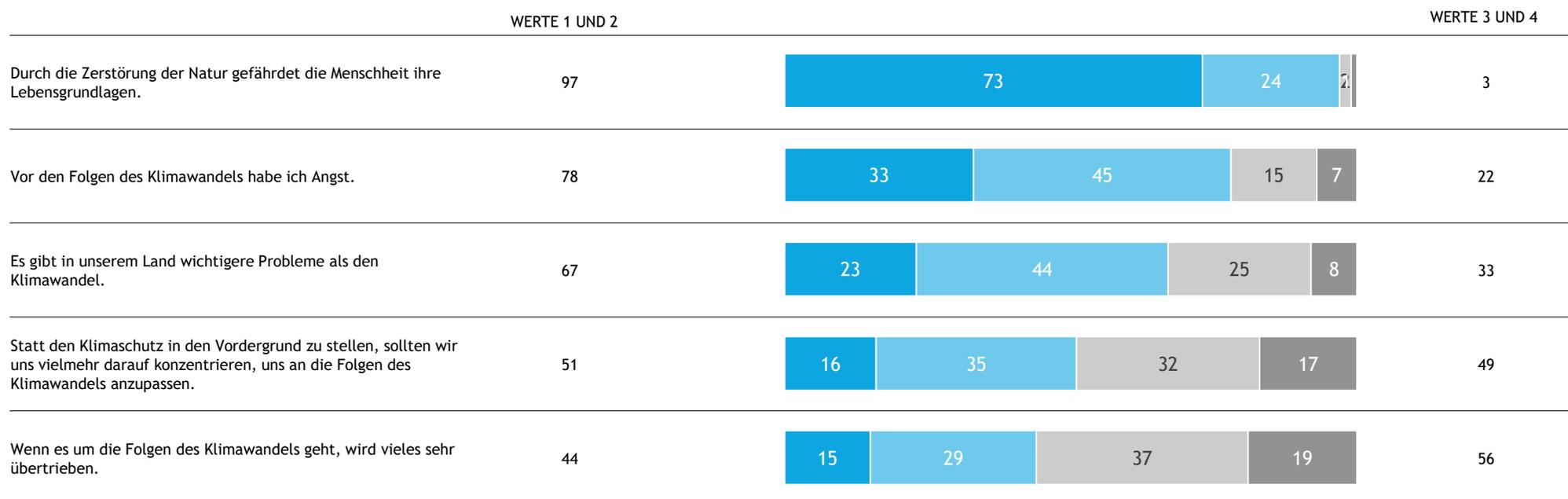
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
10=Absolut wichtig, wichtiger als alles andere	23	29	23	20	26	23	22
9	24	21	25	24	20	25	22
8	22	22	23	22	18	24	23
7	12	10	12	12	15	10	12
6	5	8	4	4	5	5	5
5	6	7	5	7	8	5	7
4	1	-	2	1	2	1	2
3	2	1	2	2	1	2	1
2	1	-	1	2	-	1	2
1	1	1	1	0	1	1	0
0=Völlig irrelevant, kann man vergessen	3	2	2	3	2	2	4
Mittelwert	7,8	8,0	7,8	7,6	7,8	7,9	7,7

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	97	99	99	100	98	94	98	99	98	97	100
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	82	93	74	78	71	73	79	66	82	89
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	67	68	46	64	67	82	75	65	68	64	57
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	51	60	34	40	49	55	48	50	52	66	40
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	44	45	15	39	36	55	53	38	48	54	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	97	97	98	98	97	98	98	99
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	72	84	84	76	77	77	78
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	67	73	61	72	68	70	63	62
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	51	50	51	53	55	50	46	50
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	44	47	40	39	50	45	42	43

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zum Klimawandel

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Durch die Zerstörung der Natur gefährdet die Menschheit ihre Lebensgrundlagen.	97	96	98	98	98	98	97
Vor den Folgen des Klimawandels habe ich Angst.	78	79	78	78	78	78	78
Es gibt in unserem Land wichtigere Probleme als den Klimawandel.	67	68	66	68	72	68	64
Statt den Klimaschutz in den Vordergrund zu stellen, sollten wir uns vielmehr darauf konzentrieren, uns an die Folgen des Klimawandels anzupassen.	51	58	51	45	62	47	48
Wenn es um die Folgen des Klimawandels geht, wird vieles sehr übertrieben.	44	49	41	43	50	44	40

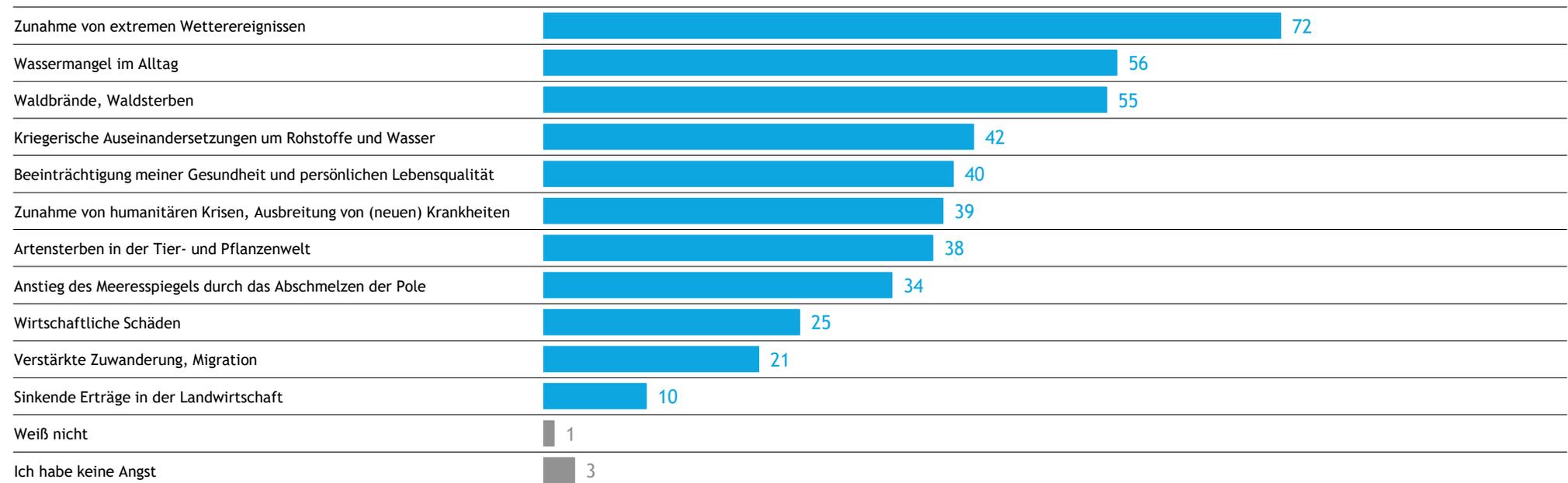
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

Folgen des Klimawandels



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zunahme von extremen Wetterereignissen	72	74	80	77	75	64	72	62	77	69	78
Wassermangel im Alltag	56	63	72	50	52	42	60	60	55	50	61
Waldbrände, Waldsterben	55	56	59	57	57	46	54	60	53	58	60
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	42	42	41	42	52	36	42	37	49	43	48
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	40	42	34	38	50	34	38	46	31	40	54
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	39	39	48	42	38	37	41	31	34	36	45
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	46	49	44	39	31	37	41	35	30	36
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	34	32	42	45	28	28	27	38	24	39	40
Wirtschaftliche Schäden	25	22	14	19	29	38	22	23	29	28	24
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	22	22	18	21	21	26	18	23	23	13
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	10	13	10	12	10	12	11	8	4	11	6
Weiß nicht	1	-	-	1	1	1	-	3	-	-	-
Ich habe keine Angst	3	2	-	1	-	4	5	4	7	3	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zunahme von extremen Wetterereignissen	72	67	77	64	73	75	72	77
Wassermangel im Alltag	56	55	57	54	55	56	58	56
Waldbrände, Waldsterben	55	53	58	59	54	52	57	56
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	42	42	42	42	41	40	41	50
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	40	39	40	42	44	39	41	33
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	39	37	41	37	35	40	41	42
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	38	38	38	38	40	42	32
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	34	33	35	40	32	30	34	34
Wirtschaftliche Schäden	25	26	24	27	28	24	26	21
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	24	18	12	16	20	27	30
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	10	9	10	10	12	10	8	9
Weiß nicht	1	0	1	0	0	1	0	-
Ich habe keine Angst	3	4	2	2	4	3	2	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Folgen des Klimawandels - Angstskala

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Zunahme von extremen Wetterereignissen	72	71	70	77	71	72	73
Wassermangel im Alltag	56	51	57	57	56	54	56
Waldbrände, Waldsterben	55	60	57	50	50	58	56
Kriegerische Auseinandersetzungen um Rohstoffe und Wasser	42	38	41	47	45	41	47
Beeinträchtigung meiner Gesundheit und persönlichen Lebensqualität	40	36	42	39	38	42	36
Zunahme von humanitären Krisen, Ausbreitung von (neuen) Krankheiten	39	33	40	41	40	36	41
Artensterben in der Tier- und Pflanzenwelt	38	41	36	40	40	39	36
Anstieg des Meeresspiegels durch das Abschmelzen der Pole	34	34	34	33	31	35	33
Wirtschaftliche Schäden	25	28	26	21	28	26	24
Verstärkte Zuwanderung, Migration	21	18	22	22	21	19	26
Sinkende Erträge in der Landwirtschaft	10	8	11	10	11	9	12
Weiß nicht	1	1	1	-	1	-	-
Ich habe keine Angst	3	3	2	3	2	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

3

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 95% der Befragten sind der Auffassung, dass wir alle selbst aktiv werden und anfangen müssen, unsere Lebensweise zu verändern, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 60%).
- Darüber hinaus wären 92% der Befragten bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt würden (höchste Zustimmungsstufe: 46%).
- Außerdem stellen 88% den Anspruch an sich, aktiv an der Veränderung der Gesellschaft beizutragen (höchste Zustimmungsstufe: 35%).

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- Neun von zehn Befragten (92%) sind der Meinung, dass wir bereit sein sollten, zugunsten der Umwelt unseren Lebensstil zu ändern (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 55%). 78% sagen allerdings (auch), selbst nur dann bereit zu sein, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn dadurch der eigene Lebensstandard nicht beeinträchtigt wird (höchste Zustimmungsstufe: 27%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 67% befürchten, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen mit persönlich hohen Kosten verbunden ist (höchste Zustimmungsstufe: 21%). Weiterhin halten rund zwei Drittel (63%) entsprechende Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz für sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten (höchste Zustimmungsstufe: 23%). Dass es persönlich an finanziellen Möglichkeiten fehlt, um etwas für den Klimaschutz zu tun, sagen 59% (höchste Zustimmungsstufe: 20%).
- 60% geben an, sich zu ärgern, wenn andere einem vorschreiben wollen, wie man zu leben hat (höchste Zustimmungsstufe: 25%). Darüber hinaus beklagen 42%, man könne bald überhaupt nichts mehr machen, wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt (höchste Zustimmungsstufe: 14%).
- 72% wären bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden (höchste Zustimmungsstufe: 27%). Allerdings glauben 29% nicht daran, mit dem eigenen Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können (höchste Zustimmungsstufe: 6%). Dass erstmal andere den ersten Schritt tun sollten, bevor man selbst zum Klimaschutz beiträgt, sagen 34% (höchste Zustimmungsstufe: 12%).
- 31% finden es schwierig, das eigene Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten (höchste Zustimmungsstufe: 6%). Darüber hinaus sagen 78%, die mangelnde Infrastruktur mache es unmöglich, auf das Auto zu verzichten (höchste Zustimmungsstufe: 36%). 14% geben an, es nicht einzusehen, das eigene Verhalten zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert (höchste Zustimmungsstufe: 4%).

Die zentralen Befunde

Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 52% geben zu bedenken, dass Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen können (höchste Zustimmungsstufe: 18%). Weiterhin sagen 40%, der Erhalt von Arbeitsplätzen sei wichtiger als Klima- und Umweltschutz (höchste Zustimmungsstufe: 10%). Dass die Bekämpfung des Klimawandels unserer Wirtschaft schadet, meinen 42% (höchste Zustimmungsstufe: 14%).
- 50% sind der Auffassung, die Wirtschaft wisse am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann (höchste Zustimmungsstufe: 11%). Außerdem meinen 38%, dass Wissenschaft und Technik das Problem des Klimawandels lösen werden, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen (höchste Zustimmungsstufe: 9%).

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

- 96% der Befragten sind der Ansicht, dass mehr Umweltschutz auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle bedeutet (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 67%). Weiterhin meinen 96%, jeder Einzelne trage Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen (höchste Zustimmungsstufe: 68%). Darüber hinaus sind 94% der Auffassung, Umweltschutz sei eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht (höchste Zustimmungsstufe: 59%). Persönlich verantwortlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt fühlen sich 88% (höchste Zustimmungsstufe: 40%).

Die zentralen Befunde

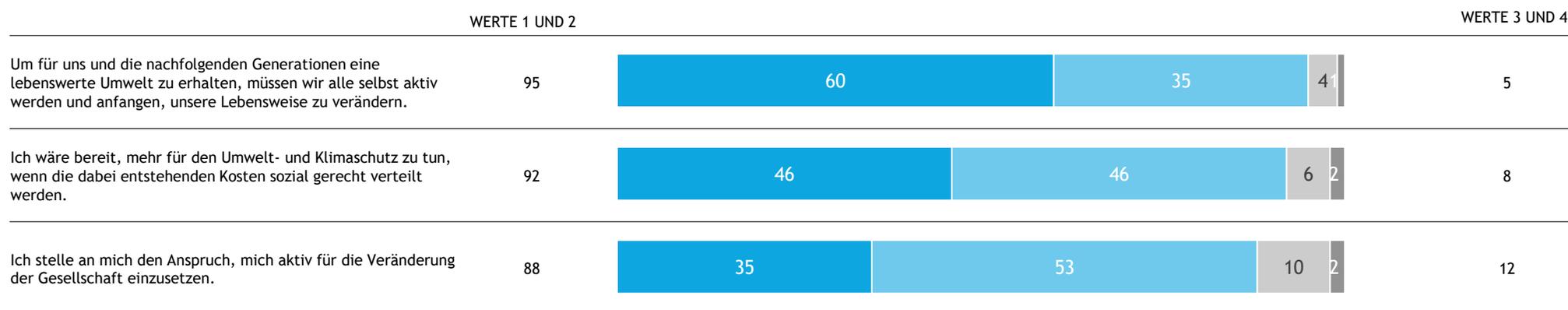
Klima- und umweltbewusste Verhaltensweisen

- 97% geben an, es fördere ihre Lebensqualität erheblich, wenn sie Zeit in der Natur verbringen (höchste Zustimmungsstufe: 69%). Außerdem meinen 83% der Befragten, sie fühlen sich mit der Natur stark verbunden (höchste Zustimmungsstufe: 34%).
- 93% sehen die Industrieländer in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, da sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben (höchste Zustimmungsstufe: 53%). Darüber hinaus sagen 88%, sie fühlen sich besser, wenn sie Produkte kaufen, die Umwelt und Klima weniger belasten (höchste Zustimmungsstufe: 44%).
- 91% sind der Auffassung, dass unsere Wirtschaft klimafreundlicher werden muss, da andernfalls wirtschaftliche Schäden drohen (höchste Zustimmungsstufe: 39%). Dass eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken wird, glauben 88% (höchste Zustimmungsstufe: 35%). Weiterhin meinen 83%, der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren biete große Beschäftigungschancen (höchste Zustimmungsstufe: 29%).



Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

- stimme voll und ganz zu
- stimme eher nicht zu
- stimme eher 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.	95	98	99	96	98	88	95	97	91	94	100
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	92	94	88	92	93	83	97	91	92	91	96
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	88	92	96	90	87	75	90	89	85	86	95

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.	60	67	79	66	64	34	51	62	50	64	88
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	46	48	46	43	40	28	49	31	58	49	70
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	35	40	51	46	41	13	21	29	28	39	64

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	95	94	96	96	94	97	94	93
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	92	92	91	91	91	92	90	95
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	88	86	90	86	85	90	87	90

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.	60	53	67	64	58	59	59	62
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	46	45	46	44	47	46	41	52
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	35	29	40	43	33	33	33	34

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	95	95	96	94	95	96	94
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	92	87	92	94	92	92	91
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	88	86	89	88	90	87	88

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

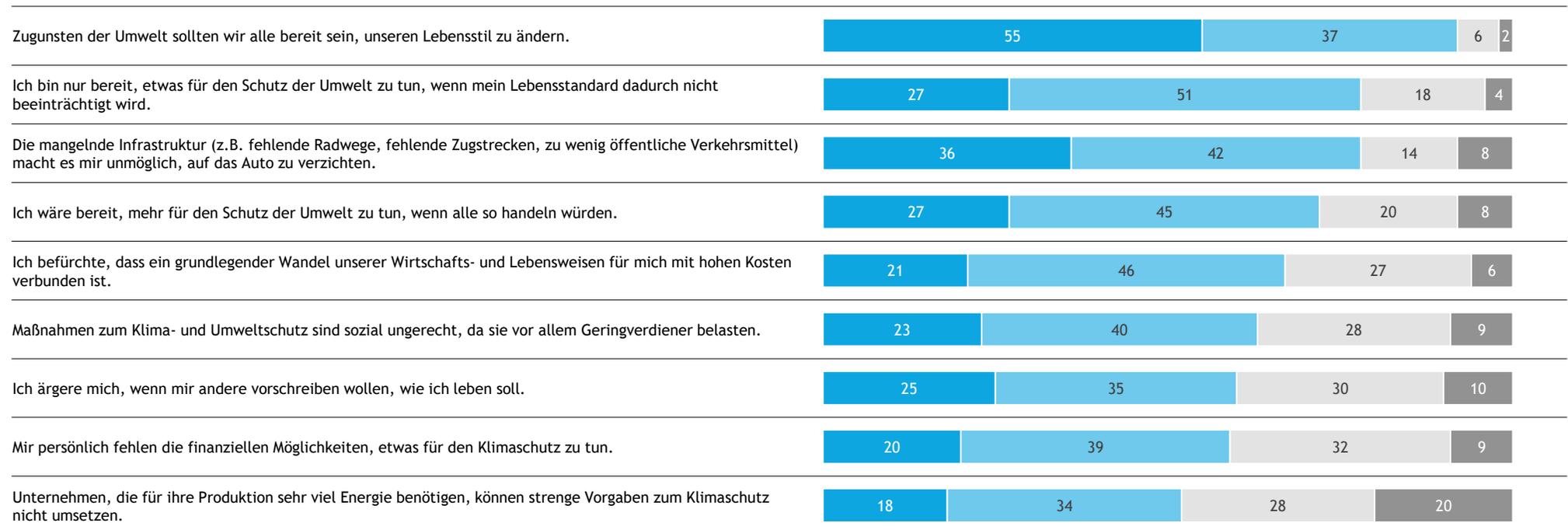
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, müssen wir alle selbst aktiv werden und anfangen, unsere Lebensweise zu verändern.	60	60	59	63	62	58	62
Ich wäre bereit, mehr für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, wenn die dabei entstehenden Kosten sozial gerecht verteilt werden.	46	45	43	51	44	45	50
Ich stelle an mich den Anspruch, mich aktiv für die Veränderung der Gesellschaft einzusetzen.	35	32	34	38	38	33	36

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

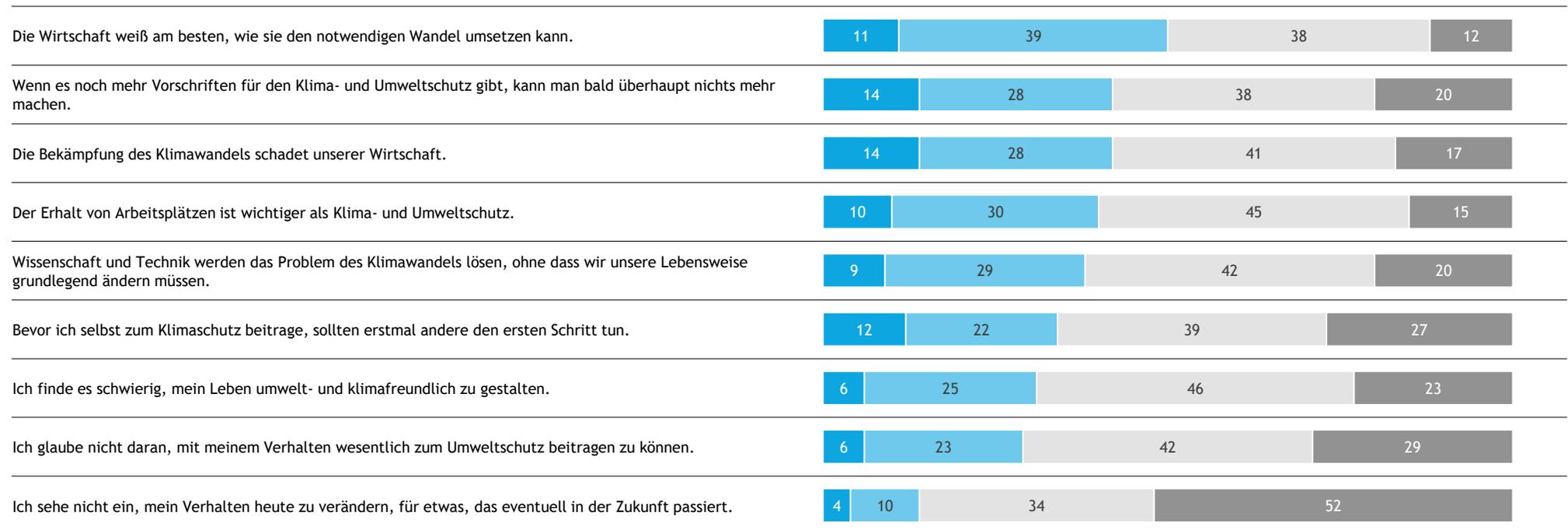


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	94	97	92	96	86	90	95	89	90	98
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	78	83	64	72	81	83	79	80	82	81	77
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	78	78	79	76	84	79	80	69	78	76	88
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	72	78	62	60	71	76	78	68	68	76	67
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	67	67	54	55	64	76	79	61	73	73	58
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	63	59	52	57	59	72	70	67	70	64	50
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	60	61	30	61	60	66	67	60	71	69	45
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	56	36	35	59	68	69	60	73	72	40
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	52	53	29	41	42	61	51	59	61	64	40

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	50	55	39	46	59	54	46	41	49	62	49
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	42	48	13	36	27	53	46	40	49	54	32
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	42	39	32	32	35	48	43	43	56	51	26
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	40	40	16	37	47	57	39	25	46	51	26
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	38	42	24	33	47	53	31	29	29	45	33
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	34	34	14	28	22	45	35	26	35	50	23
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	31	25	24	26	40	41	34	25	34	40	10
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	29	28	18	24	23	40	35	20	35	38	12
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	14	10	4	13	10	24	13	6	16	28	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	90	93	92	88	95	92	92
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	78	77	80	78	82	81	76	75
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	78	77	79	80	79	76	78	78
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	72	75	68	79	71	68	70	69
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	67	69	66	70	70	67	69	61
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	63	67	60	64	74	58	61	60
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	60	65	57	60	63	67	56	56
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	64	54	55	62	61	54	60
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	52	54	49	50	46	50	55	57

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	50	44	56	49	51	52	50	48
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	42	49	35	45	44	42	43	36
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	42	47	37	37	45	42	44	41
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	40	45	35	46	40	37	41	37
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	38	40	35	40	42	37	35	34
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	34	36	31	38	35	32	36	26
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	31	35	27	35	34	31	26	28
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	29	34	24	37	30	27	27	24
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	14	16	12	19	17	12	14	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	92	92	92	92	93	92	91
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	78	80	78	78	84	78	77
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	78	74	79	80	81	77	80
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	72	73	69	74	73	71	69
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	67	69	70	62	74	67	66
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	63	65	65	59	67	64	60
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	60	71	60	55	73	58	57
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	59	66	58	54	67	60	53
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	52	64	48	48	56	50	50

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	50	54	52	46	60	50	47
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	42	52	40	39	49	41	40
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	42	48	40	39	49	39	41
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	40	42	38	41	46	39	39
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	38	38	35	41	44	36	38
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	34	42	32	30	46	31	29
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	31	37	31	26	34	30	31
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	29	34	29	26	36	28	27
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	14	24	12	10	22	12	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	55	60	73	65	55	34	42	51	51	56	76
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	36	32	37	43	36	30	42	26	31	37	52
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	38	19	24	27	18	29	23	28	35	30
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	27	26	21	30	32	21	28	22	22	39	31
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	25	20	12	25	17	19	28	26	37	37	21
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	23	21	18	26	5	12	32	22	33	30	19
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	13	14	20	17	19	31	10	34	25	17
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	20	20	7	14	11	22	22	21	28	28	14
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	18	19	9	12	12	13	17	29	23	25	21

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	14	11	5	11	4	9	18	19	25	20	12
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	8	13	12	7	10	14	12	25	23	10
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	12	14	5	12	6	11	13	8	12	20	7
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	11	11	7	17	9	7	9	3	14	22	10
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	10	10	5	8	9	13	8	7	14	17	4
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	9	5	7	8	11	15	4	5	11	10	11
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	6	4	2	6	4	5	10	-	10	13	2
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	6	4	4	2	9	6	6	3	6	14	-
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	4	2	1	6	-	4	4	-	1	12	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	55	47	62	58	55	53	49	58
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	36	37	36	32	43	36	36	34
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	28	26	33	30	26	26	22
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	27	27	27	28	34	27	25	22
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	25	28	22	25	30	24	22	24
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	23	26	20	23	27	22	25	18
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	22	19	22	24	23	16	20
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	20	22	18	22	24	17	18	20
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	18	19	17	21	16	13	20	21

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	14	17	11	14	12	13	16	14
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	16	12	9	17	14	11	19
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	12	12	12	11	14	10	12	12
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	11	9	13	13	14	9	6	14
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	10	11	9	11	12	7	10	11
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	9	10	8	12	12	8	5	7
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	6	7	5	8	9	3	6	6
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	6	6	5	8	8	3	4	4
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	4	5	3	7	4	3	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (1)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Zugunsten der Umwelt sollten wir alle bereit sein, unseren Lebensstil zu ändern.	55	58	53	54	57	50	58
Die mangelnde Infrastruktur (z.B. fehlende Radwege, fehlende Zugstrecken, zu wenig öffentliche Verkehrsmittel) macht es mir unmöglich, auf das Auto zu verzichten.	36	33	36	39	40	37	36
Ich wäre bereit, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn alle so handeln würden.	27	30	24	31	26	28	26
Ich bin nur bereit, etwas für den Schutz der Umwelt zu tun, wenn mein Lebensstandard dadurch nicht beeinträchtigt wird.	27	26	26	29	30	27	25
Ich ärgere mich, wenn mir andere vorschreiben wollen, wie ich leben soll.	25	30	23	25	34	23	21
Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz sind sozial ungerecht, da sie vor allem Geringverdiener belasten.	23	27	23	20	29	22	21
Ich befürchte, dass ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen für mich mit hohen Kosten verbunden ist.	21	21	20	21	26	19	22
Mir persönlich fehlen die finanziellen Möglichkeiten, etwas für den Klimaschutz zu tun.	20	24	19	18	28	19	16
Unternehmen, die für ihre Produktion sehr viel Energie benötigen, können strenge Vorgaben zum Klimaschutz nicht umsetzen.	18	26	17	14	23	16	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Barrieren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen (2)

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

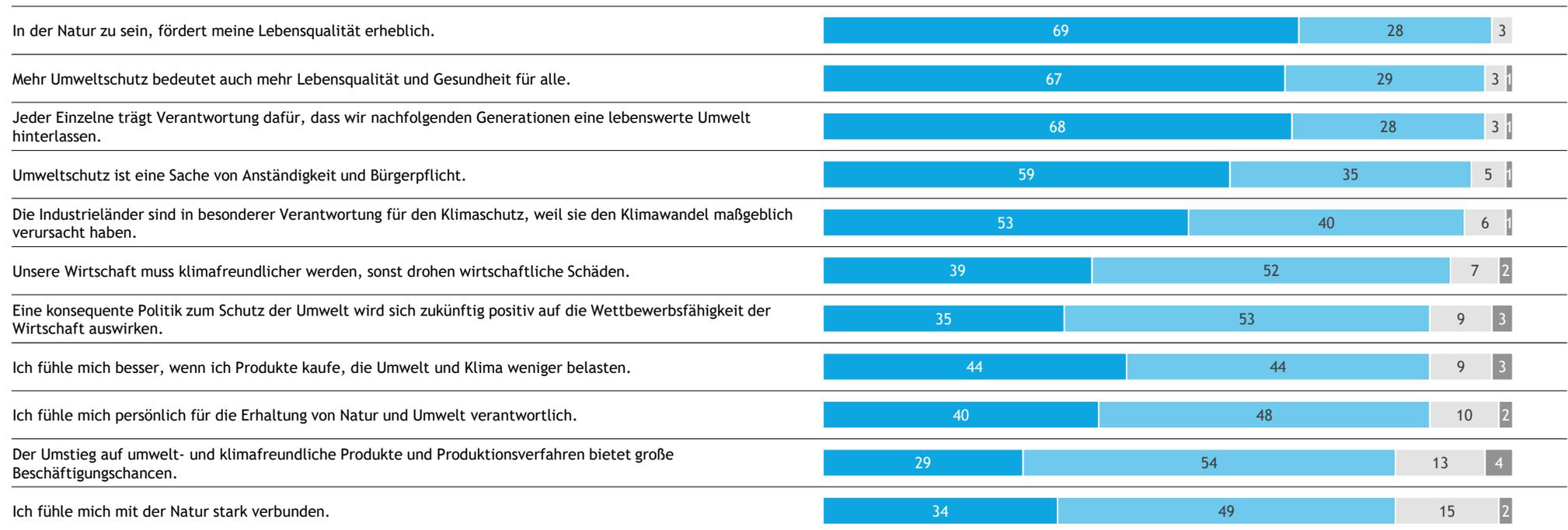
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Wenn es noch mehr Vorschriften für den Klima- und Umweltschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen.	14	19	12	13	20	14	12
Die Bekämpfung des Klimawandels schadet unserer Wirtschaft.	14	16	13	13	15	12	14
Bevor ich selbst zum Klimaschutz beitrage, sollten erstmal andere den ersten Schritt tun.	12	13	10	13	18	10	11
Die Wirtschaft weiß am besten, wie sie den notwendigen Wandel umsetzen kann.	11	15	10	10	17	9	10
Der Erhalt von Arbeitsplätzen ist wichtiger als Klima- und Umweltschutz.	10	12	9	10	14	8	11
Wissenschaft und Technik werden das Problem des Klimawandels lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise grundlegend ändern müssen.	9	9	7	11	12	8	9
Ich glaube nicht daran, mit meinem Verhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen zu können.	6	5	6	7	8	5	7
Ich finde es schwierig, mein Leben umwelt- und klimafreundlich zu gestalten.	6	9	5	5	10	4	6
Ich sehe nicht ein, mein Verhalten heute zu verändern, für etwas, das eventuell in der Zukunft passiert.	4	6	3	4	6	2	5

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	97	96	97	94	97	97	96	99
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	96	96	97	95	95	97	95	99
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	96	93	98	97	93	98	95	96
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	93	92	95	92	91	97	94	96
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	93	91	94	90	90	91	95	98
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	91	87	93	92	89	90	90	91
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	88	85	91	87	85	89	89	90
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	88	81	94	82	88	89	87	91
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	88	85	90	86	85	85	91	89
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	83	79	88	85	82	84	85	82
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	83	84	78	85	82	84	87

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	97	97	96	97	98	96	96
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	96	95	98	96	97	98	95
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	96	97	96	95	96	96	96
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	93	93	94	93	95	93	93
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	93	90	94	93	92	93	94
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	91	89	91	90	92	90	91
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	88	87	88	90	88	89	88
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	88	89	88	86	89	87	87
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	88	81	89	88	84	87	91
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	83	82	84	84	86	82	85
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	83	85	81	86	85	84	82

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	69	76	74	75	67	39	69	73	74	70	82
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	68	74	84	78	60	47	58	63	74	72	85
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	67	73	90	69	74	47	62	59	68	66	87
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	59	65	79	65	58	32	52	59	52	61	81
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	53	54	58	55	40	39	59	53	57	52	64
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	44	52	57	52	46	24	32	31	44	45	68
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	40	42	55	54	37	20	35	35	34	36	62
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	39	44	56	50	47	21	32	30	24	43	53
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	35	39	48	39	35	18	28	27	29	42	56
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	34	44	40	37	33	16	31	35	33	34	50
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	29	40	40	35	26	13	18	23	29	32	47

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	69	62	75	64	69	69	66	75
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	68	64	72	70	58	70	67	76
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	67	60	74	64	69	69	63	74
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	59	53	64	59	53	58	53	69
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	53	56	50	49	52	49	57	60
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	44	35	52	43	39	42	45	49
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	40	36	43	41	38	42	40	37
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	39	34	43	44	39	36	38	37
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	35	33	37	40	35	33	31	36
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	34	30	38	31	31	33	35	42
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	29	24	34	32	27	27	32	29

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Motivatoren von klima- und umweltbewussten Verhaltensweisen

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
In der Natur zu sein, fördert meine Lebensqualität erheblich.	69	69	69	68	73	67	69
Jeder Einzelne trägt Verantwortung dafür, dass wir nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt hinterlassen.	68	67	69	67	65	67	73
Mehr Umweltschutz bedeutet auch mehr Lebensqualität und Gesundheit für alle.	67	63	70	67	66	66	69
Umweltschutz ist eine Sache von Anständigkeit und Bürgerpflicht.	59	56	58	60	57	56	61
Die Industrieländer sind in besonderer Verantwortung für den Klimaschutz, weil sie den Klimawandel maßgeblich verursacht haben.	53	51	53	56	53	54	55
Ich fühle mich besser, wenn ich Produkte kaufe, die Umwelt und Klima weniger belasten.	44	42	45	42	48	40	44
Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung von Natur und Umwelt verantwortlich.	40	40	40	39	38	40	44
Unsere Wirtschaft muss klimafreundlicher werden, sonst drohen wirtschaftliche Schäden.	39	37	38	42	44	35	41
Eine konsequente Politik zum Schutz der Umwelt wird sich zukünftig positiv auf die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft auswirken.	35	36	34	37	37	32	37
Ich fühle mich mit der Natur stark verbunden.	34	35	34	34	44	31	32
Der Umstieg auf umwelt- und klimafreundliche Produkte und Produktionsverfahren bietet große Beschäftigungschancen.	29	34	29	26	32	29	30

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

4

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

- Auf die Frage, ob ein grundlegender Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen in Griechenland nötig sei, antworten 88% der Befragten mit „ja, auf jeden Fall“ (40%) oder „eher ja“ (48%). Demgegenüber stehen 9%, die einen grundlegenden Wandel (eher) nicht für notwendig halten. Weitere 3% antworten mit „weiß ich nicht“.

Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure machen zu wenig?

- Nach Meinung der Bevölkerung sind es vor allem politische Parteien, die sich stärker dafür einsetzen sollten, den Klimawandel zu bewältigen: 83% der Befragten geben an, politische Parteien würden sich (viel) zu wenig engagieren.
- 77% meinen, dass die Regierung (viel) zu wenig macht, um den Klimawandel zu bewältigen. 76% sehen die Unternehmen bzw. die Wirtschaft stärker in der Pflicht, 72% wünschen sich mehr Verantwortung von Seiten der lokalen Regierungen (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune), und 71% sind der Meinung, die Gewerkschaften sollten mehr tun.
- Dass sich die Bürgerinnen und Bürger vor Ort (viel) zu wenig bemühen, sagen 64% der Befragten. 55% finden, dass die Europäische Union (viel) zu wenig tut.
- Von Seiten der Nichtregierungsorganisationen wird seltener erwartet, die Anstrengungen zu erhöhen (42%). Am wenigsten sieht man die Wissenschaft in der Pflicht (viel zu wenig/zu wenig: 33%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Verantwortungszuschreibung - Welche Akteure können am meisten zur Krisenbewältigung beitragen?

- Wenn es um die Bewältigung der Klima- und Umweltkrise geht, wird die Regierung mit Abstand am häufigsten zu den drei einflussreichsten Akteuren gezählt (59%). Auf dem zweiten Platz rangiert die Europäische Union (45%), dicht gefolgt von der Wissenschaft (44%). Den Bürger*innen vor Ort wird von 34%, Unternehmen von 33% und lokalen Regierungen am Wohnort von 29% eine einflussreiche Rolle zugeschrieben. Dahinter folgen NGOs (14%), politische Parteien (11%) und Gewerkschaften (3%).

Einstellungen zu politischen Maßnahmen

- 95% sind der Meinung, dass sich die Politik viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern müsste (höchste Zustimmungsstufe „stimme voll und ganz zu“: 58%). 95% 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: 63%). Dabei fühlen sich 71% 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%).
- 78% sind der Meinung, dass einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten von Umweltbelastungen nicht stärker betroffen sein dürfen als andere Bevölkerungsgruppen (höchste Zustimmungsstufe: 35%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 94% sprechen sich für Förderprogramme aus, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen (höchste Zustimmungsstufe: 49%). 87% meinen, die Wirtschaft brauche klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden (höchste Zustimmungsstufe: 30%). Dass die Politik viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben sollte, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen, sagen 84% (höchste Zustimmungsstufe: 40%). Darüber hinaus sind 77% der Auffassung, die Politik folge zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft (höchste Zustimmungsstufe: 37%).
- 91% befürworten einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien (höchste Zustimmungsstufe: 43%). Der Aussage „Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt“, stimmen 82% zu (höchste Zustimmungsstufe: 39%).
- 85% meinen, es brauche vor allem strenge und konsequente Gesetze, um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten (höchste Zustimmungsstufe: 40%). 76% sagen aber (auch), es gebe schon genügend Vorgaben für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen - würden diese auch umgesetzt werden, wären wir auf einem guten Weg (höchste Zustimmungsstufe: 23%).
- 45% sind der Auffassung, dass Maßnahmen zum Strukturwandel auch dann durchgesetzt werden sollten, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen (höchste Zustimmungsstufe: 10%). 85% sagen indes, es sollten die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze möglichst lange erhalten werden, falls es keine passenden Alternativen gibt (höchste Zustimmungsstufe: 30%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

Beurteilung von Maßnahmen im Natur-, Umwelt- und Klimaschutz

- **Mobilität**: 98% sprechen sich dafür aus, das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs zu erweitern (höchste Zustimmungsstufe „befürworte ich voll und ganz“: 64%). 97% der Befragten befürworteten eine Reduzierung der Preise für den öffentlichen Nahverkehr (höchste Zustimmungsstufe: 70%). Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge befürworteten 88% (höchste Zustimmungsstufe: 48%), die Förderung von Elektrofahrzeugen 85% (höchste Zustimmungsstufe: 46%), eine Klimaabgabe auf Flugtickets 57% (höchste Zustimmungsstufe: 17%), und die Einführung einer Pkw-Maut (so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss) 35% (höchste Zustimmungsstufe: 12%).
- **Energie**: 91% der Befragten befürworteten die Mitgliedschaft in einer Genossenschaft (höchste Zustimmungsstufe: 37%). 88% sind für eine Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten (höchste Zustimmungsstufe: 52%) und 79% sprechen sich für den Bau von mehr Windkraftanlagen aus (höchste Zustimmungsstufe: 41%).
- **Technik/Innovationen/Wirtschaft**: 95% der Befragten sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker zu fördern (höchste Zustimmungsstufe: 57%). Ebenfalls 95% sind für eine Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (höchste Zustimmungsstufe: 57%). Klimaschädliche Subventionen abzubauen befürworteten 76% (höchste Zustimmungsstufe: 35%) und klimaschädliche Produkte zu verteuern 70% (höchste Zustimmungsstufe: 29%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- **Bildung:** Eine Verbesserung der schulischen Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz unterstützen 96% (höchste Zustimmungsstufe: 73%). 92% befürworten eine Ausbildung oder eine Weiterbildung (bzw. Umschulungsangebote) für Arbeitnehmer,*innen die in Berufen tätig sind, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden (höchste Zustimmungsstufe: 55%).
- **Wohnen:** 96% unterstützen eine staatliche Förderung von privaten Haushalten, wenn diese erneuerbare Energien nutzen (höchste Zustimmungsstufe: 65%). Genauso viele Befragte befürworten eine staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung (höchste Zustimmungsstufe: 62%). Einer finanziellen Förderung von kosteneffizienten Heiz- und Wärmesystemen (z.B. Wärmepumpe) stimmen 95% zu (höchste Zustimmungsstufe: 62%), und gesetzlichen Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten stimmen 92% zu (höchste Zustimmungsstufe: 49%).

Einstellungen zur Energie-/Wärmewende

- 96% 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“: 65%). Weiterhin meinen 95%, dass die betroffenen Arbeitnehmer*innen finanziell unterstützt (Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc.) werden sollten (höchste Zustimmungsstufe: 63%).

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

- 96% 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: 70%). Außerdem sprechen sich 95% dafür aus, dass die Entwicklung von Energiegemeinschaften durch die Regierung unterstützt werden sollte (höchste Zustimmungstufe: 55%).
- 91% 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: 43%).
- Nach Auffassung von 91% der Befragten sollten Regionen und Gemeinden, die von der Umstellung der Strom- und Wärmeversorgung auf erneuerbare Energien betroffen sind (z.B. Kohleabbau-, Erdgas-, Erdölregionen), finanzielle Unterstützung erhalten (höchste Zustimmungstufe: 51%). Darüber hinaus meinen 87%, in den betroffenen Regionen und Gemeinden sollten aktiv neue Industrien angesiedelt werden (höchste Zustimmungstufe: 43%).
- 79% der Befragten können sich vorstellen, sich aktiv an der Gestaltung der Energieversorgung ihrer Gemeinde zu beteiligen, wobei 23% sagen, sie könnten sich das „auf jeden Fall“ vorstellen. Danach gefragt, ob man sich vorstellen könnte, eigene Energie zu erzeugen, geben 4% an, sie würden das bereits tun, 64% meinen, sie können sich das „auf jeden Fall“ vorstellen und 22%, sie können sich das „eher“ vorstellen.

Die zentralen Befunde

Wandel der Lebens- und Wirtschaftsweisen

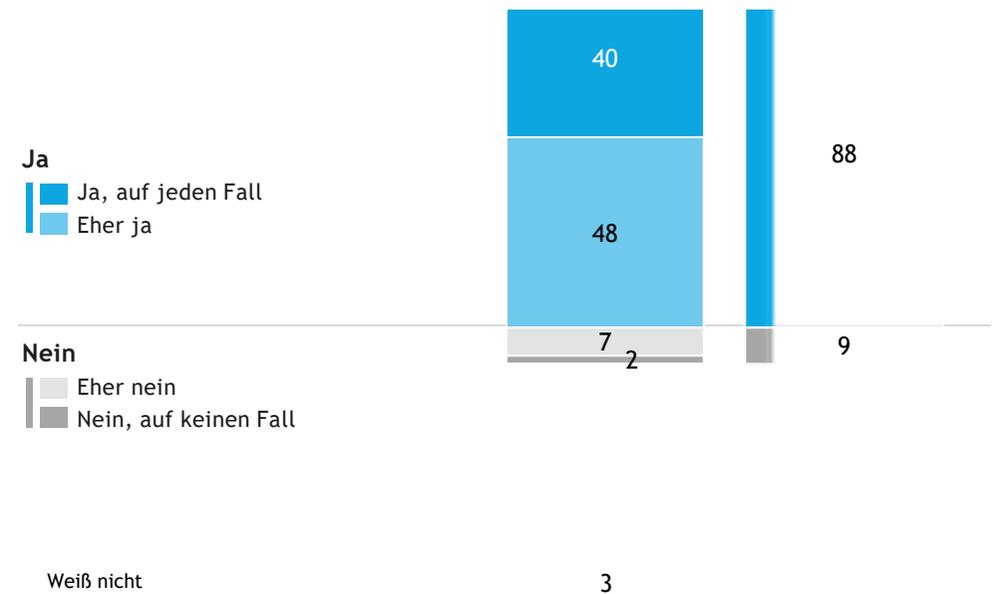
- 70% würden den Bau eines Solarparks in ihrer Gemeinde „gut finden“, wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen. Weitere 25% würden das akzeptieren, nur 5% lehnen das ab. Den Bau eines Windparks in ihrer Gemeinde würden 49% „gut finden“ (wenn die Gewinne, die dadurch entstehen, der Gemeinde zugutekommen). Weitere 31% würden das akzeptieren, 20% lehnen das ab.
- Für den Kampf gegen den Klimawandel ist es nötig, in den kommenden Jahren anders zu heizen. 84% der Befragten sind der Meinung, dies sollte über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung geschehen. Hingegen befürworten 4% Verbote und 2% höhere Preise für Öl, Gas und Kohle. Die übrigen 10% 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 33% mit „ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden“. Weitere 37% antworten mit „eher ja“. Demgegenüber haben 14% mit „eher nein“ und 16% mit „nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden“ geantwortet.

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
(EHER) JA	88	89	97	86	87	79	85	86	89	87	95
Ja, auf jeden Fall	40	33	43	46	41	25	38	34	46	42	60
Eher ja	48	56	54	40	46	54	48	52	43	45	36
(EHER) NEIN	9	8	-	9	12	19	11	9	9	9	5
Eher nein	7	8	-	8	11	15	7	7	6	5	5
Nein, auf keinen Fall	2	1	-	1	1	4	4	2	3	4	-
Weiß nicht	3	3	3	5	2	2	4	4	2	4	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
(EHER) JA	88	87	88	91	89	90	84	85
Ja, auf jeden Fall	40	35	44	47	43	40	36	34
Eher ja	48	52	44	44	46	50	48	51
(EHER) NEIN	9	11	8	8	8	8	13	11
Eher nein	7	8	6	6	6	7	10	8
Nein, auf keinen Fall	2	2	2	2	2	1	3	3
Weiß nicht	3	2	4	1	3	2	4	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Beurteilung der Notwendigkeit eines Wandels

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

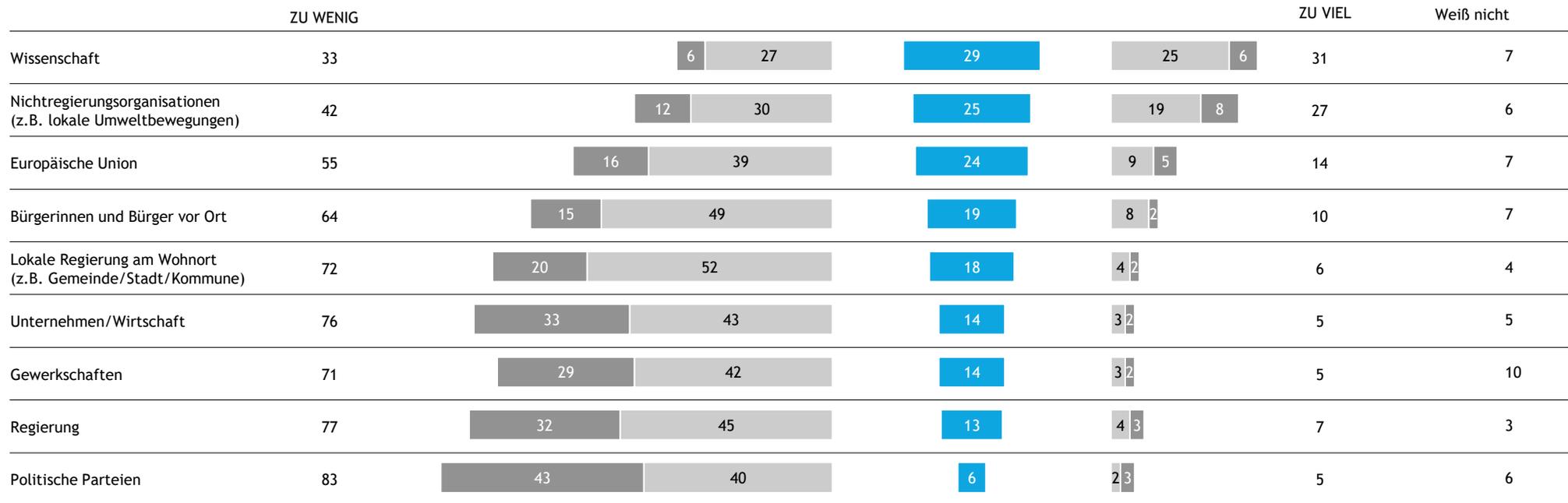
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
(EHER) JA	88	91	87	85	89	87	85
Ja, auf jeden Fall	40	49	38	35	42	39	38
Eher ja	48	42	49	50	47	48	46
(EHER) NEIN	9	6	9	12	6	10	13
Eher nein	7	5	8	9	4	9	10
Nein, auf keinen Fall	2	2	2	4	2	2	3
Weiß nicht	3	3	4	2	5	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

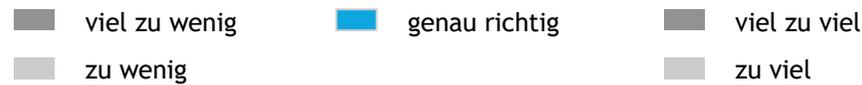
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Unternehmen/Wirtschaft											
viel zu viel/zu viel	5	6	1	3	13	6	5	2	4	8	6
genau richtig	14	10	10	17	12	20	11	11	12	16	18
zu wenig/viel zu wenig	76	78	83	77	75	66	80	76	78	72	76
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)											
viel zu viel/zu viel	6	8	2	5	16	5	6	8	2	4	2
genau richtig	18	21	15	22	13	18	14	14	16	27	20
zu wenig/viel zu wenig	72	67	79	72	70	69	76	68	79	66	74
Europäische Union											
viel zu viel/zu viel	14	13	13	16	18	16	14	12	10	14	12
genau richtig	24	20	24	27	28	29	13	19	21	27	30
zu wenig/viel zu wenig	55	61	58	50	50	46	65	55	61	53	55

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Regierung											
viel zu viel/zu viel	7	7	4	4	10	9	6	5	8	9	4
genau richtig	13	13	11	16	21	17	8	9	12	10	13
zu wenig/viel zu wenig	77	76	77	78	69	67	81	78	80	78	82
Bürgerinnen und Bürger vor Ort											
viel zu viel/zu viel	10	10	5	14	13	8	10	9	10	12	9
genau richtig	19	17	16	12	22	26	19	11	20	26	17
zu wenig/viel zu wenig	64	68	72	68	63	56	66	70	62	58	69
Gewerkschaften											
viel zu viel/zu viel	5	3	4	6	6	7	4	5	7	2	2
genau richtig	14	15	16	15	18	8	12	10	10	21	12
zu wenig/viel zu wenig	71	74	66	69	64	68	76	69	76	65	72

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert
 stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert
 unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Politische Parteien											
viel zu viel/zu viel	5	4	2	5	8	6	6	5	5	4	3
genau richtig	6	5	5	7	9	10	4	2	6	10	7
zu wenig/viel zu wenig	83	84	87	86	84	76	86	81	85	80	87
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)											
viel zu viel/zu viel	27	26	27	35	41	20	22	22	23	27	32
genau richtig	25	23	29	28	24	26	21	25	18	26	34
zu wenig/viel zu wenig	42	42	37	32	31	44	50	41	56	41	31
Wissenschaft											
viel zu viel/zu viel	31	28	34	35	40	31	29	22	28	27	35
genau richtig	29	29	30	24	40	30	25	24	25	39	29
zu wenig/viel zu wenig	33	36	28	34	16	28	38	37	43	30	33

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Unternehmen/Wirtschaft								
viel zu viel/zu viel	5	6	4	10	6	4	4	2
genau richtig	14	14	14	14	17	15	13	10
zu wenig/viel zu wenig	76	76	76	72	71	76	77	81
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)								
viel zu viel/zu viel	6	6	5	8	5	4	4	5
genau richtig	18	19	18	27	17	17	17	15
zu wenig/viel zu wenig	72	72	72	60	72	74	74	78
Europäische Union								
viel zu viel/zu viel	14	16	11	18	15	11	14	12
genau richtig	24	23	24	31	24	23	20	20
zu wenig/viel zu wenig	55	56	55	44	52	60	60	60

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Regierung								
viel zu viel/zu viel	7	7	7	8	6	6	8	6
genau richtig	13	15	10	10	11	13	14	15
zu wenig/viel zu wenig	77	75	78	79	78	78	74	76
Bürgerinnen und Bürger vor Ort								
viel zu viel/zu viel	10	9	10	10	9	10	9	12
genau richtig	19	21	17	21	20	18	22	15
zu wenig/viel zu wenig	64	64	65	63	62	66	64	67
Gewerkschaften								
viel zu viel/zu viel	5	6	3	7	7	3	5	2
genau richtig	14	12	14	20	12	8	12	17
zu wenig/viel zu wenig	71	74	67	54	69	77	76	75

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Politische Parteien								
viel zu viel/zu viel	5	5	4	7	4	5	5	2
genau richtig	6	7	6	8	6	6	8	4
zu wenig/viel zu wenig	83	84	83	80	83	84	81	88
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)								
viel zu viel/zu viel	27	26	26	42	28	21	24	17
genau richtig	25	22	28	26	27	28	20	24
zu wenig/viel zu wenig	42	45	38	26	38	42	49	53
Wissenschaft								
viel zu viel/zu viel	31	32	28	32	32	29	29	30
genau richtig	29	30	29	30	28	31	26	32
zu wenig/viel zu wenig	33	32	34	30	31	32	37	34

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Unternehmen/Wirtschaft							
viel zu viel/zu viel	5	4	6	4	6	5	6
genau richtig	14	15	13	15	16	15	12
zu wenig/viel zu wenig	76	73	76	78	72	77	79
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)							
viel zu viel/zu viel	6	4	6	5	8	4	4
genau richtig	18	19	18	18	19	18	18
zu wenig/viel zu wenig	72	72	70	74	67	74	76
Europäische Union							
viel zu viel/zu viel	14	11	13	18	15	14	14
genau richtig	24	22	23	25	23	25	24
zu wenig/viel zu wenig	55	58	55	54	51	56	57

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Regierung							
viel zu viel/zu viel	7	5	7	8	6	7	7
genau richtig	13	16	12	11	9	14	14
zu wenig/viel zu wenig	77	73	77	79	80	77	77
Bürgerinnen und Bürger vor Ort							
viel zu viel/zu viel	10	8	11	10	10	9	10
genau richtig	19	23	18	18	22	20	19
zu wenig/viel zu wenig	64	60	64	68	57	66	69
Gewerkschaften							
viel zu viel/zu viel	5	4	5	5	3	5	5
genau richtig	14	14	14	12	16	13	12
zu wenig/viel zu wenig	71	67	69	75	65	72	77

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung (3)

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

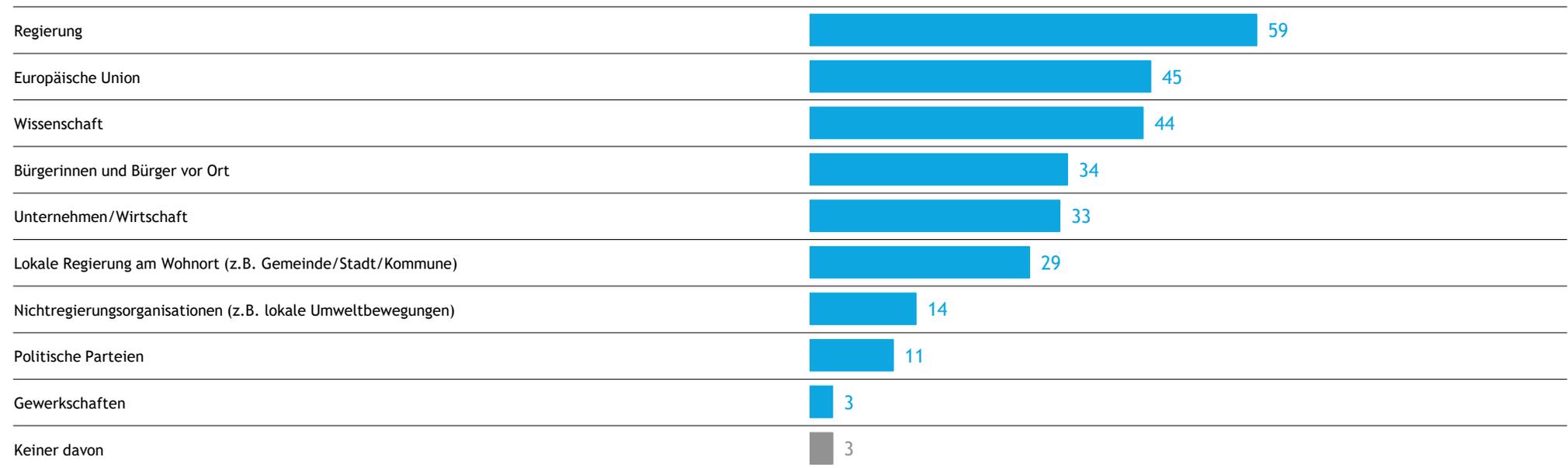
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Politische Parteien							
viel zu viel/zu viel	5	3	5	5	6	4	5
genau richtig	6	8	7	4	8	7	6
zu wenig/viel zu wenig	83	81	83	86	78	86	86
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)							
viel zu viel/zu viel	27	23	25	31	23	27	27
genau richtig	25	23	26	26	25	24	25
zu wenig/viel zu wenig	42	45	41	40	41	44	43
Wissenschaft							
viel zu viel/zu viel	31	21	29	38	26	30	36
genau richtig	29	26	31	30	29	32	26
zu wenig/viel zu wenig	33	41	32	29	34	33	32

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Regierung	59	63	62	70	58	49	61	61	56	56	61
Europäische Union	45	48	50	48	46	42	43	46	39	47	48
Wissenschaft	44	40	42	42	40	43	44	52	45	46	52
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	34	34	40	31	46	27	26	38	40	32	36
Unternehmen/Wirtschaft	33	33	35	36	28	33	36	29	34	24	36
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	29	32	38	28	33	21	33	32	28	24	26
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	11	12	13	18	18	10	12	13	18	20
Politische Parteien	11	17	5	14	14	13	14	5	11	11	7
Gewerkschaften	3	3	2	5	1	5	4	4	6	2	-
Keiner davon	3	1	-	1	1	5	3	6	4	3	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Regierung	59	55	64	56	63	61	57	62
Europäische Union	45	47	44	47	44	44	45	48
Wissenschaft	44	49	40	44	36	45	48	48
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	34	30	37	31	34	37	30	36
Unternehmen/Wirtschaft	33	33	33	28	32	26	42	36
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	29	26	32	20	27	34	28	36
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	13	15	21	12	12	17	8
Politische Parteien	11	11	12	12	15	11	11	8
Gewerkschaften	3	4	3	4	5	3	2	3
Keiner davon	3	3	2	2	3	3	4	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Verantwortungszuschreibung

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Regierung	59	56	62	58	63	57	59
Europäische Union	45	40	46	49	43	44	51
Wissenschaft	44	38	48	44	42	46	45
Bürgerinnen und Bürger vor Ort	34	37	31	35	32	35	33
Unternehmen/Wirtschaft	33	26	35	34	26	35	34
Lokale Regierung am Wohnort (z.B. Gemeinde/Stadt/Kommune)	29	26	29	31	30	29	29
Nichtregierungsorganisationen (z.B. lokale Umweltbewegungen)	14	19	13	13	16	15	11
Politische Parteien	11	16	10	10	14	8	15
Gewerkschaften	3	5	3	2	3	4	1
Keiner davon	3	4	2	4	3	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

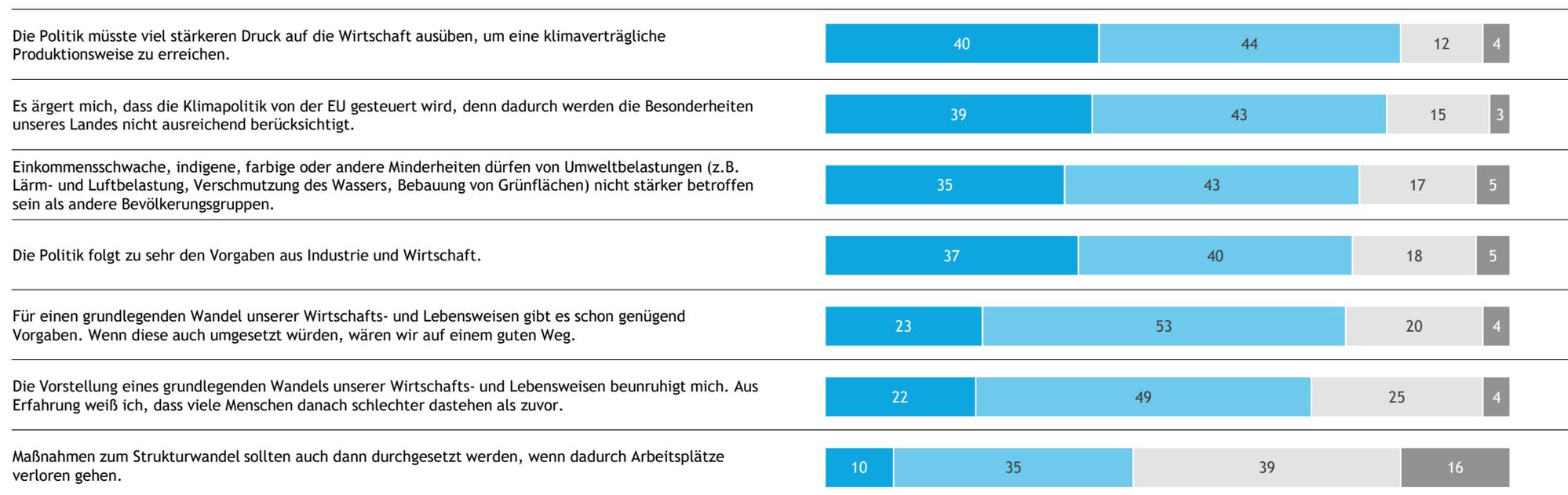


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	95	98	98	98	93	90	97	97	94	95	100
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	95	97	97	95	93	91	97	89	99	94	99
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	94	97	96	95	96	90	94	92	87	93	100
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	91	93	99	92	98	83	86	89	90	89	99
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	85	92	89	94	84	82	84	81	86	96
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	85	92	87	86	92	80	81	89	81	84	89
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	85	86	75	82	82	88	92	86	89	83	86

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	84	87	90	85	84	79	84	85	74	86	93
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	82	90	73	72	73	78	90	83	82	84	89
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.	78	85	79	70	79	76	78	73	78	83	76
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	77	77	80	80	68	79	83	75	73	77	76
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	76	85	70	73	89	78	76	72	69	76	79
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	71	76	53	65	66	80	76	64	77	83	60
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	45	49	52	44	43	44	37	49	42	46	51

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	95	95	97	94	93	96	97	98
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	95	94	96	93	95	94	96	97
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	94	93	95	94	92	95	91	98
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	91	90	92	94	89	88	88	94
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	84	88	88	85	85	86	90
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	85	84	87	84	84	88	83	87
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	85	86	84	82	83	86	86	90

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	84	86	82	82	82	85	83	89
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	82	82	82	78	81	84	84	83
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.	78	77	79	77	77	76	79	80
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	77	79	75	72	76	82	77	79
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	76	74	78	80	72	77	75	78
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	71	74	70	71	71	74	70	73
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	45	47	43	53	52	45	38	38

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	95	95	96	96	94	96	96
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	95	93	96	95	95	96	94
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	94	92	95	94	94	94	94
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	91	90	91	91	92	89	92
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	87	85	87	87	84	88	87
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	85	86	86	84	84	86	85
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	85	89	84	84	86	86	84

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	84	82	85	85	84	84	87
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	82	83	83	80	86	82	78
Einkommenschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	78	78	78	79	80	78	77
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	77	78	79	75	80	79	75
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	76	75	79	74	80	77	74
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	71	75	72	69	75	71	71
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	45	46	44	46	49	43	48

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	63	65	68	57	50	39	70	59	81	64	75
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	59	58	67	57	51	41	62	56	60	61	82
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	49	50	65	53	58	24	48	40	49	51	73
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	43	41	56	51	41	24	36	35	49	49	62
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	40	47	52	37	38	20	35	39	39	42	61
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	40	47	57	45	36	23	37	31	36	46	53
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	39	46	30	29	29	27	48	38	49	44	44

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	37	32	48	34	24	26	48	31	44	37	39
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.	35	41	44	30	38	22	41	28	38	35	41
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	30	31	32	36	15	24	25	29	36	52
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	30	28	22	25	32	22	34	24	33	38	39
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	23	26	24	30	28	12	18	22	16	36	29
Die Vorstellung eines grundlegenden Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen beunruhigt mich. Aus Erfahrung weiß ich, dass viele Menschen danach schlechter dastehen als zuvor.	22	14	11	19	12	22	27	18	35	32	26
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	10	10	12	15	11	6	7	8	9	14	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	63	59	66	54	67	62	62	68
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	59	55	62	56	57	57	58	68
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	49	43	54	53	51	48	45	49
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	43	42	44	48	44	42	43	40
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	40	37	43	36	42	38	38	46
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	40	39	41	44	38	38	38	45
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	39	38	40	37	40	39	39	39

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	37	40	34	36	34	36	38	41
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.	35	34	36	30	34	30	34	50
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	31	28	36	33	25	22	35
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	30	30	29	25	30	29	30	35
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	23	21	26	30	23	23	19	23
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	21	22	21	23	19	27
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	10	11	10	17	9	10	7	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (1)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Personen mit niedrigem Einkommen sollten finanziell stärker unterstützt werden, wenn wegen Klimaschutzmaßnahmen die Kosten für Strom und Wärme oder Mobilität steigen.	63	63	64	60	72	62	57
Die Politik müsste sich viel stärker um eine sozial gerechte Ausgestaltung des Wandels unserer Wirtschafts- und Lebensweisen kümmern.	59	55	62	58	58	59	60
Es sollte Förderprogramme geben, die Unternehmen beim Umstieg auf klimafreundliche Produktionsverfahren und Produkte unterstützen.	49	49	50	48	57	44	51
Wir brauchen einen konsequenteren Umstieg auf erneuerbare Energien.	43	46	42	44	46	40	49
Um für uns und die nachfolgenden Generationen eine lebenswerte Umwelt zu erhalten, brauchen wir vor allem strenge und konsequente Gesetze.	40	40	40	39	38	37	45
Die Politik müsste viel stärkeren Druck auf die Wirtschaft ausüben, um eine klimaverträgliche Produktionsweise zu erreichen.	40	37	43	39	42	39	42
Es ärgert mich, dass die Klimapolitik von der EU gesteuert wird, denn dadurch werden die Besonderheiten unseres Landes nicht ausreichend berücksichtigt.	39	40	39	38	50	37	35

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zu politischen Maßnahmen (2)

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

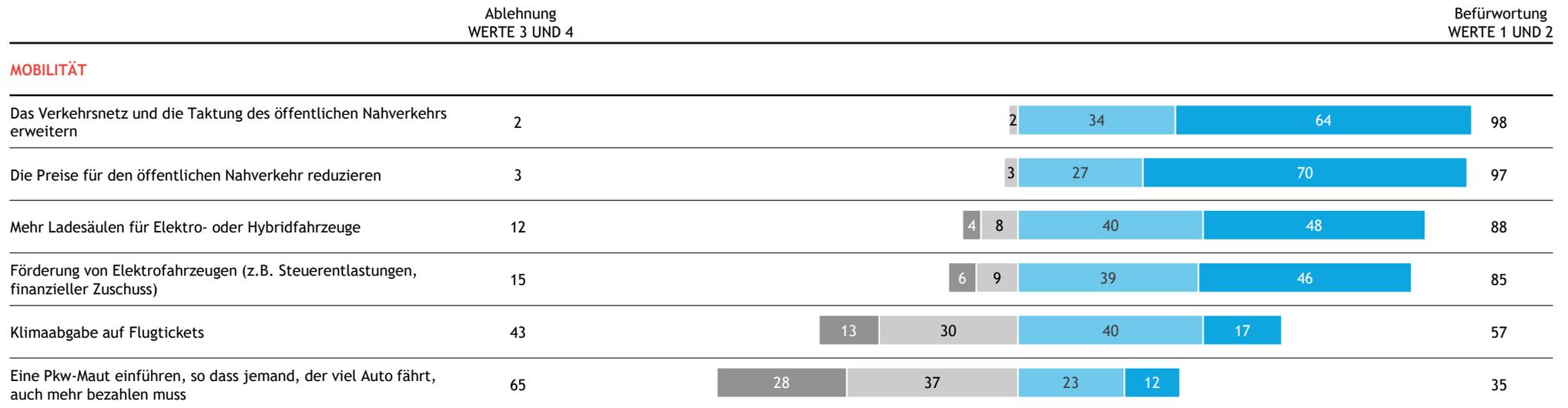
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Die Politik folgt zu sehr den Vorgaben aus Industrie und Wirtschaft.	37	37	36	39	40	37	37
Einkommensschwache, indigene, farbige oder andere Minderheiten dürfen von Umweltbelastungen (z.B. Lärm- und Luftbelastung, Verschmutzung des Wassers, Bebauung von Grünflächen) nicht stärker betroffen sein als andere Bevölkerungsgruppen.	35	31	36	38	36	34	39
Die Wirtschaft braucht klare Vorgaben von Seiten des Staates, um klimaneutral zu werden.	30	27	29	33	30	28	34
Falls es für die vom Strukturwandel betroffenen Arbeitsplätze keine passenden Alternativen gibt, sollten diese möglichst lange erhalten werden.	30	28	30	30	32	27	33
Für einen grundlegenden Wandel unserer Wirtschafts- und Lebensweisen gibt es schon genügend Vorgaben. Wenn diese auch umgesetzt würden, wären wir auf einem guten Weg.	23	26	23	23	24	21	27
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	23	21	26	22	24
Maßnahmen zum Strukturwandel sollten auch dann durchgesetzt werden, wenn dadurch Arbeitsplätze verloren gehen.	10	13	11	8	15	7	13

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

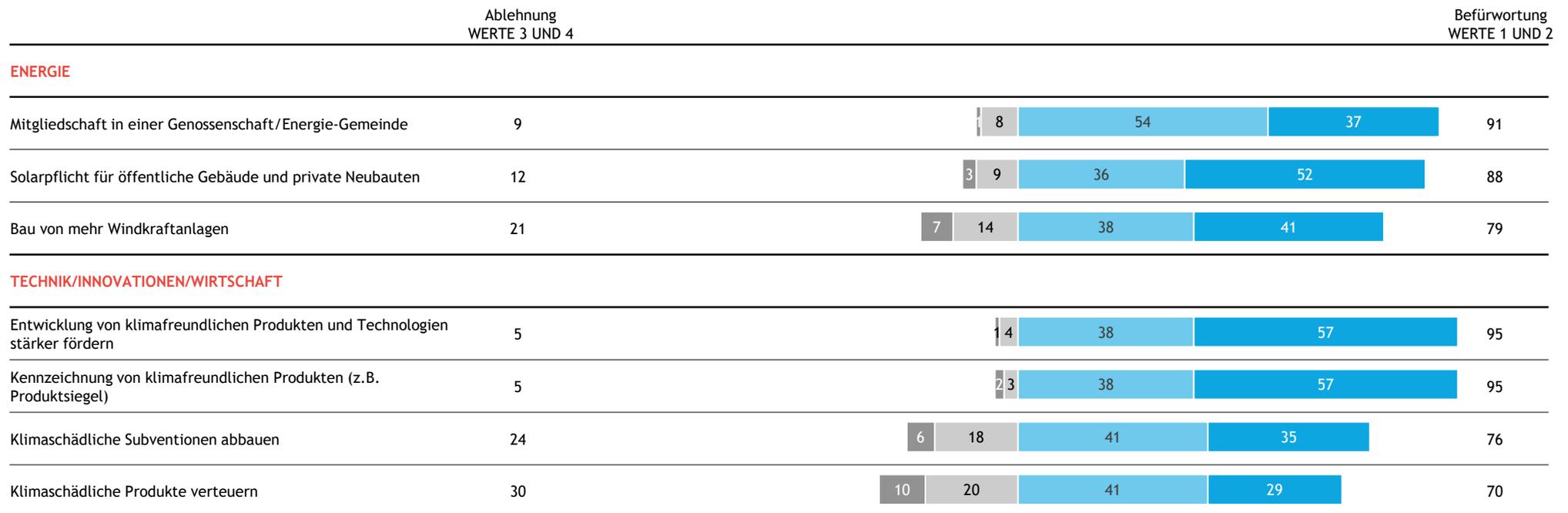


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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

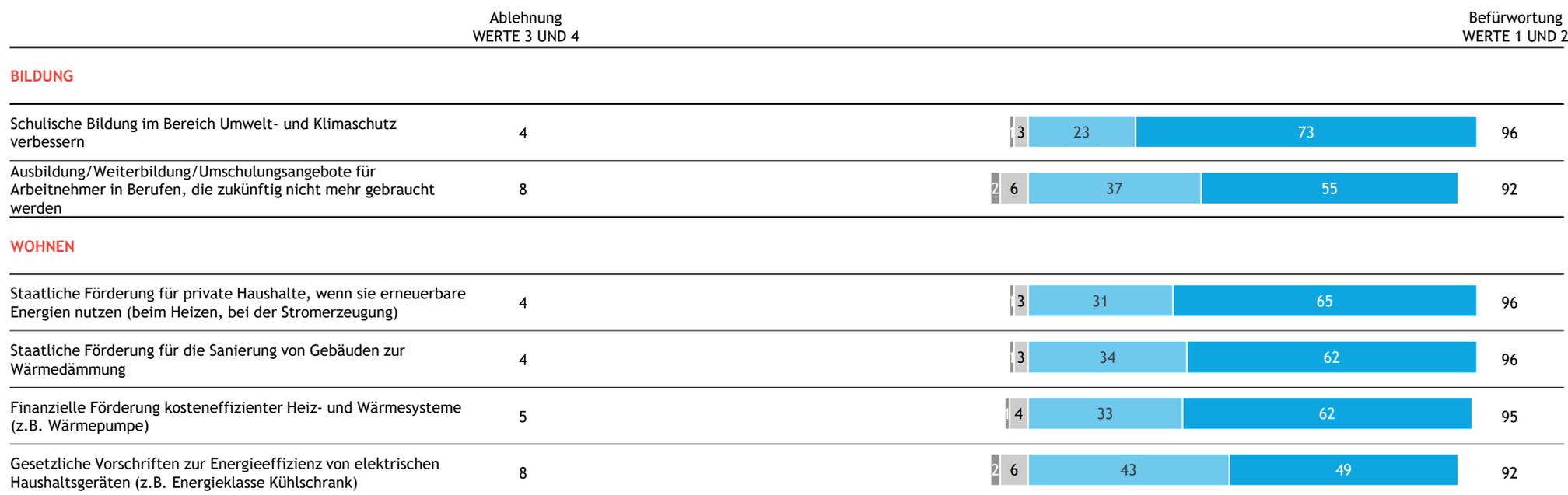


Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %



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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	98	98	96	97	99	98	97	97	97	97	100
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	97	99	97	95	94	94	95	95	97	98	100
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	88	90	95	89	90	86	87	83	88	86	92
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	85	91	87	91	90	82	78	79	81	87	91
Klimaabgabe auf Flugtickets	57	60	60	55	57	49	54	64	54	61	65
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	35	40	42	41	25	31	24	32	37	42	36

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	98	96	99	95	97	97	99	100
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	97	95	97	93	97	97	96	98
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	88	86	90	85	87	90	88	92
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	85	80	90	87	82	87	80	89
Klimaabgabe auf Flugtickets	57	58	57	65	56	56	58	52
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	35	38	32	40	30	36	36	33

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
MOBILITÄT							
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	98	98	98	97	97	97	99
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	97	94	96	98	97	96	97
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	88	87	89	88	87	89	90
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	85	83	87	83	87	85	84
Klimaabgabe auf Flugtickets	57	65	56	54	62	57	58
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	35	40	32	36	38	33	38

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
MOBILITÄT											
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	65	60	58	59	75	69	76	68	63	58	64
Klimaabgabe auf Flugtickets	43	40	40	45	43	51	46	36	46	39	35
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	15	9	13	9	10	18	22	21	19	13	9
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	12	10	5	11	10	14	13	17	12	14	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	3	1	3	5	6	6	5	5	3	2	-
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	2	2	4	3	1	2	3	3	3	3	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
MOBILITÄT								
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	65	62	68	60	70	64	64	67
Klimaabgabe auf Flugtickets	43	42	43	35	44	44	42	48
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	15	20	10	13	18	13	20	11
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	12	14	10	15	13	10	12	8
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	3	5	3	7	3	3	4	2
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	2	4	1	5	3	3	1	0

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
MOBILITÄT							
Eine Pkw-Maut einführen, so dass jemand, der viel Auto fährt, auch mehr bezahlen muss	65	60	68	64	62	67	62
Klimaabgabe auf Flugtickets	43	35	44	46	38	43	42
Förderung von Elektrofahrzeugen (z.B. Steuerentlastungen, finanzieller Zuschuss)	15	17	13	17	13	15	16
Mehr Ladesäulen für Elektro- oder Hybridfahrzeuge	12	13	11	12	13	11	10
Die Preise für den öffentlichen Nahverkehr reduzieren	3	6	4	2	3	4	3
Das Verkehrsnetz und die Taktung des öffentlichen Nahverkehrs erweitern	2	2	2	3	3	3	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	91	92	93	91	94	86	88	86	89	94	97
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	88	93	88	90	91	88	84	84	81	92	95
Bau von mehr Windkraftanlagen	79	83	84	81	93	79	69	74	60	84	86
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	95	96	96	97	96	92	94	95	87	97	100
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	95	98	97	97	94	91	94	95	92	97	97
Klimaschädliche Subventionen abbauen	76	80	81	76	87	70	70	74	75	77	83
Klimaschädliche Produkte verteuern	70	77	87	67	67	57	62	71	70	70	84

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	91	90	91	91	89	90	89	94
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	88	89	88	90	83	89	87	92
Bau von mehr Windkraftanlagen	79	76	80	84	73	78	74	83
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	95	94	96	93	91	96	96	98
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	95	93	97	96	93	95	95	97
Klimaschädliche Subventionen abbauen	76	72	80	69	77	77	81	77
Klimaschädliche Produkte verteuern	70	68	72	66	69	70	68	78

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
ENERGIE							
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	91	90	91	90	88	92	90
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	88	88	88	89	87	87	91
Bau von mehr Windkraftanlagen	79	81	79	76	77	80	77
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	95	92	95	96	93	96	96
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	95	93	96	95	95	95	96
Klimaschädliche Subventionen abbauen	76	78	76	75	78	75	77
Klimaschädliche Produkte verteuern	70	72	72	66	70	69	71

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
ENERGIE											
Bau von mehr Windkraftanlagen	21	17	16	19	7	21	31	26	40	16	14
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	12	7	12	10	9	12	16	16	19	8	5
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	9	8	7	9	6	14	12	14	11	6	3
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT											
Klimaschädliche Produkte verteuern	30	23	13	33	33	43	38	29	30	30	16
Klimaschädliche Subventionen abbauen	24	20	19	24	13	30	30	26	25	23	17
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	5	4	4	3	4	8	6	5	13	3	-
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	5	2	3	3	6	9	6	5	8	3	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
ENERGIE								
Bau von mehr Windkraftanlagen	21	24	20	16	27	22	26	17
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	12	11	12	10	17	11	13	8
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	9	10	9	9	11	10	11	6
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT								
Klimaschädliche Produkte verteuern	30	32	28	34	31	30	32	22
Klimaschädliche Subventionen abbauen	24	28	20	31	23	23	19	23
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	5	6	4	7	9	4	4	2
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	5	7	3	4	7	5	5	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
ENERGIE							
Bau von mehr Windkraftanlagen	21	19	21	24	23	20	23
Solarpflicht für öffentliche Gebäude und private Neubauten	12	12	12	11	13	13	9
Mitgliedschaft in einer Genossenschaft/Energie-Gemeinde (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert hat, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten)	9	10	9	10	12	8	10
TECHNIK/INNOVATIONEN/WIRTSCHAFT							
Klimaschädliche Produkte verteuern	30	28	28	34	30	31	29
Klimaschädliche Subventionen abbauen	24	22	24	25	22	25	23
Entwicklung von klimafreundlichen Produkten und Technologien stärker fördern	5	8	5	4	7	4	4
Kennzeichnung von klimafreundlichen Produkten (z.B. Produktsiegel)	5	7	4	5	5	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	96	98	98	98	96	94	94	98	92	98	100
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	92	94	92	97	93	91	93	91	89	90	94
WOHNEN											
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	97	98	95	97	95	96	95	96	95	99
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	98	95	99	95	96	96	92	97	96	100
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	97	97	93	96	88	97	98	97	96	96
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	92	97	94	97	97	89	89	89	84	93	98

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
BILDUNG								
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	96	95	98	96	93	97	97	98
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	92	92	92	88	89	95	94	94
WOHNEN								
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	95	97	93	96	98	98	97
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	96	97	94	94	97	99	98
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	94	96	93	94	97	96	96
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	92	92	93	92	90	92	93	94

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

Antwortkategorie: „befürworte ich voll und ganz / eher“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
BILDUNG							
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	96	95	97	96	95	97	97
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	92	93	91	94	91	93	93
WOHNEN							
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	96	96	96	97	96	97	94
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	96	97	95	98	97	96	97
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	95	94	95	96	95	97	94
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	92	92	92	94	90	93	93

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
BILDUNG											
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	8	6	8	3	7	9	7	9	11	10	6
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	2	2	2	4	6	6	2	8	2	-
WOHNEN											
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	8	3	6	3	3	11	11	11	16	7	2
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	3	3	7	4	12	3	2	3	4	4
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	3	2	5	3	5	4	5	4	5	1
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	2	5	1	5	4	4	8	3	4	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
BILDUNG								
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	8	8	8	12	11	5	6	6
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	5	2	4	7	3	3	2
WOHNEN								
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	8	8	7	8	10	8	7	6
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	6	4	7	6	3	4	4
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	5	3	7	4	2	2	3
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	4	3	6	6	3	1	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

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

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

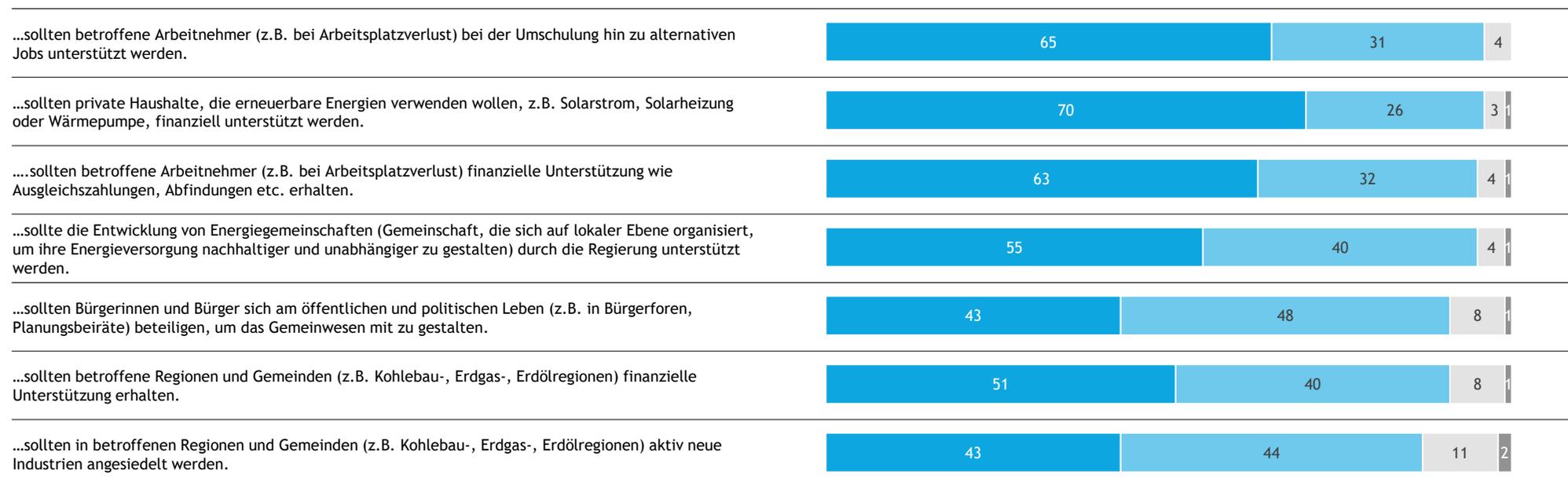
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
BILDUNG							
Ausbildung/Weiterbildung/Umschulungsangebote für Arbeitnehmer in Berufen, die zukünftig nicht mehr gebraucht werden	8	7	9	6	9	7	7
Schulische Bildung im Bereich Umwelt- und Klimaschutz verbessern	4	5	3	4	5	3	3
WOHNEN							
Gesetzliche Vorschriften zur Energieeffizienz von elektrischen Haushaltsgeräten (z.B. Energieklasse Kühlschrank)	8	8	8	6	10	7	7
Finanzielle Förderung kosteneffizienter Heiz- und Wärmesysteme (z.B. Wärmepumpe)	5	6	5	4	5	3	6
Staatliche Förderung für private Haushalte, wenn sie erneuerbare Energien nutzen (beim Heizen, bei der Stromerzeugung)	4	4	4	3	4	3	6
Staatliche Förderung für die Sanierung von Gebäuden zur Wärmedämmung	4	3	5	2	3	4	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

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

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

EST = Established
 INT = Intellectuals
 PER = Performers
 COS = Cosmopolitan Avantgarde
 ADA = Adaptive Navigators

CMS = Conventional Mainstream
 TRA = Traditionals
 CMA = Consumer-Materialists
 SEN = Sensation-Oriented
 PRO = Progressive Realists

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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.	96	95	96	92	95	99	96	99
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	96	94	97	93	93	96	97	97
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	95	95	96	95	92	98	96	96
...sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	95	94	96	94	94	97	95	94
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	91	91	91	90	90	93	90	92
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	91	89	91	87	89	89	94	92
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	87	87	88	81	87	90	88	91

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	96	93	97	96	95	96	96
...sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	96	94	95	96	93	98	94
...sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	95	94	96	95	98	95	94
...sollte die Entwicklung von Energiegemeinschaften (Gemeinschaft, die sich auf lokaler Ebene organisiert, um ihre Energieversorgung nachhaltiger und unabhängiger zu gestalten) durch die Regierung unterstützt werden.	95	94	96	93	96	96	93
...sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	91	90	91	92	93	91	90
...sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	91	88	90	92	91	90	89
...sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	87	89	87	87	83	90	89

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	70	69	74	72	68	56	68	60	73	73	87
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	65	65	68	71	58	45	60	57	79	69	83
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	63	66	69	61	60	43	67	58	73	68	80
... 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.	55	51	71	53	59	37	54	41	58	65	75
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	51	53	46	52	38	34	47	42	54	65	69
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	43	41	45	42	43	30	38	34	51	51	60
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	43	38	47	44	44	26	34	38	50	58	68

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	70	67	72	61	64	67	75	80
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	65	60	70	56	60	66	67	75
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	63	62	66	58	62	63	67	70
... 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.	55	51	58	54	54	50	56	62
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	51	49	51	47	52	40	56	55
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	43	42	44	39	44	41	40	52
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	43	43	43	52	42	43	37	44

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

Antwortkategorie: „stimme voll und ganz zu“

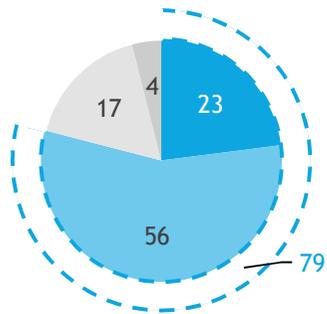
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
... sollten private Haushalte, die erneuerbare Energien verwenden wollen, z.B. Solarstrom, Solarheizung oder Wärmepumpe, finanziell unterstützt werden.	70	64	69	74	68	71	72
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) bei der Umschulung hin zu alternativen Jobs unterstützt werden.	65	64	62	69	68	62	68
... sollten betroffene Arbeitnehmer (z.B. bei Arbeitsplatzverlust) finanzielle Unterstützung wie Ausgleichszahlungen, Abfindungen etc. erhalten.	63	63	62	66	69	62	64
... 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.	55	50	56	58	58	54	56
... sollten betroffene Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) finanzielle Unterstützung erhalten.	51	49	48	54	50	48	56
... sollten in betroffenen Regionen und Gemeinden (z.B. Kohlebau-, Erdgas-, Erdölregionen) aktiv neue Industrien angesiedelt werden.	43	43	41	46	43	42	48
... sollten Bürgerinnen und Bürger sich am öffentlichen und politischen Leben (z.B. in Bürgerforen, Planungsbeiräte) beteiligen, um das Gemeinwesen mit zu gestalten.	43	44	42	44	45	42	47

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

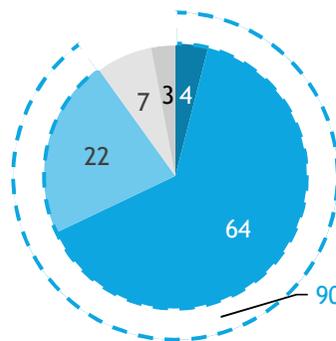
Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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



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

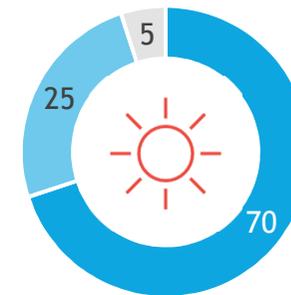
Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?



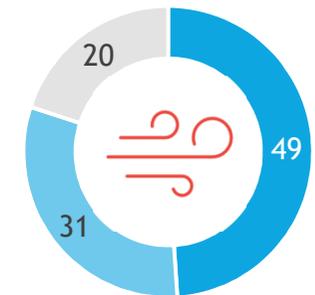
- Ich erzeuge bereits eigene Energie
- Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen
- Eher ja
- Eher nein
- Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen

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

Solarpark



Windpark



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

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	80	88	85	90	91	76	74	72	61	76	94
Ja, auf jeden Fall	23	28	27	35	26	12	12	18	14	32	38
Eher ja	56	60	58	54	64	64	62	54	46	44	56
EHER NEIN	20	12	15	10	9	24	26	28	39	24	6
Eher nein	17	11	15	9	9	19	20	24	30	20	6
Nein, auf keinen Fall	4	1	-	1	-	5	6	4	10	4	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	80	78	81	83	80	80	78	78
Ja, auf jeden Fall	23	22	25	34	26	22	19	17
Eher ja	56	56	57	50	54	58	59	61
EHER NEIN	20	22	19	17	20	20	22	22
Eher nein	17	17	16	14	17	16	17	20
Nein, auf keinen Fall	4	5	2	3	3	4	6	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
EHER JA	80	75	80	81	78	82	77
Ja, auf jeden Fall	23	25	24	22	27	24	23
Eher ja	56	50	57	60	52	58	54
EHER NEIN	20	25	20	19	22	18	23
Eher nein	17	19	17	15	18	15	19
Nein, auf keinen Fall	4	6	2	4	3	3	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

Könnten Sie sich vorstellen, Ihre eigene Energie zu erzeugen?

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	86	90	88	82	88	88	86	87	80	84	94
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	64	68	68	66	66	62	64	60	55	59	79
Eher ja	22	22	20	15	22	26	22	27	25	24	15
EHER NEIN	10	7	8	9	9	10	12	10	18	8	2
Eher nein	7	3	7	8	9	8	11	5	12	6	2
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	3	4	1	1	-	2	1	5	7	2	1
Ich erzeuge bereits eigene Energie	4	3	4	10	3	2	2	3	2	8	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	86	86	87	84	84	87	86	91
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	64	68	61	62	68	68	64	58
Eher ja	22	18	26	22	16	19	22	33
EHER NEIN	10	10	10	7	11	11	12	8
Eher nein	7	8	7	6	8	8	8	5
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	3	2	3	1	3	3	3	2
Ich erzeuge bereits eigene Energie	4	5	3	9	5	2	2	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
EHER JA	86	84	87	88	84	88	87
Ja, kann ich mir auf jeden Fall vorstellen	64	60	63	70	63	68	62
Eher ja	22	23	24	18	21	20	25
EHER NEIN	10	12	10	8	11	9	9
Eher nein	7	8	8	6	7	7	7
Nein, kann ich mir auf keinen Fall vorstellen	3	5	2	2	4	2	2
Ich erzeuge bereits eigene Energie	4	4	4	4	5	3	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Solarpark											
Finde ich gut	70	74	77	74	79	63	69	63	66	66	79
Würde ich akzeptieren	25	21	22	24	18	31	26	28	26	28	18
Lehne ich ab	5	4	1	2	3	6	5	9	7	5	3
Windpark											
Finde ich gut	49	54	49	53	61	48	43	43	32	52	60
Würde ich akzeptieren	31	29	30	36	32	38	24	24	37	35	21
Lehne ich ab	20	17	21	11	7	14	33	33	31	13	19

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Solarpark								
Finde ich gut	70	73	68	76	70	68	68	69
Würde ich akzeptieren	25	23	27	21	24	26	26	28
Lehne ich ab	5	4	5	3	6	5	6	3
Windpark								
Finde ich gut	49	50	47	54	50	43	47	51
Würde ich akzeptieren	31	29	33	32	26	36	29	32
Lehne ich ab	20	20	20	14	25	20	24	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

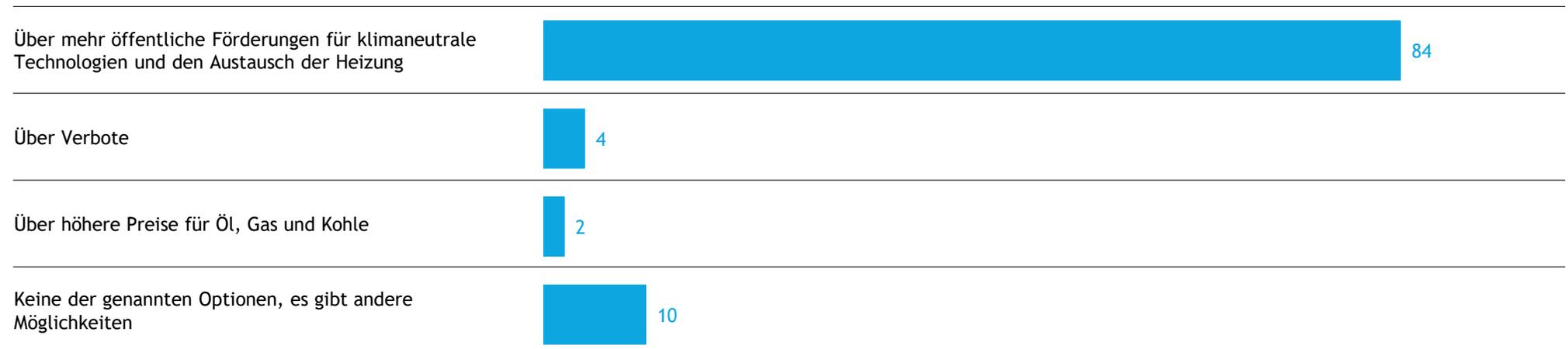
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Solarpark							
Finde ich gut	70	67	72	70	69	72	70
Würde ich akzeptieren	25	27	24	26	26	24	24
Lehne ich ab	5	6	4	4	4	4	6
Windpark							
Finde ich gut	49	44	51	49	43	51	52
Würde ich akzeptieren	31	36	30	30	37	29	29
Lehne ich ab	20	21	20	21	21	20	20

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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



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	84	82	90	83	92	80	86	76	80	84	89
Über Verbote	4	5	5	7	5	8	2	2	1	5	3
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	2	3	2	1	2	3	1	3	-	4	-
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	10	10	3	8	-	9	10	20	19	7	8

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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	84	81	87	82	82	84	83	88
Über Verbote	4	5	4	8	7	4	2	1
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	2	3	1	4	3	1	1	0
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	10	11	9	7	8	11	13	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

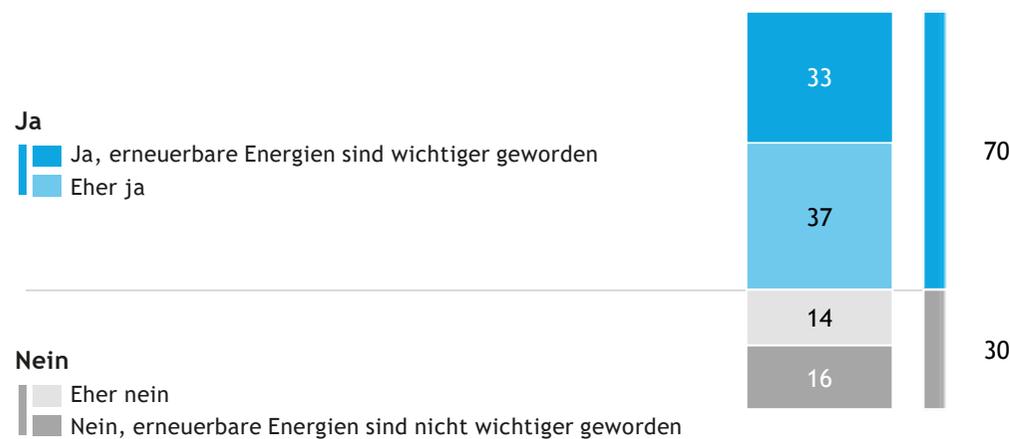
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Über mehr öffentliche Förderungen für klimaneutrale Technologien und den Austausch der Heizung	84	80	85	86	80	87	82
Über Verbote	4	7	5	3	5	4	5
Über höhere Preise für Öl, Gas und Kohle	2	3	1	1	3	2	2
Keine der genannten Optionen, es gibt andere Möglichkeiten	10	10	9	10	13	7	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Einstellungen zur Energie- /Wärmewende

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	70	75	76	72	86	68	56	64	59	73	80
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	33	33	43	42	53	26	21	20	19	43	51
Eher ja	36	42	33	29	32	42	35	45	39	31	30
EHER NEIN	30	25	24	28	14	32	44	36	41	27	20
Eher nein	14	11	9	17	10	15	19	19	16	11	9
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	16	14	15	12	4	17	25	16	26	15	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
EHER JA	70	67	72	76	70	63	70	69
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	33	32	34	41	30	27	36	34
Eher ja	36	34	38	35	40	36	34	35
EHER NEIN	30	33	28	24	30	37	30	31
Eher nein	14	14	14	12	16	16	13	13
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	16	19	14	12	14	21	17	17

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Einstellungen zur Energie- / Wärmewende

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
EHER JA	70	70	69	70	71	69	71
Ja, erneuerbare Energien sind wichtiger geworden	33	37	31	35	33	33	36
Eher ja	36	32	38	35	38	35	34
EHER NEIN	30	30	31	30	29	31	29
Eher nein	14	12	16	13	12	16	11
Nein, erneuerbare Energien sind nicht wichtiger geworden	16	19	15	18	17	15	19

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

5

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Die zentralen Befunde

Informationsinteresse und Kenntnisstand

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

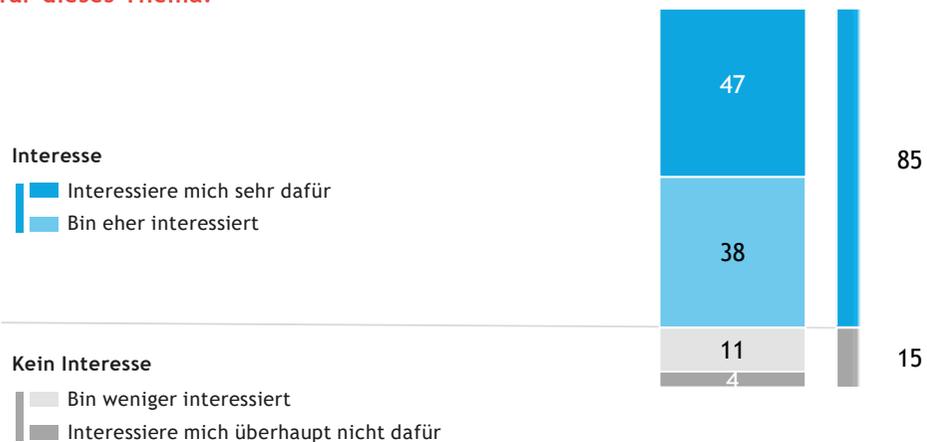
- 85% der Befragten bekunden grundsätzliches Interesse am Thema Klimawandel. Dabei interessieren sich 47% „sehr“ dafür. Weniger Interesse äußern 11%, überhaupt kein Interesse haben 4%.
- 65% schätzen ihren Kenntnisstand über ökologische Zusammenhänge und Umweltprobleme (z.B. Waldsterben, Artenvielfalt usw.) als (eher) hoch ein. Dabei sind es allerdings nur 12%, die ihren Kenntnisstand als „sehr hoch“ einschätzen. Einen (eher) niedrigen Kenntnisstand attestieren sich 35%, wobei 2% sagen, sie kennen sich nur sehr wenig aus.

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

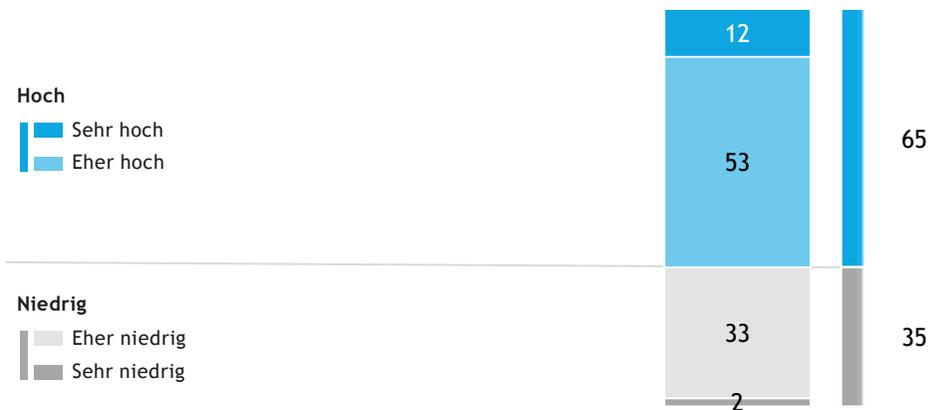
- Nur 8% der Befragten fühlen sich „sehr gut“ über politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft informiert. 44% sehen sich „eher gut“ informiert. Demgegenüber stehen 44%, die sich „eher nicht gut“ informiert fühlen und 4%, die sich „überhaupt nicht gut“ informiert fühlen.
- Rund drei Viertel der Befragten (76%) sind der Meinung, dass politische Maßnahmen für einen Wandel hin zu einer klima- und umweltfreundlicheren Wirtschaft nicht ausreichend erklärt und erläutert werden. Nur 24% sind anderer Meinung (politische Maßnahmen werden ausreichend erklärt: ja: 3%, eher ja: 21%).

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	85	90	94	88	86	80	77	90	79	84	97
Interessiere mich sehr dafür	47	58	70	58	40	27	39	44	35	44	70
Bin eher interessiert	38	32	24	30	46	52	38	46	44	40	27
WERTE 3 UND 4	15	10	6	12	14	20	23	10	21	16	3
Bin weniger interessiert	11	9	6	10	13	15	15	6	13	14	3
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	1	-	2	2	6	8	4	8	3	-

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	85	81	90	85	86	84	85	88
Interessiere mich sehr dafür	47	42	52	45	47	46	48	49
Bin eher interessiert	38	38	38	39	38	38	37	40
WERTE 3 UND 4	15	19	10	15	14	16	15	12
Bin weniger interessiert	11	13	8	15	11	12	10	8
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	6	2	1	4	4	5	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
WERTE 1 UND 2	85	84	86	86	83	87	85
Interessiere mich sehr dafür	47	45	47	49	42	47	51
Bin eher interessiert	38	39	39	37	42	40	34
WERTE 3 UND 4	15	16	14	14	17	13	15
Bin weniger interessiert	11	13	11	9	14	10	11
Interessiere mich überhaupt nicht dafür	4	4	3	4	3	4	4

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	65	74	67	78	69	62	57	60	58	61	66
Sehr hoch	12	14	16	23	12	9	6	7	4	16	13
Eher hoch	53	60	51	55	57	52	51	53	54	45	53
WERTE 3 UND 4	35	26	33	22	31	38	43	40	42	39	34
Eher niedrig	33	24	29	22	28	33	39	39	42	38	32
Sehr niedrig	2	2	4	1	3	6	4	1	-	0	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	65	67	62	67	67	64	64	60
Sehr hoch	12	14	9	15	13	11	13	7
Eher hoch	53	53	53	52	54	54	51	53
WERTE 3 UND 4	35	33	38	33	33	36	36	40
Eher niedrig	33	30	36	32	29	34	33	38
Sehr niedrig	2	2	2	1	4	2	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Klima

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
WERTE 1 UND 2	65	61	62	70	60	66	66
Sehr hoch	12	8	11	16	11	12	13
Eher hoch	53	53	52	54	48	54	53
WERTE 3 UND 4	35	39	38	30	40	34	34
Eher niedrig	33	36	35	28	36	32	33
Sehr niedrig	2	3	3	1	4	2	1

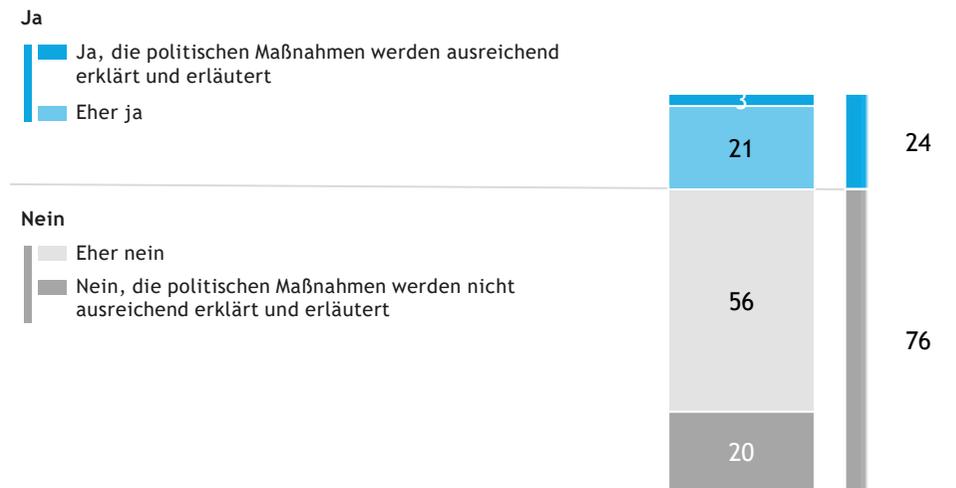
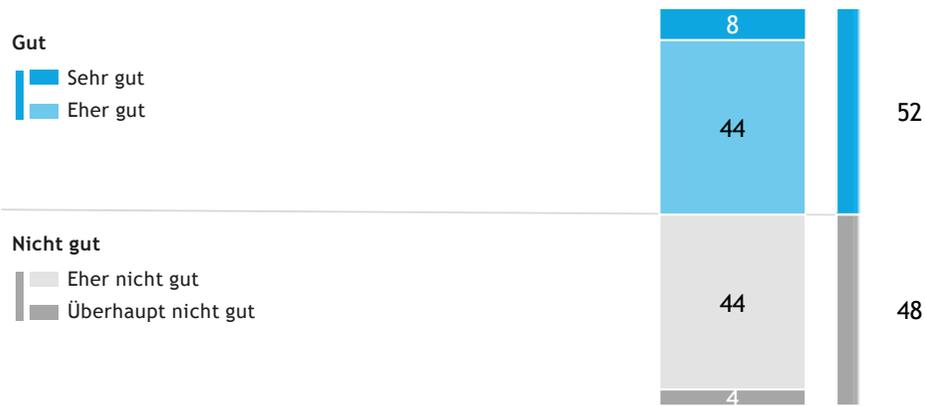
Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
WERTE 1 UND 2	52	61	46	65	69	47	38	46	42	62	52
Sehr gut	8	8	7	17	6	9	6	2	3	12	7
Eher gut	44	52	39	49	62	39	32	45	39	50	44
WERTE 3 UND 4	48	39	54	35	31	53	62	54	58	38	48
Eher nicht gut	44	38	49	35	30	46	54	45	54	38	47
Überhaupt nicht gut	4	2	5	-	2	6	8	8	5	1	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
WERTE 1 UND 2	52	56	47	53	53	49	55	50
Sehr gut	8	11	5	8	10	8	10	4
Eher gut	44	45	42	44	43	41	44	46
WERTE 3 UND 4	48	44	53	47	47	51	45	50
Eher nicht gut	44	40	48	44	42	47	41	47
Überhaupt nicht gut	4	4	4	3	5	4	4	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
WERTE 1 UND 2	52	48	47	63	46	51	60
Sehr gut	8	6	7	11	6	9	9
Eher gut	44	41	40	51	39	42	51
WERTE 3 UND 4	48	52	53	37	54	49	40
Eher nicht gut	44	48	48	35	47	46	38
Überhaupt nicht gut	4	4	5	2	8	3	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
EHER JA	24	26	11	23	44	26	13	16	17	40	31
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	3	3	2	5	1	3	2	1	2	3	4
Eher ja	21	23	9	18	42	23	11	16	14	36	27
EHER NEIN	76	74	89	77	56	74	87	84	83	60	69
Eher nein	56	62	72	58	48	54	55	64	52	44	54
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	20	12	17	19	9	20	31	20	32	17	15

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	24	25	23	38	26	18	23	15
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	3	2	3	4	5	2	3	-
Eher ja	21	22	20	33	22	17	20	15
EHER NEIN	76	75	77	62	74	82	77	85
Eher nein	56	55	57	47	53	60	54	66
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	20	20	20	15	20	22	22	19

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Informationsinteresse und Kenntnisstand: Politische Maßnahmen

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
EHER JA	24	31	22	21	29	23	22
Ja, die politischen Maßnahmen werden ausreichend erklärt und erläutert	3	5	2	3	4	3	3
Eher ja	21	26	21	18	25	20	19
EHER NEIN	76	69	78	79	71	77	78
Eher nein	56	51	58	57	53	58	57
Nein, die politischen Maßnahmen werden nicht ausreichend erklärt und erläutert	20	18	19	22	18	20	21

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

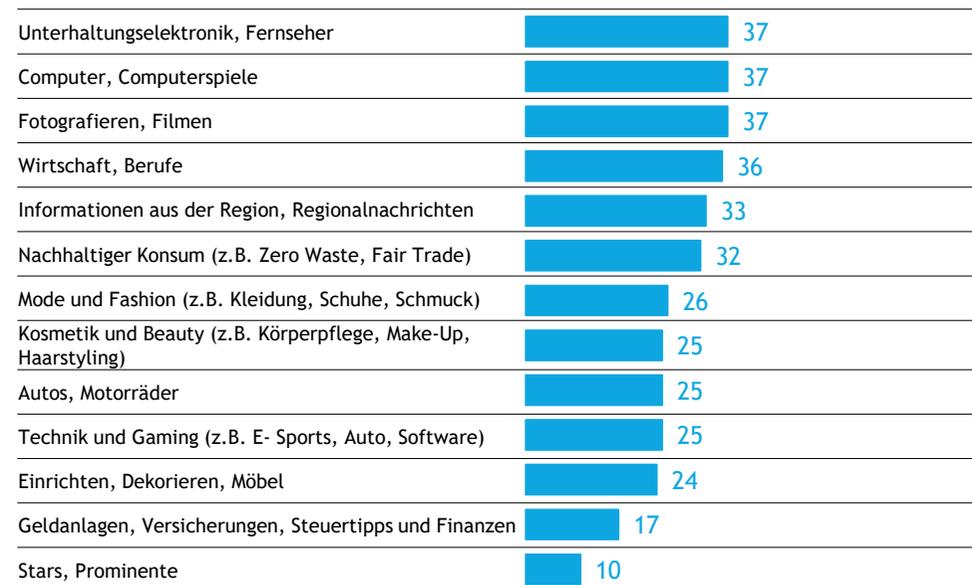
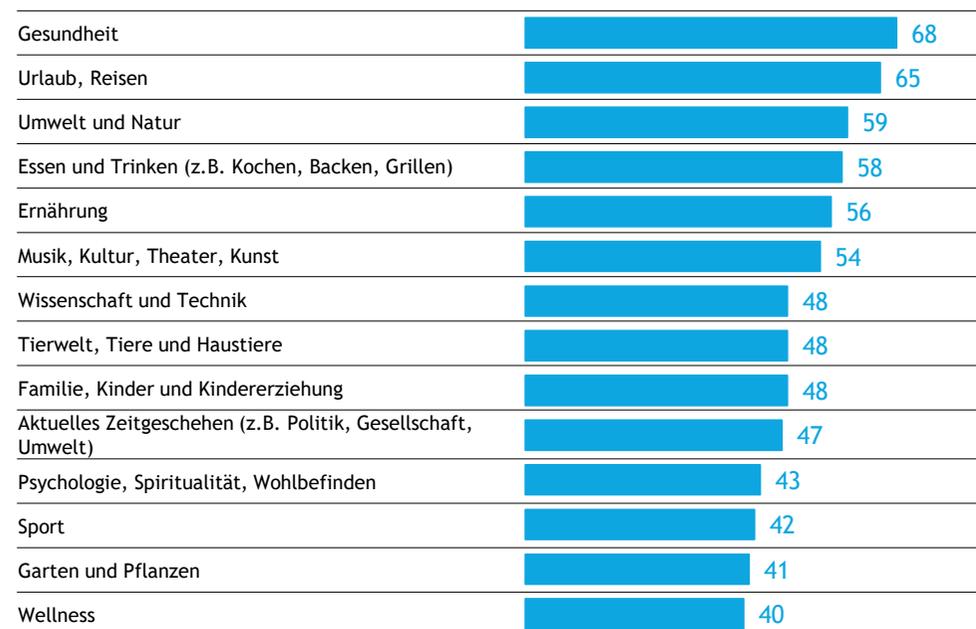
■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

6

Anhang: Kommunikation

Themeninteresse allgemein

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Gesundheit	68	77	70	67	66	58	70	75	66	68	70
Urlaub, Reisen	65	72	67	64	86	56	63	59	57	63	74
Umwelt und Natur	59	68	73	61	54	41	54	62	55	56	73
Essen und Trinken (z.B. Kochen, Backen, Grillen)	58	67	59	52	76	48	54	50	53	68	60
Ernährung	56	68	62	51	60	44	58	47	59	53	63
Musik, Kultur, Theater, Kunst	54	47	65	62	68	42	52	39	51	54	75
Wissenschaft und Technik	48	53	59	50	63	41	44	37	27	58	58
Tierwelt, Tiere und Haustiere	48	47	58	49	42	33	49	59	58	46	48
Familie, Kinder und Kindererziehung	48	65	41	46	50	36	46	57	49	52	45
Aktuelles Zeitgeschehen (z.B. Politik, Gesellschaft, Umwelt)	47	53	59	47	51	33	53	39	42	44	56
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	43	47	49	47	44	29	40	36	40	44	66
Sport	42	42	37	50	54	42	42	38	27	42	47
Garten und Pflanzen	41	39	46	41	37	31	41	54	48	37	47
Wellness	40	45	48	45	46	26	36	34	43	40	50

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Unterhaltungselektronik, Fernseher	37	41	30	32	54	32	43	25	25	48	41
Computer, Computerspiele	37	39	33	39	43	37	39	26	23	44	47
Fotografieren, Filmen	37	33	43	43	40	32	40	31	33	34	46
Wirtschaft, Berufe	36	49	36	42	51	28	31	22	36	34	40
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	33	38	36	36	32	30	37	27	28	31	32
Nachhaltiger Konsum (z.B. Zero Waste, Fair Trade)	32	44	42	38	34	13	26	34	30	29	42
Mode und Fashion (z.B. Kleidung, Schuhe, Schmuck)	26	33	33	23	40	19	20	19	16	30	38
Kosmetik und Beauty (z.B. Körperpflege, Make-Up, Haarstyling)	25	29	31	23	35	16	20	20	19	27	44
Autos, Motorräder	25	31	15	27	33	28	27	17	20	27	27
Technik und Gaming (z.B. E- Sports, Auto, Software)	25	26	18	28	41	29	23	8	10	36	32
Einrichten, Dekorieren, Möbel	24	32	33	17	39	16	22	17	24	17	33
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	17	25	11	22	32	16	13	9	10	21	20
Stars, Prominente	10	9	13	10	22	12	10	5	4	9	16
Wellness	14	19	10	14	17	19	10	10	13	10	18

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Gesundheit	68	62	75	61	65	65	74	78
Urlaub, Reisen	65	58	72	67	61	62	65	69
Umwelt und Natur	59	53	64	50	54	58	62	70
Essen und Trinken (z.B. Kochen, Backen, Grillen)	58	54	61	60	59	58	52	60
Ernährung	56	48	64	50	52	60	56	61
Musik, Kultur, Theater, Kunst	54	50	58	54	54	53	52	56
Wissenschaft und Technik	48	57	39	52	48	47	46	48
Tierwelt, Tiere und Haustiere	48	45	52	42	46	47	51	55
Familie, Kinder und Kindererziehung	48	41	56	36	51	50	53	51
Aktuelles Zeitgeschehen (z.B. Politik, Gesellschaft, Umwelt)	47	47	47	38	42	46	48	61
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	43	32	54	50	48	43	40	35
Sport	42	56	28	48	45	40	43	33
Garten und Pflanzen	41	37	46	28	38	42	50	49
Wellness	40	31	50	36	38	38	46	43

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Unterhaltungselektronik, Fernseher	37	43	31	40	34	37	35	38
Computer, Computerspiele	37	48	27	39	37	36	36	38
Fotografieren, Filmen	37	35	39	38	38	35	35	39
Wirtschaft, Berufe	36	39	34	39	37	43	37	23
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	33	32	34	22	25	35	39	42
Nachhaltiger Konsum (z.B. Zero Waste, Fair Trade)	32	28	35	25	29	30	34	40
Mode und Fashion (z.B. Kleidung, Schuhe, Schmuck)	26	12	40	36	26	26	21	24
Kosmetik und Beauty (z.B. Körperpflege, Make-Up, Haarstyling)	25	5	44	29	26	27	22	20
Autos, Motorräder	25	38	13	36	32	23	24	13
Technik und Gaming (z.B. E- Sports, Auto, Software)	25	35	15	43	31	24	15	14
Einrichten, Dekorieren, Möbel	24	14	33	18	28	24	26	23
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	17	18	16	20	19	18	15	15
Stars, Prominente	10	7	14	16	15	12	8	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Gesundheit	68	62	69	71	62	69	72
Urlaub, Reisen	65	54	65	72	58	62	75
Umwelt und Natur	59	52	60	61	54	60	60
Essen und Trinken (z.B. Kochen, Backen, Grillen)	58	51	59	60	58	55	62
Ernährung	56	51	54	63	52	55	62
Musik, Kultur, Theater, Kunst	54	47	52	61	47	52	62
Wissenschaft und Technik	48	37	45	60	44	47	54
Tierwelt, Tiere und Haustiere	48	48	49	47	49	49	45
Familie, Kinder und Kindererziehung	48	44	50	48	53	46	48
Aktuelles Zeitgeschehen (z.B. Politik, Gesellschaft, Umwelt)	47	33	48	56	40	48	51
Psychologie, Spiritualität, Wohlbefinden	43	44	43	43	47	42	42
Sport	42	37	41	46	42	39	45
Garten und Pflanzen	41	44	43	37	45	42	38
Wellness	40	39	37	46	32	41	46

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Themeninteresse allgemein (2)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Unterhaltungselektronik, Fernseher	37	32	38	38	37	38	37
Computer, Computerspiele	37	32	39	38	33	39	40
Fotografieren, Filmen	37	34	36	40	39	35	38
Wirtschaft, Berufe	36	31	35	41	41	34	39
Informationen aus der Region, Regionalnachrichten	33	29	33	36	31	32	37
Nachhaltiger Konsum (z.B. Zero Waste, Fair Trade)	32	27	32	34	33	32	32
Mode und Fashion (z.B. Kleidung, Schuhe, Schmuck)	26	14	27	33	24	22	33
Kosmetik und Beauty (z.B. Körperpflege, Make-Up, Haarstyling)	25	19	26	28	24	23	25
Autos, Motorräder	25	23	25	27	31	22	29
Technik und Gaming (z.B. E- Sports, Auto, Software)	25	21	26	26	26	23	28
Einrichten, Dekorieren, Möbel	24	19	25	25	22	24	26
Geldanlagen, Versicherungen, Steuertipps und Finanzen	17	16	15	22	14	18	23
Stars, Prominente	10	12	9	12	11	10	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert



Konsuminteressen

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

Urlaub und Reisen	48
PC/Tablet/Smartphone	33
Essen gehen (Restaurants)	26
Kaffee/Tee	23
Kleidung/Mode	22
Autos	20
Kosmetik/Parfüm	15
Küchenmöbel und -ausstattung	15
Möbel	14
Spenden für wohltätige Zwecke	12
Heimwerker-/Gartengeräte	11
Fahrrad	10
Bier	10

(Armband-)Uhren	9
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	9
Wein/Champagner	7
High-End-HiFi-Equipment	7
Handtaschen	7
Hochwertiger Schmuck	6
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5
Antiquitäten	4
Modeschmuck	3
Porzellan-/Glasarbeiten	2
Keines dieser Produkte	24

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

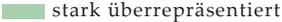
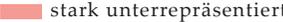
Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Urlaub und Reisen	48	47	46	63	67	42	40	40	45	44	59
PC/Tablet/Smartphone	33	31	35	35	46	33	29	22	25	37	40
Essen gehen (Restaurants)	26	26	27	34	36	22	24	12	24	23	33
Kaffee/Tee	23	22	23	24	37	24	17	11	27	22	35
Kleidung/Mode	22	32	19	23	38	21	15	9	16	23	29
Autos	20	28	18	17	29	20	15	16	14	23	23
Kosmetik/Parfüm	15	18	14	20	25	15	9	7	12	16	23
Küchenmöbel und -ausstattung	15	13	22	17	18	11	9	10	21	14	21
Möbel	14	14	15	14	15	14	10	8	18	12	26
Spenden für wohltätige Zwecke	12	15	10	20	11	5	7	12	10	14	21
Heimwerker-/Gartengeräte	11	10	13	15	6	7	10	14	12	10	12
Fahrrad	10	13	8	17	16	11	3	6	8	9	20
Bier	10	8	16	11	12	12	12	4	5	10	12

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

 stark überrepräsentiert  stark unterrepräsentiert
 überrepräsentiert  unterrepräsentiert

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
(Armband-)Uhren	9	8	10	12	12	12	7	4	5	9	13
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	9	7	16	8	14	10	11	2	9	8	6
Wein/Champagner	7	7	14	6	19	6	7	2	2	6	13
High-End-HiFi-Equipment	7	6	4	6	14	10	6	-	1	13	10
Handtaschen	7	10	8	8	13	6	5	3	4	7	11
Hochwertiger Schmuck	6	7	8	6	12	6	3	1	1	7	9
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	4	9	5	10	7	9	6	3	7	5
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	6	6	6	8	7	5	2	3	4	5
Antiquitäten	4	8	9	3	6	2	5	-	2	4	1
Modeschmuck	3	5	5	6	5	2	2	-	1	4	2
Porzellan-/Glasarbeiten	2	1	3	-	2	4	1	1	1	1	-
Keines dieser Produkte	24	23	26	16	7	29	32	37	26	21	16

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
 ■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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	48	46	50	56	52	50	43	38
PC/Tablet/Smartphone	33	40	25	45	40	36	25	18
Essen gehen (Restaurants)	26	26	25	33	28	31	19	17
Kaffee/Tee	23	23	23	24	25	26	22	20
Kleidung/Mode	22	18	26	37	25	22	14	12
Autos	20	25	14	35	24	21	11	9
Kosmetik/Parfüm	15	6	24	24	16	13	12	12
Küchenmöbel und -ausstattung	15	11	18	16	20	18	9	12
Möbel	14	13	15	19	20	17	8	6
Spenden für wohltätige Zwecke	12	11	14	13	10	13	12	14
Heimwerker-/Gartengeräte	11	14	8	4	12	11	10	17
Fahrrad	10	12	9	9	17	10	9	8
Bier	10	14	7	15	11	8	9	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
(Armband-)Uhren	9	11	7	15	12	9	6	5
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	9	9	9	7	15	10	8	6
Wein/Champagner	7	8	7	12	8	6	7	6
High-End-HiFi-Equipment	7	9	5	6	8	8	6	8
Handtaschen	7	3	12	12	8	6	6	5
Hochwertiger Schmuck	6	4	7	14	7	4	2	2
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	8	5	7	7	6	6	5
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	3	7	8	9	4	3	4
Antiquitäten	4	4	4	4	4	3	3	5
Modeschmuck	3	1	5	4	4	2	3	4
Porzellan-/Glaserbeiten	2	1	2	2	3	1	1	1
Keines dieser Produkte	24	24	24	9	18	18	36	39

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (1)

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

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Urlaub und Reisen	48	46	44	55	41	48	53
PC/Tablet/Smartphone	33	31	34	32	31	31	37
Essen gehen (Restaurants)	26	22	25	29	22	25	31
Kaffee/Tee	23	28	23	19	21	25	22
Kleidung/Mode	22	18	23	23	22	20	22
Autos	20	19	20	20	22	18	22
Kosmetik/Parfüm	15	14	15	17	14	15	16
Küchenmöbel und -ausstattung	15	17	15	14	16	15	15
Möbel	14	16	14	14	16	14	12
Spenden für wohltätige Zwecke	12	14	13	10	12	14	12
Heimwerker-/Gartengeräte	11	13	11	9	8	11	14
Fahrrad	10	10	8	14	12	10	12
Bier	10	8	12	10	11	9	14

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Konsuminteressen (2)

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

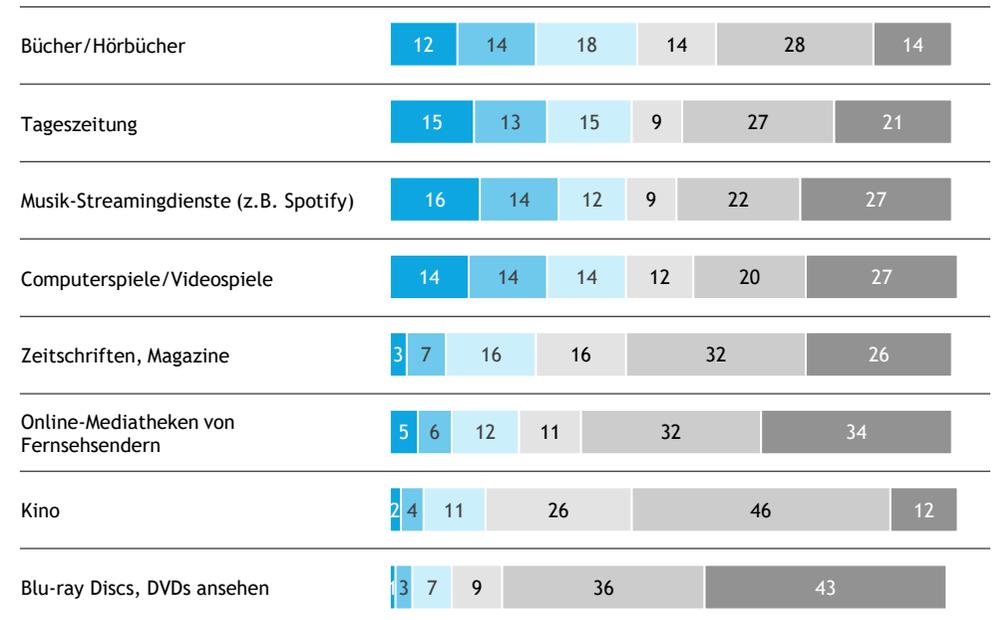
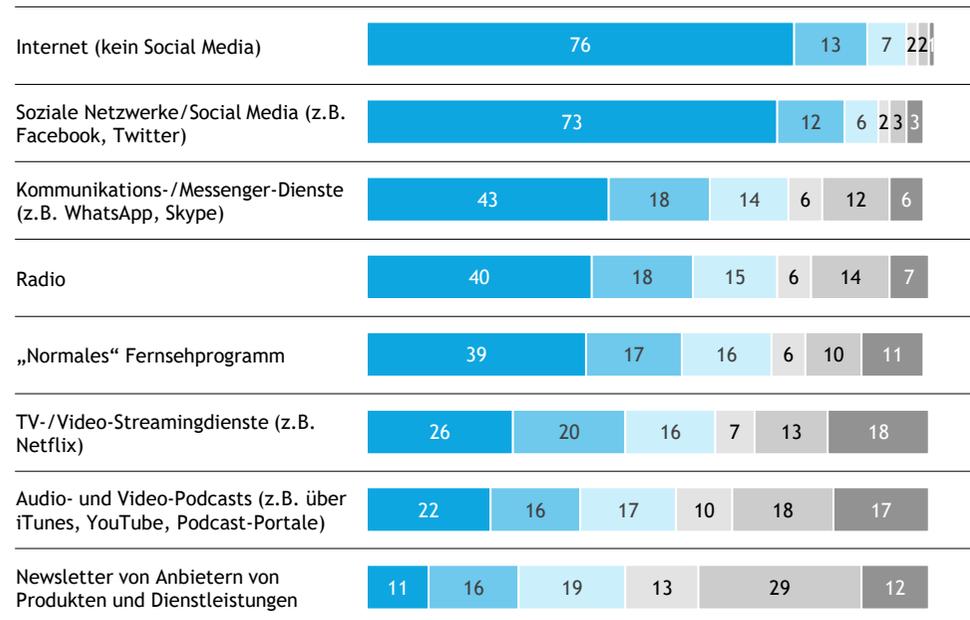
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
(Armband-)Uhren	9	6	9	12	6	8	13
Feinkost - hochwertige Lebensmittel	9	8	8	11	8	8	12
Wein/Champagner	7	4	7	11	3	6	12
High-End-HiFi-Equipment	7	4	6	10	4	9	7
Handtaschen	7	2	8	10	8	6	9
Hochwertiger Schmuck	6	3	6	8	4	6	7
Hochwertige Spirituosen/Whisky	6	2	8	8	4	7	9
Exklusive Accessoires (z.B. Gürtel, Ledertaschen etc.)	5	4	4	8	5	5	7
Antiquitäten	4	1	4	6	2	5	5
Modeschmuck	3	4	3	2	2	3	4
Porzellan-/Glasarbeiten	2	2	1	2	2	2	2
Keines dieser Produkte	24	20	25	25	24	24	24

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Mediennutzung

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

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

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Internet (kein Social Media)	96	100	98	96	98	94	97	91	93	98	95
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	92	93	95	95	100	91	88	85	83	96	93
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	76	83	79	78	89	68	71	69	68	78	82
Radio	74	81	66	74	68	71	75	74	78	74	67
„Normales“ Fernsehprogramm (lineares Fernsehen mit festem Programm zu einer bestimmten Uhrzeit)	73	82	72	69	79	68	70	74	69	76	74
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	62	59	67	70	70	61	55	46	58	69	76
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	56	57	51	63	66	55	50	45	55	58	61
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	46	68	42	44	49	43	42	30	41	50	51
Bücher/Hörbücher	44	49	55	53	57	37	39	27	43	36	55
Tageszeitung	43	50	47	48	49	43	45	37	34	42	36
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	42	43	44	57	62	49	27	27	26	46	52
Computerspiele/Videospiele	41	43	33	47	56	45	37	25	33	52	44
Zeitschriften, Magazine	26	33	22	34	34	34	21	15	13	28	27
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	28	29	22	40	18	16	10	12	29	28
Kino	16	18	16	21	25	16	16	10	13	17	17
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	15	9	10	20	13	5	9	4	19	10

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

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

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Internet (kein Social Media)	96	98	94	96	96	96	96	96
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	92	91	92	98	94	90	91	85
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	76	74	77	75	84	79	66	74
Radio	74	77	71	53	78	82	76	77
„Normales“ Fernsehprogramm (lineares Fernsehen mit festem Programm zu einer bestimmten Uhrzeit)	73	71	75	60	68	74	77	85
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	62	63	62	79	68	64	56	47
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	56	58	53	74	57	56	46	45
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	46	45	48	44	51	50	42	45
Bücher/Hörbücher	44	39	49	46	46	42	41	44
Tageszeitung	43	46	41	26	46	50	47	46
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	42	45	39	74	48	37	31	22
Computerspiele/Videospiele	41	49	34	51	48	41	34	35
Zeitschriften, Magazine	26	26	26	24	29	29	25	23
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	22	23	26	26	24	17	19
Kino	16	16	17	22	18	14	13	16
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	13	10	11	18	12	8	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

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

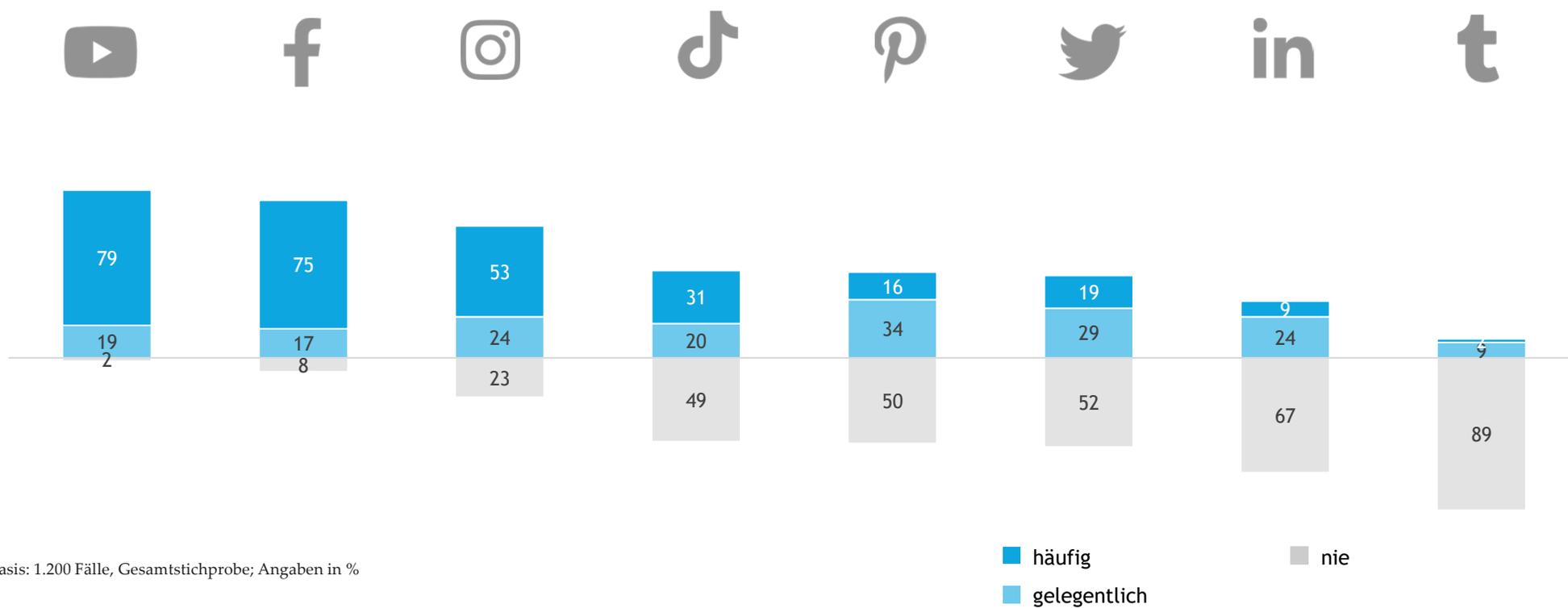
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Internet (kein Social Media)	96	95	95	97	94	96	99
Soziale Netzwerke/Social Media (z.B. Facebook, Twitter)	92	91	93	90	94	91	92
Kommunikations-/Messenger-Dienste (z.B. WhatsApp, Skype)	76	74	73	80	73	73	82
Radio	74	74	69	81	62	75	81
„Normales“ Fernsehprogramm (lineares Fernsehen mit festem Programm zu einer bestimmten Uhrzeit)	73	70	73	75	69	75	74
TV-/Video-Streamingdienste (z.B. Netflix)	62	60	62	65	61	62	64
Audio- und Video-Podcasts (z.B. über iTunes, YouTube, Podcast-Portale)	56	59	54	54	55	55	55
Newsletter von Anbietern von Produkten und Dienstleistungen	46	44	45	49	50	44	50
Bücher/Hörbücher	44	36	42	52	41	44	46
Tageszeitung	43	38	41	51	42	43	47
Musik-Streamingdienste (z.B. Spotify)	42	40	44	42	39	43	43
Computerspiele/Videospiele	41	42	44	36	46	42	40
Zeitschriften, Magazine	26	24	23	33	22	28	27
Online-Mediatheken von Fernsehsendern	22	17	20	30	21	22	24
Kino	16	15	15	20	17	15	20
Blu-ray Discs, DVDs ansehen	11	10	9	16	14	11	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	79	79	80	81	79	83	74	63	70	88	92
Facebook	75	86	68	77	76	79	75	65	67	79	75
Instagram	53	52	59	58	73	55	38	46	35	62	65
TikTok	31	30	29	31	50	32	24	24	19	43	40
Twitter	19	17	22	23	19	20	20	8	16	23	16
Pinterest	16	19	20	19	17	7	12	14	17	18	23
LinkedIn	9	6	9	14	14	11	9	9	2	7	11
Tumblr	2	-	1	6	1	-	2	1	1	5	2

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
YouTube	79	82	76	91	88	82	71	64
Facebook	75	72	79	66	81	78	77	74
Instagram	53	48	57	86	56	45	44	35
TikTok	31	30	33	57	29	29	26	18
Twitter	19	21	16	19	17	18	20	20
Pinterest	16	8	23	23	16	13	13	14
LinkedIn	9	9	8	8	11	7	11	7
Tumblr	2	2	2	5	2	0	2	1

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „häufig“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
YouTube	79	82	77	79	84	77	79
Facebook	75	75	74	77	77	76	75
Instagram	53	53	54	52	58	49	53
TikTok	31	40	33	23	41	30	28
Twitter	19	15	19	21	14	20	22
Pinterest	16	19	15	16	19	14	16
LinkedIn	9	8	5	15	5	8	13
Tumblr	2	3	2	2	2	2	3

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
YouTube	98	98	98	99	98	96	96	99	96	97	100
Facebook	92	96	90	94	94	91	92	91	92	94	90
Instagram	77	80	76	83	93	78	64	69	66	84	87
TikTok	51	55	45	53	66	56	46	45	36	58	56
Pinterest	50	57	60	55	52	44	43	50	41	49	60
Twitter	48	50	53	47	68	55	43	36	37	56	38
LinkedIn	33	40	37	36	43	42	28	30	17	29	31
Tumblr	11	12	11	14	17	12	5	9	6	14	11

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
YouTube	98	98	98	99	98	100	96	95
Facebook	92	92	92	92	93	94	91	91
Instagram	77	74	79	97	82	71	74	63
TikTok	51	50	52	73	53	48	46	37
Pinterest	50	35	65	59	57	47	47	41
Twitter	48	54	42	55	42	44	51	49
LinkedIn	33	37	30	34	34	34	34	31
Tumblr	11	11	11	19	12	6	12	6

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Mediennutzung

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

Antwortkategorie: „MIN. GELEGENTLICH“

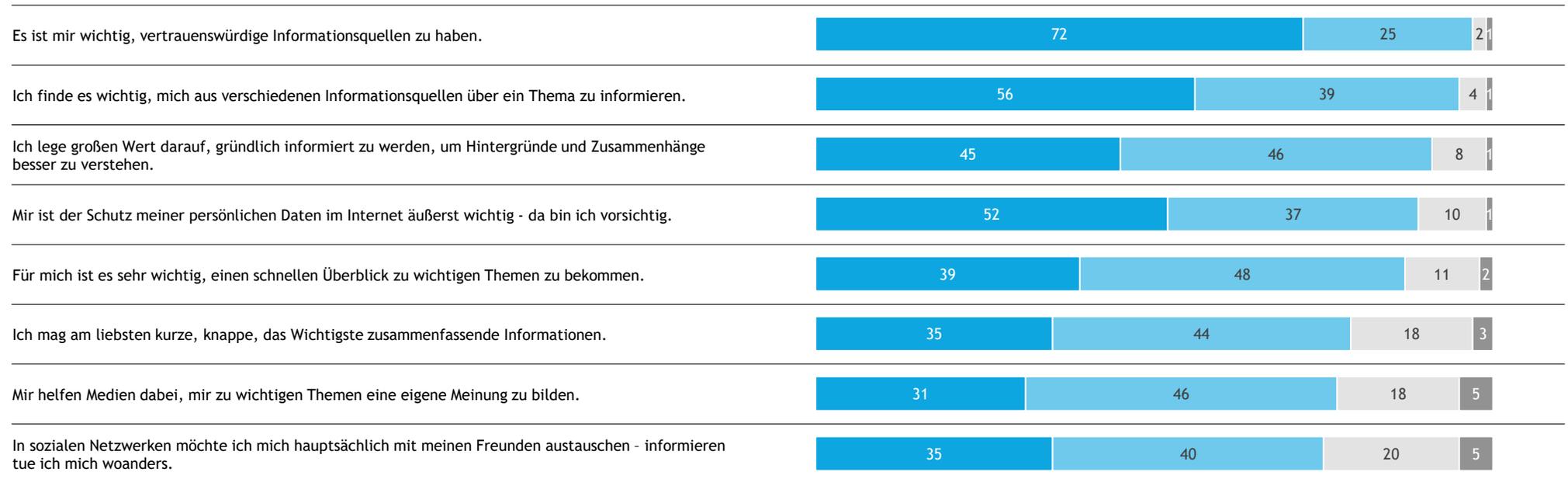
	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
YouTube	98	100	97	96	100	98	97
Facebook	92	96	91	92	95	92	92
Instagram	77	76	79	75	84	74	77
TikTok	51	56	56	41	58	53	46
Pinterest	50	49	52	48	58	50	45
Twitter	48	46	48	50	48	51	48
LinkedIn	33	28	27	46	30	33	38
Tumblr	11	13	11	10	15	11	9

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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



Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	97	98	98	99	98	94	98	98	97	97	100
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	95	97	100	96	92	94	98	84	92	98	96
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	96	90	94	89	86	90	86	89	94	93
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	89	97	81	86	86	85	89	92	86	96	91
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	87	92	81	80	93	83	92	88	83	91	91
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	79	81	76	68	82	78	84	79	81	83	75
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	77	80	73	81	80	81	78	67	66	83	78
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	75	80	77	77	79	70	69	73	66	86	73

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	97	96	98	95	96	98	98	100
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	95	96	94	96	91	93	97	98
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	92	90	88	89	92	89	95
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	89	88	90	86	88	90	92	88
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	87	87	88	87	88	89	84	89
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	79	77	81	77	77	79	78	85
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	77	76	78	75	74	75	79	82
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	75	75	74	80	77	70	72	78

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz / eher zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	97	97	97	98	96	98	98
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	95	90	96	98	92	96	97
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	91	90	90	92	94	89	92
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	89	92	88	88	92	88	87
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	87	89	85	90	88	87	89
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	79	83	76	80	82	78	80
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	77	78	76	79	76	78	78
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	75	76	74	76	77	74	77

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	EST	INT	PER	COS	ADA	CMS	TRA	CMA	SEN	PRO
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	72	75	82	79	74	52	71	67	75	72	92
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	56	52	67	67	59	35	52	40	59	64	69
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	60	51	51	46	31	55	54	48	63	64
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	45	42	57	51	52	32	39	34	44	48	67
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	39	45	34	35	48	28	37	34	32	48	60
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	35	36	34	34	43	18	38	32	35	45	41
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	35	37	36	42	35	23	33	29	30	44	39
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	31	35	25	35	38	20	25	18	22	46	50

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

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

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

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

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Geschlecht		Alter (Jahre)				
		Männlich	Weiblich	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	72	73	72	70	68	70	73	82
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	56	58	53	55	52	57	53	60
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	48	56	50	53	52	52	53
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	45	44	46	43	43	43	41	56
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	39	36	42	44	36	40	35	41
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	35	32	38	34	34	35	35	35
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	35	30	39	41	34	28	33	39
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	31	31	31	30	28	29	28	39

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

Erwartungen an Kommunikation

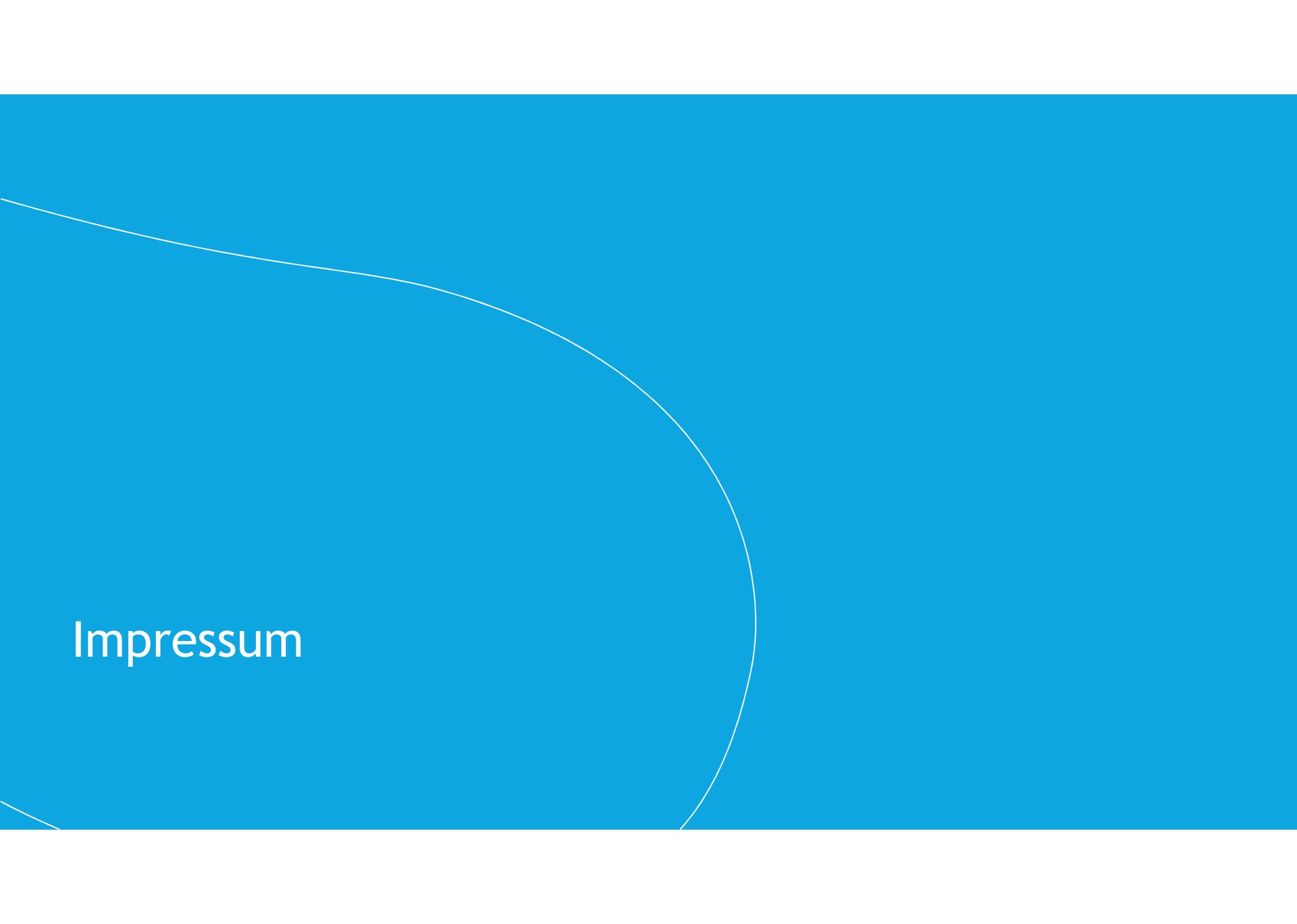
Wenn Sie mal darüber nachdenken, wofür Sie Medien wie z.B. Zeitungen, Zeitschriften, Internet, Fernsehen, Radio etc. nutzen und was Sie von ihnen erwarten, welche der untenstehenden Aussagen treffen auf Sie zu?

Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“

	Gesamt	Bildung			Nettoäquivalenzeinkommen (HH/Monat)		
		Niedrig	Mittel	Hoch	Niedrig <60% (<438 €)	Mittel 60-140% (438-1.021 €)	Hoch >140% (>1.021 €)
Es ist mir wichtig, vertrauenswürdige Informationsquellen zu haben.	72	69	72	76	70	72	76
Ich finde es wichtig, mich aus verschiedenen Informationsquellen über ein Thema zu informieren.	56	51	54	62	56	54	60
Mir ist der Schutz meiner persönlichen Daten im Internet äußerst wichtig - da bin ich vorsichtig.	52	53	51	53	56	49	53
Ich lege großen Wert darauf, gründlich informiert zu werden, um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen.	45	41	43	51	44	45	48
Für mich ist es sehr wichtig, einen schnellen Überblick zu wichtigen Themen zu bekommen.	39	38	38	42	36	38	45
Ich mag am liebsten kurze, knappe, das Wichtigste zusammenfassende Informationen.	35	38	32	36	37	32	39
In sozialen Netzwerken möchte ich mich hauptsächlich mit meinen Freunden austauschen - informieren tue ich mich woanders.	35	38	33	34	37	34	35
Mir helfen Medien dabei, mir zu wichtigen Themen eine eigene Meinung zu bilden.	31	30	30	32	31	31	34

Basis: 1.200 Fälle, Gesamtstichprobe; Angaben in %

■ stark überrepräsentiert ■ stark unterrepräsentiert
■ überrepräsentiert ■ unterrepräsentiert

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

Impressum

Ansprechpartner*innen



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



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

sinus:

© Copyright 2023

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

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

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe