

Klimawandel: Sinkendes Vertrauen in die Regierung und Informationsdefizit bei Verbrauchern

Hamburg, 20. April 2023 – Nach einer internationalen Studie des Markt- und Meinungsforschungsinstituts Ipsos zum bevorstehenden „Earth Day“ (22. April) findet nur gut jeder vierte Bundesbürger (27%), dass die Bundesregierung einen klaren Plan für die Zusammenarbeit der Regierung, der Unternehmen und der Menschen im Kampf gegen den Klimawandel hat. Im gleichen Zeitraum 2022 traute ihr das noch gut ein Drittel (36%) zu. Dabei sehen die Deutschen tatsächlich alle drei Beteiligten fast gleichermaßen in der Pflicht, jetzt zu handeln, um zukünftige Generationen nicht im Stich zu lassen: Unternehmen (49%), Regierung (49%) und Bürger (54%). Entsprechend sind 65 Prozent der Deutschen davon überzeugt, dass selbst kleine Änderungen im Alltag eines jeden einen großen Beitrag zur Bekämpfung des Klimawandels leisten können.

Finanzielle Anreize und Aufklärung gewünscht

Um den Klimawandel zu bekämpfen wären immerhin 28 Prozent der Deutschen bereit, mehr Steuern zu zahlen. Allerdings stehen deutlich mehr Befragte (46%) einer solchen Maßnahme ablehnend gegenüber. Mehr als ein Drittel (36%) sagt im Umkehrschluss, dass finanzielle Anreize, wie etwa eine Steuersenkung, sie dazu ermutigen würden, umweltfreundlichere Waren und Dienstleistungen zu kaufen. Erstaunlicherweise wäre es für 28 Prozent der Deutschen ein Ansporn mehr gegen den Klimawandel zu unternehmen, wenn sie weitere Auswirkungen klimabedingter Wetterereignisse in anderen Ländern der Welt sehen würden.

Regierungen und Unternehmen sind aus Sicht der Bevölkerung gleichermaßen gefordert, wenn es um die Zurverfügungstellung von Informationen geht: 27 Prozent der Bundesbürger wünschen sich einen leichten Zugriff auf Tipps und Maßnahmen, die sie tagtäglich im Kampf gegen den Klimawandel umsetzen können.

Wirksamkeit von Recycling und Verpackungsreduzierung wird überschätzt

Die Umfrageergebnisse zeigen außerdem, wie wichtig Aufklärung ist, denn weltweit neigen Menschen dazu, einigen Klimaschutzmaßnahmen eine weitaus größere Wirkung auf die Emissionsreduzierung zuzuschreiben, als sie tatsächlich haben. So ist auch in Deutschland jeder Dritte (32%) immer noch der Meinung, weniger Verpackungsmaterial helfe am wirkungsvollsten im Kampf gegen den Klimawandel. Knapp jeder Vierte (25%) meint, dass Recycling ein wichtiger Faktor sei, um die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Dabei liegen beide Maßnahmen laut einer wissenschaftlichen Studie* nur auf Platz 38 bzw. 60 der Wirksamkeitsrangliste.

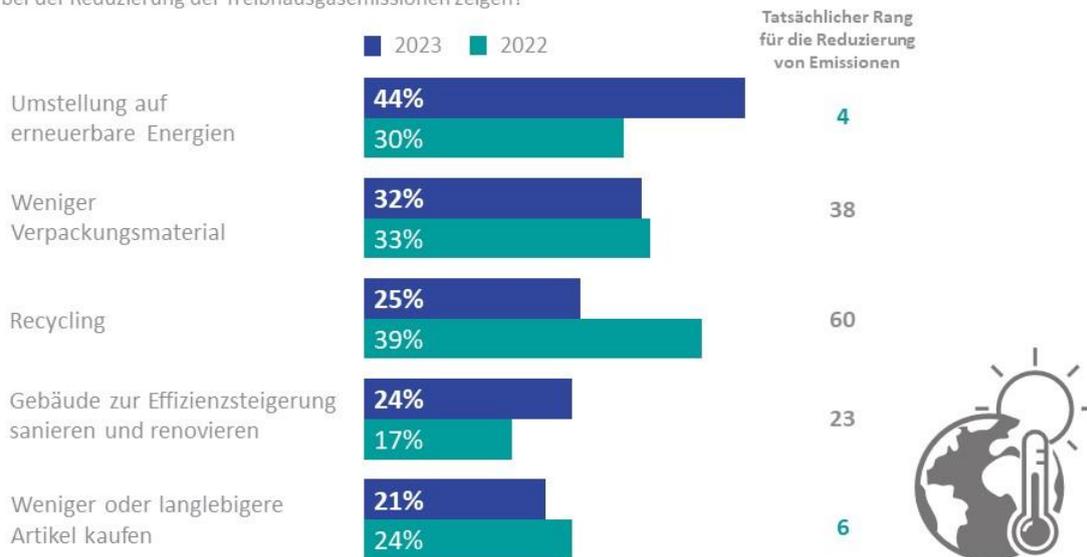
Gegenüber der Vorjahresbefragung zeichnet sich hier jedoch sogar eine positive

Entwicklung ab: 2022 meinten noch vier von zehn Befragten (39%) fälschlicherweise, dass Recycling die größte Wirkung bei der Reduzierung der Treibhausgasemissionen erzielt. Weitere 44 Prozent (2022: 30%) nehmen inzwischen ganz richtig an, dass die Umstellung auf erneuerbare Energien eine große Wirkung bei der Bekämpfung des Klimawandels hat. Dieser Faktor liegt im wissenschaftlichen Ranking tatsächlich auf Platz 4.

Das wirksamste Mittel zur Reduzierung von CO₂-Emissionen, der Verzicht auf ein Auto, zählen dagegen nur 19 Prozent der Deutschen zu den effizientesten Klimaschutzmaßnahmen.

Wirkung von Klimaschutzmaßnahmen: Wahrnehmung vs. Wirklichkeit

Welche drei der folgenden Maßnahmen würden, wenn überhaupt, Ihrer Meinung nach die größte Wirkung bei der Reduzierung der Treibhausgasemissionen zeigen?



Quelle: »Earth Day 2023«. Repräsentative Global Advisor Online-Umfrage unter 1.000 Personen in Deutschland im Alter von 16 bis 74 Jahren. Feldzeit: 20. Januar bis 03. Februar 2023.

Studie zur Wirksamkeit von Klimaschutzmaßnahmen: Ivanova et al., 2020. Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options (<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>)



Methode

Die Ergebnisse stammen aus der Ipsos Global Advisor-Studie »Earth Day 2023«, die in 29 Ländern durchgeführt wurde. Bei der Online-Umfrage wurden in 28 Ländern zwischen dem 20. Januar und dem 03. Februar 2023 und in der Schweiz zwischen dem 17. Februar und dem 03. März 2023 insgesamt 21.231 Personen über das Ipsos Online Panel-System interviewt. In Kanada, Malaysia, Südafrika, der Türkei und den USA waren die Befragten zwischen 18 und 74 Jahren alt, in Indien über 18 Jahre, in Thailand zwischen 20 und 74 Jahren, in Indonesien und Singapur 21-74 Jahren und in allen anderen Ländern zwischen 16 und 74 Jahren.



PRESSE-INFORMATION

Der "Globale Länderdurchschnitt" spiegelt das durchschnittliche Ergebnis für alle 29 Nationen wider, in denen die Umfrage durchgeführt wurde. Er wurde nicht an die Bevölkerungsgröße der einzelnen Länder angepasst.

In Australien, Brasilien, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Spanien, den USA und Deutschland umfasste die Stichprobe etwa 1.000 Personen. In Argentinien, Belgien, Chile, Kolumbien, Indonesien, Israel, Malaysia, Mexiko, den Niederlanden, Peru, Polen, Singapur, Südafrika, Südkorea, Schweden, Thailand, der Türkei und Ungarn wurden jeweils etwa 500 Personen befragt. Die Stichprobe in Indien umfasst etwa 2.200 Personen, von denen etwa 1.800 persönlich und 400 online befragt wurden.

In 15 der untersuchten Länder ist die Internetdurchdringung ausreichend hoch, um die Stichproben als repräsentativ für die breitere Bevölkerung in den abgedeckten Altersgruppen zu betrachten: Argentinien, Australien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Niederlande, Polen, Schweden, Spanien, Südkorea und den USA. Die verbleibenden 14 untersuchten Länder weisen eine geringere Internetdurchdringung auf. Die Stichprobe dieser Länder ist städtischer, gebildeter und/oder wohlhabender als die Allgemeinbevölkerung und sollten so betrachtet werden, dass sie die Ansichten der stärker "vernetzten" Bevölkerungsgruppe widerspiegelt.

Die Daten werden so gewichtet, dass die Stichprobenzusammensetzung jedes Marktes das demografische Profil der erwachsenen Bevölkerung gemäß den neuesten Volkszählungsdaten am besten widerspiegelt.

Wenn die Ergebnisse sich nicht auf 100 aufsummieren, liegt das an Rundungen durch die computer-basierte Zählung, erlaubte Mehrfachnennungen oder dem Ausschluss von „weiß nicht/keine Angabe“ Nennungen.

*** Studie zur Wirksamkeit von Klimaschutzmaßnahmen:** *Ivanova et al., 2020.*
Quantifying the potential for climate change mitigation of consumption options
<https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/ab8589/pdf>

Kontakt

Ipsos Pressestelle
gudrun.witt@ipsos.com
+49 40 80096 4179



PRESSE-INFORMATION

Über Ipsos

Ipsos ist eines der größten Markt- und Meinungsforschungsunternehmen der Welt mit mehr als 18.000 Mitarbeitenden und starker Präsenz in 90 Ländern. 1975 in Paris gegründet, wird Ipsos bis heute von Forscher:innen geführt.

In Deutschland sind wir mit über 500 Mitarbeitenden an fünf Standorten präsent: Hamburg, Berlin, München, Frankfurt und Nürnberg.

Unsere Expert:innen in Forschung und Analyse verfügen über das breite Know-how von Multi-Spezialist:innen, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen erlaubt und so ein wahres Verständnis von Gesellschaft, Märkten und Menschen vermittelt.

Wir haben die große Bandbreite unserer Lösungsansätze in 18 Service Lines zusammengefasst und unterstützen damit über 5.000 Kunden weltweit.

Ipsos ist seit dem 1. Juli 1999 an der Euronext in Paris notiert. Das Unternehmen ist Teil des SBF 120 und des Mid-60 Index und hat Anspruch auf den Deferred Settlement Service (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.de | www.ipsos.com

Auszug aus dem Fragebogen

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Wenn die Regierung von Deutschland jetzt nicht handelt, um den Klimawandel zu bekämpfen, lässt sie die Bevölkerung von Deutschland im Stich.

Wenn Unternehmen in Deutschland jetzt nicht handeln, um den Klimawandel zu bekämpfen, lassen sie ihre Mitarbeiter und Kunden im Stich.

Wenn Menschen wie ich jetzt nicht handeln, um den Klimawandel zu bekämpfen, lassen wir zukünftige Generationen im Stich.

Die Regierung von Deutschland hat einen klaren Plan für die Zusammenarbeit der Regierung, der Unternehmen und der Menschen im Kampf gegen den Klimawandel.

Stimme voll und ganz zu
Stimme eher zu
Stimme weder zu noch nicht zu
Stimme eher nicht zu
Stimme überhaupt nicht zu
Weiß nicht

Inwieweit stimmen Sie (wenn überhaupt) den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?

Ich wäre bereit, mehr Steuern zu zahlen, um den Klimawandel zu bekämpfen.

Wenn jeder kleine Veränderungen im Alltag vornimmt, könnte dies sehr bei der Bekämpfung des Klimawandels helfen.

Stimme voll und ganz zu
Stimme eher zu
Stimme weder zu noch nicht zu
Stimme eher nicht zu
Stimme überhaupt nicht zu
Weiß nicht

Welche der folgenden Optionen könnte Sie persönlich ggf. dazu ermutigen, mehr gegen den Klimawandel zu unternehmen? Wählen Sie Ihre Top 3 aus.

Die Auswirkungen klimabedingter Wetterereignisse in meinem Land zu sehen.



PRESSE-INFORMATION

Die Auswirkungen klimabedingter Wetterereignisse in anderen Ländern auf der ganzen Welt zu sehen.

Einfach auf Informationen zugreifen zu können, welche Maßnahmen ich tagtäglich ergreifen kann.

Ein finanzieller Anreiz oder eine Steuersenkung, damit ich umweltfreundlichere Waren und Dienstleistungen kaufen kann.

Freunden, Familien und Nachbarn dabei zusehen, wie sie ihr Verhalten ändern.

Ich ändere mein Verhalten nur durch Maßnahmen der Regierung

Sonstiges

Ich tue bereits alles, was ich kann

Weiß nicht

Im Folgenden finden Sie eine Liste mit verschiedenen Möglichkeiten, wie Haushalte ihr Verhalten ändern könnten, um die weltweiten Treibhausgasemissionen (oder die CO₂-Bilanz) zu reduzieren. Welche drei der folgenden Maßnahmen würden, wenn überhaupt, Ihrer Meinung nach die größte Wirkung bei der Reduzierung der Treibhausgasemissionen zeigen?

Verzicht auf ein Auto

Vegane Ernährung

Umstellung auf erneuerbare Energien

Keine Haustiere haben

Gebäude zur Effizienzsteigerung sanieren und renovieren

Eigene Nahrungsmittel anbauen oder erzeugen

Energieeffizientere Kochausrüstung, die saubereren Kraftstoff oder erneuerbare Energien verwendet

Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel

Weniger Verpackungsmaterial

Kraftstoffeffizientes Fahrverfahren (z. B. richtigen Gang verwenden und langsamer fahren)

Kleinere Wohnräume/Wohngemeinschaften, um leere Zimmer zu füllen

Weniger oder langlebigere Artikel kaufen

Recycling

Weiß nicht