

PRESSE-INFORMATION

DIE RETTUNG DES PLANETEN BEGINNT ZU HAUSE

Weltweit geben zwei von drei Befragten an, dass sie ihr Verhalten aus Sorge um den Klimawandel geändert haben - am häufigsten in Bezug auf den häuslichen Wasser- und Energieverbrauch, Recycling und die Wahl der Lebensmittel.

Hamburg/Davos, 23. Januar 2019. Über zwei Drittel (69%) von fast 20.000 befragten Personen in 28 Ländern geben an, dass sie aus Sorge um den Klimawandel ihr Verhalten geändert haben. 17 Prozent sagen, sie hätten in den letzten Jahren „eine Menge“ Änderungen vorgenommen, bei 52 Prozent sind es zumindest „einige Änderungen“, während nicht einmal jeder vierte (23%) angibt, sein Verhalten gar nicht geändert zu haben. Dies sind einige der Ergebnisse einer Umfrage, die das Markt- und Meinungsforschungsinstitut Ipsos kürzlich im Auftrag des World Economic Forum durchführte.

Am wenigsten Verhaltensänderungen für das Klima in Japan, USA, den Niederlanden und Russland

In **Deutschland** geben sechs von zehn Befragten (60%) an, ihr Verhalten für das Klima geändert zu haben. Am höchsten ist der Anteil allerdings in Indien (88%), Mexiko (86%), Chile (86%), China (85%), Malaysia (85%) und Peru (84%). Japan ist dagegen das einzige befragte Land, in dem nur eine Minderheit (31%) angibt, aus Sorge um den Klimawandel ihr Verhalten geändert zu haben, während fast die Hälfte (47%) behauptet, nichts dergleichen getan zu haben. Die drei anderen Länder, in denen mehr als ein Drittel der Befragten sein Verhalten nicht geändert hat, sind die Vereinigten Staaten (36%), Russland (35%) und die Niederlande (35%).

Klimaschutzmaßnahmen starten im eigenen Haushalt

Insgesamt konzentrieren sich die einzelnen Maßnahmen, die am häufigsten aus Sorge um den Klimawandel ergriffen werden, meist auf den eigenen Haushalt, wie z. B.

PRESSE-INFORMATION

- Wasserverbrauch (genannt von 60% derer, die Veränderungen vorgenommen haben, das entspricht 41% aller Befragten)
- Recycling von Produkten (57% / 39%)
- Energieeinsparung (55% / 38%)
- Längere Verwendung von Produkten (50% / 35%)
- bewusster Lebensmitteleinkauf (46% / 32%)
- Auswahl der Haushaltsgeräte (Typ, Marke, Energieverbrauch - 41% / 28%)

Deutsche achten beim Klimaschutz vor allem auf bewussten Lebensmitteleinkauf

In Deutschland steht bei denjenigen, die aus Sorge um den Klimawandel ihr Verhalten geändert haben, der bewusste Lebensmitteleinkauf, bei dem auf Art, Marke und Herkunft der Produkte geachtet wird, an oberster Stelle aller Maßnahmen. 63 Prozent und damit deutlich mehr als im Durchschnitt aller befragten Länder (46%) setzen hier bei der Verhaltensänderung an, gefolgt von bewussterem Energieverbrauch beim Heizen, Beleuchten und Geräteinsatz (56%) sowie Recycling (55%).

...und reisen klimafreundlich

Eine weitere Maßnahme zum Klimaschutz, die in Deutschland überdurchschnittlich oft praktiziert wird, sind Veränderungen beim privaten Reisen. 41 Prozent derjenigen, die ihr Verhalten im Sinne des Klimaschutzes geändert haben, nennen dieses Kriterium, global sind es lediglich 29 Prozent.

Klimaschutzmaßnahmen, die in anderen Ländern häufiger genannt werden als im weltweiten Durchschnitt sind z. B. der Wasserverbrauch in Südafrika, Recycling in Australien, Kanada, Großbritannien und Neuseeland, der Energieverbrauch in den Niederlanden, der Arbeitsweg in China, Kompostierung in Kanada und Neuseeland sowie das eigene Kraftfahrzeug in Indien.

PRESSE-INFORMATION

Methode:

Dies sind die Ergebnisse einer Ipsos-Umfrage, die auf der Online-Plattform Global Advisor unter 19.964 Erwachsenen im Alter von 18-74 Jahren in den Vereinigten Staaten, Kanada, Malaysia, Südafrika und der Türkei sowie von 16-74 Jahren in 23 weiteren Ländern durchgeführt wurde. Die Umfrage wurde zwischen dem 25. Oktober und dem 8. November 2019 durchgeführt.

Die Stichprobe besteht aus jeweils etwa 1.000 Personen in Australien, Brasilien, Kanada, China (Festland), Frankreich, Deutschland, Indien, Italien, Japan, Spanien, Großbritannien und den USA sowie jeweils 500 Personen in Argentinien, Belgien, Chile, Ungarn, Malaysia, Mexiko, den Niederlanden, Neuseeland, Peru, Polen, Russland, Saudi-Arabien, Südkorea, Südafrika, Schweden und der Türkei.

Die Stichproben in Argentinien, Australien, Belgien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Großbritannien, Ungarn, Italien, Japan, den Niederlanden, Neuseeland, Polen, Südkorea, Spanien, Schweden und den USA können als repräsentativ für die allgemeine erwachsene Bevölkerung unter 75 Jahren in diesen Ländern angenommen werden.

In Brasilien, Chile, China (Festland), Indien, Malaysia, Mexiko, Peru, Russland, Saudi-Arabien, Südafrika und der Türkei sollten die Stichproben nicht als bevölkerungsrepräsentativ angesehen werden. Sie repräsentieren stattdessen den wohlhabenderen Teil der Bevölkerung, die aufstrebende Mittelklasse. Diese stellt allerdings eine wesentliche soziale Gruppe dar, wenn es darum geht, diese Länder verstehen zu lernen.

Die Daten werden so gewichtet, dass die Stichprobenzusammensetzung jedes Landes das demographische Profil der erwachsenen Bevölkerung gemäß den jüngsten Volkszählungsdaten am besten widerspiegelt.

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

PRESSE-INFORMATION

Ipsos

Ipsos ist die Nummer 3 weltweit in der Marktforschungsbranche mit mehr als 18.000 Mitarbeitern und starker Präsenz in 90 Ländern. Unsere Forschungsexperten, Analysten und Wissenschaftler verfügen über das breite Know-How von Multi-Spezialisten, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürgern, Konsumenten, Patienten, Käufern oder Mitarbeitern ermöglicht. Wir haben die große Bandbreite unserer Lösungsansätze in 18 Service Lines zusammengefasst und unterstützen damit über 5000 Kunden weltweit.

1975 in Paris gegründet, wird Ipsos bis heute von Forschern geführt. In Deutschland sind wir mit ca. 700 Mitarbeitern an sechs Standorten präsent: Hamburg, Mölln, Berlin, Frankfurt, Nürnberg und München. 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

Fragenbogen

Frage 1:

Haben Sie in den letzten Jahren speziell aus Sorge über den Klimawandel irgendwelche Veränderungen bei den Produkten oder Dienstleistungen vorgenommen, die Sie kaufen bzw. nutzen?

- Ja, ich habe viele Veränderungen aus Sorge über den Klimawandel vorgenommen
- Ja, ich habe ein paar Veränderungen aus Sorge über den Klimawandel vorgenommen
- Nein, ich habe keine Veränderungen aus Sorge über den Klimawandel vorgenommen
- Bin mir nicht sicher

PRESSE-INFORMATION

Frage 2

An welchen der folgenden Dinge haben Sie in den letzten Jahren speziell aus Sorge über den Klimawandel Veränderungen vorgenommen? Bitte alle zutreffenden Antworten auswählen.

- Daran, wie Sie von und zur Arbeit gelangen
- Daran, wie Sie sich privat fortbewegen (bei Besorgungen, Ausflügen, Freizeitreisen usw.)
- Daran, wie Sie sich beruflich fortbewegen (bei Geschäftsreisen)
- An den Lebensmitteln, die Sie kaufen (Art, Marke, Herkunft/Erzeugung usw.)
- An der Bekleidung, die Sie kaufen (Art, Marke, Herkunft/Herstellung usw.)
- An Ihren Technologie- und Elektrogeräten (Art, Energieverbrauch usw.)
- An Ihren Haushaltsgeräten (Art, Marke, Energieverbrauch usw.)
- Am Ihrem Kraftfahrzeug, z. B. Auto, Van, Pick-up, Motorrad (Größe, Kraftstoffart, Kraftstoffverbrauch usw.)
- Daran, welche Art von Energie Sie bei sich zu Hause für Heizung/Klimaanlage, Beleuchtung, Gerätebetrieb usw. nutzen
- Daran, wie viel Energie Sie bei sich zu Hause für Heizung/Klimaanlage, Beleuchtung, Gerätebetrieb usw. verbrauchen
- Daran, wie viel Wasser Sie bei sich zu Hause verbrauchen
- Daran, wie viel/wie oft Sie Produkte wiederverwenden
- Daran, wie viel/wie oft Sie Produkte recyceln
- Daran, wie viel/wie oft Sie Abfälle kompostieren
- An keinem dieser Dinge

Kontakt:

Gudrun Witt
Marketing & Communications
Gudrun.Witt@Ipsos.com
+49 40 80096 4179

PRESSE-INFORMATION

Ipsos GmbH
Sachsenstraße 6
20097 Hamburg

Kontakt:
E-mail:
Phone:

Gudrun Witt,
Manager Communications
gudrun.witt@ipsos.com
+49 40 80096 4179

GAME CHANGERS

