

PRESSE-INFORMATION

Tag der Erde: Deutsche vermissen klaren Plan im Kampf gegen Klimawandel

Hamburg, 22. April 2021 – Obwohl die meisten Deutschen den Klimaschutz als eine wichtige Zukunftsaufgabe erachten, glauben nur die wenigsten, dass ihre Regierung einen klaren Plan im Kampf gegen die globale Erwärmung verfolgt. Gerade einmal 28 Prozent aller Bundesbürger sind davon überzeugt, dass Deutschlands Regierung konkrete Pläne für die Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zur Eindämmung des Klimawandels hat. Mehr als jeder dritte Befragte (37%) äußert sich diesbezüglich eher skeptisch. Das ist das Ergebnis einer internationalen Studie des Markt- und Meinungsforschungsunternehmens Ipsos, die anlässlich des Tages der Erde ('Earth Day') durchgeführt wurde.

Gemeinsam gegen die Klimakrise: Jeder Einzelne ist in der Pflicht

Trotz oder gerade wegen der fehlenden Maßnahmen seitens der Politik sehen sich viele Menschen selbst in der Verantwortung. Sieben von zehn Deutschen (69%) stimmen der Aussage zu, dass man zukünftige Generationen im Stich lassen würde, wenn Menschen wie sie jetzt nicht gegen den Klimawandel kämpfen. Lediglich jeder zehnte Befragte (11%) sieht das nicht so. Besonders groß ist das Pflichtbewusstsein der Menschen in lateinamerikanischen Ländern wie Kolumbien (89%), Chile (88%) oder Peru (86%), vergleichsweise gering hingegen in Japan (59%) und Russland (46%).

Fast zwei Drittel aller Deutschen (63%) sind außerdem der Ansicht, dass Unternehmen ihre Mitarbeiter und Kunden im Stich lassen, wenn sie nicht gegen den Klimawandel vorgehen, nur 14 Prozent widersprechen dieser Auffassung. Eine Mehrheit der Bürger sieht darüber hinaus aber auch die Bundesregierung in der Pflicht: Immerhin 57 Prozent der Befragten vertreten die Meinung, dass ihre Regierung die Menschen in Deutschland im Stich lassen würde, wenn sie jetzt nichts zur Bekämpfung des Klimawandels unternimmt.

PRESSE-INFORMATION

Konsumverzicht statt Umstellung der Essgewohnheiten

Danach gefragt, welche persönlichen Verhaltensänderungen man vollziehen würde, um selbst einen Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel zu leisten, nennen die Deutschen am häufigsten den Verzicht auf Konsum. Eine knappe Mehrheit der Befragten (52%) hält es für wahrscheinlich, dass sie im kommenden Jahr versuchen werden, den Kauf neuer Produkte zu vermeiden, zum Beispiel durch die Reparatur defekter oder den Kauf gebrauchter Produkte. Jeweils etwa die Hälfte der Bevölkerung plant außerdem Verpackungsmüll zu reduzieren (50%), Energie im Haushalt einzusparen (47%) und möglichst sparsam mit Wasser umzugehen (43%).

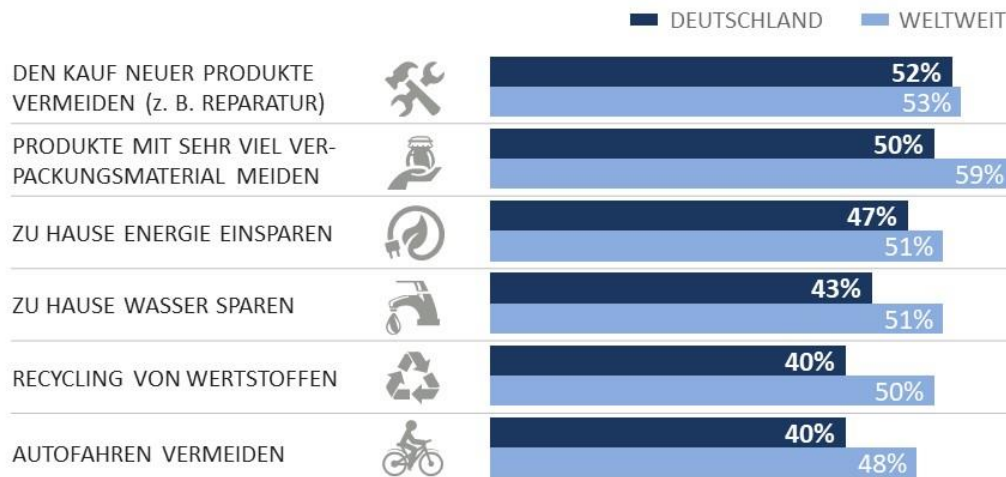
Deutlich schwerer fällt es den Deutschen jedoch, als Beitrag im Kampf gegen den Klimawandel ihre Ernährung umzustellen. Nicht einmal jeder Dritte (32%) beabsichtigt, 2021 weniger Milchprodukte zu verzehren oder durch Alternativen wie z. B. Sojamilch zu ersetzen. Weniger als vier von zehn Befragten (39%) wollen zukünftig weniger Fleisch essen. Nicht nur in Deutschland, sondern auch im weltweiten Durchschnitt aller befragten Länder werden diese beiden Verhaltensänderungen zugunsten des Klimaschutzes am seltensten genannt.

PRESSE-INFORMATION

Verhaltensänderungen für das Klima

Ipsos

Wie wahrscheinlich oder unwahrscheinlich ist es, dass Sie persönlich im kommenden Jahr die folgenden Änderungen zur Eindämmung des Klimawandels vollziehen? (wahrscheinlich)



Quelle: »Earth Day 2021. Public opinion on and action on climate change«. Ipsos Global Advisor Online-Studie in 30 Ländern. 21.011 Befragte im Alter von 16 bis 74 Jahren. Auszug Deutschland: 1.000+ Befragte. Feldzeit: 19. Februar bis 05. März 2021.

GAME CHANGERS



Methode:

Die Ergebnisse stammen aus der Ipsos Global Advisor-Studie »Earth Day 2021. Public opinion on and action on climate change«. Bei der Online-Umfrage wurden zwischen dem 19. Februar und dem 05. März 2021 insgesamt 21.011 Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren aus 30 Ländern interviewt:

Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Chile, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Kanada, Kolumbien, Malaysia, Mexiko, Niederlande, Peru, Polen, Russland, Saudi-Arabien, Schweden, Schweiz, Spanien, Südafrika, Südkorea, Türkei, Ungarn und USA.

Ipsos GmbH
Sachsenstraße 6
20097 Hamburg

Kontakt:
E-mail:
Phone:

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

GAME CHANGERS



PRESSE-INFORMATION

In Hongkong, Kanada, Malaysia, Südafrika, der Türkei und den USA waren die Befragten zwischen 18 und 74 Jahren alt, in den anderen 24 Ländern zwischen 16 und 74 Jahren.

In Australien, Belgien, Brasilien, China, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Spanien und den Vereinigten Staaten wurden jeweils etwa 1.000 Personen befragt. In den restlichen 18 befragten Ländern umfasste die Stichprobe jeweils circa 500 Personen.

In 17 von insgesamt 30 untersuchten Ländern können die Stichproben als repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung unter 75 Jahren angesehen werden: Argentinien, Australien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Japan, Kanada, Niederlande, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Südkorea, Ungarn und USA.

Die Stichproben in Brasilien, Chile, China, Hongkong, Indien, Kolumbien, Malaysia, Mexiko, Peru, Russland, Saudi-Arabien, Südafrika und der Türkei sind 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 computerbasierte Zählung, erlaubte Mehrfachnennungen oder dem Ausschluss von „weiß nicht/keine Angabe“ Nennungen.

Für diese Studie gab es keine externen Sponsoren oder Partner. Sie wurde von Ipsos mit der Absicht initiiert und durchgeführt, etwas zum tieferen Verständnis der Gefühle der Menschen und der Welt, in der wir leben, beizutragen.

PRESSE-INFORMATION

Ipsos

Ipsos ist die Nummer 3 weltweit in der Marktforschungsbranche mit mehr als 18.000 Mitarbeiter*innen und starker Präsenz in 90 Ländern.

Unsere Forschungsexpert*innen, Analyst*innen und Wissenschaftler*innen verfügen über das breite Know-How von Multi-Spezialist*innen, das tiefe Insights in Handlungen, Meinungen und Motivationen von Bürger*innen, Konsument*innen, Patient*innen, Käufer*innen oder Mitarbeiter*innen 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 Forscher*innen geführt. In Deutschland sind wir mit ca. 600 Mitarbeiter*innen 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

Kontakt:

Rouven Freudenthal
Marketing & Communications
rouven.freudenthal@ipsos.com
+49 151 7420 2330

PRESSE-INFORMATION

Auszug aus dem Fragebogen:

Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen:

Wenn die Regierung von Deutschland jetzt nichts zur Bekämpfung des Klimawandels unternimmt, lässt sie die Menschen in Deutschland im Stich

Wenn Unternehmen in Deutschland jetzt nicht gegen den Klimawandel kämpfen, lassen sie ihre Mitarbeiter und Kunden im Stich

Wenn Menschen wie ich jetzt nicht gegen den Klimawandel kämpfen, lassen wir zukünftige Generationen im Stich

Ich weiß, welche Maßnahmen ich ergreifen muss, um meinen Teil im Kampf gegen den Klimawandel beizutragen

Deutschlands Regierung hat einen klaren Plan für die Zusammenarbeit der Regierung, der Unternehmen und der Menschen im Kampf gegen den Klimawandel

Ich stimme voll und ganz zu
Ich stimme eher zu
Ich stimme weder zu noch nicht zu
Ich stimme eher nicht zu
Ich stimme überhaupt nicht zu
Ich weiß nicht

Bitte denken Sie an die Dinge, die Sie zur Eindämmung des Klimawandels beitragen könnten, und geben Sie an, wie wahrscheinlich oder unwahrscheinlich es wäre, dass Sie persönlich im kommenden Jahr die folgenden Änderungen vollziehen?

Zu Fuß gehen, Radfahren oder öffentliche Verkehrsmittel anstelle des Autos oder Motorrads nutzen

PRESSE-INFORMATION

Gar nicht fliegen oder anstelle bestimmter Flüge Busse oder Bahnen nutzen

Weniger Fleisch essen oder das Fleisch in bestimmten Gerichten durch Alternativen ersetzen, wie zum Beispiel Bohnen

Weniger Milchprodukte verzehren oder bestimmte Milchprodukte durch Alternativen ersetzen, wie zum Beispiel Sojamilch

Energie im Haushalt einsparen, zum Beispiel durch die Nachrüstung von Dämmmaterial oder das Ausschalten von Lampen

Wertstoffe dem Recycling zuführen, zum Beispiel Glas, Papier und Kunststoffe

Produkte mit sehr viel Verpackungsmaterial meiden

Den Kauf neuer Produkte vermeiden, zum Beispiel durch die Reparatur defekter Produkte oder den Kauf gebrauchter Produkte

Zu Hause Wasser sparen, zum Beispiel durch kürzeres Duschen oder indem man den Garten nicht bewässert

Ich versuche bereits, diesen Punkt so weit wie möglich umzusetzen

Würde ich auf jeden Fall

Würde ich sehr wahrscheinlich

Würde ich vielleicht

Würde ich wahrscheinlich nicht

Würde ich sehr wahrscheinlich nicht

Würde ich auf keinen Fall

Nicht zutreffend