

**Nachhaltigkeit in der  
sozialen Marktwirtschaft**

Ergebnisse einer bevölkerungsrepräsentativen  
Befragung im Juli 2021

# INHALT

	Seite
VORBEMERKUNG .....	1
ERGEBNISSE	
Großer und gestiegener Rückhalt für die soziale Marktwirtschaft .....	6
Anforderungen an ein Wirtschaftssystem: Fairness, Gerechtigkeit, Sicherheit, aber auch ökologische Nachhaltigkeit .....	14
Bekämpfung des Klimawandels: In der Bevölkerung herrscht eine abwägende Haltung vor .....	19
Verbreitet Zweifel, dass Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Rahmen unseres Wirtschaftssystems wirklich möglich sind.....	25
Exkurs: Profil von Personen, die für einen effektiven Klimaschutz radikale Änderungen am Wirtschaftssystem für notwendig halten .....	27
Beim Klimaschutz kommt es vor allem auf die Wirtschaft an; Anreize und Förderung sind hilfreicher als Verbote.....	39
Begrenzte Bereitschaft, für Klimaschutz mehr zu bezahlen.....	46
Stromversorgung: Inkonsistente Verbraucherhaltungen .....	56
Große Bedeutung staatlicher Fördergelder für die energetische Sanierung von Gebäuden .....	64
Klimafreundliche Mobilität: Die Bevölkerung setzt auf Innovationen und den Ausbau von Angeboten, weniger auf Einschränkungen und höhere Preise .....	71
Nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte: noch begrenzte Relevanz, aber große Potentiale .....	74
Unklare Haltung der Bevölkerung zur Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen – Plädoyer für soziale Ausgleichsmaßnahmen .....	80

## INHALT

	Seite
VORBEMERKUNG .....	1
ERGEBNISSE	
Großer und gestiegener Rückhalt für die soziale Marktwirtschaft .....	6
Anforderungen an ein Wirtschaftssystem: Fairness, Gerechtigkeit, Sicherheit, aber auch ökologische Nachhaltigkeit .....	14
Bekämpfung des Klimawandels: In der Bevölkerung herrscht eine abwägende Haltung vor .....	19
Verbreitet Zweifel, dass Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Rahmen unseres Wirtschaftssystems wirklich möglich sind.....	25
Exkurs: Profil von Personen, die für einen effektiven Klimaschutz radikale Änderungen am Wirtschaftssystem für notwendig halten .....	27
Beim Klimaschutz kommt es vor allem auf die Wirtschaft an; Anreize und Förderung sind hilfreicher als Verbote.....	39
Begrenzte Bereitschaft, für Klimaschutz mehr zu bezahlen.....	46
Stromversorgung: Inkonsistente Verbraucherhaltungen .....	56
Große Bedeutung staatlicher Fördergelder für die energetische Sanierung von Gebäuden .....	64
Klimafreundliche Mobilität: Die Bevölkerung setzt auf Innovationen und den Ausbau von Angeboten, weniger auf Einschränkungen und höhere Preise .....	71
Nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte: noch begrenzte Relevanz, aber große Potentiale .....	74
Unklare Haltung der Bevölkerung zur Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen – Plädoyer für soziale Ausgleichsmaßnahmen .....	80

## ANHANG

Anhangschaubilder

Untersuchungsdaten

Repräsentanznachweis

Fragebogenauszug mit Anlagen

## VORBEMERKUNG

Nachhaltigkeit und speziell Klimawandel bzw. Klimaschutz sind seit vielen Jahren zentrale Themen der gesellschaftspolitischen Diskussion. Es sind insbesondere Themen, die aus Sicht der Bevölkerung große Bedeutung haben. So wird die Bekämpfung des Klimawandels von der deutschen Bevölkerung als größte globale Herausforderung wahrgenommen, bemerkenswerterweise – mitten in der Corona-Pandemie<sup>1</sup> – noch vor der Bekämpfung von Krankheiten und Epidemien: 68 Prozent der Bevölkerung bewerten die Bekämpfung des Klimawandels, der Erderwärmung als eine der größten globalen Herausforderungen, vor denen die Welt steht. Nur knapp dahinter rangieren die Bekämpfung der Umweltverschmutzung sowie die Bekämpfung von Krankheiten und Epidemien (jeweils 65 Prozent). 60 Prozent nehmen die Bewahrung der Artenvielfalt mit als größtes globales Problem wahr. Neben der Bekämpfung von Krankheiten und Epidemien platziert die Bevölkerung in Deutschland damit Probleme im Zusammenhang mit dem Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen an die Spitze der dringlichsten weltweiten Aufgaben. Erst danach folgen auf der Prioritätenliste der Bevölkerung die Sicherung einer ausreichenden Ernährung für alle Menschen sowie der Schutz der Menschenrechte, die Bewältigung von Flüchtlingsströmen, die Eindämmung oder Verhinderung militärischer Konflikte sowie die Verringerung der Unterschiede zwischen armen und reichen Ländern (Schaubild 1).

---

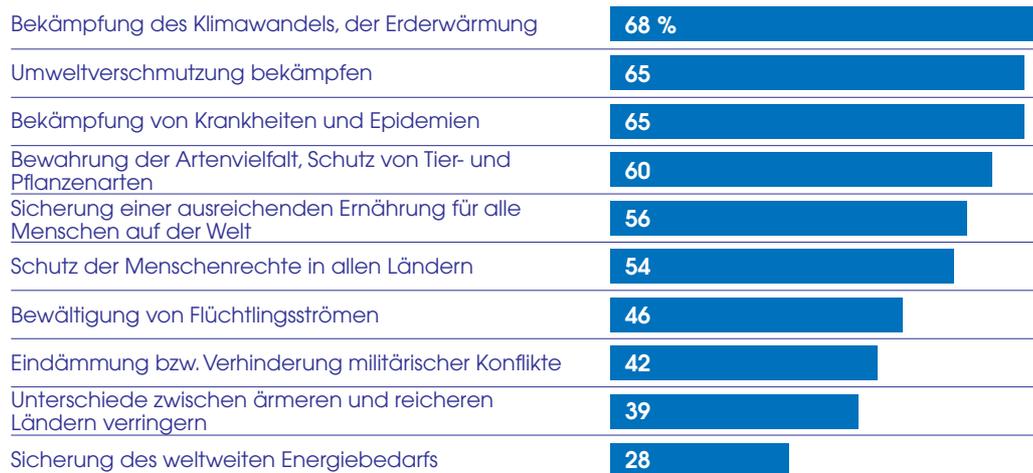
<sup>1</sup> Die Befragung für die Nestlé-Studie 2021 "Klima und Ernährung", aus der diese Befunde stammen, wurde in der ersten Märzhälfte 2021 durchgeführt, also zu Beginn der dritten Corona-Welle in Deutschland.

## Die Bekämpfung des Klimawandels ist auch in Pandemiezeiten aus Sicht der deutschen Bevölkerung die wichtigste globale Herausforderung

Frage: "Was sind Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen, vor denen die Welt steht?"

**Es sehen als eine der größten globalen Herausforderungen –**

**Top 10**

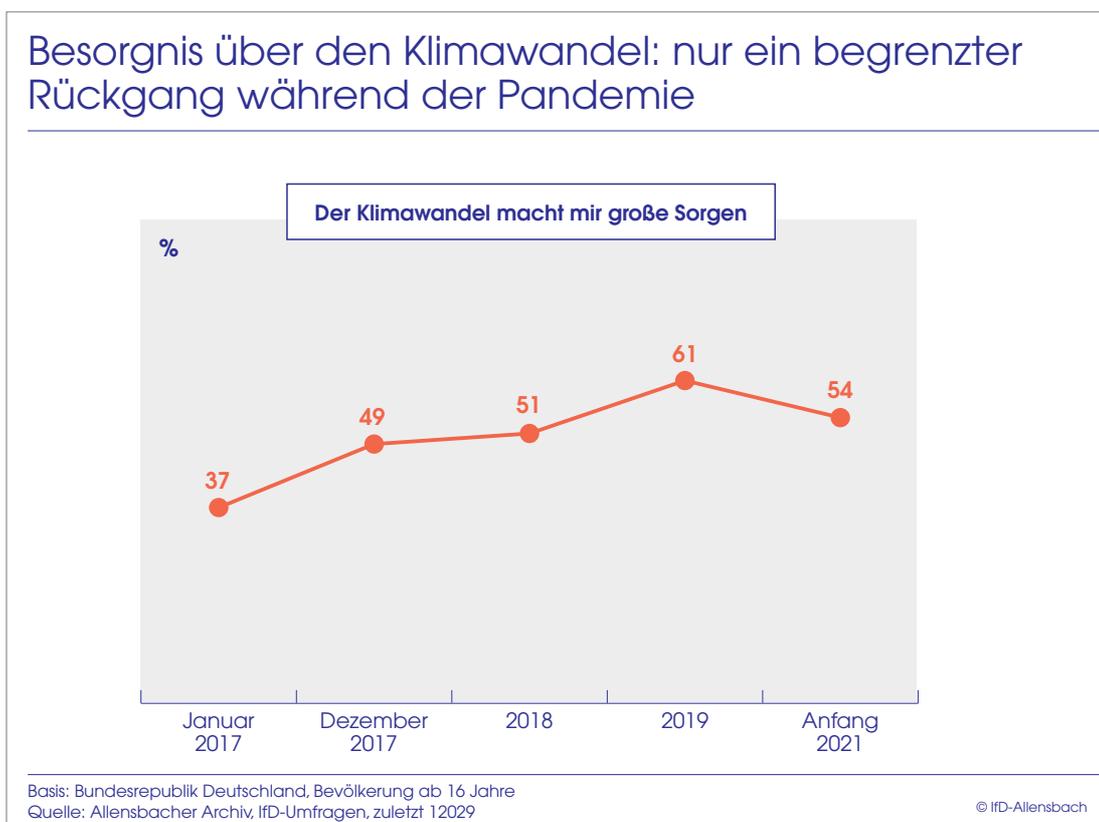


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung 14 bis 84 Jahre  
Quelle: Nestlé-Studie 2021

© IfD-Allensbach

Auch die Besorgnis der Bevölkerung über die Folgen des Klimawandels hat während der Pandemie kaum abgenommen, auch wenn die Corona-Krise das Thema Klimawandel in der öffentlichen Diskussion zeitweise stark an den Rand gedrängt hatte. So ist der Anteil der Bevölkerung, dem der Klimawandel große Sorgen macht, von Januar 2017 bis 2019 – also vor der Corona-Krise – steil von 37 Prozent auf 61 Prozent angestiegen, danach bis Anfang 2021 nur leicht auf 54 Prozent zurückgegangen (Schaubild 2).

Schaubild 2



Unter ökonomischer und wirtschaftspolitischer Perspektive stellt sich vor diesem Hintergrund die Frage, inwieweit im Rahmen unseres Wirtschaftssystems, d.h. der sozialen Marktwirtschaft, befriedigende Antworten auf diese zentralen Herausforderungen gegeben werden können. Um zu klären, wie die Bevölkerung das wahrnimmt und einschätzt, hat der GEMEINSCHAFTSAUSSCHUSSES DER DEUTSCHEN GEWERBLICHEN WIRTSCHAFT das INSTITUT FÜR DEMOSKIOPIE ALLENSBACH mit der vorliegenden Studie beauftragt. Die Untersuchung deckt dabei ein breites Spektrum damit zusammenhängender Themen und Fragestellungen ab. Insbesondere wurden erhoben:

- die generelle Haltung der Bevölkerung zur sozialen Marktwirtschaft,
- welche Bedeutung Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Bevölkerung in einem Wirtschaftssystem haben sollten,
- inwieweit sich Nachhaltigkeit bzw. speziell Klimaschutz im Rahmen der sozialen Marktwirtschaft effektiv umsetzen lassen,
- welche Akteure und welche Branchen für den Klimaschutz besonders wichtig sind,
- welche Instrumente beim Klimaschutz für besonders wirksam gehalten werden,
- die Zahlungs- und Umstellungsbereitschaft der Bevölkerung für einen besseren Klimaschutz,
- die Vorstellungen der Bevölkerung zur Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen,
- inwieweit die Bevölkerung soziale Ausgleichsmaßnahmen in diesem Zusammenhang befürwortet,
- sowie detailliertere Fragen zu verschiedenen Themenbereichen im Zusammenhang mit dem Klimaschutz, etwa zur Akzeptanz von Hochspannungsleitungen oder Windrädern, zum Thema energetische Gebäudesanierung, zu Verkehr und Mobilität sowie zu nachhaltigen Versicherungs- und Finanzprodukten.

Der vorliegende Bericht fasst die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragung zusammen und stellt die zentralen Befunde grafisch dar. Er wird ergänzt durch einen tabellarischen Ergebnisbericht, der die Antworten auf alle Fragen sowohl für die Bevölkerung insgesamt als auch für zahlreiche Analysegruppen tabellarisch ausweist. Der verwendete Fragebogen sowie die methodischen Details der Untersuchung sind im Anhang des vorliegenden Berichts dokumentiert.

Allensbach am Bodensee,  
im Juli 2021

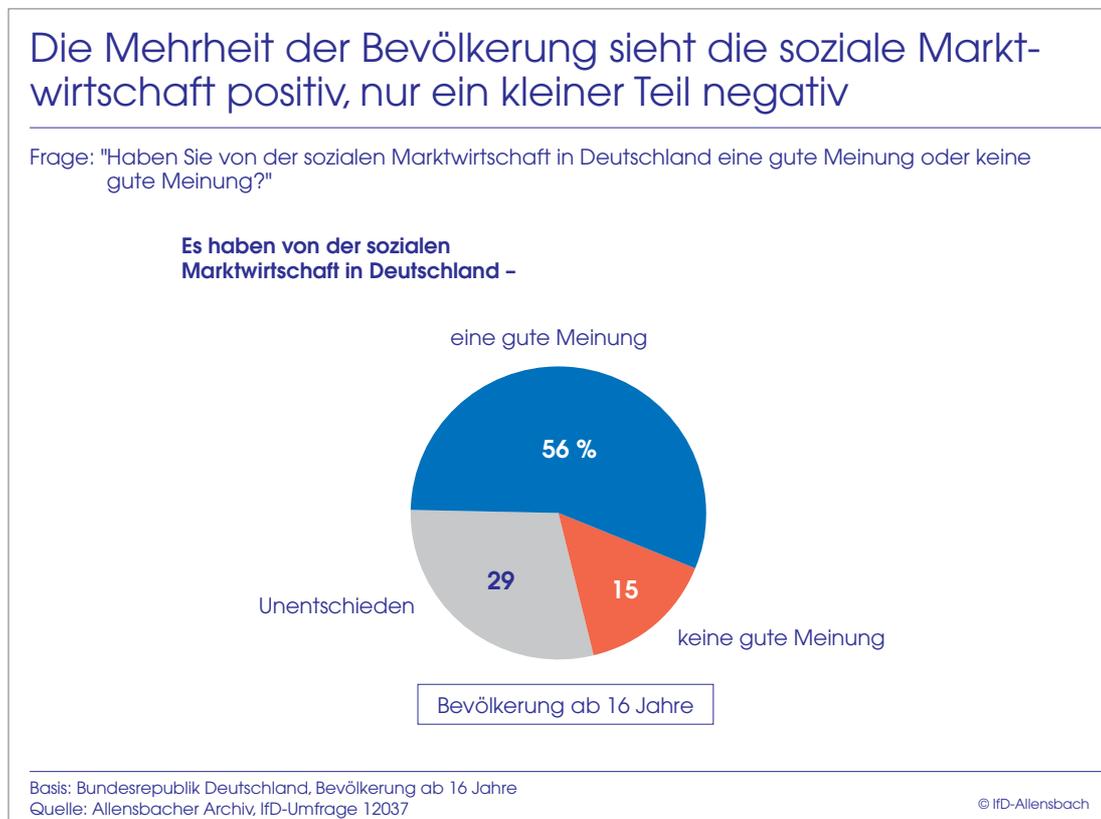
INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

## ERGEBNISSE

### Großer und gestiegener Rückhalt für die soziale Marktwirtschaft

Der Rückhalt für die soziale Marktwirtschaft in Deutschland ist groß. Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung hat von der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland ganz generell eine gute Meinung (56 Prozent), lediglich 15 Prozent haben keine gute Meinung. Daneben beziehen 29 Prozent in dieser Frage nicht ausdrücklich Stellung (Schaubild 3).

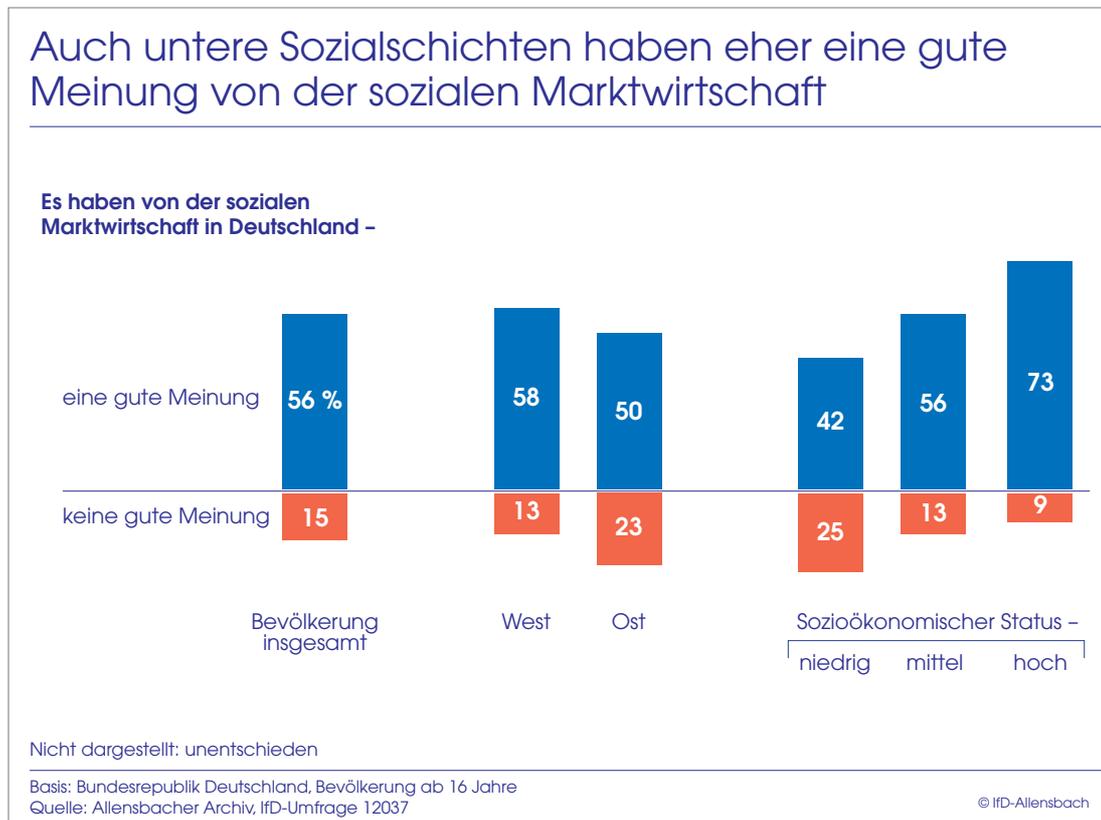
*Schaubild 3*



Die positive Haltung gegenüber der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland ist dabei in den östlichen Bundesländern zwar etwas weniger stark ausgeprägt als im Westen und in unteren Sozialschichten weniger stark verbreitet als in oberen.<sup>2</sup> Aber auch im Osten der Republik und in unteren Sozialschichten überwiegen diejenigen mit einer guten Meinung von der sozialen Marktwirtschaft ganz deutlich diejenigen, die die soziale Marktwirtschaft kritisch sehen (Schaubild 4).

Die Unterschiede zwischen verschiedenen Altersgruppen fallen deutlich begrenzter aus. Am ehesten fällt ein überdurchschnittlicher Anteil von Personen in der jungen Bevölkerung auf, die sich in dieser Frage nicht positionieren.<sup>3</sup>

Schaubild 4

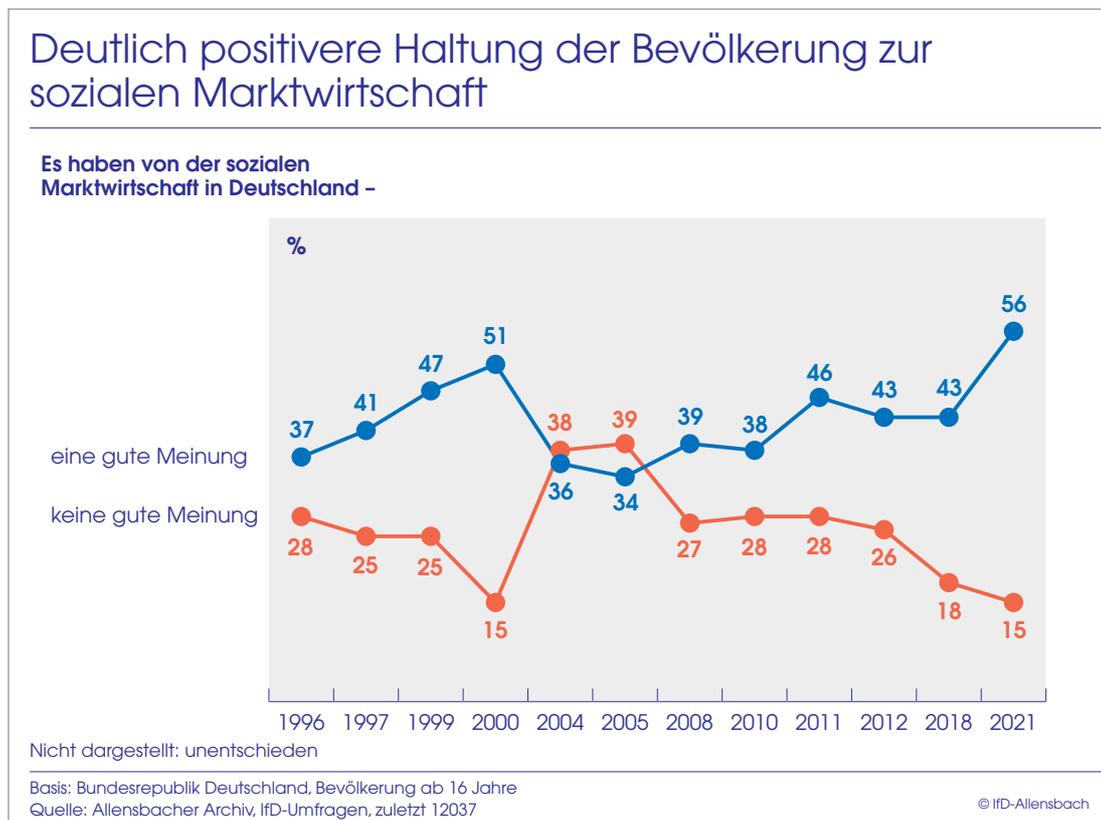


<sup>2</sup> Der sozioökonomische Status ist eine Skala, die gebildet wird aus dem Bildungsabschluss des Befragten, der Berufsstellung des Befragten, der Höhe des Einkommens des Hauptverdieners im Haushalt sowie der sozialen Schicht nach dem Eindruck des Interviewers im Interview.

<sup>3</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabelle 1.

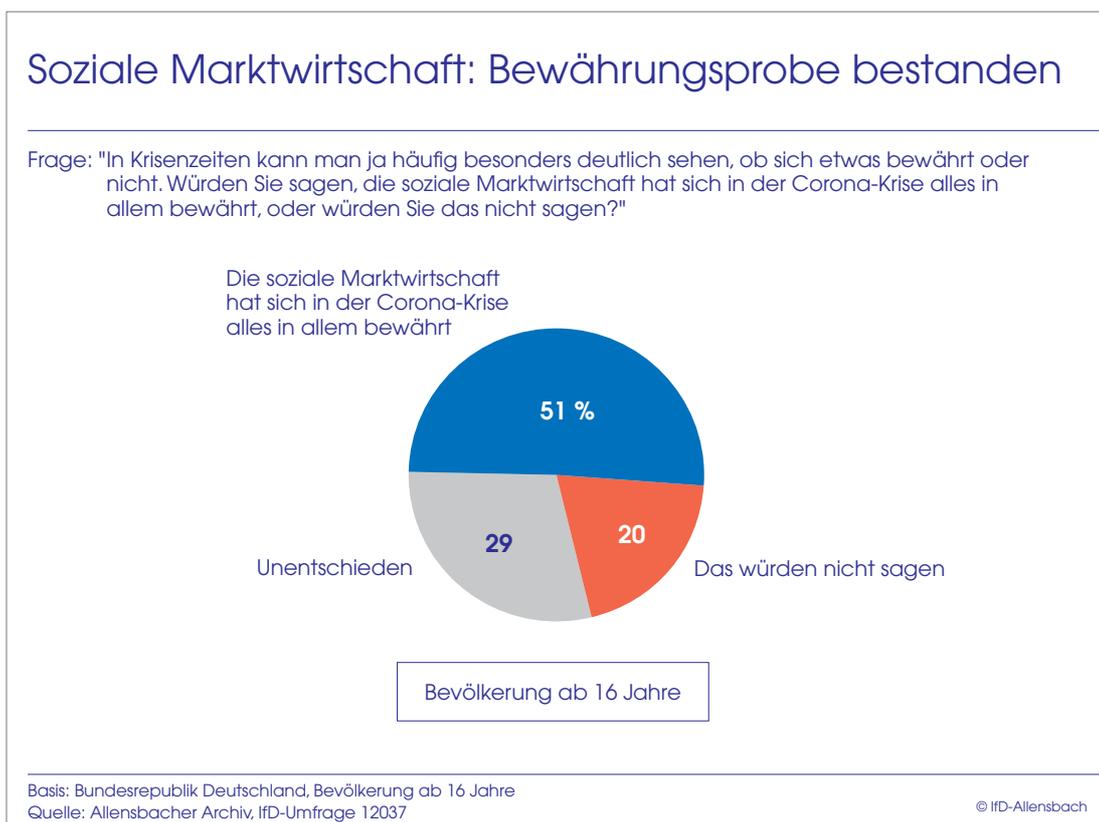
Die Haltung der Bevölkerung zur sozialen Marktwirtschaft hat sich in den vergangenen Jahren deutlich positiv entwickelt. Gegenüber 2018 ist der Anteil derer mit einer guten Meinung von der sozialen Marktwirtschaft von 43 auf 56 Prozent deutlich angestiegen, der Anteil derer, die ausdrücklich keine gute Meinung von der sozialen Marktwirtschaft haben, von 18 auf 15 Prozent weiter leicht zurückgegangen. Im langfristigen Vergleich zeigt sich, dass zwar schon seit gut 10 Jahren diejenigen mit positivem Blick auf unser Wirtschaftssystem diejenigen überwiegen, die die soziale Marktwirtschaft negativ sehen. In den Jahren 2004 und 2005 war dies – nach Jahren wirtschaftlicher Stagnation – aber auch schon anders (Schaubild 5).

Schaubild 5



Aus Sicht der Mehrheit der Bevölkerung hat sich die soziale Marktwirtschaft in der Corona-Krise alles in allem bewährt: 51 Prozent bescheinigen ihr das, lediglich 20 Prozent sind ausdrücklich anderer Meinung. Die übrigen 29 Prozent sind in dieser Frage unentschieden (Schaubild 6). Auch hier zeigen sich Ost-West- sowie Schichtunterschiede: Während in den westlichen Bundesländern 53 Prozent der Auffassung sind, dass sich die soziale Marktwirtschaft in der Corona-Krise bewährt hat, und nur 17 Prozent ausdrücklich widersprechen, halten sich in den östlichen Bundesländern die Vertreter beider Positionen mit je 37 Prozent die Waage. Und unter Personen mit niedrigem sozioökonomischem Status haben lediglich 38 Prozent den Eindruck, die soziale Marktwirtschaft habe sich in dieser Krise bewährt, während 26 Prozent die Gegenposition vertreten.<sup>4</sup>

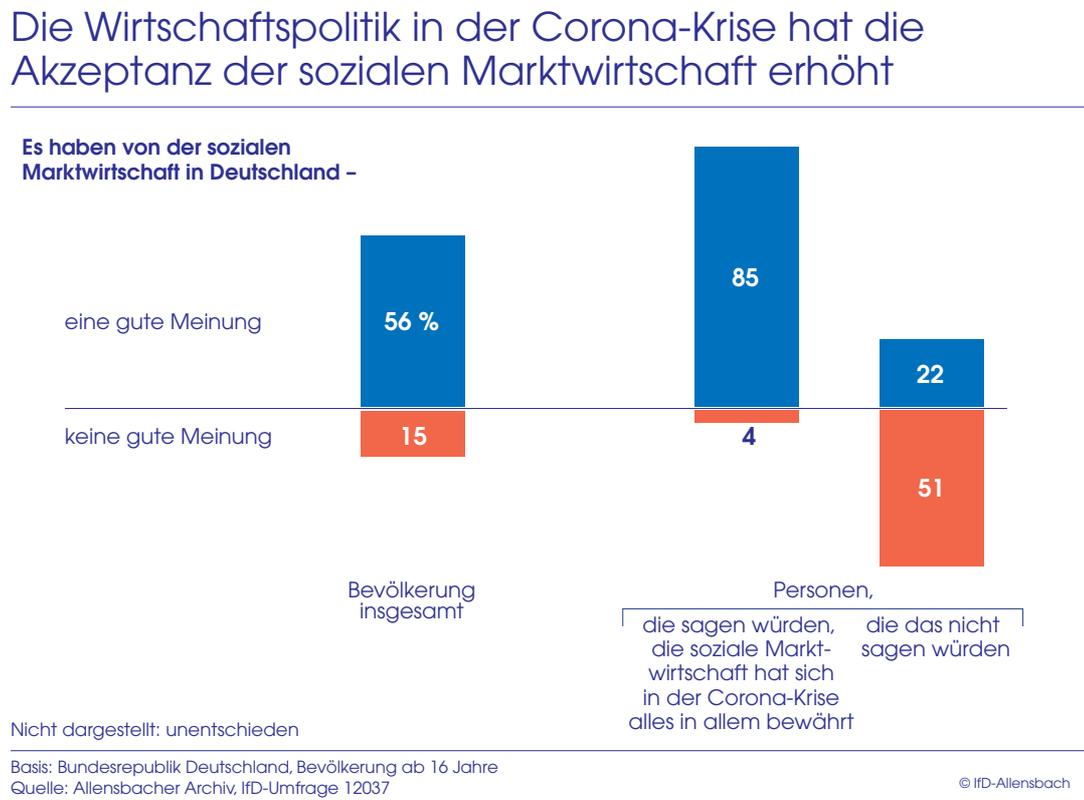
Schaubild 6



<sup>4</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabelle 3.

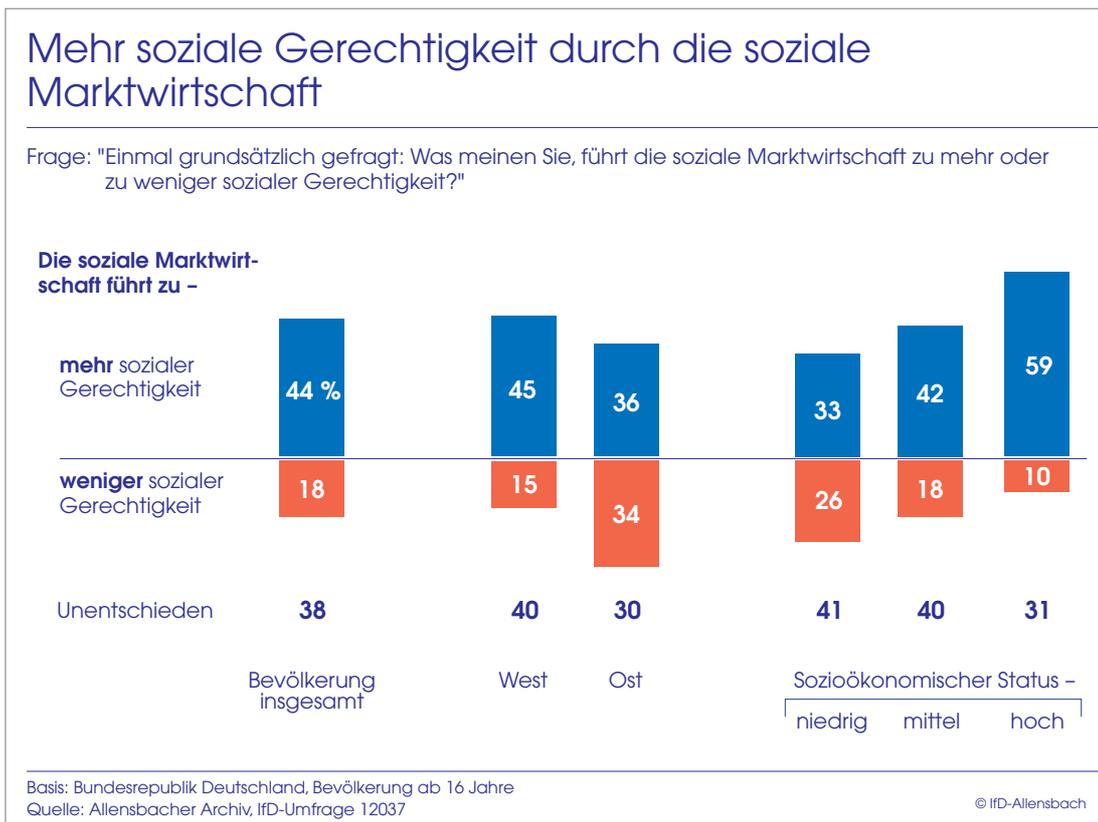
Das insgesamt positive Urteil über die soziale Marktwirtschaft in der Pandemie hängt vor allem damit zusammen, dass zwar einzelne Branchen wie das Hotelgewerbe und die Gastronomie, Großveranstalter oder Künstler von der Pandemie wirtschaftlich sehr stark getroffen waren, die Masse der Arbeitnehmer aber – auch dank entsprechender wirtschaftspolitischer Maßnahmen – wirtschaftlich bislang sehr gut durch die Krise gekommen ist: Weder sind die Sorgen vor Arbeitslosigkeit unter Berufstätigen insgesamt gestiegen noch wird die eigene wirtschaftliche Lage schlechter eingeschätzt als vor der Krise oder sind die finanziellen Spielräume enger geworden (Anhangschaubilder A1 bis A3).

Da der Rückhalt für ein Wirtschaftssystem generell wesentlich von seinem Erfolg abhängt, dürfte die Bewährung der sozialen Marktwirtschaft in der Corona-Krise, d.h. deren bisherige Bewältigung, ohne dass es für breite Bevölkerungskreise zu finanziellen Einbußen oder wirtschaftlichen Problemen kam, der wesentliche Grund sein für die aktuell deutlich positivere Beurteilung der sozialen Marktwirtschaft als noch von wenige Jahren. Auch die Daten der vorliegenden Umfrage unterstreichen das: Diejenigen, die den Eindruck haben, dass sich die soziale Marktwirtschaft in der Corona-Krise alles in allem bewährt hat, haben von ihr zu 85 Prozent grundsätzlich eine gute Meinung und zu lediglich 4 Prozent keine gute Meinung. Personen dagegen, die eine solche Bewährung ausdrücklich nicht sehen, stehen der sozialen Marktwirtschaft bei uns nur zu 22 Prozent positiv gegenüber, dagegen zu 51 Prozent negativ (Schaubild 7).



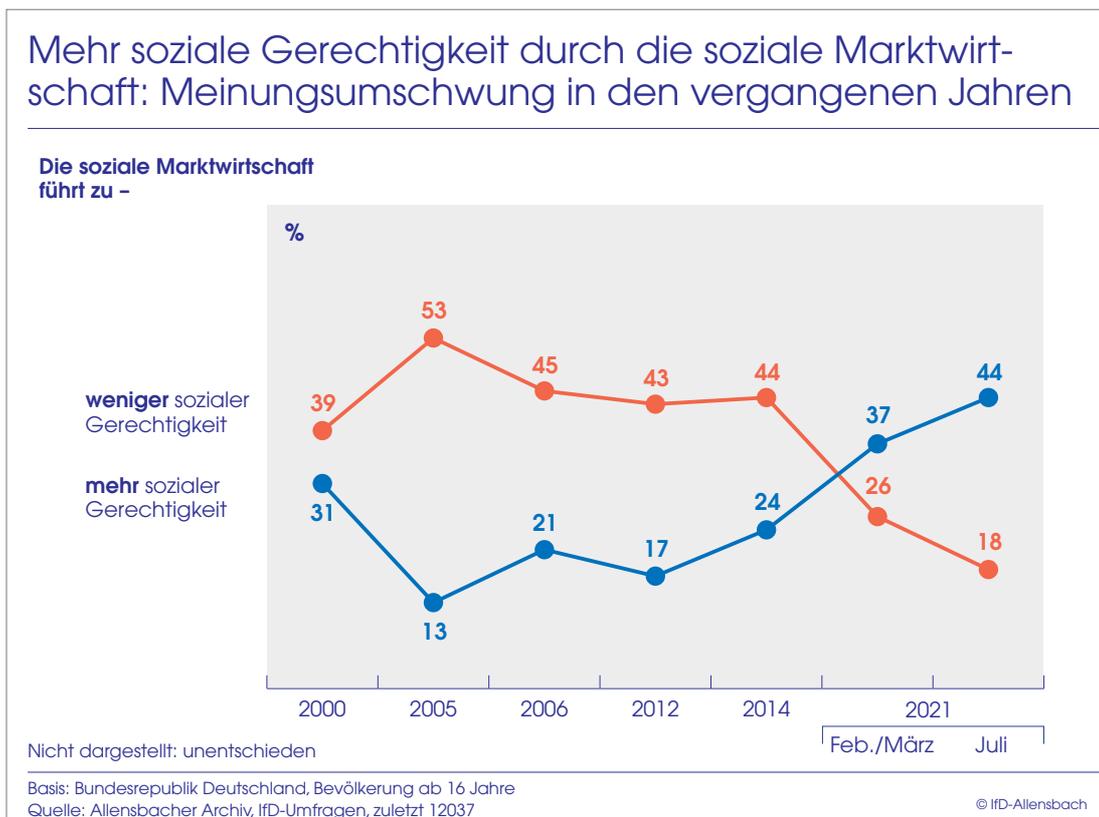
Die Bevölkerung ist insgesamt auch eher davon überzeugt, dass die soziale Marktwirtschaft zu mehr sozialer Gerechtigkeit führt, als dass die soziale Gerechtigkeit durch die soziale Marktwirtschaft abnehmen würde: 44 Prozent haben den Eindruck, unser Wirtschaftssystem führt zu mehr, dagegen nur 18 Prozent den Eindruck, es führt zu weniger sozialer Gerechtigkeit. Die übrigen 38 Prozent der Bevölkerung sind in dieser Frage unentschieden. Auch hier zeigen sich ausgeprägte Unterschiede zwischen der Bevölkerung in den westlichen und in den östlichen Bundesländern sowie zwischen den sozialen Schichten: In den unteren sozialen Schichten ist die Skepsis deutlich verbreiteter als in oberen Sozialschichten, dass die soziale Marktwirtschaft zu mehr sozialer Gerechtigkeit führt, in den östlichen Bundesländern wiegen sich optimistische und pessimistische Sichtweisen in dieser Frage sogar annähernd auf (Schaubild 8).

Schaubild 8



Dass soziale Gerechtigkeit und unser Wirtschaftssystem in einem starken Spannungsverhältnis zueinander stehen, war viele Jahre lang die Überzeugung der Bevölkerung: Von 2000 bis 2014 hat in verschiedenen Umfragen des Allensbacher Instituts eine recht stabile und deutliche (relative) Mehrheit die Überzeugung bekundet, dass die soziale Marktwirtschaft zu weniger und nicht zu mehr sozialer Gerechtigkeit führt. Erstmals zu Beginn dieses Jahres und noch ausgeprägter aktuell im Rahmen der vorliegenden Studie haben sich diese Mehrheitsverhältnisse deutlich umgekehrt (Schaubild 9). Zu diesem erstaunlichen Meinungsumschwung der Bevölkerung dürfte sowohl die lange stabil positive wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland vor der Corona-Pandemie beigetragen haben, die die persönliche wirtschaftliche Lage breiter Bevölkerungsschichten verbessert hat, als auch die – aus Sicht der Bevölkerungsmehrheit (s.o., Schaubild 6) – bisher erfolgreiche Bewältigung der Corona-Krise in der sozialen Marktwirtschaft.

Schaubild 9



## Anforderungen an ein Wirtschaftssystem: Fairness, Gerechtigkeit, Sicherheit, aber auch ökologische Nachhaltigkeit

Die Beurteilung der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland hängt auch damit zusammen, welche Erwartungen die Bevölkerung an ein Wirtschaftssystem richtet. Mit Abstand am häufigsten hält es die deutsche Bevölkerung für besonders wichtig, dass ein gutes Wirtschaftssystem faire Arbeitsbedingungen und Löhne sicherstellt: 80 Prozent halten das für besonders wichtig, weitere 19 Prozent für "auch noch wichtig". Daneben ist Gerechtigkeit in verschiedenen Facetten eine aus Sicht der Bevölkerungsmehrheit besonders wichtige Anforderung an ein gutes Wirtschaftssystem: Für 70 Prozent zeichnet Leistungsgerechtigkeit ein gutes Wirtschaftssystem aus, für 59 Prozent eine gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen und für 52 Prozent Chancengerechtigkeit. Hier ist zu vermuten, dass viele Chancengerechtigkeit nicht zuerst als Anforderung an das Wirtschaftssystem wahrnehmen, sondern als etwas, das vor allem außerhalb des ökonomischen Prozesses sicherzustellen ist, z.B. im Bildungssystem.

Daneben haben Aspekte der wirtschaftlichen Sicherheit für Arbeitnehmer große Bedeutung für die Bewertung eines Wirtschaftssystems: Für 69 Prozent der Bevölkerung ist es für ein gutes Wirtschaftssystem besonders wichtig, dass es für sichere Arbeitsplätze sorgt, für 68 Prozent der Bevölkerung ist eine Absicherung der Bürger gegen Risiken wie Arbeitslosigkeit oder Krankheit von besonderer Bedeutung für ein Wirtschaftssystem.

Eine Mehrheit der Bevölkerung misst auch Nachhaltigkeit im Allgemeinen sowie ökologischer Nachhaltigkeit besondere Bedeutung zu, wenn es um die Anforderungen an ein Wirtschaftssystem geht: Dass man ganz allgemein nicht auf Kosten zukünftiger Generationen lebt, ist für 60 Prozent der Bevölkerung eine besonders wichtige Erwartung an die Art, wie die Wirtschaft organisiert ist, für ebenfalls 60 Prozent, dass Umwelt und Klima geschützt und die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten werden. Daneben nennen 41 Prozent als besonders wichtig, dass möglichst nur nachwachsende Rohstoffe und erneuerbare Energien genutzt werden.

Fasst man unter dem Begriff "Nachhaltigkeit" nicht nur den ökologischen Aspekt, sondern auch die soziale und ökonomische Dimension, betreffen schon viele der

vorgenannten Punkte Fragen der sozialen Nachhaltigkeit: Faire Arbeitsbedingungen und Löhne ebenso wie die Absicherung gegen Arbeitslosigkeit und Krankheit und eine gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen. Daneben fordert rund die Hälfte der Bevölkerung, dass Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen (51 Prozent), was unter dem Stichwort "Corporate Social Responsibility" ja häufig als Kern sozialer Nachhaltigkeit im Kontext unternehmerischen Handelns diskutiert wird.

Auch ökonomische Nachhaltigkeit hat aus Sicht der Bevölkerung eine große Bedeutung, auch wenn sie hinter Aspekten der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit zurückbleibt: 52 Prozent sehen Wirtschaftswachstum als besonders wichtiges Merkmal eines guten Wirtschaftssystems, 41 Prozent eine geringe Anfälligkeit für Wirtschaftskrisen. Hier lassen sich zudem die 45 Prozent der Bevölkerung einreihen, die es für besonders wichtig halten, dass der Staat Unternehmen unterstützt, die unverschuldet in Not geraten sind wie z.B. während der Corona-Pandemie.

Weniger Bedeutung für ein gutes Wirtschaftssystem haben aus Bevölkerungssicht Anforderungen, die liberalen Vorstellungen entsprechen, etwa große unternehmerische Freiheit, geringer Einfluss des Staates oder die Förderung von Eigeninitiative, daneben bemerkenswerterweise aber auch allgemeiner Wohlstand, die Mitbestimmung von Arbeitnehmern in den Unternehmen oder ein fairer Wettbewerb zwischen den Unternehmen (Schaubild 10).

Personen, die eine gute, und Personen, die keine gute Meinung von der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland haben, unterscheiden sich in ihren Anforderungen an ein gutes Wirtschaftssystem in einigen Punkten signifikant: So erwarten Personen mit keiner guten Meinung von der sozialen Marktwirtschaft bei uns von einem guten Wirtschaftssystem deutlich häufiger eine Absicherung gegen z.B. Arbeitslosigkeit und Krankheit, eine gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen sowie eine Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmen, deutlich weniger häufig dagegen, dass es für Wirtschaftswachstum sorgt und dass Eigeninitiative gefördert wird.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 4e und 4f.

## Anforderungen der Bevölkerung an ein gutes Wirtschaftssystem

Frage: "Was meinen Sie: Was macht ein gutes Wirtschaftssystem vor allem aus. Bitte verteilen Sie die Karten auf das Blatt, je nachdem, ob Sie das für besonders wichtig, auch noch wichtig, oder weniger wichtig halten."

	Das ist - besonders wichtig	auch noch wichtig
Faire Arbeitsbedingungen und Löhne	80 %	19
Leistungsgerechtigkeit, dass man entsprechend seiner Leistung entlohnt wird	70	27
Möglichst viele sichere Arbeitsplätze	69	28
Absicherung der Bürger gegen Arbeitslosigkeit, Krankheit usw.	68	30
Dass Umwelt und Klima geschützt werden, die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten werden	60	35
Nachhaltigkeit, d.h. dass man nicht auf Kosten zukünftiger Generationen lebt	60	33
Gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen	59	32
Chancengerechtigkeit	52	43
Wirtschaftswachstum	52	33
Dass Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen	51	42
Dass der Staat Unternehmen unterstützt, die unverschuldet in Not geraten sind, z.B. während der Corona-Pandemie	45	44
Geringe Anfälligkeit für Wirtschaftskrisen	41	46
Dass möglichst nur nachwachsende Rohstoffe und erneuerbare Energien genutzt werden	41	46
Dass Eigeninitiative gefördert wird	40	50
Allgemeiner Wohlstand	35	53
Fairer Wettbewerb zwischen den Unternehmen	32	54
Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmen	31	51
Große unternehmerische Freiheit	21	45
Geringer Einfluss des Staates auf die Wirtschaft	15	49

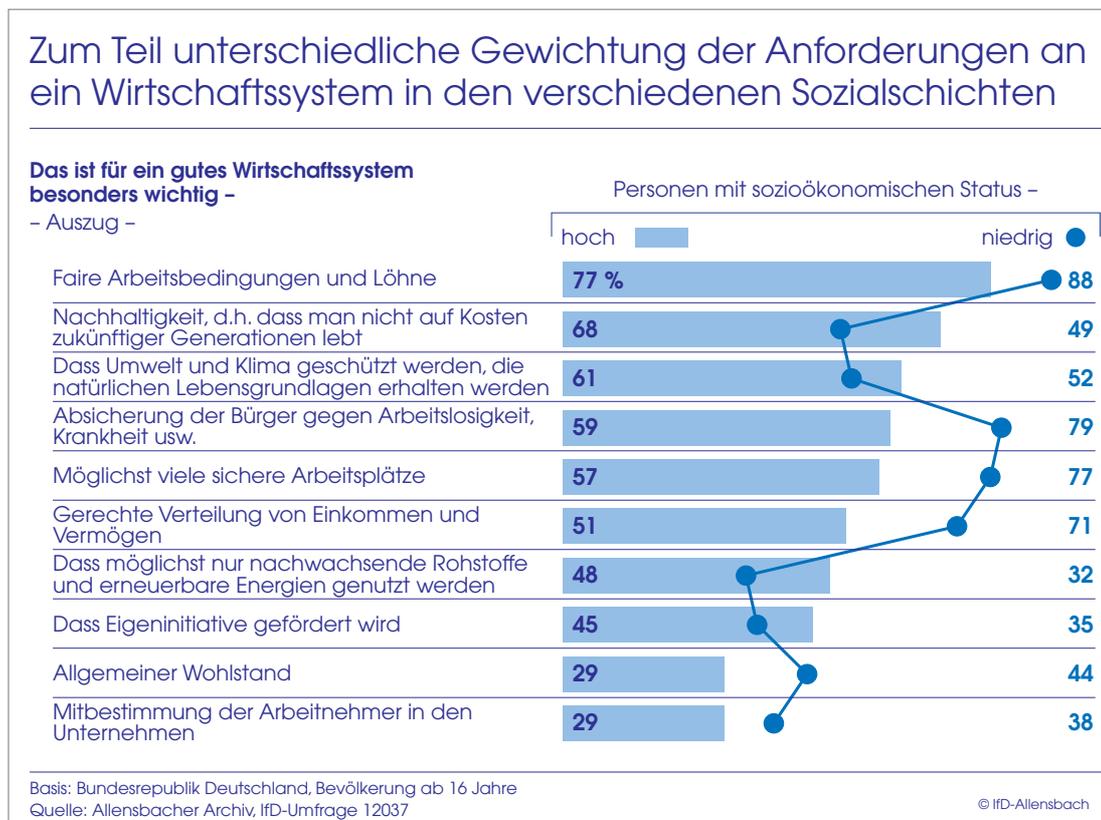
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Auch zwischen den verschiedenen Sozialschichten bestehen zum Teil signifikante Unterschiede in den Erwartungen an ein gutes Wirtschaftssystem: So ist es Personen aus unteren Sozialschichten im Vergleich zu Personen aus den oberen Sozialschichten deutlich häufiger besonders wichtig, dass es faire Arbeitsbedingungen und Löhne gibt, möglichst sichere Arbeitsplätze, eine Absicherung gegen z.B. Arbeitslosigkeit und Krankheit, eine gerechte Verteilung von Einkommen und Vermögen, allgemeinen Wohlstand sowie eine Mitbestimmung von Arbeitnehmern in Unternehmen.

Personen mit hohem sozioökonomischem Status sind dagegen die Aspekte ökologischer Nachhaltigkeit deutlich häufiger besonders wichtig, also dass von einem Wirtschaftssystem Umwelt und Klima geschützt und die natürlichen Lebensgrundlagen erhalten werden, dass möglichst nur nachwachsende Rohstoffe und erneuerbare Energien genutzt werden und dass generell das Prinzip der Nachhaltigkeit beachtet wird, daneben aber auch, dass Eigeninitiative gefördert wird (Schaubild 11).

Schaubild 11



Punktuelle Unterschiede lassen sich daneben zwischen den Perspektiven von Männern und Frauen sowie von der Bevölkerung in den westlichen und den östlichen Bundesländern erkennen: Aspekte der ökologischen Nachhaltigkeit werden von Frauen stärker betont als von Männern. Und während in den westlichen Bundesländern das generelle Nachhaltigkeitsprinzip etwas häufiger genannt wird, sind im Osten die Erwartungen im Hinblick auf allgemeinen Wohlstand verbreiteter.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> *Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 4a und 4b.*

## Bekämpfung des Klimawandels: In der Bevölkerung herrscht eine abwägende Haltung vor

Auch wenn die Bekämpfung des Klimawandels aus Sicht der Bevölkerung derzeit die größte globale Herausforderung ist, nimmt sie doch im Hinblick auf Maßnahmen gegen den Klimawandel vielfach durchaus abwägende Positionen ein. Zwar ist knapp die Hälfte der Bevölkerung davon überzeugt, dass man den Klimawandel unbedingt schnell mit umfassenden Maßnahmen bekämpfen muss, weil es ansonsten zu spät ist, und rund ein Drittel sieht für unsere Zukunft keine wichtigere Aufgabe als die Bekämpfung des Klimawandels. Zugleich fordert aber eine Mehrheit von 54 Prozent, dass die Bekämpfung des Klimawandels nicht zulasten der Beschäftigung in Deutschland gehen darf. Ebenso stellt sich rund ein Drittel der Bevölkerung auf den Standpunkt, dass man beim Thema Klimawandel nichts überstürzen sollte, sondern sich Zeit lassen sollte, um genau zu prüfen, welche Maßnahmen notwendig sind und welche nicht. Ein Viertel zeigt sich auch überzeugt, dass wir den Klimawandel in den Griff bekommen.

Rund ein Drittel der Bevölkerung plädiert dagegen dafür, dass Deutschland erst dann umfassende Maßnahmen zum Klimaschutz ergreifen sollte, wenn andere Länder das auch tun. 17 Prozent haben den Eindruck, dass beim Thema Klimawandel viel übertrieben wird, dass es so dramatisch nicht ist, und 13 Prozent glauben nicht an einen von Menschen verursachten Klimawandel (Schaubild 12).

## Haltungen der Bevölkerung zum Klimawandel

Frage: "Hier auf der Liste stehen verschiedene Aussagen zum Thema Klimaschutz und Klimawandel. Was davon würden Sie auch sagen?"

### Das würden auch sagen -

- Auszug -



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

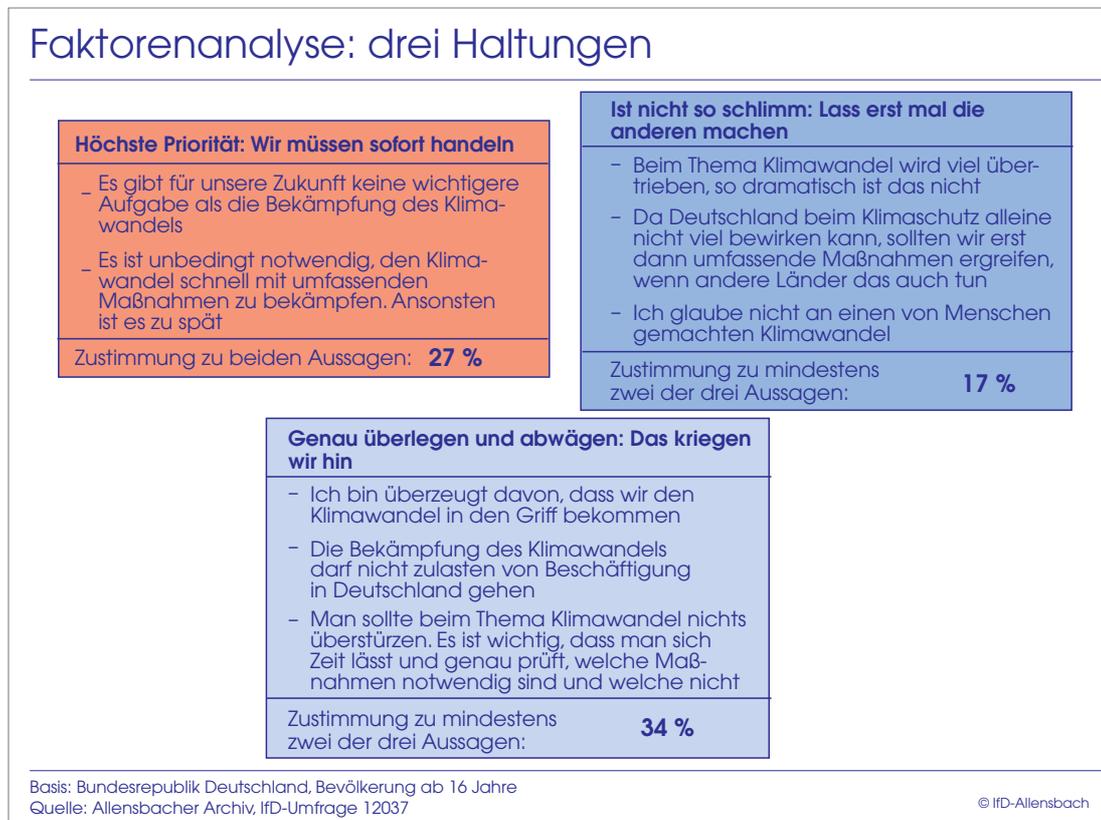
© IfD-Allensbach

Eine Faktorenanalyse, ein statistisches Analyseverfahren, das Aussagen, die von den Befragten häufig gemeinsam genannt werden, in Gruppen zusammenfasst, zeigt drei unterschiedliche Grundhaltungen, die jeweils Teile der Bevölkerung dem Klimawandel gegenüber einnehmen. Diese drei Grundhaltungen lassen sich schlagwortartig über folgende Imperative beschreiben:

- => "Höchste Priorität: Wir müssen sofort handeln!"
- => "Genau überlegen und abwägen: Das kriegen wir hin."
- => "Ist nicht so schlimm: Lass erstmal die anderen machen."

Die mittlere, abwägende Position wird dabei in der Bevölkerung am häufigsten vertreten, die obere Position, die eine hohe Problempriorität und einen hohen Handlungsdruck sieht, am zweithäufigsten, und die untere Position, die das Problem tendenziell verleugnet und empfiehlt abzuwarten, am wenigsten häufig (Schaubild 13).

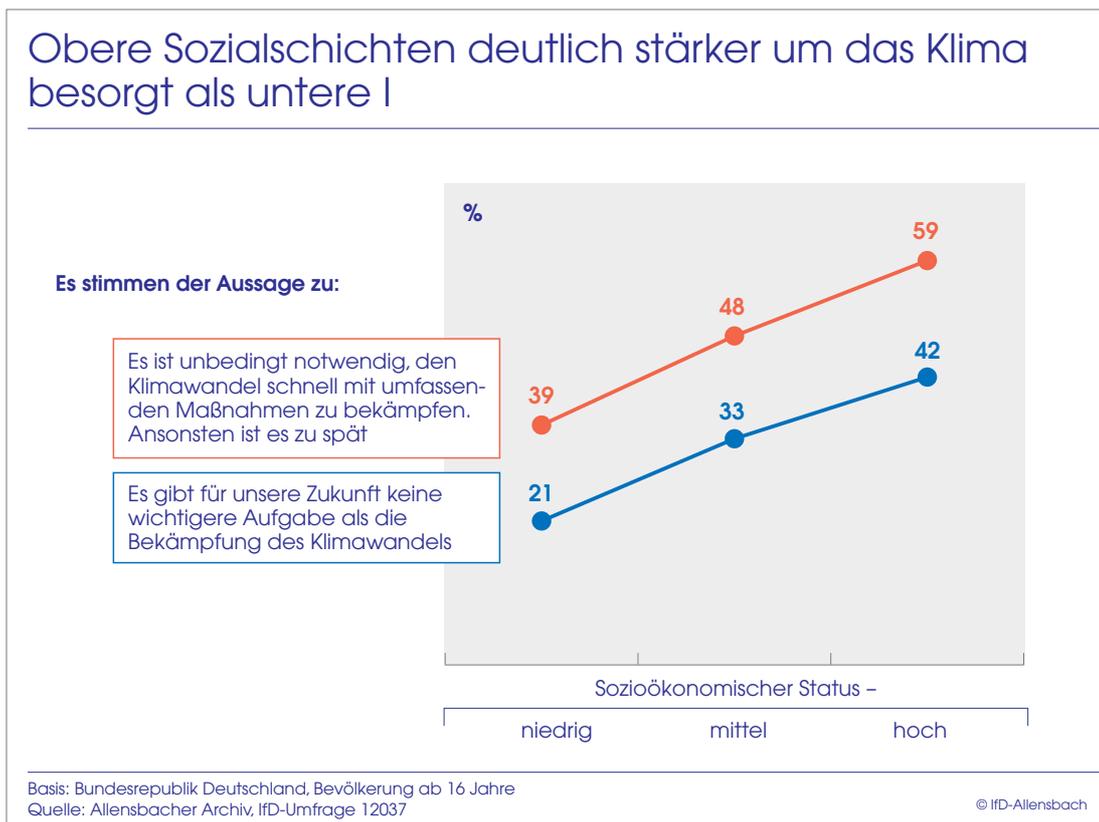
Schaubild 13



Personen aus den oberen Sozialschichten messen dabei deutlich häufiger als Personen aus mittleren oder unteren Schichten dem Problem eine hohe Priorität zu und sehen einen hohen Handlungsdruck: 59 Prozent der Personen mit hohem sozioökonomischem Status stimmen zu, wenn es heißt, dass man den Klimawandel unbedingt schnell mit umfassenden Maßnahmen bekämpfen muss, weil es ansonsten zu spät ist, 42 Prozent sehen für unsere Zukunft keine wichtigere Aufgabe als die Bekämpfung des Klimawandels. In den unteren Sozialschichten sind diese Anteile jeweils nur rund halb so groß (Schaubild 14).

Auch zwischen den Geschlechtern gibt es in dieser Frage Unterschiede: Den genannten Aussagen stimmen Frauen signifikant häufiger zu als Männer.<sup>7</sup>

Schaubild 14

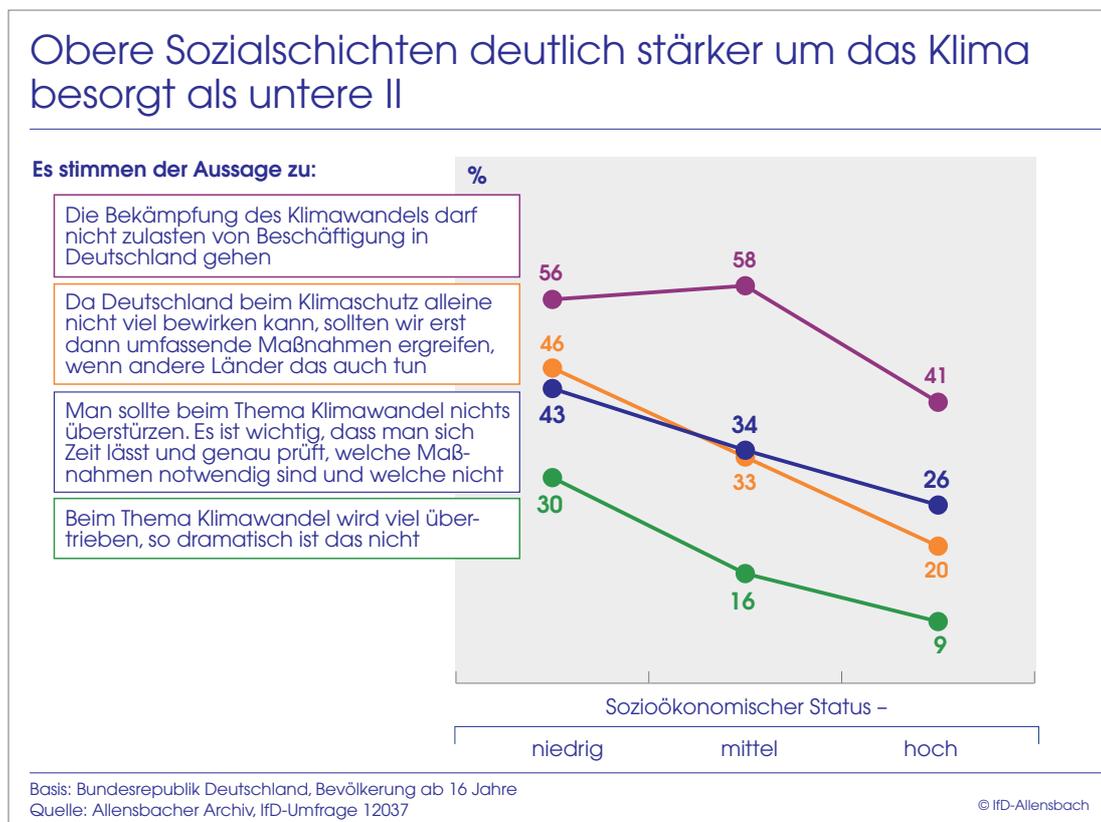


<sup>7</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 8a und 8b.

Umgekehrt stimmen Personen aus oberen Sozialschichten Aussagen, die einer mittleren, abwägenden Position zugeordnet sind, und ausgeprägter noch Aussagen, die einer problemverleugnenden, abwartenden Position entsprechen, nur deutlich unterdurchschnittlich häufig zu (Schaubild 15).

Zwischen den verschiedenen Altersgruppen gibt es im Hinblick auf die Haltung zum Klimawandel bzw. Klimaschutz dagegen nur bemerkenswert geringe Unterschiede.<sup>8</sup>

Schaubild 15

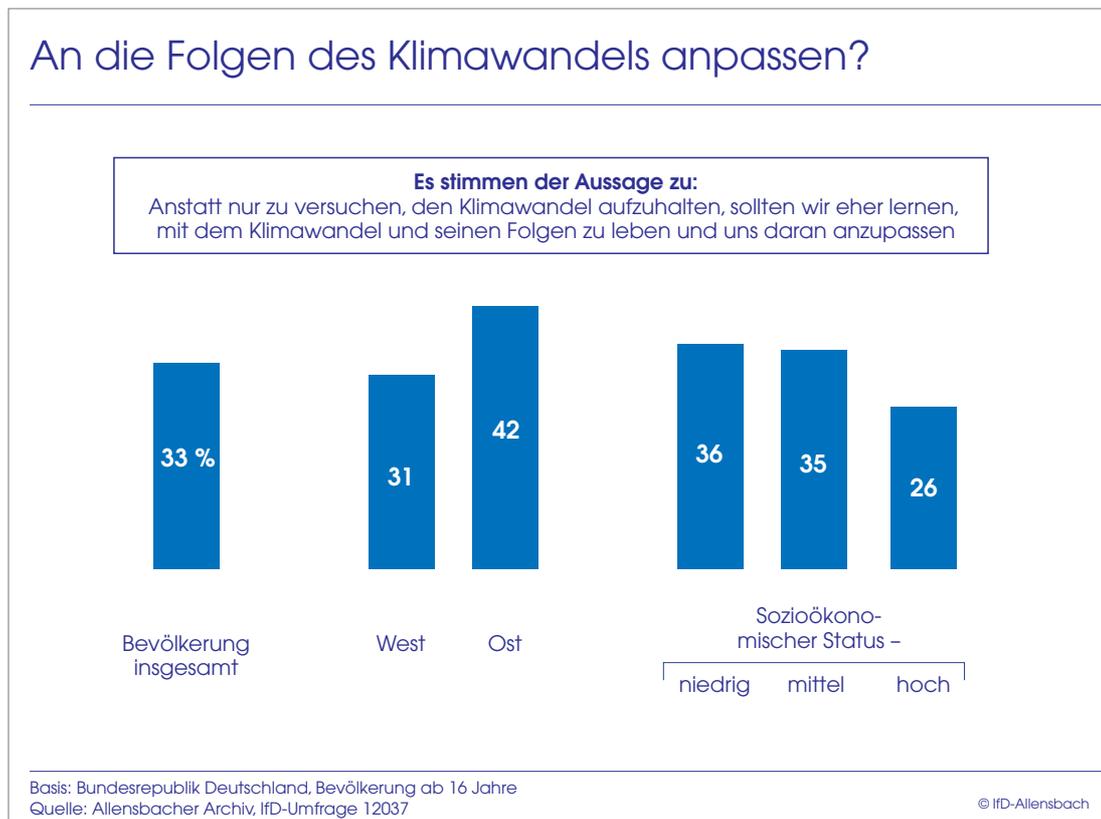


<sup>8</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 8a und 8b.

Ein Drittel der Bevölkerung plädiert darüber hinaus dafür eher zu lernen, mit dem Klimawandel und seinen Folgen zu leben und uns daran anzupassen, anstatt nur zu versuchen, den Klimawandel aufzuhalten. Diese Position wird nur unterdurchschnittlich häufig von Personen aus oberen Sozialschichten vertreten, überdurchschnittlich häufig dagegen in den östlichen Bundesländern (Schaubild 16) sowie von Personen ab 60 Jahren.<sup>9</sup>

Assoziiert ist dieses Plädoyer zum Teil mit einer abwägenden Grundhaltung dem Klimawandel gegenüber, zum Teil aber auch mit einer tendenziell problemverleugnenden, abwartenden Grundhaltung.<sup>10</sup>

Schaubild 16



<sup>9</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabelle 8b.

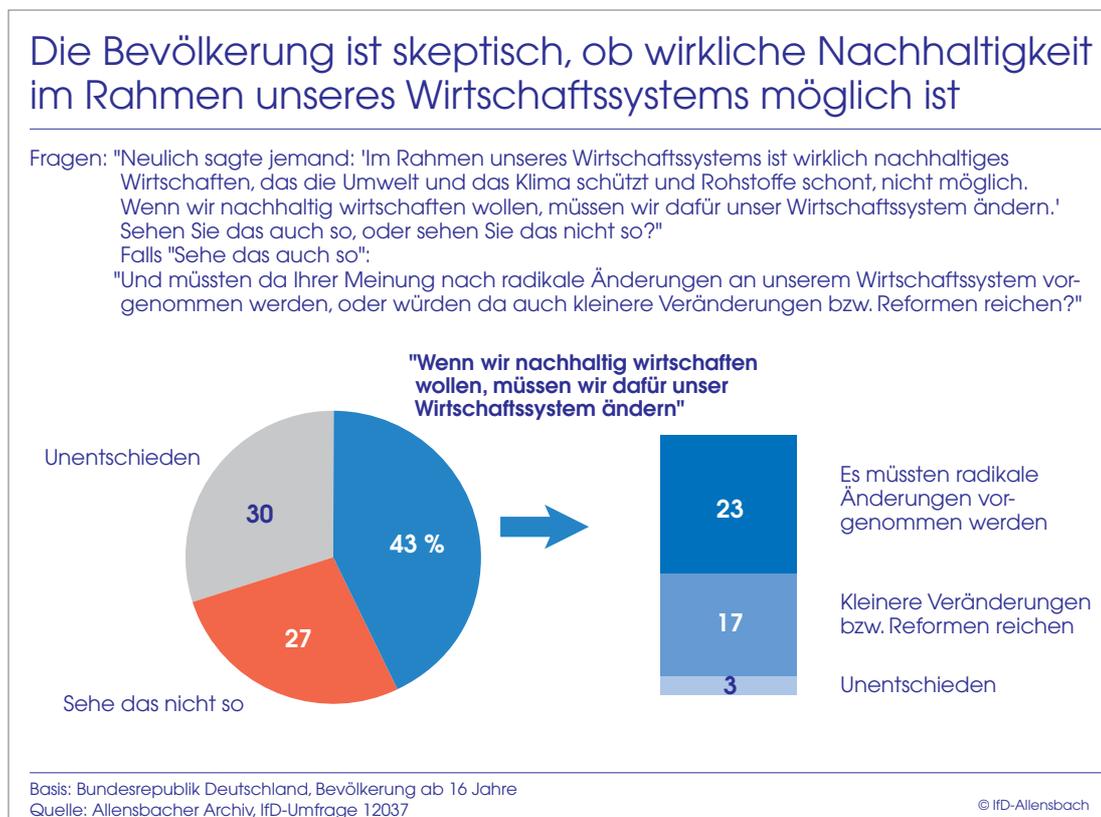
<sup>10</sup> Sonderauswertung.

## Verbreitet Zweifel, dass Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Rahmen unseres Wirtschaftssystems wirklich möglich sind

Große Teile der Bevölkerung zeigen sich skeptisch, ob wirklich nachhaltiges Wirtschaften, das Umwelt und Klima schützt und Rohstoffe schont, im Rahmen unseres Wirtschaftssystems möglich ist. Eine relative Mehrheit von 43 Prozent stimmt der Position zu, dass wir dafür unser Wirtschaftssystem ändern müssen, nur 27 Prozent sehen das ausdrücklich nicht so. Die übrigen 30 Prozent der Bevölkerung haben hierzu keine Meinung.

Unter den 43 Prozent der Bevölkerung, die davon ausgehen, dass eine Änderung des Wirtschaftssystems notwendig ist, wenn man zu wirklicher Nachhaltigkeit kommen will, sind 23 Prozent überzeugt, dass es radikaler Änderungen bedarf, 17 Prozent halten dagegen kleinere Veränderungen bzw. Reformen für ausreichend, und 3 Prozent äußern sich nicht zum aus ihrer Sicht notwendigen Ausmaß von Veränderungen in unserem Wirtschaftssystem (Schaubild 17).

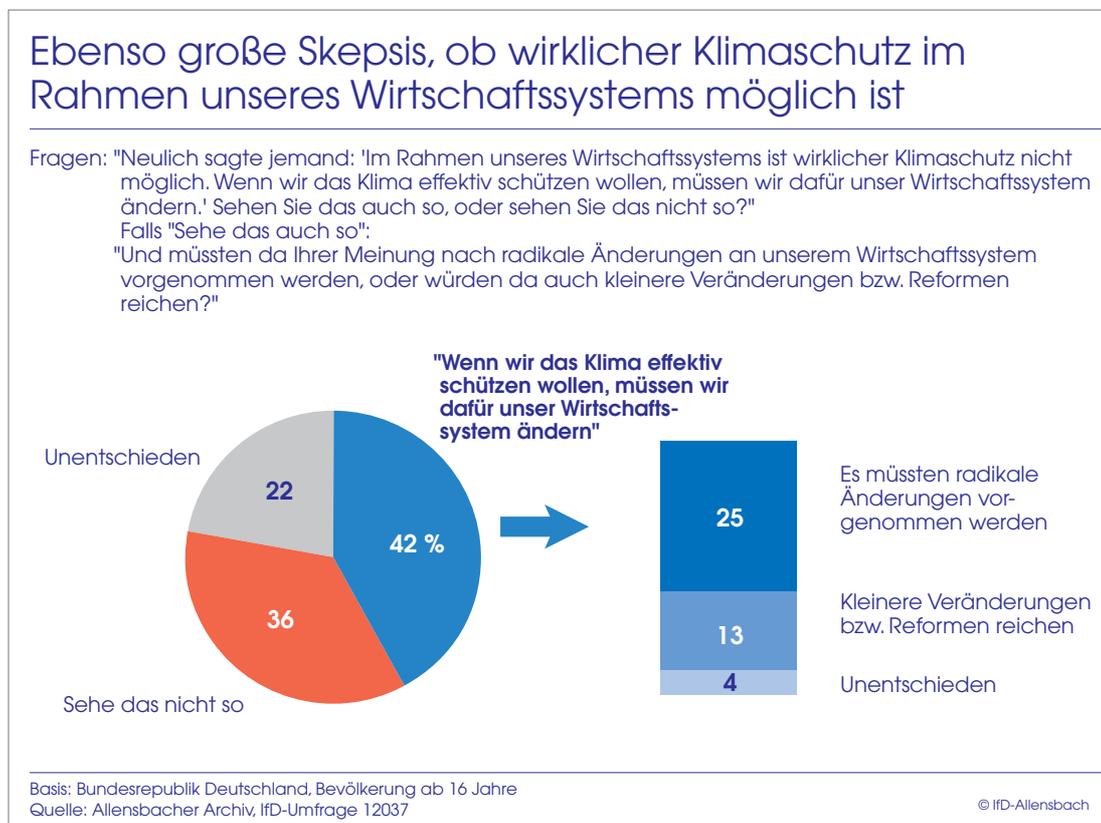
Schaubild 17



Praktisch ebenso groß ist die Skepsis der Bevölkerung, wenn es darum geht, ob effektiver Klimaschutz mit unserem Wirtschaftssystem vereinbar ist: 42 Prozent der Bevölkerung gehen davon aus, dass wir unser Wirtschaftssystem ändern müssen, wenn wir das Klima effektiv schützen wollen, 36 Prozent widersprechen ausdrücklich und 22 Prozent zeigen sich unentschieden.

Unter den 42 Prozent, die Änderungsnotwendigkeiten sehen, gehen 25 Prozent der Bevölkerung davon aus, dass für einen effektiven Klimaschutz radikale Änderungen am Wirtschaftssystem notwendig sind (Schaubild 18).

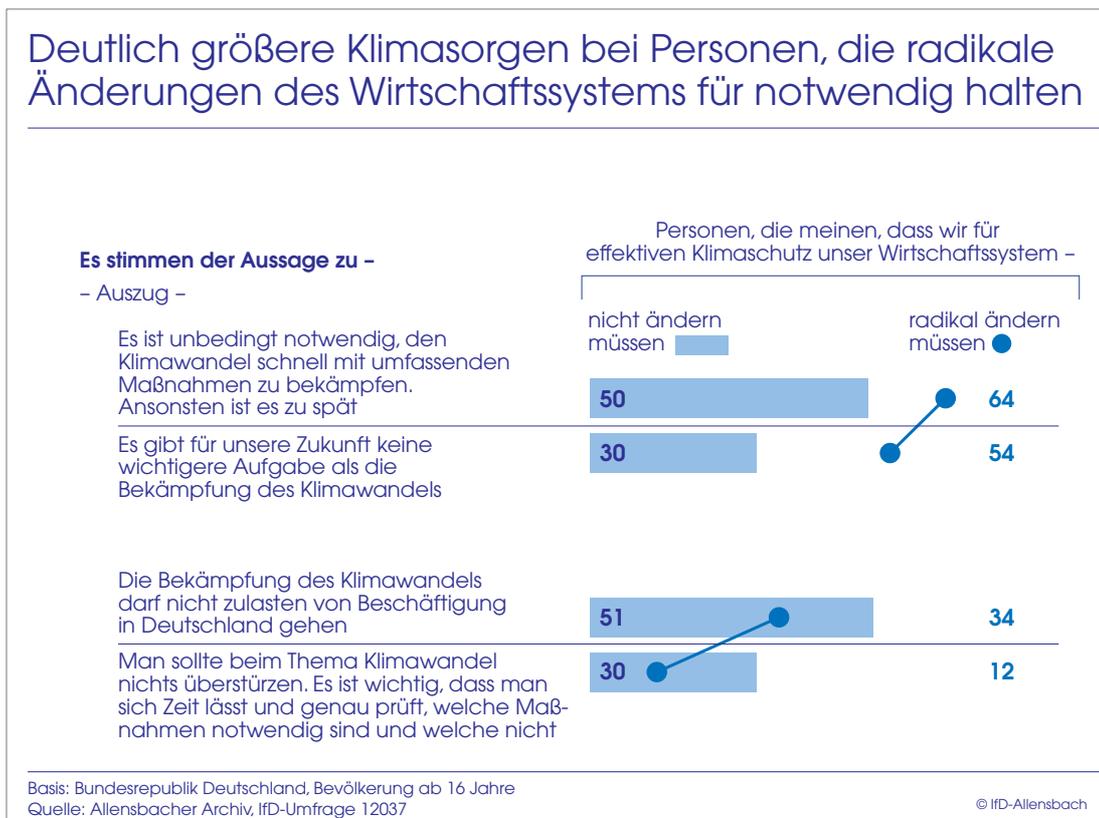
Schaubild 18



*Exkurs: Profil von Personen, die für einen effektiven Klimaschutz radikale Änderungen am Wirtschaftssystem für notwendig halten*

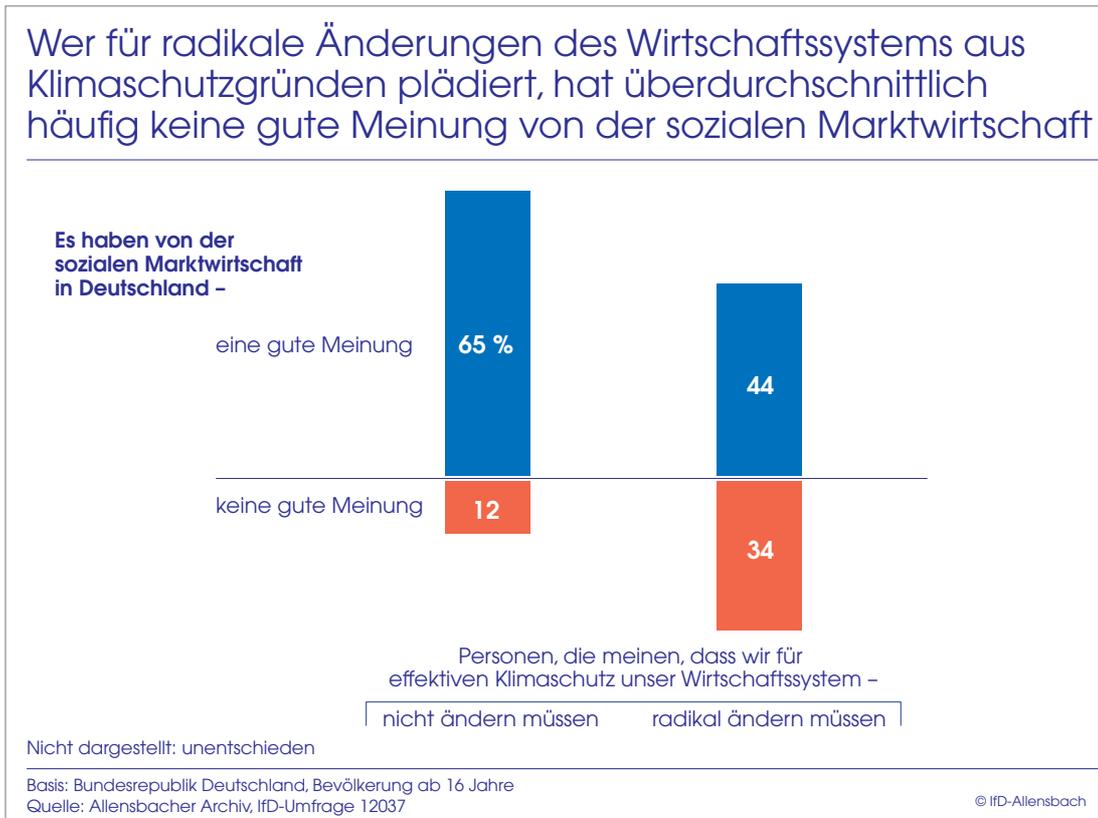
Personen, die es für notwendig halten, dass wir für einen effektiven Klimaschutz unser Wirtschaftssystem radikal ändern, sind zum Teil ausgeprägt besorgt über den Klimawandel, stehen zum Teil der sozialen Marktwirtschaft generell kritisch gegenüber: Die Mehrheit dieser Gruppe sieht für unsere Zukunft keine wichtigere Aufgabe als die Bekämpfung des Klimawandels, knapp zwei Drittel halten es für unbedingt notwendig, den Klimawandel schnell und mit umfassenden Maßnahmen zu bekämpfen, weil es ansonsten zu spät sei. Dass die Bekämpfung des Klimawandels nicht zulasten der Beschäftigung in Deutschland gehen darf, unterschreiben dagegen nur deutlich unterdurchschnittliche 34 Prozent dieser Gruppe, dass man beim Thema Klimawandel nichts überstürzen und sich Zeit lassen sollte, um genau zu prüfen, welche Maßnahmen notwendig sind, lediglich 12 Prozent (Schaubild 19).

Schaubild 19



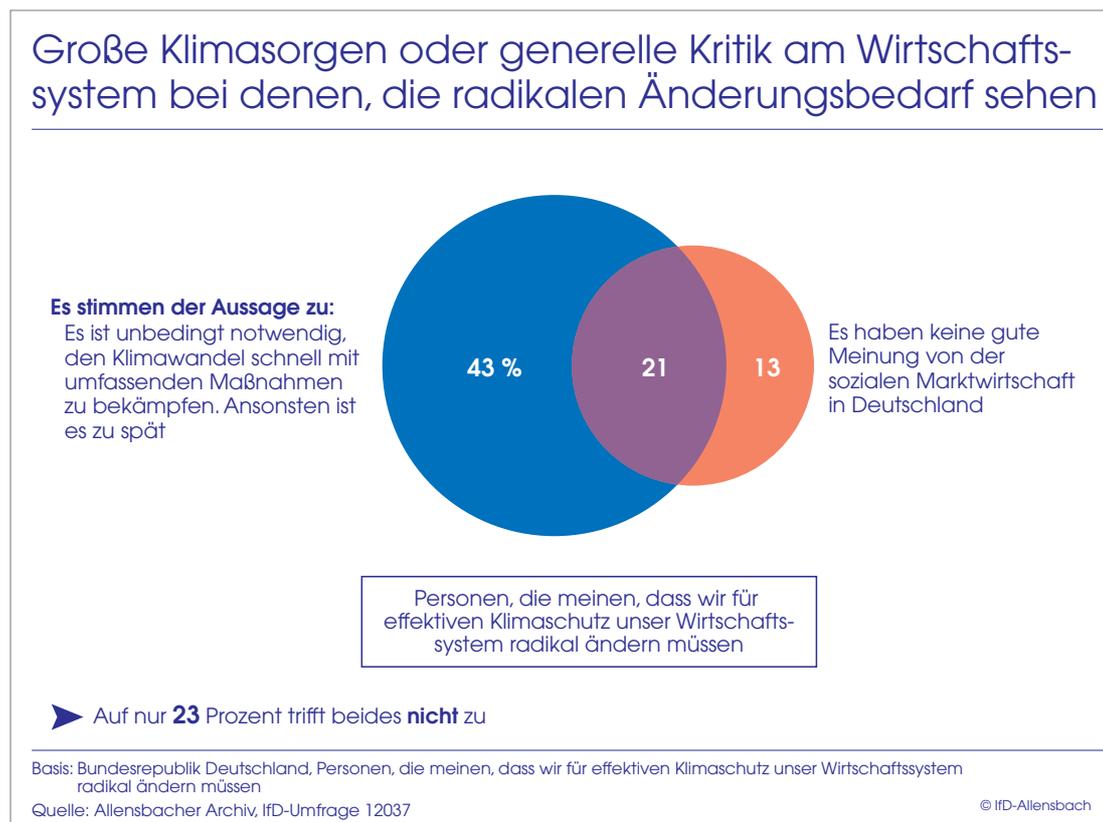
Während Personen, die keine Notwendigkeit sehen, für einen effektiven Klimaschutz an unserem Wirtschaftssystem etwas zu verändern, zu rund zwei Dritteln von der sozialen Marktwirtschaft bei uns eine gute Meinung und nur zu 12 Prozent keine gute Meinung haben, haben von denjenigen, die radikale Veränderungen für notwendig halten, "nur" 44 Prozent generell eine gute und 34 Prozent keine gute Meinung von unserem Wirtschaftssystem (Schaubild 20).

Schaubild 20



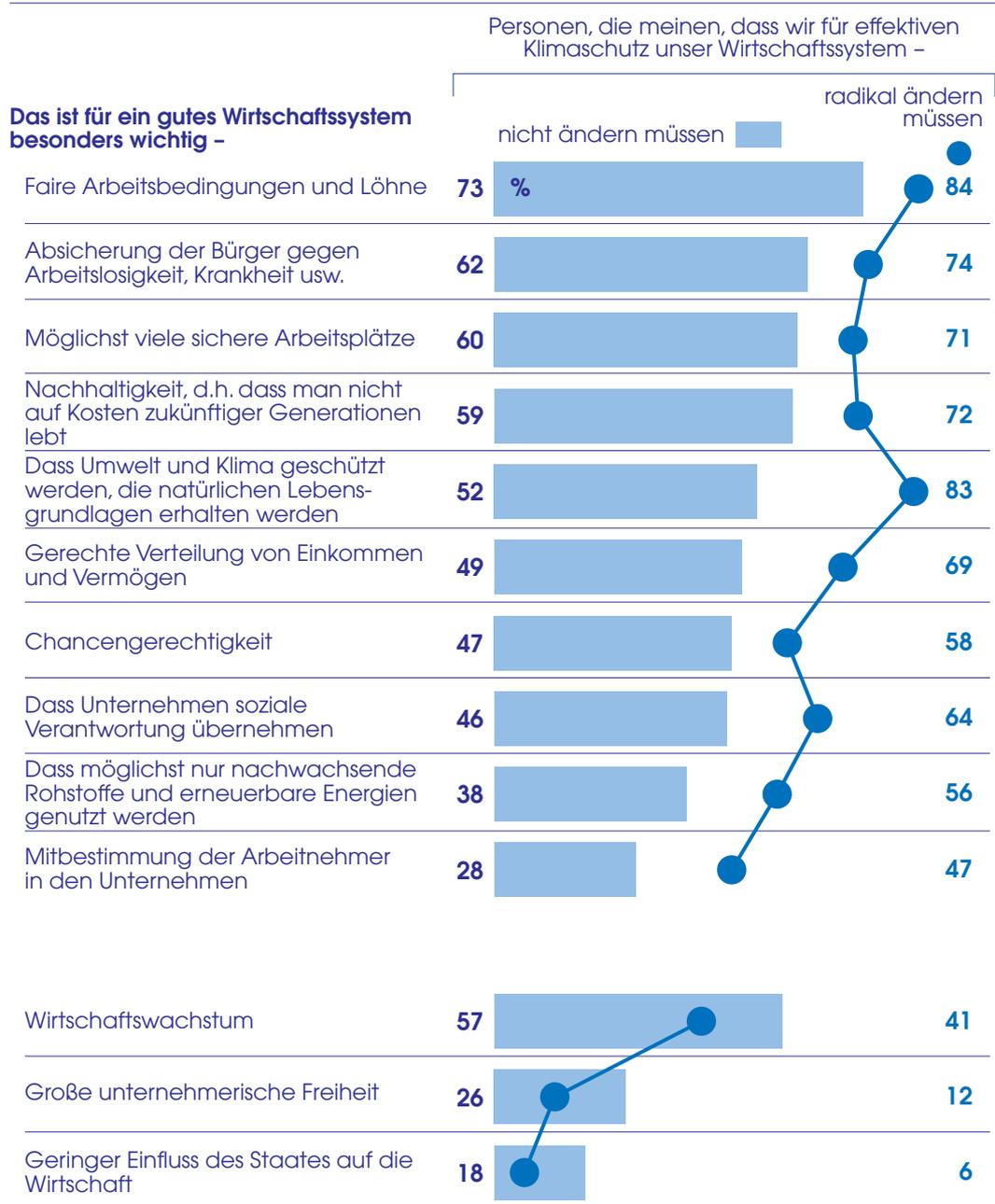
Insgesamt sind gut drei Viertel der Personen, die für einen effektiven Klimaschutz radikale Veränderungen unseres Wirtschaftssystems für notwendig halten, entweder davon überzeugt, dass wir schnelle und umfassende Maßnahmen zum Klimaschutz brauchen, oder haben generell keine gute Meinung von der sozialen Marktwirtschaft bei uns. Für 21 Prozent dieser Gruppe trifft sogar beides zu (Schaubild 21).

Schaubild 21



Diese Grundhaltungen schlagen sich auch in den Anforderungen dieser Gruppe an ein gutes Wirtschaftssystem nieder: Neben Nachhaltigkeit sind ihnen auch Fairness, Gerechtigkeit, Sicherheit und Mitbestimmung überdurchschnittlich wichtig. Weniger Bedeutung für ein gutes Wirtschaftssystem haben aus ihrer Sicht dagegen Wirtschaftswachstum, unternehmerische Freiheit und ein geringer Einfluss des Staates auf die Wirtschaft (Schaubild 22).

## Deutlich andere Anforderungen an ein Wirtschaftssystem von Personen, die radikale Änderungen für notwendig halten

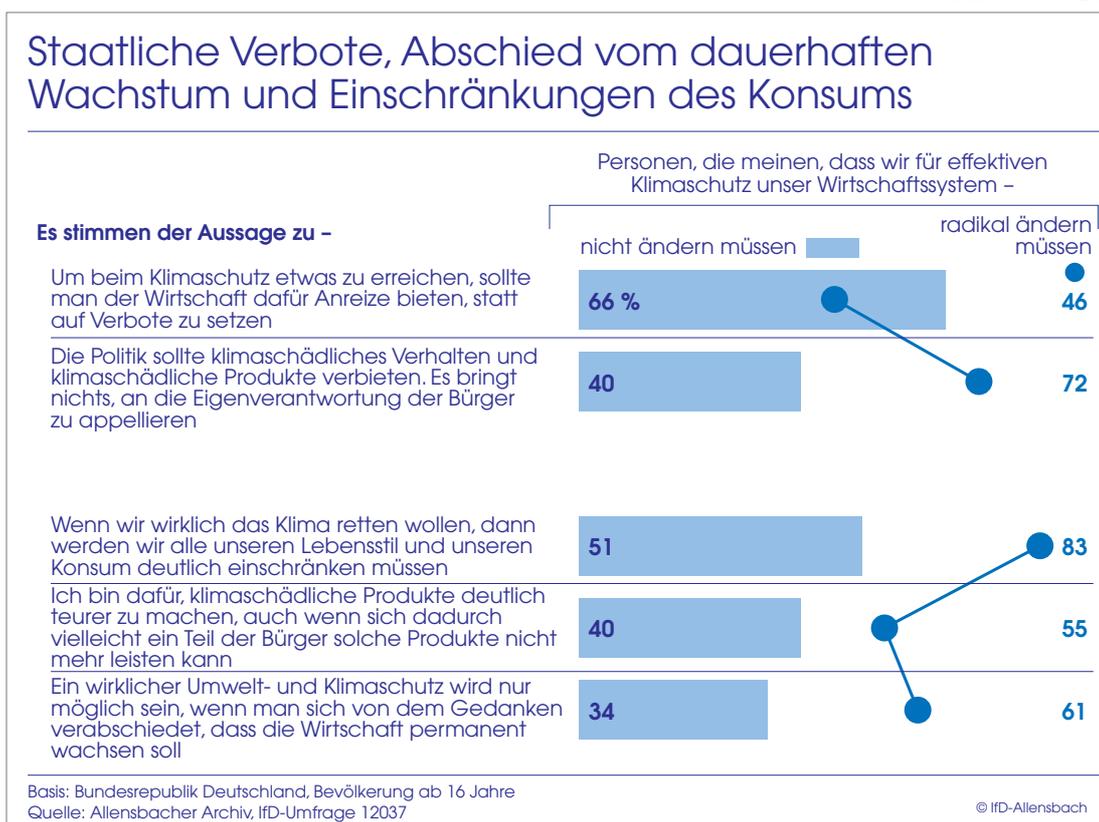


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Personen, die die Notwendigkeit einer radikalen Änderung unseres Wirtschaftssystems für den Klimaschutz sehen, plädieren – anders als diejenigen, die hier keinen Änderungsbedarf wahrnehmen – eher für staatliche Verbote klimaschädlicher Produkte und klimaschädlichen Verhaltens als für Anreize für die Wirtschaft. Sie gehen deutlich überdurchschnittlich häufig davon aus, dass wir unseren Lebensstil und unseren Konsum einschränken müssen und dass ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz nur dann möglich ist, wenn man sich vom Gedanken permanenten Wirtschaftswachstums verabschiedet. Die Mehrheit dieser Gruppe plädiert auch dafür, klimaschädliche Produkte deutlich teurer zu machen, auch wenn sich dadurch Teile der Bevölkerung solche Produkte nicht mehr leisten können (Schaubild 23).

Schaubild 23



Das soziodemografische Profil dieser Gruppe weist dagegen kaum Auffälligkeiten auf, weder im Hinblick auf die Altersverteilung, die Bildungsstruktur oder die Verteilung nach sozialen Schichten. Frauen sind mit 55 Prozent leicht überdurchschnittlich häufig vertreten. Parteipolitisch sympathisieren sie überdurchschnittlich häufig mit Bündnis 90/Die Grünen oder mit Parteien an den politischen Rändern, d.h. der Linken oder der AfD.<sup>11</sup>

*Ende des Exkurses*

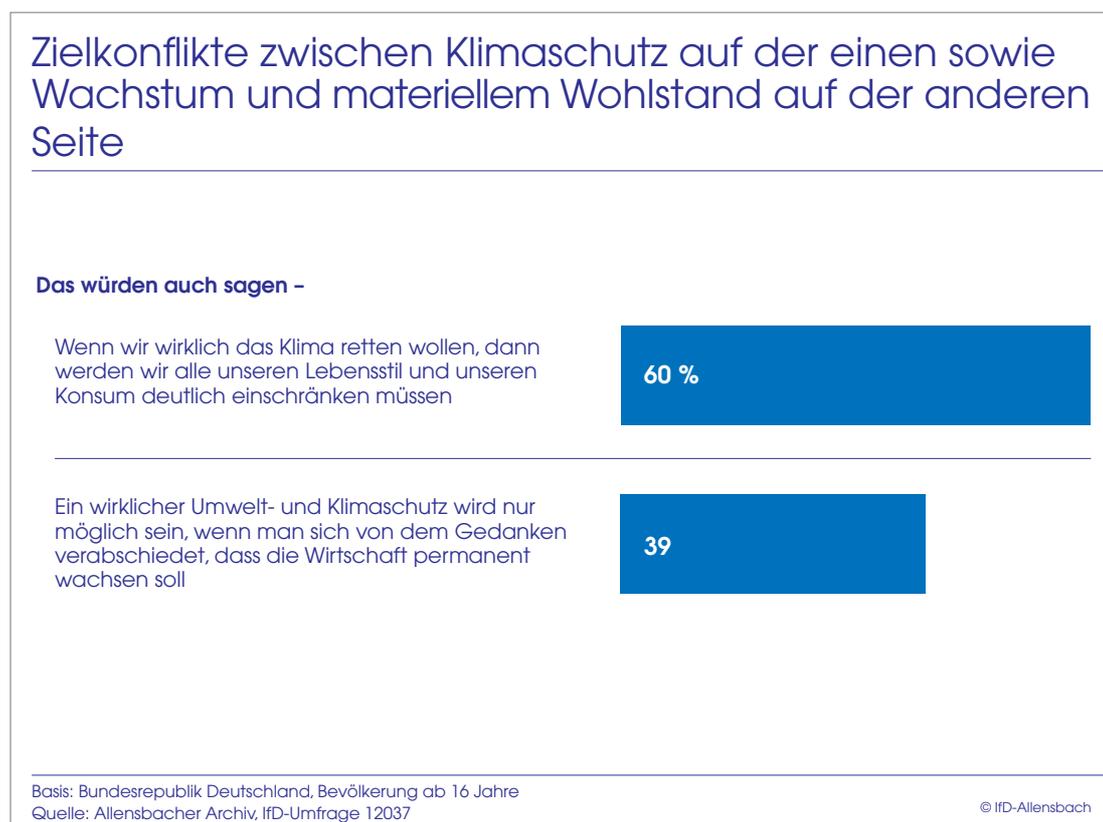
---

<sup>11</sup> *Sonderauswertung.*

Deutlich verbreiteter als die Vorstellung, wir bräuchten – ggf. sogar radikale – Veränderungen unseres Wirtschaftssystems, um Nachhaltigkeit oder Klimaschutz umzusetzen, ist die Meinung, dass unsere derzeitige Lebensweise einem wirklichen Klimaschutz entgegen steht: 60 Prozent der Bevölkerung stimmen der Aussage zu, dass wir alle unseren Lebensstil und unseren Konsum deutlich einschränken müssen, wenn wir wirklich das Klima retten wollen (Schaubild 24). Diese Überzeugung ist im Westen der Republik signifikant stärker verbreitet als im Osten (62 Prozent gegenüber 53 Prozent). Zwischen verschiedenen Altersgruppen bestehen dagegen nur geringe Unterschiede.<sup>12</sup>

Daneben sind 39 Prozent der Bevölkerung davon überzeugt, dass ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz nur dann möglich sein wird, wenn wir uns von dem Gedanken verabschieden, dass die Wirtschaft permanent wachsen soll (Schaubild 24).

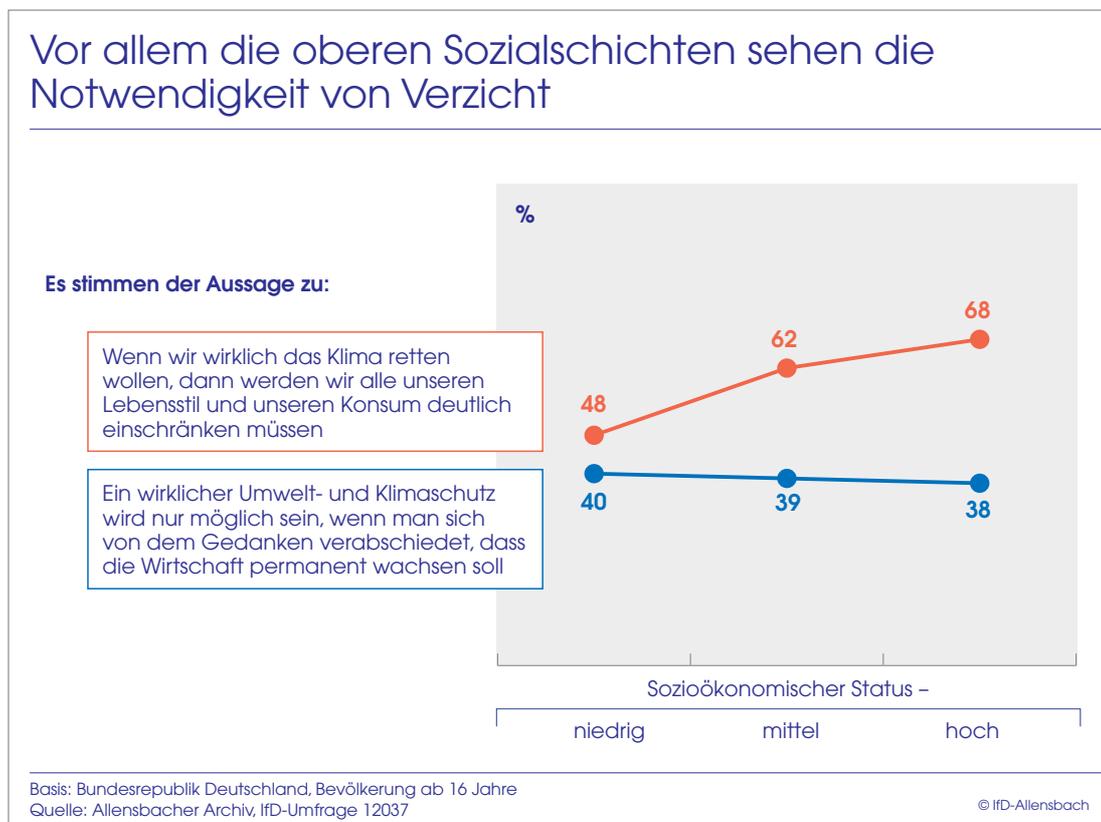
*Schaubild 24*



<sup>12</sup> Vgl. *tabellarischer Basisbericht, Tabelle 8a*.

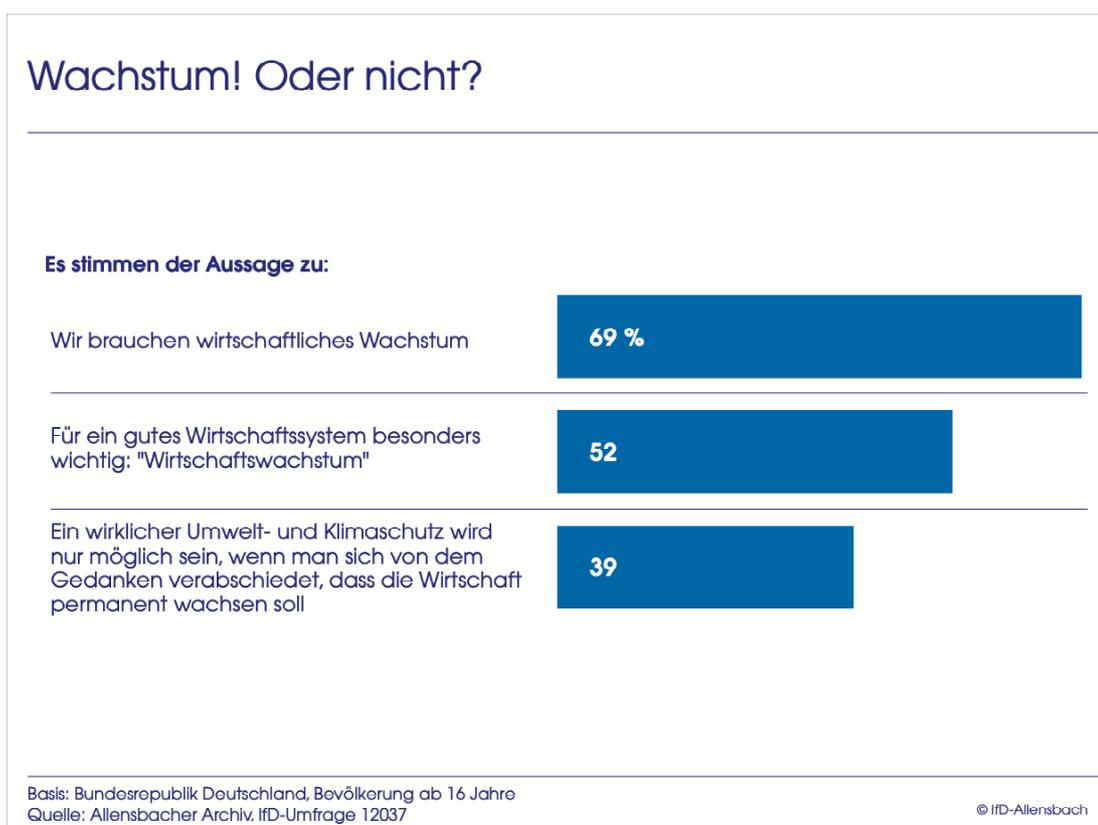
Eine Notwendigkeit, unseren Konsum und Lebensstil einzuschränken, wenn wir das Klima retten wollen, wird von Personen aus den oberen Sozialschichten deutlich verbreiteter wahrgenommen als von Personen mit niedrigem sozioökonomischem Status. Die Überzeugung, dass wirklicher Umwelt- und Klimaschutz nur möglich ist, wenn man sich vom Gedanken permanenten Wirtschaftswachstums verabschiedet, ist dagegen in den verschiedenen Sozialschichten annähernd gleich verbreitet (Schaubild 25).

Schaubild 25



Gleichzeitig ist die Überzeugung, dass Wirtschaftswachstum wichtig ist, in der Bevölkerung weit verbreitet: 69 Prozent bejahen die direkte Frage, ob wir wirtschaftliches Wachstum brauchen. Für 52 Prozent ist wirtschaftliches Wachstum eine besonders wichtige Anforderung an ein gutes Wirtschaftssystem. Gleichzeitig bekunden 39 Prozent der Bevölkerung ihre Überzeugung, dass ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz nur möglich ist, wenn man sich vom Gedanken permanenten Wirtschaftswachstums verabschiedet (Schaubild 26).

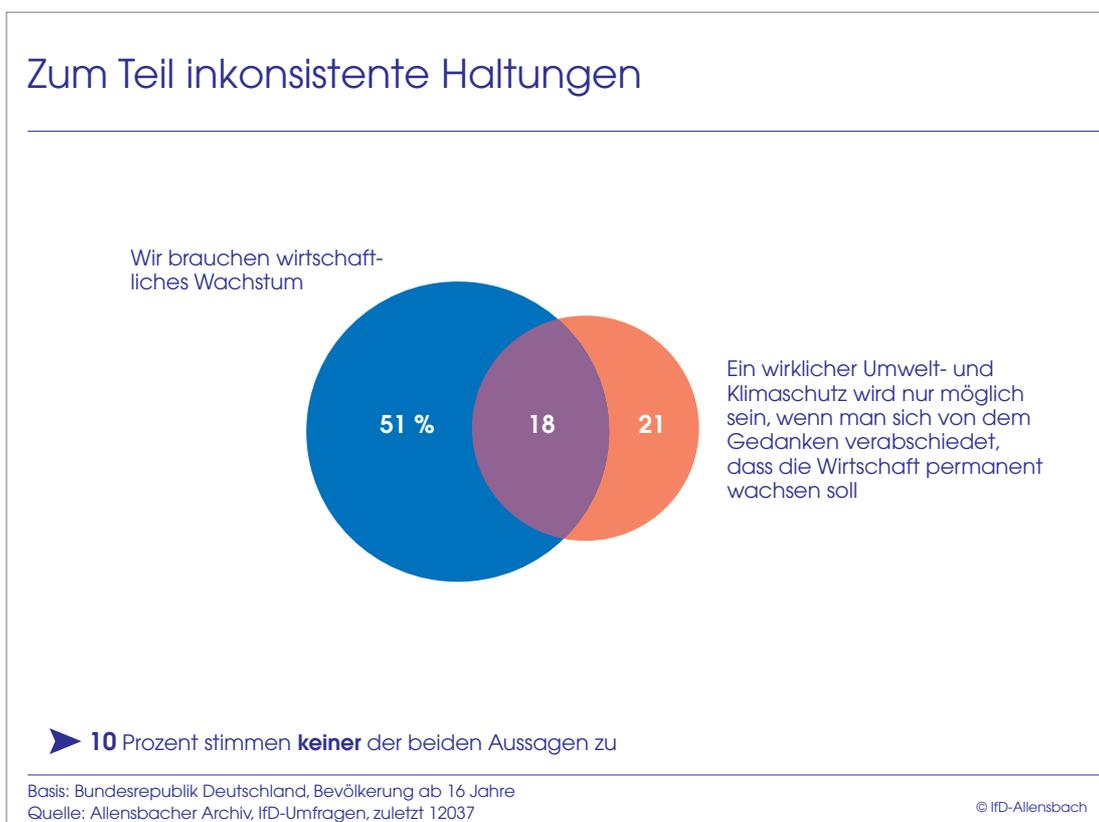
Schaubild 26



Ein nicht unerheblicher Teil der Bevölkerung scheint an dieser Stelle tatsächlich widersprüchliche Positionen zu beziehen: 18 Prozent stimmen sowohl zu, wenn es heißt, dass ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz nur möglich ist, wenn man sich vom Gedanken permanenten Wirtschaftswachstums verabschiedet, geben aber gleichzeitig zu Protokoll, dass wir wirtschaftliches Wachstum brauchen (Schaubild 27).

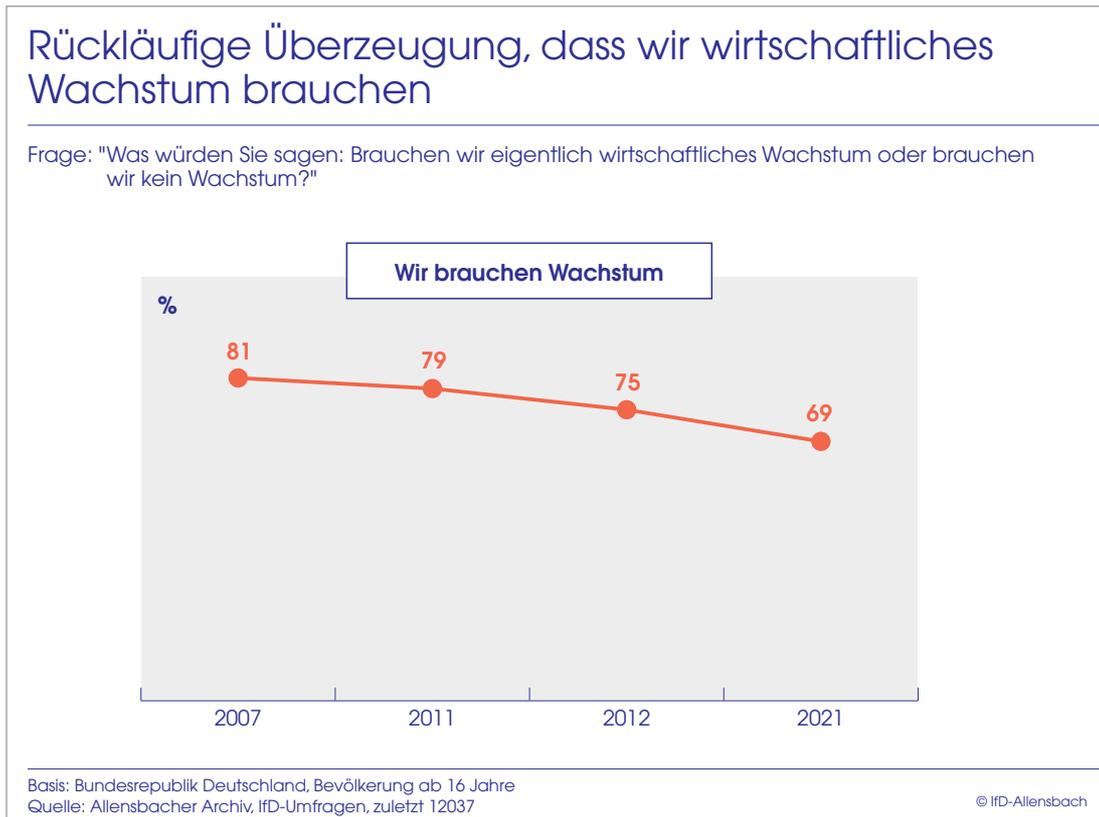
Dies liegt sicherlich zum einen daran, dass viele Bürger kein schlüssiges, widerspruchsfreies Gesamtkonzept für Ökonomie und Ökologie im Kopf haben und je nach Kontext auch sich widersprechende Haltungen einnehmen. Zum anderen kann hier aus Sicht der Bürger aber auch durchaus ein echtes Dilemma vorliegen, das nur schwer aufzulösen ist, wenn Wachstum einerseits als notwendige Funktionsvoraussetzung unsers Wirtschaftssystems wahrgenommen wird, andererseits als Ursache dafür wahrgenommen wird, dass die natürlichen Lebensgrundlagen zerstört werden.

Schaubild 27



Dabei ist die Überzeugung, dass wir wirtschaftliches Wachstum brauchen, in der Bevölkerung in den letzten rund 15 Jahren deutlich erodiert: Waren 2007 noch 81 Prozent überzeugt, dass wir wirtschaftliches Wachstum brauchen, ist der Anteil bis heute kontinuierlich auf 69 Prozent zurückgegangen (Schaubild 28).

Schaubild 28



Beim Klimaschutz kommt es vor allem auf die Wirtschaft an; Anreize und Förderung sind hilfreicher als Verbote

Wenn es darum geht, wer in Deutschland vor allem dazu beitragen kann, beim Klimaschutz Fortschritte zu machen, sehen jeweils deutliche Mehrheiten der Bevölkerung sowohl bei der Wirtschaft als auch bei der Politik und bei den Verbrauchern große Potentiale. Am häufigsten ist die Bevölkerung aber davon überzeugt, dass die Wirtschaft bzw. die Unternehmen sehr viel oder viel dazu beitragen können, dass der Klimaschutz bei uns Fortschritte macht: Fast 90 Prozent sind dieser Überzeugung. Bei der Politik sehen 80 Prozent der Bevölkerung das Potential, hierzu sehr viel oder viel beizutragen, bei den Verbrauchern 73 Prozent (Schaubild 29).

Und während sich im Hinblick auf die Wirtschaft die sozialen Schichten weitgehend einig sind, sehen Personen aus den oberen Sozialschichten für die Politik und auch die Verbraucher deutlich häufiger große Einflussmöglichkeiten als Personen aus unteren Sozialschichten.<sup>13</sup>

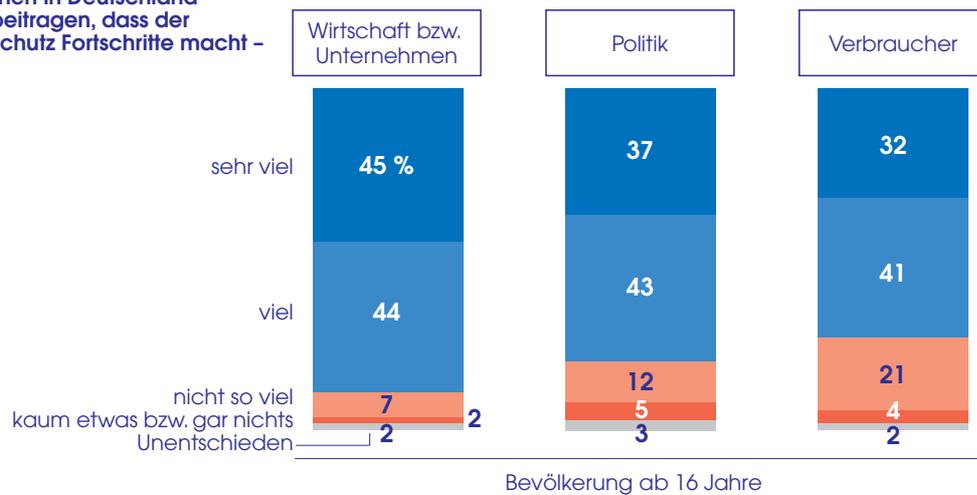
---

<sup>13</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 18, 19 und 20.

## Aus Bevölkerungssicht sind beim Klimaschutz alle Akteure gefordert – die Wirtschaft am stärksten

Frage: "Wer kann in Deutschland Ihrer Meinung nach vor allem dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht? Kann die Politik/Wirtschaft bzw. können Unternehmen/Verbraucher Ihrer Meinung nach sehr viel, viel, nicht so viel oder kaum etwas bzw. gar nichts dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht?"

**Es können in Deutschland dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht –**



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Innerhalb der Wirtschaftssphäre werden die verschiedenen Branchen und Wirtschaftsbereiche von der Bevölkerung als deutlich unterschiedlich wichtig wahrgenommen, wenn es um Klimaschutz geht. So wirkt sich nach Einschätzung der Bevölkerung der Verkehrs- und Transportsektor mit Abstand am stärksten auf das Klima aus: 88 Prozent halten diesen Bereich für den Klimaschutz für besonders wichtig. Es folgen an zweiter Stelle – eng verbunden mit dem Verkehrssektor – die Autoindustrie, danach die Strom- und Energieerzeugung, die Landwirtschaft und die chemische Industrie, die Tourismusbranche und die Stahlindustrie. Diese Wirtschaftszweige werden von jeweils einer Mehrheit der Bevölkerung als besonders klimarelevant eingeschätzt.

Nur knapp die Hälfte der Bevölkerung hält die Bekleidungsindustrie für besonders wichtig, wenn es um den Klimaschutz geht, 37 Prozent die Bauwirtschaft, 31 Prozent den Internethandel und 25 Prozent den (stationären) Lebensmittelhandel.

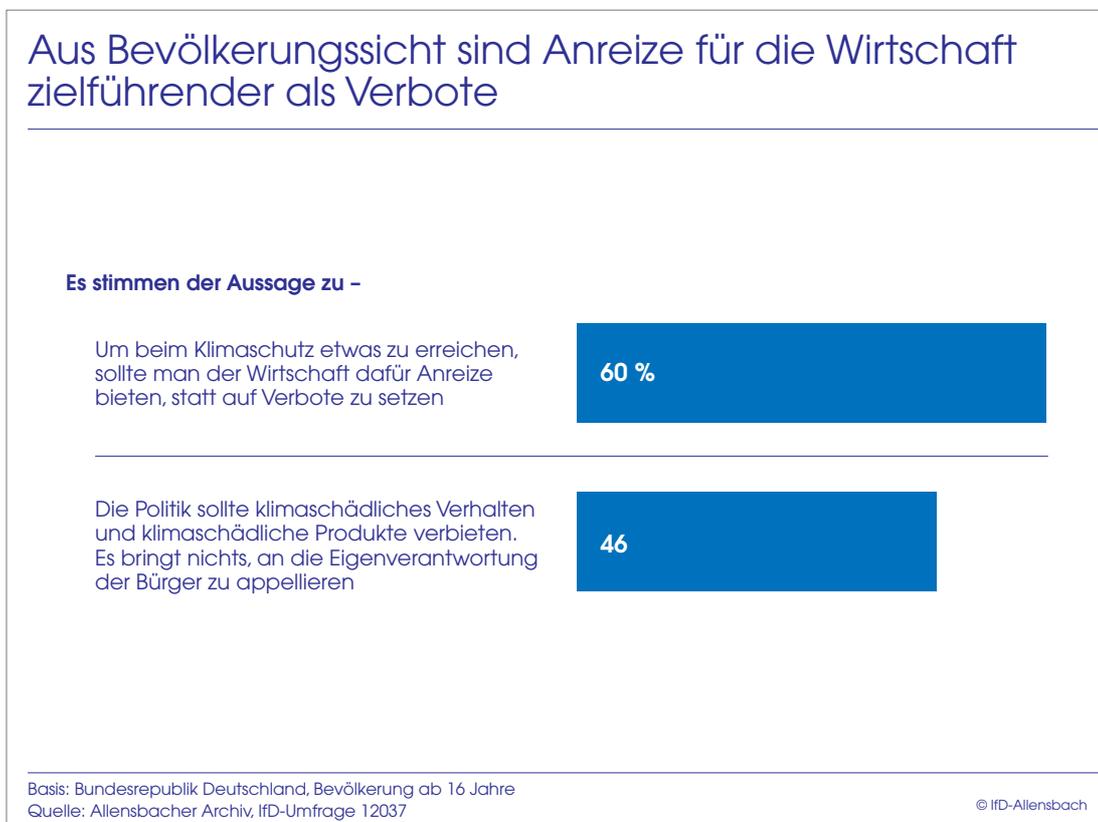
Besonders wenig Einfluss auf das Klima haben nach Einschätzung der Bevölkerung dagegen der Bereich der Finanzdienstleistungen und Versicherungen, das Handwerk sowie die Telekommunikationsbranche (Schaubild 30).

Schaubild 30



Um beim Klimaschutz etwas zu erreichen, plädiert die Bevölkerung in Richtung der Politik eher dafür, der Wirtschaft Anreize zu bieten statt auf Verbote zu setzen. 60 Prozent schließen sich dieser Position an. Gleichzeitig fordert aber fast die Hälfte der Bevölkerung auch, dass die Politik klimaschädliches Verhalten und klimaschädliche Produkte verbieten sollte, weil es nichts bringt, an die Eigenverantwortung der Bürger zu appellieren (Schaubild 31). 27 Prozent der Bevölkerung stimmen dabei beiden Aussagen zu, darunter deutlich überdurchschnittlich häufig Personen, die sich besonders um das Klima sorgen.<sup>14</sup>

Schaubild 31



<sup>14</sup> Sonderauswertung.

Auch im Hinblick auf mögliche Maßnahmen, um die Klimabelastungen zu senken, setzt die Bevölkerung vor allem auf Förderprogramme, wissenschaftlichen Fortschritt und Ausbau klimafreundlicher Alternativen und weniger auf Verbote. So bringt nach Überzeugung von jeweils rund drei Vierteln der Bevölkerung die Aufforstung von Wäldern sowie die Förderung von Wissenschaft und Forschung zur Entwicklung neuer klimafreundlicher Antriebe und Kraftstoffe besonders viel für den Klimaschutz. Jeweils rund zwei Drittel urteilen so über die Förderung umweltfreundlicher Umbaumaßnahmen in Privathäusern wie z.B. einer besseren Wärmedämmung oder den Einbau von Photovoltaikanlagen, und den raschen Ausbau erneuerbarer Energien. Jeweils die Hälfte verspricht sich besondere Klimaentlastungen durch den Ausbau von Radwegen sowie einen möglichst raschen Ausstieg aus der Kohleenergie.

Jeweils rund 4 von 10 Bürgern sind überzeugt, dass ein allgemeines Tempolimit auf Autobahnen besonders viel für den Klimaschutz bringt, der Emissionshandel, eine Verpflichtung für Immobilienbesitzer, bestimmte Klimaschutzstandards einzuhalten, höhere Preise für Flugreisen sowie niedrigere Steuern auf Bahntickets.

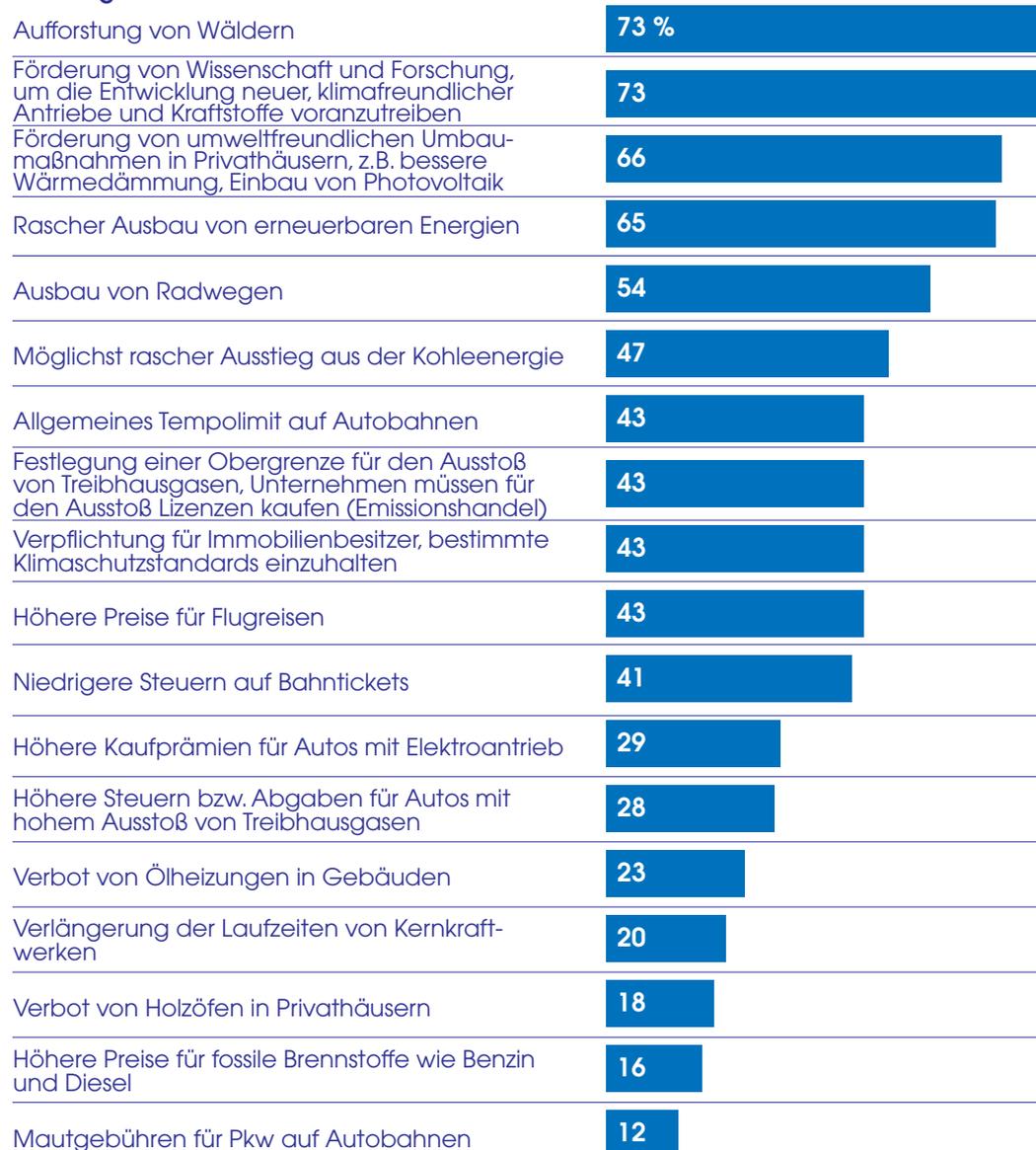
Deutlich weniger positive Klimaeffekte verspricht sich die Bevölkerung dagegen von einer PKW-Maut auf Autobahnen, höheren Preisen für Benzin und Diesel, einem Verbot von Holzöfen in Privathäusern, der Verlängerung der Laufzeiten von Kernkraftwerken sowie einem Verbot von Ölheizungen in Gebäuden.

Auch eine stärkere Forcierung des Umstiegs auf Elektroautos wird nur von einer Minderheit als effektive Maßnahme für den Klimaschutz beurteilt: 29 Prozent denken, dass höhere Kaufprämien für Elektroautos viel bringen würden, 28 Prozent urteilen so über höhere Steuern für Autos mit hohem Ausstoß von Treibhausgasen (Schaubild 32).

## Maßnahmen der Politik: Klimanutzen aus Bevölkerungssicht

Frage: "Es sind ja verschiedene politische Maßnahmen im Gespräch oder bereits beschlossen, mit denen man die Klimabelastung reduzieren könnte. Hier auf der Liste sind einige aufgeschrieben. Welche dieser Maßnahmen bringen Ihrer Meinung nach besonders viel für den Klimaschutz?"

### Das bringt besonders viel für den Klimaschutz –

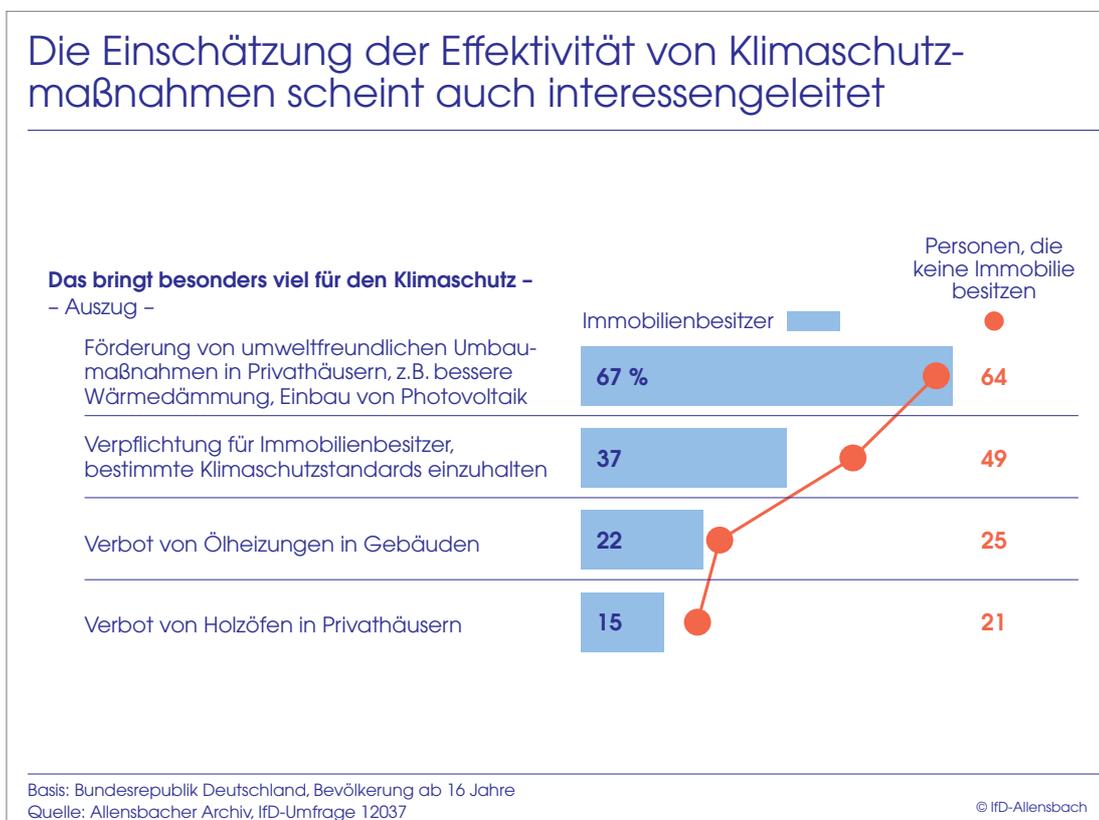


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

In der Rangliste der von der Bevölkerung als besonders wirksam beurteilten Klimaschutzmaßnahmen fällt auf, dass Maßnahmen an der Spitze stehen, die für den einzelnen Bürger nicht unmittelbar mit Einschränkungen oder Belastungen verbunden sind, sich solche Maßnahmen dagegen am unteren Ende der Rangliste finden wie die PKW-Maut, höhere Benzin- und Dieselpreise oder das Verbot von Holzöfen oder Ölheizungen. Der Verdacht, dass bei den Einschätzungen der Bevölkerung die eigenen Interessenlagen eine Rolle spielen, erhärtet sich, wenn man die Einschätzungen von Personen, die Immobilien besitzen, vergleicht mit den Einschätzungen derjenigen, die keine Immobilien besitzen. So halten Immobilienbesitzer zwar die Förderung umweltfreundlicher Umbaumaßnahmen in Privatgebäuden tendenziell häufiger für eine besonders wirksame Klimaschutzmaßnahme als Personen, die keine Immobilien besitzen, die Verpflichtung für Immobilienbesitzer, bestimmte Klimaschutzstandards einzuhalten, dagegen deutlich weniger häufig. Auch ein Verbot von Ölheizungen oder Holzöfen in Privatwohnungen wird von Immobilienbesitzern tendenziell weniger häufig als effektiv für den Klimaschutz beurteilt (Schaubild 33).

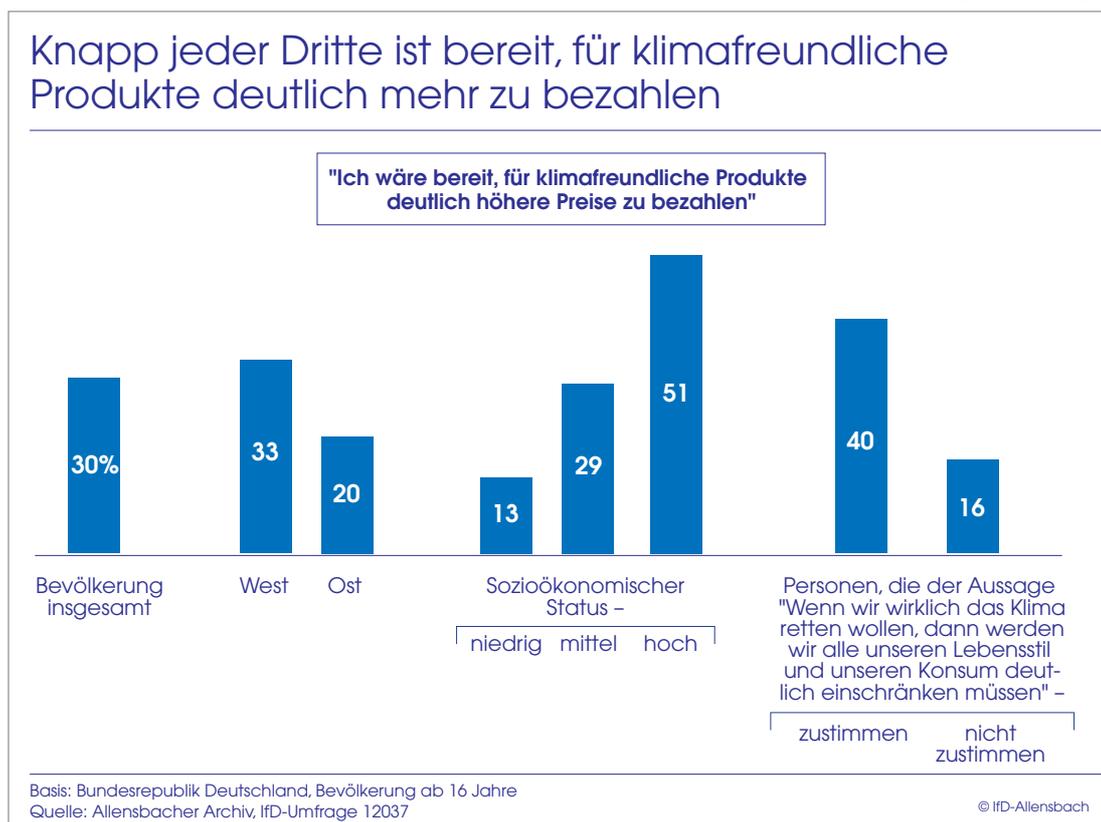
Schaubild 33



## Begrenzte Bereitschaft, für Klimaschutz mehr zu bezahlen

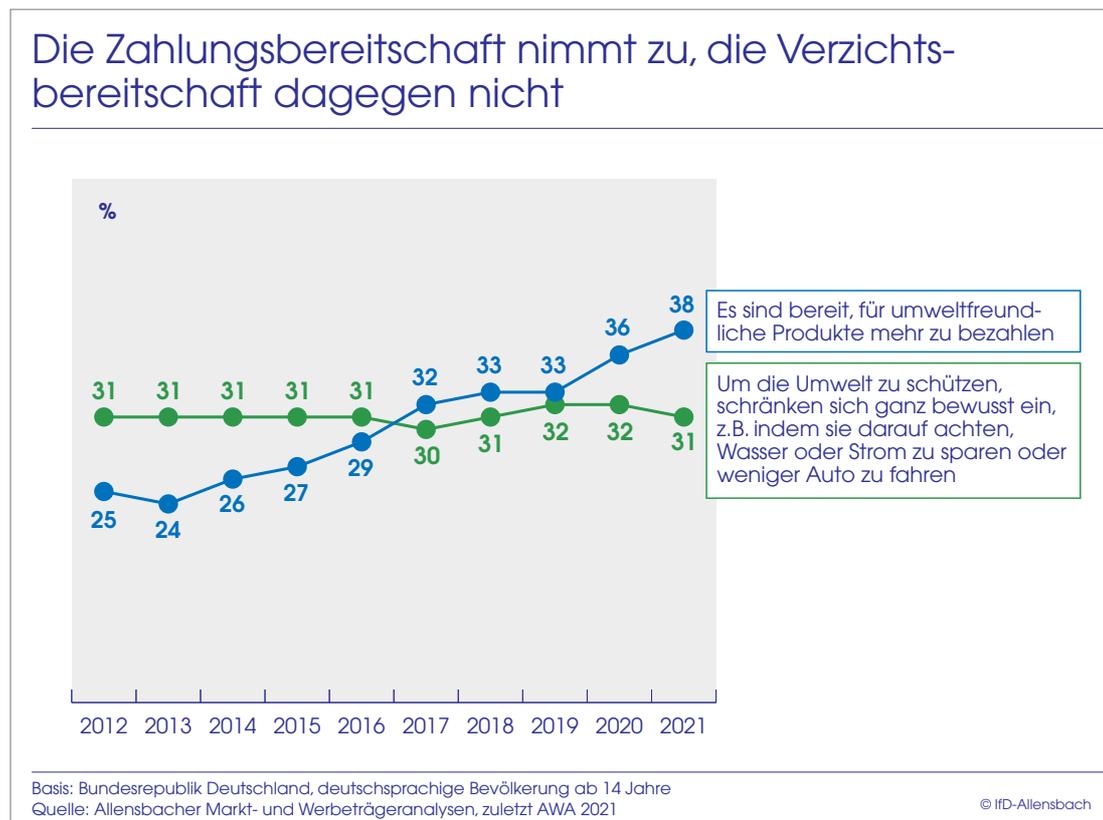
Nur knapp jeder dritte Bürger ist dem eigenen Bekunden nach bereit, für klimafreundliche Produkte deutlich höhere Preise zu zahlen. Die Bereitschaft, für den Klimaschutz tiefer in die Tasche zu greifen, ist in den östlichen Bundesländern weniger groß als in den westlichen und in den unteren Sozialschichten deutlich weniger groß als in den oberen, einkommensstärkeren Sozialschichten. Und selbst unter Personen, die der Überzeugung sind, dass wir alle unseren Lebensstil und unseren Konsum deutlich einschränken müssen, wenn wir das Klima retten wollen, bekundet nur eine Minderheit ihre Bereitschaft, für klimafreundliche Produkte deutlich mehr zu bezahlen (Schaubild 34).

Schaubild 34



Dabei zeigen Trenddaten der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse, dass die Zahlungsbereitschaft für umweltfreundliche Produkte in den vergangenen rund 10 Jahren deutlich angestiegen ist, während der Anteil derer, die sich bewusst einschränken, um die Umwelt zu schützen, bemerkenswert konstant bei knapp über 30 Prozent verharrt (Schaubild 35).

Schaubild 35



Die Bereitschaft, für klimafreundliche Produkte mehr zu bezahlen, ist in unterschiedlichen Produktkategorien sehr unterschiedlich ausgeprägt. Am größten ist die Bereitschaft der Bevölkerung, für klimafreundliche Produkte mehr zu bezahlen, im Lebensmittelbereich: 34 Prozent wären bereit, für Fleisch und Wurst deutlich mehr zu bezahlen, wenn die Preise aus Klimaschutzgründen steigen würden, 33 Prozent bekunden für diesen Fall ihre Bereitschaft, für exotische Früchte deutlich mehr zu bezahlen, 28 Prozent für Milchprodukte. Hinzu kommen zwar jeweils noch größere Anteile der Bevölkerung, die bereit wären, einen etwas höheren Preis für diese Produkte zu akzeptieren. Wenn es aber darum geht abzuschätzen, wer bereit ist, einen wirklich substantiellen Preisanstieg mitzutragen, dürfte nur die Gruppe derer von Bedeutung sein, die bereit sind, deutlich mehr zu bezahlen.

Für Flugreisen würde knapp jeder vierte Bürger deutlich höhere Preise akzeptieren, für Kleidung und Textilien 17 Prozent, 11 Prozent für Möbel und 10 Prozent für Restaurantbesuche.

Und obwohl der Verkehrssektor von der Bevölkerung als wichtigste Branche wahrgenommen wird, wenn es um die Senkung der Klimabelastung geht<sup>15</sup>, wären nur 9 Prozent der Bevölkerung bereit, einen deutlichen Anstieg der Kraftstoffpreise mitzutragen, nur 5 Prozent einen deutlichen Anstieg der Kfz-Steuer.

Auch eine Preiserhöhung für andere Energieträger stößt auf wenig Akzeptanz: eine deutliche Preiserhöhung für Heizmittel wie Öl oder Gas würden ebenso nur 6 Prozent der Bevölkerung akzeptieren wie deutliche Strompreiserhöhungen.

Am geringsten wäre die Akzeptanz eines klimaschutzbedingten Preisanstiegs bei der Miete, bei Handwerkern, nachhaltigen Versicherungen sowie Tickets für die Bahn und den öffentlichen Nahverkehr (Schaubild 36).

So wie generell gilt auch in den einzelnen Produktfeldern, dass höhere Preise aus Klimaschutzgründen von Personen aus den oberen Sozialschichten häufiger akzeptiert würden als von Personen aus den unteren Sozialschichten.<sup>16</sup>

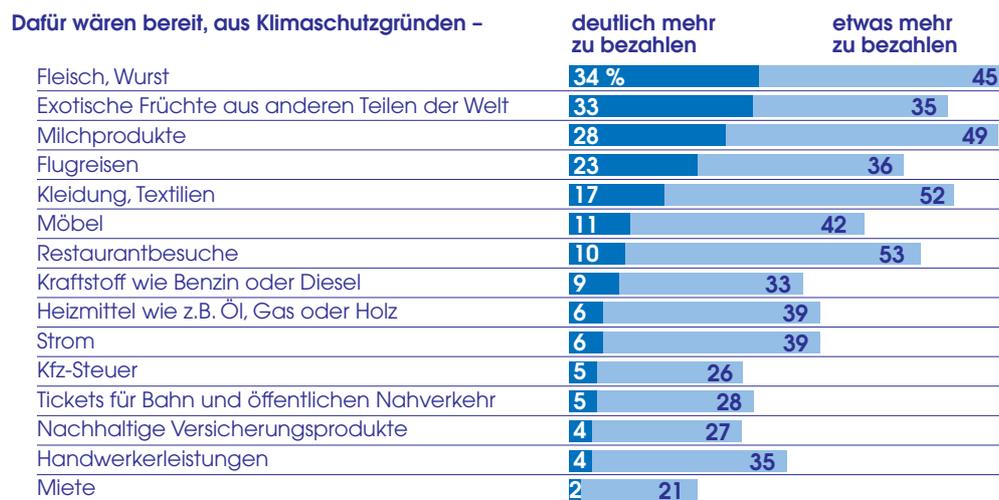
---

<sup>15</sup> Vgl. *Schaubild 30*.

<sup>16</sup> Vgl. *tabellarischer Basisbericht, Tabelle 38b*.

## Deutlich unterschiedliche Zahlungsbereitschaft für klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen

Frage: "Einmal angenommen, die Preise für bestimmte Produkte und Dienstleistungen würden aus Klimaschutzgründen steigen. Hier auf den Karten ist einmal Verschiedenes aufgeschrieben. Bitte verteilen Sie die Karten auf das Blatt hier, je nachdem, ob Sie bereit wären, dafür aus Klimaschutzgründen deutlich oder etwas mehr zu bezahlen, oder ob Sie nicht bereit wären, dafür mehr zu bezahlen."

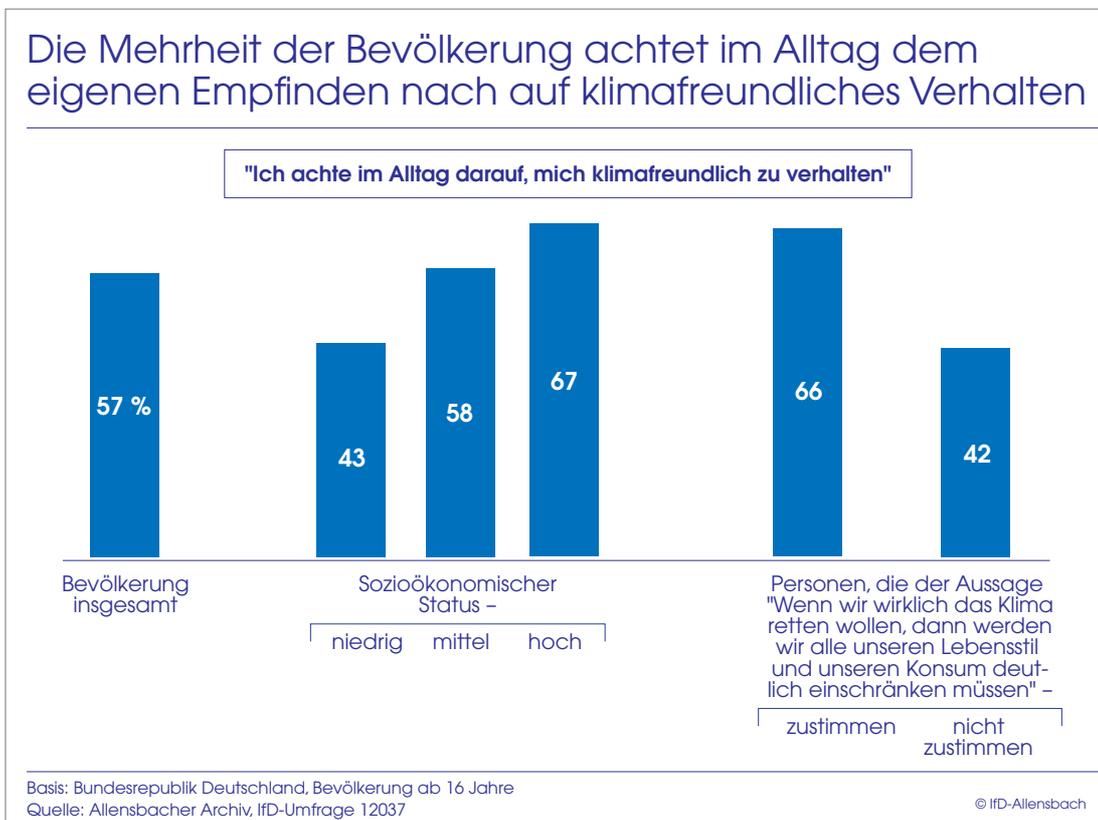


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Dabei ist die Bewusstseinsbildung für klimafreundliches Verhalten in der Bevölkerung generell weit fortgeschritten. So achtet die Mehrheit der Bevölkerung dem eigenen Bekunden im Alltag darauf, sich klimafreundlich zu verhalten. Auch dies gilt für Personen mit hohem sozioökonomischem Status deutlich häufiger als für Personen aus unteren Sozialschichten. Personen, die davon ausgehen, dass wir unseren Konsum und unseren Lebensstil deutlich einschränken müssen, wenn wir das Klima wirklich retten wollen, achten in ihrem Alltag zwar in überdurchschnittlichem Anteil auf klimafreundliches Verhalten, allerdings auch "nur" zu zwei Dritteln (Schaubild 37).

Schaubild 37



Konkret achten zwei Drittel der Bevölkerung darauf, möglichst wenig Strom zu verbrauchen, 59 Prozent, besonders energiesparende Haushaltsgeräte zu kaufen, 49 Prozent heizen zurückhaltend, d.h. stellen ihre Wohnungstemperatur etwas niedriger ein als gewöhnlich, 45 Prozent fahren möglichst wenig Auto, 39 Prozent verzichten weitgehend auf Lebensmittel, die aus fernen Ländern kommen, 32 Prozent verzichten aus Klimaschutzgründen auf Flugreisen, 31 Prozent weitgehend auf Fleisch, ebenfalls 31 Prozent sind auf Ökostrom umgestiegen, und 25 Prozent achten beim Kauf von Kleidung darauf, dass sie klimafreundlich hergestellt worden ist.

Ein umweltfreundliches Auto, also z.B. ein Auto mit Hybrid- oder Elektroantrieb, haben bislang dagegen nur 6 Prozent gekauft, und nur 5 Prozent der Bevölkerung nutzen Carsharing-Angebote, 6 Prozent haben in nachhaltige Geldanlagen investiert, 4 Prozent eine Versicherung bei einem Unternehmen abgeschlossen, das besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legt. Und 9 Prozent der Bevölkerung haben bereits für Klimaschutzprojekte gespendet.

Die Potentiale für klimafreundliche Verhaltensweisen sind dabei in vielen Bereichen deutlich größer als die Anteile derer, die das bislang praktizieren: So können sich 46 Prozent der Bevölkerung vorstellen, weitgehend auf Lebensmittel zu verzichten, die aus fernen Ländern kommen, 52 Prozent auf Ökostrom umzusteigen, 55 Prozent beim Kauf von Kleidung auf klimafreundliche Produktion zu achten und 52 Prozent ein umweltfreundliches Auto zu kaufen (Schaubild 38). Es darf aber nicht vergessen werden, dass diese Bereitschaftsbekundungen zunächst nur psychologische Potentiale sind, deren Realisierung im Einzelnen eine Reihe von Hindernissen entgegenstehen dürften, wie Gewohnheiten, Kosten, Wissensdefizite etc.

## Klimafreundliches Verhalten

Frage: "Es gibt ja verschiedene Möglichkeiten, wie man selbst zu mehr Klimaschutz beitragen kann. Hier auf den Karten sind verschiedene dieser Möglichkeiten aufgeschrieben. Was davon machen Sie bereits, was davon machen Sie zwar nicht, könnten sich aber grundsätzlich vorstellen, das zu tun, und wozu wären Sie nicht bereit bzw. was wäre für Sie nicht möglich?"

	Das machen bereits	Das könnten sich vorstellen	Dazu sind nicht bereit bzw. ist nicht möglich
Darauf achten, möglichst wenig Strom zu verbrauchen	66 %	27	6
Besonders energiesparende Haushaltsgeräte kaufen	59	35	4
Zurückhaltend heizen, d.h. die Wohnungstemperatur im Winter niedriger einstellen als gewöhnlich	49	27	22
Möglichst wenig Auto fahren	45	25	27
Weitgehend auf Lebensmittel verzichten, die aus fernen Ländern kommen	39	46	13
Aus Klimaschutzgründen auf Flugreisen verzichten	32	33	31
Weitgehend auf Fleisch verzichten	31	31	36
Auf Ökostrom umsteigen	30	52	15
Beim Kauf von Kleidung darauf achten, dass sie klimafreundlich hergestellt worden ist	25	55	16
Für Klimaschutzprojekte spenden	9	41	46
Ein umweltfreundliches Auto kaufen, z.B. ein Auto mit Elektro- oder Hybrid-Antrieb	6	52	36
In nachhaltige Geldanlagen investieren, z.B. in Firmen, die besonderen Wert auf Klimafreundlichkeit legen	6	38	47
Carsharing-Angebote nutzen	5	32	55
Versicherungen bei Versicherungsunternehmen abschließen, die besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legen	4	46	41

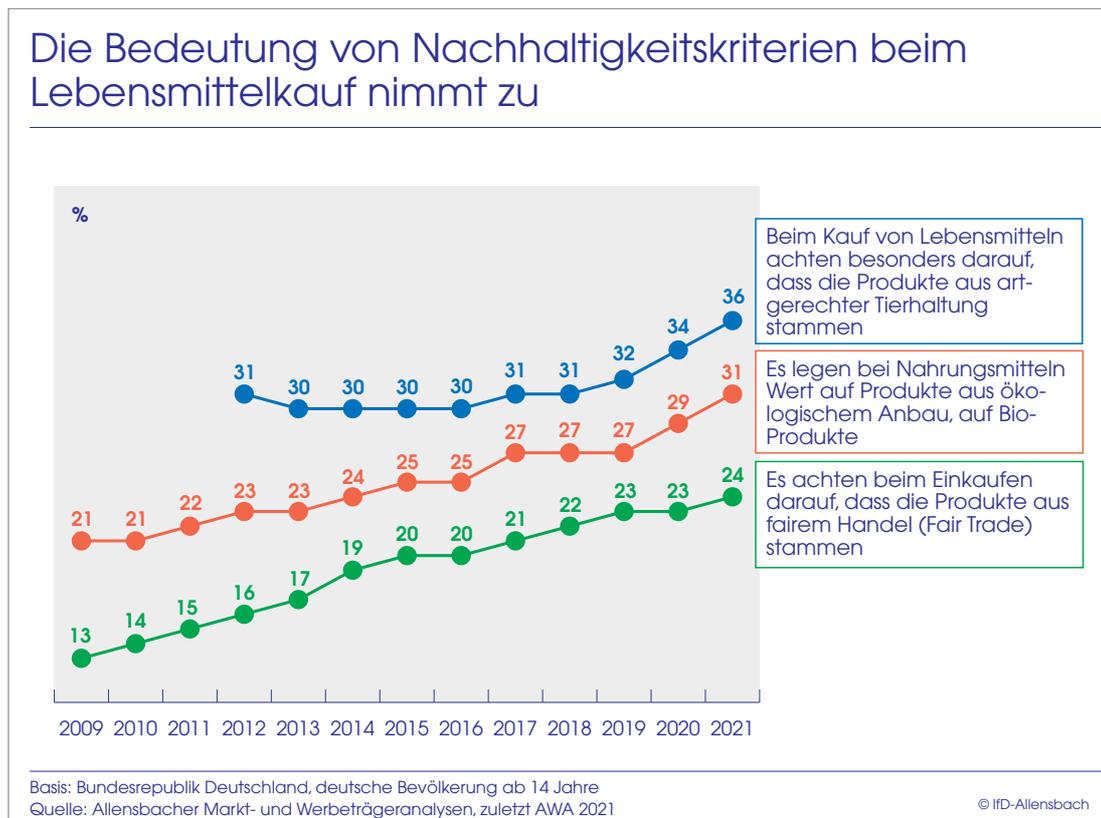
Nicht dargestellt: keine Angabe

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

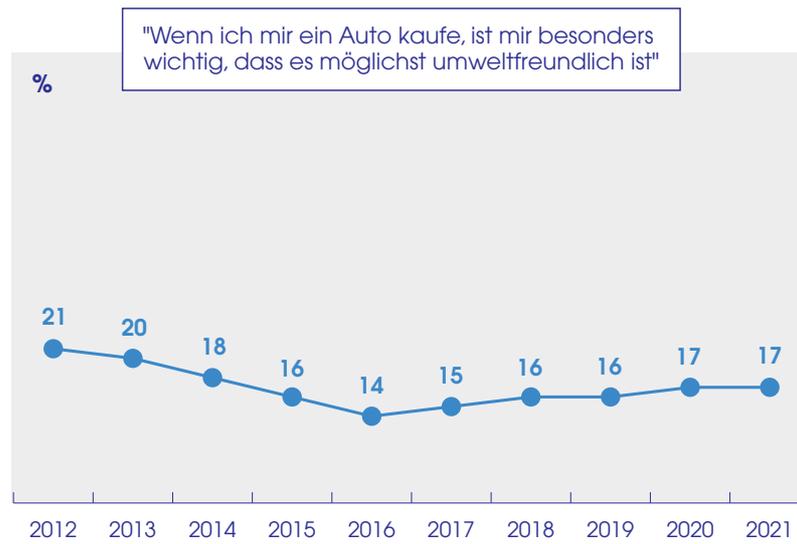
© IfD-Allensbach

Trenddaten der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse unterstreichen, dass die Umsetzung von Nachhaltigkeitsorientierungen in Konsumentenscheidungen in verschiedenen Produktfeldern deutlich unterschiedlich stark ausgeprägt ist. So steigen im Lebensmittelbereich die Anteile derer, für die beim Einkauf Nachhaltigkeitskriterien eine Rolle spielen, seit rund 10 Jahren deutlich und kontinuierlich an. Das gilt für den Anteil derer, die Wert auf Bio-Produkte legen, die beim Einkauf auf Fair Trade-Produkte achten oder darauf, dass Produkte aus artgerechter Tierhaltung stammen (Schaubild 39). Der Anteil der Bevölkerung, der beim Autokauf darauf achtet, dass der Wagen möglichst umweltfreundlich ist, ist dagegen seit 2012 insgesamt nicht angestiegen (Schaubild 40). Ebenso hat sich in den letzten Jahren der Anteil der Bevölkerung kaum verändert, der beim Kauf von Kleidung darauf achtet, dass sie umwelt- und sozialverträglich hergestellt worden ist (Schaubild 41).

Schaubild 39



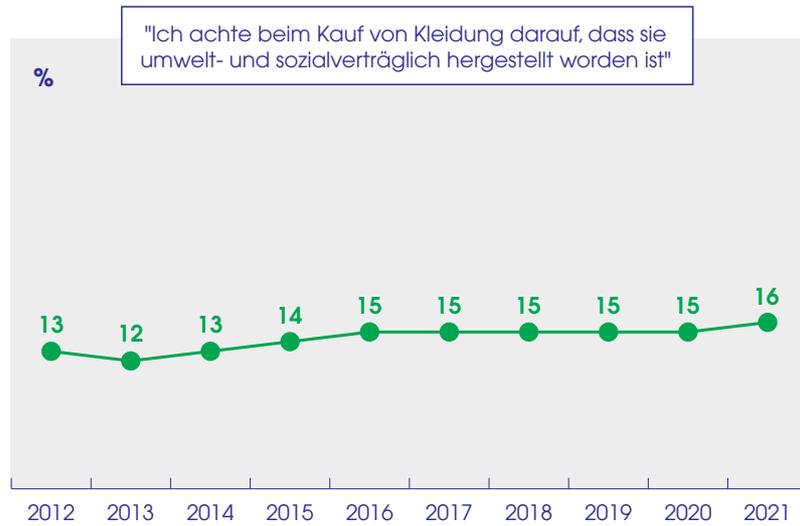
## Aber keine Zunahme des Wunsches nach einem möglichst umweltfreundlichen Auto



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2021

© IfD-Allensbach

## Im Bereich Mode keine signifikante Zunahme von Nachhaltigkeitsorientierungen



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA 2021

© IfD-Allensbach

### Stromversorgung: Inkonsistente Verbraucherhaltungen

Die Haltungen der Bevölkerung im Zusammenhang mit der Stromversorgung sind tendenziell widersprüchlich. Auf der einen Seite gilt die Strom- und Energieerzeugung fast drei Vierteln der Bevölkerung als besonders wichtige Branche, wenn es um den Klimaschutz geht. In der Rangliste der Branchen belegt die Strom- und Energieerzeugung damit nach dem Verkehrs- und Transportwesen sowie der Autoindustrie den dritten Platz.<sup>17</sup> Einen raschen Ausbau der erneuerbaren Energien halten rund drei Viertel der Bevölkerung für eine besonders effektive Klimaschutzmaßnahme, 47 Prozent den raschen Ausstieg aus der Kohleenergie, allerdings nur 20 Prozent die Verlängerung der Laufzeiten von Kernkraftwerken.<sup>18</sup> Gleichzeitig zeigen sich nur 6 Prozent der Bevölkerung bereit, aus Klimaschutzgründen einen deutlich höheren Strompreis zu akzeptieren, auch wenn immerhin weitere 39 Prozent leichte Preiserhöhungen beim Strom mittragen würden (Schaubild 42).

---

<sup>17</sup> Vgl. Schaubild 30.

<sup>18</sup> Vgl. Schaubild 32.

## Klimafreundlicher Strom: inkonsistente Haltungen der Verbraucher

**Diese Branche ist besonders wichtig, wenn es um Klimaschutz geht -**

Strom- und Energieerzeugung

72 %

**Diese Maßnahmen bringen besonders viel für den Klimaschutz -**

Rascher Ausbau von erneuerbaren Energien

65

Möglichst rascher Ausstieg aus der Kohleenergie

47

Verlängerung der Laufzeiten von Kernkraftwerken

20

**Dafür wären bereit -**

deutlich mehr zu bezahlen

etwas mehr zu bezahlen

Strom

6

39

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Eine wichtige Voraussetzung, um die Versorgung der Bevölkerung mit Strom aus regenerativen Energiequellen zu ermöglichen, ist der Ausbau des Leitungsnetzes. In den vergangenen Jahren ist dieser Zusammenhang ja auch immer wieder in der öffentlichen Diskussion. Dennoch besteht in der Bevölkerung verbreitet Widerstand gegen den Bau neuer, oberirdischer Hochspannungsleitungen in der eigenen Region: 48 Prozent der Bevölkerung würden gegen einen solchen Bau in der eigenen Region votieren, nur 20 Prozent dafür. Der Rest positioniert sich in dieser Frage nicht.

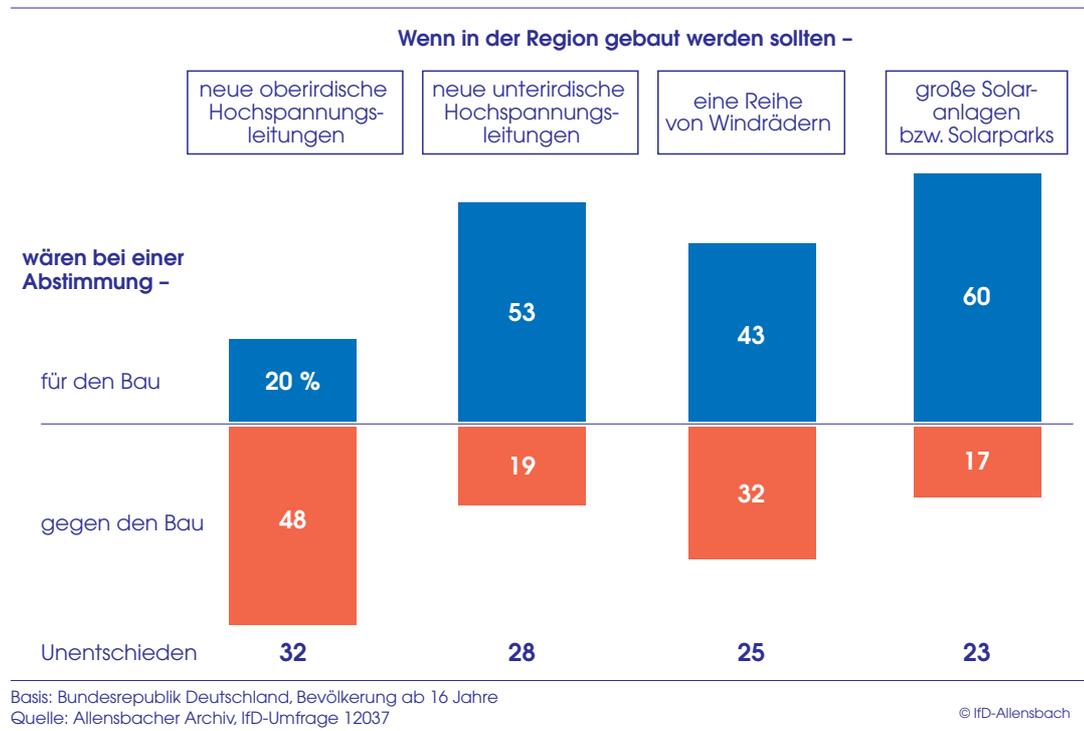
Auf breite Akzeptanz stoßen dagegen unterirdische Hochspannungsleitungen: eine Mehrheit von 53 Prozent würde sich für den Bau unterirdischer Hochspannungsleitungen in der eigenen Region aussprechen, wenn es dazu käme, lediglich 19 Prozent dagegen.

Noch größer wäre die Akzeptanz von großen Solaranlagen bzw. Solarparks. Für den Bau einer solchen Anlage in der eigenen Region würden sich 60 Prozent der Bevölkerung aussprechen, nur 17 Prozent dagegen.

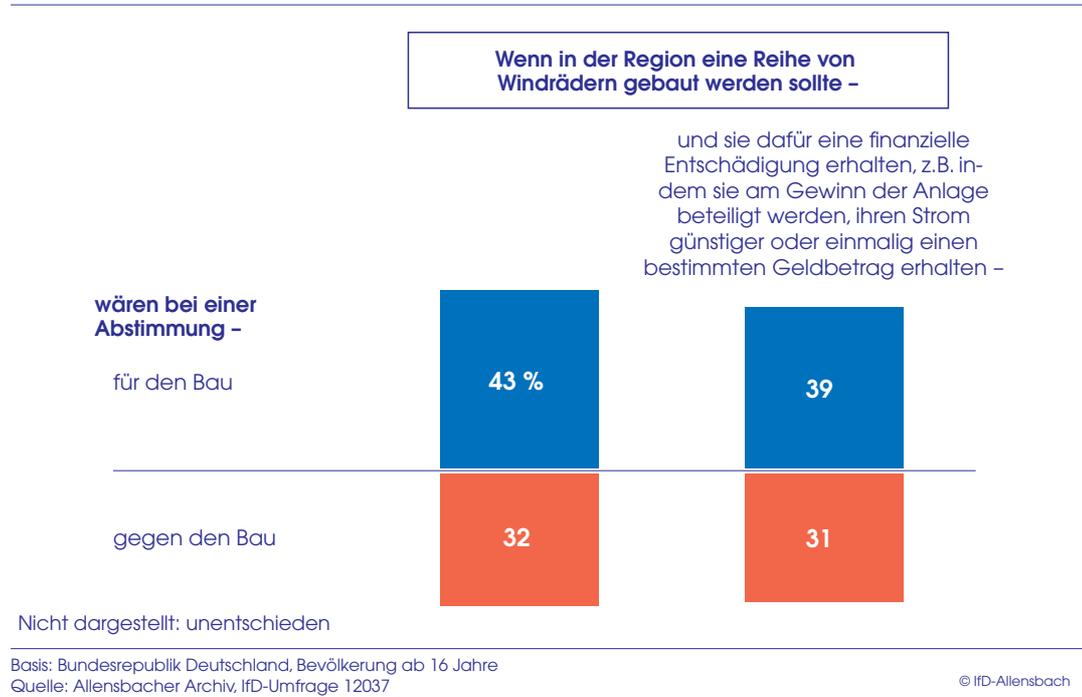
Deutlich geringer ist dagegen die Akzeptanz von Windrädern. Zwar wäre auch hier die Bevölkerung tendenziell eher für als gegen den Bau von Windrädern in der eigenen Region. Der Anteil derer, die dem Bau einer Reihe von Windrädern vor Ort zustimmen würden, ist mit 43 Prozent aber nicht sehr viel größer als der Anteil der ausdrücklichen Ablehner mit 32 Prozent (Schaubild 43).

Dabei hätten Kompensationszahlungen keinen messbaren Einfluss auf die Akzeptanz von Windrädern oder Solarparks in der eigenen Region: Die Anteile der Befürworter und Gegner solcher Anlagen verändern sich nicht signifikant, wenn finanzielle Entschädigungen für die Bewohner der Region in Aussicht gestellt werden, z.B. in Form von günstigerem Strom, einer Gewinnbeteiligung oder einer einmaligen Geldzahlung (Schaubilder 44 und 45).

## Widerstand gegen oberirdische Hochspannungsleitungen



## Kompensationszahlungen haben keinen messbaren Einfluss auf die Akzeptanz von Windrädern ...



... oder Solarparks

Wenn in der Region große Solaranlagen bzw. Solarparks gebaut werden sollten -

und sie dafür eine finanzielle Entschädigung erhalten, z.B. indem sie am Gewinn der Anlage beteiligt werden, ihren Strom günstiger oder einmalig einen bestimmten Geldbetrag erhalten -

wären bei einer Abstimmung -

für den Bau

60 %

60

gegen den Bau

17

17

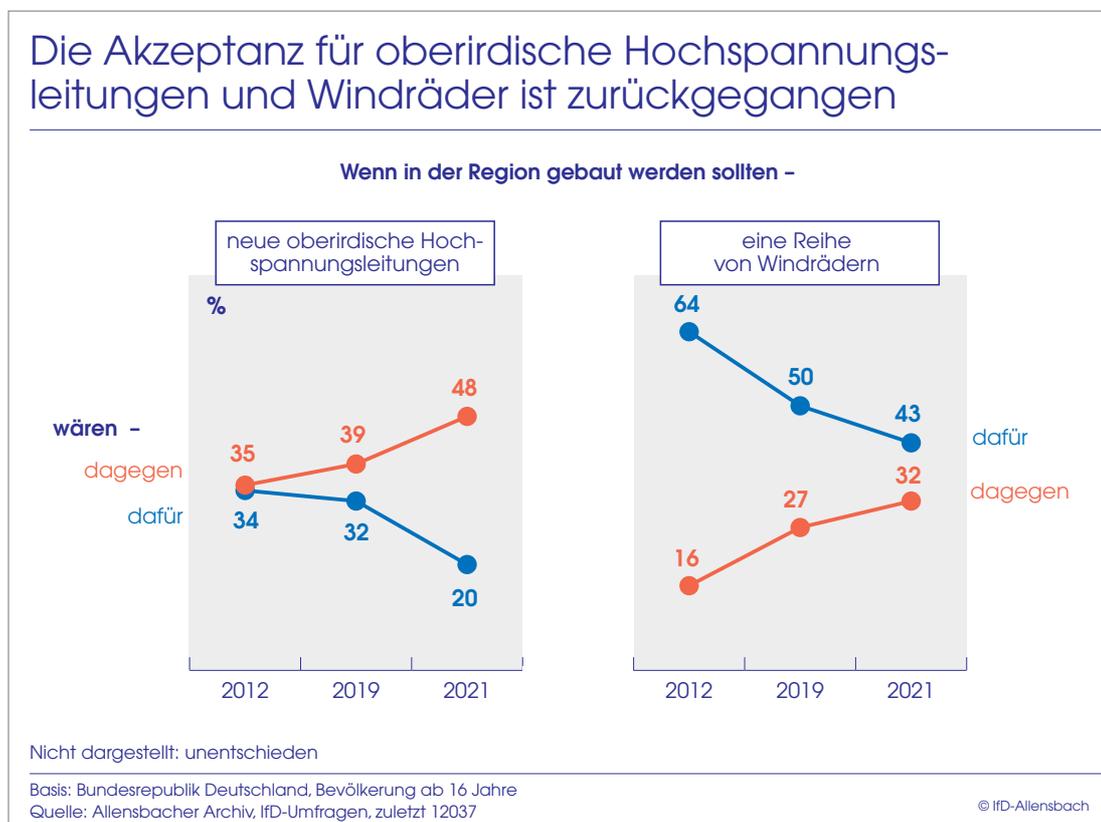
Nicht dargestellt: unentschieden

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

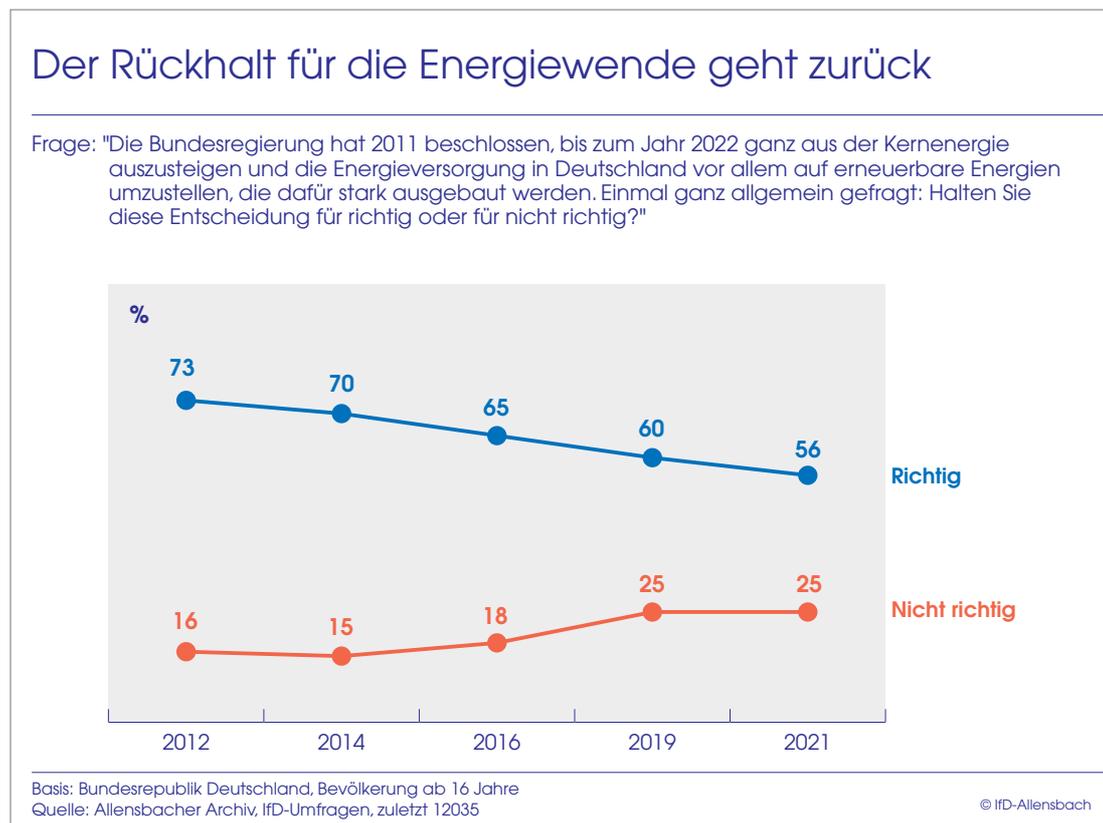
Die Akzeptanz sowohl neuer oberirdischer Hochspannungsleitungen als auch der Errichtung von Windrädern in der eigenen Region hat in den letzten rund 10 Jahren deutlich abgenommen. Hielten sich 2012 die Befürworter und Gegner der Errichtung neuer oberirdischer Hochspannungsleitungen in der eigenen Region in etwa die Waage, sind die Gegner mittlerweile deutlich in der Mehrheit. Und für die Errichtung einer Reihe von Windrädern in der eigenen Region gab es 2012 noch eine sehr deutliche Mehrheit von 64 Prozent gegenüber 16 Prozent, die das ablehnten. Mittlerweile haben sich die Anteile von Befürwortern und Gegnern stark angenähert (Schaubild 46).

Schaubild 46



Dieser Trend widerspricht zwar dem im gleichen Zeitraum deutlich gestiegenen Klimabewusstsein der Bevölkerung, passt aber gut zur insgesamt rückläufigen Unterstützung der 2011 beschlossenen Energiewende. Nachdem dieses gesellschaftliche Großprojekt 2012 noch überwältigenden Rückhalt in der Bevölkerung genoss, ist der Anteil der Befürworter seitdem kontinuierlich zurückgegangen, der Anteil derer, die diese Entscheidung für nicht richtig halten gestiegen. Zwar steht auch aktuell noch eine Mehrheit hinter der Entscheidung, aus der Kernenergie auszusteigen und die Energieversorgung in Deutschland auf erneuerbare Energien umzustellen, aber diese Mehrheit nimmt kontinuierlich ab (Schaubild 47).

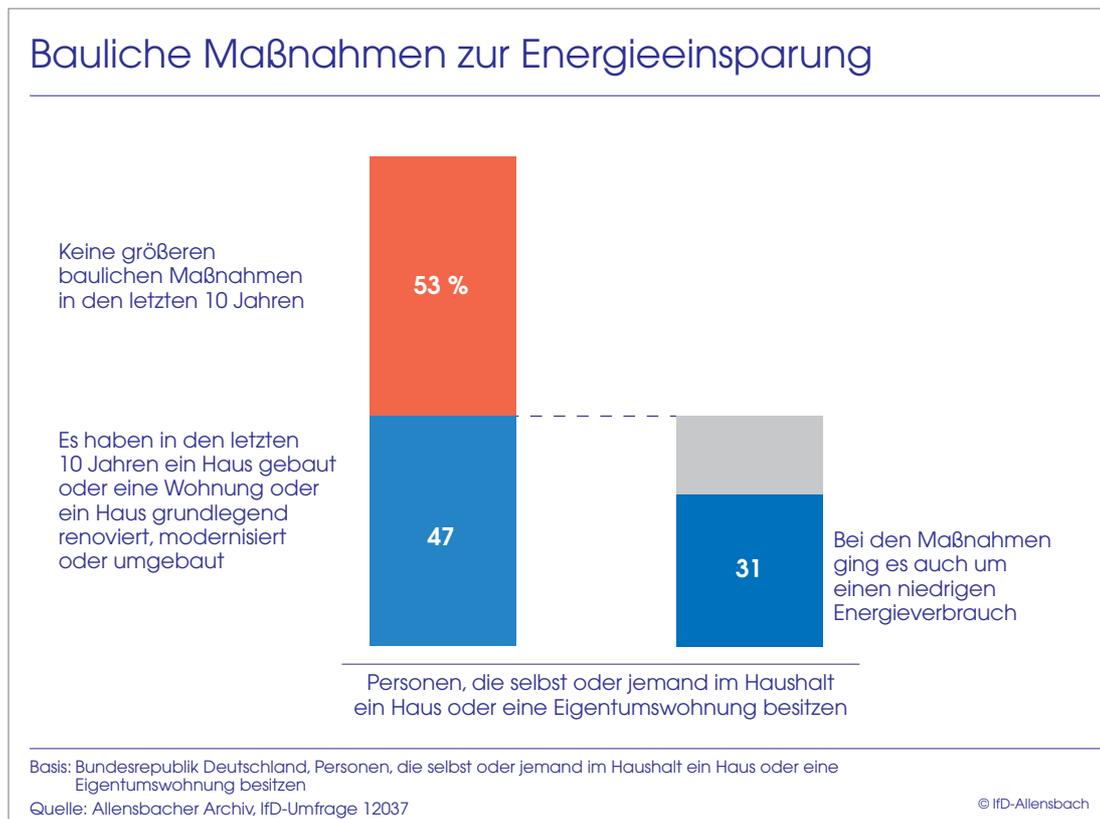
Schaubild 47



## Große Bedeutung staatlicher Fördergelder für die energetische Sanierung von Gebäuden

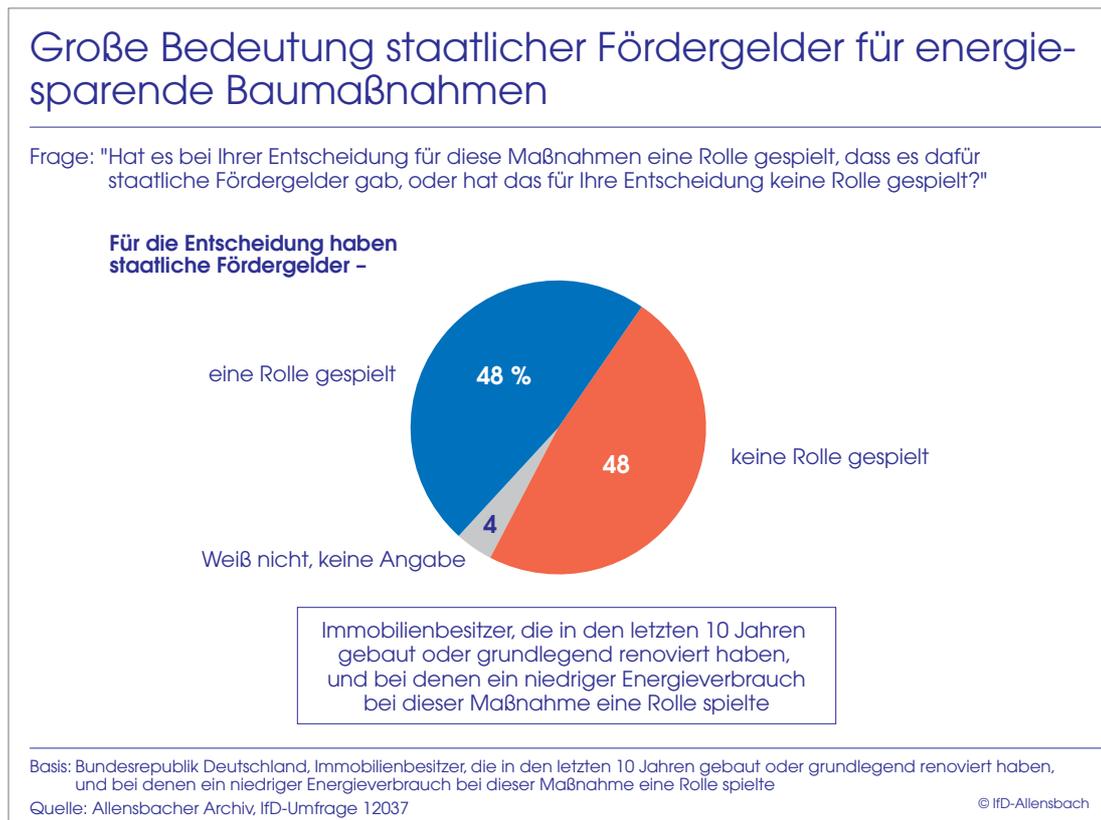
In Deutschland besitzt gut die Hälfte der Bevölkerung entweder selbst Immobilien oder jemand im eigenen Haushalt (Anhangschaubild 4). Von denjenigen, die in diesem Sinne Immobilien besitzen, hat knapp die Hälfte in den vergangenen 10 Jahren gebaut oder grundlegend renoviert, modernisiert oder umgebaut (47 Prozent), bei knapp einem Drittel der Immobilienbesitzer ging es bei diesen Baumaßnahmen auch um einen niedrigen Energieverbrauch, also z.B. um eine gute Wärmedämmung oder eine effiziente Wärmeerzeugung (Schaubild 48).

Schaubild 48



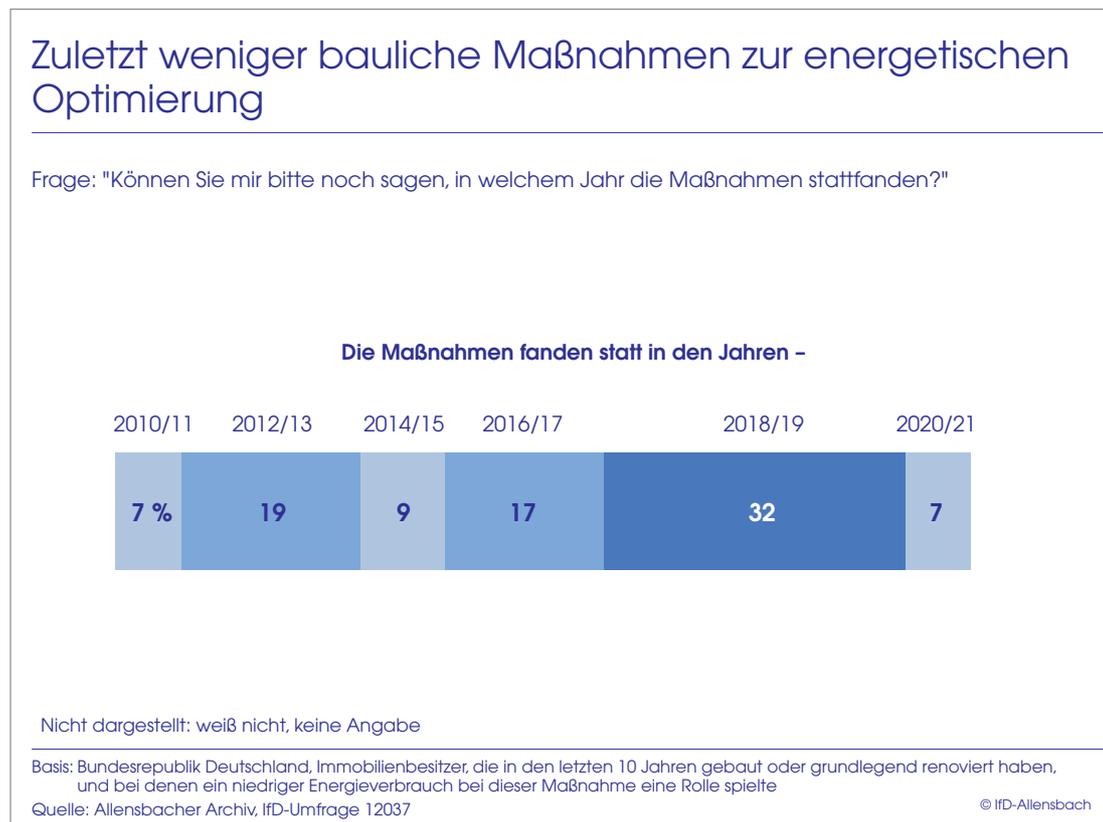
Für diese baulichen Maßnahmen zur Energieeinsparung haben staatliche Fördergelder eine große Bedeutung gehabt: Bei rund der Hälfte der Immobilienbesitzer, die in den letzten 10 Jahren bauliche Maßnahmen durchgeführt haben, bei denen es (auch) um einen niedrigen Energieverbrauch ging, haben für die Entscheidung, diese Maßnahme durchzuführen, staatliche Fördergelder eine Rolle gespielt (48 Prozent, Schaubild 49).

Schaubild 49



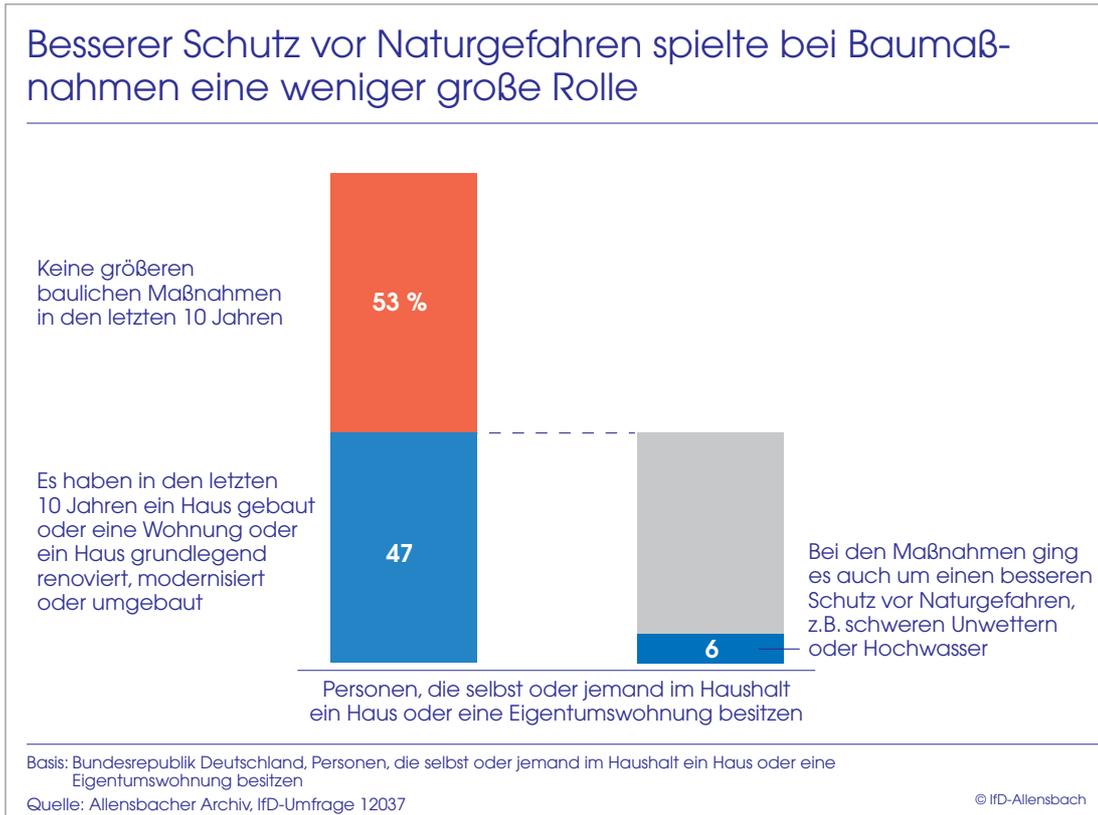
Betrachtet man die zeitliche Verteilung der Maßnahmen über die letzten 10 Jahre hinweg, wurde rund ein Drittel der Maßnahmen allein in den Jahren 2018/2019 realisiert (Schaubild 50).

Schaubild 50



Ein besserer Schutz vor Naturgefahren spielte bei den in den vergangenen 10 Jahren von Immobilienbesitzern durchgeführten Baumaßnahmen nur eine deutlich geringere Rolle: 6 Prozent der Immobilienbesitzer insgesamt haben in den letzten 10 Jahren entsprechende bauliche Maßnahmen durchgeführt (Schaubild 51).

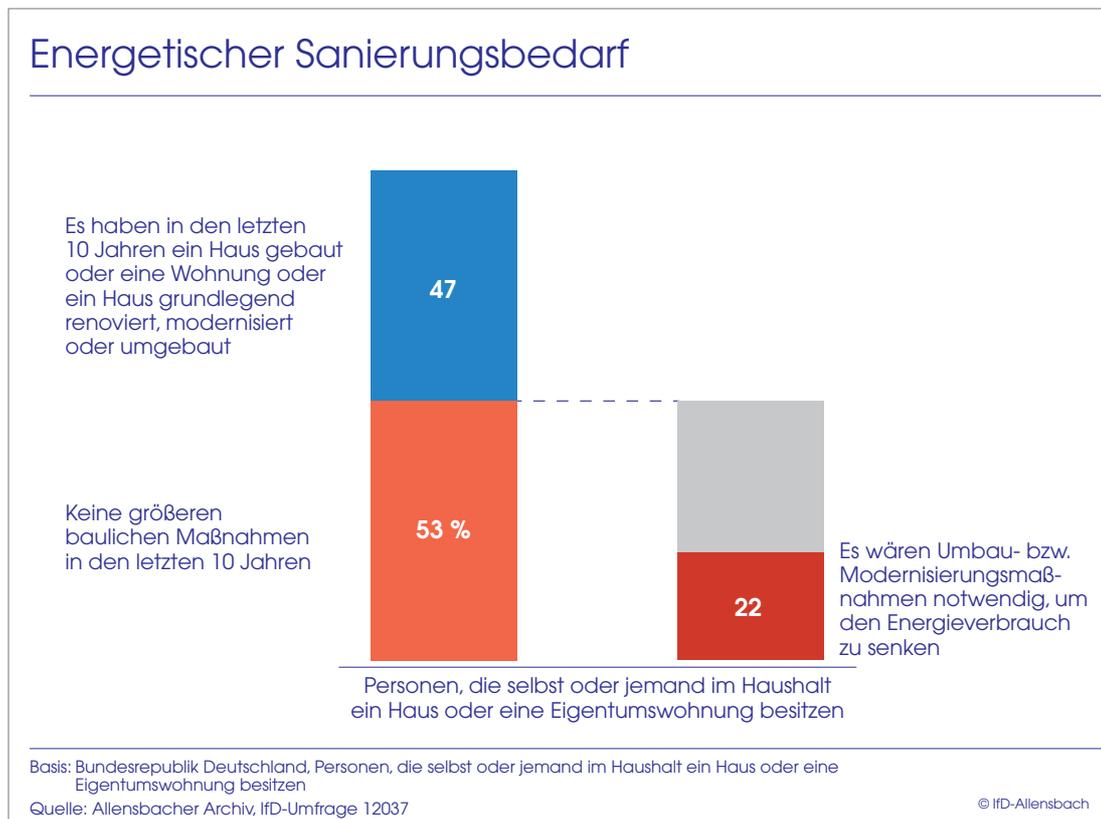
Schaubild 51



Unter den Immobilienbesitzern, die in den letzten 10 Jahren keine baulichen Maßnahmen durchgeführt haben, berichtet ein erheblicher Teil davon, dass Umbau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen notwendig wären, um den Energieverbrauch zu senken. Einen solchen Bedarf melden 22 Prozent der Immobilienbesitzer insgesamt (Schaubild 52).

Von diesem Kreis berichtet fast die Hälfte, dass der Umsetzung solcher baulichen Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs finanzielle Gründe entgegenstehen (48 Prozent), bei 38 Prozent hat das ausschließlich andere Gründe, und 14 Prozent können zu den Gründen keine Auskunft geben (Schaubild 53).

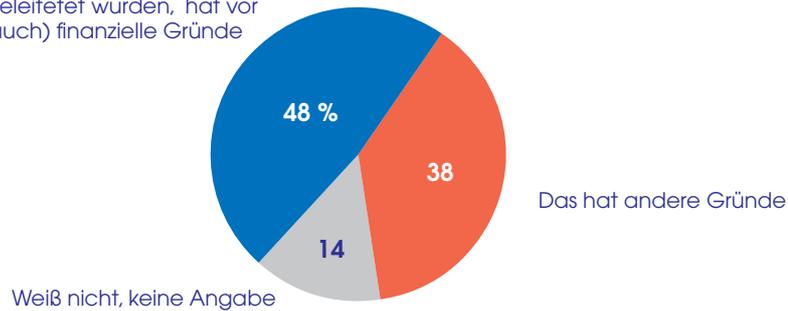
Schaubild 52



## Finanzielle Gründe stehen energetischen Sanierungsmaßnahmen häufig entgegen

Frage: "Darf ich fragen, warum Sie bisher keine Baumaßnahmen in die Wege geleitet haben: Hat das vor allem finanzielle Gründe, oder hat das andere Gründe?"

Dass bisher keine Maßnahmen in die Wege geleitet wurden, hat vor allem (auch) finanzielle Gründe



Immobilienbesitzer, die in den letzten 10 Jahren keine größeren baulichen Maßnahmen durchgeführt haben, bei deren Immobilien aber Umbau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs notwendig wären

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Immobilienbesitzer, die in den letzten 10 Jahren keine größeren baulichen Maßnahmen durchgeführt haben, bei deren Immobilien aber Umbau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs notwendig wären

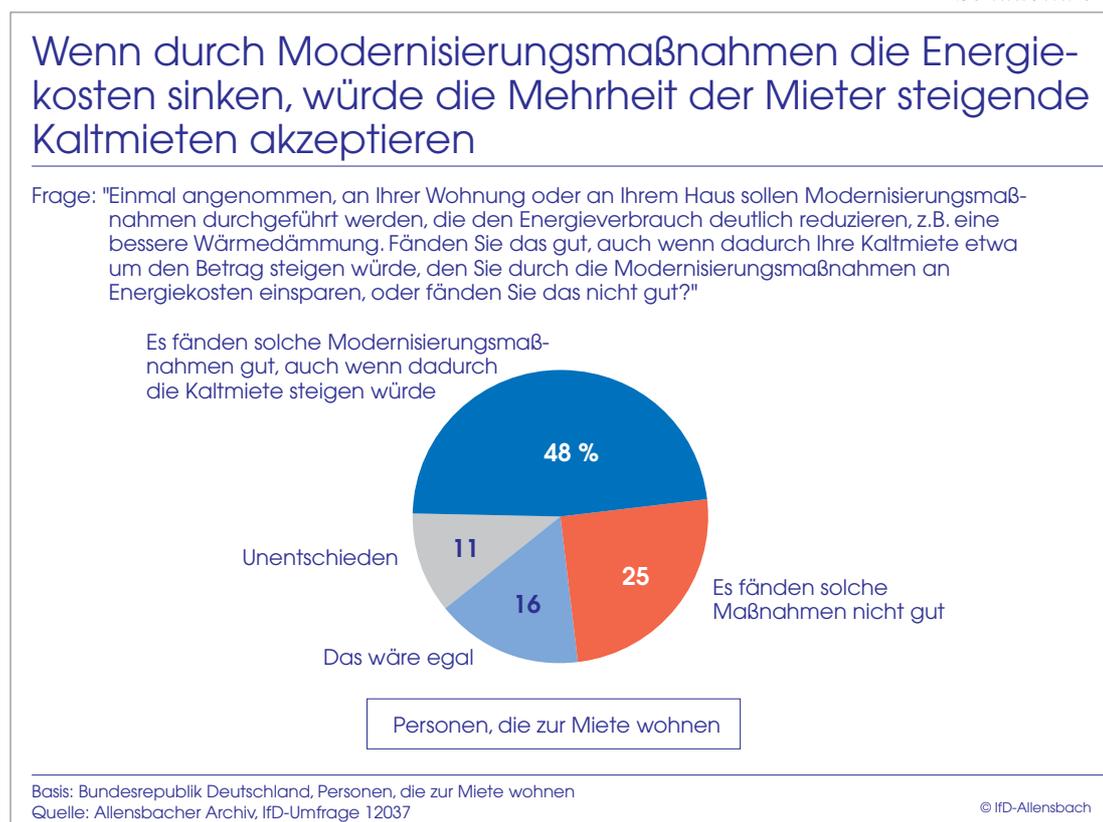
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Rund die Hälfte der Bevölkerung wohnt aktuell zur Miete (49 Prozent).<sup>19</sup> Die Bereitschaft von Mietern, aus Klimaschutzgründen eine höhere Miete zu akzeptieren, ist generell eher gering: 2 Prozent wären bereit eine deutlich höhere Miete zu zahlen, weitere 26 Prozent eine etwas höhere Miete.<sup>20</sup>

Etwas anders sieht es aus, wenn durch Modernisierungsmaßnahmen wie z.B. eine bessere Wärmedämmung der Energieverbrauch und damit auch die Energiekosten gesenkt würden. In einem solchen Fall würde rund die Hälfte der Mieter solche Maßnahmen begrüßen, auch wenn dadurch die Kaltmiete in etwa um den Betrag steigen würde, den sie durch die niedrigeren Energiekosten einsparen würden. Nur ein Viertel der Mieter spräche sich unter diesen Voraussetzungen gegen eine solche Maßnahme aus (Schaubild 54).

Schaubild 54



<sup>19</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabelle 30.

<sup>20</sup> Sonderauswertung.

### Klimafreundliche Mobilität: Die Bevölkerung setzt auf Innovationen und den Ausbau von Angeboten, weniger auf Einschränkungen und höhere Preise

Der Verkehrs- und Transportsektor gilt der Bevölkerung als der Wirtschaftsbereich, der für den Klimaschutz am wichtigsten ist.<sup>21</sup> Gleichzeitig ist die Bereitschaft, für Kraftstoffe, die Kfz-Steuer oder den öffentlichen Nahverkehr aus Klimaschutzgründen deutlich höhere Preise zu akzeptieren, sehr begrenzt.<sup>22</sup> Entsprechend plädiert die Bevölkerung dafür, für eine klimafreundlichere Mobilität vor allem Angebote auszubauen und technische Innovationen zu fördern. Maßnahmen, die mit persönlichen Einschränkungen oder höheren Belastungen verbunden sind, finden deutlich weniger Anklang.

So sprechen sich 79 Prozent der Bevölkerung für den Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs aus, 72 Prozent für vergünstigte Tickets für den ÖPNV, 71 Prozent für den Ausbau von Radwegen und 69 Prozent für den Ausbau des Schienennetzes für den Güterverkehr. Allerdings: Fahrspuren oder Parkstreifen in Städten zu Radwegen zu machen, ist nur für knapp ein Drittel der Bevölkerung eine Option, die besonders vorangetrieben werden sollte.

Rund zwei Drittel der Bevölkerung plädieren dafür, die Entwicklung von alternativen Antrieben und Kraftstoffen besonders voranzutreiben, also z.B. den Elektro- oder Wasserstoffantrieb, 57 Prozent sprechen sich dafür aus, die Entwicklung von klimafreundlicheren Flugzeugen bzw. Flugzeugkraftstoffen, 54 Prozent dafür, intelligente Verkehrsleitsysteme zur Vermeidung von Staus oder zur Parkplatzsuche besonders zu fördern. Und rund die Hälfte der Bevölkerung votiert für einen Ausbau der Ladestationen für Elektroautos. Allerdings möchte nur ein Drittel der Bevölkerung, dass von den vorhandenen Parkplätzen ein bestimmter Teil für Elektroautos reserviert wird, damit diese dort aufgeladen werden können.

Jeweils 38 Prozent möchten den Ausbau von Park-and-Ride-Angeboten vorantreiben bzw. autofreie Innenstädte fördern.

---

<sup>21</sup> Vgl. Schaubild 30.

<sup>22</sup> Vgl. Schaubild 36.

Der Ausbau von Wasserstraßen für den Güterverkehr ist nur für knapp ein Drittel der Bevölkerung eine besonders förderwürdige Maßnahme, ebenso der Ausbau von Carsharing-Angeboten. Und höhere Preise für fossile Kraftstoffe wie Benzin, Diesel oder Gas sollten nur aus Sicht von 16 Prozent der Bevölkerung forciert werden (Schaubild 55).

In der Gewichtung der verschiedenen Maßnahmen sind dabei punktuell Unterschiede zwischen soziodemografischen Teilgruppen festzustellen. So plädieren unter 30-Jährige überdurchschnittlich häufig für den Ausbau von Radwegen, von Ladestationen für Elektroautos, von Park-and-Ride-Angeboten sowie von Carsharing-Angeboten.<sup>23</sup> Personen aus höheren Sozialschichten setzen überdurchschnittlich häufig auf technische Innovationen, d.h. votieren dafür, die Entwicklung von alternativen Antrieben und Kraftstoffen sowie die Entwicklung von klimafreundlichen Flugzeugen bzw. Flugzeugkraftstoffen besonders voranzutreiben.<sup>24</sup>

---

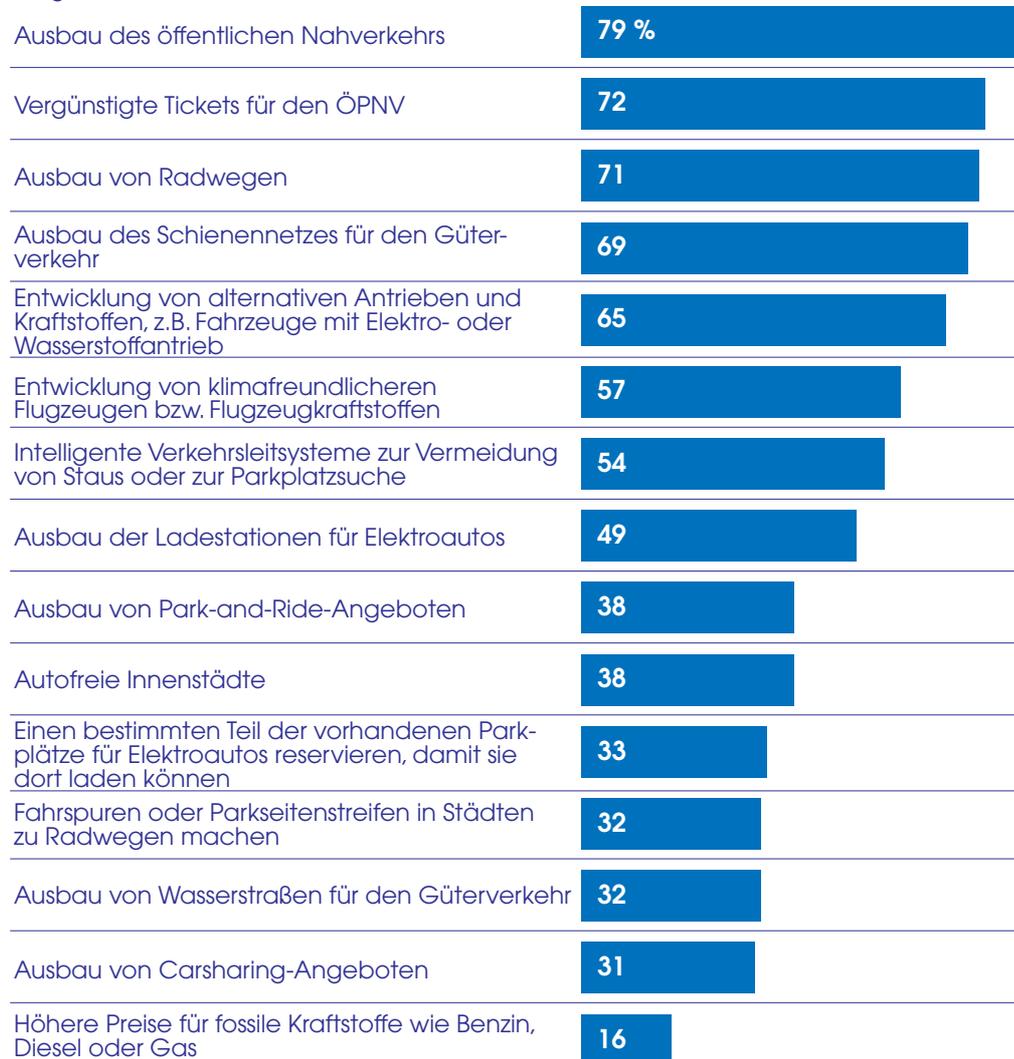
<sup>23</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabellen 14a und 14b.

<sup>24</sup> Vgl. tabellarischer Basisbericht, Tabelle 14c.

## Klimafreundliche Mobilität: Die Bevölkerung setzt auf Innovationen und den Ausbau von Angeboten, weniger auf Einschränkungen und höhere Preise

Frage: "Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie man den Verkehr und die Mobilität in Zukunft klimafreundlicher machen kann. Hier auf der Liste sind einige aufgeschrieben. Welche dieser Möglichkeiten sollte man Ihrer Meinung nach besonders vorantreiben und fördern?"

### Das sollte besonders gefördert bzw. vorangetrieben werden –



Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

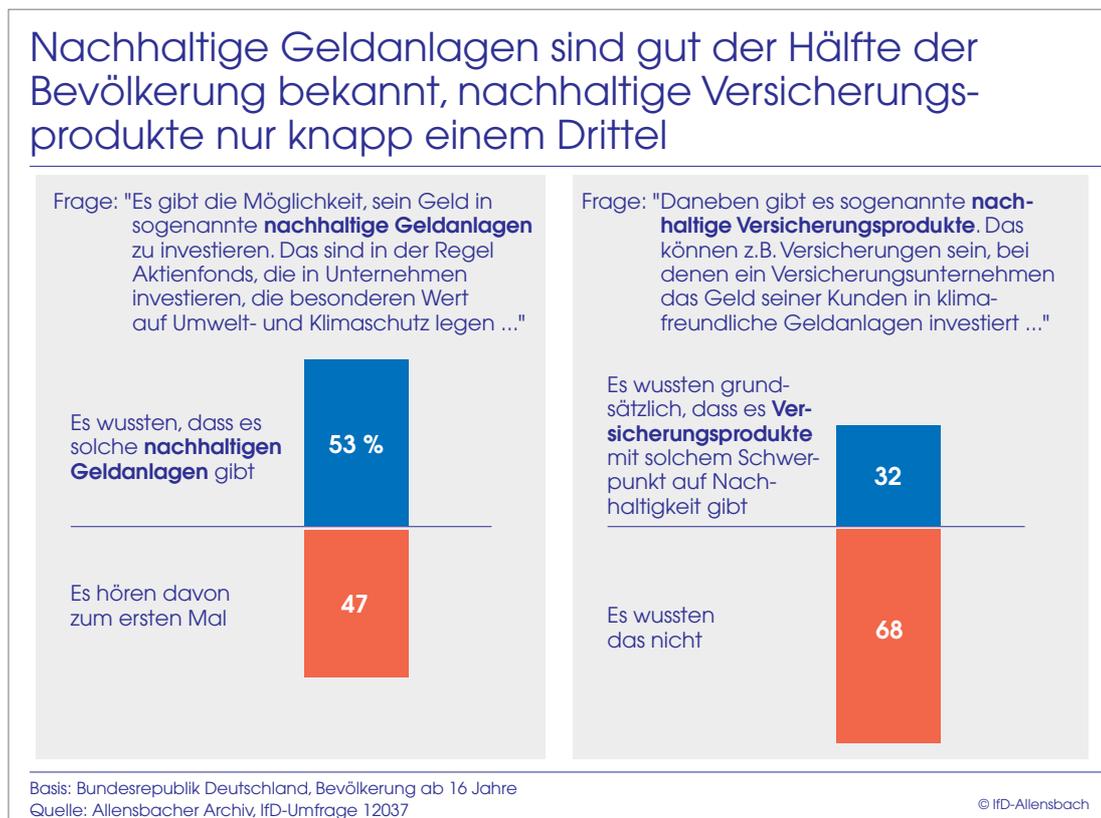
© IfD-Allensbach

## Nachhaltige Finanz- und Versicherungsprodukte: noch begrenzte Relevanz, aber große Potentiale

Die Finanzdienstleistungsbranche hat aus Sicht der Bevölkerung insgesamt nur eine geringe Relevanz, wenn es um den Klimaschutz geht. Gerade einmal 7 Prozent der Bevölkerung halten die Klimaauswirkungen dieser Branche für besonders groß, der niedrigste Wert aller 14 abgefragter Wirtschaftsbereiche.<sup>25</sup>

Immerhin rund die Hälfte der Bevölkerung weiß, dass es die Möglichkeit gibt, sein Geld in nachhaltige Geldanlagen zu investieren, d.h. z.B. in Aktienfonds, die in Unternehmen investieren, die besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legen. Dass es nachhaltige Versicherungsprodukte gibt, bei denen das Geld der Kunden in nachhaltige Geldanlagen investiert wird, ist dagegen nur knapp einem Drittel der Bevölkerung bekannt (Schaubild 56).

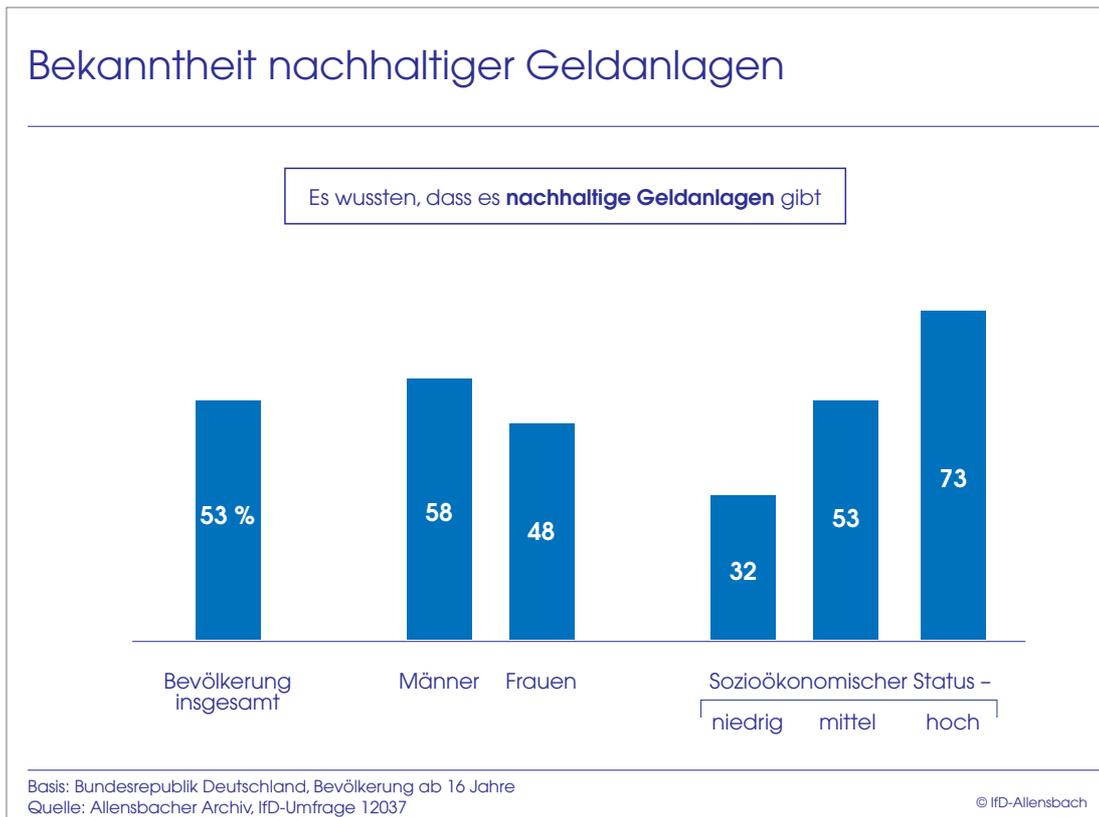
Schaubild 56



<sup>25</sup> Vgl. Schaubild 30.

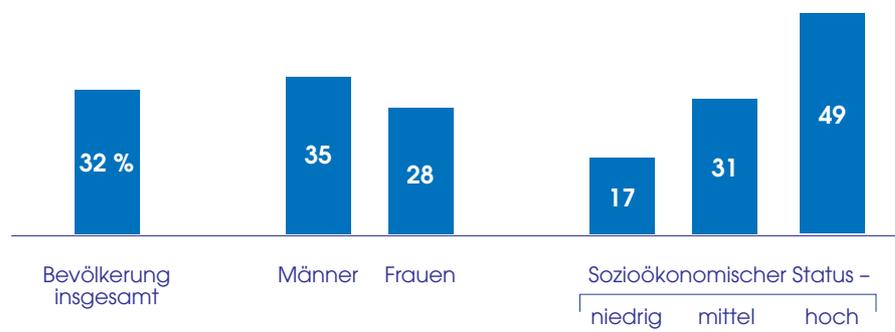
Dabei ist Männern in höherem Anteil bekannt, dass es nachhaltige Geldanlagen bzw. nachhaltige Versicherungsprodukte gibt, als Frauen, Personen aus den oberen Sozialschichten in deutlich höherem Anteil als Personen aus den unteren Sozialschichten (Schaubilder 57 und 58).

Schaubild 57



## Bekanntheit nachhaltiger Versicherungsprodukte

Es wussten, dass es **Versicherungsprodukte** mit einem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit gibt



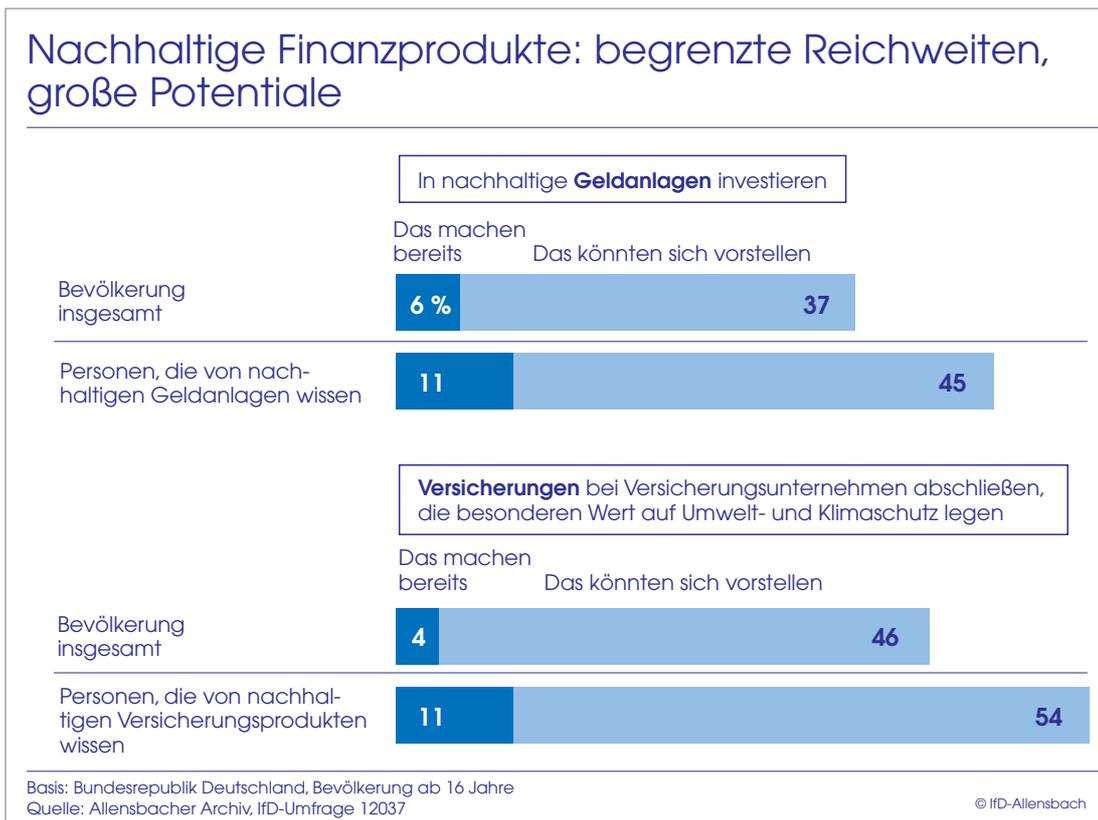
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

Der Anteil der Bevölkerung, der solche nachhaltigen Finanzprodukte bereits nutzt, ist deutlich begrenzter: 6 Prozent der Bevölkerung haben Geld in nachhaltigen Geldanlagen angelegt, 4 Prozent Versicherungen bei Versicherungsunternehmen abgeschlossen, die besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legen. Bezogen auf den Teil der Bevölkerung, der weiß, dass es solche Möglichkeiten gibt, liegen die Anteile bei jeweils 11 Prozent.

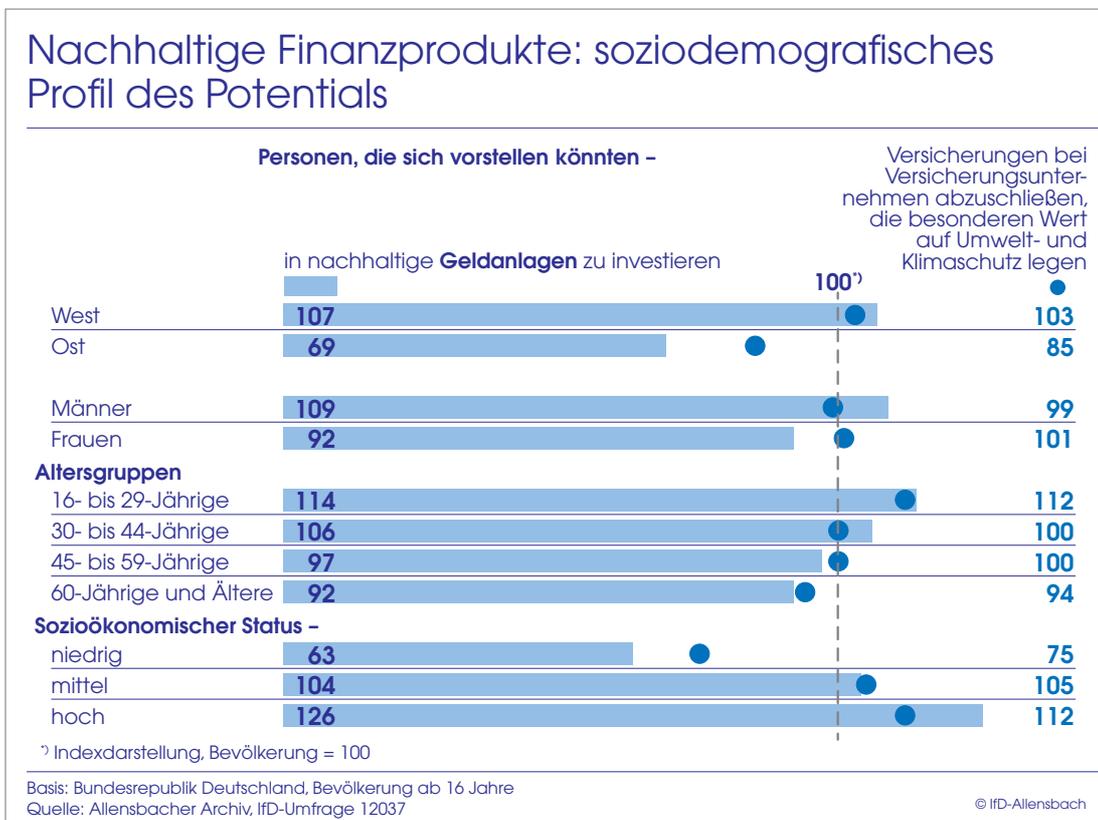
Ungleich größer sind aber die Potentiale: weitere 37 Prozent der Bevölkerung können sich vorstellen, ihr Geld nachhaltig anzulegen, 46 Prozent eine Versicherung bei einem Unternehmen abzuschließen, das besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legt (Schaubild 59).

Schaubild 59



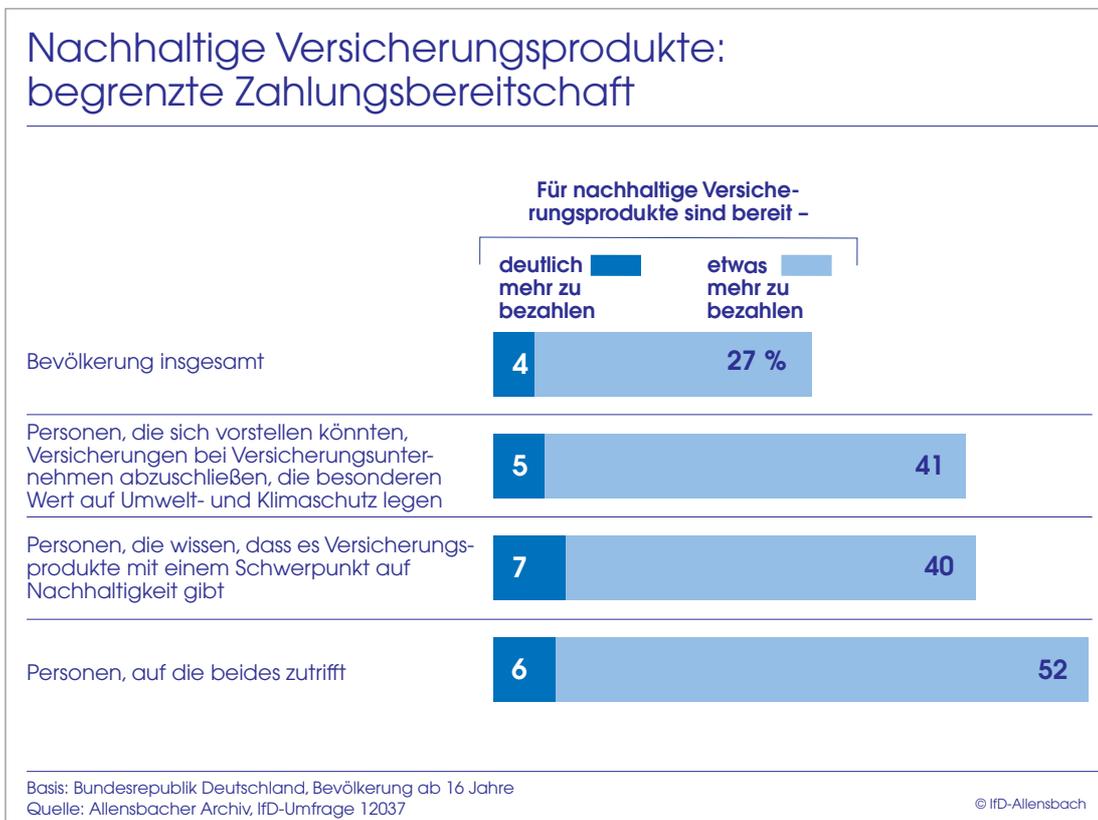
Das soziodemografische Profil dieser Potentiale ist dabei eher schwach konturiert: Personen, die sich vorstellen könnten, in nachhaltige Geldanlagen zu investieren, das aber derzeit (noch) nicht tun, wohnen ebenso wie Personen, die sich vorstellen könnten, eine Versicherung bei einem Unternehmen abzuschließen, das besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legt, überdurchschnittlich häufig in den westlichen Bundesländern, sind eher jung und aus den oberen sozialen Schichten. Personen, die sich vorstellen könnten, in nachhaltige Geldanlagen zu investieren, sind darüber hinaus überdurchschnittlich häufig männlich (Schaubild 60).

Schaubild 60



Inwieweit diese Potentiale tatsächlich erschlossen werden können, hängt natürlich von vielen Detailfragen ab, bei nachhaltigen Versicherungsprodukten insbesondere von den Konditionen. Denn auch unter Personen, die sich vorstellen könnten, eine solche Versicherung abzuschließen, bzw. Personen, die davon wissen, dass es solche Angebote gibt, oder auf die sogar beides zutrifft, ist die Bereitschaft deutlich mehr für ein nachhaltiges Versicherungsprodukt zu bezahlen, nur geringfügig höher als in der Gesamtbevölkerung. Allerdings wäre die Mehrheit der Personen, die von solchen Versicherungsprodukten wissen und sich vorstellen könnten, eine solche Versicherung abzuschließen, bereit, etwas mehr dafür zu bezahlen (Schaubild 61).

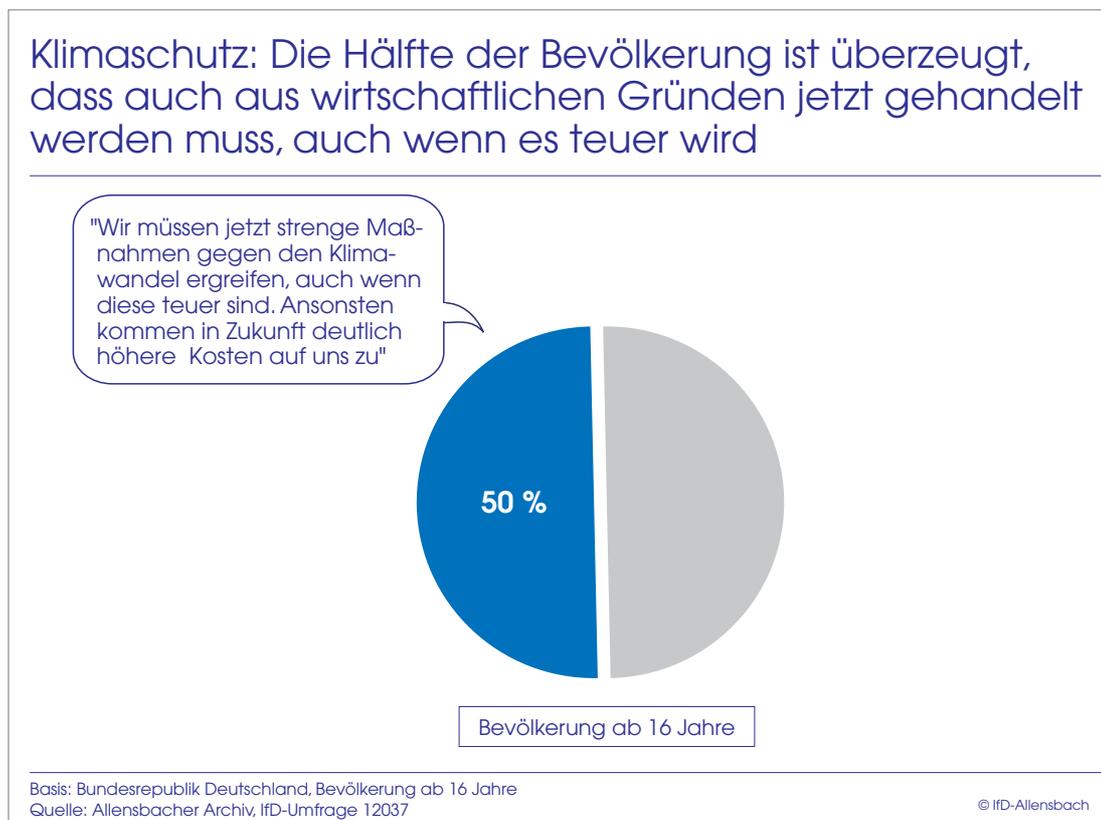
Schaubild 61



## Unklare Haltung der Bevölkerung zur Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen – Plädoyer für soziale Ausgleichsmaßnahmen

Die Hälfte der Bevölkerung ist überzeugt, dass auch unter ökonomischen Aspekten jetzt ein entschiedener Kampf gegen den Klimawandel geführt werden muss. 50 Prozent stimmen zu, wenn es heißt: "Wir müssen jetzt strenge Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen, auch wenn diese teuer sind. Ansonsten kommen in Zukunft deutlich höhere Kosten auf uns zu" (Schaubild 62).

*Schaubild 62*



Auf die Frage, wie und von wem diese "teuren" Maßnahmen gegen den Klimawandel finanziert werden sollen, gibt die Bevölkerung allerdings keine klare Antwort. So zeigen sich nur 30 Prozent bereit, für klimafreundliche Produkte deutlich höhere Preise zu bezahlen, 29 Prozent würden für umfassende Maßnahmen zum Klimaschutz auch eine deutlich höhere Staatsverschuldung in Kauf nehmen, und nur 11 Prozent wären bereit, deutlich höhere Steuern zu bezahlen, um damit Klimaschutzmaßnahmen zu finanzieren.

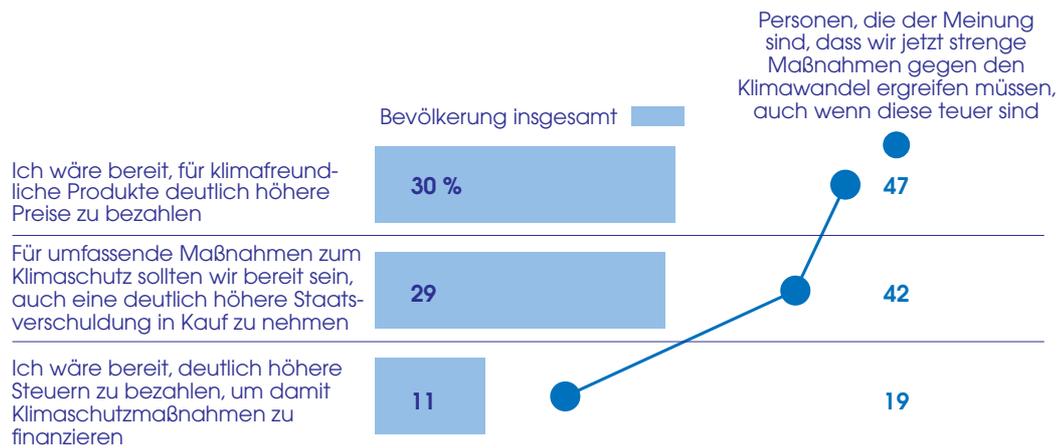
Wie sich weiter oben gezeigt hatte, relativiert sich die Bereitschaft, deutlich höhere Preise zu akzeptieren, noch einmal deutlich, wenn konkreter nachgefragt wird. So ist diese Bereitschaft, deutlich mehr zu bezahlen, in verschiedenen Produktfeldern deutlich unterschiedlich ausgeprägt und zum Teil in Bereichen, die hohe Klimarelevanz haben, wie z.B. bei fossilen Treibstoffen, sehr gering.<sup>26</sup> Und eine höhere Staatsverschuldung würden – anders als höhere Steuern, die am wenigsten akzeptiert wären – zunächst nicht mit direkten Einschränkungen oder Kosten für den Einzelnen verbunden. Insofern bestätigt sich auch hier der Eindruck aus vielen vorangehenden Analysen, dass die Bevölkerung dem Klimaschutz zwar eine hohe Bedeutung beimisst, aber nur sehr begrenzt bereit ist, sich dafür einzuschränken oder höhere Kosten zu tragen.

Personen, die der Überzeugung sind, dass wir jetzt strenge Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen müssen, weil ansonsten in Zukunft deutlich höhere Kosten anfallen werden, würden zwar alle drei genannten Finanzierungsoptionen in deutlich höheren Anteilen akzeptieren: Knapp die Hälfte dieser Gruppe wäre ganz allgemein bereit, für klimafreundliche Produkte deutlich höhere Preise zu bezahlen, 42 Prozent eine höhere Staatsverschuldung in Kauf zu nehmen, und 19 Prozent höhere Steuern zu bezahlen (Schaubild 63).

---

<sup>26</sup> Vgl. Schaubild 36.

## Wie soll der Klimaschutz finanziert werden?

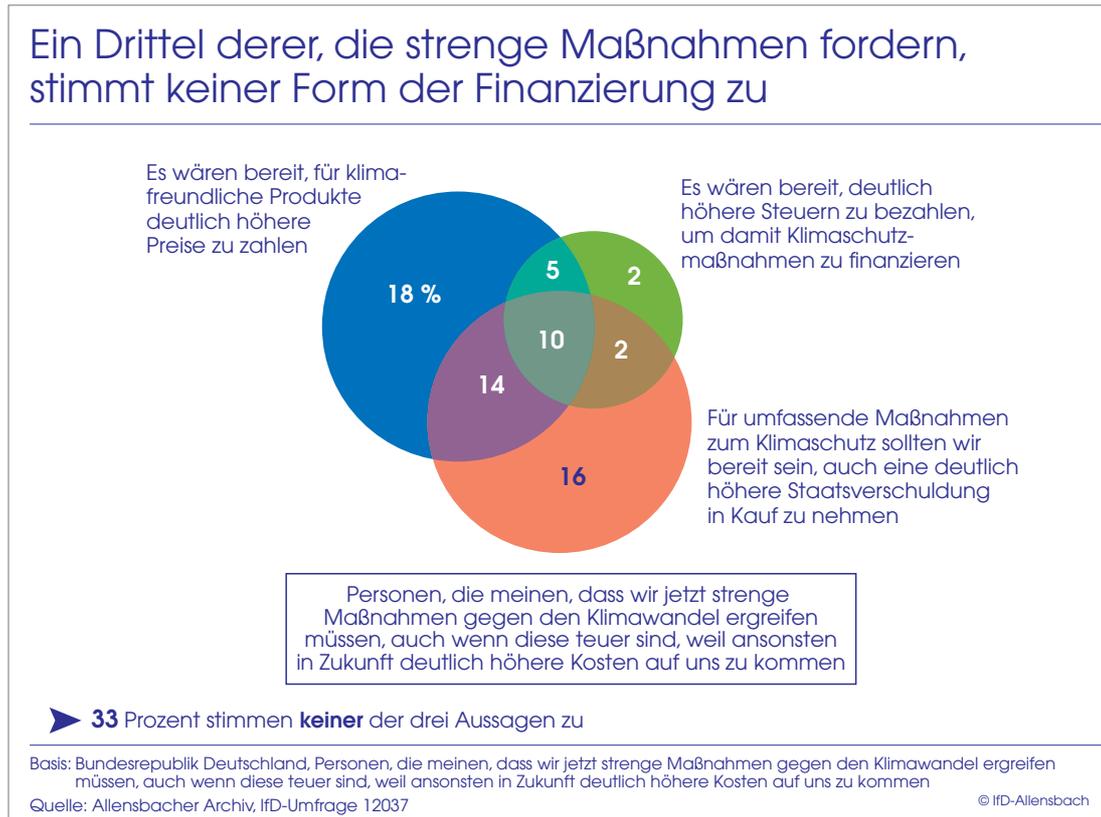


Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

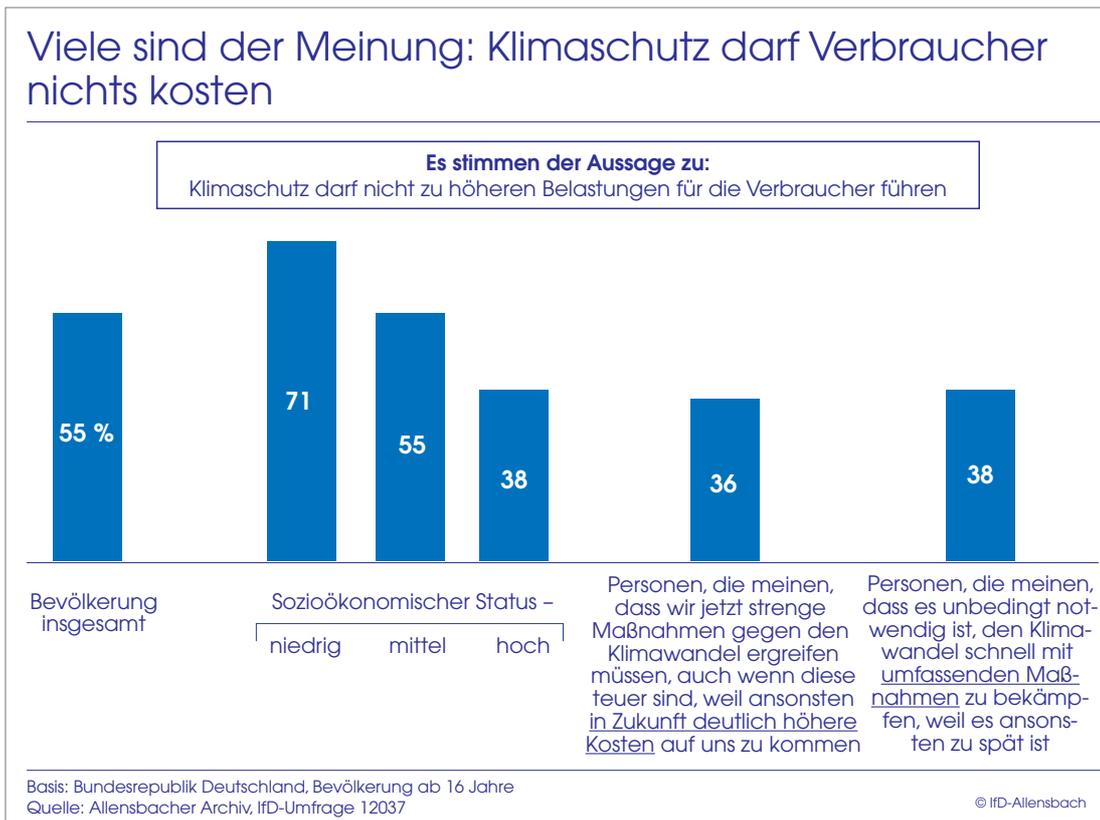
Aber selbst in dieser Gruppe ist ein Drittel weder bereit, für klimafreundliche Produkte deutlich höhere Preise zu bezahlen, noch für Klimaschutzmaßnahmen eine deutlich höhere Staatsverschuldung oder deutlich höhere Steuern in Kauf zu nehmen (Schaubild 64).

Schaubild 64



In dieses Bild passt es, dass sich eine Mehrheit der Bevölkerung auf den Standpunkt stellt, dass der Klimaschutz nicht zu höheren Belastungen für die Verbraucher führen darf. Mit 71 Prozent deutlich überdurchschnittlich häufig wird diese Forderung von Personen aus den unteren Sozialschichten erhoben. Aber auch von Personen, die der Meinung sind, dass wir jetzt strenge Maßnahmen ergreifen müssen, auch wenn sie teuer sind, weil ansonsten in Zukunft noch deutlich höhere Kosten auf uns zukommen, und von Personen, die es für notwendig erachten, den Klimawandel schnell und mit umfassenden Maßnahmen zu bekämpfen, pflichtet mehr als jede(r) Dritte bei, wenn es heißt, dass Klimaschutz nicht zu höheren Belastungen der Verbraucher führen darf (Schaubild 65).

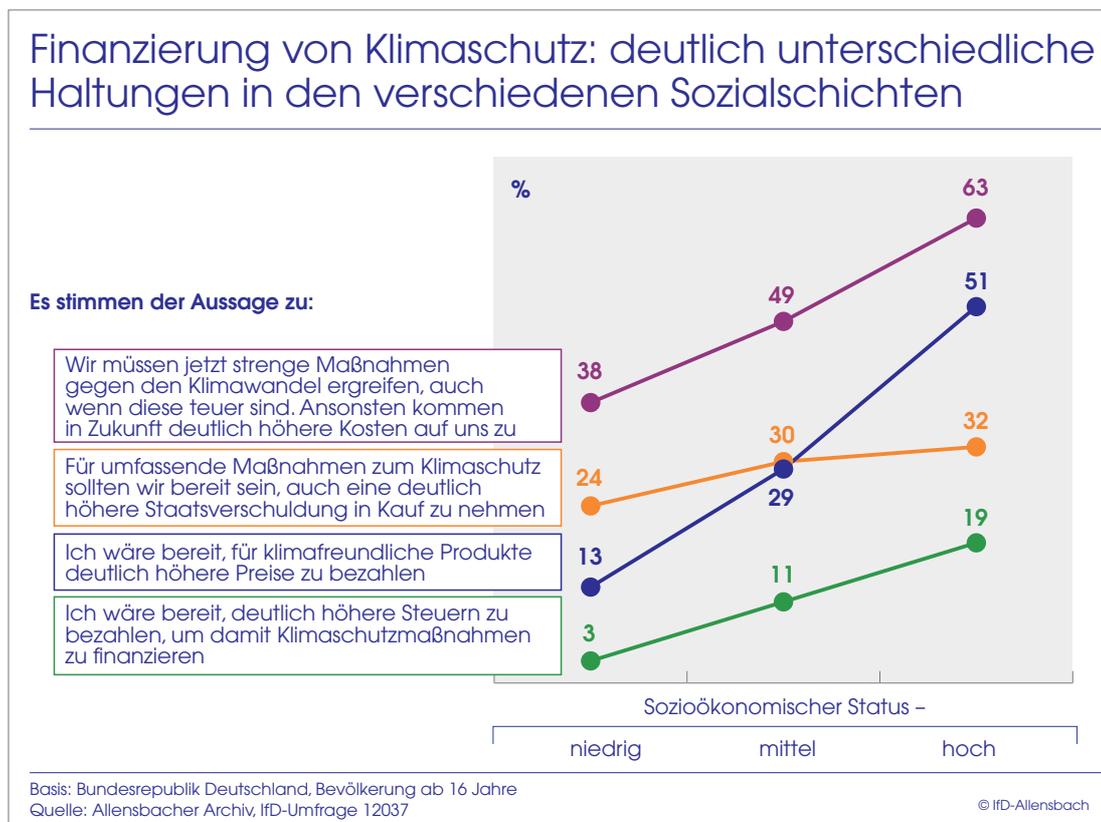
Schaubild 65



Auch generell zeigen sich deutliche Schichtunterschiede, wenn es um die Finanzierung von Klimaschutzmaßnahmen geht. So sind Personen mit hohem sozioökonomischem Status zu fast zwei Dritteln überzeugt, dass wir jetzt strenge Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen müssen, weil es ansonsten in Zukunft deutlich teurer wird, Personen mit niedrigem sozioökonomischem Status nur zu 38 Prozent.

Auch würden Personen aus den oberen Sozialschichten rund zur Hälfte deutlich höhere Preise für klimafreundliche Produkte akzeptieren, Personen aus unteren Sozialschichten dagegen nur zu 13 Prozent. Etwas weniger ausgeprägt sind die Schichtunterschiede, wenn es um die Akzeptanz einer deutlich höheren Staatsverschuldung oder deutlich höherer Steuern für den Klimaschutz geht. Aber auch hier sind die Anteile derer, die das in Kauf nehmen würden, unter Personen aus oberen sozialen Schichten deutlich größer als unter Personen aus unteren Sozialschichten (Schaubild 66).

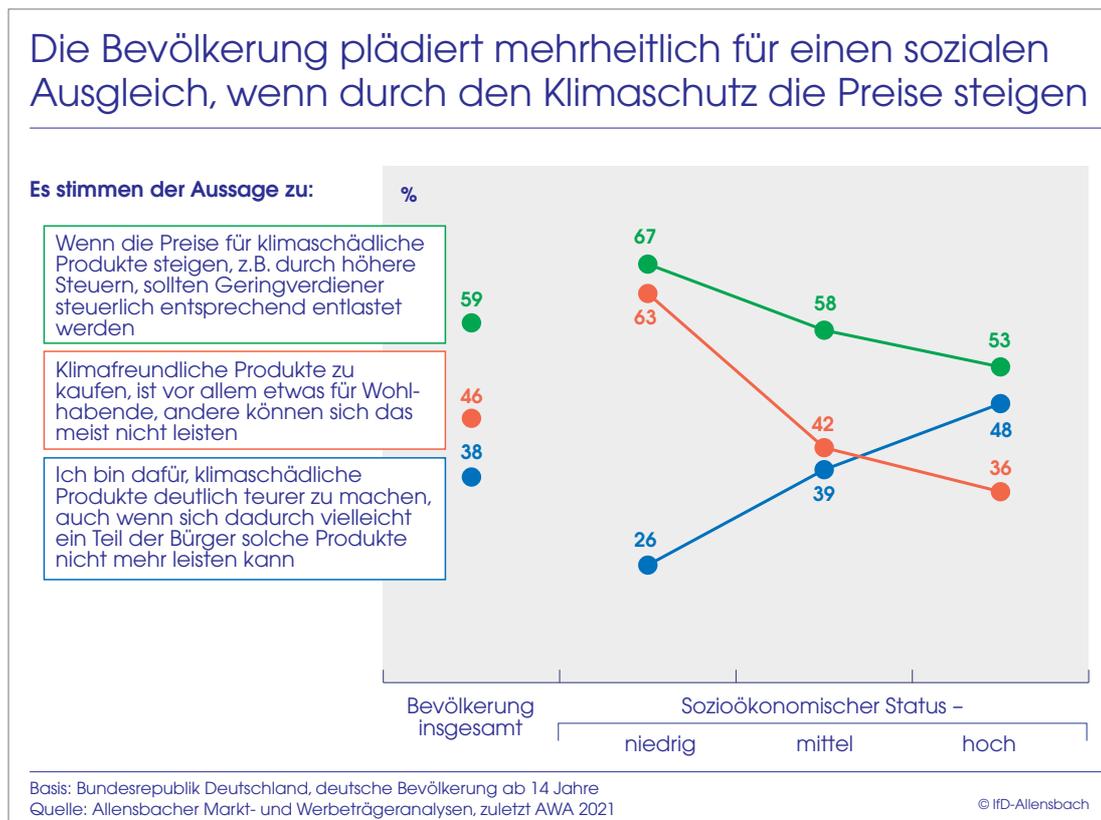
Schaubild 66



38 Prozent der Gesamtbevölkerung und rund die Hälfte der Personen aus den oberen sozialen Schichten sprechen sich dafür aus, klimaschädliche Produkte deutlich teurer zu machen, auch wenn sich dann vielleicht ein Teil der Bürger solche Produkte nicht mehr leisten kann. In den unteren Sozialschichten stimmt dieser Position noch immerhin ein Viertel zu. Dabei haben in den unteren sozialen Schichten schon jetzt fast zwei Drittel den Eindruck, dass klimafreundliche Produkte vor allem etwas für Wohlhabende sind, sich andere das meist nicht leisten können.

Vor diesem Hintergrund plädiert die Mehrheit der Bevölkerung für einen sozialen Ausgleich: 59 Prozent der Bevölkerung sprechen sich dafür aus, Geringverdiener steuerlich entsprechend zu entlasten, wenn die Preise für klimaschädliche Produkte z.B. durch höhere Steuern steigen. Diese Forderung wird in unteren sozialen Schichten zwar deutlich häufiger erhoben als in den oberen Sozialschichten. Aber auch hier spricht sich eine (knappe) Mehrheit für eine solche Kompensation aus (Schaubild 67).

Schaubild 67



## ANHANG

Anhangschaubilder

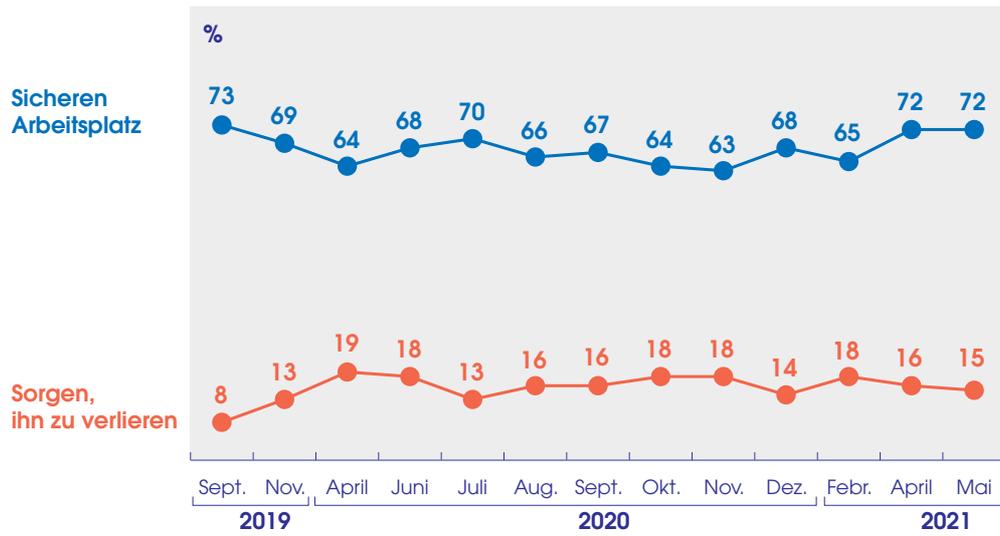
Untersuchungsdaten

Repräsentanznachweis

Fragebogenauszug mit Anlagen

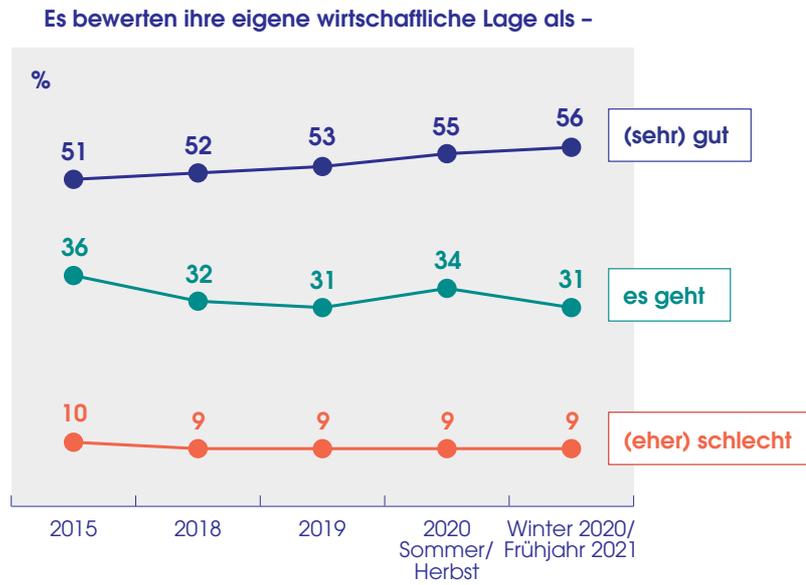
## Kaum Anstieg der Sorgen über die Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes während Corona

Frage: "Glauben Sie, dass Sie alles in allem einen sicheren Arbeitsplatz haben, oder machen Sie sich Sorgen, dass Sie ihn verlieren könnten?"



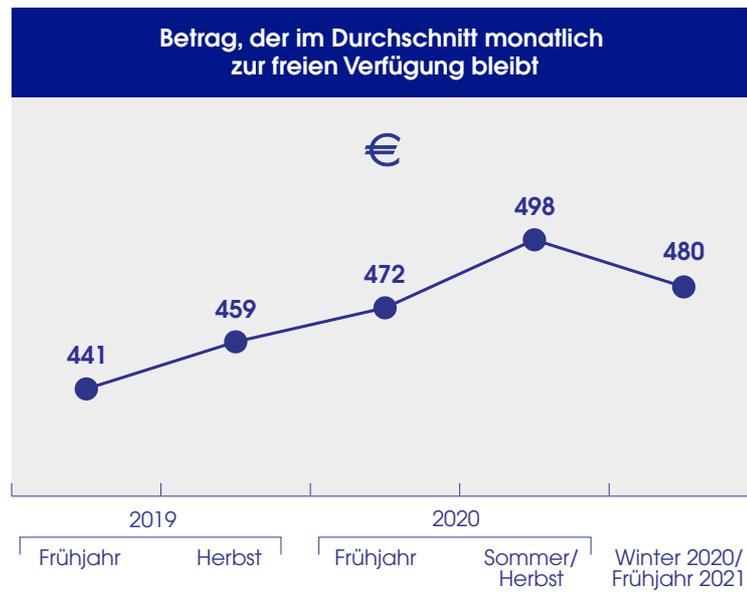
Basis: Bundesrepublik Deutschland, Selbständige, Freiberufler bzw. Arbeiter, Angestellte  
 Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfragen, zuletzt 12035

## Stabil positive Bewertung der eigenen wirtschaftlichen Lage



Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA Frühjahr 2021

## Das durchschnittlich frei verfügbare Einkommen liegt über dem Vorkrisenniveau

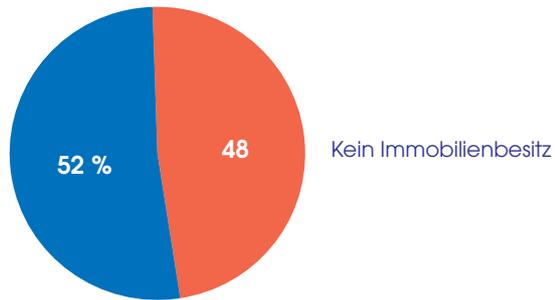


Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre  
Quelle: Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalysen, zuletzt AWA Frühjahr 2021

## Immobilienbesitz

Frage: "Besitzen Sie oder jemand in Ihrem Haushalt ein Haus oder eine Eigentumswohnung?"

Es besitzen selbst oder jemand  
im Haushalt ein Haus oder eine  
Eigentumswohnung



Bevölkerung ab 16 Jahre

Basis: Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre  
Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 12037

© IfD-Allensbach

## UNTERSUCHUNGSDATEN

Befragter Personenkreis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland

Anzahl der Befragten: Die Gesamtstichprobe besteht aus zwei in sich repräsentativen Teilstichproben (Halbgruppen A und B). Darüber hinaus erfolgte die Auswahl disproportional für die west- und ostdeutschen Bundesländer: In beiden Halbgruppen und damit auch in der Gesamtstichprobe wurde der Osten mit etwa einem Viertel stärker berücksichtigt als es dem Bevölkerungsanteil von 18 Prozent entspricht. Bei der Ausweisung von zusammenfassenden Ergebnissen wird diese Disproportionalität über die Gewichtung aufgehoben.

Halbgruppe	West	Ost	Insg.	
A	408	121	529	Personen
B	386	113	499	Personen
Insgesamt	794	234	1028	Personen

Auswahlmethode: Repräsentative Quotenauswahl

Den Interviewern wurden dabei Quoten vorgegeben, die ihnen vorschrieben, wie viele Personen sie zu befragen hatten und nach welchen Merkmalen diese auszuwählen waren. Die Befragungsaufträge oder Quoten wurden nach Maßgabe der amtlichen statistischen Unterlagen auf Bundesländer und Regierungsbezirke und innerhalb dieser regionalen Einheiten auf Groß-, Mittel- und Kleinstädte sowie Landgemeinden verteilt. Die weitere Verteilung der Quoten erfolgte auf Männer und Frauen und verschiedene Altersgruppen.

Gewichtung: Zur Aufhebung der Disproportionalität bezüglich west- und ostdeutscher Bundesländer und zur Angleichung an Strukturdaten der amtlichen Statistik erfolgte eine faktorielle Gewichtung der Ergebnisse.

Repräsentanz: Die gewichtete Stichprobe entspricht, wie die Gegenüberstellung mit den amtlichen statistischen Daten zeigt, der Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung für die Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse.

Art der Interviews: Die Befragung wurde mündlich-persönlich (face-to-face) nach einem einheitlichen Frageformular vorgenommen. Die Interviewer waren angewiesen, die Fragen wörtlich und in unveränderter Reihenfolge vorzulesen.

Anzahl der eingesetzten Interviewer: An der Befragung waren insgesamt 320 nach einheitlichen Testmethoden ausgewählte und geschulte Interviewerinnen und Interviewer beteiligt.

Termin der Befragung: Die Interviews wurden vom 3. bis 14. Juli 2021 geführt.

IfD-Archiv-Nr. der Umfrage: 12037

## STATISTIK

**der in der Umfrage 12037 befragten Personengruppe (Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre)  
im Vergleich zu den Zahlen der amtlichen Statistik**

	Repräsentative Bevölkerungsumfrage Juli 2021			Amtliche Statistik (*)
	Insgesamt	Halbgruppe		%
	%	A %	B %	
<b><u>REGIONALE VERTEILUNG</u></b>				
Westl. Länder einschl. Westberlin	82	82	82	82
Östl. Länder einschl. Ostberlin	18	18	18	18
	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)	17	17	17	17
Nordrhein-Westfalen	21	21	21	21
Südwestdeutschland (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	13	13	13	13
Baden-Württemberg	13	13	13	13
Bayern	16	16	16	16
Berlin	4	4	4	4
Nordostdeutschland (Brandenburg, Mecklenb.-Vorp., Sachsen-Anhalt)	8	8	8	8
Sachsen und Thüringen	8	8	8	8
	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<b><u>WOHNORTGRÖSSE</u></b>				
unter 5.000 Einwohner	15	15	15	15
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	27	27	27	27
20.000 bis unter 100.000 Einwohner	28	28	28	28
100.000 und mehr Einwohner	30	30	30	30
	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<b><u>GESCHLECHT</u></b>				
Männer	49	49	49	49
Frauen	51	51	51	51
	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>
<b><u>ALTER</u></b>				
16 - 29 Jahre	17	17	17	17
30 - 44 Jahre	21	21	21	21
45 - 59 Jahre	27	27	27	27
60 Jahre und älter	35	35	35	35
	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>	<u>100</u>

(\*) Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) nach Daten der amtlichen Statistik.

Quelle: Mikrozensus 2019

## STATISTIK

**der in der Umfrage 12037 befragten Personengruppe (Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre)  
im Vergleich zu den Zahlen der amtlichen Statistik**

	Repräsentative Bevölkerungsumfrage Juli 2021			Amtliche Statistik (*)
	Insgesamt	Halbgruppe		%
	%	A %	B %	
<b><u>BERUFSTÄTIGKEIT</u></b>				
Erwerbspersonen (Berufstätige und Arbeitslose)	63	63	62	62
Nichterwerbspersonen	<u>37</u>	<u>37</u>	<u>38</u>	<u>38</u>
	100	100	100	100
<b><u>BERUFSSKREISE (**)</u></b>				
Arbeiter	12	13	11	12
Angestellte	41	40	42	41
Beamte	4	4	3	3
Selbständige und freiberuflich Tätige	6	6	6	6
Nichterwerbspersonen	<u>37</u>	<u>37</u>	<u>38</u>	<u>38</u>
	100	100	100	100
<b><u>FAMILIENSTAND</u></b>				
Verheiratet zusammenlebend	50	50	50	50
- Männer	25	25	25	25
- Frauen	25	25	25	25
Ledig	32	32	32	32
Verwitwet	8	8	8	8
Geschieden/getrennt lebend	<u>10</u>	<u>10</u>	<u>10</u>	<u>10</u>
	100	100	100	100
<b><u>HAUSHALTSGRÖSSE</u></b>				
Von der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahre leben in Haushalten mit				
- 1 Person	24	24	25	25
- 2 Personen	40	40	40	40
- 3 Personen	17	17	17	16
- 4 Personen	14	14	14	14
- 5 und mehr Personen	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>	<u>5</u>
	100	100	100	100

(\*) Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) nach Daten der amtlichen Statistik.

Quelle: Mikrozensus 2019

(\*\*) für Berufstätige und Arbeitslose (Einstufung Arbeitslose nach letzter Berufsstellung)



**In der repräsentativen Halbgruppe A:**

6.	"Neulich sagte jemand: 'Im Rahmen unseres Wirtschaftssystems ist wirklicher Klimaschutz nicht möglich. Wenn wir das Klima effektiv schützen wollen, müssen wir dafür unser Wirtschaftssystem ändern.' Sehen Sie das auch so, oder sehen Sie das nicht so?"	SEHE DAS AUCH SO..... 1* SEHE DAS NICHT SO ..... 2 UNENTSCHIEDEN ..... 3
*	"Und müssten da Ihrer Meinung nach radikale Änderungen an unserem Wirtschaftssystem vorgenommen werden, oder würden da auch kleinere Veränderungen bzw. Reformen reichen?"	RADIKALE ÄNDERUNGEN ..... 4 KLEINERE VERÄNDERUNGEN ..... 5 UNENTSCHIEDEN ..... 6

**In der repräsentativen Halbgruppe B:**

6.	"Neulich sagte jemand: 'Im Rahmen unseres Wirtschaftssystems ist wirklich nachhaltiges Wirtschaften, das die Umwelt und das Klima schützt und Rohstoffe schont, nicht möglich. Wenn wir nachhaltig wirtschaften wollen, müssen wir dafür unser Wirtschaftssystem ändern.' Sehen Sie das auch so, oder sehen Sie das nicht so?"	SEHE DAS AUCH SO..... 1* SEHE DAS NICHT SO ..... 2 UNENTSCHIEDEN ..... 3
*	"Und müssten da Ihrer Meinung nach radikale Änderungen an unserem Wirtschaftssystem vorgenommen werden, oder würden da auch kleinere Veränderungen bzw. Reformen reichen?"	RADIKALE ÄNDERUNGEN ..... 4 KLEINERE VERÄNDERUNGEN ..... 5 UNENTSCHIEDEN ..... 6

**In der repräsentativen Halbgruppe A:****7. INTERVIEWER überreicht rosa Liste 3 !**

"Hier auf der Liste stehen verschiedene Aussagen zum Thema Klimaschutz und Klimawandel. Was davon würden Sie auch sagen?" (Alles Genannte einkreisen!)

/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
/ 11 / 12 / 13 / 14 /

NICHTS DAVON ..... 0

**In der repräsentativen Halbgruppe B: Unterschiedliche Abfolge der Punkte auf der Liste!**

8.	"Einige Fragen zu Politik, Wirtschaft und Verbrauchern im Zusammenhang mit Klimaschutz: Wer kann in Deutschland Ihrer Meinung nach vor allem dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht?"	
a)	Wie ist es zunächst mit der Politik: Kann die Politik Ihrer Meinung nach sehr viel, viel, nicht so viel oder kaum etwas bzw. gar nichts dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht?"	SEHR VIEL ..... 1 VIEL ..... 2 NICHT SO VIEL..... 3 KAUM ETWAS / GAR NICHTS ..... 4 UNENTSCHIEDEN ..... 5
b)	"Und wie ist es mit der Wirtschaft bzw. den Unternehmen? Wie viel können die dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht? Würden Sie sagen..."	"sehr viel" ..... 6 "viel" ..... 7 "nicht so viel" ..... 8 "kaum etwas bzw. gar nichts" ..... 9 UNENTSCHIEDEN ..... 0
c)	"Schließlich: Wie viel können die Verbraucher dazu beitragen, dass der Klimaschutz Fortschritte macht?"	SEHR VIEL ..... 1 VIEL ..... 2 NICHT SO VIEL..... 3 KAUM ETWAS / GAR NICHTS ..... 4 UNENTSCHIEDEN ..... 5



14. t "Haben Sie in den letzten zehn Jahren ein Haus gebaut oder eine Wohnung oder ein Haus grundlegend renoviert, modernisiert oder auch umgebaut?"
- JA, HAUS GEBAUT ..... 1\*  
 JA, WOHNUNG RENOVIERT, UMGEBAUT . 2\*  
 JA, HAUS RENOVIERT, UMGEBAUT.... 3\*  
 NEIN ..... 4\*\*\*

\*

\*\*\*

- a) t "Und ging es bei diesen Bau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen auch um einen niedrigen Energieverbrauch, also z.B. um eine gute Wärmedämmung oder eine effiziente Wärmeerzeugung, oder spielten solche Aspekte bei Ihren baulichen Maßnahmen keine Rolle?"
- NIEDRIGER ENERGIEVERBRAUCH..... 5  
 SPIELTEN KEINE ROLLE ..... 6\*\*  
 KEINE ANGABE ..... 7\*\*
- \*\*\*Gleich übergehen zu Frage 14 d) !
- b) "Hat es bei Ihrer Entscheidung für diese Maßnahmen eine Rolle gespielt, dass es dafür staatliche Fördergelder gab, oder hat das für Ihre Entscheidung keine Rolle gespielt?"
- ROLLE GESPIELT ..... 8  
 KEINE ROLLE GESPIELT ..... 9  
 WEISS NICHT, KEINE ANGABE ..... 0
- c) "Und können Sie mir bitte noch sagen, in welchem Jahr die Maßnahmen stattfanden?"  
 (Bei Rückfragen: "Gemeint ist hier der Beginn der Arbeiten!")
- ..... (Bitte Jahr eintragen!)  
 WEISS NICHT, KEINE ANGABE ..... Y
- d) "Ging es bei den Bau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen, die Sie in den letzten 10 Jahren durchgeführt haben, auch um einen besseren Schutz vor Naturgefahren, z.B. vor schweren Unwettern oder Hochwassern, oder spielte dieser Aspekt keine Rolle?"
- BESSERER SCHUTZ VOR NATUR-  
 GEFAHREN..... 1  
 SPIELTE KEINE ROLLE ..... 2  
 KEINE ANGABE ..... 3
- A) "Wenn Sie jetzt einmal nur an Umbau- bzw. Modernisierungsmaßnahmen denken, die den Energieverbrauch verringern, also z.B. eine bessere Wärmedämmung oder eine effizientere Wärmeerzeugung: Wären da Ihrer Einschätzung nach an Ihrer Immobilie entsprechende Baumaßnahmen notwendig, um den Energieverbrauch zu senken, oder wären da keine Baumaßnahmen notwendig?"
- NOTWENDIG ..... 1  
 NICHT NOTWENDIG ..... 2\*\*  
 WEISS NICHT, KEINE ANGABE ..... 3
- \*\*\*Gleich übergehen zu Frage 15 !
- B) "Darf ich fragen, warum Sie bisher keine Baumaßnahmen in die Wege geleitet haben: Hat das vor allem finanzielle Gründe, oder hat das andere Gründe?"
- FINANZIELLE GRÜNDE..... 4  
 ANDERE GRÜNDE..... 5  
 WEISS NICHT, KEINE ANGABE ..... 6

15. T INFORMELL:
- Wohnen Sie im eigenen Haus, Eigentumswohnung, oder wohnen Sie zur Miete?  
 (FALLS: 'Wohne bei Eltern': "Und wohnen Ihre Eltern im eigenen Haus, einer Eigentumswohnung oder zur Miete?")
- EIGENES HAUS ..... 1 12  
 EIGENTUMSWOHNUNG ..... 2  
 MIETE ..... 3\*
- ANDERE ANGABE: ..... 8

\*

- "Einmal angenommen, an Ihrer Wohnung oder an Ihrem Haus sollen Modernisierungsmaßnahmen durchgeführt werden, die den Energieverbrauch deutlich reduzieren, z.B. eine bessere Wärmedämmung. Fänden Sie das gut, auch wenn dadurch Ihre Kaltmiete etwa um den Betrag steigen würde, den Sie durch die Modernisierungsmaßnahmen an Energiekosten einsparen, oder fänden Sie das nicht gut?"
- FÄNDE ICH GUT..... 1 13  
 FÄNDE ICH NICHT GUT..... 2  
 WÄRE MIR EGAL..... 3  
 UNENTSCHEIDEN..... 4

**In der repräsentativen Halbgruppe A:**

16. a)	"Wenn hier in der Region neue <u>oberirdische Hochspannungsleitungen</u> gebaut werden sollten und es darüber eine Abstimmung gäbe: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	1
T		DAGEGEN .....	2
		UNENTSCHIEDEN .....	3
<hr/>			
b)	"Und wenn hier in der Region eine <u>Reihe von Windrädern</u> gebaut werden sollte und es darüber eine Abstimmung gäbe: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	4
T		DAGEGEN .....	5
		UNENTSCHIEDEN .....	6
<hr/>			
c)	"In einigen Fällen werden die Anwohner, die in der direkten Nähe von <u>großen Solaranlagen bzw. Solarparks</u> wohnen, finanziell entschädigt, z.B. indem sie am Gewinn der Anlage beteiligt werden, ihren Strom günstiger erhalten oder einmalig einen bestimmten Geldbetrag erhalten. Wie wäre es, wenn hier in der Region eine <u>große Solaranlage bzw. ein Solarpark</u> gebaut werden sollte und Sie würden dafür eine finanzielle Entschädigung erhalten: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	7
		DAGEGEN .....	8
		UNENTSCHIEDEN .....	9

**In der repräsentativen Halbgruppe B:**

16. a)	"Wenn hier in der Region neue Hochspannungsleitungen gebaut werden sollten, die unter der Erde verlaufen, und es darüber eine Abstimmung gäbe: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	1
t		DAGEGEN .....	2
		UNENTSCHIEDEN .....	3
<hr/>			
b)	"Und wenn hier in der Region eine <u>große Solaranlage bzw. ein Solarpark</u> gebaut werden sollte und es darüber eine Abstimmung gäbe: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	4
		DAGEGEN .....	5
		UNENTSCHIEDEN .....	6
<hr/>			
c)	"In einigen Fällen werden die Anwohner, die in der Nähe von <u>Windrädern bzw. Windparks</u> wohnen, finanziell entschädigt, z.B. indem sie am Gewinn der Anlage beteiligt werden, ihren Strom günstiger erhalten. Wie wäre es, wenn hier in der Region eine <u>Reihe von Windrädern</u> gebaut werden sollte und Sie würden dafür eine finanzielle Entschädigung erhalten: Wären Sie dann voraussichtlich für oder gegen den Bau?"	FÜR BAU .....	7
		DAGEGEN .....	8
		UNENTSCHIEDEN .....	9

17. INTERVIEWER überreicht **grüne** Liste 6 !

t "Es sind ja verschiedene politische Maßnahmen im Gespräch oder bereits beschlossen, mit denen man die Klimabelastung reduzieren könnte. Hier auf der Liste sind einige aufgeschrieben. Welche dieser Maßnahmen bringen Ihrer Meinung nach besonders viel für den Klimaschutz?" (Alles Genannte einkreisen!)

/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
/ 11 / 12 / 13 / 14 / 15 / 16 / 17 / 18 /

KEINE DAVON ..... 0

**Nach einigen Zwischenfragen zu anderen Themen:**

18. INTERVIEWER überreicht **rosa** Liste 7 !

"Welche der folgenden Bereiche bzw. Branchen sind Ihrer Einschätzung nach besonders wichtig, wenn es um Klimaschutz geht? Welche wirken sich besonders auf das Klima aus?"  
(Alles Genannte einkreisen!)

/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
/ 11 / 12 / 13 / 14 /

KEINE DAVON..... 0

19. INTERVIEWER überreicht kleines blaues Kartenspiel und dazu **gelbes** Bildblatt 8 !

"Einmal angenommen, die Preise für bestimmte Produkte und Dienstleistungen würden aus Klimaschutzgründen steigen. Hier auf den Karten ist einmal Verschiedenes aufgeschrieben. Bitte verteilen Sie die Karten auf das Blatt hier, je nachdem, ob Sie bereit wären, dafür aus Klimaschutzgründen deutlich oder etwas mehr zu bezahlen, oder ob Sie nicht bereit wären, dafür mehr zu bezahlen.  
Karten, bei denen Sie sich nicht entscheiden können, legen Sie bitte einfach beiseite."  
(Jeweils Zutreffendes einkreisen!)

BEREIT, DEUTLICH MEHR / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
ZU BEZAHLEN: / 11 / 12 / 13 / 14 / 15 /

BEREIT, ETWAS MEHR ZU / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
BEZAHLEN: / 11 / 12 / 13 / 14 / 15 /

NICHT BEREIT MEHR ZU / 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /  
BEZAHLEN: / 11 / 12 / 13 / 14 / 15 /

BILDBLATT 1

**Das halte ich bei einem guten Wirtschaftssystem für –**

---

**BESONDERS WICHTIG:**

---

**AUCH NOCH WICHTIG:**

---

**WENIGER WICHTIG:**

---

L I S T E 2

- (1) Für umfassende Maßnahmen zum Klimaschutz sollten wir bereit sein, auch eine deutlich höhere Staatsverschuldung in Kauf zu nehmen
- (2) Ich wäre bereit, deutlich höhere Steuern zu bezahlen, um damit Klimaschutzmaßnahmen zu finanzieren
- (3) Klimafreundliche Produkte zu kaufen, ist vor allem etwas für Wohlhabende, andere können sich das meist nicht leisten
- (4) Ich wäre bereit, für klimafreundliche Produkte deutlich höhere Preise zu bezahlen
- (5) Wir müssen jetzt strenge Maßnahmen gegen den Klimawandel ergreifen, auch wenn diese teuer sind. Ansonsten kommen in Zukunft deutlich höhere Kosten auf uns zu
- (6) Ich bin dafür, klimaschädliche Produkte deutlich teurer zu machen, auch wenn sich dadurch vielleicht ein Teil der Bürger solche Produkte nicht mehr leisten kann
- (7) Wenn die Preise für klimaschädliche Produkte steigen, z.B. durch höhere Steuern, sollten Geringverdiener steuerlich entsprechend entlastet werden
- (8) Klimaschutz darf nicht zu höheren Belastungen für die Verbraucher führen

L I S T E 3

- (1) Es gibt für unsere Zukunft keine wichtigere Aufgabe als die Bekämpfung des Klimawandels
- (2) Ich glaube nicht an einen von Menschen gemachten Klimawandel
- (3) Beim Thema Klimawandel wird viel übertrieben, so dramatisch ist das nicht
- (4) Es ist unbedingt notwendig, den Klimawandel schnell mit umfassenden Maßnahmen zu bekämpfen. Ansonsten ist es zu spät
- (5) Die Bekämpfung des Klimawandels darf nicht zulasten von Beschäftigung in Deutschland gehen
- (6) Da Deutschland beim Klimaschutz alleine nicht viel bewirken kann, sollten wir erst dann umfassende Maßnahmen ergreifen, wenn andere Länder das auch tun
- (7) Man sollte beim Thema Klimawandel nichts überstürzen. Es ist wichtig, dass man sich Zeit lässt und genau prüft, welche Maßnahmen notwendig sind und welche nicht
- (8) Ich bin überzeugt davon, dass wir den Klimawandel in den Griff bekommen
- (9) Um beim Klimaschutz etwas zu erreichen, sollte man der Wirtschaft dafür Anreize bieten, statt auf Verbote zu setzen
- (10) Die Politik sollte klimaschädliches Verhalten und klimaschädliche Produkte verbieten. Es bringt nichts, an die Eigenverantwortung der Bürger zu appellieren
- (11) Anstatt nur zu versuchen, den Klimawandel aufzuhalten, sollten wir eher lernen, mit dem Klimawandel und seinen Folgen zu leben und uns daran anzupassen
- (12) Ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz wird nur möglich sein, wenn man sich von dem Gedanken verabschiedet, dass die Wirtschaft permanent wachsen soll
- (13) Wenn wir wirklich das Klima retten wollen, dann werden wir alle unseren Lebensstil und unseren Konsum deutlich einschränken müssen
- (14) Ich achte im Alltag darauf, mich klimafreundlich zu verhalten

L I S T E 3

- (1) Um beim Klimaschutz etwas zu erreichen, sollte man der Wirtschaft dafür Anreize bieten, statt auf Verbote zu setzen
- (2) Ich bin überzeugt davon, dass wir den Klimawandel in den Griff bekommen
- (3) Man sollte beim Thema Klimawandel nichts überstürzen. Es ist wichtig, dass man sich Zeit lässt und genau prüft, welche Maßnahmen notwendig sind und welche nicht
- (4) Da Deutschland beim Klimaschutz alleine nicht viel bewirken kann, sollten wir erst dann umfassende Maßnahmen ergreifen, wenn andere Länder das auch tun
- (5) Die Bekämpfung des Klimawandels darf nicht zulasten von Beschäftigung in Deutschland gehen
- (6) Es ist unbedingt notwendig, den Klimawandel schnell mit umfassenden Maßnahmen zu bekämpfen. Ansonsten ist es zu spät
- (7) Beim Thema Klimawandel wird viel übertrieben, so dramatisch ist das nicht
- (8) Ich glaube nicht an einen von Menschen gemachten Klimawandel
- (9) Es gibt für unsere Zukunft keine wichtigere Aufgabe als die Bekämpfung des Klimawandels
- (10) Ich achte im Alltag darauf, mich klimafreundlich zu verhalten
- (11) Wenn wir wirklich das Klima retten wollen, dann werden wir alle unseren Lebensstil und unseren Konsum deutlich einschränken müssen
- (12) Ein wirklicher Umwelt- und Klimaschutz wird nur möglich sein, wenn man sich von dem Gedanken verabschiedet, dass die Wirtschaft permanent wachsen soll
- (13) Anstatt nur zu versuchen, den Klimawandel aufzuhalten, sollten wir eher lernen, mit dem Klimawandel und seinen Folgen zu leben und uns daran anzupassen
- (14) Die Politik sollte klimaschädliches Verhalten und klimaschädliche Produkte verbieten. Es bringt nichts, an die Eigenverantwortung der Bürger zu appellieren

BILDBLATT 4

---

**MACHE ICH BEREITS:**

---

**KÖNNTE ICH MIR  
VORSTELLEN:**

---

**NICHT BEREIT/NICHT  
MÖGLICH:**

---

L I S T E 5

- (1) Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs
- (2) Ausbau von Radwegen
- (3) Entwicklung von alternativen Antrieben und Kraftstoffen, z.B. Fahrzeuge mit Elektro- oder Wasserstoffantrieb
- (4) Ausbau des Schienennetzes für den Güterverkehr
- (5) Intelligente Verkehrsleitsysteme zur Vermeidung von Staus oder zur Parkplatzsuche
- (6) Ausbau von Wasserstraßen für den Güterverkehr
- (7) Vergünstigte Tickets für den ÖPNV
- (8) Ausbau der Ladestationen für Elektroautos
- (9) Entwicklung von klimafreundlicheren Flugzeugen bzw. Flugzeugkraftstoffen
- (10) Ausbau von Carsharing-Angeboten
- (11) Ausbau von Park-and-Ride-Angeboten
- (12) Autofreie Innenstädte
- (13) Höhere Preise für fossile Kraftstoffe wie Benzin, Diesel oder Gas
- (14) Fahrspuren oder Parkseitenstreifen in Städten zu Radwegen machen
- (15) Einen bestimmten Teil der vorhandenen Parkplätze für Elektroautos reservieren, damit sie dort laden können

L I S T E 6

- (1) Förderung von umweltfreundlichen Umbaumaßnahmen in Privathäusern, z.B. bessere Wärmedämmung, Einbau von Photovoltaik
- (2) Rascher Ausbau von erneuerbaren Energien
- (3) Niedrigere Steuern auf Bahntickets
- (4) Höhere Preise für Flugreisen
- (5) Höhere Kaufprämien für Autos mit Elektroantrieb
- (6) Verlängerung der Laufzeiten von Kernkraftwerken
- (7) Höhere Steuern bzw. Abgaben für Autos mit hohem Ausstoß von Treibhausgasen
- (8) Allgemeines Tempolimit auf Autobahnen
- (9) Mautgebühren für Pkw auf Autobahnen
- (10) Verbot von Ölheizungen in Gebäuden
- (11) Möglichst rascher Ausstieg aus der Kohleenergie
- (12) Höhere Preise für fossile Brennstoffe wie Benzin und Diesel
- (13) Ausbau von Radwegen
- (14) Aufforstung von Wäldern
- (15) Festlegung einer Obergrenze für den Ausstoß von Treibhausgasen, Unternehmen müssen für den Ausstoß Lizenzen kaufen (Emissionshandel)
- (16) Verbot von Holzöfen in Privathäusern
- (17) Verpflichtung für Immobilienbesitzer, bestimmte Klimaschutzstandards einzuhalten
- (18) Förderung von Wissenschaft und Forschung, um die Entwicklung neuer, klimafreundlicher Antriebe und Kraftstoffe voranzutreiben

L I S T E 7

**Welche Bereiche bzw. Branchen wirken sich besonders auf das Klima aus?**

- (1) Verkehr, Transport
- (2) Landwirtschaft
- (3) Autoindustrie
- (4) Lebensmittelhandel, Supermärkte
- (5) Internethandel, Online-Shops
- (6) Strom- und Energieerzeugung
- (7) Chemische Industrie
- (8) Bauen, Bauwirtschaft
- (9) Finanzdienstleistungen, Banken, Versicherungen
- (10) Handwerk
- (11) Stahlindustrie
- (12) Telekommunikation und Internet
- (13) Tourismus
- (14) Bekleidungsindustrie, Textil

BILDBLATT 8

---

**BEREIT, DEUTLICH MEHR  
ZU BEZAHLEN:**

---

**BEREIT, ETWAS MEHR  
ZU BEZAHLEN:**

---

**NICHT BEREIT,  
MEHR ZU BEZAHLEN:**

---

**Die folgenden Bogen wurden in einzelne Karten geschnitten,  
auf denen jeweils nur eine der Angaben zu lesen war.  
Die Interviewer überreichten den Befragten die Karten in  
zufälliger Reihenfolge.**

1

**Gerechte Verteilung von  
Einkommen und Vermögen**

1

2

**Wirtschaftswachstum**

2

3

**Faire Arbeitsbedingungen  
und Löhne**

3

4

**Dass Eigeninitiative  
gefördert wird**

4

5

**Dass Umwelt und Klima  
geschützt werden, die  
natürlichen Lebensgrund-  
lagen erhalten werden**

5

6

**Fairer Wettbewerb zwischen  
den Unternehmen**

6

7

**Leistungsgerechtigkeit, dass  
man entsprechend seiner  
Leistung entlohnt wird**

7

8

**Absicherung der Bürger  
gegen Arbeitslosigkeit,  
Krankheit usw.**

8

6

**Chancengerechtigkeit**

01

**Allgemeiner Wohlstand**

9.

10

11

**Dass möglichst nur nachwachsende Rohstoffe und erneuerbare Energien genutzt werden**

12

**Dass Unternehmen soziale Verantwortung übernehmen**

11

12

13

**Große unternehmerische Freiheit**

14

**Mitbestimmung der Arbeitnehmer in den Unternehmen**

13

14

15

**Geringer Einfluss des Staates auf die Wirtschaft**

16

**Möglichst viele sichere Arbeitsplätze**

15

16

71

**Dass der Staat Unternehmen unterstützt, die unverschuldet in Not geraten sind, z.B. während der Corona-Pandemie**

17

81

**Geringe Anfälligkeit für Wirtschaftskrisen**

18

61

**Nachhaltigkeit, d.h. dass man nicht auf Kosten zukünftiger Generationen lebt**

19

1	Auf Ökostrom umsteigen	1	2	Möglichst wenig Auto fahren	2
3	Ein umweltfreundliches Auto kaufen, z.B. ein Auto mit Elektro- oder Hybrid-Antrieb	3	4	Weitgehend auf Fleisch verzichten	4
5	Weitgehend auf Lebensmittel verzichten, die aus fernen Ländern kommen	5	6.	Darauf achten, möglichst wenig Strom zu verbrauchen	6.
7	Zurückhaltend heizen, d.h. die Wohnungstemperatur im Winter niedriger einstellen als gewöhnlich	7	8	Für Klimaschutzprojekte spenden	8
9.	Besonders energiesparende Haushaltsgeräte kaufen	9.	10	Aus Klimaschutzgründen auf Flugreisen verzichten	10
11	Beim Kauf von Kleidung darauf achten, dass sie klimafreundlich hergestellt worden ist	11	12	Carsharing-Angebote nutzen	12

**In nachhaltige Geldanlagen investieren, z.B. in Firmen, die besonderen Wert auf Klimafreundlichkeit legen**

**Versicherungen bei Versicherungsunternehmen abschließen, die besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legen**

1	Fleisch, Wurst	2	Milchprodukte
3	Kraftstoff wie Benzin oder Diesel	4	Strom
5	Kleidung, Textilien	6	Möbel
7	Handwerkerleistungen	8	Flugreisen
9	Miete	10	Kfz-Steuer
11	Exotische Früchte aus anderen Teilen der Welt	12	Heizmittel wie z.B. Öl, Gas oder Holz

13

**Restaurantbesuche**

**13**

14

**Tickets für Bahn und öffentlichen Nahverkehr**

**14**

15

**Nachhaltige Versicherungsprodukte**

**15**