

# OpinionTRAIN (2022)

**„Klimawandel: Der größte Hebel ist der Verzicht – gerade in der Krisensituation“**

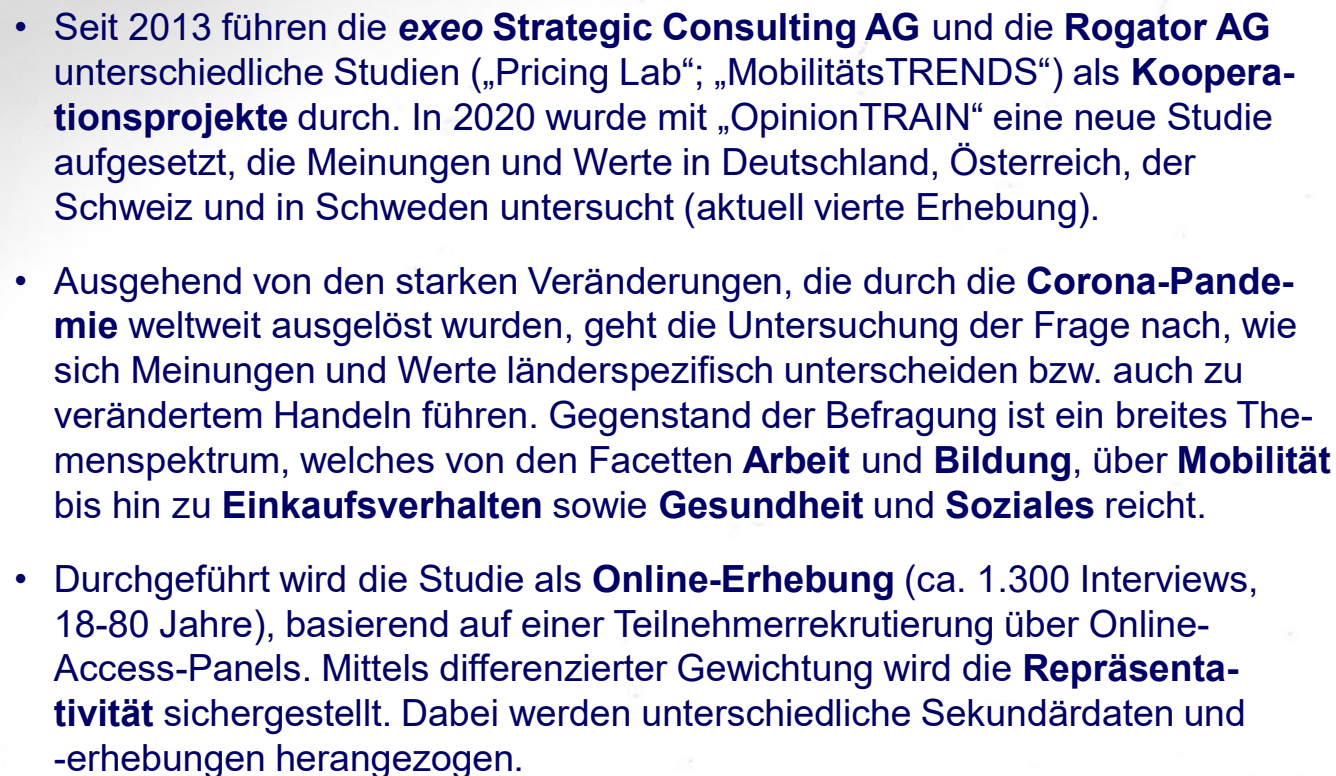
Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht die Sicht der Bevölkerung auf Maßnahmen gegen den Klimawandel in Zeiten der Ukraine Krise

Bonn, Apr. 2022

**Verantwortlich:**

Prof. Dr. Andreas Krämer  
**exeo** Strategic Consulting AG  
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn  
Tel: +49 (0) 178 256 22 41  
Fax: +49 (0) 228 629 78 51  
andreas.kraemer@exeo-consulting.com  
[www.exeo-consulting.com](http://www.exeo-consulting.com)

Johannes Hercher  
**Rogator AG**  
Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg  
Tel: +49 (0) 911 8100550  
Fax: +49 (0) 911 8100570  
j.hercher@rogator.de  
[www.rogator.de](http://www.rogator.de)

- 
- Seit 2013 führen die **exeo Strategic Consulting AG** und die **Rogator AG** unterschiedliche Studien („Pricing Lab“; „MobilitätsTRENDS“) als **Kooperationsprojekte** durch. In 2020 wurde mit „OpinionTRAIN“ eine neue Studie aufgesetzt, die Meinungen und Werte in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in Schweden untersucht (aktuell vierte Erhebung).
  - Ausgehend von den starken Veränderungen, die durch die **Corona-Pandemie** weltweit ausgelöst wurden, geht die Untersuchung der Frage nach, wie sich Meinungen und Werte länderspezifisch unterscheiden bzw. auch zu verändertem Handeln führen. Gegenstand der Befragung ist ein breites Themenspektrum, welches von den Facetten **Arbeit** und **Bildung**, über **Mobilität** bis hin zu **Einkaufsverhalten** sowie **Gesundheit** und **Soziales** reicht.
  - Durchgeführt wird die Studie als **Online-Erhebung** (ca. 1.300 Interviews, 18-80 Jahre), basierend auf einer Teilnehmerrekrutierung über Online-Access-Panels. Mittels differenzierter Gewichtung wird die **Repräsentativität** sichergestellt. Dabei werden unterschiedliche Sekundärdaten und -erhebungen herangezogen.

# Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Opinion-TRAIN“: Die vierte Erhebung erfolgte im Mrz./Apr. 2022

Opinion  
TRAIN

## Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=1.357** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (n=975 Verbraucher und n=382 Entscheider im Unternehmen).
- Dauer der Befragung: ca. **23 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 23.03. bis 11.04.2022 (vierte Erhebung).
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
  - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
  - B. Einkaufsverhalten und Medien
  - C. Mobilität und Reisen
  - D. Gesundheit und Soziales
  - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz ist repräsentativ **gewichtet**.

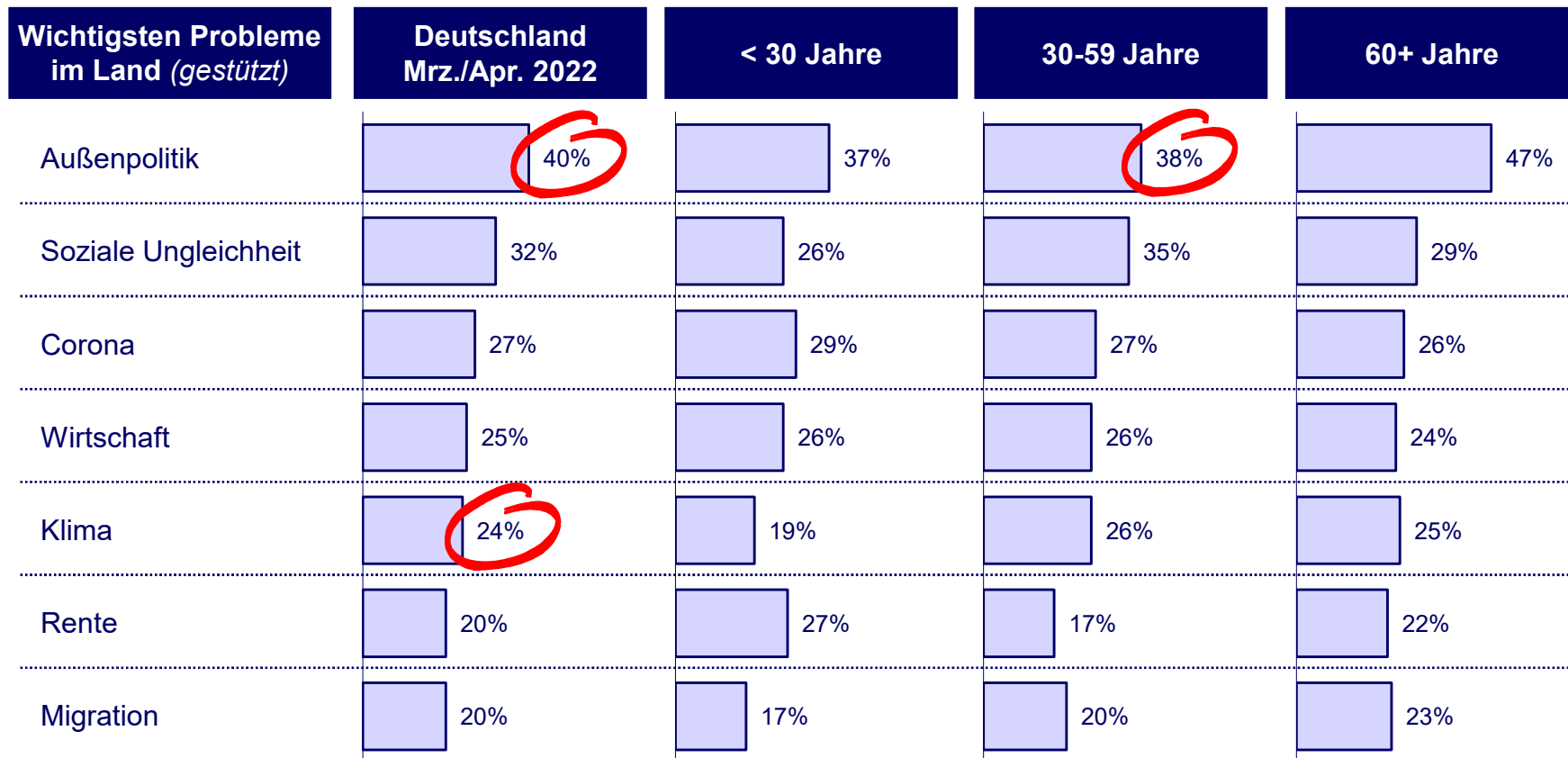
## Kern-Ergebnisse (Auszüge)

- Als Beitrag für den Klimawandel findet die Vermeidung von **Kurzstreckenflügen** eine breite, der Verzicht auf Fleisch eine eher geringe Akzeptanz.
- Der Anteil der Bevölkerung, der **aktiv** auf **Maßnahmen** gegen den **Klimawandel** achtet, ist aktuell **gestiegen**, und das, obwohl das Thema Klimapolitik medial wenig präsent ist.
- Obwohl die **Generation Z** (geboren 1995-2009) häufig als Treiber für mehr Klimaschutz gesehen wird, ist die persönliche Opferbereitschaft geringer als in der Generation Baby-Boomer.
- Besonders Pkw-Nutzer mit niedriger Jahreskilometerleistung **achten** heute bereits darauf, auf Geschwindigkeiten **über 130 km/h** zu verzichten. Selbst bei Pkw-Fahrern mit hoher Fahrleistung sind ca. 80 % grundsätzlich bereit dazu.

# Aktuelles Top-Thema der wichtigsten Problembereiche ist die Ukraine-Krise (Außenpolitik) – nur 24 % nennen das Thema „Klima“

Opinion  
TRAIN

Wichtigste wahrgenommene Probleme in Deutschland (% aller Befragten)<sup>1)</sup>



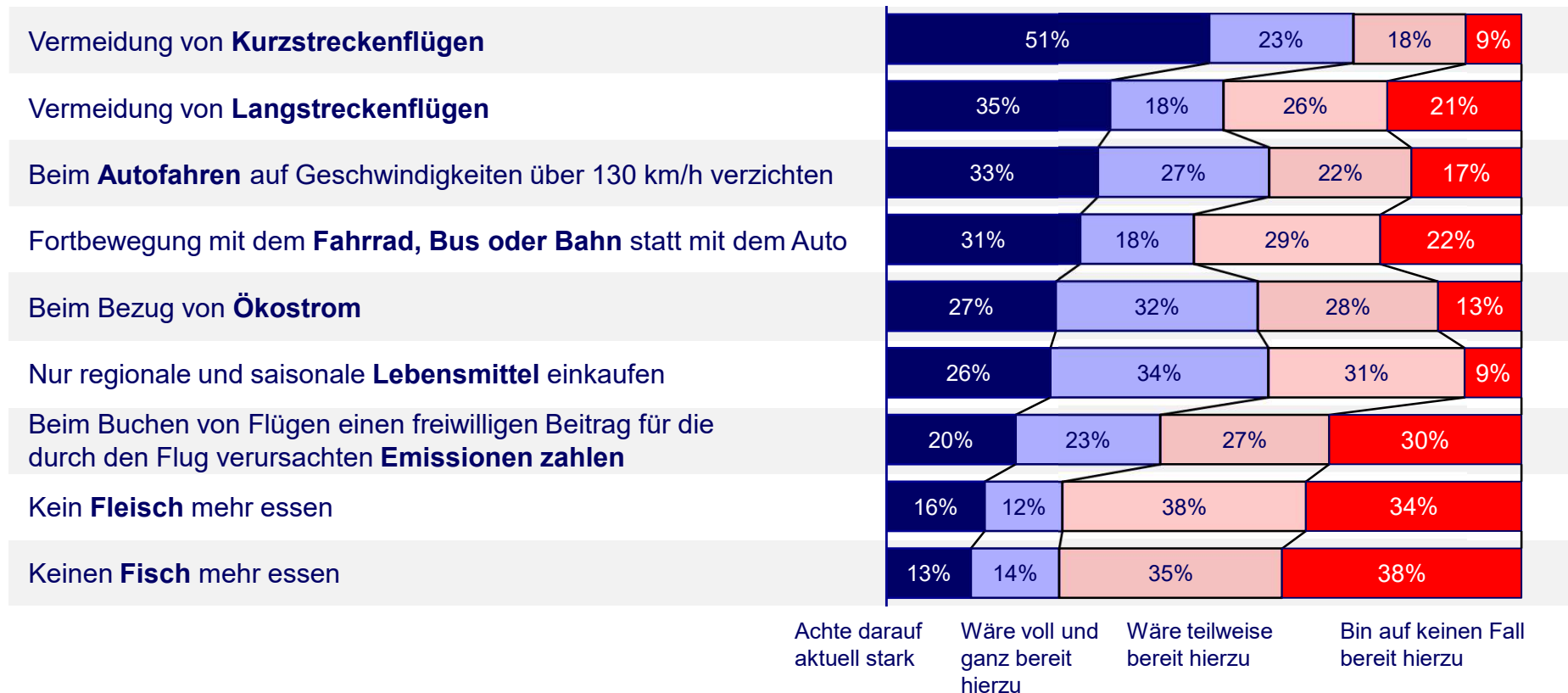
1) Was sind die aus Ihrer Sicht derzeit wichtigsten Probleme in Deutschland? (Maximal 2 Antworten sind zugelassen).

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Als Beitrag für den Klimawandel findet die Vermeidung von Kurzstreckenflügen eine breite, der Verzicht auf Fleisch eine eher geringe Akzeptanz

Opinion  
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz<sup>1)</sup>

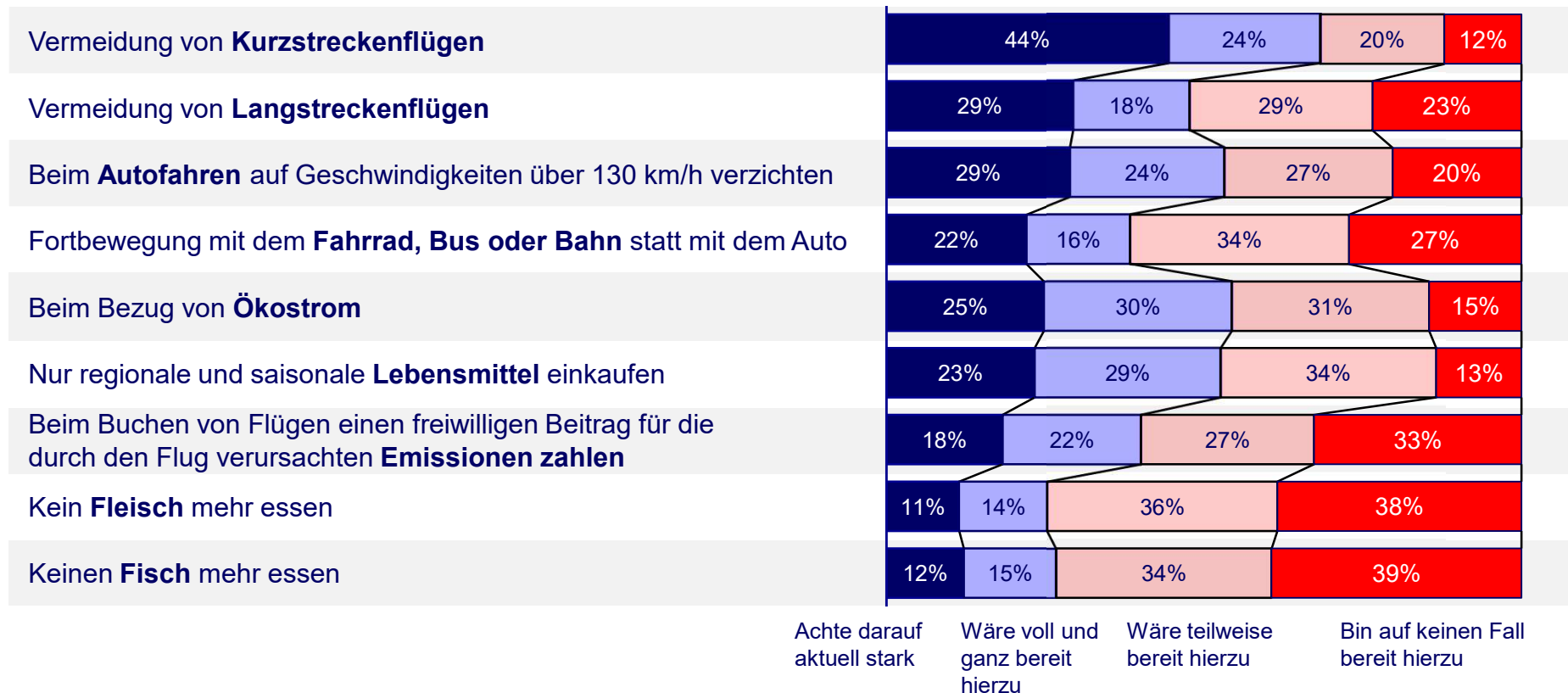


1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

# Der Vergleich mit den Bewertungen aus der Vormessung im Aug./Sep. 2021 lässt Verschiebungen in den Verbraucherpräferenzen erkennen

Opinion  
TRAIN

## Vormessung Aug./Sep. 2021: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimeschutz<sup>1)</sup>



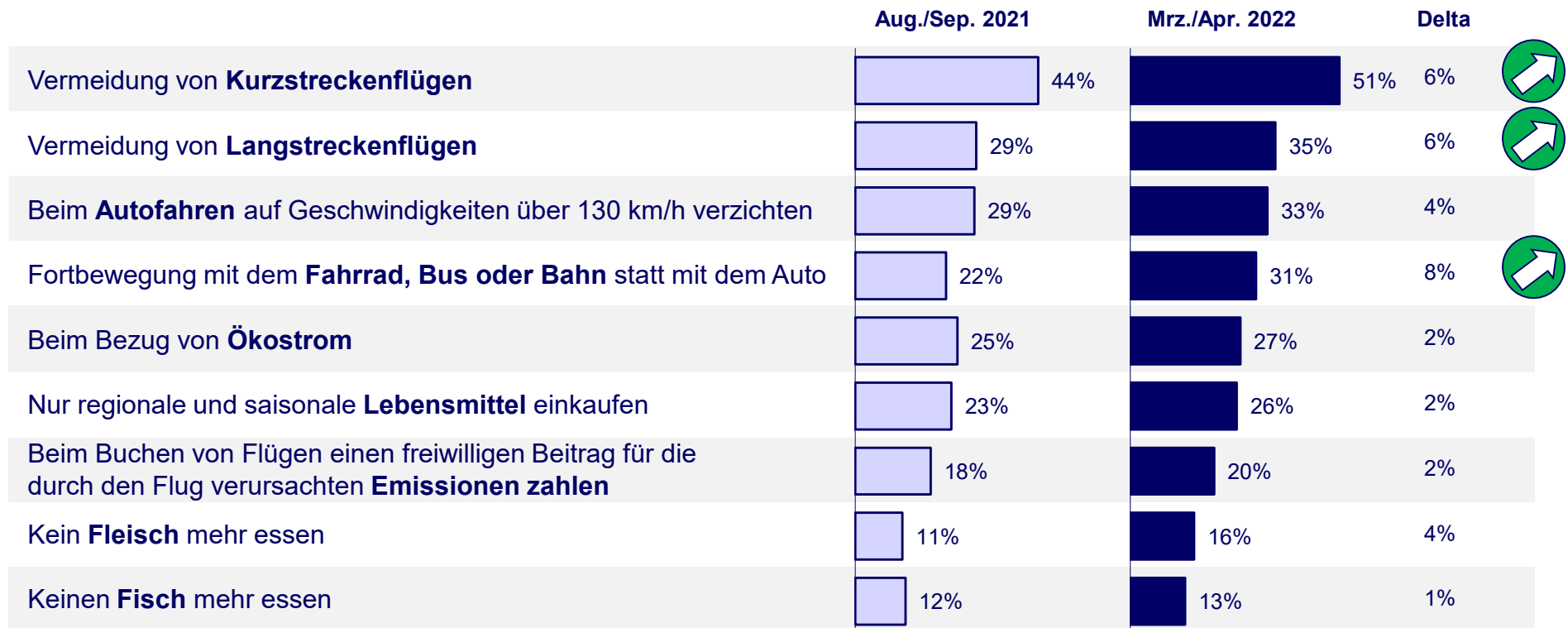
1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Der Anteil der Bevölkerung, der aktiv auf Maßnahmen gegen den Klimawandel achtet, ist aktuell gestiegen – deutliches Plus bei Verkehrsthemen

Opinion  
TRAIN

## Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz (% „achte darauf aktuell stark“)<sup>1)</sup>

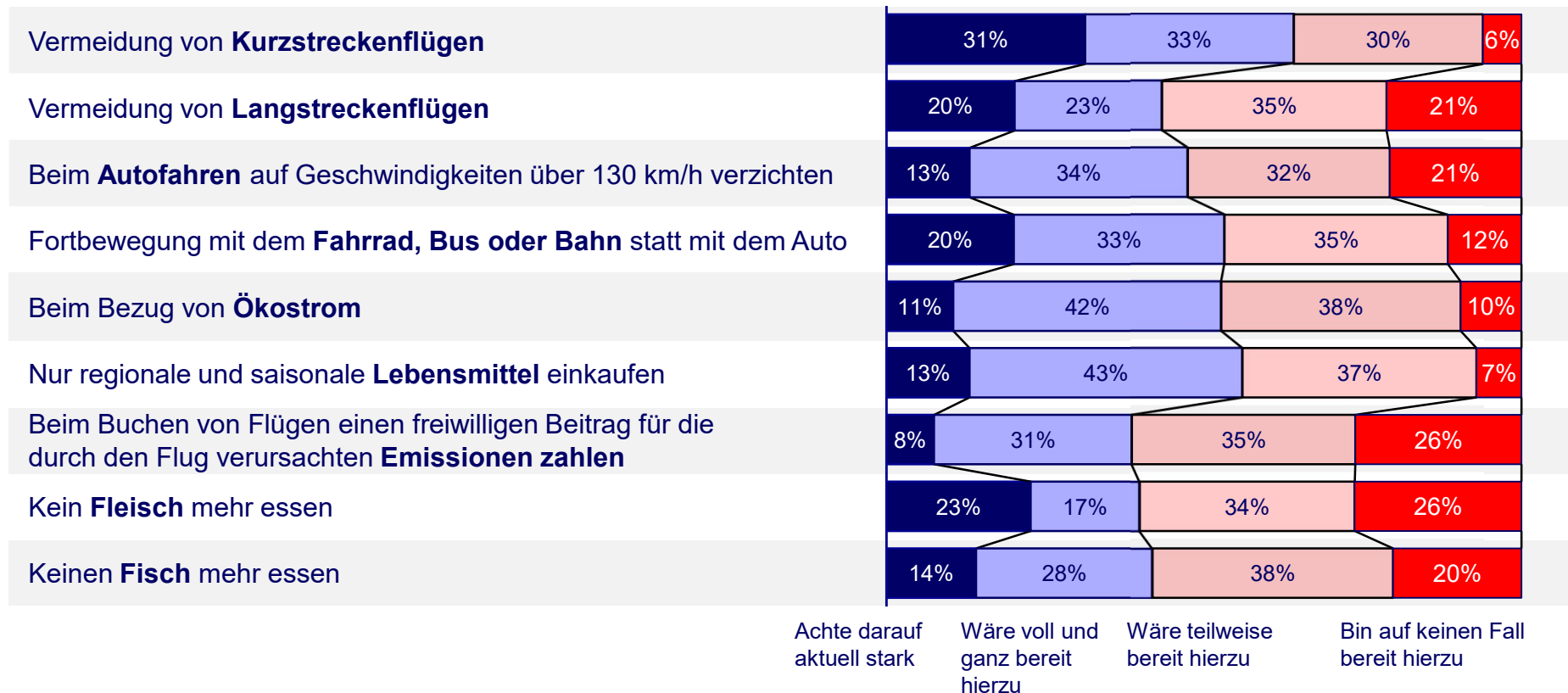


1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

# In der Generation Z (geboren 1995-2009) ist die Bereitschaft, aktiv einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten, vergleichsweise gering

Opinion  
TRAIN

## Mrz./Apr. 2022: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz in der Generation Z (geboren 1995-2009)<sup>1)</sup>



1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

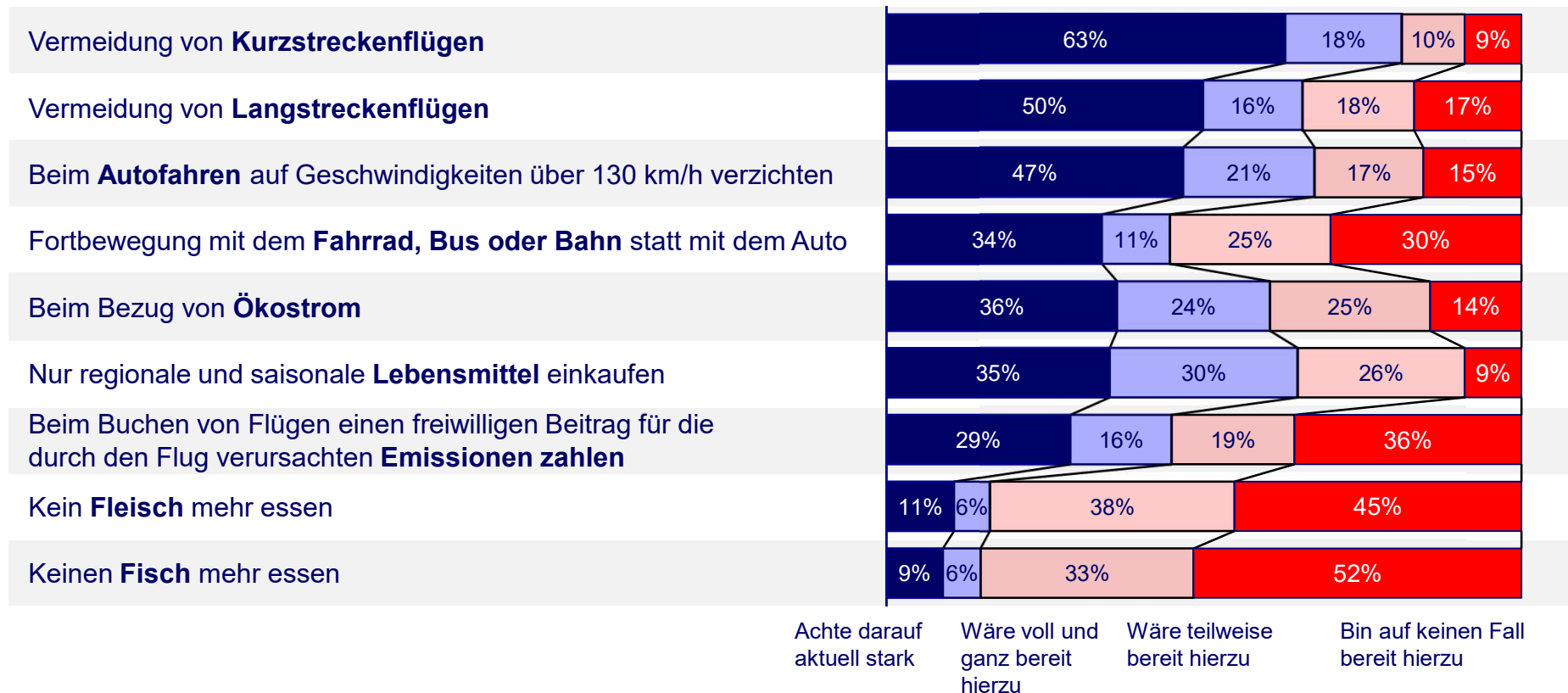
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG



# In der Generation Baby-Boomer zeigt sich in vielen Punkten eine hohe Bereitschaft, aktiv einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten

Opinion  
TRAIN

## Mrz./Apr. 2022: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz in der Generation Baby-Boomer (geboren 1950-1964)<sup>1)</sup>

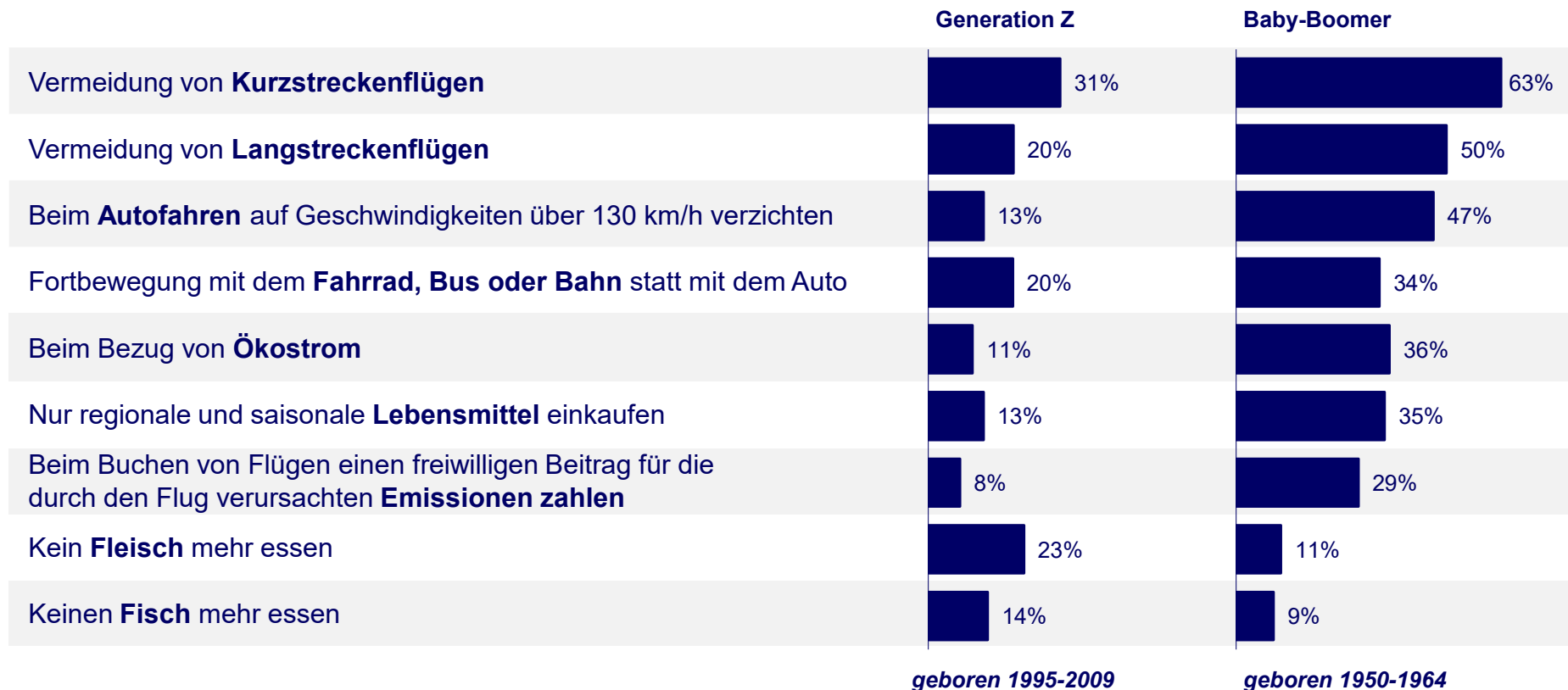


1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

# Obwohl die Generation Z (geboren 1995-2009) häufig als Treiber für mehr Klimaschutz gesehen wird, ist die persönliche Opferbereitschaft geringer

Opinion  
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz (% „Achte darauf aktuell stark“)<sup>1)</sup>



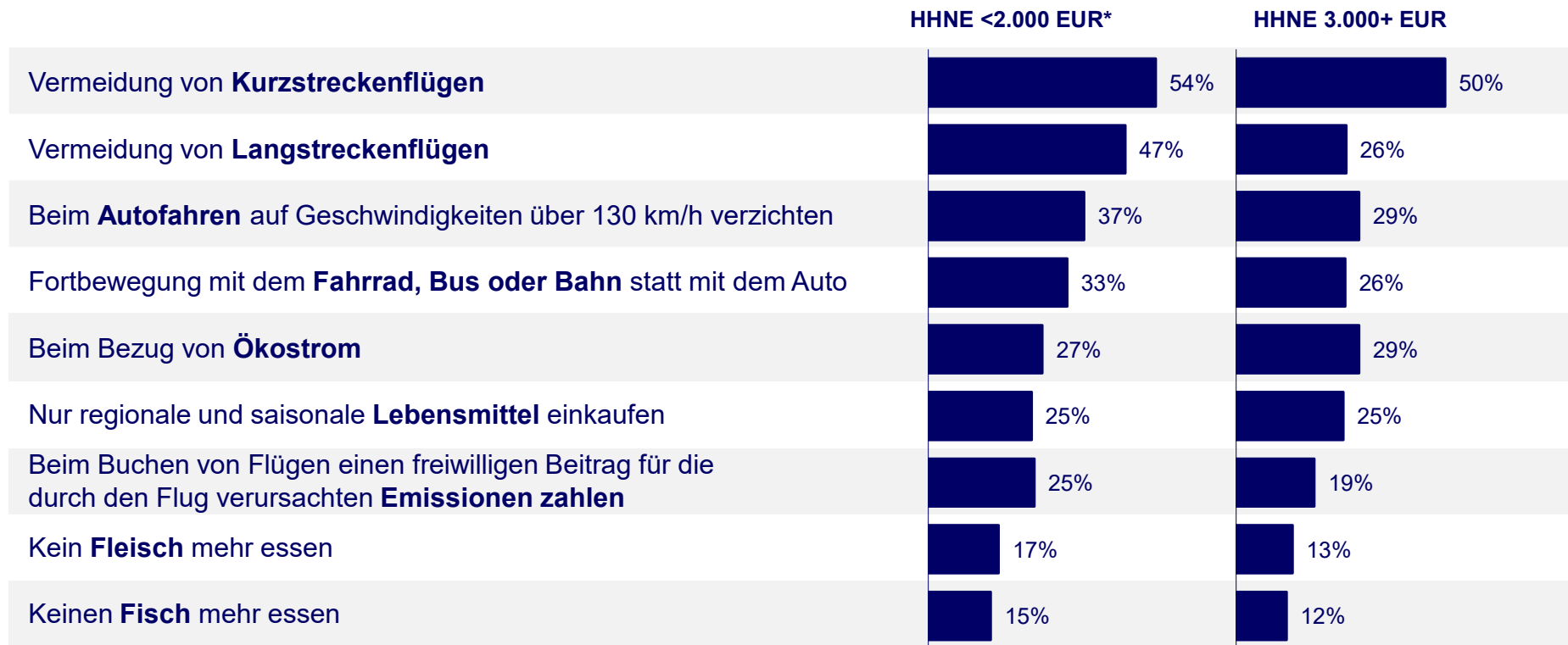
1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

# Personen mit höherem Einkommen zeigen tendenziell eine geringere Absicht zur Umsetzung von Maßnahmen gegen den Klimawandel

Opinion  
TRAIN

Mrz./Apr. 2022: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz (% „Achte darauf aktuell stark“)<sup>1)</sup>

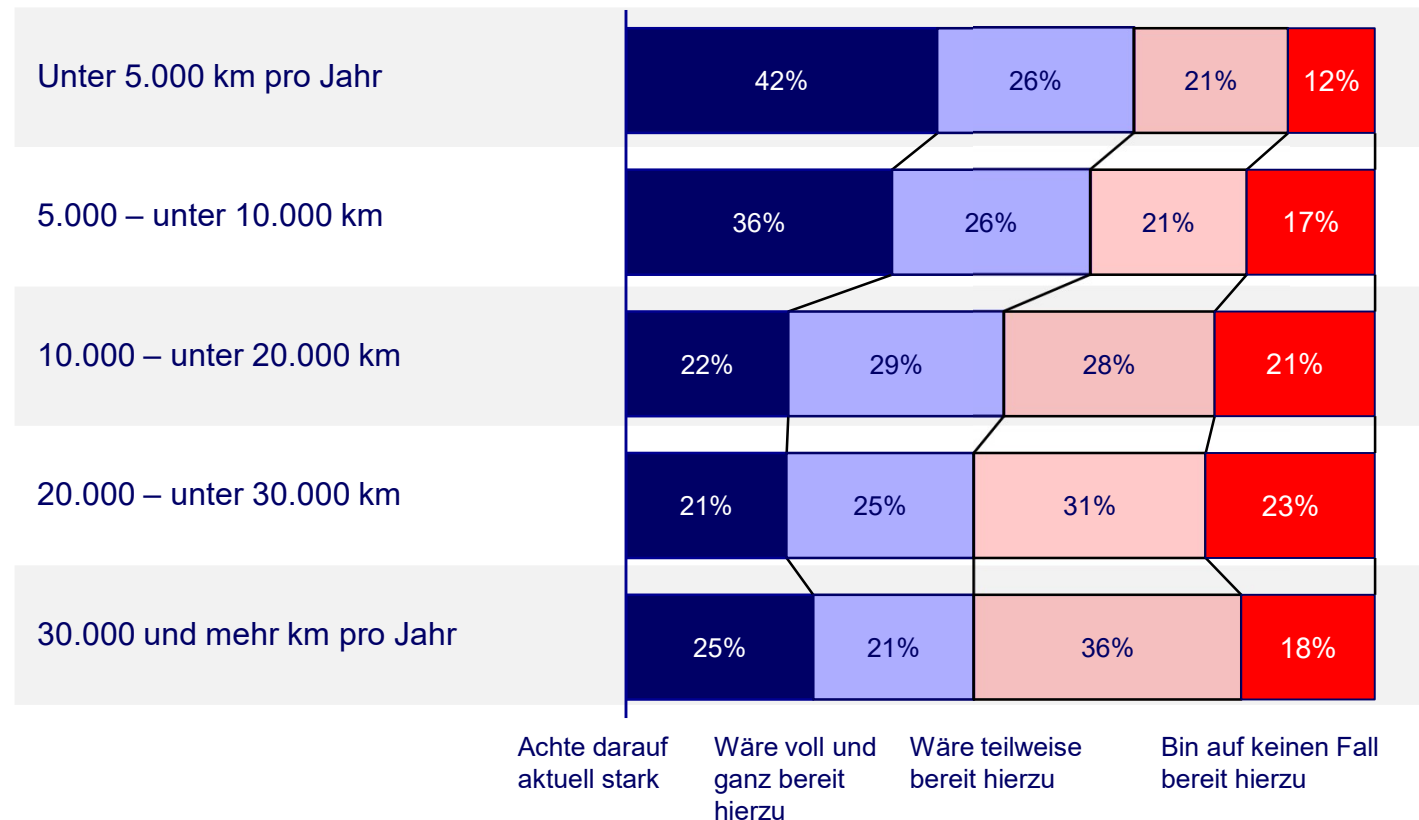


\* HHNE = Haushaltsnettoeinkommen pro Monat

1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

# Besonders Pkw-Nutzer mit niedriger Fahrleistung achten heute bereits darauf, auf Geschwindigkeiten über 130 km/h verzichten

Mrz./Apr. 2022: „Beim Autofahren auf Geschwindigkeiten über 130 km/h verzichten“ nach Fahrleistung<sup>1)</sup>



1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten. Und: Wie viele km fahren Sie schätzungsweise pro Jahr mit dem Auto?

Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG