

OpinionTRAIN (2021)

„Klimaneutralität: Was tun wir tatsächlich für den Klimawandel?“

Die Studie „OpinionTRAIN 2021“ untersucht den Aspekt Klimaneutralität:
Relevanz, Parteien-Kompetenz und persönliche Opferbereitschaft

Bonn, Nov. 2021

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

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

Methodischer Ansatz und Kernergebnisse zur Untersuchung „Opinion-TRAIN“: Die dritte Erhebung erfolgte im Aug./Sep. 2021

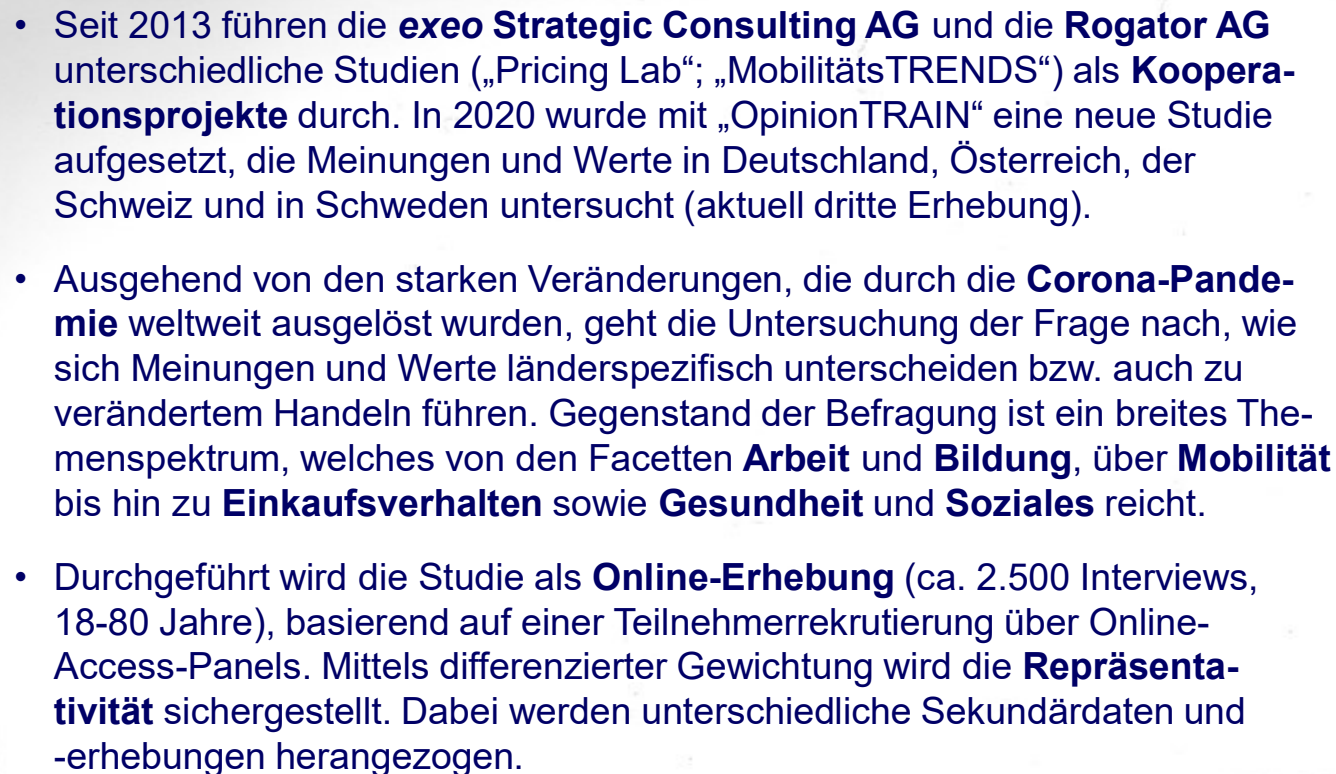
Opinion
TRAIN

Methodischer Ansatz

- Nutzung **Online-Access-Panel** zur Rekrutierung der Probanden.
- Zielgruppe sind **n=2.461** Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (D, A, CH, SWE).
- Dauer der Befragung: ca. **25 Minuten**. Die Interviews erfolgten vom 25.08. bis 03.09.2021 (dritte Erhebung).
- Zentrale **Themenbereiche** der Untersuchung:
 - A. Aktuelle Lebenslage / Beschäftigung
 - B. Einkaufsverhalten und Medien
 - C. Mobilität und Autokauf
 - D. Gesundheit und Soziales
 - E. Wirtschaftliche Entwicklung.
- Der Datensatz wurde auf Bevölkerungsstrukturen (18-80 Jahre) **gewichtet**.

Kern-Ergebnisse (Auszüge)

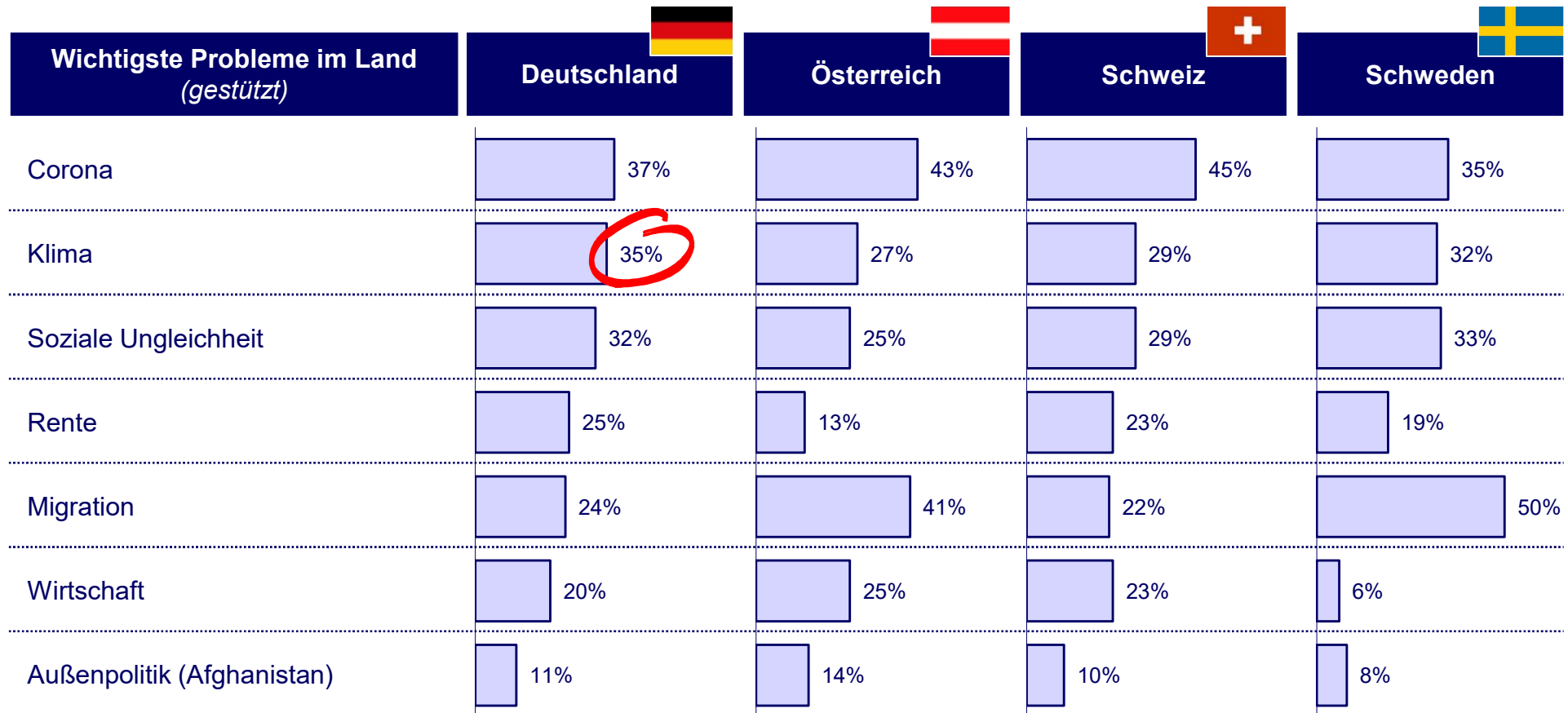
- In Deutschland ist aus Sicht der Bevölkerung das Thema **Klima** das wichtigste Problem nach Corona. Für Wähler von **Bündnis 90/Die Grünen** steht das Thema Klima im Ranking der wichtigsten Problem eindeutig vorne (68 %).
- 41 % der Wahlberechtigten waren der Meinung, dass sich die Partei **Bündnis 90/Die Grünen** am stärksten für **Klimaneutralität** einsetzt.
- Als Beitrag für den Klimawandel findet die Vermeidung von **Kurzstreckenflügen** eine breite, der **Verzicht auf Fleisch** eine geringe Akzeptanz.
- Die Bekundung, ein persönliches **Opfer** für den Klimaschutz zu **bringen**, ist bei Wählern von Bündnis 90/Die Grünen erkennbar stärker, die aktuellen **Konsumgewohnheiten** decken sich nur zum Teil damit.

- 
- 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 dritte 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. 2.500 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.

In Deutschland ist in der Bevölkerung das Thema Klima das wichtigste wahrgenommene Problem nach Corona

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Wichtigste wahrgenommene Probleme nach untersuchten Ländern (% aller Befragten)¹⁾



1) Was sind die aus Ihrer Sicht derzeit wichtigsten Probleme in (einblenden Land)? (2 Antworten sind zugelassen)

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

Für Wähler von Bündnis 90/Die Grünen steht das Thema Klima im Ranking der wichtigsten Probleme eindeutig vorne (68 %)

Opinion
TRAIN



Aug./Sep. 2021: Wichtigste wahrgenommene Probleme (% aller Befragten)¹⁾

Wichtigste Probleme im Land (gestützt)	Deutschland Aug./Sep. 2021	Wähler Bündnis 90/ Die Grünen
Corona	37%	38%
Klima	35%	68%
Soziale Ungleichheit	32%	38%
Rente	25%	11%
Migration	24%	11%
Wirtschaft	20%	12%
Außenpolitik (Afghanistan)	11%	7%

1) Was sind die aus Ihrer Sicht derzeit wichtigsten Probleme in (einblenden Land)? (2 Antworten sind zugelassen). Und: Welche der folgenden Parteien können Sie sich grundsätzlich vorstellen, am 28. September 2021 zu wählen?

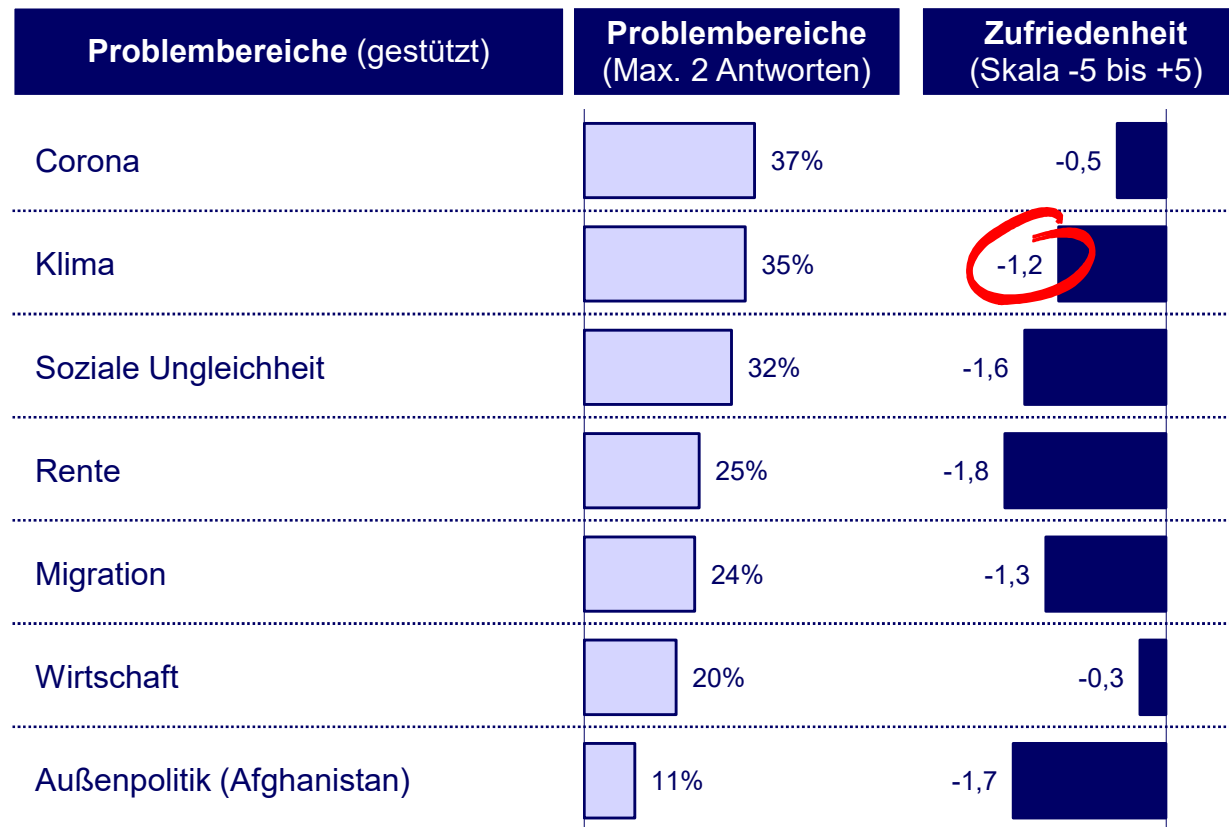
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Das Zeugnis für die Bundesregierung fällt im Aug./Sep. 21 kritisch aus: Nicht nur bei der Klimapolitik wird ein schlechtes Urteil gefällt

Opinion
TRAIN



Aug./Sep. 2021: Wichtigste wahrgenommene Probleme in Deutschland und Zufriedenheit mit der Bundesregierung (% aller Befragten)¹⁾



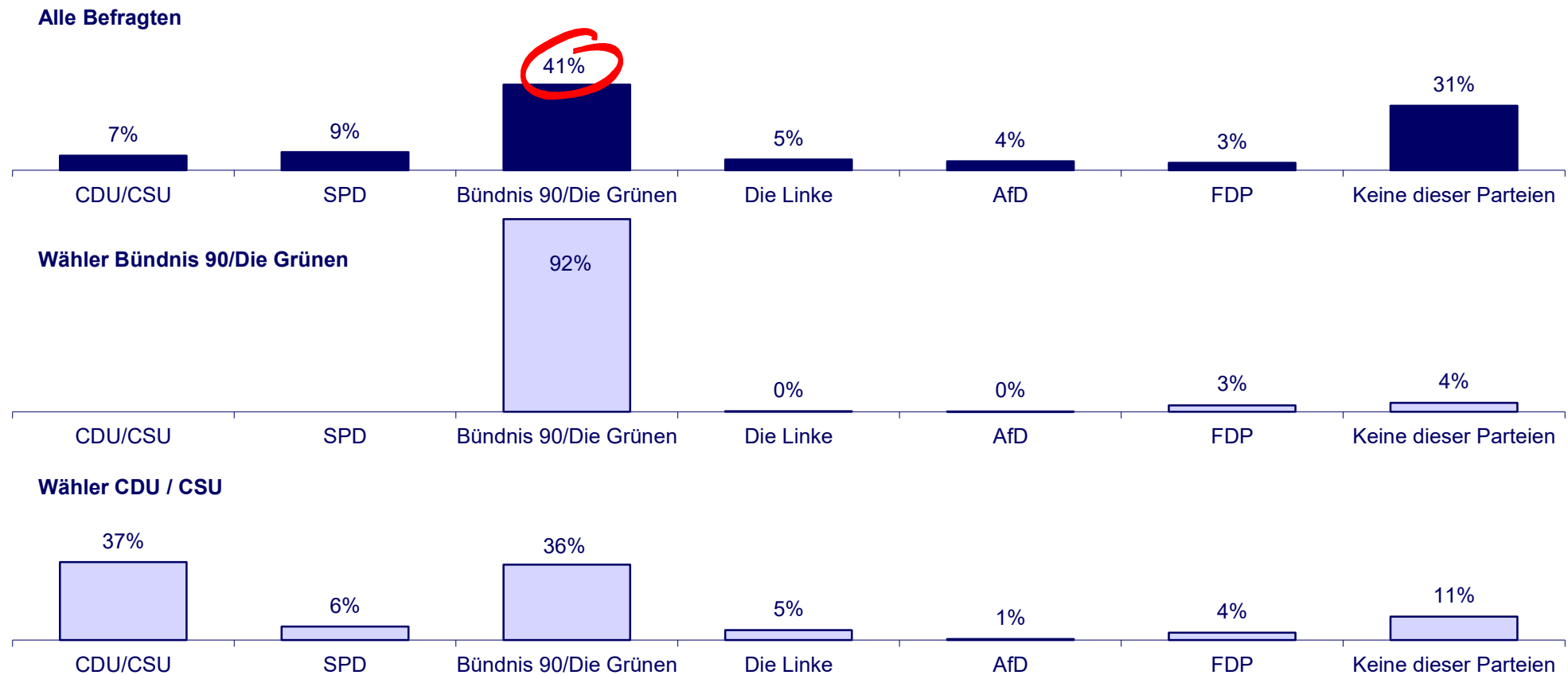
1) Was sind die aus Ihrer Sicht derzeit wichtigsten Probleme in (einblenden Land)? (Max. 2 Antworten sind zugelassen). Und: Sind Sie mit den aktuellen Leistungen der Regierung eher zufrieden oder eher unzufrieden? Bitte beschreiben Sie es mit dem Thermometer von minus 5 (unzufrieden) bis plus 5 (zufrieden). Geben Sie uns zunächst eine Einschätzung insgesamt und dann nach Themenfeldern.

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

41 % der Wahlberechtigten waren der Meinung, dass sich die Partei Bündnis 90/Die Grünen nach der Wahl am stärksten für Klimaneutralität einsetzt

Opinion
TRAIN

„Wenn Sie an die Bundestagswahl am 26. September 2021 denken. Welche Partei meinen Sie, wird sich nach der Wahl am stärksten für das Erreichen von Klimaneutralität einsetzen?“ (% der Befragten)

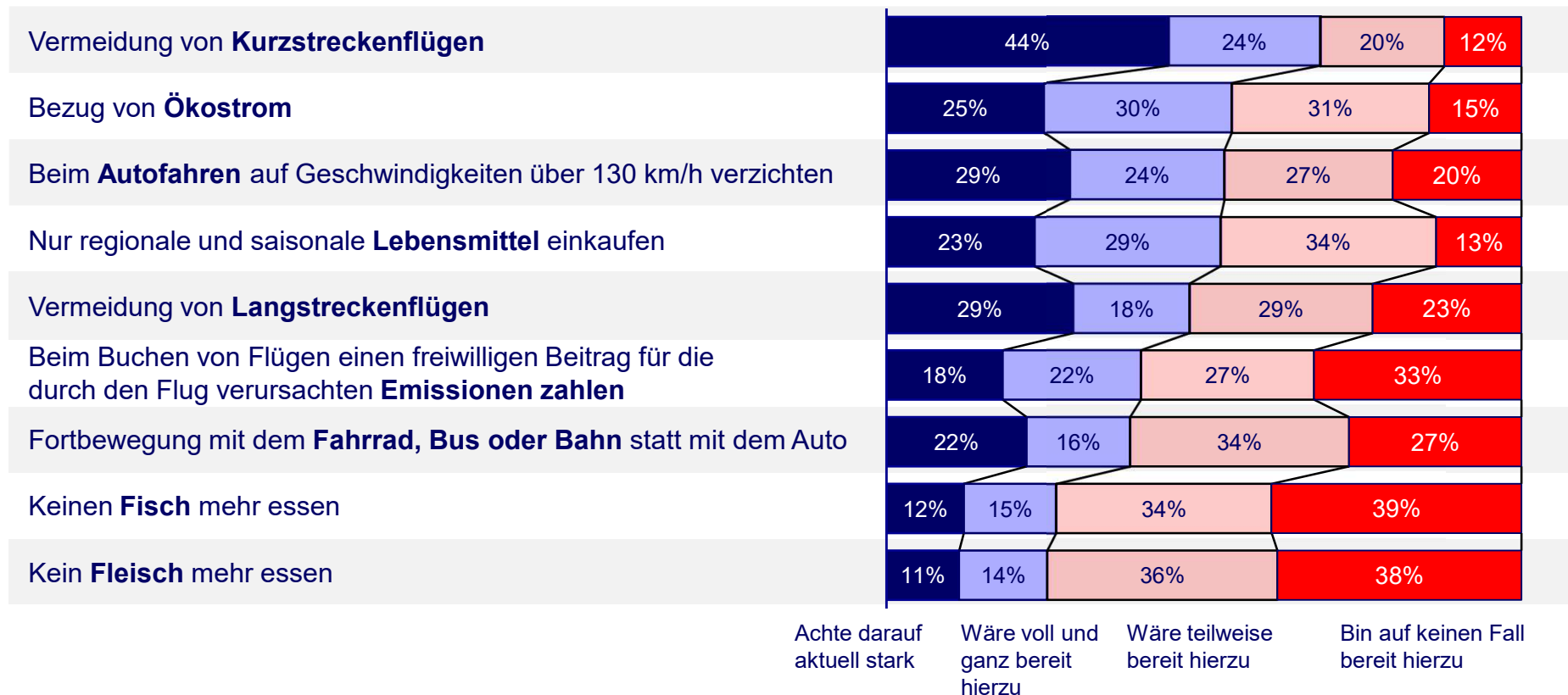


Als Beitrag für den Klimawandel findet die Vermeidung von Kurzstreckenflügen eine breite, der Verzicht auf Fleisch eine eher geringe Akzeptanz

Opinion
TRAIN



Aug./Sep. 2021: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimeschutz¹⁾



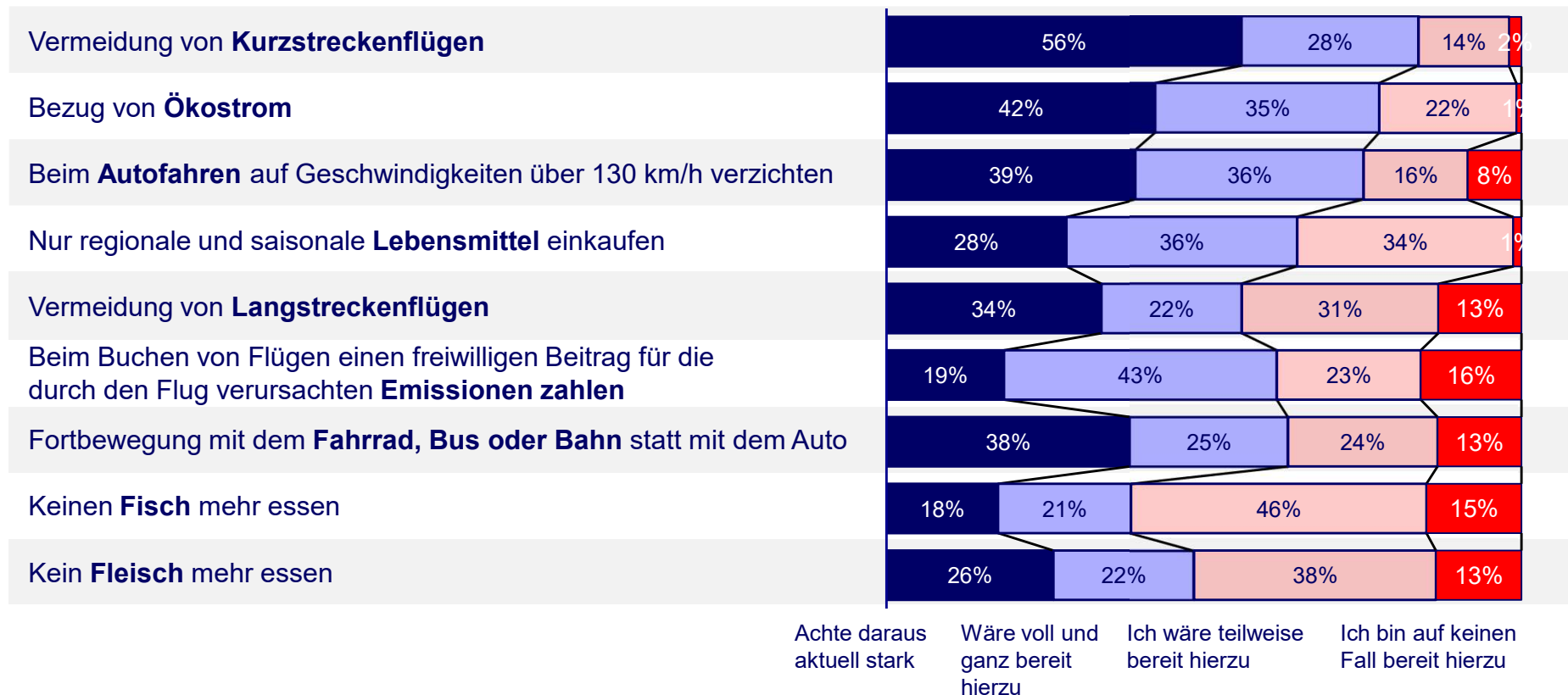
1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten.

Die Bereitschaft, ein persönliches Opfer für den Klimaschutz zu bringen, ist bei Wählern von Bündnis 90/Die Grünen erkennbar stärker

Opinion
TRAIN



Wähler Bündnis 90/Die Grünen: Persönliche Opferbereitschaft als Beitrag für den Klimaschutz¹⁾



1) Bitte geben Sie an, inwiefern Sie persönlich dazu bereit wären, durch die folgenden Maßnahmen / Einschränkungen einen Beitrag gegen den Klimawandel zu leisten. Und: Welche der folgenden Parteien können Sie sich grundsätzlich vorstellen, am 28. September 2021 zu wählen?

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

Bündnis 90/Die Grünen-Wähler: Insgesamt höhere Haushaltsnettoeinkommen, höherer Anteil städtische Wohnorte und jüngere Menschen

Opinion
TRAIN

Haushaltsnettoeinkommen (HHNE), Größe des Wohnorts und Altersklassen nach Wählergruppen¹⁾

	Bewertung	CDU/CSU	SPD	Bündnis 90/ Die Grünen	Die Linke	AfD	FDP	Sonstige	Werde nicht zur Wahl gehen	Gesamt
HHNE	unter 2.000 EUR	28%	32%	30%	54%	36%	35%	42%	61%	37%
	2.000 bis 3.000 EUR	27%	32%	27%	27%	25%	24%	27%	21%	27%
	3.000+ EUR	45%	36%	43%	19%	39%	41%	31%	18%	36%
Wohnort	< 10.000 Einwohner	28%	27%	19%	40%	34%	29%	42%	23%	30%
	10.000 bis <500.000 Einwohner	57%	55%	61%	48%	54%	54%	41%	69%	53%
	500.000+ Einwohner	15%	17%	20%	12%	11%	17%	17%	8%	17%
Alter	< 30 Jahre	13%	19%	26%	15%	19%	17%	24%	21%	20%
	30-60 Jahre	50%	42%	50%	51%	58%	50%	63%	52%	50%
	60+ Jahre	37%	39%	24%	34%	24%	33%	13%	28%	30%

1) Welche der folgenden Parteien können Sie sich grundsätzlich vorstellen, am 28. September 2021 zu wählen?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Auch der Anteil von Menschen, die jeden Monat etwas Geld sparen, ist bei Wähler von Bündnis 90/Die Grünen verhältnismäßig hoch

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Aussagen zu den Themen Sparen, Zinsen und Inflation¹⁾

Zustimmung zum Statement (% der Befragten)	Deutschland Aug./Sep. 2021	Bündnis 90/Die Grünen	AfD
Ich schaffe es, jeden Monat etwas Geld zu sparen	48%	57%	39%
Ich plane , in den nächsten Jahren einen größeren Kredit aufzunehmen (z.B. für einen Hauskauf)	6%	10%	7%
Ich bin besorgt über die niedrigen Zinsen , die ich auf der Bank für mein Guthaben bekomme	23%	26%	15%
Ich nehme stärker Kredite auf , weil die Zinsen so günstig sind	5%	1%	6%
Ich werde zukünftig mehr Geld für Konsum ausgeben, weil sich Geld-Sparen nicht mehr lohnt	11%	10%	18%
Ich kenne die aktuelle Inflationsrate (allgemeine Preissteigerungsrate) des Statistischen Bundesamtes	22%	30%	14%
Ich habe das Gefühl, dass die Preise, die ich persönlich zahle , stärker steigen als die amtliche Inflationsrate	33%	30%	39%
Keine dieser Aussagen trifft zu	15%	9%	10%

1) Wenn Sie einmal an Ihre Finanzsituation denken, welche Aussagen treffen dann für Sie zu?

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

Bündnis 90/Die Grünen-Wähler: Eher durchschnittliche Pkw-Verfügbarkeit und Kilometerleistung, leicht erhöhter Anteil beim BahnCard-Besitz

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Pkw-Verfügbarkeit, Pkw-Kilometer p.a. und BahnCard-Besitz¹⁾

	Bewertung	CDU/CSU	SPD	Bündnis 90/ Die Grünen	Die Linke	AfD	FDP	Sonstige	Werde nicht zur Wahl gehen	Gesamt
PKw-Verf.	Immer	77%	71%	71%	55%	70%	77%	77%	57%	69%
	Gelegentlich	10%	13%	13%	13%	16%	14%	11%	10%	13%
	Nie	12%	16%	16%	32%	14%	9%	13%	33%	18%
Km Pkw p.a.	< 10.000 km	66%	60%	66%	72%	44%	56%	50%	60%	59%
	10.000 bis <20.000 km	26%	30%	23%	25%	39%	26%	38%	27%	30%
	20.000+ km	8%	10%	11%	3%	17%	18%	12%	13%	11%
BahnCard	BahnCard 50	10%	4%	8%	8%	6%	3%	6%	3%	5%
	BahnCard 25	4%	3%	4%	3%	3%	6%	1%	1%	3%
	BahnCard total	14%	6%	12%	11%	9%	9%	7%	4%	8%





































1) Welche der folgenden Parteien können Sie sich grundsätzlich vorstellen, am 28. September 2021 zu wählen?

Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

Bündnis 90/Die Grünen-Wähler: Preis beim Einkaufsverhalten weniger wichtig, stärkerer Fokus auf regionale Herkunft, Qualität, Nachhaltigkeit

Opinion
TRAIN

 Aug./Sep. 2021: Nachhaltiger Einfluss der Corona-Krise auf das Einkaufsverhalten (% aller Befragten)¹⁾

Auswirkungen der Corona-Krise auf das Einkaufsverhalten	Deutschland Apr./Mai 2020	Deutschland Nov./Dez. 2020	Deutschland Aug./Sep. 2021	Wähler Bündnis 90/ Die Grünen
Achte eher auf den Preis	 36%	 44%	 49%	 39%
Achte eher auf regionale Herkunft	 32%	 31%	 35%	 49%
Achte eher auf die Qualität	 23%	 32%	 31%	 43%
Achte eher auf Nachhaltigkeit	 18%	 22%	 27%	 44%
Gebe insgesamt mehr für Lebensmittel und weniger für andere Produkte aus	 12%	 14%	 16%	 18%
Achte eher auf Bio-Qualität	 12%	 14%	 15%	 25%
Kaufe bei anderen Händlern ein	 4%	 6%	 9%	 4%
Bestelle eher Lebensmittel online bzw. nutze den Lieferservice	 5%	 5%	 8%	 6%
Keine der genannten Aussagen	 33%	 24%	 19%	 16%

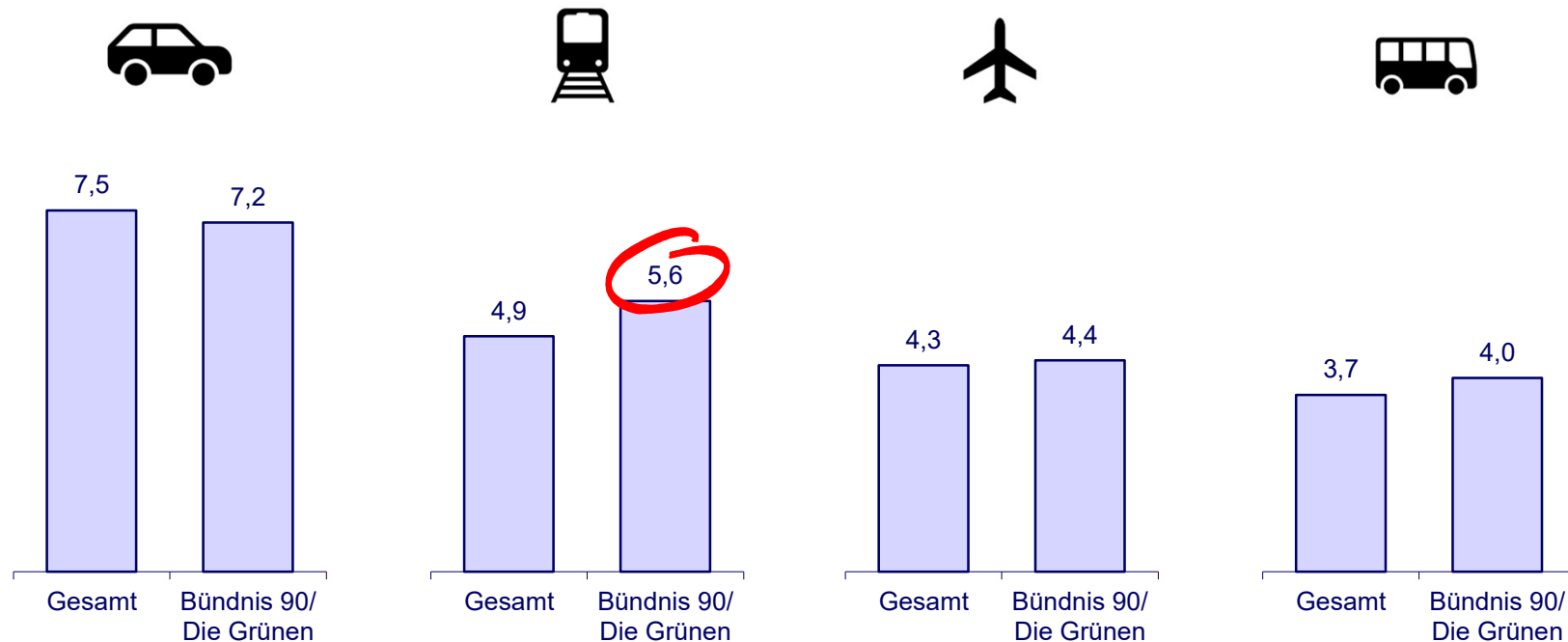
1) Was glauben Sie, was wird sich zukünftig durch die Corona-Krise an Ihrem Einkaufsverhalten ändern?

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

Die Verkehrsmittel-Präferenzen der Wähler von Bündnis 90/Die Grünen unterscheiden sich nur leicht vom Durchschnitt (höhere Attraktivität der Bahn)

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Attraktivität von Verkehrsmitteln bei Reisen ab 50 km während der Corona-Krise (Mittelwerte)¹⁾



- 1) Bitte bewerten Sie für die folgenden Verkehrsmittel, wie attraktiv die Nutzung für Reisen ab 50 km aus Ihrer Sicht **seit dem Ausbruch der Corona-Krise** war (also März bis November 2020 bzw. bis Aug. 2021). Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unattraktiv“ und 10 „Sehr attraktiv“ ist. Und: Welche der folgenden Parteien können Sie sich grundsätzlich vorstellen, am 28. September 2021 zu wählen?

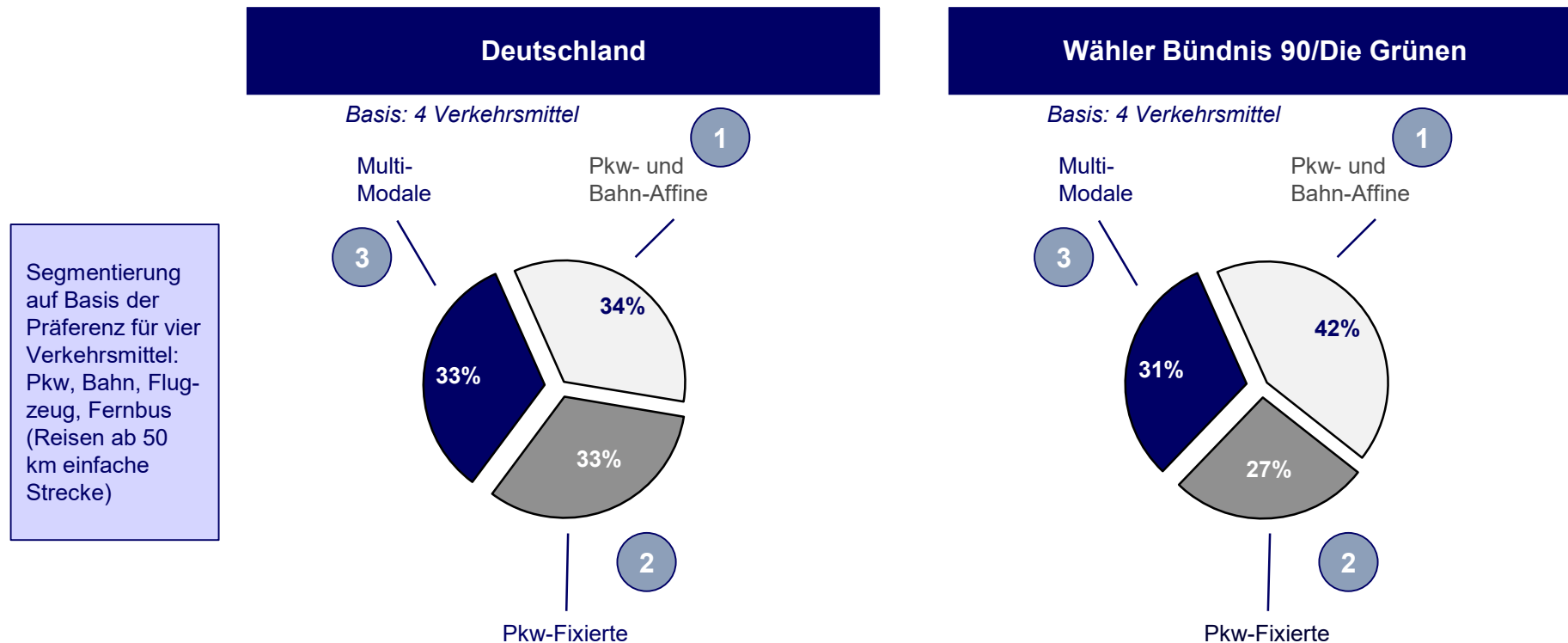
Quelle: **exeo** Strategic Consulting AG / Rogator AG

Bei den Wählern von Bündnis 90/Die Grünen ist der Anteil der „Pkw-Fixierten“ leicht verringert, das Segment „Pkw- und Bahn-Affine“ vergrößert

Opinion
TRAIN



Aug./Sep. 2021: Einordnung der Befragten in Mobilitäts-Cluster (Mittelwerte Skala 0-10)¹⁾



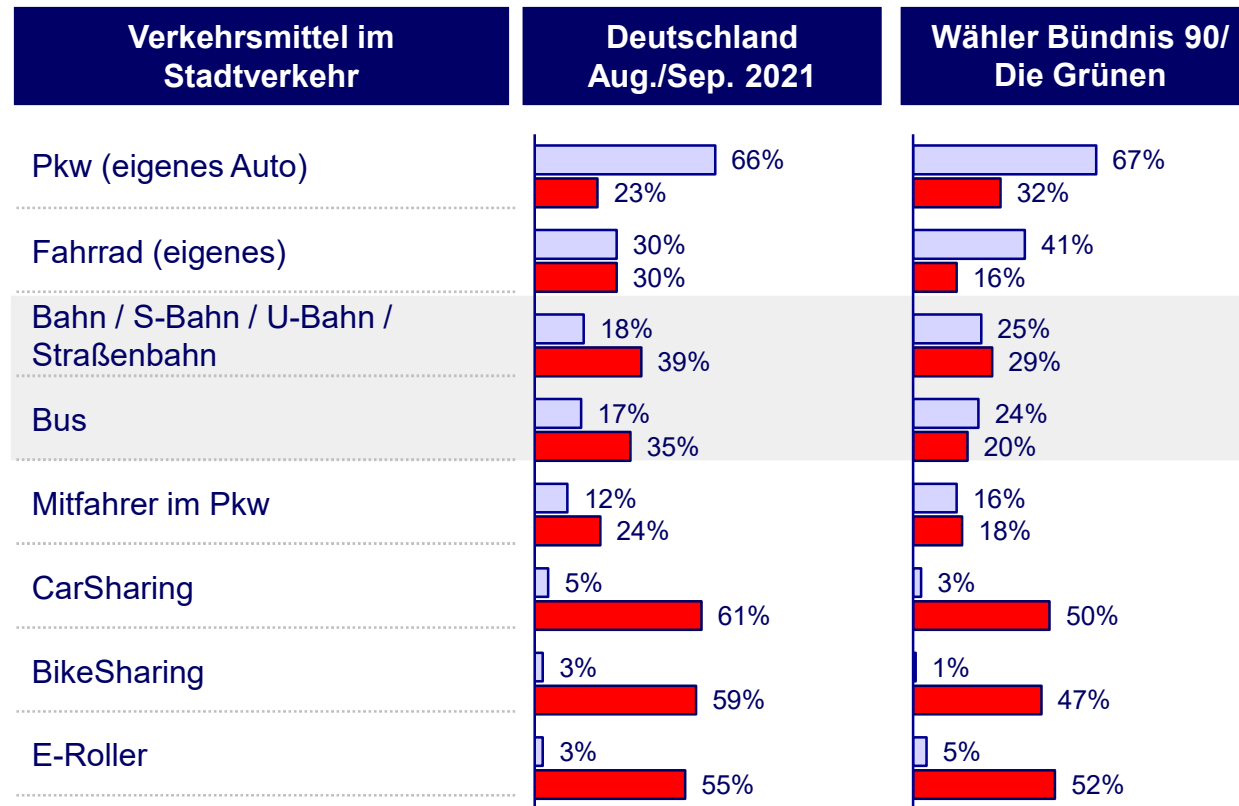
- 1) Die folgenden Fragen betreffen Aspekte der Mobilität: Bitte bewerten Sie für die folgenden Verkehrsmittel, wie attraktiv die Nutzung für Reisen ab 50 km aus Ihrer Sicht seit dem Ausbruch der Corona-Krise war (also März 2020 bis August 2021), Skala 0 = „Sehr unattraktiv“ und 10 = „Sehr attraktiv“ ist.

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

Bei Wählern von Bündnis 90/Die Grünen ist die Nutzung von Bussen und Bahnen im Stadtverkehr etwas höher – der Pkw dominiert aber auch hier

Opinion
TRAIN

Genutzte und nicht akzeptierte Verkehrsmittel im Stadtverkehr¹⁾



Unterschiede teilweise durch Alters- und Wohnortstruktur erklärbar

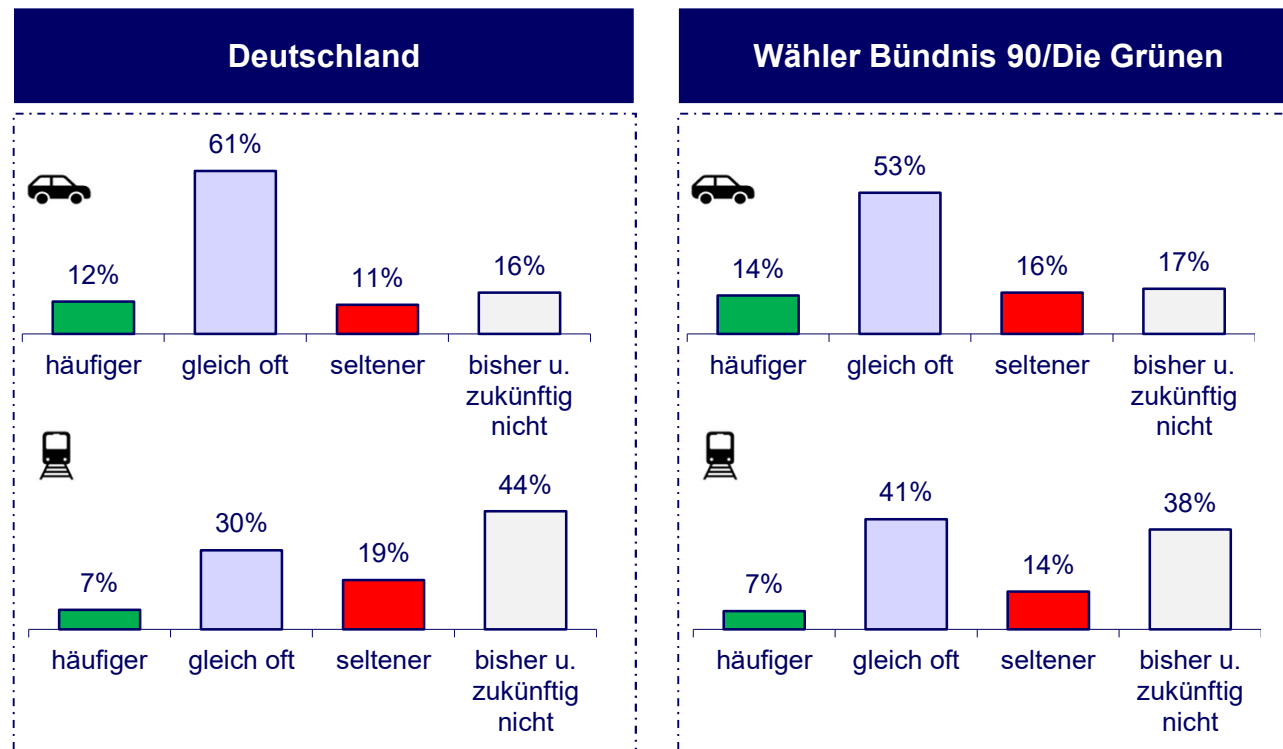
- 1) Wie häufig sind Sie persönlich seit März 2020 im Stadtverkehr (eigener Wohnort oder andere Stadt) unterwegs? Und Welche Verkehrsmittel nutzen Sie seit März 2020, wenn Sie innerhalb der Stadt unterwegs sind? Und: Welche dieser Verkehrsmittel kommen grundsätzlich nicht in Betracht, wenn Sie innerhalb der Stadt unterwegs sind?

Genutzt
Kommt nicht in Frage

Auch im Stadtverkehr ergeben sich bei Wählern von Bündnis 90/Die Grünen keine ausgeprägt klimafreundlichen Verkehrsmittelpräferenzen

Opinion
TRAIN

Aug./Sep. 2021: Nutzung von Pkw und Bahn / S-Bahn / U-Bahn / Straßenbahn
im Stadtverkehr im Szenario „Ende der Pandemie“¹⁾



1) 3. Erhebung: Wie werden Sie die folgenden Verkehrsmittel innerhalb der Stadt nutzen, wenn die Corona-Krise beendet ist (d.h. mit einer Covid-19-Impfquote von 80-90 % in der Bevölkerung)? Und (2. Erhebung): Wie werden Sie die folgenden Verkehrsmittel innerhalb der Stadt nutzen, wenn die Corona-Krise beendet ist (d.h. mit Verfügbarkeit eines Corona-Impfstoffs)?

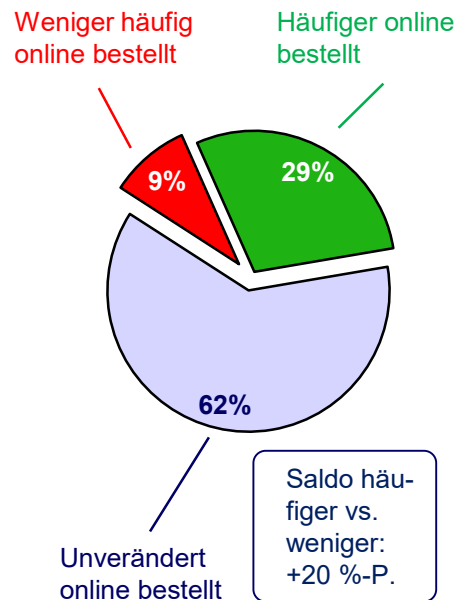
Die Verlagerung des generellen Einkaufs zugunsten von Onlinevertriebswegen ist bei Wählern von Bündnis 90/Die Grünen besonders ausgeprägt

Opinion
TRAIN

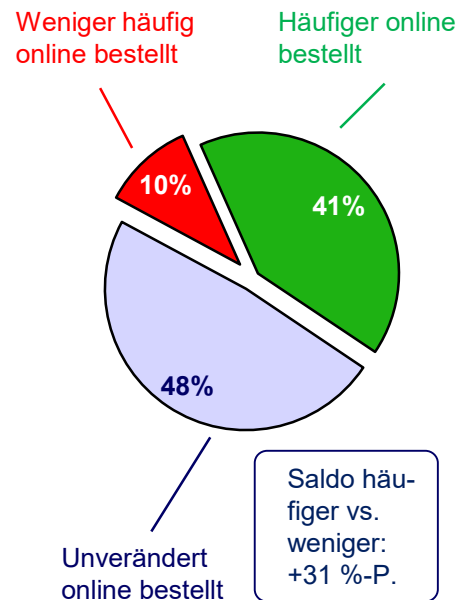


Aug./Sep. 2021: Veränderung von Onlinebestellungen während der Corona-Krisenzeit¹⁾

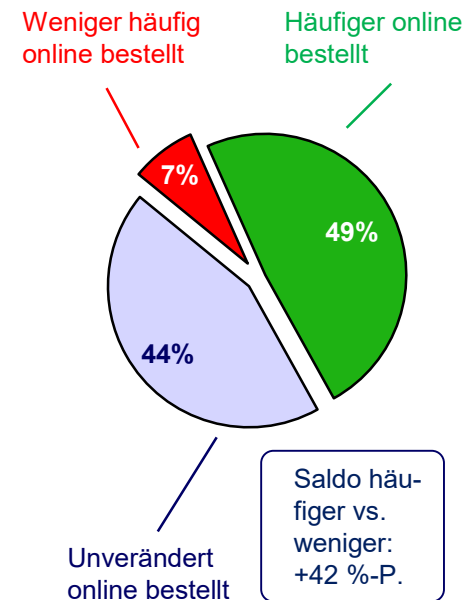
Deutschland
Nov./Dez. 2020



Deutschland
Aug./Sep. 2021



Wähler Bündnis 90/
Die Grünen



1) Haben Sie während der Corona-Krise mehr, gleich viele oder weniger Produkte online bestellt?

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