

Pressemitteilung

Klimaschutz ja, “Letzte Generation” nein

Appinio-Umfrage: So denken die Deutschen über Klimawandel und Umweltschutz

Hamburg, Januar 2023 – Der Klimawandel ist die größte Krise unserer Zeit. Noch besteht eine kleine Chance, die 2015 im Pariser Klimaabkommen festgehaltene 1,5-Grad Erwärmung einzuhalten. Doch dafür braucht es in den wenigen Jahren, die uns noch zur Verfügung stehen, grundlegende Veränderung auf der ganzen Welt. Schaffen wir es noch, das Ruder rumzureißen? Wie die Deutschen über die Notwendigkeit von Klimaschutz denken, das Bemühen von Politik und Unternehmen einschätzen und selbst Klimaschutz betreiben, fand Appinio in einer repräsentativen Umfrage (nach Alter und Geschlecht) mit 1.000 Deutschen heraus.

- *Die überwältigende Mehrheit der Deutschen sorgt sich um die Folgen des Klimawandels und findet Klimaschutz wichtig. Aus allen Richtungen und Generationen heraus wird strengerer Klimaschutz gefordert.*
- *Für die meisten Deutschen ist der Klimawandel unausweichlich oder nur noch hinauszuzögern. Nur die Minderheit, darunter vor allem die aktiven Klimaschützer, glaubt, das Ruder noch rumreißen zu können.*
- *Fast die Hälfte der Deutschen betreibt keinen aktiven Klimaschutz. Auch Klimaschutzbewegungen wie die “Letzte Generation” und insbesondere deren Protestformen werden von der Bevölkerung mehrheitlich abgelehnt.*

Klimaschutz als gesellschaftlicher Konsens

Acht von zehn Deutsche machen sich (eher) Sorgen um die Folgen des Klimawandels (79 Prozent). Kaum verwunderlich, dass die überragende Mehrheit Klimaschutz (eher) wichtig findet (88 Prozent). Ähnlich viele in der deutschen Bevölkerung sagen sogar, es braucht (eher) noch mehr Klimaschutz (87 Prozent). Generationenkonflikte gibt es hierbei nicht: Klimaschutz ist den 25- bis 34-Jährigen genauso wichtig wie den 55- bis 65-Jährigen (60 und 59 Prozent).

Doch wie sieht aktiver Klimaschutz aus? Die meisten Deutschen recyceln, sparen Ressourcen (Strom, Wasser, etc.) oder steigen auf öffentliche Verkehrsmittel um (81, 62 und 57 Prozent). Vier von zehn Befragte verzichten fürs Klima sogar auf Flugreisen (43 Prozent), jeder Fünfte zahlt einen freiwilligen CO₂-Ausgleich (22 Prozent).

Das Ruder rumreißen? Verhaltener Optimismus

Der Wille ist da, aber wird die Weltgemeinschaft den Klimawandel noch in globaler Zusammenarbeit eindämmen können? Die Deutschen sind eher pessimistisch. Über die Hälfte meint, der Klimawandel könne nur noch hinausgezögert werden, jeder Fünfte hält ihn gar für unausweichlich (56 bzw. 22 Prozent). Die kämpferischen Optimisten sind in der Unterzahl: Nur jeder Sechste glaubt daran, den Klimawandel noch stoppen zu können (17 Prozent). Am optimistischsten ist hierbei die Gen Z, wo jeder Vierte (25 Prozent) glaubt, das Ruder noch herumreißen zu können. Auch sind Männer tendenziell hoffnungsvoller als Frauen (19 vs. 14 Prozent). Mehr Optimismus herrscht unter den Klimaschützern: Jeder Zweite (54 Prozent), der sich aktiv für Klimaschutz einsetzt, glaubt, den Klimawandel noch aufhalten zu können, jeder Dritte hält das Hinauszögern für das realistischste Szenario (32 Prozent).

Klimaschutz schön und gut, aber das sollen andere machen

Bei der Dringlichkeit des Problems und dem Stellenwert von Klimaschutz herrscht gesellschaftlicher Konsens. Doch es hapert bei der Umsetzung. Die Mehrheit der Deutschen ist (eher) unzufrieden mit dem Klima-Engagement der Politik und der Wirtschaft (66 und 62 Prozent). Allerdings scheint das nicht Motivator genug dafür zu sein, selbst tätig zu werden. Zwar gilt: Wer sich (eher) Sorgen um den Klimawandel macht, setzt sich oftmals (sehr) aktiv für den Klimaschutz ein (81 Prozent). Doch fast die Hälfte (47 Prozent) der Deutschen setzt sich (eher) nicht aktiv für den Klimaschutz ein. Gründe sind vor allem Bequemlichkeit, Mangel an Zeit oder Geld sowie die Überzeugung, als Einzelperson sowieso nichts ausrichten zu können (je 32 Prozent).

Protestbewegung “Letzte Generation” mehrheitlich abgelehnt

Ein einfacher Weg für mehr Klimaschutz wäre die Unterstützung einer Umweltschutzorganisation oder Protestbewegung. Hier fallen vielen Deutschen als erstes Greenpeace, Greta Thunberg und Bündnis 90/Die Grünen ein (12, 10 und 6 Prozent). Doch nur jeder vierte Deutsche (24 Prozent) fördert eine Klimaschutz-Organisation oder ist selbst Mitglied. Die Generationen Y (25- bis 34-Jährige) und Z (16- bis 24-Jährige) sind dabei öfters in Protestgruppen aktiv (34 bzw. 25 Prozent).

In letzter Zeit warben junge Gruppen wie “Fridays for Future” oder die “Letzte Generation” öffentlichkeitswirksam für mehr Klimaschutz. Letztere stiften mit ihren Aktionen bewusst Chaos in der Öffentlichkeit, um Aufmerksamkeit auf den Klimawandel zu legen. Ob auf der Straße festkleben oder berühmte Gemälde mit Suppe bewerfen: Dank solcher Aktionen ist die “Letzte Generation” zwei Dritteln der Deutschen (64 Prozent) ein Begriff, nur jeder Fünfte (20 Prozent) hat noch nie von der Protestbewegung gehört. Doch die “Letzte Generation” stößt im Allgemeinen eher auf Ablehnung: Zwei Drittel der Deutschen (67 Prozent) befürworten die Bewegung (eher) nicht. Zusätzlich fanden drei Viertel der Befragten, die eine Protestaktion mitbekommen haben, diese (eher) nicht gut (73 Prozent).

Insights zu Klimaschutz in Deutschland

- Acht von zehn Deutsche sorgen sich wegen des Klimawandels (79 Prozent).
- Klimaschutz findet der überragende Teil der Bevölkerung wichtig (88 Prozent), die meisten wollen (eher) noch strengeren Klimaschutz (87 Prozent)
- Top 3 Gründe für Klimaschutz: Tier- und Pflanzenwelt vor dem Aussterben schützen, Folgen des Klimawandels eindämmen, die Erde lebenswert erhalten (76 & je 65 Prozent)
- Top 5 Klimaschutzbemühungen: Recycling, Ressourcen sparen, öffentliche Verkehrsmittel nutzen, bewusster konsumieren, Fleischkonsum reduzieren (81, 62, 57, 56, 47 Prozent)
- Jeder Fünfte zahlt einen freiwilligen CO₂-Ausgleich für Flüge, vier von zehn Deutsche verzichten fürs Klima sogar ganz darauf (22 und 43 Prozent)
- Reisemittel: Die Mehrheit steigt ins Auto, ein Drittel in öffentliche Verkehrsmittel, jeder Zehnte reist per Flugzeug (52, 30 und 11 Prozent) in den Urlaub
- Zwei Drittel (62 Prozent) denken bei der Wahl ihres Transportmittels (eher) an die Auswirkungen auf die Umwelt, vor allem die 35- bis 44-Jährigen (68 Prozent)
- Fast die Hälfte (47 Prozent) setzt sich (eher) nicht aktiv für den Klimaschutz ein - aus Bequemlichkeit, Ressourcenmangel oder der Überzeugung, als Einzelperson eh nichts ausrichten zu können (je 32 Prozent)
- Drei Viertel denken (eher), dass man AKWs solange in Betrieb halten sollte, bis erneuerbare Energien den kompletten Energiebedarf decken können (72 Prozent)
- Synonym für Klimaschutz? Die Deutschen denken am häufigsten an Greenpeace, Greta Thunberg sowie die Partei Bündnis 90/Die Grünen (12, 10 und 6 Prozent)
- Kein gutes Zeugnis: Zwei Drittel der Deutschen meinen, die Politik zeigt (eher) keinen guten Einsatz beim Klimaschutz (66 Prozent). Ähnlich düster fällt das Urteil für die Bemühungen von (Groß-)Konzernen aus (62 Prozent)
- Die Protestbewegung "Letzte Generation" ist der Mehrheit der Deutschen ein Begriff (64 Prozent), sie stößt aber (eher) auf Ablehnung (67 Prozent)
- Drei Viertel der Befragten, die eine Protestaktion der "Letzten Generation" mitbekommen haben, fanden diese (eher) nicht gut (73 Prozent)

—

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Studienergebnisse: research.appinio.com/#/en/survey/public/VLw8aOusF

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130