



# „Klima-Studie 2024“

Unterlagen zur Mutter Erde  
Pressekonferenz vom 23.10.2024

The background of the right side of the image is a close-up photograph of water ripples. The ripples are concentric and spread out across the frame, creating a sense of movement and depth. The colors range from light, airy blues to deeper, more saturated teals and greens, with bright highlights where the ripples catch the light.

# integral:

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

# Zielsetzungen & Methode



## Hintergrund

- Repräsentative Bevölkerungsbefragung für den Verein „Mutter Erde“ zum Themenschwerpunkt Klima und zugleich ein Update der Sinus-Milieu® Studie aus den Jahren 2020 und 2022



## Zielgruppe

Bevölkerung in Österreich  
ab 16 Jahren



## Methode

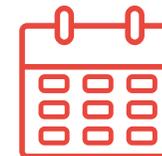
Repräsentativbefragung mittels Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe

- n=160 telefonische Interviews mit Personen, die das Internet seltener oder gar nicht nutzen
- n=840 online Interviews im Rahmen des AUSTRIAN ONLINEPOOLS mit Personen, die das Internet (fast) täglich nutzen



## Sample

n=1.000 Befragte



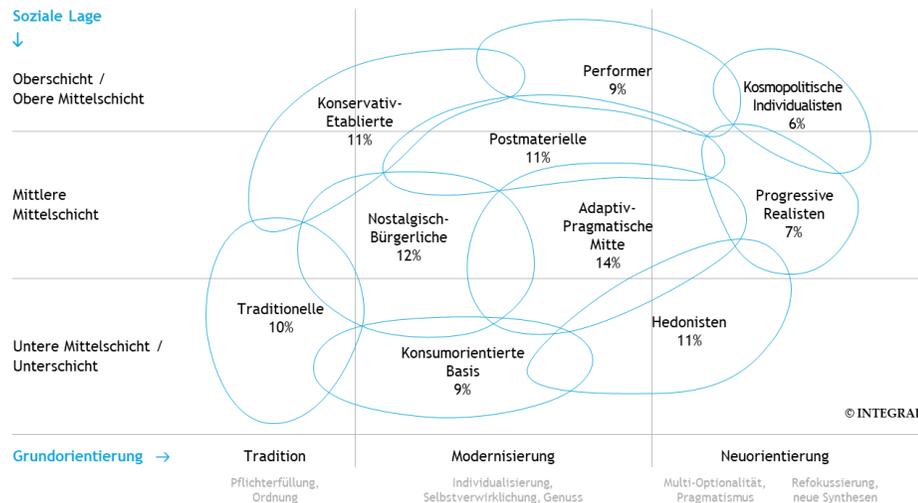
## Feldarbeit

4. bis 19. Juli 2024

Zeitreihenvergleich:  
Studie 2022: 5. bis 20. Juli  
Studie 2020: 4. bis 13. August  
jeweils n=1.000

# Was sind Sinus-Milieus®?

Die Sinus-Milieus® gelten als Goldstandard der Zielgruppen-Segmentation.



Die Sinus-Modelle sind grafisch alle sehr ähnlich aufgebaut („Kartoffelgrafik“). In der vertikalen Achse ist die soziale Lage dargestellt und in der horizontalen Achse die Wertorientierung. Je höher ein Milieu angesiedelt ist, desto besser ist die Ressourcenausstattung (Bildung, Einkommen, Berufsprestige, soziale Kontakte); je weiter nach rechts es sich erstreckt, desto aktueller ist die Entstehung der Grundorientierung.

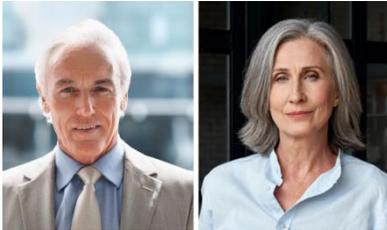
Die Sinus-Milieus® sind ein **Gesellschafts- und Zielgruppenmodell**.

Sie wurden vom deutschen SINUS-Institut vor über 40 Jahren entwickelt. Sie fassen Menschen mit ähnlichen Werten und einer vergleichbaren sozialen Lage zu „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammen. Die Übergänge zwischen den Milieus sind dabei fließend. Wir nennen das die „Unschärferelation der Alltagswirklichkeit“.

Die Sinus-Milieus® verdeutlichen, was die verschiedenen Lebenswelten bewegt (Werte, Überzeugungen, Lebensperspektiven), welche Lebensstile sie bevorzugen und wie sie bewegt werden können (Medien- und Kommunikationspräferenzen). In der Milieu-Landkarte können Produkte, Marken, Parteien, Medien etc. positioniert werden.

# Kurzvorstellung der Sinus-Milieus®

## Übersicht



**Konservativ-Etabliertes Milieu**  
Die alte strukturkonservative Elite



**Postmaterielles Milieu**  
Die weltoffenen Kritiker:innen von Gesellschaft und Zeitgeist



**Milieu der Performer**  
Die global orientierte und fortschrittsoptimistische moderne Elite



**Kosmopolitisch-Individualistisches Milieu**  
Die individualistische Lifestyle-Avantgarde



**Progressiv-Realistisches Milieu**  
Die Treiber gesellschaftlicher Veränderungen



**Milieu der Adaptiv-Pragmatischen Mitte**  
Der flexible und nutzenorientierte Mainstream



**Nostalgisch-Bürgerliches Milieu**  
Die systemkritische ehemalige Mitte



**Traditionelles Milieu**  
Die Sicherheit und Ordnung liebende ältere Generation



**Milieu der Konsumorientierten Basis**  
Die um Orientierung und Teilhabe bemühte Unterschicht



**Hedonistisches Milieu**  
Die momentbezogene, erlebnishungrige (untere) Mitte

# Indizierung

Indizierung von relevanten Abweichungen zwischen den Ergebnissen in einzelnen Milieus und dem Durchschnitt

Um Gruppen bzw. Milieus miteinander vergleichen zu können und relevante Abweichungen vom Totalwert aller Befragten zu verdeutlichen, wurde jeweils ein Index berechnet:

$$\text{Index} = \frac{\text{Milieu in \%}}{\text{Total in \%}} * 100$$

Beispiel: Milieuergebnis: 40%, Total: 30% -> Index = 40%/30% = 133

Es gilt grundsätzlich :

Index > 100 ....überrepräsentiert

Index < 100 ....unterrepräsentiert

Für die Kennzeichnung relevanter Abweichungen wurden je nach Merkmalsausprägung die folgenden Indexgrenzen definiert:

Ergebnis liegt zwischen ...%	stark unterrepräsentiert bei Index...	stark überrepräsentiert bei Index...
>0-40	≤80	≥120
>40-60	≤85	≥115
>60-80	≤90	≥110
>80-100	≤95	≥105

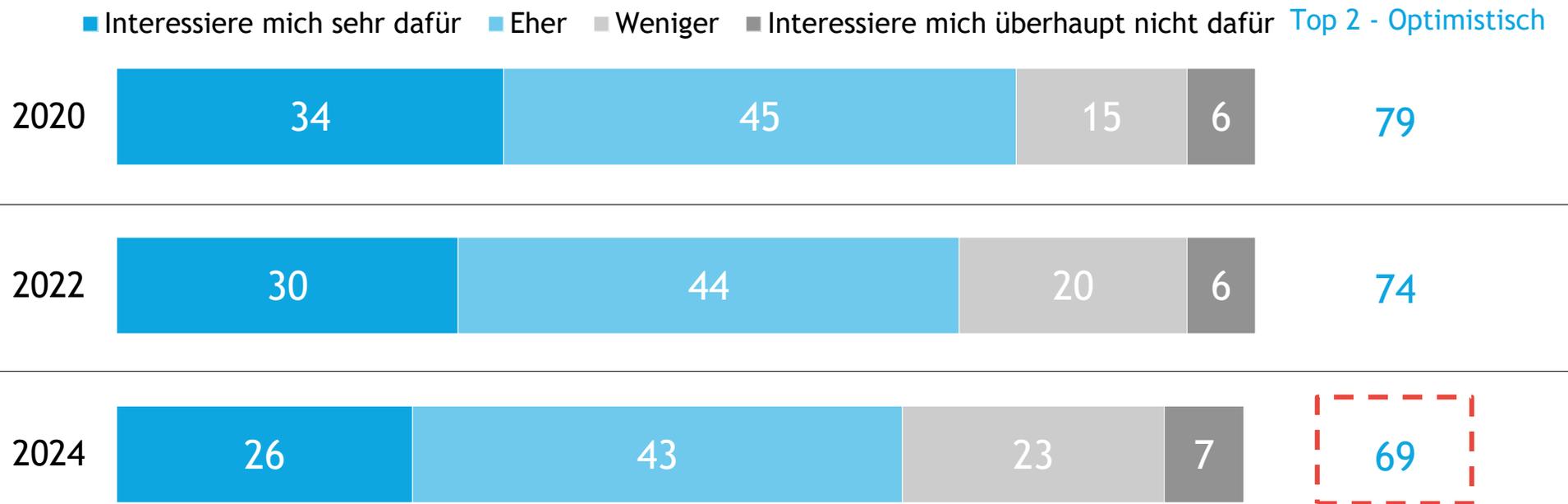
Dieses Merkmal ist im Milieu stark überrepräsentiert



Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

# Interesse am Thema „Klimawandel“ im Zeitvergleich

Das Themeninteresse hat erneut etwas nachgelassen.



Fr. 2: Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema?

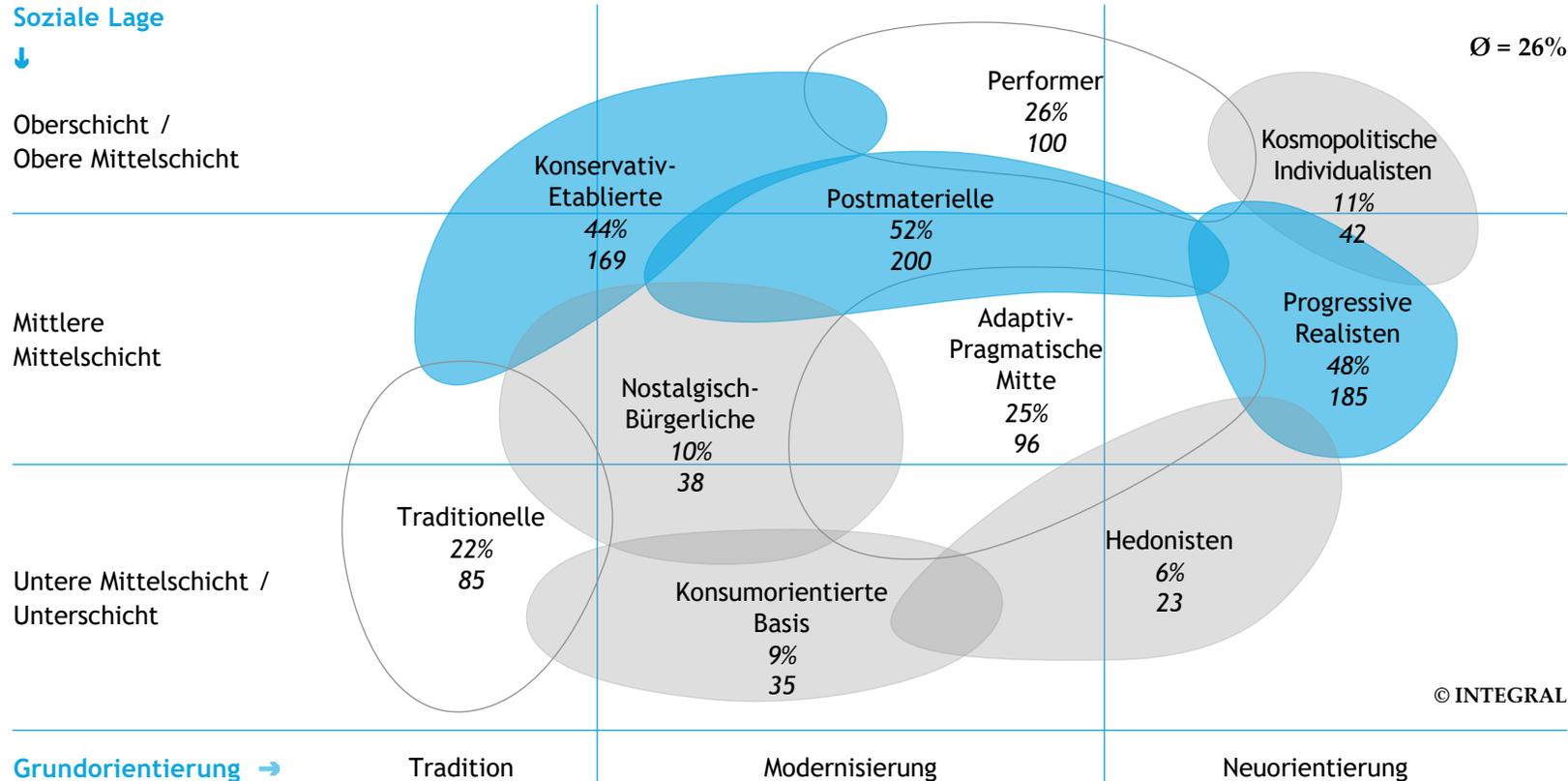
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Sehr interessiert am Thema „Klimawandel“

## TOP 1 auf 4er Skala



- Entsprechend ihrer milieuspezifischen Grundhaltung interessieren sich Konservativ-Etablierte, Progressive Realisten und Postmaterielle im Milieuvvergleich am stärksten für das Thema.
- Klar unterrepräsentiert sind die Nostalgisch-Bürgerlichen sowie die Konsumorientierte Basis.
- Erwartungsgemäß am wenigsten adressierbar erweist das Milieu der Hedonisten.

Fr. 2: Es gibt immer wieder Diskussionen über den Klimawandel, also die globale Erderwärmung. Wie sehr interessieren Sie sich persönlich für dieses Thema? - Interessiere mich sehr dafür      Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

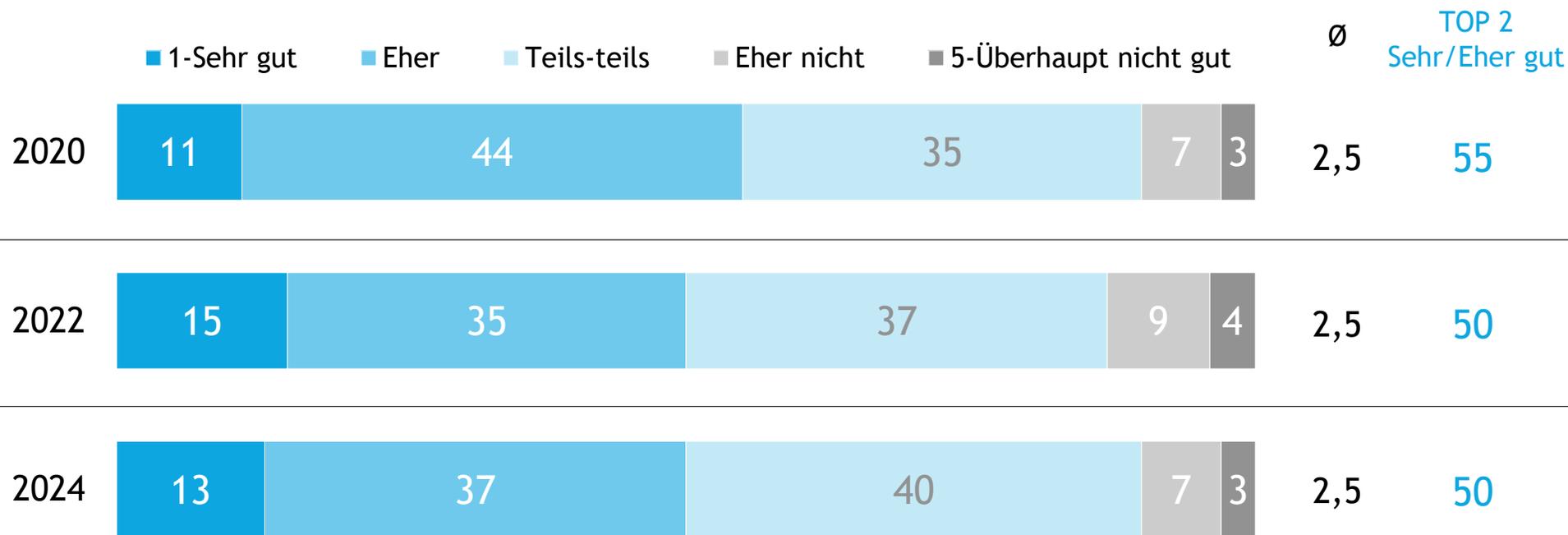
Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

■ Überdurchschnittlich  
□ Durchschnittlich  
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Infostand Klimawandel & Gegenmaßnahmen im Zeitvergleich

Der Anteil der subjektiv sehr gut Informierten ist gegenüber 2022 praktisch unverändert geblieben, jener der Schlecht- bzw. Uniformierten hat tendenziell abgenommen und erreicht nun wieder das Niveau von 2020.



Fr. 3: Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über das Thema „Klimawandel und Maßnahmen gegen den Klimawandel“ informiert?

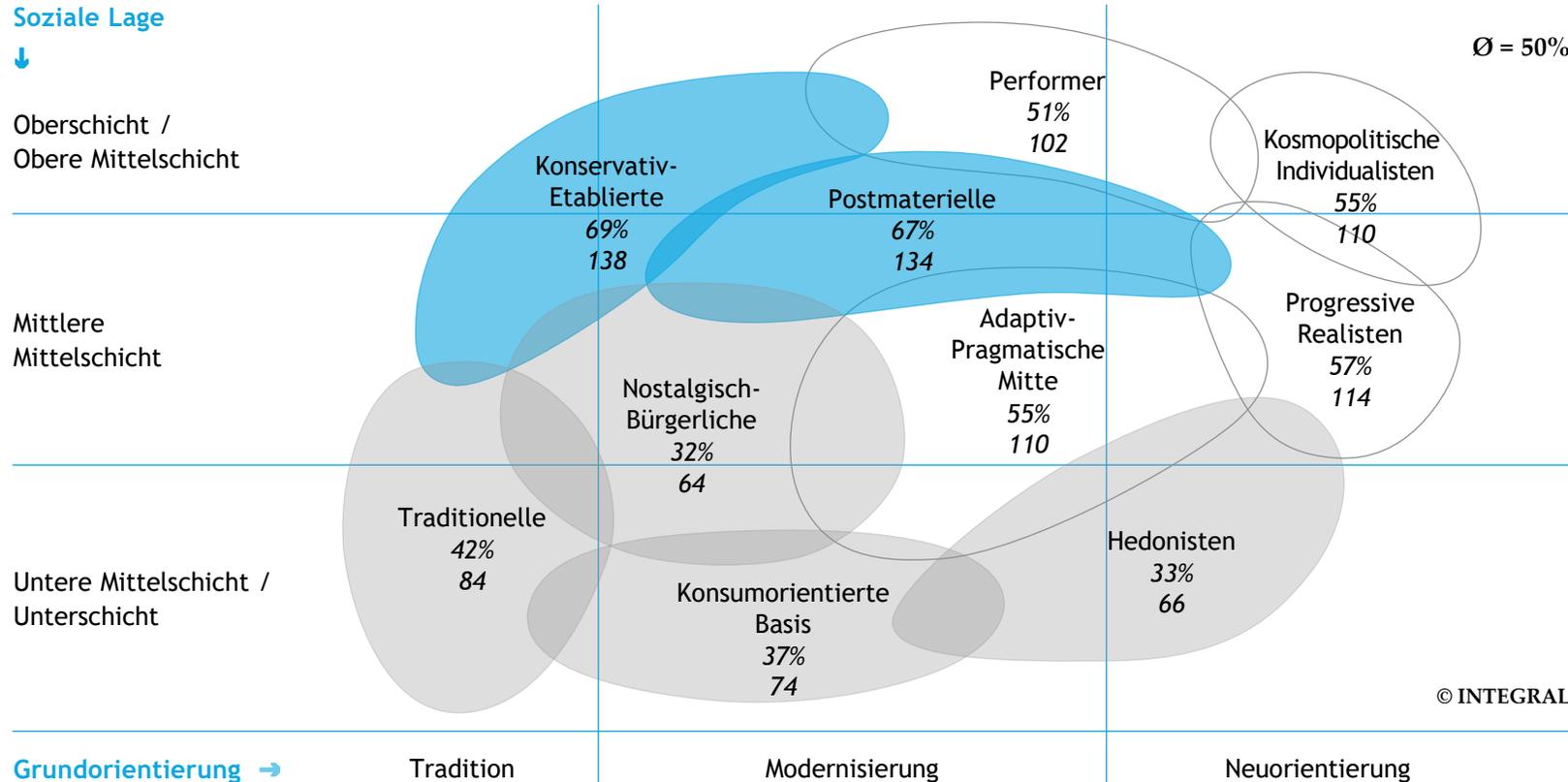
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Fühlen sich über das Thema sehr/eher gut informiert

## TOP 2 auf Schulnotenskala



- Das konservative Leitmilieu sowie Postmaterielle fühlen sich überdurchschnittlich gut informiert.
- Erneut schneiden die Nostalgisch-Bürgerlichen, die Konsumorientierte Basis sowie die Hedonisten unterdurchschnittlich ab.
- Aber auch die Traditionellen orten Informationslücken.

Fr. 3: Wie gut fühlen Sie sich persönlich ganz allgemein über das Thema „Klimawandel und Maßnahmen gegen den Klimawandel“ informiert? - TOP 2 Sehr/Eher gut

Angaben in % und Indexwerten (Ø = Index 100)

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Klimawandel hin oder her - mich beschäftigen ganz andere Dinge

TOP 1 auf 4er Skala - stimme voll und ganz zu

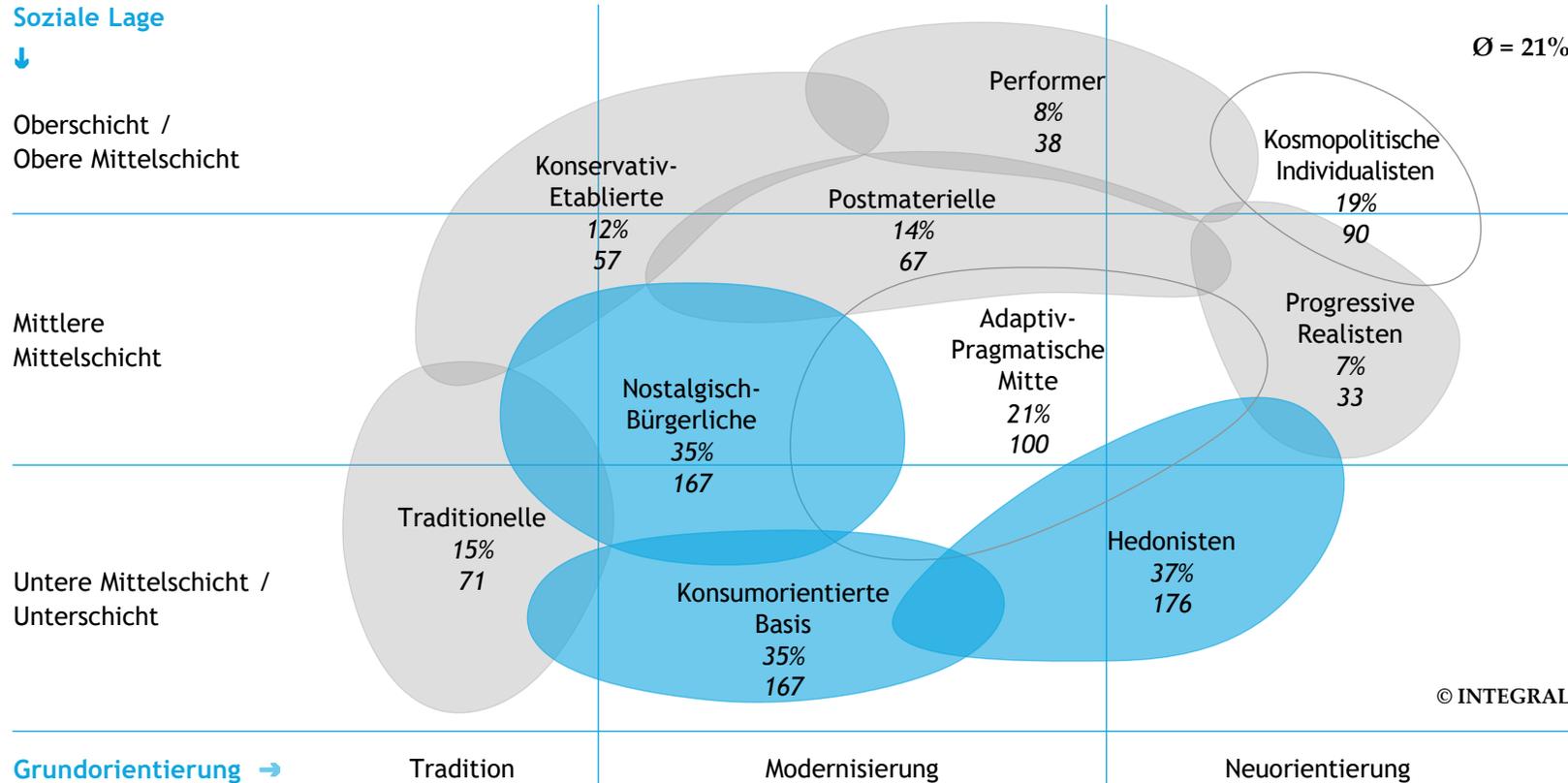
## Soziale Lage



Oberschicht /  
Obere Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /  
Unterschicht



- Die Milieus mit der relativ stärksten Distanz zum Themenkomplex Klimawandel haben überdurchschnittlich andere Themen auf ihrer Agenda.

Fr. 5: Hier sind ein paar Aussagen zum Thema Klimawandel, die man immer wieder hören kann. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?  
Klimawandel hin oder her - mich beschäftigen ganz andere Dinge - Stimme voll und ganz zu

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

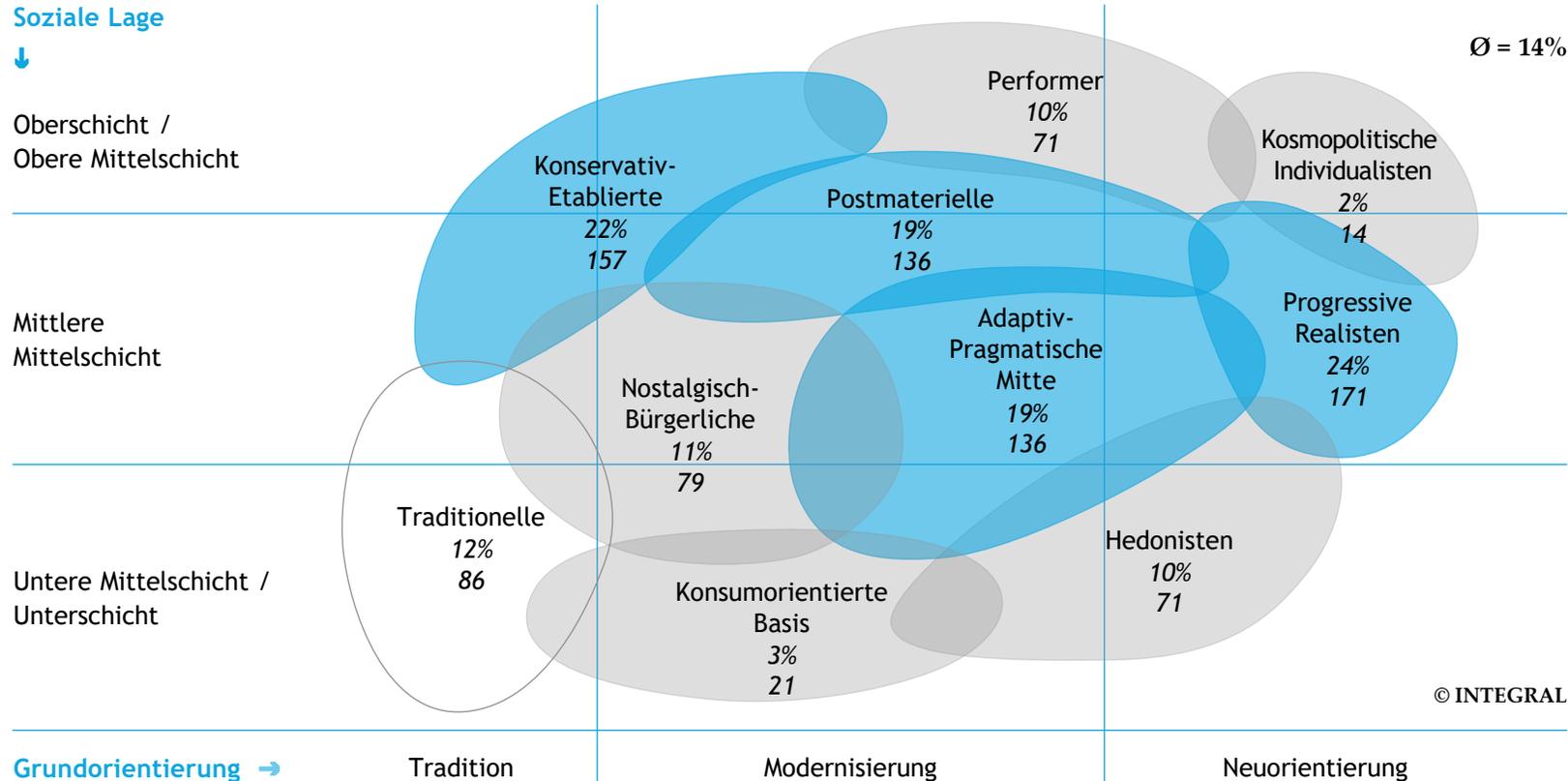
- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000  
Studie 7717. August 2024

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

# Der Klimawandel macht mir große Angst

TOP 1 auf 4er Skala - stimme voll und ganz zu



- Zwar gibt nur eine Minderheit an, große Angst vor dem Klimawandel zu haben - aber es zeigen sich klare Unterschiede nach Milieus: Am besorgtesten sind die die drei nachhaltigkeitsaffinen Milieus - aber auch die Adaptiv-Pragmatische Mitte.

Fr. 5: Hier sind ein paar Aussagen zum Thema Klimawandel, die man immer wieder hören kann. Wie sehr stimmen Sie diesen Aussagen zu?  
Der Klimawandel macht mir große Angst - Stimme voll und ganz zu

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

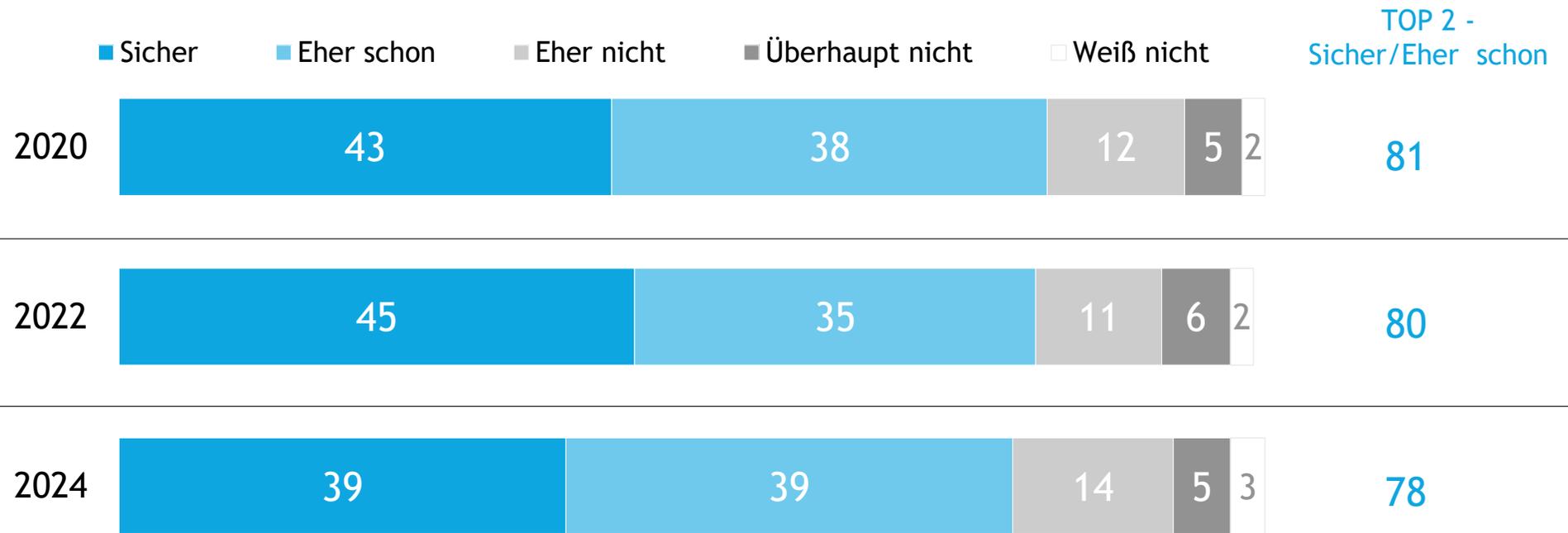
■ Überdurchschnittlich  
□ Durchschnittlich  
■ Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000  
Studie 7717. August 2024

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

# Zeitvergleich: Klimawandel ist Treiber von Hitzetagen und Wetterextremen

Der Top-Wert hat gegenüber 2020 bzw. 2022 abgenommen.



Fr. 6: In den letzten Jahren gab es einen Anstieg von Hitzetagen und Wetterextremen - wie Hagel, Sturm, Dürre oder Überflutungen. Glauben Sie, dass diese Phänomene mit dem Klimawandel in Zusammenhang stehen?

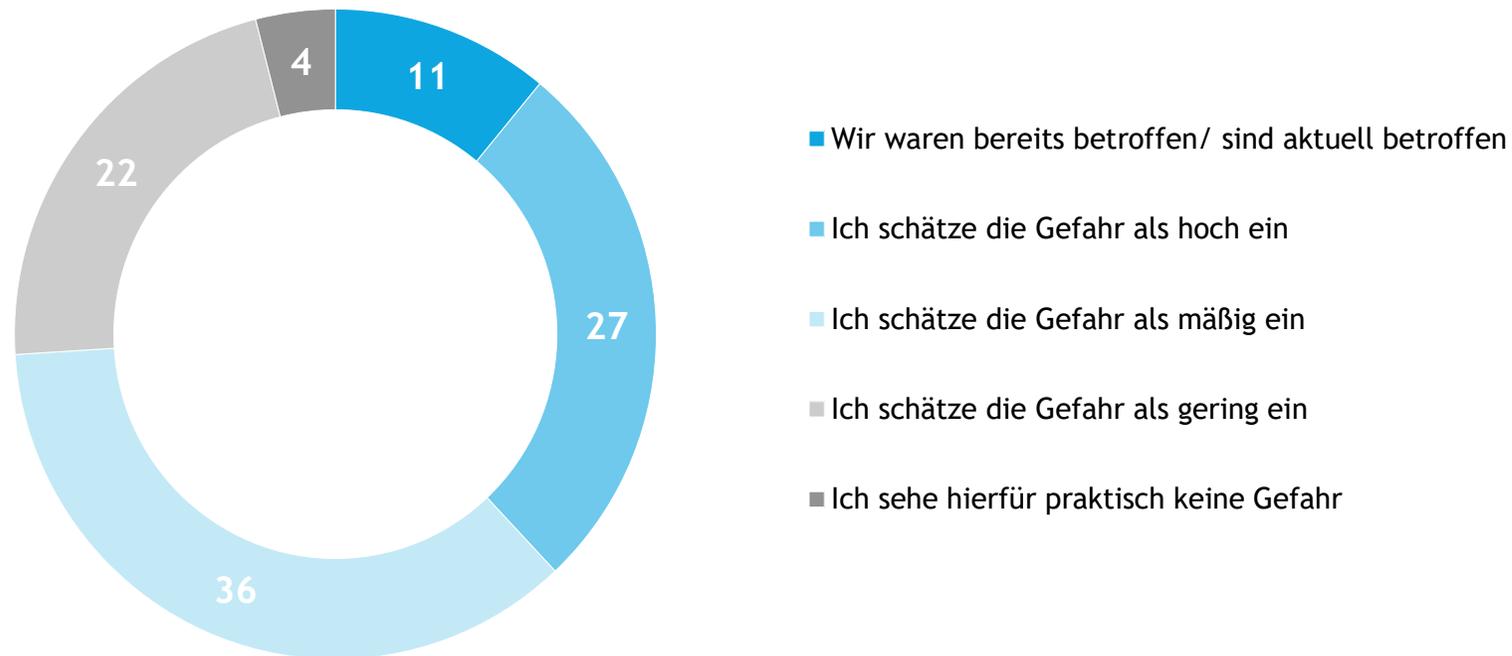
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Persönliche Betroffenheit bzw. Gefahrenabschätzung

Rund jede:r Zehnte gibt an, von Wetterextremen bereits betroffen gewesen zu sein. Ein Viertel stuft die persönliche Gefährdungslage bzw. die Gefährdungslage in der Nachbarschaft als hoch ein, knapp zwei Fünftel als mäßig hoch.



Fr. 3: Wie schätzen Sie die Gefahr ein, dass Sie selbst oder ihre Nachbarschaft von Schäden durch wetterbedingte Extremereignisse - wie Hochwasser, Hagel oder Sturm - betroffen sein könnten?

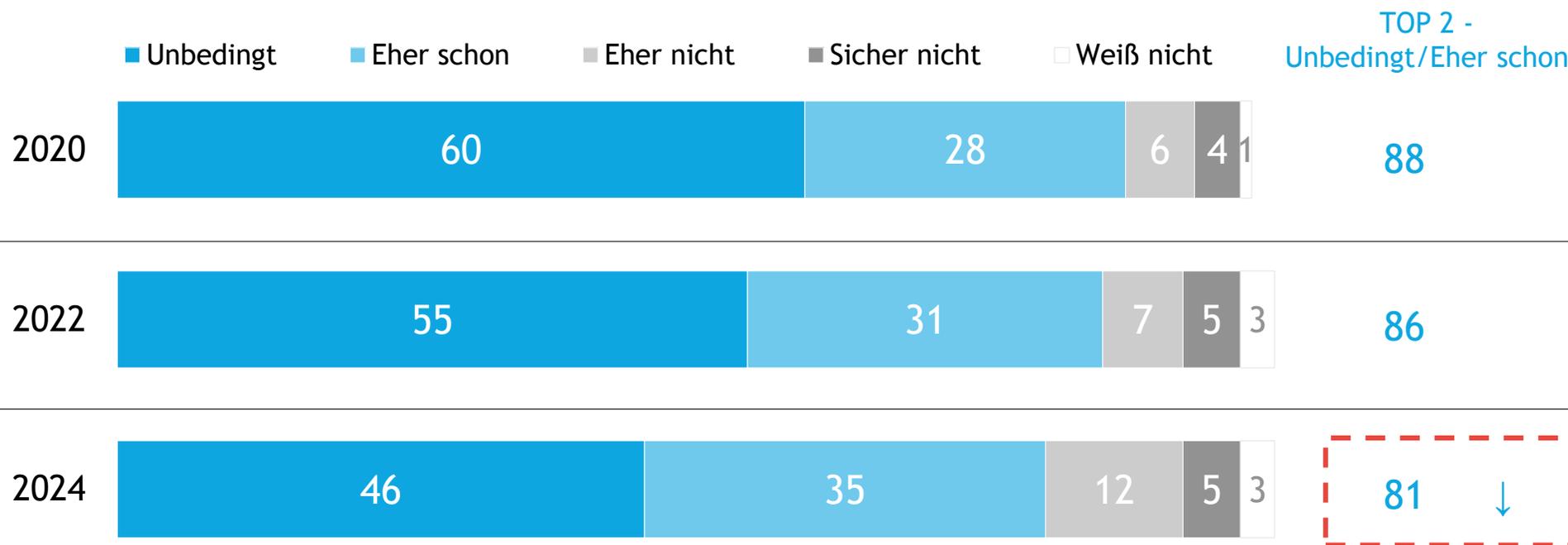
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Online Befragung, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich 16-75 Jahre, n=1.000  
Studie 7888, Befragungszeitraum: 2. bis 8. Oktober 2024

# Zeitvergleich: Sinnhaftigkeit von Maßnahmen gegen den Klimawandel

Die Zustimmung hat gegenüber 2022 deutlich abgenommen - bleibt aber auf hohem Niveau. Seit 2020 zeigt sich ein kontinuierlicher Rückgang der Top-Box sowie ein Anstieg der Skeptiker.



Fr. 7: Ist es Ihrer Meinung nach notwendig und sinnvoll, dass Maßnahmen gegen den Klimawandel getroffen werden?

↓↑ Signifikanter Unterschied gegenüber der Vormessung    Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Maßnahmen gegen den Klimawandel sind „unbedingt notwendig & sinnvoll“

TOP 1 auf 4er Skala - Ja, unbedingt

Soziale Lage

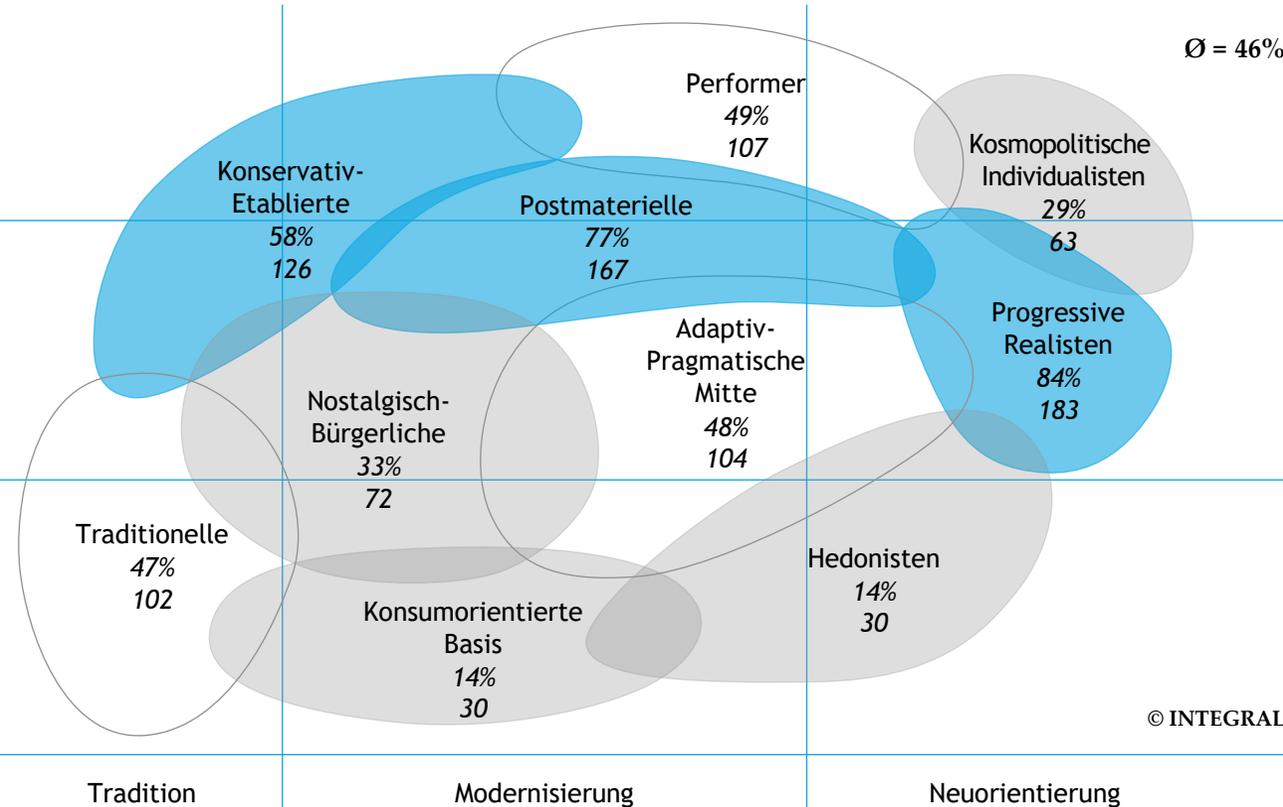


Oberschicht /  
Obere Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /  
Unterschicht

Grundorientierung →



- Auch in dieser Frage zeigen sich die klimawandel-sensibilisierten Milieus am stärksten davon überzeugt.
- Die Milieus der modernen Unterschicht sowie die Nostalgisch-Bürgerlichen stimmen hier nur in unterdurchschnittlichem Maße zu.

Fr. 7: Ist es Ihrer Meinung nach notwendig und sinnvoll, dass Maßnahmen gegen den Klimawandel getroffen werden? - Ja, unbedingt

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

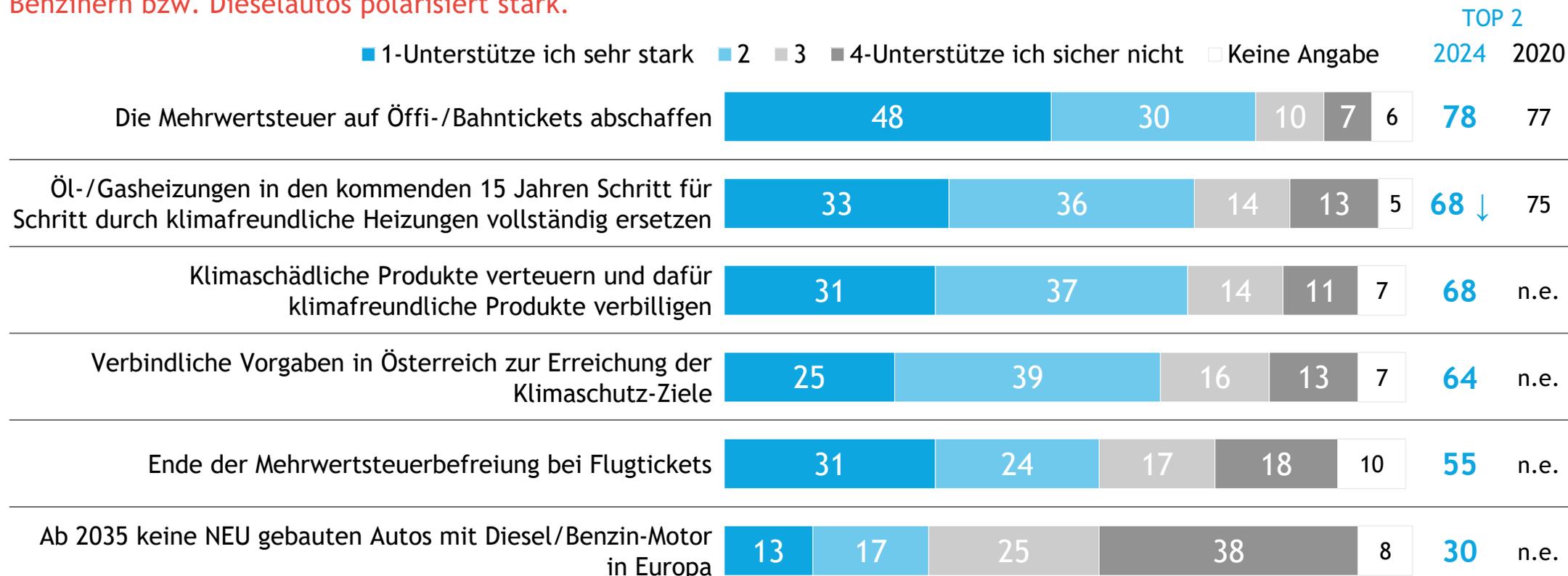
■ Überdurchschnittlich  
□ Durchschnittlich  
■ Unterdurchschnittlich

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)  
Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe,  
repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000  
Studie 7717. August 2024

© INTEGRAL

# Unterstützung politischer Maßnahmen

Die stärkste theoretische Unterstützung finden der Mehrwertsteuererlass auf Öffi-Tickets gefolgt von der Abschaffung von Öl- und Gasheizungen (hier zeigt sich jedoch ein Rückgang der Zustimmung) sowie Preismaßnahmen. Die Abschaffung von Benzinern bzw. Dieselaautos polarisiert stark.



Fr. 11: Wie sehr unterstützten Sie die folgenden politischen Maßnahmen?

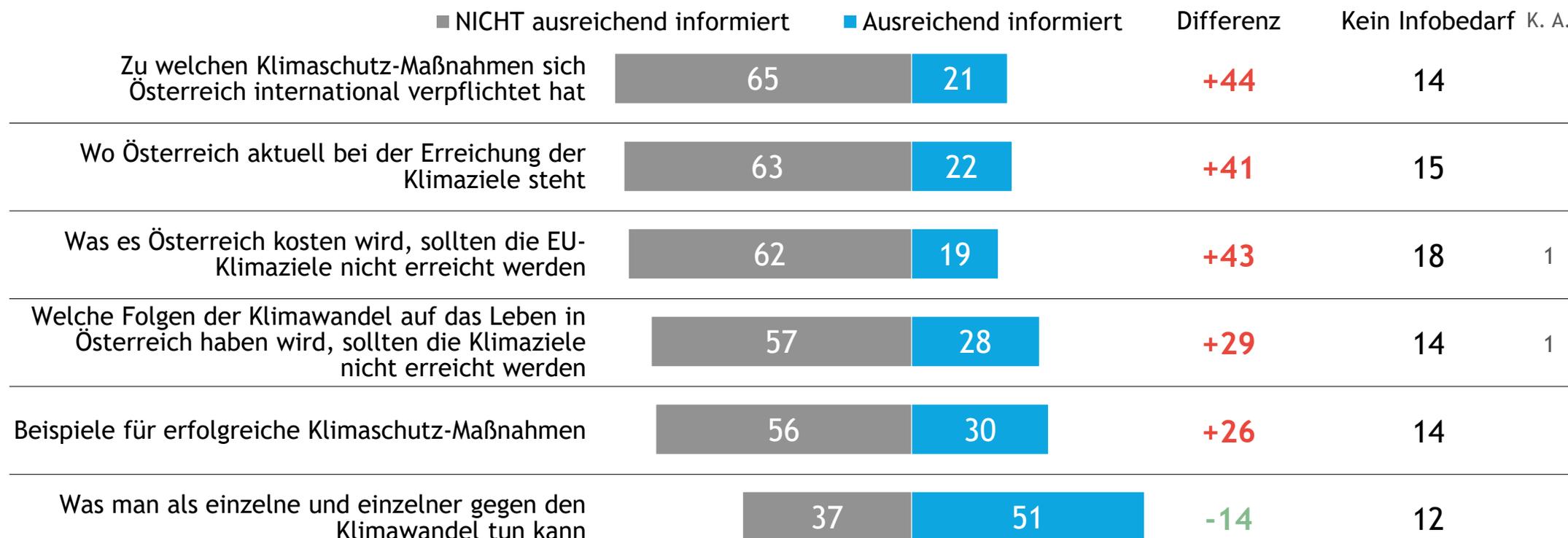
↓ Signifikanter Unterschied gegenüber der Vormessung    Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Informationsbedarf in Sachen Klimawandel

Es zeigt sich ein klares subjektives Informationsdefizit in allen Bereichen. Lediglich bei den persönlichen, individuellen Maßnahmen ergibt sich ein Überhang an Personen, die sich ausreichend informiert fühlen.



Fr. 15: In welchen der folgenden Bereiche fühlen Sie sich ausreichend informiert bzw. nicht ausreichend informiert?

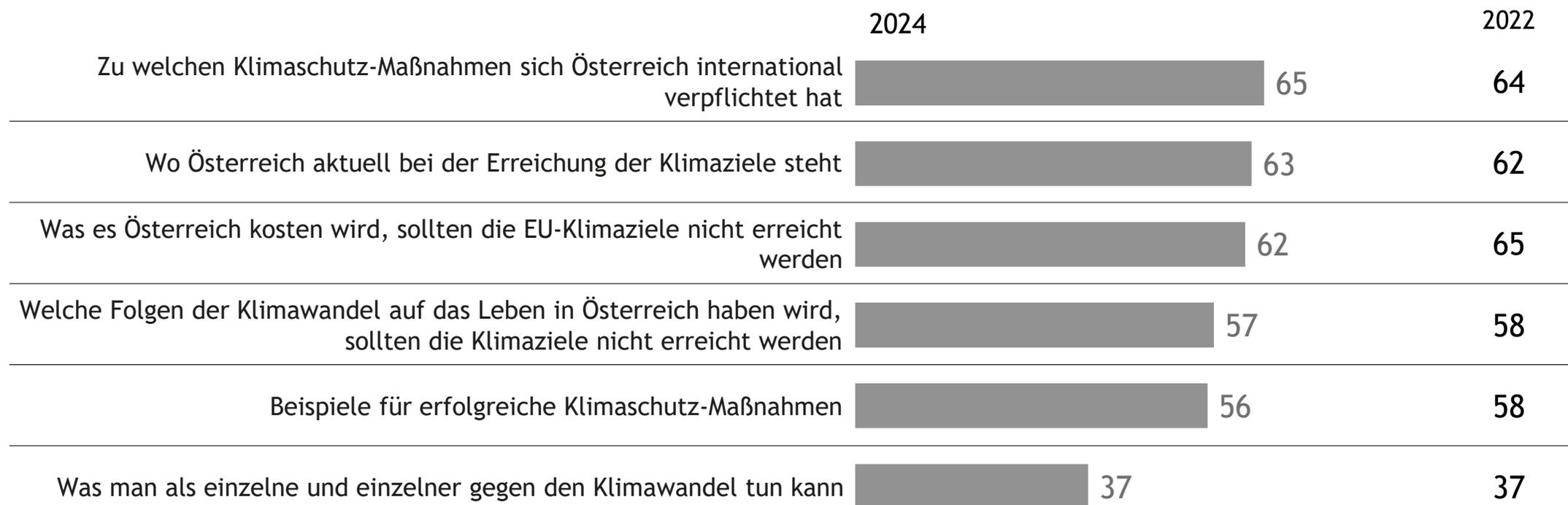
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Fühle mich NICHT ausreichend informiert im Zeitvergleich

Es zeigt sich erneut ein klares subjektives Informationsdefizit im Zusammenhang mit den Klimazielen, gefolgt vom Informationsbedarf in Sachen Folgen bei Nicht-Erreichen der Klimaziele sowie Beispielen erfolgreicher Klimaschutz-Maßnahmen.



Fr. 15: In welchen der folgenden Bereiche fühlen Sie sich ausreichend informiert bzw. nicht ausreichend informiert? - Fühle mich nicht ausreichend informiert

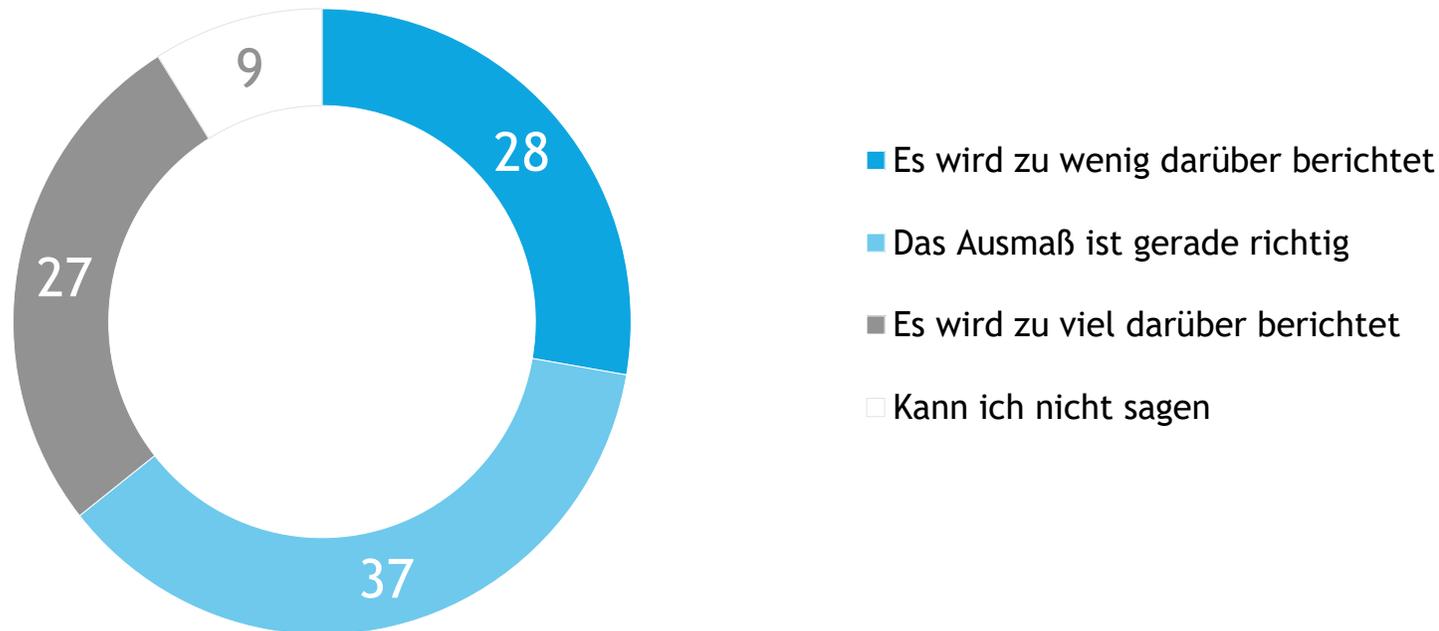
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Bewertung des Ausmaßes der Berichterstattung über das Thema „Klimaschutz & Klimawandel“

Das Ausmaß der Berichterstattung polarisiert stark. Nur rund zwei Fünftel finden das Ausmaß gerade richtig.



Fr. 16: Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Berichterstattung über das Thema „Klimaschutz & Klimawandel“ in den heimischen Medien alles in allem? Denken Sie dabei bitte an Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Magazine (egal ob Print oder Onlineausgaben) in Österreich.

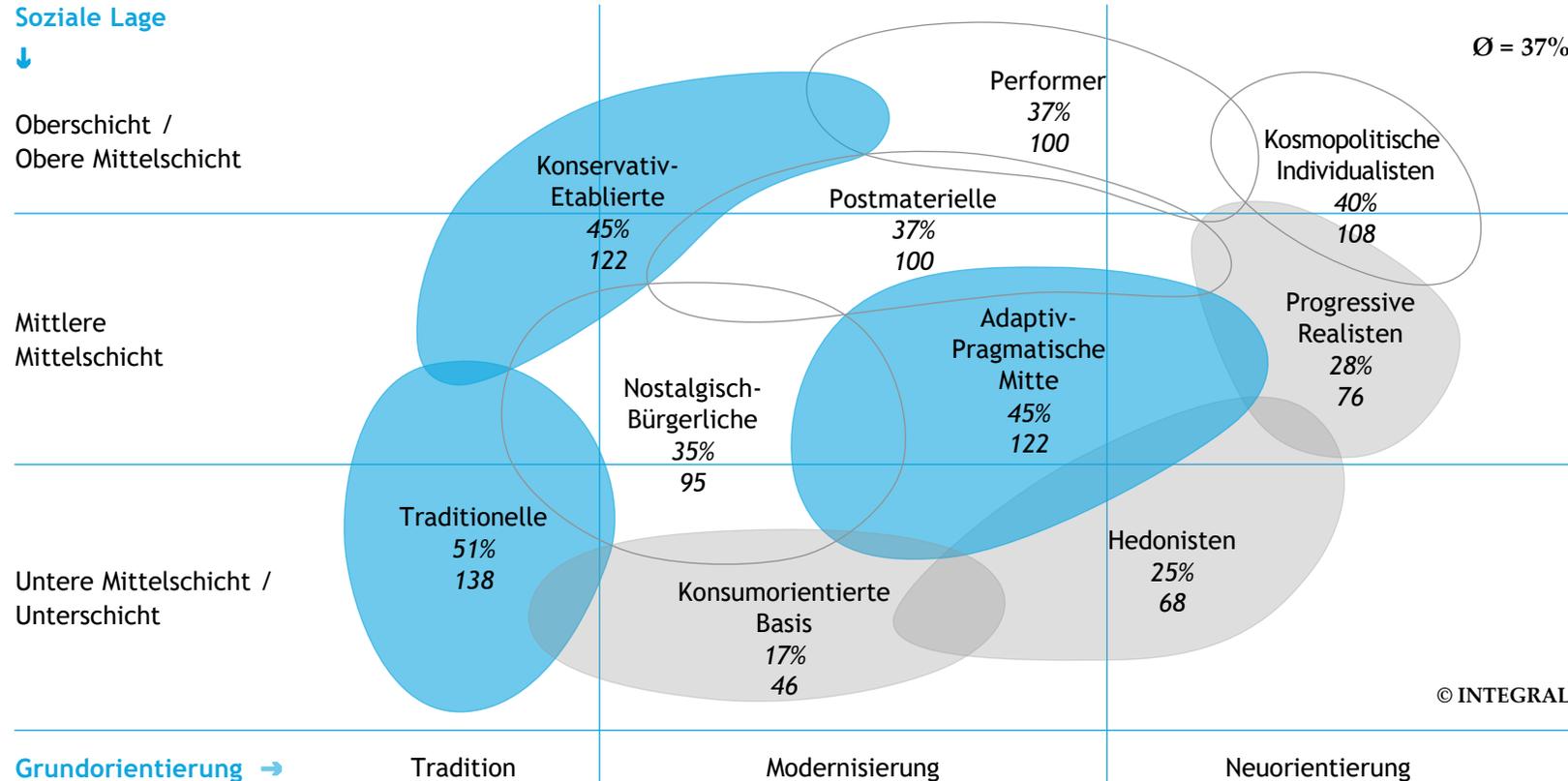
Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000  
Studie 7717. August 2024

# Ausmaß der Berichterstattung über „Klimaschutz & Klimawandel“

Das Ausmaß ist gerade richtig



- Als passend wird das Ausmaß insbesondere von Traditionellen, Adaptiv-Pragmatischen und Konservativ-Etablierten eingestuft.

Fr. 16: Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Berichterstattung über das Thema „Klimaschutz & Klimawandel“ in den heimischen Medien alles in allem? Denken Sie dabei bitte an Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Magazine (egal ob Print oder Onlineausgaben) in Österreich. - Das Ausmaß ist gerade richtig

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

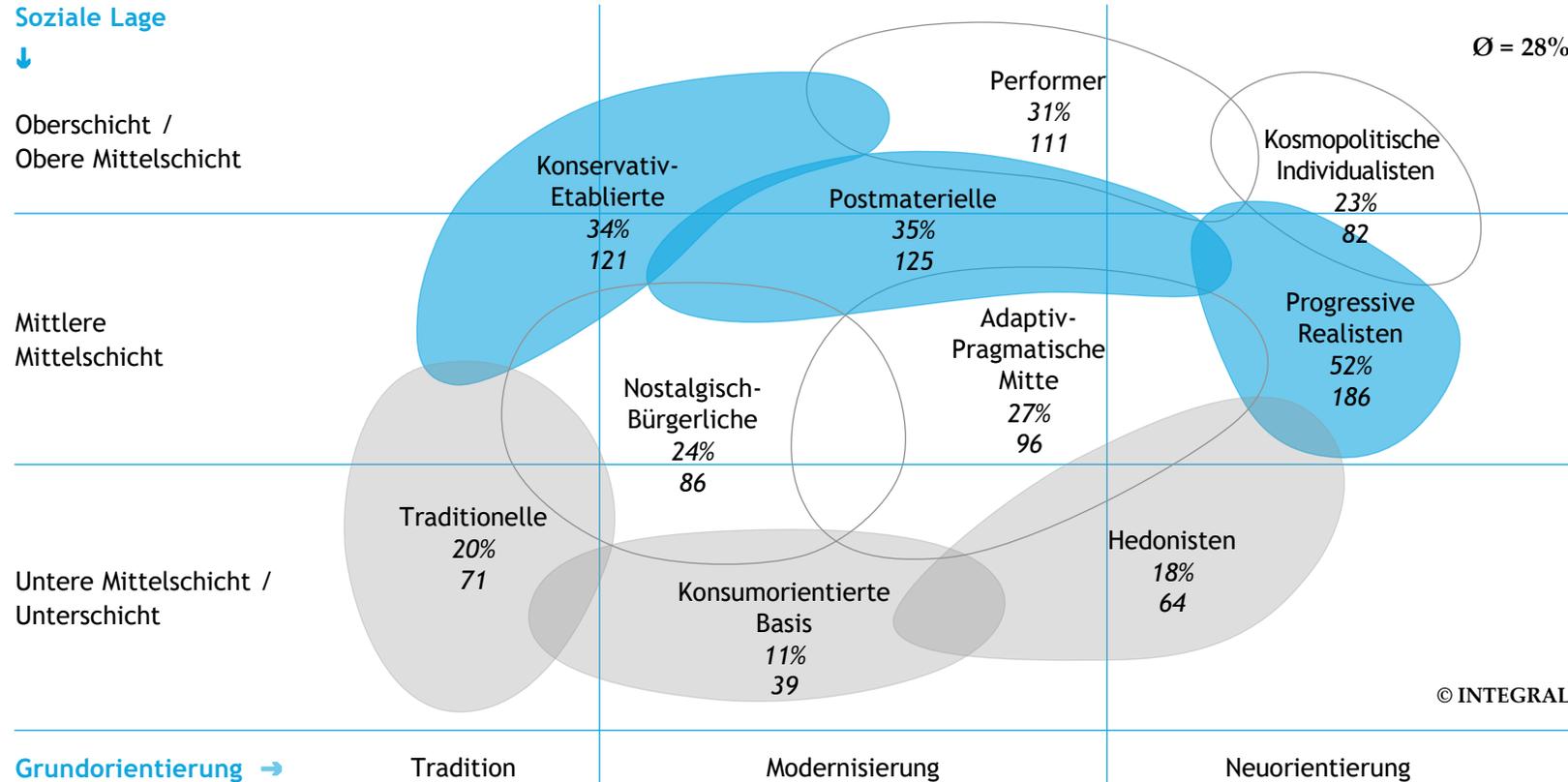
Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

Studie 7717. August 2024

# Ausmaß der Berichterstattung über „Klimaschutz & Klimawandel“

Es wird zu wenig darüber berichtet



- Die Hälfte der Progressiven Realisten betrachtet die Berichterstattung als nicht ausreichend.
- Bei Postmateriiellen und Konservativ-Etablierten ist es gut jede:r Dritte.

Fr. 16: Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Berichterstattung über das Thema „Klimaschutz & Klimawandel“ in den heimischen Medien alles in allem? Denken Sie dabei bitte an Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Magazine (egal ob Print oder Onlineausgaben) in Österreich. - Es wird zu wenig darüber berichtet

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

■ Überdurchschnittlich  
□ Durchschnittlich  
■ Unterdurchschnittlich

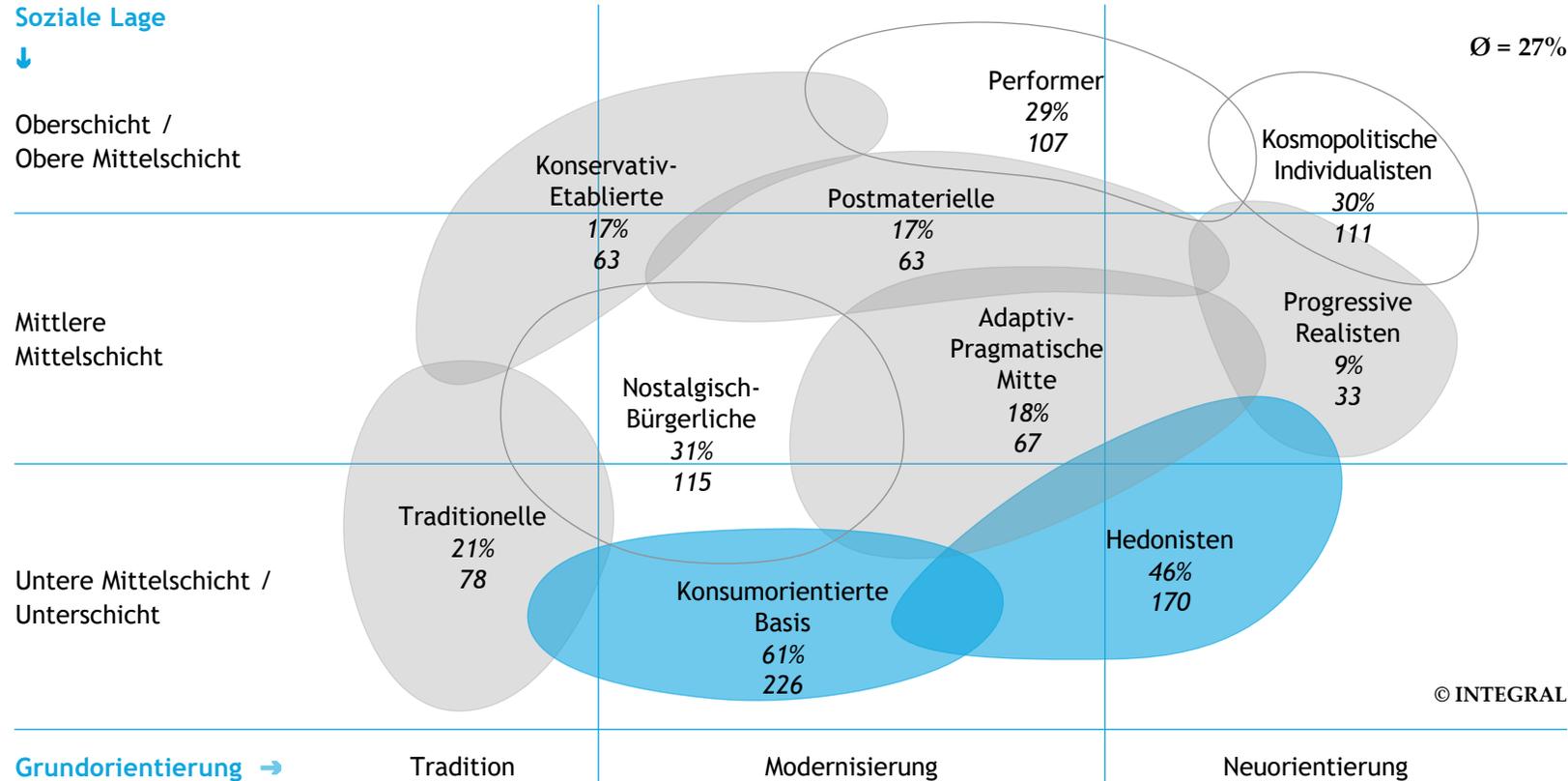
Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

Studie 7717. August 2024

# Ausmaß der Berichterstattung über „Klimaschutz & Klimawandel“

Es wird zu viel darüber berichtet



- Insbesondere die Konsumorientierte Basis betrachtet das Ausmaß als zu groß, gefolgt vom Milieu der Hedonisten.

Fr. 16: Wie beurteilen Sie das Ausmaß der Berichterstattung über das Thema „Klimaschutz & Klimawandel“ in den heimischen Medien alles in allem? Denken Sie dabei bitte an Fernsehen, Radio, Tageszeitungen und Magazine (egal ob Print oder Onlineausgaben) in Österreich. - Es wird zu viel darüber berichtet

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

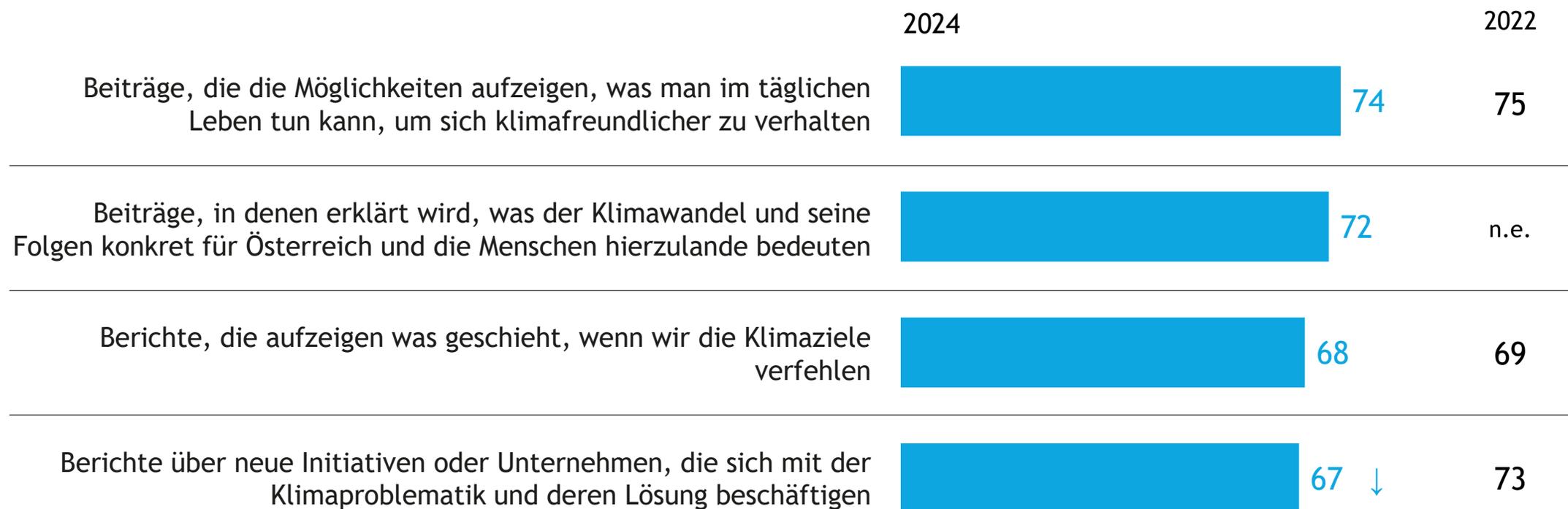
Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

Studie 7717. August 2024

# Präferierte Medien-Angebote zu „Klimaschutz & Klimawandel“

Das Themeninteresse ist vielfältig und anhaltend. Das Interesse an Beiträgen über Stakeholder, die sich mit der Klimaproblematik und deren Lösung beschäftigen, hat gegenüber 2022 zwar deutlich nachgelassen - liegt aber immer noch bei zwei Drittel.



Fr. 18: Ich nenne Ihnen nun unterschiedliche Themen bzw. Sendungsformate. Welche dieser Info-Angebote würden Sie gerne nutzen?

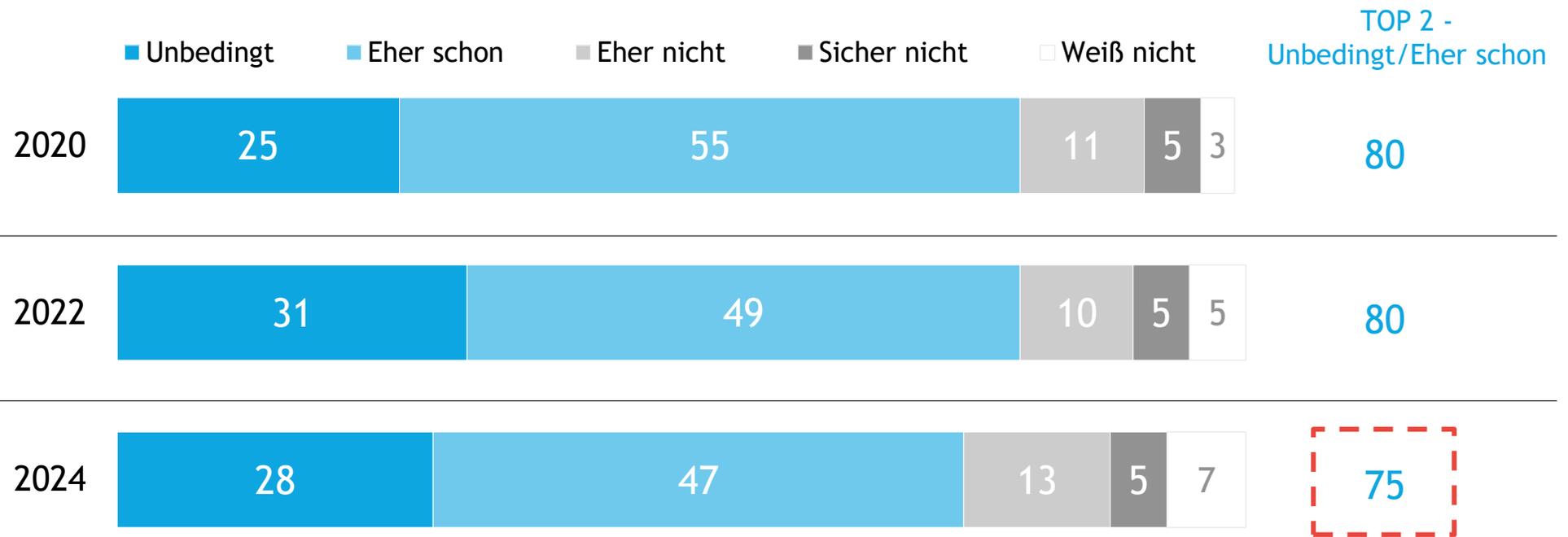
↓↑ Signifikanter Unterschied gegenüber der Vormessung    Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000  
Studie 7717. August 2024

# Zeitvergleich: Bereitschaft zum klimafreundlicheren Verhalten

Die Absicht, sich künftig klimafreundlicher zu verhalten, ist gegenüber 2022 etwas zurückgegangen.



Fr. 21: Haben Sie vor, sich in Zukunft klimafreundlicher zu verhalten?

Angaben in %

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

# Haben „unbedingt“ vor, sich in Zukunft klimafreundlicher zu verhalten

## TOP 1 auf 4er Skala

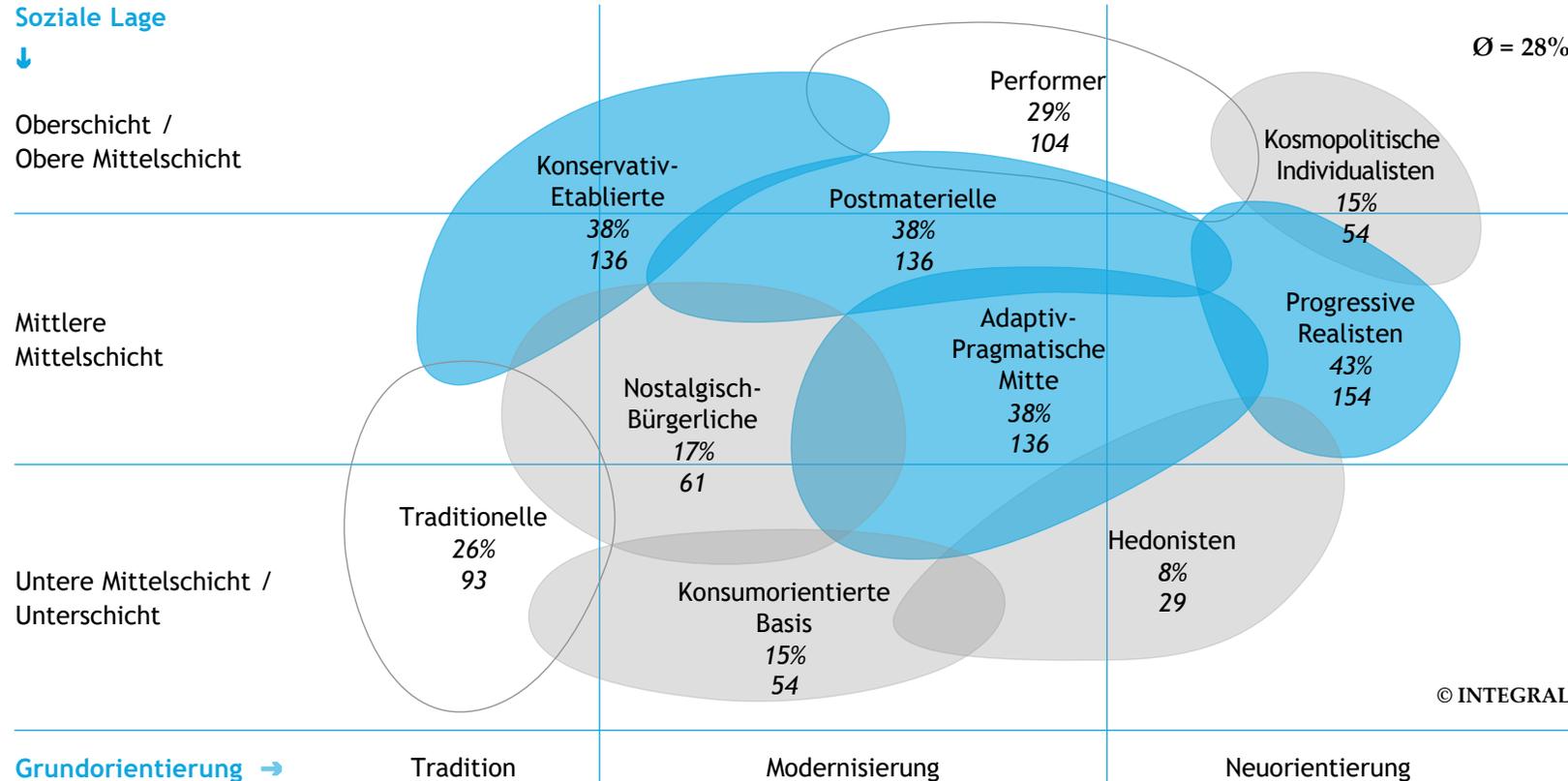
### Soziale Lage



Oberschicht /  
Obere Mittelschicht

Mittlere  
Mittelschicht

Untere Mittelschicht /  
Unterschicht



- Überdurchschnittlich starke Bereitschaft zu einem klimafreundlicheren Verhalten weisen die Progressiven Realisten, Konservativ-Etablierten und Postmaterielle auf.
- Aber auch die Adaptiv-Pragmatische Mitte zeigt sich überdurchschnittlich stark motiviert.

Fr. 21: Haben Sie vor, sich in Zukunft klimafreundlicher zu verhalten? - Unbedingt

Basis: Alle Befragten  
n= 1.000

- Überdurchschnittlich
- Durchschnittlich
- Unterdurchschnittlich

Quelle: INTEGRAL, Kombination aus telefonischer und Online Stichprobe, repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 16 Jahren, n=1.000 Studie 7717. August 2024

Angaben in % und Indexwerten  
(Ø = Index 100)

# Fazit

- Große Mehrheit (69%) ist nach wie vor am Thema „Klimawandel“ interessiert und sieht die Notwendigkeit konkreter Gegenmaßnahmen (81%)
- Gewisse „Ent-Dramatisierung“ (weniger persönliche Betroffenheit & Dringlichkeit des Handelns) - siehe Krisenwahrnehmungen & Alltagsprobleme (wie Teuerung)
- Klare Mehrheiten fordern weiterhin politische Maßnahmen
- Große Mehrheit ist zu Verhaltensänderungen grundsätzlich bereit (75%) - es braucht aber Aufklärungsbedarf über deren Wirksamkeit
- Weiterhin hoher Informationsbedarf
- Polarisierung zwischen den klimabesorgten und klimadistanten Sinus-Milieus hat zugenommen
- Aktivste Proponenten bleiben Progressive Realisten, gefolgt vom Milieu der Postmateriellen
- Zentrales Milieu: Adaptiv-Pragmatische Mitte
  - Hat Vorbildwirkung für die Milieus der (unteren) Mitte
  - Ist besorgt und grundsätzlich veränderungswillig
  - Benötigt klare Anleitungen und Empfehlungen
  - Verlangt staatliche Regeln und Schutz
  - Der Nutzen und die Vorteile von Klimaschutzmaßnahmen müssen klar und nachvollziehbar argumentiert werden

integral:

© Copyright

INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H.

Die enthaltenen Bilder sind Eigentum der INTEGRAL GmbH bzw. Pixabay, Pexels und iStock und unterliegen den Lizenzbestimmungen dieser Unternehmen. Die Bilder dürfen weder veröffentlicht noch an Dritte weiter gegeben werden.

Diese Studie wurde entsprechend der  
Qualitätsrichtlinien des Verbands der  
Markt- und Meinungsforschungsinstitute  
Österreichs durchgeführt.

