



## Übersicht co2online-Klimabarometer 04/09

- **Index: Klimagipfel steigert öffentliches Interesse für die Themen Klimaschutz, Klimawandel und Energiesparen im vierten Quartal 2009 deutlich**
- **Höhere Erwartung an Klimagipfel: Mehr als jeder Zweite (56 Prozent der Befragten) erhoffte sich ein Nachfolgeabkommen zum Kyoto-Protokoll**
- **Klimagipfel und begleitende Berichterstattung lösten direkte Verhaltensmaßnahmen bei Verbrauchern aus**
- **Mehrheit der Verbraucher würde 500 Euro in moderne Heizungstechnik (29 Prozent) oder Bürgersolaranlagen (26 Prozent) investieren**

### 1 Klima-Barometer-Index:

#### Klimaschutz-Thematik im vierten Quartal 09 überdurchschnittlich präsent

Ein Rückblick auf das große Thema des letzten Quartals: der Klimagipfel in Kopenhagen. Nach Einschätzung der meisten Kommentatoren war der Gipfel kein Erfolg. Das Abschlussdokument, in dem Maßnahmen zur Begrenzung der Temperaturerhöhung um maximal 2 Grad gegenüber dem Stand vor der Industrialisierung als notwendig erachtet werden, wurde von der Vollversammlung lediglich „zur Kenntnis genommen“.

Außerhalb der Konferenzräume jedoch zeichnet sich durchaus ein Erfolg ab. Der neue Index des Klima-Barometers zeigt: Der Klimagipfel steigerte das öffentliche Interesse an den Themen Klimaschutz, Klimawandel und Energiesparen deutlich. Anhand von vier Indikatoren (Einschätzung von Experten, Medienpräsenz, Suchmaschinen-Nachfrage, Nutzung der Energiespar-Ratgeber der Klimaschutzkampagne) misst der Index das öffentliche Interesse und die Stimmung in der Bevölkerung. Der aktuelle Indexwert liegt mit 110 über dem Durchschnitt von 100 Punkten.





Besonders hoch fällt die Einschätzung der befragten Klimaschutz-Experten aus Wissenschaft und Forschung, Fachmedien, Organisationen und Politik zur Stimmung in der Bevölkerung sowie zur Nachfrage ihrer Expertise mit 143 Punkten aus. Insgesamt 44 Experten gaben ihre Bewertung für das vierte Quartal 2009 ab. Ihre überwiegende Einschätzung: Das Thema Klimaschutz ist durch den Klimagipfel wieder in den Mittelpunkt der öffentlichen Debatte gerückt.

Auch die Medienpräsenz lag mit 120 Punkten deutlich über dem Durchschnitt. Die Medien berichteten im vergangenen Quartal nicht nur vermehrt über den Klimawandel, die Qualität der Berichterstattung hat sich außerdem erhöht, so Dr. Imme Scholz vom Deutschen Institut für Entwicklungspolitik. „Es ist wichtig, dass nicht länger nur drohende Katastrophen vermeldet, sondern die Zusammenhänge zwischen Klimawandel und -schutz und Wirtschafts- und Entwicklungspolitik in vielen Printmedien differenziert diskutiert werden.“

## 2 Monatstrends: Höhere Erwartung an den Gipfel / Klimaschutz fängt zu Hause an

Neben dem Index ermittelt das Klima-Barometer einzelne Monatstrends. Dazu wird monatlich eine Frage zu aktuellen Ereignissen oder Entwicklungen gestellt.

Im Vorfeld des Klimagipfels hatten einige Experten von einer der letzten Chancen gesprochen, die Klimaerwärmung noch in kontrollierte Bahnen zu lenken. Gleichzeitig bestand die Befürchtung, dass es der Staatengemeinschaft nicht gelingen könnte, sich auf ein Abkommen zu einigen. Diese Gemengelage spiegelt sich auch in der Erwartung der Bevölkerung wider, die das Klima-Barometer vor dem Start des Gipfels ermittelte:

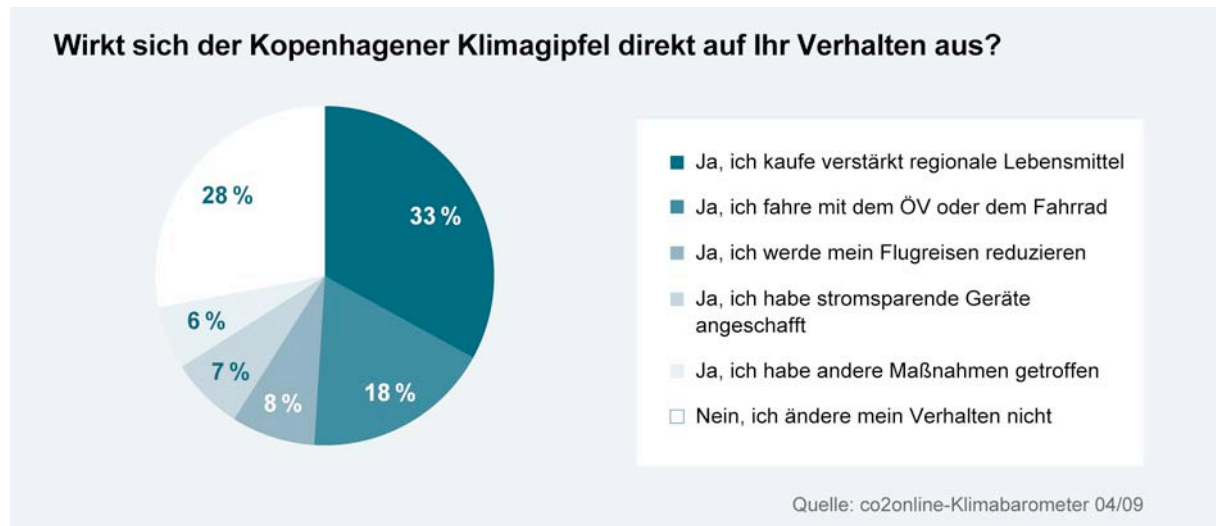
### Monatstrend: Vor dem Gipfel



Insgesamt rechneten 56 Prozent mit einem Folgeabkommen zum Kyoto-Protokoll: 7 Prozent erwarteten zum Zeitpunkt der Befragung sogar ein Abkommen mit wirklich ehrgeizigen Zielen, 49 Prozent hielten ein Abkommen mit vielen Eingeständnissen für wahrscheinlich. Die Erwartungen der Mehrheit der Befragten gingen also über das tatsächlich erreichte Ergebnis in Kopenhagen hinaus.



### Monatstrend: Während des Gipfels



Mit dem Klimagipfel in Kopenhagen stieg nicht allein das Interesse für den Klimaschutz. Das Klima-Barometer fragte nach dem direkten Einfluss des Gipfels und der begleitenden Berichterstattung auf das Verhalten des einzelnen Verbrauchers. Das Ergebnis zeigt: Eine große Mehrheit weiß, Klimaschutz fängt zu Hause an und kleine Maßnahmen, die ohne größeren Aufwand zu realisieren sind, zeigen oft große Wirkung.

33 Prozent gaben an, sie kaufen jetzt mehr regionale Lebensmittel. 18 Prozent nutzen öfter regionale Verkehrsmittel oder das Fahrrad. Beides sind Maßnahmen mit einem relativ geringen Kostenaufwand, aber einem positiven Effekt auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz. Insgesamt wirkte sich der Klimagipfel positiv auf das Verhalten einer großen Mehrheit von 72 Prozent der Befragten aus.

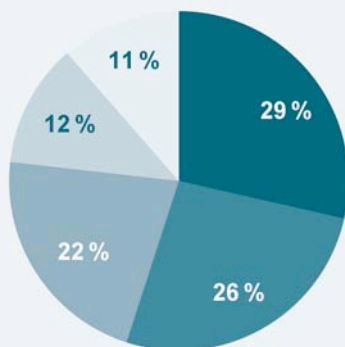


## Monatstrend: Nach dem Gipfel

Die fehlende Bereitschaft der Politik, sich in Kopenhagen auf verbindliche Ziele zu einigen, machte erneut deutlich: es kommt auf die Bürger an. Jeder Einzelne kann unabhängig von politischen Entscheidungen jederzeit einen Beitrag zum Klimaschutz leisten oder sich mit anderen zusammenschließen und aktiv werden. Ein Trend, der sich im vergangenen Quartal weiter verstärkte. Manfred Kriener vom zeo2 Magazin erkennt bereits eine „Volksbewegung gegen den Klimagau. Damit meine ich Hunderte kleiner Projekte und Initiativen, die gegen CO<sub>2</sub>-Emissionen mobil machen - mit teilweise verblüffenden Aktionen. Das reicht vom Umweltkino, wo die Leute auf stationären Spezialrädern ihren eigenen Strom für den Filmprojektor erzeugen bis hin zur ersten klimaneutralen Musik-CD-Produktion. Solche Initiativen von Bürgern, Unternehmen oder Kommunen finden sich in wachsender Zahl auf der ganzen Welt. Sie alle haben längst ihr persönliches Kyoto-Protokoll in die Tat umgesetzt.“

Der Trend zu gemeinschaftlichen Initiativen zeigt sich auch bei den gewählten Klimaschutzmaßnahmen, die die Befragten mit 500 Euro ergreifen würden. 26 Prozent denken an eine Investition in eine Bürgersolaranlage. Der Erwerb einer hocheffizienten Heizungspumpe findet mit 29 Prozent den meisten Zuspruch:

### Welche Klimaschutzmaßnahmen würden Sie treffen, wenn Sie 500 Euro zur Verfügung hätten?



- Hocheffiziente Heizungspumpe einsetzen
- In eine Bürgersolaranlage o. ä. investieren
- A++ Kühlschrank kaufen
- Thermostatventile & Energiesparlampe anschaffen
- Fahrrad kaufen

Quelle: co2online-Klimabarometer 04/09



### 3 Das neue Klima-Barometer

Das Klima-Barometer ermittelt quartalsweise die Einstellung der Bevölkerung gegenüber aktuellen Themen zum Klimaschutz, Klimawandel und zur Energiesituation sowie das öffentliche Interesse an diesen Themen. Durch seine regelmäßige Aktualisierung zeigt es Reaktionen auf Politik, Energiepreisentwicklung und besondere Klimaereignisse an.

Die Besucher der Kampagnenwebsites der gemeinnützigen co2online GmbH beantworten jeden Monat eine aktuelle Frage. Neben diesen Monatstrends enthält das Klima-Barometer einen quartalsweise fortgeschriebenen Index. Er basiert auf einer Auswertung von vier relevanten Indikatoren. Der erste Indikator ist die Experteneinschätzung zum Interesse in der Bevölkerung am Klimaschutz und zur Höhe der Nachfrage nach ihrer Expertise zum Thema. Die Experten aus Wissenschaft und Forschung, Fachmedien, Organisationen und Politik geben dazu ihre persönliche Bewertung in einem kurzen Online-Fragebogen ab. Als zweiter Indikator dient die Anzahl der Medien-Beiträge im betreffenden Quartal zu den Themen Klimawandel, Klimaschutz und Energiesparen. Der dritte Indikator ist das Interesse der Internetöffentlichkeit, gemessen an der Häufigkeit der Suchbegriffe Klimawandel, Klimaschutz und Energiesparen bei Google. Der vierte Indikator ergibt sich aus der Nutzungsfrequenz ausgewählter Ratgeber der Klimaschutzkampagne zu Energiesparmaßnahmen und Energieeffizienz. Die einzelnen Indikatoren werden in einen Indexwert umgerechnet, der sich um den Durchschnittswert von 100 Punkten bewegt.

Herausgeber des Klima-Barometers ist die co2online gemeinnützige Beratungsgesellschaft mbH. co2online setzt sich für die Senkung des klimaschädlichen CO<sub>2</sub>-Ausstoßes ein. Mit interaktiven Energiespar-Ratgebern, einem Energiesparkonto, Heizspiegeln, einem Klima-Quiz sowie Portalpartnern aus Wirtschaft, Medien, Wissenschaft, Politik und Verwaltung motiviert sie den Einzelnen, mit aktivem Klimaschutz auch Geld zu sparen. co2online ist Träger der Kampagne „Klima sucht Schutz“ ([www.klima-sucht-schutz.de](http://www.klima-sucht-schutz.de)), der „Heizspiegelkampagne“ ([www.heizspiegel.de](http://www.heizspiegel.de)), der „Pumpenkampagne“ ([www.sparpumpe.de](http://www.sparpumpe.de)) und des „Energiesparclubs“ ([www.energiesparclub.de](http://www.energiesparclub.de)). Alle Kampagnen werden durch das Bundesumweltministerium gefördert.

Zeitraum der aktuellen Befragung: 4. Quartal 2009

Datenbasis: 700 Teilnehmer

Erscheinungsdatum: Februar 2010

**Kontakt:** Dr. Malte Friedrich · Projektleitung Evaluation  
co2online gemeinnützige GmbH · Hochkirchstr. 9 · 10829 Berlin · E-Mail:  
[malte.friedrich@co2online.de](mailto:malte.friedrich@co2online.de)