

Wahrnehmung von klimaneutralen Produkten

Repräsentative Online-Befragung für die
Verbraucherzentrale NRW

Heidelberg, 12.08.2022



Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe

Wahrnehmung von klimaneutralen Produkten

Inhalt

1. Hintergrund & Zielsetzung	3
2. Studienergebnisse im Überblick	5
3. Studienergebnisse im Detail	10
4. Studiendesign, Stichprobenstruktur	24



01
Hintergrund &
Zielsetzung

Hintergrund & Zielsetzung

- Auf immer mehr Produkten wird mit der Auszeichnung „klimaneutral“ geworben. Die Aussage ist gesetzlich nicht geschützt, es gibt weder eine einheitliche Definition noch eine Überprüfung durch unabhängige Stellen. In der derzeit marktgängigen Verwendung bedeutet „klimaneutral“ in der Regel, dass für ein Produkt eine CO₂-Bilanz erstellt wurde und entstandene Emissionen durch Zahlungen an (meist internationale) Klimaschutzprojekte kompensiert wurden. Nicht versprochen wird hingegen, dass die Produkte einen besonders niedrigen CO₂-Ausstoß aufweisen oder gar emissionsfrei sind oder dass die Hersteller Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung entlang der Wertschöpfungskette umsetzen. In den vergangenen Jahren wurde jedoch u.a. mit Formulierungen wie „100% klimaneutral hergestellt“ oder „klimaneutrales Produkt“ geworben. Semantisch wird „klimaneutral“ so in die Nähe von „Herstellung“ bzw. „Produktion“ gerückt - anstatt deutlich das Prinzip des Ausgleichs zu betonen. Daher besteht aus Sicht der Verbraucherzentrale NRW die Gefahr, dass sich bei vielen Verbraucher:innen ein falsches Verständnis etabliert hat.
- Mit der vorliegenden repräsentativen Online-Befragung wurde untersucht, welcher Anteil der Verbraucher:innen die Bedeutung von „klimaneutral“-Aussagen richtig einordnen kann, und wie sie die Bezeichnung „klimaneutral“ wahrnehmen und bewerten.



02

Studienergebnisse im Überblick

Studienergebnisse im Überblick

Bekanntheit der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“

- Von der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ haben 20 Prozent noch nie gehört. Weitere 35 Prozent haben zwar davon gehört, wissen aber nicht, was die Bezeichnung bedeutet. Dem stehen 45 Prozent gegenüber, die zu wissen glauben, was die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ bedeutet.

Studienergebnisse im Überblick

Verständnis der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“

- Um herauszufinden, was die Befragten unter der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ verstehen, wurden sie gebeten, kurz in eigenen Worten zu beschreiben, was diese Bezeichnung ihrer Meinung nach bedeutet.
- Auffällig ist, dass die allermeisten Beschreibungen allgemein gehalten oder nicht korrekt sind:
 - 42 Prozent der Befragten äußerten, dass bei klimaneutralen Produkten „Klima- und/oder Umweltschutz berücksichtigt“ wird oder dass diese „umweltfreundlich“ seien.
 - 21 Prozent waren der Meinung, dass es um „umweltfreundliche Herstellung“ geht
 - 21 Prozent gaben an, es gehe um „Regionalität, kurze Transportwege“ oder um „weniger Plastik und Verpackungen“
 - 18 Prozent verbanden klimaneutrale Produkte mit „weniger/reduzierter/kein CO₂-Ausstoß“
 - Nur 13 Prozent aller Aussagen thematisieren die CO₂-Kompensation.
- Ein relativ großer Anteil von 12 Prozent gibt keine Antwort oder antwortet mit „weiß nicht“.

Studienergebnisse im Überblick

Wissen zur inhaltlichen Bedeutung der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“

- Obwohl 45 Prozent zu wissen glauben, was die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ bedeutet (siehe hierzu die Fragestellung zur „Bekanntheit der Bezeichnung“), können nur 3 Prozent die Bezeichnung im Detail richtig deuten.
- Nur 39 Prozent der Befragten wissen, dass es bei „klimaneutral“-Aussagen um den Ausgleich des CO₂-Ausstoßes geht.
- Jeweils rund die Hälfte der Befragten unterliegen dem Irrglauben, dass (1) bei der Herstellung von „klimaneutralen“ Produkten besonders wenig CO₂-Ausstoß anfällt und (2) die entsprechenden Herstellerunternehmen sich dazu verpflichten, den CO₂-Ausstoß zu reduzieren.

Studienergebnisse im Überblick

Meinungen zu Produkten mit der Aussage „klimaneutral“

- Neun von zehn Befragten ist es (eher) wichtig, dass Produkte mit der Bezeichnung „klimaneutral“ von staatlichen oder unabhängigen Stellen überprüft werden.
- Die Bezeichnung „klimaneutral“ verwirrt die meisten Verbraucher*innen (81 Prozent). Wenn ein Produkt nicht klimafreundlich hergestellt wurde, darf es (eher) nicht die Bezeichnung „klimaneutral“ tragen - so die weitläufige Meinung (86 Prozent). Außerdem fordern die meisten Befragten (mehr oder weniger) eine Garantie dafür, dass Unternehmen, die diese Bezeichnung nutzen, den eigenen CO₂-Ausstoß reduzieren und nicht nur ausgleichen (88 Prozent).
- 49% geben an, dass sie die Bezeichnung „klimaneutral“ (eher) vertrauenswürdig finden

03

Studienergebnisse im Detail

Bekanntheit der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ und bekundetes Wissen über die inhaltliche Bedeutung

Fragestellung

Geschlossene Frage:

„Immer mehr Unternehmen bieten Produkte - wie z.B. Lebensmittel oder Drogerieartikel - mit der Bezeichnung „klimaneutral“ an (siehe Beispielbilder).



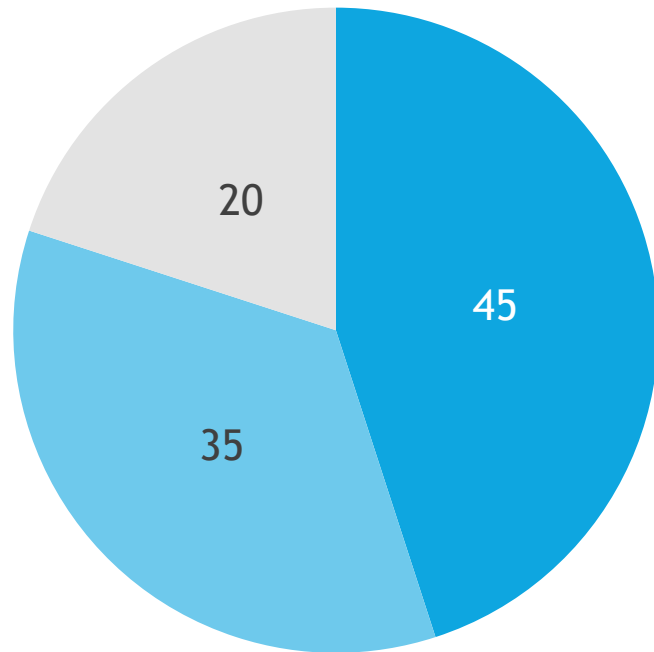
Ist Ihnen die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ bekannt?“

Antwortmöglichkeiten:

- Ich habe davon gehört, und ich weiß, was der Begriff bedeutet.
- Ich habe davon gehört, aber ich weiß nicht, was der Begriff bedeutet.
- Ich habe noch nie davon gehört.

45% der Befragten geben an zu wissen, was der Begriff „klimaneutral“ auf Produkten bedeutet

Ist Ihnen die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ bekannt?



- Ich habe davon gehört, und ich weiß, was der Begriff bedeutet.
- Ich habe davon gehört, aber ich weiß nicht, was der Begriff bedeutet.
- Ich habe noch nie davon gehört.

Verständnis der Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“

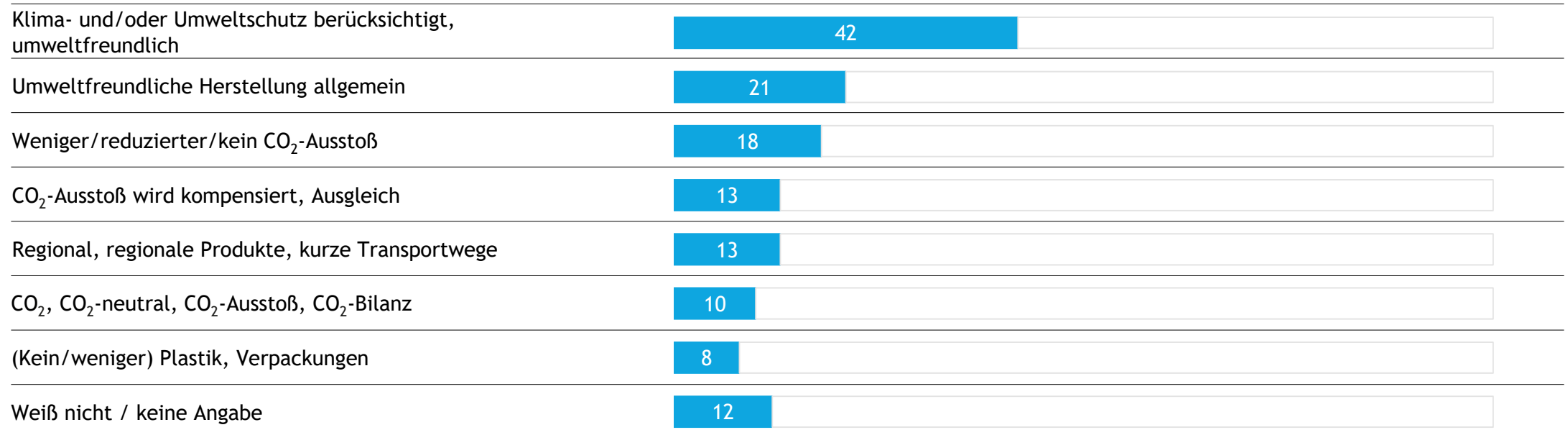
Fragestellung

Offene Frage:

„Beschreiben Sie bitte kurz in eigenen Worten, was die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ Ihrer Meinung nach bedeutet - auch wenn Sie bislang noch nie davon gehört haben.“

Die Vorstellungen zur Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ sind vielfältig. 13% nennen spontan Kompensation oder Ausgleich.

Beschreiben Sie bitte kurz in eigenen Worten, was die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ Ihrer Meinung nach bedeutet - auch wenn Sie bislang noch nie davon gehört haben.



Definition „CO₂-Ausstoß“

Vor der nächsten zu beantwortenden Frage wurde den Probanden die folgende Definition für den Begriff „CO₂-Ausstoß“ vorgelegt, um Verständnisschwierigkeiten zu vermeiden.

Im Folgenden werden wir häufiger den Begriff „CO₂-Ausstoß“ verwenden. Damit Sie wissen, was genau damit gemeint ist, finden Sie hier eine kurze Erklärung dazu:

CO₂-Ausstoß, häufig auch bezeichnet als CO₂-Emissionen, bezeichnen Treibhausgase, die meist durch die Verbrennung verschiedener kohlenstoffhaltiger Materialien wie Kohle, Diesel und Benzin, Erdgas, Holz oder Flüssiggas entstehen. Im Zuge dieser Prozesse kommt es zu einem Ausstoß von hohen Mengen an CO₂ (Kohlendioxid), das sich in der Erdatmosphäre in stetig wachsender Konzentration anreichert.

CO₂-Emissionen sind wesentlich am sogenannten Treibhauseffekt beteiligt. Dieser führt zu einer globalen Klimaerwärmung mit großen Folgen für die Umwelt.

Wissen über die inhaltliche Bedeutung der Bezeichnung „klimaneutrale Produkte“

Fragestellung

Um das Wissen zur inhaltlichen Bedeutung zu ermitteln wurden den Befragten fünf Aussagen vorgelegt. Hinter den derzeit marktgängigen "klimaneutral"-Labeln steht das Versprechen, dass der CO₂-Ausstoß der betreffenden Produkte ausgeglichen wird - zudem beraten die größten label-gebenden Agenturen Hersteller zur Reduktion der Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, die Empfehlungen sind jedoch nicht bindend. Die Aussagen 1 und 2 geben dies wieder und wurden daher als „zutreffend“ gewertet. Nicht versprochen wird dagegen ein besonders geringer oder kein CO₂-Ausstoß bei der Produktion, auch *verpflichten* sich die Hersteller nicht zu einer Reduktion des CO₂-Ausstoßes. Daher wurden die Aussagen 3 bis 5 als „nicht zutreffend“ gewertet.

Geschlossene Frage:

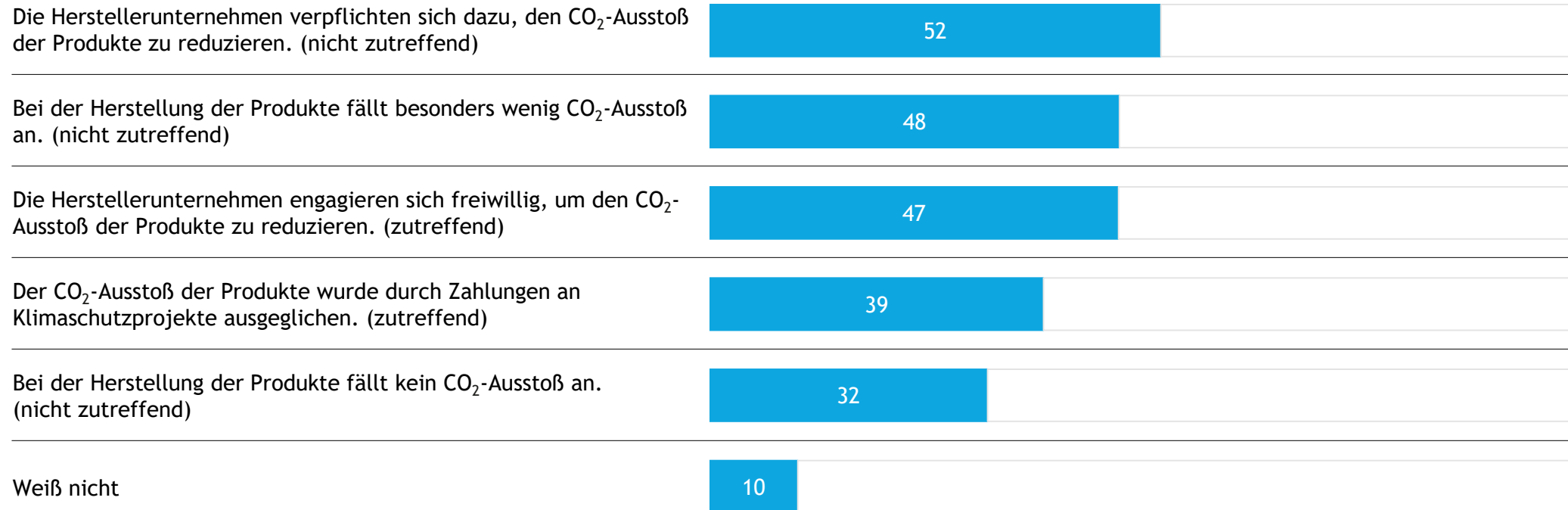
„Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen, die sich auf das Thema „Klimaneutrale Produkte“ beziehen. Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Ihrer Meinung nach zutreffen.“

Antwortmöglichkeiten:

1. Der CO₂-Ausstoß der Produkte wurde durch Zahlungen an Klimaschutzprojekte ausgeglichen. (zutreffend)
 2. Die Herstellerunternehmen engagieren sich freiwillig, um den CO₂-Ausstoß der Produkte zu reduzieren. (zutreffend)
 3. Die Herstellerunternehmen verpflichten sich dazu, den CO₂-Ausstoß der Produkte zu reduzieren. (nicht zutreffend)
 4. Bei der Herstellung der Produkte fällt besonders wenig CO₂-Ausstoß an. (nicht zutreffend)
 5. Bei der Herstellung der Produkte fällt kein CO₂-Ausstoß an. (nicht zutreffend)
- Weiß nicht

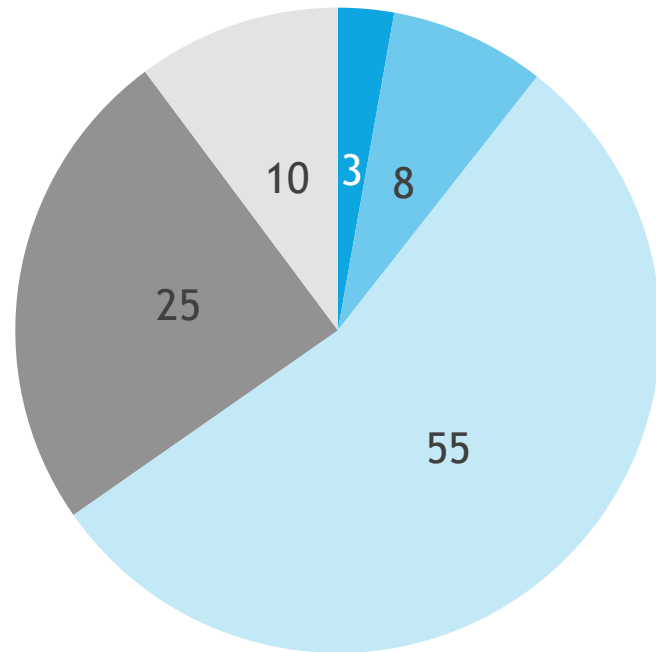
39% wissen, dass bei klimaneutralen Produkten der CO₂-Ausstoß kompensiert wird. 52% glauben, dass die Hersteller sich zu CO₂-Reduktionen verpflichten.

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen, die sich auf das Thema „Klimaneutrale Produkte“ beziehen. Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Ihrer Meinung nach zutreffen.



Lediglich 3 % der Befragten wissen im Detail, was die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ bedeutet

Zusammenfassende Auswertung von fünf Aussagen zu klimaneutralen Produkten (siehe S. 20)



- Korrektes Verständnis
- Korrektes, aber unvollständiges Verständnis
- Teilweise korrektes, teilweise falsches Verständnis
- Gänzlich falsches Verständnis
- Weiß nicht

Korrektes Verständnis: Ausschließlich die beiden zutreffenden Items ausgewählt.

Korrektes, aber unvollständiges Verständnis: Ausschließlich eines der beiden zutreffenden Items ausgewählt.

Teilweise korrektes, teilweise falsches Verständnis: Eines oder beide zutreffenden Items und mind. ein nicht zutreffendes Item ausgewählt.

Gänzlich falsches Verständnis: Kein zutreffendes, aber mind. ein nicht zutreffendes Item ausgewählt.

Befragte mit hohem Umweltbewusstsein glauben überdurchschnittlich oft, dass sich die Herstellerunternehmen zu CO₂-Reduktionen verpflichten

Im Folgenden sehen Sie einige Aussagen, die sich auf das Thema „Klimaneutrale Produkte“ beziehen. Bitte kreuzen Sie alle Antworten an, die Ihrer Meinung nach zutreffen.

Angaben in Prozent	Ø	Bildungsgrad			Umweltbewusstsein	
		niedrig	mittel	hoch	hoch*	niedrig**
Korrektes Verständnis	3	2	2	5	3	3
Korrektes, aber unvollständiges Verständnis	8	5	8	10	7	8
Teilweise korrektes, teilweise falsches	55	48	54	60	60	48
Gänzlich falsches Verständnis	25	29	25	21	24	26
Die Herstellerunternehmen verpflichten sich dazu, den CO ₂ -Ausstoß der Produkte zu reduzieren.	52	49	51	56	59	44
Bei der Herstellung der Produkte fällt besonders wenig CO ₂ -Ausstoß an	48	51	47	45	51	42
Die Herstellerunternehmen engagieren sich freiwillig, um den CO ₂ -Ausstoß der Produkte zu reduzieren	47	46	47	49	52	42
Der CO ₂ -Ausstoß der Produkte wurde durch Zahlungen an Klimaschutzprojekte ausgeglichen	39	22	34	55	44	32
Bei der Herstellung der Produkte fällt kein CO ₂ -Ausstoß an.	32	32	31	33	34	30
Weiß nicht	10	16	12	4	6	16

*Haben bei 6 oder mehr (von 10) Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit beim Einkaufen pro-umweltfreundliche Antworten ausgewählt.

**Haben bei höchstens 5 (von 10) Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit beim Einkaufen pro-umweltfreundliche Antworten ausgewählt.

überrepräsentiert

unterrepräsentiert

Basis: SINUS Studie „Wahrnehmung klimaneutraler Produkte“; 1.000 Fälle; Angaben in Prozent

Definition der Bezeichnung „klimaneutral“

An dieser Stelle der Befragung wurde den Probanden nachfolgende Begriffsdefinition vorgelegt.

Gerne würden wir im Folgenden etwas über Ihre Einschätzung zum Umgang mit der Bezeichnung „klimaneutral“ erfahren. Damit Sie wissen, was wir im Rahmen dieser Befragung darunter verstehen, stellen wir Ihnen folgende Definition vor:

Der CO₂-Ausstoß eines Produkts (durch eingesetzte Rohstoffe, Herstellung, Transport etc.) wird berechnet und durch Zahlungen an meist internationale Klimaschutzprojekte ausgeglichen.

In diesen Projekten werden z.B. erneuerbare Energien gefördert oder Wälder aufgeforstet.

Manche Unternehmen engagieren sich freiwillig, um den CO₂-Ausstoß des Produkts zu reduzieren - z.B. beim Transport oder bei der Herstellung und Verpackung.

„klimaneutral“ bedeutet nicht in jedem Fall „klimafreundlich produziert“

Es gibt keine einheitlichen oder festgelegten Kriterien oder Gesetze, was mit dem Begriff „klimaneutral“ ausgezeichnet werden darf.

Meinungen zur Bezeichnung „klimaneutrale Produkte“

Fragestellung

Geschlossene Frage:

„Sagen Sie uns bitte nun anhand dieser Skala, inwieweit Sie den folgenden Meinungen und Ansichten persönlich zustimmen.“

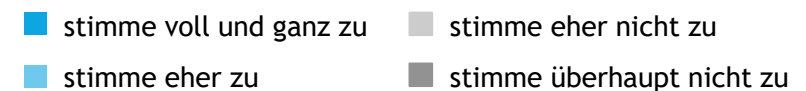
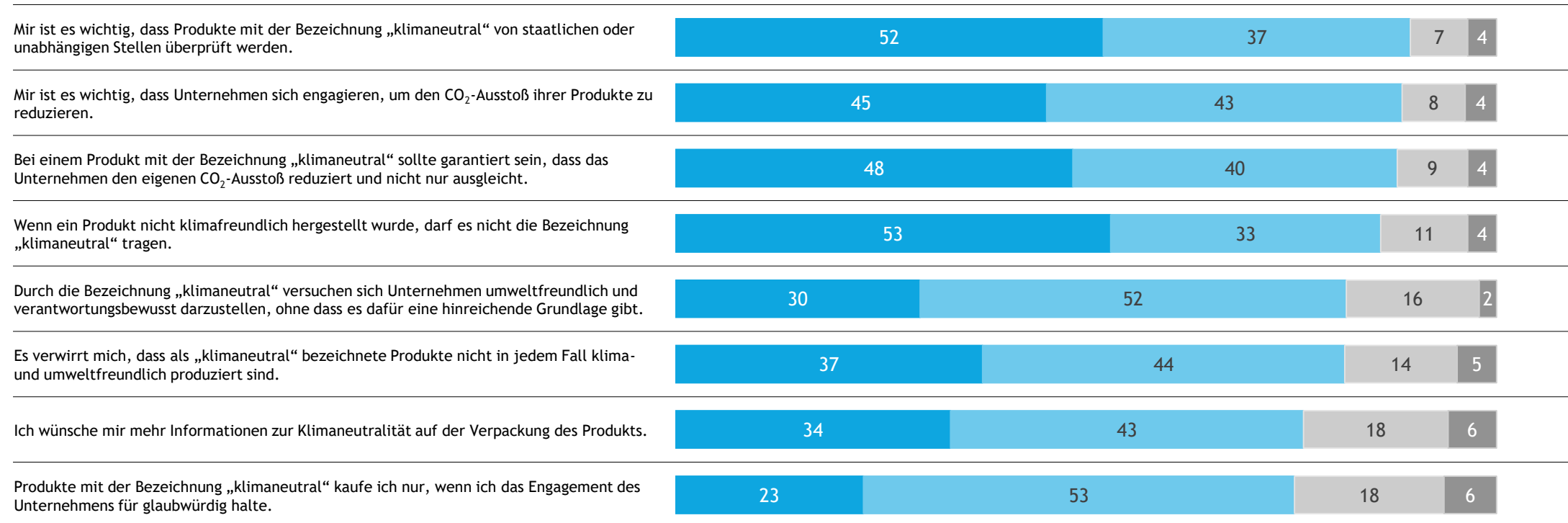
Antwortmöglichkeiten:

stimme voll und ganz zu / stimme eher zu / stimme eher nicht zu / stimme überhaupt nicht zu

- Ich finde es gut, wenn Unternehmen den CO₂-Ausstoß ihrer Produkte berechnen und durch Geldzahlungen an (inter-) nationale Projekte ausgleichen.
- Mir ist es wichtig, dass Unternehmen sich engagieren, um den CO₂-Ausstoß ihrer Produkte zu reduzieren.
- Bei einem Produkt mit der Bezeichnung „klimaneutral“ sollte garantiert sein, dass das Unternehmen den eigenen CO₂-Ausstoß reduziert und nicht nur ausgleicht.
- Mir ist es wichtig, dass Produkte mit der Bezeichnung „klimaneutral“ von staatlichen oder unabhängigen Stellen überprüft werden.
- Ich bin bereit, für ein Produkt mit der Bezeichnung „klimaneutral“ mehr zu bezahlen.
- Produkte mit der Bezeichnung „klimaneutral“ zu kaufen, ist für mich eine sinnvolle Möglichkeit, etwas für den Klimaschutz zu tun.
- Produkte mit der Bezeichnung „klimaneutral“ kaufe ich nur, wenn ich das Engagement des Unternehmens für glaubwürdig halte.
- Die Bezeichnung „klimaneutrales Produkt“ ist für mich gut verständlich.
- Es verwirrt mich, dass als „klimaneutral“ bezeichnete Produkte nicht in jedem Fall klima- und umweltfreundlich produziert sind.
- Die Bezeichnung „klimaneutral“ auf Produkten finde ich vertrauenswürdig.
- Der Kauf von Produkten mit der Bezeichnung „klimaneutral“ gibt mir ein gutes Gewissen.
- Ich wünsche mir mehr Informationen zur Klimaneutralität auf der Verpackung des Produkts.
- Wenn ein Produkt nicht klimafreundlich hergestellt wurde, darf es nicht die Bezeichnung „klimaneutral“ tragen.
- Durch die Bezeichnung „klimaneutral“ auf Produkten werden die Käufer getäuscht.
- Durch die Bezeichnung „klimaneutral“ versuchen sich Unternehmen umweltfreundlich und verantwortungsbewusst darzustellen, ohne dass es dafür eine hinreichende Grundlage gibt („Greenwashing“).

89% der Befragten wünschen sich eine Überprüfung von „klimaneutral“-Aussagen durch unabhängige Stellen

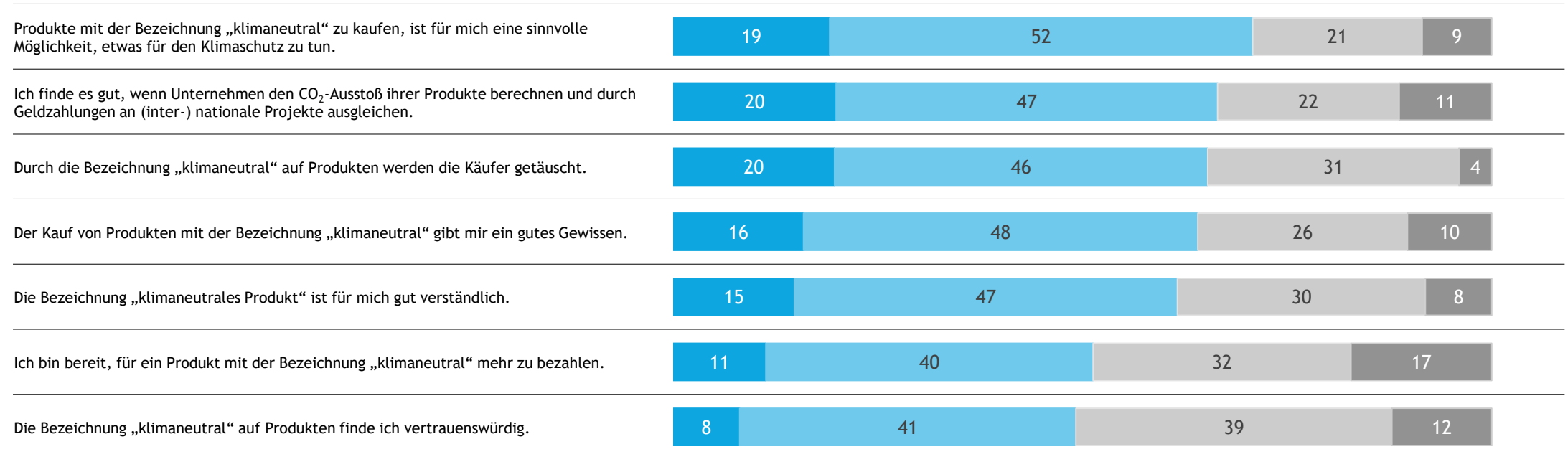
Sagen Sie uns bitte anhand dieser Skala, inwieweit Sie den folgenden Meinungen und Ansichten persönlich zustimmen.



Basis: SINUS Studie „Wahrnehmung klimaneutraler Produkte“;
1.000 Fälle; sortiert nach Top 2 „stimme voll und ganz / eher zu“;
Angaben in Prozent

49% finden die Bezeichnung „klimaneutral“ (eher) vertrauenswürdig

Sagen Sie uns bitte anhand dieser Skala, inwieweit Sie den folgenden Meinungen und Ansichten persönlich zustimmen.



Basis: SINUS Studie „Wahrnehmung klimaneutraler Produkte“;
1.000 Fälle; sortiert nach Top 2 „stimme voll und ganz / eher zu“;
Angaben in Prozent

■ stimme voll und ganz zu ■ stimme eher nicht zu
■ stimme eher zu ■ stimme überhaupt nicht zu



04
Studiendesign,
Stichprobenstruktur

Studiendesign

Stichprobe & Methodik



Zielgruppe

Männer und Frauen zwischen 18 und 69 Jahren, die in Deutschland leben



Sample

n=1.000 Befragte

Nach Alter, Geschlecht, Bildung, Haushaltseinkommen und Region quotierte Stichprobe aus einem ISO 20252 zertifizierten Panel der Gapfish GmbH mit derzeit ca. 470.000 aktiven Mitgliedern.



Methode

Onlineinterviews (CAWI)



Feldzeit

13. bis 20. Juni 2022



Ø Befragungszeit

5 Minuten
plus 5 Minuten Milieuindikator



Datenbereinigung

Respondenten mit inkonsistenten Antwortmustern, sogenannte Durchklicker, Teilnehmer, die weniger als die Hälfte der durchschnittlichen Befragungsdauer benötigen, sowie Teilnehmer, die bei Kontrollvariablen falsche Items anklicken, wurden aus dem Gesamtsample entfernt und von weiteren Befragungen ausgeschlossen

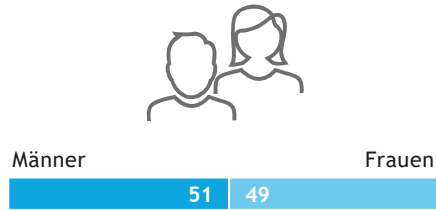
Methodisches Vorgehen

- Fokus der Studie war eine quantitative Online-Befragung (CAWI) via Online-Panel. Da heutzutage die Versorgung mit Online-Anschlüssen in weiten Teilen der Bevölkerung gewährleistet ist, können Online-Umfragen über sog. Online-Access-Panels eine gute Abdeckung aller relevanten Zielgruppen sicherstellen. Ausnahme bilden hier Befragte ab 70 Jahren. In dieser Gruppe, insbesondere bei älteren Frauen, ist die Bereitschaft, einen Internet-Anschluss zu betreiben, deutlich geringer ausgeprägt, sodass der Versuch, diesen Personenkreis online zu befragen, zu Verzerrungen führt. Daher wurde die Stichprobe auf 69 Jahre gedeckelt.
- Um die Ergebnisse dieser Studie interpretieren und mit Blick auf die Grundgesamtheit verallgemeinern zu können, wurde die Studie repräsentativ für die in Deutschland lebende Bevölkerung bis 69 Jahren angelegt. Daher wurden Quoten für Geschlecht, Alter, Bildung, Haushaltseinkommen und Region (Nielsen-Gebiete) festgelegt und die Stichprobe dementsprechend angesteuert.

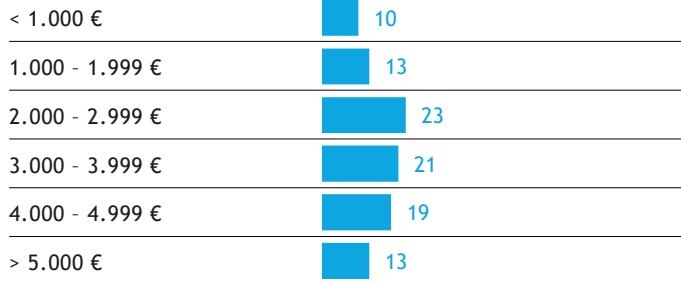
Struktur der Stichprobe

Soziodemographie

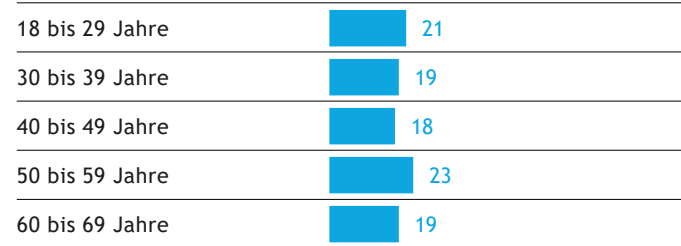
Geschlecht



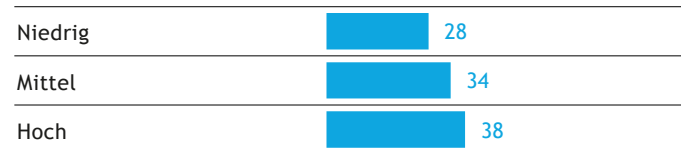
Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



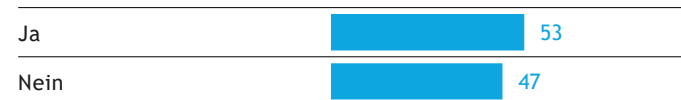
Alter ø 44 Jahre



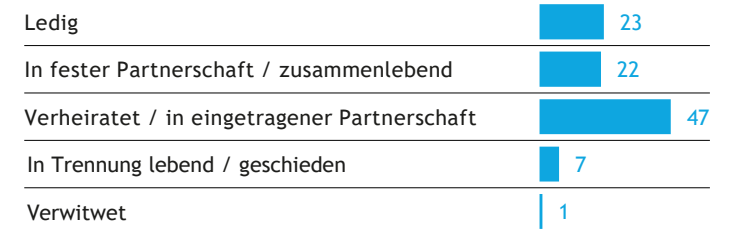
Bildung



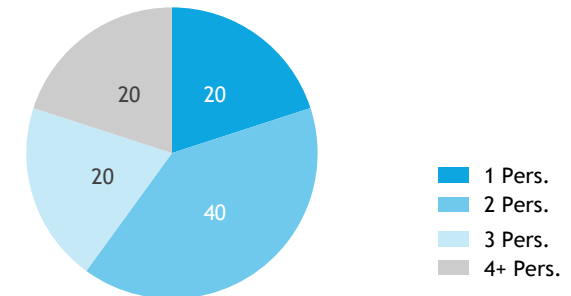
Kinder



Familienstand



Personen im Haushalt



Basis: SINUS Studie „Wahrnehmung klimaneutraler Produkte“; 1.000 Fälle; Angaben in Prozent;



Impressum

Ansprechpartner*innen

Inhaltlich zum Thema klimaneutrale Produkte:



Dr. Jonas Grauel
Leiter Projekt Mehrwert 21
Verbraucherzentrale NRW e.V.
jonas.grael@verbraucherzentrale.nrw
+49 211 3809-409

Zur Methodik und zum Studiendesign:



Naima Wisniewski
Research & Consulting
SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH
naima.wisniewski@sinus-institut.de
+49 6221 8089-54

sinus:

© Copyright 2021

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet

Teil der INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe