





Schweizer Umweltpanel. Achte Erhebungswelle: Kreislaufwirtschaft

Befragungszeitraum: Dezember 2021 - Februar 2022

Report**Author(s):**

[Quoss, Franziska](#) ; Gomm, Sarah; Wäger, Patricia; [Wehri, Stefan](#) ; [Amberg, Stefano](#) ; Linder, Jan; Maissen, Patricia; Pahls, Hanna; Seidmann, Elea; [Bernauer, Thomas](#) 

Publication date:

2023-02

Permanent link:

<https://doi.org/10.3929/ethz-b-000590736>

Rights / license:

[In Copyright - Non-Commercial Use Permitted](#)

Schweizer Umweltpanel

Achte Erhebungswelle: Kreislaufwirtschaft

Befragungszeitraum: Dezember 2021 - Februar 2022

In Zusammenarbeit mit:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Bundesamt für Umwelt BAFU

Inhaltsverzeichnis

Das Schweizer Umweltpanel	3
Methodik	3
Die Befragung im Überblick	5
Umweltverhalten	6
Kreislaufwirtschaft	9
Effekt von langlebigeren Produkten auf die Wirtschaft	9
Effekt von rezyklierbaren Materialien auf die Wirtschaft	12
Effekt von ressourcenschonenden Produkten auf die Wirtschaft	15
Fussabdruck von Schweizer Produkten	16
Garantie von Produkten	17
Reparieren	18
Möglichkeit zu reparieren	18
Gründe für Kauf eines Produkts	20
Entsorgung von Produkten	22
Defekte Produkte	23
Gründe gegen Reparatur	25
Gründe für Reparatur	27
Gebraucht Kaufen	28
Gebraucht verkaufen oder verschenken	28
Gründe gegen Gebrauchtkauf	29
Gründe für Gebrauchtkauf	31
Mieten und Teilen	32
Auto und Bohrmaschine mieten und teilen	32
Gründe gegen Teilen und Mieten	33
Günde für mieten und teilen	35
Conjoint-Experiment	36
Politikpräferenzen	37
Reparierverpflichtung für Händler	37
Reparierbarkeitsindex in der Schweiz	38
Verpflichtende Deklaration des Flugtransports bei Lebensmitteln	39
Verpflichtende Deklaration der minimalen Lebensdauer von Produkten	40
Vorgabe für den obligatorischen Anteil an Recyclingmaterial in Verpackungen	41
Verbot der Vernichtung unverkaufter oder retournierter Produkte	42
Einstellungen zur Klimapolitik	43
Klimaübereinkommen von Paris	43
«Gletscher-Initiative»	44
Verschiedene klimapolitische Massnahmen	45
Beziehung der Schweiz zur EU	46
Abschluss	47
Interesse an der Befragung	47
Länge der Befragung	48
Schwierigkeit der Fragen	48

Projektverantwortung

Thomas Bernauer ist Professor für Politikwissenschaft an der ETH Zürich. Er und seine Gruppe sind am Center for Comparative and International Studies (CIS), einer gemeinsamen Einrichtung der ETH Zürich und der Universität Zürich, sowie am Institut für Wissenschaft, Technologie und Politik (ISTP) der ETH Zürich angesiedelt.

Projektteam

International Political Economy and Environmental Politics

Franziska Quöß; Sarah Gomm

Decision Science Laboratory

Patricia Wäger; Stefan Wehrli

Hilfsassistierende

Stefano Amberg; Jan Linder; Patricia Maissen; Hanna Pahls; Elea Seidlmann

Zitierungsvorschlag

Quöß, Franziska; Gomm, Sarah; Wäger, Patricia; Wehrli, Stefan; Amberg, Stefano; Linder, Jan; Maissen, Patricia; Pahls, Hanna; Seidlmann, Elea; Bernauer, Thomas (2023); Schweizer Umweltpanel: Welle 8; ETH Zürich.

DOI: 10.3929/ethz-b-000590736

Kontakt: sep@ethz.ch

Das Schweizer Umweltpanel

Das Schweizer Umweltpanel ist ein Projekt der ETH Zürich in Zusammenarbeit mit dem Bundesamt für Umwelt (BAFU), das seit September 2018 durchgeführt und von diesen beiden Institutionen finanziert wird. Im Rahmen des Panels wird die Schweizer Bevölkerung zweimal jährlich zu ihren Einstellungen zu verschiedenen umweltpolitischen Themen, Massnahmen und Trends befragt. Die Befragungen des Schweizer Umweltpanels sind so strukturiert, dass auf eine längere Basisbefragung zwei kürzere, themenspezifische Wellen folgen. Entsprechend hat jede dritte Welle (Welle 1, 4, 7, 10, etc.) eine Befragungsdauer von etwa 30 Minuten und deckt ein breites Spektrum an umweltbezogenen Einstellungen und Präferenzen sowie allgemeine politische Einstellungen, Werte und soziodemografische Daten ab. Die dazwischenliegenden, kürzeren Befragungswellen konzentrieren sich auf spezifische Umweltthemen. Ziel des Schweizer Umweltpanels ist es, entsprechende Meinungen in der Bevölkerung zu erheben sowie Änderungen in diesen umweltpolitischen Einstellungen zu dokumentieren. Damit dient das Schweizer Umweltpanel als Informationsbasis für Wissenschaft, Politik, öffentliche Verwaltung und die breitere Öffentlichkeit.

Homepage: [Link](#)

Methodik

Mehrere Tausend Personen wurden basierend auf einer Zufallsstichprobe der Schweizer Wohnbevölkerung (d.h. auch nicht-schweizerische Staatsangehörige mit Wohnsitz in der Schweiz) aus dem Einwohnerregister des Bundesamtes für Statistik (BFS/SRPH) ausgewählt und befragt. Die repräsentative Stichprobe umfasst Teilnehmer/innen aus allen sieben Schweizer Grossregionen. Ähnlich zur Proportion der jeweiligen Einwohnerzahl sind diese Regionen in der Stichprobe repräsentiert. Das bedeutet, dass wir aufgrund der grossen Anzahl an Befragten und der zufälligen Ziehung der Adressen aus dem Einwohnerregister von der befragten Stichprobe auf die allgemeine Wohnbevölkerung der Schweiz schliessen können.¹ Die grosse Anzahl an Befragten erlaubt uns zudem, auch kleinere Unterschiede zwischen verschiedenen Gruppen der Bevölkerung (wie z.B. verschiedenen Altersgruppen) zu interpretieren. Bei sehr kleinen Unterschieden jedoch ist es möglich, dass diese nur durch Zufall bei unseren Befragten auftreten, aber nicht unbedingt auf die Gesamtbevölkerung übertragbar sind. Wir beziehen diese Unsicherheit bei der Interpretation der Unterschiede in der Bevölkerung mit ein.

Die Personen in dieser Stichprobe werden immer wieder zu den jeweiligen Befragungswellen postalisch in der Sprache ihrer Wohnsitzgemeinde dazu eingeladen, Fragebögen auszufüllen. Diese Fragen konnten in dieser Welle in elektronischer Form auf Deutsch, Französisch, Italienisch oder Englisch beantwortet werden. Während die Onlineversion verschiedene Vorteile hat - so können wir unter anderem Ressourcen beim Druck sparen -, geht sie mit dem Nachteil einher, dass nicht alle eingeladenen Befragten unbedingt einen

¹Nähere Informationen zur Repräsentativität finden Sie in der Dokumentation der öffentlich zugänglichen Daten auf SwissUbase.

Internetanschluss haben oder ausreichend gut mit einer Internetbefragung umgehen können.

Das Projekt ist als Panelbefragung angelegt: Das heisst, dieselben Personen werden in aufeinanderfolgenden Befragungswellen über mehrere Jahre hinweg immer wieder dazu eingeladen, Fragen zu verschiedenen umweltpolitischen Themen zu beantworten. Dies ermöglicht es, auch die Änderungen in den Einstellungen über die Zeit hinweg zu identifizieren. Der vorliegende Bericht basiert auf der achten Befragungswelle des Schweizer Umweltpanels. In den folgenden Kapiteln sind die einzelnen Fragen und Ergebnisse beschrieben und teilweise grafisch präsentiert. Fehlende und ungültige Antworten sind in den Ergebnissen und Grafiken nicht eingeschlossen.

Bei verschiedenen Fragen konnten die Teilnehmenden die Option «Weiss nicht» wählen. So können wir sicherstellen, dass bei Unsicherheiten oder Unklarheiten nicht zufällige Werte gewählt werden. Der Verständlichkeit halber verzichten wir jeweils darauf, diese Antwortkategorie in den Grafiken abzubilden, falls sie in der entsprechenden Frage verfügbar war. Wir wollen den Leser/innen diese Information jedoch nicht vorenthalten und kommentieren entsprechend den prozentualen Anteil der «Weiss nicht»-Antworten in der Bildunterschrift der jeweiligen Grafik. Dort wird ebenfalls die Anzahl Teilnehmenden aufgeführt, die die Frage insgesamt (dies dann exklusive der «Weiss nicht»-Antworten) beantwortet haben. Zuletzt muss erwähnt werden, dass aufgrund der Zuteilung in verschiedene Gruppen nicht alle Teilnehmenden alle Fragen beantworteten. Deswegen kann sich die Anzahl der Antworten teilweise deutlich von Frage zu Frage unterscheiden. Wir präsentieren die Resultate inhaltlich geordnet und nicht zwingend in der Reihenfolge, wie sie in der Befragung gestellt wurden. Die vorletzte Seite des Berichts enthält eine einseitige grafische Übersicht, in welche Gruppen die Befragten im Verlauf der Befragung eingeteilt wurden.

Die Befragung im Überblick

Die Befragten geben überwiegend an, sich umweltfreundlich zu verhalten. Im Schnitt glauben sie, dass kreislaufwirtschaftliche Politiken sich positiv auf die Schweizer Wirtschaft auswirken. So gehen die Befragten davon aus, dass die Produktion von langlebigeren Produkten durch Schweizer Unternehmen der Schweizer Wirtschaft insgesamt nützt. Sie glauben, dass dies im Schnitt keinen oder einen positiven Effekt auf die Anzahl von Arbeitsplätzen in der Schweiz haben wird, die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz dadurch erhöht wird und die Schweizer weniger abhängig von Energie- und Rohstoffimporten werden kann. Ähnlich positiv wird die verstärkte Verwendung von rezyklierbaren Materialien bei der Produktion bewertet.

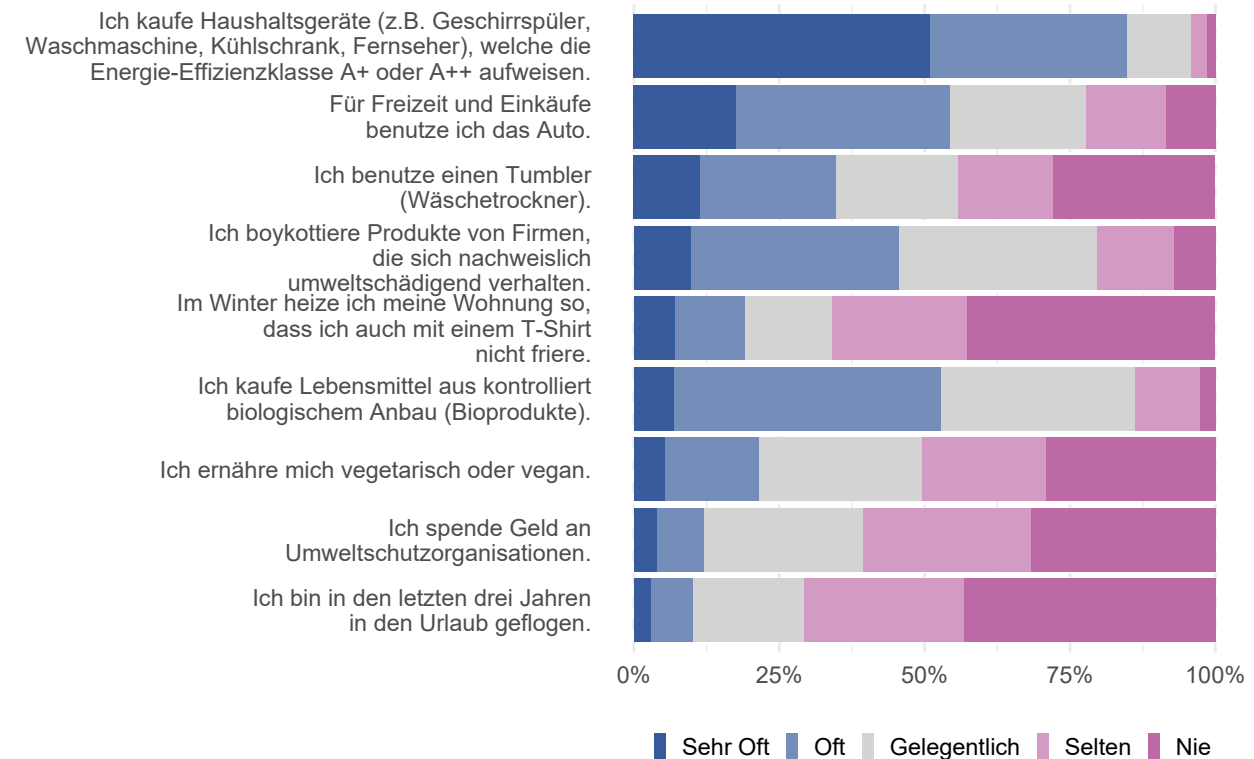
In Bezug auf ihr persönliches kreislaufwirtschaftliches Verhalten geben zwei Drittel der Befragten an, im letzten Jahr gebrauchte Produkte verkauft oder verschenkt zu haben.

Es zeigt sich aber auch, dass viele Befragte deutlich stärkere Zustimmung zu umweltbewusstem und Kreislaufverhalten in der Theorie aufzeigen, als sie es dann tatsächlich tagtäglich praktizieren. Viele Befragte sehen die soziotropischen Vorteile von diesen Regelungen und stimmen auch einer Reihe von verschiedenen entsprechenden politischen Massnahmen stark zu (Reparierpflicht, Reparierbarkeitsindex, die Pflicht zur Deklaration von Flugtransport und der minimalen Lebensdauer von Produkten, Vorgabe für den obligatorischen Anteil an Recyclingmaterial in Verpackungen, und Verbot der Vernichtung unverkaufter oder retournierter Produkte), aber besitzen selbst doch lieber neue Produkte. So geben viel mehr Befragte an, dass sie sehr oft, oft, oder gelegentlich Produkte gebraucht verschenken oder verkaufen, als dass sie sie im Umkehrschluss auch gebraucht erwerben würden. Es gibt also eine sehr viel grössere Bereitschaft zum Angebot von Produkten im Rahmen von kreislaufwirtschaftlichen Massnahmen als zur Nachfrage.

Einige Hauptaspekte hierbei sind, dass es sich aus Sicht der Befragten finanziell nicht lohnt, die Produkte gebraucht zu kaufen oder auch reparieren zu lassen (ausser bei teureren Objekten wie z.B. Waschmaschinen oder Autos), und die Befragten Bedenken wegen Qualität äussern oder explizit angeben, dass sie lieber ein neues Gerät besitzen wollen. Bei Gründen für eine Reparatur werden ebenfalls finanzielle Anreize an vorderer Stelle genannt, hier nennen Befragte aber auch explizit, dass sie die Umweltbelastung durch die Produkte senken wollen. Die Bereitschaft, die vier Produktgruppen Smartphone, Staubsauger, Waschmaschine, und Kleidung nicht selbst zu besitzen, sondern sie stattdessen mit anderen zu teilen, ist relativ schwach ausgeprägt. Mieten und Teilen spielen auch bei den beiden Produkten Auto und Bohrmaschine eine sehr kleine Rolle; auffällig ist hier, dass dies bisher hauptsächlich über persönliche Kontakte (im Haus, der Nachbarschaft oder mit Freunden) stattfindet, und nur in sehr kleinem Ausmass über Plattformen im Internet.

Bei teureren Produkten (Waschmaschine und Auto) ist die Diskrepanz zwischen theoretischer Bereitschaft und praktischer Umsetzung von kreislaufwirtschaftlichen Massnahmen kleiner; Reparieren und Recyceln ist dort bereits verbreiteter. Das zeigt, dass finanzielle Anreize für die Nachfrage von kreislaufwirtschaftlichem Verhalten eine entscheidende Rolle spielen könnten.

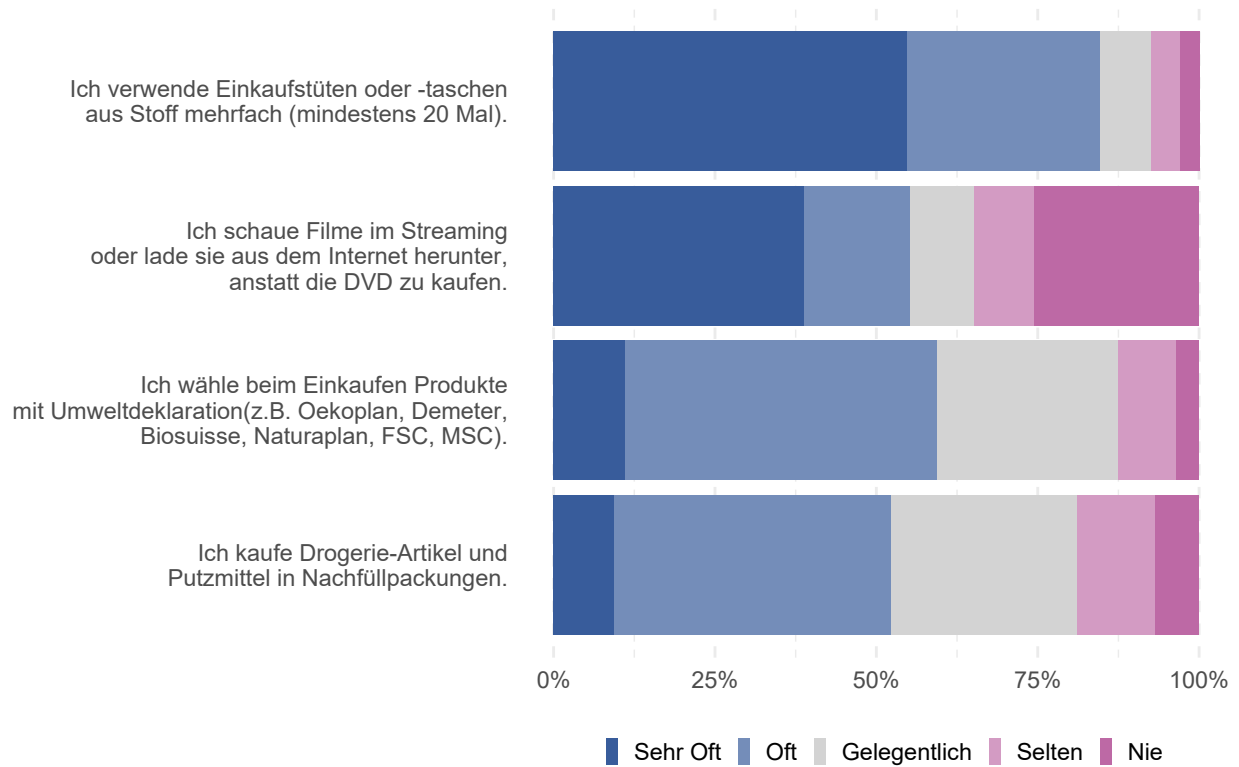
Umweltverhalten



Fragetext: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie diese Handlungen ausführen.»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage zwischen 6119 und 6653.

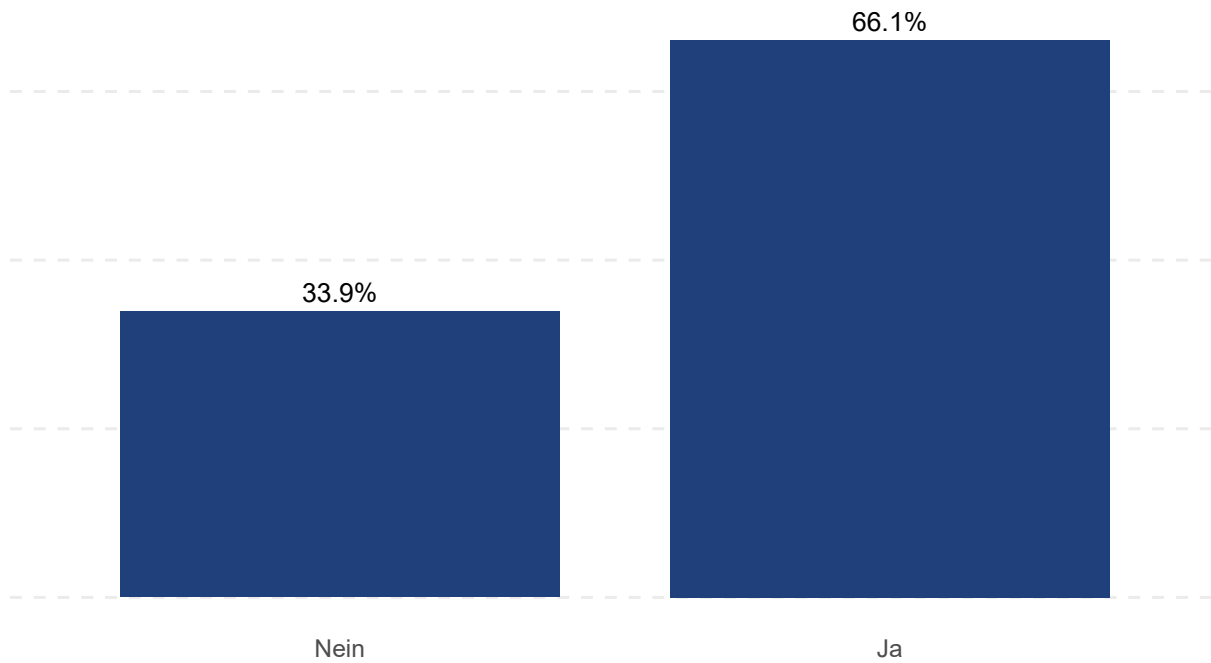
Als erstes fragten wir nach verschiedenen alltäglichen Verhaltensweisen, die sich positiv oder negativ auf die Umwelt auswirken können. Am öftesten nennen die Befragten, dass sie energieeffiziente Haushaltsgeräte kaufen. Über 75% geben hier an, dies sehr oft oder oft zu tun. Allerdings geben auch mehr als 50% der Befragten an, dass sie für Freizeit und Einkäufe sehr oft oder oft das Auto nutzen. Bei der Frage nach dem Kauf von biologisch angebauten Lebensmitteln sagen zwar nur 6.9%, dass sie dies sehr oft tun, insgesamt aber über 50% sehr oft oder oft.

Insgesamt lässt sich sagen, dass sich die Zustimmungswerte nicht einfach nach den Kosten der Handlungen sortieren. So sagen über 70% der Befragten, dass sie in den letzten drei Jahren nie oder selten in den Urlaub geflogen sind - eine hohe Zustimmung zu einer strikten Verhaltensweise. Gleichzeitig sagen nur 12%, dass sie sehr oft oder oft an Umweltschutzorganisationen spenden.



Fragetext: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie diese Handlungen ausführen.»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage zwischen 5846 und 6613.

Bei diesem zweiten Set an Umweltverhaltensweisen zeigt sich ein ähnliches Bild: Insgesamt geben die Befragten mehrheitlich an, sich umweltfreundlich zu verhalten. Sie verwenden Einkaufstüten aus Stoff mehrfach (85% sagen sehr oft oder oft), achten beim Einkaufen auf Umweltdeklarationen (59%) und kaufen Drogerieartikel in Nachfüllpackungen (52%).



Fragetext: «Haben Sie dieses Jahr gebrauchte Produkte verkauft oder verschenkt (z.B. Brockenhaus, Tutti, Ricardo, Anibis.ch, Facebook Marketplace, etc.)?»
Grafik basiert auf N = 6555

Ungefähr zwei Drittel der Befragten geben an, dass sie in diesem Jahr gebrauchte Produkte verkauft oder verschenkt haben. 40% der Befragten geben an, dass sie in diesem Jahr Haushaltsgeräte reparieren lassen haben oder selbst repariert haben, und 31% geben an, dass sie Schuhe reparieren lassen haben oder selbst repariert haben. 44% haben nichts von beidem repariert oder reparieren lassen.

Kreislaufwirtschaft

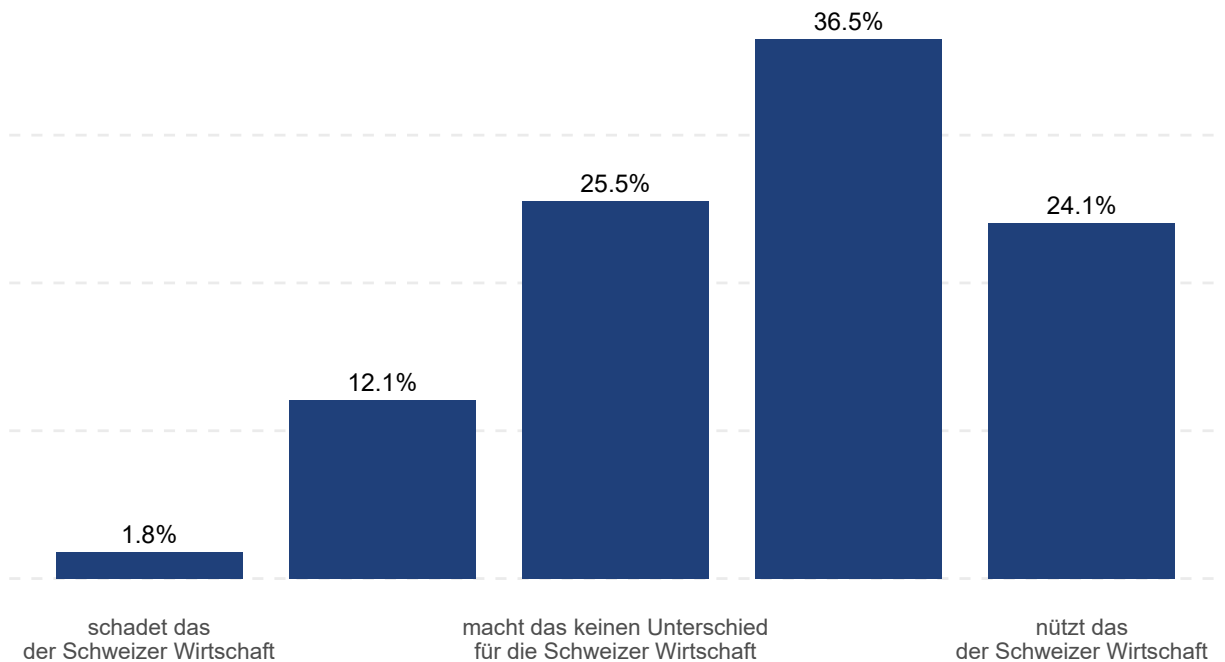
Das Hauptthema dieser Befragung ist die Einstellung der Befragten zum Thema Kreislaufwirtschaft.

Effekt von langlebigeren Produkten auf die Wirtschaft

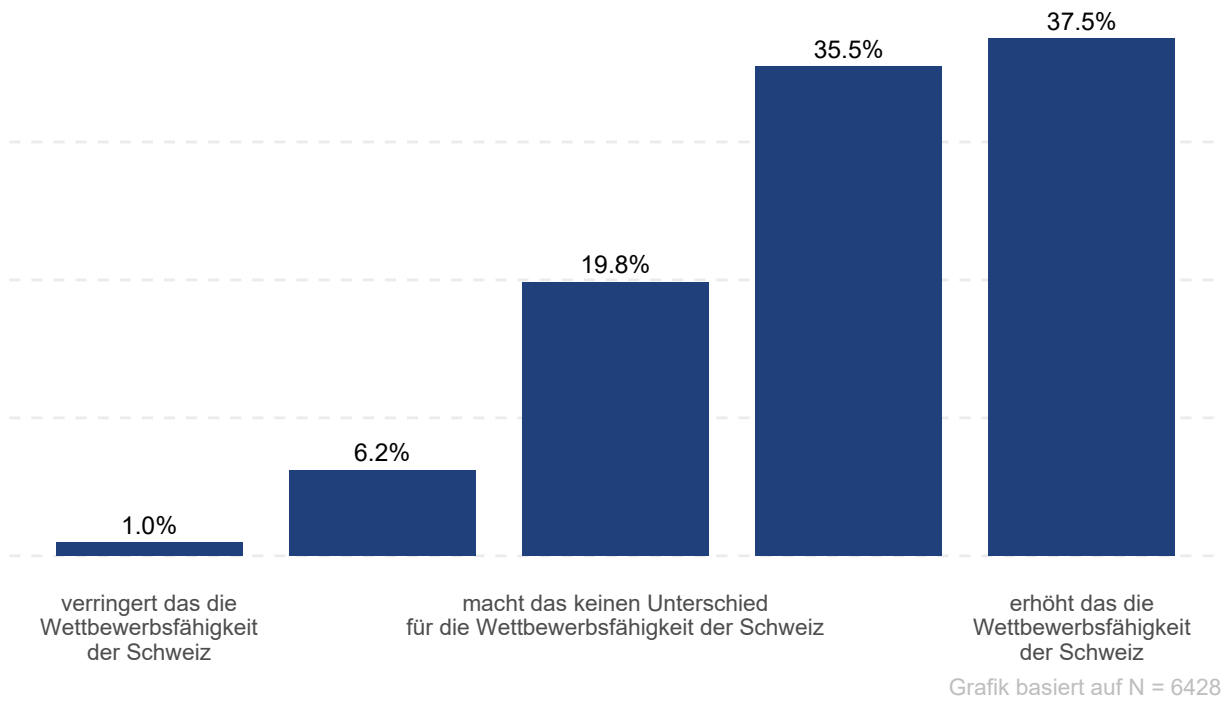
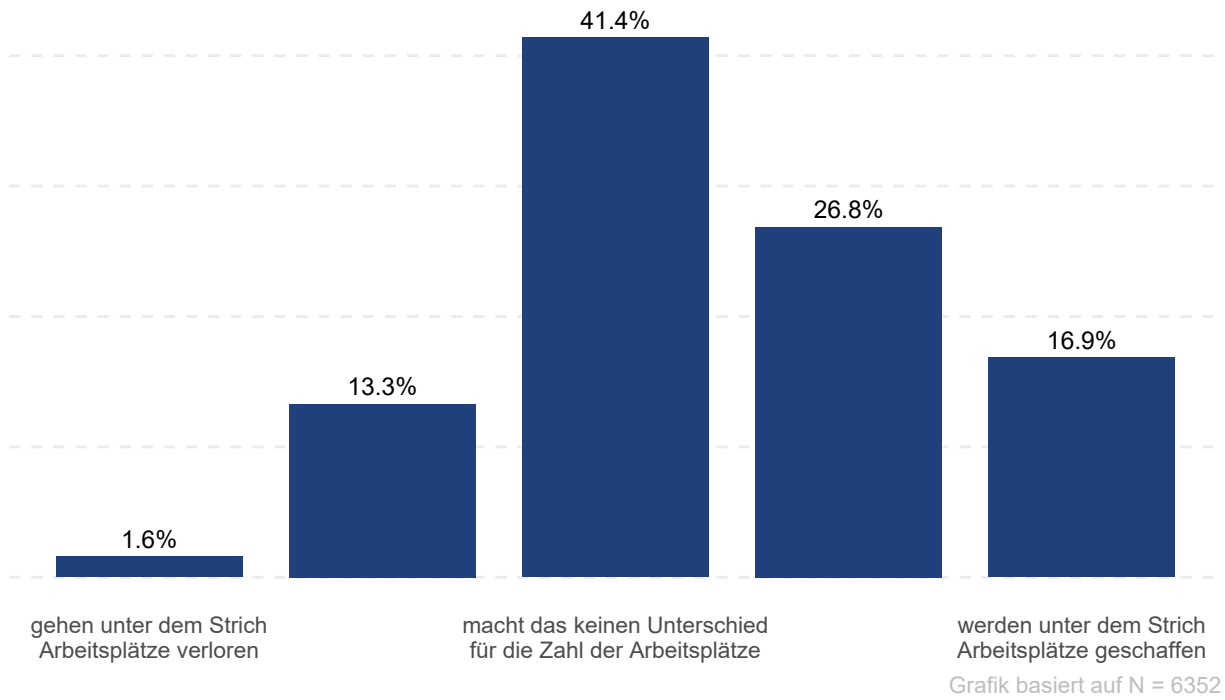
Vor diesen Fragen bekamen die Befragten einen kurzen Einleitungstext:

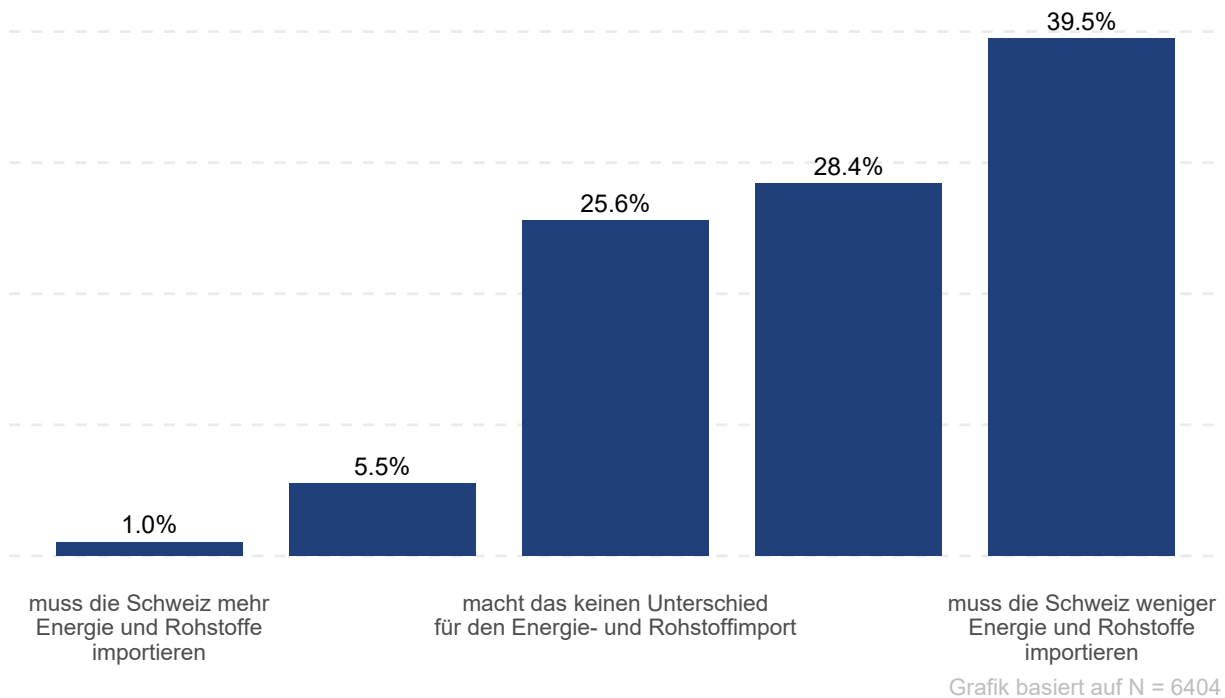
Um Ressourcen zu schonen, wird manchmal gefordert, bei der Herstellung von Produkten darauf zu achten, dass sie langlebig, d.h. möglichst lange funktionstüchtig sind und nicht kaputtgehen. Denken Sie z.B. an eine Waschmaschine oder eine Lampe, die doppelt so lange funktionstüchtig ist wie heute üblicherweise der Fall ist.

Wenn Schweizer Unternehmen langlebiger Produkte herstellen, ...



Grafik basiert auf N = 6498





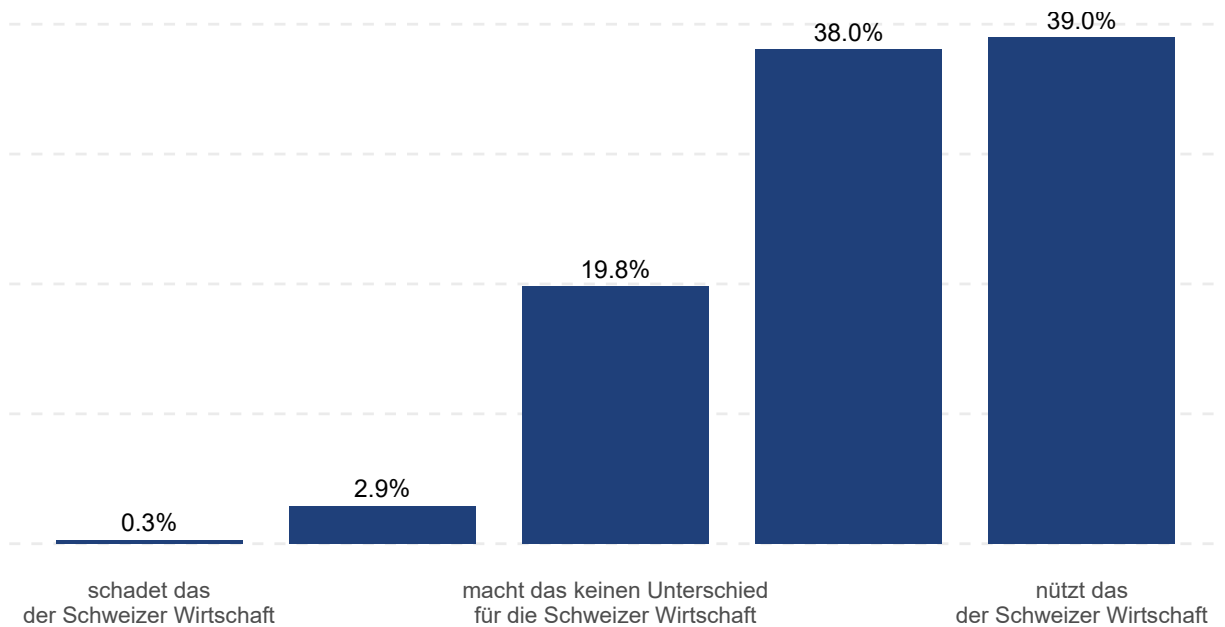
Die Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass es der Schweizer Wirtschaft eher nützt, wenn Schweizer Unternehmen langlebige Produkte herstellen. Die meisten Befragten (41%) glauben, dass dies keinen Unterschied für die Zahl der Arbeitsplätze macht, und fast 44% denken, es werden unter dem Strich eher oder sicher Arbeitsplätze geschaffen. Noch positiver ist die Einschätzung des Effekts auf die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz: Hier sagen 73%, dass die Produktion von langlebigen Produkten diese (eher) erhöht. Bei der Frage nach den Auswirkungen auf den Energie- und Rohstoffimport sind 68% der Befragten der Meinung, dass die Schweiz so (eher) weniger Energie und Rohstoffe importieren muss.

Effekt von rezyklierbaren Materialien auf die Wirtschaft

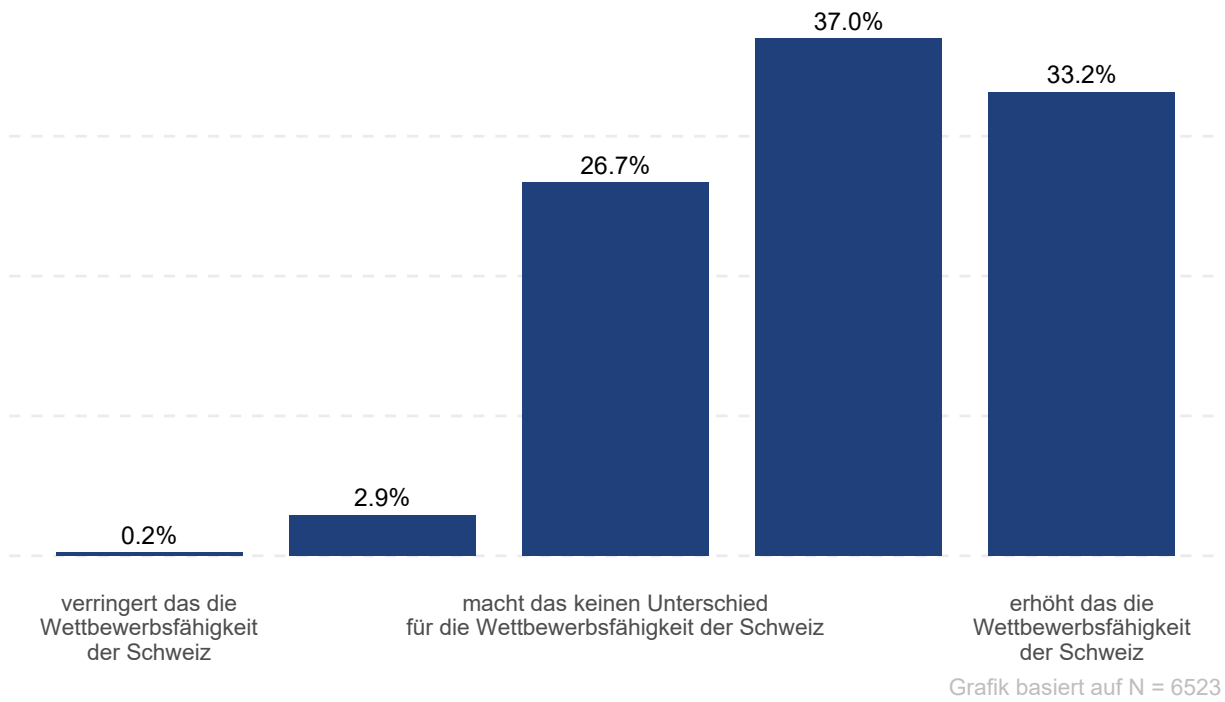
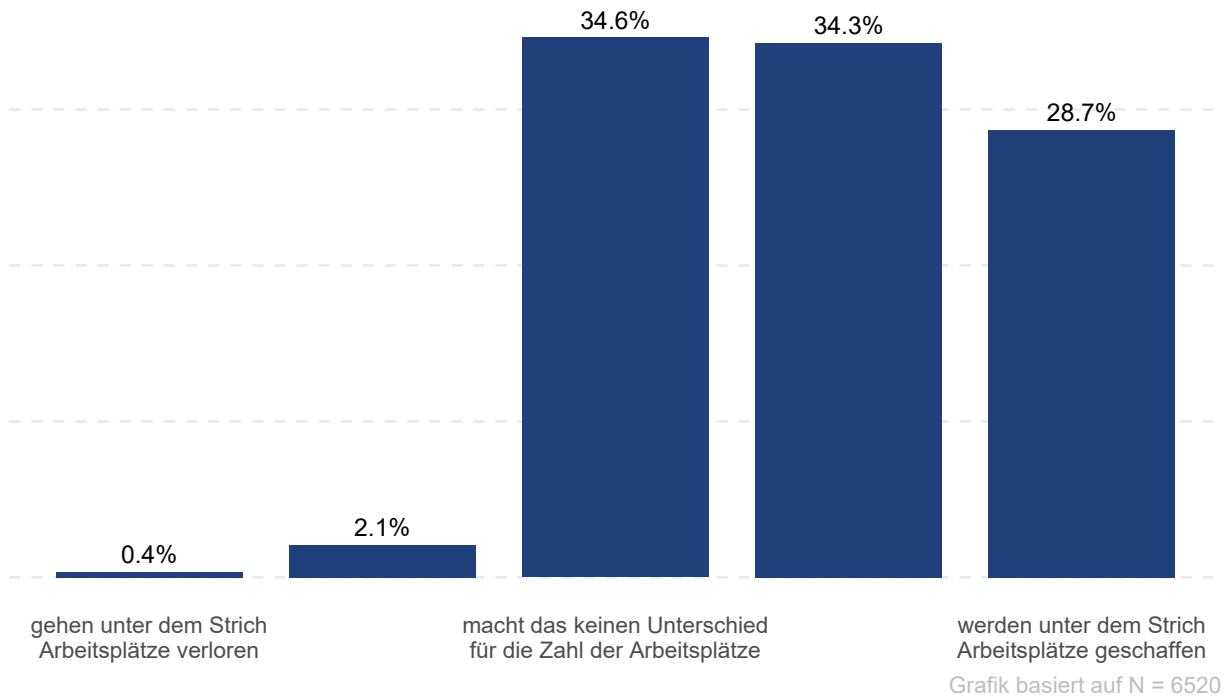
Vor diesen Fragen bekamen die Befragten einen kurzen Einleitungstext:

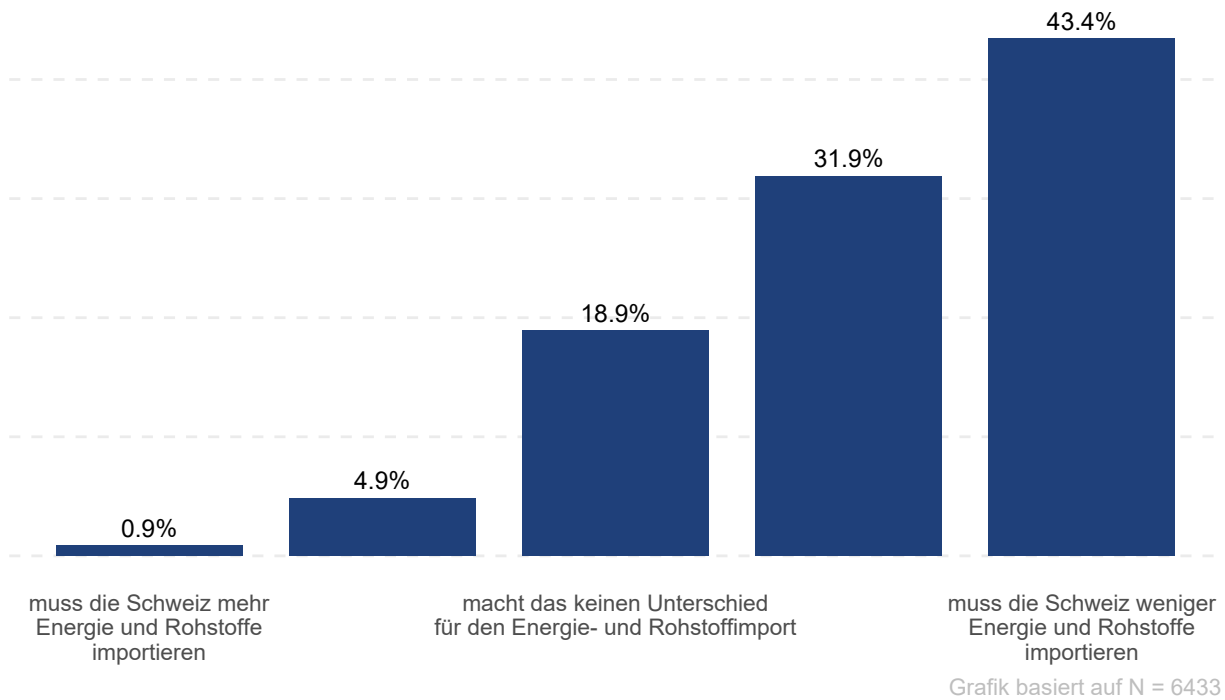
Um Ressourcen zu schonen, wird manchmal gefordert, bei der Herstellung von Produkten mehr rezyklierte Materialien zu benutzen. Denken Sie zum Beispiel an Verpackungen oder Baumaterialien. Im Folgenden interessieren wir uns für Ihre Einschätzung dazu, wie sich das auf verschiedene Aspekte der Wirtschaft auswirkt.

Wenn Schweizer Unternehmen mehr rezykliertes Material zur Herstellung von Produkten verwenden, ...



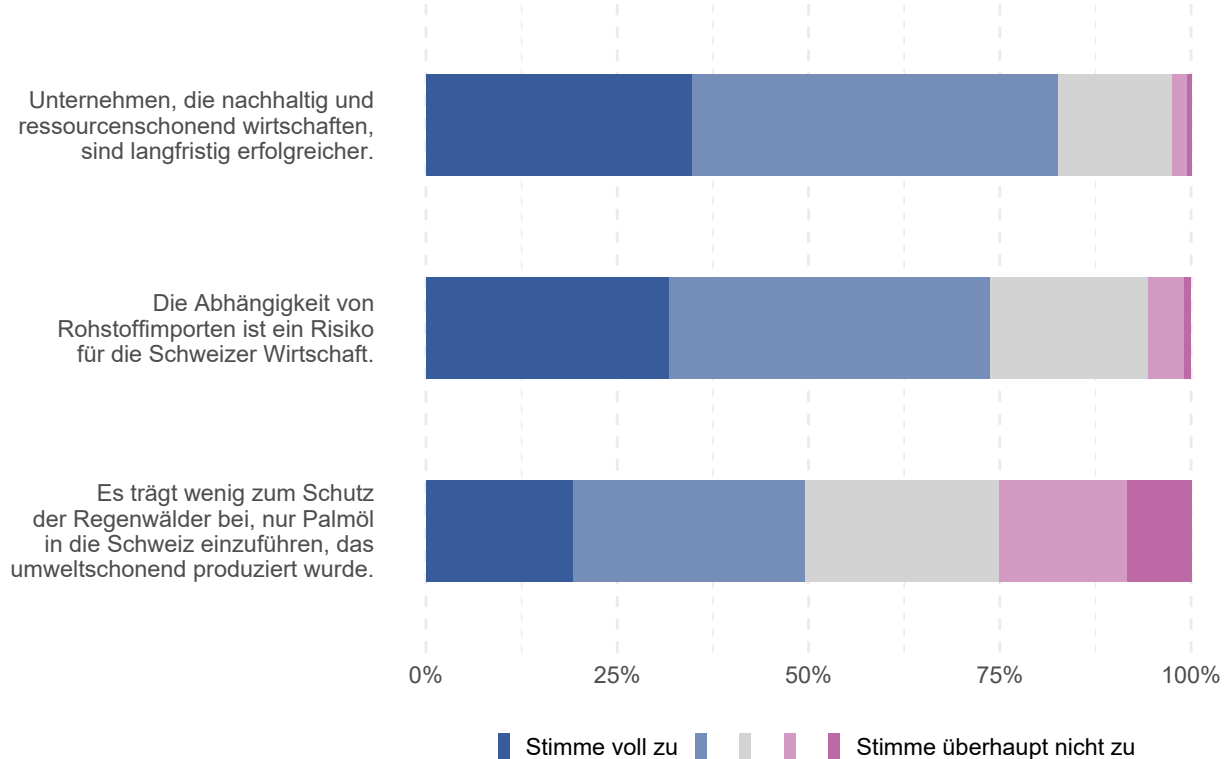
Grafik basiert auf N = 6604





Die Befragten bewerten die Effekte einer verstärkten Nutzung von rezyklierten Materialien auf die Schweizer Wirtschaft als sehr positiv. Nur 3.2% glauben, dass dies der Schweizer Wirtschaft (eher) schaden wird, 2.5%, dass dadurch (eher) Arbeitsplätze verloren gehen, 3.1%, dass dies die Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz (eher) verringert, und 5.8%, dass die Schweiz dadurch (eher) mehr Energie und Rohstoffe importieren muss.

Effekt von ressourcenschonenden Produkten auf die Wirtschaft

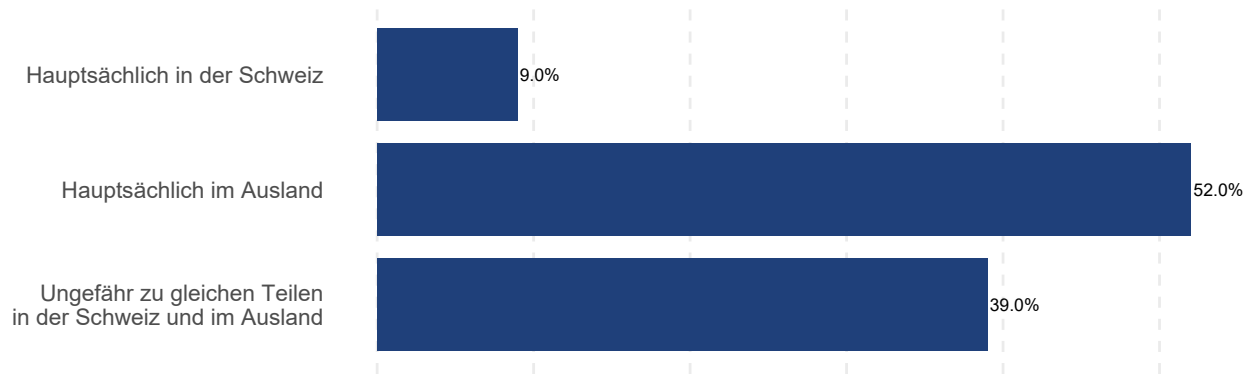


Fragetext: «Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?»
 Grafik basiert auf N = 6683 (pro Unterfrage)

82.6% der Befragten stimmen der Aussage eher oder voll zu, dass Unternehmen, die nachhaltig und ressourcenschonend wirtschaften, langfristig erfolgreicher sind. 73.7% stimmen der Aussage eher oder voll zu, dass die Abhängigkeit von Rohstoffimporten ein Risiko für die Schweizer Wirtschaft darstellt.² 49.6% stimmen der Aussage eher oder voll zu, dass es wenig zum Schutz der Regenwälder beiträgt, nur Palmöl in die Schweiz einzuführen, das umweltschonend produziert wurde.

²Da unsere Befragung vor dem Krieg in der Ukraine stattfand, ist dieser Schock noch nicht in den Antworten abgebildet. Es ist zu erwarten, dass die Zustimmung zu dieser Aussage dadurch noch gestiegen ist.

Fussabdruck von Schweizer Produkten

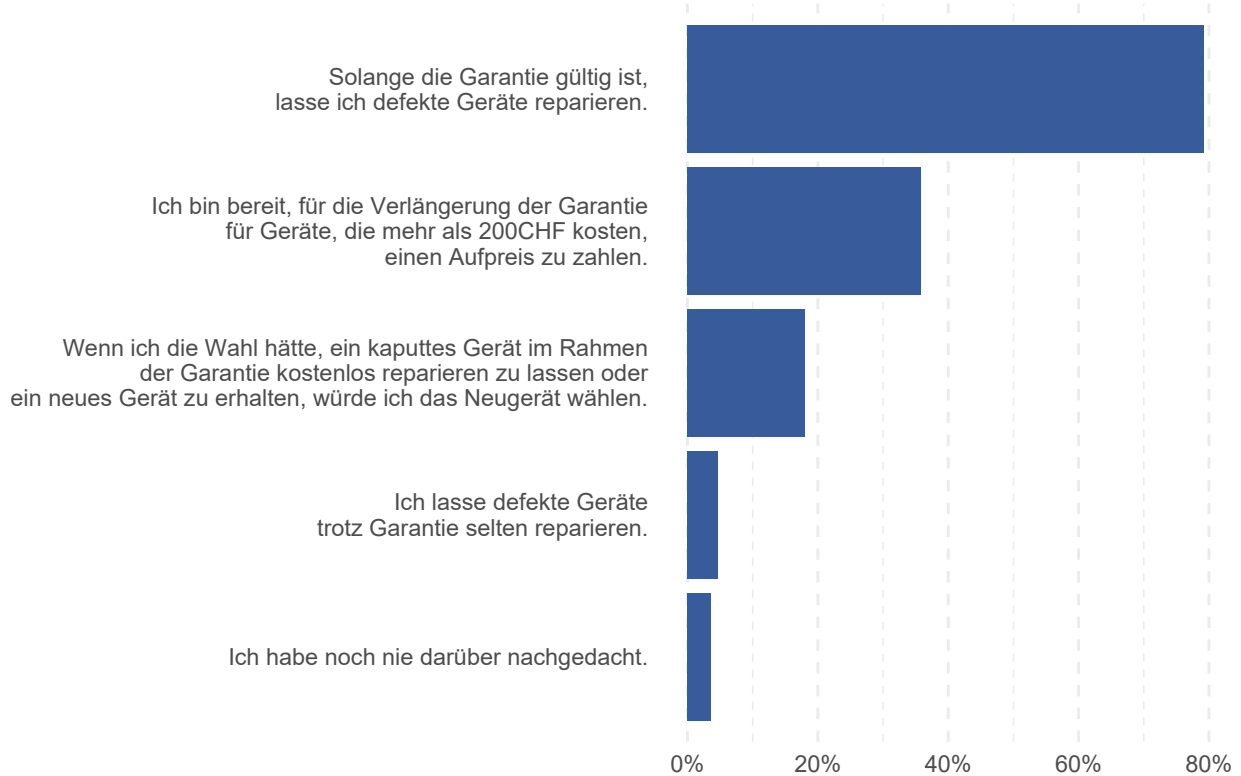


Fragetext: «Wenn Sie an alle in der Schweiz und im Ausland produzierten Güter denken, die wir hier in der Schweiz konsumieren: Denken Sie, dass die Umweltbelastung durch die Herstellung, Nutzung und Entsorgung all dieser Güter hauptsächlich in der Schweiz, hauptsächlich im Ausland oder zu ungefähr gleichen Teilen in der Schweiz und im Ausland anfällt?»

Grafik basiert auf N = 6680

Wie bereits in vorherigen Wellen fragten wir nach der Einschätzung der Befragten davon, wo der Fussabdruck der Produktion, Nutzung, und Entsorgung Schweizer Produkte hauptsächlich liegt. Hier geben 52% der Befragten korrekt an, dass der Fussabdruck hauptsächlich im Ausland anfällt. Fast die Hälfte der Befragten beantwortet diese Frage demnach falsch und geht davon aus, dass der Fussabdruck hauptsächlich in der Schweiz oder ungefähr zu gleichen Teilen in der Schweiz und im Ausland anfällt.

Garantie von Produkten



Fragetext: «Welchen Aussagen bezüglich der Garantie eines Produkts stimmen Sie zu?»
Grafik basiert auf N = 6677 (pro Unterfrage)

Die Befragten konnten jeder der fünf obenstehenden Optionen zustimmen oder nicht zustimmen (multiple choice). Die grösste Zustimmung gibt es zu der Aussage «Solange die Garantie gültig ist, lasse ich defekte Geräte reparieren.» (79%). 36% stimmen der Aussage zu, dass sie bereit sind, einen Aufpreis für eine Garantieverlängerung für Geräte zu bezahlen, die mehr als 200CHF kosten. Nur 18% sagen, dass Sie ein neues Gerät wählen würden, wenn sie im Rahmen der Garantie auch eine kostenlose Reparatur für ein kaputtes Gerät erhalten könnten. 5% sagen, dass sie trotz Garantie defekte Geräte nur selten reparieren lassen und 4%, dass sie noch nie darüber nachgedacht haben.

Insgesamt geben die Befragten also mehrheitlich an, dass sie bestehende Garantiemöglichkeiten nutzen. Knapp 40% der Befragten sind auch bereit, für teurere Geräte einen gewissen Aufpreis für eine Reparatur zu zahlen.

Reparieren

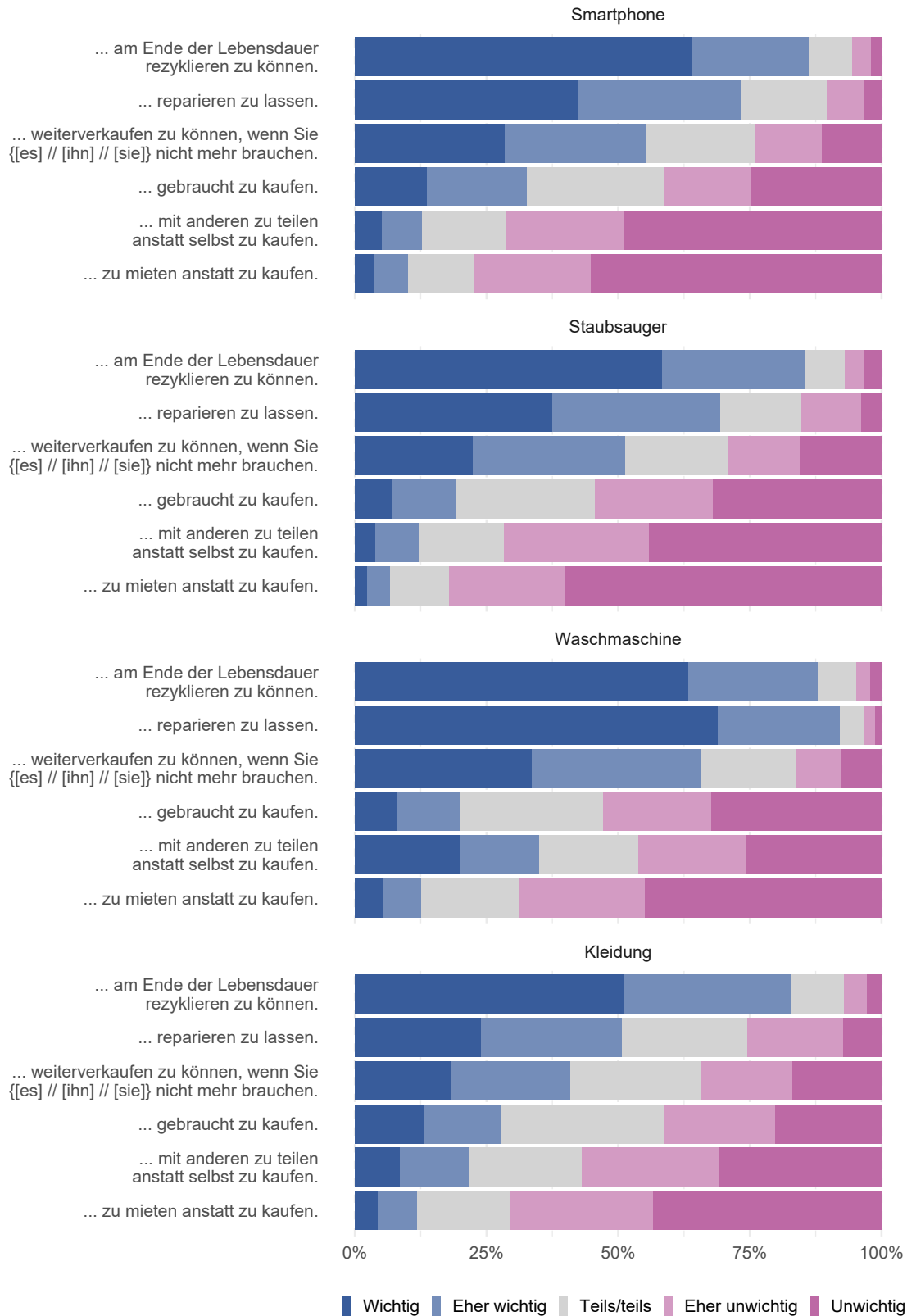
Fast alle Befragten geben an, dass sie ein Smartphone und einen Staubsauger besitzen oder schon einmal besessen haben (96% und 99%). 82% geben an, dass sie eine Waschmaschine besitzen oder schon einmal besessen haben.

Möglichkeit zu reparieren

Die Frage danach, wie wichtig es ihnen ist, Produkte reparieren oder recyceln zu können, beantworten die Befragten für alle Produkte (Smartphones, Staubsauger, Waschmaschinen und Kleidung) recht ähnlich.

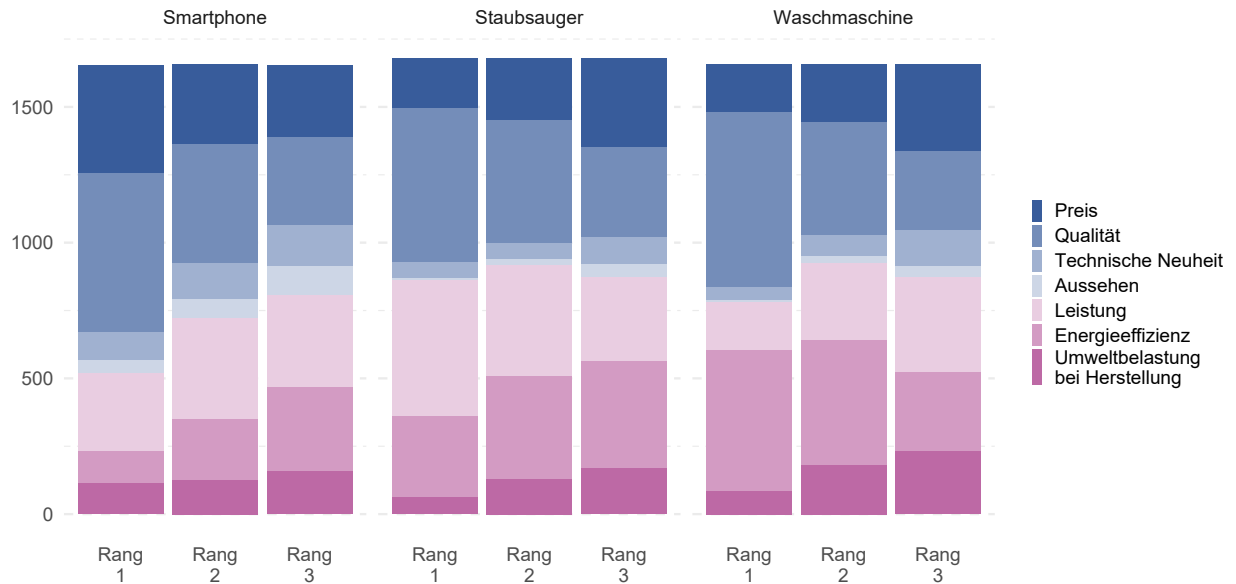
Insgesamt ist es den Befragten über alle Produkte hinweg am wichtigsten, dass Produkte am Ende der Lebensdauer recycelt werden können, dass sie repariert werden können und dass man sie weiterverkaufen kann, wenn man sie nicht mehr braucht. All diese Aussagen finden mindestens die Hälfte der Befragten eher wichtig oder wichtig. Unwichtig oder eher unwichtig ist der grossen Mehrheit der Befragten hingegen, das Produkt zu mieten statt zu kaufen; auch Teilen wird von der Mehrheit nicht als wichtig angesehen.

Einige Einstellungen unterscheiden sich zwischen den Produkten. So ist es bei Waschmaschinen mehr als einem Viertel der Befragten wichtig, dass sie sie mit anderen teilen können anstatt sie selbst zu kaufen. Bei Smartphones und Kleidung besteht eine deutliche höhere Bereitschaft, sie gebraucht zu kaufen, als bei Staubsaugern und Waschmaschinen. Im Vergleich zu den anderen Produkten bewerten es die Befragten als besonders wichtig, dass Waschmaschinen repariert werden können.



Fragetext: «Im Allgemeinen, wie wichtig oder unwichtig ist es Ihnen, dass Sie die Möglichkeit haben, {ein Smartphone} // {einen Staubsauger} // {eine Waschmaschine} // {Kleidung}...»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1244 und 1650.

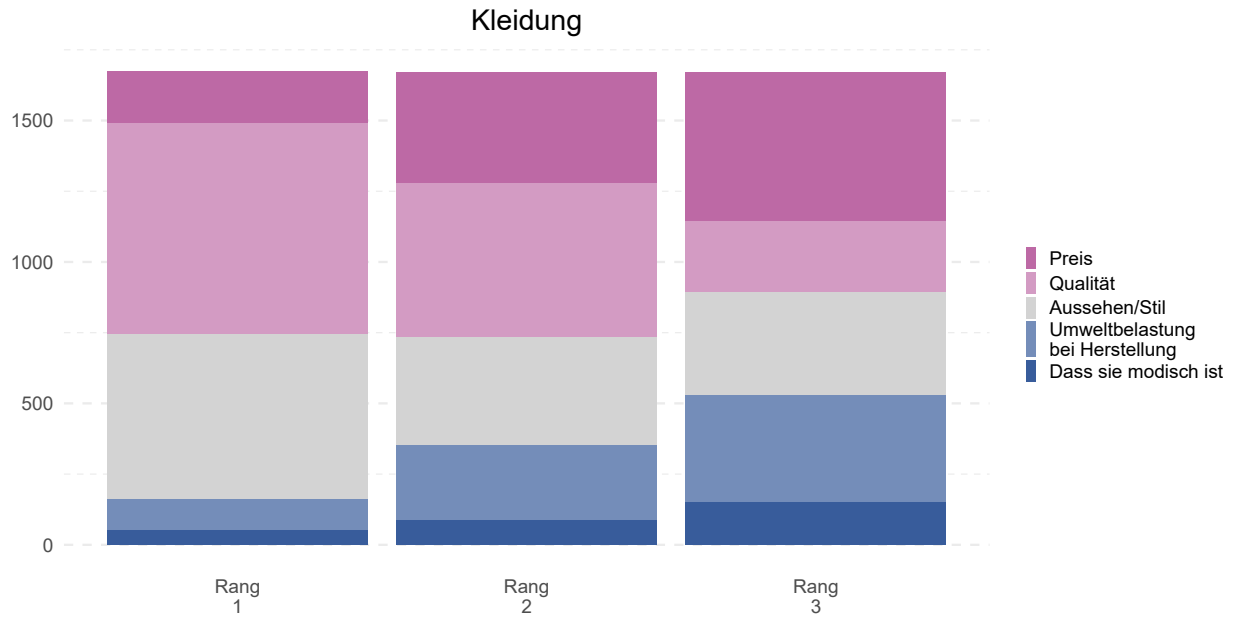
Gründe für Kauf eines Produkts



Fragetext: «Es gibt unterschiedliche Gründe, sich für {{ein Smartphone}} // {{einen Staubsauger}} // {{eine Waschmaschine}} zu entscheiden. Wie wichtig oder unwichtig sind für Sie persönlich die folgenden Gründe beim Kauf {{eines Smartphones}} // {{eines Staubsaugers}} // {{einer Waschmaschine}}?»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1655 und 1679.

Als nächstes konnten die Befragten bestimmte Gründe, sich für ein Produkt zu entscheiden, der Wichtigkeit nach sortieren.

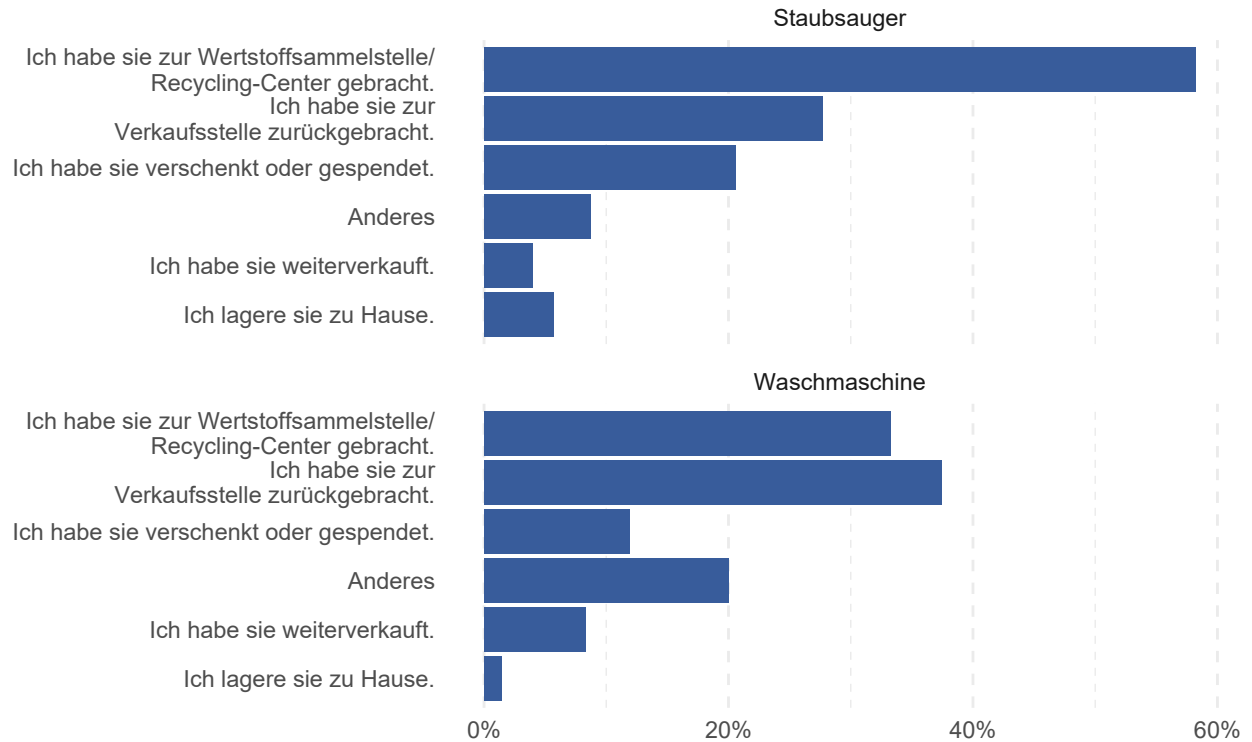
Sowohl bei Smartphones, Staubsaugern als auch bei Waschmaschinen wird von Befragten die Qualität am häufigsten als wichtigster Grund für den Kauf genannt. Hier fällt vor allem auf, dass Energieeffizienz von vielen Befragten als wichtigster Kaufgrund bei einer Waschmaschine genannt wird, dies bei Smartphones aber kaum eine Rolle spielt. Der Preis hingegen wird bei Smartphones eher als wichtigster Kaufgrund genannt, bei Staubsaugern und Waschmaschinen eher als zweit- oder dritt wichtigster. Aussehen und technische Neuheit spielen bei Staubsaugern und Waschmaschinen so gut wie keine Rolle für die Top Drei Kaufgründe.



Fragetext: «Es gibt unterschiedliche Gründe, sich für ein Kleidungsstück zu entscheiden. Wie wichtig oder unwichtig sind für Sie persönlich die folgenden Gründe beim Kauf von Kleidung?»
 Grafik basiert auf N = 1672 (pro Unterfrage und Untergruppe)

Für Kleidung wurden die Befragten nochmal getrennt nach den Gründen befragt, sich für ein Produkt zu entscheiden. Hier gab es andere Antwortkategorien als bei den drei anderen Produkten. Am häufigsten werden Qualität und Aussehen/Stil auf Rang 1 gesetzt. Der Preis hingegen wird erst auf Rang 2 und 3 wichtiger, ebenso die Umweltbelastung bei der Herstellung.

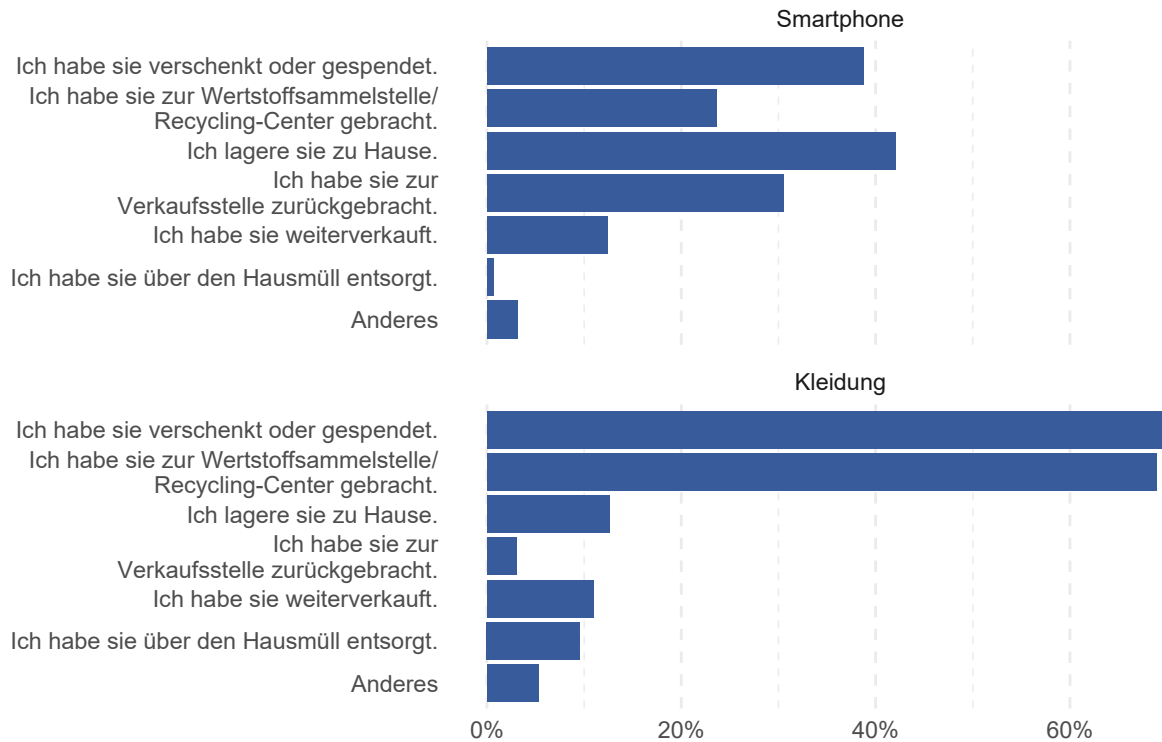
Entsorgung von Produkten



Fragetext: «Wie haben Sie in der Vergangenheit {[Staubsauger] // [Waschmaschinen]} entsorgt, die Sie nicht mehr verwenden wollten?»

Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1354 und 1659.

Bei der Entsorgung von Staubsaugern und Waschmaschinen konnten die Befragten sechs verschiedene Möglichkeiten wählen (multiple choice). Am häufigsten nannten die Befragten, dass sie die Geräte zum Recyclingcenter gebracht haben (58% für Staubsauger, 33% bei Waschmaschinen). Am zweithäufigsten wurde genannt, sie zur Verkaufsstelle zurückzubringen (27% und 37%). Eher selten nannten die Befragten, dass sie die Geräte verschenkt oder gespendet haben (21% und 12%), weiterverkauft haben (4% und 8%) oder zu Hause lagern (6% und 14%).



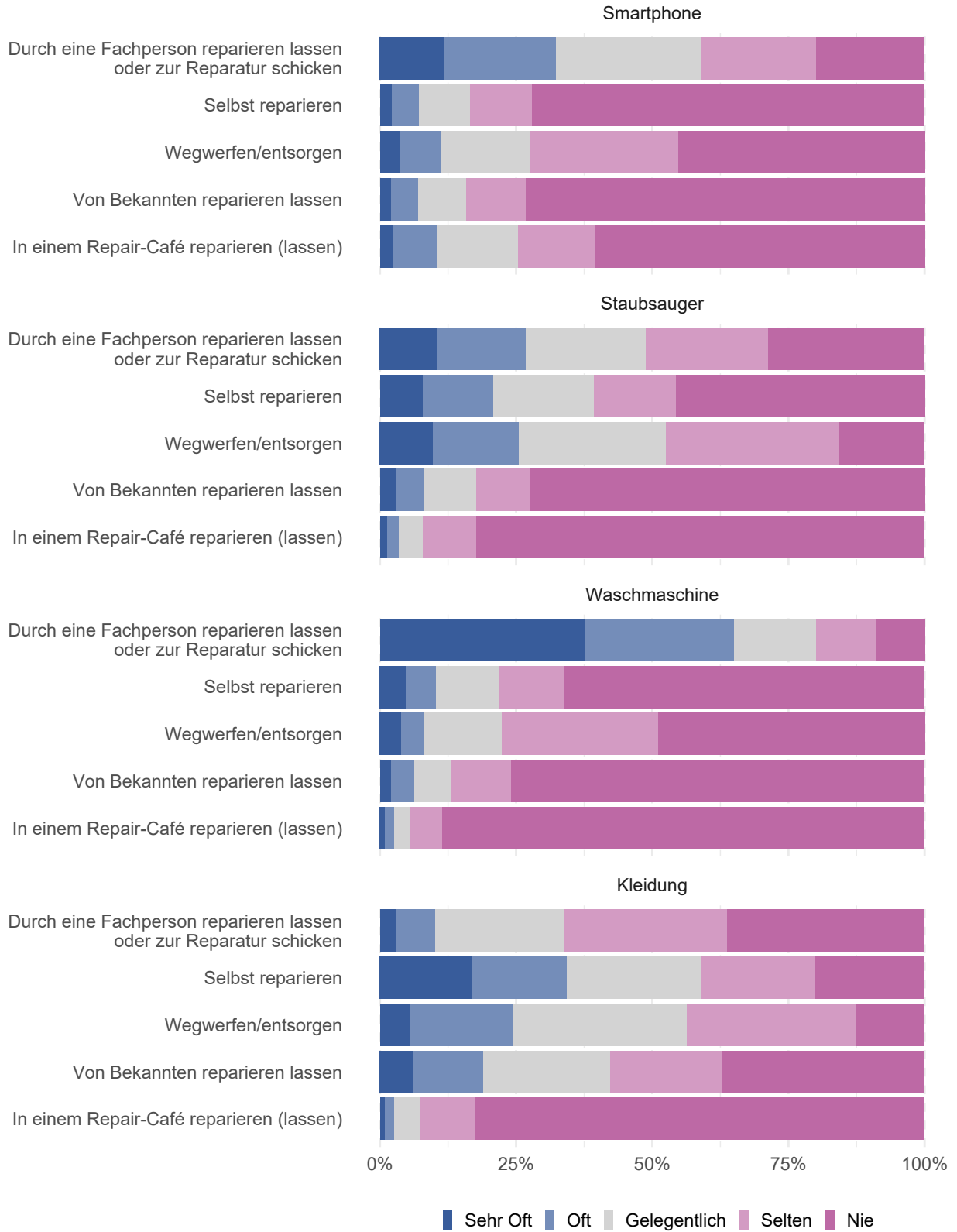
Fragetext: «Wie haben Sie in der Vergangenheit {{Smartphones} // [Kleidung]} entsorgt, die Sie nicht mehr verwenden wollten?»

Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1591 und 1671.

Bei der Entsorgung von Smartphones und Kleidung konnten die Befragten ebenfalls sechs verschiedene Möglichkeiten wählen (multiple choice). Am häufigsten nannten die Befragten hier, dass sie die Geräte verschenkt oder gespendet haben (39% für Smartphones und 73% für Kleidung), oder zum Recyclingcenter gebracht haben (24% und 69%). Eher selten nannten die Befragten, dass sie Kleidung zu Hause lagern (13%), sie zur Verkaufsstelle zurückgebracht haben (3%), oder über den Hausmüll entsorgt haben (10%). Smartphones hingegen werden oft zu Hause gelagert (42%) oder zur Verkaufsstelle zurückgebracht (30%), aber fast nie über den Hausmüll entsorgt (1%). Das Entsorgungsverhalten bei Smartphones und Kleidung unterscheidet sich also deutlich; Erstere werden deutlich häufiger zu Hause gelagert oder zur Verkaufsstelle zurückgebracht, Letztere wird sehr häufig gespendet oder zur Wertstoffsammelstelle oder zum Recyclingcenter gebracht.

Defekte Produkte

63% der Befragten geben an, dass sie schon einmal ein defektes Smartphone hatten, 70% einen defekten Staubsauger und 71% eine defekte Waschmaschine.

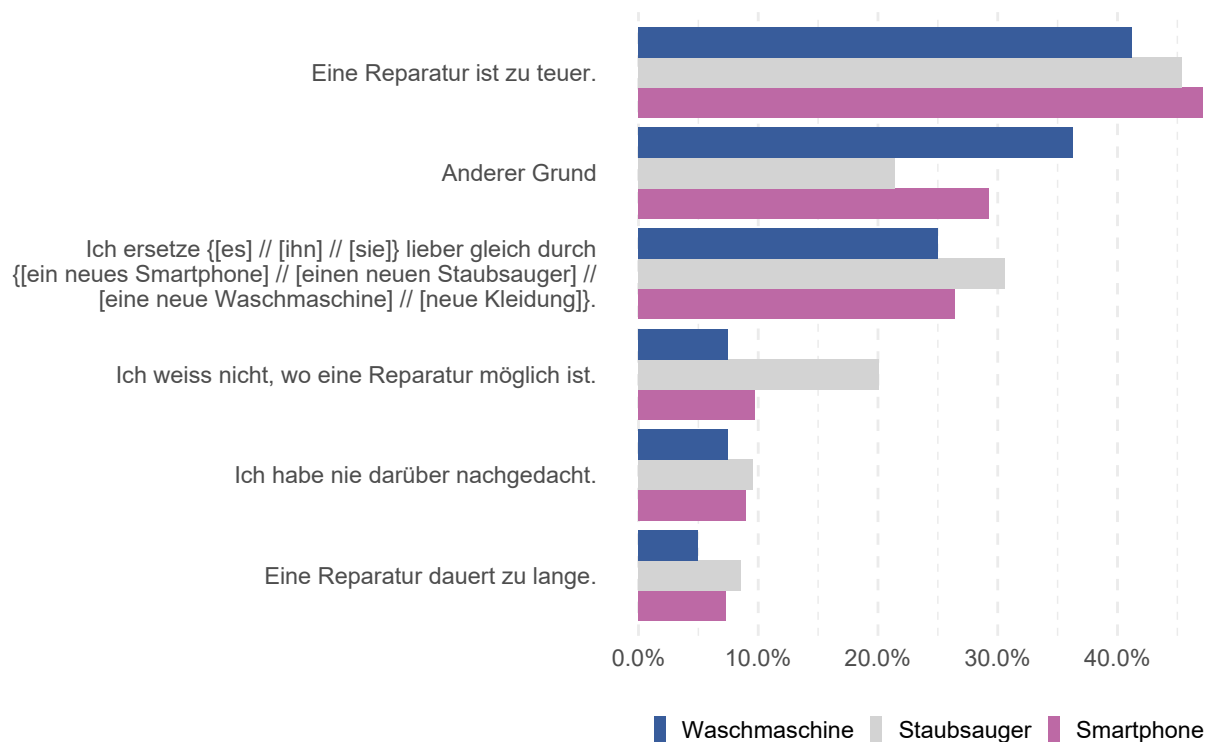


Fragetext: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie diese Handlungen ausführen, wenn {{Ihr Smartphone}} // {{Ihr Staubsauger}} // {{Ihre Waschmaschine}} // {{Ihre Kleidung}} defekt ist.»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1084 und 1671.

Im nächsten Schritt fragten wir, wie häufig die Befragten verschiedene Handlungen ausführen, wenn ihr jeweiliges Gerät oder Produkt defekt ist. Insgesamt wurde am häufigsten genannt, das Produkt durch eine Fachperson reparieren zu lassen oder zur Reparatur zu schicken, am zweithäufigsten, es selbst zu reparieren, gefolgt von wegwerfen/entsorgen, von Bekannten reparieren lassen und in einem Repair-Cafe reparieren lassen.

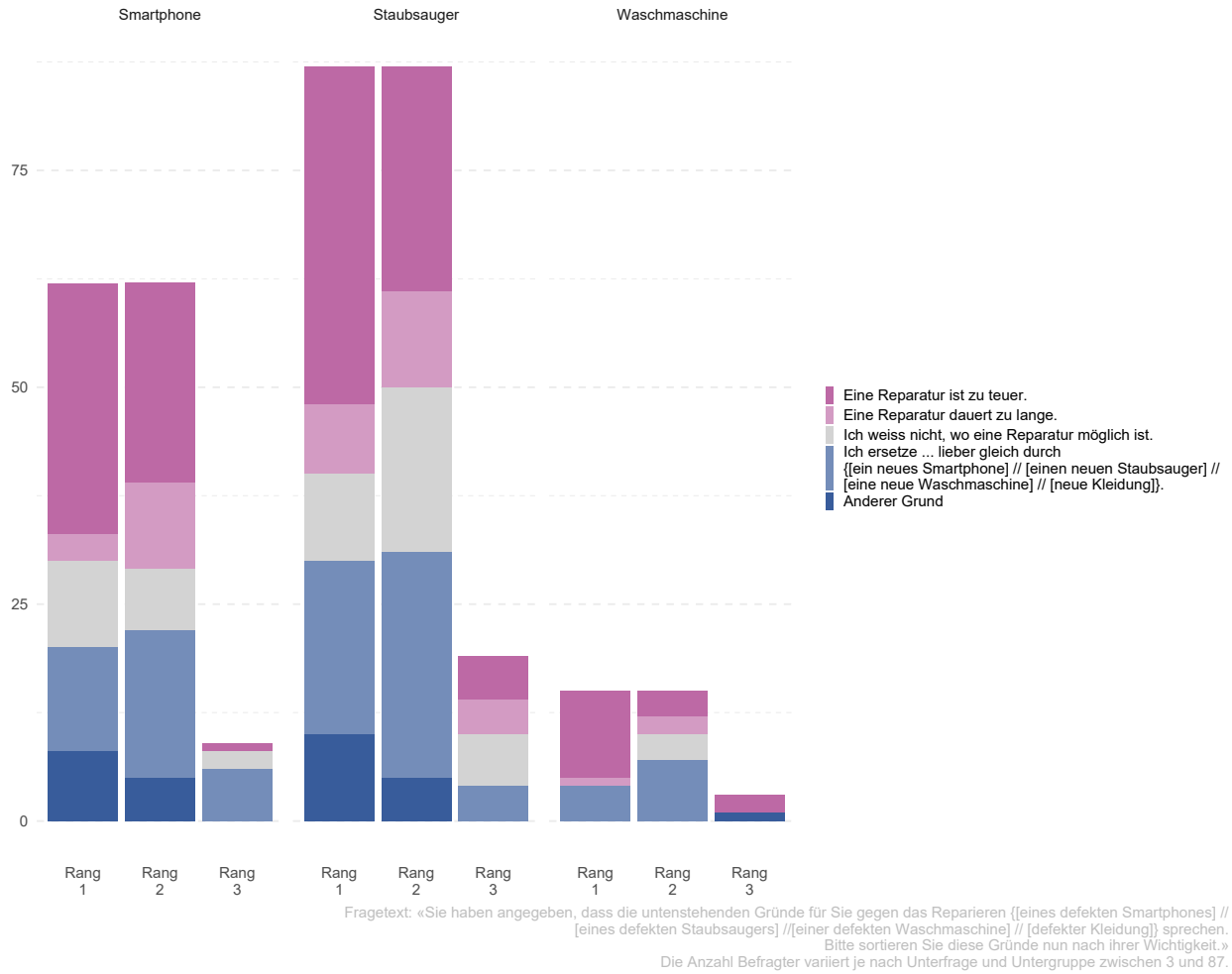
Auch hier gibt es Unterschiede zwischen den Produkten. Staubsauger werden am ehesten weggeworfen, Kleidung wird am häufigsten selbst repariert und Smartphones werden am ehesten von allen Produkten in einem Repair-Cafe repariert. Insgesamt spielen Institutionen wie Repair-Cafes aber nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Gründe gegen Reparatur



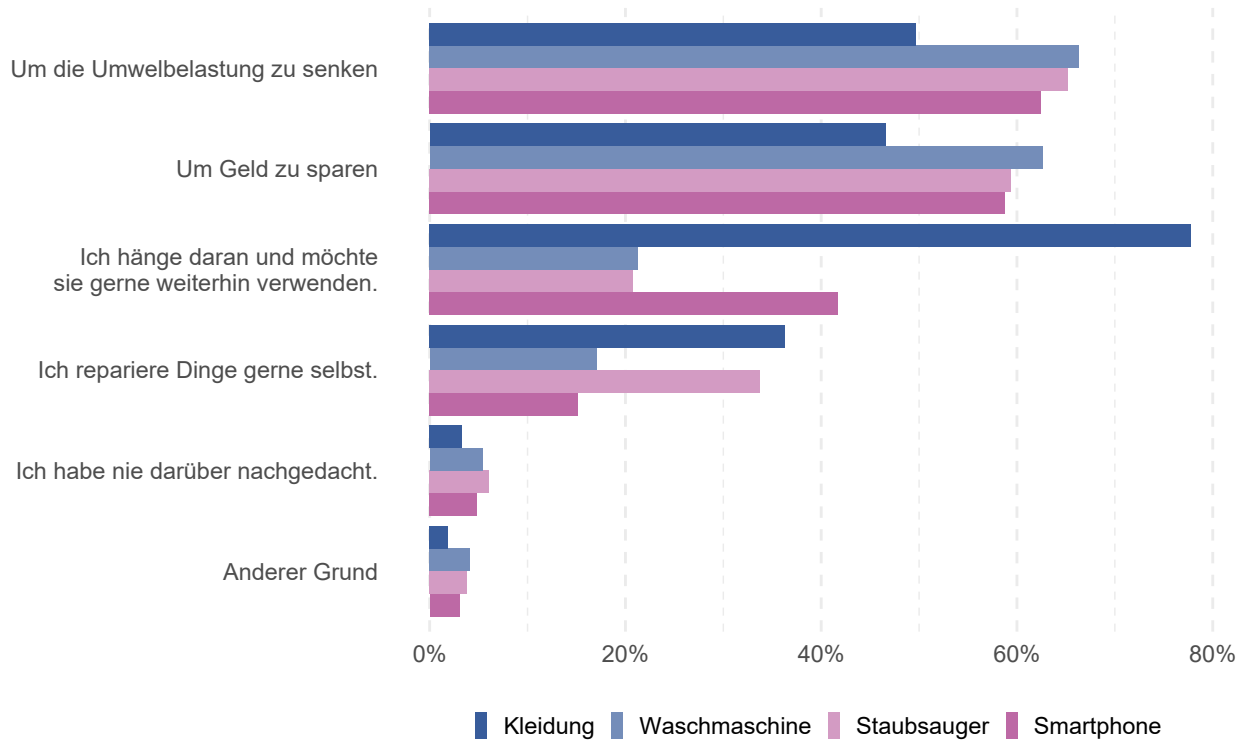
Fragetext: «Was sind die Gründe, warum Sie kaputte {{Smartphones} // {Staubsauger} // {Waschmaschinen} // {Kleidung}} nicht oder nur selten reparieren (lassen)?»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 80 und 304.

Wenn Befragte angaben, Produkte nicht reparieren zu lassen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Am häufigsten wird genannt, eine Reparatur sei zu teuer, gefolgt davon, dass man defekte Produkte lieber durch neue ersetze. Seltener nennen die Befragten, dass sie nicht wissen, wo eine Reparatur möglich ist, nie darüber nachgedacht haben oder eine Reparatur zu lange dauert. Bei Staubsaugern wird im Vergleich zu Waschmaschinen und Smartphones häufiger genannt, dass man nicht weiss, wo eine Reparatur möglich ist, und das Produkt lieber gleich durch ein neues ersetzt.



Das anschliessende Ranking der Gründe gegen eine Reparatur zeigt, dass vor allem der hohe Preis auf den ersten Rang der Gründe gegen eine Reparatur gesetzt wird.

Gründe für Reparatur



Fragetext: «Was sind für Sie die wichtigsten Gründe, kaputte {{[Smartphones]} // [Staubsaugern]} // [Waschmaschinen]} // [Kleidung]} zu reparieren oder reparieren zu lassen?»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 791 und 1370.

Wenn Befragte angaben, Produkte reparieren zu lassen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Am häufigsten wird genannt, dass Reparaturen dabei helfen, die Umweltbelastung zu senken und Geld zu sparen. Bei Kleidern wird zudem auch häufig genannt, dass man an ihnen hängt und sie gerne weiterhin verwenden möchte, und dass man sie gerne selbst repariert.

Gebraucht Kaufen

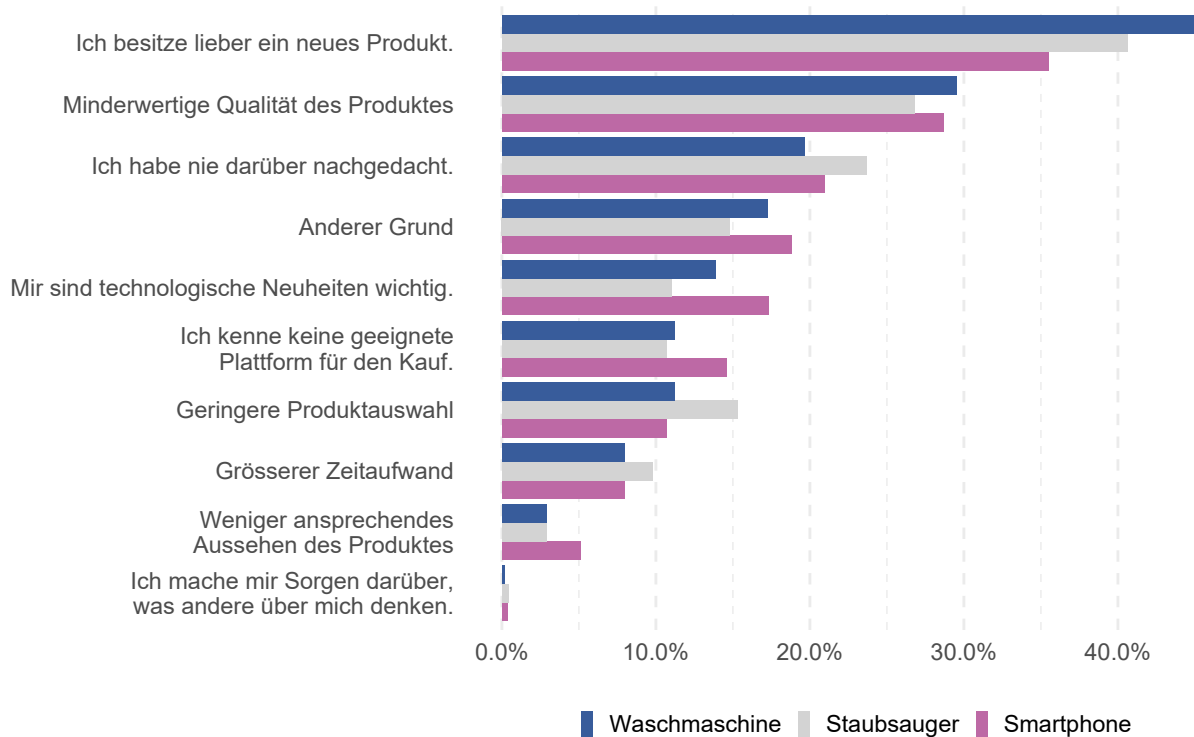
Gebraucht verkaufen oder verschenken



Fragetext: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie diese Handlungen ausführen.»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1352 und 1671.

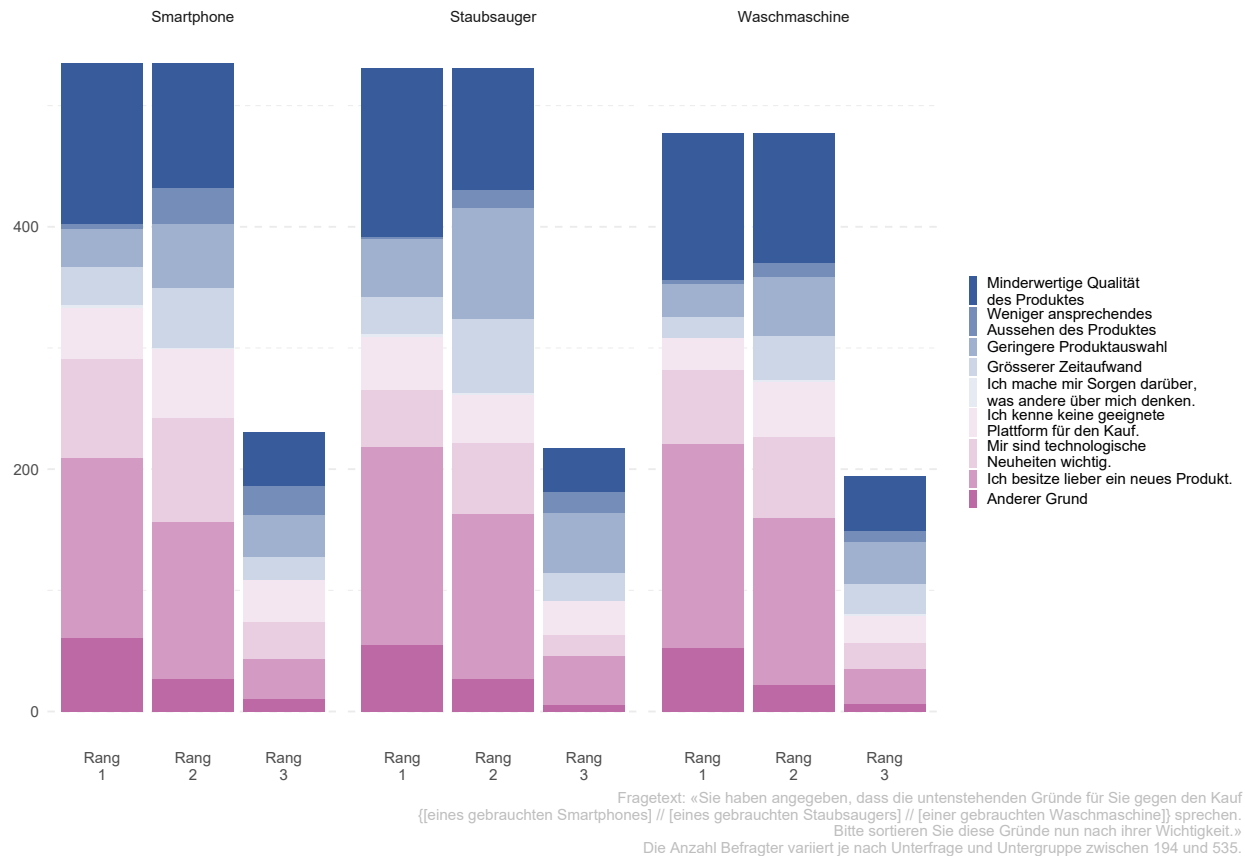
Für die vier Produkte Smartphone, Staubsauger, Waschmaschine und Kleidung fragten wir, wie oft die Befragten diese gebraucht verkaufen, verschenken oder gebraucht kaufen. Dabei zeigt sich, dass gebraucht verschenken hauptsächlich bei Kleidung und bei Smartphones eine grössere Rolle spielt. Kleidung wird auch am häufigsten in Brockis oder Secondhandladen gekauft. Insgesamt gibt bei allen Produkten nur eine kleine Minderheit der Befragten an, diese sehr oft oder oft gebraucht zu verkaufen, zu verschenken, oder zu kaufen.

Gründe gegen Gebrauchtkauf



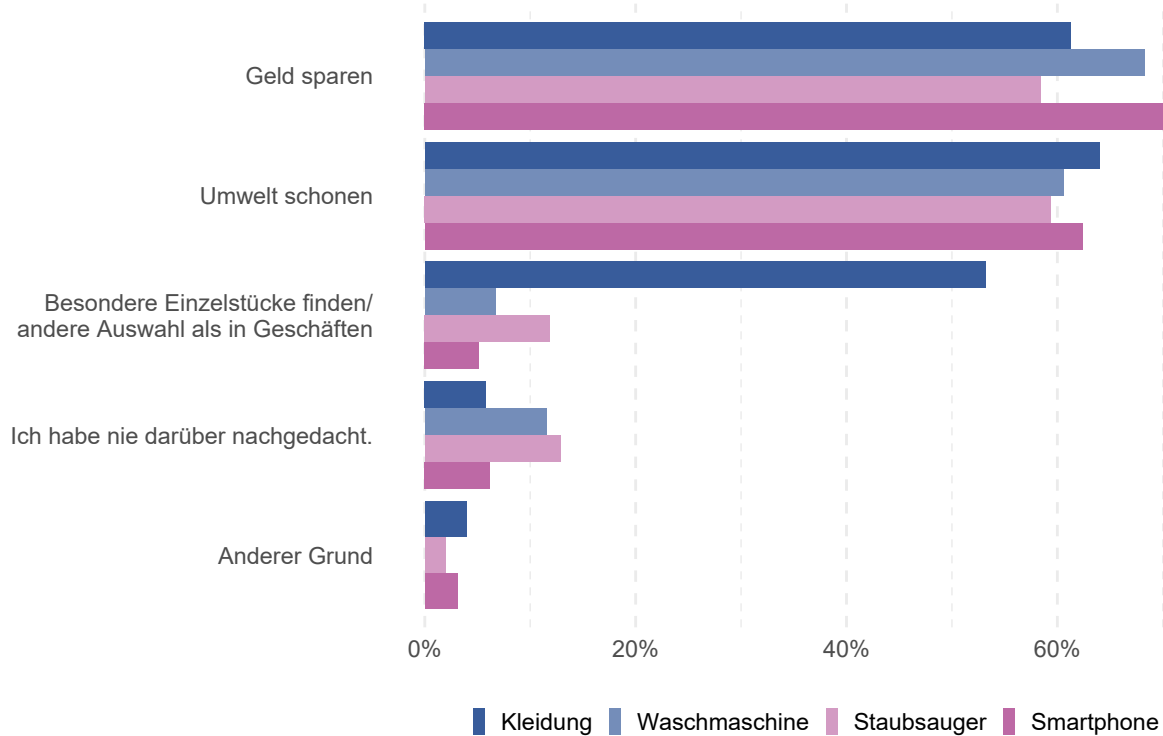
Fragetext: «Welche Gründe sprechen für Sie persönlich gegen den Kauf {[eines gebrauchten Smartphones] // [eines gebrauchten Staubsaugers] // [einer gebrauchten Waschmaschine]}?»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1247 und 1452.

Wenn Befragte angaben, die drei Produkte Waschmaschine, Smartphone und Staubsauger nicht gebraucht zu kaufen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Am häufigsten wurde genannt, dass man lieber ein neues Produkt besitzt, gefolgt von der Sorge über minderwertige Qualität des Produkts. Hier ist auffällig, dass auch viele Befragte angeben, sie hätten darüber noch nie nachgedacht. Die Sorge, was andere über einen denken, spielt de facto keine Rolle.



Beim anschliessenden Ranking der Gründe gegen den Gebrauchtkauf werden bei allen Produkten die beiden Gründe «Minderwertige Qualität des Produkts» und «Ich besitze lieber ein neues Produkt.» am häufigsten auf den ersten Rang gesetzt.

Gründe für Gebrauchtkauf

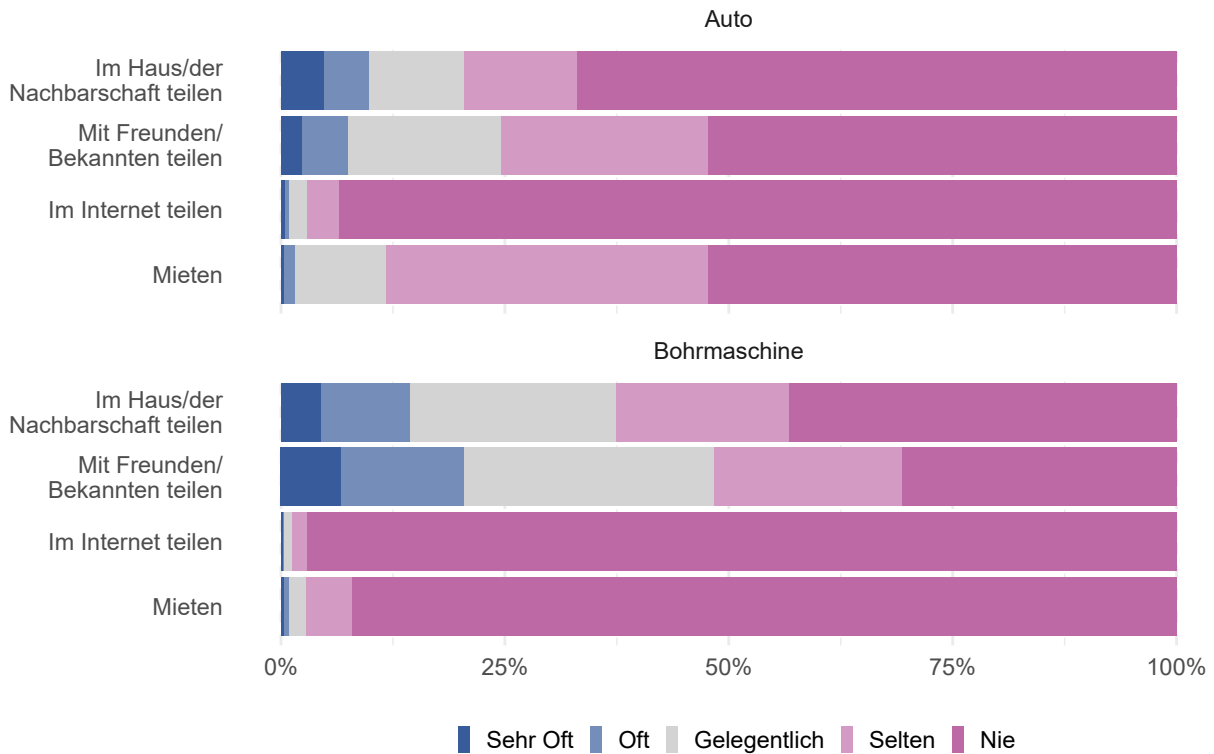


Fragetext: «Was sind für Sie die wichtigsten Gründe, {{ein Smartphone} // [einen Staubsauger] // [eine Waschmaschine] // [Kleidung]} gebraucht zu kaufen?»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 104 und 483.

Wenn Befragte angaben, die vier Produkte Waschmaschine, Smartphone, Kleidung und Staubsauger gebraucht zu kaufen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Hier liegen «Geld sparen» und «die Umwelt schonen» als die wichtigsten Gründe gleichauf. Für Kleidung spielt noch eine Rolle, dass Befragte besondere Einzelstücke finden möchten bzw. eine andere Auswahl als in Geschäften schätzen.

Mieten und Teilen

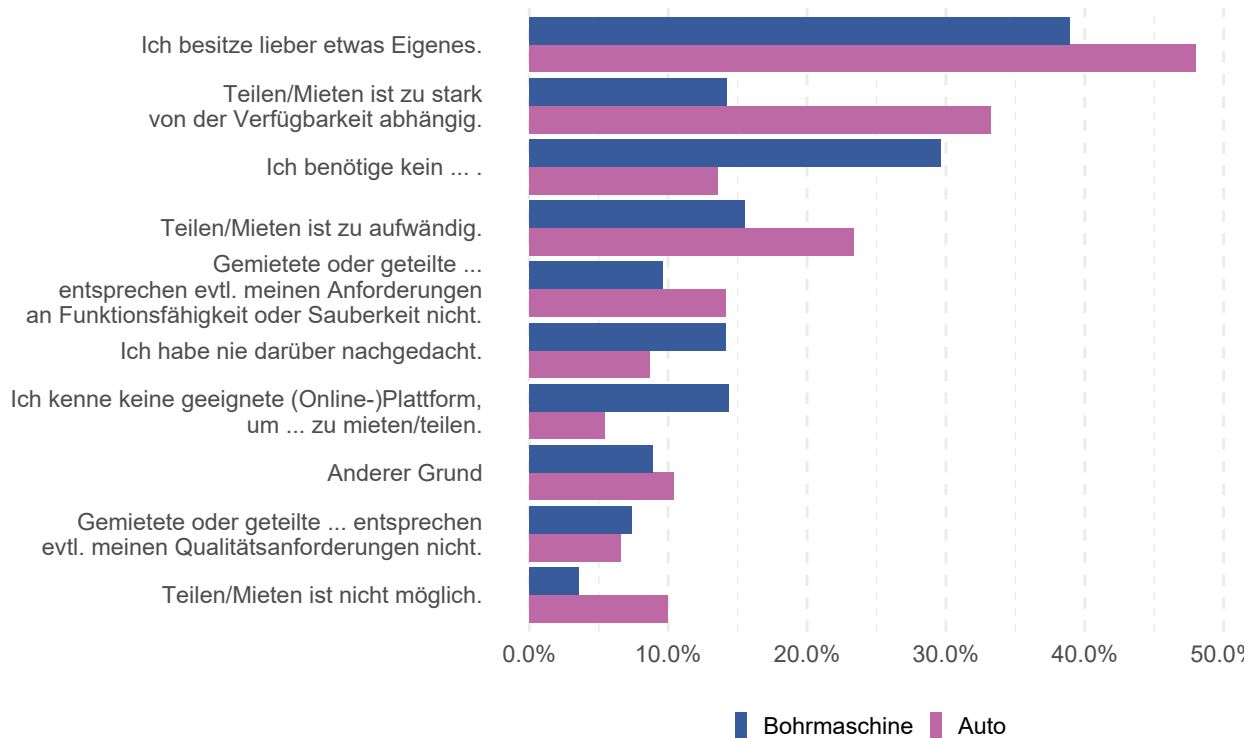
Auto und Bohrmaschine mieten und teilen



Fragetext: «Bitte geben Sie an, wie häufig Sie diese Handlungen ausführen.»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 3318 und 3328.

Für die beiden Produkte Auto und Bohrmaschine wurden den Befragten verschiedene Fragen zum Thema «Mieten und Teilen» gestellt. Im ersten Schritt gaben die Befragten an, wie oft sie verschiedene Handlungen mit diesen Produkten ausführen. Am häufigsten werden die Produkte im Haus oder in der Nachbarschaft geteilt, gefolgt von mit Freund/innen und Bekannten. Produkte im Internet zu teilen, spielt hingegen nur eine sehr kleine Rolle. Während Autos gelegentlich gemietet werden, geben fast alle Befragte an, dass sie noch nie eine Bohrmaschine gemietet haben.

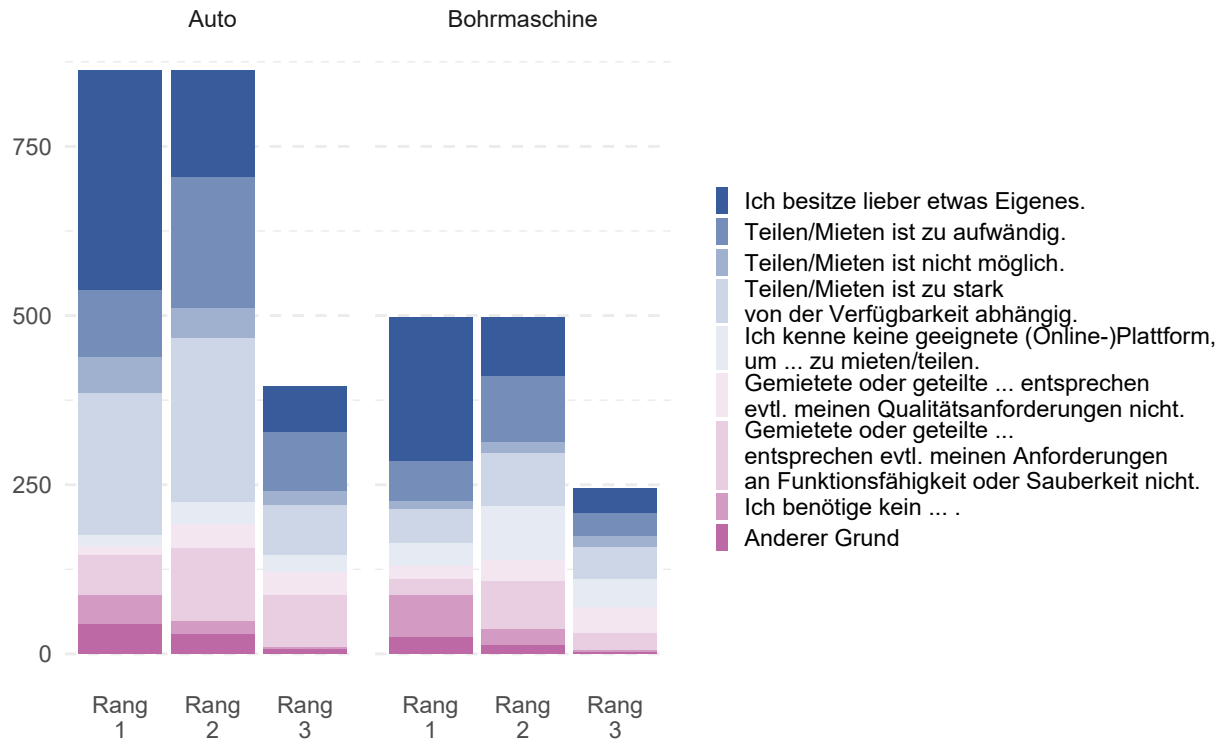
Gründe gegen Teilen und Mieten



Fragetext: «Welche Gründe sprechen für Sie persönlich gegen das Teilen oder Mieten
 {[eines Autos] // [einer Bohrmaschine]}?»

Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1565 und 1962.

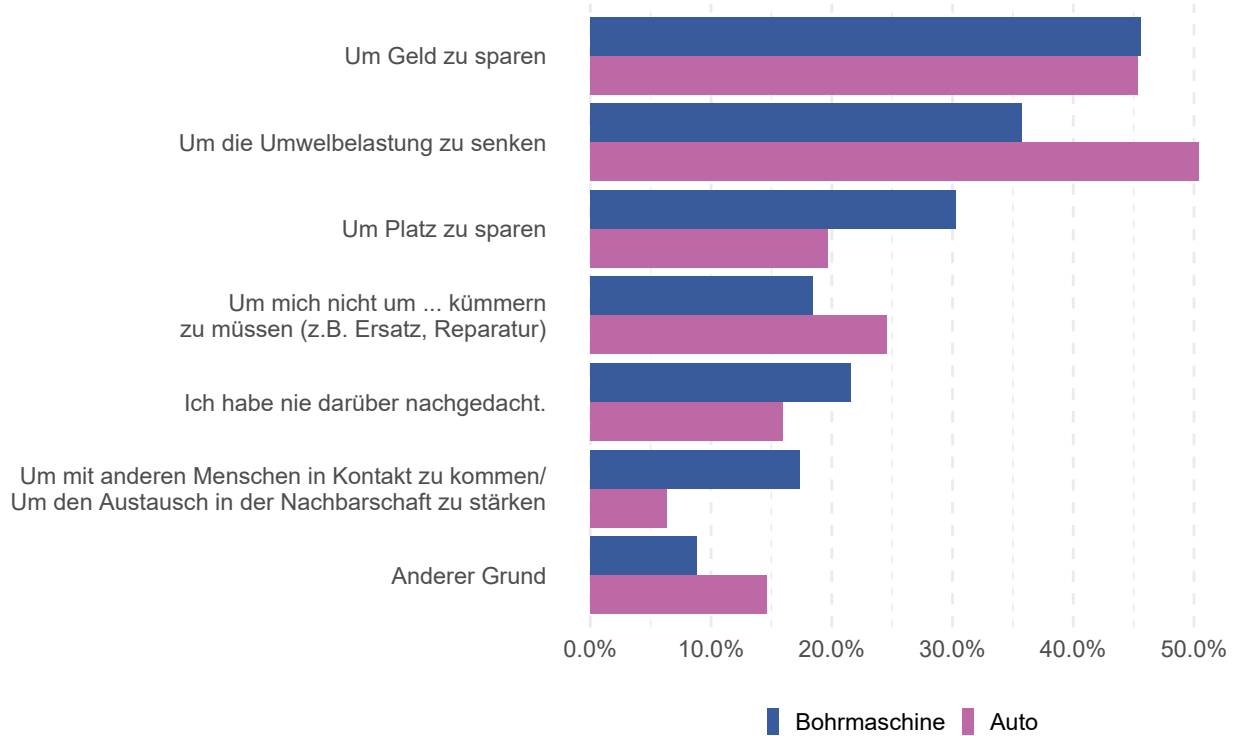
Wenn Befragte angaben, die beiden Produkte Bohrmaschine und Auto nicht zu mieten oder zu teilen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Am häufigsten wurde genannt, dass man lieber etwas Eigenes besitzen möchte. Bei Autos spielt die Verfügbarkeit eine grosse Rolle, während bei Bohrmaschinen sehr häufig genannt wird, dass man keine benötigt. Bei Autos finden fast ein Viertel der Befragten, dass Teilen oder Mieten zu aufwändig sei.



Fragetext: «Sie haben angegeben, dass die untenstehenden Gründe für Sie gegen das Teilen oder Mieten [[eines Autos] // [einer Bohrmaschine]] sprechen. Bitte sortieren Sie diese Gründe nun nach ihrer Wichtigkeit.»
 Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 245 und 863.

Beim anschließenden Ranking der Gründe gegen das Teilen und Mieten werden bei beiden Produkten der Grund «Ich besitze lieber etwas Eigenes» am häufigsten auf den ersten Rang gesetzt. Bei Autos wird auch die fehlende Verfügbarkeit oft als der wichtigste Grund gegen das Teilen und Mieten genannt.

Günde für mieten und teilen



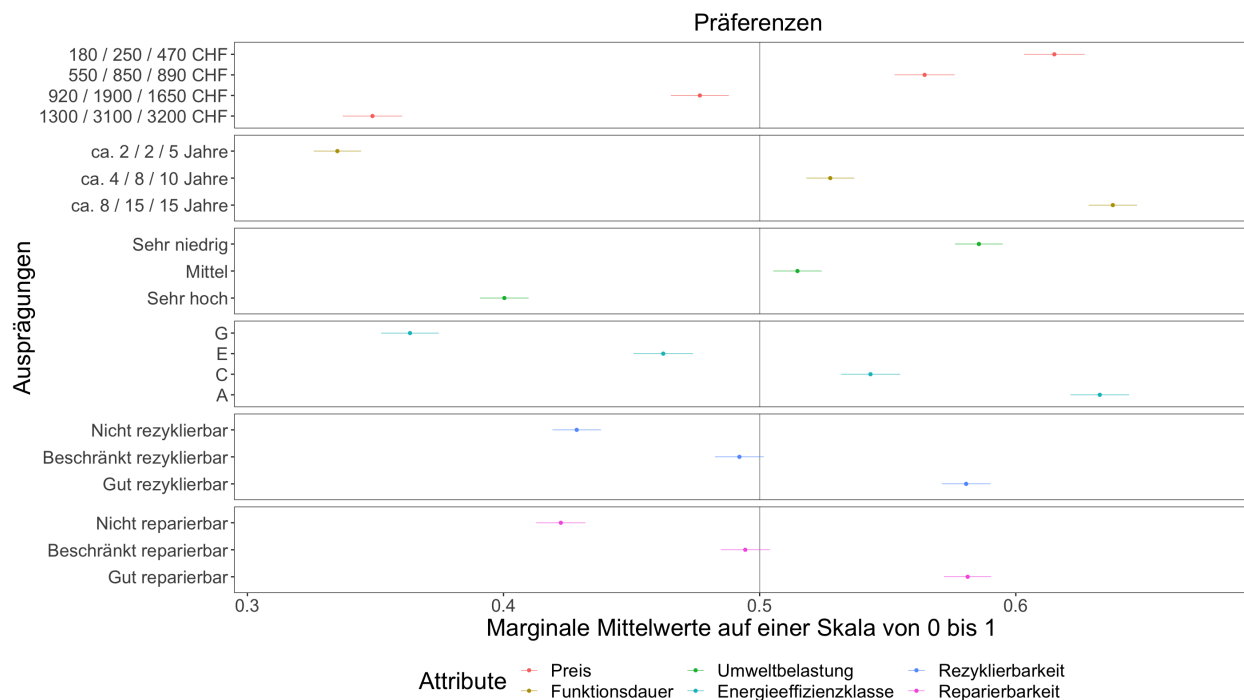
Fragetext: «Was sind für Sie die wichtigsten Gründe, {[ein Auto] // [eine Bohrmaschine]} zu mieten oder zu teilen?»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage und Untergruppe zwischen 1355 und 1762.

Wenn Befragte angaben, die Produkte manchmal zu mieten oder zu teilen, wurden sie im nächsten Schritt nach ihren Gründen für diese Entscheidung gefragt. Hier liegt «Geld sparen» für beide Produkte vorne, wobei für Autos «die Umweltbelastung zu senken» sogar noch häufiger genannt wird. Platz zu sparen spielt eher für Bohrmaschinen als für Autos eine Rolle.

Conjoint-Experiment

95% der Befragten besitzen oder besaßen nach eigener Aussage ein Smartphone, 90% einen Fernseher, und 80% eine Waschmaschine. Befragte, die das Produkt besitzen oder besaßen, beantworteten folgendes Conjointexperiment:

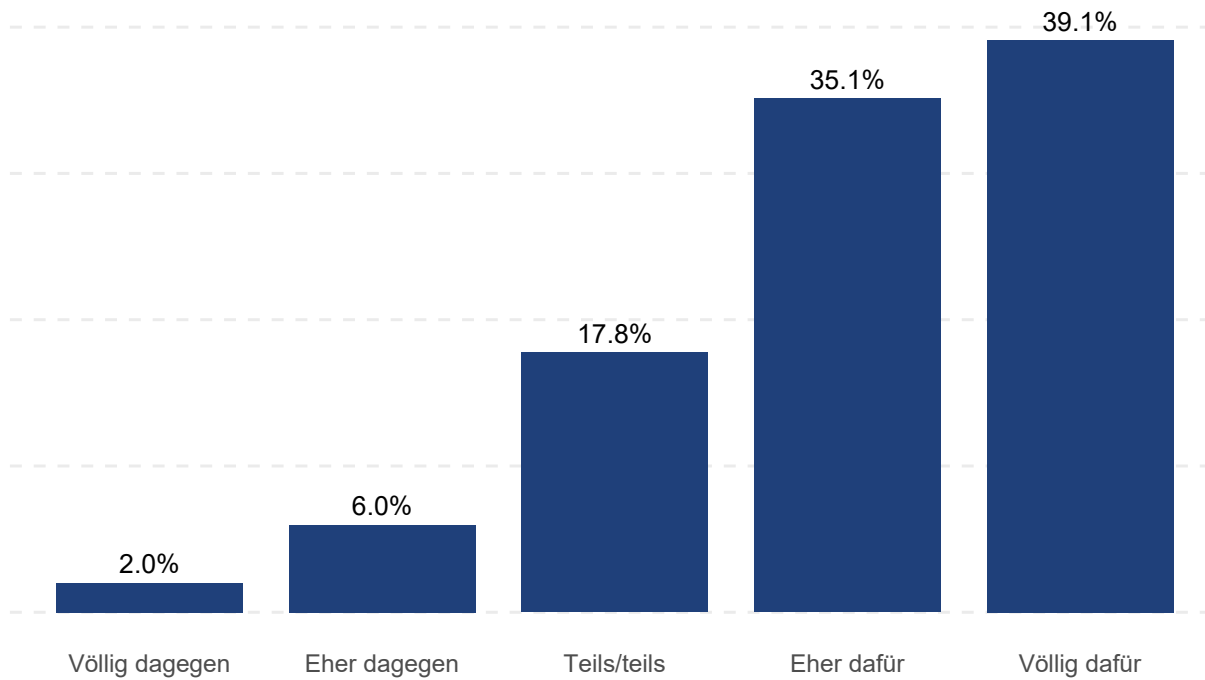
Stellen Sie sich vor, dass Sie heute ein neues Produkt kaufen möchten. Zu diesem Zweck vergleichen Sie unterschiedliche Angebote. Im Folgenden zeigen wir Ihnen mehrere Male jeweils zwei Angebote nebeneinander. Bitte vergleichen Sie die beiden Angebote und sagen Sie uns, welches der beiden Produkte Sie eher kaufen würden, wenn Sie sich entscheiden müssten. Die beiden Geräte unterscheiden sich in wichtigen Details in Bezug auf Preis, Funktionsdauer, Umweltbelastung bei der Produktion, Energieeffizienz im Betrieb, Recycling-Tauglichkeit und Reparierbarkeit.



Basierend auf einem linearen Regressionsmodell lassen sich eher präferierte bzw. eher abgelehnte Produkte identifizieren. Allgemein lässt sich sagen, dass die Kaufentscheidung hauptsächlich vom Preis und der Funktionsdauer eines Produktes abhängt. Nach diesen Hauptkriterien bevorzugen die Befragten eher Produkte, die eine hohe Energieeffizienz haben sowie eine niedrige Umweltbelastung während der Produktion aufweisen. Rezyklierbarkeit und Reparierbarkeit sind zwar vergleichsweise weniger wichtig für die Kaufentscheidung, aber interessanterweise durchaus relevant: Die Befragten lehnen Produkte eher ab, wenn diese nicht rezyklierbar oder reparierbar sind. Diese Ergebnisse implizieren, dass die Befragten bereit sind, einen Aufpreis für Produkte zu zahlen, wenn diese die wichtigsten Merkmale der Kreislaufwirtschaft erfüllen.

Politikpräferenzen

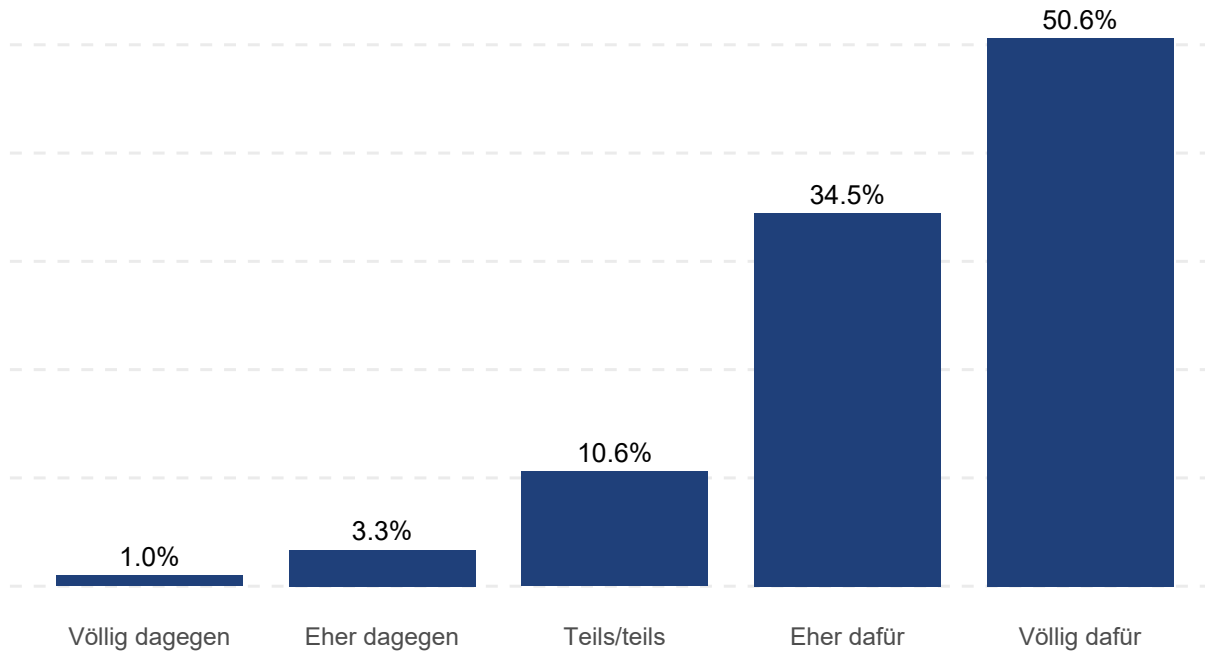
Reparierverpflichtung für Händler



Fragetext: «Gemäss den aktuellen rechtlichen Bestimmungen können defekte elektronische Geräte kostenlos zu den Händlern oder zu Öff.n Sammelstellen zurückgebracht werden. Bisher werden diese Geräte jedoch nicht repariert, sondern dem Recycling zugeführt. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen eine Verpflichtung für Händler, entsorgte Geräte, wo dies möglich und sinnvoll ist, zu reparieren und weiterzuverkaufen?»
Grafik basiert auf N = 3226

Fast drei Viertel der Befragten sind eher oder völlig dafür, dass Händler entsorgte Geräte reparieren und weiterverkaufen müssen sollen, sofern dies möglich und sinnvoll ist.

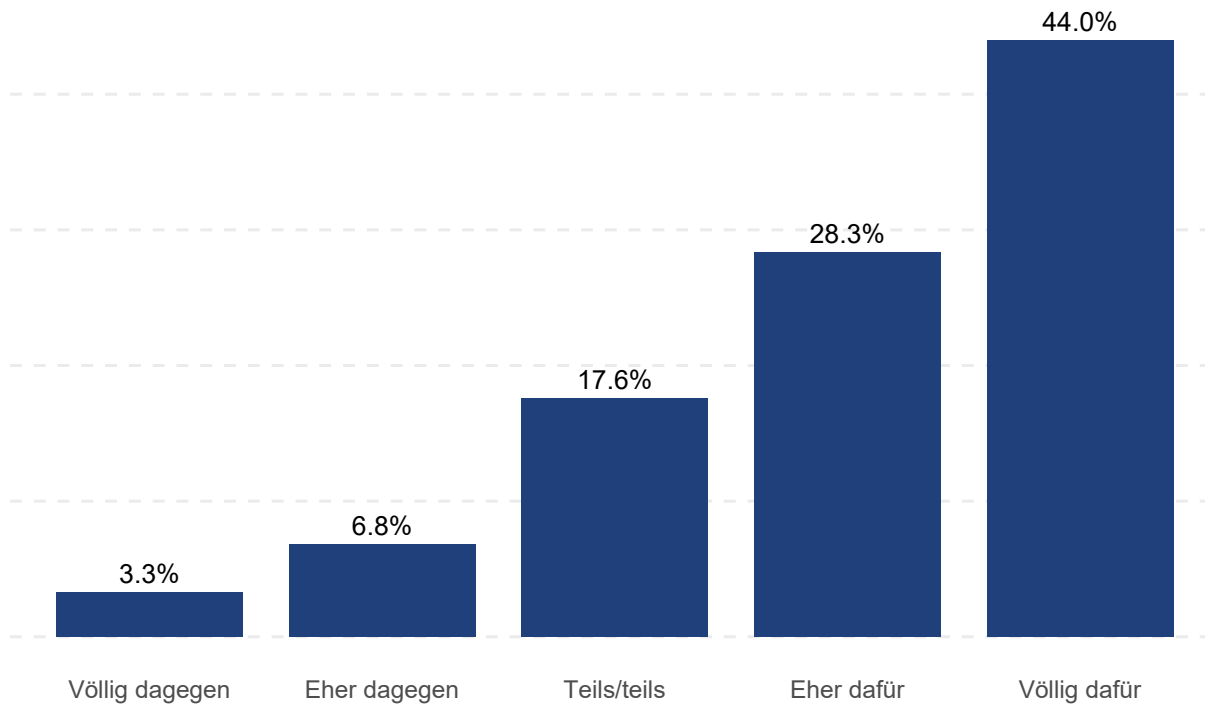
Reparierbarkeitsindex in der Schweiz



Fragetext: «Elektronische und elektrische Geräte haben unterschiedliche Lebensdauern. Dabei lassen sich manche bei einem Defekt besser reparieren als andere. In Frankreich wurde deshalb ein Label entwickelt, das den Grad der Reparierbarkeit eines Produkts bewertet. Basierend auf verschiedenen Kriterien erhält jedes Produkt eine Reparatur-Punktzahl, die zeigt, wie leicht sich das Gerät reparieren lässt. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die verpflichtende Einführung eines solchen Reparierbarkeitsindex in der Schweiz?»
Grafik basiert auf N = 3224

85% der Befragten sind eher oder völlig dafür, in der Schweiz einen Reparierbarkeitsindex einzuführen. Dieser würde angeben, wie leicht sich ein Produkt reparieren lässt.

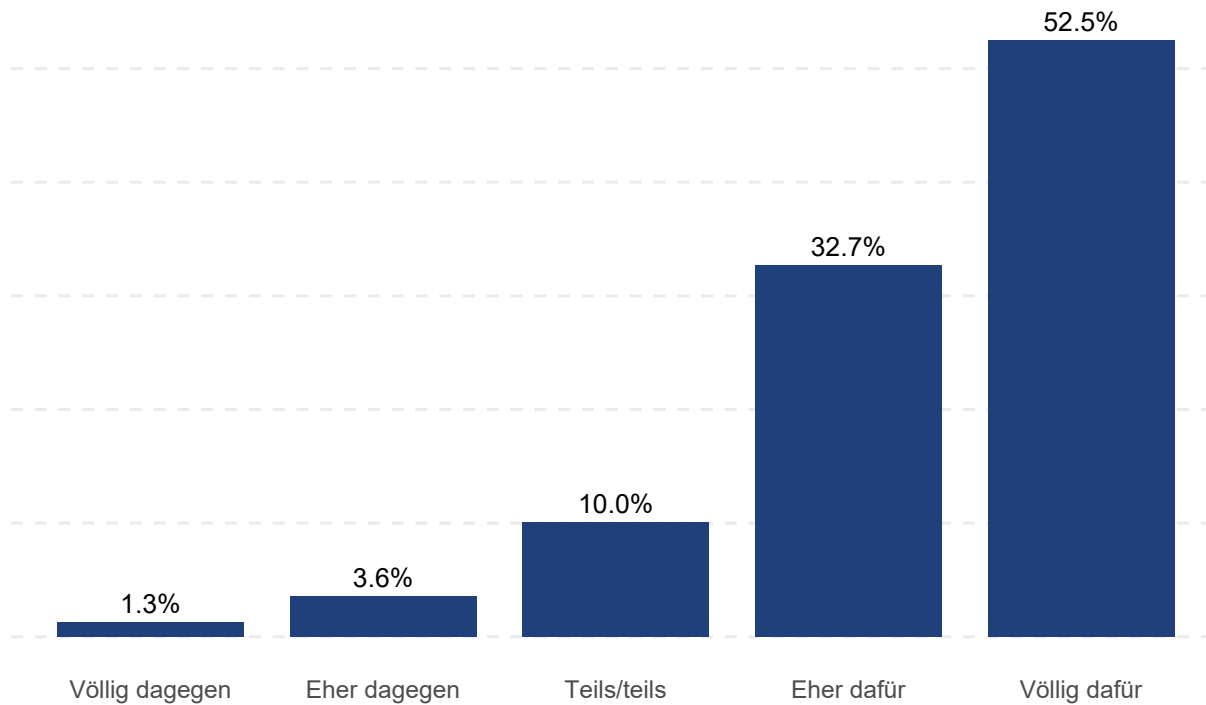
Verpflichtende Deklaration des Flugtransports bei Lebensmitteln



Fragetext: «Beim Kauf von Lebensmitteln finden Sie gewöhnlich eine Angabe zum jeweiligen Herkunftsland. Nun wird diskutiert, zusätzlich dazu eine verpflichtende Kennzeichnung für alle Lebensmittel einzuführen, die mit dem Flugzeug transportiert wurden. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die Einführung einer verpflichtenden Deklaration des Flugtransports?»
Grafik basiert auf N = 3189

72% der Befragten sind eher oder völlig dafür, mit dem Flugzeug transportierte Lebensmittel zu deklarieren.

Verpflichtende Deklaration der minimalen Lebensdauer von Produkten

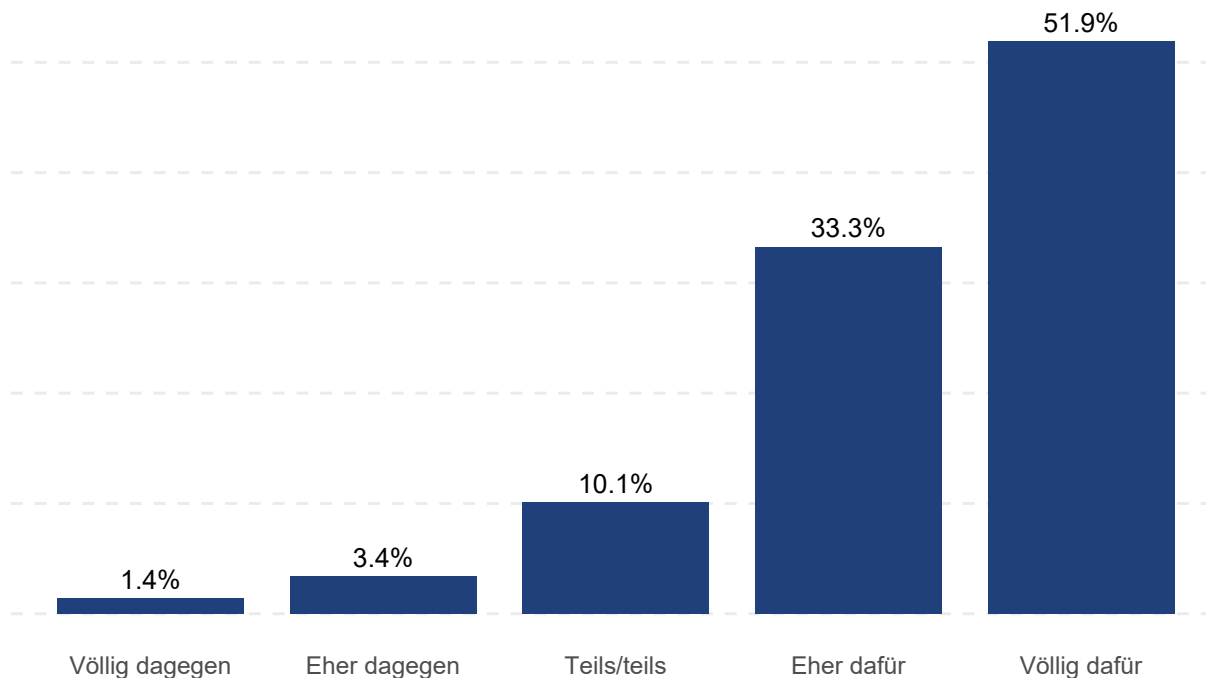


agetext: «Manche europäischen Länder schreiben eine Mindest-Lebensdauer von elektrischen und elektronischen Geräten vor. Das bedeutet beispielsweise, dass angegeben werden muss, wie viele Waschgänge eine Maschine bestens waschen kann. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die Einführung einer verpflichtenden Deklaration der minimalen Lebensdauer von Produkten?»

Grafik basiert auf N = 3236

85% der Befragten sind eher oder völlig dafür, die minimale Lebensdauer von Produkten verpflichtend zu deklarieren.

Vorgabe für den obligatorischen Anteil an Recyclingmaterial in Verpackungen



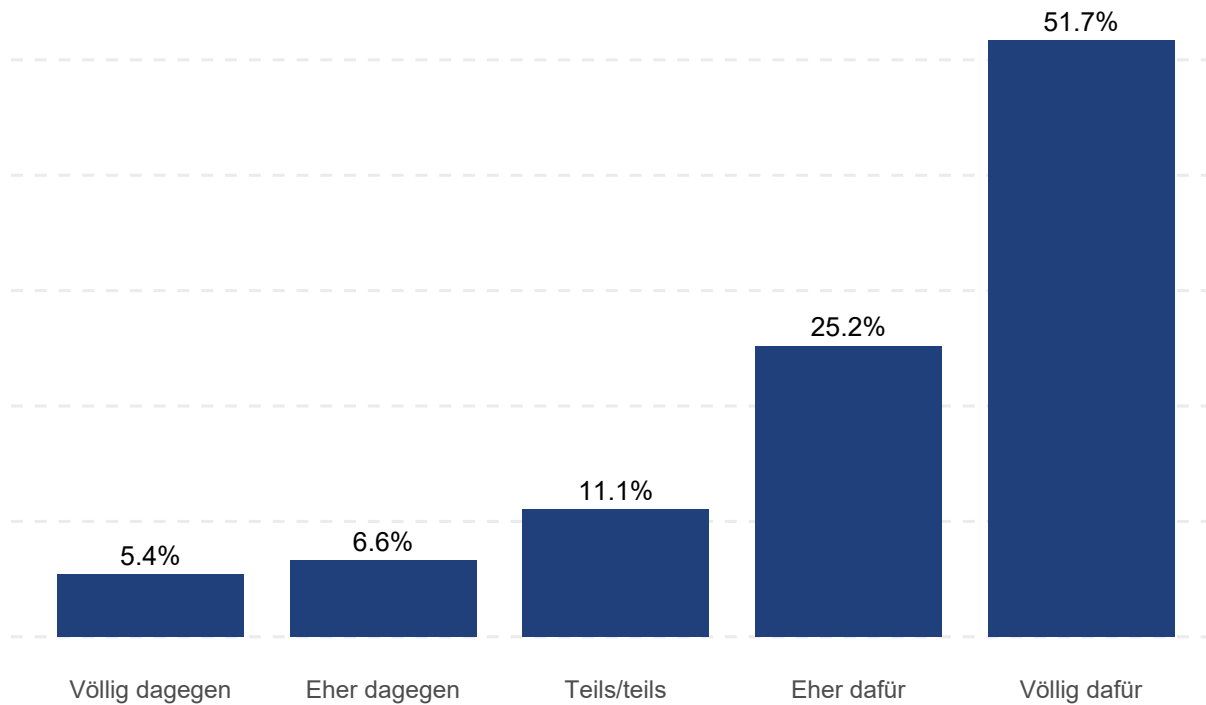
Fragetext: «Produktverpackungen sind nicht immer rezyklierbar und es könnten noch viel mehr Verpackungen aus Recyclingmaterial hergestellt werden. Um die Recycling-Quote von Verpackungen zu erhöhen, wird über eine Regelung diskutiert, die vorschreibt, wie viel Prozent einer Verpackung rezyklierbar sein muss (z.B. 100% bei Karton).

Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die Einführung einer Vorgabe für den obligatorischen Anteil an Recyclingmaterial in einer Verpackung?»

Grafik basiert auf N = 3228

85% der Befragten sind eher oder völlig dafür, dass eine Vorgabe für den obligatorischen Anteil an Recyclingmaterialien in einer Verpackung eingeführt wird.

Verbot der Vernichtung unverkaufter oder retournierter Produkte

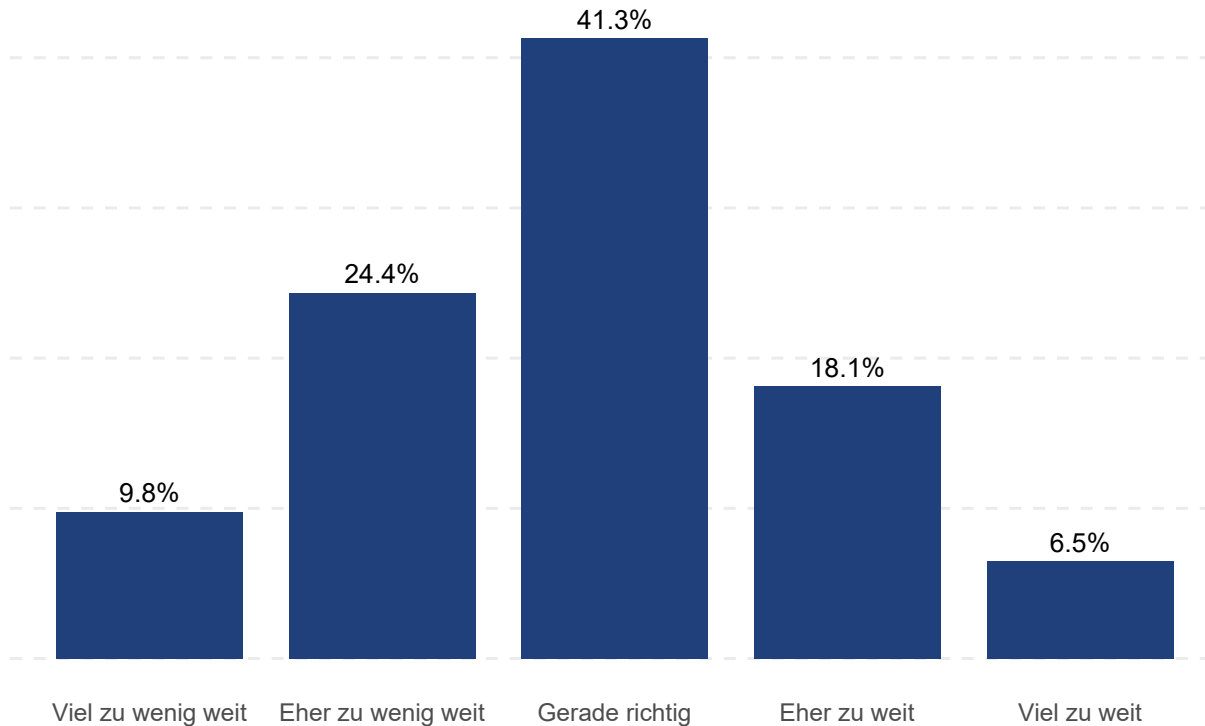


getext: «Bislang dürfen Händler retournierte, noch unbenutzte Produkte oder nicht verkaufte Produkte vernichten. Im Gegensatz zu Frankreich gib es in der Schweiz bislang keine Regelung, die diese Praxis verbietet. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 5 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen ein Verbot der Vernichtung unverkaufter oder retournierter Produkte?»
Grafik basiert auf N = 3181

77% der Befragten sind völlig oder eher für ein Verbot der Vernichtung unverkaufter oder retournierter Produkte.

Einstellungen zur Klimapolitik

Klimaübereinkommen von Paris



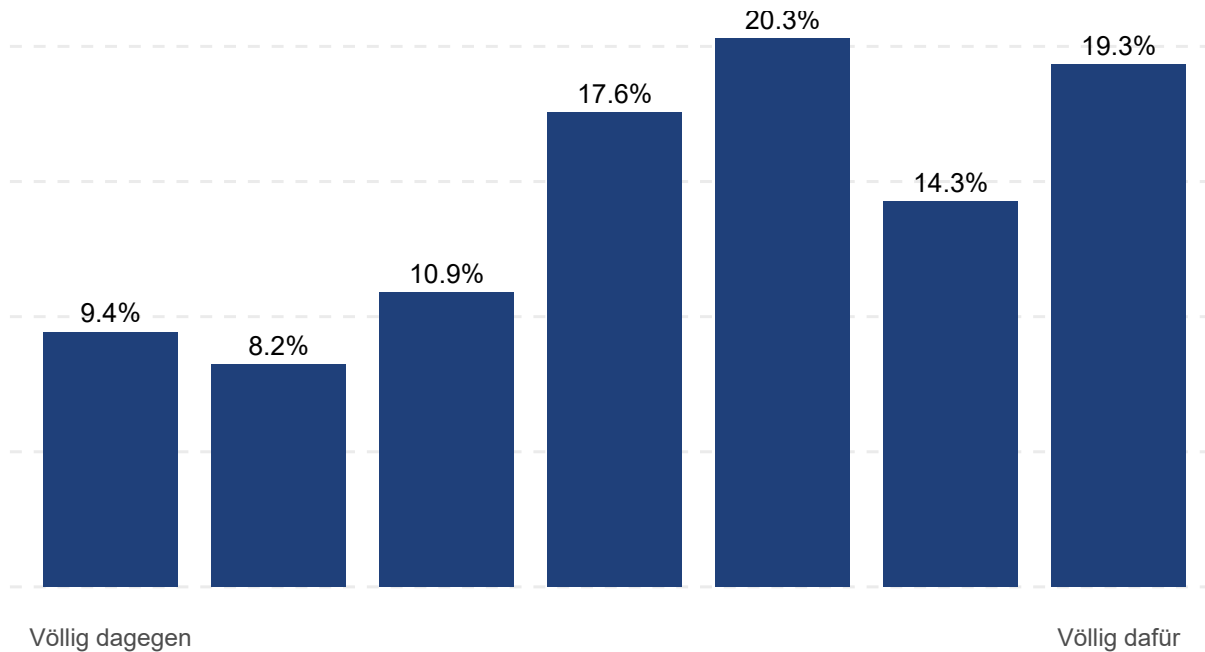
Fragetext: «Geht aus Ihrer persönlichen Sicht das Ziel, zu dem sich die Schweiz im Rahmen des Klima-Übereinkommens von Paris verpflichtet hat (50% Reduktion der Emissionen bis 2030, 100% bis 2050), zu weit oder zu wenig weit, oder ist es gerade richtig?»
Grafik basiert auf N = 3157

In der ersten Frage zu klimapolitischen Einstellungen fragten wir nach dem Klimaabkommen von Paris:

Geht aus Ihrer persönlichen Sicht das Ziel, zu dem sich die Schweiz im Rahmen des Klima-Übereinkommens von Paris verpflichtet hat (50% Reduktion der Emissionen bis 2030, 100% bis 2050), zu weit oder zu wenig weit, oder ist es gerade richtig?

41% der Befragten finden, das Ziel geht genau richtig weit. Es gibt mehr Befragte, die finden, es geht eher oder viel zu wenig weit (34%), als Befragte, die finden, es geht eher oder viel zu weit (25%).

«Gletscher-Initiative»

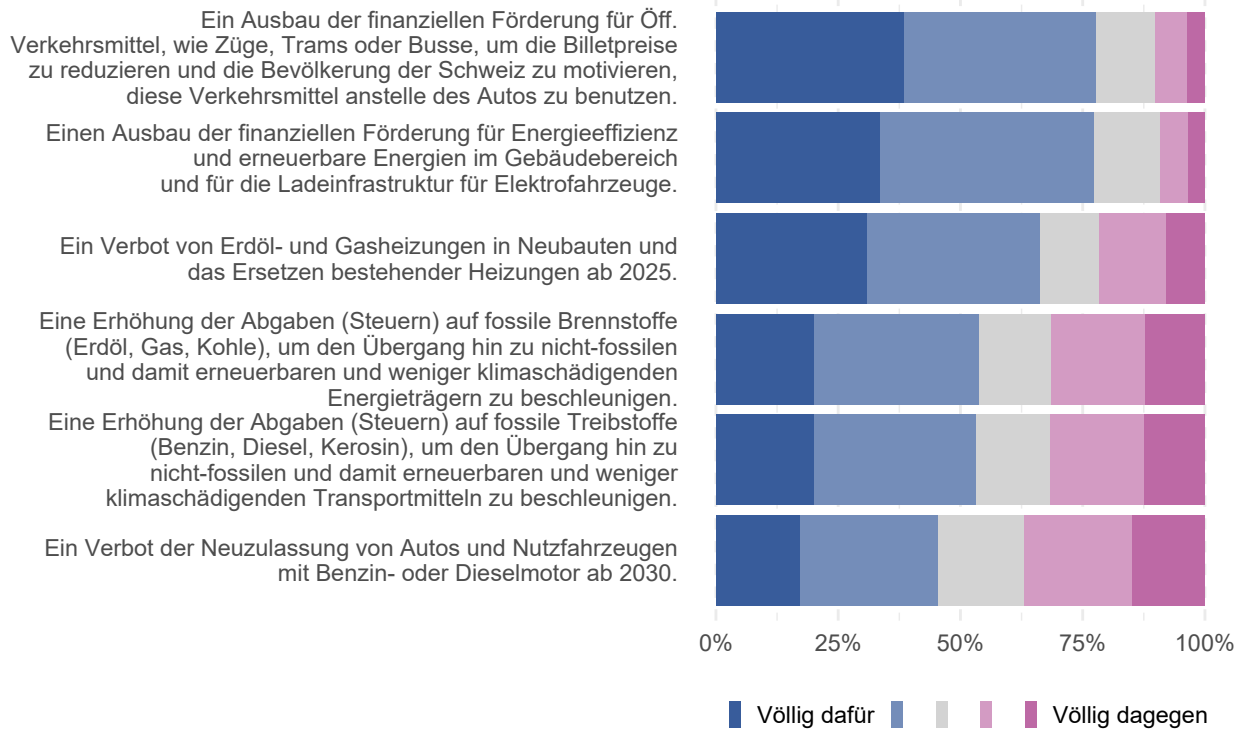


Fragetext: «Die «Gletscher-Initiative» möchte die Ziele des Klimaübereinkommens von Paris in der Schweizer Bundesverfassung verankern. Eine Volksabstimmung dazu könnte 2023 stattfinden. Die Schweiz würde sich bei einer Annahme der Initiative verpflichten, ihre Emissionen von Treibhausgasen bis 2050 auf Null zu senken. Bis 2050 müsste bei einer Annahme der Initiative die Nutzung von Erdöl, Erdgas, Kohle und fossilen Treibstoffen (Benzin, Diesel, Kerosin) verboten werden. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 7 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die «Gletscher-Initiative»?»
Grafik basiert auf N = 3318

Die «Gletscher-Initiative» möchte die Ziele des Klimaübereinkommens von Paris in der Schweizer Bundesverfassung verankern. Eine Volksabstimmung dazu könnte 2023 stattfinden. Die Schweiz würde sich bei einer Annahme der Initiative verpflichten, ihre Emissionen von Treibhausgasen bis 2050 auf Null zu senken. Bis 2050 müsste bei einer Annahme der Initiative die Nutzung von Erdöl, Erdgas, Kohle und fossilen Treibstoffen (Benzin, Diesel, Kerosin) verboten werden. Auf einer Skala von 1 (völlig dagegen) bis 7 (völlig dafür), wie stark sind Sie für oder gegen die «Gletscher-Initiative»?

29% der Befragten gaben eine Antwort auf einer der drei nicht zustimmenden Kategorien (völlig dagegen bis Mitte) an, 18% wählten die Mittelkategorie und 54% wählten die drei zustimmenden Kategorien (bis völlig dafür). Eine Mehrheit der Befragten ist damit eher für die Gletscher-Initiative.

Verschiedene klimapolitische Massnahmen

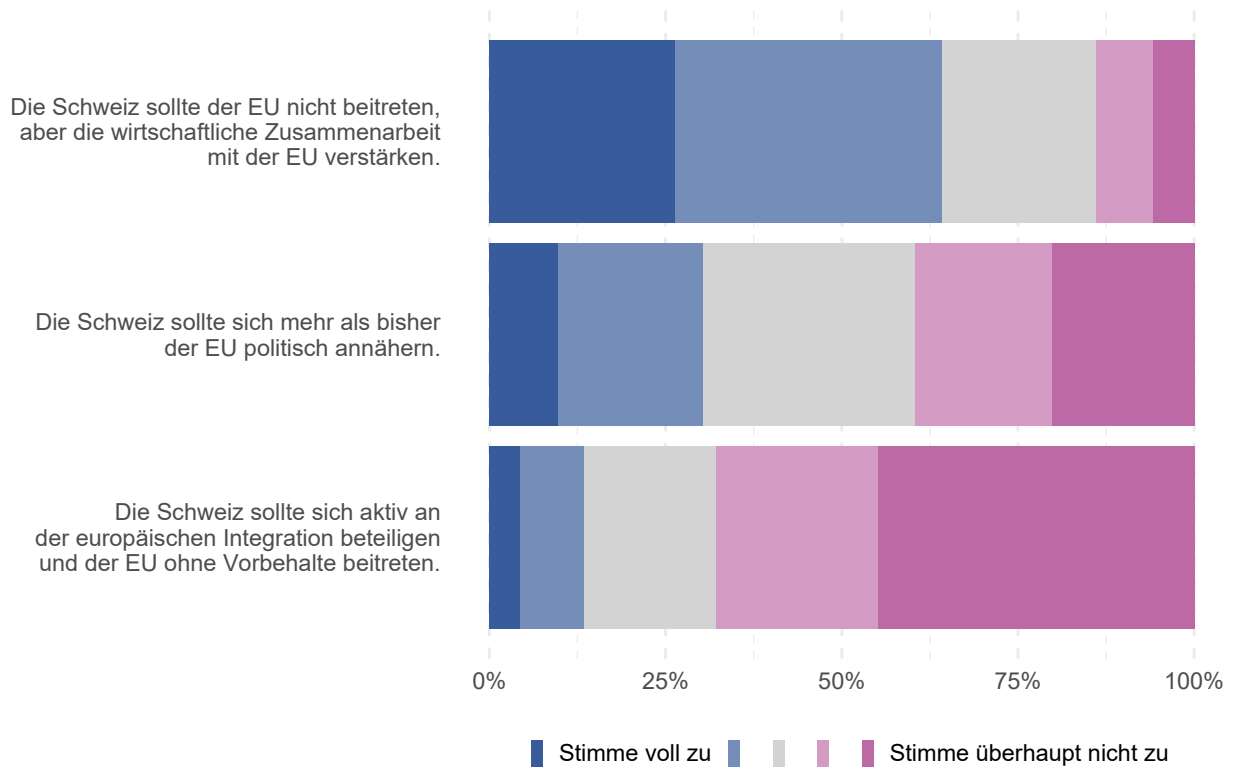


Fragetext: «Um ihre klimapolitischen Ziele zu erreichen, kann die Schweiz unterschiedliche Massnahmen ergreifen. Wie sehr sind Sie persönlich für oder gegen die folgenden Massnahmen?»
Die Anzahl Befragter variiert je nach Unterfrage zwischen 3312 und 3314.

Um ihre klimapolitischen Ziele zu erreichen, kann die Schweiz unterschiedliche Massnahmen ergreifen. Wie sehr sind Sie persönlich für oder gegen die folgenden Massnahmen?

Fast alle der vorgestellten Massnahmen werden von mehr als 50% der Befragten mit «völlig dafür» oder «eher dafür» bewertet. Nur das Verbot von Neuzulassungen von Autos und Nutzfahrzeugen mit Benzin- oder Dieselmotoren ab 2030 erhält nur 45% Zustimmung. Die höchste Zustimmung erhalten die Massnahme zum Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel mit öffentlichen Mitteln und die Massnahme zum Ausbau der Förderung von Gebäuden mit hoher Energieeffizienz und erneuerbaren Energien. Interessanterweise erhält das Verbot von Erdöl- und Gasheizungen in Neubauten und das Ersetzen bestehender Heizungen ab 2025 mit 66% eine sehr hohe Zustimmung. Obwohl es sich hier ebenfalls um eine Verbotsmassnahme handelt, die sich sogar auf bestehende Anlagen bezieht, ist die Zustimmung viel höher als bei dem Verbot der Neuzulassungen von Verbrennermotoren bei Autos.

Beziehung der Schweiz zur EU



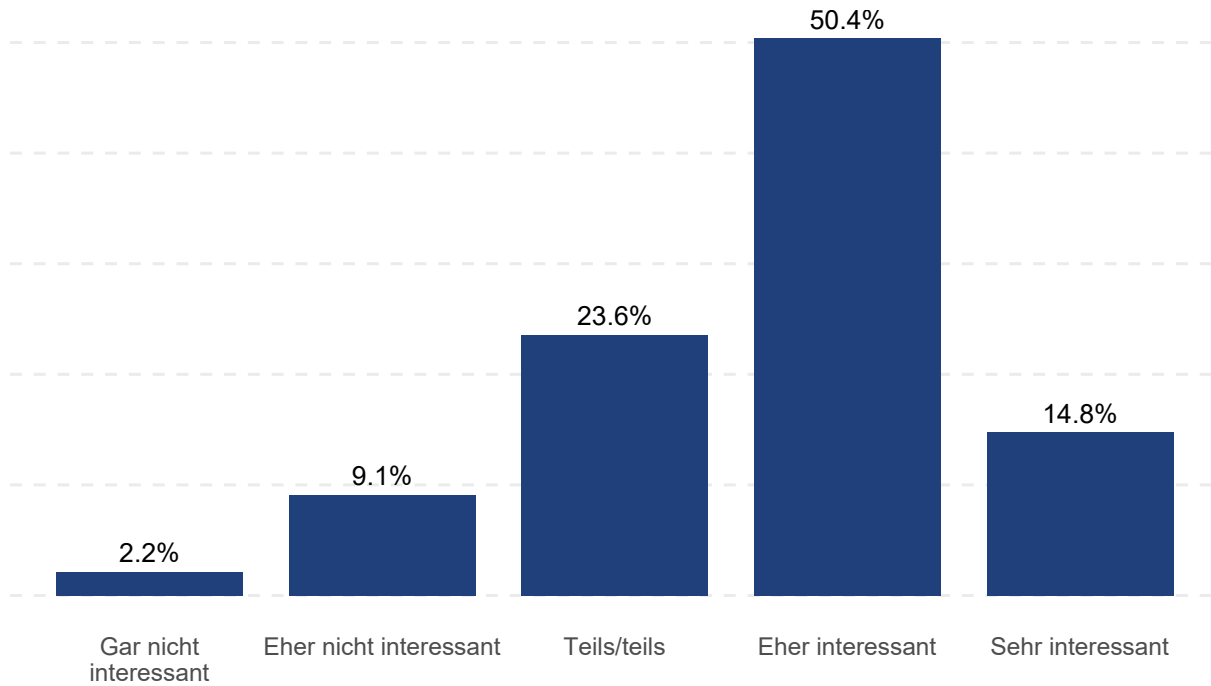
Fragetext: «Wie stehen Sie zu den folgenden Vorschlägen?»
Grafik basiert auf N = 3311 (pro Unterfrage)

In Bezug auf die Beziehung zur EU stimmen 68% der Befragten voll oder eher zu, dass die Schweiz der EU nicht beitreten, aber die wirtschaftliche Zusammenarbeit mit der EU verstärken sollte. Hingegen stimmen nur 40% voll oder eher zu, dass sich die Schweiz mehr als bisher politisch der EU annähern sollte. Am geringsten fällt die Zustimmung zur letzten Frage aus: Nur 14% stimmen voll oder eher zu, dass die Schweiz sich aktiv an der europäischen Integration beteiligen und der EU ohne Vorbehalte beitreten sollte.

Abschluss

Interesse an der Befragung

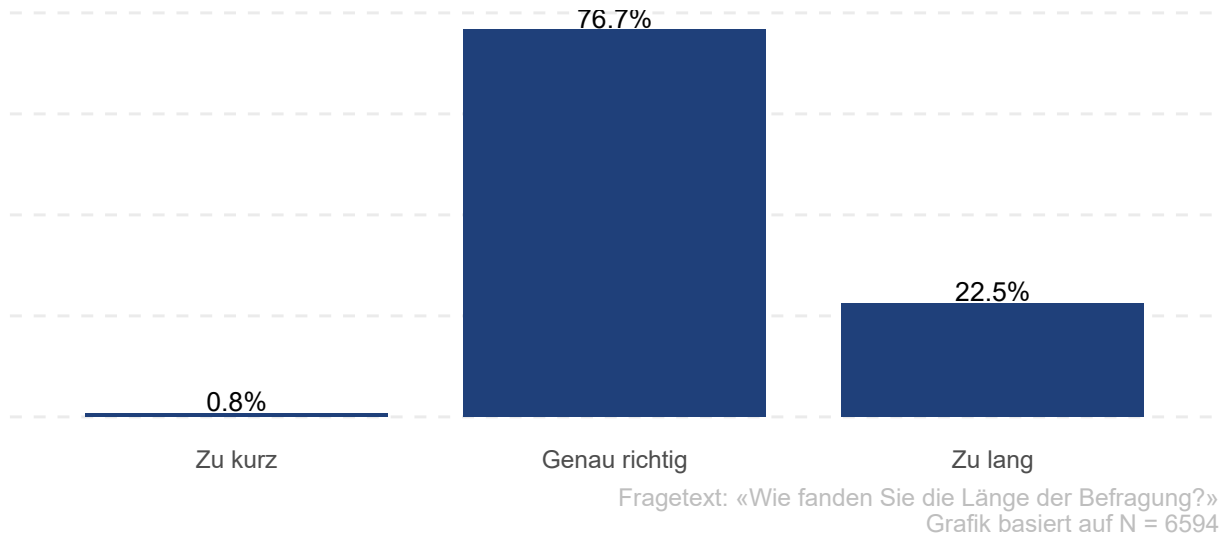
11.3% der Befragten fanden die Befragung gar nicht oder eher nicht interessant.



Fragetext: «Wie interessant oder nicht interessant fanden Sie die Befragung insgesamt?»
Grafik basiert auf N = 6597

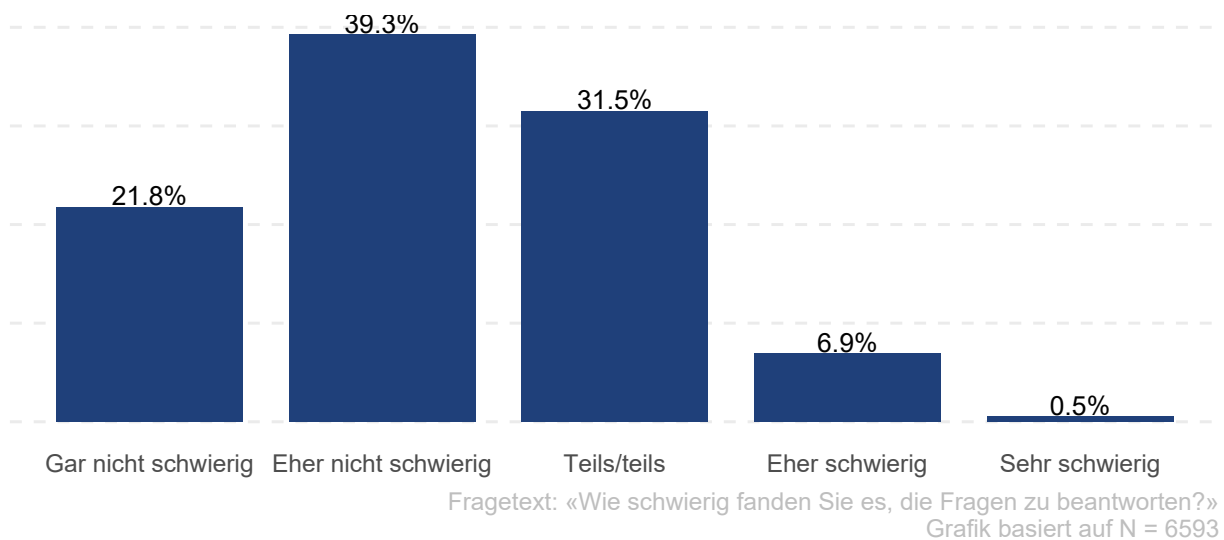
Länge der Befragung

Etwas mehr als ein Fünftel der Befragten empfanden die Umfrage als zu lang. Im Median benötigten die Befragten rund 22 Minuten zum vollständigen Ausfüllen.

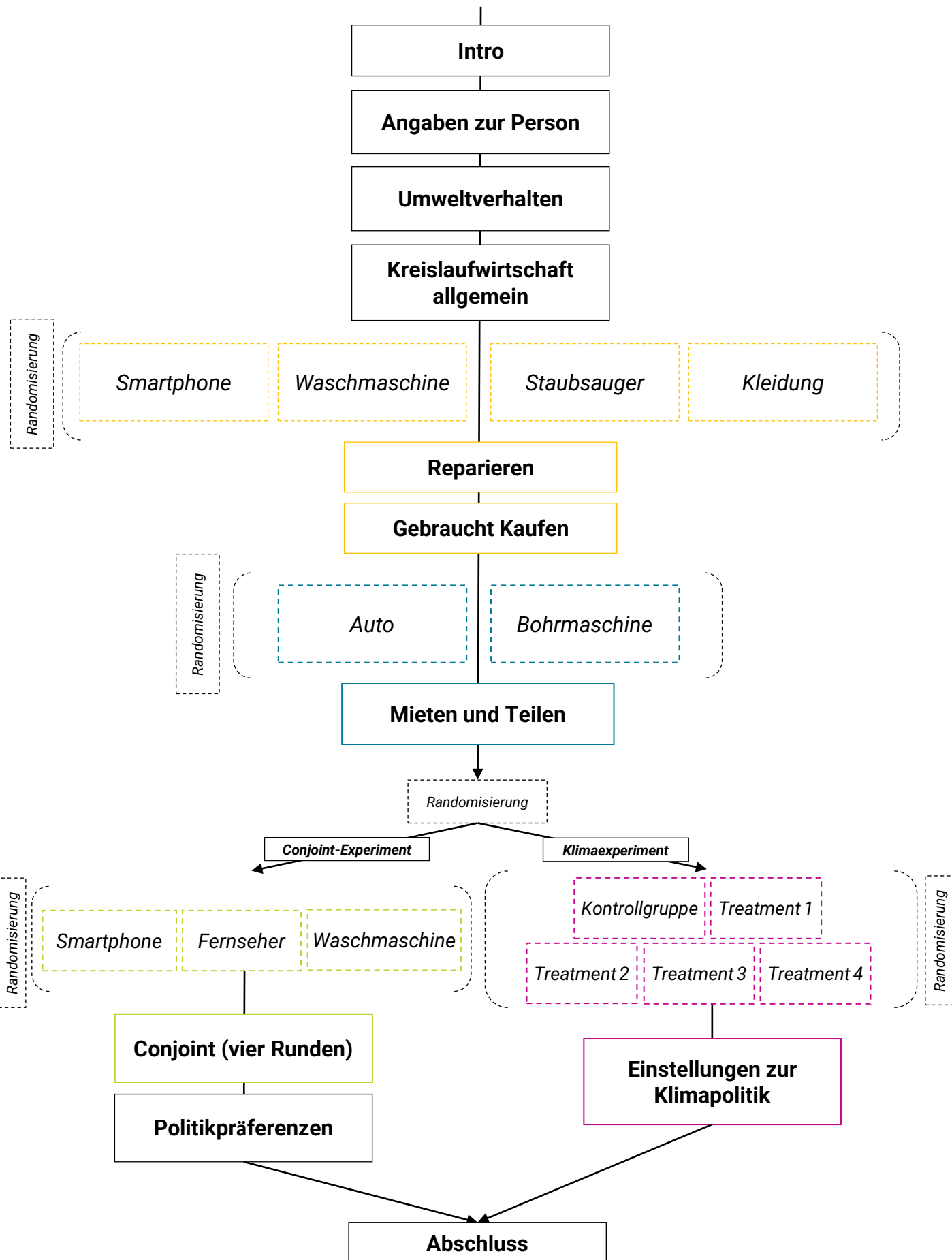


Schwierigkeit der Fragen

Die Schwierigkeit der Befragung war angemessen. Nur 7.4% der Befragten fanden die Fragen eher oder sehr schwierig.



Surveyflow Umweltpanel Welle 8 – Kreislaufwirtschaft



ETH Zürich
Institute of Science, Technology and Policy
Universitätsstrasse 41
8092 Zürich
sep@ethz.ch
<https://istp.ethz.ch/umweltpanel>

© ETH Zürich, Februar 2023