

Combined Competence

Software | Market Research | Employee Research

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Presseinformation

Rogator / exeo untersuchen CO2-Abgabe („Pricing Lab 2019“):

„CO2-Abgabe: Akzeptanz, Zahlungsbereitschaften und Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl“

Datum: Nürnberg, 30. Juli 2019

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator 
MARKET RESEARCH | EMPLOYEE RESEARCH | SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer


Strategic Consulting AG

exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

CO2-Abgabe: Akzeptanz, Zahlungsbereitschaft und Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl

Begrenzte Euphorie beim Thema CO2-Abgabe bei deutschen Verbrauchern / Zahlung einer CO2-Abgabe stößt auf wenig Akzeptanz / Pkw und Bahn nach wie vor die beliebtesten Verkehrsmittel / Wahrgenommene Attraktivität der Verkehrsmittel durch das Themas CO2-Abgabe kaum tangiert

Gleich mehrere Faktoren führen dazu, dass das Thema CO2-Abgabe in letzter Zeit stärker diskutiert wird. So ist die Unterstützung für die Fridays for Future-Bewegung in der Bevölkerung gewachsen. Die hohen Temperaturen geben Anlass zur Sorge, dass die Menschen einen entscheidenden Teil zur Klimaerwärmung beitragen. Nicht zuletzt die bisher nicht eingehaltenen Klimaziele der Politik verstärken den Handlungsdruck. Wer klimaschädliche CO2-Emissionen verursacht, sollte dafür zur Kasse gebeten werden: 70 % der Deutschen stehen diesem Prinzip zur Finanzierung der Energiewende offen gegenüber, so eine Studie aus dem Jahr 2017. Auch die Studie Polit-Barometer des ZDF aus dem Mai 2019 bestätigt dies - so hat die Kritik beim Thema Klimaschutz deutlich zugenommen: Inzwischen meinen 68 % (Nov. 2017: 57 %), dass in Deutschland zu wenig für den Klimaschutz getan wird. Gleichzeitig wird die CO2-Steuer jedoch überwiegend abgelehnt. „Die anhaltende Klimadiskussion ist Grund genug, die Akzeptanz einer CO2-Abgabe in der deutschen Bevölkerung vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen genauer zu untersuchen. Dabei ist auch zu beleuchten, ob die öffentliche Diskussion zu einer veränderten Bewertung der Verkehrsmittel führt“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer als Co-Autor der Studie Pricing Lab.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Begrenzte Euphorie beim Thema CO2-Abgabe unter den deutschen Verbrauchern

Während von Seiten der Politik konkrete Umsetzungsmaßnahmen bewertet und geprüft werden und sich auch die Wissenschaft für die Besteuerung der CO2-Emissionen ausgesprochen hat, ist die Euphorie zur CO2-Abgabe in der deutschen Bevölkerung begrenzt. Nur ca. ein Viertel der Verbraucher findet die Einführung einer CO2-Abgabe gut, 38 % bewerten den Ansatz als nicht gut. Es zeigt sich zudem ein erheblicher Anteil an Befragten, die keine Position zum Thema beziehen können oder wollen (21 % sagen „Finde ich weder gut noch schlecht“, 16 % wählen „Weiß nicht“). Der Saldo aus Ablehnern und Befürwortern der CO2-Abgabe ist im Segment der Senioren besonders groß, während die Anteile im Alterssegment <30 Jahre insgesamt ausgeglichen sind. In der Bewertung wird zudem ein positiver Zusammenhang mit der Größe des Wohnortes erkennbar. Während die Bewohner in größeren Städten (ab 500.000 Einwohnern) insgesamt zu einer positiven Bewertung kommen, ist das Bild bei Befragten aus kleineren Orten sehr kritisch.

Zahlung einer CO2-Abgabe stößt auf wenig Akzeptanz

22 % der deutschen Verbraucher sind bereit, eine CO2-Abgabe zu zahlen. 63 % sprechen sich klar dagegen aus. In ländlichen Regionen ist die Bewertung besonders kritisch. Hier geben mehr als 70 % der Befragten an, sicher nicht zur Zahlung einer CO2-Abgabe bereit zu sein. Die Zahlungsbereitschaft ist dabei positiv mit der grundsätzlichen Bewertung der CO2-

Abgabe korreliert, d.h. Befragte mit einer Akzeptanz für die CO₂-Abgabe zeigen i.d.R. auch persönlich die Bereitschaft zur Zahlung der Abgabe und umgekehrt.

Pkw und Bahn nach wie vor die beliebtesten Verkehrsmittel

Innerhalb der Befragung wurden die Studienteilnehmer gebeten, die Verkehrsmittel Pkw, Bahn, Flugzeug und Fernlinienbus auf einer Skala von 0=nicht attraktiv bis 10=sehr attraktiv zu bewerten. Im Mittel erreicht der Pkw einen Wert von 7,7 (50 % der Befragten vergeben eine 9 oder 10). Damit erreicht der Pkw einen Spitzenplatz. Die „Liebe der Deutschen zum Auto“ hält demzufolge an und wird durch Themen wie Abgasskandal, Dieselfahrverbote und Klimawandel in der Bewertung nicht nachhaltig beeinträchtigt. Die zweite Stelle im Ranking belegt die Bahn (Mittelwert 5,3; 21 % mit Bewertung 9/10), gefolgt vom Flugzeug und Fernlinienbus. Das Ranking der Verkehrsmittel korrespondiert mit deren Modalanteilen. Die jeweiligen Nutzer des Verkehrsmittels vergeben erwartungsgemäß eine bessere Bewertung.

Wahrgenommene Attraktivität der Verkehrsmittel durch das Thema CO₂-Abgabe kaum tangiert

Im Rahmen eines experimentellen Designs wurde untersucht, inwieweit die Diskussion des Themas CO₂-Abgabe zu einer veränderten Bewertung der Verkehrsmittel führt. Dazu erfolgte ein Stichprobensplit, bei dem die eine Hälfte der Befragten den Fragenblock zur CO₂-Abgabe beantwortete und sich mit dem Thema auseinandersetzte, während die zweite Hälfte der Studienteilnehmer diesen Frageblock nicht erhielt. Insgesamt ist dabei festzustellen, dass die Diskussion der CO₂-Abgabe nur einen geringen Einfluss auf die Attraktivität der Verkehrsmittel hat. Innerhalb des Segments der Bahnnutzer zeigt sich ein besonders großer Effekt. Bei Verbrauchern, die bereits die Bahn nutzen, führt die Diskussion zur CO₂-Abgabe zu einer besseren Bewertung der Attraktivität (Mittelwert 7,7 statt 7,3; +5 %). Zusätzlich zur absoluten Bewertung der Attraktivität der Verkehrsmittel wurde auch die Veränderung in den letzten 12 Monaten abgefragt. Die Attraktivität der Verkehrsmittel hat sich in den letzten 12 Monaten überwiegend nicht geändert – im Saldo entwickelt sich der Pkw positiv. Die Diskussion der CO₂-Abgabe führt zu einer leicht verschlechterten Bewertung des Pkw, des Flugzeugs und des Fernlinienbusses. Allerdings dürfte das nicht zu einem nennenswerten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl führen. Das trifft auch für die Nutzung des Flugzeugs zu, welches in der aktuellen Klima- und Abgask Diskussion besonders kritisch behandelt wird.

„Die öffentliche Diskussion zum Thema Klimawandel und Klimagase schafft zwar eine größere Sensibilität in der breiten Bevölkerung und erreicht Zielgruppen, die sich bisher wenig interessiert zeigten. Verhaltensänderungen sind aber dadurch nicht im größeren Maßstab zu erwarten – das wird erst durch fühlbare Preisveränderungen bzw. Kostensteigerungen der Fall sein“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie.

Hintergrund der Studie: Pricing Lab ist eine experimentelle Studie zur Bewertung von Trends im Preismanagement (Kooperation von der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG). Grundlage der Untersuchung ist eine repräsentative Befragung von 1.000 Personen ab 18 Jahren.

Studienbericht: Diesen erhalten Sie kostenfrei auf Anfrage: j.hercher@rogator.de