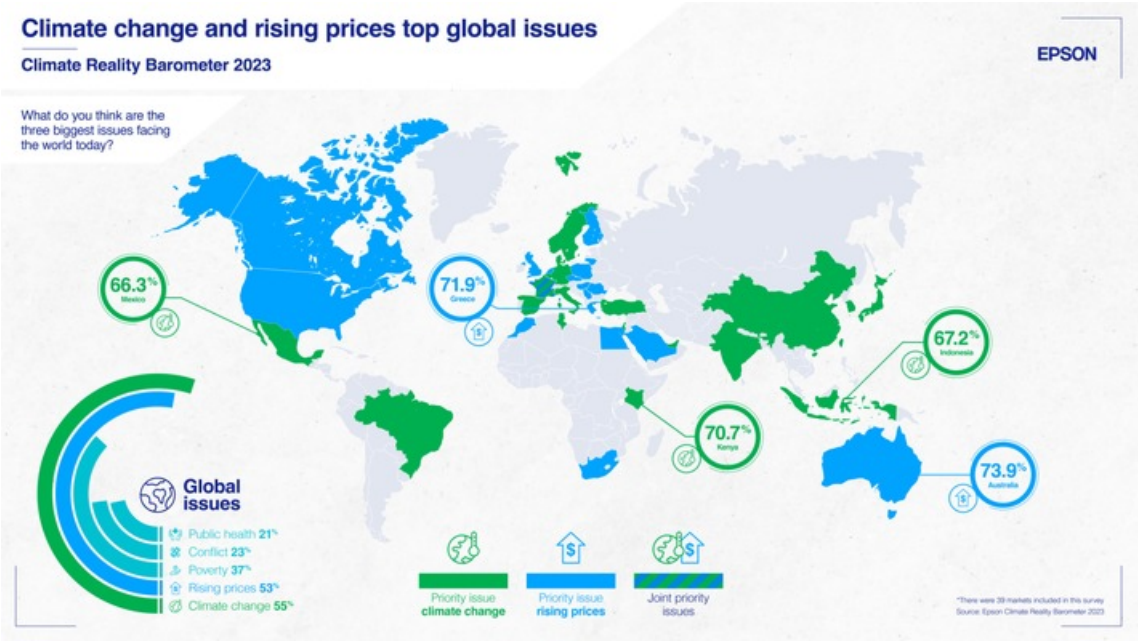
EPSON Deutschland GmbH

12.10.2023 – 09:00 Uhr

Weltweite Epson-Studie: Klimawandel als kritische Herausforderung, mit Technologie als Teil der Lösung / Generation COP steht Klimawandel optimistischer gegenüber



Düsseldorf (ots) -

Epson befragte für sein diesjähriges Klimabarometer rund 30.000 Menschen aus 39 Ländern. Damit wird das Barometer bereits zum dritten Mal in Folge umgesetzt. Ein besonderes Augenmerk legt die Studie in diesem Jahr jedoch auf die "Generation COP" - die Generation, die seit der ersten Klimakonferenz im Jahr 1995 geboren wurde und die mit den zunehmenden Folgen des Klimawandels groß geworden ist.

Die aktuelle Studie zeigt: Der Klimawandel wird von den Befragten über alle Generationen und Ländergrenzen hinweg als das zentrale globale Problem genannt. Erwartet wird von den Umfrageteilnehmer:innen jedoch, dass Technologie ein entscheidender Faktor für dessen Lösung sein wird. In Deutschland sehen über die Hälfte (55 Prozent) der Befragten den Klimawandel als das größte Problem an, mit denen die Welt heute konfrontiert ist - das entspricht auch dem weltweiten Durchschnittswert. Der Klimawandel positioniert sich damit noch vor der Inflation (51 Prozent) und der Armut (41 Prozent). Die Umfrage fand im Juli 2023 statt, in Deutschland wurden über 1.000 Personen befragt.

Die "Generation COP" - Optimismus bei denjenigen, die mit den Folgen des Klimawandels am längsten leben müssen

In weniger als 50 Tagen beginnt die 28. Weltklimakonferenz COP. Die erste "Conference of the Parties" (COP) fand 1995 statt. Die Macher:innen der Epson-Studie schauen in der Auswertung auf genau diese Generation, die rund um die erste Klimakonferenz geboren ist und fassen sie als die "Generation COP" zusammen. Die Generation COP ist demnach zurzeit circa 29 Jahre alt, wurde in die Folgen des Klimawandels hinein geboren und steht schon ihr ganzes Leben im Schatten der Auswirkungen.

Auch wenn es regionale Unterschiede gibt: Das Klimabarometer macht deutlich, dass die "Gen COP" weltweit gesehen diejenige Generation ist, die insgesamt mit dem größten Optimismus in die Zukunft blickt. Fast die Hälfte der Befragten dieser Gruppe (49 Prozent) geht international davon aus, dass die Klimaprobleme noch zu ihren Lebzeiten gelöst werden. Dem gegenüber blicken die Altersgruppen der 45- bis 54-Jährigen (42 Prozent) sowie Personen ab 55 Jahren mit 32 Prozent am wenigsten optimistisch auf die kommende Zeit.

Bei den deutschen Befragten herrscht weniger Optimismus: nur knapp ein Drittel (32 Prozent) der unter 30-Jährigen Befragten schaut positiv in die Zukunft und geht davon aus, dass die Klimaprobleme noch zu deren Lebzeiten gelöst werden. Bei den über 45- und über 54-Jährigen sind es sogar nur gut ein Viertel (26 Prozent).

In der Umfrage wurde ebenfalls deutlich, dass es zwischen den Generationen hinsichtlich der Maßnahmen, die zum Schutz des Klimas ergriffen werden müssen, unterschiedliche Meinungen gibt. Auch die selbst ergriffenen Maßnahmen unterscheiden sich in den Altersgruppen. Gemessen am weltweiten Durchschnitt zeigt die Gen COP in neun der 14 Kategorien eine geringere Aktivität, um den Klimawandel zu beeinflussen. In 12 von 14 Kategorien sind sie ebenfalls weniger aktiv als ihre Mütter und Väter.

Der globale Präsident von Epson, Yasunori Ogawa, sagt dazu: "Da sich die negativen Auswirkungen des Klimawandels immer

verstärkter zeigen, müssen wir heute mehr denn je die Einstellung der Menschen zum Klimawandel verstehen. Epson stellt sich voll und ganz hinter SDG 13, das UN-Ziel für nachhaltige Entwicklung, das durch entsprechende Maßnahmen helfen soll, Lösungen zu liefern, die das Leben der Menschen bereichern und eine bessere Welt schaffen."

"Das Klimabarometer hat uns in die Lage versetzt, Menschen verschiedener Generationen, unterschiedlicher geografischer Herkunft und variabler Wirtschaftssysteme einzuschätzen. Somit ermöglicht es uns zu lernen, wie der Klimawandel unsere Lebensweisen verändert und ebenso, welche Möglichkeiten wir alle haben, dieser Entwicklung Einhalt zu gebieten. Wir sind fest davon überzeugt, dass es Regierungen, Gemeinden und Unternehmen sehr nutzen wird, der jüngeren Generation zuzuhören: Das wird helfen, positive Maßnahmen aufeinander abzustimmen und diejenigen zu unterstützen, für die der Klimawandel ihr Leben lang Realität sein wird."

Aktivität und Inaktivität bei persönlichen Maßnahmen zum Klimaschutz

Auf globaler Ebene berichten gut ein Drittel aller Befragten (38 Prozent), dass sie Auslandsreisen aus geschäftlichem oder privatem Anlass bereits reduziert haben und weitere 30 Prozent geben an, die Reduktion der Auslandsreisen zu beabsichtigen. Andererseits sagt jedoch fast jeder sechste "Das werde ich niemals tun" (17 Prozent).

Bei den deutschen Befragten liegt der Anteil derjenigen, die das Reisen bereits eingeschränkt haben, bei 43 Prozent und der Anteil derjenigen, die keine Einschränkungen bei ihren Reisen planen, bei 23 Prozent.

Die "Inaktiven" lassen sich in allen abgefragten Bereichen feststellen, sind aber in der deutlichen Minderheit. Zu den Punkten zählen beispielsweise "Geringerer Konsum tierischer Produkte" (18 Prozent), "Nicht nachhaltige Marken boykottieren" (15 Prozent) und "Freunde und Familie dazu anspornen, sich besser über die Klimakrise zu informieren" (10 Prozent).

Die Gründe für diese Inaktivität sind vermutlich vielfältig. Sie umfassen unter anderem geografische, kulturelle und wirtschaftliche Faktoren und wohl auch das Vertrauen in die Fähigkeit der Menschheit, das Problem zu lösen, ohne dass individuelle Maßnahmen ergriffen werden müssen.

Technologie als Möglichmacher ("Enabler")

Technologie ist für die Befragten eines der wichtigsten Mittel im Kampf gegen die Auswirkungen des Klimawandels. Bei der Frage, welche wichtigste Maßnahme Unternehmen zur Lösung des Klimaproblems beitragen könnten, gab es fünf Bereiche, die eindeutig am häufigsten angegeben wurden. 48 Prozent nennen dabei die Investition in Umwelttechnologien. Fast genauso oft werden Verbesserungen im Recycling und bei der Wiederverwendung von Produkten (45 Prozent) genannt, gefolgt von geringerem Ressourcenverbrauch (28 Prozent), dem Anspornen von Mitarbeiter:innen zur Beteiligung an Maßnahmen für den Umweltschutz (21 Prozent) sowie die Kompensation schädlicher Auswirkungen von CO2 und Kunststoff (21 Prozent).

"Das Klimabarometer möchte allen Stimmen Gehör verschaffen, besonders auch denjenigen der oft übersehenen jungen Generation der Gen COP. Wir arbeiten alle an einem Ziel, haben dafür aber vielleicht unterschiedliche Lösungswege", sagt Henning Ohlsson, Direktor Nachhaltigkeit bei Epson Europa zu der aktuellen Studie. "Epson sieht in der Technologie einen entscheidenden Faktor, der einen Wandel ermöglicht. Dazu zählen beispielsweise Produkte, die so konzipiert sind, dass sie bei ihrer Produktion und Verwendung weniger Ressourcen verbrauchen, langlebiger und einfacher reparierbar sind, mehrfach verwendet werden können und sich leichter recyceln lassen. Gemeinsam können wir Lösungen schaffen, die notwendig sind, um die schädlichen Auswirkungen des Klimawandels zu mildern."

Über Epson

Epson ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen, das mit seinen effizienten, kompakten und präzisen Produkten das Leben der Menschen bereichert und dazu beiträgt, eine bessere Welt zu schaffen. Das Unternehmen setzt einen Fokus auf das Lösen gesellschaftlicher Probleme durch Innovationen in Bereichen wie dem Drucken zu Hause und in Unternehmen, dem Drucken in Handel und Industrie, in der Fertigung sowie für visuelle und Lifestylelösungen. Epson hat sich zum Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2050 CO2-negativ zu werden. Darüber hinaus will das Unternehmen spätestens 2050 ohne den Einsatz endlicher sowie unterirdischer Ressourcen wie Öl und Metall auszukommen.

Unter der Führung der in Japan ansässigen Seiko Epson Corporation generiert die weltweit agierende Epson Group einen Jahreserlös von über 1 Billion Yen (6,33 Milliarden Euro).

https://corporate.epson/en/

Über die Methodik

Die Studie wurde von Censuswide durchgeführt. Befragt wurden 30.294 Teilnehmer aus einer allgemeinen Stichprobe ab 16 Jahren (gewichtet nach Alter) in 39 Ländern. Die Daten wurden zwischen dem 13.07.2023 und dem 25.07.2023 erhoben. Censuswide setzt auf und beschäftigt Mitarbeiter:innen der Marktforschungsgesellschaft Market Research Society (MRS) und befolgt deren Verhaltenskodex. Dieser basiert auf den ESOMAR-Prinzipien.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung

Ottmar Korbmacher
Pressestelle EPSON DEUTSCHLAND GmbH
Schiessstraße 49
40549 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)211-54229-056

Mobil: +49 (0) 175-5841-050
E-mail: ottmar.korbmacher@epson.de

Yvonne Lünzmann
Pressestelle EPSON DEUTSCHLAND GmbH
Schiessstraße 49
40549 Düsseldorf
Tel.: +49 (0)211-54229-057
Fax: +49 (0) 211 54229-001
E-mail: yvonne.luenzmann@epson.de

Simon di Tardo
YPS Agentur für Kommunikation GmbH
Tel.: + 49 1520 42 898 47
E-mail: presse@epson.de

Medieninhalte

Weltkarte zu Gen COP Klimabarometer / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/18832 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100010480/100912308 abgerufen werden.