



Neue IPSOS-Umfrage: Klimawandel fällt 2025 um über 20 % hinter die weltweit wichtigsten Anliegen zurück

Kriege und wirtschaftliche Not beherrschen die Sorgen der Öffentlichkeit, während der Klimawandel in der globalen Prioritätenliste weiter nach unten rutscht

Panama, 28. Oktober 2025 – Der Forest Stewardship Council (FSC) meldete heute auf seiner Generalversammlung einen deutlichen Rückgang der öffentlichen Besorgnis über den Klimawandel – und das trotz des heißesten Jahres seit Beginn der Aufzeichnungen. Die Globale Verbraucherumfrage 2025, die gemeinsam mit IPSOS in 50 Ländern unter mehr als 40.000 Personen durchgeführt wurde, zeigt: Kriege und Konflikte (52 %) dominieren derzeit die öffentlichen Sorgen, während der Klimawandel mit 31 % deutlich zurückliegt – eine Differenz von 21 Prozentpunkten. Betrachtet man nur die 32 Länder, die sowohl 2022 als auch 2025 befragt wurden, hat sich die Kluft zwischen der größten Sorge und der Sorge Klimawandel von 12 Prozentpunkten im Jahr 2022 – als wirtschaftliche Not an erster Stelle stand – auf 16 Punkte im Jahr 2025 vergrößert.

Globale Highlights (außerhalb Europas)

Wälder zeigen „spürbare“ Auswirkungen des Klimawandels: Themen wie Artenverlust, Entwaldung, Waldbrände, Dürren und Überschwemmungen gehören weltweit nach wie vor zu den drängendsten Problemen der Forstwirtschaft, was unterstreicht, dass die Menschen Klimarisiken sehr direkt durch Wälder erleben.

Während die Sorge um den Klimawandel hinter anderen globalen Krisen zurücksteht, äußern die befragten Kanadierinnen und Kanadier starke Besorgnis über forstwirtschaftliche Themen wie Waldbrände – wahrscheinlich, weil diese eine eher lokal spürbare Bedrohung darstellen.

Wachsende Besorgnis in wichtigen Märkten: In Japan nimmt die Besorgnis über das Klima seit 2022 deutlich zu, und auch in Brasilien ist ein Anstieg zu verzeichnen – entgegen dem weltweiten Rückgang.

Verhalten an der Kasse: Auch wenn sich die öffentliche Aufmerksamkeit verschoben hat, honorieren Verbraucherinnen und Verbraucher weiterhin glaubwürdige Nachhaltigkeit. Produkte, die weder Pflanzen noch Tieren schaden, sind nach wie vor gefragt und prägen das Vertrauen in Marken und die Markentreue.



Europa: rückläufige Klimabedenken in wichtigen Volkswirtschaften

Die Ergebnisse für Europa sind besonders auffällig. In Frankreich, Dänemark, Spanien, Großbritannien und Deutschland sind die öffentlichen Bedenken hinsichtlich des Klimawandels seit 2022 um 6.5 bis 10 Prozentpunkte zurückgegangen.

- Frankreich: 52 % → 45 % (–7)
- Dänemark: 51 % → 41 % (–10)
- Spanien: 44 % → 37.5 % (–6.5)
- Großbritannien: 45 % → 35 % (–10)
- Deutschland: 42 % → 34 % (–8)

Diese Länder gehören zu den größten Volkswirtschaften Europas und sind führend im Klimaschutz, aber die öffentliche Aufmerksamkeit verlagert sich eindeutig. Gleichzeitig treibt die EU ehrgeizige Klimagesetze voran – wodurch eine Diskrepanz zwischen politischer Dynamik und öffentlicher Besorgnis entsteht.

„Diese Diskrepanz zeigt, warum wir uns mit den konkreten Realitäten des Lebens der Menschen auseinandersetzen müssen, wenn wir den Klimawandel wirksam bekämpfen wollen. Die Umfrage zeigt einen klaren Widerspruch: Die Menschen geben an, sich weniger Sorgen um den Klimawandel zu machen, und dennoch belohnen sie Marken, die Nachhaltigkeit nachweisen können. Diese Diskrepanz zwischen abstrakten Konzepten und praktischen Entscheidungen weist auf einen klaren Bedarf hin: Klimaschutzmaßnahmen müssen im täglichen Leben greifbar gemacht werden“, sagt **Subhra Bhattacharjee, Generaldirektorin von FSC.**

Wälder bleiben dort erhalten, wo Menschen den Klimawandel am unmittelbarsten spüren

Während „Klimawandel“ in der 50-Länder-Erhebung als abstraktes globales Thema niedriger eingestuft wird, zählen seine spürbaren Auswirkungen auf die Wälder – etwa Waldbrände, Dürren, Überschwemmungen und der Verlust der Biodiversität – in den Forstmärkten des Moduls zu den größten Sorgen innerhalb des Forstsektors. Themen wie der „Verlust von Tier- und Pflanzenarten“ sowie „Entwaldung“ gehören in diesen Märkten weiterhin zu den dringendsten Herausforderungen.

Zusammen unterstreichen diese Ergebnisse die Doppelrolle der Wälder im Klimawandel: Sie sind in hohem Maße durch den Klimawandel gefährdet und gleichzeitig von entscheidender Bedeutung für dessen Bewältigung.



Konsumentinnen und Konsumenten handeln beim Einkauf weiterhin klimabewusst

Trotz sinkender Besorgnis zeigt das Verbraucherverhalten starke Klimawerte: 72 % der Verbraucherinnen und Verbraucher in 29 Märkten weltweit geben an, dass sie Produkte bevorzugen, die weder Pflanzen noch Tieren schaden.

„Auch wenn der Klimawandel nicht immer im Vordergrund steht, entscheiden sich die Menschen zunehmend mit ihrem Geldbeutel. Sie wollen nachhaltige Entscheidungen treffen – und sie belohnen Marken, die ihre Wirkung nachweisen können“, sagt **Helen Chepkemoi Too, Senior Director of Markets bei FSC.**

Auffällig ist darüber hinaus, dass die Anerkennung des FSC-Kennzeichens mit einem höheren Vertrauen in Marken korreliert, was zeigt, dass klimabewusste Entscheidungen ein starker Treiber für Loyalität und Reputation sind.

Regionale Highlights in der Sorge um den Klimawandel

- **Japan:** Die Besorgnis der Verbraucherinnen und Verbraucher stieg um 9.5 Punkte, womit Japan eines der wenigen Länder ist, in denen der Klimawandel auf der öffentlichen Agenda an Bedeutung gewinnt.
- **Brasilien:** Die Besorgnis hat sich seit 2022 fast verdoppelt (18 % → 33 %) und widerspricht damit dem globalen Rückgang.
- **Kenia:** Die Besorgnis sank seit 2022 um 12 Punkte (42 % → 30 %).
- **Kanada:** Die Besorgnis über den Klimawandel sank, obwohl Waldbrände (46 %) die unmittelbaren Ängste der Menschen in Bezug auf die Forstwirtschaft dominieren.

Warum die Ergebnisse wichtig sind

Da Kriege, Pandemien und Inflation die öffentliche Debatte dominieren, droht der Klimawandel zunehmend aus dem politischen und gesellschaftlichen Bewusstsein zu rücken. Gleichzeitig wünschen sich die Menschen jedoch eindeutig nachhaltige Produkte und sehen den Verlust von Pflanzen- und Tierarten als das größte Problem im Zusammenhang mit der Forstwirtschaft an. Eine Mehrheit erwartet zudem, dass Unternehmen sicherstellen, dass ihre Produkte nicht zur Entwaldung beitragen.

FSC fordert integrierte Strategien, die ökologische Maßnahmen mit sozialen und wirtschaftlichen Sicherheitsaspekten verbinden, um sicherzustellen, dass Klimaschutz auch in Zeiten anderer Krisen nicht an Bedeutung verliert.



Diese Ergebnisse werden diese Woche auf der FSC-Generalversammlung diskutiert, bei der globale Interessengruppen zusammenkommen, um die Zukunft einer verantwortungsvollen Waldwirtschaft und ihre Rolle bei der Bewältigung der Klimakrise zu gestalten.

###

Details zur Umfrage: Im Rahmen der FSC x IPSOS Global Consumer Awareness Survey 2025 wurden mehr als 40.000 Menschen in 50 Märkten befragt. Historische Vergleiche basieren auf den 32 Märkten, die sowohl 2022 als auch 2025 befragt wurden.

Über den Forest Stewardship Council™ (FSC®)

FSC ist eine gemeinnützige Organisation, die eine bewährte Lösung für verantwortungsvolle Waldbewirtschaftung anbietet. Derzeit sind weltweit über 150 Millionen Hektar Wald nach FSC-Standards zertifiziert. Das System gilt unter NGOs, Verbrauchern und Unternehmen gleichermaßen als das strengste Waldzertifizierungssystem, um den heutigen Herausforderungen in Bezug auf Entwaldung, Klima und Biodiversität zu begegnen. Der FSC-Standard für Waldbewirtschaftung basiert auf zehn Kernprinzipien, die eine Vielzahl von ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Faktoren berücksichtigen. Das FSC-Kennzeichen ist auf Millionen von Produkten aus dem Forstbereich zu finden und bestätigt, dass diese vom Wald bis zum Verbraucher nachhaltig gewonnen wurden. www.fsc.org.

Für Interviews wenden Sie sich bitte an Faya Davranbekova – f.davranbekova@fsc.org