

Průzkum: Lidé se bojí ekonomických dopadů změny klimatu, připlácejí za udržitelná řešení ale nechtějí

Jak ovlivňuje změna klimatu spotřební chování Čechů a Češek nebo plánování domácností do budoucna? Nakolik jsou lidé kvůli oteplování planety ochotni měnit své návyky? Na to hledal odpovědi nový reprezentativní průzkum na panelu 500 respondentů, který připravila byznys platforma Změna k lepšímu spolu se společností OMG. Sběr dat proběhl v říjnu tohoto roku. Hlavní závěry shrnuje web www.klepsimu.cz/pruzkum-klimaticka-krize.

„Průzkum odhalil, že 77 % respondentů volá po lepší komunikaci a vzdělávání o změně klimatu. Téměř 80 % respondentů je potom ochotno investovat do opatření na úsporu energie. Tato zjištění naznačují, že veřejnost je připravena přijmout kroky potřebné k odvrácení změny klimatu. Na druhé straně jsme ale zaznamenali deficit ve finanční připravenosti domácností, pouze 19 % vyčlenilo finanční prostředky na očekávané ekonomické dopady změny klimatu. To poukazuje na kritickou nutnost státního zásahu a pomoci. Tím, že domácnostem i podnikům usnadníme – finančně i skrze infrastrukturu – integrovat udržitelná řešení, můžeme společně překlenout ekonomickou transformaci. Přispějeme tak nejen ke zpomalení změny klimatu, ale také zajistíme, že na transformaci jako stát vyděláme,“ komentuje ředitel Změny k lepšímu Lukáš Rolf.

Že se změnou klimatu budou v následujících 10 letech spojeny větší výdaje, vnímá 43 % respondentů, ve větší míře pak ženy. U skupiny do 24 let je to ale už nadpoloviční většina: 58 % dotázaných. Mezi mladší generací pak dle nových dat panují větší obavy z dopadů klimatické krize a zároveň generace Z více tíhne k udržitelnějším řešením.

„Tato skupina brzy bude tvořit velkou část jak běžných spotřebitelů, tak síly na pracovním trhu. Firmy by tak měly včas reagovat na vzrůstající poptávku po udržitelných řešeních a investovat více i do vlastní pozice zodpovědného zaměstnavatele,“ dodává Lukáš Rolf.

Výjimku tvoří otázky na snižování množství odpadu nebo nákupy úsporných spotřebičů, které vyhledává spíše generace v předdůchodovém věku. Recyklaci podporuje 84 % populace a ochotu investovat do úsporných řešení v domácnosti deklaruje přes 78 % oslovených.

Čím více dané opatření sahá do vlastní kapsy, tím jsou spotřebitelé méně nakloněni jej podporovat. Zatímco 47 % respondentů – nejvíce z Prahy – podporuje větší státní investice do klimaticky odolné infrastruktury a to i za cenu větších daní, ze svého by si dražší produkt šetrný k životnímu prostředí koupilo jen 39 % z nich. Za zelenou elektřinu je ochotna připlatit dokonce jen necelá čtvrtina účastníků průzkumu. Ačkoliv přes 41 % dotázaných má obavy z rostoucích nákladů na pojištění spojených s požáry, záplavami a dalšími extrémy, jen 19 % si vyčlenila finanční rezervu pro zvládnutí těchto nenadálých situací.

Všeobecně se lidé shodnou o důležitosti celospolečenské vzdělanosti a informovanosti v tématu změny klimatu, toto podporují více jak tři čtvrtiny účastníků panelu. Více jak polovina oslovených je ochotná měnit své návyky v dojíždění. Obecně ke změnám více tíhnou lidé z větších měst, na svých návycích většinou více spíše muži.



ZMĚNA KLEPSIMU

Další informace naleznete na www.klepsimu.cz/pruzkum-klimaticka-krize nebo pro plná data kontaktuje Davida Kopeckého na 721 468 231 či david.kopecky@klepsimu.cz

Změna k lepšímu, z. s.

Kaprova 42/14, 110 00 Prague, Czech Republic
www.klepsimu.cz, zmena@klepsimu.cz

