



Medienmitteilung

Umfrage: Jede*r Zweite spürt die Klimakrise im Alltag und ist bereit, was dagegen zu tun

Medienmitteilung – Zürich, 23. April 2025

Eine neue, repräsentative Umfrage von Too Good To Go zeigt: Klimakrise, Weltpolitik und Inflation beschäftigen die Schweizer*innen aktuell am meisten. Jede*r Zweite spürt Klimasorgen im Alltag – doch der Pessimismus überwiegt in der Deutschschweiz nicht: Jede*r Dritte glaubt, dass die Krise gestoppt werden kann, und sieht Einzelpersonen in der Verantwortung. Die Hälfte der Bevölkerung weiss, dass Lebensmittelverschwendung eine der effektivsten Massnahmen gegen die Klimakrise ist.



STIMMUNGSLAGE ZUR KLIMAKRISE IN DER SCHWEIZ

Trendumfrage von Too Good To Go

74 %

empfinden
Klimawandel
als bedrohlich

66 %

spüren
„Eco-Anxiety“
im Alltag

32 %

sehen
Verantwortung
bei Einzelpersonen

48 %

wollen stärker auf
Foodwaste achten

Repräsentative Umfrage mit dem Marktforschungsinstitut Appinio GmbH im März 2025 unter 500 Schweizer*innen

Die Klimakrise und wirtschaftliche Herausforderungen prägen das Stimmungsbild in der Schweiz schon länger. Seit kurzer Zeit tritt die Sorge vor globalen Unsicherheiten aber dominanter in Erscheinung. Bleibt da noch genug Aufmerksamkeit für den Kampf gegen die Klimakrise? Mit der klaren Mission, Foodwaste zu reduzieren für eine nachhaltige Umwelt, stellt Too Good To Go das Thema täglich in den Fokus. Aktuell mit einer repräsentativen Umfrage, die der Frage nachgeht, wie die Klimakrise den Alltag der



Medienmitteilung

Schweizer*innen beeinflusst.¹ Die Umfrage verdeutlicht: Internationale Konflikte und Sicherheit, Inflation und Wirtschaft sowie Klimakrise und Umwelt sind die Themen, die die Schweizer*innen am stärksten beschäftigen. Sie zeigt aber auch, dass der Wille da ist, aktiv etwas gegen die Klimakrise zu leisten.

Der Klimawandel belastet Schweizer*innen emotional

Über 70 % der Befragten empfinden den Klimawandel als bedrohlich oder sehr bedrohlich. 66.2 % der Schweizer*innen fühlen sich durch den Klimawandel emotional belastet – entweder stark oder zumindest mässig. Nur gut jede zehnte Person verspürt keine sogenannte «Eco-Anxiety». Diese Unsicherheit hat konkrete Auswirkungen: 46.4 % geben an, dass sie ihren Lebensstil und ihr Konsumverhalten bereits angepasst haben. Auch die Zukunftsplanung verändert sich – viele hinterfragen ihre Mobilität, Karriere- oder sogar die Familienplanung.

Schweizer*innen sehen Einzelpersonen in der Verantwortung

Trotz der Sorgen, überwiegt der Pessimismus nicht: 51.2 % glauben, dass die Klimakrise noch aufgehalten werden kann. Besonders auffällig: 32.2 % der Befragten sehen in erster Linie sich selbst – und nicht Politik oder Wirtschaft – in der Verantwortung. Demnach können Einzelpersonen am meisten für eine positive Veränderung sorgen. Lediglich die unter 30-Jährigen sehen sich selbst weniger in der Verantwortung. Ihrer Meinung nach tragen vor allem die grossen Wirtschaftsmächte sowie die Politik die Verantwortung. Fast jede*r Zweite ist überzeugt, selbst noch mehr zum Klimaschutz beitragen zu können.

Regionale Unterschiede in der Krisenwahrnehmung

Internationale Konflikte und Sicherheit beschäftigen 15.2 % der Befragten in der Deutschschweiz am meisten, dicht gefolgt von der Klimakrise und der Inflation (jeweils 13.9 %). In der Westschweiz hingegen steht das Thema Inflation und Wirtschaft mit 22.4 % klar an erster Stelle. Ein weiterer markanter Unterschied zeigt sich bei der Frage nach der Verantwortung im Kampf gegen die Klimakrise: Deutschschweizer*innen sehen mit deutlichem Abstand die Einzelperson in der Pflicht. Zwar wird diese Antwort auch in der Westschweiz am häufigsten genannt, doch ist der Abstand zu den nachfolgenden Optionen deutlich geringer. Westschweizer*innen schreiben nicht nur dem Individuum Verantwortung zu, sondern auch den grossen Wirtschaftsakteuren und der Politik. Auch in der Einschätzung der Zukunft zeigt sich ein Unterschied: Westschweizer*innen sind pessimistischer, was die Umweltkrise betrifft. Auf die Frage, ob die Klimakrise noch aufgehalten werden könne, antwortete die Mehrheit, dass dies nicht mehr möglich sei – lediglich eine Abmilderung der Folgen erscheine realistisch.

¹ Repräsentative Umfrage mit dem Marktforschungsinstitut Appinio GmbH im März 2025 unter 500 Schweizer*innen



Medienmitteilung

Deutschscheizer*innen hingegen zeigten sich optimistischer: Am häufigsten wurde geantwortet, dass die Klimakrise aufgehalten werden könne – allerdings nur mit drastischen Veränderungen.

In einem Punkt herrscht jedoch Einigkeit: Alle Befragten wollen sich künftig stärker darum bemühen, Materialien zu rezyklieren und Foodwaste zu vermeiden. Fast die Hälfte plant konkret, Lebensmittelabfälle zu vermeiden – ein Ansatz mit grossem Potenzial, denn Foodwaste ist für 10 % der globalen Treibhausgase verantwortlich, wobei der grösste Teil davon in privaten Haushalten entsteht. Die positive Nachricht: Gemäss Project Drawdown zählt die Reduktion von Foodwaste zu den wirksamsten Klimaschutzmassnahmen im Alltag². Genau hier setzt Too Good To Go mit seiner App an, die sowohl Partner als auch User*innen die Möglichkeit gibt, Lebensmittel vor der Verschwendung zu bewahren. So einfach kann jede*r Schweizer*in im Alltag aktiv werden und einen wichtigen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit leisten.

Weitere Umfrageergebnisse auf Anfrage.

Über Too Good To Go Schweiz

Too Good To Go geht mit unterschiedlichen Lösungen gegen Lebensmittelverschwendung vor und betreibt den weltweit grössten Marktplatz für überschüssige Lebensmittel. Das Social Impact Unternehmen mit B-Corp-Zertifikat verfolgt die klare Mission, Menschen zu befähigen, gemeinsam gegen Lebensmittelverschwendung vorzugehen. Mit über 2.6 Millionen registrierten Nutzer*innen und rund 7'000 Partnerbetrieben konnten in der Schweiz bereits mehr als 13 Millionen Überraschungspäckli von Bäckereien, Supermärkten und Gastronomiebetrieben über die Too Good To Go-App gerettet werden.

Das dänische Unternehmen mit Hauptsitz in Kopenhagen ist in 19 Ländern in Europa, Nordamerika und Australien aktiv, zählt weltweit über 100 Millionen registrierte Nutzer*innen und arbeitet mit 175'000 Partnerbetrieben zusammen. Seit dem Start im Jahr 2016 hat Too Good To Go weltweit über 400 Millionen Mahlzeiten gerettet. Laut Project Drawdown (2020) ist die Reduzierung von Lebensmittelverlusten eine der wirksamsten Massnahmen, um Treibhausgasemissionen zu senken.

Weitere Informationen auf www.toogoodtogo.ch.

² Project Drawdown: <https://drawdown.org/solutions/reduced-food-waste>



Medienmitteilung

Pressekontakt Too Good To Go

Too Good To Go Schweiz

presse@toogoodtogo.ch

Medienstelle JUNE Corporate Communications

Melanie Kälin

melanie.kaelin@gojune.ch

+41 79 654 43 98