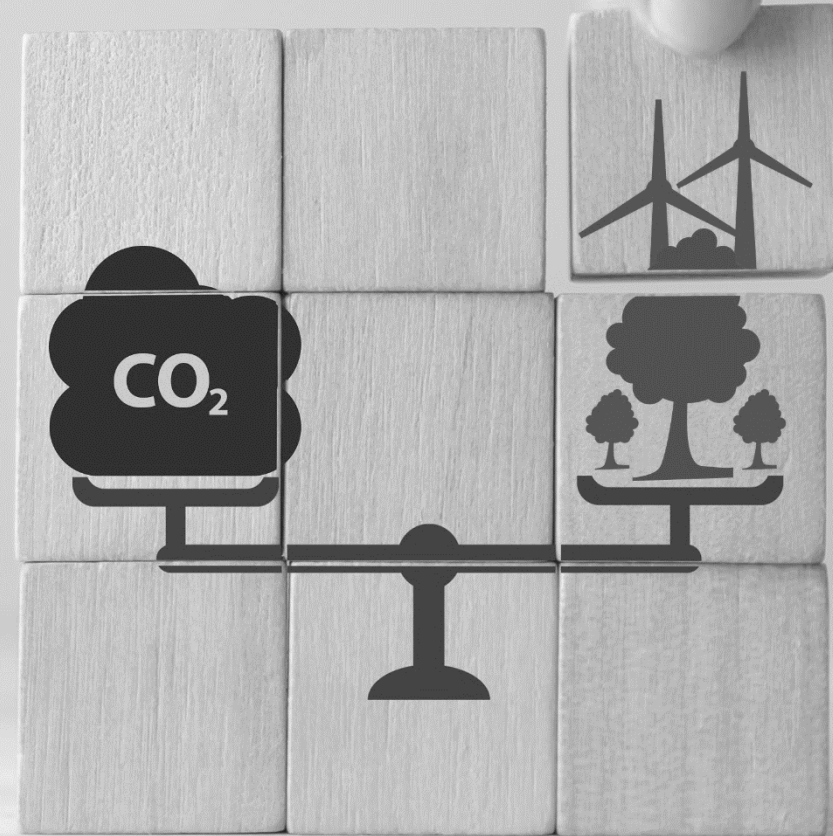


CO₂-Kompensationen im Urteil der Verbraucher

NIMpulse

5



Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Gründer der GfK

Steinstr. 21 | 90419 Nürnberg | nim.org

März 2024

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) untersucht an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis, wie sich Konsumententscheidungen durch neue Technologien oder gesellschaftliche Trends oder die Anwendung von Behavioral Science verändern und welche mikro- und makroökonomischen Auswirkungen das für den Markt und die Gesellschaft hat. Ein besseres Verständnis von Konsumententscheidungen und ihren Auswirkungen hilft Gesellschaft, Unternehmen, Politik und Konsumenten, bessere Entscheidungen im Sinne der sozialökologischen Marktwirtschaft und des „Wohlstands für Alle“ zu treffen.

Druck: Druckhaus Haspel Erlangen e.K., Willi-Grasser-Straße 13, 91056 Erlangen

Nachdruck, Weitergabe und Ähnliches – auch auszugsweise – sind nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung gestattet.

Bildnachweise

Titel: Parradee Kietsirikul/iStock / Getty Images Plus via Getty Images
S. 2: NIM/Wolfgang Schmitt
S. 3: Rimma_Bondarenko/iStock / Getty Images Plus via Getty Images
S. 7: James O'Neil/DigitalVision via Getty Images
S. 10: twinsterphoto/iStock / Getty Images Plus via Getty Images
S. 15: sdominick/iStock / Getty Images Plus via Getty Images
S. 20: Westend61/Westend61 via Getty Images
S. 24: d3sign/Moment via Getty Images

Autoren



Dr. Michael Zürn
michael.zuern@nim.org



Tobias Biró
tobias.biro@nim.org



Holger Dietrich
holger.dietrich@nim.org



Für die einen sind sie Greenwashing mit unklarem Nutzen für Umwelt und Klima. Für andere ein pragmatisches Vehikel, um etwas gegen (noch) nicht vermeidbare Emissionen zu tun: CO₂-Kompensationen sind in der Fachwelt stark umstritten, spielen in der Praxis aber eine große Rolle.

So leisten laut bitkom 42 Prozent der Unternehmen in Deutschland Kompensationen. Laut vorliegender Studie geben außerdem 60 Prozent der Deutschen an, ihre CO₂-Emissionen schon Mal bewusst freiwillig kompensiert zu haben.

Wie sehen die typischen Kompensierer aus? Was treibt sie an? Was hindert Menschen daran, optionale Zusatzzahlungen für Klimaschutzprojekte zu leisten?



Das NIM möchte einen Markt beleuchten, der sich bei Verbrauchern und Unternehmen scheinbar großer Beliebtheit erfreut, auf den Gerichte und der Gesetzgeber gleichzeitig aber Druck ausüben.

Nürnberg, März 2024

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

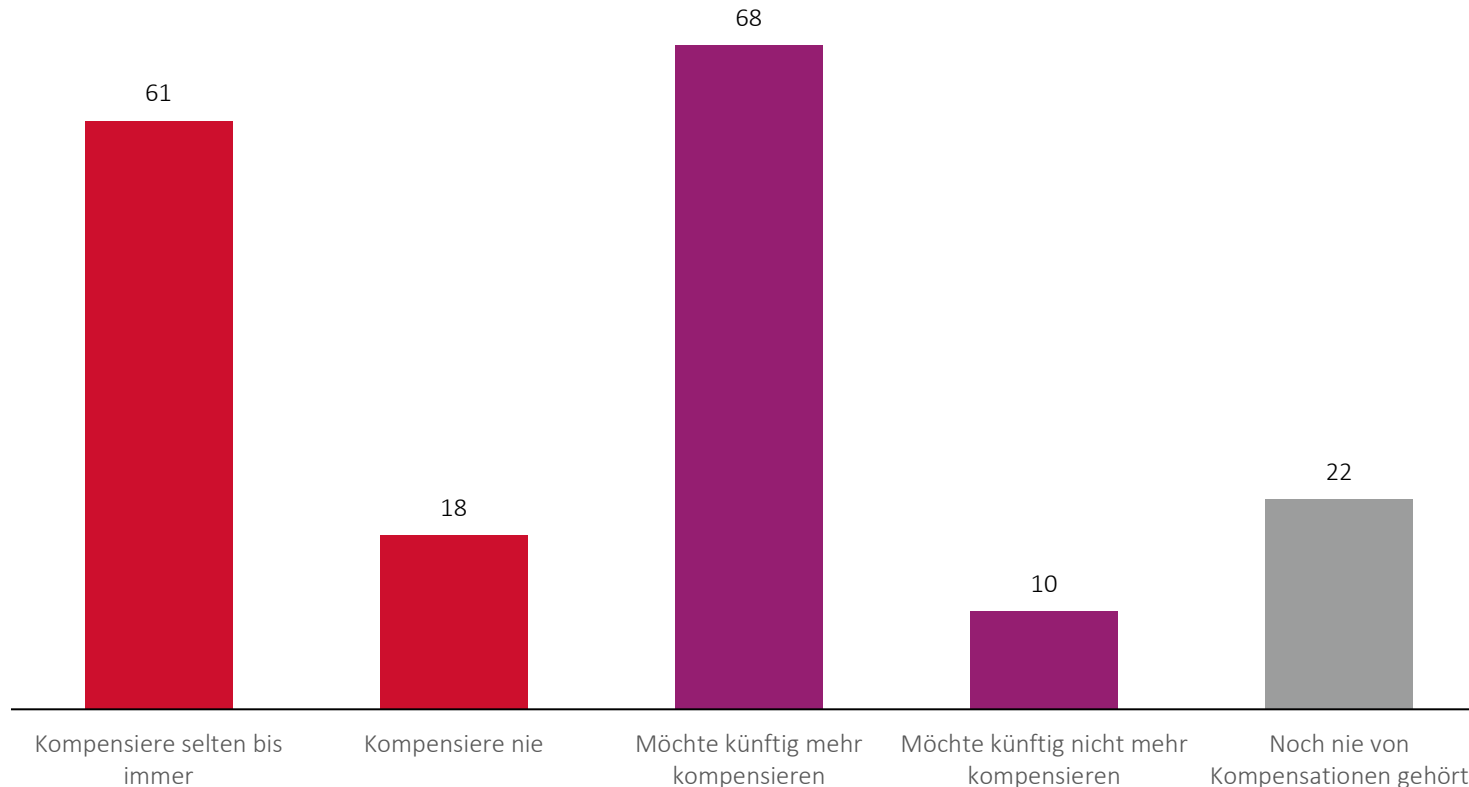
4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

Kompensationsnutzung: 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.



Etwa 40 Prozent der Deutschen haben ihre Emissionen dagegen noch nie bewusst kompensiert. Davon kennt etwa die Hälfte den Begriff nicht, die andere Hälfte verzichtet bewusst auf Kompensationszahlungen.

Das Potenzial für Kompensationen scheint noch nicht ausgeschöpft zu sein. Beinahe 70 Prozent der Befragten geben an, in Zukunft mehr kompensieren zu wollen als bisher. Jeder zehnte Befragte möchte das nicht tun.

Wie gesagt versteht man unter freiwilligen CO₂-Kompensationen optionale Zusatzzahlungen beim Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung, die dann zur Finanzierung von Klimaschutzprojekten verwendet werden. Wie häufig kompensieren Sie freiwillig Ihre CO₂-Emissionen, die in den folgenden Bereichen entstehen?/In welchen Bereichen würden Sie gerne mehr kompensieren? | n = 2.023 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

CO₂-Kompensationen: Potenzial noch nicht ausgeschöpft.



Das Instrument der CO₂-Kompensationen, in der vorliegenden Studie definiert als optionale Zusatzzahlungen beim Kauf eines Produkts oder einer Dienstleistung, die dann zur Finanzierung von Klimaschutzprojekten verwendet werden, genießt eine hohe Bekanntheit und eine hohe Akzeptanz. Dass künftig noch mehr Menschen angeben, kompensieren zu wollen, zeigt, dass in dem Instrument noch Potenzial für die Zukunft steckt.

Dieses Potenzial kann wahrscheinlich nur ausgeschöpft werden, wenn Unternehmen ihre Bemühungen hier auch weiterhin kommunizieren dürfen. Vor diesem Hintergrund sollte der Gesetzgeber genau prüfen, ob das geplante Verbot von CO₂-neutral-Werbung auf Basis von CO₂-Kompensationen tatsächlich in Kraft treten soll.

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

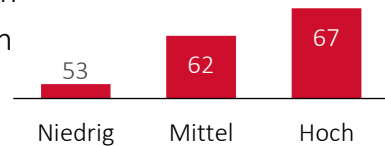
5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

Kompensationsnutzer sind eher jung, formal besser gebildet und gut verdienend. Sie blicken außerdem aufmerksam auf besondere Wetterphänomene und sind insgesamt im Alltag umweltbewusster unterwegs.

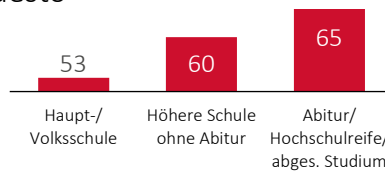
Einkommen

Mit steigendem Einkommen steigt auch die Nutzung von Kompensationszahlungen.



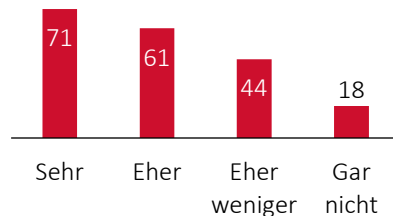
Bildungsabschluss

Je besser formal gebildet, desto häufiger wurde bereits kompensiert.



Einstellung zu Umweltschutz

Wer angibt, sich selbst im Alltag möglichst umweltschonend zu Verhalten, sagt auch eher Ja zu Kompensationszahlungen.

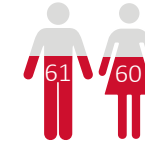


Sozioökonomische Merkmale und Kompensationsnutzung



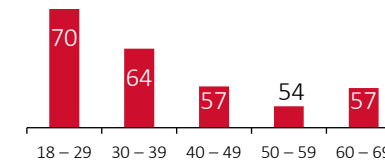
Geschlecht

Männer und Frauen geben etwa gleich häufig an, bereits freiwillig kompensiert zu haben.



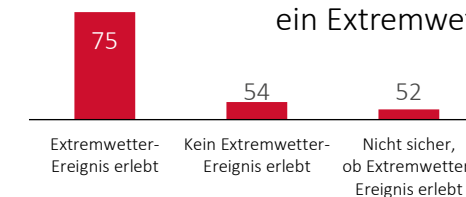
Alter

Jüngere geben häufiger an, freiwillig zu kompensieren



Einfluss von Wetterphänomenen

Wer den Eindruck hatte, im vergangenen Jahr ein Extremwetter-Ereignis erlebt zu haben, kompensiert eher.



n = 2.023 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org



Dass CO₂-Kompensationen bei umweltorientierten Menschen eine hohe Akzeptanz genießen, ist einerseits wenig überraschend, andererseits dann aber doch. Schließlich ist das Instrument und seine Wirkung umstritten. Viele Umwelt- und Klimaschutzverbände lehnen Kompensationen ab und fordern stattdessen allein Einsparungen.

Hersteller und Händler, die umweltbewusste Kunden adressieren wollen, müssen gut abwägen, ob ein Kompensationsengagement positiv aufgenommen oder als Greenwashing verurteilt wird.

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

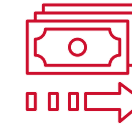
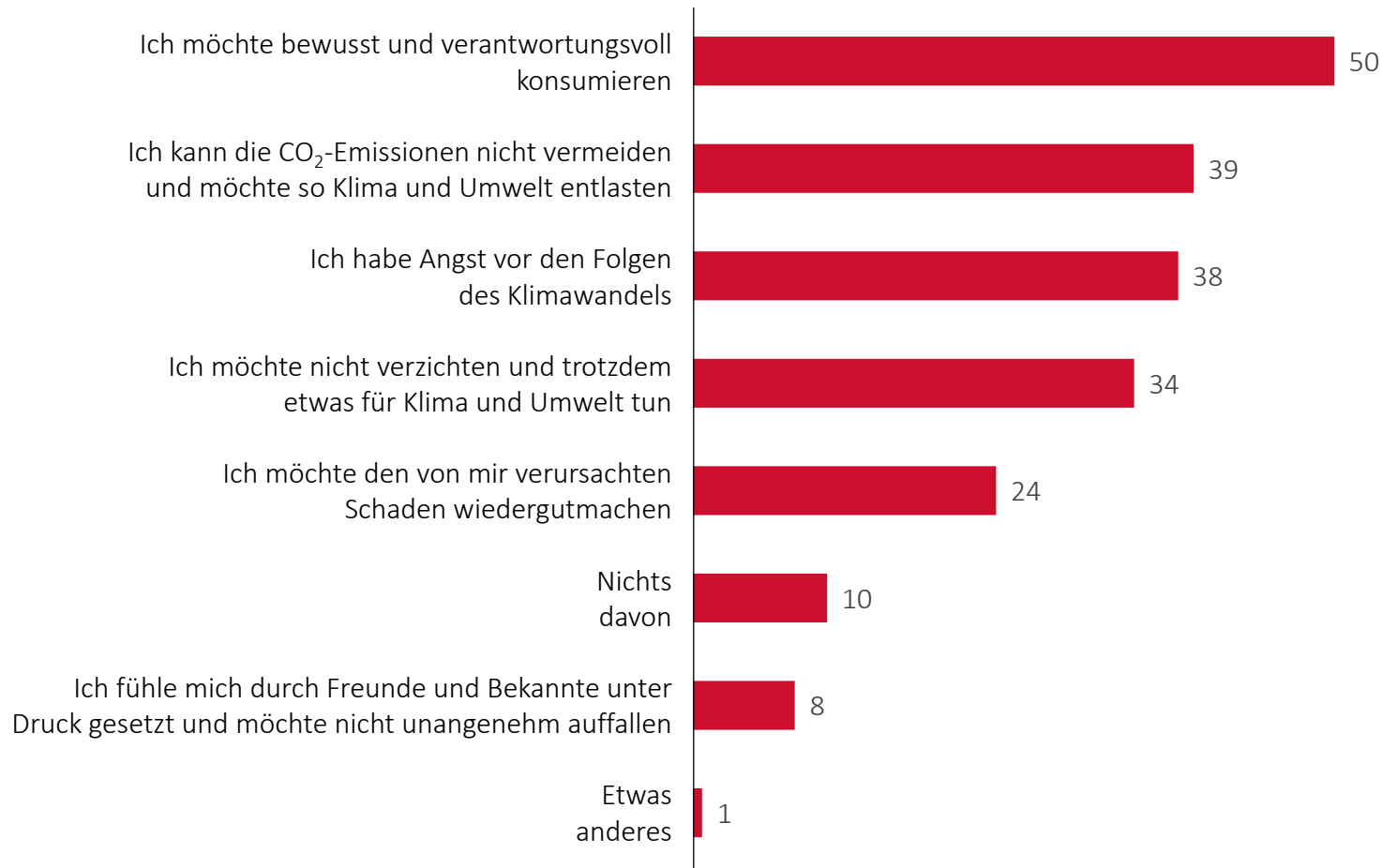
4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

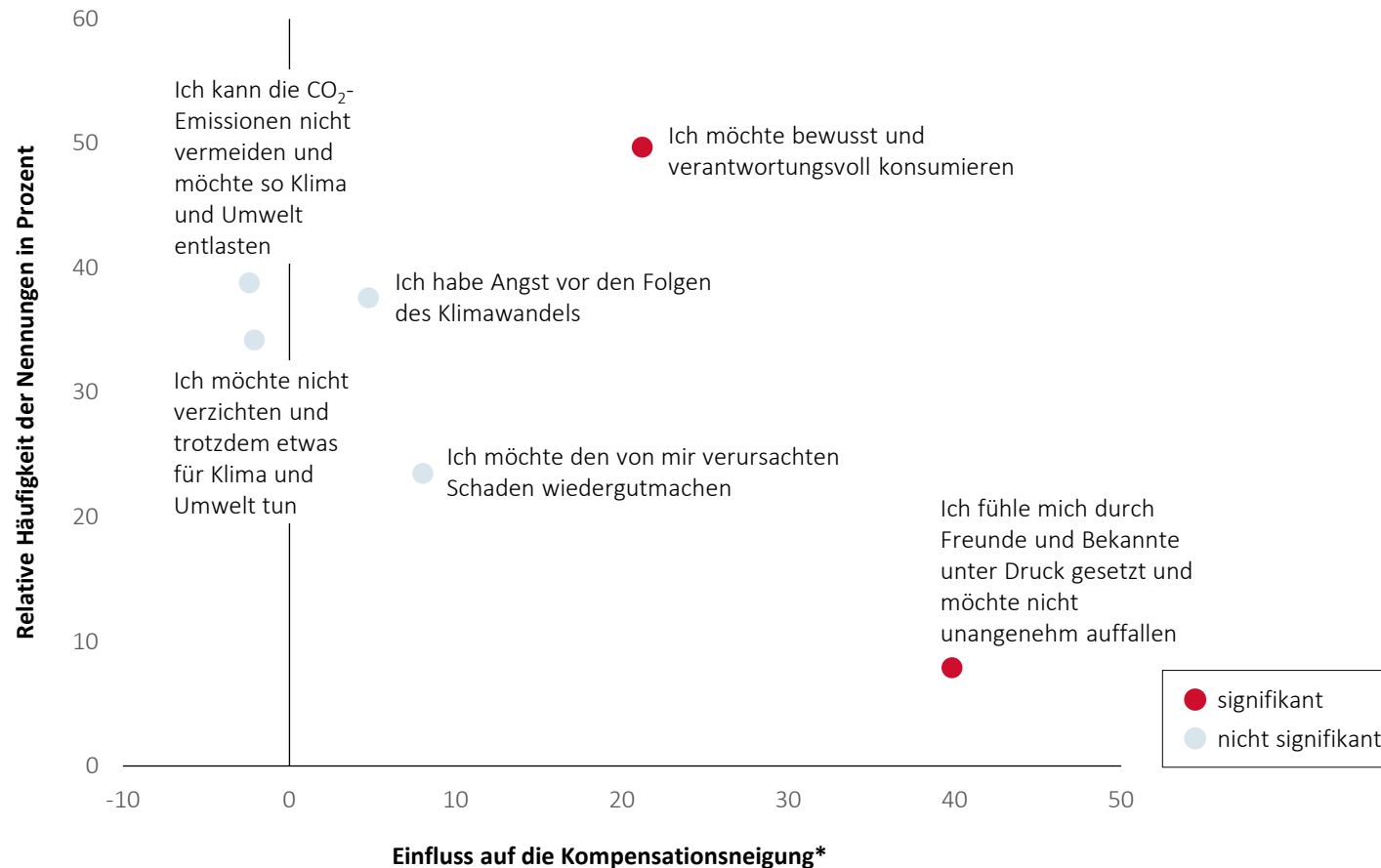
Kompensationsneigung: Wer kompensiert, macht das vor allem aus Verantwortungsbewusstsein.



Jeder zweite Befragte, der angibt, bereits freiwillig Emissionen kompensiert zu haben, tut dies um bewusst und verantwortungsvoll zu konsumieren. Für viele sind Kompensationszahlungen auch ein Vehikel, um Umwelt und Klima zu entlasten. Jeden vierten Kompensierer treibt an, „verursachten Schaden“ durch Kompensationen wiedergutmachen. Immerhin 8 Prozent der Kompensierer fühlen sich vom eigenen Umfeld unter Druck gesetzt.

Warum kompensieren Sie Ihre CO₂-Emissionen? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört und kompensiere freiwillig meine CO₂-Emissionen]
| n = 1.224 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Kompensationsneigung: Verantwortungsbewusstsein ist auch ein Motiv, das tatsächlich einen signifikanten Einfluss auf die Kompensationsneigung hat. Ein weiteres sehr wirksames Motiv ist sozialer Druck.

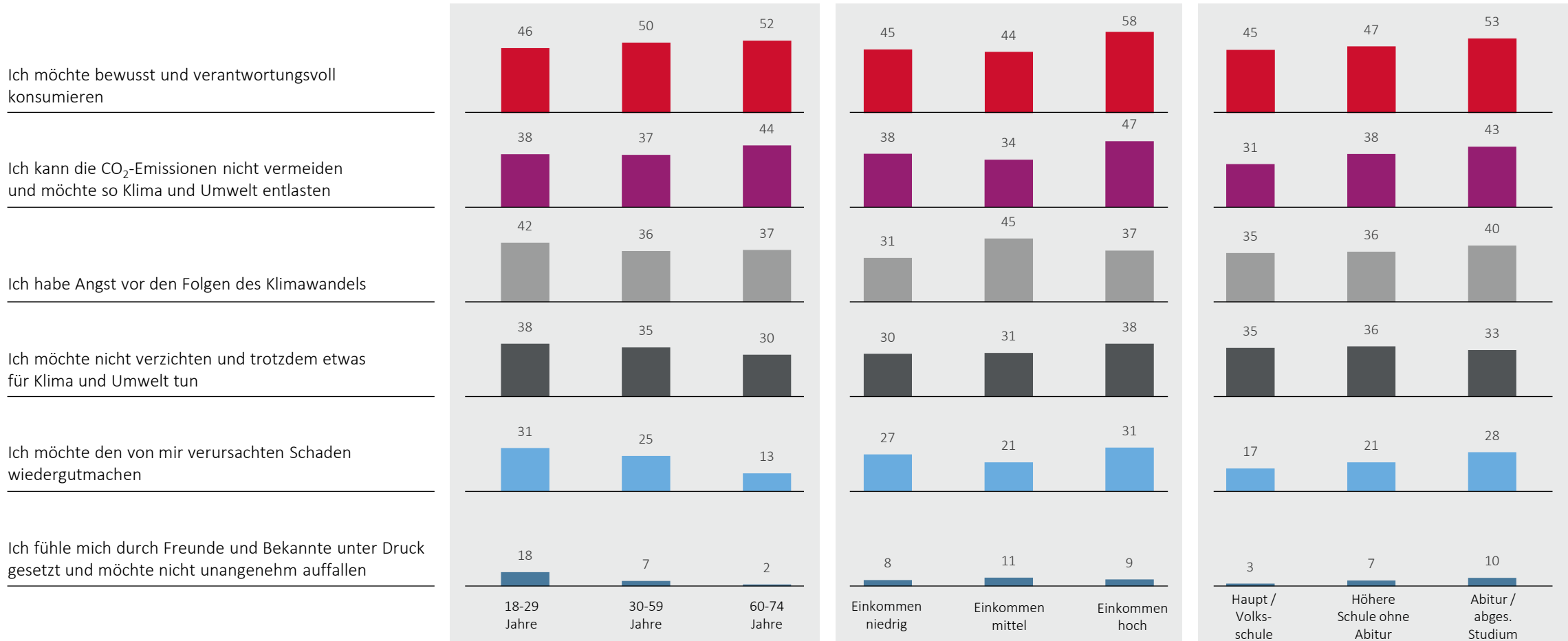


Eine statistische Analyse zeigt, dass allein bei den Motiven Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck tatsächlich ein Zusammenhang mit der Nutzung von Kompensationen zu beobachten ist. Motive wie Angst vor dem Klimawandel oder die Ablehnung von Verzicht werden zwar häufig genannt, wirken sich aber nicht auf die gemeldete Kompensationsneigung aus. Dagegen scheint sozialer Druck zwar ein seltenes, jedoch sehr wirksames Motiv für die Nutzung von Kompensationen zu sein.

Warum kompensieren Sie Ihre CO₂-Emissionen? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört und kompensiere freiwillig meine CO₂-Emissionen] | n = 1.224 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

* Methodenbeschreibung siehe S. 26

Kompensationsneigung: Verantwortungsbewusstsein ist vor allem ein Thema bei Menschen mit höherem Einkommen und höherem Bildungsabschluss, sozialer Druck vor allem bei Jüngeren.



Warum kompensieren Sie Ihre CO₂-Emissionen? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört und kompensiere freiwillig meine CO₂-Emissionen] | n = 1.224 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Kompensationsneigung: Angst vor dem Klimawandel ist kein wirksamer Motivator.



Die Angst vor dem Klimawandel ist im Kontext von Kompensationen kein wirksamer Motivator. Zwar geben viele Menschen an, dass sie dieses Motiv beeinflusst. Der tatsächlich beobachtbare Effekt ist aber gering. Gleiches gilt für das Motiv, nicht verzichten zu können und trotzdem etwas für Klima und Umwelt zu tun.

Wer mehr Menschen für ein höheres Kompensationsengagement gewinnen möchte, sollte positiv an das individuelle Verantwortungsbewusstsein und den bewussten Konsum appellieren.

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

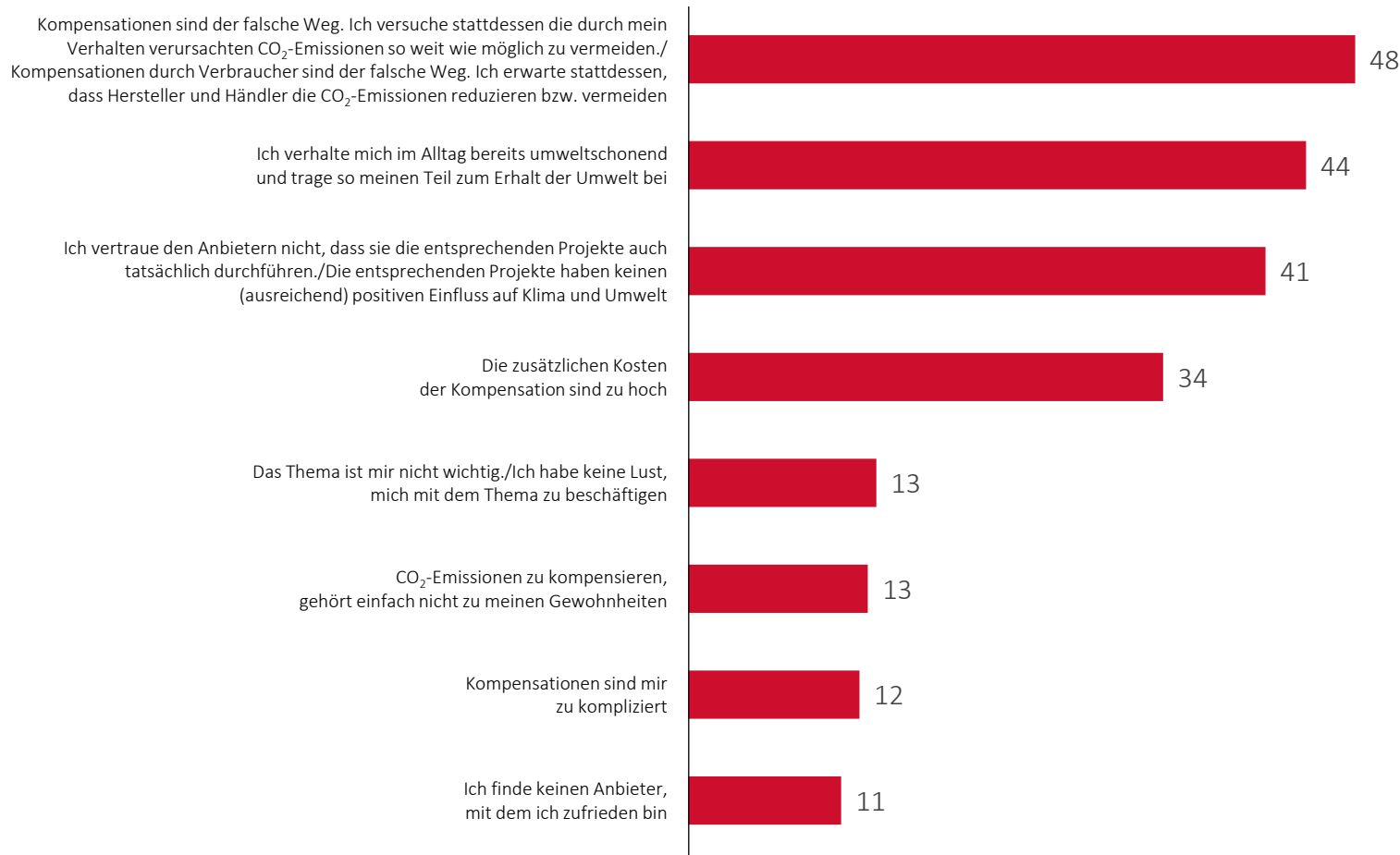
4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

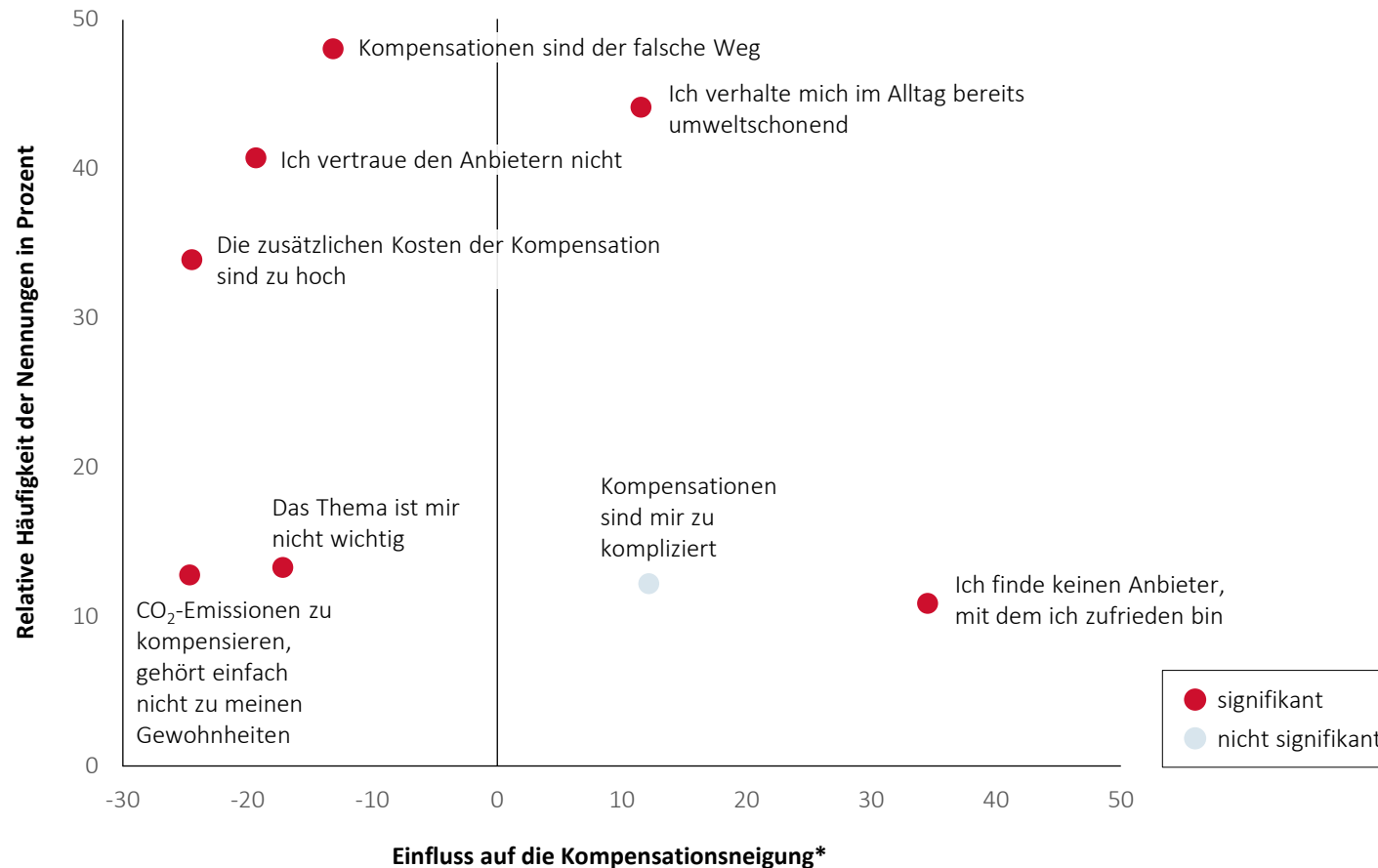
Kompensationshindernisse: Die grundsätzliche Überzeugung, dass Kompensationen der falsche Weg sind, ist das am häufigsten genannte Kompensationshindernis.



Fast jeder zweite Befragte hält Kompensationen allgemein für den falschen Weg. Auch der Emissionsausgleich durch individuell umweltschonendes Alltagsverhalten und das fehlende Vertrauen in die Anbieter sind häufig vorgetragene Gründe, die Menschen von einer (weitergehenden) Kompensation abhalten. Jedem Dritten sind die Kosten zu hoch. Fehlende Gewohnheiten oder ein Mangel an (guten) Anbietern spielen dagegen nur eine untergeordnete Rolle.

Was hält Sie davon ab, Ihre CO₂-Emissionen (noch mehr) zu kompensieren? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört] | n = 1.586 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Kompensationshindernisse: Nicht alle der vorgebrachten Hindernisse wirken sich auch tatsächlich mindernd auf die Kompensationsbereitschaft aus.

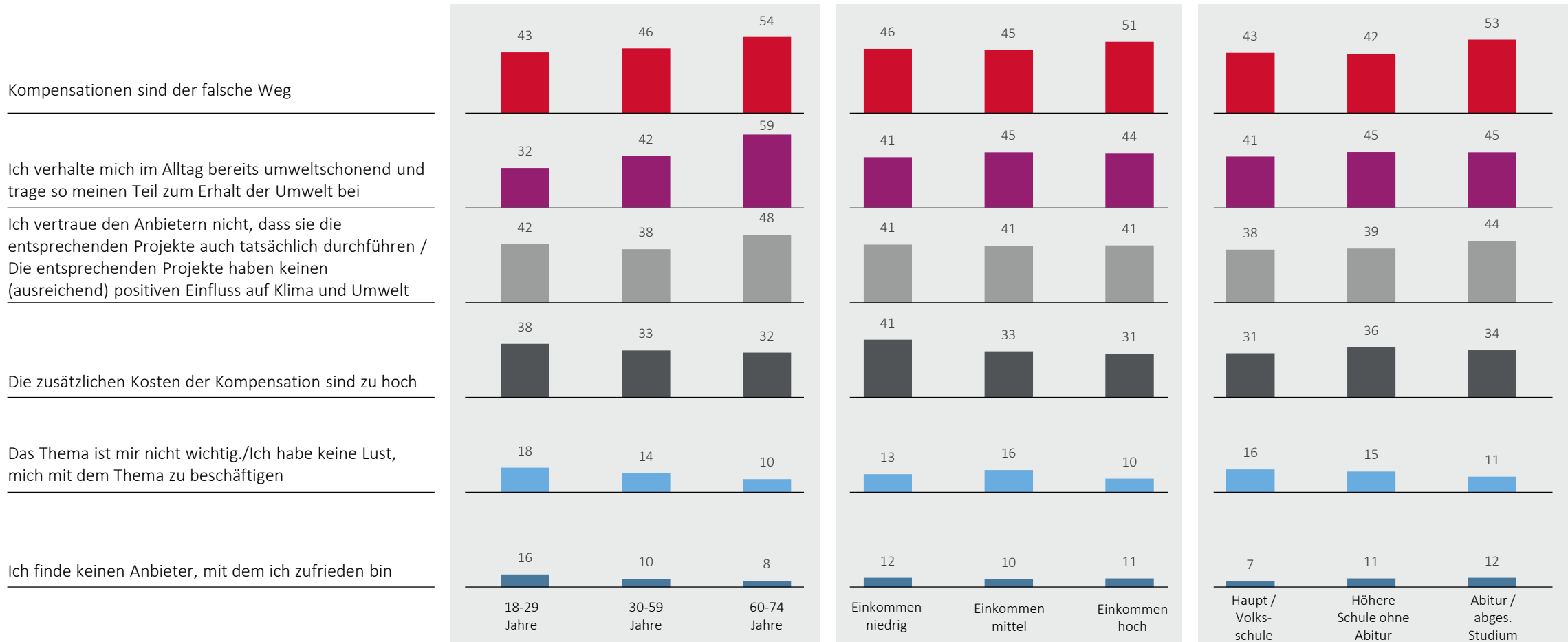


Eine statistische Analyse bestätigt, dass beinahe alle in der Befragung genannten Hindernisse die Nutzung von Kompensationen auch tatsächlich beeinträchtigen. Allerdings wirken sich nicht alle Hindernisse negativ auf die Kompensationsbereitschaft aus. So kompensieren etwa Personen, die einen Mangel an geeigneten Anbietern beklagen oder das eigene Alltagsverhalten als ausreichenden Beitrag zum Erhalt der Umwelt ansehen, sogar signifikant häufiger als Personen, die diese Themen nicht als Hindernis angeben.

Was hält Sie davon ab, Ihre CO₂-Emissionen (noch mehr) zu kompensieren? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört] | n = 1.586 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

* Methodenbeschreibung siehe S. 26

Kompensationshindernisse: Kosten sind ein Problem für Jüngere und für Menschen mit niedrigem Einkommen. Bezieher hoher Einkommen, Ältere und Menschen mit hohem Bildungsabschluss sehen in Kompensationen häufiger prinzipiell den falschen Weg.



Was hält Sie davon ab, Ihre CO₂-Emissionen (noch mehr) zu kompensieren? Bitte geben Sie alles an, was für Sie zutrifft. [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört] | n = 1.586 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Kompensationshindernisse: Unter Menschen mit höherem Bildungsabschluss besonders umstritten.



Bei Menschen mit hohem Bildungsabschluss gibt es besonders viele, die Emissionen kompensieren, und gleichzeitig besonders viele, die in Kompensationen prinzipiell den falschen Weg sehen. Diese Personengruppe scheint also besonders gespalten zu sein in ihrer Haltung.

Hersteller und Händler, die insbesondere diese Personengruppe ansprechen möchte, sind gut beraten, das eigene Kompensationsengagement besonders kritisch zu prüfen.

Key Insights

1

→ 60 Prozent der Deutschen geben an, ihre CO₂-Emissionen schon mal kompensiert zu haben. Viele sind sogar gewillt, zukünftig noch mehr zu kompensieren.

2

→ Kompensationsnutzer sind eher jung, besser gebildet und gut verdienend. Sie sind darüber hinaus kritische Beobachter von Wetterphänomenen und mit stärkerem Umweltbewusstsein ausgestattet.

3

→ Vor allem Verantwortungsbewusstsein und sozialer Druck motivieren die Menschen zur Kompensation von Emissionen. Sozialer Druck ist dabei zwar ein selten genanntes, aber besonders wirksames Motiv.

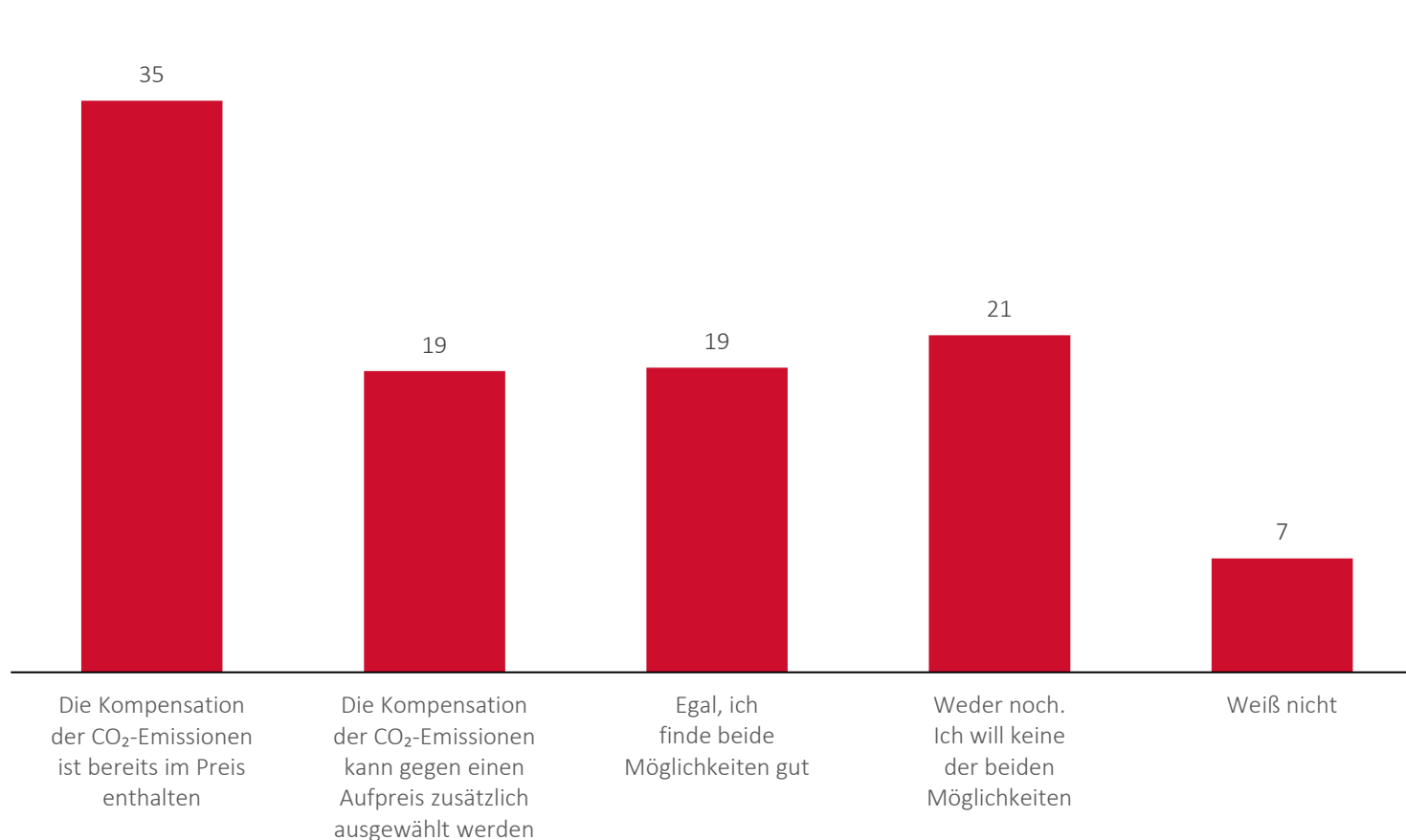
4

→ Kompensationshindernisse bestehen vor allem in prinzipiellen Bedenken. Fast jeder zweite Befragte teilt die Überzeugung, dass Kompensationen eigentlich der falsche Weg sind.

5

→ Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind deutlich populärer als eine freiwillige Kompensation gegen Aufpreis. Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.

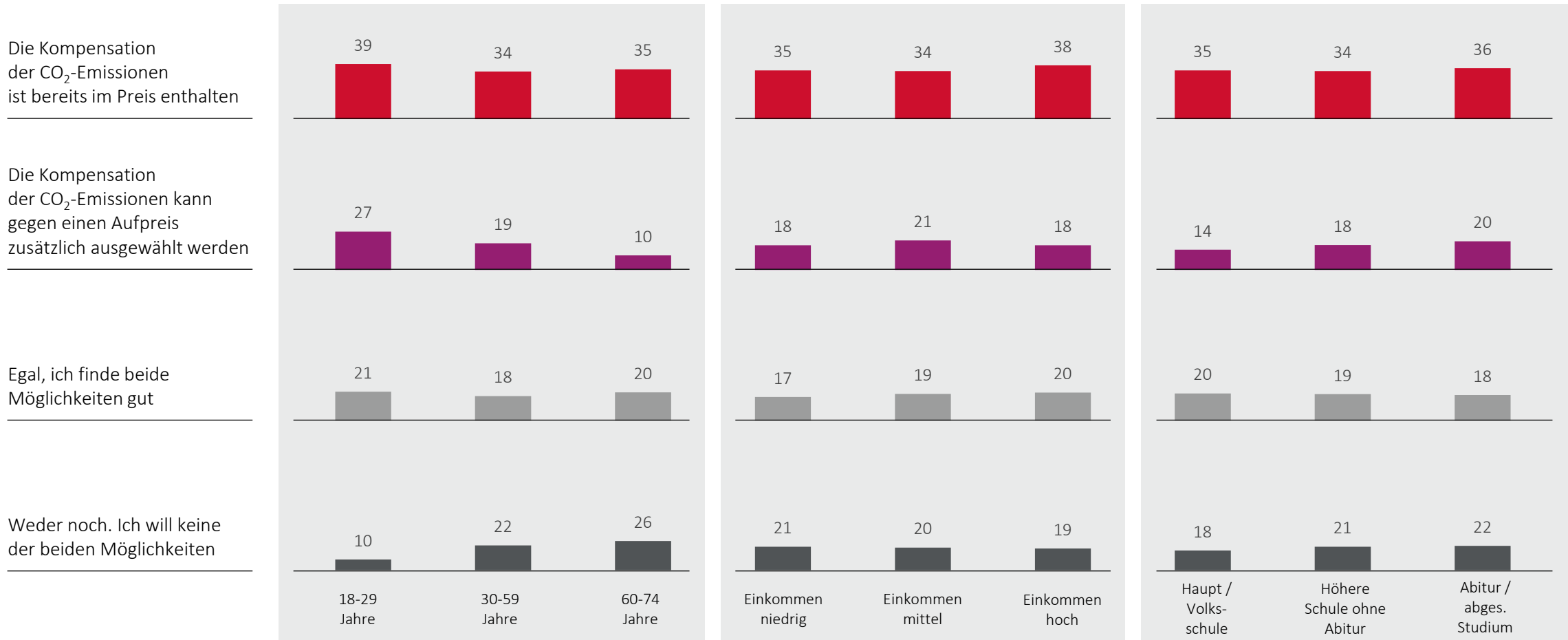
Preismodelle: Bereits im Preis enthaltene Kompensationen sind das populärste Kompensationsmodell.



Eine relative Mehrheit von 35 Prozent der Befragten favorisiert ein Modell, bei dem die Kompensation der CO₂-Emissionen bereits im Preis enthalten ist. Preismodelle, bei denen die Kompensation gegen eine Zuzahlung freiwillig ergänzt werden kann, genießen mit 19 Prozent weitaus weniger Zustimmung. Der Rest der Befragten findet entweder beide Möglichkeiten gut (19 Prozent) oder scheint prinzipiell nicht offen für Kompensationen zu sein (21 Prozent).

Welche Art von Kompensation würden Sie beim Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung bevorzugen? [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört] | n = 1.586 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Preismodelle: Ältere sind nicht nur besonders kompensationskritisch, sie hadern auch am stärksten mit der freiwilligen Zuzahlung.



Welche Art von Kompensation würden Sie beim Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung bevorzugen? [Teilgruppe: ja bereits von CO₂-Kompensationen gehört] | n = 1.586 | Werte in % | Befragungszeitraum: September 2023 | NIMpulse 5 | nim.org

Preismodelle: Anbieter sind gut beraten, ihren Kunden die Kompensationsentscheidung abzunehmen.



Die meisten Befragten, unabhängig von Alter, Einkommen und Bildungsstand, bevorzugen im Preis inkludierte CO₂-Kompensationen vor freiwilligen Zuzahlungen. Das gilt auch für jüngere Personen, auch wenn die sich noch am offensten gegenüber zusätzlichen Zuzahlungen zeigen.

Als Preismodell für die breite Bevölkerung, das zeigen die Daten klar, sind freiwillige zusätzlich zu leistende Zuzahlungen in der Regel ungeeignet.



Konzeption und Fragebogen

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Erhebung und Panel

GfK eBUS®



Stichprobe

2.023

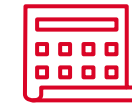
Männer und Frauen im Alter von 18 – 74 Jahren, repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung dieser Altersklasse



Umfang

11 Fragen,

teilweise mit Filterführung

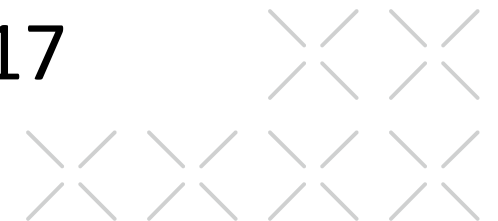


Zeitraum der Befragung

14.09.2023 bis
24.09.2023

Anzahl demographische Merkmale

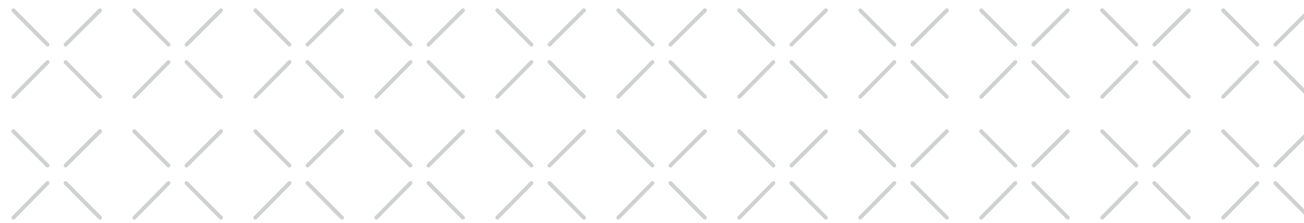
17



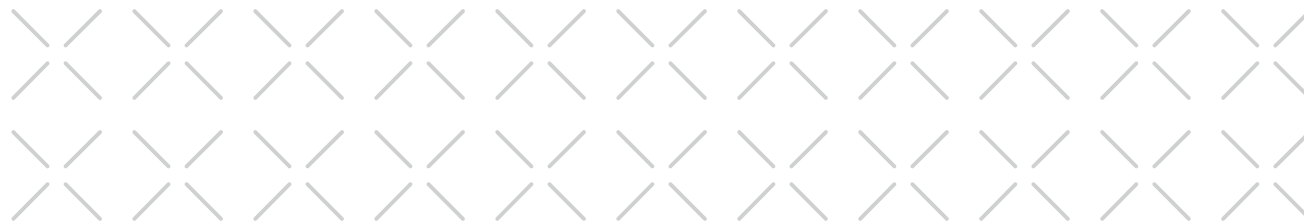
Informationen zur Berechnung des Einflusses von Motiven und Hindernissen auf die individuelle Kompensationsneigung

Methode:

Die individuelle Kompensationsneigung (y) wird durch die jeweils angegebenen Motive bzw. Hindernisse ($X_1 - X_n$) vorhergesagt. Die Vorhersage beruht auf einem Regressionsmodell (siehe unten), dessen Koeffizienten ($\beta_0 - \beta_n$) mittels Kleinst-Quadrate Schätzung ermittelt wurden.



$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_n X_n$$



Hinweise:

- > Die Regressionskoeffizienten ($\beta_1 - \beta_n$) geben den Einfluss des entsprechenden Motivs bzw. Hindernisses auf die Kompensationsneigung an.
- > Für die graphischen Darstellungen wurden die Regressionskoeffizienten in Prozent dargestellt (d.h. mit 100 multipliziert), um eine einheitliche Skalierung der Achsen zu gewährleisten.
- > Bei der Schätzung der Regressionskoeffizienten wird mittels inferenzstatistischer Methoden (Nullhypothesentests) überprüft, ob die Einflüsse der einzelnen Motive bzw. Hindernisse systematisch (d.h. nicht zufällig) vorhanden sind. Erweist sich der Einfluss eines Motivs bzw. Hindernisses als nicht signifikant von Null verschieden, legt dies nahe, dass kein systematischer Einfluss besteht.

Interpretation der grafischen Darstellung:

- > Punkte/Motive, die auf der X-Achse des Schaubilds im positiven Bereich liegen, verstärken die Neigung eines Probanden, seine Emissionen zu kompensieren. Punkte/Motive, die auf der X-Achse im negativen Bereich liegen, mindern die Neigung, die eigenen Emissionen zu kompensieren. Die Kompensationsneigung wurde ermittelt durch die eine Frage zum Kompensationsverhalten.

Ansprechpartner

Tobias Biró

Research Communication

Tel.: +49 911 951519-98

E-Mail: tobias.biro@nim.org

www.nim.org



NIMPULSE

5