



Ipsos Public Affairs

The Social Research and Corporate Reputation Specialists



Qualitative international vergleichende Umfrage zum Thema Emissionsreduzierung

Methodenbericht

August 2016

Bericht an:

Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.
Herr Jasper Eitze
Koordinator
Energie-, Klima- und Umweltpolitik
Klingelhöferstr. 23
10785 Berlin

Vorgelegt von:

Ipsos UU - Public Affairs
Schwartzkopffstraße 11
10115 Berlin

Kontakt:

Dr. Hans-Jürgen Friess
Manager
Tel.: +49 30 3030645-7040
Email: hans-juergen.friess@ipsos.com

Katja Kiefer
Senior Research Executive
Tel.: +49 30 3030645-7050
Email: katja.kiefer@ipsos.com

Inhaltsverzeichnis

1.	Untersuchungsgegenstand	3
2.	Studiendesign.....	4
2.1	Kurzüberblick über das Studiendesign.....	4
2.2	Details zur Rekrutierung der Teilnehmer.....	6
2.3	Leitfaden für die qualitativen Interviews.....	14
3.	Feldarbeit	15
3.1	Interviewer und Interviewerschulung.....	15
3.2	Durchführung der Interviews.....	16
4.	Datenverarbeitung und Ergebnislieferung	19
4.1	Datenerfassung und -verarbeitung.....	19
4.2	Analyse	19
4.3	Ergebnislieferung	21
5.	Ipsos Public Affairs in den Ipsos Ländern.....	22
	Anhang.....	24
	Leitfaden für die qualitativen Interviews (deutsche Vorlage).....	24
	Leitfaden für die qualitativen Interviews (englische Vorlage).....	30

1. Untersuchungsgegenstand

Im Zuge des G7-Gipfels auf Schloss Elmau 2015, des Weltgipfels für nachhaltige Entwicklung 2015 in New York und der UN-Klimakonferenz in Paris, erhielt der Klimaschutz und der Weg hin zu einer nachhaltigen Entwicklung eine neue Dynamik. Ziel ist insbesondere die Reduzierung von Treibhausgasemissionen zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2°C, möglichst 1,5°C. Jedoch hängt dies von internationalen Aktivitäten, Prozessen und Strukturen ab, die wiederum Motivationen oder Hemmnisse zur Emissionsreduzierung schaffen. Doch woraus bestehen diese Motivationen und Hemmnisse und was kann und sollte die Politik tun, um auf der lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Ebene Einfluss zu nehmen? Um die internationale Meinung verschiedener Stakeholder aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Think Tanks/NGOs zum Thema „Perspektiven für Emissionsreduzierungen“ zu erfassen, wurde für die Hauptabteilung Europäische und Internationale Zusammenarbeit der Konrad-Adenauer-Stiftung eine qualitative international vergleichende Umfrage in China, Indien, Russland und den USA durchgeführt.

Der vorliegende Methodenbericht erläutert das Studiendesign, die Studienvorbereitungen sowie den Verlauf der Durchführung in allen Zielländern.

2. Studiendesign

2.1 Kurzüberblick über das Studiendesign

Kurzüberblick China	
Methode	Telefonische Tiefeninterviews
Stichprobenauswahl	Elitendatenbank von Ipsos China, Internetrecherche
Fallzahl	N=20 (n=5 je Zielgruppe)
Fragebogenlänge	30 Minuten
Erfahrung der eingesetzten Interviewer	1 Interviewer mit 12 Jahren Erfahrung
Erhebungszeitraum	16. bis 27. Mai 2016

Kurzüberblick Indien	
Methode	Persönliche Interviews
Stichprobenauswahl	Auswahl über Internetrecherche und „Schneeball“-System
Fallzahl	N=20 (n=5 je Zielgruppe)
Fragebogenlänge	30 Minuten
Erfahrung der eingesetzten Interviewer	3 Interviewer mit jeweils mehr als 6 Jahren Erfahrung
Erhebungszeitraum	20. Mai bis 16. Juni 2016

Kurzüberblick Russland	
Methode	Persönliche und telefonische Interviews
Stichprobenauswahl	Auswahl der Teilnehmer aus interner Datenbank, über Internetrecherche und das „Schneeball“-System
Fallzahl	N=20 (5 je Zielgruppe)
Fragebogenlänge	30 Minuten
Anzahl und Erfahrung der eingesetzten Interviewer	2 Interviewer mit je mehr als 6 Jahren bzw. 20 Jahren Erfahrung
Erhebungszeitraum	7. April bis 14. Juni 2016

Kurzüberblick USA	
Methode	Telefonische Tiefeninterviews
Stichprobenauswahl	Erwerb von Adresslisten für die jeweilige Zielgruppe, Internetrecherche
Fallzahl	N=20 (n=5 je Zielgruppe)
Fragebogenlänge	30 Minuten
Erfahrung der eingesetzten Interviewer	1 Interviewer mit 7 Jahren Erfahrung
Erhebungszeitraum	27. April bis 29. Juni 2016

2.2 Details zur Rekrutierung der Teilnehmer

China

In China erfolgte die Rekrutierung der Teilnehmer über das dort ansässige Ipsos-Team. Die Suche der Teilnehmer erfolgte über eine bestehende Eliten-Datenbank von Ipsos China, die 2.000 Kontakte enthält. Die Teilnehmer wurden telefonisch kontaktiert. Zudem wurde mittels einer Internetrecherche nach weiteren geeigneten Teilnehmern gesucht. Die Rekrutierungsphase dauerte vom 9. bis zum 26. Mai 2016. Die Rekrutierung der Teilnehmer war mit verschiedenen Herausforderungen verbunden. Insgesamt war die Erfolgsquote ein Interview final zu terminieren gering. Die Rekrutierung erforderte einen hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand. Im Verlauf der Rekrutierungsphase stellte sich heraus, dass sowohl Manager (Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder) von Unternehmen und Verbänden also auch Abteilungsleiter in obersten Verwaltungsbehörden und in Ministerien angesichts sehr eingeschränkter zeitlicher Kapazitäten nur schwer für ein Interview gewonnen werden konnten. Aus diesen Gründen mussten auch zwei bereits terminierte Interviews der Zielgruppen Wirtschaft und Verwaltung aufgrund Zeitmangels abgesagt werden. Eine weitere Herausforderung war, dass einige der Teilnehmer nach einigen Fragen das Interesse verloren und das Interview abgebrochen haben. Trotz dieser Herausforderungen wurden alle Interviews im vorgesehenen Zeitraum durchgeführt. Es wurden regelmäßige Rekrutierungsupdates an die Projektleitung in Deutschland gesendet, um die Passung der Teilnehmer final zu besprechen und freizugeben.

Zielgruppe	1. Wirtschaft	2. Verwaltung	3. Wissenschaft	4. Think Tank/ NGO
Geschlecht				
Männlich	3	4	4	4
Weiblich	2	1	1	1
Position des Teilnehmers				
1	Direktor	Abteilungsleiter	Professor	Exekutivdirektor
2	Stellvertretender Direktor	Abteilungsleiter	Professor	Generalsekretär
3	Senior Manager	Abteilungsleiter	Außerordentlicher Professor	Präsident
4	Senior Manager	Stellvertretender Direktor	Professor	Direktor
5	Chefingenieur	Abteilungsleiter	Professor	Stellvertretender Generalsekretär
Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmens/der Organisation				
1	Schmelzen und Pressen von Eisenmetallen	Entwicklung und Planung	Ressourcen und Umweltökonomie	Umweltschutz
2	Kohlebergbau und -wäsche	Statistik für Emission von Treibhausgasen (THG)	Energiesparende Technologien	Entwicklung von grünen Industrien
3	Stromerzeugung und -vertrieb	Umweltschutz	Strategieforschung zum Klimawandel	Studie zu internationaler Politik, Ökonomie und Sicherheitsstrategie
4	Hersteller von Klimaanlageanlagen	Energieentwicklungsstrategie, Planung Energieentwicklung	Luftverschmutzung	Umweltentwicklung
5	Förderung von Erdöl und Erdgas	Internationale Kooperationen im Bereich Klimawandel	Forschung zum Klimawandel	Umweltentwicklung

Zielgruppe	Quotenvorgaben (absolut / in %)	Netto-Quote (absolut/in %)
ZG 1 // Wirtschaft	5 / 25%	5 / 25%
ZG 2 // Verwaltung	5 / 25%	5 / 25%
ZG 3 // Wissenschaft	5 / 25%	5 / 25%
ZG 4 // Think Tank/NGO	5 / 25%	5 / 25%

Indien

Die Forschung in Indien wurde von unserem Ipsos-Team in Indien durchgeführt. Auch dort war die Rekrutierung der Teilnehmer mit Herausforderungen verbunden. Die anspruchsvolle Zielgruppe verlangte zielgerichtete Rekrutierungsmethoden. So wurde auf das „Schneeball“-System und eine Internetrecherche zurückgegriffen. Mithilfe des „Schneeball“-Systems konnten über relevante Kontaktpersonen aus den relevanten Zielgruppen zusätzliche Referenzen identifiziert werden. Um deren Eignung für die Teilnahme an der Studie und deren Tätigkeitsfeld im Bereich Emissionsreduzierung zu überprüfen, wurden diese vor einem möglichen Interview durch das Ipsos-Team telefonisch befragt. Stimmten die Quotenvorgaben mit den Eigenschaften der kontaktierten Personen überein, wurde ein Interviewtermin vereinbart. Insgesamt wurden über diese Methode 17 Teilnehmer rekrutiert. Zusätzlich wurde eine Internetrecherche durchgeführt, um zusätzliche Personen zu gewinnen. Dazu wurden Mailadressen von in Frage kommenden Unternehmenswebseiten abgerufen oder telefonisch über den Empfang Informationen zu relevanten Mitarbeitern des Unternehmens recherchiert. Im Anschluss wurde ein Einladungsschreiben mit Informationen zum Studienhintergrund an die potenziellen Teilnehmer versendet. Regelmäßige Folgebenachrichtigungen an die Teilnehmer ermöglichten eine hohe Teilnahmequote. Über die Methode der Internetrecherche wurden insgesamt 3 Teilnehmer rekrutiert. Rückblickend waren die Rücklaufquoten gering, wodurch die Länge der Rekrutierungszeit zu erklären ist. Desweiteren stellte sich die Terminierung der Interviews als weitere Schwierigkeit heraus. Kurzfristige Absagen von 15 bereits terminierten Teilnehmern erschwerte die Rekrutierungsphase zusätzlich. Spezifische Begründungen für die Absage der Interviews liegen Ipsos Indien nicht vor. Das deutsche Team wurde regelmäßig zum Stand der Rekrutierung durch Rekrutierungsupdates in Kenntnis gesetzt und hat die Interviewteilnehmer final bestätigt.

Zielgruppe	1. Wirtschaft	2. Verwaltung	3. Wissenschaft	4. Think Tank/N GO
Geschlecht				
Männlich	5	3	4	4
Weiblich	0	2	1	1
Position des Teilnehmers				
1	Geschäftsführer	Unterstaatssekretär	Professor	Vorstand
2	Assistenz der Geschäftsführung	Direktor	Wissenschaftler	Berater
3	Direktor	Wissenschaftler	Professor	Vizepräsident
4	Nationaler Leiter	Stellvertretender Generalsekretär	Psychologe	Seniormanager
5	Vizepräsident	Direktor	Gastprofessor	Gründungsdirektor
Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmens/ der Organisation				
1	Energieindustrie	Industrie und Handel	nationale Wirtschaftsentwicklung	Finanzen und Versicherungen
2	Rohstoff-, Metall-, und Bergbauindustrie	Umwelt und Geowissenschaft	Umweltpolitik und Markttransformation	Infrastruktur und wirtschaftliche Entwicklung
3	Rohstoff-, Metall-, und Bergbauindustrie	Umwelt und Geowissenschaft	Umweltpolitik	Infrastruktur und wirtschaftliche Entwicklung
4	Energieindustrie: Energielösungen, Elektrizität, Öl	Landwirtschaft	Neuen Technologien	Energie
5	Hersteller von Treibhauseffekt minimierenden Produkten	Umwelt	Umweltingenieurwesen	Infrastruktur und wirtschaftliche Entwicklung

Target Group	Targeted Quota (absolut/in %)	Final Quota (absolut/in %)
Target Group 1	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 2	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 3	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 4	5 / 25%	5 / 25%

Russland

Die Forschung in Russland wurde durch das Ipsos-Team in Russland durchgeführt. Die Teilnehmer für die Studie wurden hauptsächlich durch Internetrecherche, über eine eigene Datenbank und mithilfe des „Schneeball“-Systems rekrutiert. Mithilfe der Internetrecherche konnten für die Studie relevante Organisationen und Unternehmen identifiziert werden. Diese wurden durch Kaltanrufe kontaktiert und erhielten ein Einladungsschreiben. Die Antwortrate betrug eins von zehn. In einem nächsten Schritt wurde die Passung dieser Personen für die Studie final überprüft und die Person dann zum Interview eingeladen. Eine weitere erfolgversprechende Methode war die Suche über die eigene Datenbank von Ipsos Russland. Hierbei wurden über 1.000 Personen angeschrieben, die bereits in der Vergangenheit an einer Studie teilgenommen haben. Die Personen, die sich rückgemeldet haben, wurden hinsichtlich der Quotenvorgaben überprüft, indem deren Unternehmenszugehörigkeit und die weiteren Quotenmerkmale durch Ipsos-Mitarbeiter bestätigt wurden. Um die vorgesehene Anzahl an Interviewteilnehmern zu erreichen, wurde zusätzlich die Methode des „Schneeball“-Systems angewendet, indem die Rekrutierer über vorhandene Kontakte nach passenden Empfehlungen gefragt haben. Die Rekrutierungsphase startete am 25. März und konnte am 11. Juni 2016 beendet werden. Das Forschungsthema war sehr spezifisch und benötigte sehr viel organisatorischen Aufwand. Auch die Beurteilung, ob eine Person für das Interview geeignet ist, schien teilweise schwer. So erweckten einige der Teilnehmer Zweifel, ob ihr Kenntnisstand zum Forschungsthema ausreichend war. Eine zusätzliche Herausforderung war, dass Mitarbeiter gerade in regierungsnahen Institutionen in Russland eine Vertraulichkeitserklärung unterzeichnen müssen und so keine detaillierten Informationen mit den Interviewern teilen durften. Hinderlich war außerdem die Ferienzeit während der Interviewperiode, sodass relevante Personen trotz Interesse an einem Interview aufgrund von bereits geplantem Urlaub absagen mussten. Keiner der Teilnehmer sagte jedoch ein terminiertes Interview ab oder brach das Gespräch während des Interviews ab. Insgesamt wurden 6 Rekrutierungsupdates an das deutsche Projektteam gesendet und Zweifel zu Teilnehmern wurden zusammen besprochen und geklärt.

Zielgruppe	1. Wirtschaft	2. Verwaltung	3. Wissenschaft	4. Think Tank/ NGO
Geschlecht				
Männlich	4	3	3	4
Weiblich	1	2	2	1

Position des Teilnehmers				
1	Direktor	Referatsleiter	Stellvertretender Professor	Vorsitzender
2	Direktor	Berater des Generaldirektors	Stellvertretender Professor	Direktor
3	Vorsitzender eines Wirtschaftsverbands	Exekutivdirektor	Professor	Leiter
4	Stellvertretender Direktor	Stellvertretender Leiter	Stellvertretender Professor und angehender Direktor	Erster stellvertretender Direktor
5	Stellvertretender Direktor und Berater	Stellvertretender Abteilungsleiter	Stellvertretender Direktor	Seniorforscher
Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmens/der Organisation				
1	Herstellung und Entwicklung von chemischen Produkten (Pestizide)	Klima- und Umweltthemen im Fachbereich für natürliche Ressourcen	Internationale politische Herausforderungen und Umweltpolicies	Umweltschutz
2	Projektentwicklung alternative Energien	Entwicklung von Gesetzgebungen im Bereich Energie und Innovation	Politische Wissenschaft	Wasserrückgewinnung und -aufbereitung
3	Umwelt- und Klimaprognosen, -investitionen	Energieeffizienz und Umweltschutz	Umweltmanagement und Umweltschutz	Reduktion von Treibhausgasemissionen
4	Messung von Umweltbelastungen	Koordination wiss. Forschung im Bereich Klima und int. Klimaverhandlungen	Umweltökonomie -und Management und Bioökonomie	Analyse von Treibhausgasbeständen
5	Öl- und Gasindustrie	Umwelthydrometeorologie und Klimawandel	Erstellung des Treibhausgasbestands und Unterstützung bei int. Klimaverhandlungen	Umweltschutz

Target Group	Targeted Quota (absolut/in %)	Final Quota (absolut/in %)
Target Group 1	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 2	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 3	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 4	5 / 25%	5 / 25%

USA

Die Forschung in den USA wurde von unserem Ipsos-Team in Nordamerika durchgeführt. Aus organisatorischen Gründen wurde in den USA ein Screener für die Rekrutierung erstellt. Dieser basierte auf den Quotenvorgaben des deutschen Projektteams. Mittels einer erworbenen Adressliste und einer zusätzlichen Internetrecherche konnte eine Liste potenzieller Unternehmen und Organisationen für die Studie ermittelt werden. Die Kontakthanfrage durch das Team der Rekrutierer erfolgte telefonisch. Die Rekrutierer erläuterten zunächst das grobe Thema der Forschung und ermittelten die für die Studie relevanten Personen. Um zu prüfen, ob diese Personen auch die Quotenvorgaben für die Studie erfüllten, wurden sie anhand des Rekrutierungsscreeners in einem weiteren Gespräch final gescreent. Stimmten die Rekrutierungskriterien mit den Angaben der in Frage kommenden Personen überein, erfolgte eine Einladung zu einem Telefoninterview. Dabei wurde die für die Teilnehmer angenehmste Zeit gewählt. Als Bestätigung erhielten die Teilnehmer eine Email. Insgesamt erwies sich die Rekrutierung als herausfordernd, da es sich um Elitengruppen mit straffen Terminplänen handelte. Mangel an Zeit, aber teilweise auch eingeschränktes Interesse an der Studie, waren verantwortlich für die geringe Teilnahmebereitschaft. Diese Problematik betraf vor allem die Zielgruppe Wirtschaft. Der Verdacht, dass die für die USA bestehende „No Research Policy“ in Verwaltungsbehörden und Ministerien auf Bundes- und Landesebene für die Rekrutierung der Zielgruppe Ministerialbürokratie einschränkend und hinderlich sein könnte, bestätigte sich nicht. Das deutsche Team wurde durch regelmäßige Rekrutierungsupdates auf dem aktuellen Stand gehalten und konnte so bei der Rekrutierung beratend zu Seite stehen und diese final freigeben.

Zielgruppe	1. Wirtschaft	2. Verwaltung	3. Wissenschaft	4. Think Tank/ NGO
Geschlecht				
Männlich	5	5	3	3
Weiblich	0	0	2	2
Position des Teilnehmers				
1	Umweltwissenschaftler	Forscher und Projektplaner	Professor	Stellvertretender Direktor Ökostrom-Protokoll
2	Analyst	Senior-Spezialist für Klimawandel	Assistenzprofessor	Legislativer Direktor
3	Chief Regulatory Officer	Assistenzdirektor	Direktor und Professor	Vizepräsident
4	CEO	Direktor für Umwelt- und Sozialleistungen	Außerordentlicher Professor	Policy und Research Manager
5	Präsident	Direktor in einem US-Department	Professor und Senior Fellow	Kampagnendirektor

Hauptgeschäftstätigkeit des Unternehmens / der Organisation				
1	Auditing für Kohlendioxidgutschriften und CO2-Bilanz	Kommunale Behörde mit Fokus auf Minimierung von Treibhausgasemissionen	Ingenieurwesen	Setzt sich für die Minimierung von Treibhausgasemissionen im Privatsektor ein
2	Analyse von nationalen Regulationen zur Veränderung des Kohlenstoffbestands	Provider für Entwicklungsfinanzierung	Umweltchemie	Bildung und Öffentlichkeitsarbeit
3	Bau von Tankstationen für Erdgas-Fahrzeuge	Staatliche Behörde für natürliche Ressourcen	Klimatologie	Implementierung von energieeffizienten Programmen in Unternehmen
4	Produzenten von Nahrung basierend auf Mikroalgen	Armutsbekämpfung durch ökonomisch nachhaltiges Wachstum	Energie	Fokus auf Wachstumsmärkte für erneuerbare Energie
5	Entwicklung von erneuerbaren und nachhaltigen Produkten aus Menschen verursachtem Kohlendioxid	Implementierung von Programmen für Klimawandel	Umwelttechnologie	Dekarbonisierungsprogramme für Unternehmen und die Regierung

Target Group	Targeted Quota (absolut/in %)	Final Quota (absolut/in %)
Target Group 1	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 2	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 3	5 / 25%	5 / 25%
Target Group 4	5 / 25%	6 / 28%

2.3 Leitfaden für die qualitativen Interviews

Die Erstellung des Leitfadens geschah wesentlich durch die Konrad-Adenauer-Stiftung. Das deutsche Ipsos-Team stand der Konrad-Adenauer-Stiftung beratend bei der Abstimmung des Entwurfes beiseite. Zur Beratungsleistung gehörte unter anderem die Unterstützung bei der Formulierung konkreter Fragen. Im Vordergrund standen dabei zwei große Themenblöcke. In einem ersten Themenblock sollten Motivationen, Demotivationen, bzw. Anreize und Hemmnisse für substanzielle Emissionsreduzierungen exploriert werden. In einem zweiten Block wurde dann die Wahrnehmung und Rolle Deutschlands als Referenz und Partner aus Sicht der jeweiligen Länder exploriert.

3. Feldarbeit

3.1 Interviewer und Interviewerschulung

China

Die Interviews wurden von einer sehr erfahrenen Interviewerin in der Position eines Associate Directors mit einer 12-jährigen Karriere bei Ipsos China durchgeführt, die besondere Expertise in der B2B-Forschung in den Bereichen Ressourcenmanagement, Luftfahrt, IT, Maschinenbau, Elektronik, Finanzen und Gesundheit besitzt. Die methodischen Schwerpunkte umfassen Unternehmensreputation, Kundenzufriedenheit und Konzepttests. Sie ist eine hoch motivierte Interviewerin für die Zielgruppe Regierungseliten, wissenschaftliche Sachverständige sowie Manager von Unternehmen. Sie betreut sowohl nationale als auch internationale Kunden. Die Interviewerin hat sich intensiv vor Beginn der Interviews mit dem Interviewleitfaden vertraut gemacht und wurde durch das deutsche Ipsos-Team in die Details der Studie eingeführt. Zu Beginn dieses Briefings waren auch Projektmitglieder der Konrad-Adenauer-Stiftung anwesend, um die Kernelemente und Zielstellungen der Studie darzulegen. Dies wurde als sehr hilfreich wahrgenommen.

Indien

In Indien wurden die Interviews durch ein Team von Managern und Senior Research Executives des Ipsos UU Teams in Mumbai durchgeführt. Die Manager zeichnen sich durch eine mehr als 6-jährige und die Senior Research Executives durch eine mehr als 3-jährige Erfahrung in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung aus. Der Projektleiter hat 6,5 Jahre Erfahrung in der Markt- und Sozialforschung und hat sich besonders auf die B2B-Zielgruppe spezialisiert und zahlreiche Erfahrungen mit Eliteninterviews aus Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft gesammelt. Die Interviewerin sammelte Forschungserfahrungen in unterschiedlichen Instituten. Methodisch hat sie sich auf Tiefeninterviews, Gruppendiskussionen und Ethnographie fokussiert. Ihre Branchenkenntnisse sind breit gefächert und umfassen Finanzen, Medien, Telekommunikation, Tourismus und Automobilität. Um ein tieferes Verständnis vom Forschungsthema zu gewinnen, wurden vor Beginn der Feldarbeit Sekundärquellen zu vorhandenen Gesetzen der Emissionsreduzierung in Indien recherchiert. Neben dieser Einarbeitung wurde das indische Team durch die deutsche Projektleitung von Ipsos in die Details der Studie eingeführt. Zu Beginn dieses Briefings waren auch Projektmitglieder der Konrad-Adenauer-Stiftung anwesend, um die Kernelemente und Zielstellungen der Studie darzulegen. Dies wurde als sehr hilfreich wahrgenommen.

Russland

In Russland wurden die Interviews durch zwei Interviewer aus dem russischen Ipsos-Team durchgeführt. Die Projektleitung übernahm eine Senior Research Managerin, die auf eine 6-jährige Erfahrung als qualitative Forscherin zurückblickt. Neben Forschungsprojekten im Bereich Public Affairs und dem Energiesektor ist sie auch mit der Automobil- und Technologieindustrie vertraut. Unterstützung erhielt die Projektleiterin durch eine Kollegin im Rang eines Directors mit 20 Jahren Erfahrung in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung. Zur Vorbereitung auf die Feldarbeit arbeiteten sich die beiden Interviewerinnen in das Thema Emissionsreduzierung ein, wobei Artikel zum Thema Dekarbonisierung, aktuellen ökologischen Problemen, der gegenwärtigen globalen Klimasituation, alternativen Energieressourcen, globale Erderwärmung und Studien zu Einflussfaktoren auf das Klima zu Rate gezogen wurden. Neben dieser Einarbeitung wurde das russische Team durch die deutsche Projektleitung von Ipsos in die Details der Studie eingeführt. Zu Beginn dieses Briefings waren auch hier Projektmitglieder der Konrad-Adenauer-Stiftung anwesend, um die Kernelemente und Zielstellungen der Studie darzulegen. Dies wurde als sehr hilfreich wahrgenommen.

USA

In den USA wurden alle Interviews von einer sehr erfahrenen Senior Account Managerin aus dem nordamerikanischen Ipsos-Public-Affairs-Team durchgeführt. Sie erhielt eine umfassende Instruktion zu der Studie vom deutschen Projektteam vor Beginn der Feldphase. Zu Beginn dieses Briefings waren auch hier Projektmitglieder der Konrad-Adenauer-Stiftung anwesend, um die Kernelemente und Zielstellungen der Studie darzulegen. Dies wurde als sehr hilfreich wahrgenommen. Die Projektleiterin und Interviewerin weist über 6-jährige Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Projekten im öffentlichen Sektor und für gemeinnützige Organisationen in Großbritannien und in Nordamerika vor. Ihre Karriere begann bei Ipsos Public Affairs in Edinburgh in Großbritannien, wo sie sich auf die Evaluation von politischen Ordnungen und Programmen fokussierte. Daneben war sie ein Mitglied des internen Research Methods Centre und Verfasserin zahlreicher Artikel zu methodologischen Themen, mit denen Sie einen maßgebenden Beitrag zur Optimierung der qualitativen Arbeit am Institut leistete.

3.2 Durchführung der Interviews

China

Die Interviews wurden telefonisch durchgeführt. Das erste Interview fand am 16. Mai statt und das letzte am 27. Mai 2016. Die Dauer der Interviews betrug im Durchschnitt 35 Minuten, das längste Interview dauerte 45 Minuten. Dementsprechend lag die Interviewzeit oft 5 bis 15 Minuten über der

im Vorhinein definierten Zeit. Um dem dadurch entstandenen Zeitdruck während des Interviews entgegenzuwirken, wurden die Fragen knapp und prägnant gestellt und die Interviewpartner informiert, welchen Umfang bzw. wie viel Zeit zur Beantwortung der jeweiligen Frage einkalkuliert ist. Die Interviewpartner zeigten aber auch Bereitschaft, dem Interview mehr Zeit als vereinbart zu widmen. Dies galt vor allem für die drei Zielgruppen Verwaltung, Wissenschaftler sowie Think Tanks/NGOs, nicht zuletzt durch deren große Involviertheit und Kompetenz zum Forschungsthema. Die Zielgruppe Wirtschaft hingegen zeigte insgesamt weniger Interesse, über das Thema Emissionsreduzierung zu sprechen. Keiner der Interviewpartner lehnte jedoch ein Interview ab oder beendete ein Interview frühzeitig.

Indien

In Indien wurden die Interviews persönlich, also face-to-face durchgeführt. Diese Methode hat den Vorteil, dass ein intensiveres Verhältnis zum Interviewten aufgebaut werden kann, die Aufmerksamkeit des Teilnehmers höher ist und das Risiko eines vorzeitigen Interviewabbruchs minimiert ist. Kulturell bedingt wird diese Methode von den Teilnehmern stark bevorzugt. Auf diese Weise war es leichter Teilnehmer für das Interview zu gewinnen. Der gewählte Befragungsort orientierte sich an der Präferenz der jeweiligen Teilnehmer. Die Interviews fanden bei den Teilnehmern zu Hause, in den Räumen von Ipsos und manchmal auch an neutralen Orten wie Kaffees oder Restaurants statt. Das erste Interview fand am 20. Mai und das letzte Interview am 16. Juni 2016 statt. Im Schnitt dauerten die Interviews 35 Minuten, wobei das kürzeste Interview 25 und das längste Interview 45 Minuten beanspruchte. Damit lag die Interviewdauer meist über der definierten Zeit des Gesprächsleitfadens, was aber keine Schwierigkeiten bzw. zu keinem Gesprächsabbruch durch die Teilnehmer führte. Die Fragen des Gesprächsleitfadens erwiesen sich als klar, bei Unklarheiten wurden die Fragen umformuliert und wiederholt.

Russland

In Russland wurden die Interviews teils persönlich, teils telefonisch durchgeführt. Beide Interviewmethoden ermöglichten eine erfolgreiche Gesprächsführung mit den Teilnehmern. Alle Interviews fanden in Moskau statt. Abhängig von der Verfügbarkeit der Teilnehmer und deren Präferenz wurden 13 persönliche und 7 telefonische Interviews durchgeführt. Das erste Interview war am 7. April und das letzte am 14. Juni 2016. Je höher die Kompetenz der Teilnehmer, desto länger dauerte das Interview. Die Spanne der Interviewdauer umfasste 30 Minuten bis zu einer Stunde. Die durchschnittliche Dauer betrug 40 Minuten, da die Bereitschaft, Expertenwissen mit den Interviewern zu teilen, sehr hoch war. Die angedachte Interviewzeit von 30 Minuten wurde somit überschritten. Da die dadurch zusätzlichen Erkenntnisse als wertvoll erschienen, wurden die Interviewten jedoch nicht unterbrochen.

Hinzu kommt, dass die Teilnehmer ihre Sichtweise und Erfahrungen gerne mit den Interviewern teilen. So wurde keines der Interviews abgelehnt oder kurzzeitig abgebrochen. Angesichts der generellen Unvorhersehbarkeit in Russland konnte keiner der Teilnehmer eine zuverlässige Vorhersage zu langfristigen Entwicklungen geben. Manche Interviews stellten sich als schwierig heraus, wenn sich Teilnehmer (vorwiegend aus der Zielgruppe Wirtschaft) nicht in der Lage sahen, exakte Angaben zu spezifischen Motivationen in Russland zu geben. Die Analyse hat gezeigt, dass es generell noch wenig konkrete Anreizsysteme zur CO₂-Reduktion in Russland gibt und das Thema zudem erst geringen Raum in Russland einnimmt.

USA

In den USA wurden die Interviews telefonisch, basierend auf dem Diskussionsleitfaden des deutschen Projektteams durchgeführt. Die Feldarbeit fand zwischen dem 27. April und dem 29. Juni 2016 statt. Die Dauer der Interviews betrug durchschnittlich 30 Minuten. Nachdem die Interviewten durch den Interviewer in das Thema eingeführt wurden, begann das Gespräch. Es zeigte sich, dass die Teilnehmer sehr engagiert und offen und somit ihre Aussagen recht umfangreich waren. Vor allem die Teilnehmer aus der Zielgruppe Think Tank/NGO und aus wissenschaftlichen Institutionen sprachen gerne über das Thema. Die Teilnehmer signalisierten Optimismus für das Erreichen der Ziele der USA. Zugleich machten sie deutlich, dass Klimawandel ein parteipolitisches Thema ist und deuteten mit Bangen an, dass die weitere Entwicklung von der Präsidentschaftswahl im November 2016 abhängt. Eines der Interviews musste aufgrund eines Feueralarms unterbrochen und neu terminiert werden.

4. Datenverarbeitung und Ergebnislieferung

4.1 Datenerfassung und -verarbeitung

China

Alle Interviews wurden mit einem digitalen Aufzeichnungsgerät aufgenommen. Die Transkripte wurden von einem Dolmetscher übersetzt, der bereits viele Jahre für Ipsos China tätig ist.

Indien

Jedes der Interviews wurde mit einem digitalen Aufzeichnungsgerät aufgezeichnet. Auch wenn die meisten Interviews auf Englisch durchgeführt wurden, wechselte die Konversation zeitweise in die lokale Sprache Hindi, welche den Interviewten ihre Aussagen erleichterten. Die Transkripte wurden von Forschern von Ipsos Indien, die sowohl in Englischer als auch in der lokalen Sprache versiert sind, angefertigt.

Russland

Auch in Russland wurden alle Interviews mit einem Audioaufzeichnungsgerät aufgezeichnet. Die Interviews wurden durch erfahrene und seit langem für Ipsos tätige Übersetzer vom Russischen ins Englische übersetzt.

USA

Auch in den USA wurden die Interviews mit einem digitalen Aufzeichnungsgerät aufgenommen und von der innerSTANDING Media Group, einem Subunternehmen von Ipsos USA, transkribiert.

4.2 Analyse

China

Durch ein intensives Debriefing mit dem deutschen Projektteam erfolgte die Analyse zielgerichtet und ermöglichte einen intensiven Informationsaustausch nach den Interviews. Das Debriefingtelefonat fand am 5. Juli statt. Die Transkripte wurden am 13. Juni an das Projektteam in Deutschland übermittelt.

Indien

Auch mit den indischen Kollegen wurden die Erfahrungen und Insights im Rahmen eines Debriefings im Juli mit dem deutschen Projektteam ausgetauscht. Die Transkripte wurden dem deutschen Projektteam am 28. Juni 2016 übermittelt.

Russland

Das Debriefing mit dem deutschen Projektteam fand am 5. Juli 2016 statt. Dabei wurden Erfahrungen, kulturelle Besonderheiten, allgemeine Eindrücke und erste Insights, die in den Interviews zum Vorschein kamen, geteilt. Die übersetzten Transkripte wurden am 23. Juni 2016 an das Ipsos-Team in Deutschland gesendet.

USA

Am Ende der Feldforschung erfolgte ein umfassendes Debriefing mit dem deutschen Team, bei dem sowohl der Verlauf der Interviews, die Rahmenbedingungen, erste Erkenntnisse und Hypothesen geteilt wurden. Die Transkripte wurden dem deutschen Team zur Vertiefung der Analyse weitergeleitet. Im August wurden die letzten Transkripte versendet.

DEUTSCHLAND

Obwohl in Deutschland keine qualitative Feldforschung selbst durchgeführt wurde, fand neben der internationalen Projektkoordination auch die länderübergreifende Datenanalyse durch das deutsche Projektteam statt. Dazu wurde eine MaxQDA-Datei angelegt und in diese alle Transkripte, mittlerweile von der professionellen Übersetzungsagentur emrod-consulting ins Deutsche übersetzt, aus den Ländern eingepflegt. Der erste Teil der Interviews wurde von den Forschern vercodet. In einem Zwischenergebnisworkshop wurde auf Basis dieser ersten Vercodungen dann ein Codebaum entwickelt, der als Grundlage zur Codierung sämtlicher Interviews fungierte. Die Kategorien wurden dabei sowohl aus den Leitfragen als auch induktiv – aus dem Material heraus – abgeleitet. Der Codebaum konnte und wurde auch um zusätzliche Kategorien erweitert, falls sich dies anbot, um allen auffälligen, inhaltlich relevanten Aspekten einen Raum in der Analyse zu verschaffen. Die qualitativen Ergebnisse beruhen jedoch nicht nur auf der vollständigen Vercodung entlang aller Kategorien in MaxQDA und der damit verbundenen Inhaltsanalyse, vielmehr wurden auch die Notizen und Erkenntnisse aus den Debriefings, den gemeinsamen Analyseworkshops sowie die Eindrücke und Erfahrungen sämtlicher Interviewer miteinbezogen, um auf dieser breiten Datenbasis ein valides Gesamtbild zum Thema und den Forschungsfragen zeichnen zu können (Datentriangulation).

4.3 Ergebnislieferung

China

Das Ipsos Team in China lieferte die Transkripte aller Interviews, das finale Rekrutierungs-Update sowie den Methodenbericht an das Ipsos-Projektteam in Deutschland.

Indien

In Indien wurden 5 Transkripte je Zielgruppe (n=20), das finale Rekrutierungsupdate und der Methodenbericht im Juli an das deutsche Projektteam gesendet.

Russland

Es wurden 5 Transkripte je Zielgruppe und somit insgesamt 20 Transkripte an das deutsche Projektteam geliefert. Zudem wurde das finale Rekrutierungsupdate geteilt. Der Methodenbericht aus Russland wurde im Juli finalisiert.

USA

Insgesamt wurden dem deutschen Team 20 Transkripte, eine Erläuterung zur Methodik und das finale Rekrutierungsupdate übermittelt.

DEUTSCHLAND

Um maximale Transparenz sowie intersubjektive Nachvollziehbarkeit des Vorgehens der länderübergreifenden Analyse zu garantieren und eine Weiterverarbeitung der Daten zu ermöglichen, erhält die Konrad-Adenauer-Stiftung die MaxQDA-Datei inklusive aller Codings zusammen mit dem finalen Ergebnisbericht. Des Weiteren liefert Ipsos Deutschland die deutschen und englischen Transkripte, den vorliegenden Methodenbericht sowie einen Ergebnisbericht in Power-Point, inklusive Management Summary (ca. 30 Folien) und Empfehlungen.

5. Ipsos Public Affairs in den Ipsos Ländern

Ipsos Public Affairs in China

Das Ipsos Public Affairs Team in China ist mit unterschiedlichen Kompetenzen der Mitarbeiter breit aufgestellt. Die Forscher haben zum Teil über 10 Jahre Erfahrung in der akademischen und Markt-, Sozial- und Politikforschung. Sie arbeiten vorwiegend für die Energie-, Hightech-, Finanz-, Gesundheits- und Medienbranche. Zudem weisen sie eine besondere Ausbildung in Public Policy mit Fokus auf Umwelt, Politische Beratung und Kommunikation vor. Die Publizierung von Artikeln und Papern sowie die Teilnahme an Konferenzen, wie zum Beispiel der International Conference on Information Systems (ICIS) runden das Profil des Teams ab. Neben Public Policy, öffentlichen Diskursen, Einstellungen und Verhalten von Bürgern und Konsumenten forscht das Team auch zu Eliten, Unternehmensreputation, gemeinnützigen Organisationen, Regierungsinstitutionen und Medien.

Ipsos Public Affairs in Indien

Ipsos India lancierte den Bereich Public Affairs, die Abteilung für Sozialforschung und Unternehmensreputation im Januar 2016. Das junge Public Affairs Team in Indien hilft Kunden, deren Zielgruppen zu verstehen. Erhobene Daten werden analysiert, in den Kontext gestellt und für die Übersetzung in effiziente und effektive Policies, Programme, Kommunikationsstrategien und Marketinginitiativen in Form von Empfehlungen abgeleitet. Das Ipsos Public Affairs Team unterstützt bei der Entwicklung und Evaluierung von Policies, Programmen und Kommunikationsstrategien, bei der Verbesserung der Unternehmensreputation, bei der unabhängigen Messung des Eigenkapitals und der Identifizierung von Optimierungsfeldern im Verhältnis zu Wettbewerbern, bei sozialen Transformationsprozessen und im Bereich Medien. Das Forscherteam ist sowohl an das globale Ipsos Social Research Institute, welches Forschung im öffentlich / staatlichen Sektor, Trendforschung und politische und Wahlforschung umfasst und an das Ipsos Global Reputation Centre, welches sich auf die Forschung und Beratung von Unternehmensreputationsmanagement spezialisiert hat, angehängt. Das Team besteht aus insgesamt 7 Forschern, welche sowohl qualitative als auch quantitative Projekte betreuen.

Ipsos Public Affairs in Russland

Das qualitative Team bei Ipsos Russland besteht nach der Zusammenlegung von Synovate Comcon und Ipsos Russland aus 60 Forschern. Insgesamt arbeiten 500 Personen bei Ipsos Russland. Das qualitative Team wird durch den Bereich Public Affairs geleitet. Dort wird besonders zu Themen im Energiesektor und Finanzsektor geforscht. Public Affairs Russland ist zudem Teil des Global @dvisors. Hier werden in mehr als 20 Ländern monatlich gesellschaftliche und aktuelle politische Fragen beantwortet und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

Ipsos Public Affairs in den USA

Das Ipsos Public Affairs Qualitative Hothouse Team in den USA umfasst ein Team aus leidenschaftlichen qualitativen Forschern. Mit Büros in Chicago, New York, Washington, D.C., Toronto, Ottawa, Calgary und Vancouver, ist Ipsos Public Affairs an vielen Standorten in den USA und Kanada vertreten. Durch die Spezialisierung der Forscher in den Bereichen Reputation & Risk Management, Public Sector, Communications, Social Trends, Government Research, International Trends und Public Opinion Polling können auf jeweilige Forschungsfragen sehr individuell zugeschnittene Forschungsdesigns entwickelt werden. Mittels qualitativer Forschung wird Kunden ein Einblick in das Denken der zu erforschenden Zielgruppe ermöglicht. Dies fördert eine zielgruppenzentrierte Entwicklung neuer und innovativer Ideen, Konzepte und Kommunikationsansätze. Das Forscherteam führt Interviews, Gruppendiskussionen oder Workshops durch, interpretiert die Ergebnisse und liefert Insights aufbauend auf Wahrnehmungen, Meinungen, persönlichen Vorstellungen und Haltungen einer Zielgruppe entsprechend des Themas. Diese Ausrichtung befähigt das Team, innovative Forschungsansätze für Fragestellungen im Bereich Public Affairs, Energie und Technologie zu entwickeln und auf die sich immer wandelnden Kundenbedürfnisse mit Expertise zu reagieren.

Ipsos Public Affairs in Deutschland

In Deutschland besteht das Team Public Affairs aus 11 qualitativ und quantitativ arbeitenden Forschern. Wer wissen will, was die Gesellschaft bewegt, braucht zuverlässige und präzise Informationen. Ipsos Public Affairs ist einer der leistungsstärksten Partner für Politik- und Sozialforschung in Deutschland. Auftraggebern aus Politik, Medien, Wirtschaft und Wissenschaft bietet das Team Einblicke in die Einstellungen und Verhaltensweisen der Bürger. Ziel ist es den Kunden einen entscheidenden Wissensvorsprung zu verschaffen – durch den Einsatz innovativer Methoden und Instrumente wird dieses Ziel erfolgreich unterstützt.

Anhang

Leitfaden für die qualitativen Interviews (deutsche Vorlage)

Interviewer-Leitfaden

Perspektiven für Emissionsreduzierungen

Thema:	Ermittlung der Meinung verschiedener Stakeholder aus Wissenschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Think Tanks/NGOs zum Thema „Perspektiven für Emissionsreduzierungen“ in China, Indien, Russland, USA
Methode:	Telefonische Leitfadeninterviews, je ca. 20 min. n=20 jeweils in China, Indien, Russland, USA
Zielgruppen:	ZG 1: Management von Unternehmen/Verbänden ZG 2: Verwaltung ZG 3: Wissenschaftler (Professoren und Postdocs) ZG 4: staatliche und private Think Tanks und NGOs
Projektleitung:	Dr. Hans-Jürgen Frieß, Katja Kiefer
Interviewer:	Qualitative Senior-Interviewer von Ipsos in Russland, Indien, USA, China
Zeitraum:	März – Juni 2016

Zur Handhabung des Diskussionsleitfadens:

Tiefeninterviews sind als offene Explorationsverfahren nicht vollständig standardisiert. Die Auflistung der Fragen des Leitfadens bestimmt die relevanten Themenkomplexe und lässt im Sinne der offenen Herangehensweise Raum für Diskussionen.

Die nachfolgend aufgeführten Themen sind **nicht als wörtliche Vorgaben** gedacht. Ebenso ist die Reihenfolge nicht immer zwingend als notwendige Vorgabe gedacht. In diesem Sinne haben die formulierten Fragen die Funktion, den Gesprächsprozess entlang der relevanten Themenkomplexe zu steuern.

Grundsätzlich gilt, dass **jeder Themenkomplex** zunächst **offen** exploriert wird. Darauf folgt dann das konkrete Nachfragen des Moderators auf Auffälligkeiten bei den Antworten des Teilnehmers bzw. hinsichtlich der Themen, die von dem Teilnehmer nicht spontan geäußert wurden, aber relevant sind.

Ablaufübersicht & wichtige Diskussionspunkte

- 1) Intro/ Warm-Up (ca. 2 min)**
- 2) Kontextualisierung/ Bewertungen der Beschlüsse von Paris (COP21) (ca. 2-3 min)**
- 3) Motivationen und Demotivationen, Anreize und Hemmnisse für substanzielle Emissionsreduzierungen (ca. 12 min)**
- 4) Wahrnehmung Deutschlands (ca. 2-3 min)**
- 5) Abschluss (ca. 1 min)**

1) Intro / Warm-up (ca. 2 min)

1.1 Einführung

- Begrüßung und Vorstellung des Moderators
- Vorstellung des Themas des Interviews

Wir sprechen heute über die Reduzierung von Treibhausgasen (THG), d.h. über entsprechende Aktivitäten, Prozesse und Strukturen sowie vor allem über die dazu gehörenden Motivationen und Demotivationen, Anreize und Hemmnisse in [LAND].

- Informationen zum Ablauf und Dauer des Gesprächs
- Hinweis auf Audioaufzeichnung
- Anonymität & Datenschutz
- Kein *Richtig* oder *Falsch*, eigene Meinung ist wichtig

1.2 Kurze Vorstellung des Teilnehmers:

- Vorname / Name
- Unternehmen / Organisation
- Position und Stellenbezeichnung
- Aufgabenbereich/Rolle innerhalb des Unternehmens/Organisation

1.3 Spezifizierung Aufgabenbereich/Rolle:

Inwiefern beschäftigen Sie sich im Rahmen Ihrer Funktion mit Fragen zu THG-Emissionen?

2) Kontextualisierung / Bewertungen der Beschlüsse von Paris (COP21) (ca. 2-3 min)

2.1 Hintergrund Paris Klimakonferenz

Auf der UN-Klimakonferenz in Paris im November/Dezember 2015 wurde vereinbart, dass zur Begrenzung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 °C, möglichst 1,5 °C, die Treibhausgasemissionen weltweit massiv zurückgefahren und in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts sogar komplett ausgeglichen (engl.: balanced) werden sollen

- Halten Sie dieses Ziel aus der Perspektive Ihres Landes für realistisch und erstrebenswert?

3) Motivationen und Demotivationen, Anreize und Hemmnisse für substanzielle Emissionsreduzierungen (ca. 12 min)

Moderatorhinweis:

Bitte lassen Sie den Teilnehmer in diesem Abschnitt zuerst jeweils frei über Motivationen / Demotivationen sowie Anreize / Hemmnisse sprechen. Behalten Sie dabei bitte jedoch die folgenden Zeitfenster im Kopf:

- a) *Heutige Sicht*
- b) *Kurz- und mittelfristige Sicht (bis 2030)*
- c) *Langfristige Sicht (ab 2030)*

Sollte der Teilnehmer sich jeweils nur auf einen Zeitrahmen beziehen (z.B. die heutige Sicht), fragen Sie bitte vertiefend und wenn Zeit vorhanden ist jeweils bei den Aspekten Motivationen / Demotivationen sowie Anreize / Hemmnisse für weitere Zeitrahmen nach (z.B. bis / ab 2030).

3.1 Motivationen:

- Welche **allgemeineren Motivationen** sehen Sie in [LAND] für substanzielle Emissionsreduzierungen? Wie würden Sie diese gewichten?
- Welche Gewinner, Profiteure gäbe es?
- Verfügt Ihr Unternehmen / Organisation vor diesem Hintergrund über eine entsprechende Strategie?

3.2 Demotivationen:

- Welche **allgemeineren Demotivationen** sehen Sie in [LAND] für substanzielle Emissionsreduzierungen? Wie würden Sie diese gewichten?
- Welche Verlierer gäbe es??

3.3 Anreize:

- Welche **spezifischen Anreize** hat [LAND] für substanzielle Emissionsminderungen schon geschaffen?
- Welche **weiteren Anreize** erachten Sie für Ihr Land als sinnvoll? Aus welchen Gründen?
- **Gewichtung:** Wie würden Sie die von Ihnen genannten Anreize in ihrer Wirkungskraft und Umsetzbarkeit gewichten?

3.4. Hemmnisse:

- Welche **spezifischen Hemmnisse** für substanzielle Emissionsminderungen sehen Sie in Ihrem Land?
- Sehen Sie die Möglichkeit, dass weitere Hemmnisse hinzukommen könnten?
- **Gewichtung:** Wie würden Sie die von Ihnen genannten Hemmnisse in ihrer Wirkungskraft gewichten

3.5. Rolle Politik:

- Was kann und sollte die Politik in [LAND] tun, um auf die genannten Punkte Einfluss zu nehmen, sowohl auf der lokalen, regionalen, nationalen, aber auch auf internationalen Ebene? Wo sehen Sie Grenzen politischen Handelns?

4) Wahrnehmung Deutschlands (ca. 2-3 min)

4.1 Deutschland als Referenz und Partner: inwiefern ist aus Ihrer Sicht Deutschland unter dem Gesichtspunkt der Reduzierung von THG-Emissionen politisch, wirtschaftlich, technologisch und gesellschaftlich-kulturell eine Referenz für Ihr Land und im globalen Kontext. Inwiefern ist Deutschland als Partner für [LAND] interessant

und/oder könnte interessant(er) werden, wenn es um die substanzielle Reduzierung von THG-Emissionen geht?

4.2 Rolle Deutschlands: Könnte/Sollte Deutschland aus Ihrer als Partner für [LAND] eine wichtigere Rolle übernehmen? Falls ja, auf welchem Wege?

5) Abschluss (ca. 1 min)

5.1. Abschluss (wenn Zeit): Nachdem wir nun ausführlich über das Thema “Emissionsreduzierung in Richtung CO₂-Neutralität“ gesprochen haben – hat sich im Vergleich zum Beginn unseres Gespräches etwas in Ihrer Wahrnehmung geändert? Halten Sie die Ziele der Paris Klimakonferenz zusammenfassend betrachtet für Ihr Land für realistisch und erstrebenswert? (Ihre 3 wichtigsten Punkte die dafür / dagegen sprechen)

VIELEN DANK für die Teilnahme!

Interviewer guideline

Perspectives on emission reduction

Topic:	Measuring the opinions of several national stakeholders from science, economy, government administration and think tanks/NGOs on perspectives on emission reduction in China, India, Russia, USA
Method:	Guideline interviews by phone, each around 20 min n=20 for each country: China, India, Russia, USA
Target group:	TG 1: Management of companies / associations TG 2: Government administration TG 3: Scientists (professors and postdocs) TG 4: State and private think tanks and NGOs
Project Lead:	Dr. Hans-Jürgen Frieß, Katja Kiefer (Germany)
Interviewer:	Qualitative Senior-Interviewer from Ipsos in Russia, India, USA, China
Time period:	March – June 2016

How to use this interview guideline:

Interviews are open processes of exploration and can therefore not be completely standardized. The list of relevant questions describes the relevant range of topics and leaves room for discussion to allow for this open approach.

The topics listed in the following are **not to be used word-for-word**. The sequence in which they are presented is also not mandatory. The questions formulated here describe the range of topics and serve to guide the discussion.

In general, **each range of topics** should be explored **openly** to start. The Interviewer should then ask specific questions about things that stand out in the participant's answers or regarding topics which were not spontaneously mentioned by the participant, but are still relevant.

Overview of main discussion points

- 1) Intro/ Warm-Up (ca. 2 min)**
- 2) Contextualization/ Evaluation of the conclusions from Paris (COP21) (ca. 2-3 min)**
- 3) Motivations and deterrents, incentives and obstacles for substantial emission reductions (ca. 12 min)**
- 4) Perception of Germany (ca. 2-3 min)**
- 5) Conclusion (ca. 1 min)**

1) Intro / Warm-up (ca. 2 min)

1.1 Introduction

- Greeting and introduction of the moderator
- Introduction of the interview topic

We're talking today about the reduction of greenhouse gasses (GHG), i.e. about appropriate activities, processes and structures as well as, in particular, the associated motivations and deterrents, incentives and obstacles in [COUNTRY].

- Information about the course and length of the discussion
- Mention of audio recording
- Anonymity & data protection
- No *right* or *wrong*, one's own opinion is important

1.2 Short introduction of the participants:

- First name / last name
- Company / Organization
- Position and job description
- Area of responsibility/Role within the company/organization

1.3 Specification of area of responsibility/role:

Within the framework of your function, to what extent do you deal with questions regarding GHG emissions?

2) Contextualization / evaluation of the conclusions from Paris (COP21) (ca. 2-3 min)

2.2 Background Paris Climate Conference

At the UN Climate Conference in Paris in November/December 2015 it was agreed that in order to limit global warming to significantly less than 2 °C, or if possible 1.5 °C, greenhouse gas emissions worldwide are to be massively reduced and, in the second half of the 21st century, even completely balanced.

- Do you consider this goal to be realistic and worthwhile from the perspective of your country?

3) Motivations and deterrents, incentives and obstacles for substantial emission reductions (ca. 12 min)

Note to moderator:

During this segment, please allow the participants each to first speak freely about motivations/deterrents as well as incentives /obstacles. While doing this however, please keep the following timeframe in mind:

- d) *Current perspective*
- e) *Short- and long-term perspective (up to 2030)*
- f) *Long-term perspective (beyond 2030)*

If the participants should focus on a particular timeframe (e.g. present perspective), please ask for more detail, and if time allows, ask about each of the aspects of motivation/deterrents as well as incentives/obstacles for the other timeframes as well (e.g. up to / beyond 2030).

3.4 Motivations:

- What **general motivations** do you see in [COUNTRY] for substantial emissions reduction? How would you evaluate these?
- Who would be the winners, or who would profit from this?
- Does your company/organization have a strategy in mind with regard to this issue?

3.5 Deterrents:

- What **general deterrents** do you see in [COUNTRY] for substantial emissions reduction? How would you evaluate these?
- Who would be the losers??

3.6 Incentives:

- What **specific incentives** for substantial emission reductions has [COUNTRY] already put in place?
- What **further incentives** do you consider sensible for your country? For what reasons?
- **Evaluation:** how would you evaluate the incentives you mentioned with regard to their impact and feasibility?

3.4. Obstacles:

- What **specific obstacles** to substantial emission reductions do you see in your country?
- Do you see the possibility for additional obstacles to arise?
- **Evaluation:** how would you evaluate the obstacles you mentioned with regard to their impact?

3.5. Role of Policy:

- What can and should policy do in [COUNTRY] in order to influence the aforementioned points both on the local, regional and national as well as on the international level? Where do you see the limits of policy/political action?

6) Perception of Germany (ca. 2-3 min)

4.3 Germany as reference and partner: with respect to reduction of GHG emissions, in your view, to what extent is Germany a point of reference for your country and in the global context with regard to policy, economics, technology and society/culture? To what extent is Germany interesting as a partner for [COUNTRY] and/or to what ex-

tent could it become (more) interesting with regard to substantial reduction of GHG emissions?

4.4 Role of Germany: Could/should Germany take on a more important role as partner for [COUNTRY]? If yes, in what way?

7) Conclusion (ca. 1 min)

5.2. Conclusion (if time allows): now that we've spoken at length about the topic of "Emissions reduction moving toward CO₂-neutrality" – has anything in your perception changed at all compared to before the discussion? All in all, do you consider the goals of the Paris Climate Conference to be realistic and worthwhile for your country? (your 3 most important points that speak for / against)

THANK YOU VERY MUCH for your participation!