

Ipsos Public Affairs

# BEFRAGUNG ZUM TRANSATLANTISCHEN FREIHANDELSABKOMMEN (TTIP)

WIRTSCHAFTSWOCHE

INTERNAL REFERENCE NUMBER: 16-045010

25. AUGUST, 2016

© 2016 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

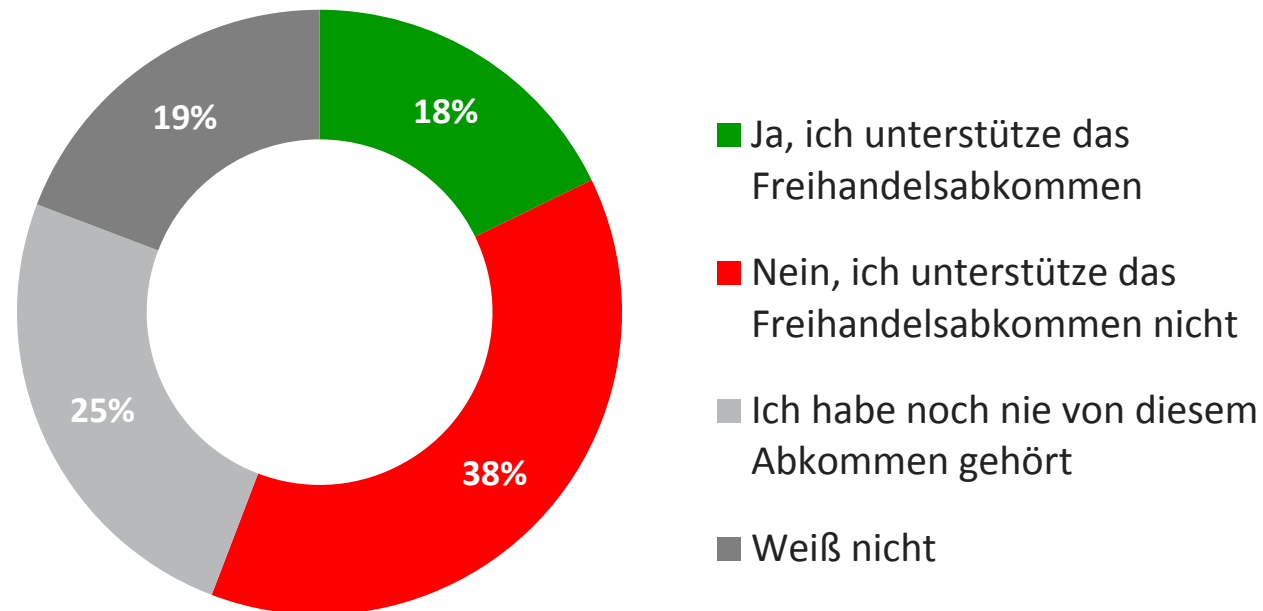


GAME CHANGERS



# FREIHANDELSABKOMMEN CETA

UNTERSTÜTZEN SIE DAS GEPLANTE FREIHANDELSABKOMMEN CETA  
ZWISCHEN DER EU UND KANADA?



Frage 1: Unterstützen Sie das geplante Freihandelsabkommen CETA zwischen der EU und Kanada?  
Basis: alle Befragten, n= 1063; Angaben in Prozent

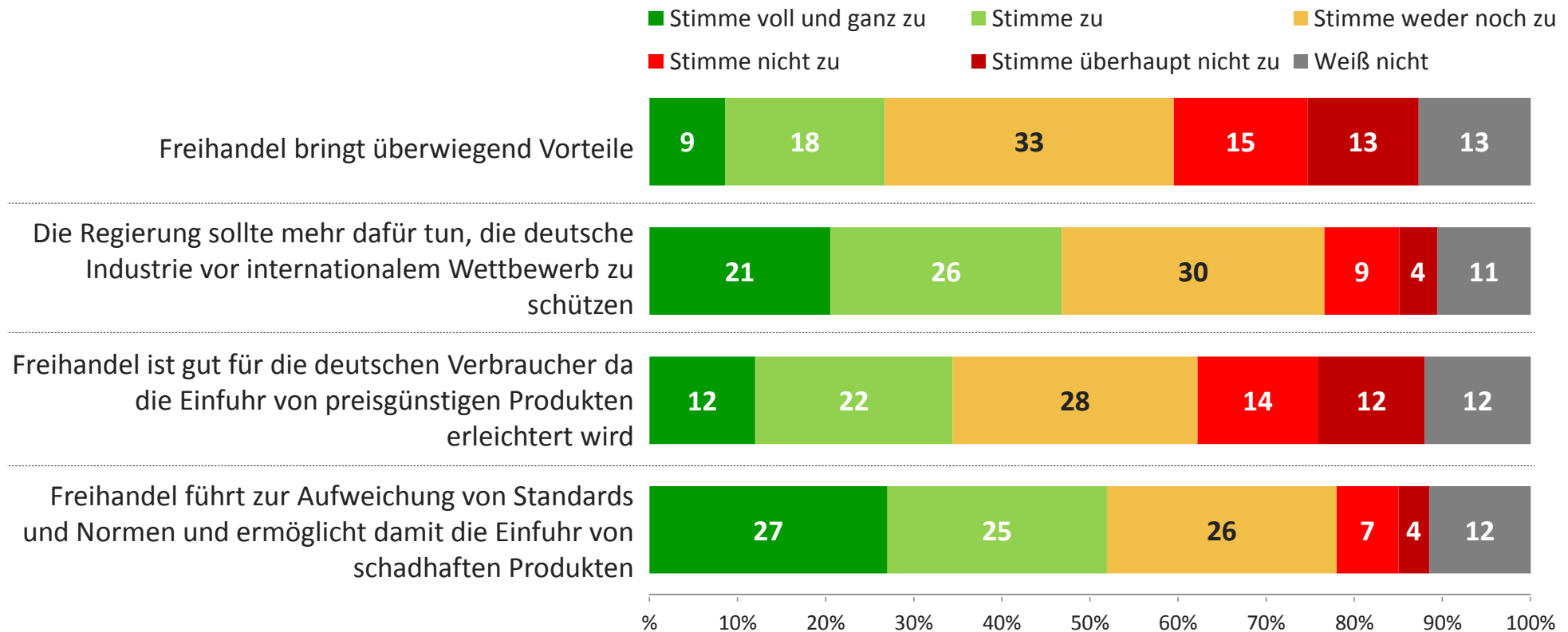
# FREIHANDELSABKOMMEN CETA

## UNTERSTÜTZEN SIE DAS GEPLANTE FREIHANDELSABKOMMEN CETA ZWISCHEN DER EU UND KANADA?

	Total	Geschlecht		Alter					Bildung		
		Männlich	Weiblich	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-70 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch
Ja, ich unterstütze das Freihandelsabkommen	17,8	24,0	11,5	19,6	18,7	23,4	16,0	10,9	16,7	17,2	19,4
Nein, ich unterstütze das Freihandelsabkommen nicht	38,0	47,2	28,5	32,4	33,5	29,8	41,5	52,7	27,6	36,8	48,0
Ich habe noch nie von diesem Abkommen gehört	25,0	14,0	36,3	32,7	31,1	19,7	23,9	19,3	34,6	24,8	17,0
Weiß nicht	19,2	14,8	23,7	15,3	16,7	27,0	18,5	17,1	21,1	21,2	15,5
<i>Gesamtsumme</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

# FREIHANDELSABKOMMEN CETA

## INWIEFERN STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?



Frage 2: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Basis: alle Befragten, n= 1063; Angaben in Prozent

GAME CHANGERS

# FREIHANDELSABKOMMEN CETA

## INWIEFERN STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

### Freihandel bringt überwiegend Vorteile

	Total	Geschlecht		Alter					Bildung		
	Total	Männlich	Weiblich	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-70 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch
Stimme voll und ganz zu	8,6	11,8	5,3	7,7	7,7	9,9	8,7	8,7	18,7	3,6	5,4
Stimme zu	18,1	16,5	19,7	18,4	18,0	23,2	16,4	14,2	19,2	16,7	18,7
Stimme weder noch zu	32,8	34,5	31,0	33,7	42,3	22,8	29,5	39,9	36,5	32,4	30,1
Stimme nicht zu	15,2	16,0	14,4	13,4	13,1	13,6	17,5	17,8	6,4	15,9	21,9
Stimme überhaupt nicht zu	12,6	15,2	9,9	13,2	6,1	14,0	15,6	12,0	5,8	14,9	16,0
Weiß nicht	12,7	5,9	19,6	13,7	12,8	16,5	12,4	7,4	13,4	16,6	8,0
Gesamtsumme	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

### Die Regierung sollte mehr dafür tun, die deutsche Industrie vor internationalem Wettbewerb zu schützen

	Total	Geschlecht		Alter					Bildung		
	Total	Männlich	Weiblich	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-70 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch
Stimme voll und ganz zu	20,5	23,4	17,6	14,5	15,4	22,1	22,8	26,2	21,1	24,6	15,8
Stimme zu	26,3	28,7	23,9	21,4	23,4	28,5	29,5	27,2	27,6	24,8	26,9
Stimme weder noch zu	29,8	29,1	30,6	36,5	38,3	25,0	26,9	25,1	30,7	27,3	31,6
Stimme nicht zu	8,5	10,0	6,9	9,9	9,2	6,9	6,6	10,8	5,2	7,9	11,8
Stimme überhaupt nicht zu	4,3	4,8	3,7	3,7	2,2	2,4	5,8	6,7	5,8	1,3	6,0
Weiß nicht	10,6	4,2	17,3	14,1	11,4	15,1	8,4	4,0	9,6	14,2	7,9
Gesamtsumme	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

# FREIHANDELSABKOMMEN CETA

## INWIEFERN STIMMEN SIE DEN FOLGENDEN AUSSAGEN ZU?

Freihandel ist gut für die deutschen Verbraucher da die Einfuhr von preisgünstigen Produkten erleichtert wird

	Total	Geschlecht		Alter					Bildung		
	Total	Männlich	Weiblich	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-70 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch
Stimme voll und ganz zu	12,0	15,0	8,8	10,1	21,4	10,3	12,9	6,3	21,1	9,1	7,2
Stimme zu	22,4	20,8	24,1	22,9	20,5	27,6	19,0	22,0	19,2	20,6	27,0
Stimme weder noch zu	27,8	28,1	27,5	29,2	30,4	23,7	26,7	30,2	25,7	28,8	28,5
Stimme nicht zu	13,7	15,7	11,7	13,5	9,1	8,8	17,5	18,9	11,0	14,1	15,8
Stimme überhaupt nicht zu	12,1	14,3	9,8	11,0	8,2	13,9	11,7	15,1	9,6	13,0	13,3
Weiß nicht	12,0	6,1	18,1	13,4	10,3	15,7	12,2	7,4	13,4	14,4	8,3
Gesamtsumme	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Die Freihandel führt zur Aufweichung von Standards und Normen und ermöglicht damit die Einfuhr von schadhaften Produkten

	Total	Geschlecht		Alter					Bildung		
	Total	Männlich	Weiblich	18-29 Jahre	30-39 Jahre	40-49 Jahre	50-59 Jahre	60-70 Jahre	Niedrig	Mittel	Hoch
Stimme voll und ganz zu	27,0	33,0	20,9	25,0	26,2	23,2	27,7	33,5	26,9	27,3	26,8
Stimme zu	24,9	22,2	27,8	18,7	18,4	26,7	28,5	30,3	18,0	25,3	30,5
Stimme weder noch zu	26,1	25,7	26,4	25,7	36,1	26,3	19,7	26,0	34,6	24,3	20,6
Stimme nicht zu	7,0	8,5	5,4	12,6	5,5	6,4	5,0	5,9	3,8	6,1	10,5
Stimme überhaupt nicht zu	3,5	4,4	2,5	4,5	1,8	2,4	6,9	,6	3,8	2,1	4,6
Weiß nicht	11,5	6,2	17,0	13,6	12,0	15,1	12,2	3,7	12,9	14,9	6,9
Gesamtsumme	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Frage 2: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?  
Basis: alle Befragten, n= 1063; Angaben in Prozent

# STUDIENDESIGN

## METHODE



Computergestützte Webbefragung (CAWI) im Rahmen der wöchentlichen Wahlumfrage von Ipsos Public Affairs.

## GRUNDGESAMTHEIT



Wahlberechtigte Personen zwischen 18 und 70 Jahren in Deutschland, die regelmäßig privat oder beruflich das Internet nutzen.

## FALLZAHL & BEFRAGUNGSLÄNGE



Insgesamt wurden in dieser Welle des Ipsos Smartbus 1.063 Interviews erhoben.  
Befragungslänge: 2 Fragen

## FELDZEIT



19. bis 23. August 2016

## STICHPROBE



Die Stichprobe wird aus dem Ipsos Online-Access-Panel gezogen. Repräsentative Quoten auf die Merkmale Alter, Geschlecht und Region.

ALTER			
	Häufigkeit	Prozent	
18-29 Jahre	215	20,2	
30-39 Jahre	189	17,8	
40-49 Jahre	226	21,3	
50-59 Jahre	244	23,0	
60-70 Jahre	189	17,8	
Gesamtsumme	1063	100,0	

GESCHLECHT			
	Häufigkeit	Prozent	
Männlich	526	49,5	
Weiblich	537	50,5	
Gesamtsumme	1063	100,0	

BILDUNG			
	Häufigkeit	Prozent	
Niedrig	53	5,0	
Mittel	495	46,6	
Hoch	515	48,4	
Gesamtsumme	1063	100,0	

# KONTAKT

## Ipsos Public Affairs



Tobias Michael  
Director  
Schwartzkopffstr. 11  
10115 Berlin  
Tel: 030 3030645-7010  
Email: tobias.michael@ipsos.com



Dr. Robert Grimm  
Associate Director  
Schwartzkopffstr. 11  
10115 Berlin  
Tel: 030 3030645-7090  
Email: robert.grimm@ipsos.com



GAME CHANGERS

