

**Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer  
 t +49 (0) 521 9257 687  
 f +49 (0) 521 9257 333  
 e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com  
 www.tns-infratest.com

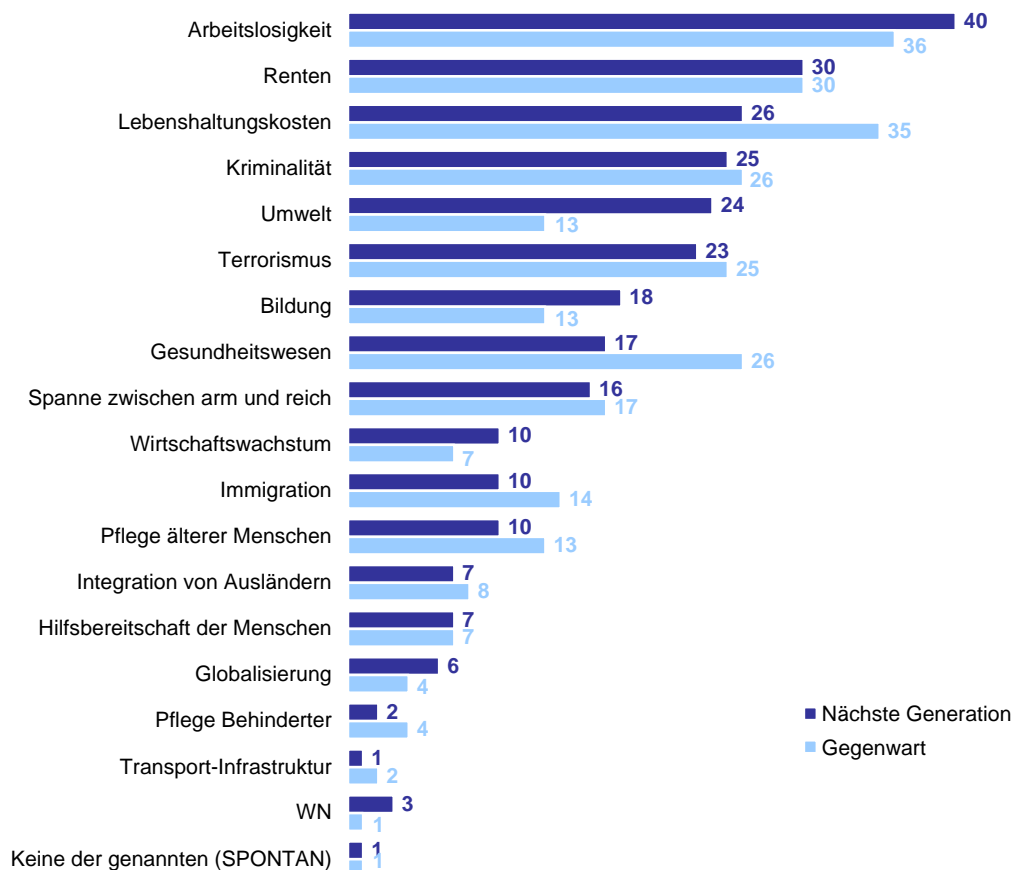
## Arbeitslosigkeit und Rentenabsicherung sind Hauptsorgen der Europäer in der Zukunft

TNS Polling & Social Facts and Figures – EUROBAROMETER

Berlin/ London, 15. März 2007 – Die meisten Sorgen bereiten den Europäern derzeit die Themen Arbeitslosigkeit (36 Prozent), Lebenshaltungskosten (35 Prozent) und Altersversorgung (30 Prozent), gefolgt von der Angst vor Kriminalität (26 Prozent), der Sorge um den Zustand des Gesundheitssystem (26 Prozent) sowie der Furcht vor Terrorismus (25 Prozent). Das ist das Ergebnis der von TNS Opinion für die Europäische Kommission durchgeführten Special Eurobarometer-Umfrage.

### Problemfelder für die heutige und die nächste Generation - EU25-Prozentsatz

Sagen Sie mir bitte, welche drei Themen aus der Liste Ihnen aktuell die größten Sorgen bereiten. Und welches sind Ihrer Meinung nach die 3 größten Probleme für die nächste Generation?



Quelle: TNS Opinion für die Europäische Kommission – Eurobarometer 66.3

In der Umfrage, an der im Dezember 2006 fast 26.800 Bürger in den 25 Mitgliedstaaten und den damaligen Beitrittsländern Bulgarien und Rumänien teilnahmen, zeigen sich die Europäer überzeugt, dass die Probleme von heute im wesentlichen auch die von morgen sein werden. So führen sie Arbeitslosigkeit (40 Prozent), Renten (30 Prozent), Lebenshaltungskosten (26 Prozent), Kriminalität (25 Prozent) und Terrorismus (23 Prozent) auch als zentrale Probleme der Zukunft an. Zugleich erwarten sie aber, dass die Umweltproblematik (24 Prozent) die nächste Generation sehr viel stärker belasten wird, als das heute der Fall ist.

Die Sorge um die **Beschäftigungssituation** der kommenden Generation tritt in Griechenland (66 Prozent) mit Abstand am häufigsten auf. Danach folgen Frankreich (53 Prozent), Ungarn (52 Prozent) und Luxemburg (51 Prozent). In Dänemark und in den Niederlanden spielt dieses Thema dagegen keine Rolle und nur sehr wenige Bürger sehen hierin ein kommendes Problem (neun Prozent bzw. elf Prozent). In Deutschland zeigen sich die Menschen überdurchschnittlich besorgt um die heutige (43 Prozent) und künftige **Rentenabsicherung** (47 Prozent). Auch in Österreich, Malta und in der Tschechischen Republik ist die Sorge über die Absicherung im Alter für die nächste Generation weit verbreitet (jeweils 40 Prozent). In den drei baltischen Staaten, in Dänemark, Zypern und Bulgarien thematisiert dagegen nur etwa jeder Zehnte die Rente als Zukunftsproblem. Bei der Sorge um die aktuellen und künftigen **Lebenshaltungskosten** nehmen Ungarn (48 Prozent), Zypern (38 Prozent) und Portugal (38 Prozent) eine Spitzenposition ein, während in Dänemark und Schweden die Lebenshaltungskosten vergleichsweise selten problematisiert werden.

Dass die Arbeitslosigkeit das größte Zukunftsproblem ist, ist eine Ansicht, die in Europa altersunabhängig geäußert wird. Bei anderen Problemfeldern besteht weniger Einigkeit. Die jüngeren Europäer neigen eher dazu, die Umwelt als künftiges Hauptproblem anzuführen, während die älteren Europäer häufiger die Absicherung im Alter als das Problemfeld der nächsten Generation bezeichnen.

Marita Carballo, Global Head von TNS Polling & Social führt hierzu aus: "Angesichts der Ergebnisse der von TNS Opinion durchgeführten Special Eurobarometer-Umfrage wird deutlich, dass sich die Europäer größere Sorgen um eine Beeinträchtigung ihrer Lebensqualität als um eine potentielle Bedrohung ihrer eigenen Sicherheit machen. Mit Blick auf die Zukunft befürchten die Menschen, dass sich solche Probleme wie Arbeitslosigkeit, Renten und – insbesondere – die Umwelt für die kommende Generation verschärfen werden".

## Hinweise für Redakteure

Informationen zu TNS Polling & Social Facts and Figures:

Der Eurobarometer-Bericht wurde im Februar 2007 auf der folgenden Website veröffentlicht:  
[http://ec.europa.eu/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm)

Die europäische Kommission hat Daten dieses Berichts seit seiner ersten Veröffentlichung den betreffenden Medien zur Verfügung gestellt. Soweit wie uns bekannt ist, wurden die in der beiliegenden Pressemitteilung genannten Ergebnisse nicht veröffentlicht

Die genannten Ergebnisse beruhen auf einer von TNS Opinion von November bis Dezember 2006 durchgeführten Umfrage. Alle in der oben stehenden Mitteilung erwähnten Daten basieren auf den Meinungen der befragten Personen. TNS steht nur für die Daten, die veröffentlicht wurden, und in dem Kontext, in dem wir sie präsentiert haben, sowie für unsere eigene Interpretation dieser Ergebnisse ein. Für anders lautende Interpretationen übernehmen wir keine Verantwortung.

Als führendes Marktforschungsinstitut möchte TNS aktuell diskutierte Themen durch Präsentation auf europäischer oder internationaler Ebene gesammelte Daten in einem neuen Licht darstellen. TNS Polling & Social Facts & Figures wird zweimal pro Monat veröffentlicht.

## Methodologischer Hintergrund:

**Feldforschung:** 17. November bis 19. Dezember 2006

**Anzahl der durchgeführten Interviews:** 26.755 Personen im direkten Gespräch in den 25 Mitgliedstaaten der EU, in Bulgarien und Rumänien.

## Informationen zu TNS

Die Marktforschungsgruppe TNS ist das weltweit größte Unternehmen für kundenspezifische Marktforschung und ein führender Anbieter von Umfragen zu gesellschaftlichen und politischen Problemstellungen. Darüber hinaus gehört TNS zu den größten Anbietern von Verbraucher-Panelen, TV-Einschaltquotenmessungen und Media-Intelligence-Services. TNS beschäftigt mehr als 13.000 Angestellte in einem globalen Netzwerk, das 70 Länder umfasst. Das Unternehmen stellt lokalen und multinationalen Unternehmen und Einrichtungen Marktforschungsdaten und Marktmessungen zur Verfügung, vermittelt Einblicke und führt Analysen durch. TNS verbindet das Fachwissen in Spezialbereichen mit einer umfassenden Kompetenz in den Bereichen Neuproduktentwicklung, Motivationsforschung, Marken- und Werbeforschung und Stakeholder Management, um seinen Kunden stets hochaktuelle und international gültige Daten liefern zu können.

## Kontakt und weitere Informationen:

Richard Hilmer  
TNS Infratest Sozialforschung GmbH  
t +49 (0)30 53322 - 113  
e richard.hilmer@tns-infratest.com

Marita Carballo  
Global Head of TNS Opinion & Social  
t +44 (0) 7739 856 902  
e marita.carballo@tns-global.com