

TEXTE

77/2015

Umweltbewusstsein in Deutschland 2014

Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und
Umweltverhalten junger Menschen

TEXTE 77/2015

Umweltforschungsplan des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Forschungskennzahl 3713 17 100
S0320136.2014

Umweltbewusstsein in Deutschland 2014

Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen

von

Maike Gossen, Dr. Gerd Scholl
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW), Berlin

Dr. Brigitte Holzhauer
holzhauerei, Mannheim

Michael Schipperges
sociodimensions, Heidelberg

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber:

Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel: +49 340-2103-0
Fax: +49 340-2103-2285
info@umweltbundesamt.de
Internet: www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt

Durchführung der Studie:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
Potsdamer Str. 105
10785 Berlin

Abschlussdatum:

Juni 2015

Redaktion:

Fachgebiet I 1.4 Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Umweltfragen,
nachhaltiger Konsum
Angelika Gellrich

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2014-0>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Januar 2016

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit unter der Forschungskennzahl 3713 17 100 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung

Das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen ist Gegenstand des vorliegenden Vertiefungsberichts. Die Ergebnisse sind im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2014 des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und des Umweltbundesamts (UBA) entstanden. Neben der online durchgeführten Repräsentativbefragung mit deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren fanden mehrere qualitative Untersuchungen statt. Der Bericht behandelt die umweltbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen und ihr Verständnis eines guten Lebens und der Rolle von Umwelt und Natur dabei. Es zeigt sich, dass Umwelt und Natur in der Alltagswelt junger Menschen eine andere Rolle als in der Gesamtstichprobe haben. Vor dem Hintergrund von Unsicherheitserfahrungen und Wohlstandssorgen werden zum Beispiel einem guten Lebensstandard und Möglichkeiten zur Selbstentfaltung Priorität eingeräumt. Gleichwohl kann mit Blick auf die Einstellungen junger Menschen gegenüber der Umwelt ein ausgeprägtes Problembewusstsein festgestellt werden. Beim alltäglichen Konsum ist die Handlungsbereitschaft junger Menschen vergleichsweise gering, allerdings lassen sich etwa im Bereich der Mobilität und Ernährung oder des kollaborativen Konsums durchaus Potenziale für ein umweltschützendes Verhalten erkennen. Die Erwartungen junger Menschen an die Umweltkommunikation und Umweltbildung werden bislang nur unzureichend erfüllt. Zudem unterscheiden sich junge Menschen hinsichtlich ihres Umweltbewusstseins und Umweltverhaltens teils deutlich: Unter ihnen finden sich Nachhaltigkeitsorientierte ebenso wie weniger umweltaffine Wachstumsorientierte oder gar Umweltpassive. Das Umweltbewusstsein junger Menschen weist darüber hinaus generationenspezifische Prägungen und lebensphasenbedingte Prägungen auf. Je größer der Anteil der aktuell jungen Generation an der Gesamtbevölkerung wird, desto mehr werden sich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten gegenüber den bislang bekannten Formen verändern.

Abstract

This in-depth study focuses on the environmental consciousness and behaviour of young people. The results were collected as part of the study “Environmental Consciousness in Germany 2014” by the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety and the Federal Environment Agency. Alongside the online representative survey of German-speaking individuals aged 14 years and older, several qualitative surveys were carried out. The report addresses young people’s attitudes and behaviours pertaining to the environment, and their concept of what constitutes a good life and the role that the environment and nature play in it. It is evident that the environment and nature play a different role in the everyday lives of young people compared with the overall sample. For example, in the light of uncertainty and concerns about prosperity, they prioritise a good standard of living and opportunities for self-development. Nonetheless, an examination of young people’s attitudes to the environment shows that they are certainly aware of environmental problems. In the area of everyday consumption young people are relatively reluctant to take action, but in areas such as mobility, diet and collaborative consumption there is certainly potential for environmentally friendly behaviour. Young people’s expectations concerning communication and education about environmental matters are not being sufficiently met at present. In addition, young people differ in their environmental attitudes and behaviour – sometimes considerably: among this age group there are ‘sustainability-oriented individuals’, as well as ‘growth-oriented individuals’, who are less concerned about environmental issues, and even ‘environmentally passive individuals’. Moreover, young people’s environmental consciousness demonstrates generation-specific traits and traits that are determined by the stage they are at in life. The greater the share of this current young generation in the population as whole, the more environmental consciousness and environmental behaviour will change compared with previously known forms.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	7
Tabellenverzeichnis.....	8
Abkürzungsverzeichnis.....	9
Zusammenfassung	10
Summary	18
1 Einführung und Aufbau der Vertiefungsstudie	26
2 Methodik der Vertiefungsstudie	27
2.1 Quantitative Erhebung: Junge Menschen als Teilstichprobe der Repräsentativbefragung.....	27
2.2 Ergänzende qualitative Erhebungen: Fokusgruppe und Interviews.....	28
3 Lebenswirklichkeiten junger Menschen	29
4 Umweltbewusstsein junger Menschen.....	32
4.1 Was ein gutes Leben für junge Menschen heute bedeutet.....	32
4.2 Was Umwelt für junge Menschen heute bedeutet	35
4.2.1 Auch junge Menschen unterscheiden zwischen schöner Natur und problematischer Umwelt.....	35
4.2.2 Junge Menschen nehmen Umweltbelastungen als dauerhaftes, globales und generationenübergreifendes Problem wahr	35
4.2.3 Umweltschutz wird von jungen Menschen als wichtige, gleichzeitig schwer zu bewältigende Zukunftsaufgabe wahrgenommen	39
5 Umweltverhalten junger Menschen.....	41
5.1 Umweltbewusstes Verhalten bei Abfallvermeidung, Mobilität und Energie.....	41
5.2 Grüner Konsum junger Menschen: mehr Wissen als Handeln	43
5.3 Sharing attraktiv für junge Menschen, Second Hand teils-teils.....	45
5.4 Potenziale für das Engagement im Umwelt- und Naturschutz bei jungen Menschen	48
6 Umweltkommunikation und Umweltbildung aus Sicht der interviewten Jugendlichen.....	51
7 Verteilung junger Menschen auf Umwelttypen.....	53
8 Zusammenfassende Bewertung	56
9 Quellenverzeichnis.....	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Aspekte des guten Lebens für junge Menschen im Vergleich zur Gesamtstichprobe.....	32
Abbildung 2:	Einschätzung junger Menschen zur Umweltqualität weltweit und in Deutschland.....	36
Abbildung 3:	Einstellungen junger Menschen zu Umweltthemen	38
Abbildung 4:	Häufigkeit der Nutzung verschiedener Verkehrsmittel im Alltag (Anteil „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“).....	42
Abbildung 5:	Erfahrungen mit und Interesse an Sharing-Konzepten bei jungen Menschen.....	46
Abbildung 6:	Erfahrungen mit und Interesse an Sharing-Konzepten bei 18- bis 25-Jährigen.....	47
Abbildung 7:	Kauf- und Nutzungsbereitschaft für Angebote zur Verlängerung der Nutzungsdauer (Anteil „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“).....	48
Abbildung 8:	Erfahrungen mit und Interesse an internetgestützten Formen der Bürgerbeteiligung bei jungen Menschen.....	50
Abbildung 9:	Verteilung junger Menschen auf die Umwelttypen im Vergleich zur Gesamtstichprobe	54
Abbildung 10:	Die Verortung der Umwelttypen im Modell sozialer Milieus von sociodimensions.....	55

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kombination aus quantitativen und qualitativen Erhebungsmethoden in der Vertiefungsstudie	27
------------	---	----

Abkürzungsverzeichnis

BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BVG	Berliner Verkehrsbetriebe
FSC	Forest Stewardship Council
GOTS	Global Organic Textile Standard
MSC	Marine Stewardship Council
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
PEFC	Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes
UBA	Umweltbundesamt
WWF	World Wide Fund for Nature

Zusammenfassung

Dieser Vertiefungsbericht behandelt das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen. Die Ergebnisse wurden im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2014 des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und des Umweltbundesamts (UBA) erhoben. Für die Studie wurde eine Repräsentativbefragung mit deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren durchgeführt. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Befragung sind in der Basisdatenbrochure „Umweltbewusstsein in Deutschland 2014“ dargestellt. Gegenstand des vorliegenden Berichts sind die umweltbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen der jungen Generation, ihr Verständnis eines guten Lebens und der Rolle von Umwelt und Natur dabei und ihre Anforderungen an die Umweltkommunikation und Umweltbildung. Die dargestellten Ergebnisse und Interpretationen stützen sich auf die Daten der Repräsentativbefragung für die Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen und die Befunde der ergänzend durchgeführten qualitativen Untersuchungen mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Methodik der Vertiefungsstudie

Für die Vertiefungsstudie wurde eine Kombination aus quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden gewählt. Zum einen wurden die Daten für die Teilstichprobe der 14- bis 25-jährigen Befragten (n=251) der als Onlinestudie konzipierten Repräsentativbefragung (n=2.117) herangezogen. Zum anderen beziehen sich die Analysen auf qualitative Untersuchungen, die mit dem Ziel der inhaltlichen Fundierung flankierend durchgeführt wurden. Dazu zählen eine Fokusgruppe mit jungen Erwachsenen und mehrere Interviews in Zweiergruppen mit Jugendlichen (so genannte Duo-Interviews). Beide qualitativen Forschungsmethoden dienen der tiefergehenden Auseinandersetzung mit den Untersuchungsthemen der Umweltbewusstseinsstudie.

Die im Vorfeld der Repräsentativbefragung durchgeführte Fokusgruppe mit insgesamt zehn jungen Erwachsenen setzte sich je zur Hälfte aus Männern und Frauen zwischen 18 und 25 Jahren zusammen. Zentrales Interesse der Fokusgruppe war es herauszufinden, was das Umweltbewusstsein bei jungen Erwachsenen aktuell ausmacht und welchen Stellenwert die ökologische Thematik im Zusammenhang mit Vorstellungen von einem guten Leben einnimmt.

Die Duo-Interviews mit Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren wurden im Nachgang zur Repräsentativbefragung durchgeführt. Insgesamt fanden zwölf einstündige Interviews mit jeweils zwei befreundeten Jugendlichen statt. Durch die altershomogene Zusammensetzung (14 bis 15 Jahre beziehungsweise 16 bis 17 Jahre) konnten sowohl in kommunikativer als auch in inhaltlicher Hinsicht die spezifischen Belange der jeweiligen Altersstufe berücksichtigt werden. Zur weiteren Unterscheidung wurden die Merkmale Geschlecht und Schulform herangezogen.

Hintergrund: Lebenswirklichkeiten junger Menschen

Um das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der heutigen jungen Generation einordnen zu können, ist ein Blick auf relevante sozio-kulturelle Rahmenbedingungen hilfreich:

- Das **Internet und neue Medien** gehören für junge Menschen selbstverständlich zu ihrem Alltag. Die sozialen Umgangsformen und Lebensstile der „Digital Natives“ sind stark durch Digitalisierung und Vernetzung geprägt. Ferner ist der Besitz bestimmter Medien wie Smartphones oder Tablet-Computer zu einem wichtigen jugendkulturellen Positionierungsmerkmal avanciert.
- Junge Menschen wachsen in einer internationalisierten und **globalisierten Welt** und unter dem Eindruck weitreichender ökonomischer, politischer und ökologischer **Krisen** auf. Die Wahrnehmung der Welt als unsicher erhöht das Gefühl von Unvorhersehbarkeit und Nicht-Planbarkeit des eigenen Lebenswegs.

- Die **Verschiebung und Entgrenzung der Jugendphase** verstärkt das individuelle Unsicherheitsgefühl. Die zeitliche Verlängerung der Bildungsphase bedeutet für viele einen Aufschub der ökonomischen Selbstständigkeit. Hinzu kommt eine zunehmende Annäherung der jugendlichen und erwachsenen Lebenswelten.
- Verankerung und Verlässlichkeit in der krisenhaften Zeit schafft die **Familie**, der eine große Bedeutung für das persönliche Glück beigemessen wird. Zur Familie zählen im weiteren Sinne auch die Peergruppe und die sozialen (persönlichen wie digitalen) Netzwerke junger Menschen.
- Unter den globalisierten Rahmenbedingungen hat der **Leistungs- und Bildungsdruck** auf die junge Generation zugenommen. Adaptivität, Flexibilität und Innovationsbereitschaft sind wichtige Kompetenzen, Anpassungsbereitschaft und Pflichtbewusstsein notwendige Tugenden für junge Menschen.
- Junge Menschen sind bezüglich ihrer **beruflichen Perspektiven** in Folge der steigenden Flexibilisierung der Erwerbsarbeit, der hohen Mobilitätsanforderungen und der Zunahme prekärer Beschäftigungsverhältnisse verunsichert. Dies wiederum hat weitreichende Konsequenzen für die weitere Lebens- und Familienplanung der jungen Generation, die immer später und unter immer unsicheren Bedingungen erfolgt. Gleichzeitig zeichnet sich ein Wandel in den Erwartungen und Ansprüchen der jungen Generation an die Arbeitswelt ab („Generation Y“).
- Schließlich unterscheidet sich die Lebenswirklichkeit der heutigen Jugend hinsichtlich der **Multikulturalität** der Gesellschaft von denen älterer Generationen. Der Anteil der Menschen mit so genanntem Migrationshintergrund an der Bevölkerung nimmt weiter zu, entsprechend vielfältig sind die kulturellen und ethnischen Einflüsse im Alltag junger Menschen.

Umweltbewusstsein: Vorstellungen junger Menschen von einem guten Leben und die Rolle von Umwelt dabei

In den Vorstellungen junger Menschen von einem guten Leben nimmt das Eingebunden sein in eine **Familie und Gemeinschaft** einen besonders hohen Stellenwert ein. 71 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten der Repräsentativbefragung – und damit 17 Prozentpunkte mehr als unter allen Teilnehmenden – macht entsprechende Nennungen bei der offenen Frage nach Aspekten des guten Lebens. Die Familienorientierung offenbart sich auch in dem Wunsch nach der Gründung einer eigenen Familie, der in den Interviews häufig zum Ausdruck gebracht wurde. Neben dem sozialen Rückhalt durch Familie und Freunde ist für junge Menschen außerdem ein hoher beziehungsweise **guter Lebensstandard** ein überdurchschnittlich wichtiger Bestandteil des guten Lebens – laut Umfrage für 48 Prozent der 14- bis 25-Jährigen im Vergleich zu 34 Prozent für alle Befragten. Ein gutes Abschneiden in **Schule, Ausbildung und Studium** ist ebenfalls zentral für ein (späteres) gutes Leben. Gleichzeitig sind die Jugendlichen und jungen Erwachsenen besorgt, ob ihre Fähigkeiten ausreichen, um der Leistungsgesellschaft und den Anforderungen des Berufslebens zu genügen. Die Befürchtungen, im späteren Leben unter finanziellem Druck zu stehen, sind groß. Für 46 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten ist daher die Erfüllung **existentieller Grundbedürfnisse** für ein gutes Leben wichtig. Gegenwärtig sind sie diesbezüglich durch ihre Familien und sozialen Beziehungen relativ abgesichert; dies könnte erklären, weswegen ihnen dieser Aspekt etwas weniger zentral für ein gutes Leben scheint als für alle Befragten der Studie. Überdurchschnittlich oft zählen für junge Menschen im Vergleich zur Gesamtstichprobe Möglichkeiten zur **Selbstentfaltung und Selbstbestimmung** zu einem guten Leben dazu; eine gute **Gesundheit** wird hingegen seltener genannt, vermutlich weil Erfahrungen von eingeschränkter Gesundheit oder Krankheit in dieser Altersgruppe noch weniger verbreitet sind als im Gesamtdurchschnitt der Bevölkerung.

Umwelt und Natur spielen in den Vorstellungen junger Menschen von einem guten Leben eine weniger wichtige Rolle als in der Gesamtstichprobe. Während unter allen Befragten 30 Prozent eine in-

takte Umwelt und die Möglichkeit die Natur zu genießen als wichtigen Bestandteil eines guten Lebens betrachten, sind es in der Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen nur 21 Prozent.

Die Befunde der Repräsentativumfrage und der qualitativen Befragungen zeigen, dass bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Vorstellungen von einem guten Leben noch stark auf das eigene Ich bezogen sind. Aus der eigenen Familie, der Schule oder dem Freundeskreis bekannte Lebensentwürfe bieten die Schablone für die Entwicklung eigener Ideen, wie ein gutes Leben in der Zukunft aussehen könnte. Dabei liegt die größte Herausforderung darin, hier und jetzt optimale Voraussetzungen dafür zu schaffen. Die Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben ist komplex und anspruchsvoll, für die Auseinandersetzung mit übergeordneten gesellschaftlichen Themen, wie etwa Nachhaltigkeit und Ökologie, bleibt im Alltag wenig Raum.

Umweltbewusstsein: Einstellungen junger Menschen zu Umwelt und Umweltschutz

Wie in der Gesamtstichprobe bestehen auch unter jungen Menschen **unterschiedliche Wahrnehmungsweisen von Umwelt und Natur**. Spontan wird Natur als die schöne Seite der uns umgebenden Umwelt gesehen, während die Assoziationen zu Umwelt problemorientierter ausfallen und mit Sorgen und negativen Gefühlen verbunden sind.

Die Problemsicht beinhaltet ein Bewusstsein für die **Zusammenhänge zwischen den Konsumansprüchen des Westens und den Umweltherausforderungen in anderen Ländern**. 84 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten der Repräsentativstudie sind der Meinung, dass wir durch unsere Lebensweise auch für viele Umweltprobleme in ärmeren Ländern verantwortlich sind. Dies impliziert auch soziale Missstände, etwa die schlechten Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in ärmeren Ländern. Gleichzeitig kann Deutschland mit seinem **technischen Knowhow** einiges dazu beitragen, dass die Umweltprobleme in anderen Ländern gelöst werden – 73 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragungsteilnehmenden stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu. Hinsichtlich der **Lebensbedingungen für nachfolgende Generationen** ist unter jungen Menschen aufgrund ihrer biografischen Situation eine besondere Betroffenheit feststellbar: Die heute 14- bis 25-Jährigen und ihre Nachkommen sind im hohem Maße von zukünftigen Beeinträchtigungen der natürlichen Lebensgrundlagen etwa durch Klimawandel, Biodiversitätsverlust und Ressourcenknappheit betroffen. Entsprechend beunruhigt sind sie, wenn sie daran denken in welchen Umweltverhältnissen ihre Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen: 76 Prozent der 14- bis 25-Jährigen stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu. Junge Menschen zeigen eine ähnliche **Wachstumsskepsis** wie der Bevölkerungsdurchschnitt, können sich aber weniger gut vorstellen, wie Wohlstand ohne Wachstum erreicht werden kann, insbesondere wenn sie am Wohlstand erst in Zukunft teilhaben werden. Eine durchschnittlich ausgeprägte Wachstumsskepsis geht also mit überdurchschnittlich ausgeprägten Wohlstandssorgen einher. Und auch bei der Lösung der Umwelt- und Klimaprobleme setzen die Jüngeren etwas häufiger auf Wirtschaftswachstum als alle Befragte. Gleichzeitig ist die Einsicht, dass „die Umwelt nur gerettet werden kann, wenn wir alle weniger konsumieren“, bei zwei Drittel der 14- bis 25-Jährigen verbreitet.

Bezüglich der zukünftigen Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen zeigen sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen eher pessimistisch. Eine Lösung für die umweltbezogenen Herausforderungen scheint ihnen sehr schwierig. Vor diesem Hintergrund haben der Umwelt- und Klimaschutz als Zukunftsaufgabe eine besondere Relevanz für junge Menschen: Von den 14- bis 25-Jährigen nennen 24 Prozent den **Umweltschutz als eines der beiden wichtigsten Probleme**, denen sich unser Land heute gegenübersteht, während es in der Gesamtstichprobe nur 19 Prozent sind.

Umweltverhalten: Abfallvermeidung, Mobilität und Energie

Jugendliche und junge Erwachsene bringen Umweltschutz im Alltag am häufigsten mit Mülltrennung und **Abfallvermeidung** in Verbindung. Als im Elternhaus erlerntes Verhalten und gering fordernde Tätigkeit wird das Trennen und Recyceln von Abfallstoffen wie selbstverständlich praktiziert. Auch im Bereich der **Mobilität** sind umweltschützende Handlungsoptionen bekannt; zumeist geht es dabei um die Reduktion von Automobilität und die verstärkte Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel, wie Fahrrad, Bahn oder Bus. Die Repräsentativbefragung zeigt, dass die befragten 14- bis 17-Jährigen ihre Wege – altersbedingt – überdurchschnittlich oft mit öffentlichen Verkehrsmitteln (57 Prozent immer oder häufig) beziehungsweise mit dem Fahrrad zurücklegen (ebenfalls 57 Prozent immer oder häufig); dies gilt für 18- bis 25-Jährige, die grundsätzlich über eine Pkw-Fahrerlaubnis verfügen könnten, in leicht abgeschwächter Weise (öffentliche Verkehrsmittel: 47 Prozent; Fahrrad: 38 Prozent). Eine weitere verhältnismäßig einfache Möglichkeit, die Umwelt zu schützen, ist das **Energiesparen**. Als konkrete Strategien zur Reduktion des Energieverbrauchs im Alltag werden Beispiele wie Licht ausmachen, Heizung runterdrehen und Standby ausschalten genannt. Besonderes Interesse im Zusammenhang mit Energiefragen zeigen Jugendliche und junge Erwachsene an technischen Lösungen unter Einbeziehung von erneuerbaren Energien. Alternative Stromerzeugungstechnologien wie Solaranlagen, Windräder oder Biogasanlagen sind nicht zuletzt aufgrund der Energiewende auch in der Wahrnehmung der jungen Menschen angekommen.

Umweltverhalten: Grüner Konsum

Junge Menschen und insbesondere Jugendliche weisen aufgrund ihrer Lebenslage in der Regel ein geringeres Konsumniveau als Erwachsene auf. Aber auch ohne eigenes Einkommen beziehungsweise mit eingeschränktem Haushaltsbudget kaufen und konsumieren sie im Alltag. Für die meisten sind dabei jedoch andere Aspekte als Umweltschutz handlungsleitend.

Biologisch hergestellte Lebensmittel und Getränke gelten als alltagskompatible Handlungsoption, mit der ein Beitrag zum Umweltschutz geleistet werden kann und die Bestandteil einer gesunden und bewussten Ernährung ist. In diesem Zusammenhang werden in den qualitativen Studien auffallend häufig die Themen einer **vegetarischen und veganen Ernährung** aufgebracht. Unter jungen Menschen scheint es ein zunehmendes Bewusstsein für die ökologischen Folgen des Fleischkonsums zu geben; fleischreduzierte und fleischlose Essgewohnheiten gewinnen an Attraktivität. Allerdings fällt es den meisten aktuell schwer auf Fleisch zu verzichten – nur vier Prozent der jungen Befragten geben in der repräsentativen Umfrage an, nie Fleisch zu essen (in der gesamten Stichprobe sind es noch weniger, nämlich zwei Prozent). Beim ökologischen oder sozialverträglichen Einkauf übernehmen **Labels** für junge Menschen eine wichtige Orientierungsfunktion. Unter den in der Studie abgefragten Umweltzeichen sind das deutsche Bio-Siegel, die Energieeffizienzklassen-Auszeichnung, das Fair-trade-Label, das FSC-Label, das MSC-Label und der Blaue Engel in der Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen am bekanntesten. Weniger gut bekannt sind das EU-Ecolabel und das GOTS-Zeichen. Ferner üben Ansätze für **bewussten Konsum** eine gewisse Faszination auf junge Menschen aus. So werden in den Interviews und in der Fokusgruppe Ansätze wie die Reduktion des eigenen Textilkonsums oder der städtische Obst- und Gemüseanbau („Urban Gardening“) als umweltschützende Handlungsmöglichkeiten genannt.

Umweltverhalten: Sharing und Second-Hand

Sharing-Konzepte als Alternative zum Individualkonsum sind auch unter jungen Menschen ein Thema. Fragt man gestützt danach, welchen Beitrag das Tauschen, Ausleihen, Reparieren oder Weitergeben von vorhandenen Produkten zu einem guten Leben leisten kann, so fällt die Antwort bei jungen Menschen überdurchschnittlich positiv aus: 79 Prozent der 14- bis 25-Jährigen geben an, dass diese Konzepte sehr viel oder etwas zu einem guten Leben beitragen können (gegenüber 75

Prozent in der Gesamtstichprobe). Tatsächliche Erfahrungen und zukünftiges Interesse an dem **Ausleihen beziehungsweise Verleihen von Dingen im privaten Umfeld** liegen bei 76 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten vor. Dagegen wird das **Mieten von Gegenständen** von Jüngeren weniger häufig praktiziert als von der Gesamtstichprobe: 25 Prozent der 14- bis 25-Jährigen geben an, dies schon einmal gemacht zu haben; unter allen Befragten sind es 34 Prozent. **Bike-Sharing** wird bereits von 12 Prozent der 14- bis 25-Jährigen genutzt und 33 Prozent können sich die Nutzung von Fahrradverleihsystemen zukünftig vorstellen.

Car-Sharing und das online-vermittelte Übernachten in Privatunterkünften von Fremden sind Angebote, die aufgrund bestimmter Nutzungsvoraussetzungen (wie zum Beispiel der Führerscheinbesitz) nur für Volljährige in Frage kommen. Unter den 18- bis 25-jährigen Befragten der Studie hat gut jede oder jeder Zehnte schon einmal ein **Wohnvermittlungsportaal** genutzt und etwa ein Viertel der Unerfahrenen kann es sich zukünftig vorstellen. Ein ähnliches Verhältnis liegt bei der geteilten Autonutzung vor: sieben Prozent haben bereits Erfahrungen mit **Car-Sharing** gemacht, 28 Prozent der Unerfahrenen können es sich für die Zukunft vorstellen. Der Vergleich zur Gesamtstichprobe zeigt, dass sich unter den jungen Erwachsenen überdurchschnittlich viele aktive und potenzielle Nutzerinnen und Nutzer eigentumsunabhängiger Formen von Mobilität befinden.

Während das Sharing-Thema besonders bei jungen Menschen also ein großes Potenzial hat, sind Themen wie **Langlebigkeit und Second Hand** für diese Gruppe nur hinsichtlich des Erwerbs, nicht jedoch mit Blick auf die Weitergabe von gebrauchten Gegenständen attraktiv. Dies hängt aller Wahrscheinlichkeit nach mit dem geringeren Ausstattungsgrad mit Geräten und Alltagsgegenständen von jungen Menschen zusammen.

Umweltverhalten: Engagement junger Menschen für den Umwelt- und Naturschutz

Aktuell geben neun Prozent der 14- bis 25-Jährigen an, dass sie sich bereits **aktiv für den Umwelt- und Naturschutz engagieren**. Das grundsätzliche Interesse liegt bei 50 Prozent – so viele junge Menschen geben in der Repräsentativbefragung an, dass sie sich ein Engagement vorstellen können. Es sind vor allem Themen und Aktivitäten, die einen Bezug zum eigenen Alltag haben und die im Rahmen des individuellen Zeitbudgets erfüllbar sind, an denen sich junge Menschen interessiert zeigen. Die Motive sind je nach Form des Engagements sehr unterschiedlich und können sowohl altruistisch als auch egotaktisch sein. Für den Umwelt- oder Naturschutz aktive junge Menschen engagieren sich laut der Repräsentativbefragung schwerpunktmäßig in den großen Umwelt- oder Naturschutzverbänden (fünf Prozent der 14- bis 25-Jährigen Befragten; dies sind zwei Prozentpunkte mehr als in der Gesamtstichprobe). Mit drei Prozent Aktiven ist die Mitarbeit in zeitlich befristeten Umweltschutzprojekten ebenfalls verhältnismäßig beliebt (unter allen Befragten sind es zwei Prozent). Die beiden genannten Formen des freiwilligen Engagements werden mit jeweils 22 Prozent auch von den tendenziell an einem Umweltschutzengagement Interessierten unter den 14- bis 25-Jährigen als potenzielle Unterstützungsmöglichkeiten am häufigsten genannt.

In den Diskussionen und Interviews mit Jugendlichen und jungen Menschen hat sich gezeigt, dass das Wissen um konkrete Möglichkeiten für freiwilliges Engagement und geeignete Anlaufstellen recht gering ist. Für einige stellt sich außerdem die Frage nach der Wirksamkeit und den Einflussmöglichkeiten eines persönlichen Engagements. Vor diesem Hintergrund bietet das **Internet** vielfältige Möglichkeiten zur Aktivierung junger Menschen für den Umwelt- und Naturschutz. Die Umfrage zeigt, dass fast die Hälfte der 14- bis 25-Jährigen schon einmal bei Onlinekampagnen und Onlinepetitionen unterschrieben hat. Auch der Protest über soziale Netzwerke findet in der jungen Generation vergleichsweise großen Anklang: 22 Prozent haben damit bereits Erfahrungen gesammelt und genauso viele geben an, Interesse an dieser Form des Engagements zu haben. Das sind jeweils doppelt so viele Personen wie in der Gesamtstichprobe. Erfahrungen mit dem Verfassen von Blog-Artikeln oder Beiträgen in Internetforen haben ebenfalls recht viele 14- bis 25-Jährige bereits ge-

macht. Dass fast ein Fünftel der jungen Befragten schon einmal an politischen Beteiligungsprozessen im Internet teilgenommen hat und fast ein Viertel sich dies zukünftig vorstellen kann, zeigt das Mobilisierungspotenzial der Online-Medien für politische Themen. Niedrigschwellige Möglichkeiten, die sich gut in die Alltagswelten und Mediennutzungsgewohnheiten junger Menschen integrieren lassen, können ihre Aktivitätsbereitschaft also erhöhen. Innerhalb der Gruppe der 14- bis 25-jährigen Befragten haben 13 Prozent schon einmal an so genannten „Flashmobs“, also an Treffen und Aktionen, zu denen man sich spontan im Internet verabredet, teilgenommen; deutlich mehr als Personen als in der Gesamtstichprobe (vier Prozent).

Umweltkommunikation und Umweltbildung aus Sicht der interviewten Jugendlichen

In den qualitativen Befragungen und insbesondere in den Duo-Interviews in der Altersgruppe mit 14- bis 17-jährigen Jugendlichen wurde auch das Thema Umweltkommunikation behandelt. Die Vermittlung von **Umweltwissen** in Schulen ist entsprechend der Meinung der Jugendlichen unzureichend. Vor allem in den naturwissenschaftlichen und gesellschaftsbezogenen Unterrichtsfächern gibt es durchaus Anknüpfungspunkte für Themen rund um Umwelt und Umweltschutz, die ihrer Meinung nach aber noch nicht angemessen (also aktuell, interessant aufbereitet, lösungsorientiert, kompetenz-vermittelnd) genutzt werden. Auch die aktuelle Umweltkommunikation in den Massenmedien und im Internet erreicht Jugendliche nur punktuell. Am ehesten bleiben ihnen umweltbezogene TV-Dokumentationen und die Nachrichtenberichterstattung bei Umweltkatastrophen in Erinnerung. In den **sozialen Netzwerken und Online-Communities** (Instagram, Facebook und so weiter) und in der darüber stattfindenden Kommunikation mit den Peergruppen werden die Jugendlichen ebenfalls nicht mit (zielgruppenadäquaten) Umweltthemen und Handlungsaufforderungen konfrontiert. Die **Erwartungen der Jugendlichen an die Umweltbildung und Umweltkommunikation** sind entsprechend hoch. Die Schule als Bildungsinstitution ist ihrer Auffassung nach ein wichtiger Wissens- und Informationsvermittler. Vor diesem Hintergrund erwarten sie eine stärkere Verankerung von Umweltthemen im Schul- und Bildungssystem, eine alltagsbezogene Aufbereitung relevanter Inhalte und mobilisierende Lern- und Handlungsangebote.

Verteilung junger Menschen auf die Umwelttypen

Für die Gesamtbevölkerung sind fünf Umwelttypen identifiziert und in Bezug auf ihre Umwelteinstellungen und ihr Umweltverhalten charakterisiert. Junge Menschen sind innerhalb dieser Typen unterschiedlich stark vertreten.

- In der Alterskohorte der 14- bis 25-jährigen sind **Nachhaltigkeitsorientierte**, die bezüglich umweltbewusstem Denken und Handeln eine Vorreiterrolle einnehmen, mit 15 Prozent im Vergleich zur Gesamtstichprobe (14 Prozent) leicht überrepräsentiert. Für sie ist umweltbewusstes Denken und Handeln eine Selbstverständlichkeit. Aus der Sorge um den (zukünftigen) Zustand der Umwelt entwickeln sie schon in jungen Jahren eine hohe Bereitschaft zu Verantwortungsübernahme und individuellem Handeln. Sie treffen bewusste Konsumententscheidungen, greifen – sofern finanziell möglich – häufig zu biologischen und ökologischen Produkten und bestreiten ihre Mobilität möglichst umweltfreundlich. Soziale Innovationen stellen ein spannendes Wirkungsfeld für sie dar, ebenso wie aktive Möglichkeiten zum Engagement für den Umwelt- und Naturschutz.
- Die **Umweltbesorgten** halten den Zustand der Welt für sehr bedenklich und setzen auf eine ökologische Modernisierung, die Wirtschaftswachstum und Nachhaltigkeit miteinander verknüpft. Bei diesem Typ sind in der Gesamtstichprobe höhere Altersgruppen überproportional und jüngere damit unterproportional vertreten. Während 22 Prozent der Gesamtstichprobe diesem Typ zuzuordnen sind, zählen unter jungen Menschen nur 13 Prozent dazu.

- Die **Orientierungsuchenden** sind der Auffassung, dass ein „Weiter so“ nicht möglich ist. Gleichzeitig sind sie unsicher, was konkret getan werden kann, und sie sorgen sich um ihren gewohnten Lebensstandard. Unter ihnen sind junge Menschen nur unterdurchschnittlich häufig vertreten: 16 Prozent gegenüber 20 Prozent in der Gesamtstichprobe. Das für die Orientierungsuchenden typische Streben nach sozialer und beruflicher Absicherung sowie ihr verlorenes Vertrauen in die gängigen Lösungsmuster (zum Beispiel Wirtschaftswachstum) sind bei jungen Menschen anscheinend (noch) nicht so stark ausgeprägt.
- Die **Wachstumsorientierten** haben volles Vertrauen in Marktmechanismen und Wirtschaftswachstum. In Sachen Umwelt, denken sie, sei man auf einem guten Wege. In der Gesamtstichprobe macht dieser Typ 17 Prozent aus, bei jungen Menschen etwas mehr (19 Prozent). Den jungen Wachstumsorientierten begegnet Umwelt- und Klimaschutz vergleichsweise selten im Alltag, andere Themen haben für sie Priorität. Sie lehnen es ab, zugunsten von Umweltschutz auf (zukünftige) Privilegien ihres Lebensstils zu verzichten. Wirtschaftswachstum betrachten sie als wichtige Voraussetzung für die Bewältigung von Klimawandel und anderen Umweltproblemen.
- Die **Umweltpassiven** schließlich interessieren sich nur wenig für Umweltthemen und ihre Bereitschaft zu nachhaltigem Verhalten ist gering. Dieser Typ steht für 27 Prozent in der Gesamtstichprobe; bei den 14- bis 25-Jährigen sind es zehn Prozentpunkte mehr (37 Prozent). Die für die Umweltpassiven kennzeichnende ich-bezogene Haltung und die Konzentration auf individuelle Probleme sind bei jungen Menschen, vor allem aufgrund ihrer biografischen Situation, vermutlich besonders stark ausgeprägt. Umweltignoranz ist aber selten der Grund für die Passivität, sondern vielmehr konkurrierende Aufgaben, wie die Entwicklung einer eigenen Identität und das Zurechtfinden in der globalisierten Welt unter dem Eindruck von Unsicherheitserfahrungen sowie hohem Erwartungs- und Leistungsdruck. Grüner Konsum, der für die Umweltpassiven ohnehin keine große Bedeutung hat, ist für die jungen Umweltpassiven offenbar noch weniger relevant.

Abschließende Zusammenfassung

Die Analysen zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen liefern Hinweise dafür, dass in ihrem Bewusstsein und Alltag Umwelt und Nachhaltigkeit einen anderen Stellenwert haben und unter anderen Perspektiven betrachtet werden, als das bei Älteren der Fall ist. Die zentralen Befunde lassen sich in kurzen Thesen zusammenfassen.

- **Umwelt und Natur spielen in der Alltagswelt junger Menschen eine geringe Rolle.** Der erhöhte Leistungs- und Bildungsdruck und unsichere berufliche Perspektiven sind drängendere Herausforderungen. Die Familie und soziale Beziehungen, der Wunsch nach Selbstentfaltung und das Streben nach einem guten beziehungsweise hohen Lebensstandard nehmen in den Vorstellungen von einem guten Leben einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert ein.
- **Das Umweltbewusstsein junger Menschen ist global, langfristig und problemorientiert.** Wenngleich nicht im eigenen Alltag erfahrbar, stufen sie Klimawandel, Ressourcenausbeutung oder Artensterben als wichtige Probleme ein – aufgrund ihrer biografischen Situation und Sozialisation in krisenhaften Zeiten häufiger als ältere Gruppen. Ebenfalls stärker als ältere Bevölkerungsgruppen sind junge Menschen in einer problemorientierten und polarisierenden Sichtweise des Umweltschutzes verhaftet. Umwelt- und klimapolitische Ziele stehen in ihren Auffassungen in einem deutlich stärkeren Spannungsverhältnis zu anderen politischen Zielen.

- **Nachhaltiges Verhalten und jugendspezifischer Lifestyle stehen oft konträr, können aber auch eine gemeinsame Dynamik entfalten.** Gegenüber dem Wissen und der Sensibilität für die Umwelt als Problem fallen die Handlungsbereitschaft und das Engagement junger Menschen für Umwelt- und Klimaschutz im Alltag deutlich ab. Insbesondere beim Konsum wird die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln deutlich. In anderen Lebensbereichen lassen sich hingegen Synergien zwischen einem jungen Lebensstil und Nachhaltigkeit beobachten, etwa bei der Mobilität, beim Thema Sharing oder im Zuge eines vegetarischen beziehungsweise veganen Ernährungsstils.
- **Junge Menschen sind im Dilemma zwischen Wachstumskepsis und Wohlstandssorgen.** Ihre durchschnittlich ausgeprägte Wachstumskepsis geht mit überdurchschnittlich ausgeprägten Wohlstandssorgen einher. Zudem ist unter jungen Menschen die Überzeugung groß, dass ökologische und soziale Herausforderungen nur mit Wachstum und Wohlstand gemeistert werden können.
- **Umweltkommunikation für junge Menschen: Action statt gutes Leben?** In der Medien- und Alltagswelt junger Menschen spielen Umweltthemen eine geringe Rolle. Auch wenn sie ständig von Medien und Informationen umgeben sind, erreicht die aktuelle Umweltkommunikation sie nur unzureichend. Der Wissensvermittlung in Schulen und Ausbildungsstätten kommt daher (weiterhin) eine große Bedeutung zu.
- **Das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen ist von ihrer spezifischen Lebensphase und gleichermaßen von generationalen Einflüssen geprägt.** Charakteristisch für die besondere Lebensphase junger Menschen sind beispielsweise der geringere Stellenwert von gesundheitsbezogenen Aspekten im Zusammenhang mit der Umwelt, die stark ausgeprägte Besorgnis um materiellen Wohlstand und Einkommen und die geringe Einbeziehung generationsübergreifender Thematiken. Die eher von generationalen Prägungen beeinflussten Befunde umfassen etwa die globale Perspektive auf die ökologische Problematik und insbesondere den hohen Stellenwert des weltweiten Klimawandels, die hohe Affinität zu Sharing und die Präferenz für niedrigschwellige und internetgestützte Formen des Umweltengagements. Je größer der Anteil dieser neuen Generation an der Gesamtbevölkerung wird, desto mehr werden sich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten gegenüber den bislang bekannten Formen verändern.

Summary

This in-depth report deals with the environmental consciousness and behaviour of young people. The results were gathered as part of the 2014 Study on Environmental Consciousness by the German Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation, Building and Nuclear Safety and the Federal Environment Agency. For the study a representative survey of German-speaking individuals aged 14 years and older was carried out. The most important results of this survey are presented in the German-language brochure *Umweltbewusstsein in Deutschland 2014*, which contains the basic data. The subject of this present report is the attitudes and behaviours of the young generation in relation to the environment, their understanding of what constitutes a good life and the role that the environment and nature play in it, and their requirements regarding communication and education about environmental matters. The results and interpretations presented here are based on data from the representative survey for the 14 to 25 age group and the findings from the qualitative surveys that were also conducted with adolescents and young adults.

Methodology of the in-depth study

A combination of quantitative and qualitative research methods was selected for the in-depth study. The data for the sub-sample of 14 to 25-year-olds (251 participants) from the representative survey (2.117 participants), which was designed as an online study, were consulted. The analyses are also based on qualitative surveys that were conducted in order to provide additional information. They include a focus group with young adults and several interviews conducted with adolescents in pairs (so-called duo interviews). Both of these qualitative research methods serve to examine in greater depth the topics covered in the Environmental Consciousness Study.

The focus group, which was conducted before the representative survey, comprised ten young adults – five men and five women – aged between 18 and 25 years. The key aim of the focus group was to find out what the current situation is concerning environmental consciousness young adults and what degree of importance is given to environmental issues in connection with their understanding of a good life.

The duo interviews with adolescents aged between 14 and 17 years were carried out after the representative survey. In total, twelve one-hour interviews, each with two adolescents who were friends, took place. Given the homogenous age groups (14 to 15 year-olds and 16 to 17 year-olds) it was possible to consider the specific interests of the respective age groups, in terms of both communication and content. To differentiate further, the participants' gender and school type were taken into account.

Background: the everyday life of young people

In order to be able to classify the environmental consciousness and the environmental behaviour of today's young generation, it helps to take a look at relevant socio-cultural conditions:

- The **Internet and new media** are an established part of daily life for young people. The social behaviours and lifestyles of 'digital natives' are shaped strongly by digitalisation and networking. Furthermore, the ownership of certain media such as smartphones or tablet computers has become an important element of distinction in youth culture.
- Young people are growing up in an internationalised and **globalised world**, affected by far-reaching economic, political and environmental **crises**. Their view of the world as an insecure place increases the sense that their life paths are unpredictable and cannot be planned.
- **The period of youth lasts longer and the boundaries between youth and adulthood are blurred**, which increases individuals' feelings of uncertainty. Education and training also last

longer, which delays economic independence for many young people. In addition, the everyday lives of young people and adults are converging to an ever greater extent.

- A sense of stability and reliability in these times of crisis is created by the **family**, which is considered very important for young people's personal happiness. In the broader sense, the family also includes young people's peer groups and their social networks (both personal and digital).
- As a result of globalised framework conditions, **pressure to perform and educational pressure** have increased for young people. Adaptability, flexibility and a readiness to innovate are important competences for young people; a willingness to adapt and conscientiousness are necessary virtues.
- Young people are uncertain about their **career prospects** since paid work is becoming ever more flexible, the requirement for mobility is increasing and precarious employment relationships are on the rise. This, in turn, has far-reaching consequences for young people's plans for their future and for starting a family, which is happening later and later and under increasingly precarious circumstances. At the same time, it is clear that the expectations and demands of the world of work held by the young generation, or 'Generation Y', are changing.
- Finally, the everyday life of young people today is different to that of older generations due to our **multicultural society**. The share of people in the population with a so-called migrant background continues to grow and the cultural and ethnic influences on the daily lives of young people are correspondingly diverse.

Environmental consciousness: young people's ideas of a good life and the role the environment plays in it

Young people believe that belonging to a **family and a community** is particularly important for a good life. 71 per cent of 14 to 25-year-olds questioned for the representative survey mention this in response to an open-ended question about what constitutes a good life, which is 17 percentage points higher than for the sample as a whole. A focus on family is also evident in their desire to have children, which was expressed frequently in the interviews. Alongside social support from family and friends, a high or **good standard of living** is also a particularly important aspect of a good life for young people – according to the survey, 48 per cent of 14 to 25-year-old respondents believe this, compared with 34 per cent of all respondents. Good performance **at school, during training or at university** is also key for a (future) good life. At the same time, adolescents and young adults worry about whether their skills will be enough to allow them to keep up in an achievement-oriented society and meet the demands of professional life. They are very much afraid of being under financial pressure in later life. 46 per cent of the 14 to 25-year-old respondents therefore believe that meeting their **basic needs** is important for a good life. At present their needs in this area are relatively well covered by their families and social relationships; this could explain why they see this aspect as somewhat less central to a good life as the overall sample does. More frequently than average compared with the overall sample, young people believe that a good life should include opportunities for **self-development and self-determination**, whereas good **health** is cited less frequently, presumably because experiences of impaired health or illness are less widespread in this age group than among the overall population on average.

The environment and nature play a less important role in young people's idea of a good life than in that of the overall sample. While 30 per cent of all respondents consider an unspoilt environment and the possibility to enjoy nature to be an important aspect of a good life, in the 14 to 25-year-old age group the figure is just 21 per cent.

The results of the representative survey and the qualitative surveys show that adolescents' and young adults' ideas about what constitutes a good life still revolve very much around themselves and their

own experience. They use the life paths of people that they know from their own family, circle of friends or school as templates for developing their own ideas about what a good life could look like in the future. The great challenge is to create the optimal conditions for it here and now. Coping with these developmental tasks is complex and demanding; it leaves little time in daily life for addressing pressing social issues such as sustainability and ecology.

Environmental consciousness: young people's attitudes to the environment and environmental protection

Just as is the case for the overall sample, the young respondents have **different ways of perceiving the environment and nature**. Without giving it too much thought, they see 'nature' as the pleasant side of the environment that surrounds us, while the 'environment' itself has more problem-oriented connotations that are associated with worries and negative feelings.

This problem-oriented perspective implies an awareness of the **relationship between the consumer demands of the West and environmental challenges in other countries**. 84 per cent of the 14 to 25-year-olds surveyed for the representative study are of the opinion that we are responsible for many environmental problems in poorer countries due to our way of life. This also implies social evils, such as the bad living and working conditions of people in poorer countries. At the same time, 73 per cent of the 14 to 25-year-old survey participants 'strongly' or 'somewhat' agree with the statement that Germany, with its **technical expertise**, can make a contribution to solving environmental problems in other countries. With regard to **living conditions for future generations**, young people appear to be particularly worried due to the stage they are currently at in life: today's 14 to 25-year-olds and their descendants will be greatly affected by future damage to the environment, e.g. through climate change, loss of biodiversity and scarcity of resources. Accordingly, they are concerned when they consider the environmental conditions that their children or grandchildren will probably have to deal with: 76 percent of the 14 to 25-year-olds agree 'completely' or 'somewhat' with this statement. Young people display a similar degree of **scepticism towards growth** as the overall population on average, but find it harder to imagine how prosperity can be achieved without growth, particularly when they will only share this prosperity in the future. They thus display an average level of scepticism towards growth combined with an above-average level of anxiety about prosperity. And when it comes to solving environmental and climate problems, the younger respondents cite economic growth as a solution somewhat more frequently than is the case for the overall sample. At the same time, the view that 'the environment can only be saved if we all consume less' is prevalent among two-thirds of the 14 to 25-year-olds.

Adolescents and young adults appear to be rather pessimistic about the future development of the natural environment. They believe that solving environmental challenges is very difficult. Against this background, the protection of the environment and the climate as a task for the future is particularly important according to young people: 24 per cent of the 14 to 25-year-olds cite **environmental protection as one of the two most significant problems** that our country is facing today, while the figure is just 19 per cent for the overall sample.

Environmental behaviour: waste avoidance, mobility and energy

Separating rubbish and **avoiding waste** is the most frequent way in which adolescents and young adults protect the environment in their daily lives. Separating and recycling waste materials is something that they learn in the parental home; it is a straightforward task that is done as a matter of course. Young people are also aware of options for protecting the environment in the area of **mobility**; this usually involves reducing reliance on cars and using environmentally friendly transport options such as bicycles, trains and buses to a greater extent. The representative survey shows that the 14 to 17-year-old respondents – depending on their age – travel more often than average by public transport (57 per cent do so 'always' or 'frequently') or by bicycle (again, 57 per cent do so 'always' or

‘frequently’); this applies to a slightly lesser extent to 18 to 25-year-olds, who could, in principle, have a driving licence (public transport: 47 per cent; bicycle: 38 per cent). A further relatively easy way of protecting the environment is by **saving energy**. Specific strategies cited for saving energy in everyday life include switching off lights, turning down the heating and switching off devices instead of leaving them on standby. When it comes to energy-related issues, adolescents and young adults demonstrate a particular interest in technical solutions involving the use of renewables. Young people are now aware of alternative technologies for generating electricity, such as solar plants, wind turbines and biogas plants, not least as a result of the energy transition.

Environmental behaviour: green consumption

Young people, and adolescents in particular, generally consume less than adults due to the stage they are currently at in their lives. But even with no independent income or a limited household budget they buy and consume products as part of their everyday lives. However, environmental protection is not the determining factor for most of them.

The consumption of **organically produced food** and drink is seen as a way of making a contribution to environmental protection that is compatible with everyday life, as well as being a healthy and conscious nutritional choice. In this regard, the topics of **vegetarianism and veganism** are raised remarkably often in the qualitative studies. It seems that young people are increasingly aware of the ecological consequences of meat consumption; the idea of eating less meat or giving it up altogether is becoming more attractive. However, most of them currently find it difficult to do without meat – just four per cent of the young respondents to the representative survey report that they never eat meat (for the overall sample the figure is even lower, at two per cent). For environmentally friendly or socially acceptable shopping, **labels** have an important orientation function for young people. Of the ecolabels mentioned in the study, the German ‘Bio-Siegel’ label, the EU energy label, the FAIRTRADE mark, the FSC logo, the MSC ecolabel and the Blue Angel are the most well known among the 14 to 25-year-old respondents. The EU Ecolabel and the GOTS logo for organic clothes and textiles are less well known. In addition, young people seem to be fascinated by approaches to **conscious consumption**. In the interviews and the focus groups, ideas such as reducing one’s own textile consumption or growing fruit and vegetables in the city (‘urban gardening’) are cited as possible ways of protecting the environment.

Environmental behaviour: sharing items and using second-hand products

Young people are also aware of the concept of sharing as an alternative to individual consumption. In a closed-ended question about what contribution swapping, borrowing, repairing or passing on available items can make to a good life, the answer is particularly positive among young people: 79 per cent of the 14 to 25-year-olds say that these concepts can contribute ‘a lot’ or ‘something’ to a good life (compared with 75 per cent of the overall sample). 76 per cent of the 14 to 25-year-old respondents have actual experience of **borrowing or lending items privately** or would consider it in the future. On the other hand, younger respondents **rent items** less frequently than the overall sample does: 25 per cent of the 14 to 25-year-olds report that they have already done this; for the sample as a whole the figure is 34 per cent. **Bike-sharing** is already practised by 12 per cent of the 14 to 25-year-olds and 33 per cent would consider using public bicycle systems in the future.

Car sharing and the use of online marketplaces for private accommodation are options that can only be used by adults, since they have certain prerequisites for use (such as a driving licence). At least one in ten of the 18 to 25-year-old participants in the study has already used an **accommodation marketplace** and around a quarter of those who have not would consider doing so in the future. The ratio is similar for **car sharing**: seven per cent have already tried it and 28 per cent of those who have not would consider trying it in the future. A comparison with the overall sample shows that among

the young adults there is a particularly high proportion of active and potential users of forms of mobility that do not require ownership.

While the concept of sharing thus has great potential among young people, when it comes to topics such as **durability and the use of second-hand items** they are more interested in purchasing products than passing on used items. This probably has to do with the fact that young people do not own many devices or household items themselves.

Environmental behaviour: young people's involvement in environmental protection and nature conservation

Nine per cent of 14 to 25-year-olds state that they are already **actively involved in environmental protection and nature conservation**. 50 per cent are interested in principle – that is the percentage of young people who say in the representative survey that they would consider getting involved. Young people mainly show an interest in topics and activities that are relevant to everyday life and can be adapted to fit the amount of time they have at their disposal. Their motives differ considerably according to the type of involvement and can be both altruistic and 'ego-tactical'. According to the representative survey, young people who dedicate time to environmental protection or nature conservation primarily get involved via the large environmental or conservation organisations (five per cent of the 14 to 25-year-olds questioned; this is two percentage points higher than for the overall sample). Working on temporary environmental protection projects is also relatively popular, with three per cent doing so (for the overall sample the figure is two per cent). Those 14 to 25-year-olds who are fairly interested in getting involved in environmental protection cite these two types of voluntary collaboration most frequently as ways in which they might consider providing support (22 per cent for both types). The discussions and interviews with adolescents and young adults revealed that they know very little about specific opportunities for voluntary work and relevant points of contact. In addition, some respondents wonder how effective such actions are and what impact personal involvement has. Against this background, the **Internet** provides various options for young people to get involved in environmental protection and nature conservation. The survey shows that almost half of 14 to 25-year-olds have already signed campaigns or petitions online. Protesting via social networks is also relatively popular among the young generation: 22 per cent have experience of this and the same proportion say that they are interested in this means of involvement. That is twice as much, respectively, as in the overall sample. A similarly large number of 14 to 25-year-olds have experience of writing blog articles or contributions to online forums. Almost one-fifth of the young respondents have already taken part in political participatory processes online and almost a quarter would consider doing so in the future, which shows the potential of online media for harnessing support for political issues. Low-threshold options that fit in with young people's everyday lives and habits regarding media use can thus increase their willingness to act. Of the 14 to 25-year-olds surveyed, 13 per cent have taken part in a so-called flash mob (meetings and actions that are organised spontaneously online), which is significantly more than in the overall sample (four per cent).

Communication and education about environmental matters from the point of view of the young interviewees

In the qualitative surveys and in the duo interviews with 14 to 17-year-olds, in particular, the topic of communication about environmental issues was addressed. The young people surveyed consider **teaching about the environment** in schools to be insufficient. The sciences and social sciences, in particular, certainly provide opportunities for discussing topics concerning the environment and environmental protection, but young people believe that these opportunities are not yet being properly used (i.e. teaching is not sufficiently current, interesting, well prepared, solution-oriented or aimed at imparting skills). What is more, communication about environmental issues in the mass media and on the Internet does not currently reach young people to the extent that it could. On the whole, they

tend to recall television documentaries about environmental topics and news coverage of environmental disasters. In **social networks and online communities** (Instagram, Facebook etc.) and in communication with peer groups about these networks and communities, young people are likewise not confronted with environmental topics or calls to action (that are suitable for their specific target group). Consequently, **young people have high expectations regarding communication and education about environmental matters**. School, as an educational institution is, in their view, an important provider of knowledge and information. In the light of this, they would like to see more importance given to environmental topics in the school system and in the wider education system, as well as appropriate content that is relevant to everyday life and stimulating opportunities to learn and take action.

Dividing young people into environmental types

For the population as a whole, five environmental types have been identified and defined, with regard to their attitudes to the environment and their environmental behaviour. Within these types young people are represented to varying degrees.

- In the cohort of 14 to 25-year-olds, the **‘sustainability-oriented individuals’**, who play a leading role with regard to environmentally-aware attitudes and actions, are slightly overrepresented (15 per cent) compared with the overall sample (14 per cent). They think and act in an environmentally conscious way as a matter of course. Due to their concerns about the (future) state of the environment they develop a high level of willingness to assume responsibility and act individually at an early age. They practise conscious consumption, buy organic and environmentally friendly products frequently – as far as their financial situation allows – and use environmentally friendly transport wherever possible. Social innovations represent an exciting field of activity for them, as do active opportunities to become involved in environmental protection and nature conservation.
- The **‘individuals concerned about the environment’** are very worried about the state of the planet and support ecological modernisation that brings together economic growth and sustainability. In the overall sample this group is overrepresented among the older age groups and underrepresented among the younger age groups. While 22 per cent of the overall sample can be assigned to this type, only 13 per cent of young people belong to this group.
- The **‘individuals searching for orientation’** believe that carrying on as before is no longer an option. At the same time they are not sure what specifically can be done and they worry about maintaining the standard of living to which they have become accustomed. Young people are underrepresented among this type: 16 per cent compared with 20 per cent of the overall sample. The typical characteristics of people of this type – a drive to protect their professional and social positions and a lack of confidence in established solutions (such as economic growth) – do not appear to be as pronounced among young people (yet).
- The **‘growth-oriented individuals’** have complete confidence in market mechanisms and economic growth. As far as the environment is concerned, they believe that we are on the right track. This type makes up 17 per cent of the overall sample and the figure is slightly higher among young people (19 per cent). Young growth-oriented individuals have relatively little to do with environmental protection and nature conservation in their day-to-day lives. Other topics are more of a priority for them. They reject the idea of giving up (future) lifestyle privileges for the sake of the environment. They consider economic growth an important prerequisite for dealing with climate change and other environmental problems.
- Finally, the **‘environmentally passive individuals’** have little interest in environmental topics and their level of willingness to engage in sustainable behaviour is low. This type makes up 27 per cent of the overall sample; among the 14 to 25-year-olds the figure is ten percentage points higher (37 per cent). The environmentally passive individual’s self-centred attitude

and tendency to concentrate on personal problems are characteristics that are presumably very pronounced among young people, mainly due to the stage they are currently at in their lives. However, ignorance about the environment is seldom the reason for this passive attitude. It is more due to the fact that young people are faced with competing demands, such as developing their own identity and finding their way in a globalised world that seems characterised by insecurity, high expectations and pressure to perform. Green consumption, which is not important for the environmentally passive individuals anyway, is evidently even less relevant to young people of this type.

Summary conclusion

The analysis of young people's environmental attitudes and behaviours shows that the topics of the environment and sustainability have a different priority in their everyday lives and are viewed differently compared with older people.

- **The environment and nature do not play a significant role in young people's everyday lives.** Increased pressure to perform, educational pressure and uncertain career perspectives are more pressing challenges. Their idea of what constitutes a good life focuses much more on family and social relationships, the desire for self-development and the pursuit of a good or high standard of living.
- **Young people see the environment from a global, long-term and problem-oriented perspective.** Even though they do not experience climate change, the exploitation of resources or the extinction of species in everyday life, they rate these things as important problems more than older groups do, due to the stage they are currently at in their lives and the fact that they were socialised during times of crisis. Young people, more frequently than older sections of the population, are also caught up in a problem-oriented and polarising way of seeing environmental protection. They see much more tension in the relationship between environmental and climate policy goals and other political goals.
- **Sustainable behaviour and a youth-specific lifestyle often contradict each other, but they can also develop a common dynamic.** Although young people have access to knowledge and are aware that there are problems concerning the environment, they are much less willing to take action and contribute to environmental and climate protection in everyday life. In the area of consumption, in particular, there is a clear discrepancy between knowledge and action. In other spheres of life, however, synergies can be observed between young people's lifestyle and sustainability: examples include the areas of mobility, sharing, and vegetarian and vegan diets.
- **Young people are caught in a dilemma between scepticism towards economic growth and concerns about prosperity.** They display an average level of scepticism towards growth combined with greater than average concerns about prosperity. In addition, among young people there is a widespread conviction that ecological and social challenges can only be overcome with growth and prosperity.
- **Communication about environmental issues for young people: action instead of a good life?** Environmental topics play an insignificant role in young people's everyday lives and in the media they use. Even though they are constantly surrounded by media and information, current communication about environmental issues does not reach them adequately. The transfer of knowledge in schools and other educational institutions is therefore (still) of considerable importance.
- **The environmental consciousness and environmental behaviour of young people is characterised by their specific stage in life and, equally, by generational influences.** For example, the low priority they give to health-related aspects in connection with the environment, their pronounced concerns about material prosperity and income and their lack of in-

terest in topics relevant for all generations are all characteristic of the particular stage that young people are at in life. The findings that are significantly influenced by generational characteristics include young people's global perspective on environmental problems – and in particular the high priority they give to global climate change – their willingness to share items and their preference for low-threshold and web-based forms of contribution to environmental projects. The greater the share of this new generation in the population as whole, the more environmental consciousness and environmental behaviour will change compared with previously known forms.

1 Einführung und Aufbau der Vertiefungsstudie

Die umweltbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen wurden im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudien des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und des Umweltbundesamts (UBA) zuletzt im Jahr 2010 ausführlicher untersucht. Damals wurde festgestellt, dass es jungen Menschen schwerfällt, die ausgeprägte Umweltsensibilität vor dem Hintergrund der eigenen jugendspezifischen Alltagswelt in umweltfreundliches Verhalten zu übertragen (Borgstedt et al. 2011b). Welche Einstellungen und Verhaltensweisen aktuell in der jungen Generation bezüglich der Umweltthematik vorhanden sind, und wie diese vor dem Hintergrund des gesellschaftlichen Umfelds junger Menschen zu verstehen sind, ist Gegenstand des vorliegenden Vertiefungsberichts. Die dargestellten Ergebnisse und Interpretationen stützen sich auf Daten, die im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2014 erhoben wurden (BMUB und UBA 2015). Neben einer für die deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren repräsentativen Befragung wurden mehrere qualitative Untersuchungen mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt.

Die Vertiefungsstudie deckt die Kohorte der 14- bis 25-Jährigen ab.¹ Die Ergebnisdarstellung bezieht sich in der Regel auf diese Untersuchungsgruppe. Da jedoch etwa mit Blick auf Lebenslage und Einstellungen je nach Altersstufe Unterschiede auftreten können, werden die Befunde an ausgewiesenen Stellen spezifisch für die Teilaltersgruppen der „Jugendlichen“ und „jungen Erwachsenen“ dargestellt.

Im nachfolgenden Kapitel 2 werden zunächst Vorgehensweise und Methodik der Vertiefungsstudie erläutert. Um das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der heutigen Jugend einordnen zu können, ist ein Blick auf relevante sozio-kulturelle Rahmenbedingungen hilfreich. Daher stellt Kapitel 3 die gesellschaftlichen, ökonomischen, kulturellen und sozialen Veränderungen und Wirklichkeiten vor, unter denen die junge Generation heute ihren Alltag bestreitet. Darauf folgend werden die wesentlichen Ergebnisse der quantitativen und qualitativen Untersuchungen der Umweltbewusstseinsstudie 2014 für die Kohorte der 14- bis 25-Jährigen präsentiert (Kapitel 4 bis 7). Die Vertiefungsstudie endet mit einer thesenartigen zusammenfassenden Bewertung in Kapitel 8.

¹ Die Jugendsoziologie charakterisiert „Jugend“ unter anderem anhand der Altersgruppierung und orientiert sich dabei an dem Sozialgesetzbuch (Tully und Krug 2011, S. 16f). Demnach gelten Personen zwischen 14 und 17 Jahren als Jugendliche und Personen zwischen 18 und 27 Jahren als volljährige Jugendliche. In der Vertiefungsstudie wurde aus forschungspragmatischen Gründen die Altersgrenze für die volljährige Jugendlichen – die als „junge Erwachsene“ bezeichnet werden – bei 25 Jahren gezogen.

2 Methodik der Vertiefungsstudie

Die Ergebnisse der Vertiefungsstudie wurden im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2014 mittels einer Kombination aus quantitativen und qualitativen Forschungsmethoden erhoben. Die Untersuchungsgruppe sind junge Menschen zwischen 14 und 25 Jahren. Neben der für die deutschsprachige Wohnbevölkerung repräsentativen Befragung wurden qualitative Untersuchungen mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchgeführt, in denen eine offene, ausführliche und tiefergehende Auseinandersetzung mit umweltbezogenen Themen stattfand. Die Tabelle 1 zeigt die eingesetzten Methoden und ihre Aufteilung auf die Untersuchungsgruppe, gefolgt von einer ausführlichen Darstellung der Vorgehensweise.

Tabelle 1: Kombination aus quantitativen und qualitativen Erhebungsmethoden in der Vertiefungsstudie

	14-17 Jahre	18-25 Jahre
quantitativ	Teilstichprobe der Repräsentativbefragung	
qualitativ	mehrere Duo-Interviews	eine Fokusgruppe

2.1 Quantitative Erhebung: Junge Menschen als Teilstichprobe der Repräsentativbefragung

Die quantitative Erhebung der Umweltbewusstseinsstudie 2014 besteht aus einer Repräsentativbefragung mit deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren (n=2.117). Die Einbeziehung junger Menschen zwischen 14 und 17 Jahren stellt eine konzeptionelle Neuerung der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie dar. In die Analysen der vorliegenden Vertiefungsstudie gehen die Daten für die Teilstichprobe der 14- bis 25-jährigen Befragten (n=251) ein, teilweise unter Bezugnahme auf die Werte aller Befragten (beispielweise für vergleichende Auswertungen).

Auch mit Blick auf die Methode wurden 2014 neue Pfade beschritten: Zum ersten Mal wurde die Studie als Onlineumfrage durchgeführt statt wie bisher als Befragung mit persönlichen Interviews.² Die Repräsentativbefragung enthält bewährte Fragenstellungen aus Vorgängerstudien, etwa zu umweltbezogenen Einstellungen und zum Stellenwert der Umweltpolitik, um Zeitreihen- und Trendanalysen zu ermöglichen. Darüber hinaus greift die Studie einige neue Themenbereiche auf. Beispiele sind die Vorstellungen der Bevölkerung von einem guten Leben, die Zusammenhänge zwischen Umwelt und aktuellen Diskursen zu Wirtschaftswachstum und neuen Wohlstandskonzepten oder die Kaufbereitschaft für „grüne Produkte“ und das Interesse an innovativen Konsumweisen wie Sharing.

² Um den Methodenwechsel in Hinblick auf die Vergleichbarkeit mit früheren Studien reflektieren zu können, wurden insgesamt sechs Fragen ein zweites Mal mit persönlichen Interviews erhoben (also mit der gleichen methodischen Vorgehensweise wie in den Vorgängerstudien). Ausführliche Informationen zur Methodik der Repräsentativbefragung finden sich in Kapitel 2 der Broschüre „Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland 2014“, downloadbar unter folgendem Link:
https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/umweltbewusstsein_in_deutschland.pdf

2.2 Ergänzende qualitative Erhebungen: Fokusgruppe und Interviews

Zur inhaltlichen Fundierung der Repräsentativstudie fanden vor- und nachgelagerte qualitative Befragungen statt. Konkret wurden eine Fokusgruppe mit jungen Erwachsenen und mehrere Interviews in Zweiergruppen mit Jugendlichen – so genannte Duo-Interviews – durchgeführt.

Fokusgruppen beziehungsweise moderierte Diskussionsgruppen sind eine bewährte Methode der qualitativen Sozial- und Marktforschung, wenn es um die Analyse komplexer Einstellungen und Verhaltensweisen geht und wenn sich Handlungsorientierungen stark in der Interaktion mit anderen entwickeln (Dürrenberger und Behringer 1999). Sie eignen sich vor allem zur Exploration von Trends, Einstellungen und Emotionen zu einem vorgegebenen Thema und dienen der Generierung von Thesen und Ideen. Duo-Interviews kombinieren die Vorteile von Einzelinterviews (intensiveres Eingehen auf den Einzelfall) und Fokusgruppen (Anregungen aus verschiedenen Sichtweisen). Diese innovative Interviewtechnik ist besonders für die Jugendlichen geeignet, da sie einerseits Disziplin- und Profilierungsprobleme (die beispielsweise in Fokusgruppen auftreten können) und andererseits übermäßigen Respekt vor dem oder der erwachsene/n Interviewer/in vermeidet. Beide qualitativen Forschungsmethoden dienen also der tiefgehenden Auseinandersetzung mit den Untersuchungsthemen der Umweltbewusstseinsstudie. Speziell bei den Vorstellungen vom guten Leben und der Rolle der Umwelt dabei, aber auch für das Verständnis von Umwelt und Natur im alltäglichen Denken, Fühlen und Handeln sowie bei der Affinität zu nachhaltigem Konsum oder zu umweltbezogenem Engagement führen sie zu vertieften Einsichten.

Die im Vorfeld der Repräsentativbefragung durchgeführte Fokusgruppe mit insgesamt zehn jungen Erwachsenen setzte sich je zur Hälfte aus Männern und Frauen zwischen 18 und 25 Jahren zusammen und war mit Blick auf Einkommen und Formalbildung gut gemischt. Sie fand im Februar 2014 in Berlin statt. Zentrales Interesse der Diskussion war es herauszufinden, was das Umweltbewusstsein bei jungen Erwachsenen aktuell ausmacht und welchen Stellenwert die ökologische Thematik im Zusammenhang mit Vorstellungen von einem guten Leben einnimmt. Die moderierte Diskussion wurde entlang der drei Themenblöcke Vorstellungen zum guten Leben, Umwelteinstellungen und Umweltverhalten geführt und enthielt mehrere kreative und projektive Erhebungsmethoden, die es den Teilnehmerinnen und Teilnehmern ermöglichten, ihre Meinungen und Einstellungen (nonverbal) zum Ausdruck zu bringen. Die Diskussion wurde im Anschluss transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet beziehungsweise das entstandene Bildmaterial (Collagen) semiologisch analysiert.

Die Duo-Interviews mit Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren wurden im Nachgang zur Repräsentativbefragung, und zwar im Februar 2015 in Frankfurt am Main durchgeführt. Insgesamt fanden zwölf einstündige Interviews mit jeweils zwei befreundeten Jugendlichen statt. Durch die altershomogene Zusammensetzung (14 bis 15 Jahre beziehungsweise 16 bis 17 Jahre) konnten sowohl in kommunikativer als auch in inhaltlicher Hinsicht die spezifischen Belange der jeweiligen Entwicklungsstufe berücksichtigt werden. Zur weiteren Unterscheidung wurden die Merkmale Geschlecht und Schulform herangezogen. Um die Vergleichbarkeit zu der Fokusgruppe mit jungen Erwachsenen zu gewährleisten, behandelten die offenen Interviews ähnliche Themenkomplexe: Vorstellungen von der eigenen Zukunft und vom guten Leben, Stellenwert von Umweltschutz, Natur und Klimawandel, gute Beispiele für umweltgerechtes Verhalten und eigene Erfahrungen damit. Zusätzlich wurde mit den Jugendlichen über ihre Anforderungen an jugendgerechte Umweltkommunikation diskutiert. Die inhaltsanalytische Auswertung und Interpretation erfolgte auf Basis von Interview-Transkripten.

Die Themenschwerpunkte der qualitativen Untersuchungen und die daraus gewonnenen Erkenntnisse stecken den inhaltlichen Rahmen der Ergebnisdarstellung (Kapitel 4 bis 7) ab. Wo entsprechende Befunde vorliegen, werden die Sachverhalte mit den Daten der Repräsentativbefragung für die Stichprobe der 14- bis 25-Jährigen quantifiziert und durch geeignete Zitate aus den qualitativen Studien illustriert.

3 Lebenswirklichkeiten junger Menschen

Der Lebensabschnitt der Jugend kann in entwicklungspsychologischer Hinsicht als eine Phase verstanden werden, in der die erste bewusste Auseinandersetzung mit der sozialen und politischen Umwelt stattfindet. In dieser Zeit ist die Identitätsfindung eine der wichtigsten Aufgaben, also die Entwicklung einer stimmigen Selbstbeschreibung, die mit den Wahrnehmungen anderer übereinstimmt. Damit verbunden ist die Suche nach Anerkennung, Status und nach Akzeptanz für die eigene Identität (zum Beispiel Silbereisen und Weichold 2012). Die wichtigsten Entwicklungsaufgaben in der Phase des jungen Erwachsenenlebens sind vor allem die Ablösung von der Herkunftsfamilie und die Entwicklung von Autonomie und Selbstverantwortung. Berufsausbildung, Berufseintritt und Partnerwahl markieren wichtige Schritte zu einer eigenständigen sozialen Etablierung (zum Beispiel Freund und Nikitin 2012).

Jugendliche und junge Erwachsene befinden sich in Lebensphasen, die durch vielfältige Veränderungen auf der persönlichen und sozialen Ebene sowie biografische Gegebenheiten (wie etwa die ökonomische Abhängigkeit von ihren Eltern) gekennzeichnet sind. Gleichzeitig gehören sie einer bestimmten Generation an, deren Lebenswelt sich von früheren Generationen unterscheidet. Dies hat Einfluss auf ihr „Weltbild“. Welche gesellschaftlichen, ökonomischen oder kulturellen Besonderheiten die heutige junge Generation ausmachen wird im Folgenden überblicksartig thematisiert.

Für die aktuell junge Generation gehören das **Internet** und neue Medien, Computer und Smartphones selbstverständlich zu ihrem Alltag. Die sozialen Umgangsformen und kulturellen Lebensstile der „Digital Natives“ sind stark durch Digitalisierung und Vernetzung geprägt.³ Internet und soziale Medien übernehmen als wichtige „Sozialisationsinstanzen“ (Calmbach et al. 2012, S. 18) wichtige Funktionen bei der Persönlichkeitsentwicklung, Selbstvergewisserung und Alltagsbewältigung und bieten Leitbilder und Modelle für die Lebensgestaltung (ebd.). Ferner ist der Besitz bestimmter Medien zu einem wichtigen jugendkulturellen Positionierungsmerkmal geworden. Das Internet dient jungen Menschen vor allem der Kommunikation (50 Prozent der im Internet verbrachten Zeit) beziehungsweise der Unterhaltung (25 Prozent); Informationsbeschaffung und ähnliche Aktivitäten sind nachrangig (15 Prozent) (Kulhay 2013) und werden eher als notwendige Aufgaben beispielsweise im schulischen Kontext empfunden (Calmbach et al. 2012).

Neben der digitalen Technisierung prägen **wirtschaftliche und politische Ereignisse** die Lebenswirklichkeit junger Menschen. Sie sind in einer Welt aufgewachsen, die durch eine zunehmende Internationalisierung und weltweite Verflechtungen des Wirtschaftsgeschehens geprägt ist. Die Globalisierung wird auch kulturell und sozial wirksam. Damit verbunden ist die Freiheit, in fremde Länder reisen und dort auch studieren und arbeiten zu können. Ferner schreitet die Kommerzialisierung der Gesellschaft weiter voran. Dies hat Auswirkungen auf den Jugendalltag, der zunehmend geldpflichtig geworden ist (Krug und Tully 2011) – beispielsweise durch die Nutzung von Smartphones und Computern für Freizeit Zwecke wie Gaming und die Kommunikation in Social Networks. Der Konsum kann entscheidend für den eigenen Platz und die Wahrnehmung in der Peergruppe sein, und ob junge Menschen ‚in‘ oder ‚out‘ sind (ebd.).

Die Globalisierung bringt aber auch Gefahren und Bedrohungen näher an die Lebenswelt junger Menschen. Ökonomische, politische und ökologische **Krisen** sind seit dem Beginn ihrer bewussten Auseinandersetzung mit der Welt selbstverständlich (Hurrelmann und Albrecht 2014; Schipperges

³ Das Zukunftsinstitut (2015) prognostiziert, dass die Jugend von heute (die als „Liquid Youth“ bezeichnet wird), aufgrund ihrer adaptiven Fähigkeiten, wie zum Beispiel der hohen Vernetzungsfähigkeit, und dem ‚natürlichen‘ und selbstverständlichen Umgang mit technologischen Innovationen die zukünftige Gesellschaft stark prägen wird.

2011, Rheingold 2011): so zum Beispiel der Terroranschlag vom 11. September in New York, die demografische Krise, die Krise der sozialen Sicherungssysteme, die Veränderungen von Klima und Umwelt, Katastrophen wie der Reaktorunfall im japanischen Fukushima sowie aktuell vor allem die weltweite Wirtschafts- und Finanzkrise und die Euro-Krise. Die Wahrnehmung der Welt als krisenhaft und unsicher erhöht das Gefühl von Unvorhersehbarkeit und Nicht-Planbarkeit des eigenen Lebensweges. Unsicherheitserfahrungen werden aber auch im familiären Rahmen gemacht, etwa durch subjektive Erlebnisse wie die Trennung der Eltern oder das Aufwachsen in unbeständigen Familienverhältnissen, oder entstehen aus dem Eindruck, den sich junge Menschen von der Gesellschaft und der damit zusammenhängenden gefühlten Verschlechterung der sozialen und ökonomischen Zukunftsperspektiven durch Armut und Arbeitslosigkeit machen (Rheingold 2011). Eine sichere Lebensplanung scheint ihnen vor diesem Hintergrund unmöglich.

Wenn das Gefühl der Unsicherheit unter anderem von den globalisierten Verhältnissen ausgeht, werden Verankerung und Verlässlichkeit im sozialen Nahbereich gesucht. Dies erklärt die hohe Bedeutung, die **Familie** für die junge Generation einnimmt. Mehr als drei Viertel der Jugendlichen zwischen 12 und 25 Jahren brauchen eine Familie zum persönlichen Glück (Shell Deutschland Holding 2010). Zur Familie zählen im weiteren Sinne aber auch die Peergruppe und die sozialen (persönlichen wie digitalen) Netzwerke der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (Schipperges 2011), an denen sie sich in vielen Alltagsbereichen orientieren.

Generationspezifische Unsicherheiten und Überforderungen resultieren ferner aus der **Verschlebung und Entgrenzung der Jugendphase**. Die zeitliche Ausdehnung der Jugend – unter anderem eine Folge der verlängerten Bildungsphase – bedeutet für viele einen Aufschub der ökonomischen Selbstständigkeit (Tully und Krug 2011; Hurrelmann und Albrecht 2014).⁴ Hinzu kommt eine zunehmende Annäherung der jugendlichen und erwachsenen Lebenswelten (Calmbach et al. 2012; Zukunftsinstitut 2015). Die wechselseitige Abgrenzung weicht einer immer stärkeren Durchdringung beider Lebenswelten. Junge Menschen wollen schon früh wie Erwachsene leben und handeln, aber zugleich ewig jugendlich bleiben. Gleichzeitig erleben sie, dass sich Ältere – auch die eigenen Eltern – an jugendlichen Trends orientieren und jungen Menschen damit die Möglichkeiten zur kulturellen Abgrenzung von älteren Generationen wegbrechen (Calmbach et al. 2012).⁵ Zudem führt der demografische Wandel, in dessen Zuge der jugendliche Bevölkerungsanteil schrumpft und die Menschen immer älter werden, möglicherweise zu einer gesellschaftspolitischen Benachteiligung junger Menschen. In der Folge kann eine Desillusionierung der Jugend eintreten, die zum „Verschwinden von Innovationen und frischem Denken zu Gunsten der Aufrechterhaltung alter Arrangements“ (Zukunftsinstitut 2015, S. 11) führt.

Die komplexen und globalisierten Rahmenbedingungen erhöhen den **Leistungs- und Bildungsdruck** auf die junge Generation. Um sich in der heutigen Welt behaupten zu können, sind mehr als gute Bildungsabschlüsse und fachliche Leistungen erforderlich (Calmbach et al. 2012).⁶ Adaptivität, Flexibilität und Innovationsbereitschaft sind zu wichtigen Kompetenzen (Schipperges 2011), Anpassungsbereitschaft und Pflichtbewusstsein zu notwendigen Tugenden für ein einigermaßen sicheres Leben geworden (Rheingold 2011). Diese Eigenschaften werden vor dem Hintergrund des Rückbaus

⁴ Die traditionellen Muster des Erwachsenwerdens verschwimmen und das Gefühl der „Statusinkonsistenz“ beherrscht das Lebensgefühl vieler junger Menschen (Hurrelmann und Albrecht 2014, S. 29 f.).

⁵ In der Jugendstudie des Zukunftsinstituts (2015) formuliert der Autor die These, dass Jugendlichkeit zu einem generationenübergreifenden Lifestyle-Prinzip geworden ist.

⁶ Die große Frage, die sich junge Menschen angesichts der allgegenwärtigen Unsicherheitsgefühle stellen, lautet: Was wird aus mir und wann werde ich es? (Calmbach et al. 2012).

sozialstaatlicher Leistungen sogar noch wichtiger werden – und verstärken den Druck auf die junge Generation und ihre Fähigkeit zur Eigenverantwortung.

Der Trend zur Flexibilisierung der Erwerbsarbeit, die hohen Mobilitätserfordernisse und die Zunahme unsicherer Beschäftigungsverhältnisse haben eine **Verunsicherung bezüglich der beruflichen Perspektiven** unter jungen Menschen verursacht (Calmbach et al. 2012). Längst folgt auf einen Ausbildungs- oder Studienabschluss nicht mehr selbstverständlich eine unbefristete Vollzeitanzstellung (Tully und Krug 2011). Die traditionellen Muster von Beruf und Karriere haben sich stark gewandelt. Dies wiederum hat weitreichende Konsequenzen für die weitere Lebens- und Familienplanung der jungen Generation, die immer später und unter immer unsicheren Bedingungen erfolgt (Calmbach et al. 2012). Gleichzeitig zeichnet sich ein Wandel in den Erwartungen und Ansprüchen der jungen Generation an die Arbeitswelt ab („Generation Y“, siehe Hurrelmann und Albrecht 2014). Ihr Lebensstil, die Globalisierung und das kulturelle und mediale Angebot führen dazu, dass sie eine berufliche Tätigkeit vorziehen, in der sie ihre individuellen Vorstellungen verwirklichen und Arbeit und Privatleben gut miteinander vereinbaren können (ebd.).

Schließlich unterscheidet sich die Lebenswirklichkeit der heutigen Jugend hinsichtlich der **Multikulturalität** der Gesellschaft von denen älterer Generationen (Calmbach et al. 2012). Der Anteil der Menschen mit so genanntem Migrationshintergrund an der Bevölkerung nimmt weiter zu, entsprechend vielfältig sind die kulturellen und ethnischen Einflüsse im Alltag junger Menschen.

Geprägt von ihrer generationsspezifischen Lebenswirklichkeit zeichnet sich die heutige „pragmatische Jugend“ (Shell Deutschland Holding 2010) beziehungsweise die „Ego-Taktiker“ (Hurrelmann und Albrecht 2014) durch die **Dualität von traditionellen Pflicht- und Akzeptanzwerten und Selbstentfaltungswerten** aus (Calmbach et al. 2012). Traditionelle Werte wie Sicherheit, Pflichtbewusstsein, Leistung und Familie und Freundschaft werden genauso wichtig befunden wie Genuss, Phantasie und Kreativität.

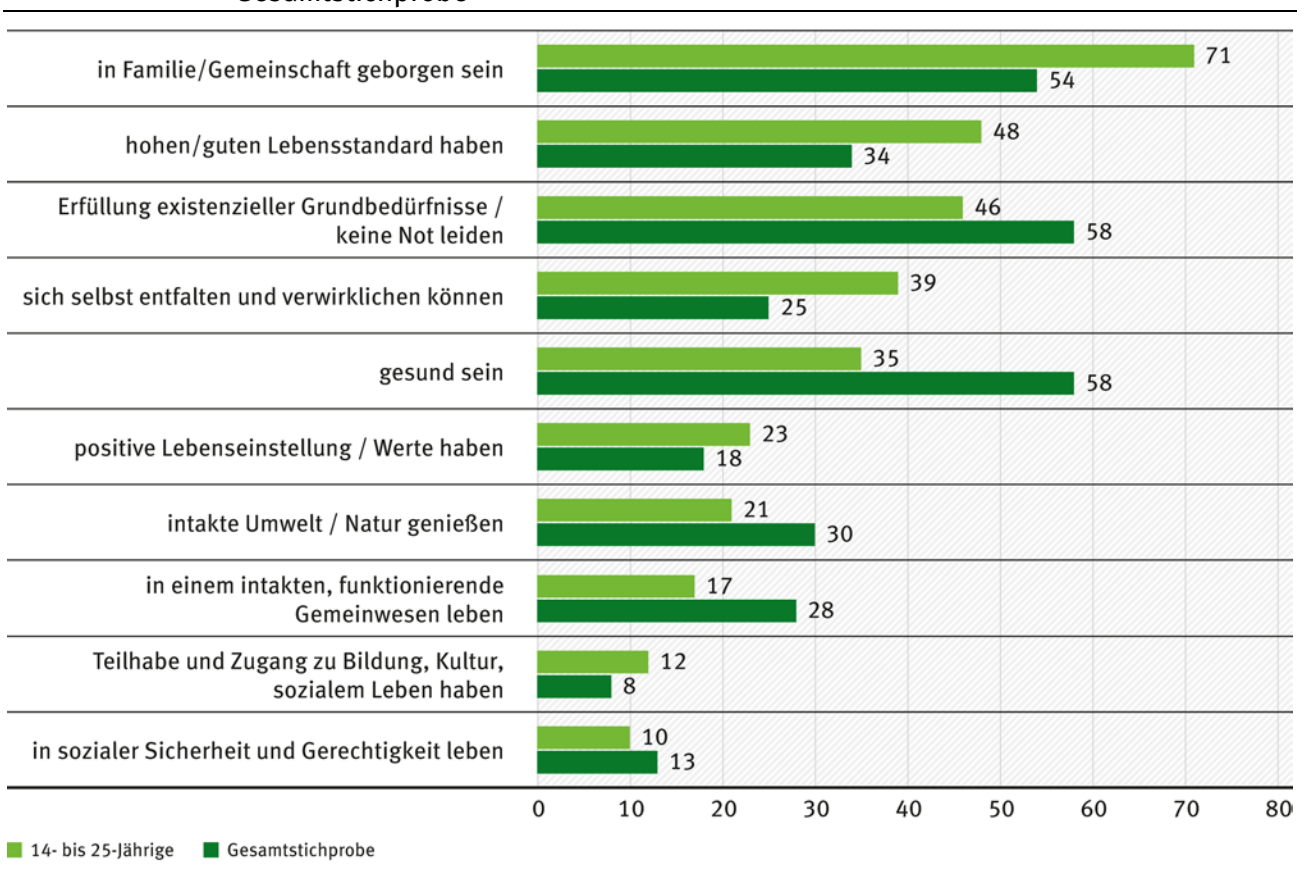
Was diese Lebenswirklichkeit der aktuell jungen Generation für ihr Umweltbewusstsein und Umweltverhalten bedeutet, soll im Folgenden auf Grundlage der empirischen Befunde der Umweltbewusstseinsstudie ausführlicher dargestellt werden.

4 Umweltbewusstsein junger Menschen

4.1 Was ein gutes Leben für junge Menschen heute bedeutet

Das „gute Leben“ ist zu einem zentralen Begriff in der Diskussion um ein zeitgemäßes Verständnis von Wohlstand und Lebensqualität geworden (BMUB und UBA 2015, S. 24). Doch was bedeutet ein gutes Leben speziell für junge Menschen heute? Was gehört für sie alles dazu und welche Rollen spielen Umwelt und Natur dabei? Im Rahmen der Repräsentativerhebung wurden die Befragten in einer offenen Frage gebeten, Dinge, die für sie „zum guten Leben unbedingt dazugehören“, zu nennen. Abbildung 1 stellt die prozentuale Häufigkeit der Nennung der einzelnen Aspekte durch die Altersgruppe der 14- bis 25- Jährigen im Vergleich zur Gesamtstichprobe dar. Auch in der Fokusgruppe und in den Interviews wurde das gute Leben aus Sicht der jungen Menschen thematisiert.

Abbildung 1: Aspekte des guten Lebens für junge Menschen im Vergleich zur Gesamtstichprobe



Frage:

Ein gutes Leben zu haben, ist sicherlich für jeden von uns wichtig. Was aber das gute Leben ausmacht, das wird von verschiedenen Menschen ganz unterschiedlich gesehen. Wie ist das bei Ihnen? Bitte nennen Sie (maximal) fünf Stichworte, die für Sie zum guten Leben unbedingt dazugehören! (offene Frage)

Werte für die Stichprobe 14–25 Jahre: N=251, Onlinebefragung

Werte für die Gesamtstichprobe: N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren

Angaben in Prozent

In einer **Familie beziehungsweise Gemeinschaft geborgen zu sein** ist für junge Menschen besonders wichtig. So geben 71 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten der Repräsentativbefragung – und damit 17 Prozentpunkte mehr als in der gesamten Stichprobe – an, dass dies elementar für ein gutes Leben ist (Abbildung 1). Die hohe Bedeutung der Familie für das persönliche Glück konstatieren auch andere Studien (zum Beispiel Shell Deutschland Holding 2010). Dies gilt nicht nur in Bezug auf die Herkunftsfamilie, sondern auch auf die Gründung einer eigenen Familie. Es zeigt sich, dass in

der untersuchten Alterskohorte soziale Integration und Zugehörigkeit einen hohen Stellenwert haben. Familie und Freunde sind wichtige Verbündete bei der Bewältigung individueller Entwicklungsaufgaben. Sie geben sozialen Halt in der von Umbrüchen und Krisen bestimmten Welt und bilden das Zentrum der jugendlichen Lebenswelt. In den im Rahmen der Vertiefungsstudie durchgeführten Interviews äußern viele Jugendliche den Wunsch nach einer stabilen Partnerschaft und Kindern, was die Familienorientierung junger Menschen noch hervorhebt.

„Bei mir wäre das die Familie, also dass man da irgendwie geborgen ist. Dass man einfach Bezugspersonen hat, was halt auch Freunde sind, aber eben auch Familie ist.“ (Interview mit 14- bis 15-jährigen Gymnasialschülern)

Neben dem sozialen Rückhalt durch Familie und Freunde ist für junge Menschen außerdem ein hoher beziehungsweise **guter Lebensstandard** ein überdurchschnittlich wichtiger Bestandteil des guten Lebens – laut Umfrage für 48 Prozent der 14- bis 25-Jährigen im Vergleich zu 34 Prozent für alle Befragten (Abbildung 1). Ein guter Lebensstandard drückt sich in den Vorstellungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der qualitativen Studien dadurch aus, genügend Geld zu verdienen, in einer schönen Wohnung oder im eigenen Haus zu leben, sich Urlaube und Reisen leisten zu können, beim Einkaufen nicht auf Geld achten zu müssen und so weiter. Dies aus eigenen finanziellen Mitteln zu schaffen, ist gegenwärtig für die meisten jungen Befragten eher eine Wunschvorstellung als die Realität.

„So wie wir aufwachsen gewöhnt man sich schon einen gewissen Lebensstandard an, und der liegt schon recht hoch bei uns. Und mir ist natürlich klar, dass ich nicht auf Anhieb so viel Geld verdienen werde, dass ich mir eine große Wohnung leisten kann, immer das einkaufen kann, was ich will, und hier mal hingehen und dahin reisen kann. Das wird auf keinen Fall drin sein. Aber es ist natürlich schon ein Ziel, dass man so leben kann, wie man gerne leben möchte.“ (Interview mit 14- bis 15-jährigen Gymnasialschülern)

„Also dass man sich mal einen Urlaub gönnen kann oder sich auch mal von seinem Arbeitsleben erholen kann, und sich auch mal eine Freude machen kann, ob Urlaub oder Klamotten.“ (Interview mit 15-jährigen Realschülerinnen)

„Wenn ich mein Haus abbezahlt habe, mein Auto abbezahlt habe, dann lebe ich gut. Irgendetwas gibt es ja immer zu bezahlen.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

Vor allem für Jugendliche ist die **schulische Entwicklung** aktuell ein sehr wichtiges Thema. In den Interviews der vorliegenden Studie wurde deutlich, dass die 14- bis 17-Jährigen die eigene Bildungsbiografie als „Weichenstellung“ für Erfolg oder Misserfolg im späteren Leben sehen. Gleichzeitig sind sie besorgt, ob ihre Fähigkeiten ausreichen, um den Anforderungen der Leistungsgesellschaft zu genügen. Das von der Schule geforderte Lernpensum und die richtige Entscheidung für ein Studium oder eine Ausbildung lösen Druck und Stress aus. Denn keine/r will zu den Verlierern, den ‚Losern‘ der Gesellschaft gehören. Auch andere Jugendforscher/innen weisen auf die hohe Bedeutung des aktuellen schulischen Umfelds hin. Hurrelmann und Albrecht (2014, S. 46 ff.) diagnostizieren, dass der von der Schule ausgehende und durch die PISA-Studie verstärkte Leistungsdruck sowie diverse Bildungsreformen und die immer kürzer werdenden Ausbildungszeiten eine Generation von „Nutzenkalkulierern“ und „Leistungsstrebem“ hervorgebracht haben. Mit Blick auf ihre beruflichen Aussichten zeigen sich viele junge Menschen kontrolliert, zielstrebig und erfolgsorientiert (Calmbach et al. 2012).

Etwas anders stellt sich die Situation bei den jungen Erwachsenen dar. Die 18- bis 25-jährigen Teilnehmer/innen der Fokusgruppe befinden sich zum Teil bereits am Ende ihrer Ausbildungszeit und haben erste Erfahrungen im Arbeitsleben gemacht. Vor diesem Hintergrund beschäftigen sie sich eher mit Fragen, wie Beruf und Privates in einem guten Verhältnis zueinander stehen oder wie sie eigene Zeit und Zeitsouveränität im Vergleich zu Erfolg und Karriere bewerten sollen.

Junge Menschen wünschen sich einen Beruf, der Spaß macht und gleichzeitig finanzielle Sicherheit bietet. Die Befürchtungen, im späteren Leben unter finanziellem Druck zu stehen, sind groß. Für 46 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten ist daher die **Erfüllung existentieller Grundbedürfnisse** für ein gutes Leben wichtig (Abbildung 1). Gegenwärtig sind sie diesbezüglich durch ihre Familien und sozialen Beziehungen relativ abgesichert; dies könnte erklären, weswegen ihnen dieser Aspekt – trotz der insgesamt hohen Bedeutung – etwas weniger zentral für ein gutes Leben scheint als für alle Befragten der Studie (58 Prozent).

In der untersuchten Alterskohorte sind die Entwicklung einer eigenen Persönlichkeit und Möglichkeiten zur selbstbestimmten Gestaltung des Lebens wichtig. Daher zählen ausreichend Gelegenheiten zur **Selbstentfaltung und Selbstbestimmung** in den Vorstellungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen überdurchschnittlich oft zu einem guten Leben dazu: Während in der Gesamtstichprobe für 25 Prozent „sich selbst entfalten und verwirklichen können“ zu einem guten Leben dazu gehört, liegt dieser Wert bei den 14- bis 25-Jährigen bei 39 Prozent (Abbildung 1). In diesem Zusammenhang zeigt sich vor allem in den Interviews mit den 14- bis 17-jährigen eine auf sich selbst gerichtete Erwartungshaltung: die eigene positive Grundhaltung und ein hohes Selbstbewusstsein werden als Voraussetzungen für ein gutes Leben und die Bewältigung der anstehenden Herausforderungen betrachtet.

„Allgemein kann man eigentlich sagen, dass man eine positive Zukunft immer im Blick hat, also dass man immer daran denkt, dass man es schafft. Also die eigene, innere Haltung, dass die immer positiv ist.“ (Interview mit 15-jährigen Realschülern)

Eine gute **Gesundheit** nimmt in den Vorstellungen der jungen Menschen ebenfalls einen gewissen Stellenwert ein. Etwas mehr als ein Drittel (35 Prozent) gibt dies als Bestandteil eines guten Lebens an (Abbildung 1). Im Vergleich zu allen Befragten – unter denen 58 Prozent angeben, dass Gesundheit wichtig für ein gutes Leben ist – hat eine gute Gesundheit jedoch eine unterdurchschnittliche Bedeutung, vermutlich weil Erfahrungen von eingeschränkter Gesundheit oder Krankheit in dieser Altersgruppe noch weniger verbreitet sind als im Gesamtdurchschnitt der Bevölkerung.

Hingegen spielen **Umwelt und Natur** in den Vorstellungen junger Menschen von einem guten Leben keine besonders wichtige Rolle. Während in der Gesamtstichprobe 30 Prozent eine intakte Umwelt und die Möglichkeit, Natur zu genießen, als wichtigen Bestandteil eines guten Lebens betrachten, sind es in der Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen nur 21 Prozent (Abbildung 1).

„Also klar ist die Umwelt auch sehr wichtig und ich bin auch der Meinung, dass man sie gut erhalten sollte, aber es ist halt so, dass es bei vielen jetzt nicht total hohe Priorität hat. Ich glaube, das ist auch irgendwo selbstverständlich, dass einem zum Beispiel Glück und Gesundheit wichtiger ist als irgendwelche Aspekte der Umwelt.“ (Interview mit 15-jährigen Gymnasialschülerinnen)

Die Befunde zeigen, dass bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Vorstellungen von einem guten Leben noch stark auf das eigene Ich bezogen sind. Aus der eigenen Familie, der Schule oder dem Freundeskreis bekannte Lebensentwürfe bieten die Schablone für die Entwicklung eigener Ideen, wie ein gutes Leben in der Zukunft aussehen könnte. Dabei liegt die größte Herausforderung darin, hier und jetzt optimale Voraussetzungen dafür zu schaffen. Die Bewältigung dieser Entwicklungsaufgaben ist komplex und anspruchsvoll, für die Auseinandersetzung mit übergeordneten gesellschaftlichen Themen, wie etwa Nachhaltigkeit und Ökologie, bleibt im Alltag wenig Raum.

4.2 Was Umwelt für junge Menschen heute bedeutet

In der Alltagswelt und in den Vorstellungen von einem guten Leben junger Menschen spielen Umwelt und Natur keine prominente Rolle (siehe Kapitel 4.1). Werden Jugendliche und junge Erwachsene jedoch aktiv auf das Thema angesprochen, sind eine gewisse Sensibilität und Offenheit für umweltorientierte Einstellungen und ein Interesse an Umwelt- und Naturschutz feststellbar.

4.2.1 Auch junge Menschen unterscheiden zwischen schöner Natur und problematischer Umwelt

Wie in der Gesamtstichprobe bestehen auch unter jungen Menschen unterschiedliche Wahrnehmungsweisen von Umwelt und Natur. Spontan wird Natur als die schöne Seite der uns umgebenden Umwelt gesehen, während die Assoziationen zu Umwelt problemorientierter ausfallen und mit Sorgen und negativen Gefühlen verbunden sind (BMUB und UBA 2015, S. 27).

Bei einer offenen Abfrage von Themen, die den interviewten Jugendlichen in den Sinn kommen, wenn sie an den Begriff Umwelt denken, wurden in erster Linie Umweltprobleme genannt, wie etwa die Luftverschmutzung, Abholzung von (Regen-)Wäldern, Naturkatastrophen, bedrohte Tierarten, Klimawandel und Klimaerwärmung und das Abfall- und Müllproblem. In Bezug auf die Natur überwiegen hingegen positive Assoziationen und Bilder, die sich auf das Erleben und Genießen von Natur beispielsweise im Urlaub, beim Sport oder zur Erholung beziehen (wie etwa Joggen im Park, Urlaub am Meer, Spazierengehen im Wald).

„Wenn ich über Umwelt nachdenke, ist das halt... Umwelt ist so negativ behaftet. So nach dem Motto, wir müssen alle total umweltbewusst sein.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

„Natur und Umwelt – wir assoziieren da zwei verschiedene Sachen. Bei Natur denken wir an Land, Felder, schön draußen, Wald, Strand, Horizont sehen. Bei Umwelt kommt sofort – zack – CO₂ Emissionen, Tierhaltung, Auto fahren. Das schadet halt alles. Ozonloch, wir müssen nachhaltig werden. Pestizide. Das sind zwei verschiedene Dinge Umwelt und Natur.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

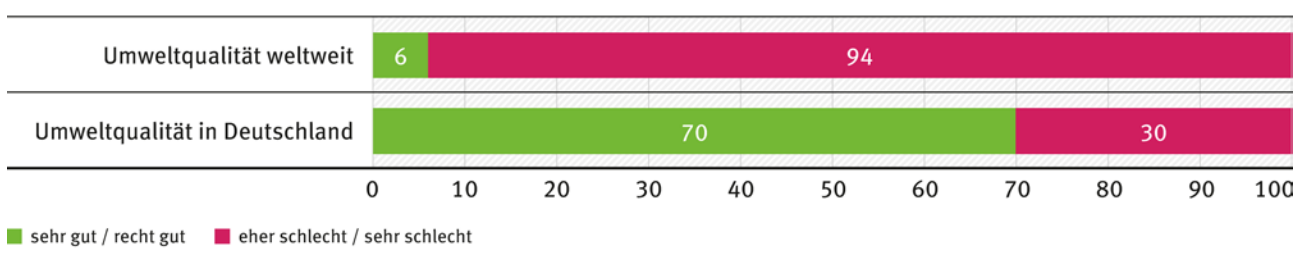
4.2.2 Junge Menschen nehmen Umweltbelastungen als dauerhaftes, globales und generationenübergreifendes Problem wahr

Die Wahrnehmung von Umwelt als Problemthema bezieht auch die globalen und langfristigen Umweltkrisen ein, die als besondere Herausforderung empfunden werden. Laut der Repräsentativbefragung empfinden 95 Prozent der 14- bis 25-Jährigen die **Umweltqualität weltweit** als sehr schlecht beziehungsweise eher schlecht (zum Vergleich: in der Gesamtstichprobe sind es 93 Prozent; BMUB und UBA 2015, S. 41) (Abbildung 2). Besonders prägend (zumindest für die älteren unter den 14- bis 25-Jährigen) sind in diesem Zusammenhang die verheerenden Umwelt- und Naturkatastrophen des letzten Jahrzehnts – der Tsunami im indischen Ozean, Hurrikan Katrina in den USA oder die Nuklearkatastrophe von Fukushima. Dazu kommen Medienberichte über smogbelastete Städte in Asien, Plastikmüll in den Weltmeeren und so weiter.

Die Einschätzung der globalen Umweltsituation kontrastiert mit der sehr guten beziehungsweise guten **Umweltqualität in Deutschland**, wie sie sowohl von jüngeren Menschen (70 Prozent) (Abbildung 2), als auch von der Gesamtstichprobe (73 Prozent) (BMUB und UBA 2015, S. 40) bescheinigt wird.

„Wir wachsen in Deutschland auf, wo wir nicht unbedingt wirklich viele Probleme mit der Umwelt haben. Wenn man dazu die Vergleichsbilder in den Nachrichten sieht... Zum Beispiel von Peking, wo die Leute alle mit Masken rumlaufen müssen wegen dem Smog, der da hängt.“ (Interview mit 14- bis 15-jährigen Gymnasialschülern)

Abbildung 2: Einschätzung junger Menschen zur Umweltqualität weltweit und in Deutschland



Frage:
 Wie würden Sie insgesamt die Umweltqualität in Deutschland/weltweit beurteilen?
 (Antwortvorgaben: sehr gut, recht gut, eher schlecht, sehr schlecht, weiß nicht)

N=251, Onlinebefragung, Stichprobe 14–25 Jahre, ohne „weiß nicht“
 Angaben in Prozent

Die (globale) Problemsicht beinhaltet ein Bewusstsein für die **Zusammenhänge zwischen den Konsumansprüchen des Westens und den Umweltherausforderungen in anderen Ländern**. Ein Großteil (84 Prozent) der 14- bis 25-jährigen Befragten der Repräsentativstudie ist der Meinung, dass wir durch unsere Lebensweise auch für viele Umweltprobleme in ärmeren Ländern verantwortlich sind; in der Gesamtstichprobe sind es ähnlich viele, nämlich 86 Prozent, die dieser Aussage zustimmen (Abbildung 3). Dies impliziert auch soziale Missstände, etwa die Lebens- und Arbeitsbedingungen der Menschen in ärmeren Ländern. Aus dem Schulunterricht und aus den Medien sind beispielsweise Berichte über die Müll- und Schrotberge in afrikanischen Ländern oder den ausbeuterischen Arbeitsbedingungen in der Textilproduktion in Bangladesch bekannt.

„Was ich nicht gut finde an der Umwelt ist, wie der Mensch manchmal selber mit dem Mensch umgeht. Ich sag mal wie man Menschen aus anderen Ländern ausbeutet (...).“ (Interview mit 15-jährigen Hauptschülern)

„Mir ist bewusst, dass mein Wohlstand entweder auf Ausbeutung der Umwelt zurückzuführen ist oder auf Ausbeutung von Menschen.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

Im Bereich der technischen Innovationen für den Umweltschutz (bekannt sind zum Beispiel Elektroautos, Wind- und Solarenergie oder Recycling) wird **Deutschland als Vorreiter** wahrgenommen. Mit diesem Knowhow kann Deutschland aus Sicht der befragten jungen Menschen einiges dazu beitragen, dass die Umweltprobleme in anderen Ländern gelöst werden – 73 Prozent der 14- bis 25-jährigen Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu; in etwa genauso viele Befragte wie im Gesamtdurchschnitt (Abbildung 3).

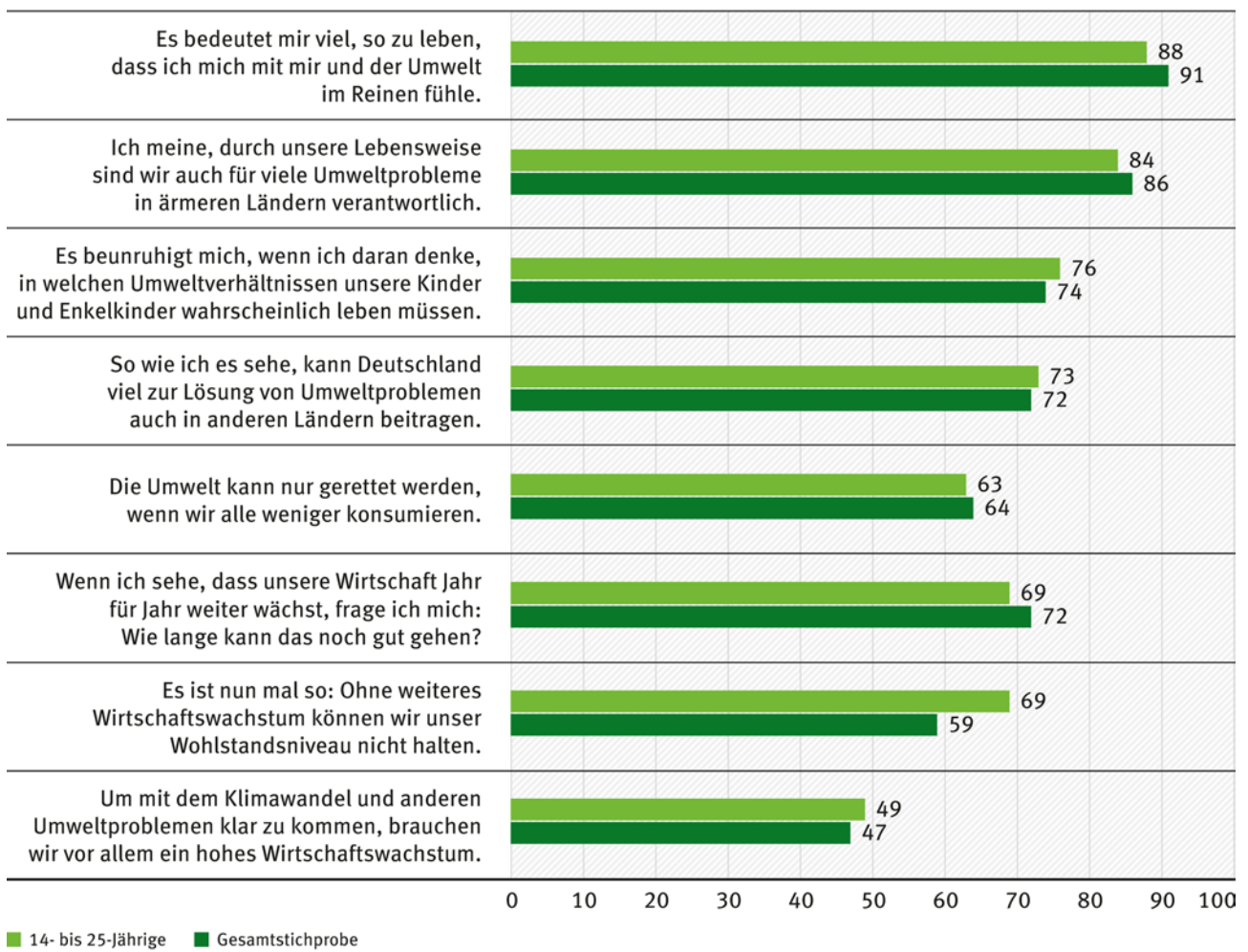
Hinsichtlich der Lebensbedingungen für nachfolgende Generationen ist unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen aufgrund ihrer biografischen Situation eine besondere Betroffenheit feststellbar: Die heute 14- bis 25-jährigen und ihre Nachkommen sind im hohem Maße von zukünftigen Beeinträchtigungen der natürlichen Lebensgrundlagen etwa durch Klimawandel, Biodiversitätsverlust und Ressourcenknappheit betroffen. Entsprechend beunruhigt sind sie, wenn sie daran denken in welchen **Umweltverhältnissen ihre Kinder und Enkelkinder** wahrscheinlich leben müssen: 76 Prozent der 14- bis 25-jährigen stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu gegenüber 74 Prozent in der Gesamtstichprobe (Abbildung 3).

Weiterhin hat die Repräsentativumfrage ergeben, dass der Wunsch nach einem Leben im **Einklang mit der Umwelt** – zwar etwas weniger deutlich als in der Gesamtstichprobe aber dennoch – groß ist: 88 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten stimmen dem voll und ganz oder eher zu gegenüber 91 Prozent aller Befragten (Abbildung 3).

Junge Menschen zeigen eine ähnliche **Wachstumsskepsis** wie der Bevölkerungsdurchschnitt. Sie stimmen den Aussagen „Wenn ich sehe, dass unsere Wirtschaft Jahr für Jahr weiter wächst, frage ich mich: wie lange kann das noch gut gehen?“ und „Um mit dem Klimawandel und anderen Umweltproblemen klar zu kommen, brauchen wir vor allem ein hohes Wirtschaftswachstum“ ähnlich häufig zu wie alle Befragten (69 zu 72 Prozent beziehungsweise 49 zu 47 Prozent). Jedoch können sich junge Menschen weniger gut vorstellen, wie Wohlstand ohne Wachstum erreicht werden kann, insbesondere wenn sie am Wohlstand erst in Zukunft teilhaben werden: Unter den 14- bis 25-jährigen Befragten stimmen 69 Prozent der Aussage „Es ist nun mal so: ohne weiteres Wirtschaftswachstum können wir unser Wohlstandsniveau nicht halten“ voll und ganz oder eher zu – und damit um zehn Prozentpunkte häufiger als alle Befragten (59 Prozent). Eine durchschnittlich ausgeprägte Wachstumsskepsis geht also mit überdurchschnittlich ausgeprägten **Wohlstandssorgen** einher. Und auch bei der Lösung der Umwelt- und Klimaprobleme setzen die Jüngeren etwas häufiger auf Wirtschaftswachstum als alle Befragte: 49 Prozent der 14- bis 25-Jährigen denken, dass wir, um mit dem Klimawandel und anderen Umweltproblemen klar zu kommen, vor allem ein hohes Wirtschaftswachstum brauchen, während es in der gesamten Stichprobe nur 47 Prozent sind (Abbildung 3).

Ferner herrscht unter jungen Menschen – ähnlich wie in der Gesamtstichprobe – größtenteils die Einsicht, dass „die Umwelt nur gerettet werden kann, wenn wir alle **weniger konsumieren**“. Zwei Drittel der 14- bis 25-Jährigen stimmen dieser Aussagen voll und ganz beziehungsweise eher zu (Abbildung 3). Gleichzeitig fehlt die Vorstellung, wie dies konkret ohne persönlichen Verzicht und Einschränkung der Lebensqualität umgesetzt werden kann. Mögliche Strategien bestehen in innovativen und kollaborativen Konsumstilen (siehe Kapitel 5.3).

Abbildung 3: Einstellungen junger Menschen zu Umweltthemen



Frage:
Im Folgenden sehen Sie nun einige Aussagen. Bitte geben Sie jeweils an, ob Sie der entsprechenden Aussage voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zustimmen.

Werte für die Stichprobe 14–25 Jahre: N=251, Onlinebefragung
Werte für die Gesamtstichprobe: N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren
Angaben in Prozent

4.2.3 Umweltschutz wird von jungen Menschen als wichtige, gleichzeitig schwer zu bewältigende Zukunftsaufgabe wahrgenommen

Bezüglich der zukünftigen Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen zeigen sich junge Menschen eher pessimistisch.⁷ Eine Lösung für die umweltbezogenen Herausforderungen scheint ihnen sehr schwierig. Vereinzelt Verbesserungen, die zum Beispiel durch erneuerbare Energie und andere Techniken erreicht wurden, werden nach Auffassung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen durch das Aufkommen anderer Probleme wieder aufgehoben.

„Also eigentlich wird es eher negativer in der Zukunft. Zwar bekommt die Menschheit schon so ein Bewusstsein dafür, dass es schlimmer geworden ist und sucht ja auch schon immer nach Alternativen, zum Beispiel zum Erdöl. Aber das wird immer so Fifty-Fifty sein, weil irgendwas wird es wieder schlechter machen und dann wird wieder was kommen, was es ein bisschen lindert, aber dann wird es wieder schlimmer.“ (Interview mit 16-jährigen Gymnasialschülerinnen)

Vor diesem Hintergrund haben der Umwelt- und Klimaschutz als Zukunftsaufgabe eine besondere Relevanz für junge Menschen: Von den 14- bis 25-jährigen Befragten der Studie nennen 24 Prozent den **Umweltschutz als eines der beiden wichtigsten Probleme**, denen sich unser Land heute gegenüber sieht, während es in der Gesamtstichprobe nur 19 Prozent sind.⁸

Die Verursachung der Umweltprobleme und damit die Verantwortung für Umweltfolgen sehen junge Menschen in erster Linie in der Produktions- und Konsumweise der entwickelten Industriegesellschaften – deren Teil sie sind und auf deren Vorzüge sie nur ungern verzichten wollen. In der gegenwärtigen Wohlstandsgesellschaft wird aus ihrer Sicht mehr produziert und konsumiert als eigentlich benötigt wird.

„Aber der Großteil der Menschen will halt nicht auf Sachen verzichten und deswegen werden auch Sachen weiterhin produziert und wieder weggeschmissen.“ (Interview mit 15-jährigen Gymnasialschülerinnen)

Junge Menschen nehmen aber gleichzeitig wahr, dass der Wohlstand, der die natürlichen Lebensgrundlagen gefährdet, häufig erst die Voraussetzung dafür schafft, aktiv Umweltschutz betreiben zu können. Jedoch sehen sie kaum Möglichkeiten als Einzelne/r wesentliche Veränderungen zu bewirken, beispielsweise durch ein umweltfreundlicheres Verhalten. Es müssen schon alle an einem Strang ziehen. Darum ist auch die Politik in der Verantwortung, zum Beispiel indem sie Regeln und Vorgaben für die Industrie macht oder umweltfreundliches Verhalten der Bürgerinnen und Bürger unterstützt.

⁷ Eine eher pessimistische Grundeinstellung wird auch in anderen Studien zum Ausdruck gebracht. So glaubt nur ein Bruchteil der Schülerinnen und Schüler der OECD-Mitgliedstaaten, dass sich die Umweltsituation in den kommenden 20 Jahren verbessern wird. Zwischen 74 und 90 Prozent der 15-Jährigen in Deutschland geben an, Themen wie Wasserknappheit, Artensterben, Energie, Atommüll oder Luftverschmutzung für sehr relevant zu halten (OECD 2009). Vier von fünf Schweizer Jugendlichen sind mittel bis sehr besorgt über den Zustand der Welt in 20 Jahren (Stiftung Umweltbildung Schweiz 2011). Insbesondere der Klimawandel macht der jungen Generation Angst und wird zumeist als ernstes Problem wahrgenommen: mehr als drei Viertel der 12- bis 25-jährigen Befragten der Shell-Jugendstudie 2010 betrachten ihn als sehr großes Problem oder großes Problem (Shell Deutschland Holding 2010). Und die Mehrheit (75 Prozent) der 14- bis 18-jährigen Befragten aus Deutschland und Österreich haben große Zweifel daran, ob die Welt, die nachfolgenden Generationen hinterlassen wird, zukunftsfähig ist (Bertelsmann Stiftung 2009).

⁸ Die Betrachtung der Teilstichproben der 14- bis 17-Jährigen und der 18- bis 25-Jährigen verdeutlicht die besonders ausgeprägte Problemwahrnehmung unter Jugendlichen. In der jüngeren Altersgruppe (14 bis 17 Jahre) sehen 31 Prozent Umweltschutz als eins der beiden drängendsten Probleme. Unter den jungen Erwachsenen (18 bis 25 Jahre) sind es mit 21 Prozent etwas weniger Personen, aber immer noch mehr als in der Gesamtstichprobe.

„Eigentlich ist die Politik dazu da, die Leute in die richtige Richtung zu lenken. Generell finde ich schon, dass es in der Hand der Politik sein sollte.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

„Es sollte kein Extraaufwand mehr sein, umweltbewusst zu leben. Es sollte nicht kompliziert sein. Man sollte Systeme und Produkte entwickeln, bei denen es ganz normal ist, dass sie nicht umweltschädigend sind.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

Das Wissen und die Einschätzungen über das politische Handeln für den Umweltschutz fallen in den beiden Altersgruppen der qualitativen Untersuchungen unterschiedlich aus. Unter den jungen Erwachsenen ist eine umfassende und differenzierte Haltung beobachtbar. Vereinzelt wird in der Fokusgruppe Enttäuschung über das Umweltschutzengagement der deutschen und europäischen Politik geäußert, insbesondere dann, wenn der Eindruck entsteht, dass Lobbygruppen wichtige Entscheidungen zu Gunsten des Umwelt- und Naturschutzes negativ beeinflussten. Den Jugendlichen fällt die Bewertung politischen Handelns für den Umweltschutz hingegen deutlich schwerer und es bestehen nur wenig konkrete Vorstellungen von politischen Interventionsmöglichkeiten.

Unter den Nichtregierungs- und zivilgesellschaftlichen Institutionen, die aufgrund ihrer Unabhängigkeit zentrale Akteure für Umwelt- und Klimaschutz darstellen, sind spontan nur wenige konkrete Organisationen bekannt (Greenpeace oder WWF), sie werden aber in der Regel positiv beurteilt und als grundsätzlich unterstützenswert betrachtet. Während 72 Prozent aller in der Repräsentativerhebung Befragten den Umweltverbänden bescheinigen genug oder eher genug für den Umwelt- und Klimaschutz zu tun, liegt dieser Wert bei den 14- bis 25-Jährigen mit 84 Prozent deutlich höher.

5 Umweltverhalten junger Menschen

5.1 Umweltbewusstes Verhalten bei Abfallvermeidung, Mobilität und Energie

In der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie werden verschiedene umweltschützende Verhaltensweisen thematisiert, wie etwa die Kaufhäufigkeit von Bio-Lebensmitteln und -Getränken, die Nutzungshäufigkeit umweltfreundlicher Verkehrsmittel, die Nachfrage nach energieeffizienten Produkten und vieles mehr (siehe BMUB und UBA 2015, S. 48 ff.).

Jugendliche und junge Erwachsene bringen Umweltschutz im Alltag am häufigsten mit **Mülltrennung und Abfallvermeidung** in Verbindung. Dies drückt sich in den Nennungen bekannter Alltagspraktiken zum Umweltschutz als auch in den individuellen Erfahrungsberichten zu umweltschützendem Verhalten aus.⁹ Als im Elternhaus erlerntes Verhalten und gering fordernde Tätigkeit wird das Trennen und Recyceln von Abfallstoffen wie selbstverständlich praktiziert. Erleichtert wird die angemessene Entsorgung etwa von Plastikflaschen durch Pfandsysteme, die es in anderen Ländern seltener gibt, weswegen dort aus Sicht einiger Jugendlicher auch die Müllproblematik drastischer ist als in Deutschland. Mülltrennung ist eine nicht weiter hinterfragte Alltagsroutine, über die man sich wenig Gedanken macht:

„Es wird auch im Freundeskreis oder so nicht viel darüber geredet, also wir fangen jetzt nicht an darüber zu reden, ob man zuhause Müll trennt.“ (Interview mit 15-jährigen Gymnasialschülerinnen)

Auch im Bereich der **Mobilität** sind umweltschützende Handlungsoptionen bekannt und es herrscht eine gewisse Aufgeschlossenheit ihnen gegenüber. Dabei geht es meistens um die Reduktion des Autofahrens und die Steigerung der Nutzung umweltfreundlicher Fortbewegungsmittel, wie Fahrrad, Bahn oder Bus.

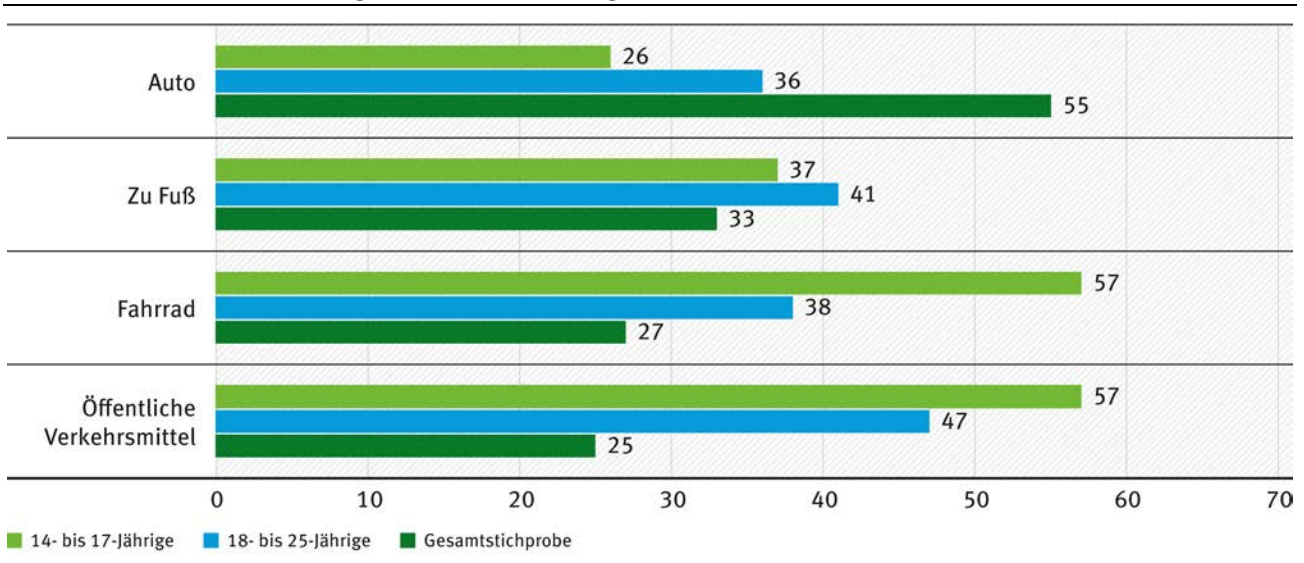
„Um weniger CO₂ zu produzieren, da gibt es ja das typische Beispiel mit der Bahn und dem Auto. Also wenn man mit der Bahn fährt, dass da mehr Leute reinpassen als wenn jede Person ein Auto besitzen würde, was dann halt auch viel mehr CO₂ produzieren würde.“ (Interview mit 15-jährigen Gymnasialschülerinnen)

Die Repräsentativbefragung zeigt, dass die befragten Jugendlichen, also die 14- bis 17-Jährigen, ihre Wege – altersbedingt – überdurchschnittlich oft mit öffentlichen Verkehrsmitteln (57 Prozent immer oder häufig) beziehungsweise mit dem Fahrrad zurücklegen (ebenfalls 57 Prozent immer oder häufig); dies gilt für junge Erwachsene, also die 18- bis 25-Jährigen, die grundsätzlich eine Pkw-Fahrerlaubnis haben könnten, in leicht abgeschwächter Weise (öffentliche Verkehrsmittel: 47 Prozent; Fahrrad: 38 Prozent). In beiden Teilaltersgruppen wird das Auto deutlich seltener genutzt als im Durchschnitt aller Befragten (Abbildung 4).¹⁰

⁹ Mülltrennung ist auch in anderen Befragungen das bekannteste Beispiel für ökologisches Handeln. 73 Prozent der 15- bis 24-Jährigen, die für das Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2014 befragt wurden, vermeiden Müll und sind der Auffassung, damit einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten (Michelsen et al. 2015). 63 Prozent der 14- bis 24-jährigen österreichischen Jugendlichen geben in einer Studie aus dem Jahr 2004 an, dass „die Art, wie ich den Müll beseitige“ einen Einfluss auf die Umwelt hat; am zweit- und dritthäufigsten werden der Wasser- und Energieverbrauch genannt (Kromer und Oberhollenzer 2004).

¹⁰ Bei den 14- bis 17-Jährigen ist Autonutzung vermutlich als Mitnahme im elterlichen Pkw zu interpretieren.

Abbildung 4: Häufigkeit der Nutzung verschiedener Verkehrsmittel im Alltag (Anteil „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“¹¹)



Frage:
Wie häufig nutzen Sie die folgenden Verkehrsmittel für Ihre Wege im Alltag?

Werte für die Stichprobe 14–17 Jahre: N=81, Onlinebefragung
 Werte für die Stichprobe 18–25 Jahre: N=170, Onlinebefragung
 Werte für die Gesamtstichprobe: N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren
 Angaben in Prozent

Ein großer Teil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen teilt die Einschätzung, dass Autofahren aus ökologischer, praktischer und teils auch ökonomischer Sicht nicht immer die sinnvollste Wahl ist – wie sich in den qualitativen Befragungen herausstellte. Und in der Repräsentativumfrage findet der Vorschlag, Städte und Gemeinden gezielt so umzugestalten, dass der/die Einzelne kaum noch auf ein Auto angewiesen ist, sondern seine Wege zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln erledigen kann, auch bei jungen Menschen große Zustimmung: 84 Prozent der 14- bis 25-Jährigen geben an, dass dies sehr viel oder etwas zum guten Leben beitragen kann; in der Gesamtstichprobe sind es 82 Prozent. Trotzdem ist es für die wenigsten vorstellbar (zukünftig) gänzlich auf Automobilität zu verzichten. In großen Städten mit einem gut ausgebauten öffentlichen Verkehr ist ein Alltag ohne Auto noch am ehesten vorstellbar:

„Ja, es kommt halt immer drauf an, wo man wohnt. Wenn man irgendwo ganz abgelegen wohnt, ist es für einen manchmal schon praktisch Auto zu fahren, aber wir wohnen auch ziemlich zentral und da macht es auch überhaupt keinen Sinn Auto zu fahren. Wenn wir jetzt weiterhin hier in Frankfurt, also relativ mittig wohnen werden, da denke ich macht es auch zukünftig keinen Sinn, sich ein Auto zuzulegen.“ (Interview mit 15-jährigen Gymnasialschülerinnen)

„Ich brauche in Berlin kein Auto. Möglichkeiten wie Car-Sharing stehen direkt vor meiner Nase. Ich fahre auch sehr viel Fahrrad in Berlin. Man kann alles gut erreichen. Ansonsten fahre ich BVG. Alle, die mir erzählen, sie fahren Auto in Berlin – da habe ich immer den Kopf geschüttelt, weil ich das total unnötig finde.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

¹¹ Die Antworten „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“ entsprechen den Antworten 1 und 2 auf einer Antwortskala von 1 bis 6, wobei 1 für „immer“ und 6 für „nie“ steht und die dazwischen liegenden Ziffern bewusst mit keinem sprachlichen Attribut versehen wurden.

Eine weitere verhältnismäßig einfache Möglichkeit die Umwelt zu schützen, ist das **Energiesparen**.¹² Als konkrete Strategien zur Reduktion des Energieverbrauchs im Alltag werden in den Interviews und der Fokusgruppe Beispiele wie Licht ausmachen, Heizung runterdrehen und Standby ausschalten genannt. Auch diesbezüglich handeln die meisten gewohnheitsmäßig und orientieren sich am Vorbild der Eltern. Besonderes Interesse im Zusammenhang mit Energiefragen zeigen Jugendliche und junge Erwachsene an technischen Lösungen unter Einbeziehung von erneuerbaren Energien. Alternative Stromerzeugungstechnologien wie Solaranlagen, Windräder oder Biogasanlagen sind nicht zuletzt aufgrund der Energiewende auch in der Wahrnehmung der jungen Menschen angekommen.¹³

5.2 Grüner Konsum junger Menschen: mehr Wissen als Handeln

Im Hinblick auf den Konsum besteht eine Besonderheit junger Menschen – und insbesondere der Jugendlichen – in ihrem eingeschränkten und meistens durch die Eltern (mit-) finanzierten Budget. Aber auch ohne eigenes Einkommen verfügen sie über Konsumpräferenzen und -möglichkeiten und geben Geld für Kleidung, Medien, Kosmetik, Essen oder Freizeitaktivitäten aus. Vor allem Markenprodukte und bestimmte jugendkulturell anerkannte Trends haben einen hohen Stellenwert und dienen der Selbststilisierung und der Markierung von Gruppenzugehörigkeit. In diesem Sinne findet die soziale Teilhabe und Anerkennung junger Menschen stark über „demonstrativen Konsum“ und den Besitz materieller Güter statt. Ferner wird das Konsumverhalten junger Menschen in hohem Maße durch das Elternhaus (Erlertes) und die Peergruppe (gemeinsam Erlebtes) geprägt (Tully und Krug 2011, S. 69 ff.). Und auch in der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie zeigen die Befunde deutlich, dass beim Konsum junger Menschen andere Aspekte als Umweltschutz ausschlaggebend sind.

Der Besitz bestimmter **Statussymbole**, darunter vor allem elektronische Produkte und Markenkleidung, ist für die interviewten Jugendlichen ein wichtiger Maßstab – ‚grüne‘ Alternativen sind bei den genannten Produktgruppen hingegen wenig bekannt und kaum verbreitet. Hinter dieser Prioritätensetzung steht vor allem das Bedürfnis, in der Peergruppe akzeptiert und respektiert zu werden. Mit zunehmendem Alter kann eine Bedeutungsverschiebung des Statuskonsums eintreten: wichtiger als der Besitz bestimmter Produkte und Marken wird dann die Zurschaustellung eines bestimmten und vor allem individuellen und unverwechselbaren Stils.

„In der 6./7. Klasse wurde extrem viel Wert darauf gelegt, ob du jetzt mit Hollister rumläufst oder ob du ein No Name-Label trägst, ob du ein iPhone hast oder irgendein Samsung. Da wurde direkt unterschieden und du warst halt einfach cooler, wenn du das neuste iPhone hattest. Aber jetzt in der 10. Klasse hat sich das so ein bisschen ausgetrieben. Also da ist es dann eher cool, wenn man nicht so dem allgemeinen Trend folgt.“ „Es gibt diesen Hipstertrend zurzeit. Es ist einfach cool, wenn man irgendwie so seinen eigenen Stil hat und man das dann auch durchzieht und nicht so dem Mainstream folgt.“ (Interview mit 14- bis 15-jährigen Gymnasialschülern)

Vor allem für die jungen Erwachsenen stellt der Einkauf von **biologisch hergestellten Lebensmitteln** eine alltagskompatible Handlungsoption dar. In der Fokusgruppe werden Bio-Lebensmittel vor allem als Bestandteil einer gesunden und bewussten Ernährung diskutiert. Die Repräsentativbefragung zeigt: 16 Prozent der 18- bis 25-Jährigen kaufen immer oder häufig Bio-Lebensmittel und -Getränke (im Vergleich zu 20 Prozent der Gesamtstichprobe) und 29 Prozent kaufen immer oder häu-

¹² Ein bewusstes Energieverbrauchsverhalten ist unter jungen Menschen bereits weit verbreitet. In der Shell Jugendstudie 2010 wird aus mehreren abgefragten Klimaschutzaktivitäten am häufigsten angegeben, „bewusst Strom zu sparen und weniger zu heizen“ (Shell Deutschland Holding 2010). Das Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2014 kam zum Ergebnis, dass 78 Prozent der befragten 15- bis 24-Jährigen bewusst Energie sparen (Michelsen et al. 2015).

¹³ Das Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2014 konstatiert eine breite Befürwortung der Energiewende: 92 Prozent der 15- bis 24-jährigen Befragten sprechen sich für die Energiewende aus (Michelsen et al. 2015).

fig Fisch aus nachhaltiger Fischerei (zu 38 Prozent der Gesamtstichprobe). Viele junge Menschen legen damit ein klares Bekenntnis zu einer umweltschonenden Ernährungsweise ab – allerdings weniger deutlich als der Bevölkerungsdurchschnitt.

„Ernährung hat den größten Konsumanteil im Alltag. Wenn es um Bio-Produkte geht, geht es nicht nur vordergründig darum, dass die ökologisch korrekt angebaut sind, sondern natürlich auch darum, dass es einfach gutes Essen ist. Und dass man auch selber seinem Körper bestimmte Schadstoffe nicht zumuten möchte.“ (Fokusgruppe mit Vertreter/innen des jungen Milieus)

Im Zusammenhang mit umweltbewussten Ernährungsstilen werden in den qualitativen Studien auffallend häufig die Themen einer **vegetarischen und veganen Ernährung** aufgebracht. Unter jungen Menschen scheint es ein zunehmendes Bewusstsein für die ökologischen Folgen des Fleischkonsums zu geben, und fleischreduzierte und fleischlose Essgewohnheiten gewinnen an Attraktivität.

„Also was jetzt bei uns persönlich als cool gilt, ist vegan oder vegetarisch zu leben. Das sind ja schon ein paar Leute, die wir kennen. Und ich persönlich finde das schon gut. Also ich könnte es, glaube ich, selbst nicht durchziehen, aber ich finde das gut, weil es einfach so diszipliniert rüberkommt. Also man hat Respekt vor den Leuten und wie die sich ernähren. Also ich finde, auf so was kann man auch stolz sein, wenn man es macht.“ (Interview mit 15-jährigen Realschülerinnen)

Auch die Repräsentativbefragung zeigt, dass eine Umstellung der Ernährung, in der nur noch wenig Fleisch gegessen und dadurch Umweltbelastungen vermindert werden, in den Vorstellungen der meisten 14- bis 25-Jährigen sehr viel oder etwas zu einem guten Leben beitragen würde (59 Prozent – und damit etwas weniger als in der gesamten Stichprobe, in der die Zustimmung bei 67 Prozent liegt). Allerdings fällt es den meisten jungen Menschen aktuell schwer auf Fleisch zu verzichten – etwa, weil sie es für einen wichtigen Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung halten. So geben Jugendliche und junge Erwachsene deutlich häufiger an, oft Fleisch zu essen (4-5 Mal pro Woche, 6 Mal pro Woche oder täglich) als alle Befragte (47 Prozent gegenüber 34 Prozent). Auch ist die Gruppe der 14- bis 25-Jährigen, die sehr selten Fleisch essen (einmal pro Woche oder seltener) kleiner (13 Prozent) als unter allen Befragten (22 Prozent). Allerdings ernähren sich unter den Jugendlichen und jungen Erwachsenen mehr Befragte gänzlich fleischlos (vier Prozent) als in der gesamten Stichprobe (zwei Prozent).

Labels haben auch für Jugendliche und junge Erwachsene eine Orientierungsfunktion beim ökologischen oder sozialverträglichen Einkauf. Unter den abgefragten Umweltzeichen sind das deutsche Bio-Siegel, die Energieeffizienzklassen-Auszeichnung, das Fairtrade-Label, das FSC-Label, das MSC-Label und der Blaue Engel in der Altersgruppe der 14- bis 25-Jährigen am bekanntesten. Weniger gut bekannt sind das EU-Ecolabel und das GOTS-Zeichen. Die Bekanntheitswerte für einen Teil dieser Umweltzeichen sind ähnlich hoch wie in der Gesamtstichprobe.¹⁴ Das Umweltzeichen Blauer Engel ist mit 85 Prozent unter den 14- bis 25-jährigen Befragten etwas weniger gut bekannt als unter allen Befragten (92 Prozent).¹⁵ Deutlich bekannter als in der Gesamtstichprobe sind unter jungen Men-

¹⁴ Das deutsche Bio-Siegel kennen 98 Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 95 Prozent aller Befragten; die Energieeffizienzklassen-Auszeichnung kennen 93 Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 95 Prozent aller Befragten; das MSC-Label kennen 61 Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 64 Prozent aller Befragten; das GOTS-Zeichen kennen neun Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 17 Prozent aller Befragten; das EU-Ecolabel kennen neun Prozent der 14- bis 25-Jährigen und zehn Prozent aller Befragten.

¹⁵ Für den Zeitvergleich werden an dieser Stelle die Werte für die 18- bis 29-jährigen Teilnehmer/innen der Repräsentativbefragung herangezogen. Sie zeigen, dass die Bekanntheit des Blauen Engel unter jungen Erwachsenen leicht gestiegen ist: während im Jahr 2010 72 Prozent der 18- bis 29-jährigen Befragten den Blauen Engel kennen (Borgstedt et al. 2011b, S. 18), sind es 2014 schon 85 Prozent.

schen das EU-Bio-Siegel, das FSC-Label, das PEFC-Label und das Fairtrade-Label.¹⁶ Einige Umweltzeichen sind demnach als Kennzeichnung für ökologischen oder sozialverträglichen Konsum von Jugendlichen und jungen Erwachsenen durchaus von strategischer Relevanz – zumindest legen ihre hohen Bekannthetswerte unter jungen Menschen im Vergleich zur Gesamtstichprobe dies nahe. Die hohe Bekanntheit des Fairtrade-Labels lässt zudem vermuten, dass Themen wie fairer Handel und globale Gerechtigkeit für junge Menschen von besonderer Bedeutung sind.

Ferner üben Ansätze für bewussten Konsum eine gewisse Faszination auf junge Menschen aus. So werden in den Interviews und in der Fokusgruppe als umweltschützende Handlungsmöglichkeiten Beispiele wie die Reduktion des eigenen Textilkonsums, der Anbau von Obst- und Gemüse in Urban Gardening-Initiativen und Bienenzüchten genannt.

5.3 Sharing attraktiv für junge Menschen, Second Hand teils-teils

Schon in der Umweltbewusstseinsstudie 2010 wurde ein starkes Interesse an Konsumstrategien des „Nutzen statt Besitzen“ – gemeint sind damit Miet- und Ausleihangebote für Gebrauchsgüter – in der jungen Generation festgestellt (Borgstedt et al. 2011b). In den Untersuchungen der aktuellen Studie ist ein anhaltendes Interesse an Konzepten der „Sharing Economy“ zu verzeichnen.

Sharing-Konzepte als Alternative zum Individualkonsum waren vor allem in der Fokusgruppe mit den jungen Erwachsenen ein Thema. Hier wurden entsprechende Ansätze offen und interessiert diskutiert, mit einem deutlichen Schwerpunkt auf Car-Sharing. Im Alltag der Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahren ist Sharing hingegen (noch) wenig präsent. Auch bleibt häufig offen, ob sie sich die Nutzung in Zukunft vorstellen können; teilweise bestehen Zweifel etwa hinsichtlich der Praktikabilität entsprechender Angebote. In ihren Vorstellungen geht das Teilen von Gegenständen zudem nicht zwingend mit Umweltschutz einher – jedenfalls werden entsprechende Verhaltensweisen als Beispiele für umweltfreundliche Handlungsmöglichkeiten ungestützt nur äußerst selten angebracht.

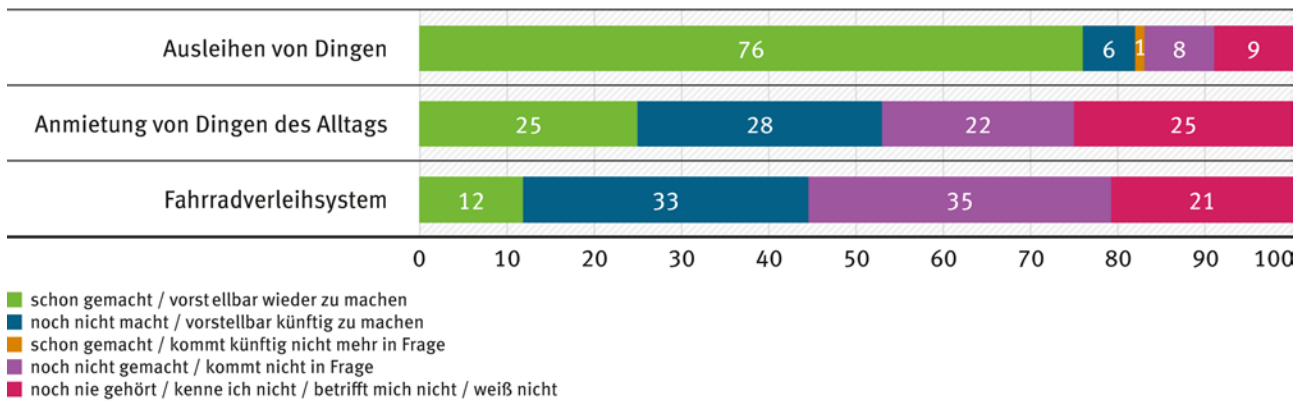
Fragt man gestützt danach, welchen Beitrag das Tauschen, Ausleihen, Reparieren oder Weitergeben von vorhandenen Produkten zu einem guten Leben leisten kann, so fällt die Antwort bei jungen Menschen überdurchschnittlich positiv aus: 79 Prozent der 14- bis 25-Jährigen – gegenüber 75 Prozent in der Gesamtstichprobe – geben zu Protokoll, dass diese Konzepte sehr viel oder etwas zu einem guten Leben beitragen können. Tatsächliche Erfahrungen und zukünftiges Interesse an dem Ausleihen beziehungsweise Verleihen von Dingen im privaten Umfeld liegen bei 76 Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten vor (Abbildung 5); in der Gesamtstichprobe sind es 74 Prozent. Dagegen wird das Mieten von Gegenständen von Jüngeren weniger häufig praktiziert als von der Gesamtstichprobe: 25 Prozent der 14- bis 25-Jährigen geben an, dies schon einmal gemacht zu haben; unter allen Befragten sind es 34 Prozent. Mit 28 Prozent der 15- bis 24-Jährigen können es sich etwa gleich viele Unerfahrene zukünftig vorstellen.

Im Bereich der Mobilität gibt es unter anderem mit dem Bike-Sharing ebenfalls etablierte Angebote für die geteilte Nutzung. Öffentliche und private Fahrradverleih-Angebote werden bereits von zwölf Prozent der 14- bis 25-Jährigen genutzt und 33 Prozent können sich die Nutzung zukünftig vorstellen (Abbildung 5). In der Gesamtstichprobe nutzen etwas mehr Personen schon heute entsprechende Angebote, nämlich 14 Prozent; das Potenzial in der Gesamtstichprobe ist jedoch im Vergleich zu den 14- bis 25-Jährigen etwas geringer (26 Prozent der gesamten Stichprobe haben noch keine

¹⁶ Das EU-Bio-Siegel kennen 47 Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 27 Prozent aller Befragten; das FSC-Label kennen 75 Prozent der 14- bis 25-Jährigen gegenüber 47 Prozent aller Befragten; das PEFC-Label kennen 31 Prozent der 14- bis 25-Jährigen und 16 Prozent aller Befragten; das Fairtrade-Label kennen 86 Prozent der 14- bis 25-Jährigen gegenüber 76 Prozent aller Befragten.

Fahrradverleihsysteme genutzt, können es sich aber für die Zukunft vorstellen, also sieben Prozentpunkte weniger als bei den 14- bis 25-Jährigen).

Abbildung 5: Erfahrungen mit und Interesse an Sharing-Konzepten bei jungen Menschen



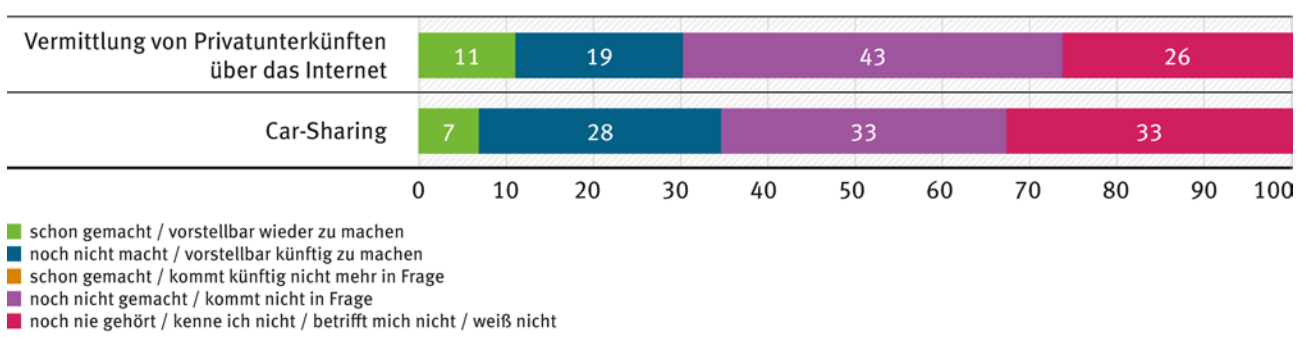
Frage:
 Man muss Dinge nicht kaufen und besitzen, um sie zu benutzen. Man kann sie auch leihen, mieten oder gemeinsam benutzen. [...] Welche der folgenden Arten dieses geteilten Konsums haben Sie schon einmal ausprobiert, welche können Sie sich vorstellen und welche kommen für Sie nicht in Frage?
 Haben Sie schon einmal ...
 ... Dinge in einem Geschäft oder über das Internet gegen eine Gebühr gemietet?
 ... Dinge an andere verliehen oder von ihnen ausgeliehen?
 ... in ihrem Alltag ein Fahrradverleihsystem genutzt?
 (Antwortvorgaben: Habe ich bereits gemacht; habe ich noch nicht gemacht; davon habe ich noch nie gehört; kenne ich nicht; betrifft mich nicht; weiß nicht)
 Nachfrage, wenn „Habe ich bereits gemacht“: Könnten Sie sich vorstellen, das künftig wieder zu machen oder kommt das für Sie nicht mehr in Frage?
 (Antwortvorgaben: Ja, kann mir vorstellen, das künftig wieder zu machen; nein, kommt für mich nicht mehr in Frage; weiß nicht)
 Nachfrage, wenn „Habe ich noch nicht gemacht“: Könnten Sie sich vorstellen, das künftig zu machen oder kommt das für Sie nicht in Frage?
 (Antwortvorgaben: Ja, kann mir vorstellen, das künftig zu machen; nein, kommt für mich nicht in Frage; weiß nicht)

N=251, Onlinebefragung, Stichprobe 14–25 Jahre
 Angaben in Prozent (Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt)

Car-Sharing und das online-vermittelte Übernachten in Privatunterkünften von Fremden sind Angebote, die aufgrund bestimmter Nutzungsvoraussetzungen (wie zum Beispiel der Führerscheinbesitz) nur für Volljährige in Frage kommen. Daher gelten die folgenden Angaben lediglich für die 18- bis 25-jährigen Befragten der Studie. Unter ihnen hat gut jede oder jeder Zehnte schon einmal ein Internetportal zur Vermittlung von Übernachtungsmöglichkeiten genutzt und etwa ein Viertel der Unerfahrenen kann es sich zukünftig vorstellen. Im Vergleich fallen die Erfahrungen und die Nutzungsbereitschaft in der Gesamtstichprobe geringer aus (unter allen Befragten nutzen sechs Prozent bereits Wohnvermittlungsportale und zwölf Prozent der Unerfahrenen können es sich zukünftig vorstellen). Ein ähnliches Verhältnis liegt bei der geteilten Autonutzung vor: sieben Prozent der 18- bis 25-Jährigen haben bereits Erfahrungen mit Car-Sharing gemacht, 28 Prozent der Unerfahrenen können es sich für die Zukunft vorstellen (Abbildung 6). Beide Werte liegen über denen der Gesamtstichprobe (unter allen Befragten nutzen vier Prozent bereits Car-Sharing und 21 Prozent der Unerfahrenen können es sich zukünftig vorstellen) – unter den jungen Erwachsenen befinden sich also viele aktive und potenzielle Nutzerinnen und Nutzer eigentumsunabhängiger Formen von Mobilität.¹⁷

¹⁷ Canzler und Knie (2015) konstatieren ausgehend von einer Verschiebung der Wertpräferenzen bei der Verkehrsmittelwahl vor allem bei jungen Menschen einen Bedeutungszuwachs von Car-Sharing und öffentlichen Verkehr, in Verbindung mit einer Zunahme der multimodalen Verkehrspraxis.

Abbildung 6: Erfahrungen mit und Interesse an Sharing-Konzepten bei 18- bis 25-Jährigen



Frage:
 Man muss Dinge nicht kaufen und besitzen, um sie zu benutzen. Man kann sie auch leihen, mieten oder gemeinsam benutzen. [...] Welche der folgenden Arten dieses geteilten Konsums haben Sie schon einmal ausprobiert, welche können Sie sich vorstellen und welche kommen für Sie nicht in Frage?
 Haben Sie schon einmal ...
 ... eine Privatunterkunft über das Internet anderen angeboten oder bei anderen in Anspruch genommen?
 ... Car-Sharing genutzt?
 (Antwortvorgaben: Habe ich bereits gemacht; habe ich noch nicht gemacht; davon habe ich noch nie gehört; kenne ich nicht; betrifft mich nicht; weiß nicht)
 Nachfrage, wenn „Habe ich bereits gemacht“: Könnten Sie sich vorstellen, das künftig wieder zu machen oder kommt das für Sie nicht mehr in Frage?
 (Antwortvorgaben: Ja, kann mir vorstellen, das künftig wieder zu machen; nein, kommt für mich nicht mehr in Frage; weiß nicht)
 Nachfrage, wenn „Habe ich noch nicht gemacht“: Könnten Sie sich vorstellen, das künftig zu machen oder kommt das für Sie nicht in Frage?
 (Antwortvorgaben: Ja, kann mir vorstellen, das künftig zu machen; nein, kommt für mich nicht in Frage; weiß nicht)

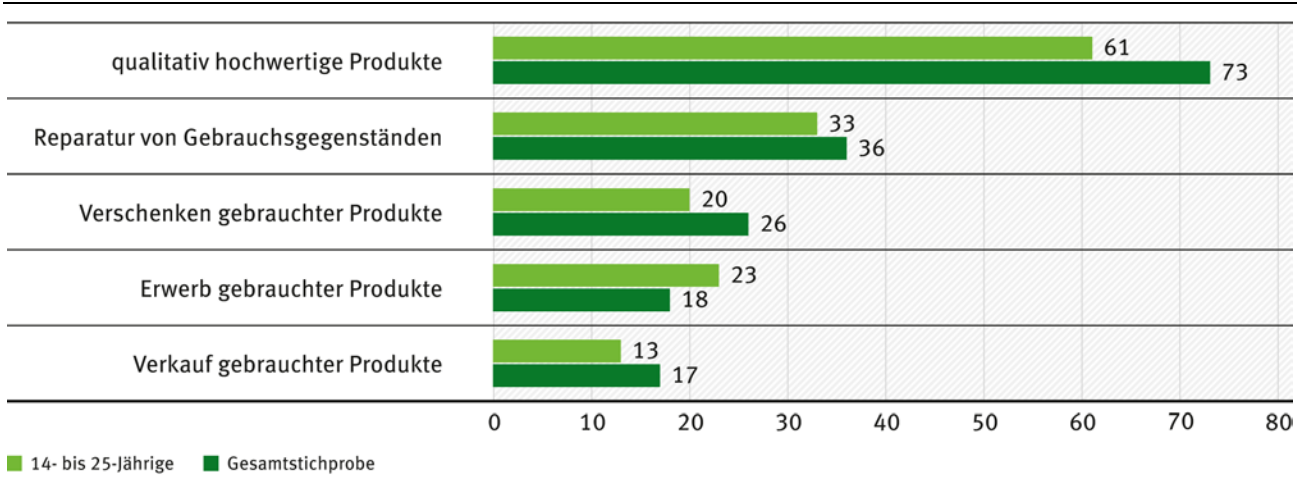
N=170, Onlinebefragung, Stichprobe 18–25 Jahre
 Angaben in Prozent (Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt)

Während das Sharing-Thema besonders bei jungen Menschen also ein großes Potenzial hat, sind Themen wie Langlebigkeit und Second Hand für diese Gruppe nur hinsichtlich des Erwerbs, nicht jedoch mit Blick auf die Weitergabe von gebrauchten Gegenständen attraktiv. Dies hängt aller Wahrscheinlichkeit nach mit dem geringeren Ausstattungsgrad mit Geräten und Alltagsgegenständen junger Menschen zusammen. So berichten die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in den qualitativen Befragungen diesbezüglich weniger von eigenen Erfahrungen, sondern vielmehr von Beobachtungen aus dem persönlichen Umfeld – etwa dass ihre Eltern Möbel oder nicht mehr getragene Kleidung an Umsonstkaufhäuser spenden.

„Wenn man Möbel spendet und die dann jemand anderes kauft, dann ist es besser für den Geldbeutel und es müssen nicht mehr so viele Möbel hergestellt werden. Also wenn man jetzt was kauft, was schon jemand hatte, dann muss es nicht mehr neu hergestellt werden.“ (Interview mit 15-jährigen Realschülerinnen)

In der Repräsentativbefragung geben 73 Prozent der Gesamtstichprobe an, beim Kauf von Produkten immer oder häufig darauf zu achten, dass sie qualitativ hochwertig sind; bei den 14- bis 25-Jährigen sind dies nur 61 Prozent (vermutlich weil hochwertige oftmals auch teurere Produkte sind) (Abbildung 7). Wenn es um die Reparatur von Gebrauchsgegenständen beziehungsweise das Verschlecken oder den Verkauf gebrauchter Gegenstände geht, geben weniger junge Menschen als der Gesamtdurchschnitt an, dies immer oder häufig zu tun. Lediglich beim Kauf gebrauchter Produkte verhält es sich genau andersherum, was auf den aktuellen „Vintage-Trend“ sowie die begrenzten finanziellen Ressourcen junger Menschen und insbesondere von Jugendlichen zurückgeführt werden kann. Hier geben 23 Prozent der 14- bis 25-Jährigen an, dies immer oder häufig zu tun, gegenüber 18 Prozent der gesamten Stichprobe.

Abbildung 7: Kauf- und Nutzungsbereitschaft für Angebote zur Verlängerung der Nutzungsdauer (Anteil „immer“ beziehungsweise „sehr häufig“)



Frage:
 Im Folgenden geht es um weitere Verhaltensweisen im Umgang mit Produkten.
 Bitte geben Sie an, wie häufig Sie im letzten Jahr ...
 ... beim Kauf von Produkten darauf geachtet haben, dass sie qualitativ hochwertig sind.
 ... Gebrauchsgegenstände, die nicht mehr funktionierten, sofern möglich, repariert haben oder repariert haben lassen.
 ... bevor Sie ein Produkt neu gekauft haben, versucht haben es gebraucht über das Internet oder auf dem Trödelmarkt/Flohmarkt zu erwerben.
 ... wenn Sie ein Produkt selbst nicht mehr gebraucht haben, dieses über das Internet oder auf dem Trödelmarkt/Flohmarkt verkauft oder getauscht haben.
 ... wenn Sie ein Produkt selbst nicht mehr gebraucht haben, dieses an Freunde oder Bekannte oder über das Internet verschenkt haben.

Werte für die Stichprobe 14–25 Jahre: N=251, Onlinebefragung
 Werte für die Gesamtstichprobe: N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren
 Angaben in Prozent (Abweichungen zu den in der Broschüre [BMUB und UBA 2015] angeführten Werte für die Gesamtstichprobe sind rundungsbedingt)

5.4 Potenziale für das Engagement im Umwelt- und Naturschutz bei jungen Menschen

Aktuell geben neun Prozent der 14- bis 25-Jährigen an, dass sie sich bereits aktiv für den Umwelt- und Naturschutz engagieren. In der Gesamtstichprobe sind es etwas weniger, die sich bereits aktiv für den Umwelt- und Naturschutz engagieren, nämlich acht Prozent. Das grundsätzliche Interesse junger Menschen liegt bei 50 Prozent – so viele junge Menschen geben in der Repräsentativbefragung an, dass sie sich ein Engagement vorstellen können.

Um den Zeitvergleich zu älteren Umweltbewusstseinsstudien zu ermöglichen, in denen andere Altersgruppen befragt wurden, werden an dieser Stelle die Werte für die 18- bis 29-Jährigen der aktuellen Umfrage herangezogen. Unter ihnen geben neun Prozent ein aktives Engagement für den Umwelt- und Naturschutz zu Protokoll, vier Jahre zuvor waren es noch zwölf Prozent (Borgstedt et al. 2011b). Damit ist der freiwillige Einsatz für Belange des Umwelt- oder Naturschutz der 18- bis 29-Jährigen in den letzten vier Jahren leicht zurückgegangen.

Es sind vor allem Themen und Aktivitäten, die einen Bezug zum eigenen Alltag haben und die im Rahmen des individuellen Zeitbudgets erfüllbar sind, an denen sich junge Menschen interessiert zeigen (Calmbach et al. 2012).¹⁸ Die Motive sind je nach Engagementform sehr unterschiedlich und

¹⁸ Das ehrenamtliche Engagement neben dem Schul- oder Ausbildungsalltag ist unter Zwölf- bis 19-Jährigen allgemein recht verbreitet. Laut aktueller JIM-Studie engagiert sich die Hälfte der Jugendlichen regelmäßig ehrenamtlich, darunter betätigt sich knapp ein Viertel als Trainer/in oder im Vorstand eines Sportvereins, 17 Prozent übernehmen ehrenamtlich Tutor/in- oder Mentor/in-Funktionen in der Schule (MPFS 2014).

können sowohl altruistisch als auch egotaktisch sein (ebd.). Zum Beispiel bietet die Mitarbeit in einem Umweltverband Lernchancen und berufliche Orientierung und Möglichkeiten zur Erlangung sozialer Kompetenzen; die nicht nur, aber auch für das spätere Berufsleben wichtig sind. Zudem erwerben junge Menschen im Zuge eines freiwilligen Engagements Fähigkeiten und Erfahrungen, Sensibilität und Interesse für Umweltthemen. Damit steigen die Chancen, dass sie auch als Erwachsene aktiv bleiben.

Für den Umwelt- oder Naturschutz aktive junge Menschen engagieren sich laut aktueller Repräsentativbefragung schwerpunktmäßig in den großen Umwelt- oder Naturschutzverbänden (fünf Prozent der 14- bis 25-Jährigen Befragten; dies sind zwei Prozentpunkte mehr als in der Gesamtstichprobe, in der lediglich drei Prozent Mitglied in einem der großen Umwelt- oder Naturschutzverbände ist). Mit drei Prozent Aktiven ist die Mitarbeit in zeitlich befristeten Umweltschutz-Projekten ebenfalls verhältnismäßig beliebt (unter allen Befragten sind es zwei Prozent). Die beiden genannten Formen des freiwilligen Engagements werden mit jeweils 22 Prozent auch von den tendenziell an einem Umweltschutzengagement Interessierten unter den 14- bis 25-Jährigen als potenzielle Unterstützungsmöglichkeiten am häufigsten genannt.

Folglich sind das tatsächliche ehrenamtliche Engagement für den Umwelt- und Naturschutz unter jungen Menschen und auch die potenzielle Bereitschaft dazu ähnlich (wenig) verbreitet wie in der Gesamtstichprobe. Auch in den Diskussionen und Interviews mit Jugendlichen und jungen Menschen hat sich gezeigt, dass das Wissen um konkrete Möglichkeiten für freiwilliges Engagement und geeignete Anlaufstellen gering ist. Für einige stellt sich außerdem die Frage nach der Wirksamkeit und den Einflussmöglichkeiten des persönlichen Engagements.

„Aber am Ende denkt sich dann doch jeder, wen interessiert das denn jetzt, wenn ich mit ein paar anderen Freunden auf der Straße demonstriere gehe.“ (Interview mit 15-jährigen Hauptschülerinnen)

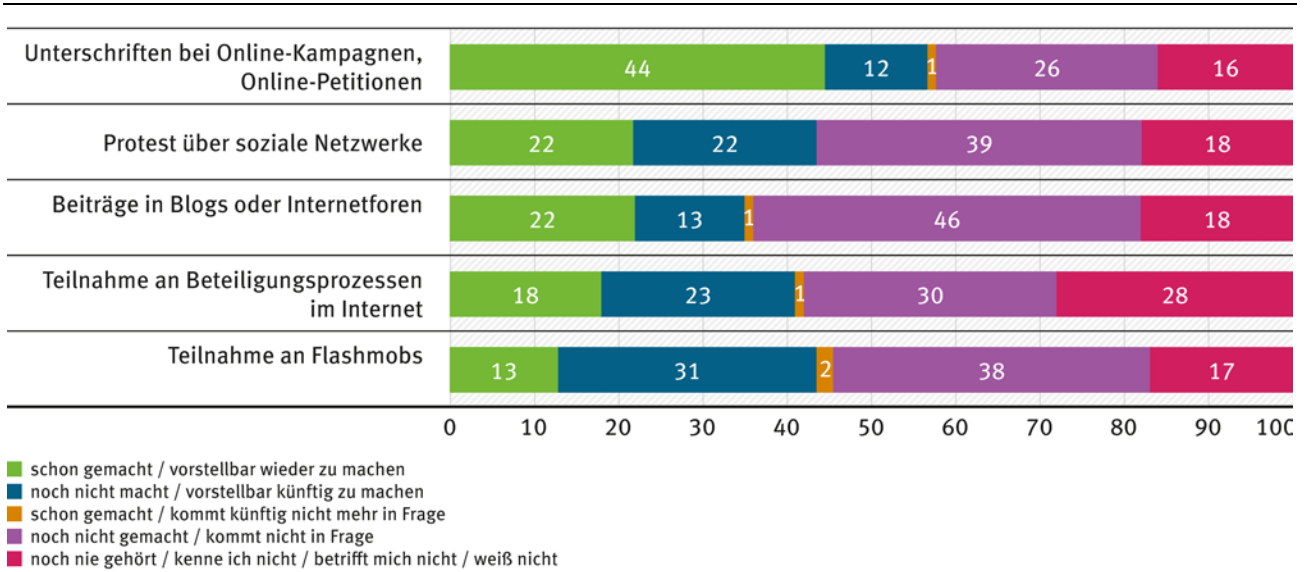
Das Internet bietet vielfältige Möglichkeiten, politische und gesellschaftliche Interessen und Aktivitäten zu realisieren (BMUB und UBA 2015, S. 66). Insbesondere zur Aktivierung junger Menschen für den Umwelt- und Naturschutz sind Online-Medien besonders geeignet.

„Ich hab mal in Frankfurt so eine WWF-Aktion für Pandas gesehen. Das ist eine coole Aktion gewesen. Da habe ich ein Bild gemacht und habe es bei Instagram gepostet und hab das auch markiert und halt Hashtag WWF und so was geschrieben. Und fand dann auch wiederum cool, dass die das dann geliked haben. Also die haben ja auch einen Account, WWF Deutschland. Und dass man vielleicht darüber so ein bisschen Kontakt zu so Organisationen hat. Aber jetzt nicht unbedingt, weil man irgendwie an der Umwelt interessiert ist.“ (Interview mit 14- bis 15-jährigen Gymnasialschülern)

Die Umfrage zeigt, dass fast die Hälfte der 14- bis 25-Jährigen schon einmal bei Onlinekampagnen und Online-Petitionen unterschrieben hat (44 Prozent; 10 Prozent mehr als in der Gesamtstichprobe) beziehungsweise dies noch nicht getan, es sich aber zukünftig vorstellen kann (12 Prozent) (Abbildung 8). Auch der Protest über soziale Netzwerke findet in der jungen Generation deutlich mehr Anklang als in der Gesamtstichprobe: 22 Prozent haben damit bereits Erfahrungen gesammelt und genauso viele geben an, Interesse an dieser Form des Engagements zu haben. Das sind jeweils doppelt so viele Personen wie in der Gesamtstichprobe. Erfahrungen mit dem Verfassen von Blog-Artikeln oder Beiträgen in Internetforen haben ebenfalls recht viele 14- bis 25-Jährige bereits gemacht: 22 Prozent gegenüber 15 Prozent aller Befragten der Studie. Dass fast ein Fünftel der jungen Befragten schon einmal an politischen Beteiligungsprozessen im Internet teilgenommen hat und fast

ein Viertel sich dies zukünftig vorstellen kann¹⁹, zeigt das Mobilisierungspotenzial für politische Themen der Online-Medien unter jungen Menschen. Niedrigschwellige Möglichkeiten, die sich gut in die Alltagswelten und Mediennutzungsgewohnheiten junger Menschen integrieren lassen, können ihre Aktivitätsbereitschaft also erhöhen. Innerhalb der Gruppe der 14- bis 25-jährigen Befragten haben 13 Prozent schon einmal an so genannten „Flashmobs“, also an Treffen und Aktionen, zu denen man sich spontan im Internet verabredet, teilgenommen; deutlich mehr als Personen aus der Gesamtstichprobe (vier Prozent). Da die Organisatoren von Flashmobs vor allem junge Menschen adressieren, ist dieser deutliche Unterschied allerdings erwartbar.

Abbildung 8: Erfahrungen mit und Interesse an internetgestützten Formen der Bürgerbeteiligung bei jungen Menschen



Frage:
 Das Internet bietet Bürgerinnen und Bürgern verschiedene Möglichkeiten, Einfluss zu nehmen und ihre Meinung zu äußern. Haben Sie schon einmal...
 ... eigene Beiträge in Blogs oder Internetforen geschrieben?
 ... an Protesten über soziale Netzwerke (zum Beispiel Facebook, Twitter) teilgenommen?
 ... an sogenannten „Flashmobs“ (Treffen und Aktionen, zu denen man sich im Internet verabredet) teilgenommen?
 ... Unterschriften bei Onlinekampagnen oder Onlinepetitionen (zum Beispiel bei Cam-pact.de) geleistet?
 ... an politischen Beteiligungsprozessen im Internet (zum Beispiel Beteiligungsportale von Kommunen oder Bundesländern, E-Voting) teilgenommen?
 (Antwortvorgaben: Habe ich bereits gemacht; habe ich noch nicht gemacht; davon habe ich noch nie gehört; kenne ich nicht; betrifft mich nicht; weiß nicht).

N=251, Onlinebefragung, Stichprobe 14–25 Jahre
 Angaben in Prozent (Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt)

¹⁹ 28 Prozent der Teilstichprobe haben angegeben, dass die Teilnahme an politischen Beteiligungsprozessen sie nicht betrifft beziehungsweise entsprechende Möglichkeiten unbekannt sind. Diese Antworten stammen vor allem von den unter 18-Jährigen, die beispielsweise zur Teilnahme an E-Voting-Verfahren aufgrund ihres Alters nicht berechtigt sind.

6 Umweltkommunikation und Umweltbildung aus Sicht der interviewten Jugendlichen

In den qualitativen Befragungen der vorliegenden Umweltbewusstseinsstudie und insbesondere in den Interviews mit 14- bis 17-Jährigen wurde unter anderem das Thema Umweltkommunikation behandelt. Die nachfolgenden Ausführungen zu Erfahrungen und Anforderungen der Jugendlichen an die Umwelt- und Nachhaltigkeitskommunikation beziehen sich also lediglich auf die qualitativen Befunde und sind nicht repräsentativ für junge Menschen.

Die Vermittlung von Umweltwissen in **Schulen** ist laut Auskunft der interviewten Jugendlichen unzureichend. Vor allem in den naturwissenschaftlichen und gesellschaftsbezogenen Unterrichtsfächern gibt es durchaus Anknüpfungspunkte für Themen rund um Umwelt und Umweltschutz, die aber noch nicht angemessen (aktuell, interessant aufbereitet, lösungsorientiert, kompetenzvermittelnd) genutzt werden. Nur vereinzelt berichten die Jugendlichen (und unter ihnen vor allem die Gymnasialschüler/innen), dass Umweltthemen im Unterricht behandelt oder Fernseh-Dokumentationen beispielsweise zur Plastik- oder Ressourcenproblematik gezeigt werden.

„Ich fände gut, wenn wir mehr über Umweltprobleme sprechen in der Schule. Weil man kann nix machen, wenn man nichts darüber weiß. Man muss sich erstmal darüber informieren. Und weil man sich alleine nicht so oft informiert, fände ich’s hilfreich, wenn die Schulen das übernehmen, weil ich finde, die Schulen sind unter anderem auch dafür da.“ (Interview mit 15-jährigen Hauptschülerinnen)

„Wie viel habt Ihr in der Schule mit solchen Themen zu tun?“ „Also im letzten Halbjahr hatten wir wirklich viel mit der Umwelt zu tun, denk ich, weil wir haben es nicht nur in Politik und Wirtschaft gehabt, sondern wir haben sogar auf Englisch über die Umwelt gesprochen.“ „Zu viel?“ „Nein, ich glaube nicht, dass man zu viel sagen kann. Aber ich glaube, dass man so nicht alles mitbekommt. Also ich weiß nicht, in den Schulbüchern sind es irgendwelche veralteten Statistiken und vielleicht sollte man es eher auf die heutigen Themen beschränken. Oder dass man es so macht, dass man irgendwie selbst versucht Lösungen herauszufinden.“ (Interview mit 16-17-jährigen Gymnasialschülern)

Die Mediatisierung des Jugendalltags²⁰ bieten auch der Umweltkommunikation Chancen. Allerdings erreicht die aktuelle Umweltkommunikation in den **Massenmedien** und im **Internet** Jugendliche nur sehr punktuell. Am ehesten bleiben ihnen umweltbezogene TV-Dokumentationen und die Nachrichtenberichterstattung bei Umweltkatastrophen in Erinnerung – was zu dem im Rahmen dieser Studie festgestellten hohen Problembewusstsein junger Menschen passt (siehe Kapitel 4.2.2).

„Es wird nicht viel über die Umwelt berichtet. Ich hab über die Umwelt nicht wirklich viele Sachen gesehen im Fernsehen. Höchstens in Dokumentation, wenn sie über Tiere reden, dann sagen sie auch wegen der Umwelt, warum es so ist, dass weniger Tiere leben. Aber sonst so grob gesagt, auf RTL, Pro7 hört man so etwas gar nicht.“ (Interview mit 17-jährigen männlichen Auszubildenden)

„Also ich glaub, wenn das in den Medien öfters erwähnt würde, dass die Umwelt geschadet wird und es so eine spaßige Challenge dazu gibt, dann würde es, glaub ich, mit dem Umweltschutz auch ein bisschen mehr klappen.“ (Interview mit 17-jährigen Fachoberschülerinnen)

²⁰ Jugendliche verfügen laut JIM-Studie 2014 über ein breit gefächertes Medienrepertoire. Mit 97 Prozent besitzt praktisch jede/r Zwölf- bis 19-Jährige ein eigenes Mobiltelefon (Smartphone: 88 Prozent). Neun von zehn Jugendlichen (92 Prozent) können vom eigenen Zimmer aus auf das Internet zugreifen. Etwa drei Viertel besitzen einen eigenen Computer oder Laptop (76 Prozent), gut die Hälfte einen Fernseher (56 Prozent) und bereits jede/r fünfte Zwölf- bis 19-Jährige einen Tablet-Computer (20 Prozent) (MPFS 2014).

In den **sozialen Netzwerken und Online-Communities** (Instagram, Facebook und so weiter) und in der darüber stattfindenden Kommunikation mit den Peergruppen werden die Jugendlichen ebenfalls nicht mit (zielgruppenadäquaten) Umweltthemen und Handlungsaufforderungen konfrontiert.

„Ich bin auf Facebook und da bin ich früher mal so einem Tierschutzverein gefolgt. Immer wenn ich jetzt auf Facebook bin, sehe ich so Sachen von denen, aber es geht einfach immer nur ums Spenden und das ist nichts für mich, weil ich halt nicht so viel Geld hab.“ (Interview mit 15-jährigen Hauptschülerinnen)

Die **Erwartungen der Jugendlichen an die Umweltbildung und Umweltkommunikation** sind hoch. Die Schule als Bildungsinstitution ist ihrer Auffassung nach ein wichtiger Wissens- und Informationsvermittler. Vor diesem Hintergrund erwarten sie eine stärkere Verankerung von Umweltthemen im Schul- und Bildungssystem, eine alltagsbezogene Aufbereitung relevanter Inhalte und mobilisierende Lern- und Handlungsangebote. Ihre eigene Rolle dabei entspricht ihrer Auffassung nach eher der von Informationsempfänger/innen; Möglichkeiten, wie sie selbst im schulischen Kontext aktiv werden können (zum Beispiel in Arbeits- oder Projektgruppen), werden in den Interviews nicht weiter thematisiert. Aus den Interviews mit Jugendlichen entsteht der Eindruck, dass die Potenziale für eine zielgruppengerechte Umweltkommunikation in den Medien und insbesondere im Internet (weiterhin²¹) groß sind.

²¹ Vergleiche dazu etwa Borgstedt et al. 2011b und UBA 2011.

7 Verteilung junger Menschen auf Umwelttypen

In der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie wurden mit Hilfe statistischer Methoden fünf Umwelttypen identifiziert und in Bezug auf ihre Umwelteinstellungen und ihr Umweltverhalten charakterisiert: Die Nachhaltigkeitsorientierten, die Umweltbesorgten, die Orientierungsuchenden, die Wachstumsorientierten und die Umweltpassiven (BMUB und UBA 2015, S. 68 ff.). Junge Menschen sind in allen fünf Umwelttypen vertreten (Abbildung 9).

In der Alterskohorte der 14- bis 25-Jährigen sind **Nachhaltigkeitsorientierte**, die bezüglich umweltbewusstem Denken und Handeln eine Vorreiterrolle einnehmen, mit 15 Prozent im Vergleich zur Gesamtstichprobe (14 Prozent) leicht überrepräsentiert. Insbesondere Mädchen und junge Frauen sind unter den Nachhaltigkeitsorientierten mit 18 Prozent überdurchschnittlich häufig zu finden. Für die jungen Nachhaltigkeitsorientierten ist – meistens aufgrund ihrer Sozialisation und Prägung durch die Eltern – umweltbewusstes Denken und Handeln eine Selbstverständlichkeit. Aus der Sorge um den (zukünftigen) Zustand der Umwelt entwickeln sie schon in jungen Jahren eine hohe Bereitschaft zu Verantwortungsübernahme und individuellem Handeln. Sie treffen bewusste Konsumententscheidungen, greifen – sofern finanziell möglich – häufig zu biologischen und ökologischen Produkten und bestreiten ihre Mobilität möglichst umweltfreundlich. Soziale Innovationen stellen ein spannendes Wirkungsfeld für sie dar, ebenso wie aktive Engagementmöglichkeiten für den Umwelt- und Naturschutz.

Die **Umweltbesorgten** halten den Zustand der Welt für sehr bedenklich und setzen auf eine ökologische Modernisierung, die Wirtschaftswachstum und Nachhaltigkeit miteinander verknüpft. Bei diesem Typ sind in der Gesamtstichprobe höhere Altersgruppen überproportional und jüngere damit unterproportional vertreten. Während 22 Prozent der Gesamtstichprobe diesem Typ zuzuordnen sind, zählen unter jungen Menschen nur 13 Prozent dazu.

Die **Orientierungsuchenden** sind der Auffassung, dass ein „Weiter so“ nicht möglich ist. Gleichzeitig sind sie unsicher, was konkret getan werden kann und sorgen sich um ihren gewohnten Lebensstandard. Unter ihnen sind junge Menschen nur unterdurchschnittlich häufig vertreten: 16 Prozent gegenüber 20 Prozent in der Gesamtstichprobe. Das für die Orientierungsuchenden typische Streben nach sozialer und beruflicher Absicherung sowie ihr verlorenes Vertrauen in die gängigen Lösungsmuster (zum Beispiel Wirtschaftswachstum) sind bei jungen Menschen anscheinend (noch) nicht so stark ausgeprägt.

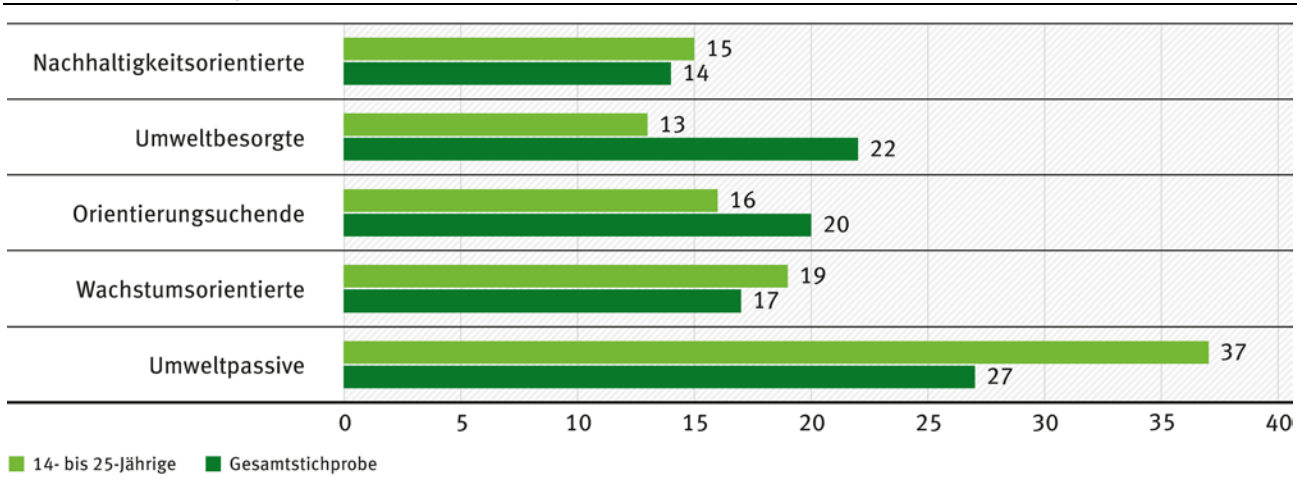
Während die drei genannten Typen eine relativ deutliche, teils sehr hohe Umweltorientierung aufweisen, sind die Wachstumsorientierten und Umweltpassiven weniger umweltaffin.

Die **Wachstumsorientierten** haben volles Vertrauen in Marktmechanismen und Wirtschaftswachstum. In Sachen Umwelt, denken sie, sei man auf einem guten Wege. In der Gesamtstichprobe macht dieser Typ 17 Prozent aus, bei jungen Menschen etwas mehr (19 Prozent). Den jungen Wachstumsorientierten begegnet Umwelt- und Klimaschutz vergleichsweise selten im Alltag, andere Themen haben für sie Priorität. Sie lehnen es ab, zugunsten von Umweltschutz auf (zukünftige) Privilegien ihres Lebensstils zu verzichten. Wirtschaftswachstum betrachten sie als wichtige Voraussetzung für die Bewältigung von Klimawandel und anderen Umweltproblemen.

Die **Umweltpassiven** schließlich interessieren sich nur wenig für Umweltthemen und ihre Bereitschaft zu nachhaltigem Verhalten ist gering. Dieser Typ steht für 27 Prozent in der Gesamtstichprobe; bei den 14- bis 25-Jährigen sind es zehn Prozentpunkte mehr (37 Prozent). Die für die Umweltpassiven kennzeichnende ich-bezogene Haltung und die Konzentration auf individuelle Probleme sind bei jungen Menschen, vor allem aufgrund ihrer biografischen Situation, vermutlich besonders stark ausgeprägt. Umweltignoranz ist aber selten der Grund für die Passivität der Jungen, sondern vielmehr konkurrierende Aufgaben, wie die Entwicklung einer eigenen Identität und das Zurechtfinden in der

globalisierten Welt unter dem Eindruck von Unsicherheitserfahrungen sowie hohem Erwartungs- und Leistungsdruck. Grüner Konsum, der für die Umweltpassiven ohnehin keine große Bedeutung hat, ist für die jungen Umweltpassiven offenbar noch weniger relevant.

Abbildung 9: Verteilung junger Menschen auf die Umwelttypen im Vergleich zur Gesamtstichprobe

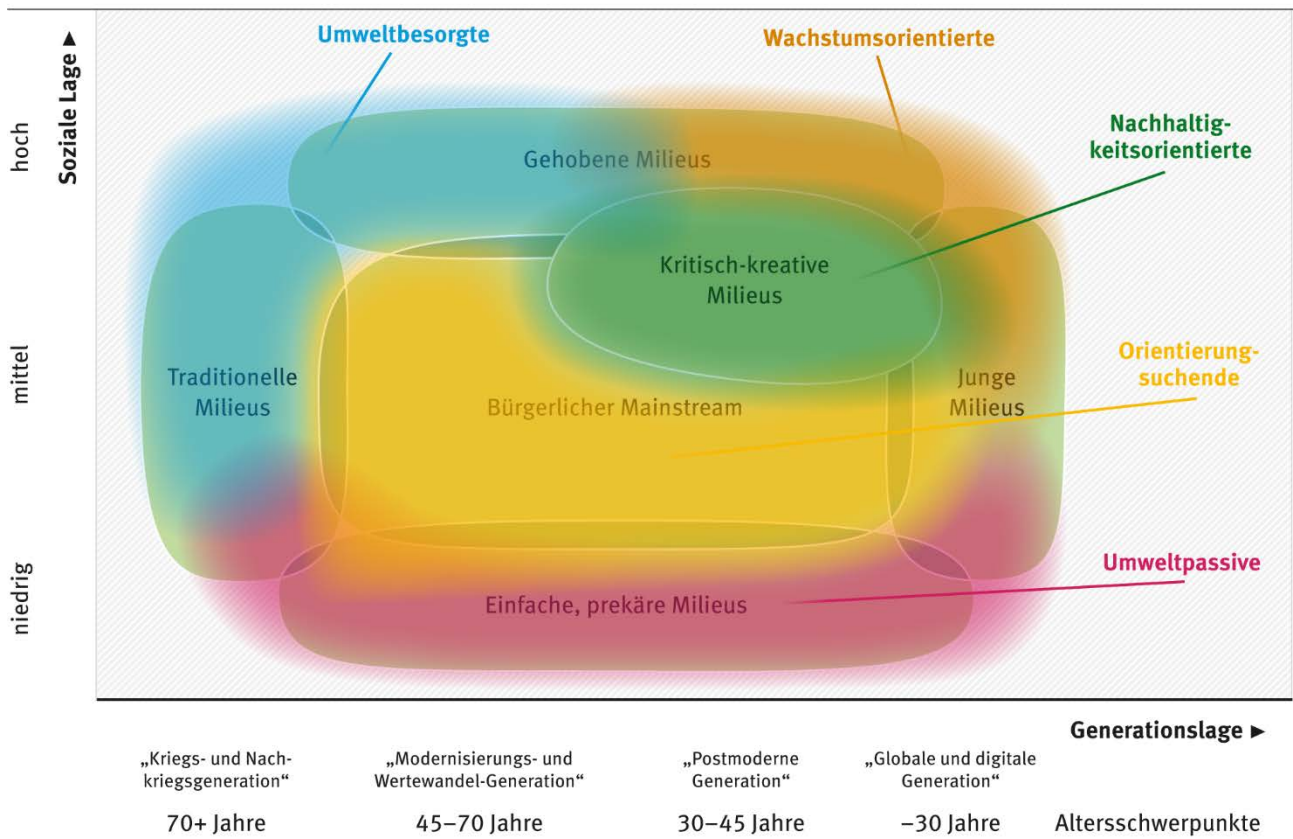


Werte für die Stichprobe 14–25 Jahre: N=251, Onlinebefragung
 Werte für die Gesamtstichprobe: N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren
 Angaben in Prozent

Eine Betrachtung der jungen Menschen in den identifizierten Umwelttypen vor dem Hintergrund des Modells der sozialen Milieus von sociodimensions²² zeigt weitere Zusammenhänge (Abbildung 10): Auf der Horizontalen des entsprechenden Positionierungsmodells finden sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Sektor ganz rechts, nämlich in der „globalen und digitalen Generation“ beziehungsweise bei den „jungen Milieus“. Mit Blick auf die Vertikale, das heißt die soziale Lage (Bildung, Einkommen, Sozialprestige), gehören die jungen Menschen aus höheren sozialen Lagen häufig zum Typus der Wachstumsorientierten; hier geht eine privilegierte Situation (höhere Formalbildung, etablierte Elternhäuser, gute Berufsaussichten und so weiter) offensichtlich einher mit einer dezidiert wirtschaftsfreundlichen Orientierung und einem eher geringen Stellenwert der Öko-Problematik. Junge Menschen aus mittleren sozialen Lagen gehören dagegen meist zum Typus der Orientierungsuchenden: Ausgeprägte Zweifel an der Möglichkeit eines „Weiter so“ stehen neben ebenso ausgeprägten Sorgen um den Erhalt von Wohlstand und (materieller) Lebensqualität. Junge Menschen aus den unteren sozialen Schichten hingegen finden sich vor allem bei den Umweltpassiven: Ihre benachteiligte materielle Situation und ihre geringere Formalbildung führen dazu, dass Umweltthemen eher im Hintergrund und Probleme der kurzfristigen Alltagsbewältigung mehr im Vordergrund stehen. Aufgrund des allgemein niedrigeren Lebensstandards dieses Teils der jungen Menschen ist davon auszugehen, dass sich hier überdurchschnittlich viele der „unfreiwilligen Zwangsklimaschützer“ (Borgstedt et al. 2011a, S. 15) befinden, für die zwar ein eher schwach ausgeprägtes Umweltbewusstsein, aber gleichzeitig auch eine geringere faktische Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen kennzeichnend ist. Jugendliche und junge Erwachsene finden sich aber auch bei den „Nachhaltigkeitsorientierten“; dabei sind Mädchen und junge Frauen deutlich überrepräsentiert.

²² Erläuterungen zu dem Milieumodell finden sich in der Basisdatenbroschüre (BMUB und UBA 2015, S. 16f.).

Abbildung 10: Die Verortung der Umwelttypen im Modell sozialer Milieus von sociodimensions



N=2.117, Onlinebefragung, Stichprobe ab 14 Jahren

8 Zusammenfassende Bewertung

Ziel der vorliegenden Vertiefungsstudie war es, die Besonderheiten des Umweltbewusstseins und Umweltverhaltens junger Menschen im Alter von 14 bis 25 Jahren zu erfassen und darzustellen. Grundlage dafür waren die in der Repräsentativerhebung der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie in Deutschland erhobenen quantitativen Daten sowie die in einer Fokusgruppe mit jungen Erwachsenen und in Interviews mit Jugendlichen ermittelten qualitativen Befunde.

In früheren Jahrgängen der Umweltbewusstseinsstudie, etwa bei den Befragungen von 2004 (Kuckartz und Rheingans-Heintze 2006)²³ und 2006 (BMU und UBA 2006)²⁴, wurde bei jungen Erwachsenen ein teils deutlich geringeres Umweltbewusstsein als bei Älteren festgestellt. Bei der Befragung von 2010 zeigten sich die jungen Erwachsenen demgegenüber umweltorientierter als der Bevölkerungsdurchschnitt (Borgstedt et al. 2011b).²⁵ In den Jahrgängen 2008 und 2012 lässt sich diesbezüglich keine klare Tendenz beobachten (BMU und UBA 2008, BMU und UBA 2013). Die Untersuchungen von 2014 liefern nun abermals Hinweise dafür, dass im Bewusstsein und im Alltag junger Menschen Umwelt und Nachhaltigkeit einen anderen Stellenwert haben und unter anderen Perspektiven betrachtet werden, als das bei Älteren der Fall ist.

Umwelt und Natur spielen in der Alltagswelt junger Menschen eine geringe Rolle

In den spontan geäußerten Vorstellungen der jungen Bevölkerungsgruppen von einem guten Leben spielen Umwelt und Natur eine vergleichsweise geringe Rolle. Die Wahrnehmung des Alltagslebens ist durch einen erhöhten Leistungs- und Bildungsdruck und unsichere berufliche Perspektiven gekennzeichnet. Die Bedeutung von Familie und sozialen Beziehungen ist groß, ebenso wie der Wunsch nach Selbstentfaltung. Dazu kommt das Streben nach einem guten beziehungsweise hohen Lebensstandard, das angesichts gegenwärtiger Unsicherheitserfahrungen bei jungen Menschen deutlich stärker ausgeprägt ist als im Bevölkerungsdurchschnitt.

Vor allem für großstädtische Jugendliche und junge Erwachsene sind eigene Umwelt- und Naturerfahrungen begrenzt. Natur wird oft nur im Rahmen von Sport oder Urlaub erlebbar. Auch eine eigene sinnlich konkrete Erfahrung von Umweltproblemen spielt keine große Rolle. Wie auch die Erwachsenen erachten die Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Umweltqualität in Deutschland überwiegend als gut.

Das Umweltbewusstsein junger Menschen: global, langfristig und problemorientiert

Klimawandel, Ressourcenausbeutung oder Artensterben sind zwar nicht unmittelbar im eigenen Alltag erlebbar, gleichwohl empfinden junge Menschen den Umwelt- und Klimaschutz (häufiger als ältere Gruppen) als wichtige Probleme. Nicht zuletzt aufgrund ihrer biografischen Situation und ihrer Sozialisation in einer globalisierten Welt haben sie ein Bewusstsein für die langfristigen und weltweiten Folgen von Klimaveränderung und Ressourcenknappheit und teilweise von den damit verbundenen Gerechtigkeitsfragen.

²³ „Die jungen Erwachsenen (...) halten den Umweltschutz im Vergleich mit anderen Themen für weniger wichtig als die Älteren, sie neigen etwas stärker zur Entdramatisierung der Umweltproblematik und sie verhalten sich in einigen Punkten weniger umweltschonend als der Durchschnitt der Deutschen.“ (Kuckartz und Rheingans-Heintze 2006, S. 62 f.).

²⁴ „In der aktuellen Studie sind es erneut die jungen Erwachsenen – vor allem die 18- und 19-Jährigen – bei denen die Grundprinzipien der nachhaltigen Entwicklung etwas weniger Zustimmung als im Bevölkerungsdurchschnitt finden und die im Sinne des Krisendenkens weniger stark emotional von Umweltproblemen berührt sind.“ (BMU und UBA 2006, S. 19).

²⁵ „Insgesamt ist festzustellen, dass die Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen 2010 bei vielen Dimensionen des Umweltbewusstseins eine stärkere Sensibilisierung als die Gesamtbevölkerung aufweist, wenngleich beim umweltfreundlichen Verhalten nach wie vor Defizite festzustellen sind.“ (Borgstedt et al. 2011b, S. 31).

Stärker als ältere Bevölkerungsgruppen sind Jugendliche und junge Erwachsene in einer problemorientierten und polarisierenden Sichtweise des Umweltschutzes verhaftet. Während die älteren Gruppen eher in der Lage sind, die Chancen und das Problemlösungspotenzial von Umweltschutzmaßnahmen zu würdigen, stehen für junge Menschen umwelt- und klimapolitische Ziele teilweise in einem deutlich stärkeren Spannungsverhältnis zu anderen politischen Zielen.

Ein aktiver Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen wird von jungen Menschen als notwendig und gleichermaßen schwierig erachtet. Etliche sind pessimistisch und haben den Eindruck, dass man selbst angesichts der Globalität der Probleme und der unterschiedlichen Interessen von Bürgerinnen und Bürgern, Politik und Wirtschaft und auch innerhalb der internationalen Staatengemeinschaft nicht viel ausrichten kann.

Nachhaltiges Verhalten und jugendspezifischer Lifestyle stehen oft konträr, können aber auch eine gemeinsame Dynamik entfalten

Gegenüber dem Wissen und der Sensibilität für die Umwelt als Problem fallen Handlungsbereitschaft und Engagement junger Menschen für Umwelt- und Klimaschutz im Alltag deutlich ab. Insbesondere beim Konsum, der bei jungen Menschen überdurchschnittlich stark von Familie und Peergruppen einerseits sowie eigenen materiellen Ansprüchen andererseits geprägt ist, wird die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln deutlich. Die hohe Zustimmung zu der Aussage „Die Umwelt kann nur gerettet werden, wenn wir alle weniger konsumieren.“ kontrastiert damit, dass man am gesellschaftlichen Wohlstand teilhaben und einen guten Platz in der Gesellschaft einnehmen möchte. Zudem ist gerade bei Jugendlichen die Akzeptanz durch Gleichaltrige oft an Konsum und Marken geknüpft. Insbesondere bei Kleidung und elektronischen Geräten ist es für junge Menschen schwierig, sich zugunsten von Nachhaltigkeit der Schnellebigkeit von Moden und technischem Wandel zu entziehen.

In anderen Lebensbereichen lassen sich hingegen Synergien zwischen einem jungen Lebensstil und Nachhaltigkeit beobachten. Dies betrifft beispielsweise das Mobilitätsverhalten oder das Thema vegetarische beziehungsweise vegane Ernährung, das insbesondere unter jungen Erwachsenen Interesse und Faszination entfaltet. Als Reaktion auf das „Verschwinden“ von Natur im Alltag haben sich in urbanen Nischen Initiativen wie städtisches Gärtnern, Bienenzuchten und so weiter entwickelt. Sie sind Ausdruck des Bedürfnisses (einiger) junger Menschen nach einer Rückbindung der Alltagswelt an die natürlichen Lebensgrundlagen.

Zudem haben junge Menschen ein hohes Interesse an innovativen, kollaborativen und vernetzten Formen des Konsums (Sharing), die „hip“ sind und auch erhebliche Potenziale für eine Steigerung der Ressourcenproduktivität bieten. In ähnlicher Weise können vor allem bei jungen Menschen niedrigschwellige und internetgestützte Formen des freiwilligen ökologischen Engagements neue Potenziale ergeben.

Junge Menschen sind im Dilemma zwischen Wachstumsskepsis und Wohlstandssorgen

Junge Menschen zeigen eine ähnliche Wachstumsskepsis wie der Bevölkerungsdurchschnitt. Sie können sich jedoch weniger gut vorstellen, wie Wohlstand ohne Wirtschaftswachstum erreicht werden kann, insbesondere wenn sie am Wohlstand erst in Zukunft teilhaben werden. Eine durchschnittlich ausgeprägte Wachstumsskepsis geht also mit überdurchschnittlich ausgeprägten Wohlstandssorgen einher. Die Zweifel am herkömmlichen Wirtschafts- und Wachstumsmodell sind für junge Menschen mit zu vielen (weiteren) Unsicherheiten bezüglich der eigenen Lebensplanung verbunden. Zudem ist unter jungen Menschen die Überzeugung groß, dass ökologische und soziale Herausforderungen nur mit Wachstum und Wohlstand gemeistert werden können.

Umweltkommunikation für junge Menschen: Action statt gutes Leben?

Zwischen Umwelt und Natur und den Vorstellungen junger Menschen von einem guten Leben bestehen nur wenige Zusammenhänge. Eher werden mit Umweltthemen Probleme assoziiert. Ferner spielen in der Medien- und Alltagswelt junger Menschen Umweltthemen eine geringe Rolle. Auch wenn

sie ständig von Medien und Informationen umgeben sind, erreicht die aktuelle Umweltkommunikation sie kaum.

Nichtsdestotrotz – oder besser: gerade deswegen – sind die Potenziale für eine jugendgerechte Umweltkommunikation groß. Internet, Smartphone und Fernsehen sind fester Bestandteil des Jugendalltags. Der Schwerpunkt der Online-Zeit liegt auf Kommunikation – in Communities, sozialen Netzwerken und bei Nachrichtendiensten. Diese neuen Medien sollten verstärkt für die zielgruppenadäquate Umweltkommunikation genutzt werden. Ferner sollten die Inhalte, anknüpfend an die Lebenswelten und Kommunikationsgewohnheiten junger Menschen, anschaulich (gegebenenfalls auch spaß- und actiongeladen), aufmerksamkeitsstark und mit hohem Alltagsbezug (originelle und einfache Lösungsmöglichkeiten) dargestellt werden.

Nach wie vor muss Umweltkommunikation aber auch weiterhin auf Wissensvermittlung setzen. Große Bedeutung kommt dabei den Schulen und Ausbildungsstätten zu. Von den Jugendlichen werden diesbezügliche Defizite klar angesprochen und bedauert. Das Interesse, sich gerade im schulischen Rahmen mehr Umweltwissen aneignen zu dürfen und der Wunsch, sich im Unterricht stärker mit der ökologischen Thematik auseinanderzusetzen, ist groß, während auf den Lehrplänen dafür (nach Einschätzung der Jugendlichen) nur wenig Raum vorgesehen ist.

Im Umgang mit Umwelt und Umweltschutz unterscheiden sich junge Menschen erheblich

In der Broschüre sind für die Gesamtbevölkerung fünf Umwelttypen identifiziert worden. Junge Menschen sind innerhalb dieser Typen unterschiedlich stark vertreten. Bei den Nachhaltigkeitsorientierten, die in der Gesamtstichprobe 14 Prozent ausmachen, sind sie mit 15 Prozent leicht überdurchschnittlich vertreten. Bei den anderen umweltaffinen Typen, den Umweltbesorgten und Orientierungsuchenden, sind sie mit 13 Prozent zu 22 Prozent beziehungsweise 16 Prozent zu 20 Prozent jedoch unterrepräsentiert. Bei den beiden Typen, die ökologischen Themen weniger aufgeschlossen gegenüber stehen, sind junge Menschen wiederum überrepräsentiert. Die Wachstumsorientierten sind bei jungen Menschen mit 19 Prozent gegenüber 17 Prozent und bei den Umweltpassiven mit 37 Prozent gegenüber 27 Prozent in der Gesamtstichprobe vertreten.

Es zeigt sich also, dass für viele junge Menschen – obwohl sie sich der grundsätzlichen Bedeutung der Problematik bewusst sind – Umwelt und Nachhaltigkeit keine vordringlichen Anliegen im Alltag sind. Es zeigt sich aber auch, dass es unter jungen Menschen eine Gruppe von sehr umweltengagierten Personen gibt. Damit geht die Schere zwischen einer „Nachhaltigkeits-Avantgarde“ einerseits und einem wenig bis kaum umweltorientiertem Mainstream andererseits bei jungen Menschen noch weiter auseinander als in der Gesamtstichprobe.

Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen: Phänomen einer spezifischen Lebensphase oder Charakteristik einer neuen Generation?

Bei der Analyse und Interpretation der Befunde zu Umwelteinstellungen und Umweltverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind zwei Perspektiven zu unterscheiden:

- Einerseits befinden sie sich in der **Lebensphase** der Adoleszenz, in der bestimmte physiologische und psychologische Entwicklungen stattfinden und bestimmte biografische Gegebenheiten (wie zum Beispiel ökonomische Abhängigkeit) vorhanden sind. Bezüglich derjenigen Einstellungen und Verhaltensweisen, die offensichtlich durch diese bestimmte Lebensphase begründet sind, ist davon auszugehen, dass sie sich im weiteren Lebenslauf deutlich verändern und eher denen der heute schon Älteren angleichen werden.

- Andererseits aber gehören die befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen einer neuen **Generation** an, die durch ihre eigenen, spezifischen gesellschaftlich-historischen Eindrücke und Erfahrungen geprägt ist.²⁶ Hinsichtlich derjenigen Einstellungen und Verhaltensweisen, die auf bestimmten grundlegenden generationalen Prägungen beruhen, ist davon auszugehen, dass sie auch im Verlauf des Älter-Werdens im Kern erhalten bleiben.²⁷ Diesen Haltungen kommt eine besondere Bedeutung zu, weil sie zumindest ansatzweise erlauben, zukünftige Umwelteinstellungen und künftiges Umweltverhalten zu antizipieren.

Im aktuellen empirisch feststellbaren Umweltbewusstsein von jungen Menschen liegen (wie auch bei jeder anderen Generation) die beiden Einflüsse vermischt vor. Es lassen sich aber Unterscheidungen vornehmen. Erkennbar auf **generationalen Prägungen** beruhen dabei zum Beispiel folgende Haltungen zur Umwelt:

- die globale Perspektive auf die ökologische Problematik und insbesondere der hohe Stellenwert des weltweiten Klimawandels
- eine hohe Affinität zum Sharing-Prinzip: hier spielen Praktikabilitäts- und Kostenfaktoren sowie eine veränderte Statussymbolik ebenso hinein wie umweltbezogene Motive
- die Präferenz für niedrigschwellige und insbesondere für internetgestützte Formen des Umweltengagements; der Erfahrung von Selbsttätigkeit und Selbstwirksamkeit kommt dabei größere Bedeutung zu als Gefühlen von Verantwortung

Eher charakteristisch für die besondere **Lebensphase** der jungen Menschen dagegen sind:

- der geringere Stellenwert von gesundheitsbezogenen Aspekten im Zusammenhang mit der Umwelt (und allgemein); die Jüngeren sind schlichtweg weniger mit Gesundheitsproblemen konfrontiert
- die Einbeziehung generationsübergreifender Thematiken (zum Beispiel sobald eigene Kinder da sind) dürfte eher zunehmen

Bei anderen Aspekten ist derzeit noch nicht abzusehen, ob es sich um generationenspezifische oder lebensphasenbedingte Phänomene handelt, so beispielsweise

- wie sich die bei jungen Menschen besonders stark ausgeprägte Besorgnis um materiellen Wohlstand und Einkommen im Verlauf des späteren Lebens entwickelt
- inwieweit die momentane Präferenz für multimodale Mobilität ein auch für den weiteren Lebensverlauf stabiles Muster darstellt
- inwieweit der Erwerb von Second-Hand-Produkten weiterhin interessant bleibt, oder ob ein steigendes Einkommensniveau die Tendenz zu vermehrten Neuanschaffungen mit sich bringt

In jedem Fall aber gilt: Je größer der Anteil dieser neuen Generation an der Gesamtbevölkerung wird, desto mehr werden sich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten gegenüber den bislang bekannten Formen verändern.

²⁶ Vergleich das Generationenkonzept Karl Mannheims (2009), der darauf hinweist, dass ein „Generationszusammenhang“, der sich von rein biologischen Merkmalen des Jung- oder Alt-Seins (der „Generationslagerung“) unterscheidet, erst in sich verändernden Gesellschaften zustande kommt, und zwar dadurch, dass es sich um die „Partizipation an den gemeinsamen Schicksalen [einer] historisch-sozialen Einheit“ (S. 309) handelt. Allgemein zum Generationenkonzept siehe auch Parnes et al. (2008).

²⁷ „Die frühen Erfahrungen haben die Tendenz, sich als natürliches Weltbild festzusetzen.“ (ebd., S. 142).

9 Quellenverzeichnis

- Bertelsmann Stiftung (2009): Jugend und die Zukunft der Welt. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage in Deutschland und Österreich „Jugend und Nachhaltigkeit“, Gütersloh/Wien.
- BMU und UBA (2006): Umweltbewusstsein in Deutschland 2006. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin.
- BMU und UBA (2008): Umweltbewusstsein in Deutschland 2008. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin.
- BMU und UBA (2013): Umweltbewusstsein in Deutschland 2012. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin.
- BMUB und UBA (2015): Umweltbewusstsein in Deutschland 2014. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage, Berlin.
- Borgstedt, Silke; Calmbach, Marc; Christ, Tamina; Reusswig, Fritz (2011a): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Vertiefungsbericht 1: Vertiefende Milieu-Profile im Spannungsfeld von Umwelt und Gerechtigkeit, Dessau-Roßlau.
- Borgstedt, Silke; Calmbach, Marc; Christ, Tamina; Reusswig, Fritz (2011b): Umweltbewusstsein in Deutschland 2010. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Vertiefungsbericht 3: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Erwachsener, Dessau-Roßlau.
- Calmbach, Marc; Thomas, Peter Martin; Borchard, Inga; Flaig, Bodo (2012): Wie ticken Jugendliche? Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 14-17 Jahren in Deutschland. Eine Sinus-Studie im Auftrag der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (u.a.), Düsseldorf.
- Canzler, Weert; Knie, Andreas (2015): Die neue Verkehrswelt. Mobilität im Zeichen des Überflusses: schlau organisiert, effizient, bequem und nachhaltig unterwegs. Eine Grundlagenstudie im Auftrag des BEE e.V., Berlin.
- Dürrenberger, Gregor; Behringer, Jeanette (1999): Die Fokusgruppe in Theorie und Anwendung. Akademie für Technikfolgenabschätzung in Baden-Württemberg, Stuttgart.
- Freund, Alexandra, M.; Nikitin, Jana (2012): Junges und mittleres Erwachsenenalter. In: Schneider, Wolfgang; Lindenberger, Ulman (Hrsg): Entwicklungspsychologie. 7. Auflage, S. 259 – 282. Beltz, Weinheim, Basel.
- Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2014): Die heimlichen Revolutionäre: Wie die Generation Y unsere Welt verändert, Weinheim.
- Kromer, Ingrid; Oberhollenzer, Notburga (2004): NÖ Jugendstudie 2004: Vom Umweltinteresse zum nachhaltigen Lebensstil. Endbericht des qualitativen Forschungsprojekts, Österreichisches Institut für Jugendforschung, Wien.
- Kuckartz, Udo; Rheingans-Heintze, Anke (2006): Trends im Umweltbewusstsein. Umweltgerechtigkeit, Lebensqualität und persönliches Engagement, Wiesbaden.
- Kulhay, Jana (2013): Jugendliche, ihr Medienkonsum und ihre Mediennutzung. Ausarbeitung zum Forschungsstand. Handreichung zur politischen Bildung. Band 11. Konrad-Adenauer-Stiftung, Sankt Augustin/Berlin.
- Krug, Wolfgang; Tully, Klaus (2011): Jugend und Konsum – Eindrücke aus dem aktuellen Stand der Jugendforschung und die Ergebnisse aus den BINK-Gruppendiskussionen. BINK – Bildungsinstitutionen und Nachhaltiger Konsum.
- Mannheim, Karl (2009): Das Problem der Generationen; Schriften zur Wirtschafts- und Kultursoziologie. Herausgegeben von Amalia Barboza und Klaus Lichtblau, S. 121-166, Wiesbaden.
- Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (MPFS) (2014): JIM 2014: Jugend, Information, (Multi-) Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart.
- Michelsen, Gerd; Grunenberg, Heiko; Mader, Clemens (2015): Die Entscheidungsträger/-innen von morgen unterstützen die Energiewende bereits heute nachdrücklich. Vorab-Veröffentlichung aus dem Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2014.
- OECD (2009): Green at Fifteen? How 15-year-olds perform in environmental science and geoscience in PISA 2006.
- Parnes, Ohad; Vedder, Ulrike; Willer, Stefan (2008): Das Konzept der Generation. Eine Wissenschafts- und Kulturgeschichte, Frankfurt am Main.
- Rheingold-Institut (2010): Die Absturz-Panik der Generation Biedermeier, Köln.

Schipperges, Michael (2011): Soziale Milieus und Generationswechsel in der Stadtgesellschaft; Vortrag auf dem Kongress zum 20-jährigen Bestehen des Wuppertal Instituts für Umwelt, Klima, Energie. URL:

http://20jahre.wupperinst.org/fileadmin/contrib/Schipperges_Stadtgesellschaft.pdf [letzter Zugriff: 21.05.2015]

Silbereisen, Rainer, K.; Weichold, Karina (2012): Jugend (12 – 19 Jahre). In: Schneider, Wolfgang; Lindenberger, Ulman (Hrsg): Entwicklungspsychologie. 7. Auflage, S. 235 – 258. Beltz, Weinheim, Basel.

Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2010): Jugend 2010. Eine pragmatische Generation behauptet sich. 16. Shell Jugendstudie, Frankfurt am Main.

Stiftung Umweltbildung Schweiz (2011): Jugend und Nachhaltigkeit. Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von 14- bis 18-jährigen Jugendlichen der Schweiz, Bern.

Tully, Claus; Krug, Wolfgang (2011): Konsum im Jugendalter. Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung. Wochenschau Verlag, Schwalbach.

UBA (2011): Einblick in die Jugendkultur. Das Thema Nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig machen, UBA-Texte 11/2011, Dessau-Roßlau.

Zukunftsinstitut (2015): Youth Economy. Die Jugendstudie des Zukunftsinstituts. Leseprobe, Frankfurt am Main.

