

TEXTE

154/2025

Teilbericht

Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken

Aktualisierte Ergebnisse einer Zielgruppenanalyse mit Blick auf junge Menschen, die sich bislang nicht im Klima- und Umweltschutz engagieren

von:

Dr. Jana Diels, Emily Bringmann, Dr. Julius Rauber
ConPolicy – Institut für Verbraucherpolitik, Berlin

Herausgeber:
Umweltbundesamt

TEXTE 154/2025

Ressortforschungsplan des Bundesministeriums für
Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und
Verbraucherschutz

Forschungskennzahl 3722 16 102 0
FB001882

Teilbericht

Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken

Aktualisierte Ergebnisse einer Zielgruppenanalyse mit
Blick auf junge Menschen, die sich bislang nicht im Klima-
und Umweltschutz engagieren

von

Dr. Jana Diels, Emily Bringmann, Dr. Julius Rauber
ConPolicy – Institut für Verbraucherpolitik, Berlin

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

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

Durchführung der Studie:

ConPolicy – Institut für Verbraucherpolitik
Friedrichstraße 224
10969 Berlin

Abschlussdatum:

Dezember 2024

Redaktion:

Fachgebiet I 1.1 Grundsatzfragen, Nachhaltigkeit und strategische Vorausschau
Dorothee Arenhövel

DOI:

<https://doi.org/10.60810/openumwelt-8065>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Dezember 2025

Kurzbeschreibung: Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken - aktualisierte Zielgruppenanalyse

Das Projekt „Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken durch Dialog und transformatives Lernen“ (JuNast) widmet sich der Herausforderung, Jugendliche und junge Erwachsene in Deutschland, die sich bisher nicht aktiv für Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit interessieren und engagieren, für diese Themen zu sensibilisieren. Dazu wurde in einem ersten Schritt eine Zielgruppenanalyse durchgeführt, um zu dieser Gruppe der nicht im Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit engagierten Jugendlichen empirische Daten zu sammeln und sie besser zu verstehen. Diese Ergebnisse wurden in einem ersten Teilbericht „Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken – Ergebnisse einer Zielgruppen- und Akteursfeldanalyse mit Blick auf junge Menschen, die sich bislang nicht im Klima- und Umweltschutz engagieren“ im April 2025 veröffentlicht (Diels et al., 2025). Der vorliegende Teilbericht stellt eine Aktualisierung dieses Berichts dar und basiert auf einer erneuten Sekundärdatenanalyse der aktuellen Studie „Zukunft? Jugend fragen! – 2023“. Diese neueren Daten ermöglichen eine vertiefte Betrachtung von Veränderungen in den Einstellungen der Jugendlichen zwischen 2021 und 2023 und erlauben gezieltere Handlungsempfehlungen für die Ansprache der Zielgruppe.

Zudem wurden 11 Interviews mit Jugendlichen durchgeführt, die sich im Umwelt-, Klimaschutz- oder ökologischen Nachhaltigkeitsbereich bislang nicht engagieren, aber sich in verschiedenen anderen Kontexten/Organisationen einbringen (z.B. Jugendtreffs, Feuerwehr oder Sportvereinen). Dadurch sollten die quantitativen Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse vertieft und durch qualitative Erkenntnisse ergänzt werden. Der vorliegende Teilbericht stellt dabei nach einer kurzen Einordnung zunächst im zweiten Kapitel die aktualisierten Ergebnisse der erneuten Sekundärdatenanalyse vor, bevor im dritten Kapitel auf die Ergebnisse der Interviews mit den Jugendlichen eingegangen wird. Das vierte Kapitel fasst die wichtigsten Erkenntnisse dieses Teilberichts zusammen und zieht ein Fazit.

Abstract: Strengthening youth engagement for sustainability - updated target group analysis

The project "Strengthening Youth Engagement for Sustainability through Dialogue and Transformed Learning" (JuNast) is dedicated to the challenge of raising awareness of these issues among young people and young adults in Germany who have not previously shown an active interest in or commitment to environmental and climate protection or ecological sustainability. As a first step, a target group analysis was conducted to collect empirical data on this group of young people who are not engaged in environmental and climate protection or ecological sustainability and to gain a better understanding of them. These results were published by the UBA in April 2025 in a first partial report "Strengthening Youth Engagement for Sustainability - Results of a Target Group and Stakeholder Analysis with a Focus on Young People Who Have Not Previously Been Engaged in Climate and Environmental Protection" (Diels et al., 2025). The update to this report, compared to the first sub-report, is based on a renewed secondary data analysis of the current "Future? Ask Young People!" study 2023. These newer data enable a more in-depth examination of changes in young people's attitudes between 2021 and 2023 and allow for more targeted recommendations for addressing the target group. In addition, 11 interviews were conducted with young people who are not committed to sustainability but who are involved in various other contexts/organizations (e.g., youth centers, fire departments, or sports clubs). This was intended to deepen quantitative results of the secondary data analysis and supplement them with qualitative insights.

After a brief introduction, the second sub-report presents the updated results of the renewed secondary data analysis in the second chapter, before discussing the results of the interviews with the young people in the third chapter. The fourth chapter then summarizes the most important findings of this sub-report and draws a conclusion.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	9
Tabellenverzeichnis	10
Abkürzungsverzeichnis	10
Zusammenfassung	11
Summary	17
1 Einordnung und Zielsetzung	22
2 Aktualisierung der Zielgruppenanalyse	24
2.1 Methodisches Vorgehen der Sekundärdatenanalyse für das Jahr 2023	25
2.2 Wer sind die nicht-engagierten Jugendlichen in Deutschland?	27
2.2.1 Demographische Merkmale	27
2.2.2 Soziokulturelle und soziopolitische Merkmale	29
2.2.3 Freizeitgestaltung	34
2.2.4 Implikationen für das Zielgruppenverständnis	35
2.3 Welchen Bezug haben die nicht-engagierten Jugendlichen zu den Themen Umweltschutz, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit?	37
2.3.1 Umsetzung von nachhaltigen Verhaltensweisen	37
2.3.2 Einstellung gegenüber Engagement für Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie ökologischer Nachhaltigkeit	38
2.3.3 Berührungspunkte mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes	41
2.3.4 Implikationen für das Zielgruppenverständnis	47
2.4 Wie bewerten die nicht-engagierten Jugendlichen umwelt- und klimapolitische Ansätze und Maßnahmen?	48
2.4.1 Erwartungen an verschiedene Akteurinnen*Akteure des Umwelt- und Klimaschutzes	48
2.4.2 Einstellung zu und Bewertung von Umwelt- und Klimaschutzpolitik	50
2.4.3 Implikationen für das Zielgruppenverständnis	56
2.5 Wo ähneln und wo unterscheiden sich die nicht-engagierten Jugendlichen zwischen den Erhebungszeitpunkten 2021 und 2023?	58
3 Erkenntnisse aus den Interviews mit den Jugendlichen	61
3.1 Relevanz und Bedeutung	61
3.2 Methodik	62
3.2.1 Erstellung des Interviewleitfadens	62
3.2.2 Rekrutierung der nicht-engagierten Jugendlichen	62
3.2.3 Interviewdurchführung	63
3.2.4 Analyse der Interviews	64

3.3	Übergeordnete Ergebnisse	64
3.3.1	Welche verschiedenen persönlichen Hintergründe haben die interviewten Jugendlichen?	64
3.3.2	Welchen Bezug haben die Jugendlichen zu „ihrer“ Organisation?	66
3.3.3	Welche zentralen Werte, gesellschaftlichen Themen und Einstellungen zu Politik haben bzw. beschäftigen die Jugendlichen?	67
3.3.3.1	Zentrale Werte	67
3.3.3.2	Gesellschaftliche Themen	67
3.3.3.3	Einstellungen zu Politik	68
3.3.4	Welche Haltung zu Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit haben die Jugendlichen?	70
3.3.4.1	Grundsätzliches Interesse an Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit	70
3.3.4.2	Einfluss Einzelner vs. Regierung beim Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit	71
3.3.5	Welche Berührungspunkte mit Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit und welche Einstellungen zu Nachhaltigkeitsengagement haben die Jugendlichen?	72
3.3.5.1	Berührungspunkte mit Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit	72
3.3.5.2	Einstellung zu Nachhaltigkeits-Engagement	73
3.3.6	Was sind Motivationen für die Jugendlichen, sich mit neuen Themen generell zu beschäftigen, was Barrieren dafür, ein Nachhaltigkeits-Engagement auszuüben?	75
3.3.6.1	Motivationen für die Auseinandersetzung mit neuen Themen	75
3.3.6.2	Barrieren für die Ausübung eines Engagements in den Bereichen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit	76
3.4	Identifikation von Gemeinsamkeiten sowie Unterschieden der interviewten Jugendlichen und Segmentierung	77
3.4.1	Gemeinsamkeiten zwischen interviewten Jugendlichen	77
3.4.1.1	Motivation für Engagement	77
3.4.1.2	Gesellschaftliche Themen und Einstellungen zu Politik	77
3.4.1.3	Haltungen zu Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen	78
3.4.1.4	Konfrontation mit Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen	78
3.4.2	Unterschiede der interviewten Jugendlichen und Segmentierung der Zielgruppe	80
3.4.2.1	„Vielseitig Engagierte“	80
3.4.2.2	„Nicht oder wenig Engagierte“	81

3.4.2.3	„Lösungsorientierte Pragmatikerinnen*Pragmatiker“	82
3.4.2.4	„Sozial-orientierte Engagierte“	83
4	Übergeordnetes Fazit	85
5	Quellenverzeichnis	88
A	Anhang A: Leitfragebogen	90

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Darstellung der Zielgruppenabgrenzung*	25
Abbildung 2:	Filterfragen zur Stichprobenabgrenzung.....	26
Abbildung 3:	Demographie der nicht-engagierten Jugendlichen	27
Abbildung 4:	Wichtigkeit von Konsumweisen der Nicht-Engagierten	30
Abbildung 5:	Einstellungen der Nicht-Engagierten über die Zukunft	31
Abbildung 6:	Wichtigkeit gesellschaftlicher Themen der Nicht-Engagierten	32
Abbildung 7:	Finanzielle Priorisierung verschiedener Themenfelder durch die Nicht-Engagierten	33
Abbildung 8:	Einstellungen der Nicht-Engagierten zu Politik und Gesellschaft	34
Abbildung 9:	Freizeitgestaltung der Nicht-Engagierten.....	35
Abbildung 10:	Wichtigkeit und Verbreitung nachhaltiger Verhaltensweisen bei Nicht-Engagierten.....	37
Abbildung 11:	Einstellungen der Nicht-Engagierten zu Klimaschutzengagement	39
Abbildung 12:	Meinungen der Nicht-Engagierten zu radikalen Protestformen	40
Abbildung 13:	Selbstwirksamkeit der Nicht-Engagierten	41
Abbildung 14:	Informationsquellen der Nicht-Engagierten zu Umwelt- und Klimaschutz	42
Abbildung 15:	Bekanntheit relevanter Nachhaltigkeitsbegriffe bei Nicht-Engagierten	43
Abbildung 16:	Nachhaltigkeit in Bildungseinrichtungen und am Arbeitsplatz aus Sicht der Nicht-Engagierten	44
Abbildung 17:	Nachhaltigkeit in Bildungseinrichtungen aus Sicht Nicht-Engagierter	45
Abbildung 18:	Nachhaltigkeitspraktiken in Freizeiteinrichtungen aus Sicht Nicht-Engagierter	46
Abbildung 19:	Einschätzung der Nicht-Engagierten zum Einsatz verschiedener Akteurinnen*Akteure.....	49
Abbildung 20:	Wichtigkeit von Akteurinnen*Akteuren im Umwelt- und Klimaschutz aus Sicht Nicht-Engagierter	50
Abbildung 21:	Erwartungen der Nicht-Engagierten an Politik und Wirtschaft	51
Abbildung 22:	Priorisierung der Nicht-Engagierten von Themen zu Umwelt- und Klimaschutz	52
Abbildung 23:	Regulatorik vs. Selbstbestimmung von Bürgerinnen*Bürgern aus Sicht Nicht-Engagierter	53
Abbildung 24:	Regulatorik vs. Selbstbestimmung von Unternehmen aus Sicht Nicht-Engagierter	54
Abbildung 25:	Einschätzungen und Befürwortung der Nicht-Engagierten von Mobilitätsmaßnahmen	55

Abbildung 26:	Ansichten Nicht-Engagierter zu sozialen Auswirkungen durch Maßnahmen	56
---------------	--	----

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Soziodemographische Hintergründe und Engagementbereiche der befragten Jugendlichen.....	65
------------	---	----

Abkürzungsverzeichnis

BfN	Bundesamt für Naturschutz
BMU / BMUV	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit / Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
E	Engagierte Jugendliche
Hrsg	Herausgeber
JuNast	Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken durch Dialog und transformatives Lernen
NE	Nicht-engagierte Jugendliche
OKJA	Offene Kinder- und Jugendarbeit
UBA	Umweltbundesamt
Zjf	Zukunft? Jugend fragen!

Zusammenfassung

Hintergrund

Das Projekt „Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken durch Dialog und transformatives Lernen“ (JuNast) hat sich als ersten Schritt zum Ziel gesetzt, eine detaillierte Zielgruppenanalyse durchzuführen, um Jugendliche in Deutschland, die sich bisher nicht in den Bereichen Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit engagieren, für diese Themen zu sensibilisieren und sie aktiv einzubeziehen.

Dieser Teilbericht stellt in diesem Zusammenhang eine aktualisierte Zielgruppenanalyse für das Projekt dar. Bereits 2023 wurde anhand bestehender Jugendstudien (u.a. der Studie „Zukunft? Jugend fragen! – 2021 (Frick et al., 2022)) eine erste Sekundärdaten-Analyse der im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich **nicht-engagierten** Jugendlichen (im Folgenden kurz: NE) durchgeführt. Inzwischen liegen neuere Daten vor, die im Rahmen der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! - 2023“ (Leven et al., 2024) erhoben wurden. Die vorliegende Zielgruppenanalyse nutzt diese aktuellen Befragungsdaten und vergleicht sie mit den Ergebnissen von 2021, um Veränderungen im Profil und in den Einstellungen der Zielgruppe sichtbar zu machen.

Ergänzend zur quantitativen Sekundärdatenanalyse wurden 11 **qualitative Interviews** mit ausgewählten, im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlichen geführt. Dadurch sollten die statistischen Befunde vertieft und ein besseres Verständnis für die Motive, Haltungen und Lebenswelten dieser Zielgruppe gewonnen werden. Der vorliegende Bericht fasst die wichtigsten Erkenntnisse der neuen Datenanalyse und der Interviews zusammen und leitet daraus Implikationen für die Ansprache und Einbindung nicht-engagierter Jugendlicher bezüglich Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen ab.

Ergebnisse der aktuellen Sekundärdatenanalyse auf Basis der Studie „Zukunft? Jugend fragen! – 2023“

Die aktuelle Sekundärdatenanalyse der **Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! - 2023“ (ZJf 2023)** zeigt ein detailliertes Bild der nicht-engagierten Jugendlichen in Deutschland. Unter den 14- bis 22-Jährigen, die sich nicht im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich engagieren, sind *männliche* Jugendliche überproportional vertreten. Viele von ihnen sind in Freizeitkontexten wie Sportvereinen aktiv, jedoch nicht in klima-, umwelt- oder ökologisch nachhaltigkeitsbezogenen Initiativen. Die Sekundärdatenanalyse macht deutlich, dass diese Jugendlichen in einem Spannungsfeld leben: Einerseits legen sie großen Wert auf **Konsum und persönlichen Komfort**, andererseits äußern sie durchaus *Sorgen* um Umwelt, Klima und ökologische Nachhaltigkeit. Zudem gibt über die Hälfte der befragten nicht-engagierten Jugendlichen an, im Alltag häufig das Fahrrad oder den ÖPNV zu nutzen – was allerdings vermutlich oft pragmatische Gründe hat (etwa einen fehlenden Führerschein) und ggf. weniger aus explizitem Umweltbewusstsein geschieht. Insgesamt sind **nachhaltige Verhaltensweisen** in ihrem Alltag wenig verankert: Nur eine Minderheit verzichtet bewusst auf Plastik, kauft bevorzugt fair oder biologisch produzierte Produkte oder lebt vegetarisch/vegan. Die Mehrheit der nicht-engagierten Jugendlichen hat bislang keine aktiven Berührungspunkte mit formalem Klima-, Umweltschutz- oder ökologischem Nachhaltigkeitsengagement. Gleichzeitig bestehen moderate Umwelt- und Klimaschutzeinstellungen: Die jungen Menschen erkennen die generelle Wichtigkeit von Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit an, ohne jedoch persönliches Handeln daraus abzuleiten. Sie erwarten eher, dass Politik und Institutionen für den Schutz von Klima und Umwelt sorgen. Einige zeigen Misstrauen gegenüber Klimaschutzmaßnahmen, wenn diese als einschränkend für ihren Alltag oder die Wirtschaft empfunden werden. Insgesamt

zeichnet die Sekundärdatenanalyse zur Studie Zjf 2023 das Bild einer Zielgruppe, die Umwelt-, Klimaschutz- und ökologische Nachhaltigkeitsthemen zwar nicht grundsätzlich ablehnt, jedoch *keine starke innere Dringlichkeit* empfindet, sich aktiv zu engagieren.

Vergleich der Sekundärdatenanalysen zu den Studien Zjf 2023 und Zjf 2021

Der Vergleich der Ergebnisse für NEs in der aktuellen Sekundärdatenanalyse der Studie Zjf 2023 mit jener zur Vorgängerstudie aus 2021 offenbart sowohl Kontinuitäten als auch Veränderungen. Grundlegend bleibt die **Zusammensetzung** der Zielgruppe der nicht-engagierten Jugendlichen **ähnlich**: Schon in der Analyse der Studie Zjf 2021 waren es überwiegend junge Männer, häufig Schüler oder Auszubildende, die noch im Elternhaus leben und in ihrer Freizeit eher in Sport und Unterhaltung als in politische oder ökologische Aktivitäten eingebunden sind. Faktoren wie Migrationshintergrund oder Wohnort (städtisch vs. ländlich) hatten in beiden Erhebungen keinen nennenswerten Einfluss darauf, ob sich Jugendliche engagieren oder nicht. Lediglich scheint der Anteil an nicht-engagierten Jugendlichen in den neuen Bundesländern 2023 nun signifikant höher zu sein als in den alten Bundesländern.

Insgesamt ist der *Anteil* der nicht-engagierten Jugendlichen im Vergleich der Daten der Studien Zjf 2021 und 2023 spürbar gestiegen – in der Stichprobe stieg die Anzahl der Nicht-Engagierten von 297 (2021) auf 532 (2023). Eine bemerkenswerte Veränderung zeigt sich auch beim Stellenwert, der dem Themenfeld Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit beigemessen wird: Hatte dieses in der Studie Zjf 2021 bei jungen Nicht-Engagierten noch einen mittleren Stellenwert, so ist es in der Studie Zjf 2023 im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Themen auf den vorletzten Platz des Relevanzrankings gerutscht. Viele der befragten Jugendlichen nennen nun andere Sorgen als dringlicher – etwa wirtschaftliche Sicherheit, persönliche Zukunftsängste oder soziale Themen. Entsprechend hat die Bereitschaft, sich für Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologische Nachhaltigkeitsbelange einzusetzen, bei der Zielgruppe abgenommen. Die Daten zeigen z.B., dass in der Studie Zjf 2023 deutlich weniger Nicht-Engagierte stolz auf das Engagement anderer Jugendlicher sind oder glauben, mit Protesten etwas erreichen zu können, verglichen mit 2021. Statt einer zuvor verhalten positiven Einstellung gegenüber Klimaaktivismus herrscht 2023 bei vielen nicht-engagierten Jugendlichen eher Ernüchterung bis Ablehnung: sie bezweifeln den Nutzen bisherigen Engagements und empfinden manche Formen des Klimaprotests als übertrieben oder bevormundend. Gleichzeitig lässt sich bei nicht-engagierten Jugendlichen ein Rückgang bei der Alltagsumsetzung nachhaltiger Verhaltensweisen beobachten. Einige umweltfreundliche Gewohnheiten (z.B. fleischreduzierte Ernährung, Kauf nachhaltiger Produkte) werden laut der Daten der Studie Zjf 2023 von weit weniger Jugendlichen praktiziert als noch zwei Jahre zuvor. Konstant geblieben ist hingegen der Anteil jener, die aus pragmatischen Gründen (Mobilität, Kosten) umweltfreundliche Optionen wie Radfahren oder ÖPNV nutzen. Zusammengefasst deutet der Vergleich der Daten aus den Studien Zjf 2021/2023 darauf hin, dass die nicht-engagierte Zielgruppe tendenziell noch schwieriger für Umwelt-, Klimaschutz- und ökologische Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren ist als zuvor und verstärkt mit Gleichgültigkeit oder Skepsis reagiert.

Übergeordnete Erkenntnisse der Interviews

Die anschließenden **qualitativen Interviews** mit nicht-engagierten Jugendlichen ergänzen die quantitativen Befunde und liefern tiefergehende Einblicke in die Denk- und Lebenswelt dieser Gruppe. Im Rahmen dieser Erhebung wurden insgesamt elf Jugendliche aus unterschiedlichen Kontexten (z.B. Sportverein, Jugendtreff) befragt. Zunächst bestätigen die Gespräche, dass es sich bei den nicht-engagierten Jugendlichen **um eine heterogene Gruppe** handelt. Es treten sowohl Gemeinsamkeiten als auch deutliche Unterschiede zutage (siehe Segmente unten).

Allgemein zeigt sich, dass keiner der interviewten Jugendlichen Umwelt- Klimaschutz- oder ökologische Nachhaltigkeitsthemen vehement ablehnt. Im Gegenteil: Alle erkennen die Realität des Klimawandels an und sind prinzipiell kompromissbereit, selbst wenn sie einzelnen umwelt- und klimapolitischen Maßnahmen kritisch gegenüberstehen. Obwohl sie mit der aktuellen Klimapolitik oft unzufrieden sind, verfügen viele über ein Grundvertrauen in das *politische System* – etwa in die Demokratie und staatliche Institutionen. Aus den Interviews geht zudem hervor, dass Themen wie **soziale Gerechtigkeit und persönliche Sicherheit** einen sehr hohen Stellenwert für diese Jugendlichen haben. So drehen sich ihre größten Sorgen eher um die eigene Zukunft, Ausbildung, Arbeitsplatzsicherheit oder Wohnsituation als um globale Umweltprobleme. In einigen Fällen dienen soziale oder lokale Probleme als Anknüpfungspunkt: Wird Klimaschutz z.B. im Zusammenhang mit sozialer Gerechtigkeit oder der Verbesserung der eigenen Lebensumstände diskutiert, steigt das Interesse. Insgesamt wird deutlich, dass abstrakte Bedrohungsszenarien (etwa zum Klimawandel) die befragten Jugendlichen eher ermüden oder frustrieren. Sie vermissen eine **lösungsorientierte** Kommunikation, die positive Perspektiven und konkrete Handlungsoptionen aufzeigt. Die Interviews verdeutlichen auch einen wichtigen **psychologischen Aspekt**: Viele Nicht-Engagierte fühlen sich von der Größe der Umwelt- und Klimaprobleme überwältigt und bezweifeln, als Einzelne wirksam etwas ändern zu können. Diese latente Überforderung kann zu Rückzug oder Abwehr führen, obwohl grundsätzlich ein Bewusstsein für Umwelt- und Klimafragen vorhanden ist. Die qualitative Vertiefung zeigt somit, dass es weniger an Umweltwissen und Problembewusstsein mangelt, sondern eher an persönlicher **Betroffenheit, Selbstwirksamkeit und passenden Gelegenheiten**, sich einzubringen.

Gemeinsamkeiten der Interviewpartnerinnen*Interviewpartner

Trotz aller Verschiedenheit weisen die interviewten Jugendlichen einige **Gemeinsamkeiten** auf. Viele dieser jungen Menschen sind durch ihr direktes Umfeld geprägt: Freunde, Familie oder bestehende Gruppenzugehörigkeiten spielen eine zentrale Rolle. So sind etliche Interviewpartnerinnen*Interviewpartner quasi „hineingewachsen“ in ihre derzeitigen Freizeitaktivitäten oder Vereinsengagements – häufig wurden sie durch Eltern oder Freunde dorthin gebracht und verbringen dort seit Jahren ihre Zeit. *Spaß* und **Gemeinschaft** sind für beinahe alle Befragten entscheidende Motive: Ihr aktuelles Engagement (sei es im Sportverein, im Jugendtreff oder einer Freizeitgruppe) macht ihnen in erster Linie Freude und gibt ihnen das Gefühl, etwas Gutes für andere oder für ihr Umfeld zu tun. Eine gewisse **Werteteilung** mit den Menschen in ihrer Gruppe ist dabei vorhanden – man teilt ein Hobby, eine Aufgabe oder einen Gruppenzweck, der verbindet. Wichtig ist: Keine*Keiner der Befragten zeigt eine fundamental negative Haltung gegenüber Umwelt- oder Klimaschutz an sich. Zwar gibt es kritische Ansichten zu einzelnen Aspekten (z.B. zu radikalen Protestformen), doch keine dogmatische Ablehnung umwelt- und klima sowie ökologischer nachhaltigkeitbezogener Themen. Im Gegenteil haben alle Jugendlichen zumindest eine grobe Vorstellung von der Problematik des Klimawandels und halten grundsätzliches umweltbewusstes Handeln für wünschenswert – sie ordnen diesem aber in ihrer persönlichen Prioritätenliste einen niedrigeren Rang zu als andere, unmittelbare Interessen. Zudem fiel in den Gesprächen auf, dass die Jugendlichen bislang selten Gelegenheit hatten, offen über Umwelt-, Klima- und ökologische Nachhaltigkeitsthemen zu sprechen. Viele reagierten positiv darauf, im Interview ihre Meinung darlegen zu können – was darauf hindeutet, dass **Interesse geweckt werden kann**, wenn man der Zielgruppe zuhört und Raum für Austausch schafft. Insgesamt erscheinen die befragten Nicht-Engagierten eher pragmatisch und *kompromissorientiert*: Sie zeigen Bereitschaft, Lösungen zu finden, solange diese nicht als bevormundend oder lebensfremd empfunden werden.

Segmentierung der Zielgruppe nicht-Engagierter Jugendlicher gemäß der Interviews

Die Analyse der Interviews macht gleichzeitig deutlich, dass bezüglich der Ansprache und Beteiligung verschiedene „**Typen**“ nicht-engagierter Jugendlicher existieren. Anhand wichtiger Merkmale lassen sich vier Segmente bzw. Gruppen unterscheiden:

- ▶ **Vielseitig Engagierte:** Einige der im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlichen zeichnen sich dadurch aus, dass sie in anderen Bereichen **vielfältig aktiv** sind. So sind manche neben ihrem Haupt-Hobbyverein (z.B. Feuerwehr, Sport, Brauchtumsverein oder Chor) noch in Jugendgremien oder Vereinsvorständen aktiv. Sie übernehmen gerne Verantwortung, diskutieren Probleme auf höherer Ebene (etwa im Jugendrat oder Schulsprecherinnen*Schülersprecher-Gremium) und wollen bei Entscheidungen mitreden. Diese Jugendlichen sind grundsätzlich offen für Engagement und haben Freude daran, **mitzugestalten**, allerdings haben Umwelt-, Klima- und ökologische Nachhaltigkeitsthemen für sie bisher keine vorrangige Rolle gespielt.
- ▶ **„Nicht oder wenig Engagierte“:** Eine zweite Gruppe sind Jugendliche, die sich **kaum oder gar nicht engagieren** und zwar weder im Umwelt-, Klima- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich noch in anderen Engagementfeldern. Für diesen Typus sprechen Befragte aus einem offenen Jugendtreff, die dort primär zur Freizeitgestaltung hingehen und kein weiteres Ehrenamt ausüben. Diese Jugendlichen möchten vor allem Spaß mit Freunden haben und meiden Verpflichtungen. Sie stehen politischen Themen oft skeptisch gegenüber und äußern eher konservative Ansichten: Beispielsweise betrachten sie Klimaschutz als wichtig, glauben aber, dass er nicht mit einer funktionierenden Wirtschaft vereinbar sei. Entsprechend kritisieren sie die aktuelle Klimapolitik als zu einschränkend und sind der Meinung, Deutschland tue schon genug – andere Länder seien nun am Zug. Klimaaktivistinnen*Klimaaktivisten nehmen sie als übertreibend oder belehrend wahr. Insgesamt herrscht bei diesen Jugendlichen eine gewisse **Abwehrhaltung**: Umwelt-, Klimaschutz- und ökologische Nachhaltigkeitsthemen werden zwar nicht geleugnet, aber als lästig oder zweitrangig abgetan, solange sie nicht direkt das eigene Leben betreffen.
- ▶ **Lösungsorientierte Pragmatikerinnen*Pragmatiker:** Zur dritten Gruppe gehören Jugendliche, die Umwelt- Klima und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen **grundsätzlich offen** gegenüberstehen, aber von der öffentlichen Diskussion häufig genervt sind. Dazu zählen etwa Interviewpartnerinnen*Interviewpartner aus einem Jugendverein, einer Schulinitiative sowie einer der Jugendtreff-Teilnehmer. Sie kritisieren, dass Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit meist mit *Angstappellen* kommuniziert wird, und wünschen sich stattdessen konkrete Lösungen und positiven Fortschritt. Politik empfinden sie als etwas Fernes, das „die Erwachsenen“ machen – einige fühlen sich als Jugendliche wenig in der Lage, dort mitzureden. Dennoch handeln sie im Alltag durchaus umweltbewusst in gewissem Umfang (z.B. Energie sparen, Müll trennen, weniger Fleisch essen) und sind neuen Ideen gegenüber nicht verschlossen. Allerdings glauben sie, dass im Großen und Ganzen schon viel getan wird, und zeigen nur begrenzte Bereitschaft, sich zusätzlich einzubringen. Klassische Umweltgruppen erscheinen ihnen unattraktiv, da sie diese mit einem sehr ernsten Auftreten verbinden. Sinnvolle Beiträge sehen sie eher in **pragmatischen Aktionen**, etwa Aufklärung über Social Media, wo mit wenig Aufwand viele Menschen erreicht werden können. Diese Jugendlichen sind also nicht pauschal desinteressiert, sondern wollen auf *ihre Weise* und ohne moralischen Druck an Lösungen mitwirken.
- ▶ **Sozial-orientierte Engagierte:** Die vierte Gruppe bilden Jugendliche, deren Hauptmotivation im Engagement in der **sozialen Gemeinschaft** liegt. Beispiele dafür sind Interviewte aus einem Jugendrotkreuz- und einem Karnevalsverein. Ihr Engagement – ob im

Brauchtum oder im sozialen Bereich – dient vor allem dem Zusammensein mit Freunden und dem Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu sein. Umwelt- Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit rangiert bei ihnen thematisch nicht sehr weit oben; sie finden diese Themen „schon wichtig“, aber nicht besonders spannend. Gleichwohl verhalten sie sich im Alltag unbewusst zum Teil bereits nachhaltig (etwa durch Mülltrennung oder Vermeiden von Flugreisen), würden sich selbst aber nicht als umweltbewusst bezeichnen. Auffällig ist, dass sie über soziale Medien viel von Klima-, Umweltschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen mitbekommen und hierauf eher *positiv* reagieren, solange es niedrigschwellig bleibt. Für diese Jugendlichen müsste ein Zugang zu Umwelt-, Klimaschutz sowie ökologischer über **gemeinsame Aktivitäten** erfolgen – zum Beispiel Aktionen, die man im Freundeskreis machen kann und die nebenbei einen Umwelt, Klima- oder ökologischen Nachhaltigkeitsbeitrag leisten. Wichtig ist ihnen, dass das Gemeinschaftsgefühl erhalten bleibt und niemand in ihrem Umfeld negativ auffällt, da etwa allzu „grünes“ Verhalten in ihrem Peer-Kreis auch belächelt werden könnte.

Fazit

Die aktualisierte Zielgruppenanalyse zeigt, dass es eine große **Bandbreite** unter den im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlichen hinsichtlich ihrer Motive, Haltungen und Lebenswelten gibt, aber auch verbindende Muster. Viele stehen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit nicht grundsätzlich ablehnend gegenüber, doch fehlt oft der persönliche Bezug, die Dringlichkeit oder das Vertrauen in die eigene Wirksamkeit. Aus den Ergebnissen lassen sich für die Ansprache dieser Jugendlichen mehrere Schlussfolgerungen ableiten: Erstens sollte versucht werden, **Anknüpfungspunkte über ihre Lebenswelt** zu finden. Themen der sozialen Gerechtigkeit oder der unmittelbar spürbaren Lebensqualität (z.B. Sicherheit, Arbeitsplatzperspektiven, lokale Verbesserungen) können als Einstieg dienen, um Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit indirekt mit anzusprechen. Zweitens ist die **persönliche Ansprache** entscheidend. Die Jugendlichen reagieren deutlich offener auf Umwelt-, Klimaschutz- und Nachhaltigkeitsthemen, wenn Impulse von Menschen kommen, die sie kennen und als vertrauenswürdig einstufen – etwa aus dem Familien- oder Freundeskreis, oder von engagierten Gleichaltrigen, Jugendleiterinnen*Jugendleiter oder Lehrkräften. Über solche Multiplikatorinnen*Multiplikatoren lässt sich Interesse wecken, vor allem wenn klar wird, welcher *eigene Nutzen* oder Spaß mit einem Engagement verbunden sein kann. Drittens brauchen die Jugendlichen Erfolgserlebnisse und konkrete Handlungsmöglichkeiten in ihrer eigenen Lebenswelt. Da viele skeptisch sind, ob ihr Beitrag etwas bewirkt, sollten Kommunikations- und Engagementangebote gezielt ihre **Selbstwirksamkeit stärken** – z.B. durch Beispiele, was einzelne Aktionen bringen, und durch Hervorheben, dass sie teils bereits nachhaltiger handeln als sie denken. Komplexe wissenschaftliche Informationen oder moralischer Druck laufen dagegen Gefahr, Überforderung auszulösen. Viertens spielt das **soziale Umfeld** eine große Rolle: Engagement-Angebote sollten idealerweise gemeinschaftlich erlebt werden können und positiv besetzt sein, damit Engagement als etwas Attraktives wahrgenommen wird. Schließlich verdeutlicht die Segmentierung, dass unterschiedliche Kommunikations- und Beteiligungs-**Strategien** nötig sind, um die verschiedenen Typen nicht-engagierter Jugendlicher bedarfsorientiert anzusprechen. Während „vielseitig Engagierte“ eher über Verantwortungsrollen und Mitgestaltungsmöglichkeiten gewonnen werden können, spricht man „Sozial-orientierte Engagierte“ am besten über Gruppenaktionen und Vermitteln von Gemeinschaftsgefühl an. „Lösungsorientierte Pragmatikerinnen*Pragmatiker“ erreicht man am ehesten mit konstruktiver, unaufgeregter Kommunikation, die v.a. Lösungswege aufzeigt und weniger auf Probleme fokussiert. Und bei „Nicht oder wenig Engagierten“ gilt es, grundsätzliches

Vertrauen auf- und Berührungsängste mit Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen abzubauen sowie behutsam falsche Vorstellungen in Bezug auf diese zu korrigieren – ohne zu belehren.

Insgesamt liefert der Bericht wertvolle Erkenntnisse, wie Jugendliche, die bisher fern von Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen sind, Schritt für Schritt an diese Themen herangeführt und bei der Entwicklung und Gestaltung von entsprechenden Beteiligungsformaten und Engagementangeboten stärker berücksichtigt werden können. Die Ergebnisse unterstreichen, dass ein zielgruppengerechter Ansatz notwendig ist:

niedrigschwellig, lebensweltnah, persönlich und mit Fokus auf positive Erfahrungen sowie gemeinsame Aktionen. Damit liefert die Studie eine fundierte Basis, um zukünftige Maßnahmen zur Förderung von Jugendengagement im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich gezielt und wirksam zu gestalten und neue jugendliche Zielgruppen zu erreichen.

Summary

Background

The project “Strengthening Youth Engagement for Sustainability through Dialogue and Transformative Learning” (JuNast) initially set itself the goal of conducting a detailed target group analysis in order to raise awareness among young people in Germany who have not yet been involved in the fields of environmental protection, climate protection, and ecological sustainability, and to actively engage them with these topics.

This partial report presents an updated target group analysis for the project. Already in 2023, an initial secondary data analysis was carried out based on existing youth studies (including the study “Future? Ask the Youth! – 2021” (Frick et al., 2022)) to examine **young people not engaged in the fields of environmental protection, climate protection, and ecological sustainability** (hereinafter referred to as “NE” for non-engaged). More recent data are now available, collected as part of the youth study “Future? Ask the Youth! – 2023” (Leven et al., 2024). This target group analysis uses this updated survey data and compares it with the 2021 results to highlight changes in the profile and attitudes of the target group.

In addition to the quantitative secondary data analysis, 11 **qualitative interviews** were conducted with selected young people who are not engaged in the fields of environmental, climate, and ecological sustainability. These interviews aimed to deepen the statistical findings and to gain a better understanding of the motives, attitudes, and living environments of this target group.

This report summarizes the key insights from the new data analysis and interviews and derives implications for addressing and involving non-engaged young people with respect to environmental, climate, and ecological sustainability topics.

Results of the Current Secondary Data Analysis Based on the Study “Future? Ask the Youth! – 2023”

The current secondary data analysis of the youth study “Future? Ask the Youth! – 2023” (ZJf 2023) provides a detailed picture of non-engaged young people in Germany. Among 14- to 22-year-olds who are not active in the fields of environmental protection, climate protection, or ecological sustainability, male adolescents are disproportionately represented.

Many of them are active in leisure contexts such as sports clubs but not in initiatives related to climate, environment, or ecological sustainability. The secondary data analysis reveals that these young people live in a field of tension: on the one hand, they place great value on consumption and personal comfort; on the other hand, they do express concerns about the environment, climate, and ecological sustainability. Moreover, more than half of the surveyed non-engaged youths state that they frequently use bicycles or public transportation in their daily lives—although this likely often stems from pragmatic reasons (such as not having a driver’s license) rather than from explicit environmental consciousness. Overall, sustainable behaviors are not deeply rooted in their everyday lives: only a minority consciously avoids plastic, prefers to buy fair-trade or organically produced products, or follows a vegetarian or vegan lifestyle. The majority of non-engaged young people have so far had no active contact with formal environmental, climate protection, or ecological sustainability initiatives. At the same time, they hold moderate attitudes toward environmental and climate protection: they recognize the general importance of environmental and climate protection as well as ecological sustainability, but without translating this into personal action. They tend to expect politics and institutions to take responsibility for protecting the climate and the environment. Some show mistrust toward climate protection measures when they perceive them as restrictive to their everyday lives or the economy. Overall, the secondary data analysis based on the ZJf 2023 study paints the picture

of a target group that does not fundamentally reject environmental, climate protection, and sustainability topics but does not feel a strong internal urgency to actively engage.

Comparison of Secondary Data Analyses from the ZJf 2023 and ZJf 2021 Studies

The comparison of the results for non-engaged youths (NEs) in the current secondary data analysis of the “Future? Ask the Youth! – 2023” (ZJf 2023) study with those from the predecessor study in 2021 reveals both continuities and changes. Fundamentally, the **composition of the target group** of non-engaged young people **remains similar**: Even in the analysis of the ZJf 2021 study, the group was predominantly made up of young men, often students or apprentices, who still live with their parents and whose leisure activities are more oriented toward sports and entertainment than toward political or ecological engagement. Factors such as migration background or place of residence (urban vs. rural) had no significant impact on whether young people became engaged or not in either survey. It appears that in 2023, the proportion of non-engaged youths in the new federal states (eastern Germany) is now significantly higher than in the old federal states (western Germany).

Overall, the proportion of non-engaged youths has noticeably increased when comparing the data from the ZJf 2021 and 2023 studies – the number of non-engaged individuals in the sample rose from 297 (2021) to 532 (2023). A striking change is also evident in the importance attributed to environmental and climate protection and ecological sustainability: while these topics held a moderate priority among young non-engaged individuals in the ZJf 2021 study, they have dropped to the second-to-last position in the relevance ranking of societal issues in the ZJf 2023 study. Many of the surveyed youths now name other concerns as more urgent—such as economic security, fears about their personal future, or social issues. Correspondingly, the willingness to engage in environmental, climate protection, or sustainability issues has declined within the target group. For example, the data show that in the ZJf 2023 study, significantly fewer non-engaged youths feel proud of the engagement of their peers or believe that protests can achieve meaningful change, compared to 2021. Whereas there was previously a somewhat positive attitude toward climate activism, in 2023 many non-engaged youths are more disillusioned or even rejecting: they doubt the effectiveness of past engagement efforts and perceive some forms of climate protest as exaggerated or patronizing. At the same time, there has been a decline among non-engaged youths in the everyday implementation of sustainable behaviors. Certain environmentally friendly habits (such as reduced meat consumption or the purchase of sustainable products) are practiced by significantly fewer young people according to the ZJf 2023 data than two years earlier. However, the proportion of those who pragmatically choose environmentally friendly options (e.g., cycling, public transport) due to reasons like mobility needs or cost concerns has remained constant. In summary, the comparison of data from the ZJf 2021 and 2023 studies suggests that the non-engaged target group is now even harder to sensitize to environmental, climate protection, and ecological sustainability topics than before and increasingly responds with indifference or skepticism.

Key Findings from the Interviews

The subsequent **qualitative interviews** with non-engaged youths complement the quantitative findings and provide deeper insights into the thinking and living environments of this group. In total, eleven young people from various contexts (e.g., sports clubs, youth centers) were interviewed during this survey. The conversations first confirm that non-engaged youths form a **heterogeneous group**, showing both commonalities and clear differences (see segments below). Overall, it is evident that none of the interviewed youths vehemently reject environmental, climate protection, or ecological sustainability topics. On the contrary, all acknowledge the reality of climate change and are, in principle, willing to compromise, even if they view certain environmental and climate policy measures critically. Although they are often

dissatisfied with current climate policies, many exhibit a basic trust in the political system—such as in democracy and governmental institutions. The interviews also reveal that topics such as **social justice and personal security** hold very high importance for these youths. Their greatest concerns are more focused on their personal futures, education, job security, or housing situations rather than on global environmental problems. In some cases, social or local issues serve as connecting points: when climate protection is discussed in relation to social justice or the improvement of personal living conditions, interest increases. Overall, it becomes clear that abstract threat scenarios (such as climate change) tend to tire or frustrate the surveyed youths. They miss **solution-oriented** communication that presents positive perspectives and concrete options for action. The interviews also highlight an important **psychological aspect**: many non-engaged youths feel overwhelmed by the magnitude of environmental and climate problems and doubt their ability to make a difference as individuals. This latent sense of being overwhelmed can lead to withdrawal or defensive attitudes, even though an underlying awareness of environmental and climate issues exists. Thus, the qualitative deep dive shows that it is not a lack of environmental knowledge or problem awareness, but rather a lack of personal **relevance, perceived self-efficacy, and suitable opportunities** for engagement that prevent more active participation.

Commonalities Among Interviewees

Despite their differences, the interviewed youths share several commonalities. Many of these young people are strongly shaped by their immediate environment: friends, family, or existing group affiliations play a central role. Several interviewees essentially "grew into" their current leisure activities or club involvements—often introduced to them by parents or friends, and they have been participating for years. Fun and a **sense of community** are decisive motives for almost all participants: their current engagements (whether in sports clubs, youth centers, or recreational groups) primarily bring them joy and give them a sense of doing something positive for others or their environment. A certain **sharing of values** with the people in their group is present—they share a hobby, a task, or a group purpose that connects them. Importantly, none of the respondents expressed a fundamentally negative attitude toward environmental or climate protection itself. While there are critical views on specific aspects (e.g., radical forms of protest), there is no dogmatic rejection of topics related to environmental, climate, or ecological sustainability. On the contrary, all of the youths have at least a basic understanding of the climate change issue and consider environmentally conscious behavior generally desirable—though they rank it lower in personal priority compared to more immediate interests. Additionally, it became apparent during the conversations that the youths have rarely had opportunities to openly discuss environmental, climate, and ecological sustainability topics before. Many responded positively to being given the chance to express their opinions during the interviews—suggesting that **interest can be sparked** when the target group is listened to and spaces for exchange are created. Overall, the interviewed non-engaged youths appear pragmatic and compromise-oriented: they show a willingness to find solutions, as long as these are not perceived as patronizing or unrealistic.

Segmentation of the Target Group of Non-Engaged Youth Based on the Interviews

The analysis of the interviews clearly shows that different types of non-engaged youth exist in terms of outreach and participation. Based on key characteristics, four segments or groups can be distinguished:

- **Versatile Engagers:** Some of the young people who are not engaged in the fields of environmental, climate protection, and ecological sustainability are nonetheless **actively involved in a variety of other areas**. For example, some of them are not only members of their main hobby clubs (e.g., fire brigade, sports clubs, traditional cultural associations, or

choirs) but are also active in youth councils or club boards. They enjoy taking on responsibility, discussing issues at a higher level (such as in youth councils or school representative bodies), and want to have a say in decision-making processes. These young people are generally open to engagement and enjoy contributing to **shaping** their surroundings. However, environmental, climate, and ecological sustainability topics have so far not played a prominent role for them.

- **Non- or Minimally Engaged Youth:** A second group consists of young people who are **hardly or not at all engaged**—neither in the fields of environmental, climate, or ecological sustainability nor in other areas of civic engagement. This type is represented by respondents from an open youth center who primarily visit for leisure activities and are not involved in any further voluntary work. These youths mainly want to have fun with friends and avoid obligations. They are often skeptical towards political topics and express rather conservative views: for example, they consider climate protection important but believe it is incompatible with a functioning economy. Accordingly, they criticize current climate policies as too restrictive and believe that Germany is already doing enough – arguing that it is now other countries' turn to act. They perceive climate activists as exaggerated or patronizing. Overall, there is a certain **defensive attitude** among these youths: environmental, climate protection, and ecological sustainability issues are not denied, but rather dismissed as annoying or secondary – as long as they do not directly affect their own lives.
- **Solution-Oriented Pragmatists:** The third group consists of young people who are **generally open** to environmental, climate, and ecological sustainability topics but are often annoyed by the way these issues are publicly discussed. This group includes interviewees from a judo club, a school initiative, and one participant from a youth center. They criticize that environmental, climate protection, and sustainability topics are mostly communicated through fear-based appeals and instead wish for concrete solutions and positive progress. They perceive politics as something distant, something "adults" handle—some feel that, as young people, they have little opportunity to participate in political discourse. Nevertheless, they do act in an environmentally conscious manner to a certain extent in their everyday lives (e.g., saving energy, separating waste, eating less meat) and are open to new ideas. However, they believe that, overall, much has already been done and show only limited willingness to get further involved. Traditional environmental groups appear unattractive to them, as they associate these groups with a very serious demeanor. They see meaningful contributions more in **pragmatic actions**, such as raising awareness through social media, where many people can be reached with little effort. Thus, these youths are not generally disinterested, but rather want to contribute to solutions in their own way and without moral pressure.
- **Socially-Oriented Engaged Youth:** The fourth group consists of young people whose main motivation for engagement lies in participating in a **social community**. Examples include interviewees from a youth Red Cross group and a carnival association. Their engagement—whether in preserving traditions or in social causes—is primarily about being together with friends and feeling part of a community. Environmental, climate protection, and ecological sustainability topics are not high on their list of priorities; they consider these topics "important," but not particularly exciting. Nonetheless, they already behave sustainably to some extent in their everyday lives—such as by separating waste or avoiding air travel—though they would not describe themselves as environmentally conscious. It is noticeable that they are exposed to a lot of climate, environmental, and sustainability content through social media and generally react positively to it, as long as it remains low-threshold and accessible. For these young people, a meaningful entry point into environmental, climate protection, and sustainability topics would need to occur through **shared activities**—such

as actions that can be carried out with friends and that incidentally contribute to environmental, climate, or sustainability goals. It is important for them that the sense of community is preserved and that no one in their circle stands out negatively, since overly "green" behavior could be ridiculed within their peer group.

Conclusion

The updated target group analysis shows that there is a wide **range** among young people who are not engaged in environmental, climate protection, and ecological sustainability activities, both in terms of their motives, attitudes, and living environments, but also connecting patterns. Many are not fundamentally opposed to environmental, climate protection, and sustainability topics; however, they often lack personal connection, a sense of urgency, or confidence in their own effectiveness. Several conclusions can be drawn from the results for addressing these youths: First, efforts should be made to find points of connection through their **everyday lives**. Themes such as social justice or tangible improvements in quality of life (e.g., safety, job prospects, local improvements) can serve as entry points to indirectly address environmental, climate, and sustainability topics. Second, **personal outreach** is crucial. Young people respond much more openly to environmental, climate protection, and sustainability topics when impulses come from people they know and trust—such as family or friends, or from engaged peers, youth leaders, or teachers. Through such multipliers, interest can be sparked, especially when it becomes clear how engagement can bring personal benefits or fun. Third, young people need success experiences and concrete action opportunities within their own environments. Since many are skeptical about whether their contribution makes a difference, communication and engagement offerings should specifically aim to strengthen their **sense of self-efficacy**—for example, by highlighting the tangible impacts of individual actions and by pointing out that they may already act more sustainably than they realize. Complex scientific information or moral pressure, on the other hand, risk causing feelings of being overwhelmed. Fourth, the **social environment** plays a major role: Engagement opportunities should ideally be experienced collectively and framed positively so that engagement is perceived as something attractive. Finally, the segmentation shows that different communication and participation **strategies** are needed to address the various types of non-engaged youths according to their needs: “Versatilely Engaged” youths can be reached through offers of responsibility and opportunities to co-create. “Socially-Oriented Engaged” youths are best addressed through group activities and by promoting a sense of community. “Solution-Oriented Pragmatists” respond best to constructive, calm communication that focuses primarily on solutions rather than problems. For “Non- or Minimally Engaged Youth,” it is important to build basic trust, reduce fears of contact with environmental, climate protection, and sustainability topics, and gently correct misconceptions—without being patronizing. Overall, the report provides valuable insights into how young people who have so far been distant from environmental, climate protection, and ecological sustainability topics can be gradually introduced to these subjects and more strongly considered in the development and design of corresponding participation and engagement opportunities. The findings emphasize the necessity of a target group-oriented approach: **low-threshold, closely connected to their everyday lives, personal**, and focusing on positive experiences and collective activities. Thus, the study offers a solid foundation for designing future measures to promote youth engagement in environmental, climate protection, and ecological sustainability fields in a targeted and effective way—and for reaching new youth target groups.

1 Einordnung und Zielsetzung

Das Vorhaben „Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken durch Dialog und transformatives Lernen“¹ (JuNast) erforscht und erprobt Möglichkeiten, wie die Zielgruppe der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland, die sich bisher nicht aktiv für die Themen Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit interessieren und engagieren, für diese Themen sensibilisiert und bei der Entwicklung und Gestaltung von entsprechenden Beteiligungsformaten und Engagementangeboten stärker berücksichtigt werden kann.

Ziel des ersten Arbeitspaketes des Projekts war es, die sozialwissenschaftlichen Grundlagen für die weiteren Schritte zu legen und die Gruppe der oben beschriebenen „bisher nicht in Umwelt-, Klimaschutz und Nachhaltigkeitsbelangen engagierten Jugendlichen“² besser zu verstehen und hinsichtlich ihrer internen Diversität zu beschreiben. Dieser übergeordneten Zielstellung wurde sich in zwei Teilanalysen und zugehörigen Teilberichten genähert.

- **Teilbericht 1:** Für das erste Teilbericht wurde erstmalig eine Re-Analyse von verschiedenen, bestehenden quantitativen Befragungsdaten von Jugendlichen in Deutschland durchgeführt. Hauptgegenstand hierbei war die Studie „Zukunft? Jugend fragen! - 2021“ (Frick et al., 2022), wobei auch die Studie zum „Umweltbewusstsein in Deutschland 2022“ (Grothmann et al., 2023), sowie der „3. Engagementbericht“ (Hofmann et al., 2020) re-analysiert wurden. Ziel war es, die Zielgruppe der nicht-engagierten Jugendlichen in den Daten zu extrahieren, näher zu beschreiben und mehr über ihre Werte, Lebensrealitäten und Berührungspunkte mit den Themen Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischer Nachhaltigkeit zu erfahren. Zudem sollten aus den Daten konkrete Anhaltspunkte dazu abgeleitet werden, wo und wie die bisher nicht-engagierten Jugendlichen für Themen und Engagementangebote im Nachhaltigkeitsbereich erreicht und gewonnen werden können. Zu diesem Zweck wurde ihr Freizeitverhalten sowie ihr Informations- und Kommunikationsverhalten dezidiert analysiert. Aufbauend auf der Datenanalyse wurde zudem eine Desktop-Analyse von relevanten Akteurinnen*Akteuren der Jugendarbeit (zivilgesellschaftliche Jugendorganisationen und offene Jugendarbeit) durchgeführt und in 13 sich anschließenden Interviews mit deren Vertreterinnen*Vertretern erhoben, wie die Akteurinnen*Akteure mit der Zielgruppe kommunizieren und welche Bezüge und Erfahrungen bereits mit dem Thema Nachhaltigkeit gemacht wurden.
- **Teilbericht 2:** Die Analysen des zweiten – hier vorliegenden – Teilberichts bilden eine Fortsetzung und Aktualisierung der Untersuchungen des ersten Teilberichts. Hierzu wurde die aktuelle Erhebungswelle der BMUV- / UBA-Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! - 2023“ (Leven et al., 2024) einer Sekundärdatenanalyse unterzogen.³ Schwerpunkt dieser Erhebungswelle der Jugendstudie bildeten die Erwartungen und Einstellungen der nicht-engagierten Jugendlichen an gesellschaftliche Akteurinnen*Akteure des politischen und wirtschaftlichen Klimaschutzes. Ziel der Analyse war es erneut, die Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen besser zu verstehen und ihre aktuellen Bezüge zu den Themen Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischer Nachhaltigkeit herauszuarbeiten. Die Ergebnisse

¹ Das Projekt wird im Auftrag von Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) und Umweltbundesamt (UBA) durchgeführt (FKZ 3722 16 102 0) und läuft 36 Monate (von Mai 2023 bis April 2026). Das durchführende Projektkonsortium besteht aus IKU GmbH, Unabhängiges Institut für Umweltfragen e.V. (UfU), ConPolicy GmbH und Institut für Sozialpädagogische Forschung Mainz gGmbH (ism).

² Die Gruppe der „bisher nicht in Umwelt-, Klimaschutz und Nachhaltigkeitsbelangen engagierten Jugendlichen“ wird im folgenden Text als „nicht-engagierte Jugendliche“ bezeichnet. Auf ein etwaiges Engagement in anderen Bereichen wird sich hiermit nicht bezogen. Der Ausdruck „engagierte Jugendliche“ bezieht sich auf diejenigen, die sich bereits zu Umwelt-, Klimaschutz und Nachhaltigkeitsbelangen einbringen.

³ Anders als im ersten Teilbericht bilden somit lediglich die aktuellen Daten der Studie „Zukunft? Jugend fragen!“ die Datenbasis für die Sekundärdatenanalyse. Der Engagementbericht sowie die Umweltbewusstseinsstudie lagen zum Zeitpunkt der Erstellung des zweiten Teilbericht nicht in aktualisierter Form vor.

dieser Analyse sind in den Kapiteln 2.2 bis 2.4 zu finden. Auch wurde ein Vergleich zwischen beiden Erhebungszeitpunkten 2021 und 2023 durchgeführt und relevante Veränderungen in den Einstellungen der Jugendlichen und ihren Antworten herausgestellt und interpretiert. Diese vergleichenden Ergebnisse werden in Kapitel 2.5 vorgestellt und diskutiert. Aufbauend auf den Erkenntnissen dieser Sekundärdatenanalyse wurden zudem Interviews mit 11 nicht-engagierten Jugendlichen durchgeführt. Ziel dieser Interviews war es, anknüpfend an ausgewählte Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse, im direkten Gespräch mit der Zielgruppe ein tiefergehendes Verständnis ihrer (heterogenen) Lebenswelten, Einstellungen, Bezüge und ggf. Herausforderungen / Barrieren zu den Themen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit zu erlangen. Die Erkenntnisse dieser Interviews werden in Kapitel 3 dieses Teilberichts wiedergegeben. Abschließend fasst das vierte Kapitel dann die wichtigsten übergeordneten Erkenntnisse dieses Teilberichts zusammen und zieht ein Fazit.

2 Aktualisierung der Zielgruppenanalyse

Die zwei innerhalb dieses Vorhabens entstandenen Teilberichte sind die ersten in Deutschland, die sich ausschließlich und basierend auf einer großen Datenbasis exklusiv mit denjenigen jungen Menschen befassen, die aktuell noch nicht aktiv zu Umwelt-, Klimaschutz und ökologischen Nachhaltigkeitsfragen engagiert sind.

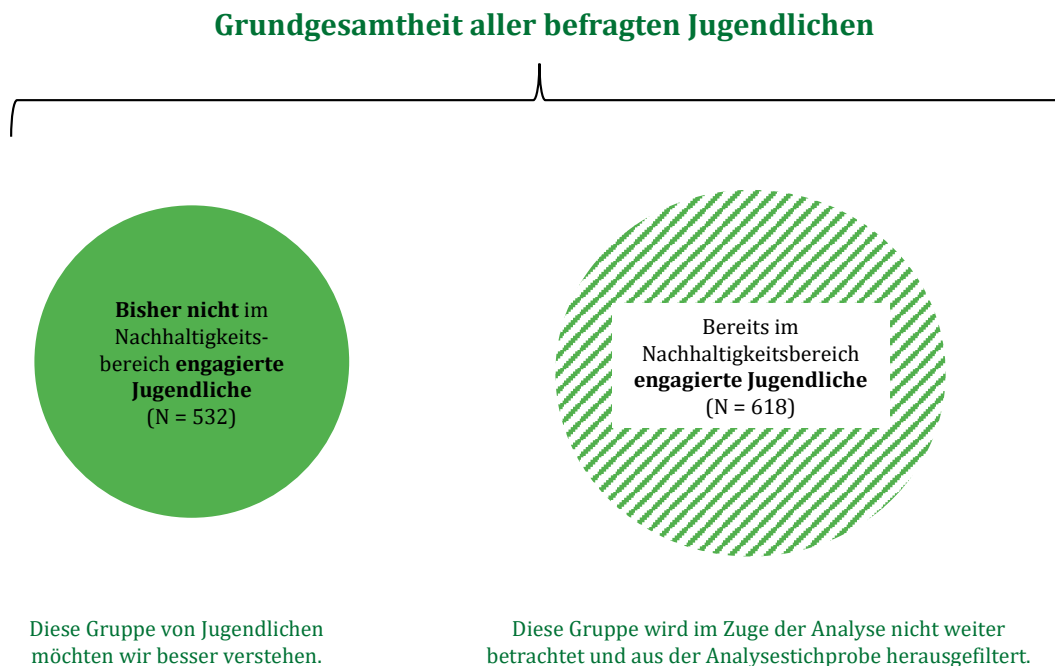
Bisher entsprach diese Gruppe immer einer „Black Box“, da existierende Studien zu Einstellungen von Jugendlichen in Bezug auf Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeitsthemen in Deutschland sowie ihrem konkreten Umwelt- und Handlungswissen sich entweder bevölkerungsrepräsentativ mit der gesamten Gruppe der Jugendlichen beschäftigen (u.a. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) & BfN, 2021; Calmbach et al., 2024; Frick et al., 2022; Kress, 2021), prioritär die bereits im Umwelt-, Klimaschutz und zu ökologischer Nachhaltigkeit engagierten Jugendlichen in den Blick nehmen (u.a. Diels et al., 2022) oder zumindest keine dezidierte Analyse der nicht-engagierten Jugendlichen vornehmen (Deckert & Ulmer, 2019; Werg & Hilscher, 2021).

Die Ergebnisse des ersten Teilberichts haben gezeigt, dass sich die Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen in vielen Belangen grundlegend von den bereits im Nachhaltigkeitsbereich engagierten Jugendlichen unterscheidet. Demnach müssen auch andere Zugänge und Ansprachewege gefunden werden, um diese Gruppe zielgruppengerecht für Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeitsfragen zu sensibilisieren und bei Beteiligungsformaten und Engagementangeboten zu berücksichtigen. Eine Ausweitung und regelmäßige Aktualisierung der empirischen Studienbasis zu nicht-engagierten Jugendlichen ist vor diesem Hintergrund dringend angezeigt. Nur so kann auf aktuelle Entwicklungen bei der Zielgruppe adäquat eingegangen und Angebote geschaffen werden, die die nicht-engagierten Jugendlichen langfristig und dauerhaft erreichen.

Vor diesem Hintergrund wurde analog zum Vorgehen der ersten Untersuchungswelle in der vorliegenden Studie eine Sekundärdatenanalyse von bestehenden Befragungsdaten aus dem Jahr 2023 durchgeführt. Bei den Daten handelt es sich um die aktuelle Befragungswelle der Studie „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), die in regelmäßigen Abständen erhoben wird. Innerhalb des Datensatzes wurden erneut diejenigen Jugendlichen identifiziert, die bisher keine (der in der Studie abgefragten) Formen des Engagements zu Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit praktizieren. Diese Gruppe (siehe Abbildung 1) wurde im Anschluss im Hinblick auf soziodemographische, soziokulturelle und soziopolitische Merkmale sowie konkrete Bezüge zu den Themen Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit untersucht.

Ziel der Untersuchung war es, ein aktuelles Bild von den nicht-engagierten Jugendlichen in Deutschland zu zeichnen sowie Veränderungen im Vergleich zu den Ergebnissen aus der Sekundärdatenanalyse zur Studie „Zukunft? Jugend fragen! - 2021“ herauszuarbeiten. Gemeinsam mit den Erkenntnissen aus den Interviews mit 11 nicht-engagierten Jugendlichen wurden darauf basierend Handlungsempfehlungen zur Ansprache, Sensibilisierung und Motivation der Zielgruppe für ein Engagement zu Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit erarbeitet.

Abbildung 1: Darstellung der Zielgruppenabgrenzung*



* Die Größenverhältnisse sind angelehnt an die Stichprobengrößen der Sekundärdatenanalyse, die sich aus der festgelegten Zielgruppendefinition (s.u.) basierend auf den Daten von Leven et al. (2024) ergeben haben.

Quelle: eigene Darstellung, ConPolicy

2.1 Methodisches Vorgehen der Sekundärdatenanalyse für das Jahr 2023

Abweichend von der vorangegangenen Sekundärdatenanalyse der nicht-engagierten Jugendlichen wurde in der aktuellen Studie lediglich ein Datensatz – anstelle von drei Datensätzen – untersucht sowie von einer synoptischen Literaturanalyse abgesehen. Konkret gingen die aktualisierten Daten der Jugendstudie des BMUV/ UBA „Zukunft? Jugend fragen! - 2023“ (Leven et al., 2024) in die quantitative Re-Analyse der Daten ein.

- **Zur Datengrundlage:** Die Jugendstudie des BMUV/ UBA „Zukunft? Jugend fragen“ untersucht regelmäßig im Rahmen einer repräsentativen Erhebung, wie junge Menschen im Alter von 14 bis 22 Jahren über die Umwelt und das Klima denken, welche Sorgen sie umtreiben und welche Wünsche und Ideen sie für die Zukunft haben. Die Studie behandelt demnach Themen und Aspekte, die auch von besonderer Relevanz sind, wenn es darum geht, die Gruppe der bisher nicht-engagierten Jugendlichen besser zu verstehen. Das Antwortverhalten dieser Gruppe in der Erhebung kann Hinweise darauf geben, welchen Bezug diese jungen Menschen zu umweltbezogenen Themen haben und wie ihre Lebensrealitäten aussehen.

Um die Zielgruppe der nicht-engagierten Jugendlichen im Datensatz einzugrenzen, wurden eine thematisch geeignete Frage sowie entsprechende Items als Filterfrage ausgewählt. Analog zur Vorgängeruntersuchung wurden aus der gesamten Stichprobe (n=1.150) diejenigen jungen Menschen für die weitere Analyse ausgewählt, die basierend auf der Frage zum Praktizieren von Engagementformen angaben, bisher alle der in Abbildung 2 genannten Handlungen nie oder nur selten durchzuführen. Hieraus ergab sich eine Teilstichprobe von n=532, die sowohl deskriptiv als auch mittels statistischer Tests weiter untersucht wurde.

Abbildung 2: Filterfragen zur Stichprobenabgrenzung

Zlf: Jugendliche, die alle dieser Aktionen nie oder nur selten praktizieren, sind Teil der untersuchten Stichprobe der „Nicht-Engagierten“

Originalfrage: Es gibt viele Möglichkeiten, wie sich junge Leute (und andere) für Umwelt- und Klimaschutz einsetzen können. Wie ist das bei Dir? Hast Du die folgenden Dinge schon einmal gemacht und wenn ja, wie häufig?

Items (Reihenfolge rotiert):

- ▶ Online-Aktionen und Online-Petitionen für Umwelt- und Klimaschutz unterstützt
- ▶ einen Beitrag über Umwelt- und Klimaschutz in sozialen Medien geteilt
- ▶ An Demonstrationen für Umwelt- und Klimaschutz teilgenommen
- ▶ In einer Umwelt- oder Klimaschutzorganisation mitgemacht
- ▶ Eine Demonstration oder Veranstaltung für Umwelt- und Klimaschutz mitorganisiert
- ▶ An Umwelt- oder Klimaschutzgruppen Geld gespendet
- ▶ Eine Partei gewählt, die sich für Umwelt- und Klimaschutz einsetzt
- ▶ Umwelt- und klimaschädliche Firmen boykottiert

Skala:

noch nie – selten – gelegentlich – oft – sehr oft – das kenne ich nicht.

Quelle: eigene Darstellung, ConPolicy

Wie aus der Auflistung der für die Zielgruppenabgrenzung gewählten Items in Abbildung 2 ersichtlich wird, wurde für die Studie ein recht breites Verständnis von (Umwelt-, Klimaschutz und ökologischem Nachhaltigkeits-) Engagement zugrunde gelegt. Konkret bedeutet das, dass bereits niedrigschwellige Aktionen, wie etwa das Teilen eines Beitrags über Umwelt-, Klimaschutz oder ökologische Nachhaltigkeit in den sozialen Medien, als eine Form des jeweiligen Engagements gewertet wurde. Diejenigen Jugendlichen, die zumindest eine der Aktionen mindestens gelegentlich durchführen, wurden aus der weiteren Stichprobenbetrachtung der Nicht-Engagierten (NE) ausgeschlossen.⁴ So konnte gewährleistet werden, dass tatsächlich nur die Jugendlichen in die weitere Analyse eingingen, für die der Einsatz für Umwelt-, Klima- und ökologische Nachhaltigkeitsbelange im täglichen Leben keine oder eine nur stark untergeordnete Rolle spielt. Diese jungen Menschen bilden die Zielgruppe des Gesamtvorhabens.

Um eine gute Vergleichbarkeit zwischen den Ergebnissen der Erhebungswellen der Studie „Zukunft? Jugend fragen!“ der Jahre 2021 und 2023 zu gewährleisten, wurden – wo möglich – dieselben Fragenbatterien in die Auswertung einbezogen. Die zwei untersuchten Jugendstudien setzen jedoch jeweils leicht unterschiedliche Schwerpunkte, sodass mitunter neue Items in den Fragenkatalog aufgenommen und wiederum andere aus der Befragung und somit Analyse gestrichen wurden.

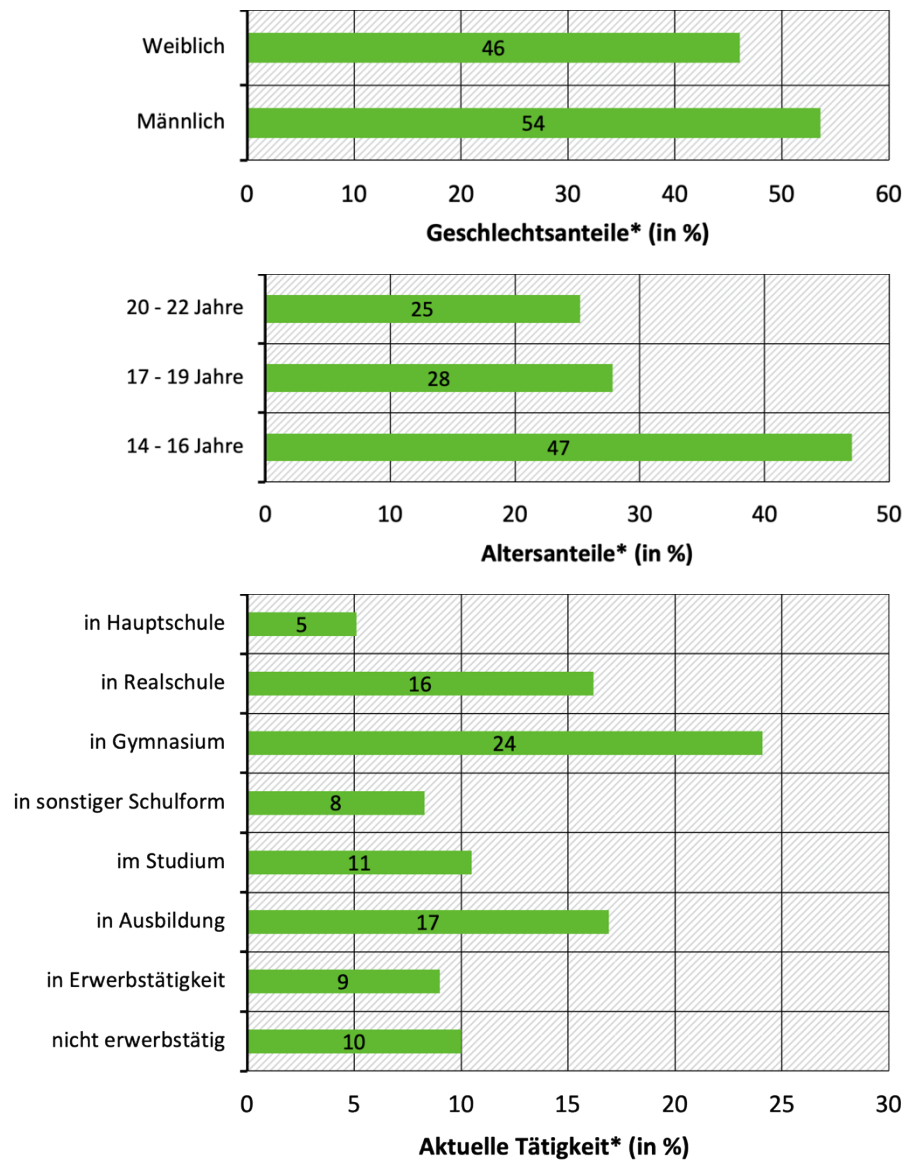
⁴ Im Vergleich zu der Vorgängeruntersuchung gingen zwei Engagementarten („Teilnahme bei einem Klimastreik (Fridays for Future)“ sowie „Aktionen des zivilen Ungehorsams“) nicht mehr als Antwortkategorien in die Umfrage ein. Somit gab es für die Jugendlichen zwei Möglichkeiten weniger als „engagiert“ zu gelten.

2.2 Wer sind die nicht-engagierten Jugendlichen in Deutschland?

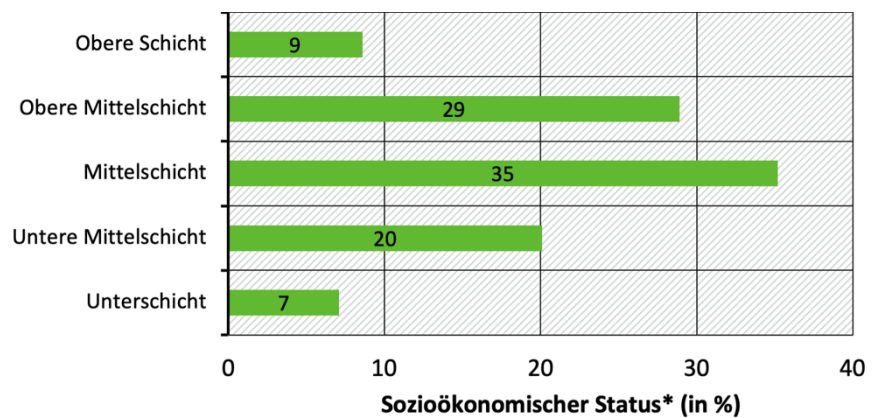
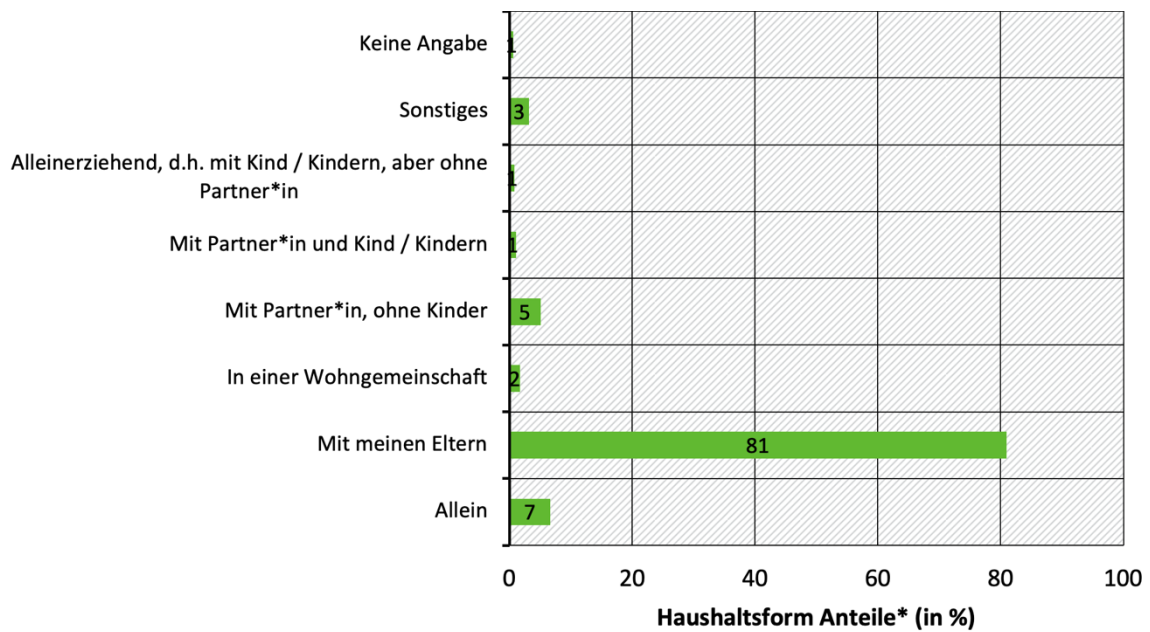
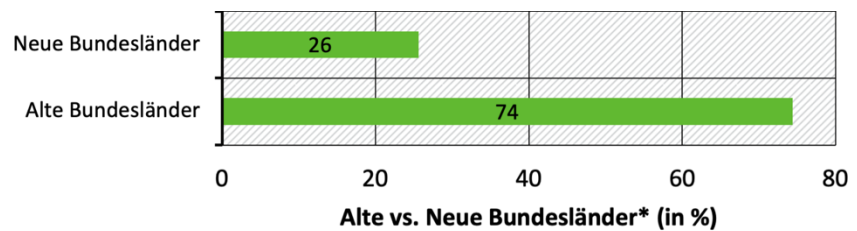
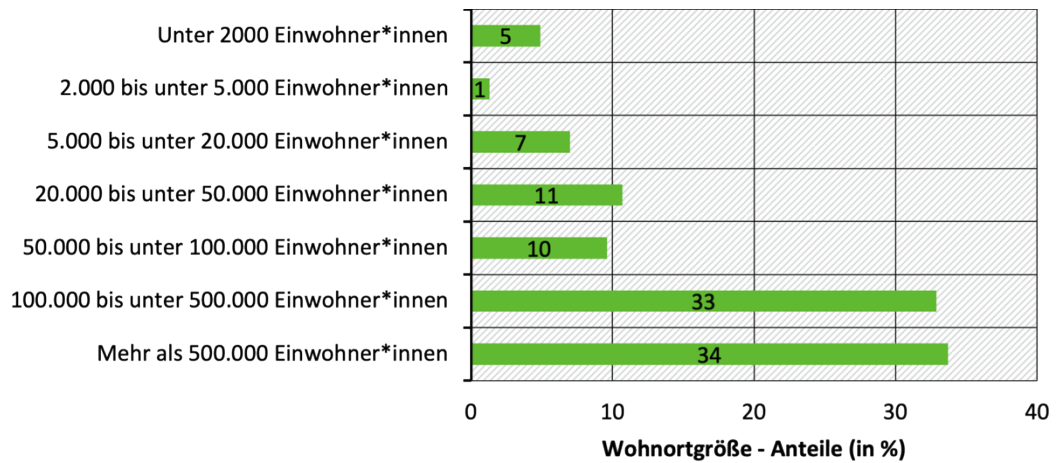
2.2.1 Demographische Merkmale

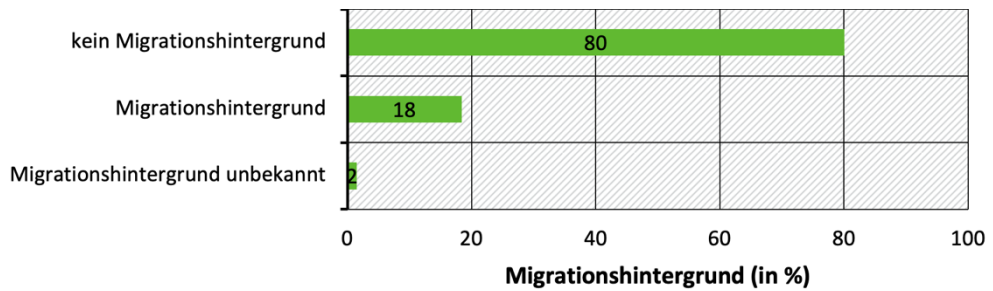
Abbildung 3 zeigt die wichtigsten demografischen Merkmale der nicht-engagierten Jugendlichen (signifikante Unterschiede zu engagierten Jugendlichen werden mit Sternchen im Untertitel der Graphiken gekennzeichnet).⁵

Abbildung 3: Demographie der nicht-engagierten Jugendlichen



⁵ Hinweis: Aufgrund von Rundungen kann es vorkommen, dass sich die Werte in den dargestellten Diagrammen in Einzelfällen nicht zu exakt 100 Prozent addieren. Dieser Hinweis gilt für alle im Bericht enthaltenen Diagramme.





*Hier gab es Unterschiede zwischen Engagierten und Nicht-Engagierten. Diese sind im Fließtext beschrieben.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen! 2023“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Im Vergleich zu den engagierten Jugendlichen lassen sich einige statistisch relevante Unterschiede erkennen, die auf strukturelle Unterschiede zwischen den zwei Gruppen hindeuten: Zunächst zeigt sich, dass der Anteil von männlichen Personen unter den Nicht-Engagierten größer ist als unter den Engagierten (NE: 54% vs. E: 45%). Zudem sind nicht-engagierte Jugendliche jünger (14- 16 Jahre) als die Engagierten (NE: 47% vs. E: 24%), während die engagierten Jugendlichen häufiger älteren Altersgruppe (20 – 22 Jahre) angehören (NE: 25% vs. E: 48%). In der Altersspanne 17-19 Jahre sind etwa gleichviele nicht-engagierte wie engagierte Jugendliche vertreten (NE: 28% vs. E: 28%).

Die nicht-engagierten Jugendlichen gehen aktuell häufiger noch zur Schule und besuchen hierbei häufiger als die engagierten Jugendlichen Haupt- oder Realschulen (NE: 5% vs. E: 2% bzw. NE: 16% vs. E: 7%). Wie bei E besuchen aber auch bei den NE die meisten Personen das Gymnasium. Außerdem zeigt sich im direkten Vergleich, dass die nicht-engagierten Jugendlichen seltener studieren (NE: 11% vs. E: 24%) bzw. seltener bereits erwerbstätig sind als die engagierten Jugendlichen (NE: 9% vs. E: 12%). Diese Ergebnisse sind jedoch vor dem Hintergrund des geringeren Alters der nicht-engagierten Jugendlichen zu interpretieren und einzuordnen. Hierzu passt, dass die nicht-engagierten Jugendlichen häufiger bei ihren Eltern (NE: 81% vs. E: 71%) und seltener in einer Wohngemeinschaft (NE: 2% vs. E: 7%) oder mit der Partnerin*dem Partner (NE: 6% vs. E: 11%) leben, als es Jugendliche in der Gruppe der Engagierten tun.

Gemäß den Daten stammen nicht-engagierte junge Menschen häufiger aus Haushalten mit niedrigerem sozioökonomischem Status als Jugendliche, die bereits engagiert sind. Zudem kommen sie vergleichsweise häufiger aus den neuen Bundesländern. Hinsichtlich der Wohnortgröße (ländlich versus städtisch) gibt es jedoch keinen statistisch relevanten Unterschied zwischen den Gruppen. Auch hinsichtlich eines möglichen migrantischen Hintergrunds gibt es keinen – zumindest statistisch signifikanten – Unterschied zwischen den Jugendlichen, die sich zu Themen des Umwelt- oder Klimaschutzes bzw. ökologischer Nachhaltigkeit engagieren, und jenen, die dies nicht tun.

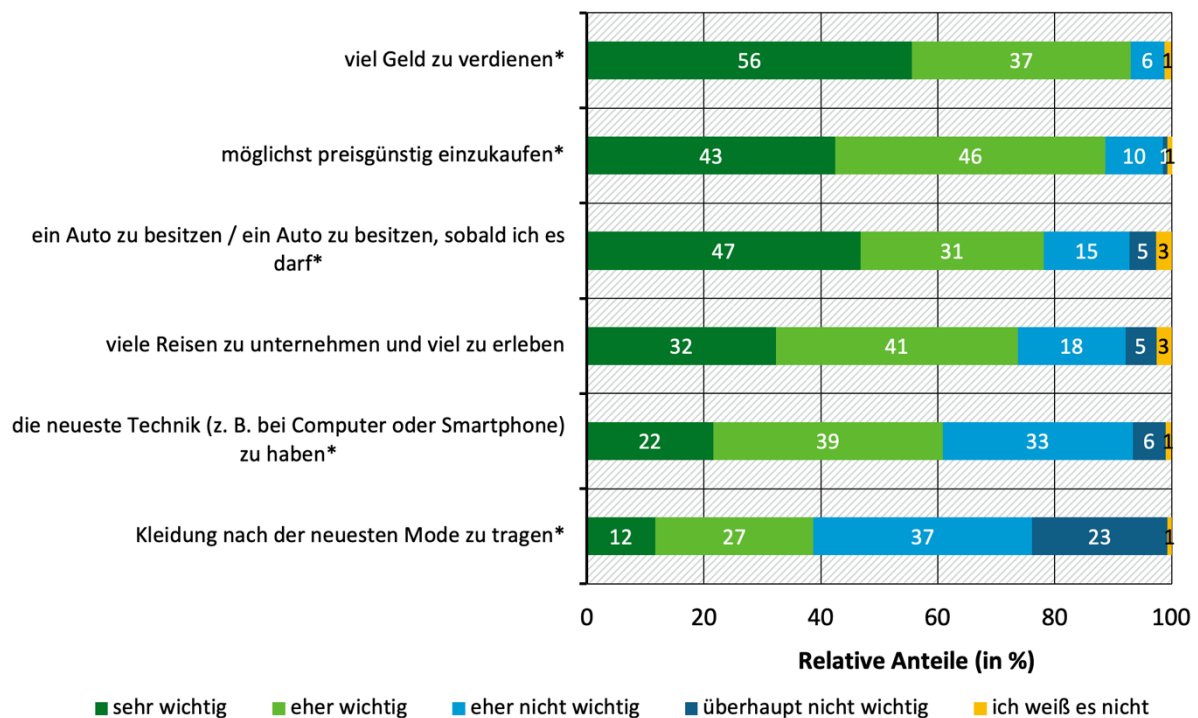
2.2.2 Soziokulturelle und soziopolitische Merkmale

Die Analyse der soziokulturellen und soziopolitischen Merkmale gibt interessante Hinweise auf die Lebenswelten der nicht-engagierten Jugendlichen, die wiederum für die Zielgruppenansprache und -sensibilisierung genutzt werden können.

Nicht-engagierten jungen Menschen ist es mehrheitlich wichtig, viel Geld zu verdienen, möglichst preisgünstig einzukaufen, ein Auto zu besitzen und viel zu reisen bzw. zu erleben. Den männlichen nicht-engagierten Jugendlichen ist es zudem besonders wichtig, die neueste Technik bspw. bei Computern oder Smartphones zu besitzen (siehe Abbildung 4).

Der Vergleich zur Gruppe der Engagierten ergibt, dass den nicht-engagierten Jugendlichen materielle Werte wichtiger sind als den Engagierten; etwa in Bezug darauf, viel Geld zu verdienen (NE: 93% vs. E: 84%), ein Auto (NE: 78% vs. E: 61%) bzw. die neueste Technik (NE: 61% vs. E: 49%) zu besitzen oder modische Kleidung zu tragen (NE: 39% vs. E: 33%).

Abbildung 4: Wichtigkeit von Konsumweisen der Nicht-Engagierten



Frage: Bitte gib hier an, wie wichtig die folgenden Dinge und Tätigkeiten in Deinem Leben sind.

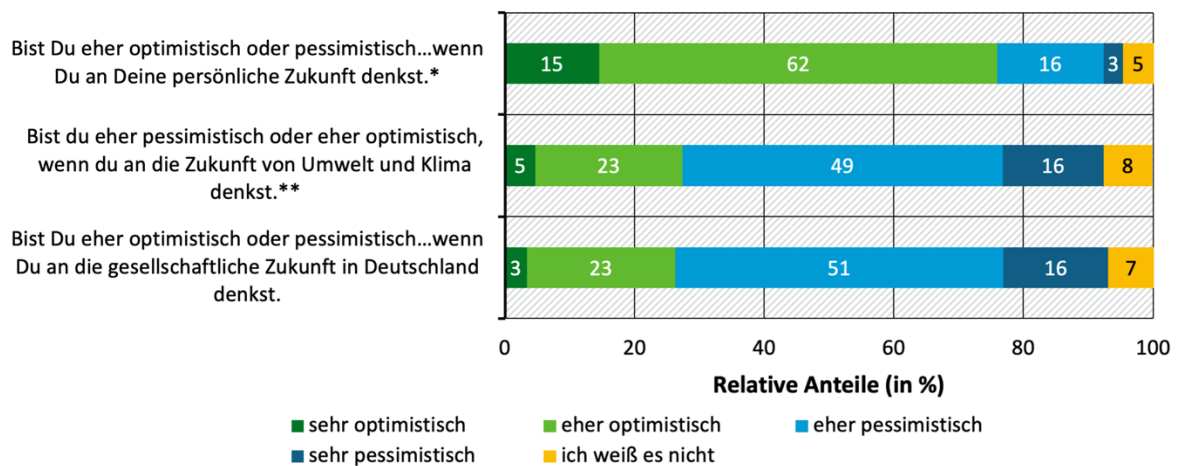
*Nicht-Engagierten ist dies wichtiger als Engagierten.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Gemäß der Sekundärdatenanalyse blicken die nicht-engagierten jungen Menschen insgesamt optimistisch in ihre *persönliche* Zukunft und nur knapp ein Fünftel gibt an, sich diesbezüglich zu sorgen. Die Sorge um die persönliche Zukunft ist bei den engagierten Jugendlichen minimal größer (NE: 19% vs. E: 20%). Hingegen blicken mehr als zwei Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen pessimistisch auf die *gesellschaftliche* Zukunft in Deutschland (siehe Abbildung 5). Hier unterschieden sie sich nicht von der Gruppe der engagierten Jugendlichen. Wenn es um die Zukunft von Umwelt und Klima geht sind die nicht-engagierten Jugendlichen aber – wie zu erwarten – weniger pessimistisch als die engagierten Jugendlichen (NE: 65% vs. E: 77%).

Insgesamt gibt es viele gesellschaftliche Themen, die die nicht-engagierten Jugendlichen umtreiben (siehe Abbildung 6): Der Zustand des Bildungs- und Gesundheitssystems, die Kosten- und Preisentwicklung sowie öffentliche Sicherheit und soziale Gerechtigkeit stufen jeweils mehr als 90 Prozent von ihnen als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ ein. Aber auch Fragen der Digitalisierung, die wirtschaftliche Entwicklung sowie Arbeitslosigkeit sind für jeweils mehr als drei Viertel der nicht-engagierten Jugendlichen relevante Themen.

Abbildung 5: Einstellungen der Nicht-Engagierten über die Zukunft



Frage: Nun interessiert uns, wie Du über die Zukunft in etwa 20 Jahren denkst. Bist Du eher optimistisch oder pessimistisch...

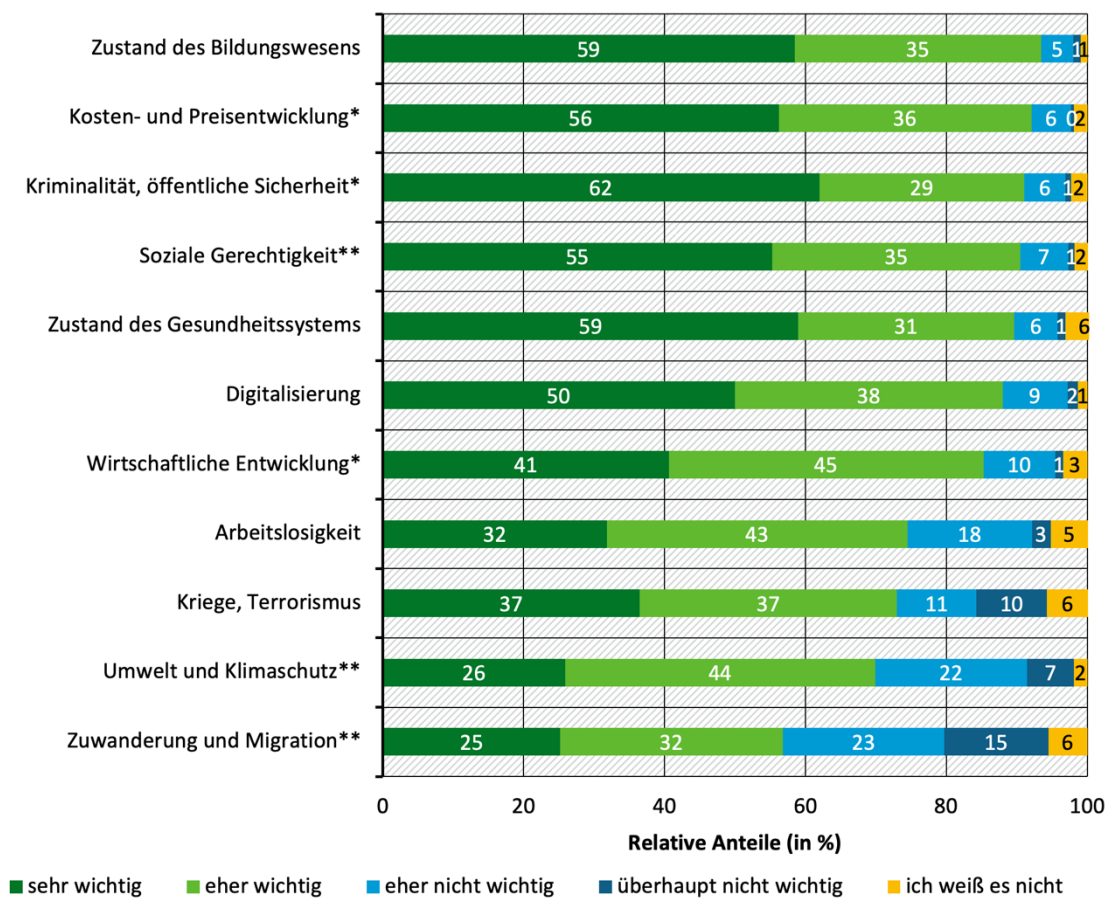
*Nicht-Engagierte sind hierzu weniger optimistisch als Engagierte.

**Nicht-Engagierte sind hierzu eher optimistisch als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Aspekte des Umwelt- und Klimaschutzes landen bei den nicht-engagierten Jugendlichen auf dem vorletzten Platz des Relevanzrankings (siehe Abbildung 6). Dennoch sind diese Themen für mehr als zwei Drittel der nicht-engagierten jungen Menschen sehr wichtig bzw. wichtig. Es überrascht hingegen nicht, dass sie sich in diesem Punkt von der Gruppe der engagierten Jugendlichen unterscheiden (NE: 70% vs. E: 88%). Hierzu passt, dass die nicht-engagierten Jugendlichen insgesamt – wie in Abbildung 5 dargestellt – etwas weniger pessimistisch auf die *Zukunft von Umwelt- und Klima* blicken als die Gruppe der Engagierten.

Abbildung 6: Wichtigkeit gesellschaftlicher Themen der Nicht-Engagierten



Frage: Dies sind verschiedene Themen, die die Menschen in Deutschland heute beschäftigen. Wie wichtig sind die Themen für Dich?

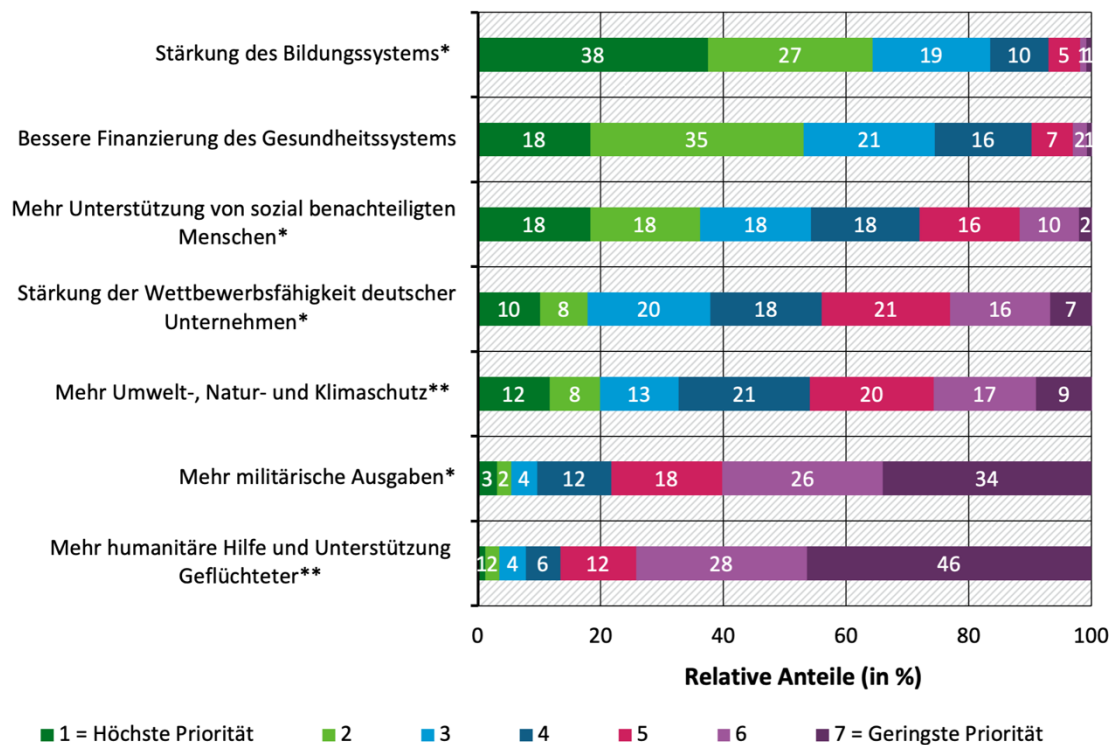
*Nicht-Engagierte finden dies wichtiger als Engagierte.

**Nicht-Engagierte finden dies weniger wichtig als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Passend zu dem für sie besonders drängendem Thema in Deutschland geben mehr als die Hälfte der nicht-engagierten Jugendlichen an, dass die Stärkung des Bildungssystems oder die bessere Finanzierung des Gesundheitssystems die erste oder zweite Priorität haben sollte, falls der Staat neue Schulden aufnimmt (siehe Abbildung 7). Jedoch nur ein Fünftel befindet, dass Schulden für Umwelt-, Natur- und Klimaschutz mit erst- oder zweithöchster Priorität aufgenommen werden sollten. Mit dieser Einschätzung unterscheiden sich die jungen Menschen maßgeblich von der engagierten Zielgruppe (NE: 20% vs. E: 38%), bei denen Schulden für Umwelt-, Natur- und Klimaschutz die dritthöchste Priorität eingeräumt wird.

Abbildung 7: Finanzielle Priorisierung verschiedener Themenfelder durch die Nicht-Engagierten



Frage: Stell dir vor, es wird vom Staat zusätzliches Geld in Höhe von 100 Milliarden Euro in Form von Schulden zur Verfügung gestellt, um die aktuellen Krisen zu bekämpfen. Wie würdest du dieses Geld zwischen den folgenden Politikfeldern aufteilen? Bitte bringe die folgenden Politikfelder in eine Reihenfolge – an erster Stelle in welchen Bereich am meisten Geld investiert werden soll und an letzter Stelle in welchem Bereich am wenigsten Geld investiert werden soll.

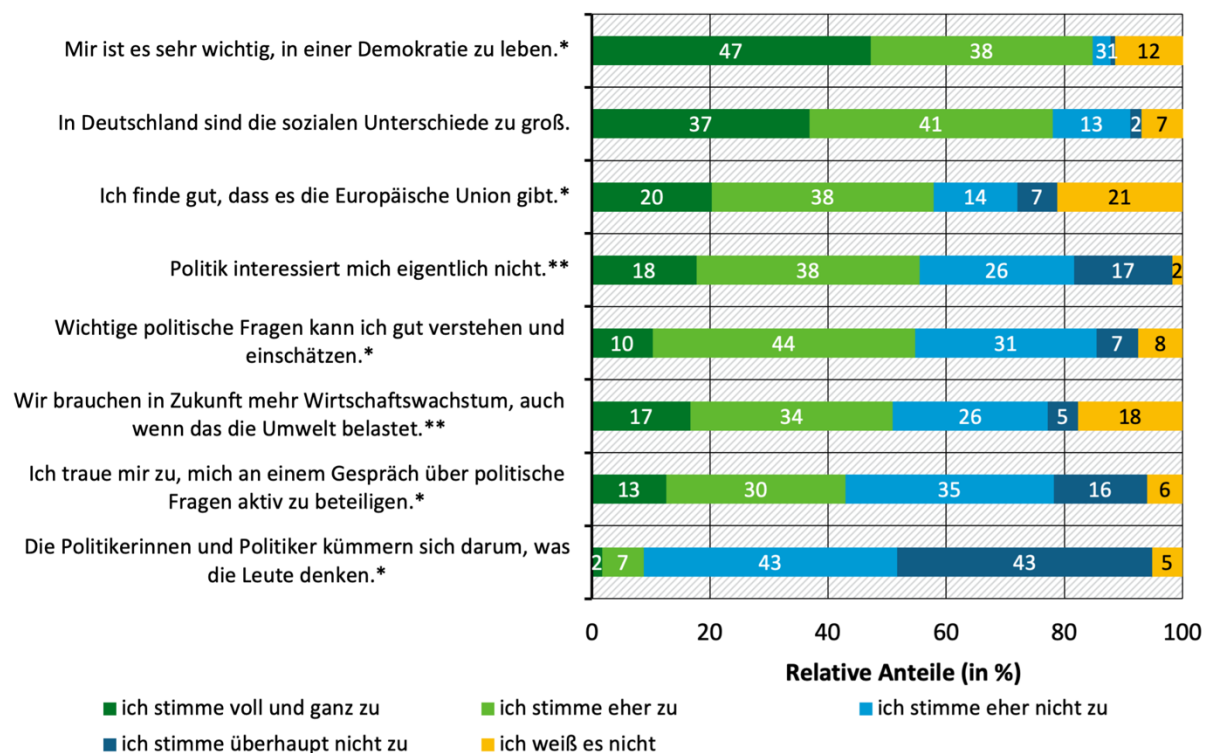
*Nicht-Engagierte würden hier mehr investieren.

**Nicht-Engagierte würden hier weniger investieren

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Insgesamt weisen die nicht-engagierten Jugendlichen mäßiges politisches Interesse auf (siehe Abbildung 8): Es ist zwar knapp 85 Prozent wichtig, in einer Demokratie zu leben und mehr als die Hälfte findet es gut, dass es die Europäische Union gibt. Gleichzeitig gibt mehr als die Hälfte der nicht-engagierten jungen Menschen an, kein Interesse für Politik zu haben. 54 Prozent trauen sich zu, wichtige politische Fragen zu verstehen und einzuschätzen oder sich aktiv an einem politischen Gespräch zu beteiligen (siehe Abbildung 8).

Abbildung 8: Einstellungen der Nicht-Engagierten zu Politik und Gesellschaft



Frage: Zu gesellschaftlichen und politischen Fragen kann man unterschiedlicher Meinung sein. Bitte gib für jede Aussage an, inwieweit Du dieser zustimmst.

*Nicht-Engagierte stimmen seltener zu als Engagierte.

**Nicht-Engagierte stimmen häufiger zu als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Insgesamt zeigen sich große Unterschiede zur Gruppe der engagierten Jugendlichen: Letzteren ist es noch wichtiger, in einer Demokratie zu leben (NE: 85% vs. E: 93%) und sie finden es mit sehr großer Mehrheit besser, dass es die Europäische Union gibt (NE: 58% vs. E: 82%). Zudem interessieren sie sich bedeutend mehr für Politik (NE: 43% vs. E: 65%) und trauen sich eher zu, politische Fragen einzuordnen (NE: 55% vs. E: 67%) und zu diesen zu diskutieren (NE: 43% vs. E: 62%). Und es fällt auf, dass sich die nicht-engagierten Jugendlichen noch schlechter von der Politik vertreten fühlen als die Gruppe der engagierten Jugendlichen: Nur 9 Prozent der Nicht-Engagierten glauben, dass sich Politikerinnen*Politiker darum kümmern, was sie denken. Zudem stellen die engagierten Jugendlichen mehrheitlich den Schutz der Umwelt über ein generelles Wachsen der Wirtschaft, während die nicht-engagierten Jugendlichen eher befinden, dass es zukünftig mehr Wirtschaftswachstum brauche, auch wenn das die Umwelt belastet (NE: 51% vs. E: 40%).

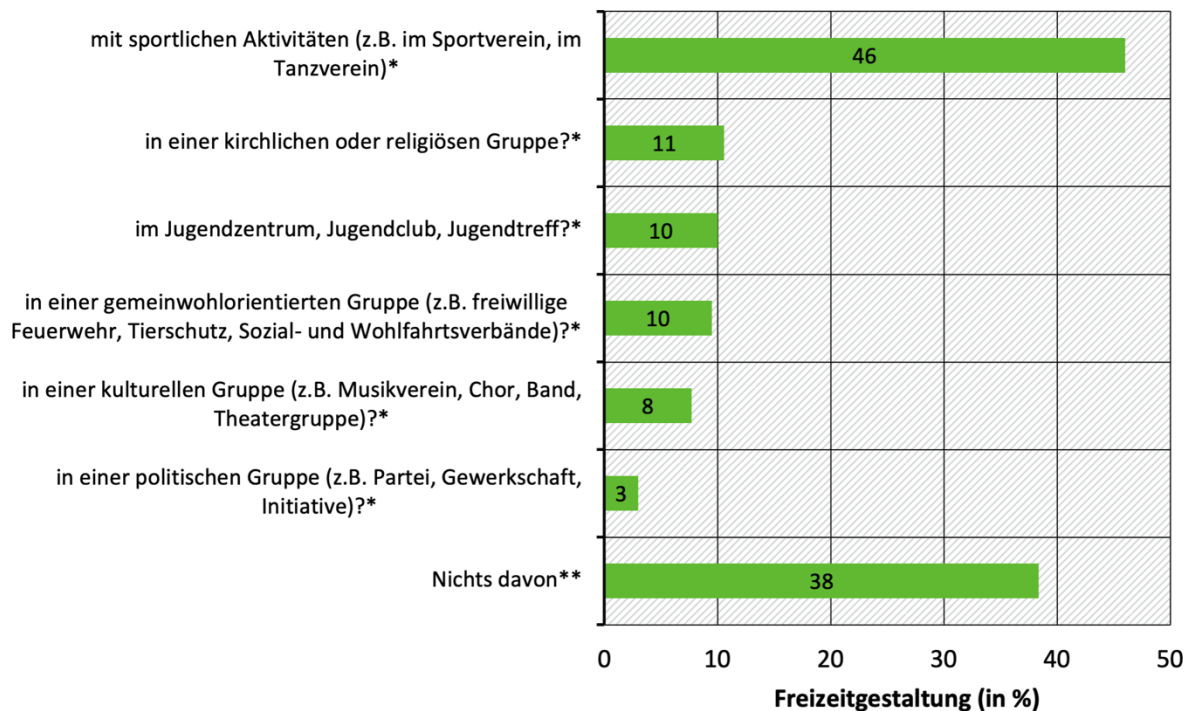
2.2.3 Freizeitgestaltung

Gemäß den Ergebnissen der Sekundärdatenanalyse verbringen die meisten der nicht-engagierten Jugendlichen ihre freie Zeit (bzw. einen Teil davon) mit sportlichen Aktivitäten bzw. in einem Sportverein. Vergleichsweise weniger sind in einer kirchlichen Vereinigung, im Jugendzentrum oder Jugendclub oder in einer gemeinwohlorientierten Gruppe aktiv. Jedoch berichtet auch ein Großteil der jungen Menschen, die Freizeit in keinem der genannten Bereiche zu verbringen (siehe Abbildung 9). Der Geschlechtervergleich zeigt, dass männliche Nicht-Engagierte häufiger sportlich aktiv sind (z.B. in einem Sportverein), während Mädchen derselben Gruppe vergleichsweise häufiger Jugendzentren besuchen. Auch geben weibliche

Nicht-Engagierte häufiger an, in keinem der abgefragten Bereiche regelmäßig aktiv zu sein (siehe Abbildung 9).

Jugendlichen aus der Gruppe der Engagierten sind auch in ihrer Freizeit in jedem der abgefragten Bereiche etwas häufiger eingebunden als die nicht-engagierten Jugendlichen; beispielsweise sind sie häufiger anzutreffen in Jugendzentren (NE: 10% vs. E: 12%), kulturellen Gruppen (NE: 8% vs. E: 10%) oder gemeinwohlorientierten Gruppen (NE: 10% vs. E: 12%).

Abbildung 9: Freizeitgestaltung der Nicht-Engagierten



Frage: Verbringst Du Zeit...

*Nicht-Engagierte machen dies seltener als Engagierte

**Nicht-Engagierte machen im Vergleich zu Engagierten häufiger keine der genannten Freizeitaktivitäten.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

2.2.4 Implikationen für das Zielgruppenverständnis

Zusammengefasst ergeben sich aus der Analyse der demographischen sowie soziokulturellen bzw. -politischen Merkmale folgende Erkenntnisse für das Zielgruppenverständnis sowie die Ansprache der bislang im Klima-, Umwelt- bzw. ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten jungen Menschen, um deren zukünftige Beteiligung zu ermöglichen.

Erkenntnisse über die Zielgruppe und Empfehlungen für die Ansprache und Beteiligung

- Die nicht-engagierten Jugendlichen gehören häufig jüngeren Altersgruppen an und gehen größtenteils noch zur Schule oder absolvieren eine Ausbildung. Schulen und Ausbildungsstätten bieten demnach gute Ansatzpunkte, um mit den bisher nicht-engagierten Jugendlichen in einen ersten Kontakt zu kommen.
- Im Vergleich zu den Engagierten leben die nicht-engagierten Jugendlichen eher in den neuen Bundesländern, wobei sich keine Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen ergeben. Dies kann bei der Erstellung oder Entwicklung von Programmen zur Förderung des Jugendengagements im Umwelt-, Klima- und ökologischen Nachhaltigkeitsbereich beachtet

werden, um besonders auch die nicht-engagierten Jugendlichen in ostdeutschen Bundesländern zu erreichen.

- ▶ Männliche junge Menschen sollten verstärkt angesprochen werden, da sich diese im Klima-, Umwelt- bzw. ökologischen Nachhaltigkeitsbereich seltener freiwillig engagieren als weibliche Jugendliche. Da männliche jungen Menschen vermehrt bei sportlichen Aktivitäten anzutreffen sind, bieten sich möglicherweise Kooperationen mit Sportvereinen an, um die männlichen Jugendlichen in ihren jeweiligen Lebenswelten zu erreichen.
- ▶ Weibliche Jugendliche aus der hier untersuchten Zielgruppe engagieren sich ebenfalls in Sportvereinen, sind aber – häufiger als männliche Jugendliche – auch in Jugendzentren anzutreffen. Generell zeigt sich jedoch auch, dass Mädchen öfter als Jungen in keinem Bereich aktiv sind. Für sie müssen also auch andere Wege der Kontaktaufnahme gefunden werden, bspw. über die Bildungseinrichtungen.
- ▶ Die nicht-engagierten jungen Menschen scheinen im Vergleich zu den Engagierten häufiger aus Haushalten mit niedrigerem sozioökonomischem Status zu stammen und vergleichsweise seltener zu studieren bzw. häufiger Haupt- oder Realschulen zu besuchen. Geld ist vor diesem Hintergrund häufig eine sehr knappe Ressource und als Thema von großer Bedeutung. Nicht-engagierten jungen Menschen ist es entsprechend wichtig, ausreichend Geld zu haben. Deswegen möchten sie einerseits viel Geld verdienen und andererseits wenig ausgeben. Reisen zu unternehmen oder ein Auto zu besitzen, sind für sie relevante Statussymbole. Um die Jugendlichen vor diesem Hintergrund nicht gleich für nachhaltige Verhaltensweisen und Engagementformen „zu verlieren“, kann es sinnvoll sein, Nachhaltigkeitsthemen weniger mit Verzicht und Einschränkungen zu verbinden, sondern Wege aufzuzeigen, wie nachhaltiges Verhalten und Engagement mit dem Erhalt ihrer konsumorientierten Werte in Einklang gebracht werden können. Dies könnte beispielsweise durch das Hervorheben des Aspekts des Geldsparens statt des allgemeinen Ressourcen-Sparens bei der Wiederverwendung oder Reparatur von Dingen geschehen.
- ▶ Nicht-engagierten Jugendlichen sorgen sich um die gesellschaftliche Zukunft in Deutschland; insbesondere in Bezug auf das Bildungssystem, die Kostenentwicklung oder auch die öffentliche Sicherheit. Auch hinsichtlich der Zukunft von Umwelt und Klima treiben sie Sorgen um – wenn auch in weitaus geringerem Umfang. Interessant ist, dass sie bezüglich ihrer persönlichen Zukunft mehrheitlich optimistisch eingestellt sind. Dieses Bild deckt sich mit den Erkenntnissen der Jugendstudie, dass die (sowohl engagierten als auch nicht-engagierten) Jugendlichen sich und ihre persönliche Zukunft losgelöst von den anderen Themen wahrnehmen und sie keine Bezüge und Interdependenzen sehen bzw. sehen wollen. Um das Interesse für Nachhaltigkeitsthemen zu wecken und mittelfristig für ein Engagement in diesem Bereich zu motivieren, kann es zielführend sein, aufzuzeigen, wie Klima- und Umweltschutz mit gesellschaftlichen Themen – wie z.B. sozialer Gerechtigkeit – zusammenhängen und auch ein Gefühl für die persönliche Betroffenheit zu etablieren.
- ▶ Die nicht-engagierten Jugendlichen interessieren sich weniger für Politik bzw. fühlen sich in diesem Themenfeld eher unsicher. Um für ein Engagement im Bereich Nachhaltigkeit zu werben bzw. die Jugendlichen für Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit zu sensibilisieren, sollte daher eher ein Zugang über soziale oder gesellschaftliche Themen gesucht werden. Der Einstieg über demokratische Werte und aktive politische Teilhabe scheint in diesem Zusammenhang weniger sinnvoll.

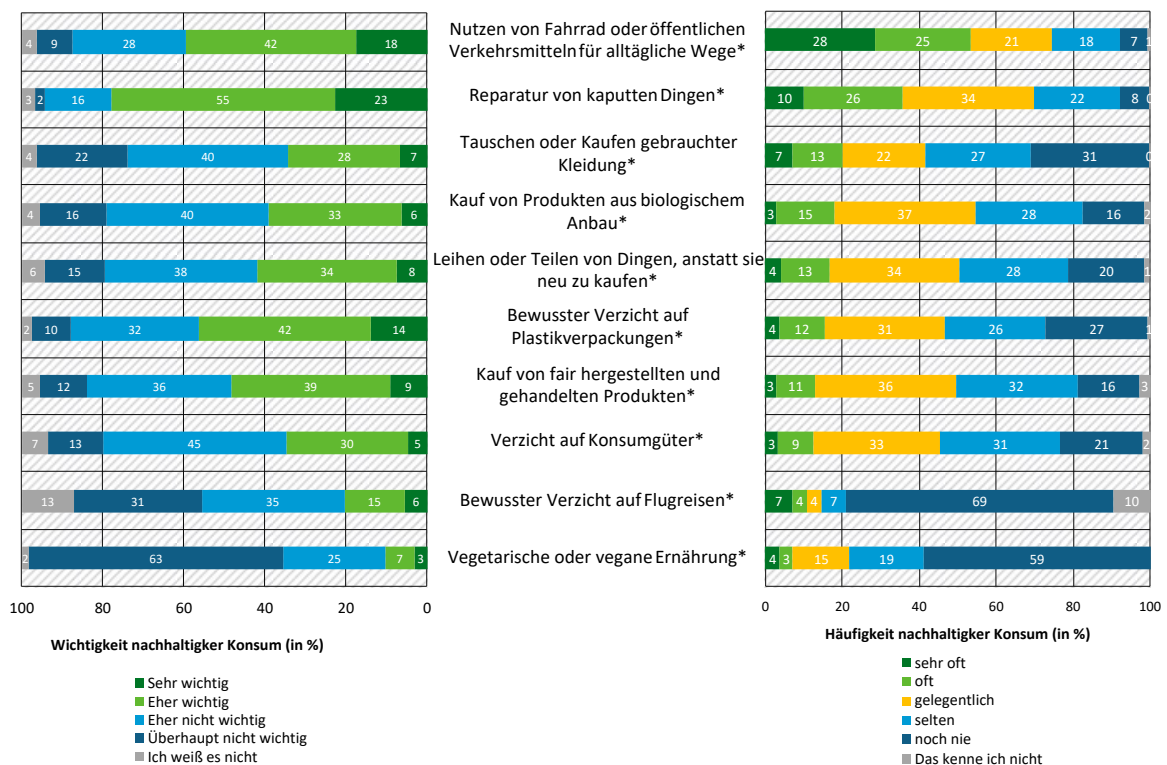
2.3 Welchen Bezug haben die nicht-engagierten Jugendlichen zu den Themen Umweltschutz, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit?

In der Zielgruppenanalyse wurde zudem untersucht, welchen Bezug die nicht-engagierten Jugendlichen zu den Themen Umwelt- oder Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit haben. Hierbei ging es zum einen darum, zu verstehen, welche nachhaltigen Verhaltensweisen die nicht-engagierten Jugendlichen bereits umsetzen und wo sich noch Leerstellen auftun. Ferner wurde die Einstellung der nicht-engagierten Jugendlichen zum Klimaengagement analysiert und es wurden konkrete Berührungspunkte der Jugendlichen mit den Themen Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit in Ausbildung, Beruf und Freizeit untersucht.

2.3.1 Umsetzung von nachhaltigen Verhaltensweisen

Die Sekundärdatenanalyse der ZJf-Studie 2023 ergibt, dass nachhaltige Verhaltensweisen bei den nicht-engagierten Jugendlichen wenig verbreitet sind (siehe Abbildung 10).

Abbildung 10: Wichtigkeit und Verbreitung nachhaltiger Verhaltensweisen bei Nicht-Engagierten



Frage 1 (links): Im nächsten Abschnitt wenden wir uns den Themen Konsum und Alltag zu. Bitte gib hier an, wie wichtig die folgenden Dinge und Tätigkeiten in Deinem Leben sind.

Frage 2 (rechts): Häufigkeit von nachhaltigem Konsum: Es gibt viele Möglichkeiten, wie sich junge Leute (und andere) für Umwelt- und Klimaschutz einsetzen können. Wie ist das bei Dir? Hast Du die folgenden Dinge schon einmal gemacht, und wenn ja, wie häufig?

* Nicht-Engagierte führen dies seltener durch und finden es weniger wichtig als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Wie aus Abbildung 10 hervorgeht, geben zwar mehr als die Hälfte der nicht-engagierten Jugendlichen an, für die alltäglichen Wege das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Dieser Umstand kann jedoch wahrscheinlich darauf zurückgeführt werden, dass die meisten noch zu jung sind, um selbst Auto zu fahren. Mehr als ein Drittel gibt an, Dinge, die

kaputt gegangen sind, zu reparieren und etwa ein Fünftel der nicht-engagierten jungen Menschen konsumiert biologische Produkte und tauscht Kleidung und sonstige Dinge oder kauft sie gebraucht. Alle anderen nachhaltigen Verhaltensweisen werden nur von einem kleinen Anteil der Jugendlichen regelmäßig durchgeführt (jeweils 15% oder weniger). Der Geschlechtervergleich innerhalb der Nicht-Engagierten zeigt zudem: Nicht-engagierte Mädchen geben häufiger an, auf tierische Produkte zu verzichten und Kleidung zu tauschen oder gebraucht zu kaufen. Nicht-engagierte Jungen praktizieren jedoch keine der nachhaltigen Verhaltensweisen häufiger als die nicht-engagierten Mädchen.

Der Vergleich zur Gruppe der engagierten Jugendlichen ergibt, dass diese alle der abgefragten nachhaltigen Verhaltensweisen belegbar häufiger durchführen als die nicht-engagierten jungen Menschen. Besonders häufig geben auch sie an, für die alltäglichen Wege das Rad oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen (NE: 53% vs. E: 66%), Dinge, die kaputt gegangen sind, zu reparieren (NE: 36% vs. E: 51%), Kleidung zu tauschen oder gebraucht zu kaufen (NE: 20% vs. E: 45%) oder biologische Produkte zu kaufen (NE: 18% vs. E: 46%). Hervorzuheben ist zudem, dass fast ein Drittel der engagierten Jugendlichen auf Fleisch und tierische Produkte verzichtet, während dies bei den nicht-engagierten Jugendlichen wenig verbreitet ist (NE: 7% vs. E: 32%).

Auffällig ist, dass die tatsächliche Durchführungshäufigkeit der nachhaltigen Verhaltensweisen in fast allen Fällen weit hinter der Einschätzung ihrer Wichtigkeit zurückbleibt. So empfinden die nicht-engagierten Jugendlichen die Reparatur von kaputten Dingen, das Fahren mit dem Rad oder öffentlichen Verkehrsmitteln, den Verzicht auf Plastikverpackungen oder den Konsum von fairen Produkten als mehrheitlich (sehr) wichtig. Jedoch geben sie nur selten an, diese Verhaltensweisen tatsächlich auch umzusetzen.

Auch bei den engagierten Jugendlichen lässt sich beobachten, dass die empfundene Wichtigkeit des nachhaltigen Handels weit über der tatsächlichen Ausführungshäufigkeit liegt, sodass es sich demnach um ein generelles und nicht nur ein auf die nicht-engagierten Jugendlichen bezogenes Phänomen zu handeln scheint.

2.3.2 Einstellung gegenüber Engagement für Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie ökologischer Nachhaltigkeit

Ein Blick auf die Bewertung von verschiedenen Formen des Engagements und des Protests für Umwelt- und Klimathemen kann aufschlussreich sein, um einen Eindruck davon zu bekommen, ob die bislang nicht-engagierten Jugendlichen überhaupt für ein Engagement zu Klima-, Umwelt- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen gewonnen werden können und, wenn ja, in welcher Form.

Die Sekundärdatenanalyse ergibt in diesem Zusammenhang, dass die nicht-engagierten Jugendlichen eine schlechte Meinung zum Engagement anderer (junger) Menschen für den Klimaschutz haben (siehe Abbildung 11).

Abbildung 11: Einstellungen der Nicht-Engagierten zu Klimaschutzengagement



Frage: Man kann unterschiedlicher Meinung darüber sein, ob oder warum es wichtig ist, sich für den Klimaschutz einzusetzen, oder auch nicht. Wie denkst Du über ein Engagement für den Klimaschutz?

*Nicht-Engagierte stimmen dieser Aussage häufiger zu als Engagierte.

**Nicht-Engagierte stimmen dieser Aussage seltener zu als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

So haben in der Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen mehr als 81 Prozent das Gefühl, dass Klimaschützerinnen*Klimaschützer ihnen vorschreiben wollen, wie sie leben sollen, 76 Prozent befinden, dass Klimaaktivistinnen*Klimaaktivisten vor allem übertriebene Panik und Aufregung verbreiten und rund zwei Drittel denken, dass das Engagement junger Menschen für den Klimaschutz ihrer Ansicht nach wenig gebracht hat. Ein Drittel ist hingegen stolz auf das Engagement anderer Jugendlichen und etwas weniger als ein Fünftel befindet, dass es manchmal notwendig ist, gegen Regeln zu verstoßen, um etwas für den Klimaschutz zu erreichen. Jeweils in etwa die Hälfte denkt, dass die Politik stärker auf die Forderungen der jungen Menschen hören sollte und sieht, dass der Klimaschutz wegen anderer Krisen in den Hintergrund gerückt ist.

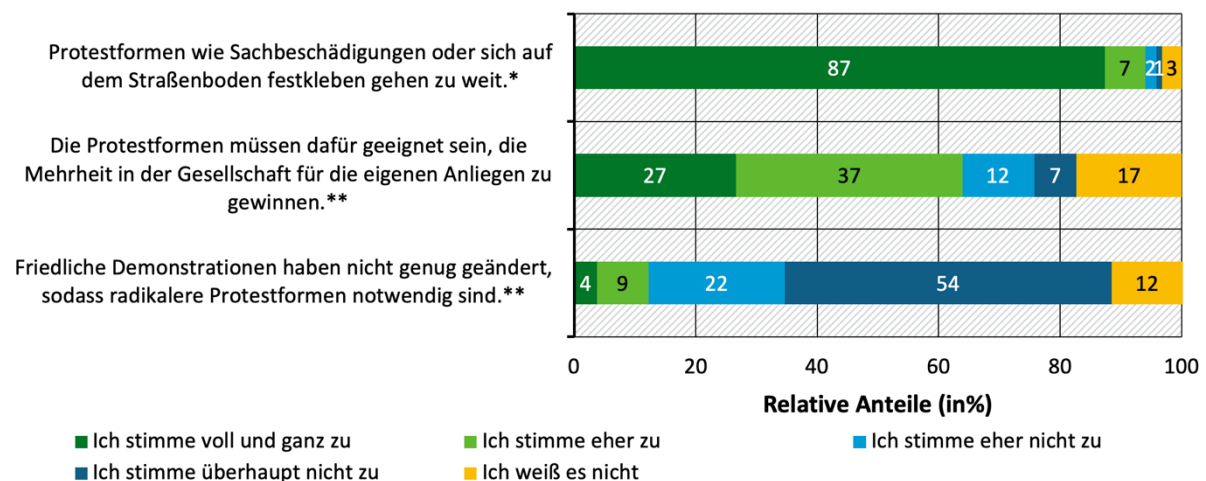
Es überrascht nicht, dass das Antwortverhalten der engagierten gegenüber den nicht-engagierten Jugendlichen konträr zueinander verläuft: So wird allen negativen Aussagen zum jugendlichen Engagement und Protest von den nicht-engagierten Jugendlichen durchweg

häufiger zugestimmt. Gleichzeitig stimmen diese Jugendlichen seltener positiven Aussagen über jugendliches Klimaengagement zu, als dies die Gruppe der engagierten Jugendlichen tut.

An dieser Stelle ist demnach eine klare Trennung zwischen den Gruppen erkennbar. Ebenfalls zeigt sich eine deutlich abwehrende Haltung der bislang nicht-engagierten Jugendlichen, wenn es um das Engagement zu Umwelt- und Klimaschutzfragen geht.

Auf die Frage, welche Formen des Protests die Jugendlichen angemessen und zielführend finden, geben knapp zwei Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen an, dass Protestformen gefunden werden müssen, die eine Mehrheit in der Gesellschaft erreichen (siehe Abbildung 12). Gleichzeitig stimmen sie mehrheitlich dagegen, dass es radikalere Protestformen als friedliche Demonstrationen brauche und lehnen Protestformen wie Sachbeschädigung oder das Festkleben auf dem Boden deutlich ab. Die Angaben der engagierten Jugendlichen weichen hiervon signifikant ab: So stimmen sie häufiger der Aussage zu, dass es radikalere Protestformen als Demonstrationen benötige (NE: 12% vs. E: 31%) und denken gleichzeitig öfter, dass Protestformen gefunden werden müssen, die in der Gesellschaft mehrheitlich akzeptiert sind (NE: 64% vs. E: 75%).

Abbildung 12: Meinungen der Nicht-Engagierten zu radikalen Protestformen



Frage: Die Umwelt- und Klimakrise ist Anlass für die unterschiedlichsten Arten von Protest. Offen ist, welche Formen des Protests im Kontext von Umwelt- und Klimaschutz zielführend sind. Darüber kann man unterschiedlicher Meinung sein. Bitte gebe bei den folgenden Aussagen an, inwiefern Du ihnen (sehr) zustimmen oder (überhaupt) nicht zustimmen kannst.

*Nicht-Engagierte stimmen eher zu als Engagierte.

**Nicht-Engagierte stimmen seltener zu als Engagierte.

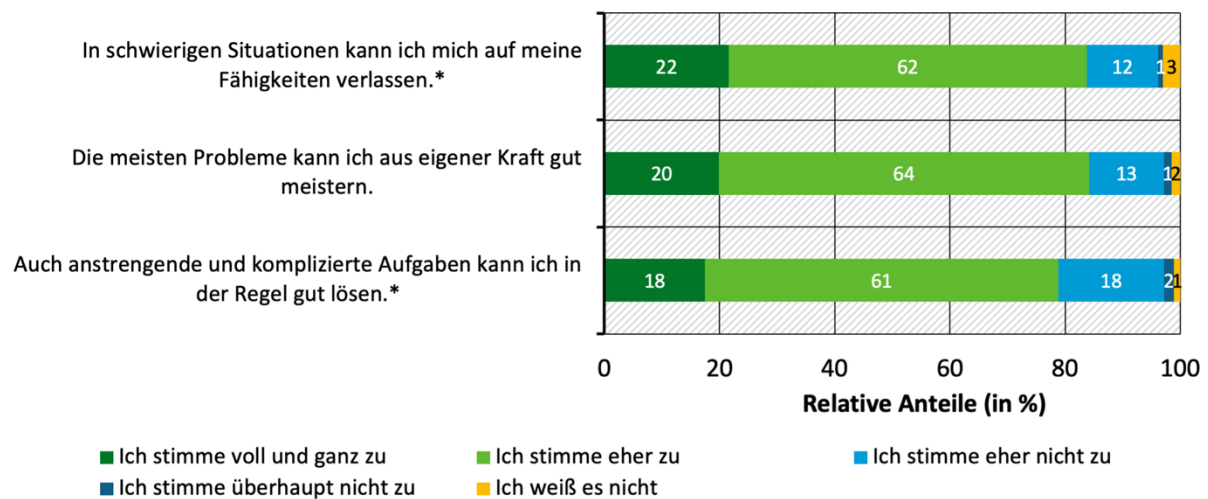
Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Und auch, wenn die engagierten Jugendlichen ebenfalls mit großer Mehrheit befinden, dass Protestformen wie Sachbeschädigung und Festkleben zu weit gehen, tun sie dies seltener als die nicht-engagierten jungen Menschen (NE: 94% vs. E: 80%).

Die Einstellung zu jugendlichen Protestformen kann in Zusammenhang damit gebracht werden, inwiefern die Jugendlichen eine innere Überzeugung haben, einen Unterschied machen zu können bzw. aus eigener Kraft schwierige und herausfordernde Situationen meistern zu können. Die Sekundärdatenanalyse zeigt in diesem Zusammenhang, dass sich der Großteil der nicht-engagierten Jugendlichen bereits recht selbstwirksam fühlt (Abbildung 13): So stimmen jeweils rund 80 Prozent von ihnen voll und ganz bzw. eher zu, sich in schwierigen Situationen auf die eigenen Fähigkeiten verlassen zu können, die meisten Probleme aus eigener Kraft meistern oder auch komplizierte Aufgaben in der Regel gut lösen zu können. Verglichen mit der Gruppe der engagierten Jugendlichen werden jedoch Unterschiede deutlich: So vertrauen diese noch stärker

auf ihre Fähigkeiten in schwierigen Situationen (NE: 84% vs. E: 90%) und Problemlösungskompetenzen bei anstrengenden und komplizierten Aufgaben (NE: 79% vs. E: 89%).

Abbildung 13: Selbstwirksamkeit der Nicht-Engagierten



Frage: Wie würdest Du dich selbst beschreiben? Hier sind einige Aussagen. Bitte gib für jede Aussage an, inwieweit Du dieser zustimmst.

*Nicht-Engagierte stimmen hier seltener zu als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

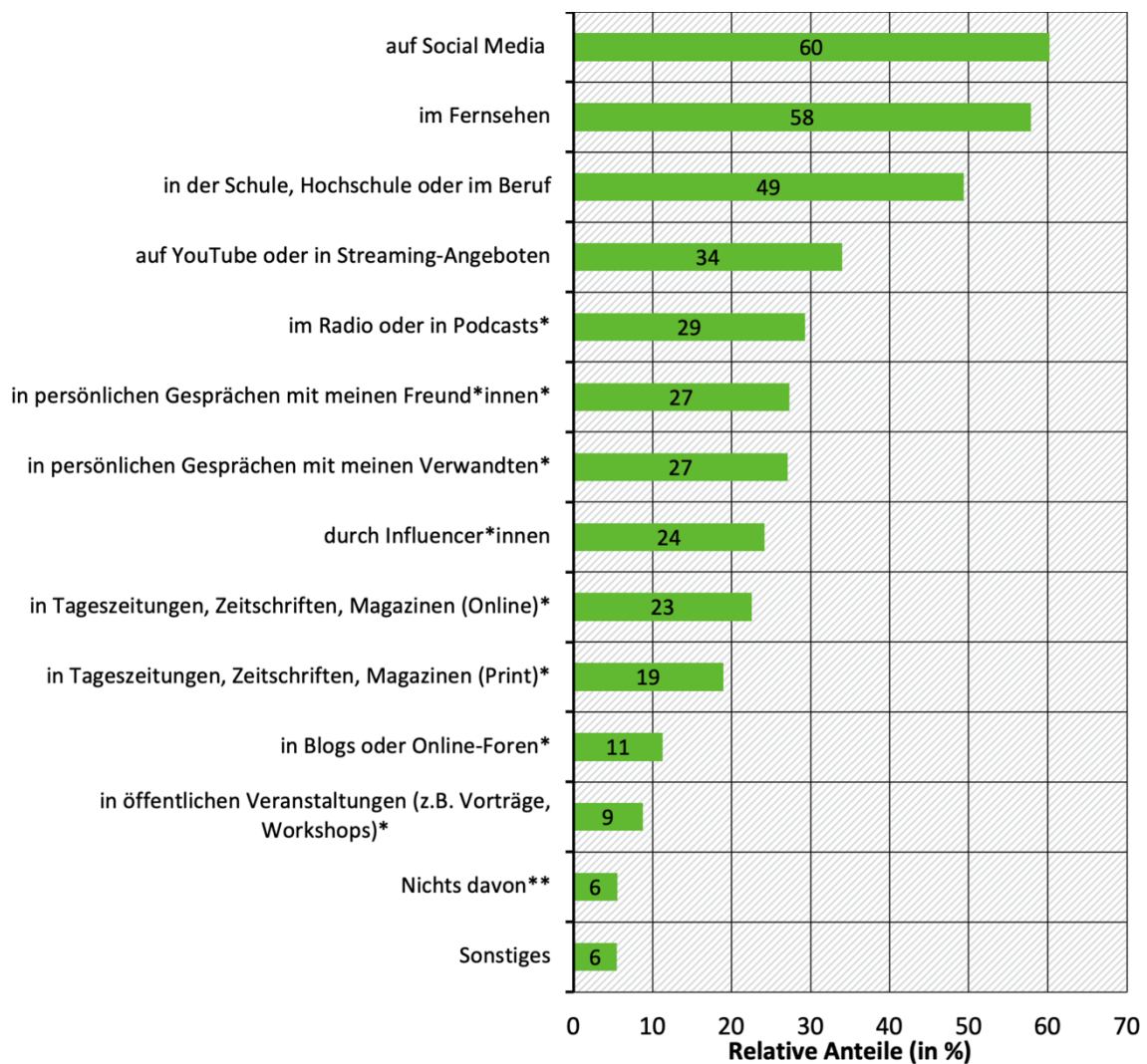
2.3.3 Berührungspunkte mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes

Die Ergebnisse der Umfrage der Studie Zjf 2023 belegen, dass den nicht-engagierten Jugendlichen die Themen Umwelt- und Klimaschutz in ihrer Freizeit eher selten begegnen.

Diese Tendenz manifestiert sich zum einen in ihrem Informationsverhalten: Zwar geben rund zwei Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen an, auf Social Media sowie im Fernsehen etwas über Umwelt- und Klimaschutzthemen zu erfahren und bei knapp der Hälfte der Nicht-Engagierten wird in (Hoch-)Schule und Beruf hierüber gesprochen. Jedoch findet ein persönlicher Austausch mit Verwandten oder Freundinnen*Freunden nur bei etwas mehr als einem Viertel der nicht-engagierten Jugendlichen statt (jeweils 27%). Dieses Ergebnis deutet darauf hin, dass Umwelt- und Klimaschutzthemen „im Privaten“ für diese Jugendlichen eher eine untergeordnete Rolle spielen (siehe Abbildung 14).

Der direkte Vergleich zu den engagierten Jugendlichen belegt, dass diese über einen großen Teil der Kommunikationswege signifikant häufiger etwas über Klima- und Umweltschutzthemen erfahren, um sich zu Klima- und Umweltschutzthemen zu informieren. Besonders bedeutend ist der Unterschied in Bezug auf den Austausch mit Freundinnen*Freunden, den die Gruppe der engagierten Jugendlichen deutlich häufiger dafür nutzt, um etwas über Umwelt- und Klimaschutzthemen zu erfahren (NE: 27% vs. E: 40%).

Abbildung 14: Informationsquellen der Nicht-Engagierten zu Umwelt- und Klimaschutz



Frage: Wo erfährst Du etwas über Umwelt- und Klimaschutz?

*Nicht-Engagierte informieren sich hier seltener als Engagierte.

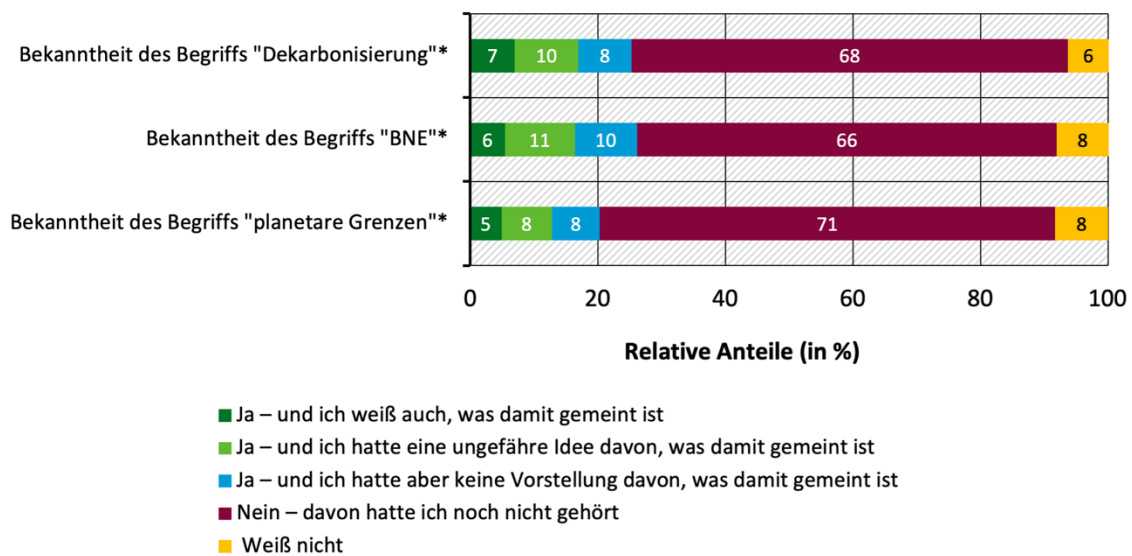
**Nicht-Engagierte geben häufiger an, keine der Informationsquellen zu nutzen.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Obwohl viele der nicht-engagierten Jugendlichen angeben, in der (Hoch-)Schule etwas über Umwelt- und Klimaschutzthemen zu erfahren, kann nur ein sehr geringer Teil von ihnen etwas mit dem Ausdruck „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (BNE) anfangen bzw. weiß, was hinter dem Konzept steht. Fast zwei Drittel der nicht-engagierten jungen Menschen geben an, noch nie davon gehört zu haben. Unter den engagierten Jugendlichen sind es weitaus mehr Jugendliche, die wissen, was hiermit gemeint ist bzw. eine ungefähre Vorstellung von BNE haben (NE: 17% vs. E: 37%), auch wenn hier ebenfalls eine Mehrheit den Begriff nicht kennt (siehe Abbildung 15).

Ähnlich verhält es sich mit den Begriffen bzw. Konzepten der „Planetare Grenzen“ bzw. der „Dekarbonisierung“. Beide sind mehr als zwei Dritteln der nicht-engagierten Jugendlichen kein Begriff; bei der engagierten Gruppe sind es etwas weniger (Planetare Grenzen ist NE: 71% vs. E: 55% bzw. Dekarbonisierung ist NE: 68% vs. E: 48% unbekannt). Hingegen geben wesentlich mehr junge engagierte Menschen an, etwas mit den Begriffen anfangen zu können, als es bei den nicht-engagierten der Fall ist (für Planetare Grenzen NE: 13% vs. E: 28% bzw. für Dekarbonisierung NE: 17% vs. E: 35%).

Abbildung 15: Bekanntheit relevanter Nachhaltigkeitsbegriffe bei Nicht-Engagierten



Frage: Mal Hand aufs Herz: Hattest Du von dem Begriff vor dieser Umfrage schon einmal gehört? / Sagt Dir der Begriff etwas?

*Nicht-Engagierte kennen den Begriff weniger gut als Engagierte.

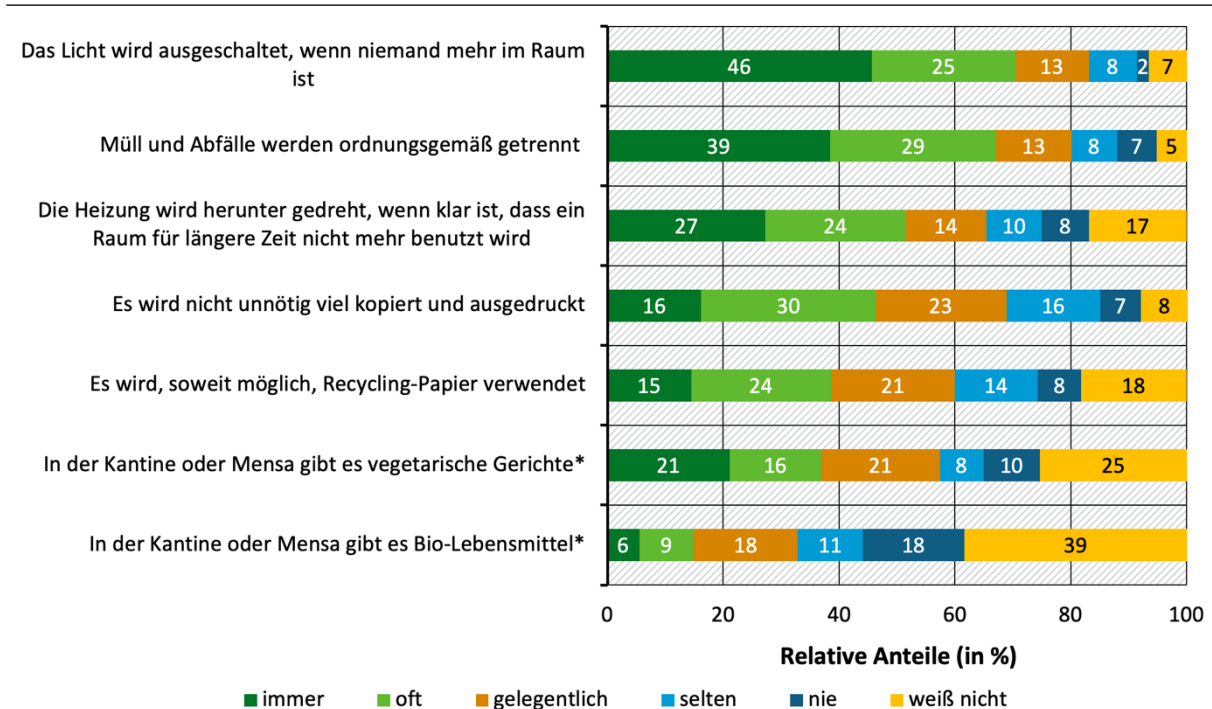
Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Die Studie ZJf 2023 liefert zudem viele Informationen dazu, wie die Jugendlichen während ihrer (schulischen) Ausbildung bzw. im Berufsleben sowie in der Freizeit mit nachhaltigen Verhaltensweisen in Kontakt kommen.

In der Sekundärdatenanalyse zeigt sich, dass es für mehr als zwei Drittel der berufstätigen, nicht-engagierten Jugendlichen gängig ist, dass an ihrem Lehr- bzw. Arbeitsplatz das Licht ausgeschaltet wird, wenn niemand im Raum ist und dass Abfälle getrennt werden. Bei etwa der Hälfte wird zudem die Heizung je nach Bedarf gesteuert und nicht unnötig viel kopiert oder gedruckt. Bei ungefähr einem Drittel wird aussagegemäß Recycling-Papier verwendet und die Kantine bietet vegetarische Gerichte an. Interessant ist jedoch, dass gleichzeitig ein Viertel bzw. ein Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen nicht wissen, ob vegetarische Speisen angeboten bzw. Bio-Lebensmittel verwendet werden. Hier liegen ungenutzte Potentiale, den Jugendlichen nachhaltige Verhaltensweisen, die sie ggf. bereits nutzen bzw. praktizieren, näher zu bringen (siehe Abbildung 16).

Im Vergleich zur Gruppe der engagierten Jugendlichen fällt auf, dass diese viele der nachhaltigen Verhaltensweisen an Arbeits- oder Ausbildungsplatz häufiger wahrnehmen als die nicht-engagierten Jugendlichen. Dieser Umstand muss jedoch nicht bedeuten, dass das nachhaltige Verhalten tatsächlich häufiger praktiziert wird. Wahrscheinlicher ist, dass es den engagierten Jugendlichen schlichtweg bewusster ist und daher häufiger genannt wird.

Abbildung 16: Nachhaltigkeit in Bildungseinrichtungen und am Arbeitsplatz aus Sicht der Nicht-Engagierten



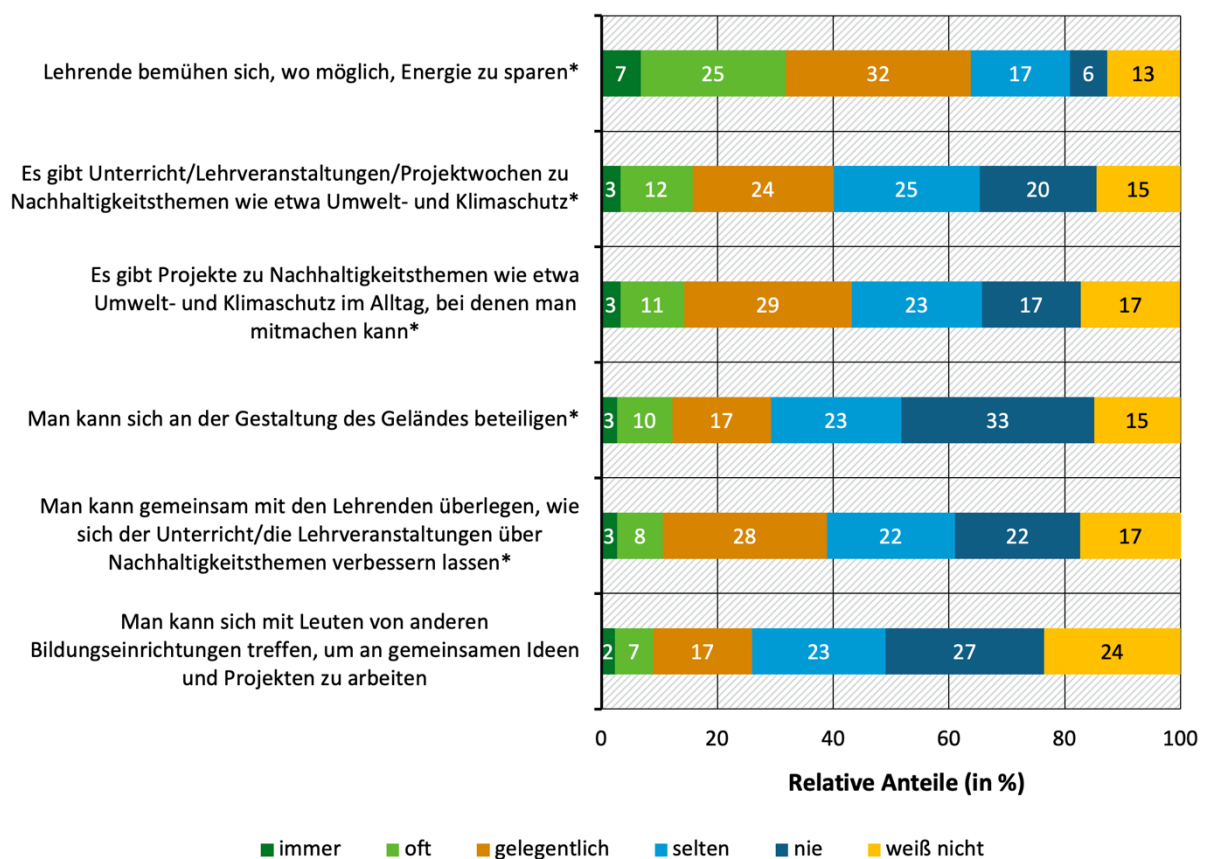
Frage: Bei der folgenden Frage geht es um den Ort, an dem du lernst oder arbeitest. Was wird von den folgenden Dingen an Deiner Schule, Deiner Uni, Deiner Ausbildungsstätte oder Deinem Arbeitsplatz bereits gemacht?

*Nicht-Engagierte geben an, dass dies seltener gegeben ist als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

In der Umfrage der Studie ZJf 2023 wurden zudem gezielt Schülerinnen*Schüler, Auszubildende und Studierende danach gefragt, welche Rolle Nachhaltigkeit in ihren Bildungseinrichtungen spielt bzw. wie Nachhaltigkeit durch Lehrpersonen thematisiert und umgesetzt wird (siehe Abbildung 17). Beispielsweise wurde gefragt, ob Nachhaltigkeitsthemen in den Unterricht eingebaut werden, Projekte zum Thema Nachhaltigkeit angeboten bzw. die Jugendlichen dazu eingeladen werden, die entsprechenden Unterrichtselemente mitzugestalten. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass dies nur sehr selten der Fall ist. So geben in allen Fällen weniger als ein Fünftel der befragten nicht-engagierten Jugendlichen an, dass Nachhaltigkeitsthemen bei ihnen „immer“ oder „oft“ Teil des Unterrichts bzw. von praktischen Aktionen sind. Hingegen sind die theoretischen und praktischen Lehreinheiten zu den Themen Umwelt und Klimaschutz aussagegemäß bei fast der Hälfte der jungen Menschen nie oder zumindest selten Teil des Unterrichts. Hier scheinen ungenutzte Potentiale zu liegen, die nicht-engagierten Jugendlichen in ihren Bildungseinrichtungen zu diesen Themen anzusprechen, zu informieren und somit zu sensibilisieren. Verdeutlicht werden diese Potentiale insbesondere im Vergleich zur Gruppe der engagierten Jugendlichen, welche beispielsweise angeben, mehr Angebote und Inhalte zu Nachhaltigkeitsthemen innerhalb von Lehrveranstaltungen (NE: 15% vs. E: 26%) und in Projekten außerhalb der Lehrveranstaltungen (NE: 14% vs. E: 31%) zu haben. Die Umfrage enthält jedoch keine Frage dazu, ob sich die Jugendlichen prinzipiell einen stärkeren Fokus auf diese Themen wünschen (siehe Abbildung 17).

Abbildung 17: Nachhaltigkeit in Bildungseinrichtungen aus Sicht Nicht-Engagierter



Frage: Bei der folgenden Frage geht es um den Ort, an dem du lernst oder arbeitest. Was wird von den folgenden Dingen an Deiner Schule, Deiner Uni, Deiner Ausbildungsstätte oder Deinem Arbeitsplatz bereits gemacht?

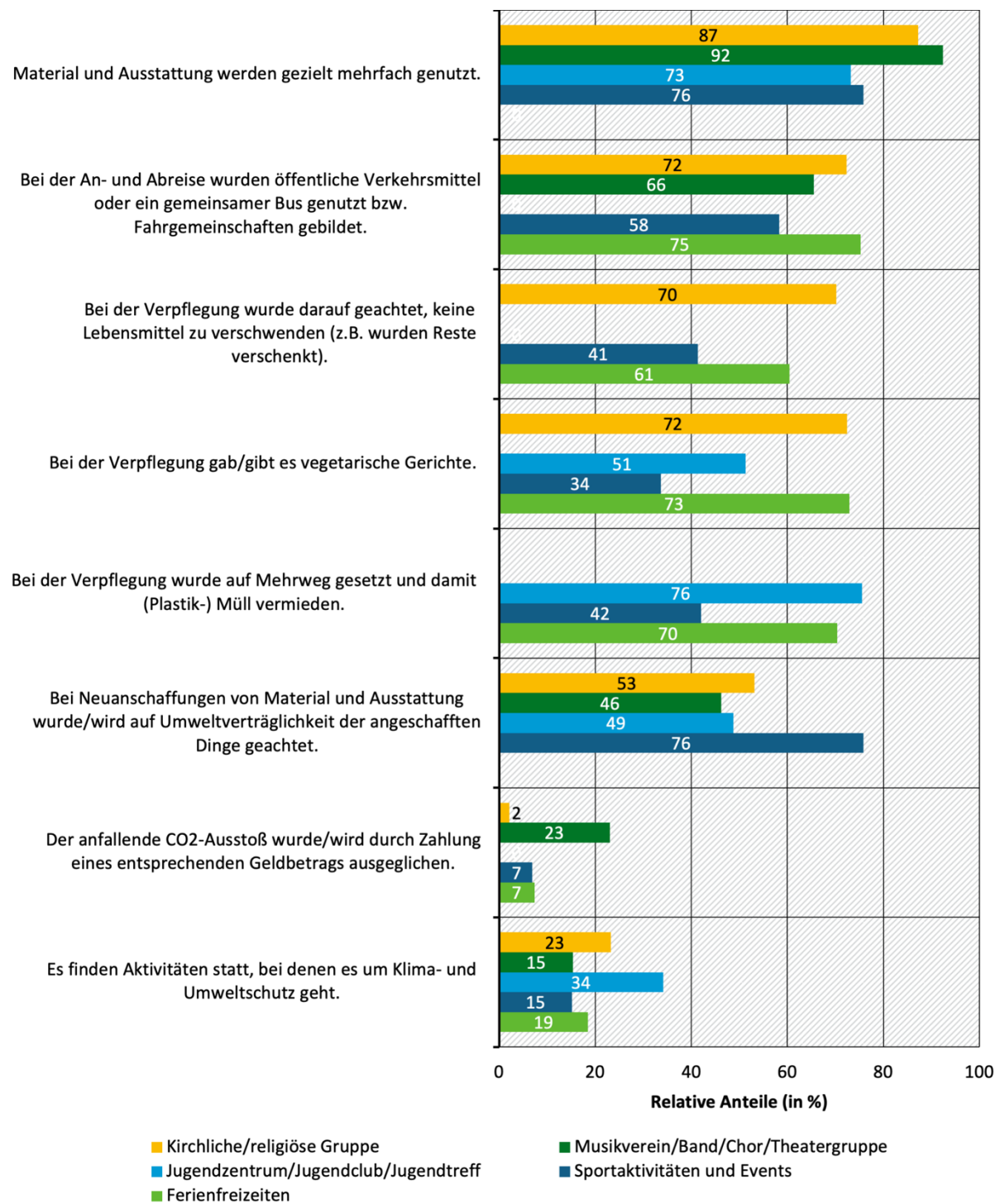
*Nicht-Engagierte geben an, dass dies seltener gegeben ist als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 484, Stichprobe exkludiert Personen, die erwerbstätig sind

Die Sekundärdatenanalyse zur Studie ZJf 2023 ermöglicht ebenfalls den Blick darauf, inwiefern die nicht-engagierten Jugendlichen in ihrer Freizeit mit nachhaltigen Verhaltensweisen in Kontakt kommen. In der Umfrage wurde jeweils abgefragt, inwiefern verschiedene nachhaltige Handlungen, wie etwa das Bilden von Fahrgemeinschaften oder das Anbieten vegetarischer Speisen zumindest gelegentlich Bestandteil bei Freizeitaktivitäten wie Ferienfreizeiten, in Sportvereinen oder Jugendclubs sind (siehe Abbildung 18).

Es zeigt sich, dass bestimmte nachhaltige Verhaltensweisen von einem Großteil der nicht-engagierten Jugendlichen in den abgefragten Freizeitbereichen (Kirche/Religion, offene Jugendarbeit, Kultur, Sport, Ferienfreizeiten) regelmäßig wahrgenommen und durchgeführt werden: Hierbei handelt es sich vor allem um niedrigschwellige Handlungen, wie etwa der Mehrfachgebrauch von Equipment, das Vermeiden von (Lebensmittel-)Abfällen oder die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln, um zu Veranstaltungen oder Turnieren zu gelangen. Die weite Verbreitung dieser nachhaltigen Verhaltensweisen kann bedingen, dass sich diese für die Jugendlichen normalisieren und auch in ihren persönlichen Alltag übernommen werden. Allerdings wird hierzu keine konkrete Rückfrage gestellt.

Abbildung 18: Nachhaltigkeitspraktiken in Freizeiteinrichtungen aus Sicht Nicht-Engagierter



Frage: Wie häufig werden diese Sachen bei Euch umgesetzt?

Hinweis: Zur vereinfachten Darstellung ist pro Balken nur die Summe der Antwortkategorien „gelegentlich“, „häufig“ und „immer“ dargestellt. Zudem wurden nicht alle Praktiken für alle Freizeitbereiche abgefragt.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Zwei Aktionen, nämlich die Kompensationen von CO₂ oder das explizite Angebot von Klima- und Umweltschutzaktivitäten werden nach Aussage eines Großteils der nicht-engagierten Jugendlichen in den betreffenden Freizeitbereichen selten bzw. nie durchgeführt. Ebenfalls fällt auf, dass viele nicht-engagierte Jugendliche überhaupt keine Aussage dazu machen können, ob diese Aktionen in ihrem Verein/ihrer Einrichtung überhaupt durchgeführt werden. Dies kann

entweder darauf zurückgeführt werden, dass sie den Jugendlichen nicht geläufig sind und daher nicht erkannt werden. Oder CO₂-Kompensationen und Klima- und Umweltschutzaktivitäten sind tatsächlich kein Bestandteil des Programms der betreffenden Freizeiteinrichtungen. In beiden Fällen bleibt zu diskutieren, ob diese Ansätze weiter gestärkt und verbreitet werden sollten, oder ob eher die niedrigschwelligeren und eher alltagsnahen Handlungen im Freizeitbereich verstärkt werden sollten.

2.3.4 Implikationen für das Zielgruppenverständnis

Zusammengefasst ergeben sich aus den konkreten Bezügen der nicht-engagierten Jugendlichen zu den Themen Umweltschutz, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit folgende Erkenntnisse für das Zielgruppenverständnis sowie die Ansprache der bislang nicht-engagierten jungen Menschen.

Erkenntnisse über die Zielgruppe und Empfehlungen für die Ansprache und Beteiligung

- ▶ Die nicht-engagierten Jugendlichen scheinen aktuell eher wenige nachhaltige Verhaltensweisen in ihren Alltag einzubauen. Gleichzeitig geben sie an, dass viele dieser Verhaltensweisen ihnen wichtig sind. In der Ansprache und Sensibilisierung dieser jungen Menschen muss es daher zwingend darum gehen, in punkto nachhaltiger Verhaltensweisen nicht nur weiteres Handlungswissen aufzubauen, sondern explizit die Hürden der Jugendlichen zu identifizieren, zu verstehen und zu adressieren. Nur so kann es langfristig gelingen, die signalisierte Relevanz und das theoretische Wissen in praktisches Verhalten zu überführen.
- ▶ Die nicht-engagierten jungen Menschen weisen eine deutliche Abwehrhaltung gegenüber radikalem Protest für Klimaschutz auf und distanzieren sich von denjenigen Jugendlichen, die sich zu Nachhaltigkeits- und Klimaschutzfragen einbringen. Die Aufgabe von Multiplikatorinnen*Multiplikatoren in dem Bereich wird es vor diesem Hintergrund sein, gegen eine mögliche auftretende Spaltung vorzugehen, die Vorbehalte der nicht-engagierten Jugendlichen bewusst zu adressieren und Protest- bzw. Engagementformen zu finden, hinter denen die bislang nicht-engagierten Jugendlichen stehen können. Diese Engagementformen dürfen von den Jugendlichen nicht als radikal empfunden werden, um Reaktanz zu vermeiden.
- ▶ Die nicht-engagierten Jugendlichen empfinden ein hohes – aber im Vergleich zu Engagierten etwas Geringeres – Maß an Selbstwirksamkeit und könnten explizit darin unterstützt werden, dieses in Bezug auf Umwelt- Klima- sowie ökologische Nachhaltigkeitsthemen aufzubauen. Wenn sie dafür Wege erkennen – im Rahmen der von ihnen akzeptierten Formen – einen Unterschied zu machen, kann dies ein wichtiger Schlüssel für die Engagementbereitschaft der bisher nicht-engagierten Jugendlichen sein.
- ▶ Die Themen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit dringen nur selten zu den nicht-engagierten Jugendlichen durch und sind auch selten Themen von privaten Unterhaltungen mit Verwandten oder Freundinnen*Freunden. Informationen scheinen eher „zufällig“ aufgenommen zu werden, etwa wenn im Fernsehen oder auf Social Media entsprechende Inhalte gestreut werden. Die Herausforderung für Multiplikatorinnen*Multiplikatoren im Umwelt-, Klimaschutz und der ökologischen Nachhaltigkeit liegt darin, ihre Themen in Formate zu speisen, die von den nicht-engagierten Jugendlichen (regelmäßig) konsumiert werden.
- ▶ Schule, Ausbildungs- und Arbeitsstätten stellen potenziell verlässliche Berührungspunkte für die nicht-engagierten jungen Menschen dar, um etwas zu Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit zu erfahren. Auch wenn die Jugendlichen mit dem konkreten Begriff „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ nichts anfangen können, scheinen

Bildungseinrichtungen bzw. Arbeitsplätze geeignete Orte zu sein, um mit nachhaltigen Verhaltensweisen in Kontakt zu kommen. Hier sollten noch einfachere und jugendnähere Begrifflichkeiten für die Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen genutzt werden. Die Multiplikatorinnen*Multiplikatoren in dem Bereich könnten zudem vor diesem Hintergrund nachhaltige Verhaltensweisen, die bereits praktiziert werden, stärker betonen bzw. konkret als solche ausweisen, um nachhaltige Handlungen zu festigen und zu normalisieren.

- Auch Freizeiteinrichtungen bieten einen geeigneten Rahmen, um für Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren und nachhaltiges Verhalten regelmäßig in den Alltag der nicht-engagierten Jugendlichen einzubauen. Hierbei sind es eher niedrigschwellige und potentiell auch im privaten Kontext replizierbare Handlungen (wie Recyceln, vegetarische Ernährung, Vermeidung von Lebensmittelabfällen), die von den Jugendlichen wahrgenommen und angenommen werden. Aktuell scheinen in den adressierten Freizeitbereichen noch wenige Aktivitäten angeboten zu werden, bei denen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit explizit im Fokus stehen. Hier liegen ggf. ungenutzte Potentiale, die von Multiplikatorinnen*Multiplikatoren gehoben werden können.

2.4 Wie bewerten die nicht-engagierten Jugendlichen umwelt- und klimapolitische Ansätze und Maßnahmen?

In der aktuellen Erhebungswelle der Studie ZJf 2023 wurde schwerpunktmäßig untersucht, welche umwelt- und klimapolitikbezogenen Erwartungen die jungen Menschen in Deutschland an verschiedene Akteurinnen*Akteure stellen und wie sie konkrete politische Maßnahmen zum Schutz von Natur und Umwelt bewerten. Die Sekundärdatenanalyse dieser Befragungsaspekte lässt Rückschlüsse darüber zu, inwiefern sich die nicht-engagierten Jugendlichen überhaupt mit den Möglichkeiten zur Gestaltung der Klimapolitik beschäftigen, welche Erwartungen sie an verschiedene Akteurinnen*Akteure in diesem Feld haben und wo Ansatzpunkte bestehen könnten, mit den jungen Menschen ins Gespräch zu kommen.

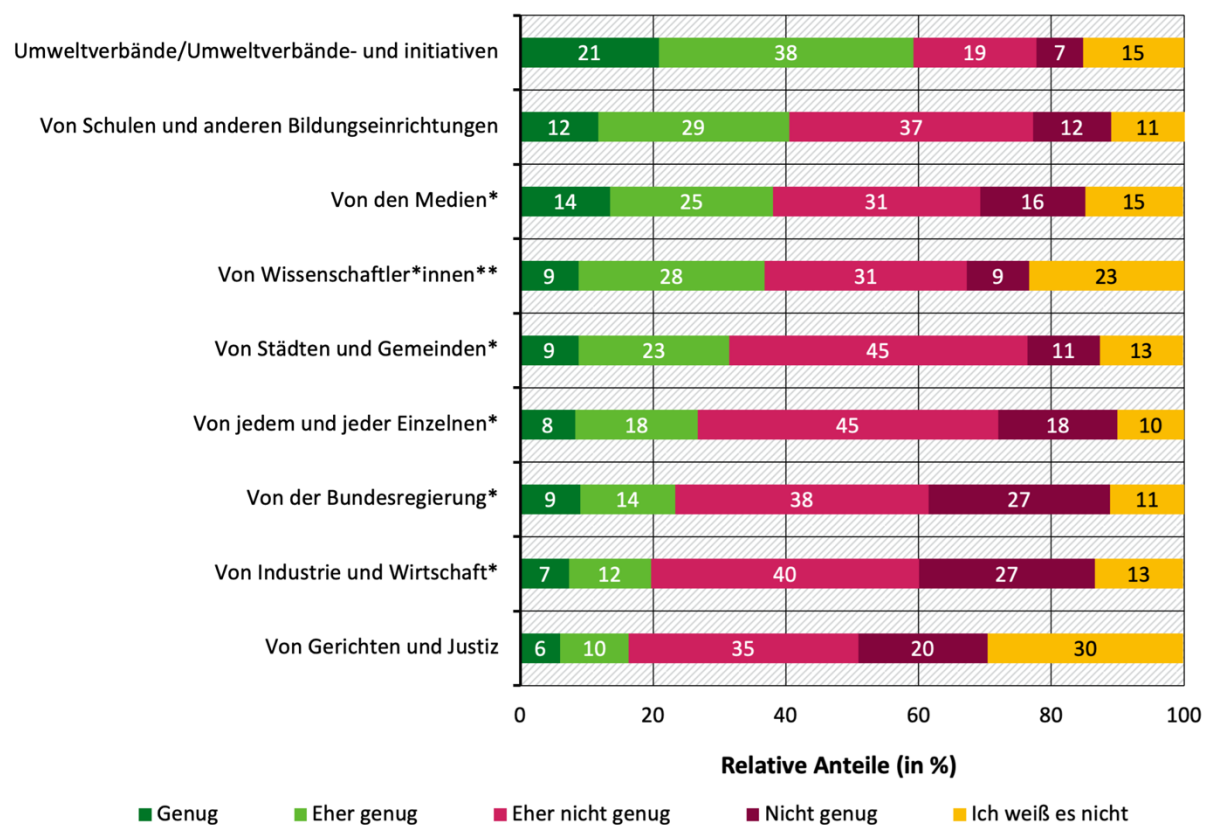
2.4.1 Erwartungen an verschiedene Akteurinnen*Akteure des Umwelt- und Klimaschutzes

Umwelt- und Klimaschutz sind Gemeinschaftsaufgaben, die nur im Zusammenspiel von verschiedenen Akteurinnen*Akteuren gelingen können. Vor dem Hintergrund dieser Annahme wurden die Jugendlichen gebeten zu bewerten, inwiefern einzelne Akteurinnen*Akteure ihrer Meinung nach genug für den Umwelt- und Klimaschutz tun. Mehr als die Hälfte der jungen Nicht-Engagierten würdigen die Arbeit von Umweltverbänden und -initiativen und rund 40 Prozent befinden, dass Medien, Schulen und andere Bildungseinrichtungen sowie Wissenschaftlerinnen*Wissenschaftler (eher) genug für den Umwelt- und Klimaschutz tun. Den Einsatz von einzelnen Personen sowie das Engagement der Bundesregierung stufen hingegen nur rund ein Viertel, das der Industrie sogar nur ein Fünftel der nicht-engagierten Jugendlichen als ausreichend ein. Interessant ist, dass gleichzeitig etwa zwei Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen angeben, jede*jeder Einzelne, die Bundesregierung sowie Akteurinnen*Akteure der Wirtschaft würden nicht genug tun. In Bezug auf das Engagement jedes*jeder Einzelnen ist das Ergebnis vor allem auch deswegen interessant, weil es im Umkehrschluss bedeutet, dass die nicht-engagierten Jugendlichen prinzipiell befinden, dass der*die Einzelne durchaus mehr machen könnte und ggf. auch sollte (siehe Abbildung 19).

Bei der Gruppe der Engagierten sind es hingegen mehr als drei Viertel, die denken, dass jede*jeder Einzelne (eher) nicht genug tut (NE: 63% vs. E: 77%). Auch von Städten und

Gemeinden (NE: 56% vs. E: 64%), der Bundesregierung (NE: 65% vs. E: 78%), von Industrie und Wirtschaft (NE: 67% vs. E: 81%) sowie den Medien (NE: 47% vs. E: 59%) erwarten die Engagierten im Vergleich mehr Einsatz.

Abbildung 19: Einschätzung der Nicht-Engagierten zum Einsatz verschiedener Akteurinnen*Akteure



Frage: Wird von den folgenden Akteuren in Deutschland genug für den Umwelt- und Klimaschutz getan? Bitte gib an, ob Deiner Ansicht nach jeweils genug, eher genug, eher nicht genug oder nicht genug getan wird.

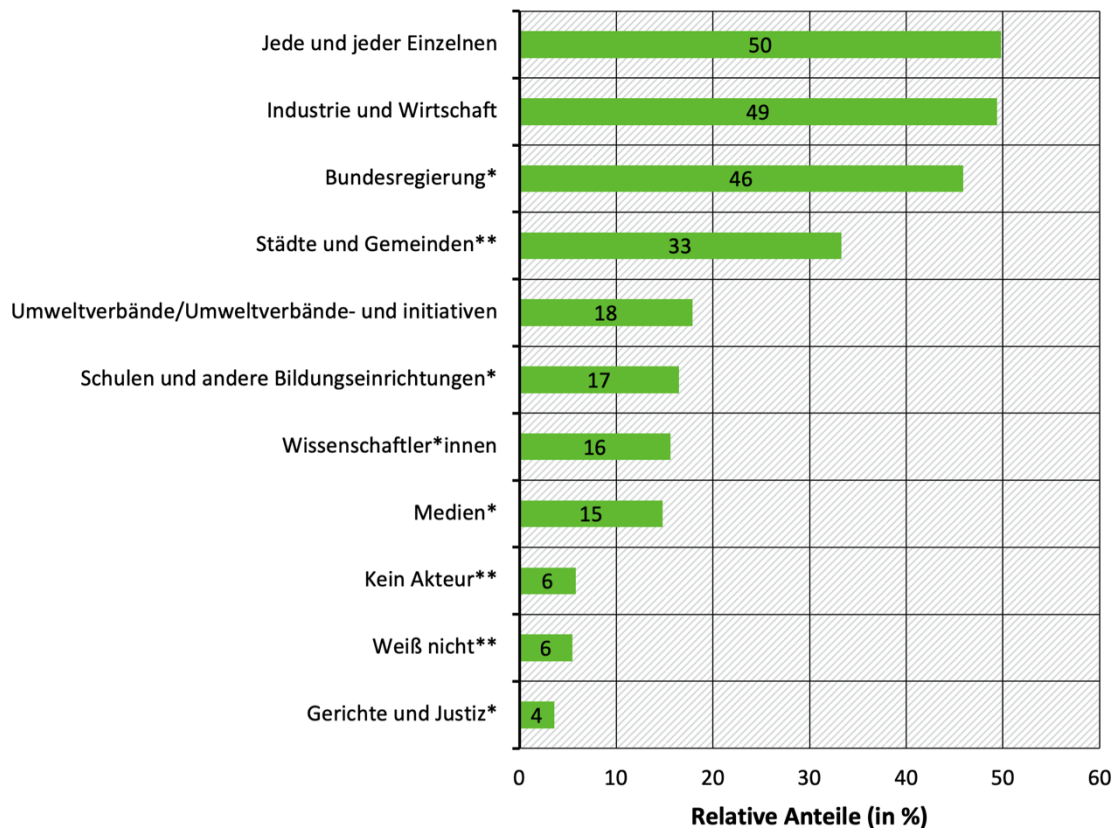
*Nicht-Engagierte empfinden den Beitrag der jeweiligen Akteursgruppe eher als genug im Vergleich zu Engagierten.

**Nicht-Engagierte empfinden den Beitrag dieses Akteurs eher als nicht genug im Vergleich zu Engagierten.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Ging es in der vorherigen Frage darum, zu bewerten, wieviel die einzelnen Akteurinnen*Akteure bereits für den Umwelt- und Klimaschutz tun, geht es nachfolgend darum einzuschätzen, welche Akteurinnen*Akteure nach Meinung der Befragten überhaupt einen wichtigen Beitrag für den Umwelt- und Klimaschutz leisten können. Interessanterweise wird genau den Akteurinnen*Akteuren, die nach Meinung der Nicht-Engagierten derzeit zu wenig tun, das meiste zugetraut bzw. auf ihnen liegen die größten Hoffnungen, dass ihr Handeln eine Wirkung entfalten könnte: Der Wirtschaft, jedem*jeder Einzelnen sowie der Bundesregierung. Auch Städte und Gemeinden können gemäß der nicht-engagierten Jugendlichen einen effektiven Beitrag leisten. Den weiteren Akteurinnen*Akteuren wird in diesem Zusammenhang kein bedeutender Effekt beigemessen. Die Gruppe der Engagierten misst einigen Akteurinnen*Akteuren im Vergleich mehr Bedeutung bei. Sie befindet häufiger, dass die Bundesregierung (NE: 46% vs. E: 52%), Medien (NE: 15% vs. E: 25%), Bildungseinrichtungen (NE: 17% vs. E: 22%) sowie Gerichte und Justiz (NE: 4% vs. E: 8%) einen Unterschied machen können (siehe Abbildung 20).

Abbildung 20: Wichtigkeit von Akteurinnen*Akteuren im Umwelt- und Klimaschutz aus Sicht Nicht-Engagierter



Frage: Wer kann Deiner Meinung nach einen wichtigen Beitrag für den Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland leisten?

*Nicht-Engagierte halten diesen Akteur für weniger bedeutsam als Engagierte

**Nicht-Engagierte halten diesen Akteur für bedeutsamer als Engagierte (bzw. halten häufiger keinen Akteur für bedeutsam/wissen es häufiger nicht)

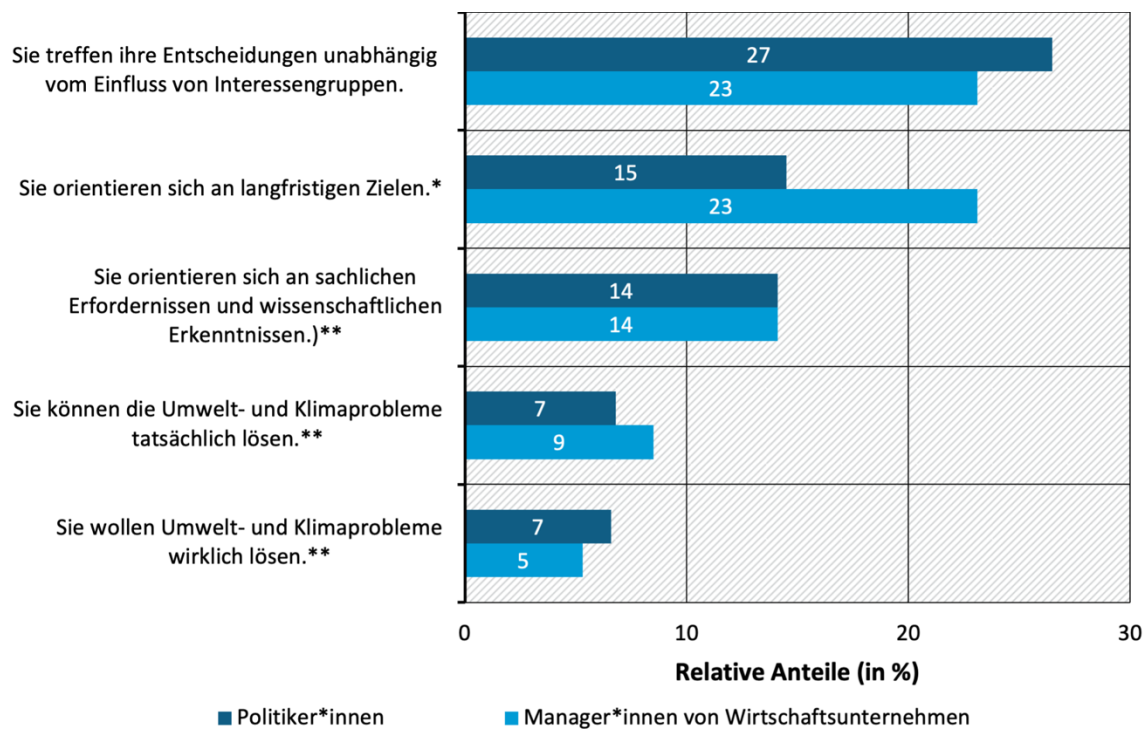
Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

2.4.2 Einstellung zu und Bewertung von Umwelt- und Klimaschutzpolitik

In der Befragung wurden die Jugendlichen gebeten, die Motivation sowie Entscheidungsprämissen von Politikerinnen*Politikern zu bewerten. Augenscheinlich haben die nicht-engagierten Jugendlichen keine sehr hohe Meinung von der Arbeit der politischen Akteurinnen*Akteure: So schätzen nur etwas mehr als ein Viertel der nicht-engagierten Jugendlichen es so ein, dass politische Entscheidungen unabhängig vom Einfluss von Interessengruppen getroffen werden. Zudem denken nur wenige, dass die Politik sich an sachlichen Erfordernissen oder wissenschaftlichen Erkenntnissen orientiere oder langfristige Ziele verfolge. Und nur ein sehr kleiner Anteil ist überzeugt, dass Politikerinnen*Politiker Umwelt- und Klimaprobleme lösen können oder wollen. Hingegen befindet mehr als ein Drittel, dass keine der zuvor getroffenen Aussagen zutrefte. Die Einschätzung und Bewertung der Arbeit von wirtschaftlichen Akteurinnen*Akteuren fällt ähnlich schlecht aus: So denken jeweils nur knapp ein Viertel, dass die Unternehmen sich an langfristigen Zielen orientieren und unabhängig vom Einfluss von Interessensgruppen arbeiten. Dass Unternehmen Umwelt- und Klimaprobleme lösen können bzw. wollen, denken auch nur sehr wenige (siehe Abbildung 21).

Der Vergleich zur Gruppe der Engagierten ergibt, dass diese etwas mehr Vertrauen haben, dass die Politik oder die Wirtschaft Umwelt- und Klimaprobleme tatsächlich lösen wollen (Politik: NE: 7% vs. E: 14% bzw. Wirtschaft: NE: 5% vs. E: 11%) bzw. können (Politik: NE: 7% vs. E: 13%), Wirtschaft: NE: 9% vs. E: 17%).

Abbildung 21: Erwartungen der Nicht-Engagierten an Politik und Wirtschaft



Frage: Wenn Du an Politiker*innen / Manager*innen von Wirtschaftsunternehmen denkst: Was glaubst Du, welche der folgenden Aussagen treffen deiner Meinung nach auf die meisten Personen dieser Branche zu?

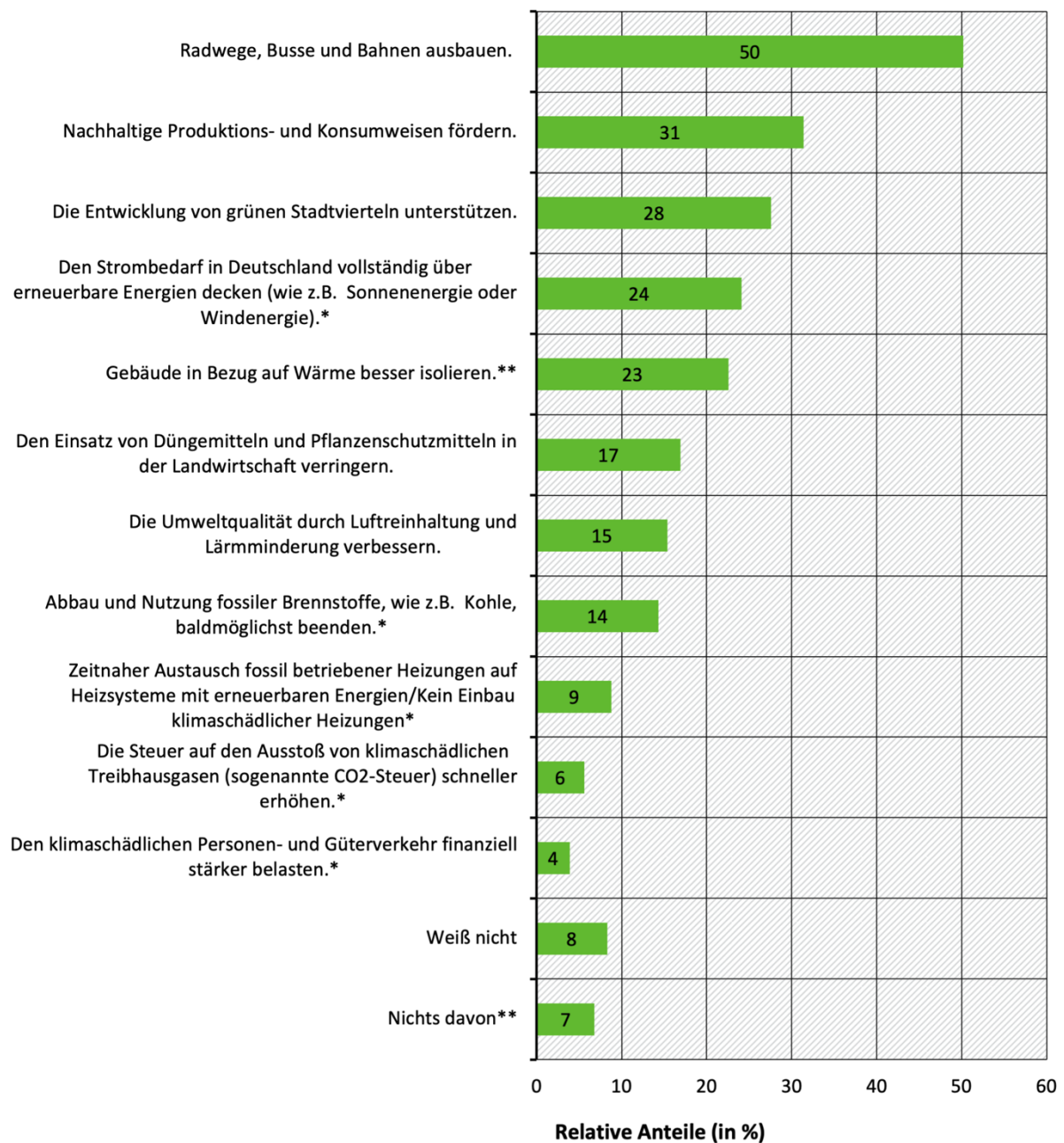
*Nicht-Engagierte stimmen bezüglich Politiker*innen seltener zu als Engagierte (jedoch nicht bezüglich Manager*innen).

**Nicht-Engagierte wählen dies für beide Gruppen (Politiker*innen & Manager*innen) seltener aus als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Konkret danach gefragt, um welche Themen sich die Umwelt- und Klimapolitik vorrangig kümmern solle, nennen die nicht-engagierten Jugendlichen insbesondere alltagsnahe Themen aus ihren Lebenswelten. So wird der Ausbau von Radwegen, Bussen und Bahnen von der Hälfte der Jugendlichen als prioritär angesehen. Auch bei der Förderung von nachhaltigen Konsumweisen und der Entwicklung von grünen Stadtvierteln handelt es sich um Themen, mit denen sich viele (ein Drittel) der nicht-engagierten Jugendlichen identifizieren können. Ein weiteres Viertel nennt Themen wie nachhaltige Stromproduktion und Gebäudeisolierung als politisch prioritäre Themen. Im Vergleich zu den Engagierten, geben Nicht-Engagierte häufiger als Priorität an, dass Gebäude in Bezug auf Wärme besser isoliert werden sollten (NE: 23% vs. E: 18%). Die Gruppe der engagierten Jugendlichen setzt stellenweise andere Akzente. Besonders wichtige Themen für sie – die hingegen seltener von den nicht-engagierten Jugendlichen genannt werden – sind die Deckung des Strombedarfs über erneuerbare Energien (NE: 24% vs. E: 37%) sowie die Beendigung von Abbau sowie Nutzung fossiler Brennstoffe (NE: 14% vs. E: 30%) (siehe Abbildung 22).

Abbildung 22: Priorisierung der Nicht-Engagierten von Themen zu Umwelt- und Klimaschutz



Frage: Um welche Themen sollte sich die Umwelt- und Klimapolitik aus Deiner Sicht vorrangig kümmern? Bitte wähle die drei wichtigsten Themen aus.

*Nicht-Engagierte wählen dies seltener als Engagierte.

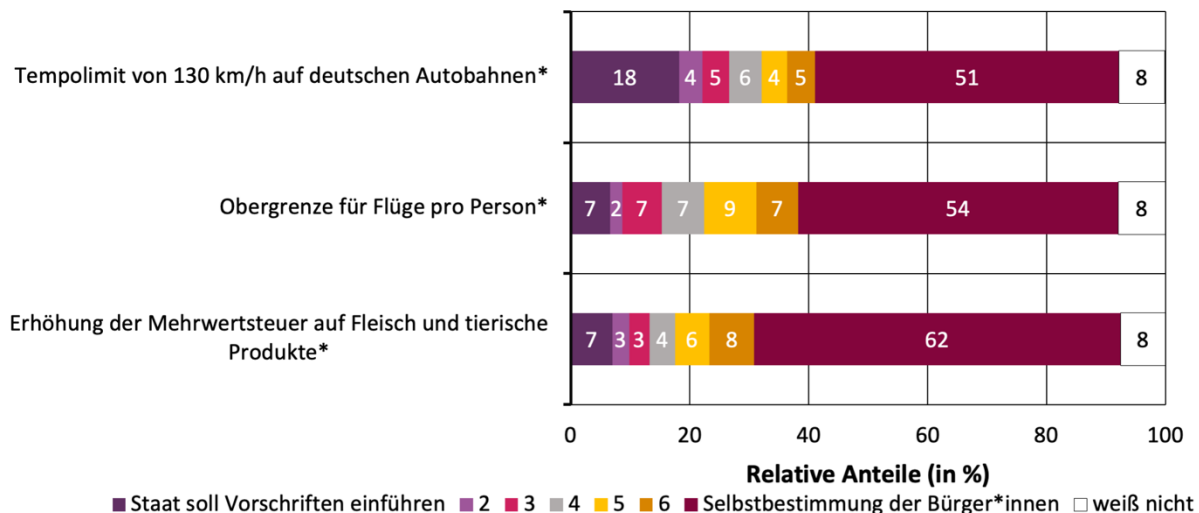
**Nicht-Engagierte wählen dies häufiger als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Ferner wurden die Jugendlichen aufgefordert anhand von verschiedenen konkreten Maßnahmen zu bewerten, wie tief der Staat bei der Umwelt- und Klimapolitik eingreifen sollte. Es zeigt sich, dass die nicht-engagierten Jugendlichen über alle abgefragten Maßnahmen (Tempolimit auf deutschen Autobahnen, Mehrwertsteuer auf Fleisch und tierische Produkte sowie Obergrenze für Flüge pro Person und Jahr) hinweg mehrheitlich eine sehr starke Präferenz haben, dass es keine Vorschriften geben und Bürgerinnen*Bürger selbst über diese Fragen entscheiden sollten. Lediglich hinsichtlich des Tempolimits auf Autobahnen findet sich

immerhin ein Teil von knapp einem Fünftel der nicht-engagierten Jugendlichen, der sehr stark zustimmt, dass der Staat hier verbindliche Regelungen schaffen sollte (siehe Abbildung 23).

Abbildung 23: Regulatorik vs. Selbstbestimmung von Bürgerinnen*Bürgern aus Sicht Nicht-Engagierter



Frage: Auch darüber, inwieweit der Staat in das Leben seiner Bürger*innen eingreifen darf, wird viel diskutiert. Was denkst du darüber?

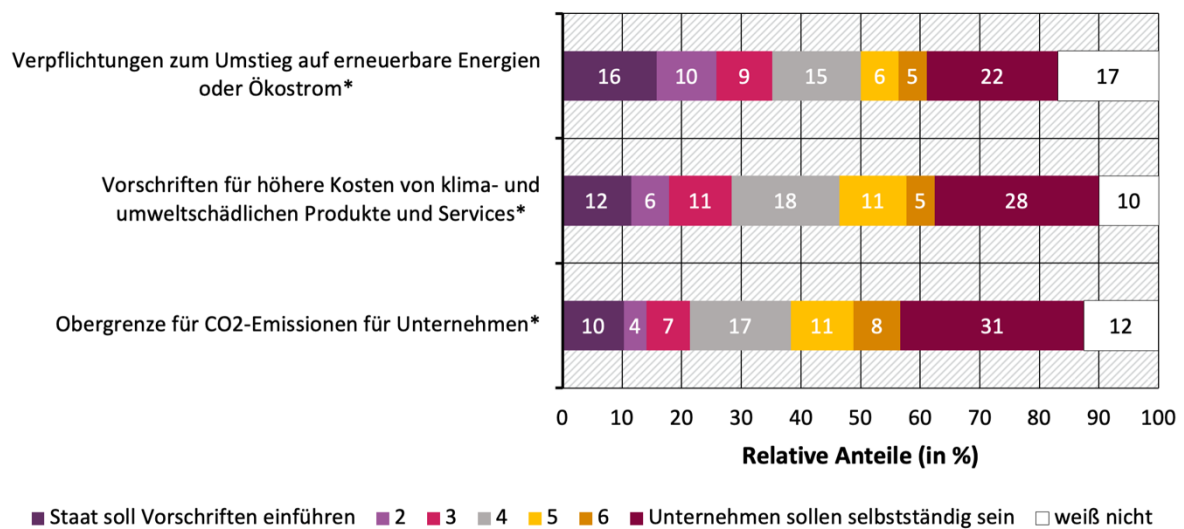
*Nicht-Engagierte stimmen hier eher für die Selbstbestimmung der Bürger*innen als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Die Gruppe der engagierten Jugendlichen hat hingegen bei allen drei politischen Maßnahmen seltener eine sehr starke Präferenz für Selbstbestimmung (Tempolimit: NE: 51% vs. E: 31%, Flüge: NE: 54% vs. E: 33% Mehrwertsteuer: NE: 62% vs. E: 30%) und votiert häufiger sehr stark für ordnungspolitische Maßnahmen seitens des Staats (Tempolimit: NE: 18% vs. E: 31%, Flüge: NE: 7% vs. E: 13%, Mehrwertsteuer: NE: 7% vs. E: 23%).

In analoger Weise wurde abgefragt, inwiefern nach Meinung der Jugendlichen eher der Staat Vorschriften einführen oder es Unternehmen selbst überlassen werden sollte, geeignete Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen in punkto CO₂-Emissionen, Preissetzung für klimaschädliche Produkte sowie Bezug von Ökostrom zu definieren. Auch wenn bei diesen Punkten mehr nicht-engagierte Jugendliche dafür sind, dass der Staat Regeln vorschreibt, haben immer noch rund ein Viertel bis ein Drittel der jungen Menschen eine sehr starke Präferenz dafür, dass der Markt bzw. die Unternehmen selbst die für sie passenden Regelungen finden. Die Gruppe der engagierten Jugendlichen spricht sich erneut stärker für gesetzliche Regelungen aus (Kosten: NE: 12% vs. E: 23%, Energie: NE: 16% vs. E: 26%, Emissionen: NE: 10% vs. E: 34%) (siehe Abbildung 24).

Abbildung 24: Regulatorik vs. Selbstbestimmung von Unternehmen aus Sicht Nicht-Engagierter



Frage: Wie sieht es in folgenden Bereichen aus: Soll es hier Vorschriften vom Staat für die Unternehmen in Deutschland geben oder soll es ihnen selbst überlassen werden, wie sie hier arbeiten?

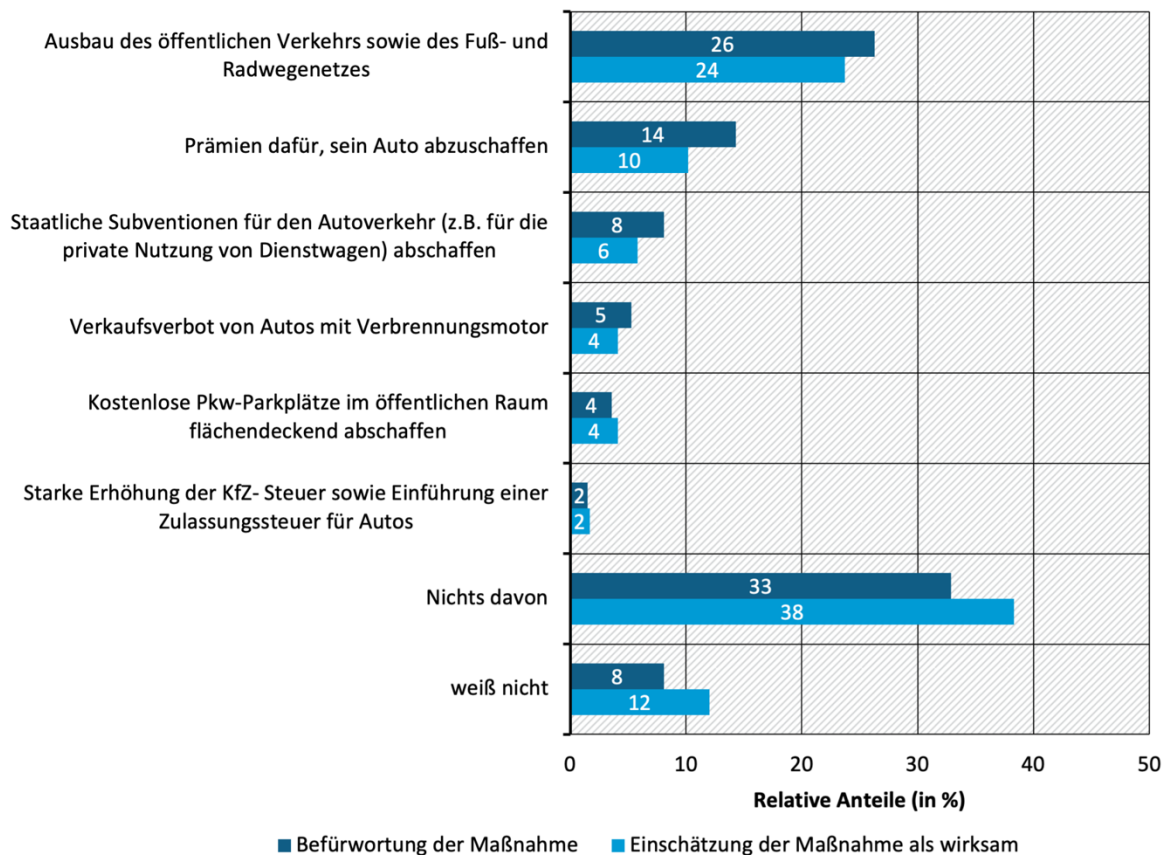
*Nicht-Engagierte stimmen hier eher für die Selbstbestimmung der Unternehmen als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Ferner wurden die Jugendlichen im Rahmen der Jugendstudie ZJf 2023 gebeten, die wahrgenommene Wirksamkeit sowie die persönliche Befürwortung für verschiedene politische Maßnahmen zur Reduktion fossiler Kraftstoffe im Straßenverkehr zu bewerten. Die Sekundärdatenanalyse zeigt hierbei, dass der Ausbau des öffentlichen Verkehrs sowie von Rad- und Fußwegen von rund einem Viertel der nicht-engagierten Jugendlichen als die wirksamste Maßnahme eingestuft wird. Alle anderen genannten Maßnahmen (wie etwa ein Verkaufsverbot von Autos mit Verbrennungsmotor, die Erhöhung von Steuern oder das Abschaffen von staatlichen Subventionen) werden jeweils nur von einem kleinen Teil als besonders wirksam bewertet. Die Einschätzungen der Wirksamkeit decken sich überwiegend mit den Angaben zur persönlichen Befürwortung. So wird der Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel sowie von Rad- und Fußwegen ebenfalls von einem Viertel der nicht-engagierten Jugendlichen am stärksten befürwortet und nur wenige Jugendlichen nennen eine der anderen Maßnahmen als ihre persönliche Präferenz (siehe Abbildung 25).

Auffällig ist, dass mehr als ein Drittel der nicht-engagierten Jugendlichen denkt, dass keine der genannten Maßnahmen besonders effektiv ist, um den Verbrauch fossiler Brennstoffe im Straßenverkehr zu senken. Ebenfalls gibt ein Drittel der jungen Menschen an, keine der Maßnahmen besonders zu befürworten. Diese Ergebnisse machen deutlich, dass die nicht-engagierten Jugendlichen wenig hinter diesen möglichen Klimaschutzmaßnahmen im Straßenverkehr stehen und lassen vermuten, dass sie sich (zumindest in dieser Frage) nicht von der Politik repräsentiert fühlen. Welche anderen Ansätze sie hingegen befürworteten, wird aus den Antworten nicht ersichtlich.

Abbildung 25: Einschätzungen und Befürwortung der Nicht-Engagierten von Mobilitätsmaßnahmen



Frage: Um die Klimaziele zu erreichen, müssen weniger fossile Kraftstoffe im Straßenverkehr verbraucht werden. Was glaubst du: Welcher Weg ist am wirkungsvollsten, um dies zu erreichen?

*Nicht-Engagierte wählen dies seltener als Engagierte.

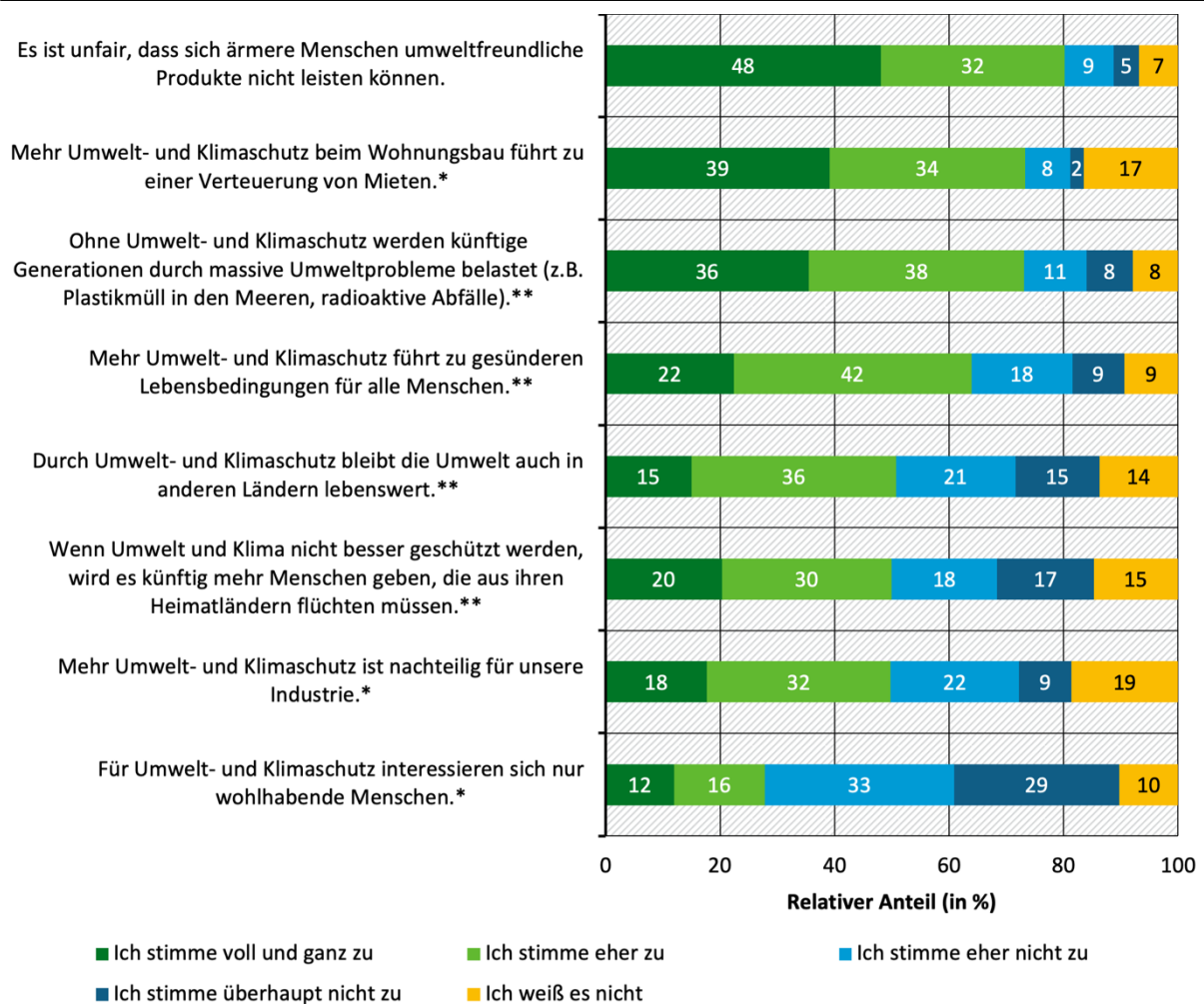
**Nicht-Engagierte wählen dies häufiger als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Der Vergleich zur Gruppe der engagierten Jugendlichen ergibt, dass diese durchweg alle Maßnahmen als wirksamer einstufen und diese auch stärker befürworten als es die nicht-engagierten Jugendlichen tun. Gleichzeitig geben weitaus weniger engagierte Jugendliche an, keine der genannten Maßnahmen als wirkungsvoll anzusehen (NE: 38% vs. E: 18%) bzw. keine besonders zu befürworten (NE: 33% vs. E: 14%). Dies kann als Indiz dafür gedeutet werden, dass die Gruppe der engagierten Jugendlichen umwelt- und klimapolitisch progressive Ansätze stärker befürwortet.

Abschließend wurden die Jugendlichen in der Umfrage der Studie ZJf 2023 gebeten, die Auswirkungen von Klima- und Umweltschutz auf soziale Ziele zu bewerten. Die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse zeigen, dass sich viele nicht-engagierte Jugendliche um die Auswirkungen auf die soziale Teilhabe sorgen: So finden es fast vier Fünftel der nicht-engagierten Jugendlichen unfair, dass ärmere Menschen sich umweltfreundliche Produkte nicht leisten können und drei Viertel denken, dass Umwelt- und Klimaschutz zu teureren Mieten führt. Ein großer Teil der nicht-engagierten Jugendlichen ist andererseits der Meinung, dass gerade ein *fehlender* Umweltschutz zu sozialen Herausforderungen wie massiven Umweltproblemen, ungesünderen Lebensbedingungen für alle oder steigenden Fluchtursachen führen wird (siehe Abbildung 26).

Abbildung 26: Ansichten Nicht-Engagierter zu sozialen Auswirkungen durch Maßnahmen



Frage: Es gibt unterschiedliche Ansichten dazu, wie sich Umwelt- und Klimaschutz auf soziale Ziele auswirken können. Bitte gib an, inwiefern Du den folgenden Ansichten zustimmst.

*Nicht-Engagierte stimmen dieser Aussage häufiger zu als Engagierte.

**Nicht-Engagierte stimmen dieser Aussage seltener zu als Engagierte.

Quelle: „Zukunft? Jugend fragen!“ (Leven et al., 2024), mit N = 532

Die Gruppe der engagierten Jugendlichen sorgt sich insbesondere darum, dass zukünftige Generationen mit massiven Umweltproblemen belastet werden (NE: 74% vs. E: 88%) und sich nicht alle Bevölkerungsschichten umweltfreundliche Produkte leisten können (NE: 80% vs. E: 85%). Sie befinden weitaus öfter als die nicht-engagierten Jugendlichen, dass Umwelt- und Klimaschutz zu gesünderen Lebensbedingungen führen (NE: 64% vs. E: 84%). Bei den möglichen Auswirkungen des Klimaschutzes auf die Industrie sind es hingegen die nicht-engagierten Jugendlichen, die stärker negative Implikationen sehen (NE: 50% vs. E: 42%).

2.4.3 Implikationen für das Zielgruppenverständnis

Zusammengefasst lassen sich aus der Analyse der Bewertung von umweltpolitischen Ansätzen und Maßnahmen folgende Erkenntnisse für das Zielgruppenverständnis sowie die Ansprache und Beteiligung der bislang im Umwelt-, Klima- und ökologischen Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten jungen Menschen ableiten.

Erkenntnisse über die Zielgruppe und Empfehlungen für die Ansprache und Beteiligung

- ▶ Die nicht-engagierten Jugendlichen sind der Meinung, dass jede*jeder Einzelne derzeit nicht genug für den Klimaschutz tue und befinden gleichzeitig, dass der persönliche Einsatz jedes*jeder Einzelnen wichtig sei. Somit scheinen sie grundsätzlich offen und motiviert, sich für Klima- und Umweltthemen einzubringen. Welche Form dieser Einsatz bzw. das Engagement haben kann, ist durch die Datenanalyse nicht ersichtlich und sollte am besten im Gespräch mit den Jugendlichen ergründet werden. Prinzipiell schätzen sie die Arbeit von Umweltverbänden und Initiativen in diesem Zusammenhang, sodass die Grundlage für eine Zusammen- und Mitarbeit gelegt ist, wenn die richtigen Ansprache- und Motivationswege gefunden werden.
- ▶ Konkrete thematische Anknüpfungspunkte für die nicht-engagierten Jugendlichen sind alltagsnahe Themen wie der Ausbau von Radwegen oder die Begrünung von Stadtvierteln. Mit politischen bzw. eher komplexen Nachhaltigkeitsthemen wie CO₂-Steuer oder dem Einsatz von Düngemitteln sind die jungen Nicht-Engagierten eher nicht zu erreichen. Multiplikatorinnen*Multiplikatoren sollten dies bei der Ansprache und Zusammenarbeit mit den Jugendlichen beachten und bewusst Nachhaltigkeitsthemen einbringen, die für diese eine hohe persönliche Relevanz haben.
- ▶ Politische Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit, die auf Verbote setzen oder mit Verzicht in Verbindung stehen, stoßen bei den nicht-engagierten Jugendlichen auf Abwehr und sollten vor diesem Hintergrund (eher) nicht als Einstieg in das Themenfeld genutzt werden. Was die jugendlichen Nicht-Engagierten umtreibt, ist die Frage, wie Nachhaltigkeit und soziale Teilhabe gemeinsam gelingen können. Hier liegen Möglichkeiten, die persönliche Relevanz des Themas für die Jugendlichen zu erhöhen und sie für ein Engagement zu motivieren.

2.5 Wo ähneln und wo unterscheiden sich die nicht-engagierten Jugendlichen zwischen den Erhebungszeitpunkten 2021 und 2023?

Ein Vergleich der Analyseergebnisse der Erhebungswellen der Studie „Zukunft? Jugend fragen!“ der Jahre 2021 und 2023 erlaubt es, Veränderungen in den Einstellungen und dem Verhalten bei Umwelt-, Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen der jungen nicht-engagierten Menschen herauszuarbeiten. Die Kenntnis über diese Veränderungen kann entscheidend sein, wenn es darum geht, die aktuellen Lebensrealitäten der jungen Nicht-Engagierten zu verstehen und – aufbauend darauf – zielgruppengerechte Ansatzpunkte zu entwickeln, um sie für Umwelt-Klima und ökologische Nachhaltigkeitsthemen zu sensibilisieren und bei entsprechenden Beteiligungs- und Engagementangeboten besser zu berücksichtigen.

Bezüglich des Zeitvergleichs gibt es zunächst **zwei wichtige Feststellungen**:

Erstens ist die Anzahl der nicht-engagierten Jugendlichen zwischen den Beobachtungszeitpunkten stark angestiegen (2021: 297 vs. 2023: 532). Dies könnte sowohl durch einen methodischen als auch einen inhaltlichen Punkt begründet sein: Aus methodischer Sicht gingen in der Erhebungswelle 2023 der Zjf-Studie im Vergleich zu der Vorgängeruntersuchung zwei Engagementarten („Teilnahme bei einem Klimastreik (Fridays for Future)“ sowie „Aktionen des zivilen Ungehorsams“) nicht mehr als Antwortkategorien in die Umfrage ein. Somit gab es für die Jugendlichen zwei Möglichkeiten weniger im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich als „engagiert“ zu gelten, was zu einer höheren Anzahl an als nicht-engagiert eingestuften Jugendlichen führen könnte. Aus inhaltlicher Sicht liegt es jedoch nahe, dass sich die Jugendlichen in der Erhebungswelle 2023 tatsächlich weniger in den Bereichen Klima- und Umweltschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit engagierten. Dies könnte eng mit der zweiten wichtigen Feststellung verknüpft bzw. darin begründet sein.

Denn **zweitens** hat das Thema „Umwelt und Klimaschutz“ unter den Nicht-Engagierten (aber auch unter den Engagierten) gemäß der Ergebnisse der Studie Zjf 2023 stark an Bedeutung verloren und ist im Relevanzranking auf den vorletzten Platz abgerutscht im Vergleich zu Platz 5 im Jahr 2021 (siehe auch Abbildung 6). Vor dem Hintergrund dieser beiden Feststellungen wurde eine *vergleichende, übergeordnete Analyse der quantitativen Ergebnisse* der jeweiligen Sekundärdatenuntersuchungen zwischen den Erhebungszeitpunkten 2021 und 2023 angestellt, deren Ergebnisse im Folgenden zusammengefasst werden.

Dabei wurden jeweils die Ergebnisse derjenigen Fragestellungen miteinander verglichen, die in beiden Studien abgefragt wurden. Fragestellungen, die lediglich Gegenstand einer der zwei Studien bilden, gingen nicht in den Vergleich ein. Für diese studienspezifischen Ergebnisse sei auf die Ausführungen in den jeweiligen Teilberichten 1 und 2 verwiesen.

Die Struktur der nachfolgenden vergleichenden Analyse ist an die Struktur dieses vorliegenden zweiten Teilberichts angelegt.

Ergebnisse der vergleichenden Analyse

- Der Vergleich der **demografischen Merkmale** ergibt, dass sich die Gruppen der nicht-engagierten Jugendlichen zwischen den Erhebungszeitpunkten in Bezug auf viele Aspekte ähneln. So sind in beiden Fällen Jungen weniger häufig im Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischem Nachhaltigkeitskontext engagiert als Mädchen, die nicht-engagierten Jugendlichen wohnen größtenteils noch bei ihren Eltern und der Migrationshintergrund sowie die Wohnortgröße (ländliche vs. urbane Regionen) scheinen keinen strukturellen Einfluss darauf zu haben, ob sich Jugendliche im Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischem Nachhaltigkeitskontext engagieren oder nicht. Jedoch zeigen sich in den Daten aus dem Jahr

2023 demografische Unterschiede zwischen Nicht-Engagierten und Engagierten, die in dieser Form in der Erhebung 2021 noch nicht signifikant waren: dass die nicht-engagierten Jugendlichen 2023 eher jünger sind, verstärkt einen sozioökonomisch niedrigeren Status aufweisen und vergleichsweise seltener studieren bzw. häufiger Haupt- oder Realschulen besuchen. Zudem gibt es in den Bundesländern verhältnismäßig mehr nicht-engagierte Jugendliche als in den alten Bundesländern. Diese Veränderungen sind wichtig, wenn es darum geht, erste Kontaktpunkte mit den Jugendlichen herzustellen.

- ▶ Die vergleichende Analyse der **soziokulturellen Merkmale** bestätigt, dass sich die nicht-engagierten Jugendlichen über beide Erhebungszeitpunkte durch eine starke und statusbezogene Konsumorientierung auszeichnen. So ist es ihnen wichtig, viel Geld zu verdienen, preisgünstig einzukaufen, zu reisen und die neuste Technik zu besitzen (Letzteres gilt besonders für männliche Nicht-Engagierte). Konstant ist auch, dass die nicht-engagierten Jugendlichen optimistisch in *ihre persönliche Zukunft blicken* – im Jahr 2023 noch etwas optimistischer als im Jahr 2021. Gleichzeitig hat die Sorge um die *gesellschaftliche Zukunft* zwischen 2021 und 2023 zugenommen, auch wenn die prioritären gesellschaftlichen Themen der nicht-engagierten Jugendlichen (Zustand des Bildungs- und Gesundheitssystems sowie soziale Gerechtigkeit) in etwa gleichgeblieben sind. In die *Zukunft von Klima und Umwelt* schauen die nicht-engagierten Jugendlichen konstant pessimistisch, auch wenn die Sorge im Jahr 2023 leicht abgenommen hat, was möglicherweise den Relevanzverlust dieses Themas für diese Jugendlichen widerspiegelt.
- ▶ In Bezug auf die **soziopolitischen Merkmale** bestätigt sich, dass die nicht-engagierten Jugendlichen wenig an Politik interessiert sind, wobei das Interesse zwischen den Vergleichsjahren noch einmal etwas abgenommen hat. Die wahrgenommene Wichtigkeit, in einer Demokratie zu leben, ist jedoch nach wie vor sehr hoch.
- ▶ Hinsichtlich der **Freizeitgestaltung** der nicht-engagierten Jugendlichen zeigt sich in beiden Erhebungsjahren, dass ein Großteil von ihnen in Sportvereinen anzutreffen ist.
- ▶ Der Vergleich der Verbreitung von **nachhaltigen Verhaltensweisen** verdeutlicht die abnehmende Relevanz des Themas im Alltag der nicht-engagierten Jugendlichen. Zwar sind nach wie vor alle der abgefragten Handlungen einem Großteil der Jugendlichen bekannt, jedoch werden sie 2023 von weitaus weniger nicht-engagierten Jugendlichen regelmäßig praktiziert. Besonders drastisch ist diese Tendenz bei der Verbreitung von pflanzenbasierter Ernährung (mehr als Halbierung der Zustimmungswerte), dem Konsum von fair bzw. biologisch produzierten Produkten (annähernde Halbierung der Zustimmungswerte) oder dem Verzicht auf Plastikverpackungen. Hinsichtlich der Nutzung von Rad und ÖPNV, dem Leihen und Teilen, statt neu zu kaufen sowie dem bewussten Verzicht auf Flugreisen bleiben die Zustimmungswerte zwischen den Erhebungszeitpunkten weitestgehend konstant.
- ▶ Besonders drastisch sind die Veränderungen der **Einstellungen der jungen Nicht-Engagierten in Bezug auf das Engagement und den Protest für Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit**. Herrschte unter den nicht-engagierten Jugendlichen 2021 noch eine positive Meinung zum Einsatz anderer Jugendlicher für Belange des Umwelt- und Klimaschutzes, befinden die Nicht-Engagierten 2023 mehrheitlich, dass das Engagement der jungen Menschen wenig gebracht habe. Darüber hinaus sind sie der Meinung, Klimaaktivistinnen*Klimaaktivisten würden übertriebene Panik verbreiten und versuchen, ihnen Vorschriften zu machen. Die grundsätzliche Einstellung, etwas bewirken zu können, scheint bei den nicht-engagierten Jugendlichen einer Mischung aus Ernüchterung und Abwehr gewichen zu sein. So stimmen 2023 auch weitaus weniger nicht-engagierte Jugendliche den Aussagen zu, stolz auf das Engagement anderer Jugendlicher zu sein, dass die Politik mehr auf

die jungen Menschen hören solle oder dass gegen Regeln verstoßen werden müsse, um etwas zu bewirken (Rückgang der Zustimmungswerte von 2021 auf 2023 um mehr als die Hälfte).

3 Erkenntnisse aus den Interviews mit den Jugendlichen

3.1 Relevanz und Bedeutung

Wie in Kapitel 2 dieses Berichts deutlich wurde, ergeben sich aus den Ergebnissen der – ursprünglichen sowie aktualisierten – quantitativen Zielgruppenanalyse viele neue Erkenntnisse über die Einstellungen und Handlungen bzgl. Klima- und Umweltschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit von nicht-engagierten Jugendlichen. Allerdings werden auch einige Fragen aufgeworfen bzw. verlangen nach einer vertieften qualitativen Analyse in Form von Tiefeninterviews mit der Zielgruppe. Beispielfhaft stehen hierfür folgende Punkte:

- ▶ Engagierte Jugendliche nutzen insbesondere den **Austausch mit Freundinnen*Freunden oder Familien** signifikant häufiger als nicht-engagierte Jugendliche als Kommunikationskanal, um sich zu Klima- und Umweltschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitshemen zu informieren. Die Interviews sollten helfen zu ergründen, woran dies liegt und ob es bestimmte **Barrieren** gibt, in der eigenen Peer-Group über diese Themen zu sprechen.
- ▶ Zudem zeigt sich, dass konkrete **umwelt- klimaschutz- und nachhhaltigkeitsrelevante Handlungen** auch für nicht-engagierte Jugendliche selbstverständlich im Alltagsleben sind (z.B. Licht ausschalten am Lehr- bzw. Arbeitsplatz oder das Trennen von Abfällen). Die Identifikation weiterer solcher Handlungen und die Gründe für deren Ausführung ist ebenfalls ein Ziel der Interviews.
- ▶ Die quantitativen Ergebnisse zeigen eine signifikante negative Einstellung der nicht-engagierten Jugendlichen zu **jugendlichem Engagement und Protest** für Klimaschutzthemen. Jedoch sind die genauen Gründe für diese kritische Haltung noch unklar und sollen in Interviews vertieft beleuchtet werden.
- ▶ Gleichzeitig sehen die nicht-engagierten Jugendlichen den Einsatz von einzelnen Personen sowie von Bundesregierung und Wirtschaft beim Klimaschutz als nicht ausreichend an. Es gibt also auch in dieser Gruppe den Bedarf nach mehr Klimaschutz, obwohl sie den Ruf danach durch bestehende Klimaschutzproteste nicht gut finden. Dieser scheinbare Widerspruch deutet auf eine **gewisse Resignation und Ratlosigkeit** der nicht-engagierten Jugendlichen bzgl. der Durchsetzung ihrer Interessen hin. Die Interviews sollen dabei helfen, dies genauer zu analysieren und zudem **Arten des Engagements** zu identifizieren, die aus Sicht der nicht-engagierten Jugendlichen passend und angebracht sind.

Diese Punkte legen den Bedarf nach einer qualitativen Vertiefung der Erkenntnisse der quantitativen Zielgruppen-Analyse nahe. Deshalb wurden aufbauend auf den Erkenntnissen der Sekundärdatenanalyse im Anschluss **qualitative Interviews mit 11 nicht-engagierten Jugendlichen** durchgeführt. Ziel dieser Interviews war es, bestimmte Erkenntnisse und Aspekte im direkten Gespräch mit der Zielgruppe zu diskutieren und ein tiefergehendes Verständnis ihrer Lebenswelten sowie ihrer Einstellungen, Bezüge und Motivationen für die Themen Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit zu erlangen.

Zudem bilden die quantitativen Ergebnisse die **Heterogenität innerhalb der Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen** und **mögliche Trennlinien** zwischen ihnen nur teilweise ab. Deshalb sollten die Interviews auch dabei helfen, die Vielfalt der im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlichen besser zu verstehen und mögliche Interessen, Motive, Voraussetzungen und Hindernisse für Personen mit bestimmten Charakteristika für ein Engagement im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich vertieft zu analysieren. Unterschiede können vor allem mit der

Lebenswelt und dem persönlichen Umfeld zusammenhängen. Deshalb wurden die Interviews mit Personen geführt, die **unterschiedliche soziodemographische Hintergründe** aufweisen und nicht im Umwelt-, Klimaschutz- oder ökologischem Nachhaltigkeitsbereich engagiert, aber in **verschiedenen anderen Jugendorganisationen und -einrichtungen** aktiv sind (von unverbindlichen Aktivitäten in Einrichtungen offener Jugendarbeit wie Jugendtreffs bis hin zu stark verbindlichem Engagement in Jugendverbänden wie Jugendfeuerwehr oder Jugendrotkreuz).

Dadurch sollten **Gemeinsamkeiten und Unterschiede** von im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlichen **über bestimmte soziale Gruppierungen und Trennlinien** identifiziert werden. Dafür wurden die Antworten auf die einzelnen Fragen auch über alle jugendlichen Interviewpartner*innen hinweg vergleichend betrachtet.

Im Folgenden werden zunächst die Methodik, Umsetzung und Analyse der Interviews vorgestellt (Abschnitt 3.2), bevor anschließend auf die Ergebnisse der Interviews im Detail eingegangen wird. Hierbei werden in Abschnitt 3.3 zunächst die Antworten der interviewten Jugendlichen deskriptiv berichtet. Anschließend werden in Abschnitt 3.4 sowohl die Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede zwischen den interviewten Jugendlichen herausgearbeitet und darauf aufbauend Ableitungen für eine mögliche Segmentierung der Zielgruppe vorgenommen.

3.2 Methodik

3.2.1 Erstellung des Interviewleitfadens

Um sicherzustellen, dass die in Abschnitt 3.1 genannten Punkte in den Interviews in geeigneter Weise adressiert werden, wurde ein semi-strukturierter Interviewleitfaden⁶ entwickelt. Der Leitfaden gliedert sich in folgende Kategorien:

- ▶ Vorstellung der Person und soziodemographischer Hintergrund
- ▶ Bezug zur Organisation
- ▶ Werte, Überzeugungen und zentrale Themen
- ▶ Haltung zu Klima- und Umweltschutzthemen
- ▶ Berührungspunkte mit Klima- und Umweltschutzthemen sowie ökologischer Nachhaltigkeit
- ▶ Motivation und Barrieren für Engagement

Der erstellte Leitfaden wurde durch zwei nicht-engagierte Jugendliche pilotiert. Daraufhin wurde der Leitfaden erneut überarbeitet.

3.2.2 Rekrutierung der nicht-engagierten Jugendlichen

Die Zielgruppe der Untersuchung umfasste nicht-engagierte Jugendliche im Alter von 14 bis 20 Jahren. Aus den Erkenntnissen der Sekundärdatenanalyse der Jugendstudie ZJf 2023 ging hervor, dass nicht-engagierte Jugendliche ihre **Freizeit** bevorzugt mit Sport und (in geringerem Umfang) auch in Jugendzentren / Jugendclubs / Jugendtreffs oder in kirchlichen / religiösen sowie gemeinwohlorientierten Gruppen verbringen (vgl. Abbildung 9: Freizeitgestaltung der Nicht-Engagierten). Infolgedessen wurden für die Interviews gezielt verstärkt Vereine und Organisationen aus diesen Freizeitbereichen kontaktiert, um der Bedeutung dieser Bereiche für

⁶ Der Leitfragebogen ist im Anhang A.1 „Leitfragebogen Jugendliche“ zu finden.

die nicht-engagierten Jugendlichen gerecht zu werden. Die Rekrutierung erfolgte dabei in zwei Schritten:

In einem **ersten Schritt** wurden aus dem bisherigen Projektverlauf bekannte Ansprechpartnerinnen*Ansprechpartner verschiedener Vereine und Organisationen aus den betreffenden Engagementbereichen als Multiplikatorinnen*Multiplikatoren zur Zielgruppe kontaktiert. Daraus resultierten sechs Interviewtermine. Die befragten Jugendlichen kamen aus den Bereichen Sport, Offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA), Gesundheit sowie Unfall- und Rettungsdienst. Darüber hinaus gestaltete es sich herausfordernd, weitere Interviewpartnerinnen*Interviewpartner zu gewinnen.

Im **zweiten Schritt** wurde deshalb die Rekrutierung durch zusätzliche Recherchen sowie die Aktivierung eigener Netzwerke erweitert. Dabei wurde darauf geachtet, eine repräsentative Verteilung der Engagementbereiche sicherzustellen. Zudem wurde eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 15 Euro in Form eines Gutscheins angeboten, um zur Teilnahme zu motivieren. Diese Schritte führten zu fünf weiteren Interviews mit Jugendlichen aus den Bereichen Sport, OKJA, Kultur und Tradition.

Generell stellte die **Rekrutierung** der Zielgruppe für Interviews eine **besondere Herausforderung** dar. Insbesondere wurden folgende Hürden für die Teilnahme identifiziert:

- ▶ Ungewissheit über Interviewinhalte und -ablauf: Die meisten Jugendlichen haben wenig Vorstellung darüber, was ein Forschungsprojekt genau ist und wie ein Interview zu Forschungszwecken abläuft.
- ▶ Mangelnder Anreiz: Die geringe Bereitschaft zur Teilnahme konnte durch die Einführung einer finanziellen Incentivierung ab dem sechsten Interview teilweise überwunden werden.
- ▶ Einwände von Eltern: In einigen Fällen war die Zustimmung der Eltern ein Hindernis für die Teilnahme der Jugendlichen.

Durch die gezielte Ansprache relevanter Multiplikatorinnen*Multiplikatoren aus der zivilgesellschaftlichen bzw. offenen Jugendarbeit, die als „Brückenbauer“ zur Zielgruppe fungierten, sowie die Anpassung der Anreizstruktur konnten **insgesamt elf Interviews** mit Jugendlichen aus unterschiedlichen Engagementbereichen erfolgreich durchgeführt werden.

3.2.3 Interviewdurchführung

Im Rahmen der qualitativen Zielgruppenanalyse wurden semi-strukturierte, leitfadengestützte Interviews mit insgesamt **11 Jugendlichen im Alter von 14 bis 20** durchgeführt, die in Vereinen verschiedener Engagementbereiche (Sport, Gesundheit, Unfall- und Rettungsdienst, Soziales, Kultur, Tradition) oder Angeboten der OKJA aktiv sind (siehe auch Tabelle 1 unten). Bei zwei der Interviews wurden jeweils zwei Jugendliche gemeinsam befragt und die anderen Interviews wurden alle einzeln geführt. Die Interviews fanden zwischen dem **30. September und 5. Dezember 2024** statt und wurden von zwei Interviewerinnen*Interviewpartnern durchgeführt. In der Regel fanden die Interviews über Videoanrufe statt. Bei technischen Schwierigkeiten wurden sie alternativ telefonisch durchgeführt. Die Gesprächsdauer variierte zwischen **30 und 45 Minuten**, wobei es sehr große Unterschiede im Beantwortungsverhalten der Jugendlichen gab. Diese Varianz führte dazu, dass nicht in allen Fällen alle Fragen gestellt oder beantwortet werden konnten. Alle Interviews wurden aufgezeichnet und im Nachgang transkribiert. Um den Schutz der Teilnehmenden zu gewährleisten, wurde eine konsequente Anonymisierung in den Transkripten und während der gesamten Auswertung sichergestellt.

3.2.4 Analyse der Interviews

Für die Auswertung der Interviews wurde die **qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring** angewandt, deren Ziel es ist, in einem systematischen und theoriegeleiteten Verfahren Kommunikation zu analysieren (Mayring, 2022).

Zunächst wurden für die systematische Auswertung der Interviews ein Kodierleitfaden und ein Kategoriensystem erstellt. Das Kategoriensystem wurde durch eine Kombination einer deduktiven Top-Down- und einer induktiven Bottom-Up-Strategie entwickelt. Zunächst wurden anhand des Interviewleitfadens erste Kodierungskategorien gebildet, die während der eigentlichen Kodierung iterativ ergänzt und angepasst wurden. Jede Kategorie wurde durch eine klare Beschreibung oder eine Frage sowie eine beispielhafte Ausprägung veranschaulicht. Diese detaillierte Definition der Kategorien gewährleistete ein einheitliches Verständnis der Kategorien und des Vorgehens bei der Auswertung, unabhängig davon, welche Person das Material bearbeitete.

Basierend auf dem Kategoriensystem wurden die Interviewtranskripte ausgewertet. Für jedes Interview übernahm eine Person die Hauptkodierung. Unklare oder vage Zitate wurden markiert und in Zusammenarbeit mit einer weiteren Person besprochen und kodiert. Bei Uneinigkeiten zwischen den beiden Kodiererinnen*Kodierern entschied eine dritte Kodiererin*ein dritter Kodierer. Die Ergebnisse der Kodierungen wurden in einem tabellarischen Datensatz in Excel dokumentiert. Diese tabellarische Organisation ermöglichte eine strukturierte Auswertung der Interviews entlang der übergeordneten Leitfragen.

3.3 Übergeordnete Ergebnisse

3.3.1 Welche verschiedenen persönlichen Hintergründe haben die interviewten Jugendlichen?

Auch wenn die interviewten Jugendlichen nicht bzgl. Umwelt-, Klima- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen aktiv sind, so sind sie doch in verschiedenen anderen gesellschaftlichen Kontexten aktiv.⁷ Sie engagieren sich dabei in unterschiedlichem Ausmaß. Während einige Jugendliche (z.B. NE4⁸ aus dem Jugendrotkreuz) Leitungsfunktionen übernehmen, sind andere Jugendliche eher als regelmäßige Teilnehmende dabei (z.B. NE11 aus dem Karnevalsverein). Auch die Verbindlichkeit des Engagements variiert stark: So besuchen manche Jugendliche (wie NE2 und NE3 aus dem Jugendtreff) ihre Organisationen auf unregelmäßiger Basis und übernehmen keinerlei organisatorische oder sonstige Verantwortungen oder Verpflichtungen.

Wie in Tabelle 1 deutlich wird, stammen zwei der elf teilnehmenden Jugendlichen aus dem sport-bezogenen Engagementbereich. Zudem besuchen NE2 und NE3 den Jugendtreff vorwiegend, um dort Fußball zu spielen. Somit ist der Sportbereich unter den Interviewpartner*innen entsprechend stark repräsentiert, da er laut der quantitativen Zielgruppenanalyse (vgl. Abbildung 9) einen großen Anteil der Freizeitbeschäftigungen nicht-engagierter Jugendlicher ausmacht. Ansonsten haben Jugendliche aus sieben weiteren Engagementbereichen an den Interviews teilgenommen: Unfall- oder Rettungsdienst & Freiwillige Feuerwehr, offene Kinder- und Jugendarbeit (OKJA), Gesundheit, sozialer Bereich, Tradition und Musik. Die Teilnehmenden sind zwischen 14 und 20 Jahren alt und vier von ihnen sind weiblich, während sieben Teilnehmende männlich sind. Fünf Teilnehmende sind noch in

⁷ Im vorliegenden Bericht ist in allen Fällen von „Engagement“ oder „Aktivität“ die Rede, wenn die interviewten Personen in bestimmten Engagementbereichen zumindest hin und wieder aktiv sind. Dies gilt jedoch weiterhin in Abgrenzung von Jugendlichen, die sich im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich engagieren. Deshalb ist bei den interviewten Jugendlichen (analog zur Sekundärdatenanalyse) stets die Rede von „nicht-engagierten“ Jugendlichen (NE).

⁸ Die 11 interviewten nicht-engagierten Jugendlichen werden im Folgenden anonymisiert und abgekürzt als „NE“ bezeichnet und entsprechend Tabelle 1 nummeriert.

der Schule, zwei in Ausbildung bzw. Studium, eine Person ist bereits arbeitstätig und drei Teilnehmende befinden sich aktuell zwischen Schule und Ausbildung bzw. Studium. Zudem wurde ein Indikator für den sozioökonomischen Status (SES) der Teilnehmenden entwickelt (nach Winkler, 1998), der auf der Tätigkeit der Eltern und der besuchten Schulform basiert. Hier wurden acht Interviewpartner*innen in der mittleren Kategorie verortet, drei in der hohen Kategorie. Da jedoch keine weiteren Daten wie z.B. das Einkommen der Eltern o.Ä. ermittelt wurden, ist dieser Indikator nur approximativ zu verstehen.

Tabelle 1: Soziodemographische Hintergründe und Engagementbereiche der befragten Jugendlichen

Engagement-bereich	Engagement	Alter	Geschlecht	Tätigkeit	SES nach Winkler	Benennung im Text
Unfall- oder Rettungsdienst, Freiwillige Feuerwehr	Freiwillige Feuerwehr	19	männlich	Arbeitstätig	Mittel	NE1
Offene Jugendarbeit	Jugendtreff	16	männlich	Schule	Mittel	NE2
Offene Jugendarbeit	Jugendtreff	14	männlich	Schule	Mittel	NE3
Gesundheit	Jugend-rotkreuz	20	weiblich	Ausbildung	Mittel	NE4
Sport	Fußball-verein	20	männlich	Student	Hoch	NE5
Offene Jugendarbeit	Jugend-zentrum	19	männlich	Zwischen Schule & Studium	Mittel	NE6
Sozialer Bereich	FSJ-Grundschule	16	weiblich	FSJ	Mittel	NE7
Sport	Judoverein	18	männlich	Schule	Hoch	NE8
Tradition	Trachten-jugend	18	weiblich	Schule	Mittel	NE9
Musik	FSJ Chor	19	männlich	FSJ	Hoch	NE10
Tradition	Karnevals-verein	15	weiblich	Schule	Mittel	NE11

Die Einteilung des sozioökonomischen Status in „hoch“, „mittel“ und „niedrig“ basiert auf: Winkler, J. (1998). Die Messung des sozialen Status mit Hilfe eines Index in den Gesundheitssurveys der DHP. In W. Ahrens, B. M. Bellach, & K. H. Jöckel (Eds.), *Messung soziodemographischer Merkmale in der Epidemiologie* (pp. 69–86). MMV Medizin Verlag.

3.3.2 Welchen Bezug haben die Jugendlichen zu „ihrer“ Organisation?

Die meisten Jugendlichen sind durch **Familie oder Freunde** zu ihrem Engagement gekommen, außer NE8 des Judovereins, der durch ein Angebot in der Schule erstmalig mit dem Judoverein in Kontakt getreten. Allerdings gibt auch er an, den Sport langfristig verfolgt zu haben, weil auch sein Vater schon Judo gemacht habe. Viele sind meist schon von klein auf in ihren Organisationen aktiv. Davon auszunehmen sind alle drei Jugendlichen der offenen Jugendarbeit und jene, die im Rahmen eines FSJ engagiert ist: Diese sind erst seit relativ kurzer Zeit in den jeweiligen Organisationen aktiv.

Einige Jugendliche sind zudem nicht nur in einem Engagementbereich (aus Tabelle 1) engagiert, sondern in **mehreren Bereichen**. NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr gibt beispielsweise an, er sei in der Einsatzabteilung der Dorffirewehr aktiv, in den Vorständen der Kreis- und Landesjugendfeuerwehr und im Kirchenrat. Ähnlich vielseitig engagieren sind die Jugendlichen aus dem Fußballverein, dem Trachtenverein und dem Chor. Die drei Jugendlichen aus der offenen Jugendarbeit, die engagierten Jugendlichen aus dem sozialen und aus dem Gesundheitsbereich sowie die im Judoverein und im Karnevalsverein engagierten Jugendlichen konzentrieren sich hingegen auf ein Engagement.

Die **Hauptmotive** der Jugendlichen für ihr Engagement sind vielfältig. Für die Mehrheit der Jugendlichen stehen der **Spaß** an ihrem Engagement in Kombination mit dem Gefühl, anderen etwas Gutes damit zu tun und einen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten, klar im Vordergrund. Die beiden Jugendlichen aus dem Jugendtreff besuchen diesen vor allem, um selbst Spaß und Vergnügen zu haben. Darüber hinaus nennen die Jugendlichen verschiedenste andere Motive, wie neue Menschen kennenzulernen, ihr Wissen weiterzugeben oder ihre Freundinnen*Freunde dadurch regelmäßig zu treffen. Einzelne Jugendliche berichten, sie würden auch einem persönlichen Nutzen ihres Engagements haben.

Zitate

- „Also mir macht es halt Spaß. Das ist [...] für mich im Vordergrund [...]. aber auch ‘was Sinnvolles zu machen [...]“ (NE4 aus dem Jugendrotkreuz)
- „Ich finde es blöd zu sagen, dass wir [...] leer ausgehen, [...] es bringt auch einfach mir persönlich total viel, habe ich das Gefühl. [...] Das sind auch total wichtige Kompetenzen, [...] die einem dann auch später im beruflichen Umfeld sehr viel weiterhelfen können.“ (NE9 aus der Trachtenjugend)

Im **Vergleich zu anderen Engagierten** in ihren Organisationen sehen alle Jugendlichen gewisse Ähnlichkeiten und berichten von einem gemeinsamen „Nenner“. Dieser gemeinsame „Nenner“ kann z.B. sein, dass andere Jugendliche auch fußballbegeistert sind oder Mitglieder der Feuerwehr die Gemeinschaft im Einsatz schätzen. Einzelne Jugendliche berichten auch von Unterschieden, die jedoch vor allem von struktureller Natur seien.

Zitate

- „Der Vorteil an der Feuerwehr ist, sobald ein Einsatz ist, sind alle miteinander vereint und da gibt es kein meins, seins, sondern da gibt es nur ein unseres.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)
- „Die größten Unterschiede bestehen wahrscheinlich [...] beim Alter und auch bei der Art der Anstellung, ich mache das ja ehrenamtlich [...]. Aber dann gibt es natürlich die Geschäftsstelle, die dafür Geld bekommt und diese sind natürlich auch deutlich älter als ich, das ist wahrscheinlich der größte Unterschied.“ (NE5 aus dem Fußballverein)

3.3.3 Welche zentralen Werte, gesellschaftlichen Themen und Einstellungen zu Politik haben bzw. beschäftigen die Jugendlichen?

3.3.3.1 Zentrale Werte

Die Jugendlichen geben viele verschiedene Werte an, die ihnen im Leben wichtig sind. Größere Überschneidungen gibt es zwischen den Jugendlichen aus der Feuerwehr, aus dem Fußballverein und aus der Trachtenjugend. Für sie sei ein offenes, von Akzeptanz und Respekt geprägtes Weltbild wichtig. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz und aus dem Judoverein betonen die Wichtigkeit von verbaler Kommunikation im Gegensatz zu Aggression und Gewalt. Auch die Jugendlichen aus dem Chor und aus dem Karnevalsverein betonen die Wichtigkeit von guter Kommunikation und Ehrlichkeit, und von gegenseitigem Respekt. Für die Jugendlichen aus dem Jugendzentrum, dem FSJ in der Grundschule und für beide Jugendlichen aus dem Jugendtreff spielen insbesondere Familie und Freunde eine wichtige Rolle im Leben. Beide Jugendlichen aus dem Jugendtreff nennen auch Geld und Gesundheit als zentralen Wert.

Zitate

- ▶ „Als erstes würde ich auf jeden Fall sagen, dass ich sehr weltoffen bin, dass ich keine Vorurteile gegenüber anderen habe und dass ich generell sehr offen bin, egal welches Thema es ist, ob das jetzt gendern oder die Hautfarbe ist [...] Man sollte sich auch die Meinungen anderer erstmal anhören, bevor man über die urteilt, weil man sonst gar nicht verstehen kann, was die jetzt wirklich damit sagen wollen, vielleicht können sie es einfach noch nicht richtig ausdrücken.“ (NE5 aus dem Fußballverein)
- ▶ „Was wichtig ist im Leben? Die Familie sowieso. Gesundheit und Geld.“ (NE2 aus dem Jugendtreff)

3.3.3.2 Gesellschaftliche Themen

In der Wichtigkeit einiger gesellschaftspolitischer Themen sind sich viele der Jugendliche einig. So beschäftigen die Jugendlichen aus der Feuerwehr, aus dem Fußballverein, aus dem Judoverein, aus der Trachtenjugend und die FSJlerin aus der Grundschule der nationale und internationale **Rechtsruck** und teils auch zunehmender Rassismus und Diskriminierung. Einige von ihnen sehen das Problem in der aktuellen angespannten und schwierigen gesellschaftlichen Diskussionskultur und fürchten eine noch stärkere **gesellschaftliche Spaltung**. NE4 aus dem Jugendrotkreuz und NE6 aus dem Jugendzentrum beschäftigen vor allem die aktuellen Kriege. Die Jugendlichen aus dem Jugendtreff finden das Thema **irreguläre Migration** sei wichtig und sehen einen falschen Fokus der Politik auf Themen wie Rechte für Minderheiten oder Ausgabe von Steuergeldern in Projekten im Aus- statt im Inland. Themen des **Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit** werden nur von NE7 aus dem FSJ in der Grundschule und NE8 aus dem Judoverein genannt. NE11 aus dem Karnevalsverein fallen keine gesellschaftlichen Themen ein, für sie seien ihre Freundschaften ein Thema, das sie viel beschäftigt.

Zitate

- ▶ „Auf die Politik bezogen [...] haben wir aktuell so einen Rechtsdrift generell gesellschaftlich in den meisten eher wohlhabenderen Ländern, aber da weiß ich dann am Ende immer nicht, wie lange sowas hält. Aber da guckt man schon immer wieder drauf.“ (NE8 aus dem Judoverein)
- ▶ „Zurzeit ist [...] Krieg ein sehr großes Thema.“ (NE6 aus dem Jugendzentrum)

- „Klimathemen natürlich auch. Da mache ich mir auch [...] einen Kopf drüber.“ (NE8 aus dem Judoverein)

3.3.3.3 Einstellungen zu Politik

Die Mehrheit der Jugendlichen (außer NE11 aus dem Karnevalsverein) gibt an, sich zumindest manchmal mit Politik auseinanderzusetzen. NE6 aus dem Jugendzentrum äußert als einziger, er komme lediglich indirekt in Gesprächen mit Freundinnen, Freunden und Bekannten mit dem aktuellen politischen Geschehen in Berührung und interessiere sich persönlich eher weniger dafür. Die Jugendlichen aus der Feuerwehr und dem Trachtenverein, die politisch bereits selbst aktiv sind, sowie der Jugendliche aus dem Fußballverein zeigen ein hohes Interesse am politischen Geschehen. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz und dem Judoverein geben an, sie seien zwar politisch interessiert, fühlten sich jedoch häufig durch den Konsum von Nachrichten belastet oder ohnmächtig und zögen sich daher davon zurück bzw. hätten sich bereits zurückgezogen.

Zitate

- „Also ich habe lange Zeit mich eher davon ein bisschen ferngehalten, bin ich ganz ehrlich. Weil ich gedacht habe, ich kann ja auch eigentlich nichts dran ändern. [...] Aber jetzt momentan habe ich [...] dann wieder gesagt, gucke ich [...] abends mal die Tagesschau oder aktuell einen Bericht oder [...] lokale Nachrichten und lese [...], wenn mich zum Beispiel jetzt irgendwas wirklich interessiert.“ (NE4 aus dem Jugendrotkreuz)
- „Also ich interessiere mich auf jeden Fall für Politik, weil das natürlich auch meine Zukunft betrifft, in den verschiedensten Themen. Wenn es um die Rentenpolitik geht, was mich interessiert, [...] Asylpolitik, generell die Ampel und wie es [jetzt] mit der Regierung weitergeht.“ (NE5 aus dem Fußballverein)

Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Fußballverein, dem Judoverein und dem Trachtenverein informieren sich grundsätzlich über das politische Geschehen durch eine Kombination an sozialen Medien und Nachrichtenplattformen der großen Medienhäuser wie Tagesschau oder Spiegel Online. NE7 aus dem FSJ in der Grundschule gibt an, sie würde sich ausschließlich auf den sozialen Medien informieren und NE2 aus dem Jugendtreff nennt Gespräche mit den Eltern als Informationsquelle. NE11 aus dem Karnevalsverein bekomme im Schulunterricht manchmal etwas vom politischen Geschehen mit.

Zitate

- „Da gibt es eine Menge. Zum einen [...], wenn es um so Zeitungen geht, lese ich den Tagesspiegel ganz gerne. Sonst [...] Nachrichtensendungen, dann oft die Tagesschau, aber sonst auch im Internet, Social Media und sowas. Man muss halt gucken, welchen Quellen man vertrauen kann und oft auch selbst nochmal nachrecherchieren [...].“ (NE8 aus dem Judoverein)

Alle interviewten Jugendlichen zeigen ein **grundsätzliches Vertrauen in die Demokratie** und halten Wählen für ein wichtiges Instrument, um politisch Einfluss zu nehmen. Den Umfang dieses Einflusses schätzen sie allerdings unterschiedlich ein. Die Jugendlichen aus der Feuerwehr, dem Fußballverein und der Trachtenjugend geben an, ein hohes Vertrauen in die Politik und ihre Entscheidungen zu haben. Die drei Jugendlichen aus der offenen Jugendarbeit äußern dagegen, sie seien eher skeptisch, politische Versprechen würden häufig nicht eingehalten und insbesondere Jugendliche würden nicht ernst genug genommen. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, dem FSJ in der Grundschule, dem Judoverein und dem

Karnevalsverein äußern gemischte Gefühle zu diesem Thema. Insgesamt sehen viele Jugendliche mehr **Schwierigkeiten für Jugendliche** als für Erwachsene, **politisch Einfluss zu nehmen**.

Zitate

- „Ich denke, zum Großteil wird unsere Meinung vertreten. Wir sind eine Demokratie, das heißt, was wir gewählt haben, bestimmt jetzt auch über uns sozusagen. Also meine Meinung hat da auch seinen Weg in die Regierung [...] geschafft und deshalb denke ich auf jeden Fall, dass wir da gehört werden und unterstützt werden.“ (NE5 aus dem Fußballverein)
- I: „Hast du generell den Eindruck, dass Politikerinnen und Politiker die Sorgen und Wünsche der Menschen ernst nehmen?“ NE6: „Eigentlich nicht“ I: „Warum nicht?“ NE6: „Manche vielleicht schon, aber nicht jeder auf jeden Fall. Es werden Sachen versprochen und dann werden die doch nicht gehalten, sondern vergessen oder die machen etwas anderes als versprochen.“ (NE6 aus dem Jugendzentrum)

Politische Einflussmöglichkeiten, die über das Wählen hinaus gehen, sehen die Jugendlichen aus dem Jugendzentrum, aus dem FSJ an der Grundschule und aus dem Judoverein in Demonstrationen. Die Jugendlichen aus der Feuerwehr, aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Fußballverein, aus dem Judoverein und aus der Trachtenjugend sehen Möglichkeiten zur politischen Teilhabe für Jugendliche in Form von Engagement in Parteien, oder Räten, Initiativen etc.

Zitate

- „Also natürlich kann man das zum Beispiel in Parteien oder so angehen. [...] Ich arbeite jetzt gerade auf lokaler oder kommunaler Ebene [in Bürgerinitiativen] und finde das relativ gut. Ansonsten, auf Landesebene, gibt es ja auch noch das Petitionsrecht. Also, davon habe ich noch nie Gebrauch gemacht, aber grundsätzlich hat man ja das Recht, irgendwelche Petitionen durchzuführen und dann entsprechend auch Entscheidungen zu erzwingen, wenn die Mehrheit der Menschen das möchte. Und ansonsten gibt es ja auch noch die Möglichkeit, über z.B. Organisationen oder Schülervvertretungen die Politik in gewisser Weise zu beeinflussen.“ (NE9 aus der Trachtenjugend)
- „Also wir sehen ja heutzutage, es gibt ja sehr viele Demonstrationen. Zum Beispiel die Ukraine-Lage oder sogar vor ein paar Tagen gab es ja eine Palästinenser-Demo. [...] Also es hat doch einen Einfluss und man wird ja auch dadurch mehr aufmerksam.“ (NE6 aus dem Jugendzentrum)

Das **Wahlrecht ab 16 Jahren** wird von nahezu allen Jugendlichen **zwiespalten** gesehen. Sie sind sich einig, dass es an sich eine gute Sache sei, viele Jugendliche sich allerdings noch nicht hinreichend mit Politik auseinandersetzen würden und deshalb zum Beispiel stark durch die sozialen Medien beeinflusst wären. Gleichzeitig sehen viele, dass Jugendliche durch das Wahlrecht auch motiviert werden könnten, sich mehr für Politik zu interessieren. NE6 aus dem Jugendzentrum lehnt das Wahlrecht ab 16 Jahren als einziger ab, da er mangelnde Reife sowie zu große Beeinflussung durch die sozialen Medien befürchte. NE9 aus der Trachtenjugend, auf der anderen Seite, befürwortet das Wahlrecht ab 16 Jahren deutlich, da sie die Auswirkungen politischer Entscheidungen für junge Menschen als deutlich gravierender sieht als für alte. Auch NE11 aus dem Karnevalsverein würde das Wahlrecht ab 16 Jahren eher befürworten.

Zitate

- „Find ich sehr kompliziert als Thema, weil man sagen muss, es ist an sich nichts Schlechtes [...] Ich weiß bei manchen [Menschen in meinem Umfeld] nicht, wie sinnvoll das ist, dass die wählen können, wenn die einfach selbst keine vernünftige Meinung haben. So nicht im Sinne von, ich stimme da jetzt nicht zu, weil das tue ich auch bei älteren Leuten zum Teil nicht. Sondern einfach, wenn ich mir angucke, was sie im Internet zum Teil alles glauben. Dann denke ich mir nicht, das ist jetzt sinnvoll, wenn die Person wählen kann, wenn die jeden TikTok-Post, den die sieht, einfach direkt glaubt und da nirgendwo irgendwie was hinterfragt.“ (NE8 aus dem Judoverein)
- „Ab 16? Ich glaube, es ist keine gute Idee, um ehrlich zu sein. [...] Die meisten sind noch nicht reif, leider. [...] Aufgrund von Social Media und schlechtem Einfluss.“ (NE6 aus dem Jugendzentrum)
- „Ich finde es nicht gerechtfertigt zu sagen, dieser [ältere] Mensch, der eigentlich keine Ahnung mehr hat von der Politik, der keine Ahnung hat, was er will, darf wählen. Ein 16-Jähriger, der noch sein gesamtes Leben vor sich hat, der sich allein schon durch den Schulunterricht und die Politik auseinandersetzen muss, was ja auch viele Erwachsene nicht tun, darf es nicht.“ (NE9 aus der Trachtenjugend)

3.3.4 Welche Haltung zu Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit haben die Jugendlichen?

3.3.4.1 Grundsätzliches Interesse an Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit

Grundsätzlich halten alle interviewten Jugendlichen Klima- und Umweltschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit für wichtig. Einige sehen sich in ihrem Alltag zudem mit Folgen des Klimawandels konfrontiert, wie NE1 aus der Feuerwehr, der von einem starken Anstieg an Hochwassern berichtet. Ihr Interesse, sich mit Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit auseinander zu setzen, sowie der Stellenwert, den sie diesen Themen in Relation zu anderen beimessen, variiert allerdings. Für die Jugendlichen aus der Feuerwehr und aus dem Chor sind die Themen beispielsweise zu wenig greifbar. Sie sagen, dass man die Auswirkungen von Engagement im Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit selber kaum sehen würde und beschäftigen sich deshalb lieber mit Bereichen, in denen sie ihr eigenes positives Wirken spüren würden. Für die beiden Jugendlichen aus dem Jugendtreff stehe Klimaschutz im Widerspruch zu einer funktionierenden Wirtschaft und Industrie. Letztere empfinden sie als wichtiger. NE9 aus der Trachtenjugend sagt, mangelnde interkulturelle Verständigung und Krieg seien größere Bedrohungen für die Menschheit als der Klimawandel. NE7 aus dem FSJ an der Grundschule kritisiert, das Thema werde medial und politisch häufig dramatisiert. NE11 aus dem Karnevalsverein äußert ein generell geringes Interesse an Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit, kann dies jedoch nicht an einem konkreten Grund festmachen.

Zitate

- „Also in Bezug auf den Klimawandel bekommen wir auch ganz viele Veränderungen mit. Also wir hatten dieses Jahr einmal Hochwasser und letztes Jahr einmal Hochwasser. Und davor gab es das letzte Mal Hochwasser vor 20 Jahren.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)
- „Ich finde Klimaschutz ist natürlich schon wichtig. Es wird nur total beschueuert gemacht. [...] Da kannst du nicht die komplette Wirtschaft [...] komplett in Abgrund treiben, um damit [...]

zum Beispiel klimaneutral zu sein. Weil, damit Firmen und so klimaneutral sind, das kostet alles Geld und dadurch wird ja alles teurer.“ (NE2 aus dem Jugendtreff)

3.3.4.2 Einfluss Einzelner vs. Regierung beim Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit

Die meisten Jugendlichen berichten, dass sie einiges in ihrem Alltag tun, das zum Umwelt- oder Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit beiträgt. Besonders häufig nennen sie das bewusste **Verringern des Strom- und Wasserverbrauchs** (NE4, NE5, NE7, NE8). Die Jugendlichen aus dem Fußballverein, aus der aus dem FSJ in der Grundschule, aus dem Judoverein, aus dem Chor und aus dem Karnevalsverein geben zudem an, dass sie Autofahrten oder Flugreisen vermeiden und stattdessen den ÖPNV oder das Fahrrad nutzen. NE6 aus dem Jugendzentrum gibt an, er würde Plastik vermeiden und Müll korrekt zu entsorgen, was auch NE11 aus dem Karnevalsverein angibt zu tun. NE1 aus der Feuerwehr gibt an, sie würde auf nichts explizit verzichten, jedoch bei der Arbeit auf Müllvermeidung zu achten, da er hier seinen Einfluss direkt sieht. Die meisten der interviewten Jugendlichen finden, dass sie mit dem genannten Alltagshandeln einen Beitrag leisten würden, räumen allerdings auch ein, dass sie noch mehr tun könnten. Beide Jugendlichen aus dem Jugendtreff machen hierzu keine Angaben.

Zitate

- „Doch, auf Arbeit, aber da ist [das umweltfreundliche Verhalten] bestimmt auch aus Faulheit. Also man kann es richtig machen und dann denke ich mir immer, ganz schön viel Müll. Es ist alles extra eingepackt, also gut, muss es ja auch.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)
- „Also wenn ich dann bei McDonald's oder so sitze, ist es dann doch schon so, dass man sich im Nachhinein denkt, oh Gott, wie viel Müll [...]. Aber so Sachen wie zum Beispiel kein Auto fahren und so, da achte ich schon drauf und [...] dass ich somit einen kleinen Beitrag leiste [...]“. (NE7 aus dem FSJ an einer Grundschule)

Die grundsätzliche Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit wird von den meisten Jugendlichen sowohl bei Individuen als auch bei der Regierung gesehen. Insbesondere die Jugendlichen aus dem Fußballverein und aus der Trachtenjugend sehen eine große Verantwortung bei sich als Individuen möglichst klimafreundlich zu agieren. Eine Vielzahl der Jugendlichen, wie aus dem Jugendzentrum, aus dem Judoverein, aus der Trachtenjugend, aus dem Chor und aus dem Karnevalsverein sehen den größten Hebel jedoch bei der Regierung. Einige Jugendliche sehen das Zutun der deutschen Regierung im internationalen Vergleich schon als ausreichend an, da ihrer Meinung nach der Einfluss auf die Umweltbelastung anderer Länder größer sei (NE1, NE2, NE3, NE7, NE8). Die beiden Jugendlichen aus dem Jugendtreff sehen als einzige weder Individuen noch die Regierung in Deutschland in der Verantwortung, mehr für Klimaschutz zu tun.

Zitate

- „Ja, ich denke, das fängt im Haushalt an, wenn man Wasser spart, wenn man die Heizung [...] im Sommer komplett auslässt, wenn man auch Plastikmüll wegwirft. Mülltrennung, das sind einfache Sachen, die jeder Mensch innerhalb von Minuten machen kann. Das ist wirklich kein großer Aufwand und es hilft halt enorm, wenn das jeder macht, weil das dann einfach einen riesen Einfluss auf die Umwelt hat.“ (NE5 aus dem Fußballverein)
- „Also ich finde die, [...] Regierungen und Unternehmen haben natürlich eine Verantwortung, aber ich finde die Verantwortung liegt mehr bei den Regierungen und bei den größeren

Unternehmen, weil viele größere Unternehmen sind dafür zuständig, dass die Einzelnen sich ändern können.“ (NE10 aus dem Chor)

- „Also ich glaube, jeder Mensch kann Einfluss nehmen, aber [...] dass wir in Deutschland da schon recht weit sind, im Punkt Umweltschutz und solange nicht alle mitziehen, alle Länder auf der Welt, solange können wir auch nichts erreichen. Solange finde ich das auch noch sinnlos.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)

3.3.5 Welche Berührungspunkte mit Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit und welche Einstellungen zu Nachhaltigkeitsengagement haben die Jugendlichen?

3.3.5.1 Berührungspunkte mit Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit

Die Berührungspunkte der interviewten Jugendlichen mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit variieren, viele der Jugendlichen berichten allerdings von **aktuell weniger Berührungspunkten als in der Vergangenheit** (NE6, NE8, NE9, NE10) und keine Person schätzt ihre Konfrontation mit diesen Themen als „viel“ ein. Die meisten Jugendlichen berichten, sich in der Schule, der Uni oder bei der Arbeit mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit auseinandersetzen zu müssen (NE1, NE4, NE5, NE7, NE9, NE10). Die Jugendlichen aus dem Fußballverein, dem Jugendzentrum, aus dem FSJ an der Grundschule und dem Judoverein werden auch auf den sozialen Medien mit diesen Themen konfrontiert. Nur die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, aus der Trachtenjugend und aus dem Chor berichten, dass sie durch Nachrichten mit diesen Themen konfrontiert werden würden. Im Familien- oder Freundeskreis kommen diese Themen nur bei den Jugendlichen aus dem Fußballverein und aus dem Chor manchmal auf.

Zitate

- I: „[...] Hast du das Gefühl, dass du oft mit den Themen Umwelt- und Klimaschutz konfrontiert wirst? [...]“ NE8: „Ich habe tatsächlich das Gefühl, dass das aktuell, wenn es jetzt zum Thema Klima ist, runtergeht, weil gerade so viel in der Welt [passiert], dass das da glaube ich einfach oft unter den Radar fällt.“ (NE8 aus dem Judoverein)

Die Reaktionen der interviewten Jugendlichen auf den übergeordneten Themenkomplex des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit sind unterschiedlich. Während die Jugendlichen aus der Feuerwehr und aus dem FSJ an der Grundschule sowie beide Jugendlichen aus dem Jugendtreff von eher negativen Reaktionen berichten, geben die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Fußballverein, aus dem Jugendzentrum und aus dem Chor an, positiv darauf zu reagieren. Viele von ihnen sind sich einig darin, dass sie das häufig **sehr negative Framing** mit dem Fokus auf zukünftige und aktuelle Katastrophenszenarien etc. **nicht gutheißen** würden. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Fußballverein, aus dem FSJ an der Grundschule, aus dem Judoverein und NE3 aus dem Jugendtreff wünschen sich deshalb eine lösungsorientiertere Herangehensweise mit konkreten Handlungsempfehlungen.

Zitate

- „Das Thema an sich ist nicht doof, aber wie es gemacht wird. Und wir werden nicht ausreichend aufgeklärt dafür, was wir machen müssen. Quasi manche sagen ja Klimaschutz - lebt vegan oder so. Das weiß ich jetzt nicht, ob das aber zusammenhängt. [...] Auf jeden Fall,

werden wir unzureichend darüber aufgeklärt, wie es gemacht werden muss.“ (NE3 aus dem Jugendtreff)

- „Wenn man [...] in der Schule ist, dass man das schon ein bisschen beigebracht bekommt und nicht auf einmal aus der Schule raus ist und dann kriegst du komplett auf Social Media mit, „alles [ist] doof“. Sondern, dass einem das so langsam beigebracht wird und nicht so komplett vorgesetzt wird, „alles was du machst ist umweltschädlich“ oder so, dass man [umweltschädliche Verhaltensweisen] vielleicht irgendwie langsamer [...] abbauen könnte.“ (NE7 aus dem FSJ an einer Grundschule)

Die Jugendlichen aus der Feuerwehr, aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Jugendzentrum und aus der Trachtenjugend berichten davon, im Rahmen ihrer Organisationen mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit konfrontiert zu werden. NE1 aus der Feuerwehr erzählt, dass die Feuerwehr versuche, sich nachhaltiger aufzustellen, wobei er dies eher negativ bewerte. Im Verein von NE9 aus der Trachtenjugend wird versucht, den Vereinsalltag nachhaltiger zu gestalten z.B. indem die Anreise zu Veranstaltungen eher mit dem ÖPNV anstatt mit Privat-PKWs geplant wird. NE4 aus dem Jugendrotkreuz erzählt als einzige von ganzen Veranstaltungen zu Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit wie z.B. Workshops zum Thema Upcycling. NE6 aus dem Jugendzentrum berichtet von Beiträgen auf den Social-Media-Seiten des Zentrums.

Zitate

- „Ich verstehe zum Beispiel nicht, warum wir jetzt als Jugendfeuerwehr nachhaltig sein müssen. Unser Leiter würde das mit Sicherheit aber ganz anders sehen. Der würde mir aufzählen, warum das wichtig ist und das ist auch gut so. Aber für mich habe ich einfach noch nicht gefunden, warum das jetzt wichtig ist.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)
- „Auch solche Nachhaltigkeits-Workshops, zum Beispiel aus alten Speichen, also alten Rädern und Farben, dann Traumfänger basteln. Oder irgendwie so aus einem alten Holzkarton irgendwie dann ein kleines Beet zu basteln. Also Upcycling, anstatt neu zu kaufen [...]“ (NE4 aus dem Jugendrotkreuz)

3.3.5.2 Einstellung zu Nachhaltigkeits-Engagement

Zudem wurde auch nach den Einstellungen der Jugendlichen gegenüber Umwelt- und Klimaaktivismus bzw. -engagement gefragt. Alle Jugendlichen, die sich dazu äußern, sind der Meinung, dass radikale Protestformen wie Sachbeschädigungen oder Straßenblockaden zu weit gingen. Viele begründen dies damit, dass solche Proteste zulasten von Personen gingen, die nicht die Ursache des Problems darstellen.

Zitate

- „Gerade bei so härteren Protesten muss man manchmal gucken, welche Personen trifft es denn jetzt. Sind es die Leute, die irgendwas in der Politik machen? Oder [...] betrifft es oft Leute in der Mittelschicht-Unterschicht, die einfach auf Arbeit fahren müssen.“ (NE8 aus dem Judoverein)

Die Jugendlichen aus der Feuerwehr, dem Judoverein, der Trachtenjugend und aus dem Chor betonen dennoch, dass sie Demonstrationen wie beispielsweise von Fridays For Future oder auch Blockaden von Kohlekraftwerken gut und sinnvoll fänden. Auch Umwelt- und Klimaengagement über soziale Medien oder generell Informationskampagnen werden von

manchen, wie den Jugendlichen aus dem FSJ an der Grundschule, der Trachtenjugend, dem Judoverein, dem Chor und aus dem Karnevalsverein, als positiv und wirksam gesehen.

Zitate

- „Klimaaktivismus auf Social Media finde ich total toll, weil [...] einfach alle Leute oder sehr, sehr viele Leute Social Media benutzen. [...] Auch so Sachen wie große Unternehmen oder Kohlekraftwerke lahmlegen durch irgendwelche Demos [...] das finde ich auch super. Weil dort sieht man zum Beispiel dann einen Erfolg, dort ist der Erfolg greifbar. Und an dem Tag wurde halt einfach weniger das und das verbraucht oder der Schadstoff weniger in die Umwelt gegeben. Und das ist dann wieder was, was man sieht und was greifbar ist.“ (NE10 aus dem Chor)

Die Jugendlichen aus dem Fußballverein, dem Jugendzentrum, der Trachtenjugend und dem Chor finden, es sei generell besonders lobenswert, sich für Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit zu engagieren. Die Jugendlichen aus dem Jugendtreff äußern hingegen, sie fänden Engagementformen, die den schulischen Rahmen beeinflussen (Fridays for Future) nicht in Ordnung.

Zitate

- „Fridays for Future, das war eine Frechheit, weil [Fridays for Future ist] in die Schule meiner Schwester gekommen. Was ich eine Frechheit finde, weil das eine politische Beeinflussung des Kindes ist.“ (NE2 aus dem Jugendtreff)

Die Jugendlichen werden zudem gefragt, welche Charakteristika sie typischerweise mit Umwelt- oder Klimaschützerinnen*Klimaschützern verbinden, um mehr über das „Image“ dieser Akteursgruppen unter Jugendlichen zu erfahren. Die Jugendlichen aus der Feuerwehr, dem Fußballverein und aus dem FSJ an der Grundschule assoziieren stereotype Merkmale wie nachhaltige, unmodische Kleidung oder „Rastazöpfe“ mit Umwelt- oder Klimaschutz- sowie für ökologische Nachhaltigkeit engagierten. NE8 aus dem Judoverein hält dies allgemeiner und spricht von einer tendenziell „linkeren“ und „liberaleren“ politischen Ausrichtung, was NE5 aus dem Fußballverein unterstützt. NE4 aus dem Jugendrotkreuz gibt hingegen zu bedenken, dass man sich durch ein solches Engagement durchaus auch angreifbar für Mobbing machen könne. NE6 aus dem Jugendzentrum verbindet Umwelt- oder Klimaschutz- sowie für ökologische Nachhaltigkeit engagierte damit, aufdringlich oder „angespannt“ zu sein. Die Jugendlichen stimmen jedoch darin überein, dass es in der Realität eine Vielfalt an engagierten Umwelt- oder Klimaschützerinnen*Klimaschützern gebe.

Zitate

- „Einer, der sich für die Umwelt [...] einsetzt, [...] der geht in den Laden, der kauft dann halt auch wirklich Biosachen, weil das ist besser, das kommt aus der Region. Oder dass bei Lebensmitteln geguckt wird, wo die herkommen, das mache ich ja zum Beispiel auch gar nicht. [...] und dann hat man ja auch immer noch so dieses typische Bild: der trägt meistens nicht so Sachen, die modisch sind, sondern die so eher nachhaltig sind oder vielleicht sogar selbst gemacht oder so.“ (NE7 aus dem FSJ an einer Grundschule)
- „Das finde ich schwer zu sagen, wenn man da jetzt auf Anhieb irgendwelche Klischees im Kopf hat. Aber ich kann jetzt per se gar nicht so Klischees bestätigen, weil viele Leute, die ich kenne, die sich damit auseinandersetzen, gar nicht in diese Gruppen reinfallen. Und da ja auch einfach die Menschen individuell sind und nicht zwangsweise irgendwelche Gemeinsamkeiten haben.“

Man könnte jetzt sagen, die haben alle politisch eine linkere Meinung und sind alle ein bisschen so liberaler.“ (NE8 aus dem Judoverein)

Keine*Keiner der Jugendlichen berichtet, umwelt- klimaschutz- oder für ökologischen Nachhaltigkeit engagierte Personen in ihrem näheren Umfeld zu kennen.

3.3.6 Was sind Motivationen für die Jugendlichen, sich mit neuen Themen generell zu beschäftigen, was Barrieren dafür, ein Nachhaltigkeits-Engagement auszuüben?

3.3.6.1 Motivationen für die Auseinandersetzung mit neuen Themen

Im abschließenden Interviewteil war von Interesse, wie Jugendliche auf neue Themen oder Veranstaltungen aufmerksam werden und was sie motiviert, sich mit diesen auseinanderzusetzen. Alle Jugendlichen berichten, auf sozialen Medien wie Instagram oder TikTok über neue Themen oder Veranstaltungen und Aktivitäten zu erfahren. Die Jugendlichen aus dem Jugendtreff, dem Jugendrotkreuz, dem Fußballverein, dem Jugendzentrum, aus dem FSJ an der Grundschule und dem Judoverein berichten auch von Freundinnen*Freunden, Bekannten oder der Familie als Inspirationsquelle für neue Themen oder Veranstaltungen. Über klassische Nachrichten informieren sich die Jugendlichen aus dem Jugendtreff (NE2), aus dem Jugendrotkreuz und aus dem Chor. Allerdings geben viele an, auch die sozialen Medien-Kanäle großer Medienhäuser zu abonnieren und darüber über neue Themen zu erfahren. Nur NE9 aus der Trachtenjugend gibt an, in der Schule mit Veranstaltungen zu verschiedensten Themen in Berührung zu kommen.

Einige Jugendliche präzisieren, worauf es ankommt, damit sie an neuen Veranstaltungen tatsächlich teilnehmen. Ein generelles Interesse am Thema oder ein Thema besonders wichtig zu finden ist für sie alle eine Voraussetzung. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, aus dem Fußballverein und aus der Trachtenjugend betonen zudem, dass Veranstaltungen zeitlich passen und gut erreichbar sein müssten. Die Jugendlichen aus dem Fußballverein, dem Jugendzentrum, dem Judoverein und aus der Trachtenjugend fügen hinzu, dass Veranstaltungen auch Spaß machen sollten und die anderen Teilnehmenden gewisse Gemeinsamkeiten mit ihnen aufweisen sollten, bzw. Freundinnen*Freunde oder Bekannte schon einmal teilgenommen haben sollten.

Zitate

- „Es kommt natürlich auf das Thema an der ganzen Organisation und natürlich auch auf Zeit und Ort an, wenn es für mich zeitlich oder auch vom Weg her nicht passt, dann kann ich da nicht teilnehmen. Generell ist auch wichtig, wie die ganze Gruppe dort ist, ich möchte ungern in eine Gruppe reinstoßen, wo ich nicht wirklich mich wohlfühle oder wo Leute mit Meinungen sind oder in der Überzahl mit Meinungen sind, die ich überhaupt nicht vertrete. Darauf würde ich dann halt erstmal schauen.“ (NE5 aus dem Fußballverein)
- „Na ja, erstens, sollte die Veranstaltung unterstützen, wofür ich mich auch einsetze. Es soll interessant sein, auch für mich. Es soll das unterstützen, was ich halt gut finde. Und es soll auch nicht so [...] schwer für mich sein. Wenn ich zum Beispiel hier hingehe, ist es kein Erschwernis für mich, sondern eher so eine Erleichterung, wofür ich mich gut fühle, dass ich mich dadurch einsetze und dafür halt etwas mache.“ (NE6 aus dem Jugendzentrum)

Auf direkte Nachfrage war keine*keiner der Jugendlichen komplett abgeneigt, an Veranstaltungen zu Umwelt- und Klimaschutz- oder ökologischen Nachhaltigkeitsthemen teilzunehmen. Für NE7 aus dem FSJ an der Grundschule sei es eine Voraussetzung, dass die Veranstaltung **spannend gestaltet sein** müsse, anstatt schlicht die „gleichen“ Themen aktueller

politischer Debatten zu reproduzieren. Die Jugendlichen aus der Feuerwehr und aus dem Jugendtreff äußern sich zu dieser Frage nicht.

Zitate

- „Also, wenn es jetzt vielleicht nicht so langweilig gestaltet ist, wo ich sagen würde, damit kann ich mich vertraut machen oder das sehe ich auch so, dann vielleicht schon, aber wenn es jetzt wieder so ein Thema ist, wo über die gleichen Sachen geredet wird, [...] dann wäre mir das auch irgendwie zu langweilig [...]. Aber wenn es mich so catchen würde und ich sagen würde, ja, da sehe ich mich oder das vertrete ich auch, dann definitiv.“ (NE7 aus dem FSJ an einer Grundschule)

3.3.6.2 Barrieren für die Ausübung eines Engagements in den Bereichen Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit

Abschließend berichten die Jugendlichen von vielfältigen Hürden, die sie aktuell davon abhalten, sich für Umwelt- oder Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeitsthemen zu engagieren. Die Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz, dem Fußballverein, dem Jugendzentrum, dem Judoverein und dem Trachtenverein nennen **mangelnde zeitliche Ressourcen** als größtes Hindernis für ein Engagement in diesen Bereichen. Für die Jugendlichen aus der Feuerwehr, aus dem FSJ an der Grundschule und aus dem Chor stellt in erster Linie das Gefühl der **mangelnden Wirkung** eines Engagements in den Bereichen ein Hindernis dar. Für manche Jugendliche sind auch die engagierten Menschen im Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischem Nachhaltigkeitsbereich wenig anziehend. So berichten die Jugendlichen aus dem Chor, dem Jugendzentrum und aus der Trachtenjugend, dass sie dies von einem Engagement abhalten würde. Die Jugendlichen aus dem FSJ an der Grundschule und aus dem Judoverein assoziieren mit einem solchen Engagement große Organisationen und finden, die Dynamiken großer Gruppen seien abschreckend. Ein weiterer Punkt, der von den Jugendlichen aus dem Judoverein und aus dem Chor erwähnt wird, ist die negative Besetzung der Themen. Sie stellen es sich deshalb belastend vor, sich intensiv mit diesen Themen auseinanderzusetzen. Auch mangelndes Wissen über Engagementmöglichkeiten halten die Jugendlichen aus dem Fußballverein und aus dem Trachtenverein davon ab, sich in diesen Bereichen zu engagieren. Die Jugendlichen aus dem Jugendtreff beantworteten diese Frage nicht.

Zitate

- „Also wenn die ganze Welt jetzt das Thema Umweltschutz bearbeiten würde, würde ich das auch tun. Und ich kann mir auch vorstellen, dass das andere Menschen auf der Welt genauso sehen. Und ich will nicht sagen, dass es ein Hindernis ist, weil man kann sich durchaus auch selber die eigene Meinung bilden, dass das, was in den Nachrichten von diesen Klimaklebern und Auf-Dem-Baum-Sitzern präsentiert wird, dass das nur ein kleiner Ausschnitt der Gesellschaft ist. Dass das noch lange nicht alle sind, die sich für Umwelt engagieren. Aber ich finde, dass es für viele Menschen doch das Bild ist von Umwelt- und Klimaschutz.“ (NE1 aus der Freiwilligen Feuerwehr)
- „Ich würde sagen zum einen wegen Zeit und Nerven. Und zum anderen, dass ich einfach nicht sozial genug für sowas bin. Also ich hab auch keine riesen Freundeskreise in der Regel, sondern da würde ich auch sagen, Qualität über Quantität, ich hab nicht so viele Freunde, aber gute Freunde und ich seh mich nicht in irgendwelchen so supergroßen Organisationen oder sowas.“ (NE8 aus dem Judoverein)
- „Ich persönlich sehe, es ist sehr, sehr wichtig, aber es ist für mich nicht greifbar. Oder ich meine, es ist halt nie ein Erfolg. Also man sieht nie, dass man es erreicht hat. Man sieht nie,

dass die Temperatur sinkt von der Erde. Man sieht nie, dass jetzt mal weniger Stoffe von den Autos abgegeben werden, was auch immer. Also man sieht immer nur, es ist scheiße, es wird noch beschissener und ist halt für mich halt nicht so greifbar. Deswegen bin ich eher in Themen drin, wo ich mich engagiere, wo ich auch von den Fortschritten sehe.“ (NE10 aus dem Chor)

3.4 Identifikation von Gemeinsamkeiten sowie Unterschieden der interviewten Jugendlichen und Segmentierung

Die Analyse zeigte, dass die interviewten nicht-engagierten Jugendlichen keine homogene Gruppe darstellen, sondern dass es – abhängig vom Themenfeld – Gemeinsamkeiten und Unterschiede verschiedener nicht-engagierter Jugendlicher gibt. Im Folgenden werden zunächst die Ähnlichkeiten identifiziert, die zwischen allen interviewten nicht-engagierten Jugendlichen bestanden und daraus ableitbare Hinweise für eine erfolgreiche allgemeine Ansprache von Jugendlichen in nachhaltigkeitsfernen Engagementbereichen abgeleitet (Abschnitt 3.4.1). Anschließend werden gruppenspezifische Gemeinsamkeiten herausgearbeitet, die Jugendliche mit verschiedenen Hintergründen gemeinsam haben und entsprechende „Typen“ im Sinne einer Segmentierung abgegrenzt (Abschnitt 3.4.2). Daraus werden Hinweise für eine differenzierte Ansprache von im Umwelt-, Klimaschutz und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich nicht-engagierten Jugendlicher anhand konkreter Merkmalen abgeleitet.

3.4.1 Gemeinsamkeiten zwischen interviewten Jugendlichen

In den Gesprächen mit den 11 interviewten Jugendlichen wird sehr deutlich, dass die Jugendlichen **grundsätzlich kompromissorientiert** sind. Keine*Keiner der interviewten Jugendlichen zeigt eine dogmatische Abwehrhaltung gegenüber einzelnen Themen wie Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit, auch nicht, wenn sie ihnen kritisch gegenüberstehen. Außerdem gibt es ein **grundsätzliches Vertrauen in die Demokratie und das aktuelle politische System** sowie die **grundsätzliche Anerkennung der Gefahren des Klimawandels**, die alle Jugendlichen teilen. Zudem entsteht der Eindruck, dass die Jugendlichen nicht häufig ergebnisoffen zu Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen gefragt werden und sich gefreut haben, ihre Meinung einmal offen teilen zu können. Natürlich spielen jedoch auch Effekte sozialer Erwünschtheit in der Beantwortung der Fragen eine Rolle.

3.4.1.1 Motivation für Engagement

Zunächst wird in den Interviews deutlich, dass das **soziale Umfeld einen enormen Einfluss** darauf hat, für was sich die Jugendlichen engagieren. Viele Jugendliche sind in ihre Vereine „hineingeboren“ und sind schon seit vielen Jahren in ihrem Engagement aktiv. Diejenigen, die noch nicht derart lange in ihren Organisationen aktiv sind, kamen dennoch durch Freundinnen*Freunde, Bekannte oder Familie zu ihrem Engagement. Für nahezu alle Jugendlichen bildet eine Kombination aus Spaß und dem Gefühl, anderen etwas Gutes zu tun, die Motivation für ihr Engagement. Außerdem sehen sie organisationsspezifische Gemeinsamkeiten zwischen sich und anderen Engagierten in ihrer Organisation, die sie in ihrem Engagement motivieren/bestärken.

3.4.1.2 Gesellschaftliche Themen und Einstellungen zu Politik

Gesellschaftliche Themen, die einen Großteil der interviewten Jugendlichen beschäftigen, sind der nationale und internationale politische Rechtsruck und teilweise die damit

zusammenhängende, wahrgenommene gesellschaftliche Spaltung. Themen rund um Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit werden von den Jugendlichen kaum erwähnt oder als für sie nachrangig eingestuft.

Die meisten interviewten Jugendlichen sind politisch generell interessiert und auch, zumindest ansatzweise, informiert.⁹ Hier scheinen insbesondere die sozialen Medien eine Rolle zu spielen. Aber auch die großen Medienhäuser und die Schule (bzw. Hochschule oder Arbeit) spielen hier eine Rolle für das politische Informationsverhalten vieler. Grundsätzlich scheint ein gewisses Vertrauen in die Politik bei allen Jugendlichen gegeben. Allerdings sind einige der Meinung, dass es für Jugendliche schwerer ist, politisch Einfluss zu nehmen als für Erwachsene. Gleichzeitig sehen fast alle interviewten Jugendliche das Wahlrecht ab 16 Jahren zwiespalten. Die politische Mitbestimmung durch Jugendliche sehen sie an sich positiv, allerdings geht dies mit der Befürchtung einher, dass einige Jugendliche in diesem Alter noch nicht hinreichend informiert sind.

3.4.1.3 Haltungen zu Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen

In Bezug auf die Wichtigkeit von Umwelt- und Klimaschutzthemen sowie der ökologischen Nachhaltigkeit äußern alle Jugendlichen, dass es an sich wichtige Themen sind und der Klimawandel eine Gefahr darstellt. Unterschiede treten in Bezug auf die Priorisierung in Relation zu anderen Themen auf. Ein Großteil der Jugendlichen gibt auf Nachfrage hin an, schon einen Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit zu leisten, denkt aber, dass noch mehr möglich wäre. Insbesondere genannt wurde hier, den persönlichen Strom- und Wasserverbrauch zu reduzieren, Auto- und Flugreisen zu vermeiden und auf Mülltrennung und sachgemäße -entsorgung zu achten. Hervorzuheben ist, dass die Jugendlichen sich selbst dennoch nicht unbedingt als „nachhaltigkeits-engagiert“ bezeichnen würden oder sich mit diesem Begriff identifizieren. Fast alle Jugendlichen sehen die Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit sowohl bei Individuen als auch bei der Regierung, allerdings in unterschiedlichem Verhältnis zueinander.

3.4.1.4 Konfrontation mit Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen

Die interviewten Jugendlichen berichten von einem begrenzten Umfang an Konfrontation mit Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit, viele schätzen ihn als geringer ein als noch vor einigen Jahren. Einige Jugendliche haben auch schon im Rahmen ihrer Organisation Erfahrungen mit diesen Themen gemacht. Bei der Bewertung unterschiedlicher Engagementformen im Kontext von Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit lehnen alle Jugendlichen radikale Protestformen des zivilen Ungehorsams (wie die der Letzten Generation) ab. Gleichzeitig bewerten sie diese Art der Proteste als wenig wirksam, da ihrer Meinung nach Personen, die nicht die Verursacher des Problems sind, Schäden davontragen und die allgemeine Akzeptanz der Forderungen dadurch eher sinkt.

Grundsätzlich sind die **sozialen Medien eine wichtige Quelle** für alle interviewten Jugendlichen, um von neuen Themen oder Veranstaltungen zu erfahren. Um sich tiefer mit einem Thema zu beschäftigen oder eine Veranstaltung tatsächlich zu besuchen, ist für alle ein Interesse am Thema oder die subjektive Wichtigkeit des Themas eine Voraussetzung. Für viele ist zudem ausschlaggebend, dass die anderen Engagierten bzw. Teilnehmenden möglichst gleichgesinnt sind.

⁹ Hier darf jedoch ein gewisser Selektionseffekt nicht außeracht gelassen werden, da politisch interessierte Jugendliche wahrscheinlich eher an einem Interview im Auftrag von Bundesinstitutionen teilnehmen.

Allgemeine Hinweise für die Ansprache und Beteiligung von nicht-engagierten Jugendlichen zu Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen

- ▶ Es ist sinnvoll, nicht-engagierte Jugendliche in ihren Engagementfeldern / Organisationen anzusprechen, in denen sie schon aktiv sind. Häufig wählen Jugendliche ihr Engagement nicht aktiv aus, sondern werden durch ihr soziales Umfeld (oft von klein auf) in bestehende Organisationsstrukturen integriert. Gleichzeitig können Jugendliche innerhalb von Organisationen sehr vielseitig interessiert sein. Durch die Adressierung von Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen in primär nicht umwelt- und nachhaltigkeitsorientierten Jugend-Organisationen kann somit potentiell eine große Vielfalt an Jugendlichen erreicht werden. Dies gilt insbesondere für Sportvereine, da hier entsprechend den Erkenntnissen der Sekundärdatenanalyse sehr viele nicht-engagierte Jugendliche aktiv sind.
- ▶ Um der von den Jugendlichen berichteten Sorge einer zunehmenden gesellschaftlichen Spaltung entgegenzuwirken, sollten niedrigschwellige Formate zur Kommunikation von anderen Lebenswelten und politischen Meinungen entwickelt werden. Dies könnten geschützte, sich vertraut anfühlende Räume sein, die eine vielfältige Meinungsäußerung und gegenseitiges Zuhören ermöglichen. Von besonderer Bedeutung sind hier auch die betreuenden und moderierenden erwachsenen Personen: Ihnen müssen die Jugendlichen vertrauen und sie dürfen nicht das Gefühl eines „erhobenen Zeigefingers“ vermitteln.
- ▶ Angebote zu Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit sollten an Themen anknüpfen, die die Jugendlichen bereits beschäftigen oder interessieren. Das können gesellschaftliche oder politische Themen sein (z.B. Zusammenhang von Erderwärmung und Migration), aber auch das Anknüpfen an Kernthemen der eigenen Organisation/Freizeitaktivität (z.B. Müllentstehung & -entsorgung bei einem Turnier eines Fußballvereins). Somit kann anhand der unmittelbaren Interessen und Lebenswelten der Jugendlichen die Relevanz von Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen verdeutlicht werden.
- ▶ Aktivismus auf den sozialen Medien ist eine neuere Form des Engagements für Umwelt- und Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit, die unter allen Jugendlichen weitgehend akzeptiert ist. Auch (nicht radikale) Demonstrationen stoßen bei den meisten auf Akzeptanz. Diese Erkenntnis wird auch durch die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse untermauert. Somit können diese Formen des Engagements potentiell Möglichkeiten für viele (noch) nicht-engagierte Jugendliche bieten, sich zu engagieren bzw. ein Einstieg in Umwelt-, Klimaschutz- und ökologisches Nachhaltigkeitsengagement sein. Insbesondere die sozialen Medien ermöglichen eine vergleichsweise niedrigschwellige Form des Engagements für Jugendliche, die sich nicht persönlich vor Ort einbringen möchten.
- ▶ Da für viele Jugendliche das soziale Umfeld innerhalb engagierter Gruppen, v.a. das Bedürfnis nach Gleichgesinnten und Gemeinschaft, für ihre Engagementbereitschaft ausschlaggebend sind, kann dies bei der Ansprache von Jugendlichen mitadressiert werden. Zum einen kann dazu ermuntert werden, mit Freundinnen*Freunden zusammen teilzunehmen und zum anderen können die spezifischen Möglichkeiten, Gemeinschaft zu erfahren und mit Gleichgesinnten spezifische Interessen zu teilen, schon in der Ansprache proaktiv adressiert werden.
- ▶ Angebote können gut über Multiplikatorinnen*Multiplikatoren innerhalb der betreffenden Jugend-Organisationen an die Jugendlichen herangetragen werden, die häufig enge Bezugspersonen für die Jugendlichen darstellen. Ein solcher Ansatz hat den Vorteil, dass die

Jugendlichen in ihren bestehenden Engagement-, aber auch sozialen Strukturen für Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologische Nachhaltigkeitsthemen gewonnen werden können. Multiplikatorinnen*Multiplikatoren wie Betreuer*innen in Jugend-Treffs oder Sporttrainer*innen haben oft eine sehr vertrauensvolle Beziehungsgrundlage zu den Jugendlichen, wodurch die Attraktivität der von ihnen an die Jugendlichen herangetragenen Themen gesteigert werden kann. Dabei müssen die Multiplikatorinnen*Multiplikatoren kein Detailwissen haben und vermitteln. Oft reicht es, einen grundsätzlichen Bezug zu Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologische Nachhaltigkeitsthemen herzustellen, um die Jugendlichen damit vertraut zu machen.

3.4.2 Unterschiede der interviewten Jugendlichen und Segmentierung der Zielgruppe

Neben den Parallelen zwischen den interviewten Jugendlichen zeigten die Interviews auch einige Unterschiede auf, aus denen sich bestimmte Muster und somit Gruppeneinteilungen für die interviewten Jugendlichen ableiten lassen. Zur allgemeinen Einteilung „typischer“ Gruppen von Jugendlichen gibt es schon einzelne Segmentierungsansätze wie z.B. die Jugendmilieus des SINUS-Instituts und die Jugendtypen der Studie „Zukunft? Jugend fragen!“ des BMUV/ UBA. Diese bestehenden Jugend-Milieus / Jugendtypen bezogen auf die Gesamtheit aller Jugendlichen in Deutschland sind jedoch nicht zwangsläufig passend und aussagekräftig für die spezifische Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen. Deshalb wird im Folgenden auf Basis der Interview-Erkenntnisse eine Segmentierung der Gruppe der nicht-engagierten Jugendlichen vorgenommen, um deren Vielschichtigkeit und Diversität zu beschreiben. Dabei werden „Typen“ entworfen, die sich insbesondere auf die Aspekte der Ansprache und Beteiligung beziehen. Auf Basis dieser „Typen“ lassen sich somit keine verallgemeinerbaren Aussagen über nicht-engagierte Jugendliche und entsprechende Untergruppen treffen. Vielmehr sollen vor allem unterschiedliche, spezifische Wege für die Gewinnung nicht-engagierter Jugendlicher für Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit anhand dieser „Typen“ aufgezeigt werden. Grundsätzlich können dabei die interviewten, nicht-engagierten Jugendlichen anhand von spezifischen geteilten Merkmalen in vier verschiedene Gruppen unterteilt und typisiert werden. Jede dieser Gruppen bzw. „Typen“ beschreibt gemeinsame Merkmale der Jugendlichen – insbesondere bzgl. deren Engagementbereitschaft und Ansparrachemöglichkeiten – innerhalb dieser Gruppe, wobei sich die Jugendlichen einer Gruppe hinsichtlich anderer Merkmale teils deutlich unterscheiden können.

3.4.2.1 „Vielseitig Engagierte“

Die interviewten Jugendlichen aus der Feuerwehr, dem Fußballverein, dem Trachtenverein und dem Chor sind nicht nur in den Organisationen aktiv, im Rahmen derer sie am Interview teilgenommen haben, sondern darüber hinaus in weiteren Organisationen. Dabei handelt es sich vor allem um Gremienarbeit, beispielsweise in Jugendräten oder Vorständen. Daraus lässt sich ableiten, dass die Jugendlichen dieser Gruppe die Motivation eint, sich auf höherer Ebene engagieren und Probleme mitzudiskutieren sowie über Lösungen mitentscheiden zu können.

Grundsätzlich zeigen diese Jugendlichen ein hohes politisches Interesse und ein hohes Vertrauen in die Politik. Sie teilen ein offenes, von Akzeptanz und Respekt geprägtes Weltbild. Was diese Jugendlichen für ihr jeweiliges Engagement motiviert, ist unter anderem, dass sie die Wirkung ihres Engagements direkt sehen und spüren können. Der vermutete Mangel an Selbstwirksamkeitserfahrungen ist es wiederum, der sie davon abhält, sich auch im Umwelt-Klimaschutz und ökologischen Nachhaltigkeitsbereich zu engagieren. Sie haben das Gefühl, dass in diesem Bereich die Wirksamkeit des eigenen Tuns und potenzielle Erfolge schwer sichtbar werden. Gleichzeitig stehen gerade diese Jugendlichen Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen grundsätzlich offener gegenüber als die anderen

interviewten Jugendlichen. Sie betonen außerdem, dass sie Protestformen wie Demonstrationen (z.B. von Fridays For Future) oder Blockaden (z.B. von Kohlekraftwerken) gut finden. Zudem sehen sie im Vergleich zu den anderen interviewten Jugendlichen vielfältige Möglichkeiten für Jugendliche, politisch Einfluss zu nehmen: Neben Wählen und Demonstrieren sehen sie auch institutionelle Wege (wie das Mitwirken in einer politischen Partei oder einem Gremium).

Hinweise für die Ansprache und Beteiligung von „Vielseitig Engagierten“

- ▶ Jugendliche, die schon Erfahrung mit Gremienarbeit gesammelt haben, könnten sich insbesondere durch Engagementformen angesprochen fühlen, die Gremien-ähnlich organisiert sind wie z.B. Jugendräte. Da diese Jugendlichen stark durch politische Teilhabe motiviert sind, könnte eine solche Engagementform sie mehr begeistern als Umweltgruppen, in denen der Fokus beispielsweise eher auf Öffentlichkeitsarbeit zu Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit liegt.
- ▶ Um die Selbstwirksamkeitserfahrung der Jugendlichen zu steigern, sollten Engagementmöglichkeiten angeboten werden, die es erlauben, im „Kleinen“, z.B. auf lokaler Ebene, Veränderungen zu bewirken. Dies kann auch in Kombination mit Gremienarbeit stattfinden. Es könnte z.B. ein Jugendrat gegründet werden, dessen Aufgabe es ist, die Stadt in der Neugestaltung des Essensangebots (mit Fokus auf vegetarische/vegane sowie ökologisch und fair gehandelte Speisen) in den Schulen zu beraten.

3.4.2.2 „Nicht oder wenig Engagierte“

Beide interviewte Jugendliche aus dem Jugendtreff nehmen ausschließlich an den Angeboten ihres Jugendtreffs teil und engagieren sich nicht anderweitig. Grundsätzlich unterscheiden sich diese Jugendlichen in den meisten Punkten stärker von allen anderen interviewten Jugendlichen. Sie verfolgen kein klassisches Engagement, sondern möchten sich in erster Linie mit ihren Freundinnen*Freunden treffen und Spaß haben.

Diese Jugendlichen stehen Politikerinnen*Politikern eher skeptisch gegenüber, wobei sie trotzdem ein grundsätzliches Vertrauen in die Politik haben. Sie sind insbesondere besorgt über Themen im Kontext von Migration oder Grenzschutz. Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit sehen sie zwar als wichtig an, allerdings auch als unvereinbar mit einer funktionierenden Wirtschaft. Da letzteres für sie deutlich wichtiger ist, sind sie unzufrieden mit der Klimapolitik Deutschlands. Zudem sind sie der Meinung, dass Deutschland schon genug für den Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit tue, und sehen vor allem andere Länder in der Verantwortung, hier mehr zu handeln. Politisches Engagement an Schulen oder Kindergärten sehen sie kritisch und finden Demonstrationen im schulischen Rahmen (z.B. von Fridays For Future) übergriffig. Werden sie auf den sozialen Medien mit Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen konfrontiert, reagieren sie eher skeptisch darauf.

Hinweise für die Ansprache und Beteiligung von „Nicht oder wenig Engagierten“

- ▶ Bei Jugendlichen, die sich generell wenig oder gar nicht engagieren und Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit eher kritisch sehen, sollte man sog. Buzzwords wie „Nachhaltigkeit“, „Klimaschutz“ etc. bei der Ansprache eher vermeiden. Stattdessen könnten zum Beispiel eher grundlegend gemeinwohlorientierte Werte und Normen adressiert werden (z.B. durch Leitsätze wie „Müll sollte richtig entsorgt werden“ oder „Müll einfach in der Öffentlichkeit liegen zu lassen macht man nicht“). In der Folge sollten Formate geschaffen werden, bei denen der konkrete Nutzen des Engagements für die Allgemeinheit bzw. das

Gemeinwohl deutlich wird (z.B. den Fußballplatz von Müll befreien, damit dort besser gespielt werden kann).

- Die Jugendlichen sind grundsätzlich kompromissbereit. Obwohl sie mit vielem nicht einverstanden sind, wie die Politik Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit angeht, sehen sie den Klimawandel als Gefahr und sehen generell Handlungsdruck. Wenn nachgefragt und ihnen zugehört wird, sprechen sie offen über ihre Gedanken zu Fragen von Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit. Niedrigschwellige Diskussionsformate, in denen es primär um Meinungsaustausch und gegenseitiges Zuhören geht, könnten für diese und ähnliche Jugendliche sinnvoll sein. So kann an ihre Lebensrealität angeknüpft und ihre Perspektiven berücksichtigt werden.
- Auffällig ist, dass viele ihrer Meinungen zu Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit auf falschen bzw. verkürzten Annahmen beruhen wie z.B., dass Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit mit unserem aktuellen Wirtschaftssystem grundsätzlich unvereinbar sind. „Debunking“-Formate, in denen diese falschen bzw. verkürzten Annahmen aufgeklärt werden, sind deshalb empfehlenswert. Wichtig ist jedoch, sich dabei nicht über die Jugendlichen zu stellen, sondern gemeinsam und auf Augenhöhe diese Inhalte zu erkunden und im Sinne transformativen Lernens zur kritischen Reflexion eigener Denk- und Handlungslogiken sowie struktureller Herausforderungen und Widersprüche einzuladen. Zudem sind die Absender dieser Botschaften von großer Bedeutung und sie sollten für die Jugendlichen Vertrauenspersonen darstellen.

3.4.2.3 „Lösungsorientierte Pragmatikerinnen*Pragmatiker“

Die interviewten Jugendlichen aus dem Judoverein, aus dem FSJ an der Grundschule und aus dem Jugendzentrum sind sich einig, dass Themen rund um Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit oft über Angstnarrative kommuniziert werden. Sie finden diese Kommunikationsstrategie wenig lösungsorientiert und sind deshalb manchmal von diesen und anderen politischen Themen genervt. Für diese Gruppe erscheint Politik prinzipiell eher ein abstraktes Thema zu sein, für das andere zuständig sind und mit dem man insbesondere als junger Mensch wenig zu tun hat.¹⁰ Aus diesem Grund sind sie eher in nicht-politischen Bereichen engagiert, in denen vor allem der Spaß am Engagement im Vordergrund steht.

Die Jugendlichen haben gemeinsam, dass sie schon einiges an Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen mitbekommen und sich zum Teil auch schon selber in ihrem Alltag nachhaltig verhalten. Sie stehen dem Thema also grundsätzlich offen gegenüber, finden aber auch, dass Deutschland schon genug für den Umwelt- und Klimaschutz tut. In punkto Kommunikation von Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen sind sie tendenziell pragmatisch eingestellt: ihnen fehlt die Lösungsorientierung und sie verspüren keine Lust, sich regelmäßig mit diesen überwiegend negativ empfundenen Themen zu beschäftigen. Außerdem haben sie ein gewisses Bild von Engagierten im Umwelt- und Klima- sowie Nachhaltigkeitsbereich und beschreiben sie als eher „angespannt“ und „ernst“. Klassische Umweltgruppen sind aus diesen Gründen und aufgrund der vermuteten Gruppendynamiken für sie eher unattraktiv. Engagement über soziale Medien wie Wissensvermittlung halten sie allerdings für sinnvoll, da dadurch mit wenig Aufwand viele Menschen erreicht werden können.

¹⁰ Obwohl dieser Punkt nur von einer Person geäußert wurde, kann aufgrund von Selektionseffekten davon ausgegangen werden, dass diese und ähnliche Einstellungen unter Jugendlichen keine Seltenheit sind. Denn diese Jugendlichen könnten eher weniger Interesse an der Teilnahme an Interviews für politische Institutionen haben.

Hinweise für die Ansprache und Beteiligung von „Lösungsorientierten Pragmatikerinnen*Pragmatikern“

- ▶ Fachspezifische „Klima- und Umweltschutz- bzw. Nachhaltigkeitsinitiativen“, bei denen junge Menschen primär zusammenkommen, um entsprechende Themen zu diskutieren, sind für lösungsorientiert denkende Jugendliche eher unpassend. Sie sind sich der Gefahren des Klimawandels sehr bewusst und würden sich am ehesten für Umwelt- und Klimaschutz bzw. ökologische Nachhaltigkeit einsetzen, indem sie ein Problem „anpacken“ und Lösungen entwickeln. Für diese Jugendlichen gilt es Räume zu schaffen, in denen (Grundsatz-)Diskussionen zweitrangig sind und primär ein Gefühl von Veränderung durch Handeln geschaffen wird.
- ▶ Passende Angebote für diese Jugendlichen könnten praxisorientierte, gemeinschaftliche Formate mit Spaßfaktor und mit anderen lösungsorientierten Teilnehmenden sein. So könnten Lösungen für der Zielgruppe bekannte und relevante Probleme entwickelt und umgesetzt werden, z.B. Kleidertauschpartys gegen Fast Fashion oder Selbstreparatur-Sessions gegen frühzeitiges Wegwerfen von Gebrauchsgegenständen. So können sich junge Menschen ganz pragmatisch und mit einer selbst zusammengestellten Peer Group engagieren. Wichtig ist, dabei auch Möglichkeiten einer niedrigschwelligen finanziellen Förderung solcher jugendlicher selbstorganisierter Engagementformen zu schaffen, damit nicht aufgrund finanzieller Engpässe Ideen unrealisierbar bleiben. Damit kann Selbstwirksamkeitserfahrung gestärkt und dem Gefühl von Machtlosigkeit und einer daraus resultierenden Abkehr von Themen des Umwelt- und Klimaschutz bzw. ökologischer Nachhaltigkeit potentiell entgegengewirkt werden.
- ▶ Wissensvermittlung sollte eine eher untergeordnete Rolle spielen und kombiniert werden mit praxisnahen Formaten, z.B. Baumpflanzaktionen ergänzt durch Wissensvermittlung zur Rolle von Bäumen im Klimaschutz. Der Einsatz von Social Media Formaten kann hier sinnvoll sein. Dabei ist ebenfalls eine Lösungs- anstatt einer Problemfokussierung ratsam, d.h. der Fokus der Wissensinhalte sollte z.B. nicht hauptsächlich auf der Abholzung (z.B. von Regenwäldern), sondern eher auf Beispielen der Wiederaufforstung und ihrem Effekt liegen.

3.4.2.4 „Sozial-orientierte Engagierte“

Die interviewten Jugendlichen aus dem Jugendrotkreuz und aus dem Karnevalsverein sind vor allem wegen der Geselligkeit und dem sozialen Umfeld in ihren Organisationen aktiv. Für sie bietet ihr Engagement eine Möglichkeit, Freundinnen*Freunde zu treffen und sozial integriert zu sein. Wichtiges Motiv dabei ist auch, etwas Gutes für andere zu tun.

Das direkte soziale Umfeld spielt für diese Jugendlichen eine wichtige Rolle und ist ausschlaggebend für ihre Engagementbereitschaft. Dies wird beispielsweise darin deutlich, dass sie das Interesse an und Einlassen auf neue Themen und Veranstaltungen von ihrer Peer-Group abhängig machen. Sofern diese einem Engagement für Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit eher ablehnend oder skeptisch gegenübersteht, würden sie selbst hier keine Initiative ergreifen wollen, auch aus Sorge, dafür ggf. selbst Ablehnung zu erfahren. Sie interessieren sich eher wenig für Politik und finden Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit zwar wichtig, aber nicht sonderlich interessant. Trotzdem tun sie in ihrem Alltag schon einiges für Klima- und Umweltschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit, würden sich selbst aber trotzdem nicht als „nachhaltige Personen“ sehen bzw. wollen auch ein solches Selbstbild nicht. Sie bekommen viel über die sozialen Medien mit und reagieren bei Konfrontation mit Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen hier auch eher positiv.

Hinweise für die Ansprache und Beteiligung von „Sozial-orientierten Engagierten“

- ▶ Aufgrund ihrer stark sozialen-orientierten Ausrichtung sollten diese Jugendlichen durch Formate angesprochen werden, bei denen die Gruppenidentität- und Gemeinschaftsbildung im Vordergrund stehen. Ein Beispiel hierfür könnte die Organisation von Sportturnieren sein, deren Gewinne an Umweltorganisationen gespendet werden. Im Rahmen einer solchen Veranstaltung könnten begleitend Wissensseinheiten in Anknüpfung an die Ziele der konkreten Umweltorganisationen angeboten werden.
- ▶ Insbesondere bei diesen Jugendlichen könnte eine Ansprache über die sozialen Medien sinnvoll sein, da diese einen wichtigen Informationskanal der Jugendlichen darstellen. Da die Jugendlichen primär durch ihr direktes soziales Umfeld für Engagement und Themen motiviert werden, ist die alleinige Ansprache durch die sozialen Medien evtl. nicht ausreichend, sie kann aber in Kombination mit Angeboten in bestehenden Organisationen einen wichtigen Baustein in der Ansprache sozial-orientierter und motivierter Jugendlicher darstellen.

4 Übergeordnetes Fazit

Die vorliegende Analyse bietet einen umfassenden Einblick in unterschiedliche Lebensrealitäten sowie das Kommunikations- und Engagementverhalten von Jugendlichen in Deutschland, die sich bisher nicht aktiv für Themen im Bereich Umwelt-, Klimaschutz und ökologischer Nachhaltigkeit interessieren und engagieren. Sie zeigt auf, wer diese Jugendlichen sind, welche Werte und Einstellungen sie prägen und welche Barrieren sie daran hindern, sich in diesen Bereichen zu engagieren. Zudem werden mit Hilfe der Sekundärdatenanalyse zur Studie „Zukunft? Jugend fragen! – 2023“ (Leven et al., 2024) die wichtigsten Unterschiede und Veränderungen im Zeitvergleich zur Erhebungswelle aus 2021 herausgearbeitet und daran anknüpfend Maßnahmen empfohlen, wie diese Zielgruppe besser erreicht und eingebunden werden kann.

Erkenntnisse der aktualisierten Zielgruppenanalyse

Die Sekundärdatenanalyse hat gezeigt, dass nicht-engagierte Jugendliche in vielen Bereichen eine grundlegende Distanz zu Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen aufweisen. Die Gruppe ist im Vergleich zu engagierten Jugendlichen tendenziell jünger und stammt häufiger aus Haushalten mit niedrigerem sozioökonomischem Status. Der familiäre Hintergrund hat einen großen Einfluss auf das Engagement von Jugendlichen in verschiedenen Kontexten und kann somit eine große Barriere darstellen, die eine Teilnahme an nachhaltigen Verhaltensweisen sowie Engagementangeboten im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich erschwert. Zudem zeigen die nicht-engagierten Jugendlichen eine klare Skepsis gegenüber radikalen Formen des Engagements, wie sie etwa von einzelnen Klimaaktivistinnen*Klimaaktivisten praktiziert werden. Ihre Präferenz liegt bei pragmatischeren, alltagsnahen Lösungen, die in ihren Lebensrealitäten verankert sind und keine größeren Einschränkungen erfordern.

Im Vergleich der Befragungsjahre der Studie Zjf 2021 und 2023 zeigt sich hinsichtlich der Engagementbereitschaft eine **zunehmende Polarisierung** zwischen den Gruppen der nicht-engagierten vs. der engagierten Jugendlichen. So ist bei den nicht-engagierten Jugendlichen etwa die Umsetzung nachhaltiger Praktiken im Alltag deutlich rückläufig und die Anerkennung für Klimaproteste gesunken. Zudem hat sich die Lücke zwischen Wissen und Handeln weiter vergrößert. Diese Entwicklungen deuten auf eine wachsende Distanz zu bestehenden Klima- und Nachhaltigkeitsdiskursen hin.

Erkenntnisse der Interviews

Die Interviews mit elf Jugendlichen, die im Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischem Nachhaltigkeitsbereich bislang nicht engagiert sind, bestätigten diese Ergebnisse und lieferten zusätzliche qualitative Einsichten. Die überwältigende Mehrheit dieser Jugendlichen zeigte eine Bereitschaft zur Auseinandersetzung mit Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen, jedoch nur, wenn diese in einem für sie akzeptablen Format präsentiert werden – sei es durch einfache, verständliche Informationen oder durch niedrigschwellige Engagementmöglichkeiten, die nicht mit Verzicht verbunden sind. Diese Erkenntnisse verdeutlichen die Notwendigkeit, Engagement für Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeit vor allem durch gemeinschaftliche und alltagspraktische Ansätze zu fördern, die das Gefühl der Selbstwirksamkeit der Jugendlichen stärken.

Herausforderungen bei der Ansprache und Sensibilisierung

Die Zielgruppe der nicht-engagierten Jugendlichen lässt sich nicht mit den gleichen Mitteln ansprechen wie bereits engagierte Jugendliche. Es wird deutlich, dass viele Maßnahmen und Inhalte der bestehenden Umwelt-, Klimaschutz und ökologischen Nachhaltigkeitskommunikation bei nicht-engagierten Jugendlichen häufig nicht gut ankommen.

Begriffe wie Nachhaltigkeit rufen oft direkt negative Assoziationen hervor. Informationen zu Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit sollten also vor allem in die sozialen und gesellschaftlichen Fragen integriert werden, die diese Gruppe besonders bewegen. Denn Aspekte wie soziale Gerechtigkeit, Chancengleichheit und wirtschaftliche Sicherheit spielen für viele nicht-engagierte Jugendliche eine größere Rolle als Themen des Umwelt- und Klimaschutzes sowie der ökologischen Nachhaltigkeit an sich. Dieser Befund hat sich im Betrachtungszeitraum vor dem Hintergrund globaler Krisen nochmals verstärkt. Somit erscheint es noch wichtiger, Umwelt-, Klimaschutz- und ökologische Nachhaltigkeitsfragen mit diesen als dringlicher empfundenen aktuellen gesellschaftlichen Themen zu verknüpfen, um das Interesse und das Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologische Nachhaltigkeit zu wecken.

Gleichzeitig müssen die Botschaften gezielt und verständlich formuliert werden, um die Zielgruppe nicht zu überfordern. Umwelt-, Klimaschutz und ökologische Nachhaltigkeitsthemen dürfen nicht als abstrakt oder moralisch aufgeladen wahrgenommen werden, sondern sollten im Kontext einer praktischen Lebensgestaltung vermittelt werden. Die Erfahrungen aus den Interviews zeigen, dass Informationen, die über soziale Medien und persönliche Netzwerke verbreitet werden, ein vielversprechender Ansatz sind. Noch wichtiger ist allerdings das persönliche Umfeld: Viele Jugendliche wachsen in Kontexte, in denen sie sich engagieren, überwiegend durch ihre Familie /Freundinnen*Freunde hinein. Diese Bedeutung der Familie / des Freundeskreises für die Engagementbereitschaft zeigt, wie wichtig die persönliche Ansprache durch vertrauenswürdige Multiplikatorinnen*Multiplikatoren, wie Freundinnen*Freunde, Familie, Trainerinnen*Trainer und Lehrkräfte, ist. Sie stellt einen weiteren wichtigen Hebel dar, um nicht-engagierte Jugendliche zu erreichen und bei entsprechenden Engagementangeboten zu beteiligen.

Die politischen Einstellungen der nicht-engagierten Jugendlichen zeigen zum Teil eine deutliche Abkehr von etablierten politischen Institutionen. Viele dieser Jugendlichen fühlen sich von der Politik nicht vertreten und haben wenig Vertrauen in die Fähigkeit politischer Akteurinnen*Akteure, die Herausforderungen im Bereich Umwelt- und Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit zu meistern. Um das Vertrauen der Jugendlichen (wieder) zu gewinnen, müssen politische Entscheiderinnen*Entscheider die unterschiedlichen Bedürfnisse und Lebensrealitäten junger Menschen ernst nehmen und angemessen berücksichtigen. Dies ist möglich, da die nicht-engagierten Jugendlichen eine demokratische Gesellschaftsform und Strukturen weiterhin als wichtig und erstrebenswert empfinden.

Empfehlungen für die Ansprache und Beteiligung der Zielgruppe

Um nicht-engagierte Jugendliche langfristig für Themen des Umwelt-, Klimaschutz sowie der ökologischen Nachhaltigkeit und ein entsprechendes Engagement zu interessieren, sollten Ansprache und Beteiligung vor allem über Themen wie soziale Gerechtigkeit und lokale Engagementmöglichkeiten erfolgen. Diese Themen haben für die Jugendlichen eine höhere Relevanz und bieten Ansatzpunkte für eine direkte Verknüpfung mit umwelt- und klimapolitischen- sowie ökologischen Nachhaltigkeitszielen. Die Verbindung von Umwelt-, Klimaschutz sowie ökologischer Nachhaltigkeit mit sozialen Themen, die für die Jugendlichen bereits von Bedeutung sind, könnte deren Bereitschaft erhöhen, sich in diesem Bereich zu engagieren. Dabei sollten Formate des transformativen Lernens genutzt werden, in welchen den Jugendlichen eine kritische Reflexion individueller als auch gesellschaftlich verbreiteter Denk- und Handlungslogiken sowie struktureller Herausforderungen und Widersprüche ermöglicht wird. Niedrigschwellige Diskussionsformate, in denen es primär um Meinungsaustausch und gegenseitiges Zuhören geht, könnten hierfür sinnvoll sein. So kann an ihre Lebensrealität angeknüpft und ihre Perspektiven berücksichtigt werden.

Die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Engagementangeboten sollte nicht nur die sozialen und politischen Bedürfnisse der Jugendlichen berücksichtigen, sondern auch lokale, leicht zugängliche und niedrigschwellige Lösungen bieten. Dies insbesondere unter der Berücksichtigung begrenzter zeitlicher und finanzieller Ressourcen sowie der zentralen Motive, die nicht-engagierte Jugendliche zu Engagement bewegen (Spaß, Gemeinschaftserlebnis, Gleichgesinnte etc.).

Eine Vielfalt an Angeboten (analog wie auch digital) ist wichtig, um die Zielgruppe in ihrer Heterogenität adäquat zu berücksichtigen. Jugendorganisationen und Bildungseinrichtungen, könnten hierfür Formate entwickeln, wobei es dafür sowohl finanzieller als auch personeller Unterstützung bedarf. Thematisch eignen sich hier insbesondere alltagsnahe Themen aus den Lebenswelten der nicht-engagierten Jugendlichen. So wird der Ausbau von Radwegen, Bussen und Bahnen von der Hälfte der Jugendlichen als prioritär angesehen. Auch bei der Förderung von nachhaltigen Konsumweisen und der Entwicklung von grünen Stadtvierteln handelt es sich um Themen, mit denen sich viele (ein Drittel) der nicht-engagierten Jugendlichen identifizieren können.

Ein interdisziplinärer Ansatz, der sowohl Umwelt- und Klima- sowie ökologische Nachhaltigkeitsthemen als auch soziale Fragestellungen in den Vordergrund stellt, könnte somit der Schlüssel zu einer zielgruppengerechten Ansprache und Beteiligung und damit verbundenen sozialen Teilhabe nicht-engagierter Jugendlicher in Nachhaltigkeitsprozesse sein.

Ausblick und Perspektiven

Die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse und der Interviews bieten wertvolle Hinweise darauf, wie die Zielgruppe der nicht-engagierten Jugendlichen für Umwelt-, Klimaschutz- und ökologischen Nachhaltigkeitsthemen besser erreicht und eingebunden werden kann. Zudem wird jedoch deutlich, dass die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz- sowie ökologischen Nachhaltigkeitsthemen vor dem Hintergrund globaler Krisen unter nicht-engagierten Jugendlichen stark abgenommen hat und eine Ansprache sowie Beteiligung dieser Jugendlichen noch herausfordernder geworden ist. Hier gilt es in punkto zielgruppengerechter Ansprache- und Beteiligungsformate, gemeinsam mit den Jugendlichen neue Wege zu finden, mit denen sie sich stärker (und vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen Lebensrealitäten) identifizieren können.

5 Quellenverzeichnis

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), & Bundesamt für Naturschutz (BfN) (2021). *Jugend-Naturbewusstseinsstudie 2020 – Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt*. https://www.bfn.de/sites/default/files/2022-09/20210428_Jugend-Naturbewusstsein2020_bfrei.pdf
- Deckert A., Ulmer F. (2019). *Einfach Machen! Report – Jugend zu nachhaltigem Handeln und Engagement motivieren*. Kommunikationsbüro Ulmer GmbH. https://www.wir-ernten-was-wir-saeen.de/sites/default/files/einfach_machen_v10_desktop.pdf
- Diels, J., Münsch, M., & Thorun, C. (2022). *Jugend und Konsum II – Beteiligungsformate für nachhaltigen Konsum*. Umweltbundesamt. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_79-2022_jugend_und_konsum_ii.pdf
- Diels, J., Rauber, J., & Münsch, M. (2025). *Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken. Ergebnisse einer Zielgruppen- und Akteursfeldanalyse mit Blick auf junge Menschen, die sich bislang nicht im Klima- und Umweltschutz engagieren*. Umweltbundesamt. https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/11850/publikationen/53_2025_texte.pdf
- Calmbach, M., Flaig, B., Gaber, R., Gensheimer, T., Möller-Slawinski, H., Schleer, C., & Wisniewski, N. (2024). *Wie ticken Jugendliche 2024? – Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland* (SINUS-Jugendstudie 2024). Bundeszentrale für politische Bildung. https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/SINUS-Jugendstudie_ba.pdf
- Frick, V., Gossen, M., Holzhauer, B., & Winter, F. (2022). *Zukunft? Jugend fragen! – 2021*. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) & Umweltbundesamt (UBA). https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/479/publikationen/texte_38-2023_zukunft_jugend_fragen_2021.pdf
- Grothmann, T., Frick, V., Harnisch, R., Münsch, M., Kettner, S.E., & Thorun, C. (2023). *Umweltbewusstsein in Deutschland 2022 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) & Umweltbundesamt (UBA). <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2022>
- Hofmann, J., Züger, T., Adler, A., & Tiemann-Kollipost, J. (2020). *Dritter Engagementbericht – Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter*. Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ). <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/156432/c022434af92b1044dbf45647556b834d/dritter-engagementbericht-zentrale-ergebnisse-monitor-data.pdf>
- Kress, D. (2021). *Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2021 – Wir sind bereit und wollen endlich eine nachhaltige Zukunft!* Greenpeace. https://www.greenpeace.de/publikationen/20220513_GP_Nachhaltigkeitsbarometer_0.pdf
- Leven, I., McDonnell, S., & Niedermeier, T. (2024). *Zukunft? Jugend fragen! – 2023*. Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) & Umweltbundesamt (UBA). https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/jugendstudie_2023_bf.pdf
- Mayring, P. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. (13., überarbeitete Auflage). Weinheim: Beltz.
- Forschungsverbund Deutsches Jugendinstitut e.V., & Technische Universität Dortmund (2015). *Politische Partizipation im Web 2.0 - Chancen, Grenzen, Herausforderungen*. https://www.forschungsverbund.tu-dortmund.de/fileadmin/Files/Freiwilliges_Engagement/2015-01_Expertisen_Polit_Partizipation_WEB_2-0.pdf

Werg, J., Scheffler, D., & Hilscher, M. (2021). *Jugend und Konsum - Entwicklung von Aktivierungsstrategien für nachhaltigen Konsum mit Hilfe des Design Thinking Ansatzes*. Umweltbundesamt.

https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/5750/publikationen/2021-03-11_texte_42-2021_jugend_und_konsum.pdf

Winkler, J. (1998). Die Messung des sozialen Status mit Hilfe eines Index in den Gesundheitssurveys der DHP. In W. Ahrens, B. M. Bellach, & K. H. Jöckel (Hrsg.), *Messung soziodemographischer Merkmale in der Epidemiologie* (S. 69–86). MMV Medizin Verlag.

A Anhang A: Leitfragebogen

Interview zum Thema Jugendengagement

Im Rahmen des Projektes „**Jugendengagement für Nachhaltigkeit stärken durch Dialog und transformatives Lernen**“ im Auftrag von Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) sowie Umweltbundesamt (UBA)

durch:
ConPolicy GmbH
Institut für Verbraucherpolitik
Friedrichstraße 224
10969 Berlin
<https://www.conpolicy.de/>

Ansprechpartner*innen:
Dr. Julius Rauber
j.rauber@conpolicy.de

Marlene Münsch
m.muensch@conpolicy.de

Begrüßung

Vielen Dank für deine Bereitschaft, an diesem Online-Interview teilzunehmen.

Hintergrund dieses Gesprächs ist ein Forschungsprojekt zum Thema **Jugendengagement**.

Ziel des Gesprächs ist es, mehr über die Lebenswelt, Gedanken und Ziele von dir und anderen Jugendlichen zu erfahren. Deshalb freuen wir uns sehr über deine Teilnahme.

Ich bin... [SELBSTVORSTELLUNG]

Wir werden uns heute etwa eine halbe bis dreiviertel Stunde lang unterhalten und zwar über dich und deinen Bezug zu [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN]. Wichtig ist, dass es **keine richtigen und falschen Antworten** auf unsere Fragen gibt. Wir wollen dich und deine Welt kennen lernen und verstehen und nicht dein Wissen oder deine Meinungen testen. Deshalb kannst du ohne irgendwelche Befürchtungen ehrlich antworten. Sollte dir eine Frage mal zu persönlich sein, kannst du das jederzeit anmerken und bist **niemals gezwungen zu antworten**. Generell kannst du das Interview auch **jederzeit abbrechen**, ohne, dass für dich dadurch irgendwelche Nachteile entstehen. Hast du das verstanden und ist das in Ordnung für dich?

Datenschutz: Wir werden alles, was du erzählst, **vertraulich behandeln**. D.h. uns interessiert, was du sagst, aber nicht dein Name oder deine persönlichen Daten. Wir möchten das Gespräch aufzeichnen, damit wir es hinterher abschreiben und auswerten können. Eventuell würden wir gerne **Zitate aus den Interviews** verwenden, die wir aber anonymisiert, d.h. ohne deinen Namen oder andere personenbezogenen Daten, wiedergeben werden. Wir werden die Aufzeichnung keinesfalls an Dritte weitergeben und sie nach der Auswertung löschen. Ich hoffe, damit bist du einverstanden? Falls nicht, gib uns bitte jetzt ein Zeichen.

A) Vorstellung

- ▶ Bitte stelle dich kurz vor und erzähle ein bisschen von dir.
- ▶ Fragen zum demographischen Hintergrund
 - Alter
 - Geschlecht
 - Regionale Herkunft
 - Herkunft der Eltern
 - Beruf der Eltern
 - Tätigkeit: Schulform oder Beruf(-sausbildung)
 - Höchster Bildungsabschluss

B) Bezug zur Organisation

- ▶ Bist du in Organisationen oder Vereinen aktiv oder nimmst du manchmal an Angeboten für Kinder oder Jugendliche teil (z.B. Jugendtreffs)? In bzw. an welchen?
 - (ggf.) Wir werden uns heute auf deine Teilnahme bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] konzentrieren. Bitte denke bei der Beantwortung aller weiteren Fragen immer an [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN].

- ▶ Welche Angebote gibt es bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] und in welchem Umfang nimmst du an ihnen teil bzw. hast du an ihnen teilgenommen?
- ▶ (ggf.) Wie lange bist du schon bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] dabei?
- ▶ (ggf.) Wie hast du von [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] erfahren und wie bist du erstmalig in Kontakt getreten?
- ▶ (ggf.) Was motiviert dich, an Angeboten von [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] teilzunehmen?
- ▶ (ggf.) Wann hast du bei einem Angebot von [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] teilgenommen?
- ▶ Was macht dir am meisten Spaß/hat dir am meisten Spaß gemacht, was ist/war am lästigsten?
- ▶ Hast du das Gefühl bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] dir oder anderen etwas Gutes zu tun/getan zu haben? Warum (nicht)?
- ▶ Worin ähnelst du anderen Jugendlichen bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN]? Worin unterscheidet ihr euch? Überwiegen die Ähnlichkeiten oder die Unterschiede von dir und den anderen Mitgliedern?

C) Werte, Überzeugungen und zentrale Themen

- ▶ Jeder Mensch lebt nach bestimmten Werten, die ihm oder ihr besonders wichtig sind. Welche Werte sind dir besonders wichtig (z.B. Respekt von anderen bekommen, Offen gegenüber anderen Menschen/Erfahrungen sein, erfolgreich sein, Familie, Shoppen, Abenteuer, Spaß, Freunde, selber bestimmen, was man macht/wie man lebt, Natur)?
- ▶ Welche drei Themen beschäftigen dich in deinem alltäglichen Leben am meisten?
 - Familie und Freunde
 - Teilnahme bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN]
 - Schule oder Karriere
 - Spaß und Freizeit
 - Sonstige (welche?)
- ▶ Welche Themen oder Probleme, die viele Menschen betreffen, beschäftigen dich manchmal bzw. schätzt du besonders groß ein? (z.B. können das Themen sein, die dir in den Nachrichten, im Fernsehen, auf Social Media oder auch in Gesprächen, etc. begegnen)
- ▶ Du hast ja gesagt, die Themen [THEMA PERSÖNLICH] und [THEMA GESELLSCHAFTLICH] beschäftigen dich. Welche spezifischen Wünsche hast du in diesen Bereichen für deine Zukunft? Welche Sorgen hast du?
- ▶ Würdest du sagen, du unterscheidest dich in den gerade von dir berichteten Punkten von Gleichaltrigen? Wo denken viele vielleicht anders?
- ▶ Als nächstes würden wir gerne verstehen, welchen Bezug du zu Politik hast. Interessierst du dich für aktuelle politische Entwicklungen (z.B. in den Nachrichten)? Warum (nicht)?

- Hast du den Eindruck, dass die Politiker:innen die Sorgen und Wünsche der Menschen ernst nimmt? Warum oder warum nicht?
- Glaubst du, dass du durch Wählen einen Einfluss auf die Politik nehmen kannst? Warum oder warum nicht?
- (ggf.) Glaubst du, dass du darüber hinaus einen Einfluss auf die Politiker:innen und ihre Entscheidungen nehmen kannst? Warum oder warum nicht?
- Glaubst du, dass Jugendliche im Allgemeinen einen Einfluss auf die Politik nehmen können? Warum oder warum nicht?
- Was hältst du vom Wahlrecht ab 16 Jahren?

D) Haltung zu Klima- und Umweltschutzthemen

- ▶ Wie wichtig findest du Klima- und Umweltschutz im Verhältnis zu anderen Themen? Welche konkreten Themen findest du hier besonders wichtig? Welche Themen sind dir nicht so wichtig?
- ▶ Welchen Einfluss hat deiner Meinung nach jede(r) Einzelne bzgl. Klima- und Umweltschutz?
- ▶ In welcher Form kann jede(r) Einzelne zum Klima- und Umweltschutz beitragen?
- ▶ Findest du, die meisten Einzelpersonen tun schon genug dafür?
- ▶ Findest du, dass große Institutionen wie die Regierung oder Unternehmen schon genug für den Umwelt- oder Klimaschutz tun?
- ▶ Welche deiner alltäglichen Gewohnheiten haben deiner Meinung nach einen Einfluss auf die Umwelt?
- ▶ Hast du das Gefühl, dass du einen Beitrag zum Umwelt- oder Klimaschutz leistest?
 - Wenn ja, wie tust du das?
 - Wenn nein, warum nicht?

E) Berührungspunkte mit Klima- und Umweltschutzthemen

- ▶ Hast du das Gefühl, oft mit Themen rund um Klima- und Umweltschutz konfrontiert zu werden?
 - Wo wirst du überall mit diesen Themen konfrontiert?
 - Was empfindest Du dabei? Was hältst du davon? Warum?
 - Wie denken deine Freund:innen und Bekannten darüber?
 - Würdest du lieber öfter oder seltener mit diesen Themen z.B. auf Social Media oder in der Schule konfrontiert werden?
- ▶ Gibt es Bezüge zu Klima- oder Umweltschutzthemen bei [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN]? Wird darüber gesprochen bzw. gibt es sogar Veranstaltungen dazu?

- ▶ Kennst du Leute, die etwas mit Klima- und Umweltschutzthemen zu tun haben oder manchmal davon sprechen?
- ▶ Wie findest du es, sich für Umwelt- oder Klimaschutz zu engagieren?
 - Wie findest du es, z.B. Informationen zum Thema Umwelt- und Klimaschutz auf Social Media zu verbreiten und sich dadurch zu engagieren? Wie findest du es bei Protesten wie Fridays For Future mitzumachen oder sogar mitzuorganisieren?
 - Hast du den Eindruck, dass das etwas bewirken kann?
- ▶ Wie würdest du Leute, die sich im Umwelt- oder Klimaschutzbereich engagieren, typischerweise beschreiben?
 - Sind Personen, die sich für Umwelt- oder Klimaschutz engagieren dir ähnlich oder eher anders? In welchen Punkten könntet ihr euch ähneln, in welchen unterscheiden?

F) Motivationen und Barrieren für Engagement

- ▶ Wie erfährst du generell am häufigsten von Veranstaltungen, Aktivitäten oder Themen, die dich interessieren?
 - Wovon hängt es ab, dass du in Betracht ziehst diese wahrzunehmen bzw. dich weiter mit dem Thema zu beschäftigen?
 - Gibt es bestimmte (im privaten oder öffentlichen Bereich) Personen, die dich dazu inspirieren oder motivieren an Veranstaltungen teilzunehmen oder dich mit Themen auseinander zu setzen?
 - Welche Art von Veranstaltungen oder Aktivitäten würdest du am ehesten besuchen, welche nicht und warum?
- ▶ Nimmst du manchmal an Veranstaltungen von [OKJA EINRICHTUNG / ORGANISATION / VEREIN] zu besonderen Themen teil bzw. würdest du dies tun?
- ▶ Hättest du Lust, an Aktivitäten zu Umwelt- oder Klimaschutzthemen teilzunehmen?
 - Wenn ja, warum und an welchen?
 - Wenn nein, warum und an welchen nicht?
- ▶ Gibt es etwas, was dich davon abhält, dich für Klima- oder Umweltschutz zu engagieren? Was sind die größten Hindernisse dabei?
 - (Ggf.) Stellen einige der folgenden Aspekte Hindernisse dar?
Zeitliche Limitationen, finanzielle Limitationen, mangelndes Interesse, Unklarheit darüber, wie man sich engagieren kann, Unklarheit darüber, warum man sich engagieren könnte/sollte, etc. oder etwas ganz anderes?

Abschluss

- ▶ Gibt es weitere wichtige Hinweise, die du an uns hast? Würdest du gerne noch etwas loswerden, was dir wichtig ist?

- ▶ Ganz herzlichen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast, uns durch dein Interview zu helfen. Wir können daraus sehr wichtige Erkenntnisse ziehen und einen Beitrag zur Forschung über Jugendengagement und Nachhaltigkeit zu leisten.
- Vielleicht hast du schon einmal vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV) oder vom Umweltbundesamt (UBA) gehört. Mit ihnen zusammen erforschen wir momentan die Lebenswelten verschiedenster Jugendliche und welchen Bezug sie zu Nachhaltigkeit haben.
- Alle Ergebnisse werden wir zusammenschreiben und es könnte sein, dass auch anonymisierte Zitate von dir dort vorkommen. Natürlich wird also niemand wissen, dass du die Person bist, von der ein Zitat evtl. stammt.
- Wenn du möchtest, können wir dir die fertige Arbeit am Ende auch zuschicken!
- Außerdem wird es eine Abschlusstagung geben, bei der wir die Ergebnisse präsentieren und diskutieren werden und an der du gerne teilnehmen kannst.
- Hast du noch Fragen zu unserem Forschungsprojekt?

Vielen herzlichen Dank!