

TEXTE

12/2021

„Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Teilbericht

TEXTE 12/2021

Ressortforschungsplan des Bundesministerium für
Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

Forschungskennzahl 3717 16 103 0 – Teilbericht im
Rahmen des Vorhabens „Repräsentativumfrage zum
Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2018
einschließlich sozialwissenschaftlicher Analysen und
Entwicklung einer jugendpolitischen Agenda“

FB000149/ZW,4

„Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Teilbericht

von

Maike Gossen, Ria Müller
Institut für ökologische Wirtschaftsforschung, Berlin

Dr. Brigitte Holzhauer
Holzhauerei, Mannheim

Dr. Sonja Geiger
Technische Universität Berlin, Berlin

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

Impressum

Herausgeber

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

 [umweltbundesamt.de](https://www.facebook.com/umweltbundesamt.de)

 [umweltbundesamt](https://twitter.com/umweltbundesamt)

Durchführung der Studie:

Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW)
Potsdamer Straße 105
10785 Berlin

Abschlussdatum:

Oktober 2020

Redaktion:

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

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, Januar 2021

Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Kurzbeschreibung: Zukunft? Jugend fragen! 2019 – Teilbericht

Die Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ untersuchte die nachhaltigkeitsbezogenen Sichtweisen, Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen – aktuell und mit Blick auf die Zukunft. Ein besonderes Merkmal der Studie ist die kontinuierliche Beteiligung der Zielgruppe durch Einbeziehung des Jugendprojektbeirats. Im Kern bestand die Studie aus einer repräsentativen Online-Befragung, die von qualitativen Methoden (Online-Community und Fokusgruppen) flankiert wird. Inhaltlich befasste sich die Studie mit der Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz für junge Menschen, Erwartungen an Akteure des Umwelt- und Klimaschutzes, nachhaltigen Verhaltensweisen und Engagementformen, Umweltwissen und Informationsverhalten zu Umwelt und Klima, sowie den Zusammenhängen zwischen Nachhaltigkeit und sozialen Themen und Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Im Rahmen des Projekts haben junge Menschen zudem eine jugendpolitische Agenda erarbeitet.

Die Studie wurde vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gemeinsam mit den Forschungspartnern Holzhauerei und Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre der Technischen Universität Berlin durchgeführt. Es war die zweite Jugendstudie des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und des Umweltbundesamtes. In diesem Bericht werden die zentralen Ergebnisse der empirischen Untersuchungen vorgestellt und der partizipative Forschungsansatz reflektiert und bewertet.

Abstract: Zukunft? Jugend fragen! 2019 – Subreport

The youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2019" explored the views, attitudes and behaviour of young people with regard to sustainability – both now and with a view to the future. A special feature of the study is the continuous participation of the target group by involving the youth advisory board. In terms of empirical research, the study consisted of, of a representative online survey flanked by qualitative methods (online community and focus groups). The content of the study covered the significance of environmental and climate protection for young people, expectations concerning actors in environmental and climate protection, sustainable behaviour and forms of engagement, environmental knowledge and information behaviour on the environment and climate, as well as the associations between sustainability and social issues and sustainability and digitalisation. As part of the project, young people also developed a youth policy agenda.

The study was conducted by the Institute for Ecological Economy Research (IÖW) together with the research partners Holzhauerei and the Institute of Vocational Training and Work Studies of Technische Universität Berlin. It was the second youth study by the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety and the Federal Environment Agency. This report presents the results of the empirical studies and reflects and evaluates the participatory research approach.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	9
Tabellenverzeichnis	9
Abkürzungsverzeichnis	11
Zusammenfassung.....	12
Summary	17
1 Einführung: Das Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“	22
2 Projektdesign und Methodik.....	24
2.1 Online-Community zur Entwicklung von Forschungsfragen	24
2.2 Qualitative Vorstudie mit Fokusgruppen.....	24
2.3 Repräsentativerhebung	26
2.4 Anmerkungen zum zeitlichen Verlauf des Projekts	27
3 Jugendtypen	29
3.1 Ermittlung der Jugendtypen	29
3.2 Die „Idealistischen“ (35 Prozent): „Nachhaltig leben und die Welt zu einem besseren Ort machen“	31
3.3 Die „Pragmatischen“ (39 Prozent): „Flexibel sein und Chancen wahrnehmen“	33
3.4 Die „Distanzierten“ (26 Prozent): „So gut es geht mein eigenes Ding machen“	34
4 Umwelt- und Klimaschutz in der Wahrnehmung junger Menschen.....	36
4.1 Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz.....	36
4.1.1 Themeninteressen	36
4.1.2 Wichtigste politische und gesellschaftliche Probleme	38
4.2 Ökologische und soziale Nachhaltigkeit.....	40
4.3 Selbstwirksamkeit und politische Einstellungen.....	42
4.4 Wahrnehmung gesellschaftlicher Akteurinnen und Akteure für Umwelt- und Klimaschutz.....	47
4.5 Erwartungen an wirksame Politikmaßnahmen.....	50
4.6 Zusammenfassende Bewertung.....	53
5 Nachhaltigkeitsbezogene Verhaltensweisen junger Menschen	54
5.1 Engagement für Umwelt- und Klimaschutz und Fridays for Future	54
5.2 Jugendspezifisches Alltagsverhalten.....	59
5.2.1 Beschleunigter und statusorientierter Konsum.....	59
5.2.2 Umweltschonender Konsum	62
5.2.3 Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen.....	64
5.2.4 Entwicklungen bei nachhaltigkeitsbezogenen Verhaltensweisen.....	67

5.3	Anreize für nachhaltiges Verhalten von jungen Menschen.....	69
5.4	Einfluss des Wohnorts auf nachhaltige Verhaltensweisen	70
5.5	Rolle der Digitalisierung im Alltag.....	73
5.6	Zusammenfassende Bewertung.....	76
6	Handlungsrelevantes Umweltwissen und Informationsverhalten zu Umwelt und Klima	78
6.1	Handlungsrelevantes Umweltwissen bei jungen Menschen	78
6.1.1	Vorgehensweise bei der Skalenkonstruktion	78
6.1.2	Deskriptive Ergebnisse der Repräsentativbefragung.....	79
6.1.3	Skalenqualität	80
6.1.4	Zusammenhänge mit Umweltwissen.....	81
6.1.5	Abschließende Beurteilung der jugendspezifischen Skala für handlungsrelevantes Umweltwissen.....	83
6.2	Informationsbedarf und Informationsverhalten zu Umwelt- und Klimaschutz	84
6.3	Einstellungen zu Bildungsangeboten für Nachhaltigkeitsthemen	86
6.4	Zusammenfassende Bewertung.....	88
7	Reflektion der Beteiligungs- und Forschungsansätze und Ausblick	89
7.1	Mehr als ein Untersuchungsgegenstand: Jugendliche als Mitforschende	89
7.1.1	Mitforschen: Persönlichkeit zeigen und Vermittler/in sein.....	90
7.1.2	Für und wider die Kooperation mit Laien der empirischen Sozialforschung.....	91
7.1.3	Erkenntnistransfer in Wissenschaft, Politik und Gesellschaft	92
7.1.4	Ambivalenz von Jugendbeteiligung: Wo Forschung aufhört und Politik beginnt.....	93
7.2	Eignung der Beteiligungs- und Forschungsansätze.....	94
7.2.1	Jugendprojektbeirat.....	94
7.2.2	Online-Community.....	95
7.2.3	Fokusgruppen	95
7.2.4	Repräsentativerhebung	96
7.2.5	Youth Lab	96
7.2.6	Jugendkongress.....	97
7.3	Ausblick und weiterer Forschungsbedarf	97
8	Quellenverzeichnis	99
9	Anhang	104
9.1	Ablaufplan der Online-Community	104
9.2	Moderationsleitfaden der Fokusgruppen.....	108
9.3	Fragebogen der Repräsentativbefragung	112

9.3.1	Erste Befragung.....	112
9.3.2	Zweite Befragung	122
9.3.3	Back-up des Umweltquiz der jugendspezifischen Skala zur Messung von Umweltwissen.....	132
9.4	Zuordnung der Jugendtypen.....	134
9.5	Faktorenanalyse: Aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen	135
9.6	Künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen.....	136

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Themeninteressen.....	38
Abbildung 2:	Persönliche Relevanz gesellschaftlicher Probleme	39
Abbildung 3:	Umwelt und Soziales	41
Abbildung 4:	Allgemeine Selbstwirksamkeit.....	44
Abbildung 5:	Politische Selbstwirksamkeit	45
Abbildung 6:	Wichtigste Akteurinnen und Akteure im Umwelt- und Klimaschutz (Top 3)	48
Abbildung 7:	Zufriedenheit mit Akteurinnen und Akteuren des Umwelt- und Klimaschutzes	49
Abbildung 8:	Tagcloud „Meine Umweltpolitik“	51
Abbildung 9:	Die wichtigsten Maßnahmen für Umwelt- und Klimapolitik....	52
Abbildung 10:	Erfahrungen mit politischem und gesellschaftlichem Engagement.....	55
Abbildung 11:	Gründe für die Teilnahme an Fridays for Future	56
Abbildung 12:	Gründe gegen die Teilnahme an Fridays for Future.....	58
Abbildung 13:	Bedeutung von beschleunigtem und statusorientiertem Konsum	60
Abbildung 14:	Bedeutung von umweltschonendem Konsum	63
Abbildung 15:	Erfahrungen mit umweltschonendem Konsum	64
Abbildung 16:	Bedeutung von suffizienz-orientierten Verhaltensweisen	65
Abbildung 17:	Erfahrungen mit suffizienz-orientierten Verhaltensweisen	66
Abbildung 18:	Anreize für umweltfreundliches Verhalten	70
Abbildung 19:	Bewertung des Wohnorts aus Sicht junger Menschen	72
Abbildung 20:	Digitalisierung und Umwelt	75
Abbildung 21:	Lösungshäufigkeit der Items.....	80
Abbildung 22:	Durchschnittliche Anzahl richtig beantworteter Fragen nach Schulform	82
Abbildung 23:	Durchschnittliche Anzahl richtig beantworteter Fragen nach Jugendtyp	83
Abbildung 24:	Informationswege zu Umwelt- und Naturschutzthemen.....	85
Abbildung 25:	Bedeutung von beteiligungsorientierten Projekten und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen	87
Abbildung 26:	Vorhandensein von beteiligungsorientierten Projekten und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen	88

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Teilnehmende der Fokusgruppen	25
Tabelle 2:	Merkmale der Stichprobe der Repräsentativerhebung	26
Tabelle 3:	Zeitlicher Verlauf von Fridays for Future und „Zukunft? Jugend fragen! 2019“	27

Tabelle 4:	Jugendtypen	29
Tabelle 5:	Zusammenhänge zwischen Selbstwirksamkeit und politische Einstellungen	46
Tabelle 6:	Unterschiede in der Wichtigkeit „heute“ und „in 5 Jahren“	68
Tabelle 7:	Items der jugendspezifischen Skala für handlungsrelevantes Umweltwissen	79
Tabelle 8:	Statistische Gütekriterien der Items der jugendspezifischen Skala für Umweltwissen	80
Tabelle 9:	Elemente und Stationen der Jugendbeteiligung in „Zukunft? Jugend fragen! 2019“	90

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Erstes Deutsches Fernsehen
ASKU	Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzsкала
BNE	Bildung für nachhaltige Entwicklung
BEFKI	Berliner Test zur Erfassung (fluider und) kristalliner Intelligenz
BMFSJ	Bundesministerium für Familie, Soziales und Jugend
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
GG	Grundgesetz
LCOY	Local Conference of Youth
IÖW	Institut für ökologische Wirtschaftsforschung
MSQ	Abweichungsquadrant
SRMR	Standardized Root Mean Square Residual
PEKS	Political-Efficacy-Kurzsкала
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation
UBA	Umweltbundesamt
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen

Zusammenfassung

Die Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Das Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ hatte zum Ziel, die nachhaltigkeitsbezogenen Sichtweisen, Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen – aktuell und mit Blick auf die Zukunft – empirisch zu untersuchen. Die Studie wurde vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gemeinsam mit den Forschungspartnern Holzhauerei und Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre der Technischen Universität Berlin durchgeführt.¹ Es war die zweite Jugendstudie, die im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) und des Umweltbundesamtes (UBA) erarbeitet wurde.² Ihre Besonderheit war die Einbindung eines Jugendprojektbeirats. Durch die Einbindung des Beirats war die kontinuierliche Beteiligung der Zielgruppe gewährleistet und es wurden wertvolle Hinweise für eine an den Bedürfnissen und Erwartungen junger Menschen ausgerichtete Umwelt- und Klimapolitik geliefert. Die Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ umfasste (1) die Entwicklung eines partizipativen Forschungsdesigns, (2) die empirische Untersuchung der Sichtweisen und Einstellungen junger Menschen zu Umwelt und Klima mittels einer Repräsentativbefragung und zusätzlichen qualitativen Erhebungsmethoden sowie (3) die Erarbeitung einer jugendpolitischen Agenda. In diesem Bericht werden die zentralen Ergebnisse der empirischen Untersuchungen vorgestellt und der partizipative Forschungsansatz reflektiert und bewertet. In der Broschüre „Zukunft? Jugend fragen! Umwelt, Klima, Politik, Engagement – Was junge Menschen bewegt“ (BMU/UBA 2020) wurden die zentralen Studienergebnisse für eine breite Öffentlichkeit aufbereitet und die jugendpolitische Agenda dokumentiert.³

Parallel zu dem Verlauf des Projekts „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ entstand die Bewegung Fridays for Future und wuchs rapide. Zweifellos hatte Fridays for Future dadurch Einfluss auf die Befunde der Jugendstudie, weil durch die Bewegung das Thema Klimaschutz unter jungen Menschen bekannter und breiter diskutiert wurde als vorher.

Projektdesign und Methodik

Neben einer repräsentativen Befragung junger Menschen wurden weitere Erhebungen und Beteiligungsformate durchgeführt, insbesondere eine Online-Community und Fokusgruppen.

Die Online-Community diente dazu, relevante Forschungsfragen auf partizipative Weise und aus Sicht junger Menschen zu entwickeln. Bei der Online-Community handelte es sich um einen moderierten einwöchigen Prozess, der im November 2018 stattfand. Es nahmen 23 Jugendliche und junge Erwachsenen im Alter von 14 bis 22 Jahren teil. Die Stichprobe war nach Alter, Bildung, Geschlecht und Stadt/Land quotiert.

Ziel der Fokusgruppen war es, ausgewählte nachhaltigkeitsbezogene Themen mit jungen Menschen offen und explorativ zu sondieren. Daneben lieferten die Fokusgruppen Input, um repräsentativ einsetzbare Frageformulierungen zu entwickeln. Es wurden vier zweistündige Fokusgruppen mit insgesamt 37 Teilnehmenden im Februar 2019 in Hamburg und Lüneburg durchgeführt. Die Zusammensetzung der Gruppen war nach Alter, Bildung und Geschlecht

¹ Die Studie wurde als Arbeitspaket im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2018 im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) und des Umweltbundesamtes (UBA) durchgeführt. Auftragnehmer der Umweltbewusstseinsstudie 2018 waren das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) mit den Kooperationspartnern Sociodimensions Institute for Socio-cultural Research, Holzhauerei, Technische Universität Berlin und Otto von Guericke Universität Magdeburg.

² Die Broschüre der ersten Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ ist unter diesem Link zu finden: <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen/>

³ Die Broschüre der vorliegenden Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ ist unter diesem Link zu finden: <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/>

quotiert. Da die Umwelteinstellungen bei der Quotierung bewusst keine Rolle spielten, waren auch junge Menschen vertreten, die sich selbst nicht als „umweltaffin“ bezeichnen würden.

Für die Repräsentativerhebung wurde im Rahmen eines Online Access Panels eine Stichprobe von mehr als 1.007 jungen Menschen im Alter von 14 und 22 Jahren online befragt. Die Erhebung fand von Ende April bis Anfang Juni 2019 statt. Die Stichprobe ist für die deutschsprachige Wohnbevölkerung von 14 bis 22 Jahren repräsentativ.

Jugendtypen

Die Lebenswelten junger Menschen sind nicht homogen. Um dies zu berücksichtigen, sollten „typische“ Gruppen jungen Menschen Eingang in die Analyse finden. Zu diesem Zweck wurde bei der Analyse der Repräsentativerhebung das Modell der Jugendsegmente aus der ersten Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ rekonstruiert. Dort wurde eine Jugendtypologie entwickelt, die „Idealistische“, „Pragmatische“ und „Distanzierte“ unterscheidet. Die Stichprobe der Befragten wurde mit clusteranalytischen Verfahren entsprechend ihrer Einstellungen in drei große Gruppen aufgeteilt:

- ▶ „Pragmatische“ (39 Prozent): Beruflicher Erfolg und guter Lebensstandard sind ihnen wichtig. Sie haben hohe Konsumansprüche in Bezug auf Technik, Auto oder Kleidung. Unter ihnen sind mehr junge Männer, ihr Bildungsniveau entspricht dem Durchschnitt.
- ▶ „Idealistische“ (35 Prozent): Toleranz, Respekt und Vielfalt bedeuten ihnen viel. Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind essenzielle Bestandteile ihres Selbstbilds. Junge Frauen und Studierende sind überdurchschnittlich oft vertreten.
- ▶ „Distanzierte“ (26 Prozent): Sie sind weniger stark an politischen und gesellschaftlichen Themen interessiert als andere ihrer Altersgruppe. Im Vergleich zu den anderen Gruppen äußern sie eher geringe Ansprüche und Konsumerwartungen. Das Geschlechterverhältnis ist ausgeglichen.

Umwelt- und Klimaschutz in der Wahrnehmung junger Menschen

In der Repräsentativerhebung zeigte sich: Umwelt- und Klimaschutz war das wichtigste Thema zum Zeitpunkt der Erhebung. 45 Prozent der befragten jungen Menschen fanden Umwelt- und Klimaschutz sehr wichtig und weitere 33 Prozent eher wichtig. In der Repräsentativbefragung waren zehn gesellschaftliche Problemfelder vorgegeben und die Befragten sollten ankreuzen, wie wichtig diese jeweils für sie sind. Von ähnlich hoher Bedeutung wie Umwelt- und Klimaschutz sind der Zustand des Bildungswesens und das Thema soziale Gerechtigkeit.

Welche Einstellungen junge Menschen hinsichtlich des Zusammenwirkens von Umwelt- und Klimaschutz und sozialen Themen haben, wurde mit Einstellungsfragen erhoben, die sowohl ein positives Zusammenwirken beschrieben als auch mögliche Konflikte thematisierten. Viele junge Menschen sahen vor allem positive Wechselwirkungen zwischen Ökologie und sozialen Themen. Fast 90 Prozent erwarteten die Verschlechterungen für künftige Generationen, wenn keine Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz ergriffen würden. Jeweils etwa 80 Prozent gingen zudem davon aus, dass sich Umwelt- und Klimaschutz positiv auf gesunde Lebensbedingungen für alle Menschen auswirken würde, auf eine lebenswerte Umwelt und die Schonung natürlicher Ressourcen auch in anderen Ländern sowie auf die Verminderung von Fluchtursachen.

Ein weiterer Themenkomplex befasste sich mit dem Thema „Selbstwirksamkeit“. In der Repräsentativbefragung wurde die Frage nach der eigenen (bei sich selbst wahrgenommenen) Wirksamkeit anhand bereits entwickelter Skalen untersucht. Die Ergebnisse zeigten, dass die

Befragten über eher starke Ausprägungen bei der sogenannten *internalen politischen Selbstwirksamkeit* verfügen: Die Mehrheit der jungen Menschen stimmte Aussagen voll und ganz oder eher zu, dass sie sich zutrauen, sich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen, oder dass sie wichtige politische Fragen gut verstehen und einschätzen könnten. Ihre *externale politische Selbstwirksamkeit* war demgegenüber vergleichsweise schwach und das Vertrauen in Politikerinnen und Politiker eher gering ausgeprägt. Nur etwa ein Viertel der befragten jungen Menschen stimmten voll und ganz oder eher zu, dass Politikerinnen und Politiker sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung bemühen oder sich darum kümmern, was die Leute denken.

Erfasst wurde weiterhin die Wahrnehmung von gesellschaftlichen Akteurinnen und Akteuren für den Umwelt- und Klimaschutz. Nach den Ergebnissen der Repräsentativerhebung können jede und jeder Einzelne, die Industrie und die Bundesregierung den größten Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten. Vergleicht man die Zufriedenheit mit den jeweiligen Akteurinnen und Akteuren damit, dann ergab sich folgendes Bild: Diejenigen Akteure, die aufgrund ihrer wahrgenommenen Einflussmöglichkeiten einen wichtigen Beitrag leisten könnten, taten aus Sicht der Befragten nicht genug für den Umwelt- und Klimaschutz. Dies traf insbesondere auf jede/n Einzelnen, die Bundesregierung und die Industrie zu. Umgekehrt verhielt es sich bei Umweltverbänden: Nur wenige glaubten, dass diese Organisationen einen wichtigen Beitrag leisten könnten – aber die Zufriedenheit mit ihrem Engagement beim Umwelt- und Klimaschutz war sehr hoch.

Die Befragten der Repräsentativerhebung waren der Ansicht, dass für wirksamen Umwelt- und Klimaschutz verschiedene Maßnahmen erforderlich seien. Als wichtigste Maßnahme wurde die finanzielle Unterstützung von umwelt- und klimafreundlichen Produkten und Verhaltensweisen angesehen (52 Prozent). Weiterhin sprach sich fast die Hälfte dafür aus, dass diejenigen Personen und Institutionen stärker zur Verantwortung gezogen werden, die Umwelt- und Klimaschäden verursachen. Es folgten die Förderung von Technologie und Forschung, Information und Aufklärung sowie Verbote und Vorschriften für umweltschädliche Produkte und Verhaltensweisen.

Nachhaltigkeitsbezogene Verhaltensweisen

Junge Menschen können durch freiwilliges Engagement auf vielfältige Weise zu Umwelt- und Klimaschutz beitragen. Laut der Repräsentativbefragung, hat mehr als die Hälfte schon einmal im Internet Onlineaktionen oder -petitionen unterstützt. An einer Demonstration hat ein Drittel der Befragten schon einmal teilgenommen. Mit anderen Formen des Engagements haben die Befragten bisher weniger Erfahrungen gesammelt. Im Zeitraum der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ erhielten die Klimastreiks von Fridays for Future sehr viel gesellschaftliche und mediale Aufmerksamkeit. In den Fokusgruppen zeigte sich, dass Fridays for Future bei den meisten Teilnehmenden viel Sympathie genießt. Unter den Befragten der Repräsentativbefragung kannten 80 Prozent Fridays for Future und 23 Prozent gaben an, bei den Klimastreiks mitzumachen.

Weiterhin wurde in der Jugendstudie untersucht, welche Rolle Nachhaltigkeit im Alltags- und Konsumverhalten junger Menschen spielt. Es wurden drei Verhaltenskategorien identifiziert, die für junge Menschen relevant sind. Dazu zählen zwei nachhaltige Kategorien, nämlich umweltschonender Konsum sowie suffizienz-orientierte Verhaltensweisen, und eine nicht-nachhaltige Kategorie, nämlich beschleunigter und statusorientierter Konsum. Es zeigt sich, dass die Bedeutung von und die Erfahrungen mit umweltschonenden Verhaltensweisen in Bereichen wie Plastikvermeidung oder Kauf von Bio-Lebensmitteln unter jungen Menschen recht groß sind. 78 Prozent der jungen Befragten haben schon einmal Bio-Produkte gekauft und 71 Prozent

haben bereits schon einmal bewusst auf Plastikverpackungen verzichtet. 81 Prozent der Befragten haben schon einmal Sharing praktiziert und fast 58 Prozent haben bereits Kleidung gebraucht gekauft. Die Jugendstudie zeigte, dass auch beschleunigte und statusorientierte Konsumweisen (Reisen, Online-Shopping, Kauf von Kleidung und Technik) eine hohe Bedeutung für viele junge Menschen haben. In dem Sinne, wie es nicht die „eine Jugend“ gibt, unterscheiden sich junge Menschen also auch in ihren umweltbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen teilweise deutlich. Entsprechend sollten auch Anreize zur Förderung von umweltfreundlichem Verhalten gezielt eingesetzt werden. In der Ansicht junger Menschen war die kostenmäßige Gleich- oder sogar Besserstellung von umweltfreundlichen gegenüber umweltschädlichen Produkten am wirkungsvollsten für die weitere Verbreitung umweltfreundlicher Verhaltensweisen. Zudem wurde die Rolle des Wohnorts für das Ausüben nachhaltigkeitsorientierter Verhaltensweisen untersucht. Es zeigte sich, dass die Bedingungen vor Ort vor allem im Bereich der Mobilität entscheidend für nachhaltiges Verhalten waren.

Ein Fokus der Jugendstudie lag auf der Frage, wie junge Menschen die Rolle der Digitalisierung für Umwelt- und Klimaschutz einschätzen. Trotz der großen Bedeutung von digitalen Geräten wie Smartphones und der hohen Souveränität junger Menschen im Umgang damit blieben die Zusammenhänge von Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Wahrnehmung der Befragten abstrakt. Es wurden sowohl Chancen als auch Risiken durch die Digitalisierung für Umwelt- und Klimaschutz gesehen. So stimmten jeweils etwa 75 Prozent voll und ganz oder eher zu, dass es ihnen Sorgen macht, wenn die Menschen als Folge der Digitalisierung den Kontakt zu Umwelt und Natur verlieren, dass Onlineshopping durch den Transport und die Verpackung der Waren zur Umweltbelastung beiträgt und dass die Digitalisierung zu Konsumsteigerungen führen kann, weil digital alles jederzeit verfügbar ist. Gleichzeitig sahen ähnlich viele Befragte die positiven Zusammenhänge: circa 75 Prozent stimmten voll und ganz oder eher zu, dass es mit zunehmender Digitalisierung sehr leicht ist, sich online und in sozialen Netzwerken über Umwelt- und Klimaschutz zu informieren und dass die Digitalisierung Chancen für eine Dematerialisierung mit sich bringt.

Handlungswissen und Informationsverhalten zu Umwelt und Klima

Im Rahmen der Jugendstudie wurde ein Erhebungsinstrument für handlungsrelevantes Umweltwissen entwickelt und pilothaft eingesetzt. Insgesamt wurden neun Fragen im Multiple Choice Format aus den Themenbereichen allgemeiner Konsum, Energie, Ernährung, Mobilität, Internet/Digitalisierung, Kleidung gestellt. Die Befragten der Repräsentativbefragung konnten durchschnittlich etwas mehr als die Hälfte der Aufgaben richtig lösen. Die Lösungshäufigkeit bei den Fragen zur Problematik von Waschmittel, Abhilfe für den Treibhauseffekt, Ursachen des Bienensterbens und der Klima-Relevanz von Rindfleisch war am höchsten. Weniger Befragte konnten die Fragen zu umweltschädlichen Getränkeverpackungen und zum Energieverbrauch im Haushalt korrekt beantworten. Es zeigte sich also, dass das handlungsrelevante Umweltwissen insgesamt ausbaufähig ist.

Dies deutete darauf hin, dass im Bereich der Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) noch viel Bedarf zur Vermittlung von alltagsrelevantem und handlungsnahem Wissen besteht. Die jungen Menschen selbst sahen insbesondere die adäquate Vermittlung von diesbezüglichen Informationen als entscheidend für den Wissens- und Kompetenzaufbau an. Bislang informierten sie sich vor allem in sozialen Netzwerken oder bezogen ihr Wissen aus Dokumentationen im Fernsehen oder Internet. Erst an dritter Stelle wurden Bildungsinstitutionen genannt. Unter den geläufigen Bildungsangeboten waren für junge Menschen klassische Lehr- und Unterrichtsveranstaltungen und Projekt- und beteiligungsorientierte Angebote besonders wichtig.

Reflektion der Beteiligungs- und Forschungsansätze und Ausblick

Das Spektrum der eingesetzten empirischen Methoden und Beteiligungsmodulen der Jugendstudie war geeignet, um einen fundierten Einblick in die Lebenswirklichkeit Jugendlicher und junger Erwachsener zu liefern und die heterogene Gruppe der 14- bis 22-Jährigen in ihrer Vielfalt abzubilden. Der Einsatz einer qualitativen Online-Community erschien unter anderem deswegen sinnvoll und methodisch passend gewählt, da dieses Format stark mit dem Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe korrespondierte. Es erlaubte sowohl einen zeitsynchronen interaktiven Austausch als auch das zeitflexible Einstellen persönlicher Forenbeiträge. Das Fokusgruppen-Setting ermöglichte lebhaftes Diskussionsgeschehen und gewährte Einblicke in persönliche Sichtweisen. Zudem war es eine Herausforderung, 14- und 15-jährige für die Repräsentativerhebung zu gewinnen, unter anderem aufgrund der datenschutzrechtlichen Bestimmungen für Minderjährige. Das Jugendforum stellte schließlich den Abschluss des Forschungsprojekts und der Jugendbeteiligung dar. Bei der Veranstaltung bot zum einen die Moderation durch zwei Mitglieder des Jugendprojektbeirats einen deutlichen Mehrwert, zum anderen profitierte das Forum von der persönlichen Anwesenheit und Mitwirkung von Bundesumweltministerin Svenja Schulze und dem UBA-Präsidenten Dirk Messner.

Das partizipative Forschungsdesign von „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ war im Kern durch die kontinuierliche Einbindung von zehn engagierten jungen Menschen im Rahmen des Jugendprojektbeirats geprägt. Durch ihre engagierte Mitwirkung erhielten sie Einblick in das wissenschaftliche Arbeiten. Zudem verstanden sie sich in ihrer Rolle als Beiratsmitglieder auch als Vertreterinnen und Vertreter der jungen Zielgruppe insgesamt und reflektierten bewusst diese Rolle. Die Mitglieder des Jugendprojektbeirats erarbeiteten gemeinsam mit weiteren jungen Menschen „Forderungen an die Umweltpolitik“ als jugendpolitische Agenda. Insofern bot der partizipative Ansatz auch die Möglichkeit, den beteiligten Jugendlichen ein Sprachrohr in die Politik zu geben. Die Qualität der Jugendstudie sowie die Jugendprojektbeiratsmitglieder selbst konnten von dem partizipativen Forschungsansatz und den damit verbundenen Einflussoptionen stark profitieren.

Offene Forschungsfragen betreffen die zukünftige Bedeutung von Fridays for Future und die Mobilisierungsfähigkeit, Wirkkraft und Kontinuität von Engagementformaten. Zudem ist die mittelfristige Wirkung der COVID-19-Pandemie auf junge Menschen von Interesse: ob und wie verändern sich Werthaltungen? (Wie) werden individuelle und gesellschaftliche Handlungsspielräume wahrgenommen? Was trägt zur Erhöhung der Resilienz von Infrastrukturen, Wertschöpfungsketten oder Energienetzen bei, um etwa auf zukünftige Krisensituationen, wie etwa auch den Klimawandel, (besser) vorbereitet zu sein?

Summary

The youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2019"

The project "Zukunft? Jugend fragen! 2019" aimed to empirically investigate the views, attitudes and behaviour of young people with regard to sustainability – both now and with a view to the future. The study was conducted by the Institute for Ecological Economy Research (IÖW) together with the research partners Holzhauerei and the Institute of Vocational Training and Work Studies of Technische Universität Berlin.⁴ This was the second youth study commissioned by the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (BMU) and the Federal Environment Agency (UBA).⁵ Its special feature was the involvement of a youth advisory board. The involvement of the advisory board ensured the continuous participation of the target group and provided valuable information for environmental and climate policy that is geared to the needs and expectations of young people. The youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2019" included (1) the development of a participatory research design, (2) the empirical investigation of young people's views and attitudes towards the environment and climate by means of a representative survey and additional qualitative survey methods and (3) the development of a youth policy agenda. This report describes the results of the empirical studies and reflects and evaluates the participatory research approach. The brochure "Zukunft? Jugend fragen! Umwelt, Klima, Politik, Engagement - Was junge Menschen bewegt" (BMU/UBA 2020) presents core results to a broad public and documents the youth policy agenda.⁶

At the same time that the project "Zukunft? Jugend fragen! 2019" was conducted, the Fridays for Future movement was born and grew rapidly. There is no doubt that Fridays for Future influenced the results of the youth study, because the movement raised awareness of the topic of climate protection among young people and stimulated more wide-ranging discussions than before.

Project design and methodology

In addition to a representative survey of young people, qualitative methods and participation formats were also carried out, in particular an online community and focus groups.

The online community provided the opportunity to develop relevant research questions in a participatory way and from the perspective of young people. The online community was a moderated one-week process that took place in November 2018. 23 teenagers and young adults aged between 14 and 22 years took part. Quota sampling was used to select participants by age, education, gender and urban/rural area.

The aim of the focus groups was to investigate selected sustainability-related topics with young people in an open and exploratory process. Additionally, the focus groups provided input to develop questions for the representative survey. Four two-hour focus groups with a total of 37 participants were held in Hamburg and Lüneburg in February 2019. The composition of the groups was quota sampled by age, education and gender. As environmental attitudes deliberately played no role in the quota sampling, young people who would not describe themselves as "environmentally aware" were also represented.

⁴ The study was conducted within the Environmental Awareness Study 2018 on behalf of the Federal Ministry for the Environment, Nature Conservation and Nuclear Safety (BMU) and the Federal Environment Agency (UBA). Contractors of the Environmental Awareness Study 2018 were the Institute for Ecological Economy Research (IÖW) with the cooperation partners Sociodimensions Institute for Socio-cultural Research, Holzhauerei, Institute of Vocational Training and Work Studies of Technical University Berlin and Otto von Guericke University Magdeburg.

⁵ The brochure of the first youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2017" is available under this link:
<https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen/>

⁶ The brochure of the present youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2019" is available under this link:
<https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/>

For the representative survey, a sample of 1,007 young people aged between 14 and 22 were interviewed online using an online access panel. The survey was conducted from the end of April to the beginning of June 2019. The sample is representative of the German-speaking resident population aged 14 to 22.

Youth types

The lifeworlds of young people are not homogeneous. To take this into account, "typical" groups of young people should be considered. For this purpose, the model of the youth segments from the first study "Zukunft? Jugend fragen! 2017" was reconstructed with the data of the representative survey. In that study, a youth typology was developed that differentiates between "idealists", "pragmatists" and "distanced". The sample of respondents was divided into three large groups according to their attitudes using cluster analysis methods:

- ▶ "Pragmatists" (39 percent): Professional success and good living standards are important to them. They have high consumer demands in terms of technology, cars or clothing. There are more young men among them, their educational level is average.
- ▶ "Idealists" (35 percent): Tolerance, respect and diversity mean a lot to them. Sustainability and environmental awareness are essential components of their self-image. Young women and students are represented above average.
- ▶ "Distanced" (26 percent): They are less interested in political and social issues than others in their age group. Compared to the other groups, they express rather low demands and consumer expectations. The gender ratio is balanced.

Environmental and climate protection in the perception of young people

The representative survey showed: Environmental and climate protection was the most important issue at the time of the survey. 45 percent of the young people surveyed regarded environmental and climate protection as very important and another 33 percent as rather important. The representative survey specified ten social problem areas and asked respondents to assess the relevance of each for them. Of similar importance as environmental and climate protection are the state of the education system and the issue of social justice.

The perceived interaction of environmental and climate protection and social issues was surveyed with attitude questions that described positive interdependencies or addressed possible conflicts. Many young people saw above all positive interactions between ecology and social issues. Almost 90 percent expected the situation to deteriorate for future generations if no measures were taken to protect the environment and climate. Moreover, about 80 percent each assumed that environmental and climate protection would have a positive effect on healthy living conditions for all people, on a healthy environment and the conservation of natural resources, including in other countries, and on reducing the causes of migration and flight.

Another set of topics addressed the issue of "self-efficacy". In the representative survey, the question of the respondents' own efficacy (as perceived by themselves) was examined on the basis of already developed scales. The results showed that the respondents tend to have rather strong levels of so-called *internal political self-efficacy*: The majority of young people fully or mostly agreed with statements that they felt confident to participate actively in a discussion on policy issues or that they could understand and assess important policy issues well. In contrast, their *external political self-efficacy* was comparatively weak and trust in politicians was rather

low. Only about a quarter of the young people interviewed fully or mostly agreed that politicians make an effort to maintain close contact with the public or care about what people think.

The perception of social actors for environmental and climate protection was also surveyed. The results of the representative survey show that each and every individual, industry and the German government can make the greatest contribution to environmental and climate protection. When the satisfaction with the respective actors was compared, the following picture emerged: Those actors who would be able to make an important contribution based on their perceived influence did not do enough for environmental and climate protection in the eyes of the respondents. This was particularly true for each and every individual, the German government and industry. The opposite was true for environmental associations: Only a few respondents believed that these organisations could make an important contribution, but satisfaction with their commitment to environmental and climate protection was very high.

The respondents to the representative survey expressed the view that effective environmental and climate protection required various measures. Financial support for environmentally and climate-friendly products and behaviour was seen as the most important measure (52 percent). Furthermore, almost half of the respondents were in favour of making those persons and institutions that cause environmental and climate damage more accountable. This was followed by encouraging technology and research, information and education, and bans and regulations on environmentally harmful products and behaviour.

Sustainability-related behaviours

Young people can contribute to environmental and climate protection in many ways through voluntary engagement. More than half have supported online campaigns or petitions. One third of those surveyed have already taken part in a demonstration. Respondents have less experience with other forms of engagement. During the period of the youth study "Zukunft? Jugend fragen! 2019" the climate strikes of Fridays for Future received a lot of attention from society and the media. The focus groups showed that Fridays for Future enjoys great approval from most participants. Among the respondents in the representative survey, 80 percent knew Fridays for Future and 23 percent said they were involved in the climate strikes.

The youth study also explored the role sustainability plays in the everyday and consumer behaviour of young people. Three categories of behaviour relevant to young people were identified. These include two sustainable categories, namely environmentally friendly consumption and sufficiency-oriented behaviour, and one unsustainable category, namely accelerated and status-oriented consumption. It can be seen that the importance of and experience with environmentally friendly behaviour in areas such as avoiding plastics or buying organic food is quite high among young people. 78 percent of young respondents have previously purchased organic products and 71 percent have deliberately avoided plastic packaging. 81 percent of those surveyed have previously practised sharing and almost 58 percent have previously bought second-hand clothing. However, the youth study also showed that accelerated and status-oriented consumption patterns (travel, online shopping, buying clothes and technology) are also very important for many young people. In the sense that there is no such thing as "one youth", young people differ significantly in their environmental attitudes and behaviour. Encouragement of environmentally friendly behaviour should therefore also be used in a targeted manner. In the opinion of young people, equalising or even improving the cost of environmentally friendly versus environmentally harmful products was most effective in encouraging more environmentally friendly behaviour. The role of the place of residence in encouraging sustainability-oriented behaviour was also investigated. It became apparent that local conditions were crucial for sustainable behaviour, especially in the case of mobility.

One focus of the youth study was the question of how young people assess the role of digitalisation for environmental and climate protection. Despite the great importance of digital devices such as smartphones and young people's high level of proficiency in using them, the connections between digitalisation and sustainability remained abstract in their perception. The participants saw both opportunities and risks of digitalisation for environmental and climate protection. For instance, around 75 percent respectively agreed that they are concerned when people lose touch with the environment and nature as a result of digitalisation, that online shopping contributes to environmental pollution due to the transport and packaging of goods and that online shopping can increase consumption because everything is available digitally at any time. At the same time, a similar number of respondents saw the positive correlations: around 75 percent agreed that increasing digitalisation makes it very easy to obtain information about environmental and climate protection online and in social networks and that digitalisation brings with it opportunities for dematerialisation.

Knowledge for action and information on environment and climate

The youth study included the development and pilot implementation of a survey instrument for action-relevant environmental knowledge. A total of nine questions in multiple choice format were asked on the topics of general consumption, energy, nutrition, mobility, internet/digitalisation and clothing. The respondents of the representative survey were able to solve on average slightly more than half of the tasks correctly. The solution frequency was highest for the questions on the problem of detergent, remedies for the greenhouse effect, causes of bee mortality and the climate relevance of beef, while the questions on environmentally harmful beverage packaging and household energy consumption were answered correctly by fewer respondents. It was therefore apparent that there is room for improvement in terms of action-relevant environmental knowledge overall.

This also indicated that in the field of Education for Sustainable Development (ESD) there is still much to be done in terms of imparting knowledge relevant to everyday life. The young people themselves saw in particular the adequate communication of relevant information as crucial for the development of knowledge and skills. Until now, they mainly obtained information in social networks or gained their knowledge from documentaries on television or the internet. Educational institutions were only mentioned in third place. From the spectrum of common educational provisions, classical teaching and learning activities and project and participation-oriented provisions were particularly important for young people.

Reflection on participation and research approaches and outlook

The spectrum of empirical methods and participation modules used in the youth study was suitable for providing a well-founded insight into the reality of life of adolescents and young adults and for representing the heterogeneous group of 14 to 22-year-olds in all its diversity. Using a qualitative online community seemed to be a reasonable and methodologically appropriate choice, as this format corresponded strongly to the media usage behaviour of the target group. It allowed both a time-synchronised interactive exchange and the time-flexible posting of personal forum contributions. The focus group setting facilitated lively discussions and provided insights into personal perspectives. The representative survey made it possible to obtain quantitatively generalizable data, even if it was challenging to recruit 14- and 15-year-olds, partly because of data protection regulations for minors. The Youth Forum finally marked the festive conclusion of the research project and youth participation. The event was clearly enhanced by the moderation by two members of the youth advisory board, and the forum benefited from the personal attendance and participation of Federal Environment Minister Svenja Schulze and Dirk Messner, President of the Federal Environment Agency.

The participatory research design of "Zukunft? Jugend fragen! 2019" was essentially characterised by the continuous involvement of ten dedicated young people in the youth advisory board. Their committed participation gave them an insight into scientific working methods. Furthermore, in their role as members of the advisory board they also saw themselves as representatives of the young target group as a whole and consciously reflected on this role. The quality of the study as well as the youth advisory board members themselves benefited greatly from the participatory research approach and the associated influencing options. In the end, the members of the youth advisory board, together with other young people, drew up "demands on environmental policy" as a youth policy agenda. In this respect, the participatory approach therefore also made it possible to give the young people involved a voice in politics.

Open research questions concern the possible future success of Fridays for Future (including its mobilisation capacity, effectiveness and continuity of engagement formats). And they concern the medium-term impact of the COVID 19 pandemic on young people: if and how are values changing? (How) is individual and social scope for action perceived? What contributes to increasing the resilience of infrastructures, value chains, energy networks etc. in order to be (better) prepared for future crisis situations, such as climate change?

1 Einführung: Das Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Was bewegt junge Menschen zwischen 14 und 22 Jahren? Welche nachhaltigkeitsbezogenen Themen interessieren Jugendliche und junge Menschen? Welche Herausforderungen in Bezug auf Umwelt- und Klimathemen sehen sie? Wie und warum engagieren sich junge Menschen für den Umwelt- und Klimaschutz, wie etwa im Rahmen von Fridays for Future? Die Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ wurde zwischen 2018 und 2020 zum zweiten Mal⁷ durchgeführt und hatte zum Ziel, die Sichtweisen und Einstellungen junger Menschen zu Umwelt und Klima zu erheben – aktuell und mit Blick auf die Zukunft. Die Studie⁸ wurde vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) gemeinsam mit den Forschungspartnern Holzhauerei und Institut für Berufliche Bildung und Arbeitslehre der Technischen Universität Berlin im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) und des Umweltbundesamts (UBA) durchgeführt. Die Studie umfasst drei zentrale Elemente:

1. Entwicklung eines partizipativen Forschungsdesigns;
2. Empirische Untersuchung der Sichtweisen und Einstellungen junger Menschen zu Umwelt und Klima: Repräsentativbefragung und zusätzliche qualitative Erhebungsmethoden;
3. Erarbeitung einer jugendpolitischen Agenda.

Die Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ unterscheidet sich thematisch und methodisch von anderen Jugendstudien. Einerseits existieren mit den Shell Jugendstudien, die etwa alle vier Jahre erscheinen (zuletzt: Deutsche Shell Holding GmbH 2019), und den Jugendstudien des SINUS-Instituts (zuletzt: Calmbach et al. 2020) periodisch-wiederkehrende Erhebungen, die jugendspezifische Einstellungen zu einem breiten Themenbestand in regelmäßigen Abständen erheben und darunter teilweise auch nachhaltigkeitsbezogene Inhalte adressieren. Andererseits widmen sich einzelne, unregelmäßig erscheinende empirische Erhebungen speziell den nachhaltigkeitsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen. So fragt etwa das repräsentative Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer (Michelsen et al. 2016) Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen ab und der „Einfach Machen!-Report“ widmet sich dem Nachhaltigkeitsengagement von Jugendlichen aus Baden-Württemberg (Deckert und Ulmer 2019). Im Rahmen einer Teilauswertung der Umweltbewusstseinsstudie 2014 befasst sich auch eine Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen (Gossen et al. 2016) speziell mit diesem Thema.

Die vorliegende Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ zeichnet sich durch ein breites methodisches Erhebungsspektrum, das qualitative und quantitative Methoden kombiniert, sowie einen zweijährlichen Erscheinungsrhythmus aus, der vergleichende Zeitreihen-Analysen ermöglicht. Ein besonderes Merkmal ist die kontinuierliche Mitgestaltung der Jugendstudie durch die Zielgruppe. Dieser Zugang ist unter den o.g. Jugendstudien einzigartig und liefert deshalb in besonderem Maße wertvolle Hinweise für eine an den Bedürfnissen und Erwartungen junger Menschen ausgerichtete Umwelt- und Klimapolitik.

Vor diesem Hintergrund erhielt die Studie im Dezember 2019 besondere Wertschätzung, indem ihre Fortführung in der Jugendstrategie der Bundesregierung (BMFSFJ 2019, S. 22) verankert wurde. Die Einbettung in diese ressortübergreifende und langfristige Politikstrategie kann als geeignete Voraussetzung verstanden werden, auch zukünftig die Sichtweisen und Einstellungen

⁷ Die Broschüre der ersten Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ ist unter diesem Link zu finden:

<https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen/>

⁸ Die Studie wurde als Arbeitspaket im Rahmen der Umweltbewusstseinsstudie 2018 im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) und des Umweltbundesamtes (UBA) durchgeführt. Auftragnehmer der Umweltbewusstseinsstudie 2018 waren das Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) mit den Kooperationspartnern Sociodimensions Institute for Socio-cultural Research, Holzhauerei, Technische Universität Berlin und Otto von Guericke Universität Magdeburg. Weitere Informationen sind unter dem folgenden Link zu finden:

<https://www.ioew.de/projekt/umweltbewusstsein-in-deutschland-2018>

junger Menschen systematisch erheben zu können. Der Politik steht auf diese Weise regelmäßig empirisch belastbares Datenmaterial zur Verfügung.

Zeitgleich zu dem Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ entstand die Jugendbewegung Fridays for Future. In diesem Kontext begannen Jugendliche und junge Erwachsene mit erkennbar großer Dynamik eine Vielzahl sehr konkreter Forderungen und Ideen an die nationale und an die globale Umweltpolitik zu formulieren, teils gemeinsam mit der Politik. Bereits 2017 wurde anlässlich der 23. Weltklimakonferenz in Bonn ein Jugenddialog durchgeführt (BMU 2018). Schließlich wurden die Jugendpolitiktage 2019 (BMFSFJ / DKJS 2019) zur Vorbereitung der im Dezember 2019 veröffentlichten Jugendstrategie der Bundesregierung (BMFSFJ 2019) umgesetzt. Fridays for Future veröffentlichte im Sommer 2019 einen eigenen Forderungskatalog an die Umwelt- und Klimapolitik (Fridays for Future 2019), so auch der Jugendrat der Generationenstiftung (Langer 2019). Auf internationaler Ebene erschien im September 2019 die Global Youth Climate Action Declaration (UNMGCY 2019). Die Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ traf also auf ein Gelegenheitsfenster für partizipative jugendpolitische Agendaprozesse in Deutschland und beinhaltete die Entwicklung einer eigenen jugendpolitischen Agenda für die Umwelt- und Klimapolitik. Deren Ziel war es, die Befragungsergebnisse und die in den Beteiligungsformaten der Jugendstudie diskutierten Inhalte in „Forderungen des Jugendprojektbeirates“⁹ zu überführen, die zugespitzt formulieren, was junge Menschen von einer Umweltpolitik erwarten, die ihre Interessen und Anregungen aufgreift.

Der vorliegende Bericht fasst die wissenschaftlichen Ergebnisse der Jugendstudie zusammen und bewertet sie. Diese Ausführungen basieren auf den empirischen Befunden einer Repräsentativbefragung sowie einer qualitativen Vorstudie mittels Fokusgruppendifkussionen, den Befunden einer qualitativen Online-Community sowie den Ergebnissen einer Literatúrauswertung. In Kapitel 2 wird das Vorgehen bei den genannten empirischen Erhebungen erörtert und in Kapitel 3 die Jugendtypen vorgestellt. In Kapitel 4 werden die Befunde des Themenkomplexes Umwelt- und Klimaschutzpolitik in der Wahrnehmung junger Menschen aufbereitet und die Erwartungen junger Menschen an wirksame Politikmaßnahmen sowie ihre Wahrnehmung gesellschaftlicher Akteure dargestellt. Kapitel 5 diskutiert die Befunde zu nachhaltigen Verhaltensweisen junger Menschen – vom jugendspezifischen Alltagsverhalten, über das Engagement für Klima- und Umweltschutz bis zur Rolle der Digitalisierung im Alltag und wohnortspezifischen Besonderheiten des nachhaltigkeitsrelevanten Alltagsverhaltens. Kapitel 6 widmet sich dem Handlungswissen junger Menschen hinsichtlich Umwelt- und Klimaschutz und deren diesbezügliches Informationsverhalten und präsentiert das im Rahmen des Vorhabens entwickelte Messinstrument für handlungsrelevantes Umweltwissen bei Jugendlichen. Kapitel 7 dient der der Reflektion des partizipativen Forschungs- und Projektdesigns und der Bewertung der eingesetzten Methoden und Formate der Jugendbeteiligung. Dieses Kapitel enthält zudem einen Ausblick und formuliert weiteren Forschungsbedarf.

⁹ Die „Forderungen des Jugendprojektbeirates“ sind in der Broschüre der Jugendstudie zu finden und abrufbar unter: <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/>. Kapitel 7.1.3 beschreibt den Entwicklungsprozess der Forderungen.

2 Projektdesign und Methodik

Der Kern der Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ ist die repräsentative Befragung junger Menschen (N=1.007) in einer quantitativen Online-Umfrage. Im Vorfeld dieser Repräsentativbefragung wurden weitere Befragungen und Beteiligungsformate durchgeführt, nämlich eine Online-Community und Fokusgruppen. Die einzelnen Forschungsbausteine und Methoden werden im Folgenden detailliert dargestellt.

2.1 Online-Community zur Entwicklung von Forschungsfragen

Bei der Online-Community handelte es sich um einen moderierten einwöchigen Prozess mit einer Gruppe von Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 22 Jahren. Die Online-Community diente vor allem dazu, relevante Forschungsfragen auf partizipative Weise und aus Sicht junger Menschen zu entwickeln. Daneben wurden auch Befunde zu nachhaltigkeitsbezogenen Einstellungen und Verhalten der Teilnehmenden erhoben. Die wichtigsten Ziele waren:

- ▶ Kennenlernen der Sichtweisen der Teilnehmenden der Online-Community auf nachhaltigkeitsbezogene Fragestellungen und Herausforderungen,
- ▶ Erfassung von Orientierungs- und Handlungswissen sowie Wissenslücken und Unsicherheiten im Hinblick auf nachhaltige Verhaltensweisen,
- ▶ Identifizierung relevanter Forschungsfragen aus Sicht der Teilnehmenden und Bewertung zuvor identifizierter Forschungsfragen.

Die Online-Community dauerte von Donnerstag, 22. November bis Mittwoch, 28. November 2018. Insgesamt haben 23 junge Menschen teilgenommen. Die Rekrutierung der Teilnehmenden wurde von Schlesinger Group Market Research, Berlin, nach einem vom Projektteam entwickelten Rekrutierungsfragebogen übernommen. Die Stichprobe war nach Alter, Bildung, Geschlecht und Stadt/Land quotiert, um die Sichtweisen unterschiedlicher junger Bevölkerungsgruppen adäquat einzubeziehen. Im Hinblick auf Umwelt- und Klimaschutz und die Bedeutung dieser Themen vertraten die Teilnehmenden unterschiedliche Meinungen. Somit waren auch die Sichtweisen junger Menschen vertreten, die nicht umweltaffin sind. Zu Beginn der Online-Community war den Teilnehmenden nicht bekannt, dass Themen des Umwelt- und Klimaschutzes im Zentrum der Befragung stehen, um ein diesbezügliches „Framing“ der Antworten zu vermeiden. Stattdessen wurde den Teilnehmenden das neutrale Thema: „Gesellschaft im Wandel: Die Sichtweisen junger Menschen“ als inhaltliche Schwerpunktsetzung kommuniziert.

Auf der Plattform der Online-Community, die von der Kernwert AG, Berlin, bereitgestellt wurde, wurden eine Vielzahl von Erhebungsmethoden eingesetzt. Die Teilnehmenden konnten sich in der Gruppe austauschen, etwa in Foren und Chats, oder sie konnten Aufgaben alleine bearbeiten (siehe Ablaufplan in Anhang 9.1). Die Moderation und Auswertung der Online-Community nahmen das Projektteam und Mitglieder des Jugendprojektbeirats vor.

2.2 Qualitative Vorstudie mit Fokusgruppen

Ziel der Fokusgruppen war es, grundlegende Wahrnehmungen und Deutungsmuster zu relevanten nachhaltigkeitsbezogenen Themen mit den befragten jungen Menschen offen und explorativ zu sondieren. Die qualitative Vorgehensweise ist in besonderer Weise geeignet, Wahrnehmungsinhalte und Sichtweisen nachvollziehbar und verstehbar zu machen, über die bei

dieser speziellen Zielgruppe noch keine ausreichende Klarheit besteht. Zudem legten die Fokusgruppen die Grundlagen, um valide repräsentativ einsetzbare Frageformulierungen zu entwickeln – gerade für Fragestellungen, für die bislang noch keine erprobten Befragungsinstrumente bereitstehen.

Es wurden vier zweistündige Fokusgruppen mit jeweils 9 bis 10 Teilnehmenden am 27. und 28. Februar 2019 in Hamburg und Lüneburg durchgeführt. Mit der Rekrutierung der Teilnehmenden und der Organisation der Fokusgruppen wurde das Marktforschungsinstitut Schöttmer in Hamburg beauftragt, das quotengerechte Teilnehmerinnen und Teilnehmer nach einem vom Projektteam ausgearbeiteten Screening-Fragebogen eingeladen hat.

Tabelle 1 zeigt die Quotierung der Fokusgruppen in der Übersicht. Da in der Altersspanne zwischen 14 und 22 Jahren die Entwicklungsunterschiede groß sind, wurde ein Split nach Altersgruppen vorgenommen. Ähnliches galt für das Merkmal Bildung. Durch die unterschiedlichen Ausführungsorte wurden zudem die unterschiedlichen Lebensumstände von jungen Menschen berücksichtigt, die in großstädtischen oder eher kleinstädtischen/ländlichen Bereichen leben. Da die Umwelteinstellungen bei der Quotierung bewusst keine Rolle spielten, waren auch junge Menschen vertreten, die nicht umweltaffin sind. Wie auch bei der Online-Community wussten die Teilnehmenden zu Beginn nicht, dass sich die Fokusgruppen vor allem mit dem Umwelt- und Klimaschutz beschäftigen sollte.

Tabelle 1: Teilnehmende der Fokusgruppen

	Alter und Bildung	Geschlecht	Ort
1. Fokusgruppe	9 Teilnehmende, alle: 14-17 Jahre, Niedrige / mittlere Bildung	6 männlich 3 weiblich	Hamburg
2. Fokusgruppe	9 Teilnehmende, alle: 18-22 Jahre, Höhere Bildung	4 männlich 5 weiblich	Hamburg
3. Fokusgruppe	9 Teilnehmende, alle: 14-17 Jahre, Höhere Bildung	5 männlich 4 weiblich	Lüneburg
4. Fokusgruppe	10 Teilnehmende, alle: 18-22 Jahre, Niedrige / mittlere Bildung	5 männlich 5 weiblich	Lüneburg

Im Hinblick auf die Erhebungsmethoden wurden neben der rationalen und diskursiven Bearbeitung der Untersuchungsthemen auch an geeigneter Stelle kreative und projektive Methoden einbezogen (siehe Moderationsplan in Anhang 9.2). So kamen etwa Analogiebildungen, Chancen- und Risikobewertungen, Brainstorming und Metaplantechniken zum Einsatz. Um die individuellen Sichtweisen unabhängig von den Haltungen der anderen Teilnehmenden zu erfassen, wurden manche Aufgaben in Einzelarbeit durchgeführt. Die unterschiedlichen Workshop-Methoden ermöglichten zum einen verschiedene Zugangsweisen zu den Untersuchungsthemen und sorgten zum anderen für einen abwechslungsreichen Ablauf, um längere Aufmerksamkeit sicherzustellen.

Konzeption, Moderation und Auswertung der Fokusgruppen oblag dem Projektteam. Zur Dokumentation wurden von allen Fokusgruppen Videoaufzeichnungen und schriftliche Protokolle sowie Fotoprotokolle und Abschriften angefertigt. Die Auswertung dieser

qualitativen Daten erfolgte inhaltsanalytisch unter Zuhilfenahme der Software MAXQDA. Die Erkenntnisse der Fokusgruppen sind in die weiteren Arbeiten des Projekts und insbesondere die Fragebogenerstellung der Repräsentativbefragung eingeflossen.

2.3 Repräsentativerhebung

Für die Inhalte, die in der Repräsentativbefragung erhoben werden sollten, wurde in Abstimmung mit den Auftraggebern und dem Jugendprojektbeirat ein Befragungskonzept erstellt, das aus bestehenden Fragen und Skalen sowie neu zu entwickelten Befragungsteilen bestand. Dies war, zusammen mit den Erkenntnissen der Online-Community und der Fokusgruppen, die Grundlage für die Erstellung des Fragebogens der Repräsentativerhebung (siehe Anhang 9.3). Der Fragebogenentwurf wurde einem qualitativen Pre-Test mit jugendlichen Befragungspersonen unterzogen, an Stellen, an denen dies notwendig war, angepasst und daraufhin für die Online-Erhebung programmiert.

Die Repräsentativerhebung wurde vom 30. April bis 2. Juni 2019 online von approxima, Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung Weimar, mit dem Online Access Panel von Norstat (www.norstat.de) durchgeführt. Aus diesem Panel, das in Deutschland einen Pool von ca. 90.000 aktiven Panelisten umfasst, wurde eine Stichprobe von 1.007 jungen Menschen befragt. Die ungewichtete Stichprobe lag in fast allen Parametern – entsprechend der Vergleichsdaten des Statistischen Bundesamts¹⁰ – nah an der Grundgesamtheit. Allerdings konnte die angestrebte Verteilung im Hinblick auf die formale Bildung nicht zufriedenstellend erreicht werden. Eine nachträgliche Gewichtung erfolgte deshalb vor allem bei den Bildungsmerkmalen „ohne Schulabschluss“, „Hauptschulabschluss“ und „Abitur, Hochschulreife“. Die gewichtete Stichprobe ist für die deutschsprachige Wohnbevölkerung von 14 bis 22 Jahren repräsentativ, das heißt, die Stichprobe ist sozusagen ein verkleinertes Abbild der Grundgesamtheit der deutschsprachigen Menschen dieser Altersgruppe in Deutschland. Die soziodemografischen Merkmale der Stichprobe sind in Tabelle 2 dargestellt.

Tabelle 2: Merkmale der Stichprobe der Repräsentativerhebung

Geschlecht	Herkunft	Tätigkeit	Bildung
51 % männlich 48 % weiblich 1 % divers	29 % mit Migrations- hintergrund 14 % aus Ost-, 86 % aus Westdeutschland (und Berlin)	43 % Schule 15 % Berufsausbildung 14 % Studium 13 % Berufstätigkeit 13 % Sonstige Tätigkeit 2 % Keine Angabe	43 % noch in Schule 9 % Hauptschulabschluss 20 % mittlerer Schul- abschluss 25 % Abitur, Hochschulreife 3 % ohne oder anderer Schulabschluss oder keine Angabe

Da in dieser Altersgruppe nahezu alle das Internet nutzen, kann ausgeschlossen werden, dass mangelnder Internetzugang die Stichprobe verzerrt.¹¹ Die Befragung bei „Zukunft – Jugend fragen“ erfolgte mit „responsive design“, das heißt, sie war gleichermaßen auf Endgeräten wie Smartphone, Notebook, Tablet oder Desktop-Computer verfügbar. Die Befragungszeit umfasste

¹⁰ Daten des Statistischen Bundesamts sind unter www.destatis.de bzw. in der Datenbank Genesis (<https://www-genesis.destatis.de/genesis/online>) verfügbar.

¹¹ Nach dem Digitalindex 19/20 (Initiative D21 (2020, S. 14) liegt in der Altersgruppe 14 – 19 Jahre die Internetnutzung gesamt bei 98 Prozent und die mobile Internetnutzung bei 93 Prozent; in der Altersgruppe 20 – 29 Jahre beläuft sich die Internetnutzung gesamt auf 99 Prozent und die mobile Internetnutzung auf 95 Prozent. Entsprechend der Onlinestudie von ARD und ZDF (Beisch et al. 2019, S. 375) geben bei den 14- bis 19-Jährigen 100 Prozent der Befragten an, an einem normalen Tag online gewesen zu sein, bei den 20- bis 29-Jährigen liegt diese sogenannte Tagesreichweite bei 97 Prozent.

ca. 30 Minuten, die auf zwei Befragungen derselben Befragten im Zeitumfang von jeweils ca. 15 Minuten aufgeteilt wurde. Dies sollte, angesichts des Befragungsumfangs dazu dienen, die durchgehende Aufmerksamkeit der Befragten und damit eine hohe Datenqualität sicherzustellen. Dieses Vorgehen hat sich allerdings hinsichtlich der Effizienz, der Fehleranfälligkeit und der Sicherung der Repräsentativität der Stichprobe in der Praxis als nicht optimal erwiesen.

Nach der Kontrolle des Datensatzes wurden die Befunde statistisch ausgewertet. Die statistische Auswertung umfasste Tabellierungen nach soziodemografischen Merkmalen der Befragten, eine Rekonstruktion der drei Jugendtypen (siehe Kapitel 3) mit clusteranalytischen Methoden, sowie weitere statistische Analysen, die für die Beantwortung der Forschungsfragen geeignet waren. Dazu zählten Faktorenanalysen, um Items, die Einstellungen oder selbstberichtete Verhaltensweisen messen, im Hinblick auf die zugrunde liegenden Dimensionen zu analysieren. Mit Signifikanztests wurde ermittelt, ob die Unterschiede von Merkmalen bei verschiedenen Gruppen jeweils statistisch bedeutsam sind. Zum Einsatz kamen in Abhängigkeit von den statistischen Voraussetzungen t-Test, Chi-Quadrat-Test und Varianzanalysen. Dabei wurde ein für sozialwissenschaftliche Zwecke übliches Konfidenzintervall von 95 Prozent zugrunde gelegt. Merkmale werden als signifikant überrepräsentiert oder überdurchschnittlich beziehungsweise unterrepräsentiert oder unterdurchschnittlich interpretiert, wenn die Wahrscheinlichkeit dafür bei mindestens 95 Prozent ($p < .05$) liegt (vgl. etwa Sedlmeier 2013).

2.4 Anmerkungen zum zeitlichen Verlauf des Projekts

Parallel zu dem Verlauf des Projekts „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ entstand die Bewegung Fridays for Future und wuchs rapide. Zweifellos hat Fridays for Future dadurch Einfluss auf die Befunde der Jugendstudie genommen, da durch die Bewegung das Thema Klimaschutz unter jungen Menschen bekannter und breiter diskutiert wurde als vorher. Tabelle 3 zeigt eine Übersicht über Eckpunkte der Chronologie von Fridays for Future und der Jugendstudie.

Tabelle 3: Zeitlicher Verlauf von Fridays for Future und „Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Fridays for Future ¹²	Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“
August 2018: Erster Schulstreik von Greta Thunberg in Stockholm	Ab September 2018: Bildung des Jugendbeirats und Entwicklung von Forschungsfragen 22. bis 28. November 2018: Durchführung der Online-Community
Dezember 2018: UN-Klimakonferenz in Katowice mit Beteiligung von Greta Thunberg / erste Klimastreiks in Deutschland	
Januar 2019: Weltwirtschaftsforum Davos mit Beteiligung von Greta Thunberg.	
Februar und März 2019: zunehmend mehr Klimastreiks in vielen Städten / 1. März Teilnahme von Greta Thunberg an Klimastreik-Demonstration in Hamburg / 15. März 1. Globaler Klimastreik in Deutschland, Teilnahme von mehr als 300.000 Schülern und Schülerinnen in mehr als 230 Städten.	27. und 28. Februar 2019: Durchführung von 4 Fokusgruppen in Hamburg, und Lüneburg

¹² Siehe https://de.m.wikipedia.org/wiki/Fridays_for_Future und https://de.wikipedia.org/wiki/Greta_Thunberg

Fridays for Future ¹²	Projekt „Zukunft? Jugend fragen! 2019“
Mai 2019: 23. bis 26. Mai Direktwahl zum Europäischen Parlament in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union / 24. Mai 2. Globaler Klimastreik: in Deutschland Teilnahme von ca. 320.000 Menschen in mehr als 200 Städten.	30. April bis 2. Juni 2019: Durchführung der Repräsentativerhebung
September 2019: Teilnahme von Greta Thunberg am UN-Klimagipfel und der Generalversammlung der Vereinten Nationen in New York / 20. September in Deutschland Zusammenkunft des Klimakabinetts, am gleichen Tag 3. Globaler Streik von Fridays for Future	17. August 2019: Erste Veröffentlichung von Ergebnissen im Rahmen des Tags der Offenen Tür des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit in Berlin
November / Dezember 2019: 29. November 4. Globaler Klimastreik / Dezember Weltklimakonferenz in Madrid (COP 25)	31. Januar 2020: Forum zur Jugendstudie Zukunft? Jugend fragen! „Umwelt und Klima – Wohin wollen wir?“ in Berlin und Veröffentlichung der Broschüre „Zukunft? Jugend fragen“

Während der Online-Community im November 2018 war Fridays for Future noch weitgehend unbekannt. Schon wenige Monate später war die Bewegung durch die regelmäßigen Streiks und Demonstrationen in Deutschland und die hohe Medienpräsenz bekannt(er) geworden. Die Fokusgruppen fanden in Hamburg und Lüneburg zeitlich unmittelbar vor einer großen Demonstration von Fridays for Future mit Greta Thunberg in Hamburg statt. Dies eröffnete interessante Möglichkeiten, mit den Teilnehmenden darüber zu diskutieren. Bei der Repräsentativerhebung im Mai 2019 schließlich lag die Bekanntheit von Fridays for Future bei 80 Prozent und etwa ein Viertel der Befragten gab an, schon einmal an einem Freitag für Klimathemen gestreikt zu haben (vgl. Kapitel 5.1 und BMU/UBA 2020).

3 Jugendentypen

Als Interpretationshintergrund wurde bei der Analyse der Repräsentativerhebung das Modell der Jugendsegmente aus der ersten Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ (BMUB 2018) zugrunde gelegt. Dort wurde eine Jugendentypologie entwickelt, die „Idealistische“, „Pragmatische“ und „Distanzierte“ unterscheidet. Mittels clusteranalytischer Methoden wurde diese Segmentierung mit den Daten der neuen Erhebung reproduziert. Nach der Darstellung der Methode erfolgt eine kurze theoretische Einordnung. Danach werden die Jugendentypen im Einzelnen vorgestellt. In den nachfolgenden Kapiteln wird an geeigneter Stelle auf die Jugendentypen Bezug genommen, um die Befunde differenziert darzustellen.

3.1 Ermittlung der Jugendentypen

Zunächst wurden aus der Befragung von „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ (BMUB 2018) mit diskriminanzanalytischen Methoden diejenigen Items ermittelt, die besonders gut zu einer Trennung der drei Jugendgruppen beigetragen haben. Dabei handelte es sich um Aussagen zu Politik, Gesellschaft, Konsum und Nachhaltigkeit. Die Mittelwerte dieser sogenannten „aktiven Variablen“ dienten als Anfangswerte für die Clusterung der Daten der neuen Erhebung. Die standardisierten Mittelwerte dieser Items befinden sich in Anhang 9.4. Zum Einsatz kam die Clusterzentrenanalyse von SPSS. Tabelle 4 zeigt eine Übersicht über die aktiven Variablen sowie die Verteilung der drei Typen bei diesen Merkmalen. Methodisch wurden die drei Gruppen also anhand von Aussagen der Befragten zu Politik, Gesellschaft, Konsum und Nachhaltigkeit gebildet. Erst danach wurde untersucht, wie sich die Gruppen hinsichtlich soziodemografischer Merkmale verteilen.

Tabelle 4: Jugendentypen

	Gesamt- stichprobe	Idealistische	Pragmatische	Distanzierte
Politik und Gesellschaft				
Anteil der Befragten, der folgenden Aussagen „voll und ganz“ oder „eher“ zustimmt				
Mir ist es sehr wichtig, in einer Demokratie zu leben.	87 %	95 %*	90 %	72 %*
Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen zukünftige Generationen wahrscheinlich leben müssen.	79 %	94 %*	69 %*	76 %
Politik interessiert mich eigentlich nicht.	38 %	15 %*	42 %	63 %*
Wir brauchen in Zukunft mehr Wirtschaftswachstum, auch wenn das die Umwelt belastet.	32 %	8 %*	55 %*	28 %
Alltag und Konsum				
Anteil der Befragten, der es „sehr“ und „eher“ wichtig findet...				
möglichst preisgünstig einzukaufen.	80 %	69 %*	84 %	92 %*

	Gesamt- stichprobe	Idealistische	Pragmatische	Distanzierte
viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben.	72 %	75 %	80 %*	54 %*
fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen.	71 %	89 %*	62 %*	61 %*
die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben.	53 %	31 %*	87 %*	30 %*
Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen.	41 %	21 %*	72 %*	20 %*
sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren.	29 %	49 %*	15 %*	20 %*

* signifikant im 95-Prozent-Konfidenzintervall ($p < .05$)

Die vorliegende Typologie wurde in dem Vorgängerprojekt „Zukunft? – Jugend fragen! 2017“ (BMU/UBA 2018) und in der Umweltbewusstseinsstudie 2018 (BMU/UBA 2019) eingesetzt. Damit liegt insgesamt ein Wissen über diese Jugendtypen vor, das über die Fragen der aktuellen Erhebung hinausgeht und Einschätzungen zu den Typen auf einer breiteren Datenbasis erlaubt. In der Umweltbewusstseinsstudie 2018 (BMU/UBA 2019, S. 15f und S. 73f.) haben die drei Jugendtypen ihren Platz im Modell der sozialen Milieus in Deutschland (nach sociodimensions) gefunden und ersetzen das zuvor zusammenfassend als „Junge Milieus“ beschriebene Segment (vgl. BMU/UBA 2017, S. 78f.).

In der Sinus Jugendstudie (Calmbach et al. 2020, S. 43ff.) werden deutlich mehr, nämlich sieben Lebenswelten von Jugendlichen beschrieben. Doch auch in dieser Studie wird die Vielfalt oftmals in drei bis vier zentrale Segmente zusammengefasst. So findet sich in themenspezifischen Kapiteln der Sinus Jugendstudie oft die Unterteilung in vier Lebenswelten (etwa in dem Kapitel 5, Alltagsleben und -erleben, S. 194f.):

- Mainstream-Lebenswelten, zu denen insbesondere „Adaptiv-Pragmatische“ zählen
- Bildungsferne Lebenswelten, die insbesondere durch „Prekäre“ und „Konsum-Materialisten“ geprägt werden
- Postmaterielle Lebenswelten mit den „Postmateriellen“
- Postmoderne Lebenswelten, in denen sich „Expeditiv“ und „Experimentalisten“ finden

Diese vier Lebenswelten lassen sich mit den Jugendgruppen von „Zukunft? – Jugend fragen!“ in Beziehung setzen, auch wenn sie sich nicht direkt entsprechen: So korrespondieren die „Mainstream-Lebenswelten“ von Sinus mit den „Pragmatischen“ von „Zukunft? – Jugend fragen!“. Die „Bildungsfernen“ von Sinus zeigen Parallelen zu den „Distanzierten“. Die „Postmateriellen“ von Sinus haben Ähnlichkeit mit den „Idealistischen“, zu denen am ehesten auch die „Postmodernen“ von Sinus zu zählen sind.

Reckwitz (2017, 2019) geht nach seinen aktuellen soziologischen Forschungen von drei Klassen in Deutschland aus. Er spricht bewusst von „Klassen“, da die Unterschiede der Lebenswelten inzwischen so groß sind, dass eine Durchlässigkeit nur noch schwer möglich ist (2019, S. 50). Die drei Klassen sind:

- ▶ Die Moderne Mittelklasse: die kulturell, ökonomisch und politisch einflussreichste Gruppe der spätmodernen Gesellschaft. Es ist die Klasse der Hochqualifizierten, die oftmals in der Wissensökonomie beschäftigt sind und für die erfolgreiche Selbstverwirklichung und urbaner Kosmopolitismus im Zentrum stehen (ebd. S. 63f.).
- ▶ Die Alte Mittelklasse: die „Erbin“ der nivellierten Mittelschicht der industriellen Moderne. Die Angehörigen dieser Klasse verfügen tendenziell über mittlere berufliche Positionen; sie orientieren sich an Status und Lebensstandard und sind charakterisiert durch Sesshaftigkeit, Ordnung und kultureller Defensive (ebd. S. 68f.).
- ▶ Die Prekäre Klasse: die neue Unterklasse, die in den letzten Jahren deutlich angewachsen ist, in strukturell unsicheren Lebensverhältnissen lebt und mit sozialer Abwertung konfrontiert ist. Zentrale Merkmale dieser Klasse sind „Sichdurchbeißen“ und Deklassierung (ebd. S. 72f.)

Hinzu kommt die Oberklasse der „Superreichen“, die von Reckwitz aber nicht weiter analysiert wird. Reckwitz setzt seine Klassen mit den Milieus von Sinus in Beziehung und sieht deutliche Parallelen (ebd. S. 86f): Demnach lässt sich die differenzierte Milieulandkarte von Sinus in das abstraktere Modell der drei Klassen übersetzen und umgekehrt.

Die Arbeiten von Reckwitz beziehen sich auf die Gesamtbevölkerung und nicht speziell auf junge Menschen. Deshalb ist eine Übertragung auf die Jugendtypen von „Zukunft? – Jugend fragen!“ nicht ganz problemlos. So kann man sicherlich davon ausgehen, dass junge Menschen in ihren Orientierungen weniger festgelegt sind als die älteren. Gleichwohl erscheint eine Ähnlichkeit der drei Klassen von Reckwitz mit den drei Jugendgruppen von „Zukunft? – Jugend fragen!“ offenkundig: Die „Idealistischen“ als hoch gebildete und kulturell offene Gruppe korrespondieren mit der „modernen Mittelklasse“. Die „Pragmatischen“, die sich an tradierten Maßstäben von Erfolg und Wohlstand orientieren, lassen sich am ehesten in der alten Mittelklasse verorten. Die „Distanzierten“ schließlich dürften überwiegend zu der „prekären Klasse“ zählen.

3.2 Die „Idealistischen“ (35 Prozent): „Nachhaltig leben und die Welt zu einem besseren Ort machen“

Soziodemografisches Profil

- ▶ In dieser Gruppe sind deutlich mehr Mädchen und junge Frauen (61 Prozent im Vergleich zu 38 Prozent männlichen Befragten)
- ▶ 64 Prozent gehen auf ein Gymnasium, haben Abitur oder einen Hochschulabschluss; Studierende sind mit 21 Prozent überrepräsentiert
- ▶ Die meisten (76 Prozent) leben noch bei ihren Eltern
- ▶ 23 Prozent haben eine Migrationsbiografie; dies sind weniger als der Durchschnitt (in der gesamten Stichprobe sind es 29 Prozent)

Kurzcharakteristik

Für die „Idealistischen“ haben Werte wie Toleranz, Respekt und Vielfalt eine hohe Bedeutung, ebenso Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Daneben sind ihnen – wie anderen jungen Menschen auch – Schule, Ausbildung und Studium sowie die Familie, Freundinnen und Freunde wichtig. Sie

sind überdurchschnittlich leistungsorientiert und kulturell interessiert (siehe auch BMUB 2018, BMU/UBA 2019).

Einstellungen zu Politik und Umwelt

Die Zugehörigen dieser Gruppe sind mehr als ihre Altersgenossen an Politik interessiert. In einer Demokratie zu leben und an Wahlen teilzunehmen wertschätzen sie in besonderem Maße. Umwelt- und Klimaschutz ist für überdurchschnittlich viele von ihnen sehr wichtig (69 Prozent im Vergleich zu 45 Prozent in der Gesamtstichprobe). Sie kritisieren den Vorrang von Wirtschaftswachstum und die schädlichen Auswirkungen einer konsumorientierten Lebensweise. Häufiger als andere sprechen sie sich dafür aus, die Verursacherinnen und Verursacher von Umwelt- und Klimaschäden stärker zur Verantwortung zu ziehen und eine höhere Besteuerung für umwelt- und klimaschädliche Produkte und Verhaltensweisen einzusetzen.

Die „Idealistischen“ schätzen ihre eigene (internale) politische Selbstwirksamkeit als recht hoch ein, haben aber wenig Vertrauen in Politikerinnen und Politiker. Diese skeptische Beurteilung von Politikerinnen und Politikern schlägt sich auch in der Beurteilung von deren Einsatz für den Umwelt- und Klimaschutz nieder. Ihrer Ansicht nach tun Bundesregierung, Städte und Gemeinden, aber auch die Industrie sowie jeder und jede Einzelne nicht genug für den Umwelt- und Klimaschutz.

Engagement, Alltag und Konsum

Die „Idealistischen“ engagieren sich überdurchschnittlich oft, indem sie an Demonstrationen teilnehmen oder Online-Aktionen oder Online-Petitionen unterstützen. Nicht überraschend nehmen sie auch häufiger als andere Jugendtypen an Aktionen von Fridays for Future teil (31 Prozent). Sie sind von der hohen Bedeutung des Themas für die Zukunft überzeugt und es liegt ihnen viel daran, etwas zu bewegen und andere Menschen positiv zu beeinflussen.

In ihrem Alltag achten sie auf vielfältige Weise auf nachhaltiges Verhalten. Umweltfreundlicher Konsum wie der Kauf von Fairtrade und Bioprodukten oder der Verzicht von Plastik hat für sie hohe Bedeutung. Auch leben überdurchschnittlich viele vegetarisch oder vegan. An beschleunigtem oder status-orientiertem Konsum zeigen sie wenig Interesse. Eine Ausnahme ist das Reisen, das für die „Idealistischen“ hohe Bedeutung hat. Auch suffizienz-orientierte Verhaltensweisen und Konsumverzicht ist ihnen ein Anliegen.

Informationsverhalten und Umweltwissen

Unter den drei Jugendtypen verfügen die „Idealistischen“ über signifikant mehr Umweltwissen als die anderen. Deutlich häufiger als andere geben sie auch an, persönliche Kontakte und Gespräche als Informationsquellen zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen zu nutzen. Dies dokumentiert nicht zuletzt, dass Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes breiten Eingang in ihre Lebenswelt und ihre Kommunikation mit Freundinnen und Freunden oder Verwandten gefunden haben. Auch bei den meisten anderen Informationsquellen über Nachhaltigkeitsthemen liegen die „Idealistischen“ vor den beiden anderen Typen. Zudem sind ihnen Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen“ wichtiger als ihren Altersgenossen.

3.3 Die „Pragmatischen“ (39 Prozent): „Flexibel sein und Chancen wahrnehmen“

Soziodemografisches Profil

- ▶ Mit 66 Prozent klarer Schwerpunkt bei männlichen Befragten
- ▶ Befragte mit Gymnasialbildung sind unterrepräsentiert; Azubis, sowie Schülerinnen und Schüler sind leicht überrepräsentiert
- ▶ Drei Viertel von ihnen (77 Prozent) lebt noch bei den Eltern
- ▶ Der Anteil von jungen Menschen mit Migrationsbiografie liegt mit 31 Prozent leicht über dem Durchschnitt der Altersgruppe

Kurzcharakteristik

Die „Pragmatischen“ denken vor allem an ihre eigene Lebensgestaltung und orientieren sich dabei auf pragmatische Weise an tradierten Maßstäben von Erfolg und Wohlstand. Konsumansprüche sind für sie sehr wichtig. Sie sind davon überzeugt, dass auch weiterhin wirtschaftliches Wachstum benötigt wird, um den gesellschaftlichen Wohlstand zu erhalten. (siehe auch BMUB 2018, BMU/UBA 2019).

Einstellungen zu Politik und Umwelt

Bei ihren Einstellungen zu Demokratie und Politik entsprechen die „Pragmatischen“ weitgehend dem Durchschnitt der Gesamtstichprobe. Für die große Mehrheit von ihnen ist es wichtig, in einer Demokratie zu leben und an Wahlen teilzunehmen. Umwelt und Klima haben für Zugehörige zu dieser Gruppe aber einen geringeren Stellenwert als für die anderen Gruppen. Nur 30 Prozent von ihnen schätzt Umwelt- und Klimaschutz als sehr wichtig ein (in der Gesamtstichprobe sind es 45 Prozent). Stärker als andere betonen die „Pragmatischen“ zudem mögliche Konflikte zwischen Ökologie und Sozialem, etwa in Bezug auf Nachteile für die Industrie, den Verlust von Arbeitsplätzen oder steigende Mieten. Sinnvolle Maßnahmen für die Umwelt- und Klimapolitik sehen sie überdurchschnittlich oft in der Förderung von neuen Technologien und Forschung. Von Verboten oder finanziellen Sanktionen halten sie eher wenig.

Die externale politische Selbstwirksamkeit, also das Vertrauen in Politikerinnen und Politiker, ist bei den „Pragmatischen“ stärker als bei den anderen Jugendtypen. Dies könnte auch erklären, warum sie mit dem Engagement von politischen Akteurinnen und Akteure (insbesondere der Bundesregierung) überdurchschnittlich zufrieden sind. Auch in Hinblick auf das Engagement anderer Akteursgruppen wie Städte und Gemeinden, der Industrie und auch jeder und jedem Einzelnen sind sie überdurchschnittlich zufrieden.

Engagement, Alltagsverhalten und Konsum

Immerhin 21 Prozent der „Pragmatischen“ haben an Aktionen von Fridays for Future teilgenommen. Die Mehrheit sieht zwar die große Bedeutung des Themas Klimawandel für die Zukunft, über idealistische Motive – wie etwa, dass ihnen das Thema am Herzen liegt – sind sie weniger ansprechbar. Mehr als andere möchten sie etwas gemeinsam mit Freunden oder Freundinnen erleben oder lernen und nützliche Erfahrungen machen.

Die jungen Menschen innerhalb dieser Gruppe möchten an der Konsumwelt teilhaben und messen einem beschleunigten oder statusorientierten Konsumstil hohe Bedeutung bei. Neueste Technik etwa bei Computer oder Smartphones, modische Kleidung und Reisen sind für sie wichtige Konsumprodukte. Ihre Bereitschaft zu nachhaltigem Verhalten ist im Gruppenvergleich

am geringsten. Einem umweltschonenden Konsum können sie vergleichsweise wenig abgewinnen. Zwar versucht auch in dieser Gruppe die Mehrheit, Plastik zu vermeiden, aber es sind weniger als bei ihren Altersgenossen. Sowohl der Kauf von Fairtrade- oder Bioprodukten als auch eine vegane oder vegetarische Ernährung hat für sie unterdurchschnittliche Relevanz. Dasselbe gilt für suffizienz-orientierte Verhaltensweisen wie etwa Sharing, Secondhandkauf oder Konsumverzicht.

Informationsverhalten und Umweltwissen

In Bezug auf ihr Umweltwissen liegen „Pragmatische“ und „Distanzierte“ etwa gleichauf. Diese beiden Gruppen verfügen über weniger Umweltwissen als die „Idealistischen“. Informationen über Nachhaltigkeitsthemen gewinnen die „Pragmatischen“ zumeist über Schule, Hochschule oder Beruf. Die Nutzung von Medien zur Information über Nachhaltigkeitsthemen ist durchschnittlich. Weniger häufig als andere geben sie an, dass sie sich in persönlichen Gesprächen über Nachhaltigkeitsthemen informieren. Auch Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen sind ihnen nur unterdurchschnittlich wichtig.

3.4 Die „Distanzierten“ (26 Prozent): „So gut es geht mein eigenes Ding machen“

Soziodemografisches Profil:

- Ausgeglichenes Geschlechterverhältnis
- Befragte mit Gymnasialbildung sind unterrepräsentiert¹³; mit 18 Prozent sind überdurchschnittlich viele bereits berufstätig
- Zwar leben die meisten noch bei ihren Eltern, aber überdurchschnittlich viele (15 Prozent) leben mit ihrem Partner oder ihrer Partnerin zusammen
- Der Anteil von jungen Menschen mit Migrationsbiografie ist mit 32 Prozent etwas höher als im Durchschnitt der Altersgruppe

Kurzcharakteristik

Auch für die „Distanzierten“ sind Familie, Partnerschaft sowie Freundinnen und Freunde von hoher Bedeutung. Darüber hinaus haben sie geringere Ansprüche an ihr Leben als andere in ihrer Altersgruppe. Ihre innere Haltung scheint durch zurückgenommene oder enttäuschte Erwartungen geprägt, als ob sie viele Ziele ohnehin nicht für erreichbar halten (siehe auch BMUB 2018, BMU/UBA 2019).

Einstellungen zu Politik und Umwelt

Die Zugehörigen dieser Gruppe sind weniger an Politik interessiert als andere junge Menschen und ihre Distanz zu politischen und gesellschaftlichen Themen ist größer. Auch ihnen ist es mehrheitlich wichtig, in einer Demokratie zu leben, allerdings im Vergleich zu den übrigen Befragten etwas weniger häufig. Im Vergleich zu den anderen Jugendtypen schätzen sie ihre eigene (internale) politische Selbstwirksamkeit am geringsten ein, zudem haben sie relativ wenig Vertrauen in Politikerinnen und Politiker.

Klimawandel und Umweltprobleme sind ihnen durchaus bewusst: 35 Prozent von ihnen schätzt den Umwelt- und Klimaschutz als sehr wichtig ein. Damit liegen sie zwischen den

¹³ Die Bildungsunterschiede sind allerdings in der vorliegenden Studie weniger deutlich als in vorhergehenden Untersuchungen, bei denen diese Typologie zum Einsatz kam.

„Idealistischen“ und den „Pragmatischen“. Auch die „Distanzierten“ sehen im Umwelt- und Klimaschutz überwiegend eine wichtige Voraussetzung für das Erreichen von sozialen Zielen. Allerdings finden es viele der „Distanzierten“ (41 Prozent) unfair, dass sich ärmere Menschen umweltfreundliche Produkte oftmals nicht leisten können. Sie glauben überdurchschnittlich oft, dass sich Klima- und Umweltpolitik am besten durch finanzielle Unterstützung von umwelt- und klimafreundlichen Produkten und Verhaltensweisen betreiben lässt.

Engagement, Alltagsverhalten und Konsum

Eigenes Engagement ist eher nicht die Sache der „Distanzierten“. Das zeigt sich auch darin, dass in dieser Gruppe nur vergleichsweise wenige (14 Prozent) an Aktionen von Fridays for Future teilgenommen haben. Der wichtigste Grund für eine Nicht-Teilnahme ist bei ihnen überdurchschnittlich oft, dass sie momentan im Leben andere Herausforderungen zu bewältigen habe (zum Beispiel Schule schaffen, Job finden).

In Alltag und Konsum spielen Preisargumente für die „Distanzierten“ eine besonders wichtige Rolle. Sie sind in vielen Konsumbereichen zurückhaltender als ihre Altersgenossen und äußern geringere Ansprüche. So messen sie etwa Reisen, Technik und Kleidung eine deutlich geringere Wichtigkeit bei als ihre Altersgenossen. Diese Zurückhaltung betrifft auch den nachhaltigen Konsum. Der Kauf von fair hergestellten und gehandelten Produkten und Bio-Lebensmitteln sowie einer vegetarischen bzw. veganen Ernährungsweise haben für die „Distanzierten“ einen geringeren Stellenwert als für die Gesamtstichprobe. Dies dürfte vor allem auf Preisbarrieren zurückzuführen sein. Gebrauchtkauf und Weitergeben von Produkten durch Schenken oder Tauschen sind für die „Distanzierten“ in ähnlichem Maße wichtig wie für die gesamte Stichprobe.

Umweltwissen und Informationsverhalten

In Bezug auf ihr Umweltwissen liegen „Distanzierte“ und „Pragmatische“ etwa gleichauf. Beide Gruppen wissen deutlich weniger Bescheid als die „Idealistischen“. Mit Blick auf Informationsquellen geben die „Distanzierten“ über alle abgefragten Informationsquellen hinweg seltener an, darüber etwas über Umwelt- und Naturschutz zu erfahren. Auch Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen bewerten die „Distanzierten“ als weniger wichtig.

4 Umwelt- und Klimaschutz in der Wahrnehmung junger Menschen

Schon vor der Bewegung Fridays for Future waren Umwelt, Klima und Nachhaltigkeit für Jugendliche und junge Erwachsene zentrale Zukunftsthemen. Bereits in der ersten Erhebung von „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ kam ein hohes Maß an Problembewusstsein und Sorge um die langfristige Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen zum Ausdruck (BMUB 2018, S. 25). Gleichwohl hatten in ihrem Alltag oft andere Dinge Vorrang – wie etwa Ausbildung, Freizeit, Entspannung, Neues erleben und Lebensgenuss (BMUB 2018, S. 15). Wie sich Umwelt- und Klimaschutz in der Wahrnehmung junger Menschen im Jahr 2019 entwickelt hat, wird in den folgenden Kapiteln dargestellt. Zunächst wird der Stellenwert beleuchtet, der dem Thema Umwelt im Kontext anderer Themen zukommt, die junge Menschen in ihrem Alltag beschäftigen. Dies wird ergänzt durch die Einschätzung der Relevanz von Umwelt- und Klimaschutz als gesellschaftspolitisches Thema sowie die Einstellungen zum Zusammenhang von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit. Nach Befunden zum (allgemeinen und politischen) Selbstwirksamkeitserleben junger Menschen geht es um ihre Beurteilung relevanter Akteure des Umwelt- und Klimaschutzes sowie um die Wahrnehmung geeigneter Maßnahmen.

4.1 Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz

4.1.1 Themeninteressen

Um den Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz im Kontext der Lebenswelt junger Menschen zu verstehen, wurden die 23 Teilnehmende der **Online-Community** gebeten, sich im Rahmen eines Forums darüber auszutauschen was aus ihrer Sicht die wichtigsten Themen sind, die junge Menschen heute beschäftigen. Um Antworttendenzen zu vermeiden war den Befragten zu diesem Zeitpunkt nicht bekannt, dass Umwelt- und Klimaschutz im Zentrum des Erkenntnisinteresses der Online-Community stehen werden. (Die Ergebnisse der Online-Community fanden im späteren Verlauf des Projekts Eingang in die Gestaltung der Frage nach Themeninteressen für die Repräsentativerhebung.)

In Übereinstimmung mit anderen Studien (zum Beispiel BMUB 2018, S. 15; Quenzel et al 2019, S. 116) spielen soziale Bindungen (Familie, Partner und Partnerinnen, enge Freunde und Freundinnen...) auch bei den Teilnehmenden der **Online-Community** eine sehr wichtige Rolle, da sie den jungen Menschen Unterstützung und Sicherheit geben. Ihr Blick in die Zukunft ist oftmals mit Unsicherheit verbunden. Vielerlei Gründe spielen dafür eine Rolle, wie etwa negative Folgen der Digitalisierung, Sorge vor Erwerbs-/Altersarmut oder wachsender Leistungsdruck. Deshalb hat eine gute Ausbildung einen hohen Stellenwert für sie, ebenso wie der Wunsch nach einer sinnhaften beruflichen Tätigkeit. Weiterhin beschäftigt der gesellschaftliche Zusammenhalt die Teilnehmenden. Solidarität, Hilfsbereitschaft und Zivilcourage werden als wichtige Werte der Gesellschaft erlebt, die jedoch als fragil und bedroht wahrgenommen werden („Viele schauen lieber auf das Handy, wenn sie gerade von A nach B unterwegs sind und nicht mehr auf die Welt, in der Leute Hilfe brauchen.“).

Mode, Trends und Social Media stellen weitere wichtige Themenbereiche dar, die vor allem Bedürfnisse nach Verbundenheit und Dazugehören mit Gleichgesinnten erfüllen. Social Media ist der Dreh- und Angelpunkt der Information und Kommunikation der Teilnehmenden der Online-Community. Instagram, YouTube sowie der Streaming-Dienst Netflix sind die wichtigsten Kanäle für die Informationsbeschaffung und werden von den Teilnehmenden der Online-Community auch für Aufklärungskampagnen vorgeschlagen, um junge Menschen zu erreichen. Andererseits

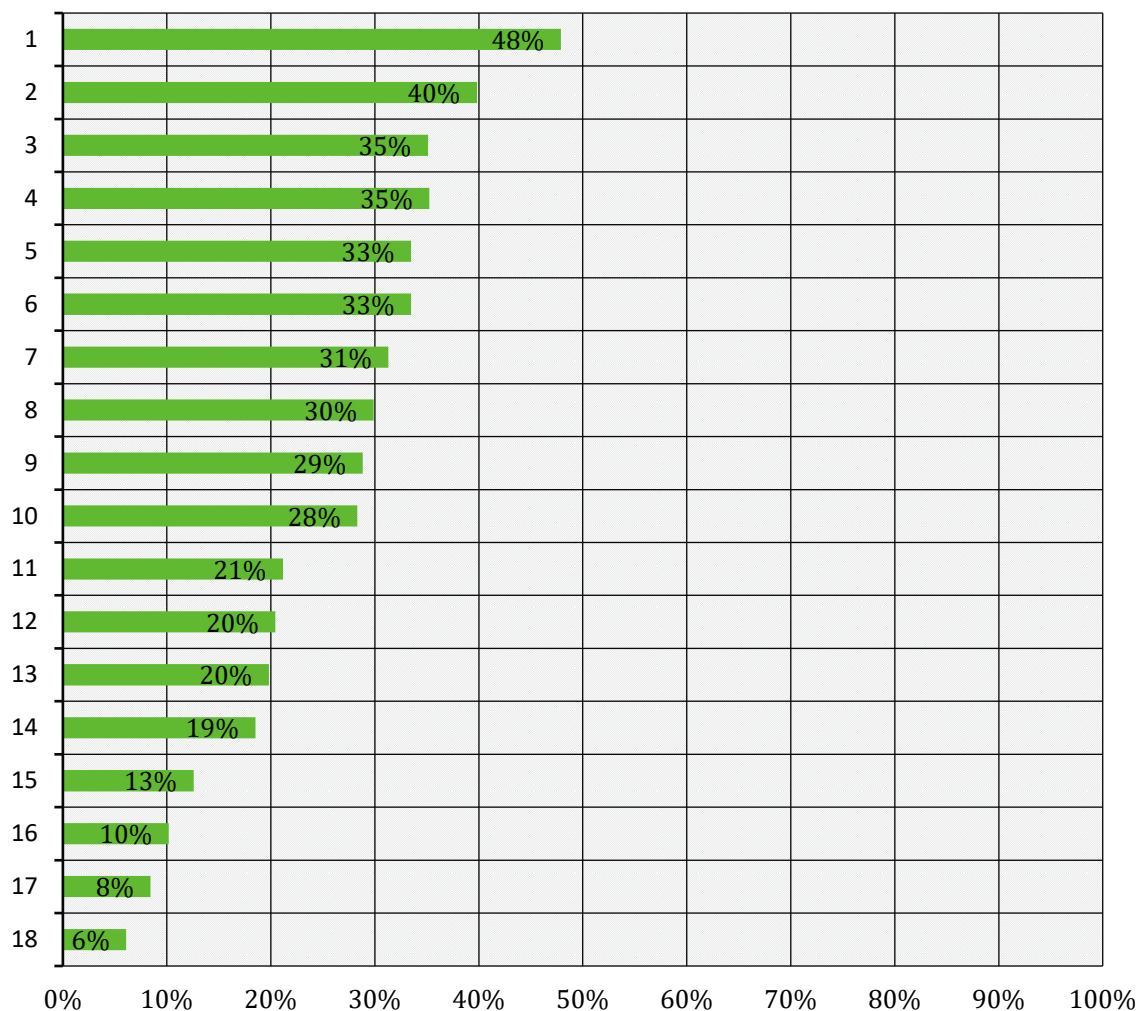
üben Teilnehmende an der Online-Community daran auch durchaus Kritik, etwa in Bezug auf Filterblasen oder die Sorge um persönliche Daten.

Schließlich zählen Klimawandel und Umweltverschmutzung und der Schutz der Lebensgrundlagen für die eigene und auch für künftige Generationen zu den Themen, die junge Menschen in der Online-Community bewegen (*„Die Welt verändert sich und wir als die nächste Generation müssen in dieser Welt leben also finde ich, dass wir uns Gedanken machen müssen, wie wir unsere Erde davor bewahren können.“*). Die Teilnehmenden der Online-Community nehmen einen Bedeutungszuwachs von Umwelt- und Klimaschutzthemen im politischen Diskurs wahr. Die Dringlichkeit spiegelt sich aber aus ihrer Sicht nicht in der Politik wider. Eigene Möglichkeiten eines wirksamen Engagements sind für die Teilnehmenden der Online-Community zu diesem Zeitpunkt (November 2018) noch nicht erkennbar. Fridays for Future oder die Entwicklung einer Jugendbewegung zum Klimaschutz sind noch nicht im Bewusstsein.

Die **Repräsentativerhebung** startete ebenfalls mit einer Abfrage nach den Themeninteressen der Befragten. Auch hier wussten die Befragten zu Beginn der Befragung noch nicht, dass zentrale Erhebungsthemen Umwelt- und Klimaschutz sind (um ein diesbezügliches „Framing“ der Antworten zu vermeiden). Ziel dieses offenen Zugangs war es, das Interesse an Umwelt- und Klimaschutz im Kontext von anderen Themen zu erheben, die für junge Menschen wichtig sind. Ausgehend von den Ergebnissen der Online-Community und in Anlehnung an die Jugendstudie Baden-Württemberg (Antes und Schiffers 2015, S. 89) sollten die Befragten anhand einer Liste möglicher Themen zunächst diejenigen ankreuzen, für die sie sich interessieren. Dann sollten sie daraus die fünf Themen auswählen, die sie am meisten interessieren.

An der Spitze stehen Schule, Ausbildung oder Studium, Familie sowie Freundinnen und Freunde (siehe Abbildung 1). Danach folgt mit 35 Prozent das Internet, noch vor Liebe und Partnerschaft sowie Sport. Mit 31 Prozent folgen Umwelt und Natur auf Platz 7. Themen, die nur wenige zu den fünf für sie interessantesten Themen zählen, sind Religion (8 Prozent) sowie Kunst/Kultur (6 Prozent).

Abbildung 1: Themeninteressen



Frage: Und wofür interessierst Du Dich gerade am meisten? Was sind Deine Top 5? Vergib bitte Platz 1 bis 5, indem Du die Themen in der Reihenfolge anklickst.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

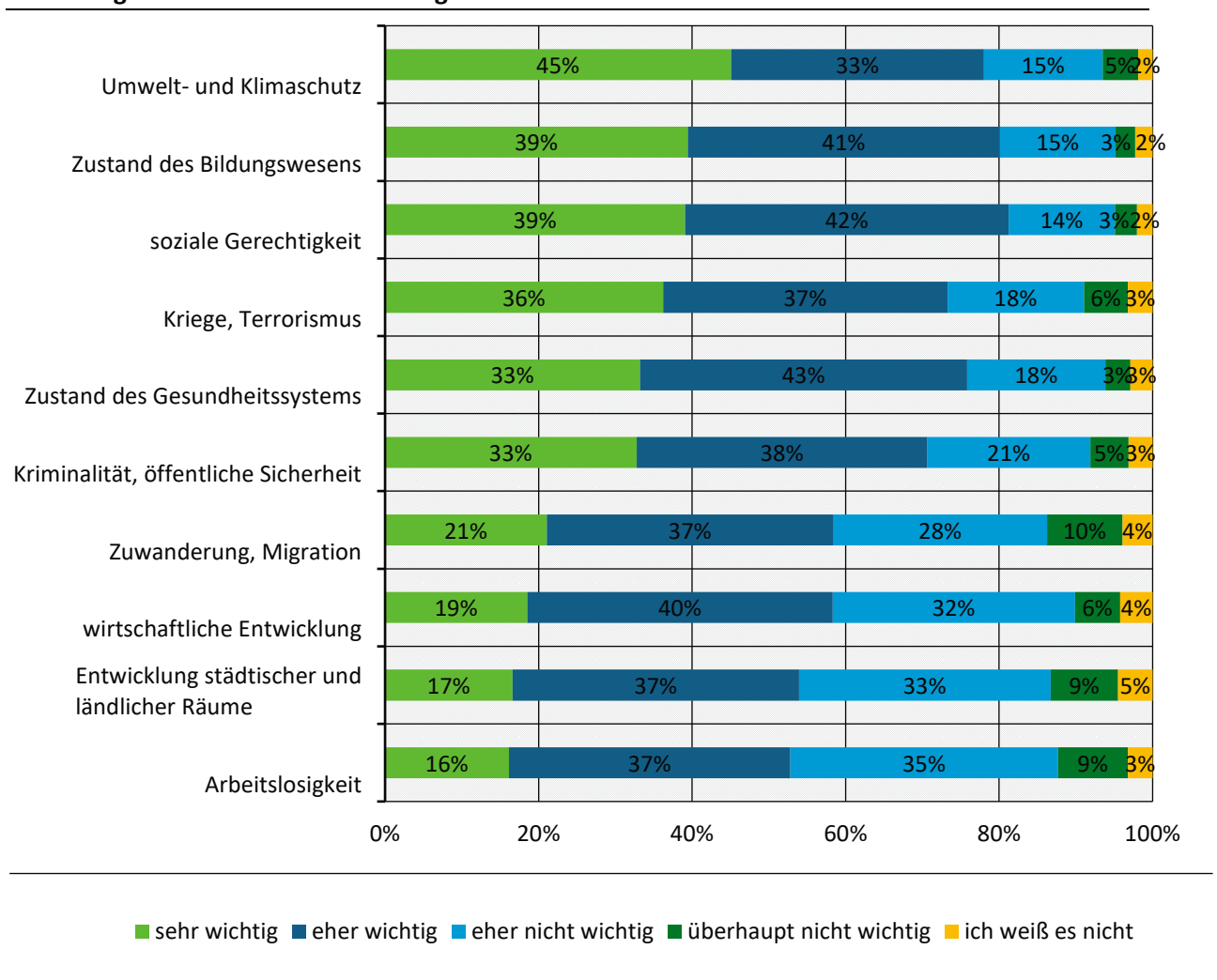
Im Vergleich zu der Studie von Antes und Schiffrers (2015, S. 65) ist das Interesse, das Umwelt und Natur eingeräumt wird, deutlich höher. Dort zählten etwa nur 11,5 Prozent der Befragten Umwelt und Natur zu ihren TOP5 Themen. Dieser Bedeutungszuwachs dürfte auf die hohe Aktualität des Themas Klimaschutz durch die Jugendbewegung Fridays for Future im Erhebungszeitraum der Repräsentativbefragung der Jugendstudie im Frühsommer 2019 zurückzuführen sein.

4.1.2 Wichtigste politische und gesellschaftliche Probleme

Noch deutlicher wird die Bedeutung von Umwelt- und Klimaschutz bei der Abfrage zu der aktuellen Relevanz verschiedener gesellschaftlicher Probleme. Dafür wurden in der **Repräsentativbefragung** zehn Problemfelder vorgegeben, und die jungen Befragten sollten ankreuzen, wie wichtig diese jeweils für sie sind. Diese Abfrage ist an das Vorgehen bei der Umweltbewusstseinsstudie 2018 (BMU/UBA 2019, S. 17) angelehnt. Abgefragt wurde somit der Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz im Vergleich zu anderen bedeutsamen

gesellschaftlichen und politischen Problemfeldern¹⁴. Die Ergebnisse sind in Abbildung 2 darstellt.

Abbildung 2: Persönliche Relevanz gesellschaftlicher Probleme



Frage: Auf dieser Liste stehen verschiedene Probleme, die die Menschen in Deutschland heute beschäftigen. Wie wichtig sind die jeweiligen Probleme für Dich?

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Dabei zeigt sich: Umwelt- und Klimaschutz ist das wichtigste Thema im Frühsommer 2019 (zum Zeitpunkt der Durchführung der Erhebung). Fast die Hälfte der befragten jungen Menschen findet Umwelt- und Klimaschutz sehr wichtig. In Anbetracht der Diskussionen um Fridays for Future und der Proteste junger Menschen, die in dieser Zeit die Medien beherrschten, ist das nicht überraschend.

Von ähnlich hoher Bedeutung wie Umwelt- und Klimaschutz sind der Zustand des Bildungswesens und das Thema soziale Gerechtigkeit (sehr wichtig für jeweils 39 Prozent). Die hohe Bedeutung, die dem Zustand des Bildungswesens beigemessen wird, lässt sich durch die direkte Betroffenheit junger Menschen erklären, von denen viele Bildungsinstitutionen besuchen. Auch das Thema der sozialen Gerechtigkeit beschäftigt junge Menschen in

¹⁴ Wohingegen es an dieser Stelle nicht um Umwelt und Klima im Alltagsleben der jungen Menschen geht, etwa in Relation zu Familie, Beruf oder Freizeit (diese Befunde sind in Kapitel 4.1.1 dargestellt).

besonderem Maße, wie auch die Befunde in Kapitel 4.2 zu ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit zeigen. Ebenfalls wichtig sind Kriege, Terrorismus und Kriminalität, öffentliche Sicherheit sowie der Zustand des Gesundheitswesens. Auffällig ist, dass Zuwanderung und Migration als weniger wichtige Probleme erlebt werden. Auch die wirtschaftliche Entwicklung und die Arbeitslosigkeit werden zu diesem Zeitpunkt als weniger wichtig wahrgenommen.

Die Reihenfolge der wichtigsten Probleme stimmt im Großen und Ganzen mit der der Zwischenerhebung der Umweltbewusstseinsstudie vom Sommer 2019 überein (Rubik et al. im Erscheinen). Auch in dieser Erhebung lag Umwelt- und Klimaschutz an der ersten Stelle der wichtigsten Probleme, gefolgt vom Zustand des Bildungswesens und der sozialen Gerechtigkeit¹⁵. Im Vergleich zu Erhebungen in 2018 hat Umwelt- und Klimaschutz auch in den Umweltbewusstseinsstudien einen deutlichen Bedeutungszuwachs erfahren.

Unter den Jugendtypen schätzt vor allem die Gruppe der Idealistischen Umwelt- und Klimaschutz besonders oft als sehr wichtig ein (69 Prozent). Bei den Distanzierten sind es 35 Prozent und bei den Pragmatischen 30 Prozent. Diese Unterschiede sind signifikant. Ebenso hat Umwelt- und Klimaschutz eine signifikant höhere Bedeutung für junge Frauen und für Befragte mit höherer Bildung sowie (schwächer signifikant) für Schülerinnen und Schüler, Studierende sowie für Befragte ohne Migrationshintergrund. Keine signifikanten Unterschiede liegen bei den Merkmalen Alter und Herkunft aus Ost- oder Westdeutschland vor.

4.2 Ökologische und soziale Nachhaltigkeit

Die befragten jungen Menschen der Repräsentativerhebung haben ein hohes Interesse an sozialen Themen, die das Zusammenleben der Menschen, Solidarität, Gerechtigkeit und Hilfe für andere betreffen. 87 Prozent der Befragten geben an, dass sie soziale Themen sehr oder eher interessieren, nur 10 Prozent finden solche Themen weniger oder gar nicht interessant und 3 Prozent machen dazu keine Angabe.

Ökologie und Soziales stehen in einem besonderen Spannungsfeld. So können Umwelt- und Klimaschutz dazu beitragen, dass das Zusammenleben der Menschen gesünder, lebenswerter und gerechter wird. Allerdings kann Umwelt- und Klimaschutz mit sozialen Themen auch in Konflikt stehen. Umweltgerechtigkeit ist mit dem Ziel verbunden, durch bestmögliche Umweltverhältnisse für alle Menschen unabhängig von ihrer sozialen Lage zur sozialen Gerechtigkeit insgesamt beizutragen (Bolte et al. 2012). Auch im Rahmen der intergenerationellen und der internationalen Gerechtigkeit spielt Umwelt- und Klimaschutz eine wichtige Rolle, weil er Lebensverhältnisse und Lebensqualität für nachkommende Generationen bzw. in anderen Ländern tangiert (ökologische Gerechtigkeit).

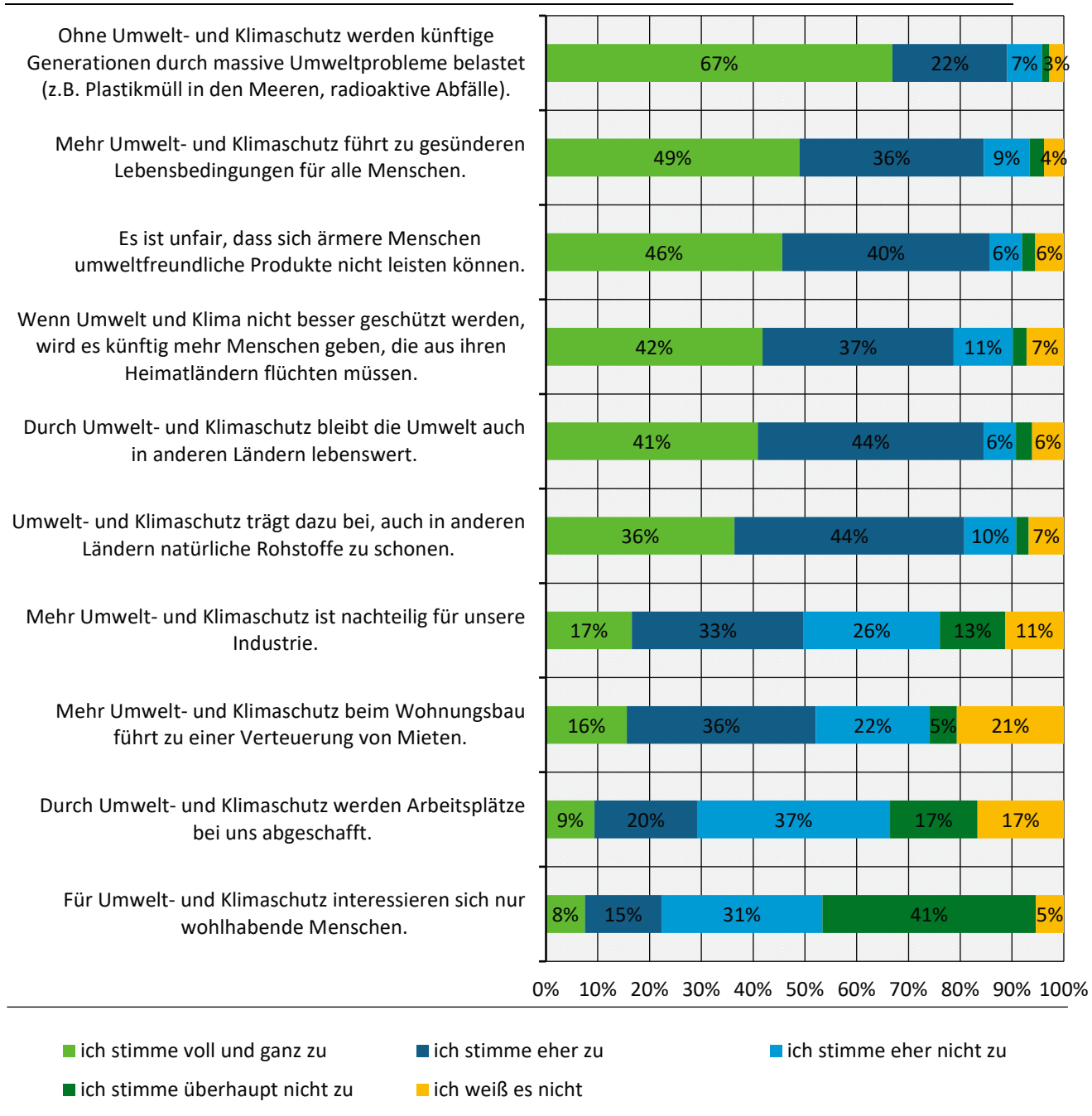
Welche Einstellungen haben junge Menschen hinsichtlich des Zusammenwirkens von Umwelt- und Klimaschutz und sozialen Themen? Ein Fragebereich der **Repräsentativbefragung** befasste sich mit dem Bewusstsein junger Menschen für Synergien und Konflikte von ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit. Der Hälfte der Befragten¹⁶ wurden in zufälliger Reihenfolge Aussagen zur Beurteilung vorgelegt, die ein positives Zusammenwirken beschreiben sowie mögliche Konflikte thematisieren. Zunächst sollten die Befragten angeben, inwiefern sie jeder Aussage zustimmen. In einem zweiten Schritt sollten sie dann die drei aus ihrer Sicht wichtigsten Argumente auswählen.

¹⁵ Das schwächere Niveau der Zustimmung bei „Zukunft? Jugend fragen“ hängt vermutlich mit der anders formulierten Einstiegsfrage zusammen, die bei „Zukunft? Jugend fragen“ stärker auf die persönliche Betroffenheit abhebt („Wie wichtig sind die jeweiligen Probleme für Dich?“ vs. „Bitte geben Sie jeweils an, wie wichtig das genannte Problem aus Ihrer Sicht ist.“).

¹⁶ Die andere Hälfte befasste sich mit dem Thema „Digitalisierung und Nachhaltigkeit“ (vgl. Kapitel 5.5). Die Zuordnung zu den Themen wurde nach dem Zufallsprinzip vorgenommen.

Viele junge Menschen sehen vor allem positive Wechselwirkungen zwischen Ökologie und sozialen Themen; sie stimmen den entsprechenden Aussagen deutlich stärker zu als den Aussagen zu möglichen Konflikten (siehe Abbildung 3).

Abbildung 3: Umwelt und Soziales



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

N = 543 (Diese Frage wurde nur der Hälfte der Befragten gestellt).

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Im Vordergrund steht für die Befragten die Sorge um die Lebensverhältnisse künftiger Generationen. Zwei Drittel stimmen der Aussagen voll und ganz zu, dass ohne Umwelt- und Klimaschutz künftige Generationen durch massive Umweltprobleme belastet werden. Weitere

22 Prozent stimmen dem eher zu. Es sind also fast 90 Prozent, die Verschlechterungen für künftige Generationen erwarten, wenn keine Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz ergriffen werden. Die Mehrheit der Befragten geht zudem davon aus, dass sich Umwelt- und Klimaschutz positiv auf verschiedene Aspekte sozialer (insbesondere internationaler) Gerechtigkeit auswirkt. Dazu gehören gesunde Lebensbedingungen für alle Menschen, eine lebenswerte Umwelt und die Schonung natürlicher Ressourcen auch in anderen Ländern sowie die Verminderung von Fluchtursachen. Es sind jeweils etwa 80 Prozent, die diesen Aussagen voll und ganz oder eher zustimmen. Zudem findet es eine Mehrheit der Befragten unfair, dass sich ärmere Menschen umweltfreundliche Produkte oftmals nicht leisten können. Die jungen Menschen lehnen die hier immanente soziale Ungleichbehandlung ab, die darauf beruht, dass die Inanspruchnahme bzw. Nutzung von Gütern und Dienstleistungen in umweltfreundlicher Qualität – etwa bei Bio-Produkten im Lebensmittelbereich – unter den aktuellen Rahmenbedingungen zumeist mit höheren Kosten verbunden ist und somit Personen mit niedriger individueller Zahlungsfähigkeit ausschließt.

Weitere Konflikte zwischen ökologischen und sozialen Anliegen sind von nachgeordneter Priorität, beispielsweise dass ein stärkerer Fokus auf Umwelt- und Klimaschutz mit Mietsteigerungen, Nachteilen für die Industrie oder Stellenabbau und Arbeitsplatzverlusten einhergehen könnte. Auch stimmen nur wenige Befragte der Aussage zu, Umwelt- und Klimaschutz sei ein „Elitenprojekt“, dass nur wohlhabende Menschen interessiert.

Unter den Jugendtypen sind es die „Idealistischen“, die am stärksten die positiven Auswirkungen des Umwelt- und Klimaschutzes für soziale Ziele betonen. Die „Pragmatischen“ hingegen betonen etwas stärker mögliche Konflikte zwischen Ökologie und Sozialem. Die „Distanzierten“ beklagen vor allem die Ungerechtigkeit, die darin liegt, dass bei geringeren finanziellen Mitteln eine Teilhabe an umweltschonendem Konsum oftmals schwierig ist. Im Hinblick auf soziodemografische Merkmale sind es eher Frauen, Befragte mit höherer Bildung und Studierende, die von einem vorrangig positiven Zusammenwirken von ökologischen und sozialen Zielen ausgehen.

4.3 Selbstwirksamkeit und politische Einstellungen

Ein Ergebnis der ersten Jugendstudie (BMUB 2018, S. 20) war, dass viele junge Menschen ihre Aufmerksamkeit auf Lebensbereiche fokussieren, die sie selbst beeinflussen können, also zum Beispiel auf Familie oder Freundinnen und Freunde, Schule, Arbeit oder Ausbildung, Hobbys oder Konsum. Hier erleben sie hohe Selbstwirksamkeit. Hingegen waren sie weniger davon überzeugt, durch ihr eigenes Handeln wirkungsvoll zu Nachhaltigkeit und zum Umwelt- und Klimaschutz beitragen zu können. Zur Überprüfung dieser Befunde war in der **Online-Community** eine Aufgabe dem Thema Selbstwirksamkeit gewidmet. Die Teilnehmenden wurden gebeten, darüber nachzudenken, was und wie viel junge Menschen ihrer Erfahrung nach in der Gesellschaft beeinflussen können. Alles in allem zeigten sich die Teilnehmenden zuversichtlich, im eigenen Umfeld etwas bewirken zu können. Vor allem Mitarbeit in der Schüler/innenvertretung, Teilnahme an Demonstrationen, Mitgliedschaft in Vereinen oder nachhaltiges Konsumverhalten werden als Bereiche genannt, in denen junge Menschen durch Engagement Selbstwirksamkeit erfahren können. Es herrscht Zuversicht, dass *„Jede und Jeder Einzelne zählt“*. Aber oft bestehen Unsicherheiten darüber, wie Jede und Jeder selbst einen positiven Beitrag leisten kann.

Dies zeigt sich auch darin, dass gesamtgesellschaftlich und politisch die Einflussmöglichkeiten junger Menschen als eher als gering empfunden werden. In der Politik werden die Interessen der Jugend als unterrepräsentiert wahrgenommen (*„Unsere Politik wird von der vorigen Generation gemacht, nicht von der, die es betrifft. Wenn viele Regelungen eintreten, sind die*

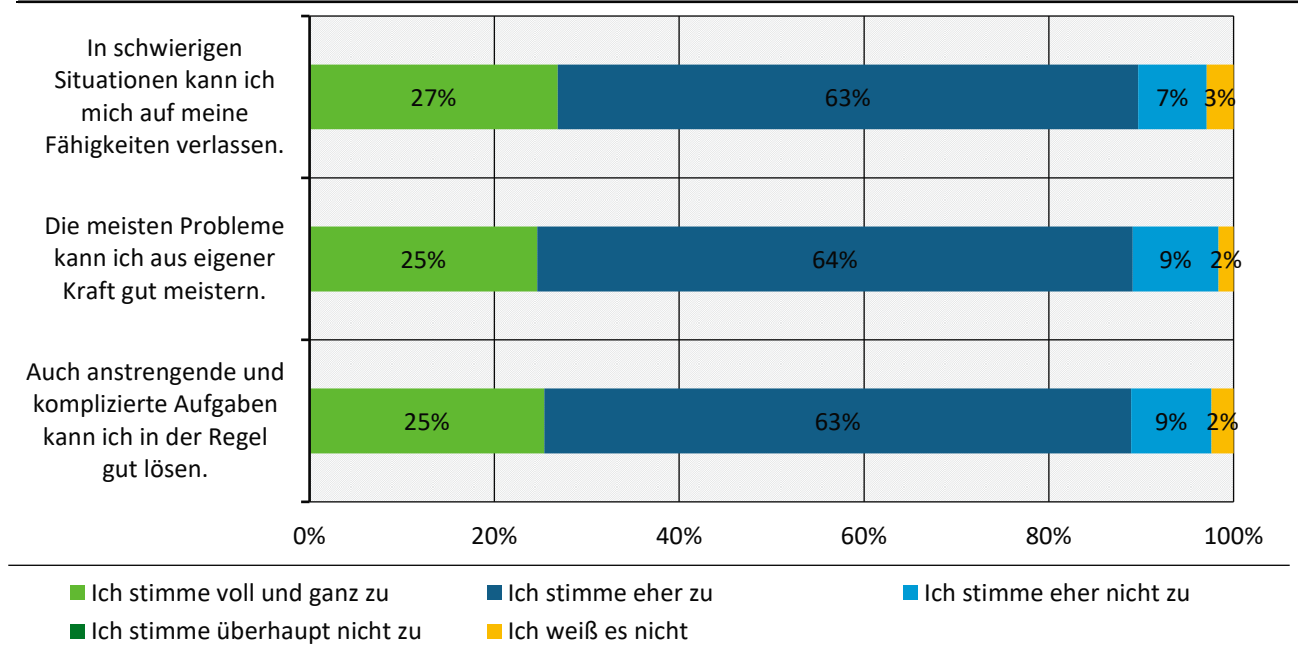
aktuellen Politiker schon in Rente [...]“). Ebenso werden die Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Einflussnahme für Minderjährige als eingeschränkt angesehen: „Für die diesjährige Landtagswahl in Hessen war ich teilweise besser informiert als manch Erwachsener, trotzdem durfte ich nicht wählen. [...] es gibt [...] fast nur Sachen, bei denen "junge Menschen" ab 18 erst aktiv werden können und das finde ich schade.“

Ein neues Wirkungsfeld, um Selbstwirksamkeit zu erleben, ist aus Sicht der Teilnehmenden der **Online-Community** die Digitalisierung. Hier werden große Gestaltungsmöglichkeiten für die junge Generation gesehen, die Zukunft selbst aktiv mitzugestalten und wirksam zu werden („*Ich denke, dass die Jugend von heute was die Technik angeht, viel verändern kann*“). Zu ihrem Selbstbewusstsein trägt auch bei, dass sie sich aufgrund ihrer technischen Fähigkeiten und ihrer Vertrautheit mit digitalen Medien den Älteren oftmals überlegen fühlen.

In der **Repräsentativbefragung** wurde der Frage der Wahrnehmung von Selbstwirksamkeit unter jungen Menschen genauer nachgegangen. Dazu kamen bestehende Skalen zur „Allgemeinen Selbstwirksamkeit“ und zur „Politischen Selbstwirksamkeit“ zum Einsatz. Die Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzskala (ASKU) bezieht sich auf das Konstrukt der Selbstwirksamkeit (engl.: Self-Efficacy) und dient der Einschätzung eigener Kompetenzen, Handlungen erfolgreich ausführen sowie allgemein im täglichen Leben mit Schwierigkeiten und Barrieren zurecht zu kommen und kritische Anforderungssituationen aus eigener Kraft erfolgreich bewältigen zu können (Beierlein et al. 2012, S. 7). Die ASKU ist mit drei Items als eindimensionale Skala konzipiert. Die Items der Kurzskala und die Antworten der Stichprobe der Repräsentativerhebung sind in Abbildung 4 dargestellt¹⁷.

¹⁷ In der Jugendstudie wurde aus Gründen der Einheitlichkeit und um Beantwortungsfehler möglichst zu minimieren bei Statement-Batterien durchgängig eine 4-er Skala verwendet. Bei ASKU und bei PEKS ist im Original eine 5-er Skala vorgesehen. Deshalb ist ein Vergleich mit den veröffentlichten Referenzwerten dieser Instrumente nicht möglich. Diese stehen jedoch ohnehin nur für Stichproben ab 18 Jahre zur Verfügung.

Abbildung 4: Allgemeine Selbstwirksamkeit



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

N = 1.007

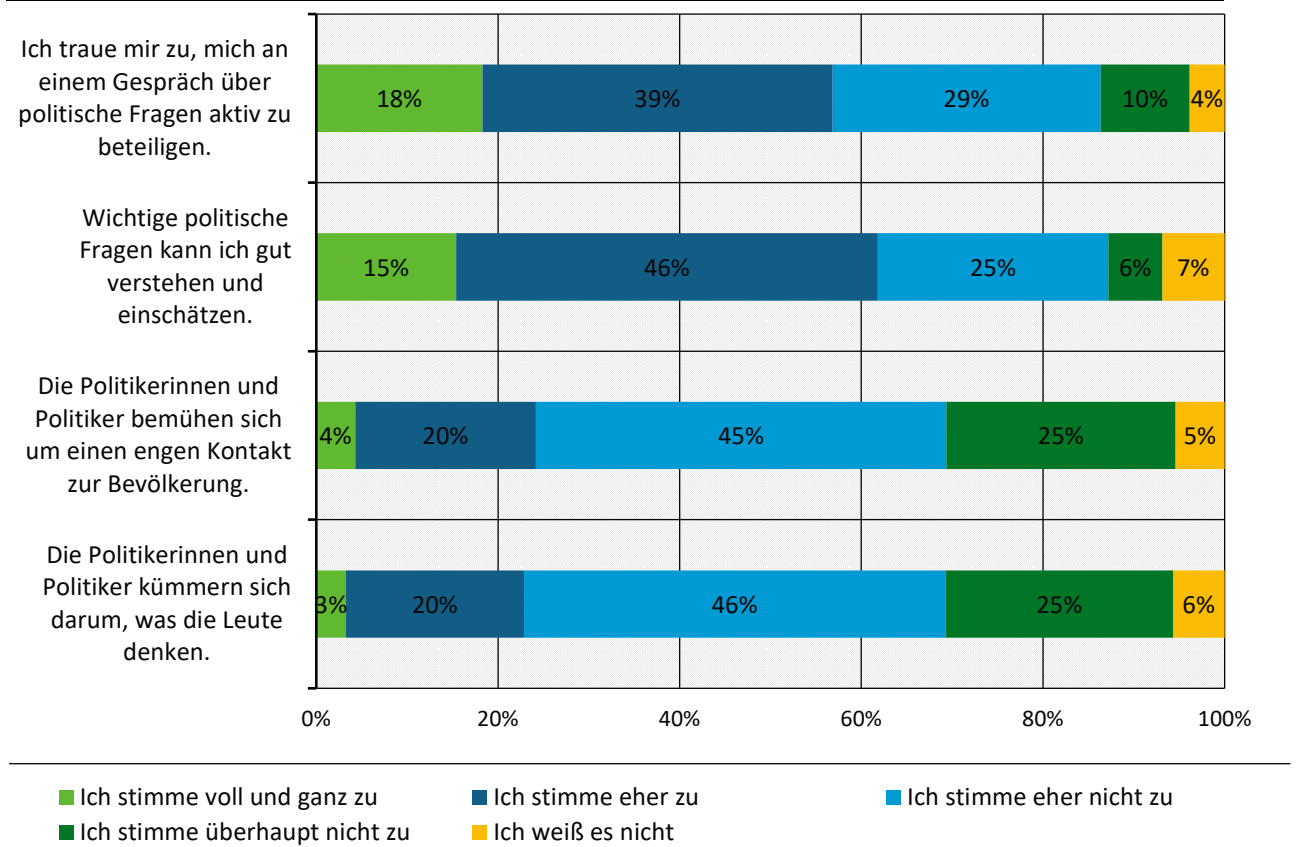
Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten bei der Allgemeinen Selbstwirksamkeit über hohe Werte verfügen. Etwa ein Viertel stimmt den Fragen nach den eigenen Kompetenzen voll und ganz zu. Hinzu kommen etwa zwei Drittel, die eher zustimmen, dass sie sich in schwierigen Situationen auf die eigenen Fähigkeiten verlassen können, Probleme selbst bewältigen und komplizierte Aufgaben meistens gut lösen können. Nur eine kleine Minderheit von etwa 10 Prozent scheint geringes Vertrauen in die eigenen diesbezüglichen Fähigkeiten zu haben.

Im Folgenden soll untersucht werden, ob sich die hohe Selbstwirksamkeit im Bereich der persönlichen Fähigkeiten auch in Hinblick auf Kompetenzen im politischen Bereich zeigt. Um dies zu messen, wurde die Political-Efficacy-Kurzskala (PEKS, Beierlein et al. 2014) eingesetzt, wobei einzelne Frageformulierungen geringfügig angepasst wurden, insbesondere im Hinblick auf geschlechtersensible Formulierungen. Die PEKS ist ein Instrument zur Erfassung von Kompetenz- und Einflussersparungen im politischen Bereich, das zwei Konstrukte zusammenfasst (Beierlein et al. 2014, S. 3):

- Internale politische Selbstwirksamkeit (Internal Political Efficacy) (I) bezieht sich auf die individuelle (Selbst-)Überzeugung, dass der eigenen Person politische Handlungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen.
- Externale politische Selbstwirksamkeit (External Political Efficacy) (E) bezieht sich auf das Vertrauen über politische Entscheidungsträger Einfluss zu haben.

Abbildung 5: Politische Selbstwirksamkeit



Frage: Nun geht es um weitere Einschätzungen zu politischen Fragen. Inwieweit stimmst Du der jeweiligen Aussage zu?

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Nach den Ergebnissen der Repräsentativerhebung verfügen junge Menschen über eher starke Ausprägungen bei der internalen politischen Selbstwirksamkeit (siehe Abbildung 5): 57 Prozent von ihnen stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass sie sich zutrauen, sich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen. Noch mehr, nämlich 61 Prozent, stimmen voll und ganz oder eher zu, dass sie wichtige politische Fragen gut verstehen und einschätzen können. Das Vertrauen in Politikerinnen und Politiker ist hingegen gering ausgeprägt. Nur etwa ein Viertel der befragten jungen Menschen stimmt voll und ganz oder eher zu, dass Politikerinnen und Politiker sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung bemühen oder sich darum kümmern, was die Leute denken.

Wie hängen nun die unterschiedlichen Arten von Selbstwirksamkeit miteinander zusammen und welche Beziehung haben sie zu weiteren politischen Einstellungen? Um jeweils einen Messwert (Skalenwert) für Allgemeine Selbstwirksamkeit sowie die internale und externale politische Selbstwirksamkeit zu erhalten, wurden die Mittelwerte aus den Antworten der jeweiligen Items errechnet. Tabelle 5 liefert eine Übersicht über die Korrelationen dieser Konstrukte untereinander und mit Einstellungen zu Demokratie, zu Wahlen und zu dem Interesse an Politik.¹⁸

¹⁸ Die Häufigkeit der Zustimmung zu diesen Fragen ist in Tabelle 4 dargestellt sowie in der Broschüre zur Umweltbewusstseinsstudie (BMU/UBA 2020, S. 13): Demokratie und Wahlen sind für junge Menschen wichtig. Die folgenden Anteile unter den Befragten stimmen den Aussagen „voll und ganz“ oder „eher“ zu:

- Mir ist es sehr wichtig, in einer Demokratie zu leben: 87 Prozent
- Ich finde es wichtig, an Wahlen teilzunehmen: 83 Prozent

Tabelle 5: Zusammenhänge zwischen Selbstwirksamkeit und politische Einstellungen

Korrelation nach Pearson	Allgemeine Selbstwirksamkeit	Internale politische Selbstwirksamkeit	Externale politische Selbstwirksamkeit
Allgemeine Selbstwirksamkeit	1	,317**	,084*
Internale politische Selbstwirksamkeit	,317**	1	,110**
Externale politische Selbstwirksamkeit	,084*	,110**	1
Mir ist es sehr wichtig, in einer Demokratie zu leben.	,143**	,125**	-,063*
Ich finde es wichtig, an Wahlen teilzunehmen.	,190**	,274**	-,029
Politik interessiert mich eigentlich nicht.	-,058	-,357**	,102**

Fett gedruckt sind Korrelationskoeffizienten $> .2$

** Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

* Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Die Ergebnisse zeigen, dass nennenswerte Korrelationen zwischen der internalen politischen Selbstwirksamkeit und Allgemeiner Selbstwirksamkeit vorliegen, dem Interesse an Politik sowie der Bedeutung, die Wahlen beigemessen werden. Wer sich seiner Wirksamkeit im persönlichen Bereich und der eigenen Kompetenz, Handlungen erfolgreich ausführen zu können, bewusst ist, äußert sich auch im Hinblick auf den eigenen politischen Einfluss selbstbewusster. Externale politische Selbstwirksamkeit korreliert kaum mit den anderen Merkmalen, diese Konstrukte sind also unabhängig voneinander. Die Bedeutung, die demokratischen Verhältnissen zugeschrieben wird, hängt schwach positiv mit Allgemeiner und Politischer Selbstwirksamkeit zusammen.

Mit Blick auf die Selbstwirksamkeitserwartungen zeigen sich unter den Jugendtypen und bei Befragten mit verschiedenen soziodemografischen Merkmalen die folgenden Unterschiede:

- Internale politische Selbstwirksamkeit ist signifikant stärker ausgeprägt bei Idealistischen und Pragmatischen im Vergleich zu Distanzierten, die ihren eigenen politischen Einfluss am geringsten einschätzen. Externale politische Selbstwirksamkeit, also das Vertrauen in Politikerinnen und Politiker, ist bei Pragmatischen signifikant stärker als bei Idealistischen und Distanzierten, die beide geringere Ausprägungen zeigen.
- Geschlecht: Junge Männer sind signifikant stärker von ihrer internalen politischen Selbstwirksamkeit (und auch von ihrer Allgemeinen Selbstwirksamkeit) überzeugt als junge Frauen. Hier scheint also auch ein bei den Geschlechtern unterschiedliches Erleben von Selbstwirksamkeit gemessen zu werden. Keine Unterschiede gibt es bei der externalen politischen Selbstwirksamkeit.

- Leichte Unterschiede gibt es bei Bildung: Befragte mit Gymnasial- oder Realschulbildung haben höhere Werte bei internaler politischer Selbstwirksamkeit. Keine signifikanten Unterschiede fanden sich bei dem Alter dem Befragten, dem Migrationshintergrund oder der Herkunft aus Ost- oder Westdeutschland.

4.4 Wahrnehmung gesellschaftlicher Akteurinnen und Akteure für Umwelt- und Klimaschutz

In der **Online-Community** im November 2018 äußern die Teilnehmenden viele Kritikpunkte an der Umweltpolitik und politischen Akteurinnen und Akteuren: Insbesondere kritisieren sie, dass von der Politik zu wenig für den Umwelt- und Klimaschutz gemacht wird. Die Entscheidungsprozesse und die Umsetzung sind aus ihrer Sicht zu langsam, ineffektiv und (v.a. kurzfristig) mit zu geringer Priorität (*„In der Politik wird zwar oft über den Klima- und Umweltschutz diskutiert [...], aber wenn man dann hört, dass [...] schädliche Energieerzeugungsverfahren bis 2050 [...] abgeschafft werden, finde ich das ziemlich realitätsfern. Schön, dass die Umwelt 2050 geschützt wird, aber bis dahin ist es ok, die Umwelt zu verpestern?“*). Weiterhin kritisieren sie, dass wirtschaftliche Interessen im Vordergrund stehen und intergenerationelle Gerechtigkeit zu wenig berücksichtigt wird. Außerdem wünschen sie sich mehr Interaktions- und Informationsmöglichkeiten mit und über Umweltpolitik in den Sozialen Medien (*„Um junge Menschen mehr in Themen wie Umweltschutz einbringen zu können, sollte man öfter in sozialen Netzwerken drauf aufmerksam machen, da der Großteil der heutigen Jugend da unterwegs ist. Zudem sollte man auch häufiger Aktionen für Jugendliche planen (auch in Schulen) die sich mit Themen Umweltschutz und Klima beschäftigen.“*)

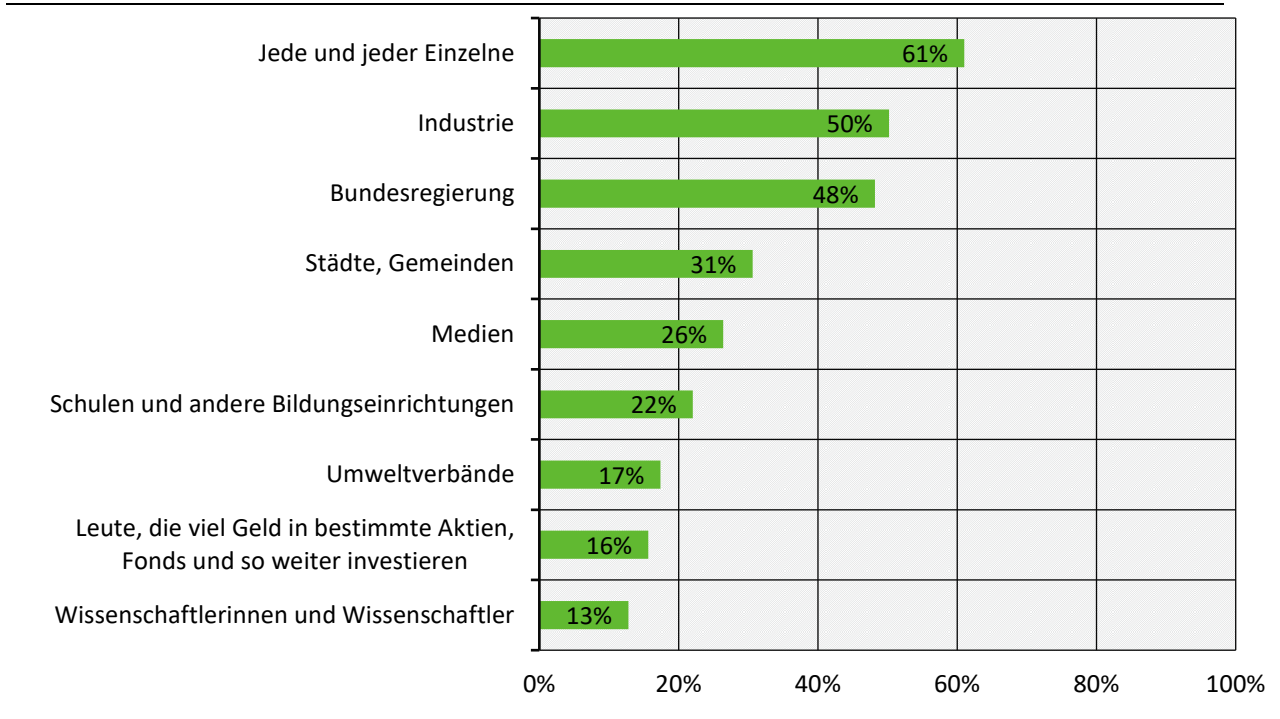
In drei der vier **Fokusgruppen** im Februar 2019¹⁹ waren jeweils ein bis zwei Teilnehmerinnen und Teilnehmer anwesend, die sich in der einen oder anderen Weise für den Umwelt- und Klimaschutz engagieren. Eine Teilnehmerin hat ihr Plakat für die Fridays for Future-Demonstration am folgenden Tag mitgebracht. Auffällig in den Fokusgruppen ist eine Distanz zur etablierten (Partei-) Politik. In die Politik zu gehen und Parteipolitik zu betreiben, können sich nur Einzelne vorstellen. Nur ein Teilnehmender der Fokusgruppen gibt an, Mitglied einer politischen Partei zu sein. „Politik“ scheint bei den Befragten semantisch für Partei-Politik oder die „große“ Politik zu stehen. Ein Engagement der jungen Menschen selbst, zum Beispiel bei Demonstrationen, wird in ihrer Kommunikation eher nicht mit dem Begriff „Politik“ belegt.

Die Befunde der Fokusgruppen zeigen, dass junge Menschen der Parteipolitik eher distanziert gegenüberstehen. Entsprechend gering sind oftmals die Erwartungen gegenüber der Politik. In der **Repräsentativbefragung** sollte daher untersucht werden, wer aus ihrer Sicht zu mehr Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland beitragen kann und wie es um die Zufriedenheit mit den Leistungen der einzelnen Akteursgruppen bestellt ist.²⁰ Die Befragten sollten zunächst aus einer Liste möglicher Akteurinnen und Akteure maximal drei auswählen, die für den Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland einen wichtigen Beitrag leisten können. Abbildung 6 zeigt die Ergebnisse.

¹⁹ Zum Zeitpunkt der Fokusgruppen begannen sich junge Menschen vermehrt als eigenständige Akteure in die Klimapolitik einzubringen und die Bewegung von Fridays for Future wurde bekannter (siehe Kapitel 2.4).

²⁰ Zum Zeitpunkt der Erhebung (Mai 2019) ist Fridays for Future sehr präsent und erfährt große mediale Aufmerksamkeit.

Abbildung 6: Wichtigste Akteurinnen und Akteure im Umwelt- und Klimaschutz (Top 3)



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

Bitte wähle aus der folgenden Liste die drei Wichtigsten aus, die etwas für Umwelt- und Klimaschutz leisten können.

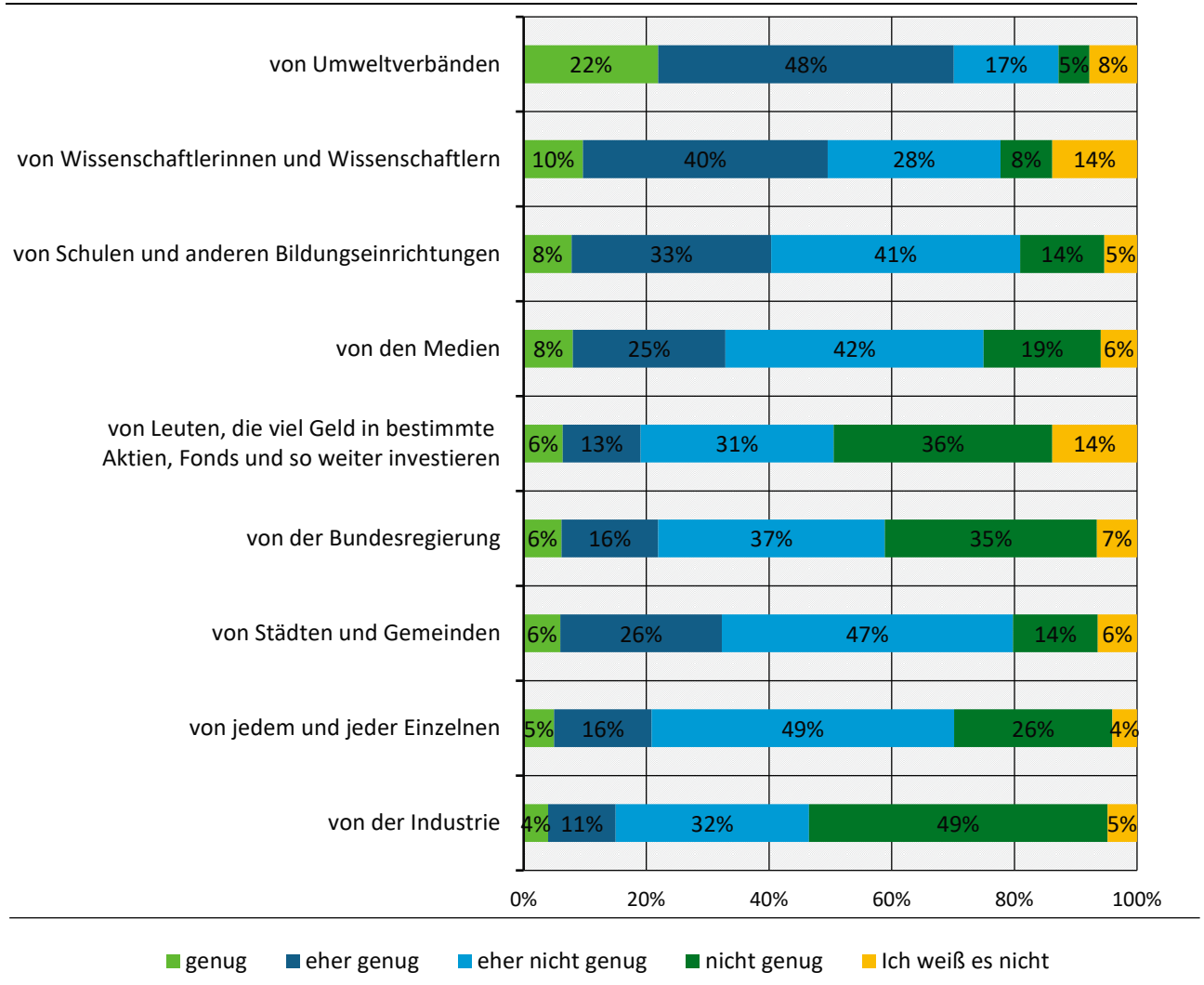
N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Den größten Beitrag können jede und jeder Einzelne, die Industrie und die Bundesregierung leisten. Die Befragten sehen also sich selbst und alle Mitbürgerinnen und Mitbürger als die mit Abstand wichtigste Gruppe. Allen anderen abgefragten Akteurinnen und Akteuren wird weniger Einfluss zugeschrieben, etwas für den Umwelt- und Klimaschutz bewirken zu können. Das gilt auch für die Umweltverbände, die nur 17 Prozent der Befragten zu den drei wichtigsten Akteurinnen und Akteuren zählen.

Nachdem die Befragten der Repräsentativbefragung mitgeteilt haben, welche aus ihrer Sicht die wichtigsten Akteurinnen und Akteure sind, sollten sie in einem zweiten Schritt deren Leistungen bewerten. Sie wurden gefragt, ob von diesen Akteurinnen und Akteuren genug für den Umwelt- und Klimaschutz getan wird (siehe Abbildung 6). Am höchsten ist die Zufriedenheit mit der Leistung der Umweltverbände: Insgesamt 70 Prozent finden, dass diese genug oder eher genug für den Umwelt- und Klimaschutz tun. Auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie den Bildungseinrichtungen werden relativ gute Noten ausgestellt. Es folgen Medien und Städte und Gemeinden. Gering ist allerdings die Zufriedenheit mit den Akteurinnen und Akteuren, die als die wichtigsten angesehen werden. Nur etwa ein Fünftel der Befragten findet, dass die Bundesregierung oder die Einzelnen genug oder eher genug für den Umwelt- und Klimaschutz tun. Bei der Industrie sind es sogar nur 15 Prozent.

Abbildung 7: Zufriedenheit mit Akteurinnen und Akteuren des Umwelt- und Klimaschutzes



Frage: Wird von den folgenden Akteuren in Deutschland genug für den Umwelt- und Klimaschutz getan?

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Eine ähnliche Abfrage wird auch regelmäßig in den Umweltbewusstseinsstudien vorgenommen, wobei allerdings nur nach Umweltverbänden, Städten und Gemeinden, Bürgerinnen und Bürgern, Bundesregierung und Industrie gefragt wird. Die Befunde der Zwischenerhebung der Umweltbewusstseinsstudie vom Sommer 2019 (Rubik et al. im Erscheinen) bewegen sich in einer ähnlichen Größenordnung wie die der Jugendstudie. Hier finden nur 18 Prozent, dass die Bundesregierung genug oder eher genug für den Umwelt- und Klimaschutz tut, im Falle der Bürgerinnen und Bürger sind es 27 Prozent. Die Zufriedenheit mit allen Akteurinnen und Akteuren liegt nach den Umweltbewusstseinsstudien in den Jahren 2018 und 2019 auf dem niedrigsten Stand seit Beginn dieser Messung im Jahr 2008.

Vergleicht man die wahrgenommene Wichtigkeit der Akteurinnen und Akteure mit der Zufriedenheit mit ihnen, dann ergibt sich folgendes Bild: Diejenigen Akteurinnen und Akteure, die aufgrund ihrer wahrgenommenen Einflussmöglichkeiten einen wichtigen Beitrag leisten könnten, tun aus Sicht der Befragten nicht genug für den Umwelt- und Klimaschutz. Dies trifft insbesondere auf jede/n Einzelnen, die Bundesregierung und die Industrie zu. Umgekehrt verhält es sich bei Umweltverbänden: Nur wenige glauben, dass diese Organisationen einen

wichtigen Beitrag leisten können – aber die Zufriedenheit mit ihrem Engagement beim Umwelt- und Klimaschutz ist sehr hoch.

Die Unzufriedenheit mit dem Einsatz von jeder und jedem Einzelnen deutet darauf hin, dass die jungen Befragten auch sich und ihre Mitbürgerinnen und Mitbürgern in die Pflicht nehmen und von ihnen (und sich selbst) mehr Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz erwarten. Was die Befragten selbst für den Umwelt- und Klimaschutz tun, ist in Kapitel 1 dargestellt. Bei der Beurteilung des Einsatzes von jeder und jedem Einzelnen gibt es folgende Unterschiede zwischen den Befragten:

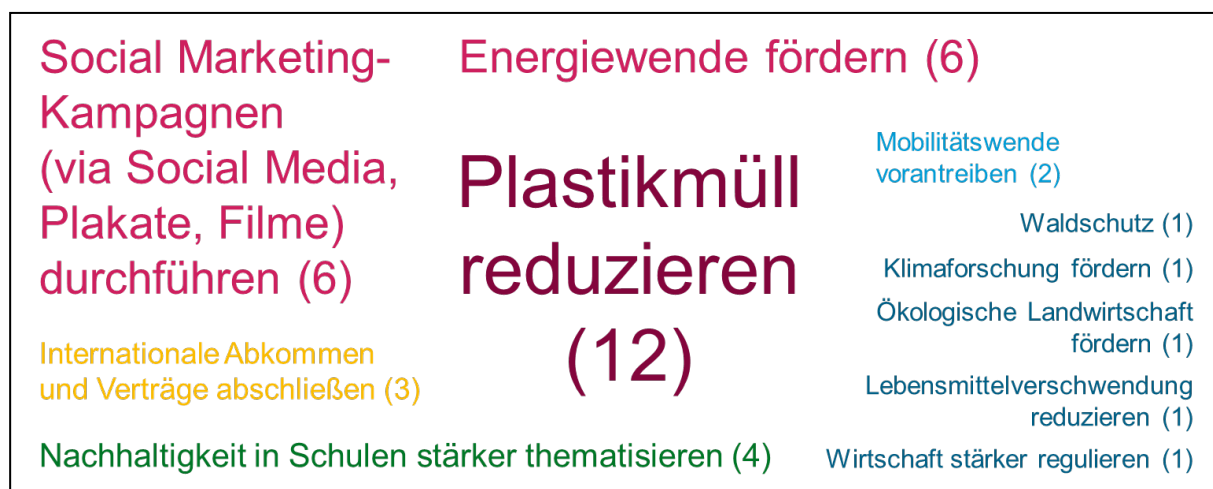
- ▶ Signifikant am wenigsten zufrieden mit dem Einsatz von jeder und jedem Einzelnen ist der Jugendtyp der Idealistischen. Die Pragmatischen sind damit am zufriedensten.
- ▶ Weibliche Befragte sind signifikant weniger zufrieden mit dem Einsatz eines jeden Einzelnen als männliche Befragte.
- ▶ Ebenso sind Befragte, die auf ein Gymnasium gehen oder Abitur haben – wie auch Studierende – weniger zufrieden mit dem Einsatz von jeder und jedem Einzelnen.
- ▶ Keine signifikanten Unterschiede gibt es bei den Merkmalen Alter, ost- / westdeutsche Herkunft oder Migrationshintergrund.

Auch im Hinblick darauf, ob die Bundesregierung genug tut, sind die Idealistischen, Frauen und Befragte mit höherer Bildung, Schüler und Schülerinnen und Studierende unzufriedener als der Durchschnitt. Die Kritik kommt also besonders stark von den jungen Menschen, für die Umwelt- und Klimaschutz wichtig ist. Am wenigsten kritisch wird die Bundesregierung von den Pragmatischen beurteilt, die Distanzierten nehmen eine mittlere Position ein. Befragte, die bei externaler politischer Selbstwirksamkeit hohe Werte haben, die also Politikerinnen und Politiker mehr vertrauen, sind auch mit Leistungen der Bundesregierung häufiger zufrieden.

4.5 Erwartungen an wirksame Politikmaßnahmen

Im Rahmen der **Online-Community** wurde den Teilnehmenden eine projektive Aufgabe gestellt, um auf spielerische Weise deren Schwerpunktsetzung beim Umwelt- und Klimaschutz herauszufinden. Konkret wurden sie darum gebeten, sich in die Rolle des Umweltministers oder der Umweltministerin von Deutschland hineinzusetzen, ihre Vorstellungen zu notieren und sich in einem Forum mit den anderen Teilnehmenden darüber auszutauschen, wie die eigene Umwelt- und Klimaschutzpolitik ausgestaltet wäre, damit sie die Interessen junger Menschen am besten vertritt. Abbildung 8 zeigt eine Tagcloud zu den Themen und Maßnahmen, die in der Online-Community genannt und diskutiert wurden.

Abbildung 8: Tagcloud „Meine Umweltpolitik“



Aufgabenstellung: Stell dir bitte vor, du wärst ab morgen Umweltminister/in von Deutschland. Wie würde DEINE Politik zum Umwelt- und Klimaschutz aussehen, damit sie die Interessen junger Menschen am besten vertritt?

Online-Community, N = 23 / Die Zahlenangaben bei den einzelnen politischen Themen stellt die Anzahl der Nennungen dar.

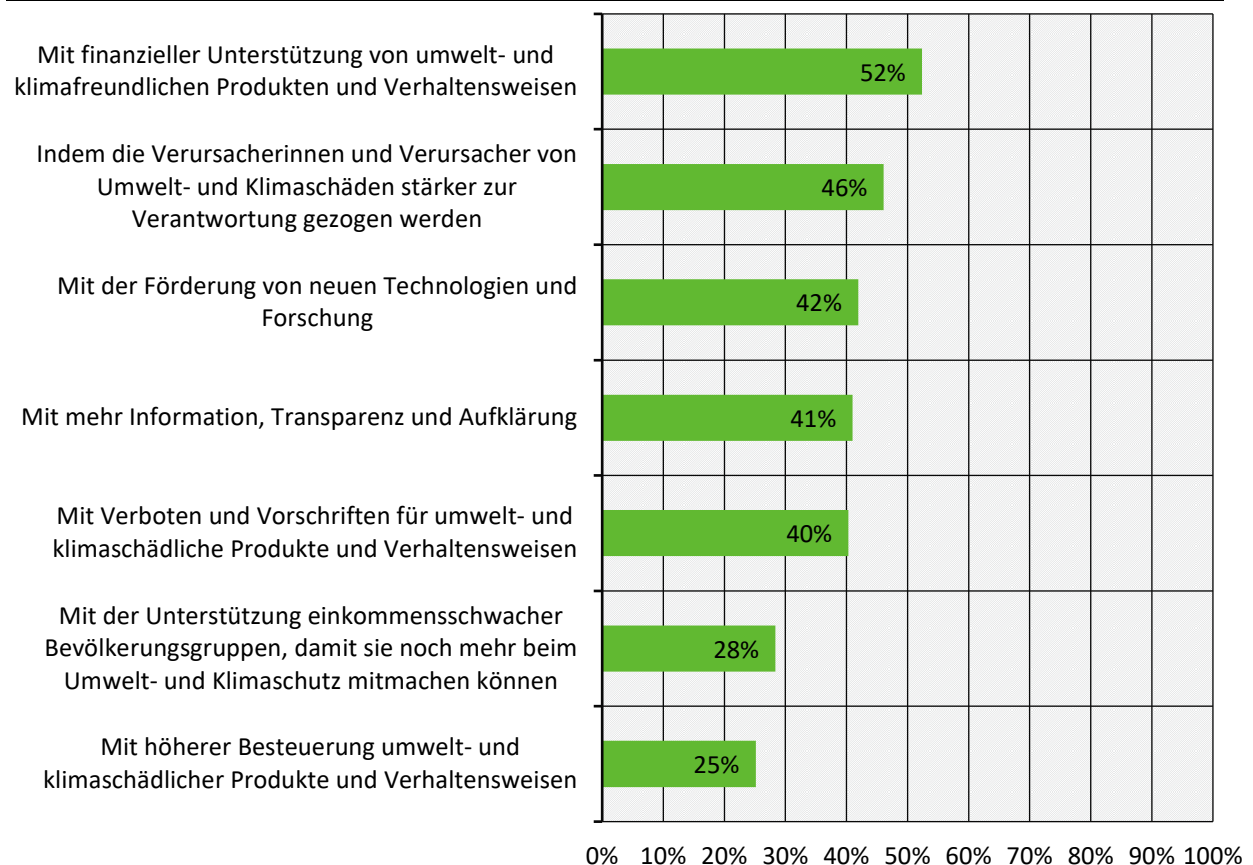
Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Im Vordergrund stand die Problematik des Plastikmülls, die zum Zeitpunkt der Durchführung der Online-Community (noch) stärker im Fokus der Aufmerksamkeit war als das Thema Klimaschutz. Klimaschutz wurde nur einmal angesprochen, aber dafür im Zusammenhang mit dem Thema Energie- und Mobilitätswende intensiver diskutiert. Als Maßnahmen, die sich speziell an junge Menschen richten, regen die Teilnehmenden an, in der Umweltpolitik stärker auf Social Media-Kampagnen zu setzen und Nachhaltigkeit in den Schulen stärker zu thematisieren. Weitere Themen wurden nur von Einzelnen spontan genannt und diskutiert.

In der **Repräsentativerhebung** dienten gestützte Abfragen dazu herauszufinden, welche konkreten politischen Strategien und Maßnahmen die Befragten für mehr Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland für sinnvoll erachten. Im Unterschied zu der spontanen Sammlung möglicher Themen, Forderungen, Maßnahmen und Aktionen in der Online-Community, sollten hier bestimmte vorgegebene Maßnahmen beurteilt werden²¹. Es ging also darum, wie Deutschland am besten Klimaschutzpolitik betreiben kann. Diese Abfrage erfolgte in Anlehnung an den „Jugendreport 2017: Unser Klima! Unsere Zukunft!“ zur COP23 (BMUB 2017). Abbildung 9 zeigt die Maßnahmen, denen die Befragten besonderen Stellenwert beimessen, wobei sie die drei aus ihrer Sicht wichtigsten Maßnahmen auswählen sollten.

²¹ Das WAS der Umwelt- und Klimapolitik, also welche inhaltlichen Themen und Forderungen im Vordergrund stehen sollten, wurde im Anschluss an die Erhebungen im Rahmen eines Beteiligungsverfahren unter Federführung des Jugendbeirats erarbeitet. Diese Forderungen finden sich in der Broschüre „Zukunft? Jugend fragen“ (BMU/UBA 2020).

Abbildung 9: Die wichtigsten Maßnahmen für Umwelt- und Klimapolitik



Frage: Was denkst Du, wie kann Deutschland am besten Umwelt- und Klimapolitik betreiben? Bitte wähle die drei wichtigsten Maßnahmen aus.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Die Befragten sind der Ansicht, dass wirksamer Umwelt- und Klimaschutz verschiedene Maßnahmen erfordert. Als wichtigste Maßnahme wird die finanzielle Unterstützung von umwelt- und klimafreundlichen Produkten und Verhaltensweisen angesehen: 52 Prozent der Befragten der Repräsentativbefragung wählen dies als eine der drei wichtigsten Maßnahmen aus. Auch eine Anwendung des Verursacher-Prinzips finden viele sehr wichtig (46 Prozent): Es sollten also diejenigen Personen und Institutionen stärker zur Verantwortung gezogen werden, die Umwelt- und Klimaschäden verursachen. Je etwa 40 Prozent sprechen sich für die Förderung von Technologie und Forschung, für Information und Aufklärung oder für Verbote und Vorschriften aus.

In dem Jugendreport „Unser Klima! Unsere Zukunft!“ (BMUB 2017, S. 23) werden ganz ähnliche Prioritäten gesetzt. Auch dort wird finanziellen Anreizen die höchste Bedeutung beigemessen. An zweiter Stelle finden sich Maßnahmen zur Information, Bewusstseinssteigerung und Bildung, an dritter Stelle gesetzliche Vorgaben wie Verbote und Vorschriften. Als größte Bremse für den deutschen Umwelt- und Klimaschutz wird in „Unser Klima! Unsere Zukunft“ (S. 22) die Art gesehen, wie Unternehmen produzieren und Gewinne erwirtschaften.

Unter den Jugendtypen sprechen sich die „Idealistischen“ überdurchschnittlich häufig dafür aus, die Verursacherinnen und Verursacher von Umwelt- und Klimaschäden stärker zur Verantwortung zu ziehen (53 Prozent im Vergleich zu 46 Prozent in der Gesamtstichprobe) und

eine höhere Besteuerung umwelt- und klimaschädlicher Produkte und Verhaltensweisen einzusetzen (34 Prozent im Vergleich zu 25 Prozent in der Gesamtstichprobe). Die „Pragmatischen“ vertrauen überdurchschnittlich oft in die Lösungskräfte von Technologie und Forschung (49 Prozent im Vergleich zu 42 Prozent in der Gesamtstichprobe). Die „Distanzierten“ glauben überdurchschnittlich oft, dass sich Klima- und Umweltpolitik am besten durch finanzielle Unterstützung von umwelt- und klimafreundlichen Produkten und Verhaltensweisen betreiben lässt (57 Prozent im Vergleich zu 52 Prozent in der Gesamtstichprobe).

4.6 Zusammenfassende Bewertung

Nicht überraschend ist der Umwelt- und Klimaschutz eines der Top-Themen für junge Menschen im Frühsommer 2019, dem Erhebungszeitraum der Studie. Unter anderem bedingt durch die Klimastreiks von Fridays for Future hat dieses Thema unter jungen Menschen deutlich an Bedeutung gewonnen. Als ähnliche wichtige gesellschaftspolitische Themen gelten nur noch der Zustand des Bildungswesens und soziale Gerechtigkeit. In ihren Einstellungen ist die Mehrheit der jungen Generation ausgesprochen nachhaltigkeitsorientiert. Dabei sehen die meisten von ihnen keinen Widerspruch in sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit. Vielmehr gehen sie davon aus, dass mehr Umwelt- und Klimaschutz zu mehr Gerechtigkeit führt – insbesondere gegenüber künftigen Generationen in internationaler Hinsicht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten über eher starke Ausprägungen bei der internalen politischen Selbstwirksamkeit verfügen. Die externale politische Selbstwirksamkeit ist demgegenüber vergleichsweise schwach. Die befragten jungen Menschen vertrauen also mehr auf ihre eigenen Kompetenzen im politischen Bereich und weniger auf das Handeln von Politikerinnen und Politikern. Weiterhin wird deutlich, dass junge Menschen an die relevanten Akteurinnen und Akteure – worunter sie sich auch selbst verstehen – hohe Erwartungen im Hinblick auf ein Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz haben. Die meisten Akteurinnen und Akteure können diesen Erwartungen bislang nicht gerecht werden. Am höchsten ist die Zufriedenheit mit der Leistung der Umweltverbände. Aber diejenigen, die aufgrund ihrer wahrgenommenen Einflussmöglichkeiten einen wichtigen Beitrag leisten könnten, tun aus Sicht der Befragten längst nicht genug für den Umwelt- und Klimaschutz. Dies trifft insbesondere auf jede und jeden Einzelnen, die Bundesregierung und die Industrie zu.

5 Nachhaltigkeitsbezogene Verhaltensweisen junger Menschen

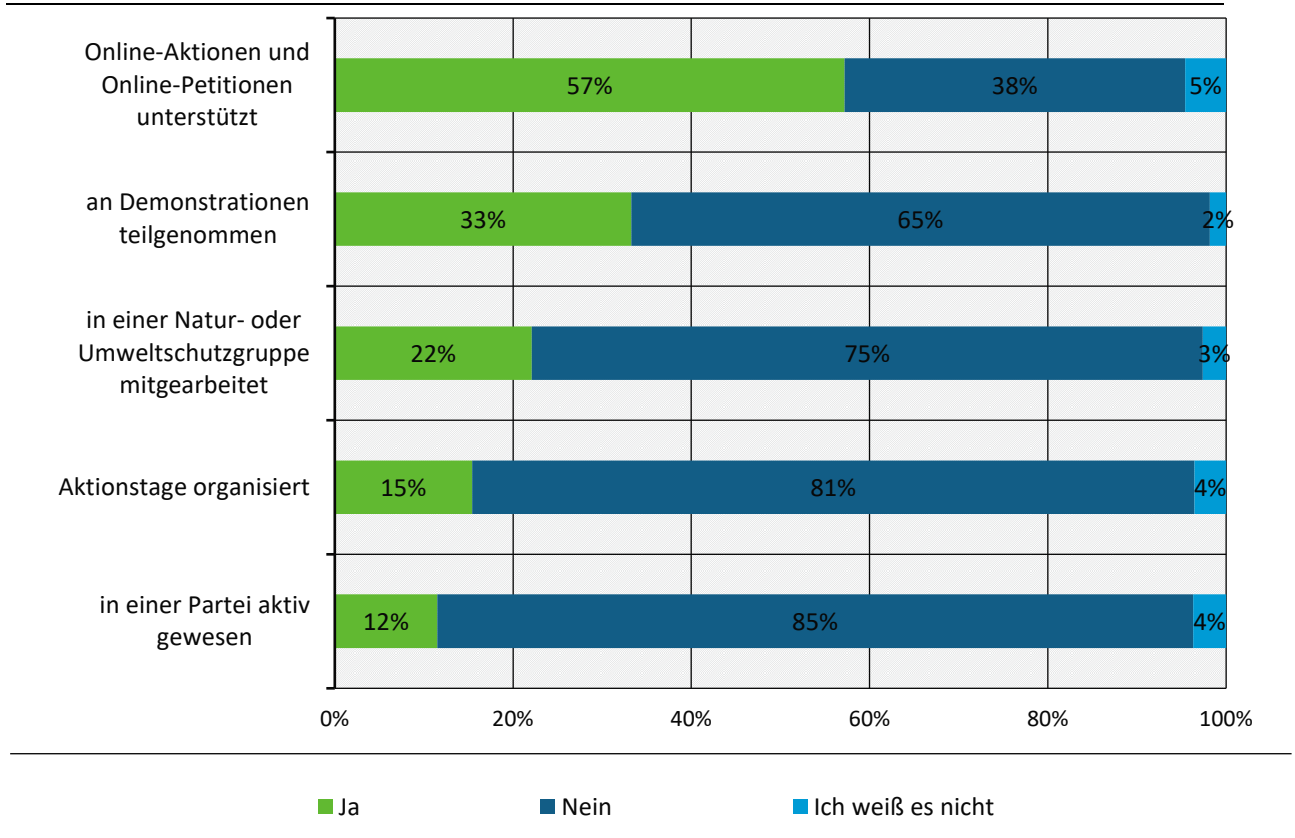
Junge Menschen können auf vielfältige Weise zu Umwelt- und Klimaschutz beitragen – etwa durch freiwilliges Engagement für wichtige Umweltanliegen oder durch nachhaltige Alltags- und Konsumentscheidungen. Im Folgenden wird zunächst das Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz – etwa im Rahmen von Fridays for Future – und danach die Relevanz unterschiedlicher Konsumbereiche für junge Menschen dargestellt. Ihr Verhalten wird dabei von unterschiedlichen Alltags- und Lebensbedingungen beeinflusst, beispielsweise der zunehmenden Verbreitung der Digitalisierung im Alltag oder auch der Frage des Wohnorts in der Stadt oder auf dem Land.

5.1 Engagement für Umwelt- und Klimaschutz und Fridays for Future

Freiwilliges und zumeist ehrenamtliches Engagement eröffnet verschiedene Möglichkeiten für junge Menschen, zu Umwelt- und Klimaschutz beizutragen. Die Exploration des Themas in den **Fokusgruppen** zeigt, dass die Wirksamkeit eines Engagements unterschiedlich eingeschätzt wird. Zu den Aktivitäten, die etwas bewirken können, und die sich die Teilnehmenden für ein eigenes Engagement am ehesten vorstellen können, zählen große Demonstrationen, eine Mitgliedschaft in einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation beziehungsweise dafür Spenden zu sammeln und selber zu spenden, digitale Teilhabe durch Online-Petitionen und die Mitwirkung bei sozialen Vereinen und Initiativen oder die Übernahme von Patenschaften. In die Politik zu gehen und Parteipolitik zu betreiben, können sich nur einzelne Teilnehmende vorstellen.

Die Ergebnisse der **Repräsentativbefragung** untermauern die explorativen Befunde aus den Fokusgruppen: Abbildung 10 stellt dar, in welchen Bereichen sich die Befragten der Repräsentativbefragung für Umwelt- und Klimaschutz engagieren. Mehr als die Hälfte hat schon einmal im Internet Onlineaktionen oder -petitionen unterstützt. Unter ihnen können sich 94 Prozent vorstellen, dies auch in Zukunft wieder zu tun. Zum „klassischen“ Engagement außerhalb des digitalen Raumes zählt es, zu demonstrieren, ehrenamtlich in einer Natur- oder Umweltschutzgruppe mitzuarbeiten oder in einer politischen Partei aktiv zu sein. An einer Demonstration hat ein Drittel der Befragten schon einmal teilgenommen, und die Mehrheit (89 Prozent) von ihnen kann sich das auch zukünftig wieder vorstellen. Mit anderen Formen des Engagements haben die Befragten bisher weniger Erfahrungen gesammelt.

Abbildung 10: Erfahrungen mit politischem und gesellschaftlichem Engagement



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

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

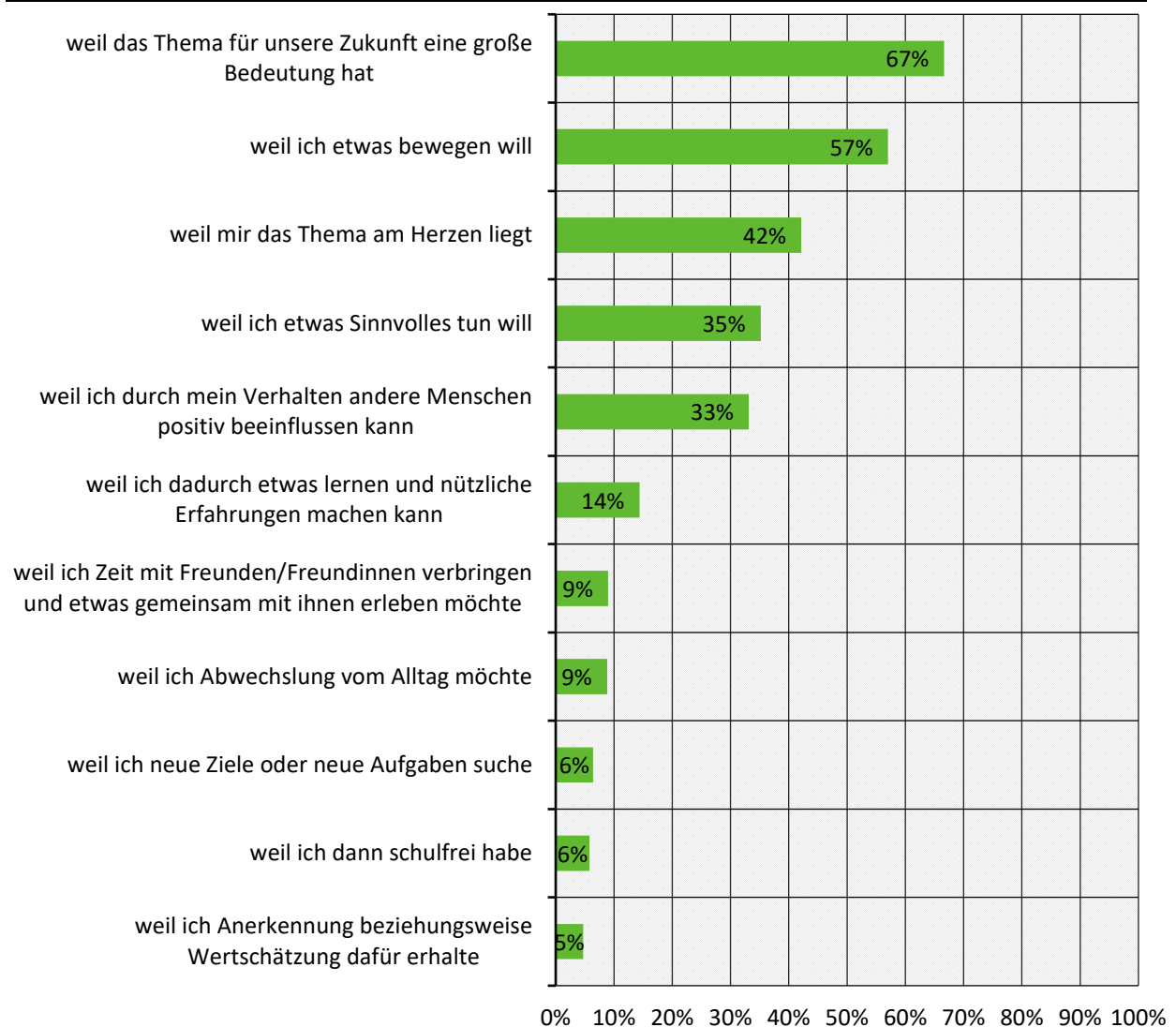
Im Zeitraum der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ erhielten die Klimastreiks von Fridays for Future sehr viel gesellschaftliche und mediale Aufmerksamkeit (siehe Kapitel 2.4). Hunderttausende Jugendliche und junge Erwachsene gingen an Freitagen für den Klimaschutz auf die Straße und forderten radikale Veränderungen – mit zunehmender Unterstützung von Erwachsenen und anderen Klimaschutzgruppen beispielsweise im Rahmen der Globalen Klimastreiks im September und November 2019.

In den **Fokusgruppen** zeigte sich, dass Fridays for Future bei den meisten Teilnehmenden viel Sympathie genießt. Auch wenn einige der älteren Teilnehmenden vermuten, dass es vielleicht nicht allen Schülerinnen und Schülern mit ihrem Engagement ernst ist, so finden sie es doch gut, dass sich die „junge Generation“ mit Klimafragen auseinandersetzt und engagiert. Sehr distanziert ist hingegen die Gruppe der 14- bis 17-Jährigen, die eine Hauptschule besuchen oder einen Hauptschulabschluss beziehungsweise keinen Schulabschluss haben. Fridays for Future ist in dieser Gruppe nur wenigen bekannt und hat mit ihrem Leben sehr wenig zu tun.

Unter den Befragten der **Repräsentativbefragung** kennen 80 Prozent Fridays for Future und 23 Prozent machen bei den Klimastreiks mit. Fast alle (90 Prozent) von denjenigen, die bei Klimastreiks mitmachen, möchte sich auch zukünftig im Rahmen von Fridays for Future für den Klimaschutz einsetzen. Unter denjenigen, die zum Befragungszeitpunkt noch nicht mitgemacht hatten, kann es sich immerhin fast die Hälfte für die Zukunft vorstellen (46 Prozent). Eine Onlinebefragung des Sinus-Instituts kommt zu einem ähnlichen Ergebnis: Im Juni 2019 haben demnach 14 Prozent einmal und 10 Prozent mehrmals bei Fridays for Future mitgemacht

(SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH 2019). In Abbildung 11 sind die Motive dargestellt. Denjenigen, die auch zukünftig bei Fridays for Future mitstreiken wollen, ist das vor allem deshalb wichtig, weil das Thema für ihre Zukunft eine große Bedeutung hat (67 Prozent). 57 Prozent geben an, dass sie etwas bewegen wollen und 35 Prozent wollen etwas Sinnvolles tun. Für ein Drittel der Befragten ist entscheidend, dass sie durch die eigene Teilnahme gegebenenfalls andere Menschen positiv beeinflussen und zum Mitmachen motivieren können. Als weniger wichtig werden Lerneffekte, neue Erfahrungen oder Abwechslung vom Alltag durch das Streiken mit Fridays for Future eingeschätzt. Eigennützige Gründe wie „schulfreie Zeit“ oder „Anerkennung durch andere“ beeinflussen nach eigenen Angaben nur sehr wenige Befragte bei ihrer Entscheidung.

Abbildung 11: Gründe für die Teilnahme an Fridays for Future



Frage: Was sind für Dich die wichtigsten Gründe, (künftig) bei „Fridays for Future“ mitzumachen? Bitte wähle die drei wichtigsten Gründe aus. (Mehrfachantworten möglich)

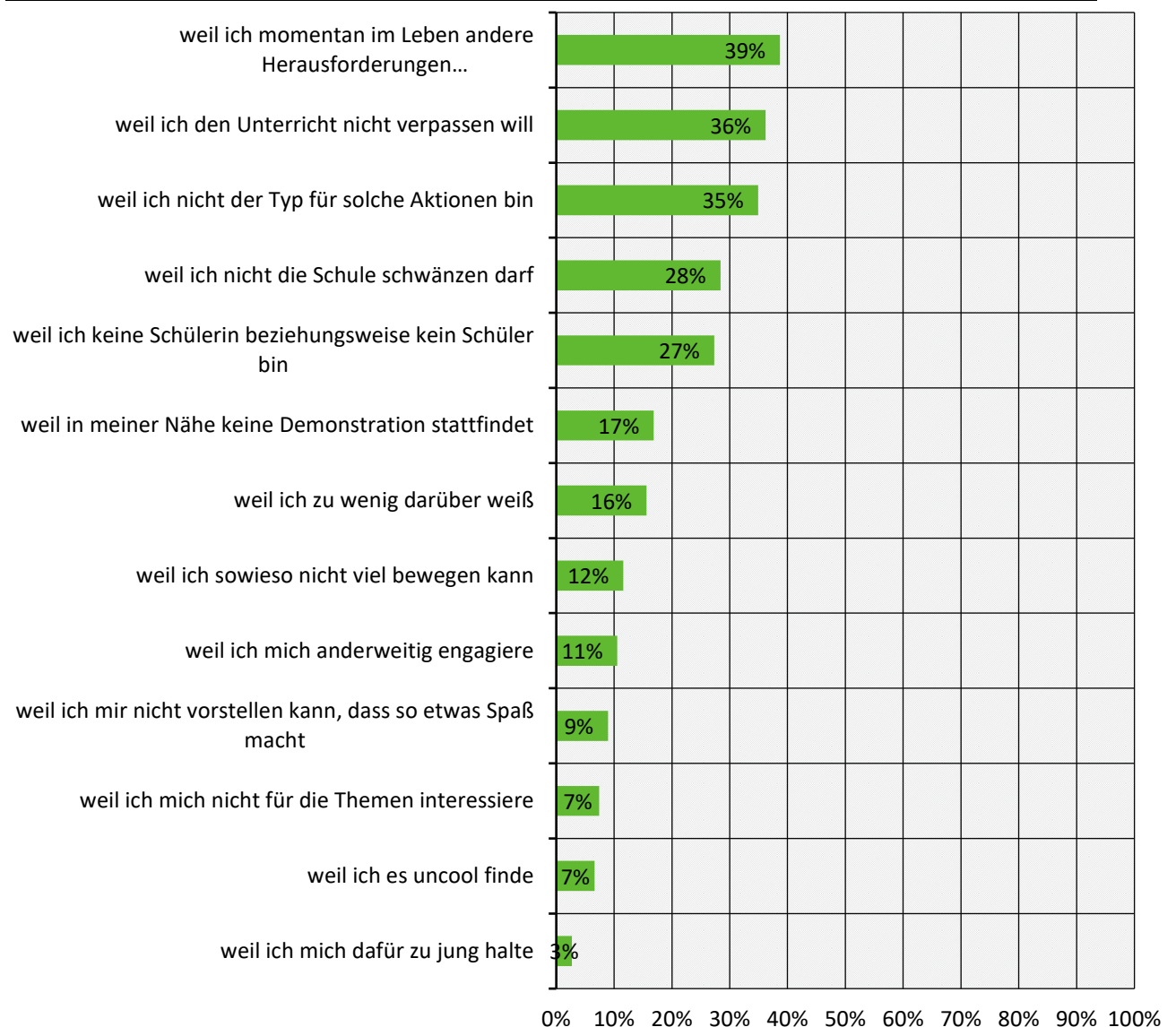
N = 566, die Frage wurde den Befragten gestellt, die die vorherige Frage, ob sie sich ein künftiges Engagement (auch weiterhin) vorstellen können, bejaht haben.

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Und was hält diejenigen davon ab, die zukünftig nicht (mehr) bei Fridays for Future mitmachen wollen oder unschlüssig sind (siehe Abbildung 12)? Momentan andere Herausforderungen im Leben bewältigen zu müssen, also etwa die Schule abzuschließen oder einen Job zu finden, ist für 39 Prozent der Befragten das wichtigste Argument gegen eine Teilnahme an den Klimastreiks. Fast genauso viele wollen den Unterricht nicht verpassen (36 Prozent) oder finden, dass sie nicht der Typ für solche Aktionen sind (35 Prozent). Ein kleinerer Teil macht nicht mit, weil sie zu wenig über Fridays for Future wissen oder weil in ihrer Nähe keine Demonstration stattfindet. Zweifel an der Wirksamkeit eines solchen Engagements geben 12 Prozent als Gründe dagegen an. Nur sieben Prozent der Befragten hält ihr mangelndes Interesse an Klimaschutzthemen oder die Einschätzung, dass Fridays for Future uncool ist davon ab, zukünftig an einem Klimastreik teilzunehmen.

Auch in den Fokusgruppen wurden die Hemmnisse für ein Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz thematisiert. An erster Stelle nannten die Teilnehmenden – ganz ähnlich zu den repräsentativen Daten – mangelnde Zeit, konkurrierende Aufgaben für Schule, Studium und Arbeit sowie zeitintensive Hobbys und andere Prioritäten in ihrem Leben.

Abbildung 12: Gründe gegen die Teilnahme an Fridays for Future



Frage: Was sind für Dich die wichtigsten Gründe, nicht (mehr) bei „Fridays for Future“ mitzumachen? Bitte wähle die drei wichtigsten Gründe aus. (Mehrfachantworten möglich)

N=441, die Frage wurde den Befragten gestellt, die die vorherige Frage, ob sie sich ein künftiges Engagement vorstellen können, verneint haben.

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Im Hinblick auf Fridays for Future zeigen sich bei den Jugendtypen und bei Befragten mit verschiedenen soziodemografischen Merkmalen die folgenden Unterschiede:

- Die Teilnahme an Fridays for Future unterscheidet sich unter den Jugendtypen signifikant. Teilnehmende sind vorrangig „Idealistische“ (31 Prozent), dann „Pragmatische“ (21 Prozent) und eher wenige „Distanzierte“ (14 Prozent). Unter soziodemografischen Aspekten ist festzustellen, dass Schülerinnen und Schüler mit 29 Prozent häufiger bei Fridays for Future aktiv sind als Befragte, die studieren, in einer Berufsausbildung oder bereits berufstätig sind.
- Selbstwirksamkeit: Diejenigen, die schon einmal bei Fridays for Future mitgemacht haben, erreichen höhere Werte bei internaler und externaler politischer Selbstwirksamkeit. Sie

vertrauen also mehr auf ihre eigenen Kompetenzen im politischen Bereich und auch darauf, auf politische Entscheidungsträger Einfluss zu haben.

5.2 Jugendspezifisches Alltagsverhalten

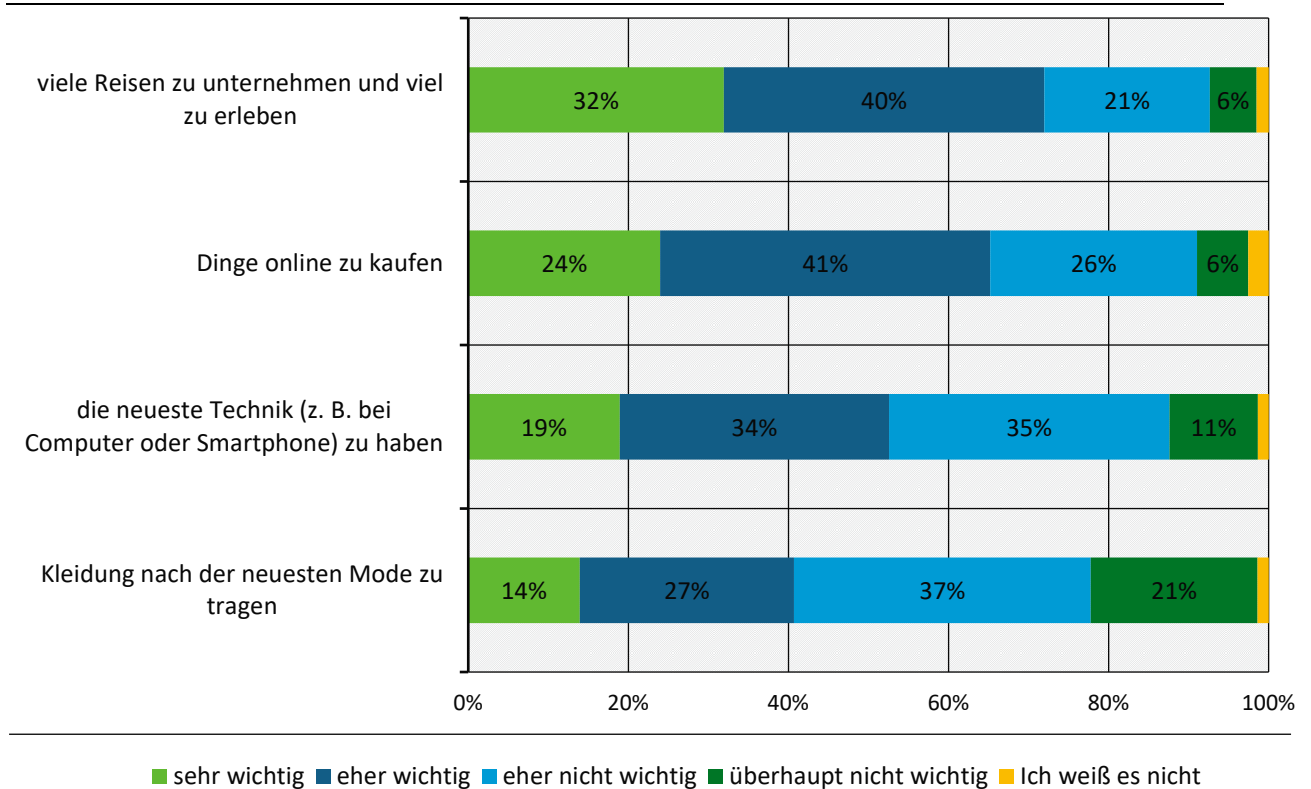
Welche Rolle Nachhaltigkeit im Alltags- und Konsumverhalten junger Menschen spielt, wird nicht nur von ihrer Einstellung zu Umwelt- und Klimaschutz (siehe Kapitel 4.1) beeinflusst, sondern ist eng mit ihren Alltags- und Lebensbedingungen verwoben. So zeigen bisherige Studien, dass nachhaltiger Konsum für junge Menschen häufig eine Frage der finanziellen Möglichkeiten ist, da sie davon ausgehen, dass fair hergestellte oder umweltfreundliche Produkte teurer sind (Leitner 2011; Calmbach et al. 2016; Stieß et al. 2020). Präferenzen für Trends, bestimmte Stile und Marken sowie mangelnde Informationen und fehlende Erreichbarkeit von nachhaltigen Alternativen können der Wahl nachhaltiger Güter und Dienstleistungen ebenfalls entgegenstehen. Hinzu kommt, dass die jugendspezifischen sozialen Normen oftmals materialistischen Konsum begünstigen, beispielsweise bei Kleidung oder Elektronik (Gossen et al. 2016; Stieß et al. 2020).

In der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ wurden typische konsumbezogene Verhaltensweisen mit positiver beziehungsweise negativer Umweltwirkung untersucht und unterschiedlich gruppiert. Es gibt zwei nachhaltige Kategorien, nämlich umweltschonender Konsum sowie suffizienz-orientierte Verhaltensweisen, und eine nicht-nachhaltige Kategorie, nämlich beschleunigter und statusorientierter Konsum. Die Unterscheidung in die drei Verhaltenskategorien basiert einerseits auf qualitativem Material aus den Fokusgruppen und andererseits auf statistischen Auswertungsverfahren (Faktorenanalysen, siehe Anhang 9.5). Im Folgenden wird zunächst dargestellt, wie wichtig die erhobenen Verhaltensweisen für die Befragten aktuell sind und wie viele damit schon Erfahrungen haben. Diese Befunde werden durch die Erkenntnisse aus den Fokusgruppen erweitert, in denen die Teilnehmenden darüber intensiv diskutiert haben.

5.2.1 Beschleunigter und statusorientierter Konsum

Die vorliegende Jugendstudie untersuchte neben nachhaltigkeitsorientierten Konsumstilen auch Verhaltensweisen, die (eher) eine Belastung für Umwelt und Klima darstellen (siehe Abbildung 13). Diese Verhaltensweisen wurden ausgewählt, da ihnen im Rahmen von jugendspezifischem Konsum eine besonders hohe Bedeutung zukommt (Gaiser et al. 2012; Tully 2018). Eine Verminderung dieser Verhaltensweisen durch junge Menschen hätte vermutlich einen positiven Effekt für Umwelt und Klima.

Abbildung 13: Bedeutung von beschleunigtem und statusorientiertem Konsum



Frage: Bitte gib hier an, wie wichtig Dir die folgenden Dinge heute sind.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Reisen

Zu beschleunigtem und statusorientiertem Konsum zählen Reisen, insbesondere wenn es sich dabei um Flugreisen in weit entfernte Länder und Regionen handelt. Die Befragungsergebnisse der **Repräsentativbefragung** zeigen, dass Reisen für junge Menschen eine sehr hohe Bedeutung haben: für 72 Prozent ist es sehr oder eher wichtig, viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben. Im Zeitvergleich hat die Bedeutung von Reisen unter jungen Menschen allerdings abgenommen: In der Befragung von 2017 gaben noch 84 Prozent an (also 12 Prozentpunkte mehr), dies sei für sie sehr oder eher wichtig (BMUB 2018). In den **Fokusgruppen** tauschten sich die Teilnehmenden über die Motive für das bzw. die Reize des Reisens aus. Im Vordergrund steht der Wunsch, andere Länder zu sehen und andere Kulturen kennenzulernen: Manche denken an Entspannungs- oder Aktivurlaub in warmen Ländern, andere zieht es zu längeren Reisen in ferne Länder oder zu Spontantrips in interessante Metropolen oder Regionen. Vor allem für junge Menschen mit Migrationshintergrund spielen Reisen auch eine wichtige Rolle, um ihre Familie zu besuchen. Gleichzeitig äußern in den Fokusgruppen einige (vor allem ältere und besser gebildete unter den Teilnehmenden) wegen der Umweltschädigungen beim Fliegen ein schlechtes Gewissen zu haben:

„Ich weiß, es ist nicht gut für die Umwelt, mir ist es aber viel wichtiger, die Welt zu sehen. Mir macht Reisen so viel Spaß, schalte dabei ab, entdecke viel, habe viel zu erzählen, da mache ich die Augen zu.“

„Ich habe auch viele Minuspunkte. (...) Es ist so unökologisch, aber Reisen macht eben Laune und man kommt so viel rum. Neue Kulturen, Landschaften erleben, anderes Essen. Das ist einfach toll für die Seele und sich selbst und unterhaltsam.“

Auch wenn es den Teilnehmenden in anderen Lebensbereichen leichtfällt, sich umweltbewusst zu verhalten, stehen beim Thema Reisen oftmals andere Werte, wie etwa Weltläufigkeit, kulturelle Erfahrungen und intensive Erlebnisse im Vordergrund. Manche rechtfertigen und relativieren Fernreisen vor sich selbst und gegenüber anderen mit ihrer anderen Art zu reisen, die sie von normalen Touristen und Touristinnen abgrenzt. Ihr Ideal ist, längere Zeit in fremden Ländern unterwegs sein, intensiv in die Kultur eintauchen und Land und Leute abseits der üblichen Pfade kennenlernen. Das Thema (Flug-)Reisen wird in den Fokusgruppen als ambivalent angesehen. Einerseits besteht eine Aufgeschlossenheit für Verhaltensveränderungen und es wird bewusst auf einzelne Flugreisen verzichtet, andererseits haben Reisen aus den oben angeführten Gründen eine hohe Bedeutung für junge Menschen.

Online-Shopping

Online-Shopping ist Teil eines Konsumstils, der durch Beschleunigung und Materialismus geprägt ist. In der Regel bewirken die Flexibilität und Einfachheit des Onlinekaufs mehr und häufigeren Konsum (Frick & Matthies 2020), auch wenn Online-Shopping unter gewissen Bedingungen eine nachhaltigere Alternative sein kann (Postpischil & Jacob 2019). Für 65 Prozent der Befragten der **Repräsentativbefragung** ist es heute sehr oder eher wichtig, Dinge online zu kaufen. Als wichtigen alltagspraktischen Vorteil des Onlinekaufs betonen die Teilnehmenden der **Fokusgruppen** die Bequemlichkeit: *„(Online-Shopping hat...) den Weg vom Bedürfnis bis zu seiner Befriedigung weiter verkürzt.“* Dass die Produkte online oftmals billiger sind, die Auswahl größer ist, Preise und Produkte einfacher vergleichbar sind und die Ware nach Hause geliefert wird, steigert die Attraktivität von Online-Shopping noch weiter. Die Älteren (18-22 Jahre), die selbst Online-Shopping nicht missen möchten, wissen um diese Vorteile, kennen gleichermaßen den Nachteil, dass genau diese Vorteile Mehrkonsum ankurbeln. Auch die Arbeitsverhältnisse von Paketdienstleistern, das durch die Versandverpackungen erhöhte Müllaufkommen und die Transportemissionen benennen die Teilnehmenden der Fokusgruppen als nachteilig und kritisch.

Kleidung und Technik

Zur Kategorie des statusorientierten Konsums wird zudem der Kauf von Kleidung und technischen Geräten gezählt, die durch wechselnde Trends und Modezyklen oder technische Innovationen schnell an Attraktivität verlieren und daher frühzeitig ausgetauscht werden, auch wenn sie noch gut funktionieren. Für mehr als die Hälfte der Befragten der **Repräsentativbefragung** (53 Prozent) ist es heute eher oder sehr wichtig, die neueste Technik zu besitzen, und für knapp 40 Prozent trifft dies in Bezug auf Kleidung nach der neuesten Mode zu. In den **Fokusgruppen** zeigen sich je nach Altersgruppe unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen. Für die Jüngeren (14-17 Jahre) sind Impulskäufe im Internet wegen der fehlenden finanziellen Mittel kaum ein Thema, wobei sie ihr Kaufverhalten durchaus auch nach Moden und Trends ausrichten. Kritische junge Menschen (eher unter den Älteren mit höherer Bildung) reflektieren neben den Vorteilen auch die problematischen Seiten von Fast Fashion. Sie kritisieren zu günstige Preise, minderwertige Qualität oder die Missachtung von Arbeits- und Sozialstandards entlang der Lieferketten und lehnen Marken und Geschäfte ab, die auf diese Kriterien nicht einzahlen. Gleichwohl wird deutlich, dass billige Produkte auch deshalb abgewertet werden, weil sie individuellen Wünschen nach Exklusivität oder nach Akzeptanzgewinn im Freundeskreis nicht entsprechen.

„Ich bestelle schon gerne im Internet Pullis, weil es die im nächsten H&M nicht unbedingt gibt.“

Die Älteren (18-22 Jahre) weisen auf personalisierte Werbung im Internet und Kampagnen von Influencern und Influencerinnen als Konsumtreiber hin, die materialistischen Konsum animieren. Dabei sehen sich die Teilnehmenden selbst eher in der Rolle der kritischen Konsumentin und des kritischen Konsumenten, die derartige Strategien durchschauen.

„Die Influencer zeigen, was vielleicht toll ist bzw. sie machen Werbung für Dinge, die gerade in sind. Davon werden vor allem junge Leute beeinflusst und denken, dass sie damit besser angesehen werden.“

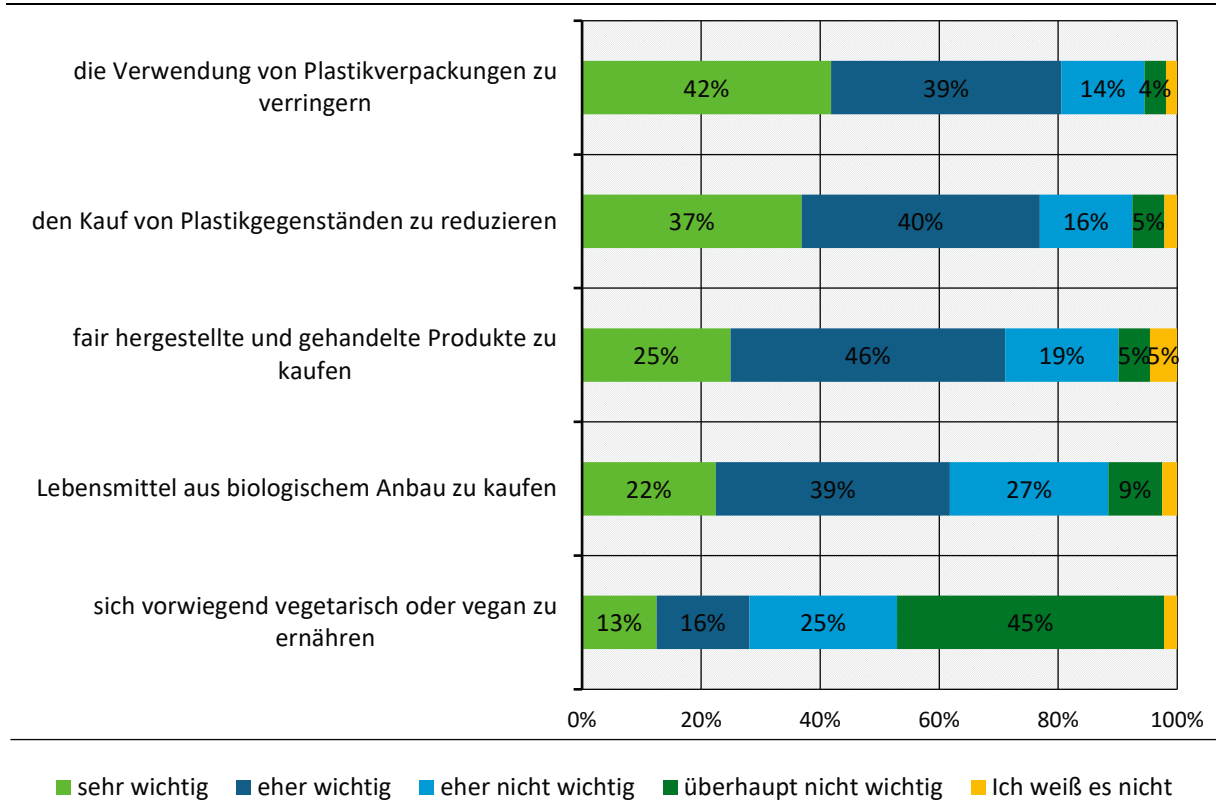
5.2.2 Umweltschonender Konsum

Werden junge Menschen gezielt gefragt, wie wichtig ihnen umweltschonender Konsum heute ist, zeigt sich eine für Nachhaltigkeitsfragen des Konsums sensibilisierte und aufgeschlossene Generation (siehe Abbildung 14). Vielen Befragten der **Repräsentativbefragung** ist das Thema Plastikmüll ein wichtiges Anliegen und mehr als drei Viertel von ihnen finden die Verringerung von Plastikverpackungen²² und des Kaufs von Plastikgegenständen sehr oder eher wichtig. Der Konsum fair hergestellter und fair gehandelter Produkte ist für etwas mehr als 70 Prozent der Befragten der Repräsentativbefragung von Bedeutung und der Kauf von ökologisch erzeugten Lebensmitteln für über 60 Prozent. Nur bei einer vegetarischen oder veganen Ernährungsweise fällt die aktuelle Wichtigkeit im Vergleich zu den anderen Items deutlich ab – nur knapp 30 Prozent sagen, dass es ihnen sehr oder eher wichtig ist.

Auch die **Fokusgruppen** haben gezeigt, dass das Vermeiden von Plastikverpackungen und Plastiktüten inzwischen für viele ebenso eine soziale Norm wie die Mülltrennung ist. Ihren eigenen Beitrag sehen die Teilnehmenden darin, Plastikverpackungen zu vermeiden, in Unverpackt-Läden einzukaufen und eigene Behältnisse mitzubringen, oder auf recycelte Produkte zu achten. Teils wird dies als sehr mühsam im Alltag empfunden, weswegen sich Erwartungen vor allem an Unternehmen richten umweltfreundliche Alternativen zu Plastikverpackungen zu entwickeln, und an die Politik, Verbote und Sanktionen einzuführen.

²² Die Items „verringerte Verwendung von Plastikverpackungen“ und „Reduktion des Kaufs von Plastikgegenständen“ werden im vorliegenden Zusammenhang aus statistischen Gründen als umweltschonende Verhaltensweisen gezählt (bei den Faktorenanalysen (Anhang 9.5) laden sie auf den Faktor 1), obwohl der Verzicht auf Plastik natürlich auch einen Beitrag zu einem suffizienz-orientierten Lebensstil darstellt.

Abbildung 14: Bedeutung von umweltschonendem Konsum



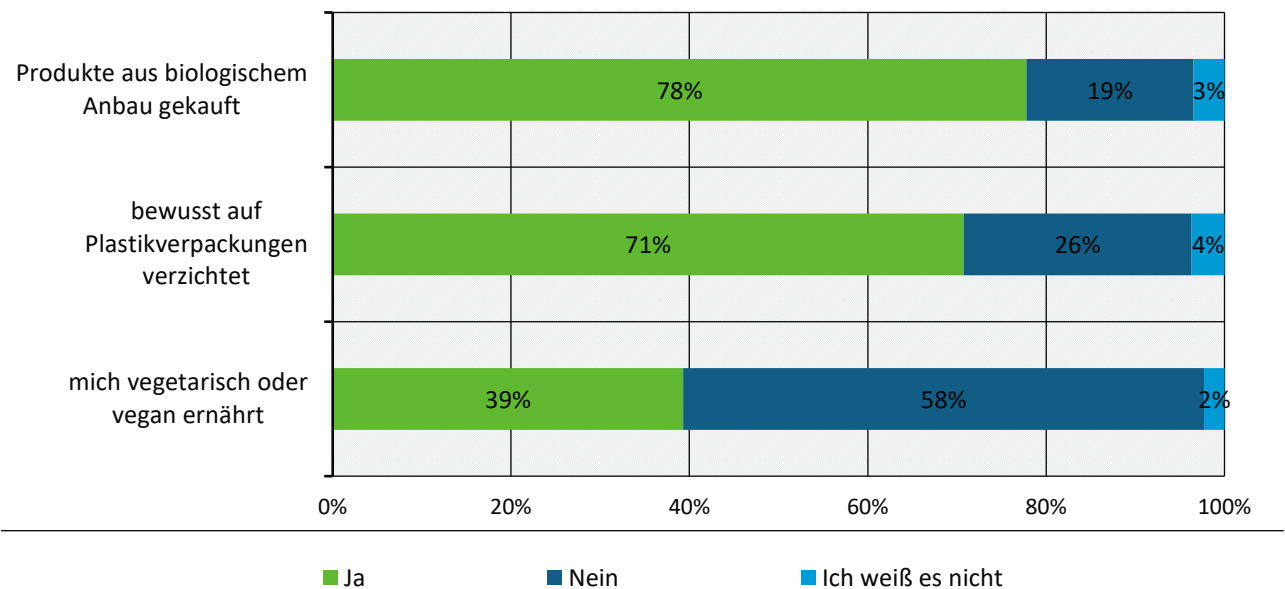
Frage: Bitte gib hier an, wie wichtig Dir die folgenden Dinge heute sind.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Auch die Erfahrungen mit umweltschonendem Konsum sind unter jungen Menschen recht weit verbreitet (siehe Abbildung 15). Beispielsweise haben 78 Prozent der Befragten aus der **Repräsentativbefragung** schon einmal Bio-Produkte gekauft. Unter ihnen können sich fast alle (94 Prozent) dies auch für die Zukunft vorstellen. 71 Prozent haben bereits schon einmal bewusst auf Plastikverpackungen verzichtet und 96 Prozent planen das zukünftig weiterhin zu tun. Vegetarisch oder vegan ernährt haben sich 39 Prozent der Befragten der Repräsentativbefragung, 83 Prozent unter ihnen wollen das auch so beibehalten. Trotz der zunehmenden Bedeutung dieser Ernährungsweise bestehen scheinbar weiterhin Barrieren für die Verbreitung. Denn unter denjenigen, die sich noch nie fleischlos beziehungsweise ohne tierische Produkte ernährt haben, ist die Bereitschaft dies zukünftig zu tun, sehr gering (für 73 Prozent kommt das nicht in Frage). Dies kann damit zusammenhängen, dass junge Menschen im Elternhaus eher selten Einfluss auf den Lebensmitteleinkauf haben und die eingeübten (fleischlastigen) Ernährungsgewohnheiten die Änderung ihrer Ernährungsweise erschweren.

Abbildung 15: Erfahrungen mit umweltschonendem Konsum



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

N = 1.007

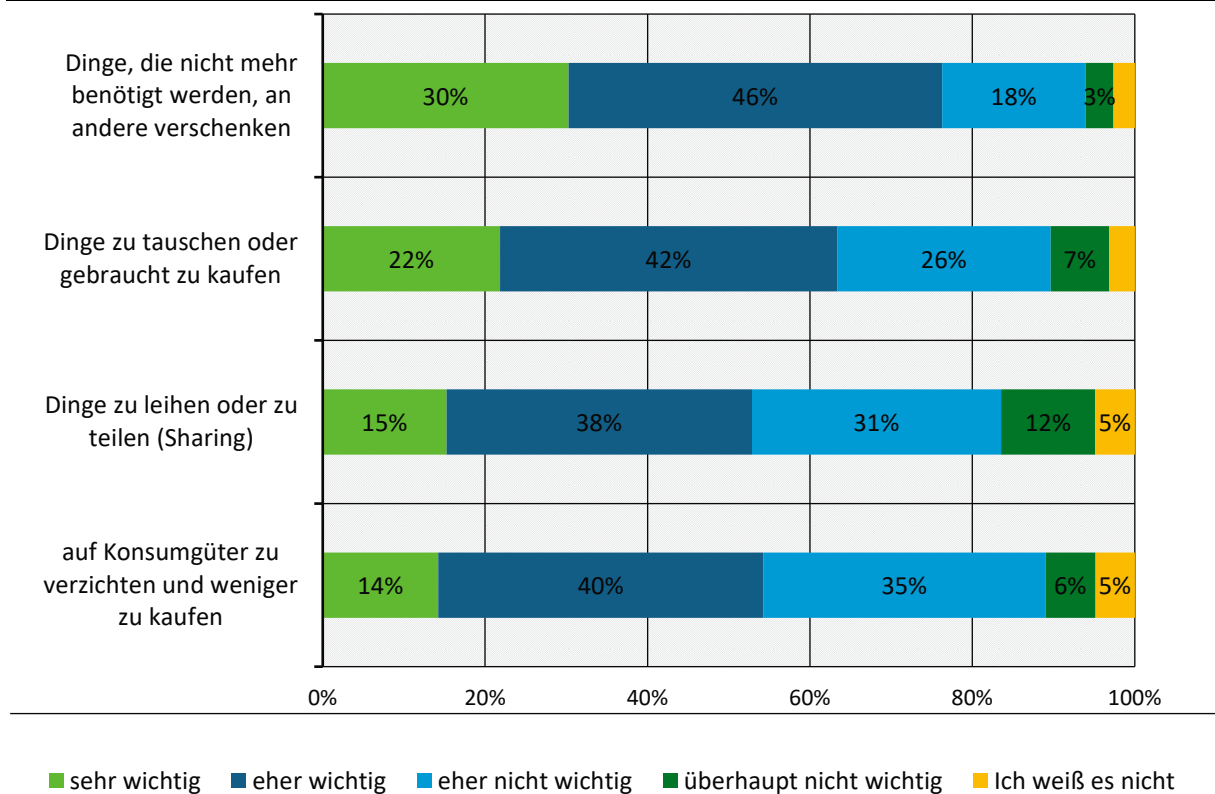
Quelle: eigene Darstellung, IÖW

5.2.3 Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen

Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen bezeichnen die Verringerung der Nachfrage nach ressourcenintensiven Produkten und Dienstleistungen (Jenny, Grütter & Ott 2014). Dafür sind Verhaltensänderungen in Richtung Konsumreduktion oder Sharing notwendig, die meist eine Reflexion persönlicher Konsumbedürfnisse voraussetzen (Stengel 2011). Wie denken junge Menschen über suffizienz-orientierte Verhaltensweisen und welche Erfahrungen liegen damit vor?

Abbildung 16 zeigt, dass für einen großen Anteil der Befragten der **Repräsentativbefragung** die Weitergabe von gebrauchten Dingen durch Verschenken (76 Prozent) oder Tauschen und Gebraucht(ver)kaufen (63 Prozent) sehr wichtig oder eher wichtig ist. Etwas mehr als die Hälfte gibt an, dass sie Sharing-Praktiken sehr wichtig oder eher wichtig findet. Der Verzicht auf Konsumgüter ist ebenfalls für etwas mehr als die Hälfte von Bedeutung.

Abbildung 16: Bedeutung von suffizienz-orientierten Verhaltensweisen



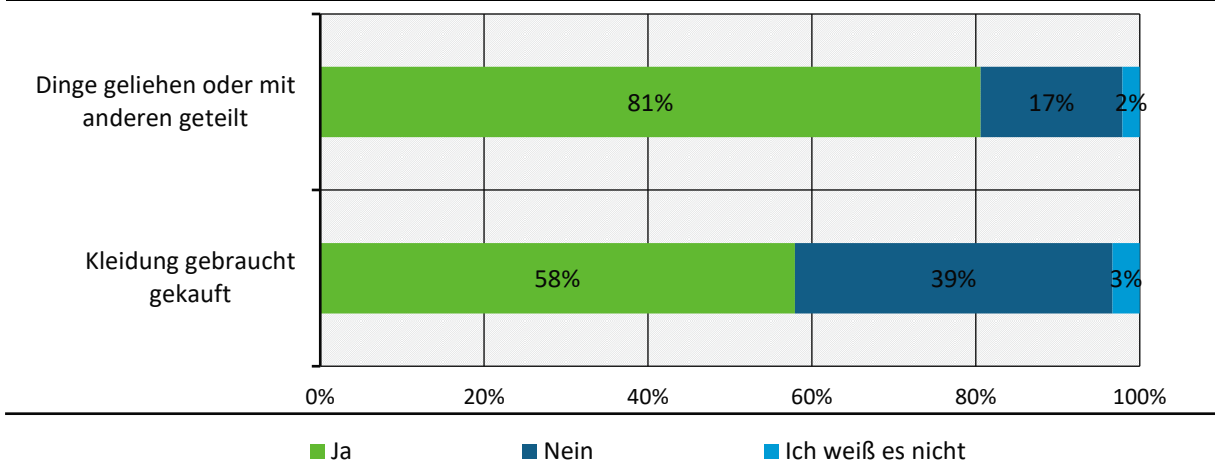
Frage: Bitte gib hier an, wie wichtig Dir die folgenden Dinge heute sind.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Junge Menschen messen suffizienz-orientierten Verhaltensweisen eine recht hohe Bedeutung zu – und handeln in den abgefragten Handlungsfeldern den eigenen Angaben zufolge auch entsprechend. So haben viele Befragte (81 Prozent) schon einmal Sharing praktiziert und fast 58 Prozent hat bereits Kleidung gebraucht gekauft (siehe Abbildung 17). Diejenigen, die dies schon einmal gemacht haben, haben eine hohe Bereitschaft, es auch zukünftig zu tun (Dinge leihen oder tauschen: 95 Prozent, Kleidung gebraucht kaufen: 91 Prozent). Unter denen, die noch keine Erfahrungen damit gesammelt haben, ist die zukünftige Nutzungsbereitschaft geringer: Dinge zukünftig zu leihen oder zu tauschen können sich 42 Prozent vorstellen, Kleidung gebraucht zu kaufen nur etwa ein Drittel.

Abbildung 17: Erfahrungen mit suffizienz-orientierten Verhaltensweisen



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

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

In den **Fokusgruppen** wurde das Thema des bewussten und nachhaltigen Konsums intensiv diskutiert. Dabei haben sich vor allem die Älteren (18-22 Jahre) offen und interessiert für bewussten Konsum und neue Verhaltensweisen gezeigt. Deren Ansicht nach kann man einen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten, wenn man die eigenen Konsumbedürfnisse und die konsumfördernden Strategien von Werbung, Unternehmen oder Influencern kritisch reflektiert. Auch die Nutzung von Gebrauchtkauf, Sharing- oder Reparaturangeboten helfe, die Konsumspirale zu durchbrechen.

„Unsere Wohnung besteht 90 Prozent aus Ebay Kleinanzeigen. Möbel in Topzustand, wenig gezahlt, schon genutzt.“

Insbesondere die Wiederverwendung von gebrauchten Gütern und Secondhand werden in mehrfacher Hinsicht als vorteilhaft eingeschätzt. Dinge können günstiger (und manchmal sogar kostenlos) erstanden werden, gut erhaltene Dinge kommen nicht unnötig auf den Müll, wodurch sich ihre Nutzungsdauer verlängert und schließlich können gut erhaltene Dinge weitergegeben werden. Vereinzelt bestehen Vorbehalte: Gebrauchte Möbel, Kleidung oder Schuhe können auch negative Gefühle und Bedenken auslösen, zum Beispiel in Hinblick auf Hygiene.

Als Sharing-Angebot ist vor allem Car-Sharing bekannt und als nachhaltigere Art der Fortbewegung akzeptiert, auch wenn (noch) keine eigenen Erfahrungen damit vorliegen. Vor allem unter studentischen Teilnehmenden besteht große Offenheit gegenüber Sharing-Möglichkeiten. Sie erlauben ihnen Teilhabe und Nutzungsmöglichkeiten, ohne die Produkte besitzen zu müssen, und werden von daher als praktisch, kostengünstig und nachhaltig erlebt. Zudem fördern sie das soziale Miteinander, etwa wenn in einer Hausgemeinschaft Geräte wie Waschmaschine oder Staubsauger geteilt werden oder Kleidertauschpartys stattfinden. Einige der Teilnehmenden kennen neue gemeinschaftliche Nutzungsformen wie Selbsthilfewerkstätten oder solidarische Landwirtschaft, die sie gut finden, aber selbst (noch) nicht nutzen.

Manche Teilnehmende sprechen sich sogar für bewusste Konsumbeschränkungen und Praktiken des Selbermachens aus und praktizieren diese bereits. Maßgebliche Motive dafür sind die Freude am selbst hergestellten Produkt, die Möglichkeit der Aneignung von handwerklichen Fähigkeiten oder die Unabhängigkeit von kommerziellen Angeboten, die nicht den eigenen

Bedürfnissen entsprechen, etwa wenn man selbst Kosmetik ohne Parfüm und Mikroplastik herstellt.

„Ich habe oft das Gefühl, dass ich erdrückt werde von allem, was ich besitze. (...) Was mich belastet: Kleidung. Ich habe zwei Kleiderschränke, mindestens 30 T-Shirts und brauche die nicht alle. Ich versuche es zu verschenken und nichts Neues zu kaufen.“

„Dabei gibt es Studien, dass die Menschen glücklicher sind, wenn man sich nur auf das Wesentliche beschränkt.“

Im Kontext der Diskussion um bewussten Konsum stoßen vor allem die älteren Befragten auf das Thema Wirtschaftswachstum, das als eine wesentliche Ursache für schnelllebigen Konsum und negative Umweltauswirkungen angesehen wird.

„Die Unternehmen wollen immer mehr, immer weiter produzieren. Profitmaximierung, schlechtere Arbeitsbedingungen, Umwelt ist egal, Hauptsache wir machen Gewinn.“

„Ich frage mich immer, wann ist das ganze Wachstum denn genug? Immer mehr Profit, wann ist denn das Ziel erreicht? Wann reicht es? Wieweit soll das noch gehen?“

Eine grundlegende Veränderung der Art des Wirtschaftens erscheint vielen sinnvoll. Aber dazu, wie dies aussehen könnte oder erreichbar wäre, haben die Teilnehmenden keine klare Antwort. Manche sehen die Politik in der Pflicht, durch Gesetze und Kontrollen negative Entwicklungen bei den Unternehmen einzudämmen. Auch wären mehr Information und Aufklärung durch die Politik sinnvoll, beispielsweise mithilfe von Influencerinnen und Influencern, die für junge Menschen ein Vorbild für bewussten und nachhaltigen Konsum sein könnten.

5.2.4 Entwicklungen bei nachhaltigkeitsbezogenen Verhaltensweisen

Junge Menschen sind in ihren aktuellen Konsummöglichkeiten oftmals finanziell eingeschränkt, etwa weil sie über wenig eigenes Geld verfügen oder wenig verdienen. Deshalb wurde in einer zweiten Abfrage repräsentativ erhoben, wie wichtig die oben dargestellten konsumorientierten Verhaltensweisen in der Zukunft, nämlich in fünf Jahren, für sie sein werden. Damit sollte die voraussichtliche Entwicklung der persönlichen Konsumwünsche unter nachlassenden finanziellen Restriktionen erfasst werden. Durch diese Projektion in die Zukunft werden mögliche individuelle und biographische Veränderungen und deren Einfluss auf die Konsumententscheidungen in die Einschätzung der Befragten einbezogen.

In Tabelle 6 sind die Mittelwerte ausgewählter Items der Repräsentativbefragung und Unterschiede zwischen den Einschätzungen, die die Befragten im Hinblick auf die Wichtigkeit „heute“ und „in fünf Jahren“ vornehmen, dargestellt. Dabei wurde Effektstärken (Cohens d), Korrelationen und Signifikanztest (t-Test für gepaarte Stichproben) errechnet.

Tabelle 6: Unterschiede in der Wichtigkeit „heute“ und „in 5 Jahren“

	Mittelwert: Wichtigkeit "heute"	Mittelwert: Wichtigkeit "in 5 Jahren"	Effektstärke (Cohens d)	Korrelation	T-Test Sig. (2-seitig)*
<i>Beschleunigter und statusorientierter Konsum</i>					
viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben	3,01	3,13	0,14	0,63	0,000
Dinge online zu kaufen	2,86	3,00	0,17	0,68	0,000
die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben	2,62	2,68	0,07	0,71	0,006
Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen	2,35	2,36	0,02	0,73	0,356
<i>Umweltschonender Konsum</i>					
die Verwendung von Plastikverpackungen zu verringern	3,22	3,22	0,02	0,70	0,537
den Kauf von Plastikgegenständen zu reduzieren	3,11	3,23	0,14	0,64	0,000
fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen	2,96	3,02	0,09	0,63	0,002
Lebensmittel aus biologischem Anbau zu kaufen	2,78	2,91	0,14	0,69	0,000
sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren	1,96	2,19	0,21	0,79	0,000
<i>Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen</i>					
Dinge, die nicht mehr benötigt werden, an andere verschenken	3,07	3,08	0,02	0,59	0,537
Dinge zu tauschen oder gebraucht zu kaufen	2,82	2,87	0,06	0,62	0,031
Dinge zu leihen oder zu teilen (Sharing)	2,61	2,70	0,10	0,66	0,001
auf Konsumgüter zu verzichten und weniger zu kaufen	2,67	2,81	0,17	0,64	0,000

1. Frage: Bitte gib hier an, wie wichtig Dir die folgenden Dinge heute sind.

2. Frage: Und was glaubst Du: wie wichtig werden diese Dinge in 5 Jahren für Dich sein?

Minimalwert = 1 = „Überhaupt nicht wichtig“ / Maximalwert = 4 = „Sehr wichtig“

N = 1.007 / * **Fettdruck:** Irrtumswahrscheinlichkeit < .05 signifikant im 95-Prozent-Konfidenzintervall)

Insgesamt zeigt es sich, dass die Wichtigkeiten, die den jeweiligen Verhaltensweisen heute und in 5 Jahren zugeschrieben wird, recht hoch miteinander korrelieren. Das heißt, aus Sicht der Befragten wird sich deren Stellenwert in Zukunft nicht stark verändern. Dies schlägt sich auch in den Effektstärken nieder, die durchweg relativ gering sind. Gleichwohl sind die Unterschiede oftmals statistisch signifikant.

Für Verhaltensweisen, die der Umwelt eher schaden als nützen, wie Reisen, Online-Käufe oder statusorientierter Konsum, zeigt sich ein gewisser Bedeutungszuwachs zwischen heute und in fünf Jahren. Die Unterschiede sind nicht stark, aber – mit Ausnahme des Items zu Kleidung und Mode – signifikant. Umweltschonender Konsum wird für die jungen Befragten zukünftig wichtiger, so die Selbsteinschätzung in fast allen abgefragten Verhaltensweisen. Hier ist die Ausnahme die Verwendung von Plastikverpackungen, deren Verringerung schon heute sehr viele als wichtig erachten. Den deutlichsten Bedeutungsgewinn im Zeitverlauf verzeichnet ein vegetarischer oder veganer Ernährungsstil. Auch suffizienz-orientierte Praktiken nehmen etwas zu, von Gebrauchtkauf über Sharing bis zu Konsumreduktion. Der Blick der Befragten in die Zukunft zeigt, dass unter diesen Verhaltensweisen vor allem der Kaufverzicht wichtiger wird.

Die Jugendtypen betreffend zeigen sich die folgenden Unterschiede (die Mittelwerte für die Jugendtypen auf allen einzelnen Items befinden sich im Anhang 9.6):

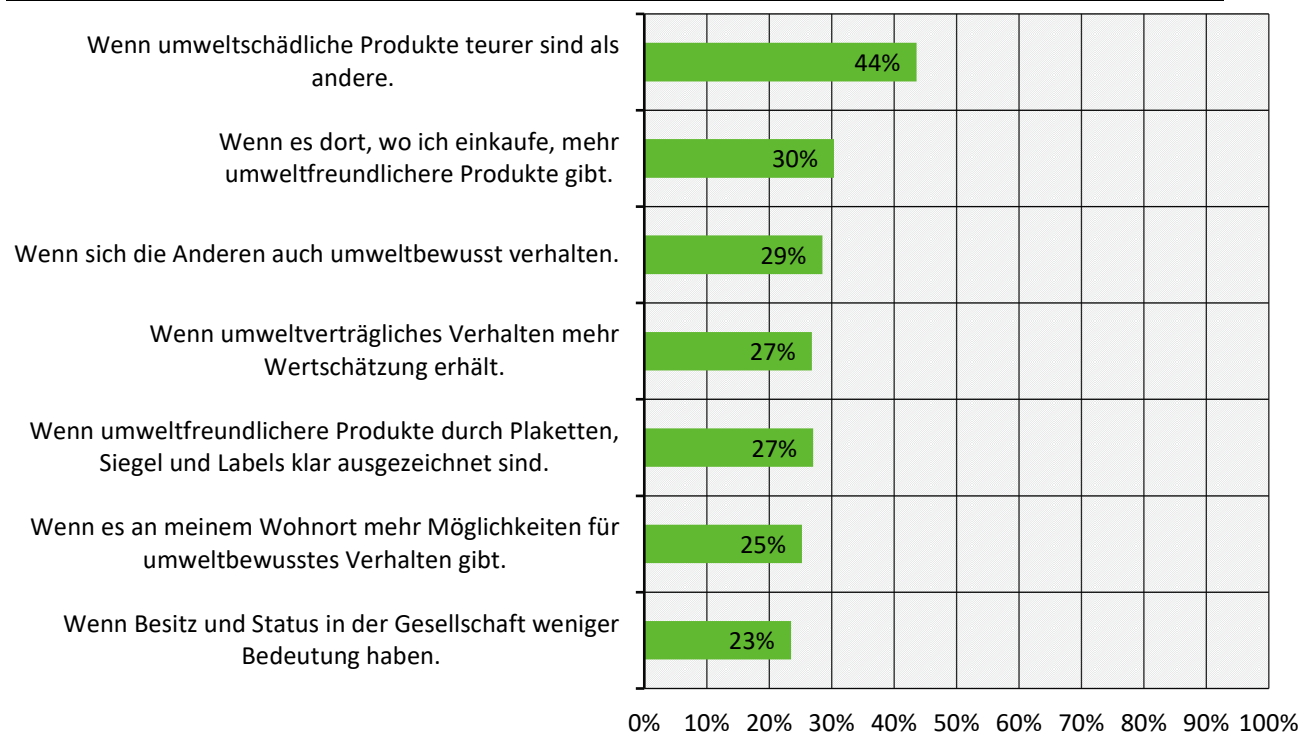
- ▶ Status- und Konsumansprüche sind vor allem für die „Pragmatischen“ zentral. In der Bedeutung, die sie künftigem statusorientiertem und beschleunigtem Konsum beimessen, unterscheiden sie sich signifikant von den „Idealistischen“ und den „Distanzierten“. Dies betrifft etwa ihren Wunsch nach dem Besitz neuester Technik (Mittelwert 3,22) und Mode (Mittelwert = 2,91)²³ oder auch online zu kaufen (Mittelwert = 3,27).
- ▶ Umweltschonender Konsum ist für die „Idealistischen“ auch in Zukunft besonders wichtig. Von den anderen Jugendgruppen unterschieden sie sich signifikant sowohl bezüglich der Reduktion von Plastikgegenständen (Mittelwert = 3,63) als auch dem Kauf von fair hergestellten und fair gehandelten Produkten (Mittelwert = 3,46), dem Kauf von Lebensmitteln aus biologischem Anbau (Mittelwert = 3,35) und bei veganer oder vegetarischer Ernährung (Mittelwert = 2,75).
- ▶ Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen sind für keinen der drei Jugendtypen auffallend bedeutsam. Am ehesten sind sie für die „Idealistischen“ wichtig.

5.3 Anreize für nachhaltiges Verhalten von jungen Menschen

Wie kann die Bedeutung von nachhaltigem Konsum in der jungen Generation gestärkt werden? Was wäre der stärkste Anreiz, sich im Alltag noch häufiger umweltschonend und suffizienz-orientiert zu verhalten? Die wichtigsten Hebel sind aus Sicht der Befragten der **Repräsentativbefragung**, dass umweltschädliche Produkte teurer sein sollten und somit nachhaltige Kaufentscheidungen günstiger oder mindestens genauso teuer werden würden – 44 Prozent der Befragten wählen diese Maßnahme als eine der drei wichtigsten aus (siehe Abbildung 18).

²³ Unterschiede in konsumbezogenen Verhaltensweisen zeigten sich bereits in der Vorgängerstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ als besonders bedeutsam. Deshalb sind einzelne dieser Items bezogen auf den aktuellen Konsum als aktive Variablen in die Gruppenbildung eingegangen (siehe Kapitel 3, Tabelle 4).

Abbildung 18: Anreize für umweltfreundliches Verhalten



Frage: Was könnte Dich dabei unterstützen, Dich umweltfreundlicher zu verhalten? Bitte wähle die drei wichtigsten Aspekte aus. (Mehrfachantworten möglich)

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

In den **Fokusgruppen** wurde darüber am Beispiel von Mobilität diskutiert. Die Tatsache, dass Flüge vergleichsweise billig sind, ist aus Sicht der Teilnehmenden, wenn sie darüber nachdenken, nicht angemessen: „*Ein Flug kann nicht billiger sein als Zugfahrt. Das ist alles viel zu günstig. Es ist ja gut für einen, aber es geht so nicht.*“

Einigen sind die Ausgleichszahlungen für CO₂-Emissionen aus Reisen bekannt. Ihrer Einschätzung nach müsse das Problem von zu billigen Reisen aber nicht individuell, sondern gesellschaftlich und politisch gelöst werden.

Auch das Thema Verfügbarkeit spielt eine Rolle: knapp ein Drittel wünscht sich, dass umweltfreundliche Produkte dort verfügbar sind, wo junge Menschen ohnehin einkaufen. Eine größere gesellschaftliche Relevanz („wenn sich die Anderen auch umweltbewusst verhalten“), eine höhere gesellschaftliche Wertschätzung für umweltfreundliches Verhalten und klarere Kennzeichnungen durch Plaketten, Siegel und Labels würden jeweils fast 30 Prozent der Befragten dazu motivieren, sich umweltfreundlicher zu verhalten. Es zeigt sich also, dass sowohl ökonomische Anreize, bessere Verfügbarkeit und bessere Umweltinformationen als auch soziale Normen aus Sicht der jungen Menschen eine Hebelwirkung für die Verbreitung von nachhaltigem Konsum haben kann.

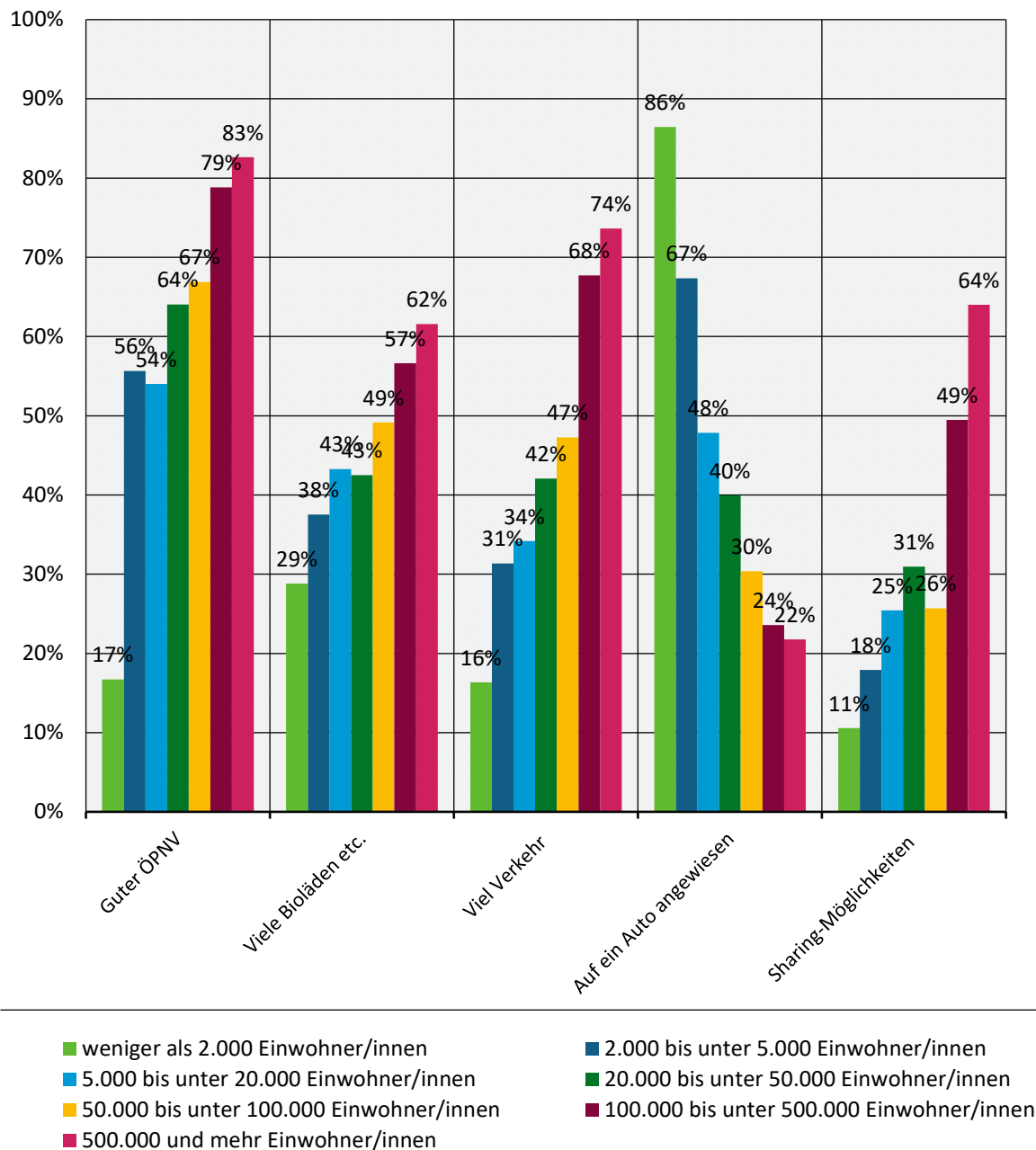
5.4 Einfluss des Wohnorts auf nachhaltige Verhaltensweisen

Die Verhältnisse am Wohnort beeinflussen das Alltagsverhalten, auch bei jungen Menschen. So bieten Städte Aufenthalts- und Einkaufsmöglichkeiten, Möglichkeiten für die Gestaltung der freien Zeit und das Ausleben von Cliquenidentitäten sowie Zugänge zu außerhäuslichen Konsumwelten. Der städtische öffentliche Raum fungiert unter anderem als Ort der Entfaltung,

Emanzipation, Selbstdarstellung und Vernetzung (Berding 2018). Auf dem Land wachsen junge Menschen unter anderen sozialräumlichen Bedingungen auf, in einer „Welt der dörflichen Kontrolle, der Durchgängigkeit der alltäglichen Lebensbereiche, der Tabus und traditionellen Selbstverständlichkeiten, aber auch der Vertrautheit, Geborgenheit und sozialen Sicherheit“ (Böhnisch 1992, S. 5), wenngleich Entwicklungen wie die Globalisierung oder Digitalisierung auf ihre Lebenswelten genauso Einfluss nehmen wie auf die von in Städten aufwachsenden jungen Menschen (Beierle et al. 2016). Zunehmend werden öffentliche Infrastrukturen in ländlichen Regionen abgebaut und so fehlt es an Einrichtungen und Angeboten für junge Menschen wie Jugendclubs, Schwimmbäder, Kinos oder Diskotheken. Oftmals wird der öffentliche Nahverkehr nur noch während der Schulöffnungszeiten aufrechterhalten. Junge Menschen wachsen in der Stadt und auf dem Land also unter ungleichen strukturellen Rahmenbedingungen auf – und haben damit auch andere Zugangs- und Ausübungsmöglichkeiten für nachhaltigkeitsorientierte Verhaltensweisen.

In der **Repräsentativbefragung** wurde das Vorhandensein bestimmter Gegebenheiten, die für das Ausüben nachhaltigkeitsorientierter Verhaltensweisen bedeutsam sein können, mit Hilfe einer dichotomen Frage untersucht (siehe Abbildung 19). Unabhängig vom persönlichen Wohnort zeigt sich, dass die Lebens- und Umfeldbedingungen dafür nicht immer förderlich sind. So geben nur etwas mehr als 60 Prozent der Befragten an, dass es an ihrem Wohnort ein gut ausgebautes öffentliches Nahverkehrsnetz gibt, 43 Prozent sind auf ein eigenes Auto angewiesen und 34 Prozent sagen, dass es Sharing-Möglichkeiten an ihrem Wohnort gibt.

Abbildung 19: Bewertung des Wohnorts aus Sicht junger Menschen²⁴



Frage: Wenn Du nun an Deinen Wohnort denkst: Welche der folgenden Beschreibungen treffen zu?

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Diese Daten zeigen verschiedene wohnortspezifische Besonderheiten. Unter den Befragten aus Landgemeinden mit weniger als 2.000 Einwohnenden geben nur 17 Prozent an, dass sie auf gute Bedingungen des öffentlichen Verkehrs zurückgreifen können, während dies 83 Prozent der Befragten aus großen Großstädten mit mehr als 500.000 Einwohnenden angeben. Entsprechend kehren sich die Verhältnisse bei der Frage nach der Bedeutung eines eigenen Autos um: 86 Prozent der jungen Menschen aus Landgemeinden sind auf ein eigenes Auto angewiesen

²⁴ Die vollständigen Antwortmöglichkeiten lauten: „Wir haben ein gut ausgebautes Netz öffentlicher Verkehrsmittel.“, „Es gibt viele Geschäfte, die umweltfreundlichere Produkte anbieten, also zum Beispiel Bio-Läden, Öko-Supermärkte und ähnliches.“, „Es gibt hier viel Verkehr mit Lärm und Abgasen.“, „Man ist hier auf ein Auto angewiesen.“, „Es gibt Sharing-Möglichkeiten, zum Beispiel Car-Sharing oder Bike-Sharing.“

während es in den großen Großstädten nur 22 Prozent sind. Die unterschiedlichen Gegebenheiten zwischen Land und Stadt setzen sich bei der Frage nach den Einkaufsmöglichkeiten fort: etwa 29 Prozent der ländlich lebenden und 62 Prozent der städtisch lebenden jungen Menschen geben an, dass es viele Geschäfte gibt, die umweltfreundliche Produkte anbieten.

Die unterschiedlichen Zugangsvoraussetzungen in der Stadt und auf dem Land wurden auch in den **Fokusgruppen** diskutiert. Während in Großstädten der Kauf vor Ort und online im Hinblick auf das Angebot als gleichwertig angesehen werden, so wird im kleinstädtischen und im ländlichen Umfeld der Onlinekauf tendenziell als vorteilhafter erlebt. Die Geschäfte vor Ort werden oftmals als schlecht sortiert wahrgenommen. Besonders schwierig gestaltet sich der Einkauf nachhaltiger Produkte in ländlichen Regionen für umweltbewusste, beispielsweise vegan lebende, junge Menschen:

„Wenn ich extra (... in die Stadt...) reinfahren müsste und nicht sicher bin, dass ich es bekomme, schaue ich erst im Internet, informiere mich und bestell' es dann schon direkt dort. Ist schon praktischer.“

„Es ist halt schon schwieriger an alternative Ökosachen zu kommen, wenn man nicht direkt in Hamburg in der Schanze wohnt. Für speziellere Sachen finde ich dann schon mehr im Internet.“

5.5 Rolle der Digitalisierung im Alltag

Die Digitalisierung verändert alle Lebensbereiche und nimmt auch Einfluss auf das Alltagsverhalten junger Menschen. Die Allgegenwart der Digitalisierung drückt sich etwa im Dauergebrauch des Smartphones, in der steten Nutzung digitaler Inhalte und im intensiven Einsatz der sozialen Medien aus (Leven und Utzmann 2019).

Die Diskussionen in den **Fokusgruppen** haben gezeigt, wie eng und symbiotisch die Beziehung vieler Jugendlicher und junger Erwachsenen zu ihrem Smartphone ist und dass digitale Medien zu ihrem Alltag gehören. Insbesondere unter den jüngeren Fokusgruppenteilnehmenden (14-17 Jahre) steht bei der Nutzung von digitalen Medien im Alltag die Vernetzung und Verbindung mit Freunden im Vordergrund. Die Erreichbarkeit über das Smartphone und Präsenz in sozialen Netzwerken wie in WhatsApp-Gruppen, bei Instagram oder Snapchat ist für viele unverzichtbar für soziale Zugehörigkeit und Akzeptanz im Freundeskreis. Auch für die Älteren (18-22 Jahre) ist das Smartphone für Kommunikation mit Freunden und Freundinnen bedeutsam, jedoch in eher pragmatischer Weise. Sie schätzen vor allem die schnelle und einfache Kommunikation, die es erlaubt, auf beiläufige Art und Weise über die Aktivitäten der Freunde auf dem Laufenden zu bleiben. Daneben werden digitale Medien im Alltag zum Zeitvertreib und zur Unterhaltung verwendet und zur Informationssuche oder zur Unterstützung bei Aufgaben für Schule oder Studium eingesetzt. Manche haben Hobbys, die sie im digitalen Raum ausüben (Videos drehen, Musikbeats herstellen) und alle schätzen die digitalen Anwendungen, die zur praktischen Alltagserleichterung beitragen (zum Beispiel Online-Banking, Navigation).

Die Unentbehrlichkeit der digitalen Medien im Alltag weckt bei manchen auch Sorgen vor negativen Folgen für das eigene Leben, etwa bestimmte Fähigkeiten bzw. Kompetenzen zu verlieren (zum Beispiel Stadtpläne lesen) oder in eine zu große Abhängigkeit vom Smartphone zu gelangen. Derartige Bedenken haben teils kokettierenden Charakter – im Sinne einer selbstironischen Kommentierung eigener Schwächen. Bei Etlichen stellt sich das Gefühl von Zeitverschwendung ein, wenn sie zu lange in den sozialen Netzwerken online sind. Einzelne beobachten auch, dass die Kommunikation in sozialen Netzwerken bei ihnen negative Stimmungen bewirkt und ihr psychisches Wohlbefinden beeinträchtigt, etwa durch den

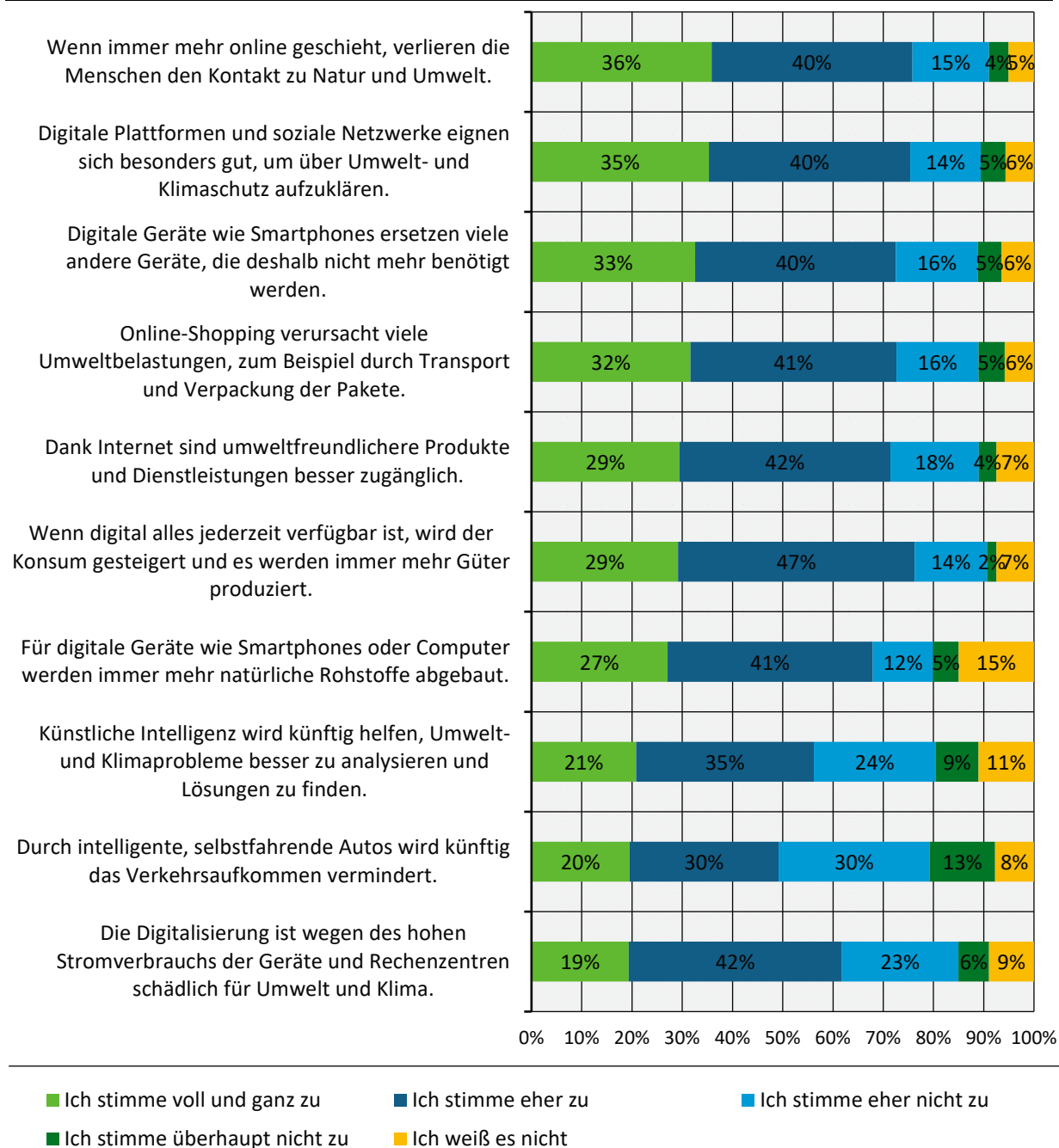
kompetitiven Selbstdarstellungscharakter in solchen Netzwerken und die damit einhergehenden Abgrenzungsschwierigkeiten.

Die hohe Bedeutung digitaler Geräte und Medien für junge Menschen und des Internets im Allgemeinen führt zu der Frage, ob sie damit eher Chancen oder Risiken für das eigene Leben und die Gesellschaft in Verbindung bringen. Für manche Teilnehmenden der Fokusgruppen stehen dabei klar die Vorteile im Zentrum, sie betonen enthusiastisch die Chancen der Digitalisierung etwa für den technischen und gesellschaftlichen Fortschritt, die wirtschaftliche Zukunft von Deutschland oder für Start-ups und die Berufswahl. Andere erkennen deutliche Risiken, und manche versuchen, sich für eine gewisse Zeit von digitalen Medien fernzuhalten (Digital Detox). Für die meisten ist jedoch charakteristisch, dass sie Chancen und Risiken gleichermaßen sehen. Bei den Teilnehmenden steigt mit der Bildung auch das Abstraktionsniveau der Argumente. Während die 14- bis 17-Jährigen, die eine Hauptschule besuchen oder einen Hauptschulabschluss beziehungsweise keinen Schulabschluss haben, überwiegend direkte Auswirkungen von kürzerem zeitlichem Horizont sehen (zum Beispiel „mehr coole Apps“), so spielen bei den Befragten mit höherer Bildung auch gesellschaftspolitische Auswirkungen eine Rolle.

Nachhaltigkeit ist im Zusammenhang mit Digitalisierung kein Aspekt, der den Teilnehmenden besonders präsent ist. In den Fokusgruppen wird überwiegend erst auf Nachfrage über Chancen und Risiken für Umwelt und Klima diskutiert. Als umweltrelevantes Thema ist ihnen lediglich der hohe Energieverbrauch der Digitalisierung, etwa für Rechenzentren, bekannt. Auf Nachfrage werden dann aber doch einige Vorteile (bessere Informations- und Vernetzungsmöglichkeiten, Dematerialisierung und Ressourcenschonung) und Nachteile (Energie- und Rohstoffverbrauch, Erhöhung und Beschleunigung des Konsums, Verlust von Naturbewusstsein) genannt.

Auch in der **Repräsentativbefragung** ist der Anteil derjenigen hoch, die angeben, dass sie sich sehr oder eher für die Digitalisierung interessieren (87 Prozent), also für Veränderungen durch technische Entwicklungen und alles rund um Informationstechnologien und Internet, soziale Netzwerke und Onlinemedien, Computer und Smartphones. Mit den Befunden der Repräsentativbefragung kann die Sichtweise auf die Wechselwirkungen zwischen der Digitalisierung und Umwelt und Klima junger Menschen verallgemeinert werden. Den Befragten wurde ein Set an vorgegebenen Aussagen in zufälliger Reihenfolge vorgelegt (siehe Abbildung 20), die Potenziale für Umweltschutz und mögliche Konflikte beschreiben.

Abbildung 20: Digitalisierung und Umwelt



Frage: Es gibt unterschiedliche Ansichten dazu, wie sich die zunehmende Digitalisierung künftig auf Umwelt und Klima auswirken kann. Welches sind aus Deiner Sicht die drei wichtigsten Argumente? Bitte gib an, inwiefern Du den folgenden Ansichten zustimmst.

N = 465 (diese Frage wurde nur der Hälfte der Stichprobe gestellt).

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Zunächst werden im Folgenden die Zustimmungswerte zu den negativ konnotierten Aussagen dargestellt. Mehr als 75 Prozent stimmen voll und ganz oder eher zu, dass es ihnen Sorgen macht, wenn die Menschen als Folge der Digitalisierung den Kontakt zu Umwelt und Natur verlieren. Dem Argument, dass Onlineshopping durch den Transport und die Verpackung der Waren zur Umweltbelastung beiträgt, stimmen nahezu ebenso viele voll und ganz oder eher zu. Und etwa derselbe Anteil an Befragten ist der Meinung, dass Online-Shopping zu

Konsumsteigerung führen kann, weil digital alles jederzeit verfügbar ist. Etwas weniger Befragte teilen die Ansicht, dass die Digitalisierung direkte negative Umwelteffekte hat: 68 Prozent stimmen zu, dass der Abbau natürlicher Rohstoffe zur Herstellung von Hardware für digitale Anwendungen steigt und 61 Prozent stimmen voll und ganz zu, dass der hohe Stromverbrauch von Geräten und Rechenzentren umweltschädlich ist.

In ähnlicher Weise fallen die Rückmeldungen zu möglichen positiven Zusammenhängen zwischen Digitalisierung und Umwelt- und Klimaschutz aus. 75 Prozent der Befragten stimmen voll und ganz oder eher zu, dass es mit zunehmender Digitalisierung sehr leicht ist, sich online und in sozialen Netzwerken über Umwelt- und Klimaschutz zu informieren. Fast genauso wichtig bewerten junge Menschen die Chancen für eine Dematerialisierung, also die Möglichkeit, dass etwa das Smartphone mit seinen vielfältigen Funktionen andere Geräte ersetzen kann (73 Prozent), oder dass der Zugang zu umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen vereinfacht wird (71 Prozent). Dass künstliche Intelligenz zukünftig helfen kann, Lösungsansätze für Umwelt- und Klimaprobleme zu finden (56 Prozent), oder dass autonome Fahrzeuge das Verkehrsaufkommen reduzieren, stimmen etwas weniger Befragte voll und ganz oder eher zu (50 Prozent).

Die Unterschiede zwischen den Jugendtypen zeigen sich vor allem beim Typ der „Idealistischen“. Unter ihnen schätzen 86 Prozent die Umweltbelastungen des Online-Shoppings als nachteilig ein (im Vergleich zu 73 Prozent in der Gesamtstichprobe) und sie sind häufiger der Ansicht, dass für digitale Geräte wie Smartphones oder Computer immer mehr natürliche Rohstoffe abgebaut werden (74 Prozent im Vergleich zu 68 Prozent in der Gesamtstichprobe). Auch sind sie besonders häufig überzeugt, dass sich digitale Plattformen und soziale Netzwerke besonders gut eignen, um über Umwelt- und Klimaschutz aufzuklären (83 Prozent im Vergleich zu 75 Prozent in der Gesamtstichprobe).

5.6 Zusammenfassende Bewertung

In der Bewegung Fridays for Future haben junge Menschen eine Ausdrucksform gefunden, die von ihnen eine sehr hohe Akzeptanz erfahren hat. Unter den Befragten der Repräsentativbefragung kennen 80 Prozent Fridays for Future und etwa ein Viertel macht bei den Klimastreiks mit. Fast alle von denjenigen, die bisher mitmachen und etwa die Hälfte der anderen, möchten sich auch zukünftig im Rahmen von Fridays for Future für den Klimaschutz einsetzen.

Weiterhin wurden in dieser Jugendstudie konsumbezogene Einstellungen und Verhaltensweisen untersucht, die im Zusammenhang mit der Frage stehen, welche Bedeutung nachhaltige Lebensstile bei jungen Menschen haben. Es wurden drei Kategorien identifiziert. Die Erfahrungen mit umweltschonenden Verhaltensweisen in Bereichen wie Plastikvermeidung oder Kauf von Bio-Lebensmitteln sind unter jungen Menschen schon recht groß. Eine weitere Dimension des nachhaltigen Konsums, nämlich suffizienz-orientierte Verhaltensweisen, sind vor allem im Bereich des Sharing bedeutsam. Die Umweltvorteile des Teilens, Secondhandkaufs oder auch von Konsumverzicht liegen auf der Hand und vielen jungen Menschen ist der Einfluss von Werbung und sozialen Normen auf ihre Konsumententscheidungen bewusst.

Die Studienergebnisse deuten auf eine Ko-Existenz von nachhaltigen und weniger nachhaltigen Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen hin. So sind die Erfahrungen mit umweltschonenden Verhaltensweisen in Bereichen wie Plastikvermeidung oder Kauf von Bio-Lebensmitteln unter jungen Menschen schon recht weit verbreitet. Den deutlichsten Bedeutungsgewinn in der Zukunft verzeichnet ein vegetarischer oder veganer Ernährungsstil. Dies kann dahingehend interpretiert werden, dass junge Menschen davon ausgehen, dass sich

fleischlose und pflanzliche Ernährungsstile als Trend verbreiten und die eigene Aufgeschlossenheit und Adaptionsbereitschaft und die von anderen zunehmen. Suffizienz-orientierte Verhaltensweisen sind für sie aktuell vor allem im Bereich des Sharing bedeutsam. Zukünftig wird der Konsumverzicht wichtiger, was möglicherweise Ausdruck eines an Achtsamkeit orientierten Lebensgefühls sein kann, wie die aktuelle Shell Jugendstudie (Quenzel et al. 2019, S. 315) konstatiert. Der Bedeutungszuwachs kann aber auch mit erwarteten biografischen Veränderungen zu tun haben, wenn die Befragten davon ausgehen, künftig mehr Dinge zu besitzen und aus dieser materiellen Sättigung heraus Kaufverzicht einfacher erscheint. Dennoch haben beschleunigte und statusorientierte Konsumweisen (Reisen, Online-Shopping, Kauf von Kleidung und Technik) heute und in Zukunft die höchste Bedeutung für junge Menschen. Im Falle des Reisens hängt dies mit der globalisierten Lebenswelt junger Menschen und Werten wie Weltläufigkeit und Entdeckertum zusammen, Online-Shopping wird aus praktischen Gründen und Bequemlichkeit stark nachgefragt und der Kauf von Kleidung und Technik ist durch wechselnde Moden und Trends beeinflusst. Ob nachhaltige Verhaltensweisen einen symbolischen Wert entfalten und zur Stilisierung der eigenen Lebensführung beitragen hängt stark vom jeweiligen Jugendtyp ab (siehe auch Stieß et al. 2020). Dies zeigt, wie unterschiedlich die Motivlagen je nach Konsumbereich sind, und damit auch die Möglichkeiten, Verhaltensveränderungen in Richtung Nachhaltigkeit zu erzielen. In dem Sinne, wie es nicht die „eine Jugend“ gibt, unterscheiden sich junge Menschen auch in ihren umweltbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen ganz deutlich.

Entsprechend sollten auch Maßnahmen zur Förderung von umweltfreundlichem Verhalten gezielt eingesetzt werden. In der Ansicht junger Menschen ist die kostenmäßige Gleich- oder sogar Besserstellung von umweltfreundlichen und umweltschädlichen Produkten am wirkungsvollsten für die weitere Verbreitung umweltfreundlicher Verhaltensweisen. Im jungen Alter werden Kaufentscheidungen noch stark von den finanziellen Möglichkeiten beeinflusst – da sind andere konsumbeeinflussende Faktoren wie die Verfügbarkeit von nachhaltigen Alternativen, Informationen, Labeln oder das Verhalten anderer weniger bedeutsam. In der Studie wurde zudem die Rolle des Wohnorts für das Ausüben nachhaltigkeitsorientierter Verhaltensweisen untersucht. Es zeigt sich, dass die Bedingungen vor Ort vor allem im Bereich der Mobilität entscheidend für nachhaltiges Verhalten sind.

Ein Fokus der Studie lag auf der Frage, wie junge Menschen die Rolle der Digitalisierung für Umwelt- und Klimaschutz einschätzen. Sowohl die qualitativen als auch die quantitativen Befunde zeigen, dass junge Menschen Chancen und Risiken für Umwelt und Klima als etwa gleichbedeutend bewerten. Die Zustimmungswerte zu Vor- und Nachteilen der Digitalisierung für Umwelt- und Klimaschutz liegen sehr nahe beieinander. Auch in den Fokusgruppendifussionen hat sich gezeigt, dass die meisten Teilnehmenden eine differenzierte Meinung haben und sowohl positive wie auch negative Folgen der Digitalisierung im Hinblick auf Nachhaltigkeit für möglich halten. Dies kann auch als Offenheit interpretiert werden: Die jungen Menschen lassen die Entwicklungen auf sich zukommen, ohne vorschnell zu einem Urteil zu gelangen, aus dem Wissen heraus, dass Veränderungen, die heute noch nicht abschätzbar sind, schnell geschehen können. Außerdem dürfte sich im Umgang mit digitalen Medien bei den meisten um gewohnheitsmäßiges Verhalten handeln. Sie nutzen digitale Medien mit beiläufiger Selbstverständlichkeit und machen sich im Alltag darüber eher wenige Gedanken. Dass insbesondere die Synergien zwischen Digitalisierung und Nachhaltigkeit insgesamt eher abstrakt bleiben, obwohl junge Menschen digitale Tools souverän nutzen und sich viele von ihnen für Umwelt- und Klimaschutz interessieren, verdeutlicht wie unverbunden beide Themen in der Gesellschaft, Politik und in den Medien bislang behandelt werden.

6 Handlungsrelevantes Umweltwissen und Informationsverhalten zu Umwelt und Klima

Im Bewusstsein junger Menschen spielen die globale Umwelt- und Klimaproblematik und entsprechende Maßnahmen zum Schutz der natürlichen Lebensgrundlagen eine große Rolle (siehe Kapitel 4.1). Verschiedene Studien kommen zu dem Ergebnis, dass das Wissen über spezifische Umweltprobleme und die nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen des eigenen Handelns in der jungen Alterskohorte gering ist (Hadjichambis et al. 2015). Offenbar kann also das hohe Problembewusstsein nicht mit einem hohen Sach- und Handlungswissen gleichgesetzt werden. Diese Diskrepanz kann damit zusammenhängen, dass die Wissensvermittlung zu Umweltthemen nicht ausreichend ist, die thematische Komplexität zu hoch ist oder die Alltagsrelevanz von Umwelt- und Klimafragen nicht gegeben ist (Leitner 2011; Marchand 2015). In diesem Kapitel stellen wir zunächst das eigens für die Jugendstudie entwickelte Erhebungsinstrument für handlungsrelevantes Umweltwissen und die diesbezüglichen Befunde der Repräsentativbefragung vor. Daraufhin befassen wir uns mit den Informationsbedarfen und dem Informationsverhalten junger Menschen zu Themen des Umwelt- und Klimaschutzes und ihren Einstellungen zu Umweltbildung und Bildungsinstitutionen.

6.1 Handlungsrelevantes Umweltwissen bei jungen Menschen

Im Rahmen der Jugendstudie wurde eine jugendspezifische Skala zur Messung von Umweltwissen entwickelt. Der Fokus liegt dabei auf handlungsrelevantem Umweltwissen, weniger auf naturwissenschaftlichem oder politischem Faktenwissen. Im Folgenden werden die Vorgehensweise bei der Konstruktion des Messinstruments, die Befunde der Repräsentativbefragung zum Umweltwissen und Empfehlungen für die Weiterentwicklung des Messinstruments dargestellt.

6.1.1 Vorgehensweise bei der Skalenkonstruktion

Als erster Schritt der Skalenkonstruktion wurden bestehende Erhebungsinstrumente für Erwachsene und Jugendliche gesichtet. Dazu zählen Skalen zum generellen Umweltwissen inklusive sozial-gesellschaftlichem Wissen (Geiger et al. 2019; Schahn 1999), zu generellem Umweltwissen aufgeteilt in System-, Effizienz- und Handlungswissen (Frick et al. 2004; Geiger et al. 2018; Geiger et al. 2014; Kaiser und Frick 2002); zu allgemeinem Umweltwissen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen (Roczen et al. 2013) und zu Umweltwissen im Bereich Wasser bei jungen Menschen (Liefländer und Bogner 2016). Zunächst wurden die Fragen der bestehenden Instrumente nach thematischer Abdeckung sortiert und systematisiert. Bei ihrer Anpassung und Erweiterung wurden auch Themen berücksichtigt, die im Rahmen der Online-Community der Jugendstudie erstmals vorkamen. Dies betraf vor allem Unsicherheiten der teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen dahingehend, wie sie sich in ihrem Alltag umweltfreundlich(er) verhalten können. Die zwölf exzerpierten Fragen aus bestehenden Fragebögen wurden um sieben neue Items beispielsweise aus den Bereichen Internet/Digitalisierung und Kleidung erweitert, die einen starken Fokus auf handlungsrelevantes Konsumwissen haben. Insgesamt werden für die Umweltwissensskala für Jugendliche und junge Erwachsene 19 Fragen aus den sechs folgenden Themenbereichen vorgeschlagen: allgemeine Konsumthemen, Energie, Ernährung, Mobilität, Internet/Digitalisierung, Kleidung.

Um dem Wissensstand und der Leseverständnisfähigkeit junger Menschen gerecht zu werden, wurde das Antwortformat an einen validierten Wissenstest für diese Altersgruppe angeglichen. Ein solcher Test liegt in Form des Berliner Tests zur Erfassung (fluider und) kristalliner

Intelligenz (BEFKI) für die Jahrgangstufen 5-7, 8-10 und >11 (also einer Altersrange von 11-19 Jahren) vor (Schipolowski et al. 2013). Die Items der Umweltwissensskala für Jugendliche und junge Erwachsene wurden in Form, Sprache und Schwierigkeitsgrad dem BEFKI 8-10 angeglichen. Die Fragen wurden im Multiple Choice Format gestellt, mit einer richtigen Antwort und drei falschen Antworten (Ratewahrscheinlichkeit 25 Prozent). Bei der Formulierung wurde auf einfache Sprache und eindeutige Antworten geachtet. Da ein quantitativer Feldtest mit jungen Menschen nicht vorgesehen war, wurde die Auswahl aufgrund inhaltlicher Kriterien und nicht aufgrund statistischer Daten zur Item-Schwierigkeit getroffen. Im Rahmen der Repräsentativbefragung wurden neun der 19 Fragen als Umweltquiz gestellt (siehe Tabelle 7). Zehn weitere Fragen wurden als „Back-up“ ausgewiesen und zurückgestellt (Anhang 9.3.3).

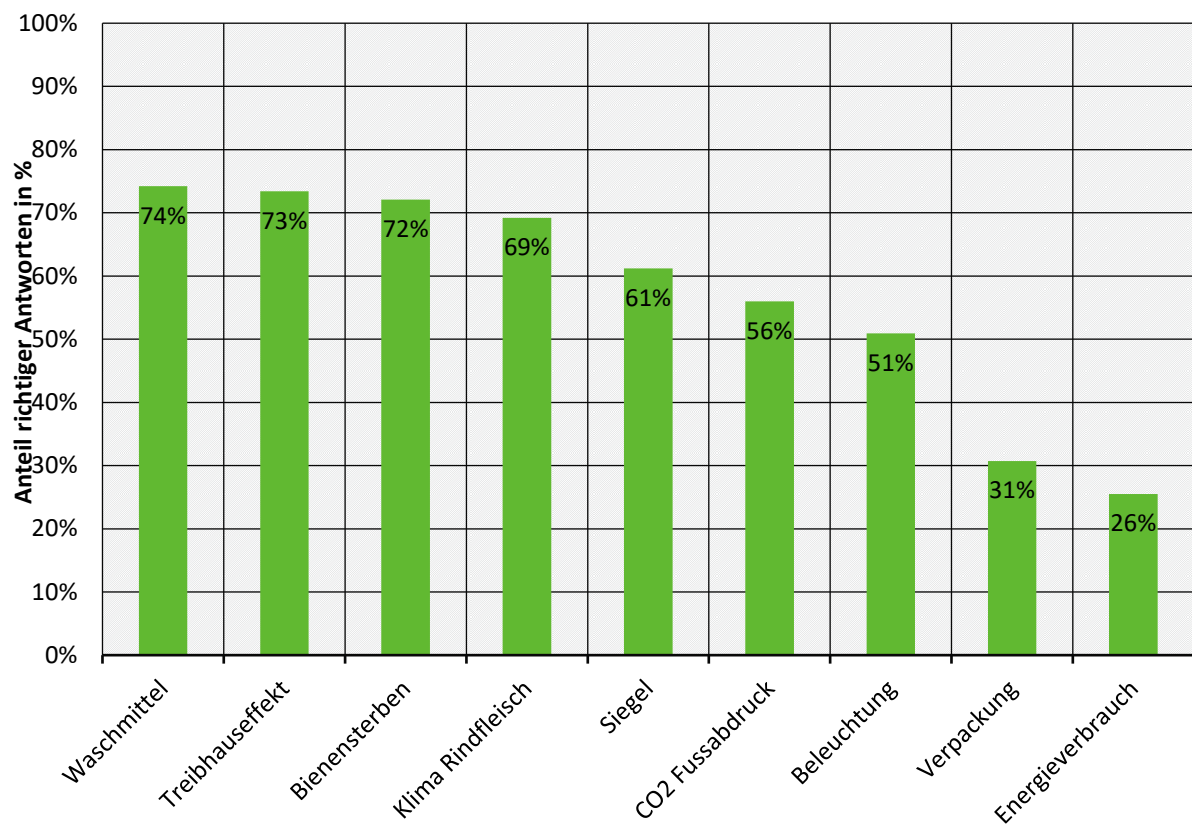
Tabelle 7: Items der jugendspezifischen Skala für handlungsrelevantes Umweltwissen

Nr.	Item	Thema
1	Warum ist Fleisch (v.a. Rindfleisch) besonders klimaschädlich?	Klima
2	Wie kann man ein Zimmer am energiesparendsten beleuchten?	Klima/ Energie
3	Welches der folgenden Siegel ist seit 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung für umweltfreundliche Produkte?	Klima/ Konsum
4	Welche Handlung hilft am meisten, den Treibhauseffekt zu reduzieren?	Klima/ Konsum
5	Was versteht man unter dem CO ₂ -Fußabdruck eines Produktes?	Klima/ Konsum
6	Man sollte möglichst wenig Wasch- und Reinigungsmittel verwenden, weil ...	Umweltverschmutzung
7	Welche der folgenden Getränkepackungen ist für die Umwelt am schädlichsten?	Klima/ Energie
8	Was stellt eine große Bedrohung für den Bestand von Wildbienen dar?	Biodiversität
9	Wofür verbraucht Dein Zuhause (bzw. ein durchschnittlicher Haushalt in Deutschland) am meisten Energie?	Klima/ Konsum

6.1.2 Deskriptive Ergebnisse der Repräsentativbefragung

Im Folgenden werden die deskriptiven Ergebnisse der Repräsentativbefragung dargestellt (siehe Abbildung 21). Es zeigt sich, dass die Lösungshäufigkeit bei den Fragen zur Problematik von Waschmittel, Abhilfe für den Treibhauseffekt, Ursachen des Bienensterbens und der Klima-Relevanz von Rindfleisch am höchsten ist. Die Fragen zu umweltschädlichen Getränkeverpackungen und zum Energieverbrauch im Haushalt konnten weniger Befragte korrekt beantworten. Die Fragen streuen in ihrer Item-Schwierigkeit recht gut. Bei der etwaigen Weiterentwicklung der Skala sollten ein sehr leichtes Item (über 80 Prozent Lösungswahrscheinlichkeit) und mehrere schwere Items (zwischen 10-30 Prozent Lösungswahrscheinlichkeit) aufgenommen werden, um auch im unteren Wissensbereich gut diskriminieren zu können.

Abbildung 21: Lösungshäufigkeit der Items



Frage: Zum Abschluss haben wir noch ein kleines Umweltquiz. Wie gut weißt Du in verschiedenen Themenbereichen Bescheid? Es ist immer nur eine Antwort richtig.

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

6.1.3 Skalenqualität

Cronbachs Alpha der kurzen Skala ist mit $\alpha = .63$ relativ gering, was an den niedrigen Item-Skala-Korrelationen der Items 3 (Siegel), 7 (Verpackungen) und 9 (Energieverbrauch) liegt. Cronbachs Alpha für eine verkürzte Version ohne diese drei Items liegt bei $\alpha = .67$. Trotzdem weist eine konfirmatorische Faktorenanalyse auf eine eindimensionale Wissensstruktur hin ($\chi^2 = 24,7$, $p = .59$, CFI/TLI: .991/.987, RMSEA SRMR: .016 /.023). Eine Raschmodellierung ergibt befriedigende Fitstatistiken für alle Items, für die Items 3, 7 und 9 mit einem signifikanten MSQ outfit-Wert über 1, aber noch unter 1,3. Die quantitativen Analysen ergeben eine ausbaufähige Skala, die mit einzelnen Items erweitert werden müsste, aber für die Darstellung von vorläufigen Zusammenhängen eine ausreichende Basis darstellt.

Tabelle 8: Statistische Gütekriterien der Items der jugendspezifischen Skala für Umweltwissen

Nr.	Item	% korrekt	logit	Ladung
1	Warum ist Fleisch (v.a. Rindfleisch) besonders klimaschädlich?	69,2	.59	.46
2	Wie kann man ein Zimmer am energiesparendsten beleuchten?	50,9	-.37	.29

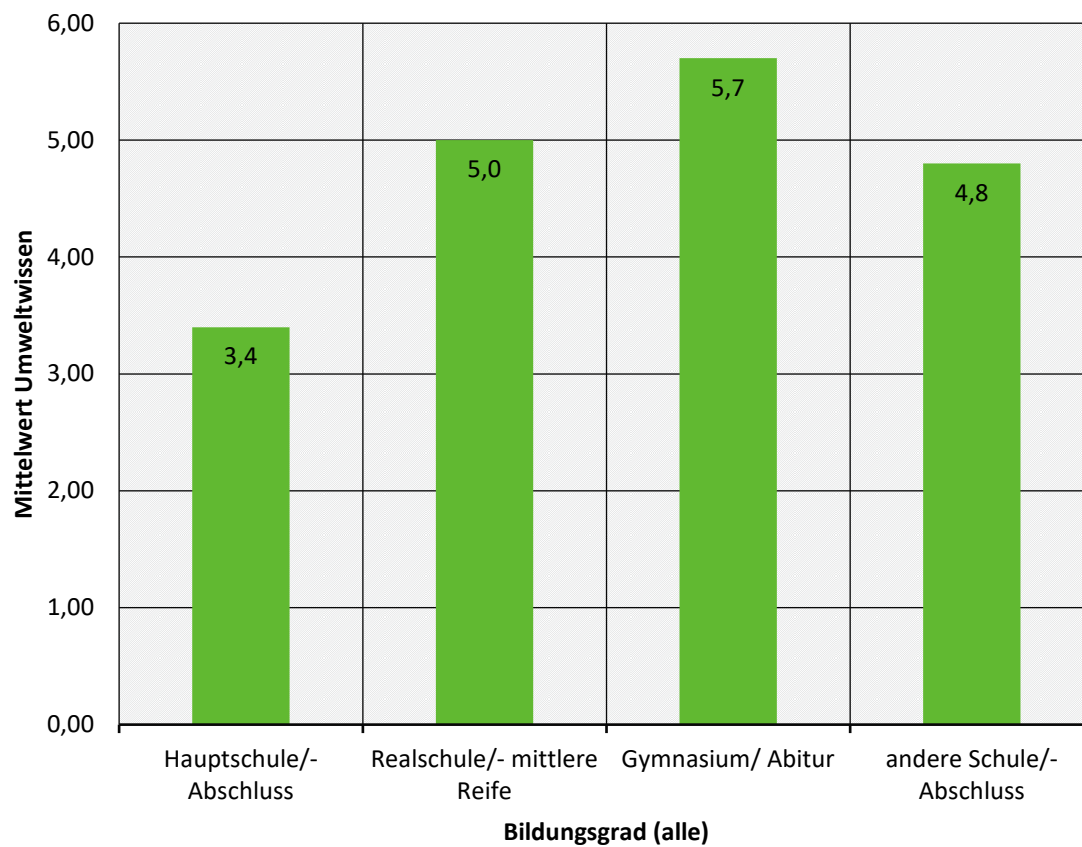
Nr.	Item	% korrekt	logit	Ladung
3	Welches der folgenden Siegel ist seit 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung für umweltfreundliche Produkte?	61,2	.08	.20
4	Welche Handlung hilft am meisten, den Treibhauseffekt zu reduzieren?	73,4	.97	.51
5	Was versteht man unter dem CO ₂ -Fußabdruck eines Produktes?	56,	.01	.60
6	Man sollte möglichst wenig Wasch- und Reinigungsmittel verwenden, weil ...	74,2	.90	.47
7	Welche der folgenden Getränkepackungen ist für die Umwelt am schädlichsten?	30,2	-1.37	.21
8	Was stellt eine große Bedrohung für den Bestand von Wildbienen dar?	72,1	.81	.59
9	Wofür verbraucht Dein Zuhause (bzw. ein durchschnittlicher Haushalt in Deutschland) am meisten Energie?	25,5	-1.62	.16

6.1.4 Zusammenhänge mit Umweltwissen

Es zeigt sich, dass Umweltwissen eher schwach mit Umweltverhalten korreliert ($r = .24^*$)²⁵. Ferner gibt es keinen Zusammenhang zwischen Umweltwissen und dem beispielhaft ausgewählten Einstellungs-Item „Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen zukünftige Generationen wahrscheinlich leben müssen“, das aus der Kenngrößenskala zum Umweltbewusstsein (Geiger 2019) stammt. Ferner zeigen sich signifikante Unterschiede zwischen den unterschiedlichen Schulformen ($F(3/996) = 48,04$, $p < .001$). Von den Schülerinnen und Schülern in Hauptschulen werden signifikant weniger Aufgaben richtig gelöst als von Schülerinnen und Schülern an Realschulen und Gymnasien. Die in Abbildung 22 genannten Zahlen geben die im Durchschnitt gelöste Anzahl der insgesamt neun Aufgaben an. Dieses Antwortverhalten zeigt einen Nachholbedarf von Umweltbildung an allen Schulformen, auch an Gymnasien.

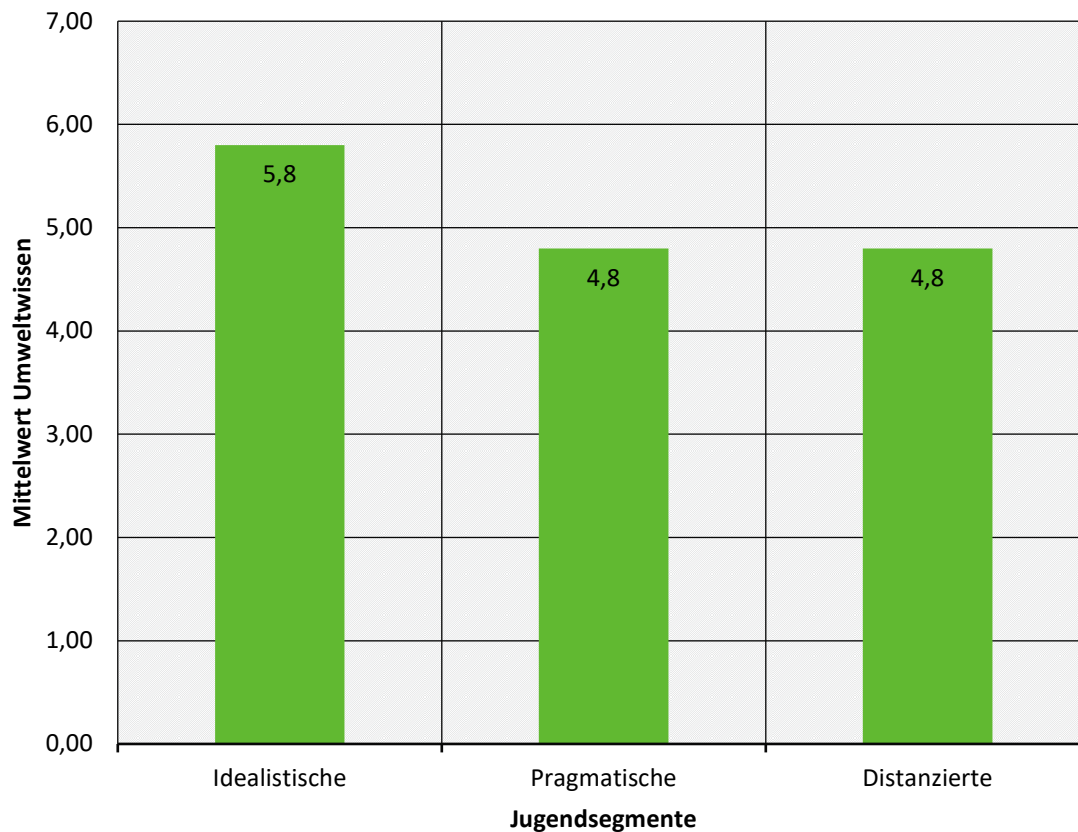
²⁵ Der geringe Zusammenhang zwischen Umweltwissen und Umweltverhalten kann auch für andere Altersgruppen festgestellt werden, wie sich am Beispiel der Umweltbewusstseinsstudie 2018 für die Stichprobe der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre zeigt (Geiger und Holzhauer 2020).

Abbildung 22: Durchschnittliche Anzahl richtig beantworteter Fragen nach Schulform



In Bezug auf die drei Jugendtypen zeigt sich, dass die „Idealistischen“ über signifikant mehr Umweltwissen verfügen ($F(2/1004) = 27,00$, $p < .001$) als „Pragmatische“ und „Distanzierte“.

Abbildung 23: Durchschnittliche Anzahl richtig beantworteter Fragen nach Jugendtyp



6.1.5 Abschließende Beurteilung der jugendspezifischen Skala für handlungsrelevantes Umweltwissen

Das Erhebungsinstrument für handlungsrelevantes Umweltwissen bei jungen Menschen verfügt über eine ausbaufähige Skalenqualität. Um eine bessere Skalenqualität zu erreichen, müsste v.a. eine längere Testbatterie an einer repräsentativen Stichprobe getestet werden. Die Befunde zeigen zwar (einmal mehr), dass Umweltwissen über wenig direkten diagnostischen Wert zur Erklärung und Förderung von Umweltverhalten verfügt, dennoch lassen die schwachen Korrelationen auf einen indirekten Zusammenhang schließen. Umweltwissen stellt demnach zwar eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung für umweltfreundliches Verhalten dar. Zur Erforschung dieser indirekten Zusammenhänge sind valide und reliable Messinstrumente jedoch unerlässlich (Geiger et al. 2019).

Auch für den praktischen Einsatz zur gezielten Suche nach Wissenslücken bei jungen Menschen im Umweltbereich könnte eine solche Wissensskala eingesetzt werden. In diesem Fall sollte bei der Weiterentwicklung der Skala vor allem auf ein breites Themenspektrum geachtet werden und eine Einengung auf Themen vermieden werden, die für junge Menschen auf den ersten Blick inhaltlich interessant oder praktisch relevant scheinen.

Aus der Repräsentativerhebung geht hervor, dass junge Menschen je nach Schulform und Jugendtyp über ein signifikant unterschiedliches Ausmaß an Umweltwissen verfügen. Insgesamt liegt der Mittelwert richtig gelöster Aufgaben mit circa fünf von neun Fragen nur knapp über der Hälfte der gestellten Fragen. Dies deutet darauf hin, dass in der Umweltbildung noch viel Nachholbedarf für alltagsrelevantes und handlungsnahes Wissen besteht. Vor allem junge Menschen, die dem Jugendtyp Pragmatische und Distanzierte zugeordnet werden,

beziehungsweise junge Menschen mit Hauptschulbildung, haben es aufgrund des festgestellten Mangels an Wissen vermutlich schwerer, adäquates Umweltverhalten zu zeigen, selbst wenn Einstellung und Intention zu nachhaltigem Verhalten hoch ausgeprägt wären.

6.2 Informationsbedarf und Informationsverhalten zu Umwelt- und Klimaschutz

In der **Online-Community** sollten sich die jungen Teilnehmenden dazu äußern, in welchen Themenbereichen und zu welchen konkreten Fragen mit Bezug zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit sie gerne über mehr Wissen verfügen würden. Ganz allgemein gibt es einen Bedarf für alltagsrelevantes Handlungswissen, das einen ganz konkreten und praktischen Mehrwert für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen hat.

„Kenne ich mich wirklich genug damit aus, um umweltschonend zu handeln?“

„Wie ich, als Privatperson, im Alltag mehr für die Umwelt und eine nachhaltige Lebensweise machen kann. Welche kleinen Veränderungen haben [...] schon große Auswirkungen [...]?“

Um die Wirkungen des eigenen Handelns besser zu verstehen und über mehr Handlungssicherheit zu verfügen, bewerten die Jugendlichen und jungen Erwachsenen mehr Hintergrundinformationen zu komplexen Zusammenhängen als hilfreich. Dabei sind die Themen Müll- und Plastikvermeidung (Alternativen zu Plastikverpackungen und Einweg- und Wergwerfprodukten, Schutz der Meere) und Fragen zur Zukunft der Mobilität (Dieselfahrverbote, Elektrifizierung) von besonderem Interesse für die Teilnehmenden der Online-Community²⁶.

„Auch was die Herstellung und evtl. Verschiffung oder den Flugzeugtransport von Gegenständen oder Klamotten [...] betrifft, fände ich es interessant zu wissen, wie die Umweltbelastung der Herstellung war.“

Die Teilnehmenden der Online-Community haben vor allem mit Blick auf die Klimaproblematik noch viele offene Fragen und einen hohen Informationsbedarf. Konkret wünschen sie sich mehr Informationen über die Wirksamkeit der (internationalen) Klimapolitik.

„Wird wirklich genug getan, um unser Klima stabil zu halten?“

„Welche Partei steht für Umweltschutz?“

Die Ergebnisse der Online-Community sprechen für ein deutliches und hohes Interesse an alltagsrelevantem Handlungswissen unter jungen Menschen. Auf welchen Wegen sie sich im Alltag über Themen rund um Umwelt-, Klima- und Naturschutz und Nachhaltigkeit informieren, wollten wir in der **Repräsentativbefragung** untersuchen (siehe Abbildung 24).

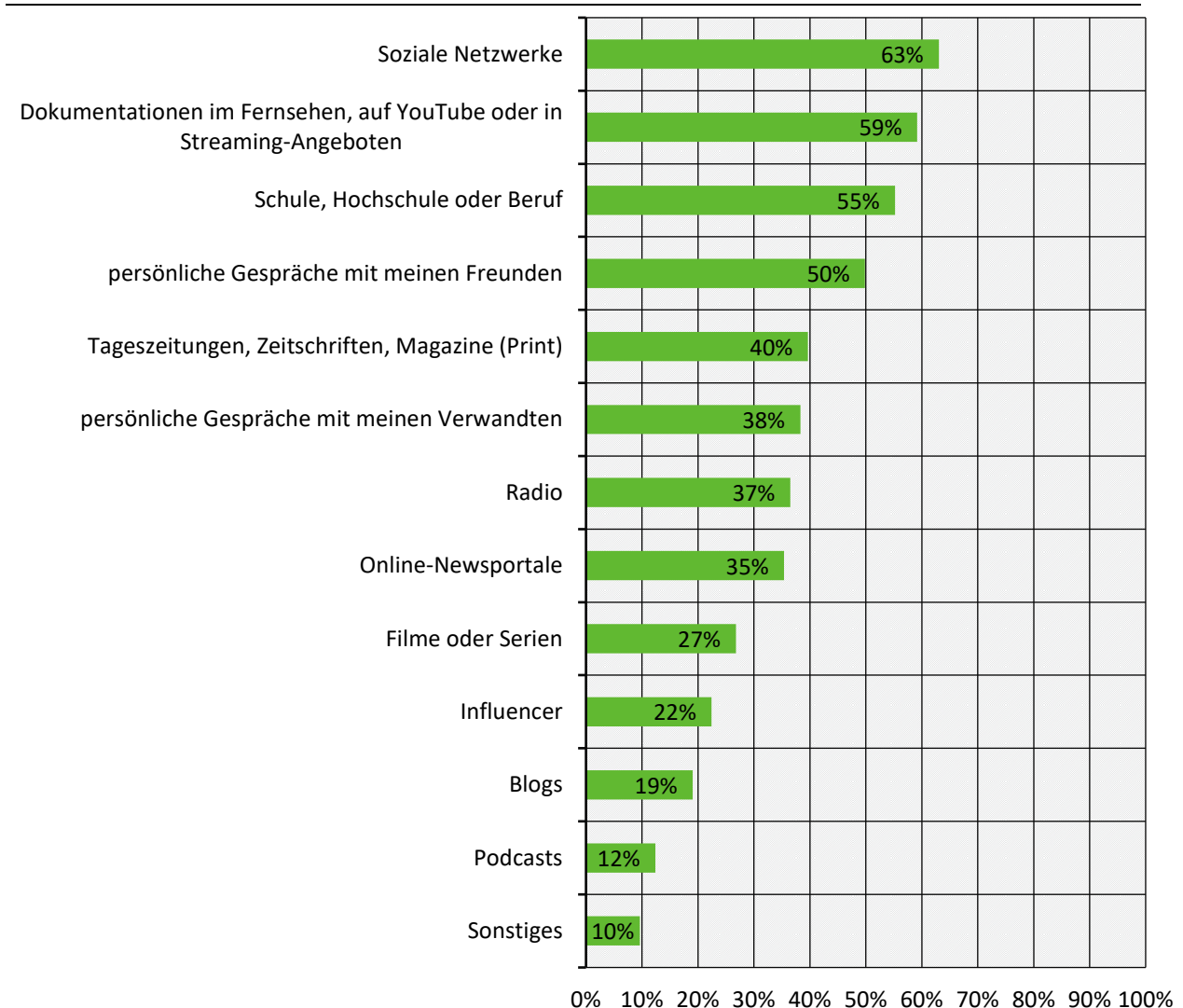
An erster Stelle stehen soziale Netzwerke, in denen sich 63 Prozent der befragten jungen Menschen informieren. Knapp 60 Prozent beziehen ihr Wissen aus Dokumentationen im Fernsehen oder Internet. Erst danach werden Bildungsinstitutionen (55 Prozent) und persönliche Wissensträgerinnen und -träger aus dem Freundeskreis (50 Prozent) genannt. Im Vergleich zur Vorgängerstudie „Zukunft? Jugend fragen!“ 2017 hat sich offenbar eine Bedeutungsverschiebung bei der Informationsbeschaffung hin zu digitalen Medien vollzogen (siehe BMUB 2018)²⁷. Klassische und analoge Medien wie Tageszeitungen oder Radio liegen im Mittelfeld, während Medien zur Verbreitung von digitalem Content wie Blogs oder Podcasts für junge Menschen kaum von Relevanz sind. Auch die Annahme, dass Influencerinnen und

²⁶ Zum Zeitpunkt der Durchführung der Online-Community Ende des Jahres 2018 waren die Themen Plastikvermeidung und Dieselfahrverbote in der öffentlichen Debatte sehr aktuell.

²⁷ Die Vergleichbarkeit ist aufgrund der unterschiedlichen Frageformulierungen jedoch nur eingeschränkt möglich.

Influencer eine wichtige Informationsquelle bei Nachhaltigkeitsthemen für junge Menschen sind (Werg und Cerny 2020; Werg et al. 2020), kann durch die vorliegenden Zahlen nicht bestätigt werden.

Abbildung 24: Informationswege zu Umwelt- und Naturschutzthemen



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

N = 1.007

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

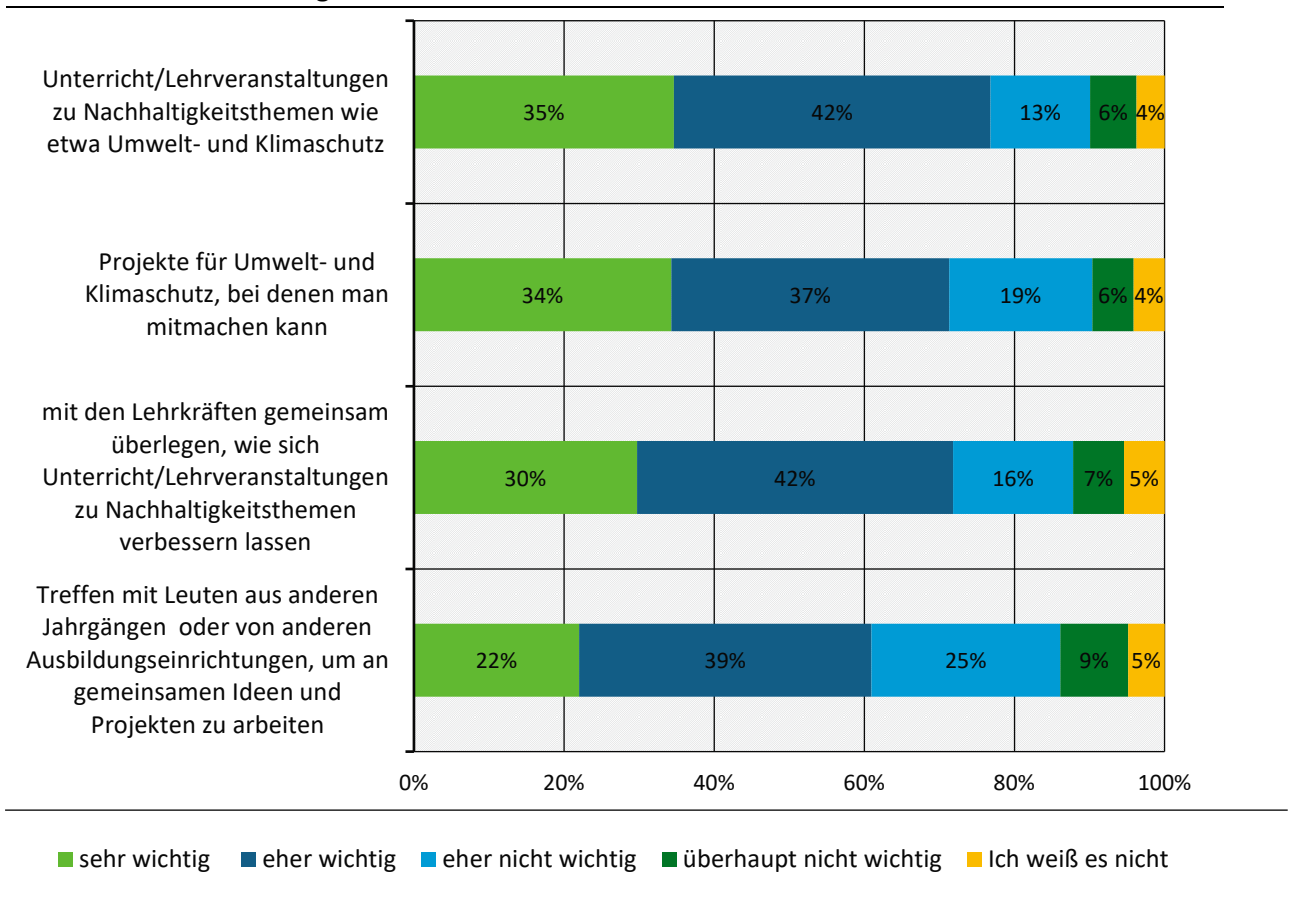
Mit Blick auf die Jugendtypen ist auffällig, dass die „Idealistischen“ häufiger persönliche Kontakte und Gespräche als Informationsquelle angeben (Freunde: 65 Prozent im Vergleich zu 50 Prozent in der Gesamtstichprobe; Verwandte: 49 Prozent im Vergleich zu 38 Prozent in der Gesamtstichprobe). Auch bei den meisten anderen Informationsquellen liegen die „Idealistischen“ vor den beiden anderen Typen. Die „Distanzierten“ geben über alle Items hinweg deutlich seltener an, mittels der abgefragten Informationsmöglichkeiten etwas über Umwelt- und Naturschutz zu erfahren. Keine auffälligen Unterschiede zwischen den Jugendtypen gibt es bei Bildungsinstitutionen als Ort, um Informationen zu Umwelt- und Naturschutz zu erhalten.

6.3 Einstellungen zu Bildungsangeboten für Nachhaltigkeitsthemen

Bildungsinstitutionen sind wichtige Orte für die Wissensvermittlung. Zudem kann nachhaltiges Handeln hier ganz praktisch erfahrbar gemacht werden, etwa durch praxis- und projektorientierte Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen. Auch wenn sie im Vergleich mit anderen Informationsmöglichkeiten nicht an erster Stelle stehen (siehe Kapitel 6.2), sind Schulen, Hochschulen und Orte, an denen Berufe erlernt und ausgeübt werden, wichtig für die formale Bildung junger Menschen und den Erwerb von Gestaltungskompetenzen für nachhaltiges Handeln.

Wie wichtig die verschiedenen Handlungs- und Lernmöglichkeiten zum Umwelt- und Klimaschutz für junge Menschen sind, haben wir in der **Repräsentativbefragung** thematisiert (siehe Abbildung 25). Die wichtigsten Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen sind laut Ansicht der jungen Menschen klassische Lehrangebote wie Unterricht oder Lehrveranstaltungen: 35 Prozent geben an, dass es ihnen sehr wichtig ist, und 42 Prozent, dass es ihnen wichtig ist. Projekt- und beteiligungsorientierte Angebote sind ebenfalls von Bedeutung, etwas weniger wichtig werden institutions- und gruppenübergreifende Treffen zur gemeinsamen Arbeit an Ideen und Projekten eingeschätzt. Insgesamt ist die Mehrheit der Befragten der Ansicht, dass entsprechende Angebote wichtig sind. Ähnlich wie bei den Informationswegen zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen sind vor allem den „Idealistischen“ Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen wichtig. Die „Distanzierten“ bewerten entsprechende Angebote als weniger wichtig.

Abbildung 25: Bedeutung von beteiligungsorientierten Projekten und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen



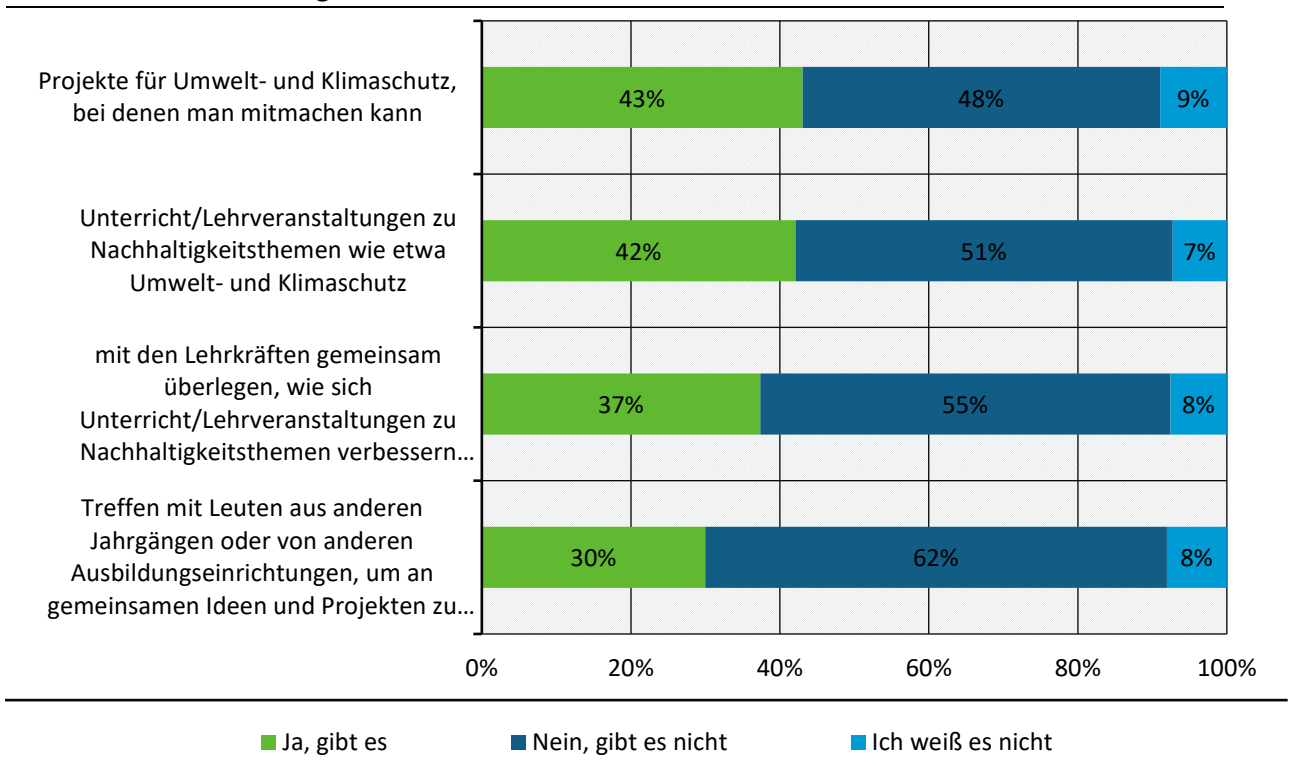
Frage: Wie wichtig ist es Dir, dass folgende Dinge an Deiner Bildungseinrichtung möglich sind?

N=817 (diese Fragen wurden nur den Befragten gestellt, die aktuell eine Bildungseinrichtung besuchen).

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

Im Gegensatz dazu ist die Anzahl derjenigen, die solche Angebote an ihrer Bildungseinrichtung nach eigener Angabe auch tatsächlich nutzen könnten, relativ gering (siehe Abbildung 26). So geben nur etwas mehr als 40 Prozent an, dass es Unterricht und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen oder Projekte zu Umwelt- und Klimaschutz gibt. Gemeinsam mit den Lehrkräften Verbesserungen am Lehrangebot anstoßen, können laut der Einschätzung der Befragten 37 Prozent, und institutions- und gruppenübergreifende Treffen werden im Falle von 30 Prozent der jungen Befragten angeboten.

Abbildung 26: Vorhandensein von beteiligungsorientierten Projekten und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen



Frage: Und was gibt es davon an Deiner Bildungseinrichtung?

N=817 (diese Fragen wurden nur den Befragten gestellt, die aktuell eine Bildungseinrichtung besuchen).

Quelle: eigene Darstellung, IÖW

6.4 Zusammenfassende Bewertung

In Bezug auf die Verbreitung von umweltbezogenem und insbesondere handlungs- und alltagsrelevantem Wissen hat die Jugendstudie gezeigt, dass es unter jungen Menschen einen hohen Bedarf dafür gibt. Die Anwendung der eigens entwickelten Skala zur Messung von Umweltwissen von jungen Menschen hat ergeben, dass das Umweltwissen insgesamt ausbaufähig ist (nur etwas mehr als die Hälfte der Wissensfragen konnte durchschnittlich richtig gelöst werden). Dies deutet darauf hin, dass im Bereich der Bildung für nachhaltige Entwicklung noch viel Bedarf zur Vermittlung von alltagsrelevantem und handlungsnahem Wissen besteht. Die jungen Menschen selbst sehen insbesondere die adäquate Vermittlung von diesbezüglichen Informationen als entscheidend für den Wissens- und Kompetenzaufbau an. Bislang informieren sie sich vor allem in sozialen Netzwerken oder beziehen ihr Wissen aus Dokumentationen im Fernsehen oder Internet. Erst an dritter Stelle werden Bildungsinstitutionen genannt. Aus dem Spektrum der geläufigen Bildungsangebote sind klassische Lehr- und Unterrichtsveranstaltungen und Projekt- und beteiligungsorientierte Angebote besonders wichtig für junge Menschen.

7 Reflektion der Beteiligungs- und Forschungsansätze und Ausblick

Die Ergebnisse der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ zeigen, junge Menschen sich ihrer eigenen Verantwortung bewusst und untereinander im Austausch über umwelt- und klimagerechteres Verhalten. Inwieweit konnte die partizipativ angelegte Jugendstudie dies aufgreifen? Dieses Kapitel dient der Reflektion der in dieser Studie gewählten Partizipations- und Forschungsansätze. In Kapitel 7.1 werden die Herausforderungen und Ambivalenzen erörtert, die damit einhergehen, dass junge Menschen zeitgleich mitforschen und beforscht werden. Die einzelnen Beteiligungsformate werden in Kapitel 7.2 beschrieben und bezüglich ihrer Geeignetheit in dieser Studie bewertet. In Kapitel 7.3 werden Hinweise auf offene Fragen und einen Ausblick auf mögliche Forschungsthemen in künftige Jugendstudien formuliert – auch vor dem Hintergrund der COVID-19-Pandemie.

7.1 Mehr als ein Untersuchungsgegenstand: Jugendliche als Mitforschende

Generationengerechtigkeit gehört spätestens seit dem Brundtland-Bericht der Vereinten Nationen von 1987 (World Commission on Environment and Development 1987) fest zur Nachhaltigkeitsdefinition und ist in Deutschland seit 1994 mit Artikel 20a GG (Deutscher Bundestag 1994) Verfassungsbestandteil. Laut der auch von Deutschland unterzeichneten UN-Kinderrechtskonvention steht jungen Menschen ein politisches Teilhaberecht zu. Deshalb ist es für eine zukunftsfähige Politik notwendig und sinnvoll, die Erwartungen, Bedürfnisse und den Lebensalltag junger Menschen genauso zu kennen wie deren Konsumpräferenzen und -verhalten, Gestaltungsmöglichkeiten und -hürden, die aktuellen Engagementmöglichkeiten und -formen sowie ihre Ängste und Zukunftsvorstellungen. Denn nur dann kann sie Erwartungen und Präferenzen inhaltlich in allen Politikfeldern adäquat aufgreifen und bei der Ausgestaltung von Jugendbeteiligung berücksichtigen. Im Kern geht es also auch beim Forschungsdesign einer Jugendstudie um nicht weniger als die Realisierung von Teilhabe und Generationengerechtigkeit.

Bereits in der Konzeption von „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ war ein partizipatives Forschungsdesign vorgesehen. Die Studie ist ausdrücklich so konzipiert und durchgeführt worden, dass Jugendliche und junge Erwachsene kontinuierlich und substantiell beteiligt sind. Eine spezielle Anforderung bestand zudem darin, eine jugendpolitische Agenda partizipativ zu erarbeiten.²⁸ Die Beteiligung junger Menschen zog sich als roter Faden durch das Projekt. Jugendliche wurden nicht nur beforscht, sondern waren aktiv in den Forschungsprozess einbezogen, gestalteten also auch die Forschungselemente mit.

Das Beforschen diente dazu, die Sichtweisen der jungen Menschen auf nachhaltigkeitsbezogene Fragestellungen und Herausforderungen zu erheben. Es ermöglichte, das bei ihnen vorhandene Orientierungs- und Handlungswissen sowie Wissenslücken und Unsicherheiten im Hinblick auf das Themenspektrum der empirischen Untersuchungen zu erfassen. Das Mitforschen zielte unter anderem auf die Identifizierung relevanter Forschungsfragen aus Sicht der jungen Menschen und auf das Erfassen von Reaktionen auf zuvor identifizierte Forschungslücken und -fragen. Die Elemente, Stationen und Akteure der Beteiligung dieser Jugendstudie zeigt Tabelle 9.

²⁸ Die jugendpolitische Agenda ist in der Ergebnisbroschüre der Jugendstudie dokumentiert: <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/>

Tabelle 9: Elemente und Stationen der Jugendbeteiligung in „Zukunft? Jugend fragen! 2019“

Element	Station	Partizipation junger Menschen
Sichten von Forschungsgrundlagen	Literatur-Screening	Mitarbeit des Jugendprojektbeirats
Entwickeln des Forschungsdesigns	Auswahl Forschungsfragen	Jugendprojektbeirat, Teilnehmende der Online-Community
Durchführen empirischer Forschung	Vorbereitung, Durchführung und Analyse von Online-Community, Fokusgruppen und Repräsentativerhebung	Jugendprojektbeirat, Teilnehmende der Online-Community und der Fokusgruppen, Befragte der Repräsentativerhebung
Entwickeln von Forderungen an die Umweltpolitik	Beteiligungswerkstatt „Youth Lab“	„Youth Lab“-Teilnehmende, Jugendprojektbeirat
Moderieren und Präsentieren	Arbeitssitzungen des Jugendprojektbeirats, Beteiligungswerkstatt „Youth Lab“, Local conference of Youth, Jugendforum „Umwelt und Klima – Wohin wollen wir?“	Jugendprojektbeirat

Dieses Kapitel dient der übergreifenden Reflektion. Ziel ist es nicht, einzelne Veranstaltungen oder partizipative Elemente zu beschreiben. Vielmehr wird auf einer Meta-Ebene deren Funktionieren, Zusammenspiel und Geeignetheit diskutiert.

7.1.1 Mitforschen: Persönlichkeit zeigen und Vermittler/in sein

Die Umsetzung des Auftrages, Jugendliche als Mitforschende durchgängig in die Studie einzubinden, gelang primär über das Ermöglichen der Mitarbeit im Jugendprojektbeirat. Der aus zehn jungen Menschen bestehende Jugendprojektbeirat wurde entsprechend der folgenden Prämissen zusammengestellt:

- ▶ Geschlecht: gleichverteilt
- ▶ Alter: Spektrum 15-22 Jahre
- ▶ Ausbildung: Schüler/innen bis Ausbildung/Studium
- ▶ Herkunft: gleichverteilt auf Ost-/Westdeutschland sowie Stadt/Land
- ▶ Starkes Interesse an Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen

Es wurde sich bewusst für die Zusammensetzung des Jugendprojektbeirats als Gremium von explizit ökologisch und/oder sozial engagierten Personen entschieden, die mit Interesse, Kreativität und Herzblut ebenso wie sachlich, neugierig und offen die Studie begleiten und mitgestalten wollten. Seit Herbst 2018 trafen sich die Mitglieder des Jugendprojektbeirats punktuell persönlich, davon zweimal in Berlin zusammen mit den Auftraggebern und den Auftragnehmern. Sie waren darüber hinaus in regelmäßigem Kontakt untereinander und mit dem Projektteam in monatlichen Telefonkonferenzen, dem Gruppenchat eines Messenger-Dienstes und über eine eigens eingerichtete Projektseite auf der Onlineplattform „wechange“.

Aufgeschlossenheit und Durchhaltevermögen der Beiratsmitglieder waren ebenso gefragt wie Diskursfähigkeit, die über eigene Themeninteressen und das persönliche Engagement geschult und zum Ausdruck gebracht wurden.

Die meisten Mitglieder sind in Jugendverbänden oder selbstorganisiert für Umwelt- und Klimaschutz oder für die Gesellschaft im Allgemeinen aktiv. Damit können sie eher dem Jugendtyp der „Idealistischen“ zugeordnet werden, der circa 35 Prozent der 14- bis 22-Jährigen repräsentiert. Sie spiegelten daher vermutlich die Lebenswelten von 65 Prozent der 14- bis 22-Jährigen nicht direkt wider. Deswegen war es wichtig, auch diese 65 Prozent (und damit den überwiegenden Teil der Untersuchungsgruppe) im Rahmen der Studienkonzeption mitzudenken und Wege zu finden, um deren Realitäten, Haltungen und Erwartungen zu erfassen. Dies wurde zum einen dadurch versucht zu gewährleisten, dass die Online-Community und die Fokusgruppen als Diskursformate auch mit jungen Menschen besetzt wurden, die kein dezidiertes ökologisches Interesse und Engagement zeigen. Zum anderen kann davon ausgegangen werden, dass jede und jeder Einzelne der in „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ involvierten jungen Menschen über den eigenen Freundes- und Verwandtenkreis hinaus viele andere Facetten und Alltagswirklichkeiten erlebt – nämlich im Kontakt mit Mitschülerinnen und Mitschülern, anderen Auszubildenden, Mitstudierenden und punktuell immer wieder auch mit deren Geschwistern und Freundeskreisen. So kennen die Mitglieder des Jugendprojektbeirats nicht nur die eigene, sondern viele „junge Lebenswelten“. Dieses Wissen war bei der Interpretation der Befunde hilfreich und wurde ebenso kritisch wie konstruktiv eingebracht. Die Mitglieder sahen sich in ihrer Tätigkeit im Jugendprojektbeirat immer auch als Vertreterinnen und Vertreter der jungen Generation insgesamt. Zudem haben sie sich als in besonderem Maße interessierte und engagierte Personen mit ihren Kenntnissen in umwelt- und klimarelevanten Themenfeldern sowie ihrer Debattierfähigkeit hervorragend in die Diskussion von Forschungslücken und die Auswahl der Forschungsfragen einbringen können.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die enge und intensive Beteiligung eines engagierten Jugendprojektbeirats als sehr vorteilhaft und zielführend bezeichnet werden kann.

7.1.2 Für und wider die Kooperation mit Laien der empirischen Sozialforschung

Bei der Kooperation mit Laien der empirischen Sozialforschung besteht ein Spannungsfeld zwischen den möglichen Chancen (wie einer Bereicherung durch fruchtbare Impulse von außen) und den damit verbundenen Risiken (wie möglichen unbeabsichtigten Qualitätseinbußen²⁹). Dieses Spannungsfeld galt es bei der Beteiligung der Jugendprojektbeiratsmitglieder zu berücksichtigen. Im Falle der vorliegenden Jugendstudie brachten sie sich bei den Befragungseinheiten der Online-Community und der Beteiligungswerkstatt „Youth Lab“ als Co-Moderatorinnen und Moderatoren ein. Zudem gaben sie schriftliches und mündliches Feedback zu den Ergebnissen des Literatur-Screenings sowie zu den Entwürfen der Themenkataloge für die Online-Community und Fokusgruppen, dem Fragebogen für die Repräsentativerhebung und zu dem Konzept der Beteiligungswerkstatt „Youth Lab“.

Die Qualität der Studie sowie die Jugendprojektbeiratsmitglieder selbst konnten in hohem Maße von dieser Einbindung und den damit verbundenen Einflussmöglichkeiten profitieren. Die jeweils Beteiligten debattierten ausgewogen und mit großer Sensibilität für die Gruppenarbeit und -prozesse. Sie setzten entsprechend ihrem individuellen Wissensstand und Argumentationstalent eigene Akzente. Gleichzeitig füllten sie die oben beschriebene Rolle als Vertreterinnen und Vertreter der jungen Generation sehr verantwortungsbewusst aus. Auch konnten die Jugendprojektbeiratsmitglieder die Sprach- und Medienwahl auf ihre

²⁹ Beispielsweise, weil die Mitforschenden nicht über Fachkenntnisse und eine professionelle Ausbildung verfügen und/oder weil suggestiv gefragt oder diskutiert wird.

Zielgruppenpassgenauigkeit prüfen. Ihre Kommentierung der Fragenkataloge unterstützte die Pointierung und Zuspitzung von Fragen sowie die Formulierung in jugendgerechter Sprache. Dies ermöglichte es, in „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ junge Menschen zu „ihren“ Themen und Beweggründen zu befragen und „ihren“ Kommunikationsgewohnheiten entsprechend zu adressieren.

Die umfangreiche und kontinuierliche Einbindung des Jugendprojektbeirats überbrückte zudem eventuell aufgrund des Altersunterschiedes zwischen den beforschten jungen Menschen und den beauftragten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern vorhandene Verhaltensunsicherheiten oder Vertrauenslücken, zum Beispiel in den Beteiligungsformaten Online-Community und Youth Lab. Die involvierten Jugendprojektbeiratsmitglieder kannten zunächst punktuell, später umfangreich den Rahmen und die Prozesse der Studie. Sie strahlten somit Sicherheit aus und waren diesbezüglich sprachfähig. Insbesondere zum Zeitpunkt des Youth Lab waren sie so sehr mit den Diskursen und Themen vertraut, dass sie die jugendpolitische Agenda zu „ihrer Sache“ machen konnten. Ihr Auftreten als Vortragende und Moderierende von Kleingruppen vermittelte den Teilnehmenden deshalb, dass hier nicht „irgendwelche Jugendlichen“ für die Moderation geschult wurden, sondern dass ihr Engagement aufrichtig und ihr angeeignetes Faktenwissen fundiert ist.

7.1.3 Erkenntnistransfer in Wissenschaft, Politik und Gesellschaft

Junge Menschen erhalten mit dieser Studie und insbesondere mit den „Forderungen an die Umweltpolitik“ ein wichtiges Sprachrohr in die Politik und in die Öffentlichkeit. Sie liefern dezidierte Ansatzpunkte für (umwelt-)politisches Handeln und gesellschaftspolitisches Engagement. Die „Forderungen an die Umweltpolitik“ wurden vom Jugendprojektbeirat als jugendpolitische Agenda erarbeitet. Dieser Ausarbeitungsprozess involvierte neben den Jugendbeiratsmitgliedern die Teilnehmenden der Beteiligungswerkstatt "Youth Lab" am 3.10.2019 in Heidelberg und die Teilnehmenden an dem Workshop „Feedback zur Jugend-Agenda“ auf der Local Conference of Youth (LCOY) am 4.10.2019 in Heidelberg. Der Diskurs widmete sich der Frage, was umweltengagierte Jugendliche und junge Erwachsene von einer Umweltpolitik erwarten, die die Interessen und Anregungen ihrer Generation aufgreift. Auf Basis der konstruktiv-kritischen Rückmeldungen aus diesen Debatten überarbeiteten und finalisierten die Jugendprojektbeiratsmitglieder die jugendpolitische Agenda. Sie ist als Empfehlung an die (Umwelt-)Politik zu verstehen, welche Themen und Maßnahmen in den kommenden Jahren aus der Sicht junger Menschen dringend bearbeitet werden sollen. Ansatzpunkte für Themenzuschnitt und inhaltliche Ausgestaltung lieferten in anderen Jugendbeteiligungsprozessen entstandene und unterstützenswerte Forderungen. Diese wurden wieder platziert, teilweise zugespitzt und um neue Forderungen ergänzt:

- ▶ Empfehlungen aus dem Jugendreport „Unser Klima! Unsere Zukunft!“ zur 23. Weltklimakonferenz in Bonn (BMU 2017),
- ▶ Handlungsempfehlungen für die Jugendstrategie der Bundesregierung, die während der JugendPolitikTage 2019 (BMFSFJ / DKJS 2019) erarbeitet wurden,
- ▶ Forderungen von Fridays for Future (2019),
- ▶ Global Youth Climate Action Declaration (UNMGCY 2019).

Das partizipative Element der Erarbeitung einer jugendpolitischen Agenda mündete in dem Vortrag der Jugendprojektbeiratsmitglieder bei dem Jugendforum am 31. Januar 2020. Im Beisein von Bundesumweltministerin Svenja Schulze und dem Präsidenten des

Umweltbundesamts Dirk Messner präsentierten sie die „Forderungen an die Umweltpolitik“ persönlich an großformatigen Postern.

Das partizipative Forschungsdesign verbesserte damit auch das Verstehen jugendlicher Belange seitens der Politik und Administration. Davon können in einem nächsten Schritt potenziell Diskursinhalte und -tiefe und dann auch das Aushandeln und Gestalten selbst profitieren – wenn nämlich die geäußerten Bedürfnisse und Erwartungen junger Menschen in die strategische Politikgestaltung einfließen, und sich auch das umwelt- und klimapolitische Handeln konsequenter daran ausrichtet.

7.1.4 Ambivalenz von Jugendbeteiligung: Wo Forschung aufhört und Politik beginnt

Die Partizipations- und Mitgestaltungsmöglichkeiten im Rahmen von „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ sollten zugleich den Qualitätsansprüchen der empirischen Sozialforschung gerecht werden. Der Fokus der Beteiligung lag auf Konzeptionierung, Methodenauswahl, Moderation und Interpretation der Studienergebnisse.

Das Mitforschen ist nicht gleichzusetzen mit einem umweltpolitischen oder gesellschaftspolitischen Engagement in einer politischen Partei oder Umweltorganisation. Das Mitforschen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen ersetzt nicht, dass sie sich selbst dauerhaft und substanziell in gesellschaftliche und politische Debatten einbringen und einbringen können müssen. In ihrer wissenschaftlichen Rolle nehmen die Jugendprojektbeiratsmitglieder und die Teilnehmenden an den verschiedenen Beteiligungsformaten der Jugendstudie keinen direkten Einfluss auf die politische Meinungsbildung oder strategische klimapolitische Entscheidungen wie den Kohleausstieg. Auf diese Rolle galt es sich einzulassen, sie anzunehmen und „aushalten“ zu können. Das ist besonders für ökologisch engagierte junge Menschen ein herausfordernder Spagat. Forschung mitgestalten kann Evidenzen liefern und wie in Kapitel 7.1.3 beschrieben potenziell im nächsten Schritt politikrelevant werden. Per se bedeutet Mitforschen jedoch nicht, die politische Debatte mit zu formen oder unmittelbar politische/gesellschaftliche Veränderungen zu bewirken.

Als Resümee wird deshalb festgehalten, dass gutes Erwartungsmanagement bei der Jugendbeteiligung in Forschungsprojekten wie der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ wichtig ist. Für den Engagement-Rahmen im Jugendprojektbeirat sollten die Möglichkeiten und Grenzen der Mitarbeit transparent gemacht werden. Dazu gehört auch die Festlegung, was eine Beiratstätigkeit (nicht) beinhalten kann und soll. Auftraggebende und Forschungsnehmende sollten entsprechend der guten Praxis bei Partizipations- und Beteiligungsprozessen in allen partizipativen Formaten des Projekts (von der Online-Community bis zur Abschlussveranstaltung) stets sicherstellen, dass die Teilnehmenden ihren Mitgestaltungs- und Einflussrahmen kennen.

Das Beforschen von Umwelteinstellungen und -verhalten junger Menschen hilft, sie als Akteure anzuerkennen, deren „Bewusstsein der Umweltpolitik in Deutschland den nächsten Jahrzehnten viel Rückenwind geben“ (BMU/UBA 2020) wird, wie Bundesumweltministerin Svenja Schulze auf dem Jugendforum am 31. Januar 2020 feststellte. Politikseitig ersetzt das Beforschen Jugendlicher und junger Erwachsener nicht, sie dauerhaft und substanziell in alle gesellschaftlichen und politischen Prozesse einzubinden. Die Anforderung, sie verstärkt einzubeziehen, um ihrem Recht auf politische Teilhabe nachzukommen, besteht weiterhin. Das Beforschen ersetzt nicht die Notwendigkeit, Diskursangebote für junge Menschen fest und dauerhaft zu etablieren (d. h. beispielsweise Jugendparlamente zu stärken), die Interessen der künftigen Generation(en) in allen Entscheidungsprozessen zu berücksichtigen und

selbstverständlich auch nicht die Notwendigkeit für zügigen und deutlich konsequenteren Umwelt- und Klimaschutz.

7.2 Eignung der Beteiligungs- und Forschungsansätze

Wie bereits in dem Pilotprojekt „Zukunft? Jugend fragen! 2017“ (BMUB 2018; Scholl et al. 2018) war das Besondere an der aktuellen Studie, dass Jugendliche und junge Erwachsene während des gesamten Projektverlaufs intensiv beteiligt waren (siehe Kapitel 2 und 6). Wichtige Beteiligungselemente waren die Einrichtung eines Jugendprojektbeirats, die partizipative Entwicklung von Forschungsfragen in einer Online Community und die Erarbeitung von Forderungen an die Umwelt- und Klimapolitik im Rahmen eines Youth Labs. Diese bildeten den Rahmen für die sozialwissenschaftliche Forschung in Form von Fokusgruppen und einer Repräsentativerhebung.

Sozialwissenschaftliche Untersuchungen der „jungen Generation“ wie diese Jugendstudie unterstützen den Erkenntnistransfer in die Politik. Die Kenntnis über Themenpräferenzen, Einstellungen und Verhaltensweisen junger Menschen zu Umwelt und Klima ist die Basis, um deren Sichtweisen und Bedürfnisse in umwelt- und klimapolitische Diskurs- und Entscheidungsprozesse einfließen lassen zu können. Die Repräsentativerhebung wie auch die übrigen qualitativen Beteiligungsmodule der Jugendstudie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ lieferten einen fundierten Einblick in die Lebenswirklichkeit Jugendlicher und junger Erwachsener. Mit diesem Bündel und Spektrum an Methoden und qualitativen Formaten vermochte diese Jugendstudie die heterogene Gruppe der 14- bis 22-Jährigen auch in ihrer Vielfalt abzubilden. Die O-Töne aus der Online-Community und den Fokusgruppendifkussionen geben den Befragten ein Gesicht, untermauern das empirische Datenmaterial und zeichnen dabei das Bild einer reflektierten, klimabewussten und engagierten Jugend, die eine sozial verantwortliche Klimapolitik unterstützt und sich selbst als wichtigen Akteur beim Umwelt- und Klimaschutz noch vor der Industrie und der Bundesregierung sieht.

Im Folgenden werden die Beteiligungs- und Forschungsansätze der Jugendstudie einzeln und detailliert beschrieben und bewertet.

7.2.1 Jugendprojektbeirat

In dem Jugendprojektbeirat haben sich zehn Mitglieder engagiert und das Projekt von Anfang bis Ende mitgestaltet. Als Vertreterinnen und Vertreter der jungen Generation haben sie sich mit Diskussionen, Feedback und vielfältigen Impulsen eingebracht und aktiv an den empirischen Untersuchungen und an den Projekt-Veröffentlichungen mitgewirkt. Einzelne haben unter anderem bei der Moderation der Online-Community unterstützt, waren an der Erstellung des Fragebogens für die Repräsentativbefragung beteiligt, haben das Projekt auf der LCOY vertreten und das Vorwort der Broschüre zur Jugendstudie verfasst. Darüber hinaus haben sie zusammen mit anderen jungen Menschen Forderungen an die Umweltpolitik formuliert und durch die Moderation des Jugendforums Inhalte, Form und Atmosphäre der Abschlusskonferenz geprägt. Einzelne haben in ihrer Funktion als Mitglieder des Beirats darüber hinaus an öffentlichen Diskussionen mit Bundesumweltministerin Svenja Schulze teilgenommen (zum Beispiel bei der Grünen Woche 2019 oder beim Tag der offenen Tür des BMU 2019).

Der Jugendprojektbeirat hat sich erneut als maßgeblicher Erfolgsfaktor der Jugendstudie herausgestellt. Die engagierten Mitglieder haben die Studie zu ihrer Sache gemacht und waren eine große Bereicherung für alle internen Diskussionen und externen Veranstaltungsformate. Durch ihr Engagement wurden sie zu den „Gesichtern“ der Studie und haben die Zielgruppenorientierung des Projekts wesentlich gestärkt.

Gleichwohl ist der Aufwand für Einrichtung und „Pflege“ des Jugendbeirats beträchtlich und die Integration in einen strukturierten Forschungsprozess eine Herausforderung. Auf Basis der bestehenden Erfahrungen erachten wir die möglichst frühzeitige Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses und die Verständigung über die Struktur und die Abläufe des Arbeitsprozesses für wesentlich. Dies sollte im Fokus des Auftakttreffens stehen und auch während des Projektverlaufs immer wieder thematisiert werden. Es war wichtig, für die regelmäßige Kommunikation mit dem Jugendprojektbeirat und die Einbindung in die jeweils anstehenden Forschungs- und Veranstaltungsformate auf Seiten des Projektteams ausreichend personelle Ressourcen vorzusehen.

Das Mitforschen konnte allen an der Studie „Zukunft? Jugend fragen! 2019“ involvierten jungen Menschen und insbesondere den Jugendprojektbeiratsmitgliedern Einblicke in das Handwerk und das Tagesgeschäft wissenschaftlichen Arbeitens vermitteln. Mittels der (als jugendpolitische Agenda) partizipativ erarbeiteten „Forderungen an die Umweltpolitik“ (BMU/UBA 2020, S. 42ff.) fungierte die Jugendbeteiligung zugleich auch als Sprachrohr in die Politik. Für zukünftige Jugendstudien ist die Beobachtung relevant, dass für die jungen Menschen ein gutes Erwartungsmanagement hinsichtlich der tatsächlichen politischen Einflussmöglichkeiten wichtig ist und Orientierung gibt. Eine diesbezügliche Rahmensetzung ist ganz im Sinn guter Praxis von Partizipation. Auch eine beteiligungsorientierte Studie wie die vorliegende Jugendstudie sollte sich daran ausrichten, indem Auftraggebende und Forschungsnehmende die Möglichkeiten und Grenzen der Beteiligung explizit machen.

7.2.2 Online-Community

Mit der Online-Community war die Zielsetzung verbunden, relevante Forschungsfragen zu entwickeln. Die teilnehmenden Jugendlichen und jungen Erwachsenen unterschiedlicher Bildungsgruppen sollten so Gelegenheit erhalten, ihre eigenen Vorstellungen in das Vorhaben einzubringen. Daneben ergaben sich aus dem Austausch der jungen Menschen in der Online-Community eine Vielzahl inhaltlicher Befunde zu den eingesetzten Aufgaben.

Die Online-Community hat sich methodisch bewährt, unter anderem da sie in hohem Maße mit dem Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe korrespondiert.³⁰ Neben Foren und verschiedenen Einzelaufgaben kamen auch moderierte Chatformate zum Einsatz, die seitens der Beteiligten starken Zuspruch erfuhren. Die Teilnehmenden dieser Chats fanden sich zu einer bestimmten Zeit auf der Plattform ein und tauschten sich über Textnachrichten aus. Diese Formate konnten in besonderem Maße Bedürfnisse nach zeitsynchronem interaktivem Austausch befriedigen. Darüber hinaus erlaubten sie der Moderation, unmittelbar auf die Anliegen der Befragten zu reagieren – anders als bei Foren, bei denen die Beiträge zeitlich flexibel eingestellt werden können. Allerdings erwies sich die zeitliche Synchronität der Chats auch als ein gewisser Nachteil, da dies terminliche Absprachen und pünktliches, verbindliches Eintreffen auf der Plattform notwendig machte. Dies erwies sich bei manchen Teilnehmenden als Problem. Solche Formate sollten deshalb frühzeitig mit den Teilnehmenden geplant werden und es sollte mehrfach daran erinnert werden.

7.2.3 Fokusgruppen

Die Fokusgruppen ermöglichten es, mit den Jugendlichen und jungen Erwachsenen die relevanten Themen direkt face-to-face zu diskutieren. Die Teilnehmenden wurden für diesen

³⁰ Zu dieser Einschätzung gelangt auch die Methodenreflexion des Verbraucher*innen-Panels im REFPOLAN-Vorhaben „Soziale Teilhabe durch nachhaltigen Konsum“, siehe <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/soziale-teilhabe-durch-nachhaltigen-konsum>, S. 35ff., was insbesondere deshalb erwähnenswert ist, weil nach wie vor Unsicherheiten dahingehend bestehen, wie nachhaltigkeitsferne soziale Milieus / Jugendliche gut in Forschungsprozesse eingebunden werden können.

Zweck nach vorgegebenen Kriterien von einem Marktforschungsinstitut rekrutiert. In den Fokusgruppen begegnen sich „reale“ Menschen, die nicht nur ihre Ansichten austauschen, sondern sich dabei auch als Individuen begegnen. Stärker als in Online-Formaten spielen dabei auch Ausdrucksmöglichkeiten wie Mimik und Gestik sowie soziale Aushandlungsprozesse in der Gruppe eine Rolle.

Das Fokusgruppen-Setting ermöglichte lebhaftere Diskussionen, bei denen die jungen Menschen ihre jeweiligen Sichtweisen zum Ausdruck brachten. Allerdings setzt die Teilnahme an Fokusgruppen auch ein gewisses Maß an Selbstbewusstsein und Kommunikationsfähigkeiten bei den Teilnehmenden voraus. Die Kommunikation in einer Gruppe mit fremden Menschen kann für manche Befragte ein hohes Maß an sozialem Stress mit sich bringen. Dieses Phänomen trat in der Gruppendiskussion mit den 14- bis 17-Jährigen mit niedriger und mittlerer Bildung auf und stellte besondere Herausforderungen an die Moderation, da beispielsweise Schüchternheit, das Auftreten kindlicher Verhaltensweisen (zum Beispiel Lachanfälle, beständiges Flüstern mit den Sitznachbarinnen und Sitznachbarn) oder auch besonders „coole“ Selbstinszenierungen die Gruppenkommunikation (negativ) beeinflussten. Deshalb empfiehlt es sich speziell für jüngere Befragte, die in sozialen Interaktionen mit Fremden weniger gewandt sind, angepasste Befragungsformate anzubieten, bei denen sie sich in einem intimeren, geschützten Rahmen befinden, und in dem sie sich offen äußern können, ohne negative Reaktionen der Gruppe befürchten zu müssen.

7.2.4 Repräsentativerhebung

Bei der online durchgeführten Repräsentativerhebung ging es darum, quantifizierbare Hinweise auf die Verbreitung bestimmter Einstellungen, Meinungen und Verhaltensweisen in der Zielgruppe sowie bestimmter Typen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu erhalten. Befragungen junger Menschen können prinzipiell gut über ein Online Access Panel durchgeführt werden. Allerdings ist es erfahrungsgemäß nicht einfach, 14- und 15-jährige Befragungspersonen zu erreichen. Da die Minderjährigen zudem unter besondere datenschutzrechtliche Bestimmungen fallen, ist hier besonderer Aufwand bei der Feldarbeit einzuplanen. Das betrifft andere Erhebungsformen wie telefonische oder persönliche Interviews allerdings nicht weniger.

Die Befragungszeit belief sich auf ca. 30 Minuten, was die empfohlene Länge für Online-Befragungen überschreitet (insbesondere bei jugendlichen Zielgruppen und aufgrund der überwiegenden Nutzung von mobilen Geräten). Deshalb wurde als eine Maßnahme zur Sicherung der Datenqualität die Befragung in zwei Erhebungsteile à ca. 15 Minuten gesplittet. Dieses Vorgehen hat sich jedoch hinsichtlich der Effizienz, der Fehleranfälligkeit und der Sicherung der Repräsentativität der Stichprobe als nicht optimal erwiesen. Deshalb sollte auf andere Maßnahmen zurückgegriffen werden. Elemente wie eine abwechslungsreiche Dramaturgie des Fragebogens, klare Strukturierungen, jugendgemäße Formulierungen von Fragen und eine ansprechende visuelle Gestaltung haben Einfluss darauf, wie lange die Befragten konzentriert und mit Spaß dabei sind. Auch können die Befragten nach etwa einem Drittel oder der Hälfte des Fragebogens aufgefordert werden, eine Pause zu machen und an den folgenden Tagen die Beantwortung fortzusetzen. Auf diese Weise können die Teilnehmenden den Fragebogen selbstbestimmt in „Häppchen“ aufteilen, die ihrer eigenen Konzentrationsfähigkeit entgegenkommen.

7.2.5 Youth Lab

In der Beteiligungswerkstatt „Youth Lab“ wurden Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen der empirischen Untersuchungen diskutiert und vor diesem Hintergrund Forderungen an die

Umweltpolitik erarbeitet. Diese wurden auf der lokalen Klimajugendkonferenz LCOY im Oktober 2019 vorgestellt.

Interessierte junge Menschen für das Youth Lab zu gewinnen stellte sich etwas schwerfällig dar. Einerseits sind bereits engagierte Jugendliche in unterschiedlichen Kontexten zeitlich stark eingebunden. Andererseits haben auch junge Menschen, die sich nicht in Organisationen für Umwelt- und Klimaschutz engagieren, durch schulische und private Verpflichtungen wenig Zeit. Aus diesem Grund erschien es sinnvoll, die Beteiligungswerkstatt zeitlich und örtlich an die LCOY anzubinden. Somit konnten Interessierte die beiden Anlässe miteinander verbinden und die Veranstaltungen nacheinander besuchen. Eine intensive inhaltliche Vorbereitung von Seiten des Projektteams war notwendig, um die Teilnehmenden auf einen gemeinsamen Wissensstand zu bringen und eine Diskussionsgrundlage zu schaffen, die die Entwicklung von sachlich richtigen und angemessenen politischen Forderungen innerhalb nur eines Tages ermöglichte. Neben ausreichend Zeit für inhaltliche Diskussionen wurde Zeit für informellen Austausch und Kennenlernen und gemeinsame (abendliche) Aktivitäten eingeplant. Häufig stellt die Möglichkeit des Vernetzens und Austauschs einen, wenn nicht gar den wichtigsten, Grund für die Teilnahme der jungen Menschen dar.

7.2.6 Jugendkongress

Im 31. Januar 2020 fand das halbtägige Jugendforum „Umwelt und Klima – Wohin wollen wir?“ statt. Etwa 60 Teilnehmende diskutierten auf diesem Kongress die Ergebnisse der Studie und die erarbeiteten Forderungen an die Umweltpolitik.

Zwei Mitglieder des Jugendprojektbeirats moderierten die Gesamtveranstaltung, was zu einer zielgruppengerechten Atmosphäre und Ansprache der Teilnehmenden „auf Augenhöhe“ beitrug. Für das Erlernen und Schulen professioneller Moderationstechniken erhielten die beiden Mitglieder im Vorfeld ein externes Coaching. Die Anwesenheit von Bundesumweltministerin Svenja Schulze und UBA-Präsident Dirk Messner würdigte zusätzlich das Engagement der teilnehmenden jungen Menschen. Die zwischenzeitlich angedachten Mitmach- oder Bildungsaktionen im Rahmen des Jugendforums konnten nicht realisiert werden, da sie sich als zu aufwändig herausstellten, unter anderem aufgrund rechtlicher Anforderungen für die Teilnahme von Minderjährigen.

7.3 Ausblick und weiterer Forschungsbedarf

Die individuellen Einstellungen gegenüber Nachhaltigkeit sind im Wandel. Fridays for Future als eine primär von Jugendlichen getragene politische Bewegung hat das Bewusstsein für die Notwendigkeit des Klimaschutzes in die Mitte der Gesellschaft getragen. Mit Einbruch der COVID-19-Pandemie hat sich die Situation allerdings verändert und Klimaschutz ebenso wie Fridays for Future stehen nicht mehr im Zentrum der medialen und öffentlichen Aufmerksamkeit.

Derzeit ist es eine offene Frage, ob die hohe Relevanz des Umwelt- und Klimaschutzes weiterhin bestehen bleibt, oder ob andere Themen und zu bewältigende Krisen wie die COVID-19-Pandemie im Bewusstsein junger Menschen dominieren. Wird es Fridays for Future gelingen, so viele oder gar noch mehr junge Menschen wie bislang für Proteste (auf der Straße und im Internet) zu mobilisieren und das Engagement vieler Akteure für den Klimaschutz einzufordern? Werden sich die nachfolgenden Jahrgänge ebenfalls Fridays for Future oder ähnlichen Bewegungen anschließen? Werden die bislang Aktiven neue Strategien und Formen ihres Engagements wählen?

Für künftige Jugendstudien erachten wir es als relevant herauszufinden, was Fridays for Future in der Generation dieser jungen Menschen bewirkt hat. Wie hat sich Fridays for Future auf ihr Selbstgefühl, ihr Selbstbewusstsein und ihr Selbstwirksamkeitserleben ausgewirkt? Wie wird Fridays for Future aktuell von den jungen Menschen betrachtet, wie werden die bisherigen Erfolge beurteilt, welche werden noch erwartet? Welches Gefühl löst es aus, Teil einer Jugendbewegung zu sein? Wie hat sich die Wahrnehmung von Umwelt- und Klimaschutz in dieser Kohorte verändert? Wie ist es um die Bereitschaft bestellt, für den Umwelt- und Klimaschutz auf die Straße zu gehen oder sich anderweitig zu engagieren?

Die COVID-19-Pandemie konfrontiert die Menschen weltweit mit einer neuen Situation. Die junge Generation wurde bereits mit mehreren Krisen von globalem Ausmaß konfrontiert – terroristische Bedrohungen, die Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2008, die so genannte Flüchtlingskrise und Umweltkrisen wie das Artensterben oder der Klimawandel. Das Hashtag von Fridays for Future #FightEveryCrisis kann insofern das Lebensgefühl einer ganzen Generation besonders treffend beschreiben. Um mit solchen unvorhergesehenen Krisen umgehen zu können, wird sowohl gesellschaftlich (Infrastruktur, Politik, Wirtschaft) als auch auf individueller Ebene Resilienz benötigt. Individuelle Resilienz bezeichnet in der Psychologie die Fähigkeit, die eigene psychische Gesundheit in Stresssituationen zu erhalten und zu stärken (Sapientza und Masten, 2011). Junge Menschen waren bzw. sind von der COVID-19-Pandemie betroffen – strukturell durch Schulschließungen und Kontakteinschränkungen, psychisch durch individuelle Ängste, Stress und Zukunftssorgen. Offen ist, wie sich die COVID-19-Pandemie mittelfristig auf junge Menschen auswirkt, etwa im Hinblick auf ihre Wahrnehmung von individuellen und gesellschaftlichen Zukunftserwartungen oder Handlungsspielräumen. Welche Werte werden in einem Leben mit der COVID-19-Pandemie und danach bei jungen Menschen bedeutsamer werden, welche weniger (zum Beispiel Solidarität, Nachhaltigkeit, Rückzug ins Private)?

Weiterhin stellt sich die Frage, wie junge Menschen die Resilienz bestimmter gesellschaftlicher Systeme einschätzen (wie beispielsweise Infrastrukturen, Wertschöpfungsketten oder Energienetze) und welchen Zusammenhang junge Menschen zwischen der Resilienz bestimmter Systeme und der COVID-19-Pandemie sehen. Der „wirtschaftliche Shutdown“ und die Konsumeinschränkungen, die als Reaktion auf die COVID-19-Pandemie stattfanden, können unter bestimmten Umständen eine Gelegenheit für Suffizienz und Postwachstum bieten (Gossen und Ziesemer 2020). Sie könnten aber auch dazu führen, auf forciertes Wirtschaftswachstum zu setzen oder Klimaziele zu lockern bzw. hinauszuschieben (mit entsprechenden negativen Folgen). Was trägt aus Sicht der jungen Menschen zur Erhöhung von Resilienz bei, um etwa auf zukünftige Krisensituationen, wie etwa auch den Klimawandel, (besser) vorbereitet zu sein? Welche persönlichen Erfahrungen haben sie in der COVID-19-Krise gemacht, welche Auswirkungen hat dies auf ihre Zukunftserwartungen, ihre Selbstwirksamkeit und ihre Einstellungen zu Politik? Welche Chancen und Risiken bestehen ihrer Meinung nach für den Umwelt- und Klimaschutz durch Krisen wie die COVID-19-Pandemie? Ergeben sich beispielsweise Gelegenheitsfenster für persönlichen, gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Wandel, wie Postwachstumsstrategien und suffizienz-orientiertes Verhalten? Haben sich während der COVID-19-Krise bestimmte Veränderungen im Verhalten entwickelt und längerfristig etabliert?

In Anbetracht der gegenwärtigen Umbruchsituation ergeben sich viele offene Fragen und Forschungslücken, auf die künftige Jugendstudien Antwort(en) geben können.

8 Quellenverzeichnis

- Antes, W.; Schiffers, B. (2015): Jugendstudie Baden-Württemberg 2015. Stuttgart.
https://www.jugendstiftung.de/fileadmin/Dateien/Jugendstudie/2015/Jugendstudie-2015_06.07.2015.pdf
(23.07.2020)
- Beierle, S.; Tillmann, F.; Reißig, B. (2016): Jugend im Blick – Regionale Bewältigung demo-grafischer Entwicklungen: Projektergebnisse und Handlungsempfehlungen. DJI.
https://www.dji.de/fileadmin/user_upload/jugendimblick/Abschlussbericht_Final.pdf (23.07.2020)
- Beierlein, C., Kovaleva, A., Kemper, C., Rammstedt, B. (2012): ein Messinstrument zur Erfassung subjektiver Kompetenzerwartungen. Allgemeine Selbstwirksamkeit Kurzskala (ASKU).
- Beierlein, C.; Kemper, C., Kovaleva, A., Rammstedt, B. (2014): Political-Efficacy-Kurzskala (PEKS). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen.
- Beisch, N.; Koch, W.; Schäfer, C. (2019): ARD/ZDF-Onlinestudie 2019: Mediale Internet-nutzung und Video-on-Demand gewinnen weiter an Bedeutung. Media Perspektiven 9/2019. https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/pdf/2019/0919_Beisch_Koch_Schaefer.pdf
(29.9.2020)
- Berding, N. (2018): Alltag im urbanen Quartier. Eine ethnographische Studie zum städtischen Zusammenleben. Springer VS, Wiesbaden.
- BMFSFJ [Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend] (Hrsg.) (2019): In gemeinsamer Verantwortung: Politik für, mit und von Jugend. Die Jugendstrategie der Bundesregierung. Broschüre. <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/in-gemeinsamer-verantwortung--politik-fuer--mit-und-von-jugend/146332> (23.07.2020)
- BMFSFJ [Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend] / DKJS [Gemeinnützige Deutsche Kinder- und Jugendstiftung GmbH] (2019): Die Handlungsempfehlungen für die Jugendstrategie der Bundesregierung. <https://jugend.beteiligen.jetzt/aktuelles/news/jupol19/handlungsempfehlungen>
(23.07.2020)
- BMU [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit] (2020): Jugendstudie: Klima- und Umweltschutz stehen bei Jugendlichen hoch im Kurs. Pressemitteilung Nr. 021/20.
<https://www.bmu.de/pressemitteilung/jugendstudie-klima-und-umweltschutz-stehen-bei-jugendlichen-hoch-im-kurs> (23.07.2020)
- BMU / UBA [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit/Umweltbundesamt] (Hrsg.) (2020): Zukunft? Jugend fragen! Umwelt, Klima, Politik, Engagement – Was junge Menschen bewegt. Broschüre. <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/> (23.07.2020)
- BMU / UBA [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit/Umweltbundesamt] (Hrsg.) (2019): Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Dessau-Roßlau. <https://www.bmu.de/publikation/umweltbewusstsein-in-deutschland-2018/> (23.07.2020)
- BMUB [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit] (2018): Zukunft? Jugend fragen! Nachhaltige Politik, Engagement – eine Studie zu Einstellungen und Alltag junger Menschen. Berlin. <https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen/> (23.07.2020)
- BMU [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit] (Hrsg.) (2018): „Unser Klima! Unsere Zukunft!“ Jugenddialog anlässlich der 23. Weltklimakonferenz in Bonn. URL: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/jugenddialog_cop_23_bf.pdf (23.07.2020)

BMUB / UBA [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit/Umweltbundesamt] (Hrsg.) (2017): Umweltbewusstsein in Deutschland 2016: Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin: Dessau-Roßlau. <https://www.bmu.de/publikation/umweltbewusstsein-in-deutschland-2016/> (23.07.2020)

Böhnisch, L. (1992): Distanz und Nähe. Jugend und Heimat im regionalen Kontext. Ub: Pro Regio, H. 19, S. 4-15.

Bolte, G.; Bunge, C.; Hornberg, C.; Köckler, H.; Mielck, A. (Hrsg.) (2012): Umweltgerechtigkeit. Chancengleichheit bei Umwelt und Gesundheit: Konzepte, Datenlage und Handlungsperspektiven. Bern.

Calmbach, M.; Borgstedt, S.; Borchard, I.; Thomas, P.M.; Flaig, B. (2016): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. SINUS Jugendstudie. Wiesbaden, Springer.

Calmbach, M.; Flaig, B.; Edwards, J.; Möller-Slawinski, H.; Borchard, I.; Schleer, C. (2020): SINUS-Jugendstudie 2020 - Wie ticken Jugendliche? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Bonn.

Deckert, A.; Ulmer, F. (2019): Einfach machen!-Report. Jugend zu nachhaltigem Handeln & Engagement motivieren. <https://www.wir-ernten-was-wir-saeen.de/einfach-machen-report> (23.07.2020)

Deutscher Bundestag (1994): Gesetz zur Änderung des Grundgesetzes (Artikel 3, 20a, 28, 29, 72, 74, 75, 76, 77, 80, 87, 93, 118a und 125a) vom 27.10.1994, verkündet am 3.11.1994, BGBl. I S. 3146.

Deutsche Shell Holding GmbH (Hrsg.) (2019): Jugend 2019 – 18. Shell Jugendstudie. Beltz Verlag. Weinheim. ISBN 9783407-83195-8.

Deutsche Shell Holding GmbH (Hrsg.) (2015): Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch. 17. Shell Jugendstudie, Frankfurt a.M.

forsa [forsa Politik- und Sozialforschung GmbH] (2017): Jugendliche und nachhaltiger Konsum. Foliensatz Judith Leicht.

https://www.schufa.de/media/editorial/ueber_uns/dateien/wirtschaftswerkstatt_1/Schufa_Jugendliche_und_nachhaltiger_Konsum_100717.pdf (23.07.2020)

Fridays for Future (2019): Unsere Forderungen an die Politik. <https://fridaysforfuture.de/forderungen> (23.07.2020)

Frick, J.; Kaiser, F. G. & Wilson, M. (2004): Environmental knowledge and conservation behavior: Exploring prevalence and structure in a representative sample. *Personality and Individual Differences*, 37(8), 1597–1613. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.02.015>

Frick, V.; Matthies, E. (2020): Everything is just a click away. Online shopping efficiency and consumption levels in three consumption domains. *Sustainable Production and Consumption* 23: 212-223.

Gaiser, W.; Krug, W.; de Rijke, J. (2012): Jugend, Nachhaltigkeit und nachhaltiger Konsum: Forschungsstand, empirische Ergebnisse und Empfehlungen, Arbeitspapier, No. 262, Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf

Gaiser, W.; Gille, M. (2012): Soziale und politische Partizipation. Trends, Differenzierungen, Herausforderungen, in: Rauschenbach, Thomas; Bien, Walter (Hrsg.) *Aufwachsen in Deutschland. AID:A – Der neue DJI-Survey*. Weinheim/Basel. 136 –159.

Geiger, S. (2019): Empfehlungen für ein jugendspezifisches Erhebungsinstrument zu alltagsrelevantem Umweltwissen. Meilenstein M 4.3 im Vorhaben: Repräsentativumfrage zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2018 einschließlich sozialwissenschaftlicher Analysen und Entwicklung einer jugendpolitischen Agenda. Interner Meilensteinbericht.

Geiger, S. M., Geiger, M. & Wilhelm, O. (2019): Environment-Specific vs General Knowledge and their Role in Pro-Environmental Behavior. *Frontiers in Psychology: Environmental Psychology*, 10(718).

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00718>

Geiger, S. M.; Dombois, C. & Funke, J. (2018): The Role of Environmental Knowledge and Attitude: Predictors for Ecological Behavior Across Cultures? An Analysis of Argentinean and German Students. *Umweltpsychologie*.

Geiger, S. M.; Holzhauer, Brigitte (2020): Weiterentwicklung einer Skala zur Messung von Umweltbewusstsein. UBA-Texte 25/2020. Dessau-Roßlau. <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/weiterentwicklung-skala-umweltbewusstsein> (23.07.2020)

Geiger, S. M.; Otto, S. & Diaz-Martin, J. S. (2014): A diagnostic environmental knowledge scale for Latin America, 5(1), 1–36. <https://doi.org/10.1080/21711976.2014.881664>

Gossen, M.; Holzhauer, B.; Schipperges, M.; Scholl, G. (2016): Umweltbewusstsein in Deutschland 2014. Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen. UBA-Texte 77/2015. Dessau-Roßlau. <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2014-0> (23.07.2020)

Gossen, M.; Holzhauer, B.; Müller, R. (2020): Konsum junger Menschen: Zwischen Nachhaltigkeit und materialistischen Wünschen. In: *Ökologisches Wirtschaften*, Heft 2/2020.

Hadjichambis, A. C., Paraskeva-Hadjichambi, D., Ioannou, H., Georgiou, Y., & Manoli, C. C. (2015). Integrating Sustainable Consumption into Environmental Education: A Case Study on Environmental Representations, Decision Making and Intention to Act. *International Journal of Environmental and Science Education*, 10(1), 67–86.

Hans-Böckler-Stiftung (Hrsg.) (2012): Jugend, Nachhaltigkeit und nachhaltiger Konsum: Forschungsstand, empirische Ergebnisse und Empfehlungen. Arbeitspapier 262. https://www.boeckler.de/pdf/p_arbp_262.pdf (23.07.2020)

Holzhauer, B., Gossen, M. (2020): Nachhaltigkeit nur für privilegierte junge Menschen? – Nein danke!: Dreizehn. *Zeitschrift für Jugendsozialarbeit*. Heft 22/2020

Initiative D21 (2020): Wie digital ist Deutschland? *Digitalindex* 19/20. https://initiated21.de/app/uploads/2020/02/d21_index2019_2020.pdf (23.07.2020)

Jenny, A./Grütter, M./Ott, W. (2014): Suffizienz - Ein handlungsleitendes Prinzip zur Erreichung der 2000-Watt-Gesellschaft, Zürich.

Kaiser, F. G. & Frick, J. (2002): Entwicklung eines Messinstrumentes zur Erfassung von Umweltwissen auf der Basis des MRCML-Modells. *Diagnostica*, 48(4), 181–189. <https://doi.org/10.1026//0012-1924.48.4.181>

Langer, Claudia (Hrsg.) (2019): Ihr habt keinen Plan – Darum machen wir einen. 10 Bedingungen für die Rettung unserer Zukunft. Blessing: München. ISBN: 978-3-89667-656-6.

Leitner, M. (2011): Jugendliche Lebensstile und Nachhaltigkeit. *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 36, 109-119.

Leven, I. & Utzmann, H. (2019): Die Vielfalt der Digital Natives. In: Shell Deutschland Holding (2019): 18. Shell Jugendstudie. Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. Weinheim Basel, Beltz.

Liefländer, A. K. & Bogner, F. (2016): Educational impact on the relationship of environmental knowledge and attitudes. *Environmental Education Research*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/13504622.2016.1188265>

Marchand, S. (2015): Nachhaltig entscheiden lernen. Urteilskompetenzen für nachhaltigen Konsum bei Jugendlichen. Klinkhardt: Bad Heilbrunn.

- Michelsen, G.; Grunenberg, H.; Mader, C.; Barth, M. (2016): Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2015 – Nachhaltigkeit bewegt die jüngere Generation. VAS Verlag, Bad Homburg, ISBN: 978-3-88864-547-1.
- Quenzel, G.; Hurrelmann, K.; Albert, M.; Schneekloth, U. (2019): Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. In: Shell Deutschland Holding (2019): 18. Shell Jugendstudie. Jugend 2019: Eine Generation meldet sich zu Wort. Weinheim Basel, Beltz.
- Postpischil, R.; Jacob, K. (2019): E-Commerce vs. stationärer Handel: Die Umwelt- und Ressourcenwirkungen im Vergleich. Kurzanalyse im Projekt Ressourcenpolitik 2 (PolRes 2).
- Reckwitz, A. (2017). Die Gesellschaft der Singularitäten. Zum Strukturwandel der Moderne. Berlin: Suhrkamp
- Reckwitz, A. (2019): Das Ende der Illusionen: Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne. Berlin, Edition Suhrkamp.
- rheingold, Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen (Hrsg.) (2010): Die Absturz-Panik der Generation Biedermeier. rheingold-Jugendstudie 2010. Kurzfassung. Online Paper. http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Sozialwissenschaften/BF/Lehre/Materialien/Jugendstudien/Kurzfassung_Rheingoldstudie.pdf (23.07.2020)
- Roczen, N.; Kaiser, F. G. & Bogner, F. (2013): A competence model for environmental education. Environment and Behavior, 46(8), 972–992. <https://doi.org/10.1177/0013916513492416>
- Rubik, F., Müller, R., Schipperges, M., Holzhauer, B. (im Erscheinen): Abschlussbericht zur Umweltbewusstseinsstudie 2018. Dessau-Roßlau.
- Schahn, J. (1999). Skalensystem zur Erfassung des Umweltbewusstseins.
- Schipolowski, S.; Wilhelm, O.; Schroeders, U.; Kovaleva, A.; Kemper, C. J. & Rammstedt, B. (2013): BEF-KI GC-K. Methoden, Daten, Analysen, 7(2), 153–181. <https://doi.org/10.12758/mda.2013.010>
- Schipperges, M.; Holzhauer, B.; Scholl, G. (2018): Vertiefungsstudie: Sozial-ökologischer Wandel – Anschlussfähigkeit und Engagement-Potenziale. UBA-Texte 73/2018. Dessau. <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-umweltverhalten-in-deutschland-1> (23.07.2020)
- Scholl, G., Fünning, H., Holzhauer, B., Lange, B., Schipperges, M. (2018) Junge Perspektiven auf die Stadt- und Umweltpolitik. Prozessbericht zum Projekt „Zukunft! Jugend fragen! 2017“ https://www.ioew.de/publikation/junge_perspektiven_auf_umwelt_und_stadtpolitik (23.07.2020)
- Sedlmeier, P. (2013): Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. Pearson Studium: München.
- SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH (2019): Klimaschutz-Umfrage: Die Jugend fühlt sich im Stich gelassen. Pressemitteilung. <https://www.sinus-institut.de/veroeffentlichungen/meldungen/detail/news/klimaschutz-umfrage-die-jugend-fuehlt-sich-im-stich-gelassen/news-a/show/news-c/NewsItem/news-from/13/> (23.07.2020)
- Stengel, O. (2011): Suffizienz: die Konsumgesellschaft in der ökologischen Krise. München, oekom Verlag.
- Stieß, I., Birzle-Harder, B., Stein, M. (2020): Soziale Teilhabe durch nachhaltigen Konsum: Ergebnisse eines Verbraucher*innen-Panels. Zwischenbericht im Projekt „Bürgerbeteiligung und soziale Teilhabe im Rahmen der Umsetzung des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum: neue Impulse für das bürgerschaftliche Engagement“. UBA-Texte 206/2020. <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/soziale-teilhabe-durch-nachhaltigen-konsum> (23.07.2020)
- Tully C. (2018): Junge Verbraucher. In: Jugend – Konsum – Digitalisierung. essentials. Springer VS, Wiesbaden

UNMGCY [United Nations Major Group for Children and Youth / Children and Youth International] (Hrsg.) (2019): Global Youth Climate Action Declaration. <https://www.unmgcy.org/global-youth-climate-action-declaration-preamble> (23.07.2020)

Werg, J., Cerny, L. (2020): Der Einfluss von sozialen Medien und Influencer/innen am Beispiel einer Wettbewerbskonzeption. In: Ökologisches Wirtschaften 2/2020.

Werg, J., Scheffler, D., Hilscher, M. (2020): Jugend und Konsum: Entwicklung von Aktivierungsstrategien für nachhaltigen Konsum mit Hilfe des Design Thinking Ansatzes.

World Commission on Environment and Development (1987): Our Common Future. Oxford University Press, Oxford.

9 Anhang

9.1 Ablaufplan der Online-Community

DONNERSTAG	Anmerkungen
<u>WILLKOMMEN IN DER ONLINE-COMMUNITY!</u> Startseite für alle Teilnehmenden (vgl. Kap. 3 Anhang „Begrüßung auf der Startseite“)	Information und Warm-Up
<u>FRAGE DES TAGES:</u> Quick Poll: <i>Sollen wir uns hier in der Community mit Du oder mit Sie anreden?</i>	In Abhängigkeit davon, künftig Anrede mit Du oder Sie
<u>EINZELAUFGABE: SELBSTWIRKSAMKEIT</u> <i>In welchen Lebensbereichen kannst du (alternative Frage: können junge Menschen) besonders viel bewirken?</i> <i>Wie beurteilst du deine Einflussmöglichkeiten bei gesellschaftlichen und politischen Fragen? Glaubst du, hier etwas bewirken oder verändern zu können?</i> <i>Das ist eine Aufgabe, die du alleine bearbeitest. Deine Antworten sind nur für das Moderations-Team sichtbar, nicht für andere Teilnehmende.</i>	Offene Frage zur Erhebung von Selbstwirksamkeit in unterschiedlichen Handlungsfeldern Offenes Textfeld, eventuell nach Handlungsbereichen unterteilt (zum Beispiel privat / gesellschaftlich)
<u>FORUM: WICHTIGSTE THEMEN</u> <i>Was sind die wichtigsten Themen, die junge Menschen heute beschäftigen? Bitte schreibe zwei wichtige Themen auf und begründe kurz, warum diese Themen für dich besonders wichtig sind.</i> <i>Bitte lies auch die Beiträge der anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch und kommentiere mindestens einen anderen Beitrag.</i>	Die TN sollen auf zwei Foren (à 12 - 15 TN) verteilt werden: • Forum 1: 14 – 17 Jahre alt • Forum 2: 18 – 22 Jahre alt In den Foren sind die TN zeitlich flexibel / Moderation durch Projekt-Team
FREITAG	Anmerkungen
<u>FRAGE DES TAGES:</u> Quick Poll: <i>Wissensfrage aus dem Item-Bestand der TU Berlin</i>	Erfassung von Wissensbeständen

<u>EINZELAUFGABE: FRAGEN ZUM THEMA UMWELT</u> <i>Wenn du an die Themen Umweltschutz, Naturschutz und Klimaschutz denkst:</i> • <i>Worüber würdest du gerne mehr wissen?</i> • <i>Bei welchen Fragen fühlst du dich unsicher?</i> • <i>Welche Fragen haben für dich besondere Bedeutung?</i> <i>Das ist eine Aufgabe, die du alleine bearbeitest. Deine Antworten sind nur für das Moderations-Team sichtbar, nicht für andere Teilnehmende.</i>	Erfassung von Relevanz und Informationsinteressen bezüglich Umweltthemen sowie von Wissenslücken und Unsicherheiten
<u>CHAT: VERSCHIEDENE THEMEN (1)</u> Zeitsynchrone moderierte Online-Diskussionen von etwa einstündiger Dauer Erste Vorschläge für Chat-Themen: • <i>Klimaschutz</i> • <i>Vegetarische und vegane Ernährung</i> • <i>Mobilität in Stadt und Land</i> • <i>Schnelllebigiger Konsum</i> • <i>Zeit</i> • <i>Engagement für Umweltthemen</i>	Termin: Freitag 16 – 17 Uhr (oder alternativ: Dienstag 18 – 19 Uhr) Es finden parallel Chats statt mit je ca. 6 – 8 TN. Jeder TN soll an einem Chat seiner Wahl teilnehmen Vorbereitung und Moderation: Mitglieder des Jugendbeirats (Assistenz durch Projektteam)
WOCHENENDE	
Es werden keine neuen Aufgaben eingestellt, aber die TN haben Gelegenheit, sich auf der Plattform auszutauschen und Aufgaben der Vortage nachzuarbeiten.	
MONTAG	Anmerkungen
<u>FRAGE DES TAGES:</u> Quick Poll: <i>Wissensfrage aus dem Item-Bestand der TU Berlin</i>	Erfassung von Wissensbeständen

<u>EINZELAUFGABE: MINIFRAGEBOGEN</u> <i>Wie beurteilst du den Aufwand und die Wirksamkeit dieser Verhaltensweisen für den Umwelt- und Klimaschutz?</i> • Müll vermeiden • Strom sparen • Vegetarische oder vegane Ernährung • Kauf von Bioprodukten • Diskussion von Nachhaltigkeitsthemen mit einem guten Freund/ einer guten Freundin • Diskussion von Nachhaltigkeitsthemen im Freundes- oder Bekanntenkreis • Stoffbeutel verwenden • Fahrrad fahren • Öffentlichen Verkehr (Bus und Bahn) nutzen statt Auto • Flugreisen vermeiden • Dinge gebraucht kaufen oder tauschen • Duschen statt Baden • An Demonstrationen teilnehmen • Aktionstage organisieren • An einer Schul-AG zum Thema Klimawandel teilnehmen • In einer Gruppe mitarbeiten (wie zum Beispiel Greenpeace, NaJu, Pfadfinder)	Bewertung von einzelnen Verhaltensweisen Fragebogen mit Skala und offenem Kommentarfeld
<u>FORUM: UMWELT- UND KLIMAPOLITIK</u> <i>Wie beurteilst du die Rolle der Politik beim Umwelt- und Klimaschutz? Was findest du gut und was findest du weniger gut?</i> <i>Und: Sollten Politiker/innen junge Menschen bei Fragen des Umwelt- und Klimaschutzes stärker mit einbeziehen? Wenn ja: Wie könnte das aussehen?</i> <i>Wir freuen uns sehr, wenn du auch die Beiträge anderer Teilnehmer/innen kommentierst!</i> Als Regieanweisung für Moderation/ konkrete Nachfrage, wenn möglich: • Welche Partizipationsmöglichkeiten wären interessant? • Wie werden die eigenen und die Einflussmöglichkeiten von jungen Menschen allgemein beurteilt?	Identifizierung relevanter Themen und Partizipationsansätze im Bereich der Umweltpolitik Die TN sollen auf zwei Foren (à 12 - 15 TN) verteilt werden: • Forum 1: 14 – 17 Jahre alt • Forum 2: 18 – 22 Jahre alt In den Foren sind die TN zeitlich flexibel Moderation durch Projekt-Team
DIENSTAG	Anmerkungen
<u>FRAGE DES TAGES:</u> Quick Poll: Wissensfrage aus dem Item-Bestand der TU Berlin	Erfassung von Wissensbeständen

<u>EINZELAUFGABE: EIGENES ENGAGEMENT</u> <i>Würdest du dich gerne (mehr) im Umwelt- und Klimaschutz engagieren? Welche Rahmenbedingungen müssten dafür gegeben sein?</i> <i>Das ist eine Aufgabe, die Du alleine bearbeitest. Deine Antworten sind nur für das Moderations-Team sichtbar, nicht für andere Teilnehmende.</i>	Hinweise für Fragestellungen aus dem Bereich des Engagements und der Rahmenbedingungen
<u>CHAT: VERSCHIEDENE THEMEN (2)</u> Zeitsynchrone moderierte Online-Diskussionen von etwa einstündiger Dauer Erste Vorschläge für Chat-Themen: • <i>Klimaschutz</i> • <i>Vegetarische und vegane Ernährung</i> • <i>Mobilität in Stadt und Land</i> • <i>Schnelllebigiger Konsum</i> • <i>Zeit</i> • <i>Engagement für Umweltthemen</i>	Termin: Dienstag 18 – 19 Uhr Termin für diejenigen Teilnehmer/innen, die am Freitag nicht an dem Chat teilnehmen können Moderation durch Mitglieder des Jugendbeirats (Assistenz durch Projektteam)
<u>MITTWOCH</u>	
<u>FRAGE DES TAGES:</u> Quick Poll: Wissensfrage aus dem Item-Bestand der TU Berlin	Erfassung von Wissensbeständen
<u>FORUM: UMWELTPOLITISCHE AGENDA</u> <i>Stell dir bitte vor, du wärst ab morgen Umweltminister/in in Deutschland. Wie würde DEINE Politik zum Umwelt- und Klimaschutz aussehen, damit sie die Interessen junger Menschen am besten vertritt</i> • <i>Welche Themen? Welche Forderungen?</i> • <i>Welche Maßnahmen? Welche Aktionen?</i> • <i>Welche Verbündeten und Kooperationspartner?</i>	Identifizierung weiterer relevanter Forschungsfragen aus dem Bereich der Umweltpolitik Alle 25 – 30 Teilnehmer/innen der Online Community sind nun in einem Forum zusammen Moderation durch Projekt-Team
<u>FORUM: ABSCHLUSS</u> <i>Nun sind wir am Ende unserer Community! Ganz herzlichen Dank!</i> • <i>Wie hat dir die Community gefallen?</i> • <i>Was nimmst Du für dich selbst daraus mit?</i>	Forum in der Gesamtgruppe Gelegenheit zu Feedback, Dank und Verabschiedung Klärung abschließender Fragen (zum Beispiel Honorar)
<u>WÄHREND DER GESAMTEN ZEITDAUER</u>	
<u>„SHARING-CORNER“</u> Hier können alle Beteiligten (Teilnehmende und Moderator/innen) Literaturtipps, Links, Fotos, Videos, Filmtipps zum Thema teilen.	

Geplanter Diskussionsverlauf	Dauer / Materialien
unterwegs sind? Was spricht sie daran (nicht) an? ➤ <i>Beachten: Unterschiede Stadt – Land (unterschiedliche digitale Infrastrukturen)</i>	
2.3. Chancen und Risiken der Digitalisierung: Was glaubt ihr, wie werden sich die technischen und digitalen Entwicklungen auf unser Leben auswirken? ➤ <i>Co-Moderatorin schreibt am Flipchart mit (drei Spalten: Chancen / unklar / Risiken)</i> ➤ <i>Spontan-Antworten abwarten und ggf. vertiefen, zum Beispiel</i> • Kommunikation und Zusammenleben (Vernetzung, Anonymität...) • Arbeitsleben (Arbeitserleichterungen, Roboter, Gefährdung von Arbeitsplätzen...) • Konsum (Online-Shopping...) • Daten (Wissenszuwachs und Problemlösungen, Überwachung...) • Wie können Digitalisierung und Nachhaltigkeit zusammengehen? ➤ <i>Sofern nicht spontan genannt, zügig auf ökologische Aspekte fokussieren:</i> 2.4. Auswirkungen der Digitalisierung auf Umwelt und Klima: Was glaubt ihr, wie wirken sich die technischen und digitalen Entwicklungen auf Umwelt und Klima aus? • <i>Risiken (zum Beispiel erhöhter Energie- und Ressourcenverbrauch durch Nutzung digitaler Geräte und Funktionen wie Streaming, Rebound Effekte wie etwa Mehrkonsum durch zeit- und ortonabhängige Shopping-Möglichkeiten, Umweltschäden durch Rohstoffgewinnung im globalen Süden)</i> • <i>Chancen (zum Beispiel Energie- und Ressourceneinsparungen, smarte Technologien, suffizientere Lebensstile, Dematerialisierung, Sharing ...)</i> • ...	Flipchart
<u>3. AUSGEWÄHLTE VERHALTENSWEISEN</u> 3.1. Online-Shopping • Wer kauft im Internet ein und was kauft man? Kauft man deshalb weniger in Geschäften ein? • Was macht Spaß beim Online-Shopping? Welche Vorteile hat es? • Hat Abfall / Plastik eine hohe Aufmerksamkeit und Relevanz? Gründe? Übertragbarkeit auf andere klima- und umweltrelevante Themen bzw. Handlungsfelder? • Welche Nachteile gibt es? Nachteile für Umwelt und Klima? (Wie) gehen sie mit diesen Nachteilen um? 3.2. Schnelllebig / beschleunigter Konsum • Wie definieren sie „schnelllebig“, was heißt das für sie konkret? (zum Beispiel „Sachen, die schnell durch Neues ersetzt werden, entweder, weil	ca. 30 Min.

Geplanter Diskussionsverlauf	Dauer / Materialien
<i>sie kaputtgehen, nicht mehr modern sind oder technisch nicht mehr auf dem neuesten Stand.“)</i> • Welchen Stellenwert hat schnelllebiger Konsum im Leben der TN? In welchen Produktbereichen und bei welchen Dienstleistungen? • Was treibt die Schnelllebigkeit aus Sicht der TN an (<i>Rabattaktionen, Moden, Innovationszyklen, geplante Obsoleszenz in Kombination mit mangelnden Reparaturmöglichkeiten ...</i>)? • Was sind die Gründe, warum man mitmacht? Was macht Spaß? • <i>falls noch nicht diskutiert:</i> Welche Nachteile hat schnelllebiger Konsum? Nachteile für Umwelt und Klima? (Wie) gehen sie mit diesen Nachteilen um? 3.3. (Fern-) Reisen ➤ <i>evtl. Überleitung von Online-Shopping zu Fern-/Flugreisen: Klimaeffekte</i> • Welchen Stellenwert haben (Fern-) Reisen für die TN? Was sind die Motivationen und Motive? Was ist das Schöne daran? • Wie verreisen sie? Sind Interrail, Flixbus gute Alternativen zum Fliegen? Warum (nicht)? • Welche Nachteile haben Fernreisen / Flugreisen? Nachteile für Umwelt und Klima? (Wie) Wird mit diesen Nachteilen (aktuell schon) umgegangen? ➤ <i>Bei allen Themen beachten: Unterschiede Stadt – Land (unterschiedliche Infrastrukturen für Konsum und Mobilität)</i> ➤ <i>Bei allen Themen beachten: wahrgenommene Selbstwirksamkeit</i> ➤ <i>Wenn möglich auch beachten: Veränderungsbereitschaften (und diesbezüglich förderliche/hemmende Rahmenbedingungen und Faktoren)</i>	
<u>4. NACHHALTIGE VERHALTENSWEISEN</u> 4.1. Brainstorming: Welche Möglichkeiten fallen euch ein, wie man sich als junger Mensch umweltfreundlicher und nachhaltiger verhalten kann? ➤ <i>Schriftliche Einzelarbeit: Jede/r schreibt seine Gedanken auf Karteikarten (2 Minuten)</i> ➤ <i>Anschließend schnelles Clustern an der Pinnwand, ggf. werden einzelne nachhaltige Verhaltensweisen von der Moderation ergänzt (für den späteren Diskussionsverlauf sollten in jedem Fall die drei Themen <u>Engagement für den Klimaschutz</u>, <u>minimalistischer Konsum</u> und <u>alternative Nutzungsformen</u> (in der Wortwahl der TN) auf der Pinnwand stehen.</i>	ca. 30 Min. Karteikarten oder größere Post-it Pinnwand

Geplanter Diskussionsverlauf	Dauer / Materialien
4.2 Engagement für den Klimaschutz • Welche Ansätze und Initiativen (Demos, Online-Petitionen, Umwelt-NGOs) sind speziell für junge Menschen attraktiv und interessant? Inwiefern? • Für welche Themen und Anliegen? • Welche Rolle spielen Internet und soziale Medien dabei (zum Beispiel #Fridays for future)? • Was braucht man, um dies (in stärkerem Umfang) zu realisieren? Welche Angebote, welche Infrastruktur unterstützen? Was hemmt (derzeit)? 4.3. Minimalistischer Konsum: Decluttering, Konsumreduktion • Speziell für junge Menschen attraktiv und interessant? Inwiefern? • Für welche Lebenssituationen, Produkte, Gelegenheiten? • Was braucht man, um dies (in höherem Maße) zu realisieren? Welche Angebote, welche Infrastruktur sollte vorhanden sein? 4.4. Alternative Nutzungsformen: Gebrauchtkaufen und Sharing (Teilen, Tauschen, Leihen) • Speziell für junge Menschen attraktiv und interessant? Inwiefern? • Für welche Lebenssituationen, Produkte, Gelegenheiten? • Was braucht man, um dies (in höherem Maße) zu realisieren? Welche Angebote, welche Infrastruktur sollte vorhanden sein? ➤ <i>Bei allen Themen beachten: Unterschiede Stadt – Land (unterschiedliche Möglichkeiten und Anknüpfungspunkte für nachhaltiges Verhalten)</i> ➤ <i>Bei allen Themen beachten: wahrgenommene Selbstwirksamkeit</i> ➤ <i>Wenn möglich auch beachten: Veränderungsbereitschaften (und diesbezüglich förderliche/hemmende Rahmenbedingungen und Faktoren)</i>	
<u>5. ABSCHLUSS</u> Roundtable: Fazit mit Bezug zu der Collage, die am Anfang erstellt wurde <i>Zum Schluss möchten wir euch noch einmal bitten, einen Blick auf die Collage zu werfen, die ihr zu Anfang gemacht habt.</i> <i>Welche Verbindung gibt es zwischen den Themen, die wir heute besprochen haben, und euren Wahrnehmungen, was sich in letzter Zeit in eurem Umfeld verändert hat.</i> ➤ <i>Dank und Honorar</i> ➤ <i>Abschied</i>	ca. 10 Min.

9.3 Fragebogen der Repräsentativbefragung

9.3.1 Erste Befragung

Einleitung

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer, vielen Dank, dass Du an unserer Studie teilnimmst!

Die Studie befasst sich mit den Meinungen und Ansichten von jungen Leuten im Alter von 14 bis 22 Jahren zu gesellschaftspolitischen Fragen.

Die Teilnahme an der Befragung ist natürlich freiwillig. Deine Angaben sind für unser Forschungsprojekt aber sehr wichtig. Bitte beantworte alle Fragen alleine und ehrlich – entsprechend Deiner persönlichen Sichtweise. Es gibt weder richtige noch falsche Antworten. Deine Angaben werden streng vertraulich und anonym behandelt, so wie das Gesetz es vorschreibt.

Die Befragung hat zwei Teile. Den ersten beantwortest Du bitte jetzt, zum zweiten Teil laden wir Dich in einigen Tagen ein. Für die Durchführung dieses ersten Teils benötigst Du ca. 15 Minuten.

Vielen Dank für Deine Teilnahme und viel Spaß!

1. Soziodemografische Merkmale der Befragten

Geschlecht

Deckblatt: Bevor wir mit dem inhaltlichen Teil der Befragung starten, wollen wir zunächst etwas über Dich wissen.

Bist Du ...

- Männlich
- Weiblich
- Inter* / Trans*
- Keine Angabe

Alter

Wie alt bist Du?

Bitte trage Dein Alter in Jahren ein: Jahre

→ *Programmieranweisung: Ein offenes Feld, numerisch*

Bildungsabschluss

Welchen Schulabschluss hast Du?

– Bin noch Schüler/-in	<i>(weiter mit 1.4 „Schulform“)</i>
– Ohne Abschluss von der Schule gegangen	<i>(alle: weiter mit 1.5, „Aktuelle Tätigkeit“)</i>
– Hauptschulabschluss	
– Mittleren Schulabschluss	
– Abitur, allgemeine Hochschulreife	
– Hochschulabschluss	
– Anderen Schulabschluss	
– Keine Angabe	

→ *Wenn Schüler/in:*

Schulform

Welche Schule besuchst Du?

- Hauptschule
- Realschule
- Gymnasium
- Gemeinschaftsschule
- Andere Schule
- Keine Angabe

→ *Wenn Schule beendet:*

Aktuelle Tätigkeit

Was machst Du zur Zeit? Was von dem Folgenden trifft auf Dich zu?

- Ich studiere
- Ich bin in einer Berufsausbildung
- Ich bin berufstätig
- Ich bin in einer Übergangszeit zwischen Schule, Studium, Ausbildung oder Beruf
- Ich mache ein freiwilliges soziales oder ökologisches Jahr
- Ich bin in Elternzeit, Hausfrau oder Hausmann
- Sonstiges
- Keine Angabe

Bundesland

In welchem Bundesland wohnst Du?

- Nordrhein-Westfalen
- Niedersachsen
- Bayern
- Rheinland-Pfalz
- Hessen
- Saarland
- Berlin
- Brandenburg
- Schleswig-Holstein
- Mecklenburg-Vorpommern
- Thüringen
- Sachsen

- Sachsen-Anhalt
- Bremen
- Baden-Württemberg
- Hamburg

Wohnortgröße

Wie groß ist der Ort, in dem Du wohnst?

- weniger als 2.000 Einwohner/innen
- 2000 bis unter 5.000 Einwohner/innen
- 5000 bis unter 20.000 Einwohner/innen
- 20.000 bis unter 50.000 Einwohner/innen
- 50.000 bis unter 100.000 Einwohner/innen
- 100.000 bis unter 500.000 Einwohner/innen
- 500.000 und mehr Einwohner/innen
- Keine Angabe

2. Themeninteressen und allgemeine Selbstwirksamkeit

Einstieg: Themeninteressen

Deckblatt: Als nächstes geht es um Deine Interessen und Einstellungen zu verschiedenen Lebensbereichen.

a) Bitte wähle zunächst alle Themen aus, für die Du Dich gerade interessierst.

→ *Mehrfachnennungen / Items rotieren*

- Familie
- Gesundheit
- Religion
- Freunde und Freundinnen
- Geld
- Erfolg
- Schönheit
- Leistung
- Freizeit
- Umwelt/Natur
- Liebe/Partnerschaft
- Sport
- Internet
- Musik
- Reisen

- Kunst/Kultur
- Shopping/Einkaufen
- Schule/Ausbildung/Studium

b) Und wofür interessierst Du Dich gerade am meisten? Was sind Deine Top 5? Vergib bitte Platz 1 bis 5, indem Du die Themen in der Reihenfolge anklickst.

→ *Ausgewählte Items vorgeben / Auswahl von 5 Items / Items rotieren*

Allgemeine Selbstwirksamkeit

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

Kreuze ++ an, wenn Du voll und ganz zustimmst, + wenn Du eher zustimmst, - wenn Du eher nicht zustimmst und - - wenn Du überhaupt nicht zustimmst. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

- ++ = Ich stimme voll und ganz zu
- + = Ich stimme eher zu
- = Ich stimme eher nicht zu
- - = Ich stimme überhaupt nicht zu

☐ ? = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- In schwierigen Situationen kann ich mich auf meine Fähigkeiten verlassen.
- Die meisten Probleme kann ich aus eigener Kraft gut meistern.
- Auch anstrengende und komplizierte Aufgaben kann ich in der Regel gut lösen.

3. Einstellungen zu Politik und Gesellschaft und politische Selbstwirksamkeit

Gesellschaftliche Probleme

Auf dieser Liste stehen verschiedene Probleme, die die Menschen in Deutschland heute beschäftigen. Wie wichtig sind die jeweiligen Probleme für Dich?

Kreuze ++ an, wenn es aus Deiner Sicht sehr wichtig ist, + wenn es eher wichtig ist, - wenn es eher nicht wichtig ist und - - wenn es überhaupt nicht wichtig ist. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

- ++ = Sehr wichtig
- + = Eher wichtig
- = Eher nicht wichtig
- - = Überhaupt nicht wichtig

☐ ? = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Soziale Gerechtigkeit
- Wirtschaftliche Entwicklung
- Kriminalität, öffentliche Sicherheit
- Kriege, Terrorismus
- Umwelt- und Klimaschutz
- Arbeitslosigkeit
- Zuwanderung, Migration
- Zustand des Bildungswesens
- Zustand des Gesundheitssystems
- Entwicklung städtischer und ländlicher Räume

Gesellschaftspolitische Einstellungen

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

Kreuze ++ an, wenn Du voll und ganz zustimmst, + wenn Du eher zustimmst, - wenn Du eher nicht zustimmst und - - wenn Du überhaupt nicht zustimmst. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = Ich stimme voll und ganz zu

+ = Ich stimme eher zu

- = Ich stimme eher nicht zu

- - = Ich stimme überhaupt nicht zu

☐ ? = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Politik interessiert mich eigentlich nicht.
- Mir ist es sehr wichtig, in einer Demokratie zu leben.
- Ich finde gut, dass es die Europäische Union gibt.
- Ich finde es wichtig, an Wahlen teilzunehmen. (*Filter: wenn älter als 16 Jahre*)
- Ich finde es wichtig, an Wahlen teilzunehmen, sobald ich darf. (*Filter: wenn jünger als 16 Jahre*)
- Wir brauchen in Zukunft mehr Wirtschaftswachstum, auch wenn das die Umwelt belastet.
- Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen zukünftige Generationen wahrscheinlich leben müssen.

Politische Selbstwirksamkeit

Nun geht es um weitere Einschätzungen zu politischen Fragen. Inwieweit stimmst Du der jeweiligen Aussage zu?

Kreuze ++ an, wenn Du voll und ganz zustimmst, + wenn Du eher zustimmst, - wenn Du eher nicht zustimmst und - - wenn Du überhaupt nicht zustimmst. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = Ich stimme voll und ganz zu

+ = Ich stimme eher zu

- = Ich stimme eher nicht zu

- - = Ich stimme überhaupt nicht zu

☐ ? = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Wichtige politische Fragen kann ich gut verstehen und einschätzen.
- Die Politikerinnen und Politiker kümmern sich darum, was die Leute denken.
- Ich traue mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen.
- Die Politikerinnen und Politiker bemühen sich um einen engen Kontakt zur Bevölkerung.

4. Nachhaltigkeit beim Konsum

Aktuelle und zukünftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen

Im nächsten Abschnitt wenden wir uns den Themen Konsum und Alltag zu.

a) Bitte gib hier an, wie wichtig Dir die folgenden Dinge heute sind.

Kreuze ++ an, wenn Dir dies sehr wichtig ist, + wenn es eher wichtig ist, - wenn es eher nicht wichtig ist und - - wenn es für Dich überhaupt nicht wichtig ist. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = Sehr wichtig

+ = Eher wichtig

- = Eher nicht wichtig

- - = Überhaupt nicht wichtig

☐ ? = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben
- Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen

- Ein Auto zu besitzen (*Filter: älter als 18 Jahre*)
- viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben
- möglichst preisgünstig einzukaufen
- Dinge online zu kaufen
- den Kauf von Plastikgegenständen zu reduzieren
- sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren
- für die alltäglichen Wege das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen oder zu Fuß zu gehen
- fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen
- Lebensmittel aus biologischem Anbau zu kaufen
- auf Konsumgüter zu verzichten und weniger zu kaufen
- Dinge, die nicht mehr benötigt werden, an andere verschenken
- die Verwendung von Plastikverpackungen zu verringern
- Dinge zu leihen oder zu teilen (Sharing)
- Dinge zu tauschen oder gebraucht zu kaufen

b) Nachfrage: Und was glaubst Du: wie wichtig werden diese Dinge in 5 Jahren für Dich sein?

→ *Itemliste nochmals vorgeben (Item "Auto besitzen" nun für alle Befragte)*

++ = Sehr wichtig

+ = Eher wichtig

- = Eher nicht wichtig

-- = Überhaupt nicht wichtig



= Ich weiß es nicht

Anreize für nachhaltiges Verhalten

Was könnte Dich dabei unterstützen, Dich umweltfreundlicher zu verhalten? Bitte wähle die drei wichtigsten Aspekte aus.

Wenn Du weniger als drei Aspekte wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keinen dieser Aspekte wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Auswahl von 3 Items / Items rotieren*

- Wenn umweltfreundschaftliche Produkte teurer sind als andere.
- Wenn es nicht so häufig neue Versionen von technischen Geräten gibt.
- Wenn technische Geräte nicht so schnell kaputt gehen.
- Wenn sich die Anderen auch umweltbewusst verhalten.
- Wenn ich erfahre, welche Auswirkungen mein Verhalten auf die Umwelt hat.
- Wenn umweltfreundlichere Produkte durch Plaketten, Siegel und Labels klar ausgezeichnet sind.

- Wenn Besitz und Status in der Gesellschaft weniger Bedeutung haben.
- Wenn umweltverträgliches Verhalten mehr Wertschätzung erhält.
- Wenn es dort, wo ich einkaufe, mehr umweltfreundlichere Produkte gibt.
- Wenn es an meinem Wohnort mehr Möglichkeiten für umweltbewusstes Verhalten gibt.

Infrastruktur und Leben in Stadt/ Land

Wenn Du nun an Deinen Wohnort denkst: Welche der folgenden Beschreibungen treffen zu?



= Ja



= Nein



= Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Es gibt hier ausreichend Einkaufsmöglichkeiten.
- Es gibt viele Geschäfte, die umweltfreundlichere Produkte anbieten, also zum Beispiel Bio-Läden, Öko-Supermärkte und ähnliches.
- Man kann bei Bauern oder in Hofläden einkaufen.
- Es gibt in Geschäften hier nicht genug Auswahl.
- Es gibt Sharing-Möglichkeiten, zum Beispiel Car-Sharing oder Bike-Sharing.
- Wir haben ein gut ausgebautes Netz öffentlicher Verkehrsmittel.
- Man ist hier auf ein Auto angewiesen.
- Wir haben schnelles Internet.
- Es gibt ausreichend Treffpunkte und Angebote für junge Leute.
- Wir haben hier viel Grün, zum Beispiel Naturlandschaften, Wald oder Parks
- Es gibt hier viel Verkehr mit Lärm und Abgasen.
- Es gibt hier viel Kriminalität.
- Die Jobmöglichkeiten sind hier gut.

5. Umwelt- und Klimapolitik

Akteure des Umwelt- und Klimaschutzes

Im letzten Abschnitt für heute geht es um Umwelt- und Klimaschutz

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

Bitte wähle aus der folgenden Liste die drei Wichtigsten aus, die etwas für Umwelt- und Klimaschutz leisten können.

Wenn Du weniger als drei Akteure wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keinen dieser Akteure wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Auswahl von 3 Items / Items rotieren*

- Jede und jeder Einzelne
- Umweltverbände
- Städte, Gemeinden
- Bundesregierung
- Industrie
- Medien
- Schulen und andere Bildungseinrichtungen
- Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler
- Leute, die viel Geld in bestimmte Aktien, Fonds usw. investieren

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.

- ++ = Genug
- + = Eher genug
- = Eher nicht genug
- = Nicht genug

☐ = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Von jedem und jeder Einzelnen
- Von Umweltverbänden
- Von Städten und Gemeinden
- Von der Bundesregierung
- Von der Industrie
- Von den Medien
- Von Schulen und anderen Bildungseinrichtungen
- Von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern
- Von Leuten, die viel Geld in bestimmte Aktien, Fonds usw. investieren

Bedeutung von zentralen Themen bzw. Forderungen der Umwelt- und Klimapolitik

a) Um welche Themen sollte sich die Umwelt- und Klimapolitik aus Deiner Sicht kümmern? Bitte klicke alle an, die Du wichtig findest.

→ *Mehrfachnennungen / Items rotieren*

- Die Erderwärmung langfristig auf 1,5 Grad Celsius beschränken.
- Eine Steuer auf den Ausstoß von klimaschädlichen Treibhausgasen einführen (sogenannte CO₂-Steuer).
- Den klimaschädlichen Personen- und Güterverkehr finanziell stärker belasten.
- Radwege, Bus- und Bahnangebote ausbauen.
- Den Einsatz von Düngemitteln und Pflanzenschutzmitteln in der Landwirtschaft verringern.
- Strengere Regelungen zum Tierschutz einführen, vor allem in der Massentierhaltung.
- Abbau und Nutzung fossiler Brennstoffe, wie zum Beispiele Kohle, baldmöglichst beenden.
- Den Strombedarf in Deutschland vollständig über erneuerbare Energien decken (wie zum Beispiel Sonnenenergie oder Windenergie).
- Gebäude in Bezug auf Wärme besser isolieren.
- Nachhaltige Produktions- und Konsumweisen fördern.
- Das Aussterben von Tier- und Pflanzenarten verhindern.
- Die Umweltqualität durch Luftreinhaltung und Lärminderung verbessern.
- Die Entwicklung von grünen Stadtvierteln unterstützen.
- Nichts davon
- Weiß nicht

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

Wenn Du weniger als drei Themen wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen.

→ *Ausgewählte Items einblenden / Auswahl von 3 Items / Items rotieren*

Maßnahmen der Umwelt- und Klimapolitik

Was denkst Du, wie kann Deutschland am besten Umwelt- und Klimapolitik betreiben? Bitte wähle die drei wichtigsten Maßnahmen aus.

Wenn Du weniger als drei Maßnahmen wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keinen dieser Maßnahmen wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Auswahl von 3 Items / Items rotieren*

- Mit finanzieller Unterstützung von umwelt- und klimafreundlichen Produkten und Verhaltensweisen.
- Mit höherer Besteuerung umwelt- und klimaschädlicher Produkte und Verhaltensweisen.
- Mit Verboten und Vorschriften für umwelt- und klimaschädliche Produkte und Verhaltensweisen.
- Mit der Förderung von neuen Technologien und Forschung.
- Mit mehr Information, Transparenz und Aufklärung.

- Mit der Unterstützung einkommensschwacher Bevölkerungsgruppen, damit sie noch mehr beim Umwelt- und Klimaschutz mitmachen können.
 - Indem die Verursacherinnen und Verursacher von Umwelt- und Klimaschäden stärker zur Verantwortung gezogen werden.
- *Hinweis auf zweiten Befragungsteil in 3-4 Tagen*
- *Dankeschön*

9.3.2 Zweite Befragung

Einleitung

Liebe Teilnehmerin, lieber Teilnehmer,

willkommen zurück und vielen Dank, dass Du an unserer Studie teilnimmst!

Deine Angaben sind für unser Forschungsprojekt sehr wichtig. Bitte beantworte alle Fragen alleine und ehrlich – entsprechend Deiner persönlichen Sichtweise. Es gibt weder richtige noch falsche Antworten. Deine Angaben werden streng vertraulich und anonym behandelt.

Für die Durchführung benötigst Du ca. 15 Minuten. Vielen Dank für Deine Teilnahme und viel Spaß!

1. Fridays for future

Bewegung Fridays for future

a) Hast Du schon einmal von „Fridays for future“ (#fridaysforfuture) gehört?



= Ja



= Nein



= Ich weiß es nicht

b) Bei „Fridays for future“ handelt es sich um Proteste von Schülerinnen und Schülern. Sie protestieren freitags während der Schulzeit für Klimaschutz. Wie findest du das?

Bitte kreuze ++ an, wenn Du es sehr gut, bitte kreuze + an, wenn Du es eher gut findest, bitte kreuze – an, wenn Du es eher nicht gut findest und – –, wenn Du es überhaupt nicht gut findest. Wenn Du es nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = sehr gut

+ = eher gut

– = eher nicht gut

– – = überhaupt nicht gut



= Ich weiß es nicht

Engagement-Bereitschaft für Fridays for future

a) Machst Du bei „Fridays for future“ mit?



= Ja



= Nein



= Ich weiß es nicht

→ Nachfrage, wenn „ja“:

b) Kannst Du Dir vorstellen, künftig wieder bei „Fridays for future“ mitzumachen oder kommt das für Dich nicht mehr in Frage?



= Ja, ich kann mir vorstellen, das künftig wieder zu machen.



= Nein, das kommt für mich nicht mehr in Frage.



= Ich weiß es nicht

→ Nachfrage, wenn „nein“ oder „weiß nicht“:

c) Kannst Du Dir vorstellen, künftig bei „Fridays for future“ mitzumachen oder kommt das für Dich nicht in Frage?



= Ja, ich kann mir vorstellen, das künftig zu machen



= Nein, das kommt für mich nicht in Frage



= Ich weiß es nicht

Motive und Barrieren für Fridays for future

a) Was sind für Dich die wichtigsten Gründe, (künftig) bei „Fridays for future“ mitzumachen? Bitte wähle die drei wichtigsten Gründe aus.

Wenn Du weniger als drei Gründe wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keinen dieser Gründe wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ Auswahl von 3 Items / Items rotieren

- Weil das Thema für unsere Zukunft eine große Bedeutung hat.
- Weil mir das Thema am Herzen liegt.
- Weil ich etwas bewegen will.
- Weil ich durch mein Verhalten andere Menschen positiv beeinflussen kann.
- Weil ich Zeit mit Freunde/Freundinnen verbringen und etwas gemeinsam mit ihnen erleben möchte.
- Weil ich dadurch etwas lernen und nützliche Erfahrungen machen kann.
- Weil ich Anerkennung bzw. Wertschätzung dafür erhalte.

- Weil ich neue Ziele oder neue Aufgaben suche.
- Weil ich etwas Sinnvolles tun will.
- Weil ich dann „schulfrei“ habe.
- Weil ich Abwechslung vom Alltag möchte.

→ *Filter: Wenn bei 6.2. b) oder 6.2. c) = „Nein“ (also, wenn es nicht (mehr) in Frage kommt): oder „weiß nicht“*

b) Was sind für Dich die wichtigsten Gründe, nicht (mehr) bei „Fridays for future“ mitzumachen? Bitte wähle die drei wichtigsten Gründe aus.

Wenn Du weniger als drei Gründe wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keinen dieser Gründe wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Auswahl von 3 Items / Items rotieren*

- Weil ich keine Schülerin bzw. kein Schüler bin
- Weil ich nicht die Schule schwänzen darf.
- Weil ich den Unterricht nicht verpassen will.
- Weil ich sowieso nicht viel bewegen kann.
- Weil ich nicht der Typ für solche Aktionen bin.
- Weil ich mir nicht vorstellen kann, dass so etwas Spaß macht.
- Weil ich momentan im Leben andere Herausforderungen zu bewältigen habe (zum Beispiel Schule schaffen, Job finden).
- Weil ich mich anderweitig engagiere.
- Weil ich mich dafür zu jung halte.
- Weil ich mich nicht für die Themen interessiere.
- Weil ich es uncool finde.
- Weil ich zu wenig darüber weiß.
- Weil in meiner Nähe keine Demonstration stattfindet.

2. Einflussmöglichkeiten und Engagement

Formen für politisches und gesellschaftliches Engagement

Besuchst Du derzeit eine Schule, Berufsschule oder Hochschule?

- ja, eine Schule
- ja, eine Berufsschule
- ja, eine Hochschule
- nein, nichts davon
- keine Angabe

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



= Ja

☒ = Nein

☐ = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Online-Aktionen und Online-Petitionen unterstützt
- An Demonstrationen teilgenommen
- In einer Natur- oder Umweltschutzgruppe mitgearbeitet
- In einer Partei aktiv gewesen
- Aktionstage organisiert
- An einer Schul-AG zum Thema Nachhaltigkeit teilgenommen (*Filter: nur für Schüler/innen*)
- Mich vegetarisch oder vegan ernährt
- Bewusst auf eine Flugreise verzichtet
- Kleidung gebraucht gekauft
- Produkte aus biologischem Anbau gekauft
- Bewusst auf Plastikverpackungen verzichtet
- Dinge geliehen oder mit anderen geteilt

→ *Nachfrage für alle Statements, die mit „Ja“ angekreuzt wurden:*

b) Kannst Du Dir vorstellen, das wieder zu machen oder kommt das für Dich nicht mehr in Frage?

☒ = Ja, ich kann mir vorstellen, das künftig wieder zu machen.

☒ = Nein, das kommt für mich nicht mehr in Frage.

☐ = Ich weiß es nicht

→ *Nachfrage für alle Statements, die mit „nein“ oder „weiß nicht“ angekreuzt wurden:*

c) Kannst Du Dir vorstellen, das künftig zu machen oder kommt das für Dich nicht in Frage?

☒ = Ja, ich kann mir vorstellen, das künftig zu machen.

☒ = Nein, das kommt für mich nicht in Frage.

☐ = Ich weiß es nicht

3. Nachhaltigkeit, Soziales, Digitalisierung

→ *Randomisierte Zuteilung in Split 1 (n=500) und Split 2 (n=500)*

Synergien und Konflikte von Ökologie und Sozialem

→ Befragungskonzept AP4.2: Feinkonzept Repräsentativbefragung Frage 9

→ Quelle: neu

→ Split 1 = soziale Themen (n=500)

a) Wie sehr interessieren Dich soziale Themen, also alles rund um das Zusammenleben der Menschen, Solidarität, Gerechtigkeit und Hilfe für andere?

++ = sehr

+ = eher

- = eher nicht

- - = überhaupt nicht



= Ich weiß es nicht

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

Kreuze ++ an, wenn Du voll und ganz zustimmst, + wenn Du eher zustimmst, - wenn Du eher nicht zustimmst und - - wenn Du überhaupt nicht zustimmst. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = Ich stimme voll und ganz zu

+ = Ich stimme eher zu

- = Ich stimme eher nicht zu

- - = Ich stimme überhaupt nicht zu



= Ich weiß es nicht

→ Single answer per Item / Items rotieren

- Es ist unfair, dass sich ärmere Menschen umweltfreundliche Produkte nicht leisten können.
- Mehr Umwelt- und Klimaschutz beim Wohnungsbau führt zu einer Verteuerung von Mieten.
- Für Umwelt- und Klimaschutz interessieren sich nur wohlhabende Menschen.
- Mehr Umwelt- und Klimaschutz ist nachteilig für unsere Industrie.
- Durch Umwelt- und Klimaschutz werden Arbeitsplätze bei uns abgeschafft.
- Mehr Umwelt- und Klimaschutz führt zu gesünderen Lebensbedingungen für alle Menschen.
- Umwelt- und Klimaschutz trägt dazu bei, auch in anderen Ländern natürliche Rohstoffe zu schonen.
- Durch Umwelt- und Klimaschutz bleibt die Umwelt auch in anderen Ländern lebenswert.

- Ohne Umwelt- und Klimaschutz werden künftige Generationen durch massive Umweltprobleme belastet (zum Beispiel Plastikmüll in den Meeren, radioaktive Abfälle).
- Wenn Umwelt und Klima nicht besser geschützt werden, wird es künftig mehr Menschen geben, die aus ihren Heimatländern flüchten müssen.

c) Welches sind aus Deiner Sicht die drei wichtigsten Argumente? Bitte wähle die drei wichtigsten aus.

Wenn Du weniger als drei Argumente wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keines dieser Argumente wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Itemliste nochmals einblenden*

4. Synergien und Konflikte von Nachhaltigkeit und Digitalisierung

→ *Befragungskonzept AP4.2: Feinkonzept Repräsentativbefragung Frage 11*

→ *Quelle: neu*

→ *Split 2 = Digitalisierung (n=500)*

a) Lass uns zu einem anderen Thema kommen: Wie sehr interessiert Dich das Thema Digitalisierung? Damit sind die Veränderungen durch technische und digitale Entwicklungen gemeint. Also alles rund um Informationstechnologien und Internet, soziale Netzwerke und Online-Medien, Computer und Smartphones.

++ = sehr

+ = eher

- = eher nicht

-- = überhaupt nicht



= Ich weiß es nicht

b) Es gibt unterschiedliche Ansichten dazu, wie sich die zunehmende Digitalisierung künftig auf Umwelt und Klima auswirken kann. Bitte gib an, inwiefern Du den folgenden Ansichten zustimmst.

Kreuze ++ an, wenn Du voll und ganz zustimmst, + wenn Du eher zustimmst, - wenn Du eher nicht zustimmst und - - wenn Du überhaupt nicht zustimmst. Wenn Du etwas nicht weißt, kannst Du ? ankreuzen.

++ = Ich stimme voll und ganz zu

+ = Ich stimme eher zu

- = Ich stimme eher nicht zu

-- = Ich stimme überhaupt nicht zu



= Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Die Digitalisierung ist wegen des hohen Stromverbrauchs der Geräte und Rechenzentren schädlich für Umwelt und Klima.
- Für digitale Geräte wie Smartphones oder Computer werden immer mehr natürliche Rohstoffe abgebaut.
- Online-Shopping verursacht viele Umweltbelastungen, zum Beispiel durch Transport und Verpackung der Pakete.
- Wenn digital alles jederzeit verfügbar ist, wird der Konsum gesteigert und es werden immer mehr Güter produziert.
- Wenn immer mehr online geschieht, verlieren die Menschen den Kontakt zu Natur und Umwelt.
- Digitale Geräte wie Smartphones ersetzen viele andere Geräte, die deshalb nicht mehr benötigt werden.
- Digitale Plattformen und soziale Netzwerke eignen sich besonders gut, um über Umwelt- und Klimaschutz aufzuklären.
- Durch intelligente, selbstfahrende Autos wird künftig das Verkehrsaufkommen vermindert.
- Künstliche Intelligenz wird künftig helfen, Umwelt- und Klimaprobleme besser zu analysieren und Lösungen zu finden.
- Dank Internet sind umweltfreundlichere Produkte und Dienstleistungen besser zugänglich.

c) Welches sind aus Deiner Sicht die drei wichtigsten Argumente? Bitte wähle die drei wichtigsten aus.

Wenn Du weniger als drei Argumente wichtig findest, kannst Du auch weniger auswählen. Findest Du keines dieser Argumente wichtig, dann klicke einfach auf weiter.

→ *Itemliste nochmals einblenden*

5. Informationsverhalten, Umweltbildung und Umweltwissen

Informationswege zu Nachhaltigkeitsthemen

Wo erfährst Du etwas über Umwelt- und Naturschutz?

→ *Multiple choice / Items rotieren*

- Persönliche Gespräche mit meinen Verwandten
- Persönliche Gespräche mit meinen Freunden
- Schule, Hochschule oder Beruf
- Filme oder Serien
- Dokumentationen im Fernsehen, auf YouTube oder in Streaming-Angeboten
- Radio
- Podcasts
- Online-Newsportale

- Soziale Netzwerke
- Blogs
- Tageszeitungen, Zeitschriften, Magazine (Print)
- Influencer
- Sonstiges
- Nichts davon
- Weiß nicht

Bedeutung von beteiligungsorientierten Projekten und Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen

a) Wie wichtig ist es Dir, dass folgende Dinge an Deiner Bildungseinrichtung möglich sind?

- ++** = Sehr wichtig
- +** = Eher wichtig
- = Eher nicht wichtig
- = Überhaupt nicht wichtig

☐ = Ich weiß es nicht

→ *Single answer per Item / Items rotieren*

- Projekte für Umwelt- und Klimaschutz, bei denen man mitmachen kann.
- Treffen mit Leuten aus anderen Jahrgängen oder von anderen Ausbildungseinrichtungen, um an gemeinsamen Ideen und Projekten zu arbeiten
- Unterricht/Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen wie etwa Umwelt- und Klimaschutz.
- Mit den Lehrkräften gemeinsam überlegen, wie sich Unterricht/Lehrveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen verbessern lassen.

b) Und was gibt es davon an Deiner Bildungseinrichtung?

- ☒ = Ja, gibt es
- ☐ = Nein, gibt es nicht

☐ = Ich weiß es nicht

→ *Itemliste nochmals einblenden*

Handlungsrelevantes Umweltwissen

Zum Abschluss haben wir noch ein kleines Umweltquiz.

Wie gut weißt Du in verschiedenen Themenbereichen Bescheid? Es ist immer nur eine Antwort richtig. Am Ende sagen wir Dir, wie oft Du richtig lagst und verraten natürlich auch die korrekten Antworten

- *Programmieranweisung: Reihenfolge der folgenden Fragen zufällig rotieren!*
- *Antwortoptionen innerhalb jeder Frage ebenfalls rotieren! Single Answer per Item*

Warum ist Fleisch (v.a. Rindfleisch) besonders klimaschädlich?

- **Weil Rinder Methan, ein besonders klimaschädliches Treibhausgas, ausstoßen.**
- Weil Rinder in Herden leben.
- Weil das Kraftfutter von Rindern viel CO₂ enthält.
- Weil von Rindern nur wenige Teile des Körpers als Fleisch verwertbar sind.

Wie kann man ein Zimmer am energiesparendsten beleuchten?

- Herkömmliche Glühlampe
- Halogenlampe
- **LED (Licht emittierende Dioden)**
- Energiesparlampen

Welches der folgenden Siegel ist seit 40 Jahren das Umweltzeichen der Bundesregierung für umweltfreundliche Produkte?

- Made with love
- Auf kleinem Fuß
- Das grüne Blatt
- **Der blaue Engel**



Welche Handlung hilft am meisten, den Treibhauseffekt zu reduzieren?

- Wenn geheizt wird, Fenster dauernd gekippt lassen, statt sie kurz ganz zu öffnen.
- **Gebäude gut isolieren, v.a. Dächer und Fenster.**
- Gefriergeräte eisfrei halten.
- Die Waschmaschine mit eigenem Warmwasseranschluss versehen.

Was versteht man unter dem CO₂-Fußabdruck eines Produktes?

- Die typische Färbung des Himmels, wenn hohe CO₂ -Konzentrationen herrschen.
- **Alle Treibhausgasemissionen, die ein Produkt im Laufe seines Lebens verursacht.**
- Die Menge von CO₂, die freigesetzt wird, wenn sich ein Produkt zersetzt.

- Die chemische Änderung, die durch CO₂ in der Atmosphäre hervorgerufen wird.

Man sollte möglichst wenig Wasch- und Reinigungsmittel verwenden, weil ...

- bei zu viel Schaum die Wäsche nicht sauber wird.
- sie hohe Mengen an Schwermetallen enthalten.
- die Abwasserrohre angegriffen werden.
- **man diese Stoffe nur schwer wieder aus dem Wasser klären kann.**

Welche der folgenden Getränkepackungen ist für die Umwelt am schädlichsten?

- Glasflasche, Mehrweg
- Plastikflasche (PET), Mehrweg
- Getränkekarton (Tetrapak)
- **Getränkedose**

Was stellt eine große Bedrohung für den Bestand von Wildbienen dar?

- **Pestizideinsatz in der Landwirtschaft**
- Trockenheit
- Imkerei
- Aufforstung

Wofür verbraucht Dein Zuhause (bzw. ein durchschnittlicher Haushalt in Deutschland) am meisten Energie?

- Beleuchtung
- Warmwasser
- **Heizung**
- Elektrogeräte

→ *Auflösung der Wissensfragen*

6. Weitere soziodemografische Merkmale der Befragten

Haushaltsform

Nun sind wir fast am Ende. Nur noch einige wenige Fragen zu Deiner Person.

Wie lebst Du?

- Allein
- Mit meinen Eltern
- In einer Wohngemeinschaft
- Mit Partner/in, ohne Kinder
- Mit Partner/in und Kind / Kindern
- Alleinerziehend, d.h. mit Kind / Kindern, aber ohne Partner/in
- Sonstiges

- Keine Angabe

Einkommen

Woraus bestreitest Du Deinen Lebensunterhalt? Bitte klicke alles an, was auf Dich zutrifft.

→ *Mehrfachnennungen möglich*

- Eltern
- Eigenes Einkommen
- BaföG, Stipendium
- Arbeitslosengeld oder ALG II
- Sonstiges
- Keine Angabe

Herkunft

a) Kommst Du oder kommen Deine Eltern aus einem anderen Land (also nicht aus Deutschland)?

- Ja, ich selbst komme aus einem anderen Land (*weiter mit 10.3b*)
- Ja, Vater und/oder Mutter kommen aus einem anderen Land (*weiter mit 10.3b*)
- Nein
- Keine Angabe

b) Um was für ein Land handelt es sich?

→ *Programmieranweisung: Offenes Textfeld*

→ *Dann Dankeschön und Ende*

9.3.3 Back-up des Umweltquiz der jugendspezifischen Skala zur Messung von Umweltwissen

Warum ist Fleisch (v.a. Rindfleisch) besonders klimaschädlich?

- **Weil Rinder Methan, ein besonders klimaschädliches Treibhausgas, ausstoßen.**
- Weil Rinder in Herden leben.
- Weil das Kraftfutter von Rindern viel CO₂ enthält.
- Weil von Rindern nur wenige Teile des Körpers als Fleisch verwertbar sind.

Wie kann man ein Zimmer mit am wenigsten Energie beleuchten?

- Herkömmliche Glühlampe
- Halogenlampe
- **LED (Licht emittierende Dioden)**
- Energiesparlampen

Die Herstellung welches Pflanzenöls stellt eine große Bedrohung für die Regenwälder dar?

- **Palmöl**

- Rapsöl
- Olivenöl
- Kokosöl

Was versteht man unter dem CO₂-Fußabdruck eines Produktes?

- Die typische Färbung des Himmels, wenn hohe CO₂ -Konzentrationen herrschen.
- **Alle Treibhausgasemissionen, die ein Produkt im Laufe seines Lebens verursacht.**
- Die Menge von CO₂, die freigesetzt wird, wenn ein Produkt zersetzt.
- Die chemische Änderung, die durch CO₂ in der Atmosphäre hervorgerufen wird.

Mit welchem Verkehrsmittel kannst du am umweltfreundlichsten fahren?

- **Straßen, S- und U-Bahn**
- Auto
- Linienbus
- Motorrad

Wie viel CO₂ würdest du mit einem Flug nach New York ausstoßen? So viel wie der Jahrdurchschnitt eines Menschen in...

- USA (ca. 14.950 kg)
- Deutschland (ca. 8.900 kg)
- **Mexiko (ca. 3.640 kg)**
- Indien (ca. 1.570 kg)

Wenn das Internet ein Land wäre, dann bräuchte es so viel Energie wie...?

- USA
- Bangladesch
- **Deutschland**
- Chile

Was ist das größte Umweltproblem bei der Produktion von Smartphones?

- **Die Akkus enthalten Lithium, dessen Abbau die Biodiversität gefährdet.**
- Das Plastik von den Gehäusen kann ins Meer gespült werden.
- Der Prozessor eines Smartphones enthält radioaktive Kristalle.
- Die Klebstoffe, die beim Bau von Smartphones benutzt werden, sind giftig.

Welches Land ist für seine schlechten Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie bekannt?

- Syrien
- Türkei
- **Bangladesch**

- Mazedonien

Wie viel Liter Wasser steckt in einem weißen T-Shirt, bis es auf dem Verkaufstresen liegt?

- 900 l
- 1200 l
- **2700 l**
- 8500 l

9.4 Zuordnung der Jugendtypen

Standardisierte Anfangswerte der aktiven Variablen für die Clusterung der Jugendtypen
(Clusterzentren = Mittelwerte der jeweiligen Items aus „Zukunft? – Jugend fragen! – 2017“)

	Idealistische	Pragmatische	Distanzierte
Einstellungen zu Gesellschaft und Politik_ Mir ist es sehr wichtig, in einer Demokratie zu leben.	0,3544913	0,1113770	-0,6511364
Einstellungen zu Gesellschaft und Politik_ Politik interessiert mich eigentlich nicht.	-0,4870596	0,0676715	0,5705644
Einstellungen zu Umwelt, Natur, Nachhaltigkeit_ Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, in welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen.	0,4380854	-0,3553137	-0,0808278
Einstellungen zu Umwelt, Natur, Nachhaltigkeit_ Wir brauchen in Zukunft mehr Wirtschaftswachstum, auch wenn das die Umwelt belastet.	-0,3186496	0,3859354	-0,1284169
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren	0,4794796	-0,3736620	-0,1108214
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben	-0,3457701	0,5434579	-0,3224199
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_möglichst preisgünstig einzukaufen	-0,3231508	0,0518395	0,3683614
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen	-0,2497412	0,4542612	-0,3235277
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen	0,5781629	-0,4202251	-0,1781836
Jugendkonsum und Nachhaltigkeit_ Dir wichtig_viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben	0,0867794	0,1422916	-0,3283032

9.5 Faktorenanalyse: Aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen

Ohne die Items:

- 4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: ein Auto zu besitzen (geringere Fallzahl, da Abfrage mit Filter: älter als 18 Jahre)
- 4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: möglichst preisgünstig einzukaufen (keine klar zu interpretierende Zuordnung)

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.

Anzeigeformat für Koeffizienten: Sortiert nach Größe / Koeffizienten kleiner 0,1 unterdrückt

Rotierte Komponentenmatrix:

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: den Kauf von Plastikgegenständen zu reduzieren	0,805	0,178	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: die Verwendung von Plastikverpackungen zu verringern	0,802	0,162	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Lebensmittel aus biologischem Anbau zu kaufen	0,749	0,159	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen	0,665	0,312	0,137
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren	0,476	0,228	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge zu tauschen oder gebraucht zu kaufen	0,141	0,760	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge zu leihen oder zu teilen (Sharing)	0,150	0,741	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge, die nicht mehr benötigt werden, an andere verschenken	0,298	0,608	
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: auf Konsumgüter zu verzichten und weniger zu kaufen	0,410	0,549	-0,165
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: für die alltäglichen Wege das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen oder zu Fuß zu gehen	0,343	0,388	-0,213
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen		-0,113	0,795
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben	-0,229	-0,107	0,766

4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge online zu kaufen		0,125	0,670
4.1a aktuelle Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben	0,174		0,457

9.6 Künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen

Mittelwerte nach Jugendtypen

Minimum: 1 (überhaupt nicht wichtig) / Maximum = 4 (sehr wichtig)

		Mittelwert
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: die neueste Technik (zum Beispiel bei Computer oder Smartphone) zu haben	Idealistische	2,29
	Pragmatische	3,22
	Distanzierte	2,38
	Gesamt	2,68
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Kleidung nach der neuesten Mode zu tragen	Idealistische	2,00
	Pragmatische	2,91
	Distanzierte	2,03
	Gesamt	2,36
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: ein Auto zu besitzen	Idealistische	2,87
	Pragmatische	3,46
	Distanzierte	3,22
	Gesamt	3,19
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: viele Reisen zu unternehmen und viel zu erleben	Idealistische	3,14
	Pragmatische	3,30
	Distanzierte	2,86
	Gesamt	3,13
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: möglichst preisgünstig einzukaufen	Idealistische	2,90
	Pragmatische	3,17
	Distanzierte	3,23
	Gesamt	3,09
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge online zu kaufen	Idealistische	2,80
	Pragmatische	3,27
	Distanzierte	2,84
	Gesamt	3,00
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: den Kauf von Plastikgegenständen zu reduzieren	Idealistische	3,63
	Pragmatische	2,98
	Distanzierte	3,06
	Gesamt	3,23
	Idealistische	2,75

4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: sich vorwiegend vegetarisch oder vegan zu ernähren	Pragmatische	1,84
	Distanzierte	1,96
	Gesamt	2,19
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: für die alltäglichen Wege das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen oder zu Fuß zu gehen	Idealistische	3,36
	Pragmatische	2,86
	Distanzierte	2,95
	Gesamt	3,06
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: fair hergestellte und gehandelte Produkte zu kaufen	Idealistische	3,46
	Pragmatische	2,77
	Distanzierte	2,80
	Gesamt	3,02
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Lebensmittel aus biologischem Anbau zu kaufen	Idealistische	3,35
	Pragmatische	2,64
	Distanzierte	2,71
	Gesamt	2,91
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: auf Konsumgüter zu verzichten und weniger zu kaufen	Idealistische	3,11
	Pragmatische	2,60
	Distanzierte	2,69
	Gesamt	2,81
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge, die nicht mehr benötigt werden, an andere verschenken	Idealistische	3,30
	Pragmatische	2,93
	Distanzierte	3,02
	Gesamt	3,08
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: die Verwendung von Plastikverpackungen zu verringern	Idealistische	3,64
	Pragmatische	2,90
	Distanzierte	3,14
	Gesamt	3,22
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge zu leihen oder zu teilen (Sharing)	Idealistische	2,91
	Pragmatische	2,57
	Distanzierte	2,60
	Gesamt	2,70
4.1b künftige Bedeutung unterschiedlicher Konsumweisen: Dinge zu tauschen oder gebraucht zu kaufen	Idealistische	3,10
	Pragmatische	2,72
	Distanzierte	2,78
	Gesamt	2,87