



Jugend und Nachhaltigkeit

Was die Next Generation mit Nachhaltigkeit verbindet und wie sie sich engagiert

Inhalt

- 4 **Das Wichtigste in Kürze**

- 5 **Einleitung**
Jung, engagiert und ausgebremst?
Von Anja Langness und Regina von Görtz, Bertelsmann Stiftung

- 8 **Ergebnisse der Studie**
Von Ulrich Schneekloth, Anna Rysina und Sabine Wolfert, Kantar Public
- 9 **Hintergrund der Befragung**
- 9 **Was ist Nachhaltigkeit?**
- 12 **Wie wichtig ist jungen Menschen Nachhaltigkeit?**
- 13 **Wer sind die Vorbilder für nachhaltiges Handeln?**
- 15 **Generelle Bereitschaft zu gesellschaftlichem Engagement**
- 17 **Konkrete Bereitschaft zu freiwilligem ehrenamtlichem Engagement**
- 18 **Was tun junge Menschen in ihrem Alltag für eine nachhaltige Lebensgestaltung?**
- 20 **Gemeinschaftliches Engagement mit anderen**
- 23 **Wirtschaftliches Handeln als Beitrag für mehr Nachhaltigkeit**
- 25 **Einstellungen zum nachhaltigen Gründen**
- 26 **Konkrete Bereitschaft zum Gründen eines eigenen nachhaltigen Unternehmens**

- 29 **Methodik**
- 30 **„Methoden-Steckbrief“**
- 30 **Struktur der Stichprobe**

- 33 **Ausgewählte Tabellen**
- 36 **Literatur**
- 37 **Autor:innen**
- 38 **Abbildungen und Tabellen**
- 39 **Impressum**

Das Wichtigste in Kürze

Ergebnisse

- Junge Menschen haben ein ganzheitliches Verständnis von Nachhaltigkeit. Die 16- bis 30-Jährigen verstehen darunter sowohl ökologische als auch soziale und ökonomische Nachhaltigkeit.
- Drei Viertel aller Jugendlichen und jungen Erwachsenen legen selbst Wert darauf, sich nachhaltig zu verhalten. Auch in ihrem Alltag tun sie viel für eine nachhaltige Lebensgestaltung und sind dafür auch zum Verzicht bereit.
- Junge Menschen, denen nachhaltiges Verhalten wichtig ist, haben häufig Freundeskreise und Eltern, in denen dies ähnlich ist. Die Peergroup hat für junge Menschen eine wichtige Vorbildfunktion beim Thema Nachhaltigkeit – Politik spielt kaum eine Rolle. Junge Menschen, denen Nachhaltigkeit nicht wichtig ist, fehlen dagegen häufig die Vorbilder.
- 5 Prozent der Befragten sind ehrenamtlich für Nachhaltigkeit aktiv. Für das konkrete Engagement spielen neben Aktivist:innen auch Lehrer:innen, Vorgesetzte und Personen aus dem nahen Umfeld eine wichtige Rolle. Junge Frauen sind eher bereit, sich gesellschaftlich für das Thema Nachhaltigkeit zu engagieren.
- Junge Menschen können sich vorstellen, sich gemeinschaftlich mit anderen zu engagieren. Vor allem im alltäglichen, lokalen Umfeld organisierte Mitmachoptionen sind attraktiv. Sehr attraktiv sind auch Projekte, die gemeinsam mit Freund:innen oder Gleichgesinnten organisiert werden. Politische Beteiligungsformate sind in ihrer derzeitigen Form für junge Leute eher unattraktiv.
- Auch wirtschaftliches Handeln wird als Beitrag für mehr Nachhaltigkeit gesehen. So möchte jede:r Zweite in einem Unternehmen arbeiten, das einen Beitrag für die Gesellschaft leistet. Vier von fünf der Befragten betonen die Bedeutung, die innovative Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung haben.
- Jeder dritte junge Mensch kann sich sogar die Gründung eines nachhaltigen Unternehmens vorstellen. Die Gründung eines nachhaltigen Unternehmens können sich am ehesten junge Menschen mit einfacher Bildung vorstellen. Hauptmotiv für das Gründen ist der eigene Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung.

Methodik

- **Stichprobe:** 1.023 16- bis 30-Jährige, gewichtet nach Geschlecht, Alter, Bildungsstand, Erwerbstätigkeit, Bundesland, Region
- **Befragung:** repräsentativ angelegte Onlinebefragung in Deutschland mittels standardisierten Fragebogens
- **Befragungszeitraum:** 5. bis 12. April 2022

Einleitung

Jung, engagiert und ausgebremst?

Von Anja Langness und Regina von Görtz, Bertelsmann Stiftung

„Wir sind hier, wir sind laut, weil ihr uns die Zukunft klaut!“ – Mit diesem Weckruf richtet sich die junge Generation in den Fridays-for-Future-Demonstrationen an Politik und Gesellschaft. Viele junge Menschen blicken mit Sorge in die Zukunft und befürchten, dass die ältere Generation gerade ihre Zukunft verspielt. Sie fordern eine nachhaltige, generationengerechte Politik und Wirtschaft, die nicht auf Kosten ihrer oder künftiger Generationen geht.

Junge Menschen sind in besonderem Maße von der mangelnden Nachhaltigkeit in unserer Gesellschaft betroffen. Sie werden die negativen Auswirkungen erleben, von denen wir bislang nur einen Vorgeschmack erhalten. Gleichzeitig haben sie insbesondere aufgrund des demografischen Wandels nur wenig Einfluss auf diese Entwicklung: Ende 2021 war nur jeder zehnte Mensch in Deutschland im Alter von 15 bis 24 Jahren, vor 40 Jahren war es noch jeder sechste.¹

Hinzu kommen die derzeitigen Krisen: etwa der Krieg in der Ukraine und die damit einhergehende Energiekrise sowie die Auswirkungen der Coronapandemie. Jugendliche und junge Erwachsene sind durch diese Krisen teilweise stark belastet und blicken mit Sorge in die Zukunft.² Dies trifft

insbesondere auf benachteiligte junge Menschen zu. Sie leiden weitaus mehr unter den vielfältigen negativen Auswirkungen als junge Menschen aus bildungsstarken und sozioökonomisch privilegierten Elternhäusern.³

Klar ist zugleich: Die Mehrheit aller jungen Menschen fühlt sich in der andauernden Krisensituation nicht genug gehört und beteiligt!⁴

Die Bertelsmann Stiftung möchte einen Beitrag zur Erweiterung der Mitgestaltungsmöglichkeiten der jungen Generation leisten, sodass die Next Generation stärkeren Einfluss auf eine nachhaltige gesellschaftliche Entwicklung nehmen kann. Dafür haben wir ein neues Projekt ins Leben gerufen: „Junge Menschen und Gesellschaft: nachhaltig.digital.engagiert“. Nicht nur die nächste Generation selbst, sondern auch die Gesellschaft insgesamt kann und soll von der verstärkten Teilhabe junger Menschen, ihrer Kreativität und ihrem Engagement profitieren. Dabei geht es uns um eine Stärkung sowohl der politischen Mitwirkung junger Menschen als auch ihres gesellschaftlichen Engagements für eine nachhaltige Zukunft.

1 DESTATIS 2022.

2 Schnetzer und Hurrelmann 2022.

3 Universität Hildesheim und Institut für Sozial- und Organisationspädagogik (2021); Universitätsklinikum Hamburg Eppendorf (2021).

4 Calmbach et al. 2020; Bertelsmann Stiftung 2021.

Das Recht auf eine aktive Mitgestaltung der Gesellschaft durch junge Menschen wird in der Realität noch viel zu selten konsequent umgesetzt – dies gilt vor allem für diejenigen jungen Erwachsenen, die aufgrund ihres sozioökonomischen Hintergrundes und fehlender Vorbilder in ihrem Elternhaus und ihrem sozialen Umfeld bisher wenig oder keine positiven Erfahrungen mit Engagement machen konnten.

Unser Projekt konzentriert sich auf die zivilgesellschaftliche Aktivierung und das Engagement der Next Generation für eine nachhaltige Gesellschaft:

- Wir erforschen, welche erfolgreichen (inter)nationalen Ansätze es gibt, jungen Menschen mehr Einfluss bei der Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft zu geben.
- Wir entwickeln digital-analoge Instrumente und Konzepte, damit junge Menschen ihre Stimme besser geltend machen können.
- Wir wollen junge Menschen motivieren, sich noch stärker als bisher für eine nachhaltige Wirtschaft und Gesellschaft zu engagieren.
- Wir unterstützen junge Menschen dabei, mit Politik und Wirtschaft in den Dialog zu kommen und eine nachhaltigere Zukunft einzufordern.

Die hier vorgelegte Befragung markiert den Start unseres Projektes. Wir wollten besser verstehen, was junge Menschen mit dem Thema Nachhaltigkeit verbinden und inwieweit sie sich für dieses Thema sowohl persönlich als auch gesellschaftlich engagieren.

Die Befragung zeigt, dass junge Menschen ein breites Nachhaltigkeitsverständnis haben. Sie verstehen darunter sowohl ökologische als auch soziale und ökonomische Nachhaltigkeit. Nachhaltigkeit wird von jungen Menschen mit unterschiedlichem Bildungshintergrund recht ähnlich definiert, wenn auch mit etwas unterschiedlicher Akzentuierung. Während für junge Menschen mit höherer Bildung

ökologische Nachhaltigkeit an erster Stelle steht, betonen junge Menschen mit einfacher Bildung die Wichtigkeit eines Interessenausgleichs zwischen den Generationen sowie die Relevanz umfassender Informationen über politische Entscheidungen.

Drei Viertel aller Jugendlichen und jungen Erwachsenen legen selbst Wert darauf, sich nachhaltig zu verhalten. Im Alltag versucht die Mehrheit der jungen Menschen, sich an einer nachhaltigen Lebensgestaltung zu orientieren. Junge Menschen sind hierfür auch bereit zum Verzicht – beispielsweise beim Konsum (tierischer) Lebensmittel. Vorbilder hierfür finden sie vorwiegend im Freundeskreis sowie im Elternhaus. Denjenigen jungen Menschen, die angeben, dass ihnen Nachhaltigkeit nicht wichtig sei, fehlen dagegen häufig die Vorbilder in ihrem Umfeld.

Die generelle Bereitschaft, sich für das Thema Nachhaltigkeit zu engagieren, ist insgesamt hoch, wobei junge Frauen eher bereit sind, sich zu engagieren als junge Männer. Hier sind Aktivist:innen, Wissenschaftler:innen und der Freundeskreis wichtige und mobilisierende Vorbilder. Fünf Prozent der Befragten sind bereits ehrenamtlich für das Thema Nachhaltigkeit aktiv. Insgesamt sind vor allem im alltäglichen, lokalen Umfeld organisierte Mitmachoptionen attraktiv, genauso wie Projekte, die gemeinsam mit Freund:innen oder Gleichgesinnten organisiert werden. Politische Beteiligungsformate sind in ihrer derzeitigen Form für junge Leute eher unattraktiv.

Auch wirtschaftlichem Handeln als Beitrag für mehr Nachhaltigkeit wird in unserer Studie eine hohe Relevanz zugesprochen. So möchte zum Beispiel die Hälfte aller Jugendlichen in einem Unternehmen arbeiten, das einen Beitrag für die Gesellschaft leistet. Vier von fünf der Befragten betonen darüber hinaus die Bedeutung innovativer Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung. Jeder dritte junge Mensch kann sich sogar die Gründung eines eigenen nachhaltigen Unternehmens vorstellen. Interessanterweise können sich eine derartige Gründung am ehesten junge Menschen mit einfacher Bildung vorstellen. Hauptmotiv für das Gründen ist der Wunsch, einen eigenen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Unsere Studie zeigt, dass das Thema Nachhaltigkeit jungen Menschen enorm wichtig ist und dass viele der Wunsch umtreibt, die Gesellschaft nachhaltiger zu gestalten. Schon das Greenpeace-Nachhaltigkeitsbarometer von 2021 zeigte eindrücklich: Junge Menschen fühlen sich von der Politik beim Thema Umwelt im Stich gelassen. Sie wollen mitwirken bei dem aus ihrer Sicht notwendigen Umbau des Wirtschafts- und Bildungssystems.⁵

Dennoch gibt in unserer Befragung nur eine kleine Gruppe, nämlich 5 Prozent, an, ehrenamtlich für mehr Nachhaltigkeit engagiert zu sein.⁶ Aus welchen Gründen die relativ hohe Engagementbereitschaft (46 Prozent) junger Leute für Nachhaltigkeit bei vielen nicht in ein praktisches Engagement mündet, können wir mit dieser Studie nicht beantworten. Im Rahmen unseres Projektes planen wir, dieser Frage zukünftig weiter nachzugehen und dabei auch neue Formen des Engagements, insbesondere solche im virtuellen Raum, stärker zu beleuchten. Denn das soziale Leben von jungen Menschen ist heute durch einen digitalisierten Alltag geprägt und sie wachsen zunehmend in digitalen Räumen auf.⁷ Dies hat auch neue Formen des Engagements und der zivilgesellschaftlichen Aktivierung entstehen lassen. Digitale wie auch analoge Teilnehmungsformate haben dabei das Potenzial, demokratische Prozesse zu modernisieren und die Repräsentation junger Menschen zu verbessern.

Die Next Generation hat in den vergangenen Jahren ihre mangelnde Teilhabe und unzureichende politische Repräsentation beklagt.⁸ Die aktuelle Jugendforschung zeigt, dass die Next Generation bisher in ihrem konkreten Lebensalltag zu wenig positive Erfahrungen mit politischen und demokratischen Teilnehmungsprozessen gesammelt hat. Sie hat im

Gegenteil die Erfahrung gemacht, dass ihre altersspezifischen Interessen und Bedürfnisse in den politischen Entscheidungsprozessen nachrangig behandelt werden.⁹

Die Bertelsmann Stiftung wird mit praktischen Ansätzen erproben, wie eine stärkere demokratische Mitbestimmung der Next Generation beim Thema Nachhaltigkeit gelingen kann. Junge Menschen brauchen mehr Möglichkeiten der aktiven Mitgestaltung von Gesellschaft und Wirtschaft und mehr Erfahrung von Selbstwirksamkeit. Wir setzen uns daher dafür ein, dass die gesellschaftliche Aufmerksamkeit für die Belange Jugendlicher und junger Erwachsener in Zukunft deutlich erhöht wird.

Damit es in Zukunft nicht mehr heißt: jung, engagiert und ausgebremst – sondern: jung, engagiert und aktiv!

5 Kress 2021.

6 Das ist deutlich weniger als in anderen Studien zum ehrenamtlichen Engagement, wo regelmäßig mehr als ein Drittel der jungen Menschen angibt, ehrenamtlich engagiert zu sein. Wir führen diese Unterschiede u. a. darauf zurück, dass wir explizit nach ehrenamtlichem Engagement für mehr Nachhaltigkeit bzw. der Übernahme freiwilliger unbezahlter Aufgaben für das Thema Nachhaltigkeit gefragt haben („Können Sie sich vorstellen, für das Thema Nachhaltigkeit ehrenamtlich tätig zu sein oder freiwillig unbezahlte Aufgaben zu übernehmen?“), was ein deutlich engerer Fokus ist als beispielsweise in der Shell-Jugendstudie, nach der 36 Prozent der 12- bis 25-Jährigen oft für „soziale oder politische Ziele oder ganz einfach für andere Menschen aktiv“ sind (Shell Deutschland Holding 2019: 98).

7 Bundesjugendkuratorium 2021: 1.

8 z. B. Calmbach et al. 2020; Shell Deutschland Holding 2019.

9 Andresen 2021.

Ergebnisse der Studie

*Von Ulrich Schneekloth, Anna Rysina und Sabine Wolfert,
Kantar Public*

Hintergrund der Befragung

Im Auftrag der Bertelsmann Stiftung führte Kantar Public im April 2022 eine Untersuchung zu Einstellungen von Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland rund um das Thema Nachhaltigkeit durch. Welches Nachhaltigkeitsverständnis haben junge Menschen und inwieweit sind sie bereit, sich für Nachhaltigkeitsthemen zu engagieren?

Dabei sollte der Begriff der Nachhaltigkeit in seinen unterschiedlichen Dimensionen abgebildet werden: Individuelles oder kollektives Handeln kann nachhaltiges Verhalten im Alltag, aber auch die Bereitschaft zum zivilgesellschaftlichen Engagement

umfassen. Die Befragung wollte zudem explizit die wirtschaftliche Seite aufgreifen, d. h. das Gestaltungspotenzial, das durch eigenes wirtschaftliches Handeln, etwa im Bereich der Gründung von nachhaltigen Unternehmen, einen Beitrag zur Problemlösung leisten kann.

Befragt wurden 1.023 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren, also die jungen Menschen, die als „nächste Generation“ aktuell an der Schwelle stehen, die zukünftige gesellschaftliche Entwicklung erst schrittweise und dann zunehmend maßgeblich zu gestalten.

Was ist Nachhaltigkeit?

Der Begriff „Nachhaltigkeit“

In der öffentlichen Diskussion in Deutschland ist der Begriff „Nachhaltigkeit“ meist sehr eng mit dem Thema Umwelt- und Klimaschutz verbunden. Im internationalen Kontext wird das Konzept der Nachhaltigkeit üblicherweise weiter gefasst und schließt die folgenden drei Bereiche ein:¹⁰

- **ökologische Nachhaltigkeit** im Sinne des Schutzes und der Regenerationsfähigkeit der natürlichen Lebensgrundlagen,
- **ökonomische Nachhaltigkeit** im Sinne eines ausgewogenen und dauerhaft möglichen Wirt-

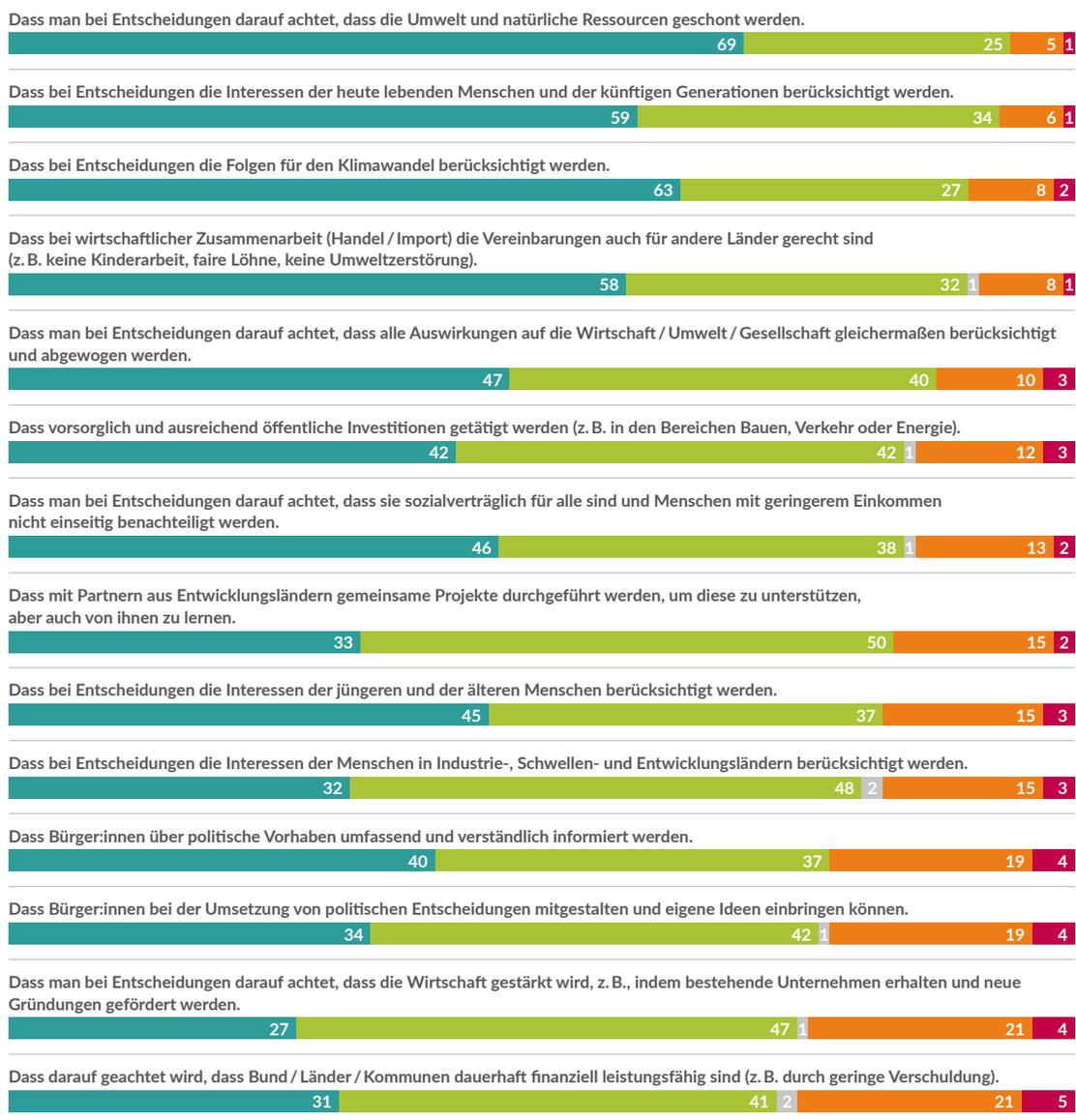
schaffens, das nicht einseitig oder sogar nur auf Kosten der nachfolgenden Generationen betrieben werden kann, sowie

- **soziale Nachhaltigkeit**, im Sinne einer fairen Verteilung von Nutzen und Lasten, mit der gesellschaftliche Spannungen und Konflikte vermieden werden können.

Neben einer dimensionsübergreifenden, ganzheitlichen Sichtweise umfasst eine nachhaltige Entwicklung im Allgemeinen auch ein generationengerechtes, global verantwortliches und gemeinsames oder partizipatives Vorgehen.

¹⁰ Zu den Dimensionen von Nachhaltigkeit vgl. Pufé 2014; zur Nachhaltigkeitsdebatte insgesamt vgl. Ekardt 2016; zur globalen Perspektive vgl. Hermanns 2000; zur Operationalisierung des Nachhaltigkeitsbegriffs vgl. Bertelsmann Stiftung 2018: 36 ff.

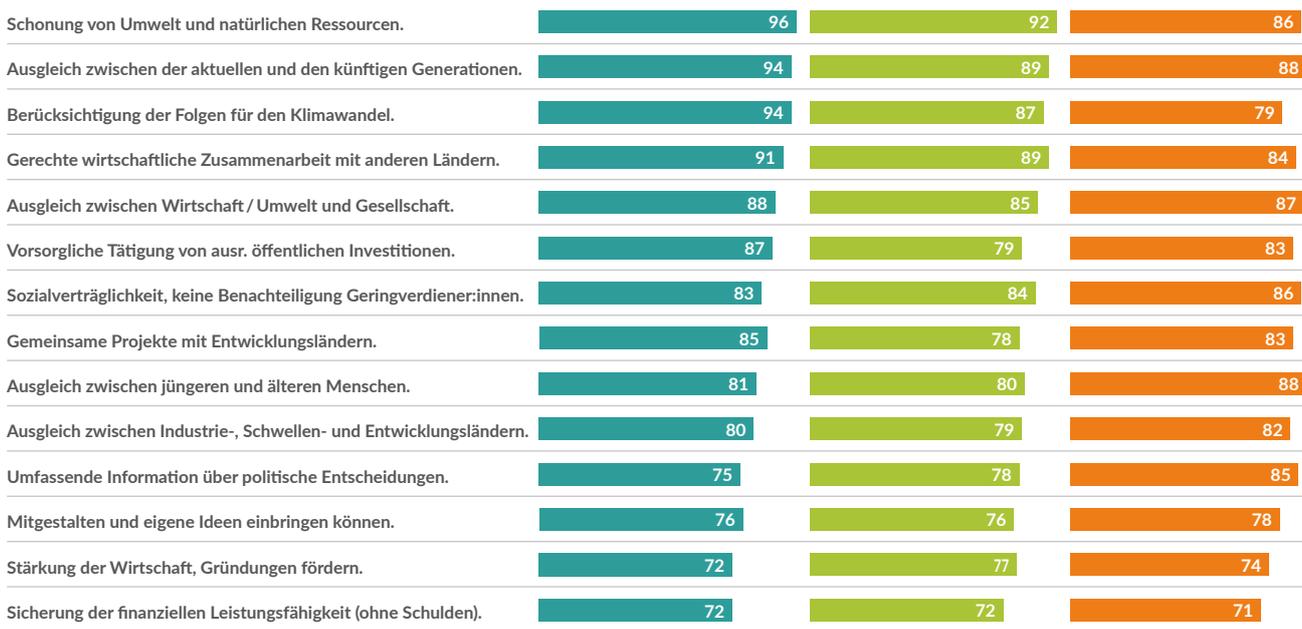
ABBILDUNG 1: Was junge Menschen mit Nachhaltigkeit verbinden



Zustimmung: ■ voll und ganz ■ eher ■ weiß ich nicht ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F11: Heutzutage wird viel über Nachhaltigkeit bzw. nachhaltiges Handeln gesprochen. Was von dem Folgenden bedeutet Ihrer Ansicht nach Nachhaltigkeit oder nachhaltiges Handeln? Nachhaltigkeit bedeutet für mich, dass ...

ABBILDUNG 2: Was junge Menschen mit Nachhaltigkeit verbinden – nach Bildung



Zustimmung („eher“ / „voll und ganz“): ■ Bildung hoch ■ Bildung mittel ■ Bildung einfach

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F11: Heutzutage wird viel über Nachhaltigkeit bzw. nachhaltiges Handeln gesprochen. Was von dem Folgenden bedeutet ihrer Ansicht nach Nachhaltigkeit oder nachhaltiges Handeln? Nachhaltigkeit bedeutet für mich: ...

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Was verbinden junge Menschen mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“?

Um einordnen zu können, was Nachhaltigkeit oder nachhaltiges Handeln aus der Sicht junger Menschen bedeutet, wurden den Befragten 14 Statements vorgelegt, zu denen sie jeweils ihre Zustimmung angeben sollten (Abbildung 1). Wenig überraschend ist für mehr als neun von zehn jungen Menschen ökologische Nachhaltigkeit (der Schutz der Umwelt und die Schonung der natürlichen Ressourcen) der zentrale Aspekt von Nachhaltigkeit (94 Prozent stimmen „voll und ganz“ oder „eher“ zu). Auch das Statement mit den dritthäufigsten Zustimmungswerten zielt auf den Faktor Ökologie ab (Berücksichtigung der Folgen von Entscheidungen für den Klimawandel).

Abbildung 1 macht aber deutlich, dass die jungen Menschen auch den anderen Aspekten der Nachhaltigkeit eine hohe Bedeutung beimessen. Die Notwendigkeit der Partizipation von Bürger:innen betonen dabei jeweils mehr als drei Viertel: Diese

sollen über politische Entscheidungen verständlich informiert werden (77 Prozent stimmen dieser Aussage zu) bzw. sich bei der Umsetzung der Entscheidungen auch einbringen können (76 Prozent).

Nachhaltigkeit wird von jungen Menschen mit unterschiedlichen Bildungshintergrund recht ähnlich definiert

Differenziert nach der Bildungsposition (einfach, mittel, hoch) ergeben sich in der zentralen Tendenz keine relevanten Unterschiede (Abbildung 2). Die Zustimmungsraten zu den Grundsätzen nachhaltigen Handelns steigen in der Regel je nach Bildungsposition noch etwas weiter an. Jugendliche und junge Erwachsene mit hoher Bildungsposition bewerten die ökologische Nachhaltigkeit, die Kooperation mit Entwicklungsländern, eine aktive und vorsorgliche Politik im Bereich der öffentlichen Investitionen

sowie die Berücksichtigung der Interessen künftiger Generationen noch etwas höher. Jugendliche und junge Erwachsene mit einfacher Bildung hingegen betonen stärker, dass sowohl die Interessen der

jüngeren als auch der älteren Menschen berücksichtigt werden sollten als auch die Wichtigkeit einer umfassenden und verständlicheren Information der Bürger:innen über politische Vorhaben.

Wie wichtig ist jungen Menschen Nachhaltigkeit?

Drei Viertel aller Jugendlichen und jungen Erwachsenen legen selbst Wert darauf, sich nachhaltig zu verhalten

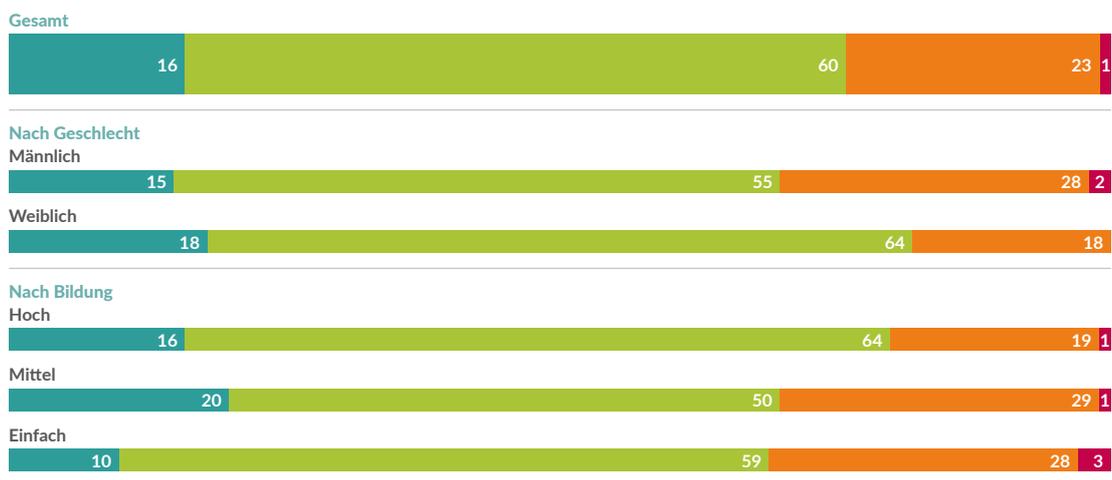
Fragt man junge Menschen danach, wie viel Wert sie selbst auf nachhaltiges Verhalten legen, dann antworten 16 Prozent mit „sehr viel“ und weitere 60 Prozent mit „eher viel“. Für ein Viertel (24 Prozent) hat Nachhaltigkeit keine Bedeutung für das eigene Verhalten (sie legen „eher wenig“ oder „so gut wie gar keinen“ Wert darauf). Junge Frauen betonen etwas häufiger als junge Männer den hohen Stellenwert, den nachhaltiges Verhalten für sie hat: Nur 18 Prozent (im Vergleich zu 28 Pro-

zent der Männer) sagen, dass sie selbst wenig oder gar keinen Wert auf Nachhaltigkeit legen (Abbildung 3).

Kaum Unterschiede nach Bildungshintergrund

Entgegen der oftmals geäußerten Vermutung, Nachhaltigkeit sei lediglich das Thema von Höhergebildeten, zeigen die Befunde, dass die Unterschiede nach der Bildungsposition¹¹ hier nicht übermäßig groß sind: So berichtet knapp jede:r Dritte der Jugendlichen und jungen Erwachsenen mit einfacher oder mittlerer Bildung, dass sie:er „eher wenig“ oder „so gut wie gar keinen“ Wert auf nach-

ABBILDUNG 3: Stellenwert des eigenen nachhaltigen Verhaltens



„Auf eigenes nachhaltiges Verhalten lege ich ... Wert“: ■ sehr viel ■ eher viel ■ eher wenig ■ so gut wie gar keinen

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F12: Wie viel Wert legen Sie selbst darauf, sich nachhaltig zu verhalten?

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

11 Bei der Bildungsposition wird nach dem höchsten allgemeinbildenden Schulabschluss unterschieden (bei Schüler:innen nach dem angestrebtem Abschluss). Hoch: Abitur, fachgebundene oder Fachhochschulreife. Mittel: Realschulabschluss / mittlere Reife. Niedrig: Hauptschulabschluss / ohne Schulabschluss.

haltiges Verhalten legt. Bei jungen Erwachsenen mit hoher Bildungsposition trifft dies auf 20 Prozent zu. Insgesamt macht dies aber deutlich, dass es auch der überwiegenden Mehrheit der jungen Erwachsenen mit einfacher oder mittlerer Bildung wichtig ist, ihr eigenes Verhalten im Hinblick auf Nachhaltigkeit

auszurichten (69 und 70 Prozent legen darauf „eher viel“ oder „sehr viel“ Wert). Bei denen mit mittlerer Bildung ist der Anteil derer, die „sehr viel“ Wert auf Nachhaltigkeit legen, sogar besonders hoch (20 Prozent; Abbildung 3).

Wer sind die Vorbilder für nachhaltiges Handeln?

Junge Menschen, denen nachhaltiges Verhalten wichtig ist, haben häufig Freundeskreise und Eltern, bei denen dies ähnlich ist

Welche Faktoren begünstigen ein nachhaltiges Verhalten junger Menschen? Es liegt nahe, dass sowohl die Einstellungen und das Verhalten der Eltern, aber auch die Werthaltungen der Peergroup eine Rolle spielen. Tatsächlich geht ein eigenes Bewusstsein für nachhaltiges Verhalten mit ähnlichen Überzeugungen von Eltern und Freund:innen einher (Abbildung 4). Bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen,

denen nachhaltiges Verhalten wichtig ist, trifft dies in den meisten Fällen auch für deren Eltern zu: Drei von vier der jungen Menschen, die selbst „sehr viel“ Wert auf Nachhaltigkeit legen, berichten, dass dies auch ihren Eltern wichtig sei („sehr viel“ oder „eher viel“ Wert). Dies gilt auch für jede:n Zweite:n derjenigen, die „eher viel“ Wert auf ein eigenes nachhaltiges Verhalten legen. Von den Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die selbst „eher wenig“ oder „so gut wie keinen“ Wert auf Nachhaltigkeit legen, sagt dies hingegen nur jede:r Fünfte. Bezüglich der Freund:innen verhält es sich in der Tendenz ähnlich.

ABBILDUNG 4: Nachhaltiges Verhalten – das eigene und das von Eltern und Freund:innen



Auf das eigene nachhaltige Verhalten lege ich sehr viel Wert: ■ sehr viel ■ eher viel ■ eher wenig ■ so gut wie gar keine ■ trifft nicht zu
 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F12: Wie viel Wert legen Sie selbst darauf, sich nachhaltig zu verhalten? | F13: Und wie viel Wert legen Ihre Eltern auf nachhaltiges Verhalten? | F14: Und wie ist es bei Ihren Freund:innen? Wie viel Wert legen die darauf, sich nachhaltig zu verhalten?

ABBILDUNG 5: Nachhaltiges Verhalten – Vorbilder nach Stellenwert von Nachhaltigkeit

Personen aus dem engeren Freundeskreis	35	35	19	(31)
Personen aus dem allgem. Bekanntenkreis	19	28	14	(23)
Meine Eltern	29	25	14	(23)
Influencer:innen, Youtuber:innen oder Internet-(Lifestyle-)Coaches	32	25	11	(23)
Lehrer:innen, Professor:innen, Vorgesetzte usw. aus Schule, Ausbildung oder am Arbeitsplatz	24	25	13	(22)
Wissenschaftler:innen	34	19	12	(20)
Aktivist:innen (z. B. für Umweltschutz oder Menschenrechte)	33	19	6	(18)
Politiker:innen	13	12	10	(11)
Andere Familienmitglieder	19	11	4	(10)
Unternehmer:innen	11	7	4	(7)
Sportler:innen	5	7	5	(6)
Schauspieler:innen, Musiker:innen, usw.	11	5	2	(5)
Andere Personen	1	1		(1)
Keine Vorbilder	10	20	46	(25)

„Auf nachhaltiges Verhalten lege ich ... Wert“: ■ sehr viel ■ eher viel ■ eher wenig / gar keinen

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %, Mehrfachnennungen) | F12: Wie viel Wert legen Sie selbst darauf, sich nachhaltig zu verhalten? | F15: Gibt oder gab es Menschen, die Ihre Haltung zu dem Thema Nachhaltigkeit beeinflusst haben? (Mehrfachnennungen möglich)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Die Peergroup hat für junge Menschen eine wichtige Vorbildfunktion beim Thema Nachhaltigkeit – Politik spielt kaum eine Rolle

Fragt man junge Menschen direkt danach, welche Menschen sie hinsichtlich ihrer Haltung zum Thema Nachhaltigkeit beeinflusst haben, dann benennt ein knappes Drittel Personen aus dem engeren Freundeskreis und nur ein knappes Viertel verweist auf die eigenen Eltern. Ebenso häufig werden Personen aus dem allgemeinen Bekanntenkreis genannt sowie Vorbilder aus dem digitalen Raum: Influencer:innen, Youtuber:innen oder Internet-(Lifestyle-)Coaches (Abbildung 5).

Sichtbar wird hier sowohl die Rolle der persönlichen Sozialisation (Eltern und Familie als Vorbilder) als auch die Rolle des Freundes- und Bekanntenkreises, also der Peers, an denen sich junge Menschen orientieren. Während die Bedeutung der Eltern als Vorbilder naturgemäß abnimmt, je älter die jungen Menschen werden, bleibt der Einfluss der engen

Freund:innen unabhängig vom Alter hoch: 39 Prozent der 16- bis 19-Jährigen sagen, dass ihre eigene Haltung zum Thema Nachhaltigkeit von den Eltern beeinflusst wurde bzw. wird, aber nur 15 Prozent der 26- bis 30-Jährigen. Personen aus dem engeren Freundeskreis werden von 28 Prozent der jüngsten und 31 Prozent der ältesten Altersgruppe genannt.

Junge Menschen, denen Nachhaltigkeit nicht wichtig ist, fehlen häufig die Vorbilder

Bemerkenswert ist an dieser Stelle die Differenzierung nach dem Stellenwert des eigenen nachhaltigen Handelns: Je wichtiger Nachhaltigkeit für Jugendliche und junge Erwachsene ist, desto mehr Vorbilder nennen sie, die ihre eigene Haltung zum Thema Nachhaltigkeit beeinflusst haben (Abbildung 5). Von den jungen Menschen, denen

nachhaltiges Verhalten eher weniger oder gar nicht wichtig ist, gibt fast jede:r Zweite an, gar keine Vorbilder hinsichtlich der eigenen Haltung zum Thema Nachhaltigkeit zu haben. Das trifft lediglich auf jede:n Zehnte:n derer zu, die „sehr viel“ Wert auf eigenes nachhaltiges Verhalten legen.

Besonders auffällig ist die Bedeutung, die sowohl Wissenschaftler:innen als auch Aktivist:innen als Vorbilder für nachhaltiges Handeln einnehmen: Jeweils ein Drittel der jungen Menschen, denen eigenes nachhaltiges Verhalten „sehr viel“ bedeutet, aber nur knapp jede:r Fünfte, die darauf „eher viel“

Wert legen, benennt diese als Vorbilder. Während bei den Wissenschaftler:innen vermutlich meist deren Expertise im Vordergrund steht, mag bei Aktivist:innen deren Bekanntheit, Konsequenz und ggf. auch Charisma überzeugen. Eine wichtige Rolle spielt hierbei das Internet und die Welt der Social-Media-Kanäle, in der entsprechende Akteur:innen ebenfalls eine persönliche Vorbildfunktion für junge Menschen übernehmen können. Influencer:innen, Youtuber:innen usw. werden von jungen Menschen, die sehr viel Wert auf nachhaltiges Verhalten legen, ebenfalls im Vergleich häufiger als von den anderen Jugendlichen als Vorbilder benannt.

Generelle Bereitschaft zu gesellschaftlichem Engagement

Junge Frauen sind eher bereit, sich zu engagieren

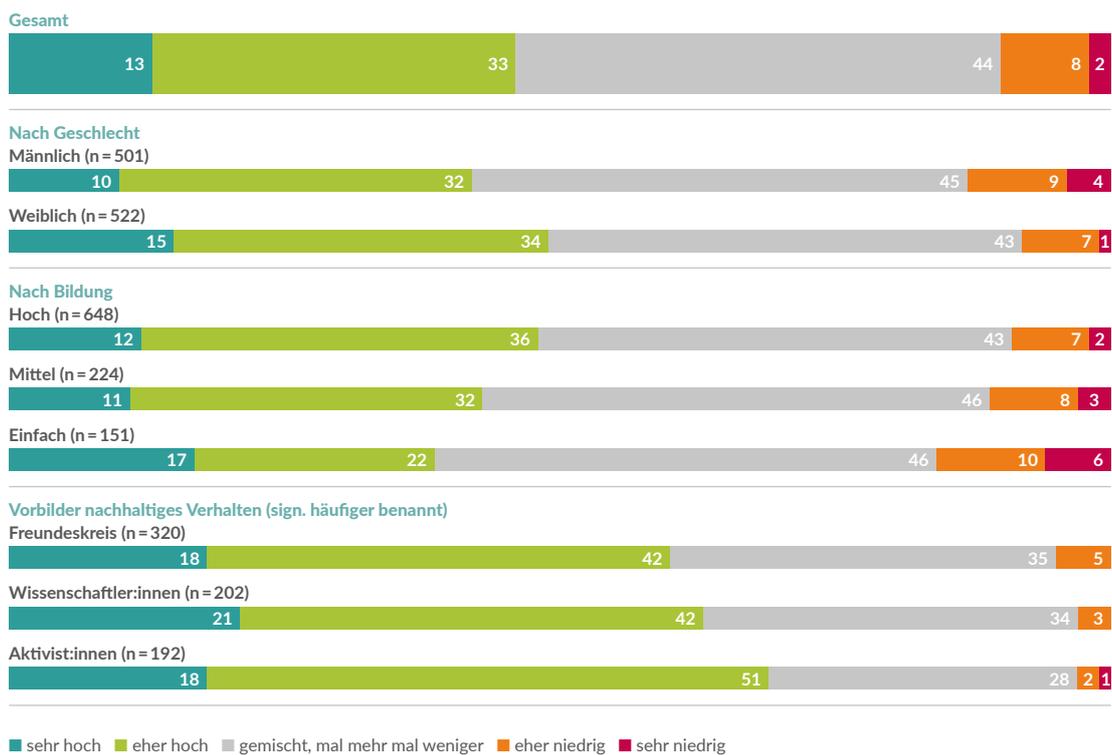
Die Befunde zeigen, dass nachhaltigem Verhalten allgemein eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Daher wurden die jungen Menschen auch nach ihrer konkreten Bereitschaft gefragt, sich selbst aktiv für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Fast jede:r Zweite verweist auf eine „sehr hohe“ oder „eher hohe“ eigene Bereitschaft. Weitere 44 Prozent sind „mal mehr, mal weniger“ bereit und nur jede:r Zehnte gibt an, dass die eigene Bereitschaft, sich selbst aktiv einzusetzen, „eher niedrig“ oder sogar „sehr niedrig“ ist (Abbildung 6).

Wie schon bei der Frage nach dem Stellenwert von Nachhaltigkeit zu sehen, bewerten junge Frauen auch ihre Bereitschaft zum Engagement höher, als junge Männer dies tun (49 zu 42 Prozent). Ähnliches gilt im Hinblick auf die Bildungsposition. Je höher der Bildungshintergrund, desto eher wird angegeben, sich aktiv für Nachhaltigkeit einzusetzen (Bildungsposition „einfach“: 39 Prozent, „mittel“: 43 Prozent, „hoch“: 48 Prozent).

Aktivist:innen, Wissenschaftler:innen und der Freundeskreis sind mobilisierende Vorbilder

Interessant ist an dieser Stelle der Zusammenhang zu den Vorbildern, die junge Menschen hinsichtlich ihrer Haltung zum Thema Nachhaltigkeit benannt haben (in Abbildung 6 sind diejenigen Vorbilder

ABBILDUNG 6: Bereitschaft, sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen



Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F16: Und wie hoch ist Ihre Bereitschaft, sich selbst aktiv für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen?

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

dargestellt, deren Nennung signifikant mit der Bereitschaft zum Engagement zusammenhängt).¹²

Jugendliche und junge Erwachsene, die auf Vorbilder aus dem engeren Freundeskreis, auf medial wirksame Persönlichkeiten aus der Wissenschaft oder auf Aktivist:innen verweisen, berichten signifikant häufiger über eine eigene Engagementbereitschaft. Werden Vorbilder aus dem engeren Freundeskreis benannt, so berichten 60 Prozent der jungen Menschen über eine „eher hohe“ oder „sehr hohe“ Engagementbereitschaft, bei Vorbildern aus der Wissenschaft sind es 63 Prozent, und werden Aktivist:innen als Vorbilder benannt, so trifft dies sogar auf 69 Prozent der Befragten zu.

¹² Die Zusammenhänge wurden anhand einer ordinalen Regressionsanalyse getestet und abgesichert. (Mit dieser multivariaten Analyse wurde geprüft, welche Faktoren bedeutsam sind für die Bereitschaft, sich selbst für Nachhaltigkeit einzusetzen – unter Berücksichtigung des Einflusses weiterer Faktoren. Signifikante Zusammenhänge sind aussagekräftige (d. h. nicht zufällige) Zusammenhänge.)

Konkrete Bereitschaft zu freiwilligem ehrenamtlichem Engagement

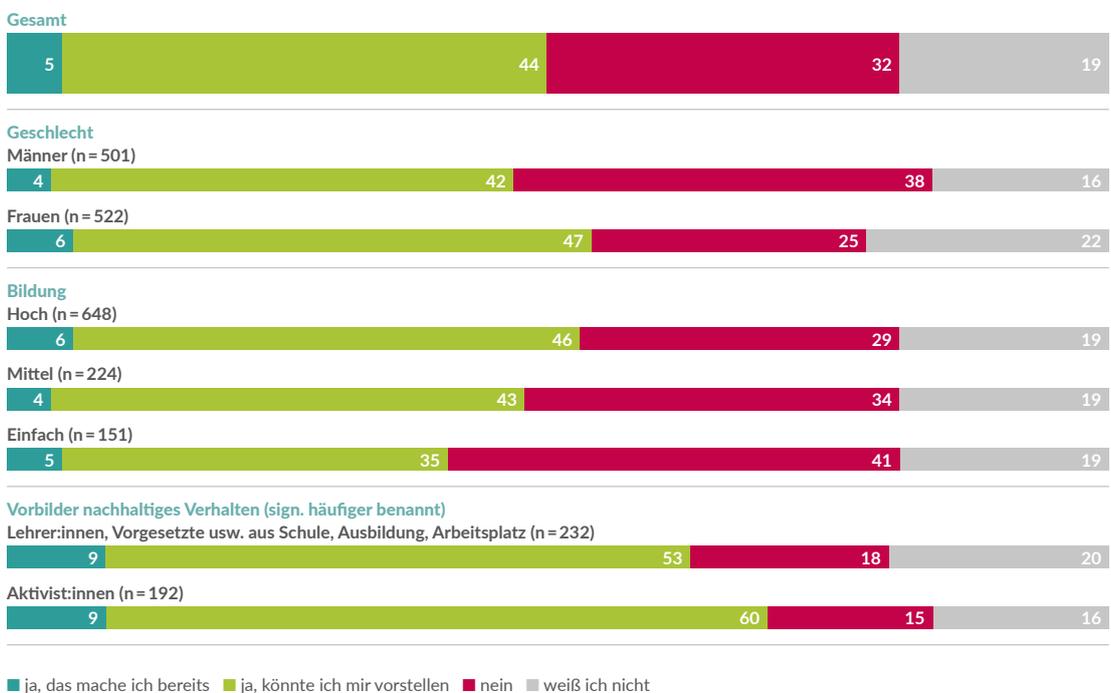
Fünf Prozent sind bereits ehrenamtlich für Nachhaltigkeit aktiv: Für das konkrete Engagement spielen neben Aktivist:innen auch Lehrer:innen, Vorgesetzte und Personen aus dem nahen Umfeld eine wichtige Rolle

5 Prozent an, bereits ehrenamtlich tätig zu sein oder freiwillig unbezahlte Aufgaben zu übernehmen, 44 Prozent könnten sich dies vorstellen. Für ein Drittel der jungen Menschen käme dies allerdings nicht infrage, ein weiteres Fünftel ist unentschieden (Abbildung 7).

Auf die Frage zum freiwilligen ehrenamtlichen Engagement für das Thema Nachhaltigkeit geben

Erneut zeigt sich der besondere Einfluss von Umwelt- und Klimaschutzaktivist:innen: Junge

ABBILDUNG 7: Bereitschaft, sich ehrenamtlich für mehr Nachhaltigkeit zu engagieren



Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F22: Können Sie sich vorstellen, für das Thema Nachhaltigkeit ehrenamtlich tätig zu sein oder freiwillig unbezahlte Aufgaben zu übernehmen?

Menschen, die diese als Vorbilder benennen, sind deutlich häufiger bereit, sich ehrenamtlich zu engagieren oder tun dies bereits. Für das konkrete

Engagement spielen aber auch Lehrer:innen, Vorgesetzte am Arbeitsplatz oder ähnliche Personen aus dem nahen Umfeld eine wichtige Rolle.¹³

Was tun junge Menschen in ihrem Alltag für eine nachhaltige Lebensgestaltung?

Junge Menschen sind bereit zum Verzicht

Insgesamt zeigen die Ergebnisse eine hohe Bereitschaft der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit engagieren zu wollen. Was aber tun junge Menschen konkret? Abbildung 8 zeigt die Zustimmung der Befragten zu verschiedenen Möglichkeiten, ihre persönliche Lebensweise entsprechend anzupassen. Mit Abstand am häufigsten bemühen sich die jungen Erwachsenen, im Alltag weniger Lebensmittel zu verschwenden (76 Prozent) sowie bewusst Wasser und Energie zu sparen oder Müll zu vermeiden (59 Prozent). Immerhin fast jeder: Zweite nutzt im Alltag größtenteils öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad (48 Prozent). Jeweils etwas mehr als vier von zehn verzichten auf Flugreisen im Inland oder essen weniger oder gar kein Fleisch.

Nur für eine Minderheit allerdings gehören finanzielles Engagement und aktive bürgerschaftliche Beteiligung im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit dazu: Weniger als jede:r Zehnte spendet für eine Organisation, die sich für Umwelt- und Klimaschutz

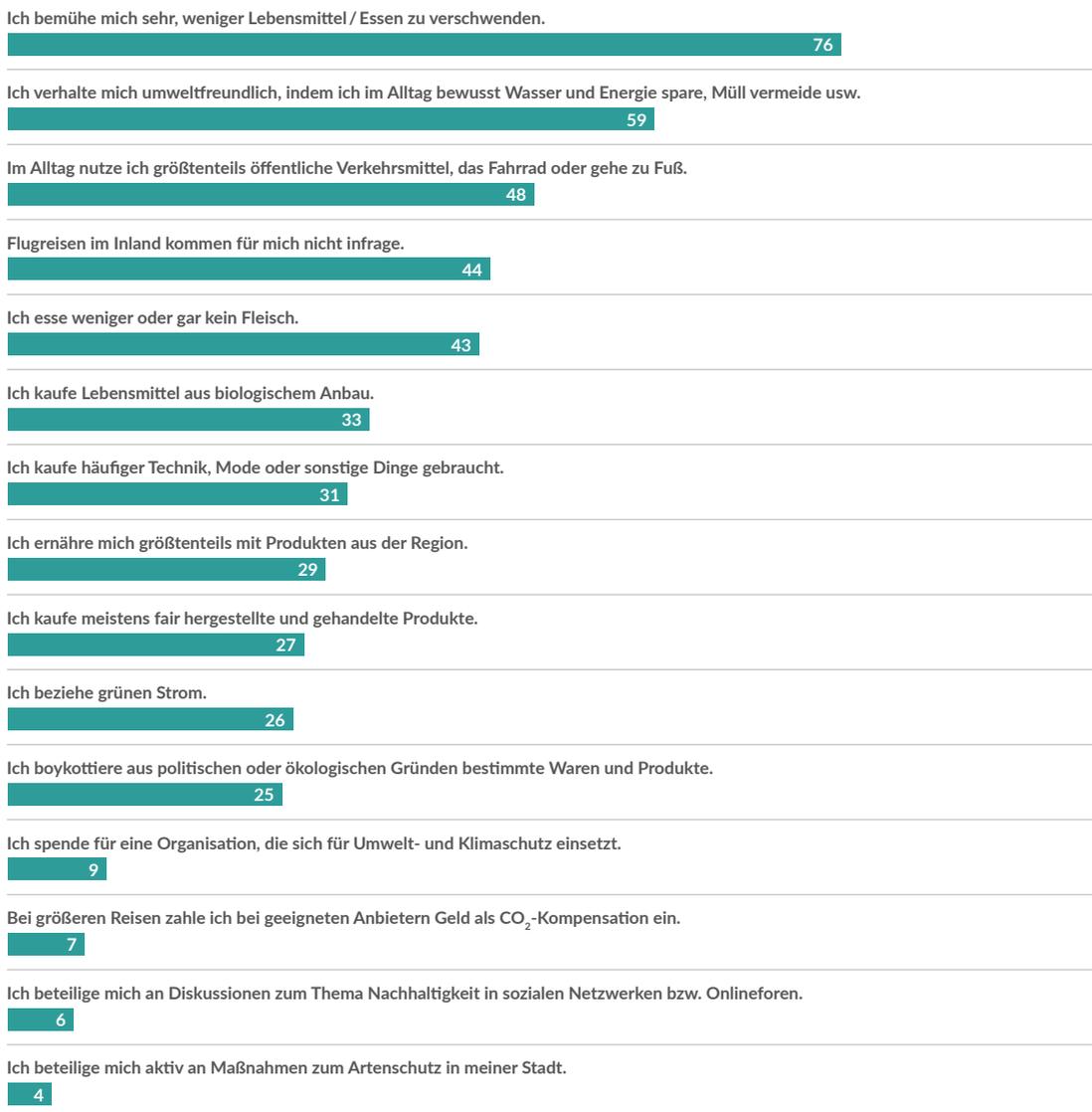
einsetzt (9 Prozent) und CO₂-Kompensationszahlungen bei größeren Reisen nennen nur 7 Prozent. Jeweils jede:r Zwanzigste beteiligt sich an (digitalen) Diskussionen zum Thema Nachhaltigkeit (6 Prozent) oder an Maßnahmen zum Artenschutz in der eigenen Stadt (4 Prozent).

Alles in allem scheinen sich junge Frauen in ihrer Lebensgestaltung stärker an Nachhaltigkeit zu orientieren als junge Männer, am deutlichsten wird dieser Unterschied beim Verzicht auf Fleisch: Doppelt so viele Frauen wie Männer geben an, weniger oder gar kein Fleisch zu essen (59 zu 29 Prozent).

Eigene Beiträge zu einer nachhaltigen Lebensgestaltung variieren nach Bildungsposition.

Differenziert man die Antworten nach Bildung, so ergeben sich in der Reihenfolge keine wesentlichen Abweichungen, die vier am häufigsten genannten Maßnahmen sind unabhängig von der Bildungsposition die gleichen. Deutlich wird aber auch, dass

¹³ Auch diese Zusammenhänge wurden anhand einer ordinalen Regressionsanalyse statistisch getestet und abgesichert.

ABBILDUNG 8: Eigene Beiträge für eine nachhaltige Lebensgestaltung


■ „Trifft für mich zu“

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F17: Es gibt viele Möglichkeiten, wie man selbst im Alltag einen Beitrag für eine nachhaltige Lebensgestaltung leisten kann. Welche der folgenden Dinge treffen für Sie zu? (Mehrfachnennungen möglich)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

das Engagement mit zunehmender Bildungsposition steigt. Die größten Unterschiede zeigen sich in der Bereitschaft, im Alltag bewusst Wasser und Energie zu sparen und Müll zu vermeiden: Das tun laut eigener Aussage 37 Prozent derjenigen mit einfacher und 66 Prozent der jungen Menschen mit hoher Bildung. Auch der Verzicht auf Fleisch hängt sehr stark mit dem Bildungshintergrund zusammen (29 zu 49 Prozent geben an, dass sie weniger oder gar kein Fleisch essen), ähnlich stellt es sich dar mit

dem Einkauf von Lebensmitteln aus biologischem Anbau (17 zu 40 Prozent; Tabelle 1 im Anhang „Ausgewählte Tabellen“) – wobei hier natürlich sehr stark der Faktor der ökonomischen Verhältnisse hineinspielt: Eine Orientierung des Einkaufsverhaltens an nachhaltigen Maßstäben muss man sich auch leisten können.

Gemeinschaftliches Engagement mit anderen

Vor allem im alltäglichen, lokalen Umfeld organisierte Mitmachoptionen sind attraktiv

Die bisherigen Befunde zeigen, dass sich junge Menschen bei der Frage nach den möglichen und ggf. auch erforderlichen Beiträgen für Nachhaltigkeit stark auf das eigene Alltagshandeln beziehen. Oftmals ist eigene Konsequenz im Verhalten verbunden mit dem Anspruch auch an andere Menschen, es ihnen gleichzutun. Artikuliert werden zudem meist Forderungen an Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, entsprechende strukturelle Veränderungen auf den Weg zu bringen.

Wie Abbildung 6 zeigt, verweist fast jede:r zweite Jugendliche und junge Erwachsene auf eine eher oder sogar sehr hohe Bereitschaft, sich selbst aktiv für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Neben dem, was junge Menschen in ihrem Alltag bereits tun (Abbildung 8), sollten sie zusätzlich angeben, bei welchen Aktivitäten sie sich vorstellen könnten, sich gemeinsam mit anderen Menschen für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen (Abbildung 9).

Deutlich wird, dass für Jugendliche und junge Erwachsene gemeinschaftliches Engagement, das auf eine gewisse Regelmäßigkeit angelegt ist, vor allem dann attraktiv ist, wenn die Mitmachoptionen im alltäglichen Umfeld angebunden sind oder von lokalen Vereinen angeboten werden. An der Spitze der Nennungen steht die Beteiligung an Nachhaltigkeitsprojekten, die von der Schule, der Ausbildungsstätte oder am Arbeitsplatz angeboten werden – hier könnte sich so gut wie jede:r Zweite vorstellen, mitzumachen. Andere – ebenfalls organisierte gesellschaftliche Mitbestimmungs- und Beteiligungsformen, wie

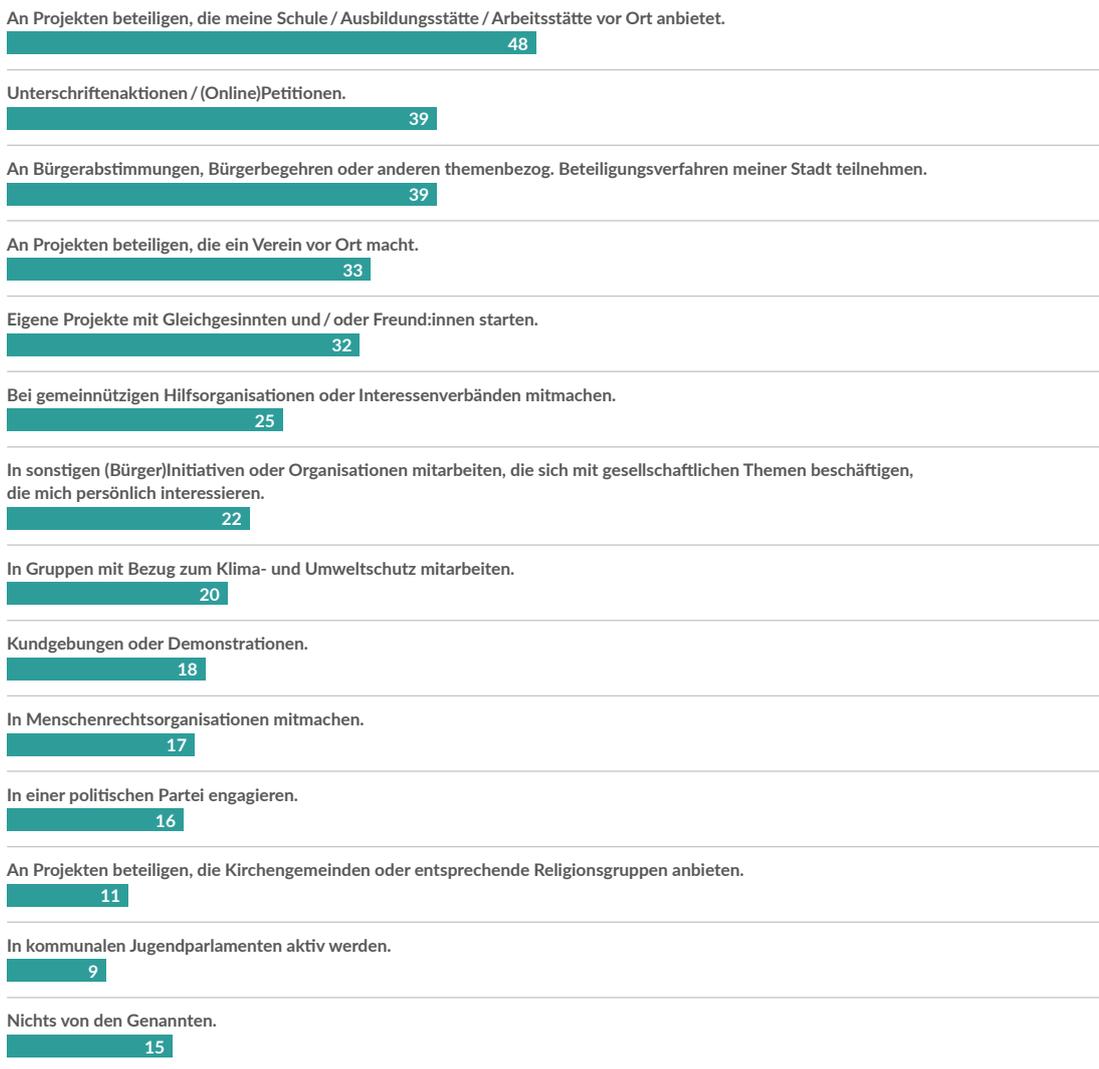
Unterschriftenaktionen oder Onlinepetitionen sowie die Teilnahme an Bürgerabstimmungen oder anderen Beteiligungsverfahren in der Stadt, wären für jeweils vier von zehn jungen Menschen eine Option. Ein Drittel könnte sich vorstellen, sich an Projekten zu beteiligen, die ein Verein vor Ort macht.

Bei all diesen Möglichkeiten scheint die Schwelle für das Mitmachen niedriger zu sein als bei eher gesellschaftspolitisch ausgestalteten Formaten, wie zum Beispiel (Bürger)Initiativen, Umweltschutzgruppen oder insbesondere politischen Parteien.

Sehr attraktiv sind auch Projekte, die gemeinsam mit Freund:innen oder Gleichgesinnten organisiert werden

Auffällig ist die vergleichsweise große Attraktivität von gemeinsam mit Freund:innen und / oder Gleichgesinnten selbst entwickelten und organisierten Projekten: Für immerhin ein Drittel (32 Prozent) käme es infrage, hier mitzumachen. Die Vorstellung, mit Gleichaltrigen etwas bewegen zu können, ist vermutlich auch mit dem Gedanken an Spaß und gemeinsamen Erlebnissen mit Freund:innen verbunden. Möglicherweise erscheint ein solches Engagement weniger in Konkurrenz zur Freizeit zu stehen, als dies bei anderen Mitmachoptionen der Fall ist.

ABBILDUNG 9: Nachhaltige Lebensgestaltung – Mitmachoptionen



■ „Könnte ich mir vorstellen“

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F18: Zudem gibt es verschiedene Möglichkeiten, sich auch mit anderen gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Bei welchen der folgenden Aktivitäten könnten Sie sich vorstellen mitzumachen? (Mehrfachnennungen möglich) | F19: Und käme das für Sie infrage? (Mehrfachnennungen möglich)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Politische Beteiligungsformate sind ihrer derzeitigen Form für junge Leute eher unattraktiv

Auf institutionelle politische Beteiligungsformate auf kommunaler Ebene, die darauf abzielen, dass alle Bürger:innen mitgestalten und / oder entscheiden können, entfällt im Vergleich zumindest generell

kaum mehr Zustimmung.¹⁴ Nur eine Minderheit (16 Prozent) könnte sich vorstellen, sich in einer politischen Partei zu engagieren – möglicherweise spielt hier eine gewisse Politik(er)verdrossenheit eine Rolle oder aber junge Menschen engagieren sich lieber projektbezogen, als sich längerfristig an eine Partei zu binden. Dass kommunale Jugendparlamente nur von 9 Prozent als attraktiv für eigenes

14 Laut dem Verein Mehr Demokratie e. V. betrug die durchschnittliche Abstimmungsbeteiligung bei Bürgerentscheiden in Deutschland (von 1956 bis 2019) 46,4 Prozent (vgl. Mehr Demokratie e. V., Philipps-Universität Marburg und Bergische Universität Wuppertal o. J.: 7).

ABBILDUNG 10: Nachhaltige Lebensgestaltung – Mitmachoptionen nach Bildung

Projekte Schule / Ausbildung / Arbeit vor Ort	56	40	26
Unterschriftenaktionen / (Online)Petitionen	42	36	29
Bürgerabstimmungen / -beteiligungsverfahren	42	35	34
Projekte von Vereinen vor Ort	34	34	24
Eigene Projekte mit Gleichgesinnten	34	27	29
Hilfsorganisationen / Verbände	27	23	17
Bürgerinitiativen	26	17	15
Umwelt- / Klimaschutzgruppen	26	12	13
Demonstrationen	22	13	7
Menschenrechtsorganisationen	20	12	13
Parteien	19	12	13
Kirchengemeinden / Religionsgruppen	13	8	8
Kommunale Jugendparlamente	10	8	5
Nichts von den Genannten	12	18	25

„Könnte ich mir vorstellen“: ■ Bildung hoch ■ Bildung mittel ■ Bildung einfach

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F18: Zudem gibt es verschiedene Möglichkeiten, sich auch mit anderen gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen. Bei welchen der folgenden Aktivitäten könnten Sie sich vorstellen mitzumachen? (Mehrfachnennungen möglich) | F19: Und käme das für Sie infrage? (Mehrfachnennungen möglich)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Engagement benannt werden, dürfte auch damit zusammenhängen, dass dieses Beteiligungsformat den meisten jungen Menschen eher unbekannt ist. Möglicherweise ist es aber auch ein Zeichen dafür, dass junge Menschen den tatsächlichen Einfluss von Jugendparlamenten auf politische Entscheidungen vor Ort infrage stellen.

Auch junge Menschen mit einfacher oder mittlerer Bildungsposition legen in der großen Mehrheit Wert auf nachhaltiges Verhalten

Die bisherigen Befunde haben gezeigt, dass Nachhaltigkeit für Jugendliche und junge Erwachsene mit hoher Bildung stärker ein Thema ist als für diejenigen mit geringerer Bildungsposition – dies gilt für alle Bereiche von nachhaltigem Handeln und auch im Hinblick auf die gängigen Beteiligungsformate und Möglichkeiten zum Engagement. Dies sollte aber im Umkehrschluss nicht so verstanden werden, dass junge Menschen ohne höhere Bildungsposition generell am Thema Nachhaltigkeit desinteressiert

wären. Dies machen die Antworten auf verschiedene bisher betrachtete Fragen deutlich: Auch junge Menschen mit einfacher oder mittlerer Bildungsposition legen in der großen Mehrheit Wert auf nachhaltiges eigenes Verhalten (ca. 70 Prozent sagen, dass sie „eher viel“ oder „sehr viel“ Wert darauf legen, Abbildung 3). Jeweils rund 40 Prozent bezeichnen ihre Bereitschaft, sich aktiv für Nachhaltigkeit einzusetzen, als „eher hoch“ oder „sehr hoch“ (Abbildung 6) und 40 Prozent mit einfacher sowie 47 Prozent mit mittlerer Bildungsposition sind oder wären bereit, sich ehrenamtlich für das Thema Nachhaltigkeit zu beteiligen (Abbildung 7).

Projekte mit Gleichgesinnten oder Freund:innen zu starten, ist für junge Menschen über alle Bildungsschichten hinweg attraktiv

Auch bei der Frage nach dem gemeinschaftlichen Engagement zeigt sich: Je höher die Bildungsposition, desto häufiger bekunden Jugendliche und junge Erwachsene ihre Bereitschaft, sich gemeinschaftlich mit anderen für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen (Abbildung 10). Während ein Viertel der jungen Menschen mit einfacher Bildungsposition sagt, dass für sie keine der abgefragten Aktivitäten infrage käme, trifft das auf 18 Prozent derjenigen mit mittlerer und lediglich 12 Prozent mit hoher Bildung zu.

Vor allem sind Jugendliche oder junge Erwachsene mit höherer Bildung im Vergleich deutlich affiner für Projekte im Umfeld von Schule, Ausbildung oder

Beruf. Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass in der befragten Altersgruppe häufiger diejenigen mit angestrebtem oder erreichtem hohen Bildungsabschluss entweder selbst noch Schüler:innen sind (und dann meist die gymnasiale Oberstufe belegen) oder aber ein Studium absolvieren. Eine Beteiligung an Projekten und Initiativen ist für sie in diesen Kontexten dann natürlich naheliegender und niedrigschwelliger.

Deutlich geringer ausgeprägt sind die Bildungsunterschiede bei der Bereitschaft, selbst Projekte mit Gleichgesinnten oder Freund:innen auf die Beine zu stellen, sowie bei der Beteiligung an Projekten von Vereinen vor Ort. Dies gilt bemerkenswerterweise auch für lokale Bürgerbeteiligungsverfahren oder Bürgerentscheide.

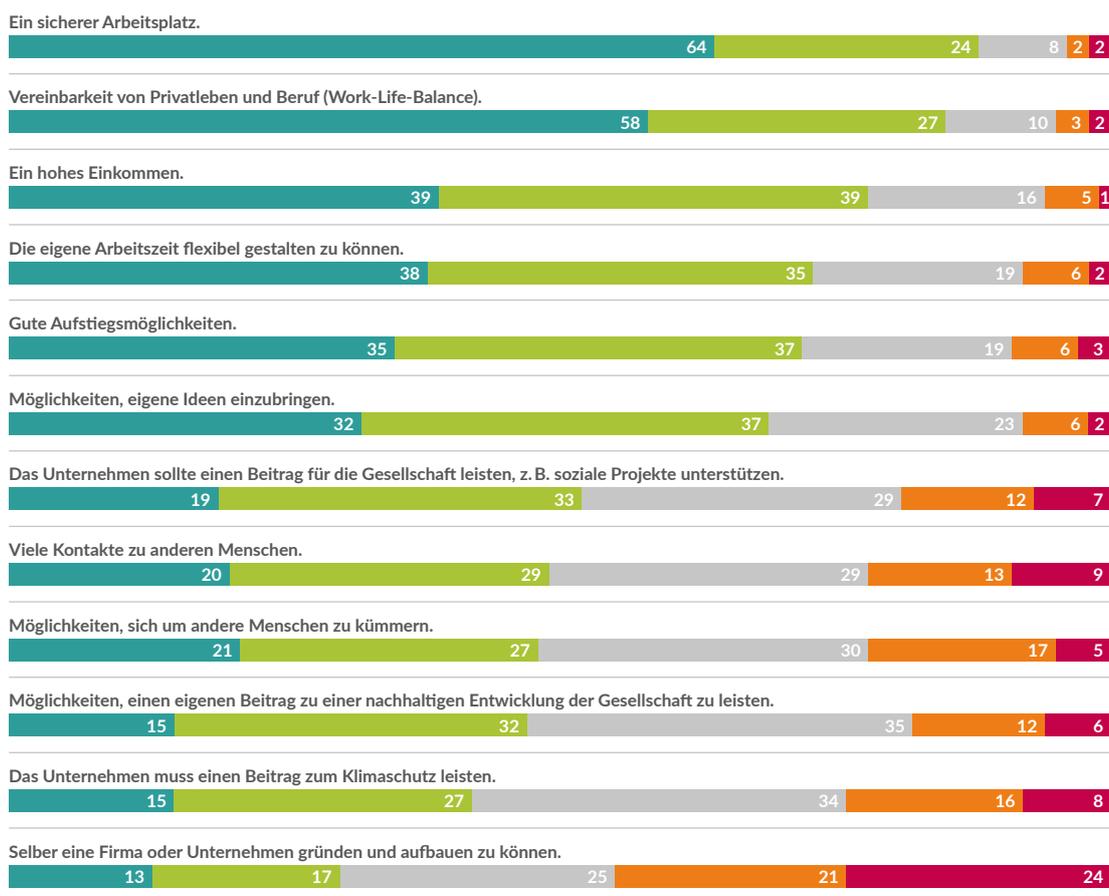
Wirtschaftliches Handeln als Beitrag für mehr Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Wirtschaften im Kontext von Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit bezieht sich nicht nur auf das Alltagshandeln von Einzelnen, sondern explizit auch auf den Bereich des Wirtschaftens. Zum einen geht es um die Art der Produktion bzw. Organisation der Erbringung von Dienstleistungen. Zum anderen erfasst nachhaltiges Wirtschaften auch den Beitrag von Produkten und Dienstleistungen zur Herstellung oder Sicherung von Nachhaltigkeit. In diesem Kontext kann nachhaltiges Gründen eine wichtige Rolle spielen – verstanden als bewusstes Gründen eines

eigenen Geschäftsbetriebs oder Unternehmens, um durch innovative Lösungen, ökologische Produkte oder soziales Engagement einen Beitrag zu einer nachhaltigen zukunftsfähigen Gesellschaft zu leisten. Für eine erste Einordnung des Themas Nachhaltiges Wirtschaften sollten die Befragten angeben, welche Ansprüche sie an die eigene berufliche Tätigkeit stellen. In einem zweiten Schritt wurden die jungen Menschen nach ihrer Einstellung zur Gründung von nachhaltigen Unternehmen gefragt sowie danach, ob sie sich dies für sich selbst vorstellen können.

ABBILDUNG 11: Anforderungen an die berufliche Tätigkeit



Um mit der beruflichen Tätigkeit zufrieden sein zu können ... sehr wichtig ■ - ■ - ■ - ■ - ■ unwichtig

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F24: Wie wichtig sind Ihnen folgende Dinge, damit Sie mit einer beruflichen Tätigkeit zufrieden sein können?

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Sicherheit des Arbeitsplatzes ist zentral für die Zufriedenheit mit der beruflichen Tätigkeit

Die Sicherheit des Arbeitsplatzes ist für junge Erwachsene der zentrale Faktor, damit sie mit ihrer beruflichen Tätigkeit zufrieden sein können, fast neun von zehn jungen Menschen ist dies wichtig (Abbildung 11, Werte (4) und (5) auf einer fünfstufigen Skala). Fast ebenso viele betonen die Bedeutung der Work-Life-Balance, also die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf. Erst an dritter Stelle wird ein hohes Einkommen benannt, allerdings ist dies auch knapp vier von fünf Jugendlichen und jungen Erwachsenen wichtig – fast gleichauf mit dem Wunsch nach Flexibilität, Aufstiegsmöglichkeiten und Entwicklungsmöglichkeiten sowie nach eigenen Gestaltungsoptionen.

Jede:r Zweite möchte in einem Unternehmen arbeiten, das einen Beitrag für die Gesellschaft leistet

Zwar sind den Befragten Anforderungen an Umwelt- und / oder gesellschaftliche Aspekte im Vergleich weniger wichtig, aber immerhin jede:r Zweite (52 Prozent) wünscht sich, dass das Unternehmen einen Beitrag für die Gesellschaft leistet, zum Beispiel indem es soziale Projekte unterstützt. Ebenfalls jede:r Zweite akzentuiert den Wunsch, sich im Rahmen der beruflichen Tätigkeit um Menschen kümmern zu können oder viele Kontakte zu anderen Menschen zu bekommen. Knapp jeder bzw. jedem Zweiten ist es wichtig, mit dem Beruf einen eigenen Beitrag hin zu einer nachhaltigen Gesellschaft leisten zu können, und mehr als vier von zehn möchten, dass das Unternehmen,

in dem man arbeitet, einen Beitrag zum Klimaschutz leistet. Für drei von zehn ist es wichtig, eine Firma zu gründen oder ein Unternehmen aufbauen zu können, um beruflich zufrieden zu sein. Dies macht deutlich,

dass für junge Menschen zwar „Purpose“, also Sinn-erfüllung im Beruf, durchaus eine Rolle spielt, aber Sicherheit und Work-Life-Balance im Vordergrund stehen.

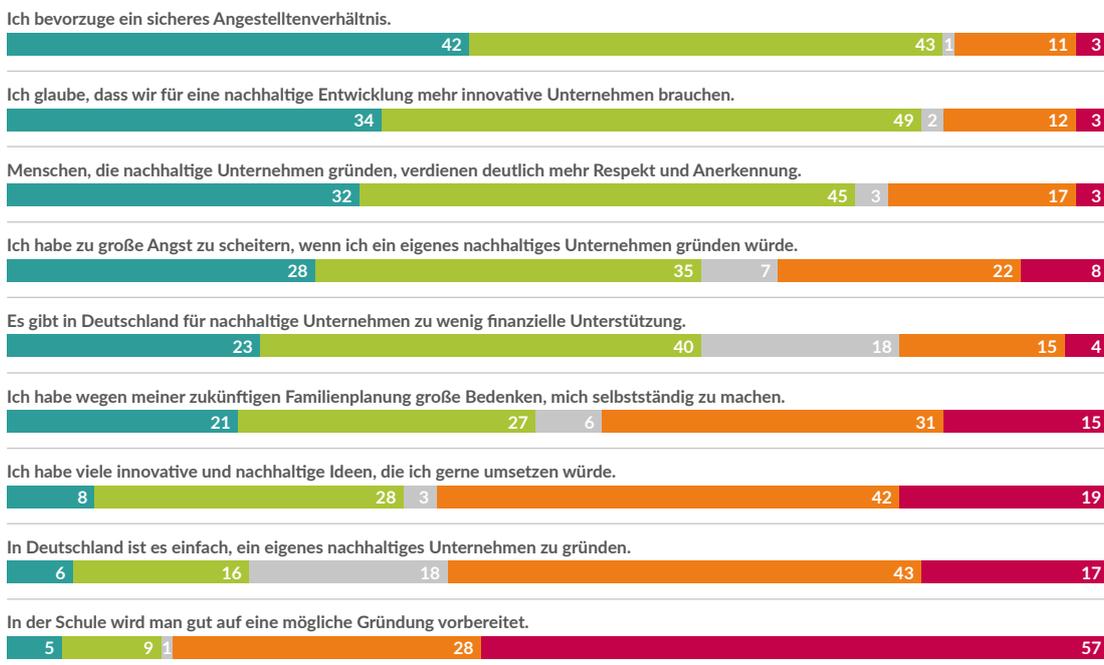
Einstellungen zum nachhaltigen Gründen

Vier von fünf der Befragten betonen die Bedeutung innovativer Unternehmen für eine nachhaltige Entwicklung

Vier von fünf Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind der Meinung, dass wir für eine nachhaltige

Entwicklung mehr innovative Unternehmen brauchen (83 Prozent stimmen der Aussage entweder „voll und ganz“ oder „eher“ zu). Ähnlich viele meinen, dass Gründer:innen von nachhaltigen Unternehmen deutlich mehr Respekt und Anerkennung verdienen. Die meisten allerdings, mehr als vier von

ABBILDUNG 12: Einstellungen zum nachhaltigen Gründen



Stimme zu ... ■ voll und ganz ■ eher ■ weiß ich nicht ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F25: Nachhaltige Unternehmen sind Unternehmen, die durch innovative Lösungen, ökologische Produkte oder ihr soziales Engagement einen entscheidenden Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten wollen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu?

fünf Jugendlichen und jungen Erwachsenen, geben an, dass sie selbst ein sicheres Angestelltenverhältnis bevorzugen würden. Zwei von drei stimmen der Aussage zu, dass sie zu große Angst davor hätten, bei der Gründung eines eigenen nachhaltigen Unternehmens zu scheitern (Abbildung 12).

Lediglich 15 Prozent sind der Meinung, man werde in der Schule gut auf eine mögliche Gründung vorbereitet.

Interessant an dieser Stelle ist auch eine Differenzierung der Ergebnisse nach der Bildungsposition

der Befragten (zu den Ergebnissen nach Bildung siehe Tabelle 3 im Anhang „Ausgewählte Tabellen“). Während sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der generellen Beurteilung von nachhaltigen Gründungen sowie hinsichtlich des Vorzugs, dem sie einem sicheren Angestelltenverhältnis geben, nicht wesentlich unterscheiden, scheinen diejenigen mit einer mittleren Bildungsposition hier etwas mutiger zu sein. Knapp 40 Prozent von ihnen haben viele innovative Ideen, die sie gerne umsetzen würden. Die mögliche Angst vor einem Scheitern ist bei ihnen allerdings ähnlich hoch ausgeprägt wie bei denjenigen mit höherer Bildung.

Konkrete Bereitschaft zum Gründen eines eigenen nachhaltigen Unternehmens

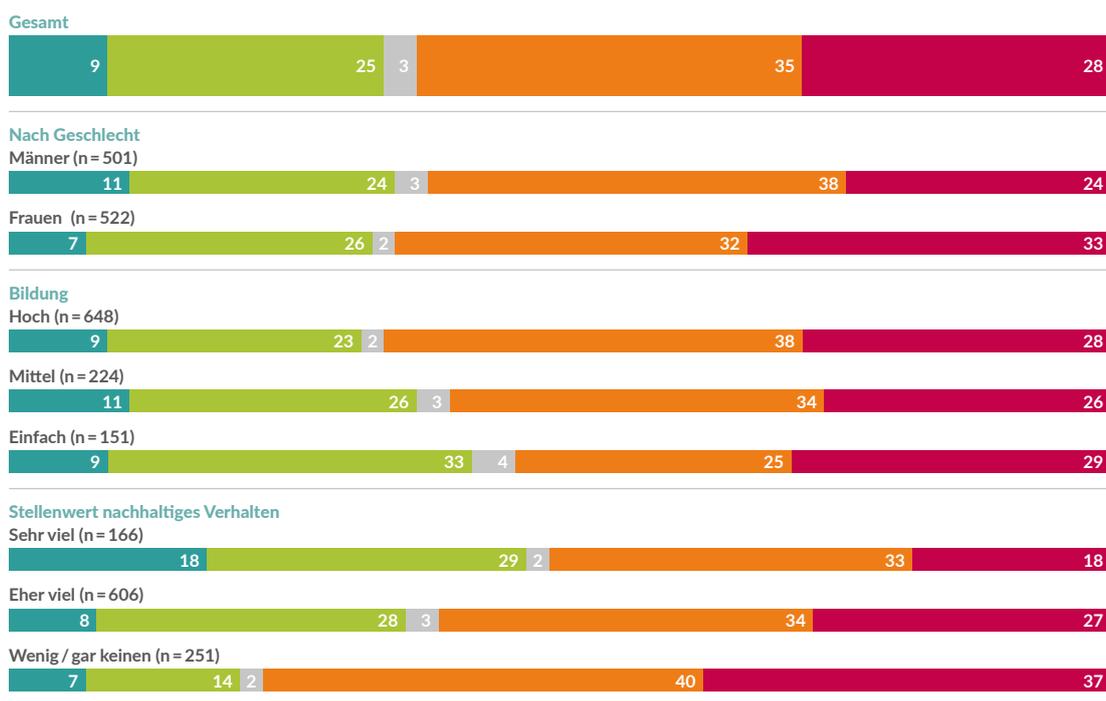
Jeder dritte junge Mensch kann sich eine nachhaltige Unternehmensgründung vorstellen

Fragt man die Bereitschaft nach der Gründung eines eigenen nachhaltigen Unternehmens direkt ab, stimmt immerhin jede:r Dritte der Aussage zu, sich dies gut vorstellen zu können: 9 Prozent stimmen „voll und ganz“ und 25 Prozent „eher“ zu (Abbildung 13). Bei jungen Männern ist die Bereitschaft (kann ich mir „voll und ganz“ oder „eher“ vorstellen) mit 35 Prozent nur minimal höher ausgeprägt als bei jungen Frauen mit 33 Prozent. Allerdings sagt ein Drittel der jungen Frauen auch explizit, sie könnten sich eine eigene nachhaltige Gründung „überhaupt nicht“ vorstellen, bei den Männern äußert sich nur knapp jede:r Vierte so deutlich dagegen.

Die Gründung eines nachhaltigen Unternehmens können sich am ehesten junge Menschen mit einfacher Bildung vorstellen

Alles in allem scheint die Idee, durch eine eigene selbstständige und / oder unternehmerische Tätigkeit einen Beitrag für mehr Nachhaltigkeit zu leisten, bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland durchaus vorhanden zu sein. Auffällig ist allerdings, dass an dieser Stelle diejenigen mit hoher Bildungsposition im Vergleich zurückhaltender sind: Jugendliche und junge Erwachsene mit einfacher Bildungsposition geben mit 42 Prozent im Vergleich am häufigsten an, sich die Gründung eines nachhaltigen Unternehmens vorstellen zu können („voll und ganz“ oder „eher“). Je höher die Bildung, desto reservierter stehen junge Menschen dieser Option

ABBILDUNG 13: **Generelle Bereitschaft, ein nachhaltiges Unternehmen zu gründen**



„Kann ich mir vorstellen“: ■ voll und ganz ■ eher ■ weiß ich nicht ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %) | F25_1: Nachhaltige Unternehmen sind Unternehmen, die durch innovative Lösungen, ökologische Produkte oder ihr soziales Engagement einen entscheidenden Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten wollen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu? Ich könnte mir gut vorstellen, ein eigenes nachhaltiges Unternehmen zu gründen.

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

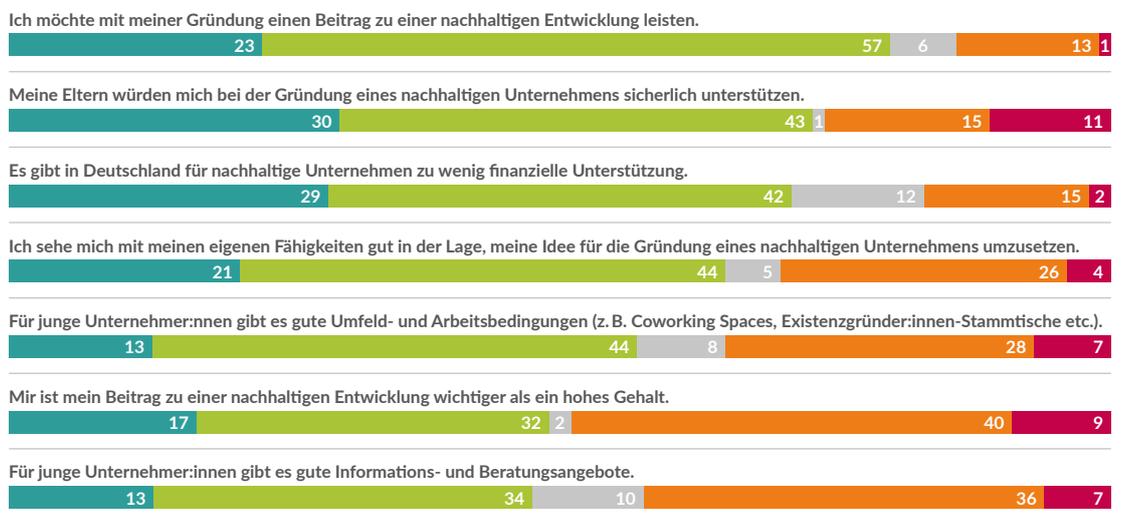
gegenüber. Obwohl junge Menschen mit höherer Bildung nachhaltiges Handeln (des Einzelnen, der Gesellschaft und der Wirtschaft) grundsätzlich als notwendiger erachten und dies auch stärker einfordern, sind sie hinsichtlich einer eigenen Gründungsbereitschaft offenbar risikoaverser.

Vielmehr sind es die jungen Menschen mit einfacher Bildungsposition, für die die Gründung eines eigenen Geschäftes oder einer eigenen Firma einen Traum darstellt, den sie an dieser Stelle mit der Idee der Nachhaltigkeit verbinden. Häufig fehlt ihnen allerdings das Selbstbewusstsein und die durchgängig als unzureichend charakterisierten finanziellen Unterstützungen (Abbildung 14) tun hier ein Übriges.

Hauptmotiv für das Gründen ist der eigene Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung

Diejenigen, die sich nachhaltiges Gründen generell vorstellen können, wurden in einer weiteren Frage gebeten, ihre Motive dafür zu nennen und die bestehenden Rahmenbedingungen zu bewerten. Als Hauptmotiv für das Gründen geben vier von fünf Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, damit einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten zu wollen. Die Bedeutung der gesellschaftlichen Entwicklung steht für diese jungen Menschen also im Vordergrund. Geteilt ist hingegen die Meinung dazu, welche Rolle der Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung im Vergleich zu einer hohen Gehaltserwartung spielt. Etwa jede:r Zweite stimmt der Aussage zu („voll und ganz“ oder „eher“), dass der eigene Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung wichtiger ist als ein hohes Gehalt, ähnlich viele sehen das aber auch entgegengesetzt.

ABBILDUNG 14: Einschätzungen der Rahmenbedingungen für nachhaltiges Gründen



Stimme zu ... ■ voll und ganz ■ eher ■ weiß ich nicht ■ eher nicht ■ überhaupt nicht

Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren, die sich vorstellen könnten ein nachhaltiges Unternehmen zu gründen (n = 358, Angaben in %) | F26: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu?

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Dass es in Deutschland gute Umfeld- und Arbeitsbedingungen für Gründer:innen gebe, sieht mit 57 Prozent zwar eine Mehrheit in dieser Gruppe, mehr als 70 Prozent sind allerdings auch der Meinung, dass es in Deutschland für nachhaltige Unternehmen zu wenig finanzielle Unterstützung gibt. Bezüglich der in Deutschland verfügbaren Informations- und Beratungsangebote sind die Meinungen geteilt – eine knappe Hälfte ist damit zufrieden, die andere knappe Hälfte hingegen nicht.

Methodik

„Methoden-Steckbrief“

- **Erhebung:** repräsentativ angelegte Onlinebefragung (CAWI) in Deutschland mittels standardisierten Fragebogens
- **Grundgesamtheit:** Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren in Privathaushalten in Deutschland
- **Auswahlgesamtheit:** Payback-Access-Panel; ein speziell für Onlineforschung konzipiertes Panel mit mehr als 130.000 aktiven Panelist:innen mit einer breiten Streuung hinsichtlich Region und sozialer Schicht. Quotierung der Stichprobe nach genauen Vorgaben zu Geschlecht, Alter, Bildung und Region
- **Realisierte Stichprobe:** n = 1.023
16- bis 30-Jährige, gewichtet nach Geschlecht, Alter, Bildungsstand (höchster allgemeinbildender Schulabschluss), Erwerbstätigkeit, Bundesland, Siedlungsstrukturtyp (nach BIK¹⁵)
- **Befragungszeitraum:** 5. bis 12. April 2022

Struktur der Stichprobe

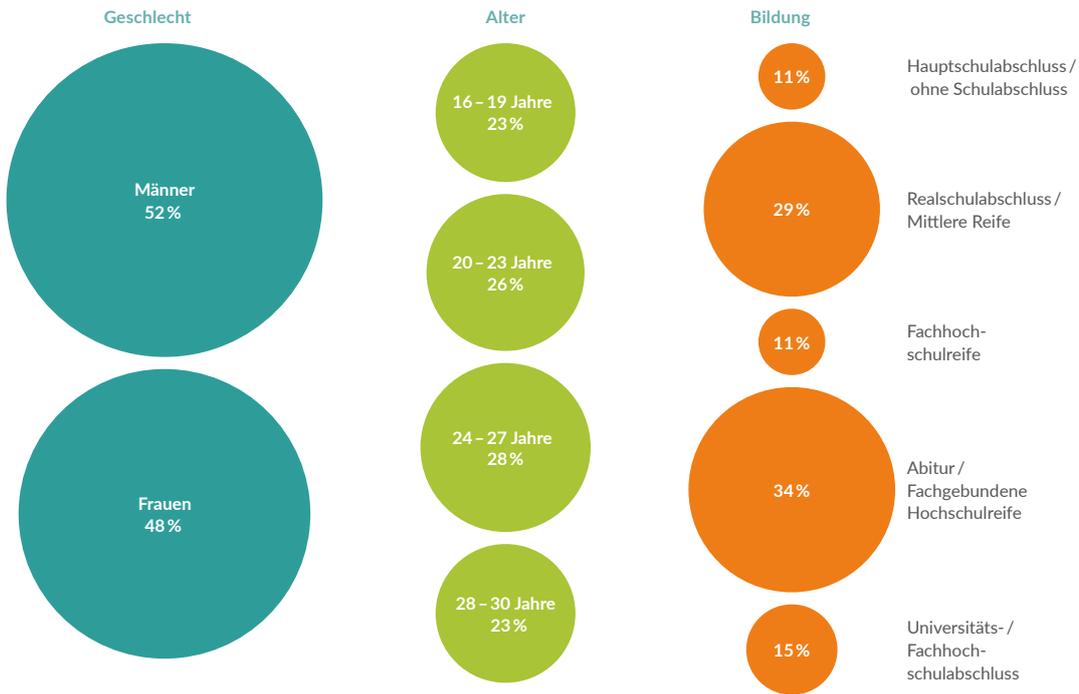
Zentral für die Teilhabechancen von Menschen in einer modernen Gesellschaft ist die Bildung. Zusammengenommen 60 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben eine hohe Bildungsposition, sie verfügen über eine Hochschulzugangsberechtigung oder streben diesen Abschluss an (sofern sie noch eine Schule besuchen). Knapp 30 Prozent haben oder streben die mittlere Reife an (mittlere Bildungsposition) und 11 Prozent verfügen über oder streben einen Hauptschulabschluss an oder sind ohne Schulabschluss (einfache Bildungsposition) (Abbildung 15).

Etwas mehr als ein Viertel der jungen Menschen im Alter von 16 bis 30 Jahren sind entweder noch Schüler:innen oder befinden sich in einer beruflichen Ausbildung. Ein weiteres Fünftel absolviert aktuell ein Studium an einer Universität, einer Fach-

hochschule, einer Berufsakademie oder Ähnlichem. 38 Prozent sind bereits erwerbstätig (in Vollzeit, Teilzeit oder geringfügig beschäftigt). Weitere 16 Prozent gehören zu den sonstigen Nichterwerbstätigen, sei es, weil sie aktuell arbeitslos, in Beurlaubungen (inkl. Mutterschutz oder Elternzeit) oder aus sonstigen Gründen nicht erwerbstätig sind (Abbildung 16).

¹⁵ Eine bundesweite räumliche Gliederungssystematik von Gemeinden, die zusätzlich zu deren Größe auch deren Zentralisationsgrad einschließt (BIK Aschpurwis + Behrens GmbH)

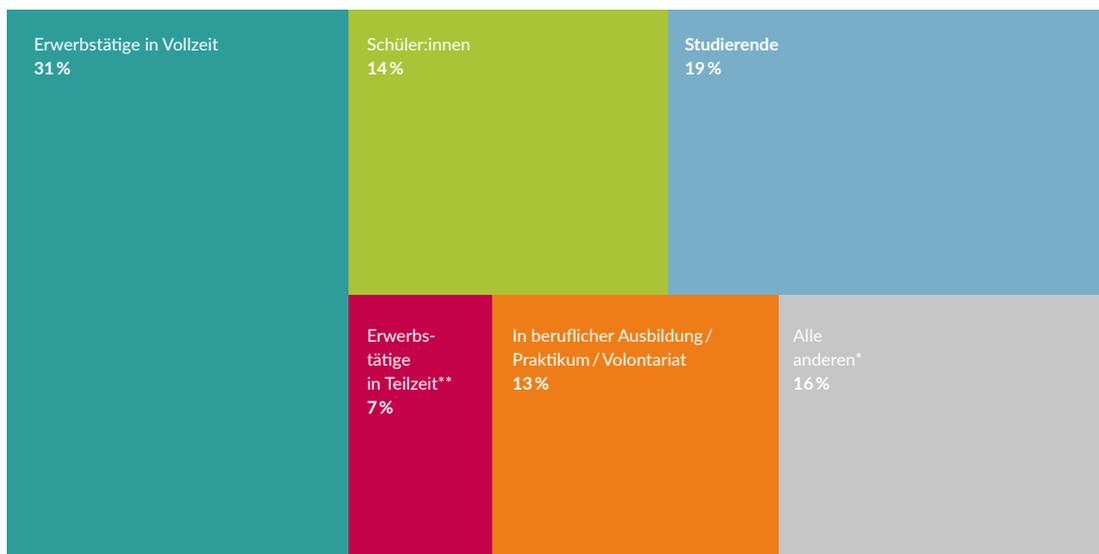
ABBILDUNG 15: Jugendliche und junge Erwachsene – Soziale Zusammensetzung



Bei der Bildungsverteilung wurden Personen, die sich gerade noch in schulischer Ausbildung befinden, entsprechend ihres angestrebten Schulabschlusses zugeordnet. Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

ABBILDUNG 16: Jugendliche und junge Erwachsene – Statuspassagen



* 8% arbeitslos / 4% zurzeit nicht erwerbstätig / 1%: Bundesfreiwilligendienst (BFD) / Freiwilliges Soziales Jahr (FSJ) / Freiwilliges Ökologisches Jahr (FÖJ) / 3% in Mutterschutz / Elternzeit oder sonstige Beurlaubung.

**Bei erwerbstätigen Personen in Teilzeit wurden auch Personen, die unter 15 Stunden erwerbstätig sind, dazugezählt. Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (n = 1.023, Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Ausgewählte Tabellen

TABELLE 1: Es gibt viele Möglichkeiten, wie man selbst im Alltag einen Beitrag für eine nachhaltige Lebensgestaltung leisten kann. Welche der folgenden Dinge treffen für Sie zu? (F17)

	Gesamt	Bildung hoch	Bildung mittel	Bildung einfach
Ich bemühe mich sehr, weniger Lebensmittel / Essen zu verschwenden.	76	79	72	66
Ich verhalte mich umweltfreundlich, indem ich im Alltag bewusst Wasser und Energie spare, Müll vermeide usw.	59	66	55	37
Im Alltag nutze ich größtenteils öffentliche Verkehrsmittel, das Fahrrad oder gehe zu Fuß.	48	54	39	37
Flugreisen im Inland kommen für mich nicht infrage.	44	48	39	33
Ich esse weniger oder gar kein Fleisch.	43	49	36	29
Ich kaufe Lebensmittel aus biologischem Anbau.	33	40	26	17
Ich kaufe häufiger Technik, Mode oder sonstige Dinge gebraucht.	31	29	36	33
Ich ernähre mich größtenteils mit Produkten aus der Region.	29	29	30	25
Ich kaufe meistens fair hergestellte und gehandelte Produkte.	27	28	26	21
Ich beziehe grünen Strom.	26	28	24	17
Ich boykottiere aus politischen oder ökologischen Gründen bestimmte Waren und Produkte.	25	29	21	12
Ich spende für eine Organisation, die sich für Umwelt- und Klimaschutz einsetzt.	9	11	6	4
Bei größeren Reisen zahle ich bei geeigneten Anbietern Geld als CO ₂ -Kompensation ein.	7	8	3	6
Ich beteilige mich an Diskussionen zum Thema Nachhaltigkeit in sozialen Netzwerken bzw. Onlineforen.	6	7	5	3
Ich beteilige mich aktiv an Maßnahmen zum Artenschutz in meiner Stadt.	4	4	4	3
Nichts davon.	4	3	5	5
Summe	471	512	427	348

Basis: n = 1.023 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

TABELLE 2: Welche der folgenden Möglichkeiten würden Sie nutzen bzw. nutzen Sie bereits, um sich mit anderen zum Thema Nachhaltigkeit auszutauschen? (F21)

	Gesamt	Bildung hoch	Bildung mittel	Bildung einfach
Über Social Media (wie z. B. Instagram, TikTok, Youtube, Facebook, Twitter, Snapchat usw.)	60	63	55	57
Internet-Blogs zum Thema Nachhaltigkeit	22	25	21	14
Über Apps oder Webseiten, wo Onlinegruppen organisiert werden, die persönliche und virtuelle Veranstaltungen für Personen mit ähnlichen Interessen anbieten (z. B. Meetup)	22	25	17	19
Über Apps zum Thema Nachhaltigkeit	17	16	20	16
Über Plattformen, in denen ich mich mit meinen Ideen aktiv einbringen kann	16	18	15	13
Stammtisch	12	12	13	9
Über Spiele zum Thema Nachhaltigkeit	11	10	12	14
Jugendtreff	10	11	8	13
Anderes	3	4	1	0
Nichts davon	19	16	22	24
Summe	192	200	184	179

Basis: n = 1.023 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (Mehrfachnennungen möglich; Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

TABELLE 3: Nachhaltige Unternehmen sind Unternehmen, die durch innovative Lösungen, ökologische Produkte oder ihr soziales Engagement einen entscheidenden Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten wollen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu? (F25)

	Gesamt	Bildung hoch	Bildung mittel	Bildung einfach
Ich bevorzuge ein sicheres Angestelltenverhältnis.	84	83	87	87
Ich glaube, dass wir für eine nachhaltige Entwicklung mehr innovative Unternehmen brauchen.	83	84	81	82
Menschen, die nachhaltige Unternehmen gründen, verdienen deutlich mehr Respekt und Anerkennung.	77	78	76	77
Es gibt in Deutschland für nachhaltige Unternehmen zu wenig finanzielle Unterstützung.	63	62	64	69
Ich habe zu große Angst zu scheitern, wenn ich ein eigenes nachhaltiges Unternehmen gründen würde.	62	62	61	69
Ich habe wegen meiner zukünftigen Familienplanung große Bedenken, mich selbstständig zu machen.	47	45	51	53
Ich habe viele innovative und nachhaltige Ideen, die ich gerne umsetzen würde.	35	35	39	31
Ich könnte mir gut vorstellen, ein eigenes nachhaltiges Unternehmen zu gründen.	34	32	37	42
In Deutschland ist es einfach, ein eigenes nachhaltiges Unternehmen zu gründen.	22	21	21	30
In der Schule wird man gut auf eine mögliche Gründung vorbereitet.	14	12	15	23

Basis: n = 1.023 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren (Anteile „wichtig“ und „sehr wichtig“; Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

TABELLE 4: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu? (F26)

	Gesamt	Bildung hoch	Bildung mittel	Bildung einfach
Ich möchte mit meiner Gründung einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten.	80	81	83	72
Meine Eltern würden mich bei der Gründung eines nachhaltigen Unternehmens sicherlich unterstützen.	73	74	71	70
Es gibt in Deutschland für nachhaltige Unternehmen zu wenig finanzielle Unterstützung.	70	66	74	78
Ich sehe mich mit meinen eigenen Fähigkeiten gut in der Lage, meine Idee für die Gründung eines nachhaltigen Unternehmens umzusetzen.	64	66	65	57
Für junge Unternehmer:innen gibt es gute Umfeld- und Arbeitsbedingungen (z. B. Coworking Spaces, Existenzgründer-Stammtische etc.).	57	54	61	60
Mir ist mein Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung wichtiger als ein hohes Gehalt.	49	50	47	46
Für junge Unternehmer:innen gibt es gute Informations- und Beratungsangebote.	47	45	44	60

Basis: n = 358 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 16 bis 30 Jahren, die sich vorstellen können, ein nachhaltiges Unternehmen zu gründen (Anteile „voll und ganz“ und „eher“; Angaben in %)

KANTAR PUBLIC | BertelsmannStiftung

Literatur

- Andresen, Sabine (2021). „Was viele Jugendliche abfuckt ... Wie sollte Politik für die Jugend aussehen?“ <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/jugend-und-protest-2021/340343/was-viele-jugendliche-abfuckt/> (Download 22.9.2022).
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2018). *Monitor Nachhaltige Kommune – Bericht 2018*. Gütersloh. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/monitor-nachhaltige-kommune-bericht-2018/> (Download 6.9.2022).
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2021). *Das Leben von jungen Menschen in der Corona-Pandemie*. Hrsg. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh. <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/das-leben-von-jungen-menschen-in-der-corona-pandemie-1> (Download 27.9.2022).
- Bundesjugendkuratorium (Hrsg.) (2021). „Zwischenruf des Bundesjugendkuratoriums“. https://bundesjugendkuratorium.de/data/pdf/press/bjk_2021_digitalpakt.pdf (Download 15.9.2022).
- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) (Hrsg.) (2020). *Dritter Engagementbericht. Zukunft Zivilgesellschaft: Junges Engagement im digitalen Zeitalter*. Berlin. <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/156652/164912b832c17bb6895a31d5b574ae1d/dritter-engagementbericht-bundestagsdrucksache-data.pdf> (Download 15.9.2022).
- Calmbach, Marc, Bodo Flaig, James Edwards, Heide Möller-Slawinski, Inga Borchard und Christoph Schleer (2020). *Sinus Jugendstudie 2020 – Wie ticken Jugendliche?* Band-Nr. 10531 der Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb). <https://www.sinus-institut.de/media-center/presse/sinus-jugendstudie-2020> (Download 27.9.2022).
- Deutscher Bundestag (1998). *Abschlußbericht der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltig zukunftsverträglichen Entwicklung“*. Drucksache 13/11200 vom 26. Juni 1998. <https://dserver.bundestag.de/btd/13/112/1311200.pdf> (Download 6.9.2022).
- DESTATIS (2022). *Jugend in Zahlen*. https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/07/PD22_N046_122.html (Download 22.09.2022).
- Ekardt, Felix (2016). *Theorie der Nachhaltigkeit. Ethische, rechtliche, politische und transformative Zugänge – am Beispiel von Klimawandel, Ressourcenknappheit und Welthandel*. 3. Auflage bzw. 2. Auflage der Neuausgabe. Baden-Baden.
- Hermanns, Klaus (2000). „Die Lokale Agenda 21. Herausforderung für die Kommunalpolitik“. Aus *Politik und Zeitgeschichte* (APuZ) B10-11/2000. 3–12. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/25696/die-lokale-agenda-21/> (Download 6.9.2022).
- Kress, Dietmar (2021). *Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2021 – Wir sind bereit und wollen endlich eine nachhaltige Zukunft!* Hrsg. Greenpeace e. V. Hamburg. https://www.greenpeace.de/publikationen/20210915_gp_nachhaltigkeitsbarometer_dv.pdf (Download 27.9.2022).
- Mehr Demokratie e. V., Philipps-Universität Marburg und Bergische Universität Wuppertal (Hrsg.) (o. J.). *Bürgerbegehrensbericht 2020*. https://www.mehr-demokratie.de/fileadmin/pdf/2020-09-28_Bu_rgerbegehrensbericht_Web.pdf (Download 6.9.2022).
- Pufé, Iris (2014). „Was ist Nachhaltigkeit? Dimensionen und Chancen“. Aus *Politik und Zeitgeschichte* (APuZ) 31–32/2014. 15–21. https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2014-31-32_online.pdf (Download 6.9.2022).
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2019). *18. Shell Jugendstudie 2019. Jugend 2019. Eine Generation meldet sich zu Wort*. Weinheim, Basel.
- Schnetzer, Simon, und Hurrelmann, Klaus (2022). „Jugend in Deutschland – Trendstudie: Sommer 2022“. <https://simon-schnetzer.com/jugend-in-deutschland-trendstudie-sommer-2022/> (Download 27.9.2022).
- Universität Hildesheim, und Institut für Sozial- und Organisationspädagogik (2022). „JuCo und KiCo. Befragungen von jungen Menschen und Eltern während der Corona Pandemie“. <https://www.uni-hildesheim.de/fb1/institute/institut-fuer-sozial-und-organisationspaedagogik/forschung/laufende-projekte/juco-und-kico/> (Download 27.9.2022).
- Universitätsklinikum Hamburg Eppendorf (2022). „Child Public Health 2022. COPSY-Langsschnittstudie“. <https://www.uke.de/kliniken-institute/kliniken/kinder-und-jugendpsychiatrie-psychotherapie-und-psychosomatik/forschung/arbeitsgruppen/child-public-health/forschung/copsy-studie.html> (Download 27.9.2022).

Autor:innen



Ulrich Schneekloth ist Diplom-Sozialwissenschaftler und Senior Director bei Kantar Public. Er leitet dort den Forschungsbereich „Familie, Bildung, Bürgergesellschaft“. Seit 2002 ist er insbesondere in Bereich der Jugendforschung tätig. Er ist einer der verantwortlichen Autoren der Shell Jugendstudie und Leiter des für die Studie zuständigen Expertenteams bei Kantar Public. Weitere Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind methodisch anspruchsvolle Bevölkerungserhebungen und Panelstudien, zudem ist er ausgewiesener Experte im Bereich der Sozialberichterstattung.



Anna Rysina hat ein abgeschlossenes Studium in Soziologie und Wirtschaftswissenschaften und ist Senior Consultant bei Kantar Public. Ihre Arbeitsschwerpunkte liegen in der Durchführung verschiedener Onlinebefragungen sowie von Studien im Mixed Mode Design. Zudem betreut sie anspruchsvolle Bevölkerungserhebungen, die die Befragung von Personen mit Migrations- oder Fluchthintergrund zum inhaltlichen Schwerpunkt innehaben.



Sabine Wolfert (M. A. Kommunikationswissenschaften) ist Senior Consultant im Bereich „Familie, Bildung, Bürgergesellschaft“ von Kantar Public. Sie betreut anspruchsvolle Bevölkerungserhebungen, inhaltliche Schwerpunkte sind die Familien-, Kinder- und Jugendforschung. Sie ist unter anderem Co-Autorin der 4. World Vision Kinderstudie 2018, der 4. und 5. MetallRente-Studie „Jugend, Vorsorge, Finanzen“ 2019 und 2022 sowie der 18. Shell Jugendstudie 2019.



Dr. Anja Langness ist Senior Projekt Managerin der Bertelsmann Stiftung im Bereich Bildung und Next Generation. Aktuell leitet sie gemeinsam mit Dr. Regina von Görtz das Projekt „Junge Menschen und Gesellschaft: nachhaltig.digital.engagiert“. Zuvor leiteten sie gemeinsam das Projekt „Kein Kind zurücklassen!“. Sie hat zu den Themen Gesundheit und Bildung von Kindern und Jugendlichen, kommunale Präventionsketten und Kinder- und Jugendhilfe gearbeitet und publiziert. Sie ist Gesundheits- und Erziehungswissenschaftlerin und hat 2006 an der Universität Bielefeld zum „Doctor of Public Health“ promoviert.



Dr. Regina von Görtz ist Senior Projekt Managerin der Bertelsmann Stiftung im Bereich Bildung und Next Generation. Aktuell leitet sie gemeinsam mit Dr. Anja Langness das Projekt „Junge Menschen und Gesellschaft: nachhaltig.digital.engagiert“. Zuvor leiteten sie gemeinsam das Projekt „Kein Kind zurücklassen!“. Sie hat zu den Themen Well-being und Bildung von Kindern und Jugendlichen, kommunale Präventionsketten und sozial(räumlich)e Ungleichheiten gearbeitet und publiziert. 2013 promovierte sie an der Universität für öffentliche Verwaltung Speyer zum Doktor der Staats- und Wirtschaftswissenschaften (Dr. rer. pol.).

Abbildungen und Tabellen

ABBILDUNG 1: Was junge Menschen mit Nachhaltigkeit verbinden	10
ABBILDUNG 2: Was junge Menschen mit Nachhaltigkeit verbinden – nach Bildung	11
ABBILDUNG 3: Stellenwert des eigenen nachhaltigen Verhaltens	12
ABBILDUNG 4: Nachhaltiges Verhalten – das eigene und das von Eltern und Freund:innen	13
ABBILDUNG 5: Nachhaltiges Verhalten – Vorbilder nach Stellenwert von Nachhaltigkeit	14
ABBILDUNG 6: Bereitschaft, sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit einzusetzen	16
ABBILDUNG 7: Bereitschaft, sich ehrenamtlich für mehr Nachhaltigkeit zu engagieren	17
ABBILDUNG 8: Eigene Beiträge für eine nachhaltige Lebensgestaltung	19
ABBILDUNG 9: Nachhaltige Lebensgestaltung – Mitmachoptionen	21
ABBILDUNG 10: Nachhaltige Lebensgestaltung – Mitmachoptionen nach Bildung	22
ABBILDUNG 11: Anforderungen an die berufliche Tätigkeit	24
ABBILDUNG 12: Einstellungen zum nachhaltigen Gründen	25
ABBILDUNG 13: Generelle Bereitschaft, ein nachhaltiges Unternehmen zu gründen	27
ABBILDUNG 14: Einschätzungen der Rahmenbedingungen für nachhaltiges Gründen	28
ABBILDUNG 15: Jugendliche und junge Erwachsene – Soziale Zusammensetzung	31
ABBILDUNG 16: Jugendliche und junge Erwachsene – Statuspassagen	31
TABELLE 1: Es gibt viele Möglichkeiten, wie man selbst im Alltag einen Beitrag für eine nachhaltige Lebensgestaltung leisten kann. Welche der folgenden Dinge treffen für Sie zu? (F17)	33
TABELLE 2: Welche der folgenden Möglichkeiten würden Sie nutzen bzw. nutzen Sie bereits, um sich mit anderen zum Thema Nachhaltigkeit auszutauschen? (F21)	34
TABELLE 3: Nachhaltige Unternehmen sind Unternehmen, die durch innovative Lösungen, ökologische Produkte oder ihr soziales Engagement einen entscheidenden Beitrag zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft leisten wollen. Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu? (F25)	34
TABELLE 4: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen hinsichtlich der Gründung nachhaltiger Unternehmen zu? (F26)	35

Impressum

© Bertelsmann Stiftung, Gütersloh
Oktober 2022

DOI 10.11586/2022133

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0
www.bertelsmann-stiftung.de

Verantwortlich
Dr. Regina von Görtz
Dr. Anja Langness

Autor:innen
Ulrich Schneekloth, Kantar Public
Anna Rysina, Kantar Public
Sabine Wolfert, Kantar Public
Dr. Anja Langness, Bertelsmann Stiftung
Dr. Regina von Görtz, Bertelsmann Stiftung

Lektorat
Rudolf Jan Gajdacz

Design
Dietlind Ehlers

Bildnachweis
© PantherMedia / Westend61
Premium / Joseffson (Titelbild),
Andreas Grzesiak (Anna Rysina, S. 37),
Kantar Public (Ulrich Schneekloth,
Sabine Wolfert, S. 37),
Kai Uwe Oesterhelweg
(Dr. Regina von Görtz, S. 37),
Jan Voth (Dr. Anja Langness, S. 37)

Adresse | Kontakt

Bertelsmann Stiftung
Carl-Bertelsmann-Straße 256
33311 Gütersloh
Telefon +49 5241 81-0

Dr. Regina von Görtz
Senior Project Manager
Bildung und Next Generation
Telefon +49 5241 81-81593
regina.von.goertz@bertelsmann-stiftung.de

Dr. Anja Langness
Senior Project Manager
Bildung und Next Generation
Telefon +49 5241 81-81169
anja.langness@bertelsmann-stiftung.de

www.bertelsmann-stiftung.de