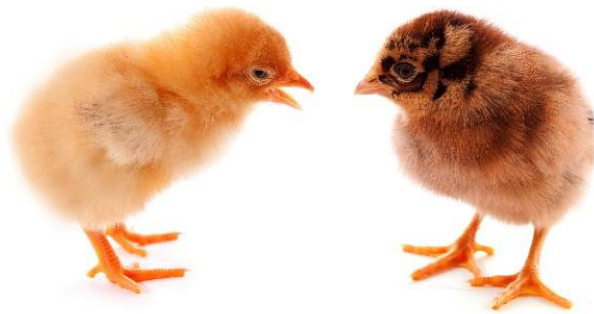


Maike Gossen, Gerd Scholl

Was junge Menschen bewegt

Umwelt- und stadtpolitische Themen der Zukunft

Diskussionspapier des IÖW 67/17



i | ö | w

INSTITUT FÜR
ÖKOLOGISCHE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

Maike Gossen, Gerd Scholl

Was junge Menschen bewegt

Umwelt- und stadtpolitische Themen der Zukunft

Veröffentlichung im Rahmen des Projekts „Zukunft? Jugend fragen!“ im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Diskussionspapier des IÖW 67/17
Berlin, Juni 2017

Impressum

Herausgeber:

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

Tel. +49 – 30 – 884 594-0

Fax +49 – 30 – 882 54 39

E-Mail: mailbox@ioew.de

www.ioew.de

Unter Mitarbeit von

Dr. Helmut Hagemann

Im Auftrag des Bundesministeriums
für Umwelt, Naturschutz, Bau und
Reaktorsicherheit (BMUB)
FKZ UM 16162160

Zusammenfassung

Am Wandel von Gesellschaft und Jugend wird deutlich, dass sich der Rahmen, in dem Politik gestaltet wird, immer wieder verändert. Jede neue Generation vertritt eigene Werte, Wahrnehmungen und Lebensstile und kombiniert dabei Traditionelles und Neues. Dabei bilden auch das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der heutigen Jugend und ihr Leben in der Stadt keine Ausnahme.

Dieses Diskussionspapier hat zum Ziel, Befunde und Erkenntnisse aus aktuellen Studien zur Lage der jungen Generation in Deutschland systematisch zusammenzufassen und mit Blick auf zukünftige Trends und Entwicklungen zu analysieren. Die Autor/innen formulieren davon ausgehend eine Reihe an offenen Fragen für die Umwelt- und Stadtpolitik: Bestätigen sich die Anzeichen für einen Trend, der die Bedeutung von Nachhaltigkeit unter jungen Menschen steigert? Wie kann ihr umweltfreundliches Verhalten gestärkt werden? Zeichnet sich das Verhältnis junger Menschen zur Politik vor allem durch Distanz aus oder steigt ihr Interesse an politischer Beteiligung und Engagement? Wie können auch arme, nicht bildungsaffine und überdurchschnittlich chancenlose junge Menschen aktiviert und für stadt- und umweltpolitische Themen begeistern werden? Wie können junge Menschen in Zeiten der Digitalisierung überhaupt erreicht werden?

Das Diskussionspapier wurde im Rahmen der Pilotstudie „Zukunft? Jugend fragen!“ im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) erstellt. Inhaltlich liegt der Schwerpunkt dieser Bestandsaufnahme auf den Themen Umwelt und Stadt – zentrale Politikfelder des BMUB, in denen die Zukunft unserer Gesellschaft mitgestaltet wird.

Die Autorinnen und Autoren

Maike Gossen, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Forschungsfeld „Unternehmensführung und Konsum“ am IÖW

Kontakt: Maike.Gossen@ioew.de

Tel. +49 – 30 – 884 594-42

Dr. Gerd Scholl, Leiter des Forschungsfelds „Unternehmensführung und Konsum“ am IÖW

Kontakt: Gerd.Scholl@ioew.de

Tel. +49 – 30 – 884 594-20

Unter Mitarbeit von **Dr. Helmut Hagemann**

Inhaltsverzeichnis

1	Über dieses Diskussionspapier	9
2	Wie junge Menschen leben, denken und fühlen.....	9
2.1	Die junge Generation heute – Annäherung an eine Definition	9
2.2	Gesellschaftliche, ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen.....	10
2.3	Werte im Wandel.....	11
2.4	Befindlichkeiten und Strategien.....	15
3	Umwelt und Stadt im Denken und Handeln von jungen Menschen	19
3.1	Wahrnehmung und Problemsicht	19
3.2	Wertorientierungen und Einstellungen	20
3.3	Handelnde und Handlungsfelder.....	22
3.3.1	Handlungsfeld Abfall	23
3.3.2	Handlungsfeld Energie.....	24
3.3.3	Handlungsfeld Mobilität.....	25
3.3.4	Handlungsfeld Ernährung	25
3.3.5	Handlungsfeld Mode und Kleidung	26
3.3.6	Handlungsfeld Secondhand, Teilen und Selbermachen	26
3.3.7	Handlungsfeld Verzicht und Sanktionen	27
3.3.8	Handlungsfeld Engagement für Umwelt- und Naturschutz	28
3.3.9	Handlungsfeld Leben in der Stadt.....	29
4	Schlussfolgerungen für die Umwelt- und Stadtpolitik	30
5	Literaturverzeichnis.....	32

1 Über dieses Diskussionspapier

Dieses Diskussionspapier wurde im Rahmen der Pilotstudie „Zukunft? Jugend fragen!“ im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) erstellt. Es hat zum Ziel, Befunde und Erkenntnisse aus aktuellen Studien zur Lage der jungen Generation in Deutschland systematisch zusammenzufassen und mit Blick auf zukünftige Trends und Entwicklungen zu analysieren. Inhaltlich liegt der Schwerpunkt dieser Bestandsaufnahme auf den Themen Umwelt und Stadt – zentrale Politikfelder des BMUB, in denen die Zukunft unserer Gesellschaft mitgestaltet wird.

Zunächst wird die umfangreiche aktuelle Literatur in Hinblick auf die für die Pilotstudie relevanten Erkenntnisse – allgemeine Werte, Wahrnehmungen und Verhalten junger Menschen – ausgewertet (Kapitel 2). Anschließend wird das Wissen über ihre nachhaltigkeitsbezogenen und stadtsspezifischen Besonderheiten und Interessenslagen in verschiedenen Handlungsfeldern herausgearbeitet (Kapitel 3), gefolgt von einer Zusammenstellung erster Forschungsfragen (Kapitel 4).

2 Wie junge Menschen leben, denken und fühlen

2.1 Die junge Generation heute – Annäherung an eine Definition

Nicht mehr Kind und noch nicht erwachsen – so könnte die Jugendphase beschrieben werden. „Jugend“ umfasst, je nach – biologischer, pädagogischer, juristischer etc. – Betrachtungsweise, die Adoleszenz (Zeitraum von der späten Kindheit über die Pubertät bis hin zum vollen Erwachsenenalter) oder auch Postadoleszenz (Lebensphase zwischen Jugend und jungem Erwachsenenalter) und wird oft als Sammelbegriff für Jugendliche und junge Erwachsene benutzt. Jugend soll im Folgenden so definiert werden, dass sie die Alterspanne von 14 bis 22 Jahre umfasst. In der Altersgruppe von 14 bis 22 Jahren leben in Deutschland ungefähr sieben Millionen junge Menschen (Destatis 2016); sie repräsentieren damit etwas weniger als ein Zehntel der Gesellschaft. Sie leben weit überwiegend in Städten und unterscheiden sich deutlich nach Familieneinkommen, Milieus, Szenen, Bildung und Geschlecht.

Um junge Menschen zu charakterisieren, werden sie oft einer **bestimmten Generation** zugeordnet – also einer Bündelung von mehreren Geburtsjahrgängen, die mit anderen Generationen durch Abstammung verbunden sind und im selben Abstand zu einander stehen. Solche Zusammenfassungen erfolgen auf der Basis prägender gemeinsamer Merkmale, aus denen bestimmte Generationenbezeichnungen abgeleitet werden – Beispiele sind die „Protestgeneration“, „Null-Bock-Generation“ und „Generation Y“. Diesen verschiedenen, voneinander abgegrenzten Generationen ist gemeinsam, dass sie sich im Zeitablauf mit dem sozialen Wandel verändern. Sie wachsen mit den ihnen eigenen Prägungen und Merkmalen heran und nehmen diese als Erwachsene mit in ihr weiteres Leben.

Da es die eine, homogene Jugend in der **hochdifferenzierten Gesellschaft** der Gegenwart nicht geben kann, ist es unausweichlich, für die nähere Betrachtung spezielle Typen zu bilden, sei es, um die soziale Herkunftssituation zu unterscheiden, ihre alltäglichen Lebenswelten zu beschreiben oder ihre verschiedenen Verhaltensbereitschaften einzuschätzen. Die Shell Jugendstudie 2015 geht dementsprechend von fünf sozialen Schichten aus (Shell 2015: 14), die SINUS-Jugendstudie 2016 beschreibt sieben Lebenswelt-Typen (Calmbach et al. 2016: 33).

Seit einigen Jahren zeichnet die Jugendforschung das Bild einer Generation, die durch ausgeprägten Pragmatismus gekennzeichnet ist. Dies beinhaltet die Anpassung an die Leistungsnormen der Erwachsenenwelt, die Besinnung auf Familie und traditionelle Werte und eine gewisse Selbstbezogenheit, die etwa Familie und Beruf vereinbaren will. Aktuell kann ein Nebeneinander von pragmatischen und experimentierfreudigen Werten festgestellt werden. So ist neben Optimismus auch Idealismus anzutreffen. Die junge Generation interessiert sich wieder mehr für gesellschaftspolitische Themen und Mitgestaltung, für Umwelt und für das Leben in der Stadt (BMVBS 2013: 3) und wird wegen der erkennbaren Veränderungstendenzen in Richtung Selbstbewusstsein, Experimentierfreudigkeit und Engagementbereitschaft auch als „**Generation im Aufbruch**“ bezeichnet (Shell 2015: 375f).

2.2 Gesellschaftliche, ökonomische und kulturelle Rahmenbedingungen

Jede Generation ist geprägt von den **Rahmenbedingungen**, unter denen sie aufwächst – von spezifischen ökonomischen, sozialen, kulturellen, politischen und historischen Ereignissen und Entwicklungen in Deutschland aber auch weltweit. Ihre Lebenswirklichkeit beeinflusst ihre Einstellungen, Grundorientierungen und Deutungsmuster und ihr Verhalten. Zudem spielen die Lebensphasen eine Rolle, da in jedem Alter unterschiedliche soziale, biologische oder psychologische Gegebenheiten auf die Menschen einwirken. Schließlich sind Trend-Effekte zu beobachten, die spezifische Zeitumstände abbilden und auf alle Altersgruppen einwirken, wenn auch in unterschiedlicher Weise (Schipperges et al. 2016). Auch die aktuell junge Generation steht dementsprechend unter dem Einfluss derartiger Faktoren, die auf ihre Werte, Weltbilder und Verhaltensmuster einwirken.

Die meisten jungen Menschen sind in **Wohlstand** und relativ stabilen sozialen Verhältnissen aufgewachsen, ihre Aussichten am Arbeitsmarkt sind, auch demographisch bedingt, gut. Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass die junge Generation ein positives Verhältnis zu Gesellschaft und Gemeinwesen zeigt und optimistisch in die eigene Zukunft blickt. Auffällig ist jedoch, dass „beinahe die Hälfte der jungen Menschen aus der unteren Schicht (47 Prozent) die persönliche wie auch die gesellschaftliche Zukunft pessimistisch sieht, während es in der oberen Schicht nur 16 Prozent sind (Shell 2015: 106). Das Erleben der eigenen Familie ist überwiegend zufriedenstellend, die Werte Familie und Sicherheit sind hoch angesehen. Ähnliches gilt für Demokratie und Rechtsordnung, die weitestgehend anerkannt und respektiert werden (vergleiche Shell 2015, Calmbach et al. 2016).

Vor dem Hintergrund positiver Grundeinstellungen gegenüber den gesellschaftlichen Verhältnissen sind zahlreiche junge Menschen bereit, sich für das Gemeinwohl zu engagieren. Die Umsetzung fällt aufgrund des wahrgenommenen **Drucks aus dem Bildungswesen** und damit zusammenhängendem Zeitmangel jedoch schwer (Shell 2015: 25). Generell werden die knappen Mittel für Bildung und Ausbildung als beeinträchtigend für ihre individuellen Lebenschancen gesehen (ebenda: 37). Der bei vielen relativ lange Bildungsweg verzögert die eigene wirtschaftliche Selbständigkeit,

was einerseits die Bindung an die Familie stärkt und andererseits eine eigene Familienplanung weiter in die Zukunft hinausschiebt. Manche junge Menschen haben in Erinnerung, dass der **Arbeitsmarkt** schon einmal kritischer war, andere kennen Armut aus eigener Anschauung, sodass insbesondere bei den finanziell schlechter gestellten jungen Menschen die Erwartungen an die Berufswelt von Sorgen begleitet werden. Aber nicht nur diese jungen Menschen stehen unter Druck. Die im Zuge der Globalisierung gestiegenen Leistungserwartungen haben überall ihre Spuren hinterlassen: Leistungsnormen und Anpassungsbereitschaft rangieren in allen Teilen der Gesellschaft hoch, unter dem weit verbreiteten Gebot der Kurzfristigkeit werden Flexibilität und Pflichtbewusstsein immer wichtiger, wobei sich zugleich eine aus Unsicherheit geborene, ausgeprägte Selbstbezogenheit äußert (Shell 2015: 35). Angesichts der Summe dieser kritischen Faktoren wird von einem „Aufwachsen im wirtschaftlichen Krisenmodus“ gesprochen (Michelsen et al. 2015: 40).

Die Jugend kann die **Unsicherheiten in der Welt** und den Wandel der Alltagswirklichkeiten nicht ignorieren: Kriege und Krisen im Nahen und Mittleren Osten, die Katastrophe von Fukushima, Terror in Europa, die Krise der EU, die Krimkrise, Rechtspopulismus und Migrationen beeinflussen die Wahrnehmung der Weltordnung. Als Reflex auf diese Gefahren zeigt sich ein starkes Bedürfnis nach Sicherheit, dessen Erfüllung vor allem in der eigenen Familie und überhaupt in stabilen Verhältnissen gesucht wird (Calmbach et al. 2012: 6f).

Für junge Menschen ist die Benutzung **digitaler Medien** in ihrem unmittelbaren, alltäglichen Umfeld Normalität geworden. Sie sind fortwährend „online“ und nutzen diese Kanäle zur Kommunikation und Vernetzung (Zukunftsinstitut 2015: 57). Damit stehen sie permanent unter dem ambivalenten Einfluss der neuen Techniken und ihrer sozialen und kommerziellen Nutzungsmuster. Die digitale Durchdringung des Alltags verändert die Sozialisationsbedingungen von jungen Menschen und wirkt sich auf die Persönlichkeitsentwicklung und die Herausbildung von Identitäten aus – mit dem jederzeit möglichen Onlinezugang gehen sowohl ein immenses Repertoire an neuen Möglichkeiten zur Lebensgestaltung als auch neue Anforderungen einher (Shell 2015: 43). Junge Menschen arbeiten viel an ihrer Außenpräsentation und stellen sich in sozialen Netzwerken selbst dar.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass sich charakteristische Merkmale der heutigen Jugend auf den Einfluss aktueller gesellschaftlicher Rahmenbedingungen zurückführen lassen.

2.3 Werte im Wandel

Die **Werte einer Gesellschaft** bilden Maßstäbe für das Handeln und leiten die Entscheidungen ihrer Angehörigen. Sie können sich je nach Schicht, Milieu und Generation und auch innerhalb dieser Kategorien unterscheiden: Nicht allen ist alles gleich wichtig im Leben, und nicht jeder Wert wird von allen gleichermaßen geteilt und gelebt (Calmbach et al. 2016: 460).¹ In den Industriegesellschaften hat sich ein Wertewandel vollzogen, an dem die jungen Generationen wesentlich beteiligt waren. Junge Menschen begreifen alte und neue Werte nicht als konträr, sondern kombinieren diese und erzeugen dabei eine produktive Wechselwirkung (auch als Wertesynthese bezeichnet; vergleiche Klages 2001).

¹ Das Zukunftsinstitut betont: „Jugend lässt sich nicht mehr auf einen gemeinsamen Nenner bringen. Die Liquid Youth ist vor allem durch ihre Heterogenität gekennzeichnet“ (Zukunftsinstitut 2015: 51).

Die **Koexistenz** unterschiedlicher, teilweise nicht leicht vereinbarer Wertorientierungen ist auffällig. Deshalb ist die heutige Jugend auch nicht als „traditionell“ zu bezeichnen, da die „alten“ Werte nicht für sich stehen, sondern von einem individualistischen Leistungsethos und hedonistischen ich-bezogenen Entfaltungswerten flankiert werden (Calmbach et al. 2012: 6). Nicht nur umfasst das Wertespektrum junger Menschen sowohl postmaterielle als auch materielle Werte (Calmbach et al. 2016: 460), nach Beobachtungen der Shell Jugendstudie 2015 wollen sich immer mehr junge Menschen „nicht zwischen Idealismus und Materialismus entscheiden“ (Shell 2015: 31).²

Freundschaften, Partnerschaft und Familie sind für fast alle jungen Menschen in Deutschland nach wie vor die wichtigsten, im Zeitvergleich relativ stabilen Werte. Sie belegen die ersten drei Plätze in einer Liste von 24 Werten (Shell 2015: 239ff.).³ 89 Prozent finden es besonders wichtig, gute Freunde zu haben, 85 Prozent, einen Partner zu haben, dem sie vertrauen können, und 72 Prozent, ein gutes Familienleben zu führen (ebenda: 238f.). Dies bekräftigt die Befunde vorausgegangener Shell-Studien und deckt sich auch mit den Erkenntnissen anderer Untersuchungen. So erkennt auch die SINUS-Jugendstudie 2016 für eine breite Mehrheit der jungen Menschen diese Orientierungen als gesellschaftlich verbindlichen Kanon von Werten wie Gemeinschaft, Familie und emotionale Sicherheit, in denen der Wunsch nach Halt und Orientierung zum Ausdruck kommt (Calmbach et al. 2016: 460). Die Eltern werden als verlässliche Kooperationspartner zur Lösung von Problemen wahrgenommen (Michelsen et al. 2015: 42). Den erstrangigen Stellenwert von Familie und Gemeinschaft für ein „gutes Leben“ stützt auch die Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen: Für 71 Prozent der 14- bis 25-Jährigen ist es besonders wichtig, in einer Familie beziehungsweise Gemeinschaft geborgen zu sein (Gossen et al. 2015: 32).⁴ Enge persönliche Beziehungen sind Leitwerte, die für die jungen Menschen den wichtigsten Anker eines erfüllten Lebens darstellen (Shell 2015: 238). Dementsprechend halten auch 63 Prozent eine eigene Familie für das Lebensglück für erforderlich, während aber nur 41 Prozent angeben, dass sie eigene Kinder für ihr Lebensglück brauchen (Shell 2015: 15).

Lebensentwürfe, die aus der eigenen Familie bekannt sind, bieten eine Vorlage für die Entwicklung eigener Vorstellungen; dabei wirkt das Familienleben wie eine „Wertekeimzelle der Gesellschaft“ (Shell 2015: 242). Junge Menschen erscheinen wie „Mini-Erwachsene“ und besinnen sich auf traditionelle Werte (Calmbach et al. 2012: 6). Ihnen ist der **Respekt vor Gesetz** und Ordnung wichtig. Ähnlich hoch rangieren insbesondere das Streben nach Sicherheit, aber auch Fleiß, Ehrgeiz und die Wertschätzung von Tugenden. Die meisten jungen Menschen vertreten dementsprechend Pflicht- und Akzeptanzwerte (z. B. Fleiß, Leistung, Pflichterfüllung, Bescheidenheit, Anpassungsbereitschaft) (ebenda: 460). Dabei beobachtet die Shell Jugendstudie 2015, dass es seit den 1990er Jahren „in der Jugend um die Anpassung an die immer wichtiger gewordenen Leistungsnormen“ ging, jedoch zwischen 2010 und 2015 diese Entwicklung zu einem gewissen Halt kam, abgesehen von dem gewachsenen Respekt vor Gesetz und Ordnung.

Doch einer Gemeinschaft anzugehören und mit ihren Normen zu harmonieren, ist nur die eine Seite der Medaille – auf der anderen Seite wollen sie sich auch als Personen mit **eigener Identität**

² Auch das Zukunftsinstitut sieht einen Trend hin zu einem Sowohl-als-auch-Modus: „(...) sowohl kollaborativer als auch individueller als frühere Gesellschaftsformen (...)“ (Zukunftsinstitut 2015: 42).

³ Aus dieser Liste ergeben sich fünf zentrale Wertemuster: „Beziehungen und Tugenden“, „Gefühle und bewusstes Leben“, „Tradition und Konformität“, „Macht und Materialismus“ und „Engagement und Toleranz“ (Shell 2015: 244).

⁴ Auch Celepedia 2016 betont die zentrale Stellung von Familie (vergleiche Room49 GmbH/Celepedia 2016).

erfahren. Dementsprechend finden auf die eigene Person bezogene Werte unter ihnen sehr viel Zustimmung: sie wollen eigenverantwortlich leben, viele Kontakte haben und unabhängig sein (Shell 2015: 238f.). Selbstentfaltung steht nicht im Gegensatz zur Gemeinschaft, sondern stellt sich als eine Aufgabe dar, die die jungen Menschen auf dem Weg zum Erwachsensein bewältigen müssen. Aspekte wie Ich-Orientierung, Selbstverwirklichung, Kreativität, Veränderung, Spaß, Spannung, Performing und Flexibilität finden deshalb eine große Wertschätzung (Calmbach et al. 2016: 460).⁵ 80 Prozent wollen „das Leben in vollen Zügen genießen“, 79 Prozent ihre „Phantasie und Kreativität entwickeln“ (Shell 2015: 238f.). Für viele spielt der städtische Raum eine wichtige Rolle als „Ort der Selbstentfaltung und Emanzipation“ (BMVBS 2010: 18).

Ein Hauptziel der persönlichen Entwicklung ist das Berufsleben. Junge Menschen wünschen sich die **Vereinbarkeit von Arbeit, Freizeit und Familie**. Der Beruf soll sicher sein und ein auskömmliches Leben ermöglichen, aber auch als eine selbstbestimmte, sinnvolle und gesellschaftlich nützliche Tätigkeit erlebbar sein (Shell 2015: 13). Bei den Erwartungen an die Berufstätigkeit dominiert das Bedürfnis nach Sicherheit; 95 Prozent der jungen Menschen halten einen sicheren Arbeitsplatz für (sehr) wichtig (Shell 2015: 16), den sie eher in der Stadt als auf dem Lande zu finden erwarten (DJI 2016). Ein hohes Einkommen und gute Aufstiegsmöglichkeiten stehen zwar im Vordergrund, doch soll neben dem Beruf noch genügend Freizeit bleiben. Zugleich soll dieser Erfüllung bringen: man will etwas leisten können und wünscht die Möglichkeit, etwas Sinnvolles zu tun. Die Karriereorientierung ist zweitrangig, aber für 91 Prozent dürfen Familie und Kinder nicht zu kurz kommen (Shell 2015: 16). Es geht nicht unbedingt darum, reich zu werden, sondern „um eine ausgewogene Mischung von Leistungs- und Genusswerten“ (Michelsen et al. 2015: 41).

Neben den dargestellten Leitwerten gibt es auch Wertorientierungen, bei denen sich in den vergangenen Jahren deutliche Veränderungen zeigten: Demnach ist laut Shell Jugendstudie **Umweltbewusstsein** („Sich unter allen Umständen umweltbewusst verhalten“) inzwischen für 66 Prozent der jungen Menschen wichtig (für 39 Prozent sogar besonders wichtig; 2010 sagten dies erst 59 beziehungsweise 32 Prozent). Junge Menschen, so bestätigt auch das SINUS-Institut 2016, „halten das Thema Umweltschutz für außerordentlich wichtig“, und zwar vor allem, wenn es um die Gefährdung der eigenen Lebensqualität geht (Calmbach et al. 2016: 269). Laut Nachhaltigkeitsbarometer 2015 ist Klimawandel in der Jugend heute das „Umweltthema Nummer 1“ und die breite Zustimmung zu nachhaltiger Entwicklung hat gegenüber 2012 stark zugenommen (Michelsen et al. 2015: 179). Die ökologischen Ansprüche werden dabei in der jungen Generation oft nicht besonders hoch angesetzt, so wird Umweltschutz für viele vorrangig mit der Erhaltung einer sauberen, das heißt aufgeräumten Umwelt assoziiert: Dass man seinen Müll nicht auf die Straße wirft, wird bereits als aktiver Umweltschutz gewertet (Calmbach et al. 2016: 272). Die Shell Jugendstudie stellt einen Bezug des Umweltbewusstseins zum persönlichen Nahbereich her; demnach hängt der Bedeutungsanstieg eng mit dem gestiegenen Gesundheitsbewusstsein zusammen: „Im Wertemuster ‚Gefühle und bewusstes Leben‘ stehen das Bewusstsein zur Umwelt und zur Gesundheit in enger Beziehung zum Wert der Gefühle.“ (Shell 2015: 242). Das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 sieht in den Werten und Grundideen der jungen Menschen eine Abbildung gängiger Nachhaltigkeitsprobleme, getrieben von dem Wunsch nach einem geordneten Leben und einer Minimierung von Unsicherheiten (Michelsen et al. 2015: 44).

⁵ Die Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen bestätigt dies: gleich nach Gemeinschaft und Wohlstand finden Selbstentfaltung und Selbstbestimmung bei jungen Menschen große Zustimmung (Gossen et al. 2015: 32).

Eine Trendwende ist in der Wertschätzung **politischen Engagements** zu erkennen. Dieses ist laut Shell Jugendstudie 2015 für 32 Prozent wichtig beziehungsweise für 13 Prozent besonders wichtig (2010 nur 23 Prozent beziehungsweise 8 Prozent; Shell 2015: 242f.). Hier handelt es sich zwar um eine Minderheit, die die gesellschaftlichen Umstände ändern will, statt sich wie die Mehrheit der pragmatischen Generation an die Verhältnisse anzupassen. Aber immerhin sind es wieder so viele wie in der zweiten Hälfte der 1980er Jahre, als die Jugend sich politisch überdurchschnittlich engagierte (ebenda: 29).

Zu weiteren Werten, die unter jungen Menschen hohe Zustimmung finden, zählt auch „Gesundheitsbewusst leben“. Dies ist laut Shell Jugendstudie 2015 für die meisten jungen Menschen – obwohl sie noch wenig Erfahrungen mit Gesundheitsproblemen gemacht haben – wichtig (für 80 Prozent wichtig und für 57 Prozent besonders wichtig) und findet eine leicht stärkere Zustimmung als früher. Und auch die Orientierung „Sich auch nach Gefühlen richten“ findet etwas mehr Zustimmung (wichtig für 79 Prozent, besonders wichtig für 51 Prozent; ebenda: 239ff.). Den Wert „Einen hohen Lebensstandard haben“ befürworten 69 Prozent, „Sozial Benachteiligten und Randgruppen helfen“ befürworten 60 Prozent, „Eigene Bedürfnisse gegenüber anderen durchsetzen“ vertreten 57 Prozent, „andere Meinungen zu tolerieren“, befürworten 56 Prozent und 33 Prozent befürworten den Wert „Macht und Einfluss haben“ (ebenda: 243).

Die Ziele und Wertvorstellungen der jungen Menschen unterscheiden sich deutlich nach ihrem gesellschaftlichen Status beziehungsweise ihrer Schichtzugehörigkeit. Das SINUS-Institut (Calmbach 2012) unterscheidet hier nach sieben jugendliche **Lebensweltypen**:

- Die **Prekären** (5 Prozent der Stichprobe) möchten die eigene Situation verbessern und wünschen Zugehörigkeit und Anerkennung zur Gesellschaft (Calmbach et al. 2016: 14f).
- Die **Materialistischen Hedonisten** (13 Prozent) sind konsum- und markenorientiert und möchten ausgiebig shoppen, Party machen, einkaufen und Urlaub haben und schätzen die Geborgenheit der Familie (ebenda: 17f).
- Die **Experimentalistischen Hedonisten** (15 Prozent) wollen ungehinderte Selbstentfaltung und dabei das Leben in vollen Zügen genießen, wofür sie auch Grenzen überschreiten und Regeln brechen (ebenda: 21f).
- Die **Expeditiven** (22 Prozent) wünschen Selbstverwirklichung, Selbständigkeit und ein Ausleben ihrer hedonistischen Haltung und möchten im Konsum ein ausgeprägtes Marken- und Trendbewusstsein verwirklichen; zugleich ist ihnen Bildung wichtig (ebenda: 29f).
- Die **Adaptiv-Pragmatischen** (21 Prozent) streben nach einem Platz in der Mitte der Gesellschaft, in Wohlstand, mit ausgeprägtem Konsuminteresse, jedoch ohne übertriebenen Luxus (ebenda: 10f).
- Die **Sozialökologischen** (9 Prozent) wünschen sich die Verwirklichung von Demokratie, Gerechtigkeit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit im Gemeinwesen und halten Distanz zu materialistischen Werten, wollen aber ihr Wissen und ihren Horizont erweitern (ebenda: 25f).
- Die **Konservativ-Bürgerlichen** (15 Prozent) wollen die überlieferte gesellschaftliche Ordnung erhalten und streben wenig nach Lifestyle-Inszenierung und Konsum (ebenda: 7f.).

Zusammenfassend zeigt es sich, dass bei jungen Menschen heute viele auf den ersten Blick schwer vereinbare Werte zugleich auf Akzeptanz stoßen. Die Jugend ist durch ausgeprägte Heterogenität und Diversität gekennzeichnet und es sind weitere Ausdifferenzierungen zu erwarten.

2.4 Befindlichkeiten und Strategien

Ein zuversichtlicher Blick in die eigene und die gesellschaftliche Zukunft prägt zwar die Grundstimmung der meisten jungen Menschen, aber viele teilen diese Sichtweise auch nicht. Während vor allem junge Menschen in bildungsfernen Milieus pessimistisch in die Zukunft blicken, fallen die **Zukunftsvorstellungen** insbesondere in den bildungsnäheren Lebenswelten deutlich optimistischer aus (Calmbach et al. 2016: 462f.).

Die Shell Jugendstudie 2015 erkennt gegenüber den vorausgegangenen Untersuchungen einen Anstieg der **Zuversicht** beim Blick in die persönliche Zukunft auf 61 Prozent (untere Schicht nur 33 Prozent, obere Schicht 74 Prozent), während 36 Prozent gemischt („mal so, mal so“) in die eigene Zukunft schauen (Shell 2015: 14, 100). Zudem beobachtet die Studie eine gestiegene Zuversicht auch in Bezug auf die gesellschaftliche Zukunft bei 52 Prozent der jungen Menschen (ebenda: 100ff.). Nach einem Tiefpunkt im Jahr 2006 (44 Prozent) setzt sich damit die Trendwende aus 2010 (46 Prozent) fort, sodass im Jahr 2015 mit 52 Prozent erstmals seit den 1990er Jahren eine leichte Mehrheit der jungen Menschen zuversichtlich auf die Zukunft der Gesellschaft blickt (ebenda: 14). Der Anteil der sowohl im persönlichen als auch im gesellschaftlichen Bereich pessimistisch Eingestellten beträgt nur noch 24 Prozent (nach 35 Prozent 2006; ebenda: 106).

Mit dem mehrheitlich vertretenen Optimismus widersteht die Jugend einem Szenario, das ihr durchaus Angst und **Sorgen** bereitet, sei es in Bezug auf die internationale Politik, sei es angesichts von Verunsicherungen durch prekäre Beschäftigungsverhältnisse, Armutsrisiken und unsichere Lebens- und Familienplanung oder angesichts bedrohlicher Umweltverhältnisse (Calmbach et al. 2016: 462; Gossen et al. 2015: 11f.).⁶ So fürchten 73 Prozent laut Shell Jugendstudie 2015 mögliche Terroranschläge, 62 Prozent einen möglichen Krieg in Europa, 60 Prozent fürchten sich vor den Folgen der Umweltverschmutzung, 55 Prozent vor dem Klimawandel, 51 Prozent vor einer schlechten Wirtschaftslage und 48 Prozent vor Arbeitslosigkeit (Shell 2015: 97).

Die größten Ängste der heutigen Jugend hängen demnach mit der internationalen beziehungsweise **globalen Sphäre** zusammen, während der Sorgendruck aus unmittelbaren wirtschaftlichen Risiken zwar abgenommen hat, aber dennoch hoch bleibt (Calmbach et al. 2016: 462f.). Der Nahbereich begründet – zumindest bei den bessergestellten – jungen Menschen inzwischen weniger Pessimismus. Im **Nahbereich** finden viele junge Menschen ermutigende Aussichten auf gute Lebensbedingungen. 73 Prozent rechnen damit, dass sie ihre beruflichen Wünsche erfüllen können (in der unteren Schicht 46 Prozent, in der oberen Schicht 81 Prozent; Shell 2015: 76). Sie leben mehrheitlich in einer Welt voller Chancen, fühlen sich aufgehoben in Familien, deren Erziehungsstil

⁶ Vergleiche Gossen et al. (2015: 12): Entsprechend beunruhigt sind sie, wenn sie daran denken, in welchen Umweltverhältnissen ihre Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen: 76 Prozent der 14- bis 25-Jährigen stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu. Bezüglich der zukünftigen Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen zeigen sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen eher pessimistisch. Junge Menschen zeigen eine ähnliche Wachstumsskepsis wie der Bevölkerungsdurchschnitt, können sich aber weniger gut vorstellen, wie Wohlstand ohne Wachstum erreicht werden kann. Shell (2015: 99), erkennt umweltbezogene Sorgen vor allem bei oberen Schichten, Studierenden und Gymnasiasten und weiblichen jungen Menschen.

sie zustimmen, setzen großes Vertrauen in die Institutionen und finden insbesondere in den urbanen Räumen gesteigerte Möglichkeiten für Selbstentfaltung und Vernetzung (Shell 2015: 15, 176; Zukunftsinstitut 2015) – auch im Unterschied zum Landleben mit seiner eingeschränkten Mobilität und schlechter digitaler Erreichbarkeit (DJI 2016).

In den **Wünschen und Erwartungen** der jungen Menschen spiegeln sich ihre Wertorientierungen und ihre Vorstellungen davon, wie ein gutes Leben erfüllt und abgesichert werden kann. Um ihre Wünsche zu realisieren, begeben sich die jungen Menschen auf eine individuelle Suche nach einem eigenständigen, erfüllenden Platz in der Gesellschaft, der Sicherheit gibt und positive soziale Beziehungen ermöglicht (Shell 2015: 13). Zu ihren Vorstellungen von einem „guten Leben“ (Gossen et al. 2015: 32) gehört vorrangig, in einer Familie beziehungsweise Gemeinschaft zu leben, beziehungsweise diese auch selber zu gründen. Für die meisten jungen Menschen sind Bildung und guter Beruf der Dreh- und Angelpunkt eines erfolgreichen Lebens, doch soll dieser (für 95 Prozent) möglichst sicher sein und Familie und Kinder dürfen (für 91 Prozent) neben dem Beruf nicht zu kurz kommen. Ein hoher Lebensstandard, der sich durch Geld, Wohnung, Reisen und im Einkauf ausdrückt, rangiert nur wenig über dem Wunsch, keine Not zu leiden und deutlich vor den Wünschen, sich verwirklichen zu können, gesund zu sein, eine intakte Umwelt und Natur zu genießen und in einem intakten Gemeinwesen leben zu können (Gossen et al. 2015: 32ff.).

Die jungen Menschen wissen, dass die Erfüllung ihrer Wünsche nicht selbstverständlich ist. Neben eigenem Dazutun hängt deren Verwirklichung auch davon ab, ob die Gesellschaft dafür aktiv wird. Sie haben klare Vorstellungen und **Erwartungen an die Gesellschaft** (Shell 2015)⁷. An der Spitze steht das Thema „Kinder und Familie“, das von 55 Prozent der jungen Menschen als besonders wichtig erachtet wird. Es folgt der Handlungsbereich „Bildung, Wissenschaft und Forschung“ mit 46 Prozent und „Soziale Sicherung, Rente“ mit 42 Prozent und danach kommt der „Arbeitsmarkt“ mit 37 Prozent. Gleich danach folgen Umwelt- und Naturschutz mit 34 Prozent (von nur 14 Prozent in der Befragung zehn Jahre zuvor nun mehr als verdoppelt) und das Gesundheitssystem mit relativ stabilen 32 Prozent. Nur 24 Prozent wünschen ein Aktivwerden für die Innere Sicherheit und 12 Prozent für bessere wirtschaftliche Rahmenbedingungen (Shell 2015: 22, 170ff.). Diese Erwartungen an die Gesellschaft können als politische Agenda aufgefasst werden (vergleiche auch Calmbach et al. 2012). Es ist demnach zu erkennen, dass die jungen Menschen heute die Ungerechtigkeit in der Gesellschaft, den Wunsch nach Gestaltung von Lebensräumen und den Wunsch nach Sprachrohren, die ihre Probleme, Sehnsüchte und Interessen artikulieren, thematisieren (Calmbach 2012: 7).

Wie gehen junge Menschen vor, um ihre bislang noch unerfüllten Ziele zu erreichen? Im Unterschied zu vorausgegangenen Generationen stehen die heutigen jungen Menschen nicht beziehungsweise deutlich weniger in **Opposition zur Erwachsenenwelt** und zur Gesellschaft, was sich etwa im Vertrauen in wichtige Institutionen ausdrückt. Angesichts der „neuen Nähe zwischen den Generationen“ (Zukunftsinstitut 2015: 52) ist Rebellion für die Heranwachsenden keine glaubwürdige Strategie, der Wertekanon der Jugend deckt sich fast mit dem der Erwachsenen (Calmbach et al. 2016: 475). Zudem weicht die altersübergreifende Popularität jugendlicher Lebensstile die Generationengrenzen auf (Zukunftsinstitut 2015: 65). Folglich gibt es immer weniger Abgrenzungsbe-

⁷ In der Shell Jugendstudie 2015 wurden die jungen Menschen gefragt, was aus ihrer Sicht die wichtigsten gesellschaftlichen Prioritäten in Deutschland sind. Sie konnten dafür aus einer Liste aus neun Bereichen bis zu drei als besonders wichtig auswählen.

mühungen und nur die wenigsten jungen Menschen wollen den Erwachsenen eine eigene Subkultur entgegensetzen (Calmbach et al. 2016: 475), da die Erwachsenenwelt kaum mehr als Gegenentwurf dient (Michelsen et al. 2015: 42). Junge Menschen wollen heute mehr noch als vor wenigen Jahren so sein „wie alle“ und sind entsprechend anpassungsbereit (Calmbach et al. 2016: 475).

Der Wunsch nach guten sozialen und ökologischen Lebensbedingungen schließt die Bereitschaft ein, sich im Alltag für andere Menschen oder das Gemeinwesen **sozial aktiv zu engagieren**. In der Shell Jugendstudie 2015 berichteten 34 Prozent der jungen Menschen, dass sie „oft“ für andere im Alltag aktiv sind, und zwar hauptsächlich für andere junge Menschen, ältere Menschen, den Umwelt- und Tierschutz, Migranten und für sozial schwache Menschen. Ihr Engagement leben sie in einem Verein, an der Schule oder Uni, in einer Projektgruppe, Kirchengemeinde, Jugendorganisation oder auch alleine aus (Shell 2015: 193ff.). Ferner sind sie „in hohem Maße bereit“, in Stadtentwicklungsprojekten Mitverantwortung zu übernehmen (BMVBS 2010: 25). Als Motiv für ihr Engagement sieht das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 „die eigene Betroffenheit“, als Ausgangspunkt das eigene Leben und dessen potentielle Einschränkung durch Umweltprobleme oder soziale Verwerfungen (Michelsen et al. 2015: 42).

Das **Ausmaß des persönlichen Engagements** ging laut Shell Jugendstudie 2015 zuletzt etwas zurück, und zwar bei jungen Menschen mit gehobenen und höheren Bildungspositionen stärker als bei solchen mit einfacher Bildungsposition beziehungsweise bei Arbeitslosen (Shell 2015: 197f.). Dies hängt laut Shell Jugendstudie 2015 mit der Reduzierung der zur Verfügung stehenden freien Zeit, das heißt der Verkürzung der Schulzeit und der Einführung des Bachelor-Studiums, zusammen (ebenda: 195f.), während das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 den Faktor Zeit nicht als zwingendes Hindernis sieht (Michelsen et al. 2015: 160).⁸

Wenn junge Menschen sich über ihre unmittelbaren Interessen hinaus engagieren, hat dies nicht nur soziale, sondern oft auch **politische Relevanz**, denn ihre Aktivitäten etwa für die eigenen Interessen, die Umwelt, Migranten, sozial Schwache, für arme Länder, Menschen mit Behinderung, Sicherheit und Ordnung oder für soziale und politische Veränderungen (Shell 2015: 194) haben direkt oder indirekt auch eine politische Dimension. Obwohl es schwierig ist, soziales und politisches Engagement voneinander abzugrenzen, so lässt sich doch ersteres eher dem persönlichen Nahbereich und letzteres eher dem Fernbereich zuordnen. In beiden Bereichen sind junge Menschen heute aktiv und ein Teil von ihnen zeigt ein ausgeprägtes politisches Interesse und vertritt dabei eigene Interessen (Michelsen et al. 2015: 42f.), wenn nicht sogar eine eigene politische Agenda (Calmbach et al. 2012: 7). Die jungen Menschen verorten sich heute insgesamt tendenziell eher leicht links von der Mitte, insbesondere, wenn ein höheres Bildungsniveau und größeres politisches Interesse vorliegt (Shell 2015: 21); bemerkenswert aber ist auch, dass sich zwanzig Prozent nicht politisch positionieren (ebenda: 168).

Es zeigt sich aktuell ein **Trend zur Politisierung**, wie die Shell Jugendstudie 2015 belegt: 32 Prozent der jungen Menschen finden es wichtig, sich politisch zu engagieren – im Unterschied zu nur 23 Prozent in der Vorgängerstudie 2010 (Shell 2015: 243). Dass sie sich selbst für Politik interessieren, geben 46 Prozent (obere Bildungsschichten sogar 52 Prozent, untere nur 24 Prozent) an,

⁸ Wichtig sind für das Engagement insbesondere die Nachhaltigkeitsbildung in Schulen und Persönlichkeitsaspekte (vergleiche Michelsen et al. 2015).

womit sich auch hier gegenüber 2010 (40 Prozent Interesse) in allen sozialen Schichten eine Trendwende zeigte (ebenda: 156f.). Das gestiegene politische Interesse vollzieht sich anders als in den 1970er und 1980er Jahren vor dem Hintergrund einer grundsätzlich positiven Beurteilung der Lage und der Zukunft der Gesellschaft. Es sind laut Shell Jugendstudie 2015 nicht etwa gesellschaftliche Krisenprozesse, sondern eher eine positive Zukunftssicht in Verbindung mit eigenen Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, die das Interesse der Jugend an Politik befördert haben.⁹ Sich bei gesellschaftlichen Gestaltungsfragen auf dem Laufenden zu halten, bringt jetzt scheinbar wieder mehr Perspektiven hervor (ebenda: 13). Im Vergleich zu früheren Generationen ist der „Kampf als notwendiges Mittel“ heute dem „Wahrnehmen von Chancen gewichen“, junge Menschen agieren eher still, wünschen Mitsprache und möchten ernst genommen werden (Michelsen et al. 2015: 42f.). Sie betrachten ihr Engagement als Projekt, Ergebnisse sind wichtiger als Organisationen, sie möchten persönlich wertvolle Erfahrungen mitnehmen und anstelle von langfristigen Bindungen stehen eher situationsabhängige Aktionen (ebenda: 43ff.).

Diese Politisierung eines Teils der Jugend bedeutet jedoch keine Zustimmung zur etablierten Politik. In Bezug auf den etablierten Betrieb sind junge Menschen weitgehend leidenschaftslos; Politik und Politiker langweilen (Calmbach et al. 2012: 7). Typisch ist nach wie vor eine ausgeprägte „**Verdrossenheit**“ gegenüber Parteien und etablierter Politik. Solcherart verstandene „Politik“ steht für die jungen Menschen synonym für Intransparenz und Taktiererei. Abschreckend wirkt auch die Komplexität der Parteien (Shell 2015: 156), ihnen wird unterdurchschnittlich wenig Vertrauen entgegengebracht (ebenda: 176f.). Die meisten jungen Menschen (61 Prozent) informieren sich nicht über diese Politik. Nur etwa ein Drittel informiert sich aktiv, wobei die Online-Medien und das Fernsehen die wichtigste Rolle spielen (ebenda: 162f.).

Politische Interessensbekundungen und **politische Aktivitäten** hängen nicht zwingend zusammen. Während, wie beschrieben, rund ein Drittel ein Engagement befürwortet oder sich informiert, geben mehr als die Hälfte an, sich schon einmal an mindestens einer politischen Aktivität beteiligt zu haben (ebenda: 198f.). Die meisten nennen eher individuell angelegte, niedrighschwellige Aktionen, wie etwa den Verzicht darauf, bestimmte Waren zu kaufen (34 Prozent), eine Online-Petition (27 Prozent) oder eine Unterschriftenliste (26 Prozent) zu unterzeichnen. An kollektiv organisierten Aktivitäten haben sich dagegen eher wenige beteiligt, immerhin aber 23 Prozent haben an einer Demonstration teilgenommen (23 Prozent) und 10 Prozent haben Erfahrungen in einer Bürgerinitiative gesammelt; Erfahrungen in politischen Organisationen haben nur drei bis vier Prozent (ebenda: 198f.).¹⁰ Das politische Interesse junger Menschen findet auch in Bereichen der Stadtentwicklung Ausdruck, wo wiederholt zu beobachten ist, dass sie „eigenständig Verantwortung in der Quartiersentwicklung und bei der Gestaltung von städtischen Räumen übernehmen“ wollen (BMVBS 2010: 10).

⁹ Allerdings sind auch „Anzeichen einer Repolitisierung der einfachen Herkunftsschichten zu beobachten“ (Shell 2015: 383).

¹⁰ Laut Gossen et al. (2015: 14f.) hat fast die Hälfte der 14- bis 25-Jährigen schon einmal bei Onlinekampagnen und Online-Petitionen unterschrieben. 22 Prozent haben mit Protest über soziale Netzwerke bereits Erfahrungen gesammelt und genauso viele haben Interesse daran. Erfahrungen mit dem Verfassen von Blog-Artikeln oder Beiträgen in Internetforen haben ebenfalls bereits recht viele. Und fast ein Fünftel hat schon einmal an politischen Beteiligungsprozessen im Internet teilgenommen und fast ein Viertel kann sich dies zukünftig vorstellen. Zudem haben 13 Prozent schon einmal an so genannten „Flashmobs“, also an Treffen und Aktionen, zu denen man sich spontan im Internet verabredet, teilgenommen.

3 Umwelt und Stadt im Denken und Handeln von jungen Menschen

3.1 Wahrnehmung und Problemsicht

Umwelt, Natur, Klima, Verstädterung und damit verbunden die Frage der Lebensqualität sind in modernen Gesellschaften wichtige Themen. Junge Menschen verbinden mit diesen Begriffen bestimmte **Wahrnehmungen**. Mit **Umwelt** werden Phänomene der Umweltzerstörung assoziiert, Natur dagegen wird vorwiegend positiv mit Bildern vom Erleben und Genießen in Verbindung gebracht (Gossen et al. 2015: 35). Fragen rund um das Thema Klima werden zum Teil nur schwer begriffen und etwa mit entfernten Regionen in Verbindung gebracht (Calmbach et al. 2016: 277, 282). Lebensqualität bedeutet für junge Menschen vor allem Gemeinschaft, Wohlstand und Selbstentfaltung, während Umwelt und Natur in den Vorstellungen von einem guten Leben eine weniger wichtige Rolle spielen (Gossen et al. 2015: 32).

Die meisten jungen Menschen nehmen wahr, dass es eine **bedrohliche Umweltproblematik** gibt, die sich unter Umständen nicht aufhalten lässt und bis zur Zerstörung des Planeten führen kann (Calmbach et al. 2016: 267). Individuell betroffen fühlen sich laut Nachhaltigkeitsbarometer 2015 87 Prozent der jungen Menschen (Michelsen et al. 2015: 76f.). Angst vor Umweltverschmutzung empfinden laut Shell Jugendstudie 2015 60 Prozent der jungen Menschen und sehen darin (neben dem Klimawandel, vor dem 55 Prozent Angst haben) eine ihrer größten Sorgen. Umweltprobleme als Ursache von Angst und Sorge rangieren hinter Terror und Krieg aber deutlich vor Armut und Arbeitslosigkeit (Shell 2015: 96f.). Insbesondere die Umweltsituation auf globaler Ebene wird als schlecht empfunden, so die Einschätzung von 94 Prozent der Befragten der Vertiefungsstudie, während die Umweltqualität in Deutschland nur von 30 Prozent negativ beurteilt wird (Gossen et al. 2015: 36). Als oft wahrgenommene **Themen der Umweltproblematik** kennen junge Menschen die Müllproblematik (die aus dem Alltag am besten vertraut ist), die Luftverschmutzung, den Klimawandel, die Abholzung der Wälder, Naturkatastrophen, den Natur- und Tierschutz, die Atomenergie, fleischarme Ernährung, den Autoverkehr, das Konsumverhalten und Recycling (Calmbach et al. 2016: 269; Gossen et al. 2015: 35).

Die Problemwahrnehmung wird besonders von der Nähe zum eigenen **persönlichen Erlebnisbereich** geprägt¹¹: „Umweltschutz wird für junge Menschen vor allem relevant beziehungsweise erleb- und sichtbar, wenn sie Einschränkungen ihres persönlichen Erlebnisraumes befürchten.“ (Calmbach et al. 2016: 269). Die Bedeutung der Nähe zu einem Problembereich geht zu Lasten des Klimaproblems. Der Klimawandel wird als abstrakt erlebt, er findet nicht „vor der eigenen Haustür“ statt, sodass – angesichts des mangelnden spürbaren Handlungsdrucks – manche junge Menschen, insbesondere die bildungsferneren, emotionslos und indifferent bleiben und kaum über die Folgen des Klimawandels für sich und kommende Generationen nachdenken (ebenda: 278f.).

Die Wahrnehmung von **Stadt** beinhaltet für viele junge Menschen zahlreiche wichtige Funktionen. Städte, und insbesondere Innenstädte, bieten Aufenthalts- und Einkaufsmöglichkeiten, sind wichtig als Anlaufpunkt für die Gestaltung der freien Zeit, für das Ausleben von Cliquenidentitäten und als

¹¹ Auf die Bedeutung des Erlebens im Alltag weisen auch Gossen et al. (2015: 56) hin.

außerhäusliche Konsumwelten (aufgrund der Kaufhäuser, Kinos, Diskos, Malls, Jugendzentren, Videotheken, Spielhallen etc.). Die jungen Menschen bewegen sich hier eigenständig ohne familiäre Einbindung und nutzen die Freiräume für den Kontakt zu Gleichaltrigen und die Möglichkeiten der Selbstdarstellung. Der städtische öffentliche und halböffentliche Raum fungiert also unter anderem als Ort der Entfaltung und Emanzipation (BMVBS 2010: 18f.). Zugleich sind Probleme zu beobachten: die Interessen junger Menschen an der Nutzung öffentlicher Räume kollidieren mit den Ansprüchen Erwachsener, junge Menschen empfinden oft einen Mangel an Entfaltungsmöglichkeiten, ihre Räume unterscheiden sich auch nach sozialer Lage, und im Konfliktfall wollen junge Menschen nicht an die Ränder abgedrängt werden. Somit stellt die soziale Integration eine große Herausforderung dar, bei der die unterschiedlichen Wahrnehmungen von jungen Menschen, Erwachsenen und Planern zu berücksichtigen sind (BMBVS 2010: 20ff.).

3.2 Wertorientierungen und Einstellungen

Während Umwelt und Natur in der Alltagswelt von jungen Menschen tendenziell eher eine geringe Rolle spielen (vergleiche Gossen et al. 2015: 13) beziehungsweise sie sich oft in ökologisch marginalen Bereichen betätigen (vergleiche Michelsen et al. 2015: 132), zeigt sich bei den **Wertorientierungen** ein deutlich positiveres Bild. Die stark zu Tage tretenden Ängste um Umwelt und Klima spiegeln die Wertschätzung, die dieser Themenbereich erfährt. Fast alle jungen Menschen, so die SINUS-Jugendstudie 2016 (Calmbach et al. 2016: 267), halten Umweltschutz für außerordentlich wichtig, teils auch mit Blick auf intergenerationelle Gerechtigkeit, und sehen ihn als zentrale gegenwärtige und zukünftige Herausforderung. Im Nachhaltigkeitsbarometer 2015 äußern mit 60 bis 70 Prozent Zustimmung mehr junge Menschen denn je, dass es sich lohnt, sich für verschiedene Bereiche des Umwelt- und Artenschutzes einzusetzen“ (Michelsen et al. 2015: 73). Es gibt diesbezüglich also nahezu keine dezidierte Ablehnung (ebenda: 84). Dies korrespondiert damit, dass laut Shell Jugendstudie 2015 66 Prozent der jungen Menschen – und damit mehr als in früheren Studien – es wichtig finden, „sich unter allen Umständen umweltbewusst zu verhalten“. Nur 15 Prozent bekundeten keine Neigung zum Engagement für die Umwelt (ebenda: 243). Zudem meinen 34 Prozent (gegenüber 25 Prozent 2002), dass die Gesellschaft für Umwelt- und Naturschutz „besonders aktiv werden“ müsse (Shell 2015: 171). In der Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen nennen 24 Prozent der jungen Menschen den Umweltschutz als eines der beiden wichtigsten Probleme, denen sich unser Land heute gegenüber sieht (Gossen et al. 2015: 39).

Die zunehmende Bedeutung von Umwelt- und Naturschutz erklärt die Shell Jugendstudie 2015 damit, dass umso mehr Raum entsteht für Initiativen, die sich auf die nachhaltige Sicherung von Lebensqualität und Lebensbedingungen beziehen, je weniger die Sicherung der eigenen Existenzbedingungen als Druck empfunden wird (Shell 2015: 170). In die hohe Wertschätzung fließen auch mittelbare und unmittelbare Eigeninteressen ein: Umweltschutz wird vor allem auch dann als wichtig anerkannt, wenn es um die Gefährdung der eigenen Lebensqualität geht (Calmbach et al. 2016: 269). Dass Umweltbewusstsein wieder verstärkt als Wert genannt wird, versteht die Shell Jugendstudie 2015 als Hinweis, dass es sich hier um eine längerfristige und grundlegende Entwicklung handelt, von der allerdings ungewiss ist, ob sich diese in konkrete politische Handlungen transformiert (Shell 2015: 383).

Wo ein Problem erkannt worden ist, da gibt es auch Vorstellungen über **Verursacher und Verantwortliche**. Weit verbreitet sind hier allgemeine, unspezifische Vorstellungen. Die SINUS-Jugendstudie 2016 stellt fest, dass die jungen Menschen „die Menschen selbst in der Verantwortung beziehungsweise in der Schuld“ für die Umweltprobleme sehen (Calmbach et al. 2016: 267) – und

damit halten sie sich persönlich verantwortlich für den Umweltschutz (ebenda: 272). 84 Prozent der jungen Menschen in der Umweltbewusstseinsstudie sind der Meinung, dass „wir durch die Lebensweise des Westens auch für viele Umweltprobleme in ärmeren Ländern verantwortlich sind“ und rund zwei Drittel meinen, dass „die Umwelt nur gerettet werden kann, wenn wir alle weniger konsumieren“ (Gossen et al. 2015: 12). Das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 erfasst dagegen eine differenziertere Zuschreibung der Verantwortung: Demnach sollte für 73 Prozent insbesondere die Wirtschaft, für 59 Prozent der Staat und für 41 Prozent „jede/r Einzelne und ich“ einen sehr hohen Beitrag zur Lösung beitragen (Michelsen et al. 2015: 73f.).

Viele junge Menschen formulieren den Anspruch an sich, ihr eigenes Verhalten an Umwelt- und Klimaschutz auszurichten. Immer wieder verweisen sie darauf, dass man mit kleinen Schritten im Alltag schon viel tun kann (Calmbach et al. 2016: 272). Es ist nicht überraschend, dass sie dabei – auf der **privaten Handlungsebene** – Grenzen erkennen. So ertappen sie sich etwa bei ihrer eigenen „Nachlässigkeit“: „Insbesondere mit Blick auf Müllvermeidung und -trennung gesteht man sich ein, die selbst gesetzten Spielregeln immer wieder zu verletzen. Die eigene Vergesslichkeit oder Bequemlichkeit stehen hier dem konsequenten Umweltschutz im Weg“ (ebenda). So führen sogar Sozialökologische und Experimentalistische Hedonisten, die am ehesten bestrebt sind, sich umweltbewusst zu verhalten, an, dass sie ihren Prinzipien im Alltag nicht immer gerecht werden (ebenda).

Angesichts dieser Erfahrungen überrascht es nicht, dass die jungen Menschen den Wunsch äußern, die Bewältigung von Klimawandel und Umweltschutz an **andere Akteure** zu „delegieren“, „an Leute, die sich damit auskennen“ (ebenda: 283). In dem Maße, wie sie den Zusammenhang von Wirtschaftswachstum und Umweltproblemen erkennen, geraten sie in eine komplexe Lage – sie können sich, weniger noch als der Bevölkerungsdurchschnitt, nicht vorstellen, wie ihr Wohlstand erreicht werden kann ohne Wachstum, das sie teils als Ressource für die Problemlösung, teils aber auch als Ursache der globalen Umweltrisiken sehen (vergleiche Gossen et al. 2015: 17).

Beim Blick auf die auch in den Medien groß herausgestellten Dimensionen der Umweltproblematik und auf die Komplexität von Lösungsansätzen entstehen bei jungen Menschen oft **Zweifel**, ob die Herausforderungen überhaupt zu bewältigen sind. Erleichternd wäre es da, wenn die Probleme weniger bedrohlich als dargestellt wären – kein Wunder also, dass ein Teil der jungen Menschen sich fragt, ob aktuelle oder bevorstehende Ereignisse von Medien und Bildungsinstitutionen nicht dramatisiert und stark übertrieben werden (Calmbach et al. 2016: 281). Nicht wenige junge Menschen zweifeln, ob der Klimawandel wirklich genau vorausgesagt werden kann und die drohenden Folgen nicht übertrieben dargestellt werden. Diese Position vertreten teilweise auch bildungsnahe junge Menschen und solche, die sich nach eigener Meinung intensiv mit dem Thema beschäftigt haben (ebenda: 280f.). **Pessimismus** und Zweifel gehen teilweise Hand in Hand. So zeigen sich die jungen Menschen laut der Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen bezüglich der zukünftigen Entwicklung der natürlichen Lebensgrundlagen eher pessimistisch und halten eine Lösung für die umweltbezogenen Herausforderungen für sehr schwierig (Gossen et al. 2015: 12). Auch die in der SINUS-Jugendstudie 2016 befragten jungen Menschen gehen davon aus, dass es sich hier um eine der großen Herausforderungen für die Zukunft handelt, an der die Menschheit vielleicht sogar scheitern wird: Dementsprechend haben sie nur wenig Vertrauen, dass diese Aufgabe auch tatsächlich bewältigt werden kann (Calmbach et al. 2016: 267). So fragen sich junge Menschen dann auch, ob Umweltschutz wirklich „etwas bringt“ (ebenda: 274). Diese Haltung betrifft teilweise auch ihr Konsumverhalten – sie bezweifeln, dass sich durch kritischen Konsum die Verhältnisse wirklich ändern können (ebenda: 298).

Fehlender **Glaube an die Wirksamkeit** des eigenen Handelns bremst die jungen Menschen in ihrer Handlungsbereitschaft. Da sie trotz genereller Zustimmung zum Umweltschutz im Alltag unsicher über die Wirksamkeit entsprechender Handlungen sind, halten sie sich zurück: Dies betrifft insbesondere diejenigen, denen Umweltschutz weniger wichtig ist; sie würden ihr Verhalten nur ändern, wenn sie wüssten, dass sie damit tatsächlich etwas Positives bewirken oder das Gefühl hätten, Teil der Mehrheit zu sein. Die meisten Befragten sind der Ansicht, dass man allein sehr wenig bewirken kann, sodass es ihnen nicht zuletzt deshalb schwerfällt, Umweltschutz im Alltag konsequent zu leben (Calmbach et al. 2016: 469f.). Selbst die Sozialökologischen und Experimentalistischen Hedonisten, die eine höhere Bereitschaft zeigen, zweifeln an ihrer Wirksamkeit, wenn sich alle anderen sperren (ebenda: 274; vergleiche auch Gossen et al. 2015: 14). Und wenn die möglichen Formen eines Engagements für den Klimaschutz (oder auch Umweltschutz) abstrakt und schwer verständlich und die Konsequenzen nicht einzuordnen sind, dann ist zu beobachten, dass viele junge Menschen deutlich betonen, dass sie nicht aktiv werden wollen (Calmbach et al. 2016: 284).

Wenn, wie offenkundig wird, die jungen Menschen unterschiedlich **zugänglich und motivierbar** erscheinen, so impliziert dies, dass ein Teil durchaus kommunikativ erreichbar ist. Das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 geht davon aus, dass die sogenannten „Nachhaltigkeitsaffinen“ (32 Prozent der Befragten)¹² größtenteils bereits sehr überzeugt und oft auch engagiert sind, während die „Nachhaltigkeitsresistenten“ (16 Prozent) nicht erreicht und nicht mit vertretbarem Aufwand für Nachhaltigkeit gewonnen werden können. Empfänglich für unterschiedliche Kombinationen von Informationen oder Anreizen erscheinen insbesondere aber die Mischtypen; vor allem die „Nachhaltigkeitsinteressierten“ (20 Prozent) aber auch die „Nachhaltigkeitsaktiven ohne inneren Anlass“ (16 Prozent) und die „Nachhaltigkeitslethargischen“ (15 Prozent) (Michelsen et al. 2015: 94f.).

3.3 Handelnde und Handlungsfelder

Neben den Ansätzen im eigenen Alltag setzen viele junge Menschen zur Bewältigung von Umwelt- und Klimaproblemen auf technologische Lösungen, die auf der Basis eines soliden Wohlstands angewendet werden. Diese Aufgaben sollen an Akteure delegiert werden, die sachkompetent sind; insbesondere beim Klimaschutz sollen technologische Entwicklungen (Windkraft, Solarenergie, Elektroautos) im Rahmen einer konsequenten Energiewende helfen (Calmbach et al. 2016: 283). Zudem meinen 73 Prozent der befragten jungen Menschen, dass Deutschland mit seinem technischen Knowhow einiges dazu beitragen kann, die Umweltprobleme in anderen Ländern zu lösen (Gossen et al. 2015: 12). Häufiger als der Bevölkerungsdurchschnitt setzen die Jüngeren (mit 49 Prozent Zustimmung) bei der Lösung der Umwelt- und Klimaprobleme auf Wirtschaftswachstum (ebenda). Im Denken vieler junger Menschen koexistieren heute – je nach gesellschaftlicher Position in sehr unterschiedlicher Weise – diverse **persönliche Handlungsansätze** (Gossen et al. 2015).

Für viele junge Menschen sind Umwelt und Nachhaltigkeit **keine vordringlichen Anliegen** im Alltagsdenken und -handeln, obwohl sie sich der Problematik durchaus bewusst sind. Die Schere zwischen einer „Nachhaltigkeits-Avantgarde“ und einem wenig bis kaum umweltorientierten

¹² Während diese größtenteils ausgeprägt bildungsnah sind, gilt nicht zwingend, dass die unteren Schichten durchgängig nachhaltigkeitsrenitent sind, allerdings korreliert das Engagement tatsächlich stark mit der Schichtzugehörigkeit (vergleiche Michelsen et al. 2015: 93, 160).

Mainstream geht bei jungen Menschen noch weiter auseinander als in der Gesamtheit der Bevölkerung (ebenda).

Auch wenn junge Menschen noch über kein oder nur ein geringes eigenes Einkommen verfügen, so nehmen sie über ihren Bedarf und ihre Konsumpräferenzen doch intensiv am Konsum teil. Ihre Konsumpräferenzen entstehen unter dem Einfluss von Familie, Gleichaltrigen, Schule, Medien und Werbung und haben erheblichen Einfluss auf die Konsumausgaben ihrer Familien beziehungsweise ihres sozialen Umfeldes (Tully und Krug 2011: 58ff., 70ff.). Unter sozial unterschiedlichen Rahmenbedingungen in Familie, Institutionen und Umfeld lernen und praktizieren sie verschiedene Konsummuster und -orientierungen.

Zur Unterscheidung nachhaltigerer Produktalternativen dienen oft **Zertifikate**: Am bekanntesten sind bei jungen Menschen das deutsche Biosiegel an erster Stelle, gefolgt von Energieeffizienzklassen, Fairtrade-Label, FSC-Label, MSC-Label und Blauem Engel. Wenig bekannt sind das PEFC-, das GOTS-Zeichen und das EU-Ecolabel (Gossen et al 2015: 44f.). Zumindest die bekannteren Labels schaffen also eine Voraussetzung, dass junge Menschen sich beim Kauf nachhaltigerer Produkte orientieren können (ebenda: 45). Allerdings gibt es teilweise nur wenig Vertrauen in Produktsiegel; so bekunden junge Menschen, „dass es schwer sei, zwischen richtigen und falschen Informationen zu unterscheiden“ (Calmbach et al. 2016: 297). Zudem sind für die meisten jungen Menschen beim Konsum „andere Aspekte als Umweltschutz handlungsleitend“ (Gossen et al. 2015: 13), wie etwa Preis, Konsumästhetik oder die Akzeptanz von Produkten oder Marken in der Peergroup.

Im Kontrast zu der Einschätzung eines Großteils der aktuellen Jugendstudien, dass Umweltschutz im Alltag der jungen Menschen „nicht vordringlich“ ist, kommt die SINUS-Jugendstudie 2016 zu dem Ergebnis, dass Umweltschutz als „selbstverständliche Praxis“ von jungen Menschen gelebt wird (Calmbach et al. 2016: 272). Auch das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 beobachtet, dass sich 92 Prozent in irgendeiner Weise, wenn auch marginal, nachhaltig engagieren (Michelsen et al. 2015: 132). Diese Aussage fußt auf den konkreten alltäglichen Aktivitäten zum Umweltschutz, bei denen allerdings weniger aufwändige oder routinierte Handlungen – z. B. Müllvermeidung und Recycling – im Vordergrund stehen. Für junge Menschen ist Mülltrennung, wie diverse Untersuchungen zeigen, das bekannteste und andere Handlungsfelder überragende Beispiel für ökologisches Handeln. Insgesamt bieten sich jungen Menschen aber zahlreiche Möglichkeiten zu praktischen Aktivitäten und umweltrelevantem Engagement in **diversen Handlungsfeldern** und in verschiedenen Formen.¹³

3.3.1 Handlungsfeld Abfall

Das Aufkommen an **Abfall** zu verringern und Abfall sinnvoll zu verwerten, ist eine wichtige (wenn auch, wie beschrieben, oft überschätzte) Aufgabe im Umweltschutz der privaten Haushalte. Dabei werden die Haushalte durch diverse Regelungen, Infrastrukturen und flankierende Informationen unterstützt. Für die jungen Menschen ist dies die bekannteste ökologische Alltagspraxis, sie wird

¹³ Das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 unterscheidet zwischen dem sehr stark verbreiteten individuell-bequemen Engagement (z. B. Mülltrennen), dem anonymen Netzwerk-Engagement (z. B. in Internetgruppen), dem bedacht-formellen Engagement (z. B. in Bürgerinitiativen) und dem aktionsorientierten Protest-Engagement (z. B. Flashmobs) (Michelsen et al. 2015: 147ff.).

im Elternhaus erlernt und verlangt wenig Mühe oder Kompetenzen, zudem wird sie durch Pfandanreize unterstützt. Als gering fordernde Tätigkeit wird das Trennen und Recyceln von Abfallstoffen von den meisten jungen Menschen wie selbstverständlich praktiziert (72 Prozent vermeiden laut Nachhaltigkeitsbarometer Müll, ebenda: 141). Wenngleich es zu einer Alltagsroutine geworden ist, über die man sich wenig Gedanken macht (Gossen et al. 2015: 41), sind Nachlässigkeit und Bequemlichkeit verbreitet (vergleiche Calmbach et al. 2016: 267). Während die umweltfreundlicheren Kreise ihre Inkonsequenzen bedauern, betonen andere, dass ihnen diese Norm nicht so wichtig ist (ebenda: 272). Während Routine, soziale Normen und Pfand- und Sammelsysteme den Umgang mit Abfall erleichtern, behindert mangelnde persönliche Disziplin eine konsequente Praxis, und zudem scheint Abfallvermeidung hinter Abfalltrennung zurückzustehen.

3.3.2 Handlungsfeld Energie

Private Haushalte können mit der Verringerung ihres Verbrauchs an **Energie** (Strom, Wärme) und der Nutzung von Ökostrom zu Klimaschutz, Luftreinhaltung und Ausstieg aus der Atomenergie beitragen. Eine Vielzahl an Maßnahmen zur Förderung der Energiewende unterstützt die Haushalte dabei, sich zu beteiligen, zudem ergeben sich Anreize aus finanziellen Einsparungen. Jungen Menschen ist bekannt, dass der Energieverbrauch für den Umwelt- und Klimaschutz große Bedeutung hat, sie benennen ihn von sich aus als eines der wichtigsten Themen (Calmbach et al. 2016: 267) und befürworten die Energiewende (Michelsen et al. 2015: 172). Die bekanntesten Handlungsmöglichkeiten sind, selber weniger Energie zu verbrauchen, alte Geräte durch energieeffiziente zu ersetzen, Ökostrom zu beziehen, sich zu informieren und sich politisch zu engagieren; viele haben mit diesen Optionen bereits Erfahrungen gesammelt oder sind stark daran interessiert, diese Aktivitäten einmal auszuprobieren (ebenda: 173f.).

Auch beim Thema Energiesparen handeln die meisten gewohnheitsmäßig und orientieren sich am Vorbild der Eltern (Gossen et al. 2015: 43). Als konkreter kleiner Schritt zum Umweltschutz im Alltag sind diverse Möglichkeiten bekannt, etwa das Licht auszumachen, die Heizung runterzudrehen, die Standby-Funktion auszuschalten oder „zu duschen statt zu baden“ (ebenda; Calmbach et al. 2016: 267). Laut Nachhaltigkeitsbarometer 2015 praktizieren 80 Prozent die wenig aufwändige Aktivität des Energiesparens (Michelsen et al. 2015: 141). Zudem hat eine Reihe junger Menschen ein besonderes Interesse an technologischen Lösungen; so wollen sie etwa in Zukunft Elektroautos fahren oder Solarenergie nutzen (Calmbach et al. 2016: 284; Gossen et al. 2015: 43).

Gleichwohl ist ein umweltfreundliches Energieverhaltensverhalten für junge Menschen kein „Selbstläufer“. Sie befürchten, so wie auch in anderen Bereichen des Umweltschutzes, dass „das Engagement Einzelner solange wirkungslos bleibt, bis sich nicht eine „kritische Masse“ entschließt mitzumachen.“ (Calmbach et al. 2016: 285). Energiesparen kann schon als Konsumverzicht aufgefasst werden, Verzicht aber wird von vielen jungen Menschen laut SINUS-Jugendstudie 2016 kaum thematisiert. Nur vereinzelt beschäftigen sie sich damit, das bisherige Konsumverhalten zu hinterfragen, Maßlosigkeit zu vermeiden und sich in Sparsamkeit – etwa beim Stromverbrauch und Medienkonsum – zu üben. Allgemein trifft Verzicht auf wenig Resonanz, und einige Gruppen, wie die Materialistischen Hedonisten, erklären explizit, dass sie hier nicht einschränken wollen (ebenda: 289).

3.3.3 Handlungsfeld Mobilität

Im Bereich **Mobilität** geht es darum, die Umweltbelastungen der alltäglichen Wege (einschließlich der Urlaubsreisen) zu senken. Auf Grund ihrer biografischen Lage bestimmen junge Menschen nur über einen Teil ihrer Wege selbstständig, während viele Wege insbesondere im Kontext von Familie, Schule oder Beruf fremdbestimmt sind. Typisch für jugendliches Mobilitätsverhalten sind Fußwege, Fahrradfahren, die Benutzung öffentlicher Verkehrsmittel sowie elterliche Fahrdienste (Calmbach et al. 2016: 224); motorisiert dürfen sie sich selbst erst ab 16 beziehungsweise 18 Jahren fortbewegen. Sie entwickeln im Laufe ihres Heranwachsens nicht nur Schritt für Schritt eine eigene Mobilitätspraxis, sondern auch ein Bewusstsein der Möglichkeiten und Folgen von Mobilität. Es entstehen Kompetenzen der Verkehrsmittelwahl und -nutzung, die sich je nach sozialem Zusammenhang unterschiedlich entwickeln können. Altersbedingt ist es selbstverständlich, dass sich junge Menschen deutlich öfter als Erwachsene mit öffentlichen Verkehrsmitteln (57 Prozent immer oder häufig) oder mit dem Fahrrad bewegen (57 Prozent immer oder häufig; Gossen et al. 2015: 13). Ein Verzicht auf das Autofahren wird zwar auch als eine Möglichkeit verstanden, einen kleinen Beitrag zum Umweltschutz zu leisten (Calmbach et al. 2016: 272), aber viele junge Menschen befürchten auch hier, dass individuelles Engagement folgenlos bleibt, wenn sich nicht viele ebenso so verhalten (ebenda: 284f.). Trotz dieser Ansätze erscheint es so, dass das Auto kaum an Bedeutung verloren hat (ebenda: 463).

Gleichwohl ist bemerkenswert, dass **Carsharing** in der jungen Generation im Vergleich zu Erwachsenen überdurchschnittliche Resonanz findet und ausgesprochen positiv bewertet wird (Calmbach et al. 2016: 248). Da viele junge Menschen (noch) keinen Führerschein besitzen, haben nur sieben Prozent bereits Erfahrungen mit Carsharing gemacht, aber 28 Prozent der Unerfahrenen können sich die Nutzung für die Zukunft vorstellen (Gossen et al. 2015: 14). Das Interesse an der geteilten Nutzung von Verkehrsmitteln schließt auch Fahrräder ein. **Bike-Sharing** wird bereits von 12 Prozent der jungen Menschen genutzt und 33 Prozent können sich die Nutzung von Fahrradverleihsystemen zukünftig vorstellen (ebenda: 14). Der Trend zur Sharing Economy trägt zwar dazu bei, dass junge Menschen für die Zukunft über Alternativen zum Auto nachdenken, doch sie können sich einen Verzicht nur bedingt vorstellen. Nichtsdestotrotz können neue Mobilitätsmuster, wie zum Beispiel das Carsharing, zukünftig als Element eines jugendspezifischen Lifestyles eine eigene Dynamik entfalten (ebenda: 17).

3.3.4 Handlungsfeld Ernährung

Der Einkauf biologischer oder fair gehandelter **Lebensmittel** stellt für ältere junge Menschen, die ihren Einkauf bereits selbstständig organisieren, eine realisierbare Alternative zu herkömmlichen Lebensmitteln dar; so kaufen 16 Prozent von ihnen immer oder häufig Bioprodukte (ebenda: 43). Eine vegetarische oder vegane Ernährung ist vielen als nachhaltigere Alternative zum Fleischkonsum bekannt und genießt eine zunehmende Attraktivität. Einige junge Menschen beschreiben, dass sie sich mit dieser Art des Konsums „einfach besser fühlen“ – unter anderem aufgrund von gesundheitlichen Aspekten. Gerade Adaptiv-Pragmatische meinen zudem, dass eine vegetarische oder vegane Lebensweise auch aktuell eine Art Life-Style-Trend ist, bei dem sie dabei sein möchten (Calmbach et al. 2016: 290). Wenngleich die jungen Menschen insgesamt öfter als Erwachsene Fleisch essen, ernähren sich immerhin vier Prozent (gegenüber 2 Prozent in der Gesamtbevölkerung) komplett fleischlos (Gossen et al. 2015: 44). Da sich aber laut Nachhaltigkeitsbarometer 2015 bisher 16 Prozent der jungen Menschen schon mindestens eine Woche lang vegetarisch ernährt haben und 32 Prozent dies beabsichtigen, existiert offenbar noch ein beträchtliches unausge-

schöpftes Potenzial (Michelsen et al. 2015: 143f.). Gegenüber gentechnisch veränderten Lebensmitteln sind junge Menschen tendenziell (aber im Vergleich zu Erwachsenen weniger) skeptisch (nur 34 Prozent geben, dass sie kein Problem damit hätten, gentechnisch veränderte Nahrung zu sich zu nehmen; BMUB 2015: 9).

3.3.5 Handlungsfeld Mode und Kleidung

Ökologische und soziale Auswirkungen begleiten die gesamte Wertschöpfung des Konsum- und Distinktionsguts **Kleidung** – von der Herstellung über den Gebrauch bis zur Entsorgung. Negative Umweltwirkungen entstehen bereits bei der Rohstoffgewinnung (z. B. Pestizideinsatz und Wasserverbrauch beim Baumwollanbau), durch Ressourcen-, Energie- und Chemikalieneinsatz während der Produktion, Transport und Lagerung sowie intensiven Gebrauch (häufiges Bügeln und Waschen). Ökologischer Kleidungskonsum und bewusste Kaufentscheidungen (z. B. für Kleidung aus Naturmaterialien wie Bio-Baumwolle) setzen somit Hintergrundwissen voraus. ‚Grüne‘ Alternativen zu Markenkleidung sind nach Gossen et al. (2015: 43) bei jungen Menschen jedoch wenig bekannt und kaum verbreitet. Obgleich sie sich mehr Informationen von Herstellern wünschen, wissen viele junge Menschen nicht, wo sie sich zu ökologischer Kleidung informieren können (Greenpeace 2015: 41).¹⁴ Der angenommene hohe Preis und eine eingeschränkte beziehungsweise nicht ansprechende Auswahl sind die häufigsten Gründe gegen einen Kauf von Bio-Kleidung (ebenda: 34). Der Kauf fair hergestellter Kleidung scheitert vor allem an den Präferenzen der jungen Menschen für bestimmte Stile und Marken sowie an ihren begrenzten finanziellen Mitteln. Aber auch der Aufwand für die Informationsbeschaffung, ob und welche Kleidungsstücke fair hergestellt sind, empfinden viele junge Menschen als zu hoch (Calmbach et al. 2016: 293).

Bei Kleidung sind Preis und Aussehen somit die maßgeblichen Kaufkriterien; die Produktionsbedingungen spielen hingegen (bislang) nur eine untergeordnete Rolle. Das Konsumieren der gängigen günstigen Marken wird an dieser Stelle als alternativlos beschrieben, und wer wenig Geld hat, kann nach Einschätzung der jungen Menschen keine Rücksicht auf die Produktionsbedingungen nehmen, selbst wenn man Kinderarbeit mit aller Entschiedenheit ablehnt (ebenda: 293).

3.3.6 Handlungsfeld Secondhand, Teilen und Selbermachen

Junge Menschen orientieren sich bei der Produktauswahl seltener als Erwachsene am Kriterium Langlebigkeit (weil hochwertige oftmals auch teurere Produkte sind). Häufiger als Erwachsene erwerben sie jedoch **gebrauchte Produkte** und tragen damit dazu bei, deren Nutzungsdauer zu verlängern (Gossen et al. 2015).

Nutzen ohne zu besitzen kann durch mieten, leihen oder teilen ermöglicht werden. Die Sharing Economy stellt diesbezüglich vieles bereit: Fahrzeuge, Reiseunterkunftsvermittlung, Produktvermietung, etwa von Werkzeug oder Sportgeräten. Das Tauschen, Ausleihen, Reparieren oder Weitergeben von vorhandenen Produkten wird unter jungen Menschen überdurchschnittlich positiv gesehen (79 Prozent); tatsächliche Erfahrungen und zukünftiges Interesse am Ausleihen beziehungsweise Verleihen von Dingen im privaten Umfeld liegen bei 76 Prozent der befragten jungen Menschen vor. Dagegen wird das Mieten von Gegenständen weniger häufig praktiziert, und zwar von

¹⁴ Im Auftrag von Greenpeace wurden 500 junge Menschen im Alter von 12 bis 19 Jahren zu ihrem Verhalten und ihrer Einstellung hinsichtlich ökologischer und fairer Kleidung und Mode befragt.

nur 25 Prozent. Ein Drittel der jungen Menschen ohne Erfahrung kann sich das aber zukünftig immerhin vorstellen (ebenda: 45). Das Prinzip des Teilens finden die meisten jungen Menschen generell attraktiv, wobei auch Kostengründe eine Rolle spielen. Zudem erwarten sie, dass sich diese Idee in der Zukunft weiter durchsetzen wird (Calmbach et al. 2016: 252). Es ist ein Thema mit einem „großen Potenzial“ (Gossen et al. 2015: 45): Unterstützt durch die digitale Vernetzung entstehen neue, gemeinschaftlich orientierte Konsumwelten (vergleiche Zukunftsinstitut 2015: 72).

Die **eigene Produktion** von Gütern des täglichen Bedarfs wird seit jeher in verschiedenen alltäglichen Formen (Gärtnern, Basteln, Heimwerken, Handwerken) praktiziert und findet auch unter jungen Menschen Interesse. Praktiken wie Urban Gardening, Guerilla Gardening oder Bienenzucht werden als Formen bewussten Konsums verstanden und üben eine gewisse Faszination aus (Gossen et al. 2015: 44).

3.3.7 Handlungsfeld Verzicht und Sanktionen

Das hohe Niveau der Ausstattung mit Konsumgütern impliziert, dass es in den reicheren Milieus der Wohlstandsgesellschaften Potenziale zur Umweltentlastung durch **Konsumverzicht** gibt. Aus der Sicht einer Suffizienzstrategie eröffnen sich damit Spielräume für ein besseres Leben, das etwa durch Zeitwohlstand gekennzeichnet ist und mit einem (partiellen) Verzicht auf Güterwohlstand einhergeht.

Konsumverzicht ist allerdings ein Ansatz, der von den meisten jungen Menschen kaum thematisiert wird (Calmbach et al. 2016: 289). Nur die Sozialökologischen halten eine gewisse Distanz zu materialistischen Werten (sinus akademie 2016: 25f.) und die Konservativ-Bürgerlichen streben wenig nach Lifestyle-Inszenierung und Konsum (ebenda: 7f.). Vereinzelt sprechen junge Menschen aber darüber etwa den eigenen Textilkonsum zu reduzieren (Gossen et al. 2015: 45) oder sogar das bisherige Konsumverhalten generell zu hinterfragen, Maßlosigkeit zu vermeiden und sich in Sparsamkeit zu üben, sei es bei Lebensmitteln, Kleidung, Stromverbrauch oder Medienkonsum. Dennoch drücken viele klar aus, dass sie sich nicht einschränken möchten, so vor allem Materialistische Hedonisten (Calmbach et al. 2016: 289). Wenn es um die Frage von Konsumeinschränkungen geht, ist es für junge Menschen wichtig, damit nicht alleine dazustehen – wenn sich alle anderen an entsprechende Vorgaben halten würden, dann wäre man selbst eher auch bereit, auf bestimmte „Bequemlichkeiten“ zu verzichten (ebenda: 272).

Mit ihrer Kaufkraft können Konsumenten am Markt **negative oder positive Sanktionen** ausüben – aus bestimmten, zum Beispiel ökologischen Gründen, verweigern sie einerseits oder präferieren andererseits den Kauf bei bestimmten Unternehmen, Ländern oder von Produkten bestimmter Kategorien. So haben sich Boykotte etwa gegen Chemiekonzerne, Tropenholz oder Pelzhändler gerichtet; positive Kaufmotivationen dagegen kommen etwa fair gehandelten Waren oder von gemeinnützigen Organisationen betriebenen Shops zugute oder äußern sich in Aktionen wie „Carrotmobs“. Diese Aktionsformen sind bei jungen Menschen bekannt; laut Shell Jugendstudie 2015 haben sich 34 Prozent schon einmal an Aktionen beteiligt, bei denen auf bestimmte Waren verzichtet wurde (34 Prozent). Zu ähnlichen Ergebnissen kommt das Nachhaltigkeitsbarometer 2015 mit 30 Prozent Erfahrung und weiteren rund 50 Prozent Interesse daran (Michelsen et al. 2015: 142f.). Es handelt sich hier um Aktivitäten, die leicht durchführbar und breit akzeptiert sind und im Erfolgsfall das Gefühl der Selbstwirksamkeit stärken (ebenda: 142ff.). Hinter diesen Aktionsformen stehen Debatten über umwelt- oder klimaschädliche und menschenunwürdige Produktionsbedingungen, die vielen jungen Menschen bekannt sind (Calmbach et al. 2016: 287). Sie sind der Meinung, dass

sich beispielsweise die globalen Produktionsbedingungen oder Tierhaltung durch kritischen Konsum verändern ließen, sofern möglichst viele Menschen anders einkaufen würden. Bislang sehen sie aber selber wenig Sinn darin, als Einzelperson etwas bewegen zu wollen, weil sie überzeugt sind, dass es eine kritische Masse braucht, um wirksam zu werden (ebenda: 298). Junge Menschen, insbesondere aus der Gruppe der Sozialökologischen, die sich schon für einen vermehrten Konsum fair gehandelter Kleidung oder biologischer Lebensmittel entschieden haben, wollen damit ein Vorbild für andere junge Menschen sein, da sie meinen, dass irgendjemand damit anfangen müsse. Insgesamt sehen junge Menschen als hemmende Faktoren ihre begrenzten finanziellen Mittel, den hohen Aufwand zur Informationsbeschaffung und grundsätzliche Zweifel, ob man durch teurere Produkte zu besseren Produktionsbedingungen beiträgt (vergleiche Calmbach et al. 2016: 289, 293).

3.3.8 Handlungsfeld Engagement für Umwelt- und Naturschutz

Viele Menschen verfolgen ihre Interessen schon immer durch spontanes oder organisiertes beziehungsweise institutionelles Engagement auf gesellschaftlicher oder politischer Ebene. Auch viele junge Menschen sind hier aktiv oder zeigen Interesse daran, sich einzubringen. Laut Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen ist ein **Engagement für den Umwelt- und Naturschutz** ein relevantes Phänomen in der Jugend (Gossen et al. 2015: 14): Aktuell geben neun Prozent der 14- bis 25-Jährigen an, dass sie sich bereits aktiv engagieren, ein grundsätzliches Interesse äußern 50 Prozent. Interessiert zeigen sie sich vor allem an Themen und Aktivitäten, die einen Alltagsbezug haben und im Rahmen des individuellen Zeitbudgets erfüllbar sind.¹⁵ Für den Umwelt- oder Naturschutz aktive junge Menschen engagieren sich institutionell laut der Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen schwerpunktmäßig in den großen Umwelt- oder Naturschutzverbänden (fünf Prozent der 14- bis 25-jährigen Befragten; dies sind zwei Prozentpunkte mehr als im Bevölkerungsdurchschnitt). Mit drei Prozent Aktiven ist die Mitarbeit in zeitlich befristeten Umweltschutz-Projekten ebenfalls verhältnismäßig beliebt (unter allen Befragten sind es zwei Prozent), und 13 Prozent haben schon einmal an so genannten „Flashmobs“, also an Treffen und Aktionen, zu denen man sich spontan im Internet verabredet, teilgenommen (ebenda: 14f.). An Demonstrationen haben laut Nachhaltigkeitsbarometer 2015 bereits 23 Prozent der befragten jungen Menschen teilgenommen (Michelsen et al. 2015: 144).

Für den Abstand zwischen realem Engagement und dem hohen Potenzial von 50 Prozent Interessierten zeigen sich verschiedene Gründe: Vielen jungen Menschen fehlt das Wissen um konkrete Möglichkeiten für freiwilliges Engagement und um geeignete Anlaufstellen. Auch wird Mangel an Zeit empfunden, um sich aktuell engagieren zu können, sodass man zum Vertagen in die Zukunft neigt und es fehlen auch eigene konkrete Ideen (Calmbach et al. 2016: 276, 284). Zudem stellt

¹⁵ Dies unterstützt auch die Shell Jugendstudie 2015: Von den 34 Prozent der jungen Menschen, die hier berichten, dass sie insgesamt „oft“ für andere im Alltag aktiv sind, engagiert sich auch ein Teil für den Umwelt- und Tierschutz, und zwar in einem Verein, an der Schule oder Uni, in einer Projektgruppe, Kirchengemeinde, Jugendorganisation oder auch allein (Shell 2015: 193ff.). Zudem sind politische Interessensbekundungen und Aktivitäten zu beobachten: mehr als die Hälfte der befragten jungen Menschen gaben an, sich schon einmal an mindestens einer politischen Aktivität beteiligt zu haben (ebenda: 198f.). Dazu gehören auch umwelt- oder nachhaltigkeitsrelevante Handlungen wie etwa der Verzicht darauf, bestimmte Waren zu kaufen (34 Prozent) und Online-Petitionen oder Unterschriftenlisten; Erfahrungen mit eher kollektiv organisierten Aktivitäten wie Demonstrationen oder Bürgerinitiative haben dagegen eher wenige (ebenda).

sich vielen die Frage nach der Wirksamkeit und den Einflussmöglichkeiten eines persönlichen Engagements.

Vor diesem Hintergrund bietet das **Internet** vielfältige, einfache Möglichkeiten junger Menschen für den Umwelt- und Naturschutz. Die Vertiefungsstudie zum Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen zeigt, dass fast die Hälfte schon einmal bei Onlinekampagnen und Online-Petitionen unterschrieben hat. Auch der Protest über soziale Netzwerke findet Anklang: 22 Prozent haben damit bereits Erfahrungen gesammelt und genauso viele geben an, Interesse an dieser Form des Engagements zu haben. Das sind jeweils doppelt so viele Personen wie in der Gesamtbevölkerung. Erfahrungen mit dem Verfassen von Blog- Artikeln oder Beiträgen in Internetforen haben bereits ebenfalls recht viele junge Menschen. Dass fast ein Fünftel der jungen Befragten schon einmal an politischen Beteiligungsprozessen im Internet teilgenommen hat und fast ein Viertel sich dies zukünftig vorstellen kann, zeigt das Mobilisierungspotenzial der Online-Medien für politische Themen. Niedrigschwellige Möglichkeiten, die sich gut in die Alltagswelten und Mediennutzungsgewohnheiten junger Menschen integrieren lassen, können ihre Aktivitätsbereitschaft erhöhen.

3.3.9 Handlungsfeld Leben in der Stadt

Die weitaus meisten jungen Menschen wachsen in **städtischen Umgebungen** auf und erleben damit das Spannungsfeld der Freiheiten aus der Nutzung des öffentlichen Raumes und der Beschränkungen, denen sie dabei begegnen; Stadt ist ein Raum der Möglichkeiten, Selbstentfaltung und Vernetzung und zugleich ein Ort von Nutzungskonflikten (BMVBS 2010). **StadtNatur** hat ein großes Potenzial für die Förderung erfüllender, wertschätzender Mensch-Natur-Beziehungen, was insbesondere bei jüngeren Menschen über niedrigschwellige Erlebnis- und Begegnungsangebote eingelöst werden kann (BMUB 2015: 12).

Wenn sich junge Menschen im Bereich **Stadtentwicklung** engagieren, berührt dies zwar auch diverse umweltrelevante Aspekte (z. B. Mobilität, Wohnen, Lärm, Konsum), gilt dabei aber doch zunächst einem eigenständigen Politikbereich, in dem es auch um die Gestaltung ihrer unmittelbaren städtischen Alltagswelt geht. Durch ihr Engagement können sie die Stadt auf ihre – nach Lebenswelt und Szenenzugehörigkeit sehr unterschiedlichen – Bedürfnisse aufmerksam machen und sich in Planungs- und Gestaltungsprozesse einbringen (vergleiche BMVBS 2010, BMVBS 2013). Junge Menschen können damit eigenständig Verantwortung in der Quartiersentwicklung und bei der Gestaltung städtischer Räume übernehmen, indem sie ihr eigenes „Expertenwissen“ einbringen und als Impulsgeber für viele Entwicklungsprozesse in den Quartieren oder sogar auf gesamtstädtischer Ebene wirken (BMVBS 2010: 10). Eine Einbindung von jungen Menschen in klassische Planungsprozesse findet allerdings in der Praxis nur selten statt, es fehlt an Strategien und Instrumenten zur konkreten Berücksichtigung der Belange von jungen Menschen mit ihren besonderen Ansprüchen (ebenda: 10). Ihre Einbindung in Planungsprozesse stellt eine besondere Herausforderung dar. Viele der gängigen Methoden der Bürgerbeteiligung sind in der Arbeit mit jungen Menschen erfolglos geblieben, da wichtige Voraussetzungen nicht erfüllt waren: eine Beteiligung muss frühzeitig und transparent erfolgen und die Ergebnisse müssen nachprüfbar in die Planungsprozesse einfließen (ebenda). Gerade weil sich ihre Bedürfnisse und Ansprüche von außen oft nicht leicht identifizieren lassen, ist es wichtig, differenziert vorzugehen, um von den jungen Menschen angenommen zu werden (ebenda: 20).

Nach wie vor lassen sich in den lebensweltlichen Settings von jungen Menschen – und insbesondere in den Lebensbereichen der Mobilität sowie in der Nutzung und Erreichbarkeit von kommerziellen und nichtkommerziellen Angeboten – Unterschiede zwischen **Stadt- und Landjugendlichen** ausmachen (Beierle et al. 2016).¹⁶

4 Schlussfolgerungen für die Umwelt- und Stadtpolitik

Nachdem die junge Generation nun bereits seit längerer Zeit mit dem Attribut „pragmatisch“ charakterisiert wird, ist es nicht nur eine theoretische, sondern insbesondere auch eine sozial, kulturell und politisch sehr relevante Frage, ob sich ein Wandel hin zu einer anderen Generationengestalt vollzieht. Bestätigen sich die **Anzeichen für einen Trend**, der die Bedeutung von Nachhaltigkeit und umwelt- und stadtbezogene Themen steigert und sich auch in stärkerem Engagement für die Gestaltung der gesellschaftlichen Wirklichkeit ausdrückt? Oder wechseln sich die von jungen Menschen erlebten Krisenphänomene untereinander ab, sodass am Status quo keine wesentlichen Änderungen festzustellen sein werden?

Angesichts der gegenwärtig großen Zustimmung zu umwelt- beziehungsweise nachhaltigkeitsbezogenen Werten und Einstellungen rückt die Frage in den Vordergrund, was getan werden kann, um das **umweltfreundliche Verhalten** zu stärken. Hier zeigen sich in diversen Verhaltensbereichen erhebliche unausgeschöpfte Potenziale – der (weiteren) Erforschung fördernder und hemmender Faktoren kommt also eine große Bedeutung zu. Es gibt Hinweise darauf, dass es neben der Wissens- und Wertevermittlung für manche jugendspezifischen Lebensweltypen andere erfolgversprechende Ansätze gibt – was zugleich impliziert, dass die so genannte Einstellungs-Verhaltens-Lücke auf die jungen Menschen nicht immer zutrifft und durch das Bild des zu aktivierenden Potenzials ergänzt werden müsste.

Eine Jugend, die nicht ausgeprägt rebelliert und eher konstruktive Formen für ihr gesellschaftliches Engagement sucht, wirft die Frage nach der **Beziehung zum Staat** und nach dessen Rolle auf. Kann die akzeptierte Notwendigkeit eines in seinen Zusammenhängen unzureichend verstandenen Klimaschutzes sogar Postwachstumsdebatten Auftrieb geben und neue Wohlstandskonzepte (z. B. Zeit- statt Güterwohlstand) und Konsumverzicht stärken – etwa am praktischen Beispiel von reduziertem Fleischverbrauch oder Nahtourismus?

Möglicherweise aber finden staatliche Akteure selbst bei einer hoch anpassungsbereiten Jugend keine Resonanz, weil sie durch die von Politikverdrossenheit betroffenen Institutionen in Mitleidenschaft gezogen sind: die Intransparenz von Entscheidungsprozessen oder die mangelnde Kohärenz im offiziellen Handeln nähren die **Distanz zum etablierten Betrieb**. Was muss sich – real und in der Wahrnehmung junger Menschen ändern, damit Partizipationsangebote als glaubwürdig angenommen werden? Wie nimmt die junge Generation überhaupt die Rahmenbedingungen und

¹⁶ Grundsätzlich kann festgestellt werden, dass für ländliche Räume und die Lebensverhältnisse der dort aufwachsenden jungen Menschen nur wenige aktuelle Forschungen vorliegen (eine Ausnahme stellt die Studie des deutschen Jugendinstituts 2016 „Jugend im Blick – Regionale Bewältigung demografischer Entwicklungen“ (Beierle et al. 2016) dar).

Restriktionen im politischen Handeln wahr und entstehen daraus Ansätze, um für ressortübergreifende Herausforderungen wirksame Lösungen zu entwickeln?

Schon immer entwickeln junge Menschen **eigene Räume**, um Handlungsmöglichkeiten zu vergrößern und unabhängiger zu agieren. Welche Ansätze autonomen, staatsfernen oder eventuell sogar konfliktfreudigen Verhaltens weisen in Richtung größerer Nachhaltigkeit? Birgt kritisches Konsumverhalten ein Potenzial zur Differenzierung und zu einer Perspektive auf einen „stabileren“ Wohlstand? Und wenn dies so ist, profitiert ein solches Konsumverhalten von der Fähigkeit, widerstreitende Werte und Praktiken nebeneinander zu dulden, oder versiegen kritische Initiativen in Profillosigkeit und Beliebigkeit? Widersprüche und Differenzen betreffen nicht nur persönliche Werte, sondern auch die verschiedenen sozialen und räumlichen Beziehungen – wenn man die globalen Produktionsbedingungen als unfair empfindet, ist die junge Generation dann auch in ihrem direkten Umfeld zum Beispiel für Bildungschancen und Umweltgerechtigkeit mobilisierbar? „Nah“ und „fern“ sind Konzepte, die zu unterschiedlichen Dringlichkeitswahrnehmungen führen, was den Klimaschutz auf Distanz hält – und nach Ansätzen fragt, wie dieses globale Thema etwa in der Umweltbildung näher herangeholt werden kann, in greifbare Bilder und Begriffe der eigenen Erlebniswelten.

Die junge Generation ist nicht nur nicht homogen, sondern wächst in sehr unterschiedlichen, zum Teil **prekären sozialen Lagen** auf. Sind die armen, nicht bildungsaffinen und überdurchschnittlich chancenlosen jungen Menschen als Akteure der Umweltpolitik verloren, wo sie doch eher eine Zielgruppe für Maßnahmen an sozialen Brennpunkten darstellen? Auf welche Weise können sie (besser) einbezogen werden, um ihre Lebenschancen zu verbessern? Welches Bild könnte entstehen, wenn sich politische Partizipationsangebote auf „Sozialökologische“ fokussieren würden und wäre das Prinzip der Umweltgerechtigkeit dann noch vermittelbar? Aber durch wen repräsentieren sich die ihrer unterprivilegierten Lage durchaus bewussten jungen Menschen? Der Abbau von Bildungsungerechtigkeit auch in Bezug auf Nachhaltigkeit in den Schulen bekommt in diesem Licht einen besonderen Stellenwert.

Kommunikation ist eine zentrale Herausforderung für eine jugendspezifische Umwelt- und Stadtpolitik, da die Verschiedenheit und Fremdheit der Welten der möglichen Beteiligten außer Frage steht. Wie sollen sich die offiziellen Akteure aus Sicht junger Menschen auf sie einstellen? Können junge Menschen am besten mit der Politik interagieren, wenn sie dort auf Angehörige ihrer eigenen Generation treffen würden? Was hat sich durch Digitalisierung und sozialen Wandel in den Kommunikationskulturen geändert – können die klassischen Dialogformate und die offizielle Öffentlichkeitsarbeit junge Menschen noch erreichen, oder sind die Grenzen bisheriger „Sende“-Kommunikation bereits erreicht? Welche Kommunikationsformen wären geeignet, etwa dem Bedürfnis nach Selbstwirksamkeit und Relevanz (sich als „kritische Masse“ erkennen) gerecht zu werden? Junge Menschen neigen heute weniger dazu, institutionelle Bindungen einzugehen und finden, Gremienarbeit und längerfristige Mitgliedschaften in Organisationen wenig attraktiv. Da sie projekt- und ergebnisbezogenes Engagement mit absehbaren Ergebnissen präferieren, stellt sich auch die Frage nach geeigneten Bindungsmodellen. Während erkannt ist, dass niedrigschwellige Handlungs- und Beteiligungsmöglichkeiten gerne akzeptiert werden, verdient es besondere Aufmerksamkeit, wie junge Menschen ihre Rolle bei den komplexeren, strukturierteren und langfristigeren Aufgaben sehen.

5 Literaturverzeichnis

- Beierle, Sarah, Frank Tillmann und Birgit Reißig (2016): Jugend im Blick – Regionale Bewältigung demografischer Entwicklungen. Deutsches Jugendinstitut (DJI) (Hrsg.), München/Halle. URL: http://www.dji.de/fileadmin/user_upload/jugendimblick/Abschlussbericht_Final.pdf (9.12.2016)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (2015): Naturbewusstseinsstudie 2015. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. URL: http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/naturbewusstseinsstudie_2015_bf.pdf (9.12.2016)
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2013): Kompass: Jugendliche und Stadtentwicklung, Berlin. URL: http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BMVBS/Sonderveroeffentlichungen/2013/DL_Jugendkompass.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (29.11.2016)
- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) (2010): Jugend macht Stadt: Junge Impulse für die Stadtentwicklung, Berlin. URL: http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/BMVBS/Sonderveroeffentlichungen/2010/DL_JugendStadt.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (29.11.2016)
- Calmbach, Marc, Silke Borgstedt, Inga Borchard, Peter Martin Thomas und Berthold Bodo Flaig (2016): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Springer Fachmedien, Wiesbaden.
- Calmbach, Marc, Peter Martin Thomas, Inga Borchard und Bodo Flaig (2012): Wie ticken Jugendliche? Lebenswelten von Kindern und Jugendlichen im Alter von 14-17 Jahren in Deutschland. Eine SINUS-Studie im Auftrag der Deutschen Kinder- und Jugendstiftung (u.a.), Düsseldorf.
- Calmbach, Marc (2012): SINUS Jugendstudie u18. Wie ticken Jugendliche? (Vortragsfolien). URL: http://wiki.dpjw.org/sowa/sites/default/files/Sinusstudie_Ergebnisse.pdf (29.11.2016)
- Deutsches Jugendinstitut (DJI) (2016): Jugend im Blick – Regionale Bewältigung demografischer Entwicklungen. (Autor/innen: Sarah Beierle, Frank Tillmann und Birgit Reißig). München/Halle.
- Destatis (2016): 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung für Deutschland. URL: <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/#a=14,22&q> (29.11.2016)
- Gossen, Maïke, Brigitte Holzhauer, Michael Schipperges und Gerd Scholl (2015): Umweltbewusstsein in Deutschland 2014 Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen. UBA-Texte 77/2015, Dessau-Roßlau. URL: https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/378/publikationen/texte_77_2015_umweltbewusstsein_in_deutschland_2014_vertiefungsstudie_1.pdf (29.11.2016)
- Greenpeace (Hrsg.), Carolin Wahnbaeck, Kirsten Brodde und Hanno Groth (2015): Usage & Attitude Mode unter Jugendlichen. Ergebnisbericht.
- Klages, Helmut (2001): Brauchen wir eine Rückkehr zu traditionellen Werten? In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Nr. 29, 2001.
- Michelsen, Gerd, Heiko Grunenberg, Clemens Mader und Matthias Barth (2015): Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2015 – Nachhaltigkeit bewegt die jüngere Generation. Zusammenfassung. Greenpeace, Hamburg.
- Room49 GmbH/Celepedia (2016): Die Celepedia Jugendstudie #1, Berlin.
- Schipperges, Michael, Maïke Gossen, Brigitte Holzhauer und Gerd Scholl (2016): Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland 2014. Vertiefungsstudie: Trends und Tendenzen im Umweltbewusstsein. UBA-Texte 59/2016, Dessau-Roßlau.
- Shell (Hrsg.) (2015): Jugend 2015. Eine pragmatische Generation im Aufbruch. 17. Shell Jugendstudie, Frankfurt a.M.
- Sinus akademie (2016): Wie ticken Jugendliche 2016? Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland. Öffentlicher Foliensatz. URL: http://www.sinus-akademie.de/fileadmin/user_files/Wie_ticken_Jugendliche_2016/Presse/%C3%96ffentlicher_Foliensatz_u18_2016.pdf (29.11.2016)
- Tully, Claus und Wolfgang Krug (2011): Konsum im Jugendalter. Umweltfaktoren, Nachhaltigkeit, Kommerzialisierung. Wochenschau Verlag, Schwalbach.
- Zukunftsinstitut (Hrsg.) (2015): Youth Economy. Die Jugendstudie des Zukunftsinstituts. Frankfurt a. M.

GESCHÄFTSSTELLE BERLIN
MAIN OFFICE

Potsdamer Straße 105
10785 Berlin

Telefon: + 49 – 30 – 884 594-0

Fax: + 49 – 30 – 882 54 39

BÜRO HEIDELBERG
HEIDELBERG OFFICE

Bergstraße 7
69120 Heidelberg

Telefon: + 49 – 6221 – 649 16-0

Fax: + 49 – 6221 – 270 60

mailbox@ioew.de

www.ioew.de