

Bremer, Ann-Kathrin

Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität. Die Sicht junger Menschen zwischen 14 und 25 Jahren

Opladen • Berlin • Toronto : Budrich Academic Press 2025, 305, cxviii S. - (Dissertation, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, 2024)



Quellenangabe/ Reference:

Bremer, Ann-Kathrin: Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität. Die Sicht junger Menschen zwischen 14 und 25 Jahren. Opladen • Berlin • Toronto : Budrich Academic Press 2025, 305, cxviii S. - (Dissertation, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt, 2024) - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-323029 - DOI: 10.25656/01:32302; 10.3224/96665094

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-323029>

<https://doi.org/10.25656/01:32302>

in Kooperation mit / in cooperation with:



<https://www.budrich.de>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen, solange Sie den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-Licence: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and render this document accessible, make adaptations of this work or its contents accessible to the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der:


Leibniz-Gemeinschaft

Ann-Kathrin Bremer



Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität

Die Sicht junger Menschen
zwischen 14 und 25 Jahren

Ann-Kathrin Bremer
Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges
Konsumverhalten und Lebensqualität

Ann-Kathrin Bremer

Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität

Die Sicht junger Menschen
zwischen 14 und 25 Jahren

Budrich Academic Press
Opladen • Berlin • Toronto 2025

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

Diese Arbeit wurde als Dissertationsschrift zur Erlangung des Doktorgrades der Naturwissenschaften (Dr. rer. nat.) an der Mathematisch-Geographischen Fakultät der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt unter dem Titel „Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität. Die Sicht der jungen Generation“ angenommen.

Referentin: Prof. Dr. Ingrid Hemmer (Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt)

Koreferentin: Prof. Dr. Ann-Kathrin Lindau (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg)

Datum der mündlichen Prüfung: 09. Juli 2024

Die dieser Veröffentlichung zu Grunde liegenden empirischen Daten sind unter <https://doi.org/10.7802/2801> abrufbar.

© 2025 Dieses Werk ist bei der Budrich Academic Press GmbH erschienen und steht unter der Creative Commons Lizenz Attribution 4.0 International

(CC BY 4.0): <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Diese Lizenz erlaubt die Verbreitung, Speicherung, Vervielfältigung und Bearbeitung unter Angabe der UrheberInnen, Rechte, Änderungen und verwendeten Lizenz.

Stauffenbergstr. 7 | D-51379 Leverkusen | info@budrich.de

www.budrich-academic-press.de



Die Verwendung von Materialien Dritter in diesem Buch bedeutet nicht, dass diese ebenfalls der genannten Creative-Commons-Lizenz unterliegen. Steht das verwendete Material nicht unter der genannten Creative-Commons-Lizenz und ist die betreffende Handlung gesetzlich nicht gestattet, ist die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers für die Weiterverwendung einzuholen. In dem vorliegenden Werk verwendete Marken, Unternehmensnamen, allgemein beschreibende Bezeichnungen etc. dürfen nicht frei genutzt werden. Die Rechte des jeweiligen Rechteinhabers müssen beachtet werden, und die Nutzung unterliegt den Regeln des Markenrechts, auch ohne gesonderten Hinweis.

Dieses Buch steht im Open-Access-Bereich der Verlagsseite zum kostenlosen Download bereit (<https://doi.org/10.3224/96665094>).

Eine kostenpflichtige Druckversion kann über den Verlag bezogen werden. Die Seitenzahlen in der Druck- und Onlineversion sind identisch.

ISBN 978-3-96665-094-6 (Paperback)

eISBN 978-3-96665-901-7 (PDF)

DOI 10.3224/96665094

Umschlaggestaltung: Bettina Lehfeldt, Kleinmachnow – www.lehfeldtgraphic.de

Typografisches Lektorat: Angelika Schulz, Zülpich

Vorwort

Eine Promotion ist ein Marathon und kein Sprint. Zeitweise sogar ein Hürdenlauf. Das weiß ich jetzt, da ich meine fertige Dissertation in den Händen halte, zu gut. Dass ich nun am Ziel angelangt bin, habe ich vielen lieben Menschen um mich herum zu verdanken, die mich mit ihrer Unterstützung, Freundschaft und Liebe begleitet haben. Ihnen möchte ich herzlich danken.

Mein erster Dank geht an meine Doktormutter Prof. Dr. Ingrid Hemmer, die mich schon im Masterstudium förderte und ohne deren Zuspruch und Vertrauen ich mich wohl nie an eine Promotion gewagt hätte. Ihr offenes Ohr, ihre hilfreichen Ratschläge und ihre professionelle Begleitung halfen mir, alle Fragen und Probleme zu bewältigen. In kritischen Momenten, in denen ich kurz vor dem Aufgeben stand, nahm sie stets den Druck heraus. Für die Übernahme des Koreferats der Arbeit und weiterer unterstützender Beratung möchte ich mich bei Prof. Dr. Anne-Kathrin Lindau bedanken. Auch sie unterstützte mich stets.

Weiterhin möchte ich meinen Kolleg*innen an der Professur und im Projekt Mensch in Bewegung danken, die mir mit Rat und Tat zu Seite standen. Danke an Anna Peitz, Fabian van der Linden, Ina Limmer, Veronika Schwarz, Nicole Mayinger und Prof. Dr. Verena Reinke. Danke an Susanne Freund, Judith Prantl, Laura Kovac, Franzl Werner, Dr. Tanja Kohn und Dr. Ulrike Brok. Katrin Poesche danke ich recht herzlich für das akribische Korrekturlesen und das konstruktive Feedback.

Ein herzliches Dankeschön gilt allen, die den Umfragelink zur Studie verteilt und so zu einer großen und vielfältigen Stichprobe beigetragen haben. Und selbstverständlich danke ich auch allen Studienteilnehmenden. Ohne diese wäre das ganze Promotionsverfahren nicht realisierbar gewesen. Ein besonderer Dank gilt in diesem Zusammenhang Claudia Hornung, Lehrerin an der Knabenrealschule Rebberd, an der ich den Pretest mit meinem Erhebungsinstrument durchführen durfte.

Meiner Familie und meinen Freund*innen gilt ein großer Dank für das Verständnis, wenn ich mich zurückzog. Für die Versorgung mit Essen, wenn bei mir „Land unter“ war, und für die Ablenkung immer dann, wenn ich sie brauchte. Danke für eure Begleitung, für eure Funktion als Leitposten, Wasserträger*innen und Versorgungsstationen. Ohne euch hätte ich meinen Marathon niemals geschafft. Danke, Mama, Papa, Jan und Lea. Danke, Anne und Andy, Petra, Christa, Christina, Marina, Tom, Norbert und Christine. Bei euch, Kati, Martina, Thorsten, Norbert, Regina und Margit, möchte ich mich darüber hinaus auch für den seelischen Beistand in schwierigeren Phasen bedanken.

Zu guter Letzt und aus tiefstem Herzen möchte ich meinen Großeltern, besonders meinem Opa, danken. Dafür, dass sie mir immer ein Vorbild waren

und vor allem mein Opa mir schon in frühen Lebensjahren die Liebe zur Natur vorgelebt und mich so letztlich auf meinen beruflichen Weg gebracht hat.

Eichstätt im Februar 2024

Ann-Kathrin Bremer

„Be the change you wish to see in the world.“

Mahatma Gandhi

Inhalt

Vorwort.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	11
Tabellenverzeichnis.....	13
Abkürzungsverzeichnis	17
Symbolverzeichnis	18
1 Einleitung.....	19
1.1 Problemdarstellung	20
1.2 Aufbau	26
2 Theoretische Grundlagen und Stand der Forschung.....	29
2.1 Nachhaltige Entwicklung.....	29
2.2 Nachhaltigkeitsbewusstsein	34
2.3 Nachhaltiger Konsum	35
2.4 Nachhaltiger Lebensstil, Lebensqualität und Lebenszufriedenheit.....	40
2.5 Selbstwirksamkeitserwartung	43
2.6 Modelle zur Erklärung des nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens	46
2.6.1 Geläufige Modelle aus der (Umwelt-)Psychologie	46
2.6.2 Comprehensive Action Determination Model	50
2.7 Stand der Forschung	55
2.7.1 Stand der Forschung auf Basis des Comprehensive Action Determination Model.....	56
2.7.2 Forschung zu Nachhaltigkeit(-sbewusstsein), nachhaltigem Konsum und Lebensqualität	59
2.7.3 Forschungsdesiderate	72

3 Vorstudie: Expert*innenworkshop und Zukunftswerkstatt.....	77
3.1 Expert*innenworkshop	77
3.2 Zukunftswerkstatt	78
3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableitungen für die Studie.....	83
 4 Recherche zum nachhaltigen Konsumangebot in der Region	
Ingolstadt	87
 5 Forschungsfragen der Studie	91
 6 Methodik.....	95
6.1 Untersuchungsdesign	95
6.2 Messinstrument	96
6.2.1 Aufbau, Objektivität und Validität des Fragebogens	96
6.2.2 Pretest.....	101
6.2.3 Reliabilität.....	106
6.2.4 Soziale Erwünschtheit.....	107
6.3 Stichprobe	109
6.3.1 Stichprobenauswahl	109
6.3.2 Stichprobenbeschreibung	113
6.4 Durchführung der Erhebung	117
6.5 Datenaufbereitung.....	118
6.6 Auswertungsmethoden.....	119
 7 Ergebnisse der empirischen Studie.....	125
7.1 Deskriptive Ergebnisse der Gesamtstichprobe.....	125
7.1.1 Deskriptive Ergebnisse zum nachhaltigen Konsumverhalten und zur Lebensqualität	125
7.1.2 Deskriptive Ergebnisse mit Bezug zur Region Ingolstadt.....	137
7.2 Auswertung bezogen auf die Forschungsfragen (Zielstichprobe).....	150
7.2.1 Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität.....	151
7.2.2 Forschungsfragenbezogene Auswertung mit Bezug zur Region Ingolstadt	196

7.3 Nachhaltigkeitsbewusstsein, Selbstwirksamkeitserwartung und nachhaltige Entwicklung in Theorie und Praxis	233
8 Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen	235
8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse und Beantwortung der zentralen Forschungsfrage	235
8.2 Beschreibung der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Variablen des CADM	241
9 Diskussion	245
9.1 Diskussion der Ergebnisse	245
9.2 Kritische Reflexion	265
9.2.1 Theoretische Grundlagen und Formulierung der forschungsleitenden Fragen	265
9.2.2 Methodik	267
10 Implikationen für die weitere Forschung und die Praxis	273
10.1 Vorschläge zur Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins und des nachhaltigen Konsums	273
10.1.1 Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins und des nachhaltigen Konsums	274
10.1.2 Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen	277
10.2 Implikationen für die weitere Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein und der Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum	283
11 Zusammenfassung und Ausblick	287
Literaturverzeichnis	291
Anhang	305

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung	21
Abbildung 2: Leitbild nachhaltige Entwicklung	33
Abbildung 3: Nachhaltigkeitsstrategien	38
Abbildung 4: Comprehensive Action Determination Modell mit Korrelationskoeffizienten.....	52
Abbildung 5: Ergebnisse der Kritikphase der Zukunftswerkstatt	81
Abbildung 6: Ergebnisse der Fantasiephase der Zukunftswerkstatt.....	81
Abbildung 7: Ergebnisse der Realisierungsphase der Zukunftswerkstatt	83
Abbildung 8: Zeichnung aus der Fantasiephase der Zukunftswerkstatt.....	85
Abbildung 9: Grober Aufbau des Erhebungsinstruments	97
Abbildung 10: Verteilung der Berufsgruppen in der Zielstichprobe.....	117
Abbildung 11: Einfluss der Corona-Pandemie auf die Lebensqualität	127
Abbildung 12: Zuordnung der genannten Nachhaltigkeitsthemen zu den SDGs	139
Abbildung 13: Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt durch die Gesamtstichprobe	145
Abbildung 14: Kenntnis über nachhaltigkeitsorientierte Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt	157
Abbildung 15: Zugewandtheit zu nachhaltigkeitsorientierten Gruppen in der Region Ingolstadt	158
Abbildung 16: Wissen über nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt.....	159
Abbildung 17: Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt durch die Zielstichprobe	163
Abbildung 18: Teilnahme an Demonstrationen, gruppiert nach der Zugewandtheit zu FFF	169
Abbildung 19: Unterschreiben von Petitionen, gruppiert nach der Zugewandtheit zu FFF	170
Abbildung 20: Unterschreiben von Petitionen, gruppiert nach dem Alter ..	171
Abbildung 21: Kenntnis über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt, gruppiert nach der Zugehörigkeit zu FFF	210
Abbildung 22: CADM mit Korrelations- und Regressionskoeffizienten	244

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Entwicklung des Leitbilds nachhaltige Entwicklung	31
Tabelle 2: Studien auf Grundlage des Comprehensive Action Determination Model (2013).....	57
Tabelle 3: Studien zu den Themen Jugendliche, Nachhaltigkeit und Lebensqualität	61
Tabelle 4: Phasen der Zukunftswerkstatt	79
Tabelle 5: Mögliche Maßnahmen für einen nachhaltigen Konsum	87
Tabelle 6: Überblick der forschungsleitenden Fragen	98
Tabelle 7: Aufbau des Erhebungsinstruments.....	100
Tabelle 8: Feedback der Teilnehmenden zum Erhebungsinstrument.....	103
Tabelle 9: Reliabilität der verwendeten Skalen im Erhebungsinstrument (Cronbachs α).....	104
Tabelle 10: Deskriptive Befunde zur Übertreibung positiver Qualitäten [KSE-G, PQ+].....	108
Tabelle 11: Deskriptive Befunde zur Untertreibung negativer Qualitäten [KSE-G, NQ-].....	108
Tabelle 12: Personen zwischen 14 und 25 Jahren in der Region Ingolstadt.....	111
Tabelle 13: Verteilung des Fragebogens.....	112
Tabelle 14: Durchschnittsalter der Gesamtstichprobe	113
Tabelle 15: Verteilung des Wohnorts in der Gesamtstichprobe.....	114
Tabelle 16: Verteilung des Geschlechts in der Gesamtstichprobe	114
Tabelle 17: Zugehörigkeit zu den Berufsgruppen in der Gesamtstichprobe	114
Tabelle 18: Verteilung der Herkunft in der Zielstichprobe.....	115
Tabelle 19: Verteilung der Altersgruppen in der Zielstichprobe.....	116
Tabelle 20: Verteilung des Geschlechts in der Zielstichprobe (n=195).....	116
Tabelle 21: Korrelationen von Items und Skalen mit den unabhängigen Variablen	122
Tabelle 22: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit [SWLS].....	125
Tabelle 23: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AC].....	128
Tabelle 24: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AR].....	129
Tabelle 25: Deskriptive Befunde zu den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT].....	131
Tabelle 26: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT].....	133
Tabelle 27: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S]	134
Tabelle 28: Deskriptive Befunde zu den persönlichen Normen [PN].....	135

Tabelle 29: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung]	136
Tabelle 30: Deskriptive Befunde zur Selbstwirksamkeitserwartung [PBC]	137
Tabelle 31: Berührungspunkte mit dem Thema nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene in den vier Ausbildungsbereichen	138
Tabelle 32: Berührungspunkte mit dem Thema nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene in den vier Ausbildungsbereichen	140
Tabelle 33: Teilnahme an nachhaltigkeitsorientierten Angeboten und Aktionen	141
Tabelle 34: Affinität zu Nachhaltigkeitsinitiativen in der Region Ingolstadt	143
Tabelle 35: Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung	144
Tabelle 36: Verantwortlichkeiten für die Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	146
Tabelle 37: Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumangebote in der Region Ingolstadt	148
Tabelle 38: Kenntnis nachhaltiger Gastronomie in der Region Ingolstadt ..	149
Tabelle 39: Mediennutzung	149
Tabelle 40: Verteilung der Berufsgruppen in der Zielstichprobe	150
Tabelle 41: Verteilung der Zugehörigkeit zu FFF in der Zielstichprobe ...	151
Tabelle 42: Deskriptive Befunde der Skala zum Nachhaltigkeitswissen [AC]	152
Tabelle 43: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitswissen [AC] und dem Beruf	153
Tabelle 44: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und nachhaltigkeitsrelevantem Wissen [AC]	154
Tabelle 45: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitswissen [AC] und der Zugehörigkeit zu FFF	154
Tabelle 46: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AR]	156
Tabelle 47: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem nachhaltigkeitsrelevanten Wissen [AR]	156
Tabelle 48: Deskriptive Befunde der Skala zu den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT]	160
Tabelle 49: Zusammenhang zwischen den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT] und der Zugehörigkeit zu FFF	161
Tabelle 50: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT]	164
Tabelle 51: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] und dem Alter	165
Tabelle 52: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] und der Zugehörigkeit zu FFF ...	165

Tabelle 53: Deskriptive Befunde zur Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen	168
Tabelle 54: Deskriptive Befunde der Skala zur Information über nachhaltigkeitsrelevante Themen [Medien]	172
Tabelle 55: Zusammenhang zwischen der Nutzung von Medien und der Zugehörigkeit zu FFF	173
Tabelle 56: Deskriptive Befunde der Skala zum Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S]	174
Tabelle 57: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S] und der Zugehörigkeit zu FFF	175
Tabelle 58: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Nachhaltigkeitsbewusstsein [NHB]	176
Tabelle 59: Deskriptive Befunde der Skala zu nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN]	176
Tabelle 60: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN] und der Zugehörigkeit zu FFF	177
Tabelle 61: Deskriptive Befunde zu nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung]	179
Tabelle 62: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung]	179
Tabelle 63: Zusammenhang zwischen dem Beruf und nachhaltigkeitsrelevanten persönliche Normen [PN_Kleidung]	180
Tabelle 64: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung]	181
Tabelle 65: Deskriptive Befunde der Skala zur perceived behavioral control [PBC]	183
Tabelle 66: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Selbstwirksamkeitserwartung [PBC]	184
Tabelle 67: Selbstwirksamkeitserwartung zu den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops	185
Tabelle 68: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen	186
Tabelle 69: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Plastikverpackungen“	189
Tabelle 70: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen	190
Tabelle 71: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Lebensstil“	191

Tabelle 72: Deskriptive Befunde des Summenwertes der Skala zur Lebenszufriedenheit [SWLS].....	193
Tabelle 73: Deskriptive Befunde der Skala zur Beeinflussung der Lebensqualität durch die Pandemie [LQ_Cov].....	193
Tabelle 74: Zusammenhang zwischen der Lebenszufriedenheit [SWLS] und dem Beruf	194
Tabelle 75: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Lebenszufriedenheit [SWLS].....	194
Tabelle 76: Korrelationen der Skala zur Lebenszufriedenheit [SWLS] mit den Variablen des CADM	195
Tabelle 77: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Wissen über Konsumangebote	197
Tabelle 78: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und dem Wissen über Konsumangebote.....	199
Tabelle 79: Zusammenhang zwischen dem Beruf und dem Wissen über das Konsumangebot „fairer Kaffee, Tee, Schokolade, etc.“	205
Tabelle 80: Zusammenhang zwischen dem Wissen über Konsumangebote und dem Alter	206
Tabelle 81: Zusammenhang zwischen der Herkunft und dem Wissen über Konsumangebote	208
Tabelle 82: Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Teilnahme an Aktionen.....	212
Tabelle 83: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Teilnahme an Aktionen.....	213
Tabelle 84: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Gruppen	219
Tabelle 85: Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Gruppen.....	222
Tabelle 86: Zusammenhang zwischen dem Beruf und den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops.....	226
Tabelle 87: Zusammenhang zwischen der Herkunft und den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops.....	228
Tabelle 88: Verantwortlichkeiten für die Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops	232
Tabelle 89: Deskriptive Befunde der Berührungspunkte mit den Themen einer nachhaltigen Entwicklung.....	233
Tabelle 90: Korrelationen der untersuchten Variablen des CADM	242
Tabelle 91: Multiple lineare Regression anhand des CADM.....	243

Abkürzungsverzeichnis

AC	Awareness of Consequences – Bewusstsein über die Folgen des eigenen Verhaltens
ADFC	Allgemeiner Deutscher Fahrradclub
AR	Ascription of Responsibility – Bewusstsein über die eigene Verantwortung
ATT	Attitudes – Einstellungen
BEH	(Environmental) Behaviour – (Umweltspezifisches) Verhalten
BMU	Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BNE	Bildung für nachhaltige Entwicklung
CADM	Comprehensive Action Determination Model
FFF	Fridays for Future
HAB	Habits – Gewohnheiten
HMUKLV	Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
INT	Intentions – Intentionen
IRMA e. V.	Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e. V.
KSE-G	Kurzskala zur Sozialen Erwünschtheit
NAM	Normaktivierungsmodell
NAT	Norm-Activation-Theory – Norm-Aktivitäts-Theorie
NEP	New Environmental Paradigm – Neues Umweltparadigma
NGO	Nichtregierungsorganisation
NHB	Nachhaltigkeitsbewusstsein
ÖPNV	Öffentlicher Personen Nahverkehr
PBC	Perceived Behavioural Control – Wahrgenommene Verhaltenskontrolle
PN	Personal Norm – Persönliche Norm
SCQ-L	Sustainability Conciousness Questionnaire – Long – Fragebogen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein – Langfassung
SCQ-S	Sustainability Conciousness Questionnaire – Short – Fragebogen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein – Kurzfassung
SDGs	Sustainable Development Goals – Ziele für nachhaltige Entwicklung
SDSE	Sustainable Development Self-Efficacy – Selbstwirksamkeitserwartung im Bereich nachhaltiger Entwicklung
SE	Self-Enhancement Values – Selbstverbesserungswerte
SN	Social Norm – Soziale Norm

SRU	Sachverständigenrat der Bundesregierung in Umweltfragen
ST	Self-Transcendence Values – Selbsttranszendenzwerte
SWLS	Satisfaction With Life Scale – Skala zur Einschätzung der Lebenszufriedenheit
TPB	Theory of Planned Behaviour – Theorie geplanten Verhaltens
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Bildung, Wissenschaft und Kultur
VBN	Value-Belief-Norm-Theory – Value-Belief-Norm-Theorie
WAP	Weltaktionsprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung

Symbolverzeichnis

α	[alpha] Cronbachs α – Reliabilitätsmaß
C	Kontingenzkoeffizient nach Pearson
CFI	Comparative Fit Index – Maß der Anpassungsgüte
η	[eta] Korrelationskoeffizient
M	Skalenmittelwert
N/n	Stichprobenumfang
p	Signifikanzwert
φ	[phi] Korrelationskoeffizient
r	Produkt-Moment-Korrelation (Pearson) und Maß der Effektstärke bei Mittelwertvergleichen mittels Man-Whitney-U-Test
r_{it}	Trennschärfe
RMSEA	Root Mean Square Error of Approximation - Maßzahl zur Beurteilung der Prognosegüte
ρ	[rho] Spearmans Rangkorrelation
SD	Standardabweichung
SRMR	Root Mean Square Residual – Standardisierte Quadratwurzel des mittleren Residuenquadrats – Maß der Anpassungsgüte
V	Cramer's V – Korrelationskoeffizient
**	$p < .01$

1 Einleitung

„I’ve learned that you are never too small to make a difference. [...] But to do that, we have to speak clearly, no matter how uncomfortable that may be. You only speak of green eternal economic growth because you are too scared of being unpopular. You only talk about moving forward with the same bad ideas that got us into this mess, even when the only sensible thing to do is pull the emergency brake. [...] Our civilization is being sacrificed for the opportunity of a very small number of people to continue making enormous amounts of money. [...] It is the sufferings of the many which pay for the luxuries of the few. [...] You say you love your children above all else, and yet you are stealing their future in front of their very eyes. Until you start focusing on what needs to be done, rather than what is politically possible, there is no hope. We cannot solve a crisis without treating it as a crisis. [...] And if solutions within the system are so impossible to find, then maybe we should change the system itself“ (Thunberg 2018: o. S.).

Seit Mitte 2018 waren junge, für den Klimaschutz streikende Menschen für mehrere Jahre nicht mehr aus der Berichterstattung der Medien wegzudenken, zumindest bis die Berichterstattung zu den Klimastreiks und weiteren Aktivitäten von Fridays for Future [FFF] von der Corona-Pandemie im März 2020 und dem Krieg in der Ukraine seit Februar 2022 abgelöst wurden. Überall auf der Welt gingen zahlreiche Schüler*innen freitags im Rahmen der Protestbewegung Fridays for Future auf die Straße, um ihren Unmut über die ihrer Meinung nach unzureichenden Bemühungen der Politiker*innen, den Klimawandel aufzuhalten, kundzutun. Bisher wiesen Medienberichte, wissenschaftliche Publikationen und Studien darauf hin, dass die junge Generation den aktuellen Umweltproblemen oft ohne Antwort gegenübersteht. Die junge Generation schätze ihre Selbstwirksamkeitserwartung auf den Zustand unserer Umwelt als gering ein. Und das mangelnde Vertrauen in die eigene Handlungsfähigkeit äußere sich in zunehmender Politikverdrossenheit (vgl. BMU 2018: 20). Ist diese Behauptung über die Politikverdrossenheit von Jugendlichen in von Klimastreiks – zum Beispiel durch FFF – geprägten Zeiten noch gerechtfertigt? Oder schätzen sie ihre Selbstwirksamkeitserwartung inzwischen anders ein? Legen sie eine Bereitschaft zum nachhaltigen Verhalten an den Tag? Oder ist hier der Vorwurf, sie würden nur die Schule schwänzen wollen, gerechtfertigt?

1.1 Problemendarstellung

Greta Thunberg¹, eine zu Beginn ihrer öffentlich sichtbaren Aktivitäten 15-jährige Schwedin, von der das einleitende Zitat stammt, ist wohl das prominenteste Gesicht der FFF-Bewegung. Die beteiligten jungen Menschen machen gezielt auf den Klimawandel aufmerksam. „Nicht nur unsere Zukunft, sondern auch die Zukunft unserer Kinder und unserer Enkelkinder steht auf dem Spiel, da in der Klimapolitik nichts gemacht wird! [...] Wir setzen uns für echten Klimaschutz ein und wollen für unsere Zukunft und für die der folgenden Generationen kämpfen. Wir fordern von der deutschen Regierung mehr Klimaschutz und den Kohleausstieg – und zwar nicht erst in zehn Jahren! [...] Fridays For Future ist nicht mehr eine kleine Aktion von ein paar hundert Schülern*innen: Weltweit demonstrieren Schüler*innen [...]! Gemeinsam mit jungen Menschen überall auf der Welt fordern wir: Handelt endlich – damit wir eine Zukunft haben“ (Fridays for Future Germany o. J.: o. S.). FFF hinterfragen die systemischen und strukturellen Bedingungen, die individuelles nachhaltiges Verhalten erschweren, und betonen dabei, dass der Fokus nicht nur auf dem individuellen Konsumverhalten liegen sollte, sondern auch auf den politischen und wirtschaftlichen Strukturen, die unsere Konsummuster prägen (vgl. Sommer et al. 2019: 2). Ist diese Bereitschaft Jugendlicher, für eine nachhaltige Entwicklung zu kämpfen, nur ein kurzfristiges Phänomen? Wie viele Jugendliche engagieren sich wirklich? Wovon hängt diese Handlungsbereitschaft ab? Gibt es auch in der Region Ingolstadt² Jugendliche, die sich für die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung einsetzen? Welche Unterstützung brauchen sie von Politik, Wirtschaft, Bildung und Nichtregierungsorganisationen [NGOs]?

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit diesen Fragen vor dem Hintergrund eines nachhaltigen Konsums als eine Möglichkeit, den Klimawandel durch ressourcenschonendes Verhalten abzuschwächen. Der Fokus auf nachhaltigen Konsum begründet sich darin, dass dies ein Bereich ist, in dem die Menschen selbst und vergleichsweise niederschwellig aktiv werden können. Spangenberg und Lorek (2003: 3) stellten fest, dass seit der Erkennung der Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlagen in den 60er- und 70er-Jahren des letzten Jahrhunderts der Umweltschutz vor allem als staatliche Aufgabe angesehen worden ist. Daneben wurden zunehmend Verbraucher*innen als Akteur*innen der Umweltpolitik wahrgenommen, die durch ihr Konsumverhalten Einfluss auf die Produktionsbedingungen und damit auf den Zustand der

¹ Ende 2023 gerät Greta Thunberg und mit ihr FFF International aufgrund pro-palästinensischer Aussagen im Zusammenhang mit dem Nahostkonflikt in die Kritik. FFF Deutschland distanziert sich von Thunbergs Aussagen (vgl. Kapitel 10.1.2).

² Gemeint ist hier eine Region, die in Bayern als Planungsregion 10 betitelt wird. Sie umfasst die Landkreise Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen, Pfaffenhofen a. d. Ilm und die kreisfreie Stadt Ingolstadt (vgl. Hemmer/Lindau 2021: 7).

Umwelt haben. Heute ist klar, dass weder Wirtschaft oder Politik noch die/der Einzelne allein für einen Umbruch sorgen kann. Nur wenn die Politik die notwendigen Rahmenbedingungen schafft, die Wirtschaft sich umstrukturiert und jede*r Einzelne die Entscheidungen im Alltag überdenkt, kann der Klimaschutz funktionieren (vgl. Nelles/Serrer 2021: 120). Damit sei aber nicht die individuelle Konsumententscheidung Einzelner aus der Verantwortung genommen. Die tatsächlich bedeutsamen Hebel liegen zwar allem voran in der Politik und in der Wirtschaft, aber die wirkungsvollen Hebel in Politik und Wirtschaft lassen sich nur dann in Bewegung setzen, wenn möglichst viele Menschen dies vehement einfordern und aktiv werden (vgl. Baunach & Hirschhausen 2023: 28 f.).

Auf Basis dieser Erkenntnis der geteilten Verantwortungszuschreibung beschlossen im September 2015 alle 193 Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen in der Agenda 2030 gemeinsam 17 Ziele – die *Sustainable Development Goals* [SDGs] (vgl. Abbildung 1). Diese sollten bis zum Jahr 2030 umgesetzt werden und unsere Welt zu einer gerechteren werden lassen.

Abbildung 1: 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung



Quelle: United Nations Department of Global Communications 2019: o. S.

Die Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. (2023 b: 1) hält das große Ziel der 150 die Agenda 2030 unterzeichnenden Staaten fest: „Wir sind entschlossen, von heute bis 2030 Armut und Hunger überall auf der Welt zu beenden, die Ungleichheiten in und zwischen Ländern zu bekämpfen, friedliche, gerechte und inklusive Gesellschaften aufzubauen, die Menschenrechte zu schützen und Geschlechtergleichstellung und die Selbstbestimmung der Frauen und Mädchen zu fördern und den dauerhaften Schutz unseres Planeten

und seiner natürlichen Ressourcen sicherzustellen. Wir sind außerdem entschlossen, die Bedingungen für ein nachhaltiges, inklusives und dauerhaftes Wirtschaftswachstum, geteilten Wohlstand und menschenwürdige Arbeit für alle zu schaffen, unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Entwicklungsstufen und Kapazitäten der einzelnen Länder“ (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. 2023 b: 1).

Die Agenda 2030 möchte Generationengerechtigkeit erzielen. Ein möglicher Weg dahin ist der nachhaltige Konsum bzw. die nachhaltige Produktion, wie sie in SDG 12 beschrieben werden (vgl. Bengtsson et al. 2018: 1538). Da in anderen SDGs ebenfalls Elemente von nachhaltigen Konsum- und Produktionsmustern zu finden sind, können durch Erreichen des SDG 12 einige weitere SDGs unterstützt werden (vgl. ebd.: 1554). Gleichwohl bestehen Zielkonflikte im Zusammenhang mit SDG 12. So könnte durch nachhaltigere Produktionsmuster im Energiesektor ein Zielkonflikt mit der Deckung des Energiebedarfs in einigen Regionen der Erde oder mit einer höheren Luftverschmutzung durch die Nutzung von Bioenergie entstehen, was sich wiederum negativ auf das SDG 3 (Gesundheit und Wohlergehen) auswirken könnte (vgl. Beuermann et al. 2020: 7 und 12).

Zur Umsetzung dieser in der Agenda 2030 festgehaltenen SDGs trat in Deutschland 2016 die Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie in Kraft. Das Nationale Programm für nachhaltigen Konsum (entsprechend des SDG 12) ist ein Teilprojekt dieser Strategie, mit dem ein Weg aufgezeigt wird, wie der notwendige Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft in Richtung Nachhaltigkeit in Deutschland weiter vorangetrieben werden soll. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass die lokal getroffenen Entscheidungen von Konsument*innen globale Auswirkungen nach sich ziehen (vgl. BMUB 2017: 16). Dieser Logik folgend wird es zunehmend wichtiger, nachhaltiges Konsumverhalten möglichst kleinteilig zu erfassen und anschließend zu forcieren. „SDG 12 zielt auf die notwendige Veränderung unserer Lebensstile und unserer Wirtschaftsweise. Nachhaltiger Konsum und nachhaltige Produktion verlangen, heute so zu konsumieren und zu produzieren, dass die Befriedigung der Bedürfnisse der derzeitigen und der zukünftigen Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde und der universellen Menschenrechte nicht gefährdet wird. Dazu müssen Wachstum und Wohlstand so weit wie möglich von der Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen entkoppelt werden“ (Die Bundesregierung 2016: 170). Gleichzeitig sollen nach Unterziel 12.6 Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigt werden, nachhaltige Verfahren einzuführen (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. 2023 a: o. S.). Darüber hinaus wurden in der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie mehrere Einzelziele zum SDG 12 beschlossen, so z. B. die Bereitstellung der für Nachhaltigkeitsbewusstsein und eine nachhaltige Lebensweise erforderlichen Informationen (Unterziel 12.8) (vgl. Die

Bundesregierung 2016: 170 f.), um somit den Konsument*innen Entscheidungsgrundlagen für einen nachhaltigeren Konsum zu ermöglichen. Im Jahr 2021 erschien die Weiterentwicklung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie. Hier wird von der Befriedigung „berechtigter“ Bedürfnisse (vgl. ebd.: 286) gesprochen, was die Ansprüche an den individuellen Konsum eingrenzen soll. Ferner sollen neben den universellen Menschenrechten auch andere Nachhaltigkeitsziele nicht gefährdet werden (vgl. ebd.); dies stellt eine strengere Formulierung im Vergleich zur ersten Fassung dar. Zudem wird hinsichtlich des Wachstums und Wohlstands ergänzt, dass insbesondere nicht erneuerbare Ressourcen in den Blick zu nehmen sind und die Umsetzung der Klimaschutzziele nur gelingen kann, wenn Maßnahmen aus Konsum- und Verbraucherpolitik unterstützen (vgl. ebd.). Die Bedeutung des Konsums zur Erreichung der SDGs und gleichzeitig die strukturelle Ermöglichung dessen wird hier also besonders hervorgehoben.

Zur Unterstreichung der Notwendigkeit eines nachhaltigen Konsums lohnt es sich, einen Blick auf die natürlichen Ressourcen der Erde zu werfen. Die schwedischen Forscher*innen Steffen et al. (2015: 744) entwickelten ein Modell, mit dem sich die Belastungsgrenzen unserer Erde berechnen lassen. Sie argumentieren, dass das stabile Funktionieren des ökologischen Systems eine Voraussetzung für eine nachhaltige Entwicklung ist. Das Ökosystem kann nur funktionieren, wenn seine Ressourcen nicht überbelastet werden. „Diese sogenannten ‚planetaren Belastungsgrenzen‘ beschreiben die vorhandenen Ressourcen auf der Erde. Das Global Footprint Network rechnet jedes Jahr den ‚Earth overshoot day‘ aus, den Tag, an dem wir global gesehen mehr Ressourcen verbrauchen, als nachwachsen können. Im Jahr 2018 war dieser Tag der 1. August. Ab dem 2. August 2018 lebt die Weltbevölkerung also ‚auf Pump‘. 2000 war dieser Tag der 23. September, 1970 sogar noch der 29. Dezember“ (Bremer 2019: 47). In Folge der Corona-Pandemie und veränderter Arbeits-, Konsum- und vor allem Reisebedingungen lag der Earth overshoot day im Jahr 2020 auf dem 22. August (vgl. Umweltbundesamt 2020: o. S.). 2023 war der Earth overshoot day für Deutschland bereits am 4. Mai erreicht (vgl. overshootday.org 2023: o. S.). Richardson et al. (2023) gelang es 2023 erstmalig, alle planetaren Belastungsgrenzen zu operationalisieren. Dabei stellten sie fest, dass sechs der neun Belastungsgrenzen bereits überschritten sind. Beim Einhalten der planetaren Belastungsgrenzen spielt nachhaltiger Konsum eine große Rolle, denn er ist für einen großen Teil der Ressourceninanspruchnahme und der Umwelteinflüsse verantwortlich. „Hier liegt folglich ein großes Potenzial zur Verringerung der Umweltbelastung, nicht nur im Bereich des Klimaschutzes, sondern auch im Hinblick auf Biodiversität, Ressourcenschonung und andere Umweltaspekte. Der Konsum beeinflusst zudem soziale Aspekte wie Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen, Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette und Vielfalt der Angebotsstruktur“ (BMUB 2017: 5).

Nachhaltiger Konsum betrifft die aktuell lebende und die künftigen Generationen. Doch allein innerhalb der heute lebenden Weltbevölkerung herrschen große Ungleichheiten. Denn, wie die Bundesregierung (2021: 286) in ihrer Nachhaltigkeitsstrategie schreibt, verbrauchen derzeit 20 % der Weltbevölkerung 80 % der weltweit verfügbaren Rohstoffe. Doch diese natürlichen Ressourcen sind Grundlage für das Leben und das Wohlergehen künftiger Generationen. Das ist vor allem beim Verbrauch von Ressourcen zu beachten, die nur begrenzt zur Verfügung stehen. „Ziel der Bundesregierung ist es deshalb, den Einsatz natürlicher Ressourcen stärker von der wirtschaftlichen Entwicklung zu entkoppeln, die Effizienz fortlaufend zu steigern und den Verbrauch der natürlichen Ressourcen weiter zu verringern. Deutschland sollte weltweit Vorreiter auf dem Weg zu einer vollständigen Kreislaufwirtschaft sein. Dabei gilt es, die Einhaltung der Menschenrechte und Arbeits- und Sozialstandards entlang globaler Lieferketten zu fördern“ (Die Bundesregierung 2021: 286).

Die vorliegende, im Jahr 2018 begonnene Studie legt den Fokus nicht auf die Gesamtbevölkerung, sondern auf die Jugend in Deutschland. Das lässt sich wie folgt begründen: Im Jahr 2030 sind die Jugendlichen von heute erwachsen und haben oder gründen eigene Haushalte und Familien. Sie sind es, die es zu sensibilisieren und in der Ausbildung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins zu unterstützen gilt, um eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben. Damit besteht die Chance, dass sich die Konsummuster der nachfolgenden Generationen in eine nachhaltigere Richtung entwickeln und die Jugendlichen und jungen Erwachsenen bei Politik und Wirtschaft die Herstellung der Voraussetzungen für einen nachhaltigeren Konsum einfordern. So stellt die Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (2021: 32) fest: „Es sind die heutige Jugend und die nachfolgenden Generationen, welche die Konsequenzen einer nicht nachhaltigen Entwicklung tragen. Es geht um ihre Gegenwart und ihre Zukunft. Im Umkehrschluss sind es die jungen Menschen, die immer lauter und aktiver werden, dringende und entscheidende Veränderungen einfordern und die Führungspersonen und Entscheidungstragenden der Welt zur Rechenschaft ziehen, insbesondere bezüglich der Klimakrise. Sie haben und werden die kreativsten und klügsten Lösungen für Nachhaltigkeitsherausforderungen entwickeln. Darüber hinaus sind junge Menschen eine wichtige Gruppe der Konsumgesellschaft und die Art und Weise, wie sich ihr Konsumverhalten verändert, wird die Nachhaltigkeitsentwicklung ihrer Länder stark beeinflussen“. Es sind also die Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die es als aktive Bürger*innen zu mobilisieren, zu stärken und zu unterstützen, gilt (vgl. ebd.: 14).

Die Organisation UNESCO und das Umweltprogramm der Vereinten Nationen haben darüber hinaus junge Menschen als Schlüsselakteur*innen zur Erreichung globaler nachhaltiger Konsummuster identifiziert. Sie halten fest, dass junge Menschen unter 20 Jahren 40 % der Weltbevölkerung ausmachen, sie eine eigene Konsument*innenkategorie bilden, einen großen Teil des Fa-

milienkonsums beeinflussen und offen sind für Veränderungen. Junge Menschen haben daher ein großes Potenzial, Konsummuster zu verändern. Sie sorgen sich nach einer Studie von Fien et al. (2008: 57 f.) sehr um eine intakte Umwelt und sind in der Lage, nachhaltigen Konsum zu einem erstrebenswerten und angesagten Thema zu machen. Da es für junge Menschen wichtig ist, Teil einer Gruppe zu sein, kann der nachhaltige Lebensstil von Trendsetter*innen Vorbild für andere Jugendliche sein (vgl. ebd.). Zu ähnlichen Ergebnissen kommen Michelsen und Kolleg*innen in ihren Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometern (Michelsen et al. 2012 und Michelsen et al. 2015). Vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung (vgl. dazu Kapitel 2.1) war es die UNESCO, die im Herbst 2014 das Weltaktionsprogramm Bildung für nachhaltige Entwicklung [WAP] verabschiedete (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission e. V. 2014: 9) und 2021 erweiterte (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission e. V. 2021: 12). In der Erstfassung (Deutsche UNESCO-Kommission e. V. 2014: 32) wird festgehalten, dass „Nachhaltige Entwicklung [...] nicht allein durch politische Vereinbarungen, finanzielle Anreize oder technologische Lösungen zu erreichen *[ist]*. Eine nachhaltige Entwicklung erfordert eine Änderung unserer Denk- und Handlungsweisen. Bildung spielt für diese Veränderung eine entscheidende Rolle. Daher ist es notwendig, auf sämtlichen Ebenen aktiv zu werden, um das Potenzial der Bildung für nachhaltige Entwicklung in vollem Umfang zu mobilisieren und die Möglichkeit des Lernens für eine nachhaltige Entwicklung für alle zu verbessern“. Das WAP verzeichnet fünf zentrale Handlungsfelder, von denen das Handlungsfeld 4 auf die „Stärkung und Mobilisierung der Jugend“ (vgl. Deutsche UNESCO-Kommission e. V. 2021: 3) abzielt. Hier wird ebenfalls die zentrale Rolle der Jugend herausgestellt.

„Um diese internationalen Ziele [des WAP] zu erreichen, hat Deutschland sein Engagement und seine Aktivitäten zur Bildung für nachhaltige Entwicklung [BNE] stetig erweitert“ (Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung 2017: 8). Dies zeigt sich insbesondere in der Neuauflage der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie 2021 der Bundesregierung sowie in der weitreichenden Umsetzung des UNESCO-Weltaktionsprogramms Bildung für nachhaltige Entwicklung. Eine besondere Bedeutung kommt dem durch Vertreter*innen aus Bund, Ländern, Kommunen, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft gemeinsam erarbeiteten Nationalen Aktionsplan BNE zu (vgl. Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung 2017: 8). Er gliedert sich in prioritäre Handlungsfelder, konkrete Ziele und Empfehlungen für Maßnahmen zur Zielerreichung. Das übergreifende Ziel des Nationalen Aktionsplans sei, Bildung für nachhaltige Entwicklung langfristig strukturell in der deutschen Bildungslandschaft zu verankern. Bildung für nachhaltige Entwicklung befähigt Menschen „zu zukunftsfähigem Denken und Handeln, um aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Welt mitzuwirken. Kompetenzen für den Umgang mit Unsicherheiten und komplexen Problemlagen werden mit Hilfe von BNE vermittelt“ (Die Bundesregierung 2021: 124). Auch hier spielt die

Jugend als Motor für eine nachhaltige Entwicklung eine wichtige Rolle. Der Nationale Aktionsplan gliedert sich in sechs Bildungsbereiche: frühkindliche Bildung, Schule, berufliche Bildung, Hochschule, non-formales und informelles Lernen/Jugend und Kommunen (vgl. ebd.: o. S.). Forderten erste Ansätze einer BNE noch die Entwicklung bestimmter Werte und Verhaltensweisen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung führen, müssen, im Sinne einer kritisch-emanzipatorischen BNE, die Jugendlichen und jungen Erwachsenen darin unterstützt werden, ihre eigenen Antworten auf Fragen einer nachhaltigen Entwicklung zu finden (vgl. Rieckmann 2021: 7). Hierzu ist eine kritische Auseinandersetzung mit einer nachhaltigen Entwicklung und der sie bestimmenden Zielkonflikte nötig.

Trotz der genannten Bedeutung der jungen Generation als Multiplikator*innen für eine nachhaltige Entwicklung werden sie in der Wissenschaft und bei politischen Entscheidungen noch vernachlässigt (vgl. Kapitel 2.7.2). Die vorliegende Arbeit mit dem Titel *„Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität. Die Sicht der jungen Generation“* leistet einen Beitrag dazu, dies zu ändern. Sie befasst sich mit folgender Problemstellung: Das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind unbekannt. Sie werden exemplarisch in der Region Ingolstadt in Bayern (Landkreise Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen, Pfaffenhofen und Stadt Ingolstadt) mittels einer quantitativen empirischen Studie untersucht. Daraus lässt sich die zentrale Fragestellung *„Wie stark sind das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt ausgeprägt?“* ableiten. Das Nachhaltigkeitsbewusstsein bestimmt die Bereitschaft zum nachhaltigen Verhalten, wovon nachhaltiger Konsum einen Bestandteil darstellt (vgl. Kapitel 2.2). Darüber hinaus analysiert die Studie diese Bereitschaft, zeigt Möglichkeiten der Jugendlichen zu nachhaltigem Konsum auf und fragt, wie sie den Einfluss eines nachhaltigen Lebensstils auf ihre eigene Lebensqualität einschätzen. Ziel ist es, herauszufinden, welche Unterstützung die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in ihrer (Aus-)Bildung und darüber hinaus von Politik und Wirtschaft zur Entwicklung eines nachhaltigen Lebensstils benötigen, und entsprechend Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen zu formulieren.

1.2 Aufbau

Zunächst werden in Kapitel 2 im Rahmen der theoretischen Grundlagen die Begriffe nachhaltige Entwicklung, Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiger Konsum und Lebensstil sowie Selbstwirksamkeitserwartung umschrieben, so dass das jeweilige Begriffsverständnis klar abgegrenzt und für die Erhebung

operationalisiert werden kann. Mit Modellen und Theorien der Nachhaltigkeitspsychologie (Kapitel 2.6) wird das Bewusstsein für Nachhaltigkeit messbar und Konsumententscheidungen werden nachvollziehbar. Diese Konsumententscheidungen stehen im engen Zusammenhang mit dem individuellen Lebensstil und der Wahrnehmung der persönlichen Lebensqualität. Daher stellt sich die Frage, ob für die Proband*innen ein nachhaltiger Lebensstil einen positiven oder negativen Einfluss auf die eigene Lebensqualität hat. So liegt es nahe, die Konstrukte der Lebensqualität und Lebenszufriedenheit näher zu betrachten (Kapitel 2.4). Letztlich wird in Kapitel 2.7 der Stand der Forschung festgehalten.

Die vorliegende Studie baut auf die Ergebnisse zweier vorausgegangener Workshops auf, die Kapitel 3 näher erläutert werden. Besonders die Ergebnisse der Zukunftswerkstatt mit Schüler*innen, Auszubildenden und Studierenden aus der Region Ingolstadt (Kapitel 3.2) sind an dieser Stelle bedeutsam. Diese wurde durchgeführt, damit in der Studie nicht nur über junge Menschen geschrieben wird, sondern auch ein authentisches Bild ihrer Ansichten, Ideen und Anregungen wiedergegeben werden kann. Kapitel 4 stellt die Ergebnisse der Angebotsrecherche zum nachhaltigen Konsum und zur Bildung und Information zum Thema in der Region Ingolstadt dar. In Kapitel 5 werden die forschungsleitenden Fragen entwickelt, während Kapitel 6 das Untersuchungsdesign und das Erhebungsinstrument darstellt. Die Ergebnisse der Studie werden in Kapitel 7 beschrieben, in Kapitel 8 zusammengefasst und in Kapitel 9 diskutiert. Sie bilden die Basis für Implikationen für die weitere Forschung zum Thema und Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen (Kapitel 10), die sich an den Leitlinien einer BNE orientieren. Kapitel 11 beinhaltet abschließend die Zusammenfassung der Arbeit und einen Ausblick.

2 Theoretische Grundlagen und Stand der Forschung

Kapitel 2 erläutert die theoretischen Grundlagen dieser Arbeit und den dazugehörigen Stand der Forschung. Der Nachhaltigkeitsbegriff wird im gesellschaftlichen Diskurs sehr divers verwendet. Um deutlich zu machen, von welchem Verständnis bei dieser Arbeit ausgegangen wird, folgt im nächsten Abschnitt eine Arbeitsdefinition für das Konstrukt der nachhaltigen Entwicklung (Kapitel 2.1). Darauf aufbauend definieren Kapitel 2.2 und 2.3 das Verständnis des Nachhaltigkeitsbewusstseins und des nachhaltigen Konsums. Kapitel 2.4 leitet daraus eine Beschreibung für einen nachhaltigen Lebensstil, Lebensqualität und Lebenszufriedenheit ab, während Kapitel 2.5 das Konstrukt der Selbstwirksamkeitserwartung beschreibt. Kapitel 2.6.2 beschäftigt sich mit dem Comprehensive Action Determination Model [CADM], anhand dessen versucht wird, nachhaltiges Verhalten zu erklären. Kapitel 2.7 zeigt schließlich den Stand der Forschung auf und stellt Forschungsdesiderate vor.

2.1 Nachhaltige Entwicklung

„Global gesehen umschreibt der Begriff Nachhaltigkeit den Weg, unsere Erde im Gleichgewicht zu halten: einerseits bezogen auf unsere Kinder, Enkelkinder und nachfolgende Generationen, denn sie haben das gleiche Recht auf eine lebenswerte Welt wie wir. Und andererseits bezogen auf die Menschen, die heute die Erde bevölkern. [...] Doch [...] der Preis für den Wohlstand und die hohe Lebensqualität der Menschen in einigen Regionen dieser Welt wird in anderen Regionen in Form von Unterentwicklung, Armut und sogar Hunger bezahlt. Nachhaltigkeit ist anders!“ (Bilfinger et al. 2018: o. S.). Über das unterschiedliche Verständnis des Nachhaltigkeitsbegriffs wird viel diskutiert. Der Begriff selbst hat eine lange Tradition, liegt doch die Entstehung des Konzeptes einer nachhaltigen Entwicklung über 300 Jahre zurück. Seit seiner ersten Verwendung in der Forstwirtschaft zu Beginn des 18. Jahrhunderts hat der Begriff „nachhaltig“ eine stetige Entwicklung durchlebt. Eine nachhaltige Forstwirtschaft beruhte demnach auf dem Grundsatz, dass in einem Jahr nur so viel Holz geschlagen werden soll, wie nachwachsen kann, damit ein Wald dauernd erhalten und gut bewirtschaftet werden kann (vgl. Michelsen/Adomßent 2014: 4 f.). Mit alleinigem Fokus auf die ökonomische Dimension der Nachhaltigkeit ist dieses Verständnis längst überholt.

Heute wird nicht mehr nur von Nachhaltigkeit gesprochen, sondern von einer nachhaltigen Entwicklung mit ihren drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales, bei der die Gerechtigkeit zwischen den heute lebenden

Generationen (globale Gerechtigkeit) und der gegenüber zukünftigen Generationen (Generationengerechtigkeit) beachtet werden muss (vgl. Marchand 2015: 49 ff.). Andere Konzepte sprechen von vier oder gar fünf Dimensionen der Nachhaltigkeit (vgl. Michelsen/Adomßent 2014: 62 f.). Marchand (2015: 32) versucht, die Begriffe Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung voneinander abzugrenzen. Problematisch ist bei der Begriffsklärung von „nachhaltiger Entwicklung“ aber nicht nur der Aspekt der Nachhaltigkeit, sondern auch der Aspekt der Entwicklung. „Nachhaltigkeit und nachhaltige Entwicklung werden häufig synonym verwendet [...]. Die Wahl unterschiedlicher Wörter könnte auf unterschiedliche Inhaltsschwerpunkte hinweisen“ (Marchand 2015: 32). Robinson (2004: 370) hält den Ansatz des Brundtland-Berichts, der eher inkrementelle Veränderungen vorsehe, aus Sicht von Regierungen und Unternehmen für attraktiver als radikalere Ansätze, was die Verwendung des Begriffspaares „sustainable development“ begünstige. Einen Grund für die Präferenz des Begriffs „Nachhaltigkeit“ auf der Seite der Nichtregierungsorganisationen sieht er darin, dass das Konzept der Entwicklung eng mit dem Konzept des Wachstums verknüpft sei. Damit enthalte bzw. ermögliche der Begriff der „nachhaltigen Entwicklung“ zwar eine Besserung des Wirtschaftswachstums, lasse aber die Notwendigkeit oder Möglichkeit von Wirtschaftswachstum nicht grundsätzlich hinterfragen. In diesem Sinn lenkt das Wort „Nachhaltigkeit“ (abgekoppelt vom Begriff „Entwicklung“) den Blick auf die Fähigkeit von Menschen, ihr Leben zu führen, ohne die Kapazitäten der Umwelt zu überlasten. Marchand (2015: 33 f.) hält fest, „dass die Verwendung des Begriffs ‚nachhaltige Entwicklung‘ sowohl auf die Eigenschaft verweist, sich anpassen zu können (‚nachhaltig‘) wie auch auf die Eigenschaft, Chancen zu schaffen und zu bewahren (‚Entwicklung‘)“ (Marchand 2015: 33 f.). „Nachhaltigkeit“ betone zu wenig den Prozesscharakter (vgl. ebd.). Entsprechend dieses Verständnisses von nachhaltiger Entwicklung als ein Konzept der Anpassung und der Schaffung von Chancen ist in der vorliegenden Arbeit, wenn von einer nachhaltigen Entwicklung gesprochen wird, die Entwicklung nicht zwangsläufig mit wirtschaftlichem Wachstum verknüpft. Tabelle 1 skizziert anhand der bekanntesten nachhaltigkeitsrelevanten Schriften des 20. und 21. Jahrhunderts die bedeutenden Schritte, die zur Entwicklung des Leitbilds einer nachhaltigen Entwicklung geführt haben. Gegenwärtig lassen sich verschiedene wissenschaftliche Herangehensweisen an die Definition nachhaltiger Entwicklung feststellen, die verschiedene Perspektiven auf die Zielvorstellung haben.

So werden mittlerweile die SDGs ebenfalls kritisch betrachtet, da dazu geneigt wird, die Ziele einzeln und nicht in ihren Abhängigkeiten voneinander zu betrachten. Zudem ist es problematisch, dass die Agenda 2030 keine Priorisierung der 17 SDGs vorsieht und so alle SDGs gleichbedeutend sind. „Im Idealfall ergeben sich Synergieeffekte [...]: Maßnahmen, die ein SDG betreffen, können gleichzeitig zur Erfüllung eines anderen SDGs beitragen. Allerdings

birgt dies auch die Gefahr, dass Zielkonflikte – sogenannte Trade-offs – zwischen den Zielen auftreten. Durch eine Intensivierung des Fischfangs mag es zwar gelingen, Hunger zu reduzieren (SDG 2), gleichzeitig können jedoch auch negative Auswirkungen auf das Leben unter Wasser (SDG 14) entstehen“ (Koch/Krellenberg 2021: 13 f.).

Tabelle 1: Entwicklung des Leitbilds nachhaltige Entwicklung

Werk	Entstehung des Leitbilds nachhaltige Entwicklung
Silent Spring (Carson 1962)	Fokus auf ökologischer Dimension
Die Grenzen des Wachstums (Meadows 1972)	Fokus auf ökologischer Dimension
Our Common Future, World Commission on Environment and Development (Brundtland-Kommission 1987)	Generationengerechtigkeit mit Fokus auf ökonomischer Dimension
Agenda 21 (Rio-Konferenz der Vereinten Nationen 1992)	Generationengerechtigkeit mit hervorgehobener Bedeutung der ökologischen und der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung gegenüber der ökonomischen Dimension
Millennium Development Goals (Vereinte Nationen 2000)	Fokus eher auf sozialer und ökonomischer Dimension, wenig Beachtung von ökologischer Nachhaltigkeit
Johannesburg Declaration on Sustainable Development (vereinte Nationen 2002)	konkrete Formulierung von Zielen, die alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit beachten
The Future we want (Rio+20, Konferenz der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung in Rio de Janeiro 2012)	Fokus auf „Green Economy“ und damit auf ökologischer Dimension der Nachhaltigkeit, Vorbereitung der SDGs
Agenda 2030 – Sustainable Development Goals (SDGs) (Vereinte Nationen 2016)	anthropozentrischer Ansatz, Betrachtung aller drei Dimensionen der Nachhaltigkeit, Verabschiedung der SDGs

Quelle: Michelsen/Adomßent 2014: 13ff und Die Bundesregierung 2016: 17, eigene Zusammenstellung

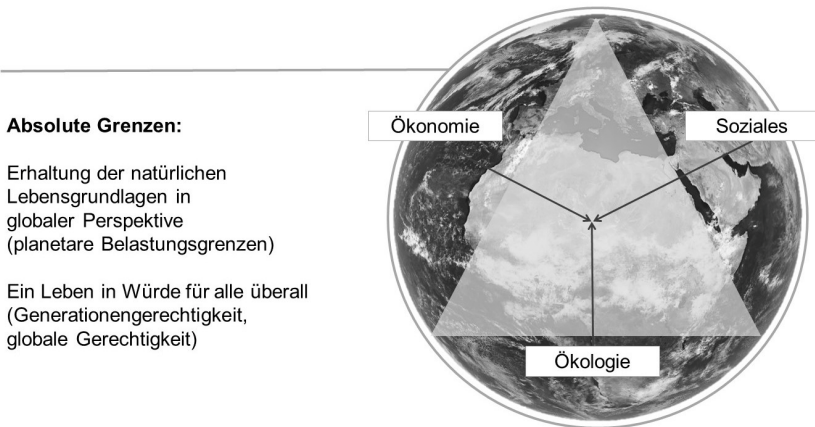
Besonders SDG 8 (Dauerhaftes, inklusives und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für

alle fördern) wird dabei kritisiert, da es nach wie vor von einem Wirtschaftswachstum ausgeht, was das Erreichen der anderen Ziele erschwert bis unmöglich macht (vgl. Zilles et al. 2022: 129). Diese Perspektive greifen Forscher*innen des Stockholm Resilience Centers auf und entwickeln das so genannte „Wedding-Cake-Modell“ (Rockström & Sukhdev 2016: o. S.), das auf Basis der planetaren Belastungsgrenzen die SDGs in einen Zusammenhang zu bringen versucht und so die Kritik an den SDGs aufgreift, die Ziele jeweils einzeln zu betrachten und nicht im Zusammenspiel zu sehen (vgl. dazu auch Abbildung 12). Hierbei gehen die Forscher*innen von einer starken Nachhaltigkeit aus, indem sie die ökologisch orientierten SDGs (13, 14, 15 und 6) als Basis und Grenze allen Handelns sehen. Mit drei aufeinander aufbauenden Ebenen möchten sie deutlich machen, dass alle SDGs zusammenhängen (Rockström & Sukhdev 2016: o. S.).

Nicht ungeachtet der diversen offiziellen Nachhaltigkeitsdefinitionen und der differenzierten Auseinandersetzung der Wissenschaft mit diesen, braucht es eine Arbeitsdefinition nachhaltiger Entwicklung, um in Forschung und Bildung arbeiten zu können. Für die vorliegende Arbeit ist es zentral, etablierte Skalen zu finden, die sich an einem Verständnis von nachhaltiger Entwicklung orientieren. Hierzu wurde sich im Rahmen der vorliegenden Studie auf ein Nachhaltigkeitsverständnis berufen, das im Rahmen der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie (Die Bundesregierung 2016 und 2021) als in Deutschland gängiges Verständnis gilt und immer wieder überarbeitet wird. Nachhaltige Entwicklung versucht demnach, die Lebensgrundlagen und Lebenschancen der Menschheit dauerhaft zu sichern. Dafür muss global gedacht und bei Entscheidungen heute stets schon das Morgen in den Blick genommen werden (vgl. Die Bundesregierung 2016: 11). Dieses Ziel ist nur mit einer wirtschaftlich leistungsfähigen, sozial ausgewogenen und ökologisch verträglichen Entwicklung zu erreichen. Dabei geben die planetaren Grenzen unserer Erde und das Leben in Würde für alle Menschen (heute und in Zukunft) die absolute äußere Beschränkung vor (vgl. ebd.: 24). Die Bundesregierung (2021: 14) betont in ihrer Weiterentwicklung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie diese Dreidimensionalität mit der absoluten äußeren Begrenzung durch die planetaren Belastungsgrenzen, indem sie ihr Ziel an folgendem Leitprinzip für Nachhaltigkeit orientiert: „Dem Leitprinzip der nachhaltigen Entwicklung zu folgen, bedeutet für die Bundesregierung, darauf hinzuarbeiten, mit ihrer Politik gleichermaßen den Bedürfnissen der heutigen sowie künftiger Generationen gerecht zu werden – in Deutschland sowie in allen Teilen der Welt – und ihnen ein Leben in voller Entfaltung ihrer Würde zu ermöglichen. Dafür bedarf es einer wirtschaftlich leistungsfähigen, sozial ausgewogenen und ökologisch verträglichen Entwicklung, wobei die planetaren Grenzen zusammen mit der Orientierung an einem Leben in Würde für alle [...] die absolute äußere Beschränkung vorgeben“ (Die Bundesregierung 2021: 14).

Entsprechend dieses Verständnisses wird das Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung, wie es in dieser Arbeit verstanden wird, in Abbildung 2 dargestellt. Eine nachhaltige Entwicklung besteht aus einer ausgewogenen Entwicklung der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales. Ihr sind durch die planetaren Belastungsgrenzen sowie durch die globale Gerechtigkeit und die der Generationen Grenzen gesetzt. Hier findet das Prinzip der starken Nachhaltigkeit Beachtung. Grundsätzlich fragt es nach der Inanspruchnahme der Biosphäre durch den Menschen. Da wir bereits heute die planetaren Belastungsgrenzen in vielen Bereichen stark gefährden, ist das Natur- und nicht das Sachkapital der Faktor, der Wirtschaft und Konsum begrenzt (vgl. Michelsen et al. 2012: 92).

Abbildung 2: Leitbild nachhaltige Entwicklung



Quelle: Eigener Entwurf nach Die Bundesregierung 2016: 24 und Die Bundesregierung 2021: 14

Starke Nachhaltigkeit tritt dem lange vorherrschenden Missverständnis des Drei-Säulen-Modells entgegen. Lange Zeit wurde von dem vermeintlich gleichberechtigten Nebeneinander der drei Dimensionen gesprochen, was zwangsläufig zur Aushöhlung der ökologischen Dimension führte. Die Erhaltung der natürlichen Ressourcen darf gemäß dem Konzept der starken Nachhaltigkeit nur sehr eingeschränkt als etwas betrachtet werden, das durch ökonomische Wertschöpfung kompensiert werden kann (vgl. Vogt 2015: 5). In dieser Arbeit wird das Verständnis einer starken Nachhaltigkeit vertreten.

2.2 Nachhaltigkeitsbewusstsein

Ähnlich dem Begriff der nachhaltigen Entwicklung durchlebt der des Nachhaltigkeitsbewusstseins eine stete Entwicklung. Michelsen et al. (2015: 65) beschreiben das Nachhaltigkeitsbewusstsein als eine Haltung, die Individuen gegenüber dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung einnehmen. „Bereits 1997 betont die UNESCO [...] die Notwendigkeit, ein spezielles Augenmerk auf das Bewusstsein für Nachhaltigkeitsinhalte zu richten, weil es ihrer Ansicht nach eine Vorbedingung für informiertes Handeln darstellt. Demzufolge beruht in demokratischen Gesellschaften jedes Handeln im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung grundlegend auf öffentlichem Bewusstsein und Verständnis [...]“ (Michelsen et al. 2015: 65). Seit 1996 findet in Deutschland bundesweit eine Erhebung zum Umweltbewusstsein der deutschen Bevölkerung statt (vgl. Grunenberg/Kuckartz 2003: 12). Doch darf „Umwelt“ nicht einfach durch „Nachhaltigkeit“ ersetzt werden, da diese beiden Begriffe nicht dasselbe meinen. Dies wäre zum einen ungenau, zum anderen irreführend. Denn das Leitbild nachhaltiger Entwicklung umfasst zwar Umweltaspekte, geht aber darüber hinaus. Das mehrdimensionale Konzept der nachhaltigen Entwicklung unterliegt internen Wechselwirkungen oder Bedingungsgefügen, die mit einem eindimensionalen Ansatz nicht zu erfassen sind (vgl. Michelsen et al. 2015: 65). Da aus der Definition des Umweltbewusstseins die des Nachhaltigkeitsbewusstseins entstanden ist, soll sie als Grundlage für die Definition des Nachhaltigkeitsbewusstseins für die vorliegende Arbeit dienen. Umweltbewusstsein gilt nach Michelsen et al. (2015: 65) als die Einsicht in die Gefährdungen der natürlichen Grundlagen des Menschen durch ihn selbst und die Bereitschaft zur Abhilfe. Der Bogen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein wird gespannt, indem dieses als die „Einsicht in die Gefährdung der natürlichen Lebensbedingungen des Menschen und seiner sozialen Grundlagen durch ihn selbst und durch eine auf Ungleichheit zielende Ökonomie – mit der Bereitschaft, für Abhilfe zu sorgen“ (Michelsen et al. 2015: 65 f.) beschrieben wird. Problematisch ist hier, dass die Stellung der Ökonomie nicht wertfrei gehalten und einseitig besetzt wird. Auch fehlt hier die Zukunftskomponente. Unter Einbezug des Modells der planetaren Belastungsgrenzen wird folgendes Verständnis des Nachhaltigkeitsbewusstseins nach Michelsen et al. (2015: 66 f.) für diese Arbeit festgelegt: „Nachhaltigkeitsbewusstsein ist die Einsicht in die Überschreitung der natürlichen planetaren Grenzen und die damit einhergehende Gefährdung von Lebensbedingungen und Bedürfnissen heutiger sowie zukünftiger Generationen, verbunden mit der wahrgenommenen Möglichkeit, eine Änderung mitzugestalten“ (Michelsen et al. 2015: 66 f.).

Dabei besteht das Nachhaltigkeitsbewusstsein nach Michelsen et al. (2015: 66 f.) aus folgenden drei Elementen:

1. Das Nachhaltigkeitswissen wird verstanden als der Stand der Kenntnis und Information über die Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung und die Fähigkeit, Prozesse im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeit und Nicht-Nachhaltigkeit einordnen zu können.
2. Nachhaltigkeitseinstellungen sind Einstellungen gegenüber nicht nachhaltigen Prozessen und solche Einstellungen, die zur Motivation führen, etwas an diesen nicht nachhaltigen Prozessen zu ändern.
3. Nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen gelten als die Absicht, sich in Alltagssituationen tatsächlich nachhaltig zu verhalten. Verhaltensweisen, die bereits umgesetzt wurden, werden hier ebenfalls hinzugezählt.

2.3 Nachhaltiger Konsum

Nachhaltiger Konsum ist eine Komponente nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens, auf die Individuen einen direkten und niederschweligen Einfluss haben. Was genau darunter zu verstehen ist, beschreibt dieses Teilkapitel.

Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB 2017) beschreibt in seinem *Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum* den Konsum im Allgemeinen als eine wichtige Grundlage des Lebens, er dient der Bedürfniserfüllung mit Nahrung, Wohnen, Mobilität und Unterhaltung. Darüber hinaus ist er Mittel der Menschen, um ihre individuellen Lebensstile (vgl. Kapitel 2.4) zu entfalten und bildet eine wichtige Grundlage des wirtschaftlichen Wachstums und des Wohlstands. Gleichzeitig beeinflussen der Konsum von Produkten und Dienstleistungen sowie deren Nutzung und Entsorgung in erheblichem Maße nicht nur die wirtschaftliche und soziale Situation der Menschen, sondern auch den Zustand der Umwelt. Für einen großen Teil der Ressourcennutzung und der Umwelteinflüsse ist der Konsum in privaten Haushalten verantwortlich. Demnach liegt im privaten Konsum ein großes Potenzial zur Verringerung der Umweltbelastung, nicht nur im Bereich des Klimaschutzes, sondern auch im Hinblick auf Biodiversität, Ressourcenschonung und andere Umweltaspekte. Des Weiteren beeinflusst Konsum soziale Aspekte wie Teilhabe aller gesellschaftlichen Gruppen, Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette und Vielfalt der Angebotsstruktur. Veränderungen hin zu einem nachhaltigen Konsum können folglich eine große Wirkung auf die Umwelt und die Gesellschaft haben (vgl. BMUB 2017: 5).

Somit stellt nachhaltiger Konsum eine große Chance für alle Menschen dar, einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Dabei ist entsprechend des Verständnisses von nachhaltiger Entwicklung in Kapitel 2.1 unter nachhaltigem Konsum zu verstehen, dass so konsumiert wird, dass die Bedürfnis-

befriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird. Wird in Deutschland nachhaltig konsumiert, sind die Auswirkungen auf die Umwelt ebenfalls in anderen Teilen der Erde zu spüren, da die Produktionsprozesse global verflochten sind. So sind die Veränderungen in der Regel auch bei der Bedürfnisbefriedigung der Menschen im Ausland zu spüren (vgl. BMUB 2017: 9). Entscheiden wir uns z. B., nur noch fair gehandelten Kaffee zu konsumieren, hat dies direkte Auswirkungen auf die Betreiber*innen von Kaffeeplantagen und deren Angestellte. Beim Thema Konsum spielen zwei Gruppen eine Rolle – die der Produzent*innen und die der Konsument*innen. Doch welchen Einfluss haben Konsument*innen auf einen nachhaltigen Konsum?

Dieser Frage geht u. a. Schmidt nach, die analysiert, welche Verantwortung Konsument*innen für eine nachhaltige Entwicklung zugeschrieben werden kann. Durch ihre Fähigkeit zur Reflexion sind Konsument*innen nach Schmidt (2017: 739) in der Lage, sich von gesellschaftlichem Einfluss (zum Kauf bestimmter Produkte) oder dem Einfluss von Marketingstrategien zu befreien. Somit sind sie als potenziell verantwortliche Akteur*innen im Rahmen eines nachhaltigen Konsums zu betrachten. Gleichwohl betont sie, dass einzelne Konsument*innen nur in einem eingeschränkten Rahmen Veränderungen bewirken können (vgl. ebd.: 742) und es dabei nur um die Reduktion der eigenen Schadensbeiträge gehen kann, bei der allerdings jede noch so kleine Schadensunterlassung zum Großen und Ganzen beitragen kann. Diese Position, den Bedarf an Produkten reflektieren und hinterfragen zu können, ist den Konsument*innen allein vorbehalten (vgl. ebd.: 749). Sie können diese Reflexionsfähigkeit nach Schmidt dafür einsetzen, negative Effekte zu reduzieren, die mit den von ihnen gekauften und genutzten Produkten in Verbindung stehen und zu denen sie einen Beitrag leisten. „Die direkt von ihnen verursachten Schadenswirkungen können sie, wenn möglich, selbst beheben. Vor allem bei der Nutzung und Entsorgung von Produkten bestehen hierfür Optionen. Von den indirekten negativen Effekten, die bei der Herstellung entstehen, sollte sich der verantwortliche Konsument hingegen soweit [*sic!*] wie möglich distanzieren. Dafür bestehen die Optionen des Verzichts, der Reduktion und der Substitution“ (Schmidt 2017: 749 f.).

Konkret bedeutet das für die Konsument*innen, dass sie sich die grundsätzliche Frage stellen können und müssen, ob ein Produkt benötigt wird oder nicht, in welchem Ausmaß es genutzt wird und ob sich nicht umwelt- und sozialverträglichere Substitute finden lassen, stellen können und müssen. Sie können z. B. im Lebensmittelbereich auf faire und ökologische Herstellung achten, indem solche Produkte gewählt werden, die mit einem Bio- oder Fair Trade-Siegel gekennzeichnet sind (vgl. ebd.: 750). Nachdem die Handlungsmöglichkeiten am Markt vielfältig und sehr divers sind, benötigen die Konsument*innen umfangreiche Informationen zu den Produkten und ihren sozialen oder ökologischen Auswirkungen bei Herstellung, Gebrauch und Entsorgung,

zu den herstellenden Unternehmen sowie zu den Konsum- und Handlungsalternativen, die sich für einen nachhaltigen Konsum bieten (vgl. ebd.: 756). Zur Information können dabei folgende Quellen dienen:

- unabhängige Dritte, wie beispielsweise politisch eingerichtete Gremien oder kontrollierte Siegel,
- Informationen direkt auf dem Produkt,
- Medien wie Zeitung und Fernsehen, Zeitschriften und Ratgeberliteratur,
- Unternehmen sowie ihre Nachhaltigkeits- oder CSR-Berichte sowie
- andere Konsument*innen (vgl. ebd.: 756 f.).

Diese Fülle an Informationsquellen stellt ein weiteres Problem dar. Welchen Quellen kann vertraut werden? Die Selektion brauchbarer Informationen erschwert Konsumententscheidungen. Weitere Hindernisse können ein begrenztes Budget oder das notwendige eigene Auto aufgrund einer schlechten Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr sein (vgl. ebd.: 757). Verschiedene Konsument*innen haben verschiedene Handlungsspielräume, die es in der vorliegenden Arbeit für die junge Generation in der Region Ingolstadt zu ergründen gilt. Nachdem es längst nicht mehr nur darum geht, ressourceneffizienter zu produzieren, stehen die Konsument*innen im Zentrum des Interesses. „Für eine ganzheitliche ökologische und soziale Nachhaltigkeit braucht es darüber hinaus Konsumreduktion, Genügsamkeit bei gleichzeitiger Zufriedenheit und einen möglichst zügigen Wandel der menschlichen Lebensstile in den industrialisierten Gesellschaften (vgl. Hamann et al. 2016: 13). Zum Erreichen dieses Ziels gibt es drei sogenannte Nachhaltigkeitsstrategien: Effizienz, Konsistenz und Suffizienz.

Die Effizienz-Strategie zielt nach Behrendt et al. (2018: 8 f.) darauf ab, eine ökonomische Leistung mit geringstmöglichem Einsatz an Material und Energie zu erstellen. Der Effekt bestehe dabei in einer relativen Senkung des Ressourcenverbrauchs, die man durch eine Verbesserung der Technik, der Prozesse und der Produkte erreichen könne. Dabei sei eine sinkende Ressourcenintensität gleichbedeutend mit einer zunehmenden Ressourceneffizienz: „Je sparsamer eine natürliche Ressource in Relation zur ökonomischen Wertschöpfung verwendet wird, desto weniger wird die Umwelt belastet“ (Behrendt et al. 2018: 8 f.). Ein Beispiel für Effizienz ist die Nutzung von LED-Leuchtmitteln statt der herkömmlichen Glühlampe (vgl. Abbildung 3). Bei der Effizienzstrategie geht es also eher um quantitative Ansätze.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Konsistenz hingegen stellt eine qualitative Transformation der industriellen Stoffumsätze ins Zentrum der Produktion. Konsistenz bedeutet die umweltverträgliche Beschaffenheit von Stoffströmen. Konsistente Stoffströme sind solche, die störsicher im abgeschlossenen technischen Eigenkreislauf geführt werden oder mit den Prozessen der umgebenden Natur so übereinstimmen, dass sie sich problemlos darin einfügen. Damit

zielt diese Strategie auf eine Veränderung der Qualität der Energie- und Stoffströme ab. Die Übereinstimmung verschiedener Konzepte liegt darin, grundlegende Technik und Produktinnovationen herbeizuführen, die auf ein ökologisches „Re-Embedding“ abzielen (vgl. Behrendt et al. 2018: 13 f.). Als Beispiel für eine konsistente Produktionsweise steht die Einführung der Mehrwegflasche als das Behältnis, das beispielsweise Tetrapacks ablösen könnte (vgl. Abbildung 3).

Abbildung 3: Nachhaltigkeitsstrategien

Effizienz

- Besser produzieren: gleicher Nutzen, weniger Energieverbrauch

Zum Beispiel: von der Glühlampe zur LED

Konsistenz

- Anders produzieren: mit regenerativen Energien oder durch wiederverwertbare Materialien

Zum Beispiel: vom TetraPack zur Mehrwegflasche

Suffizienz

- Weniger produzieren und konsumieren: Energie- und Materialverbrauch begrenzen

Zum Beispiel: Reparieren statt neu kaufen

Quelle: Eigener Entwurf in Anlehnung an Behrendt 2018 und Hamann et al. 2016

Die dritte Nachhaltigkeitsstrategie beschäftigt sich mit Suffizienz. Darunter wird die Änderung von Konsummustern verstanden, die helfen, innerhalb der ökologischen Tragfähigkeit der Erde zu bleiben. Hier werden Ressourcen durch Verhaltensänderungen von Individuen und Organisationen eingespart. Diese Verhaltensänderungen erfolgen mit der Absicht, Energie und Rohstoffe anders zu nutzen und weniger davon zu verbrauchen als bisher. Es finden demnach ein qualitativ anderer Konsum und eine Reduktion von Konsum statt.

Ein verbreitetes Praktizieren von Suffizienz kann nicht allein dem Individuum überlassen werden. Die Änderungen in den Konsummustern müssen durch politische Maßnahmen und Rahmenbedingungen bestärkt und gefördert werden (vgl. Behrendt et al. 2018: 16 f.). Ein Fahrrad zu reparieren, statt ein neues zu kaufen, ist ein Beispiel für ein suffizientes Verhalten (vgl. Abbildung 3).

Über diese drei Nachhaltigkeitsstrategien besteht eine kontroverse Diskussion ob ihrer Eignung für eine nachhaltige Entwicklung, auf die im Folgenden eingegangen werden soll. Gude (2018: 318) beschäftigt sich mit dem Konsumtrend der Sharing-Economy. Diese wird einem suffizienten Konsum zugeschrieben, bei dem Wohnraum, Fahrzeuge, Haushaltsgeräte und anderes von einer Vielzahl von Personen gemeinsam genutzt werden. Dadurch müssen diese Güter seltener gekauft werden und werden so ebenfalls effizienter genutzt. Somit werden neben Suffizienz- auch Effizienzstrategien bedient. Dabei ist es möglich, dass die Nutzung geteilter Waren mit einer finanziellen Ressourcenersparnis einhergeht, die wiederum in verstärkten Konsum und erhöhte Umweltbelastungen (Rebound-Effekt) mündet. Außerdem löst die intensivere Nutzung der Produkte möglicherweise einen verstärkten Verschleiß aus, der abermals einen Mehrbedarf schafft. Ebenfalls muss bedacht werden, dass bei Nutzung geteilter Güter unter Umständen Verluste im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit, wie z. B. die Förderung prekärer Beschäftigung infolge der Verdrängung traditioneller, sozialversicherungspflichtiger Beschäftigungen wie im Ersetzen von Taxiunternehmen durch private Fahrdienste, verzeichnet werden.

Auch Marchand (2015: 96) nimmt in ihrem Werk „Nachhaltig entscheiden lernen“ die Theorien von Effizienz und Suffizienz unter die Lupe, indem sie ihnen Meinungen anderer Wissenschaftler*innen gegenüberstellt und sie zusammenfasst. Die Strategie der Konsistenz lässt sie dabei außen vor, da sie der Auffassung ist, dass „sich Konsistenz-Bestrebungen auf einen industriellen Strukturwandel beziehen [...], der im Bereich individuellen Konsumhandelns nicht umsetzbar ist“ (Marchand 2015: 96). Aus der ökonomischen Perspektive der Nachhaltigkeit scheinen effizienzorientierte Strategien besonders naheliegend. Bei Betrachtung der ökologischen Dimension der nachhaltigen Entwicklung seien Effizienzstrategien allein jedoch nicht nachhaltig. Denn sie schließen die Nutzung von nicht nachhaltigen Stoffen wie fossilen Energieträgern nicht aus. Darüber hinaus könne eine Strategie, die die Effizienz der Wirtschaft steigert, per se nicht nachhaltig sein, da sie auf Stabilisieren oder gar Wachsen der Wirtschaft ausgelegt ist (vgl. ebd.: 102). Auch hier kann es also zu dem sogenannten Rebound-Effekt kommen. Aufgrund dessen können Effizienzstrategien „allenfalls mit zur Nachhaltigkeit beitragen, diese jedoch nicht allein bewirken“ (Marchand 2015: 103). Diese These stützen Weizsäcker et al. (2012: 356) und ergänzen, dass neben der Effizienz ebenfalls die Suffizienz verfolgt werden müsse. „Die Zeit ist gekommen, da die Gesellschaften der Welt die Genügsamkeit alter Kulturen wiederentdecken müssen. Für Genügsamkeit kann auch das internationale Wort Suffizienz verwendet werden, das sich gut mit Effizienz paart. Die politische Kunst wird darin bestehen, Genügsamkeit akzeptabel zu machen – fürs Volk, für die Wirtschaft und für die Politik“ (Weizsäcker et al. 2012: 356). Die Verbindung beider Ansätze könne

allenfalls den Systemkollaps hinauszögern, aber nicht verhindern, auch das sei somit nicht wirklich nachhaltig. (Marchand 2015: 104).

Marchand (2015: 104) kommt zu dem Schluss, dass es sowohl für Suffizienz als auch für Effizienz Gründe gibt, die daran zweifeln lassen, dass damit nachhaltige Konsummuster zu erreichen seien. Wenn Konsument*innen zur Suffizienz aufgefordert würden, seien dabei die psychologischen und sozialen Funktionen des Konsums nur unzureichend berücksichtigt. „Die Möglichkeiten, mit Suffizienz die Umweltauswirkungen des Konsums auf ein nachhaltiges Maß zu reduzieren, werden ebenso angezweifelt, wie die Möglichkeiten, damit die weltweite Armut zu lindern, um soziale Nachhaltigkeit zu erreichen“ (Marchand 2015: 104). Marchand weist weiter darauf hin, dass Effizienz-Strategien nach Lösungen im Bereich inkrementeller Innovationen suchen. Das Ziel sei dabei nicht, Probleme aus der Welt zu schaffen, sondern sie nur zu verkleinern. Nachhaltigen Konsum könnte man laut Marchands Ausführungen auf zweierlei Weise verstehen: als Konsum bestimmter Güter, bei denen weniger Rohstoffe für das gleiche Endprodukt verbraucht wurden, oder als Konsum von weniger Gütern. „Um eine Konsumhandlung als nachhaltig oder nicht nachhaltig zu klassifizieren, ist es daher wichtig, ob die Entscheidung absichts- oder wirkungsbezogen getroffen wird“ (Marchand 2015: 104).

In dieser vorliegenden Arbeit soll nachhaltiger Konsum entsprechend als ein Konsum verstanden werden, der Ressourcenschonung und gleichzeitig die inter- und intragenerationale Gerechtigkeit beachtet und somit Effizienz- und Suffizienzstrategien verfolgt. Der Fokus wird angelehnt an Marchand (2015) darauf gelegt, ob die Entscheidungen zum Konsum absichts- bzw. wirkungsbezogen getroffen werden oder nicht. Wird ein nachhaltiger Konsum in diesem Sinne angestrebt, geht es um individuelle und kollektive Verhaltensänderung – und damit um Psychologie (vgl. Hamann et al. 2016: 13). Mit dem Wandel der menschlichen Konsumverhalten und Lebensstile geht bestenfalls ein Wandel der Produktionsbedingungen und ein Wandel der persönlichen Lebensqualität einher.

2.4 Nachhaltiger Lebensstil, Lebensqualität und Lebenszufriedenheit

Das menschliche Wohlbefinden und die Ökosysteme stehen in einer Wechselwirkung miteinander. Innerhalb der Grenzen der Ökosysteme werden die Voraussetzungen für das individuelle Wohlbefinden anhand der verfügbaren Ressourcen festgelegt und der Mensch beeinflusst wiederum mit seinem Lebensstil die Auswirkungen auf das Ökosystem (vgl. Helne/Hirvilammi 2015: 171). Klug (2018: 2 f.) beschreibt Lebensstile als den Ausdruck von Persönlichkeit

und Wertvorstellungen einer Person durch deren Verhaltensweise. Sie sind bestimmt durch die soziale Lage einer Person. Mit ihrem Lebensstil zeigen Menschen, wer sie sind bzw. wer sie sein wollen und wie andere Personen sie sehen sollen. Sie demonstrieren ihre inneren Zustände im äußeren (Konsum-)Verhalten. Lebensstile veranschaulichen, welche Aktivitäten, welche Interessen und welche Meinungen für eine Person bedeutsam sind. Lebensstile können generationsübergreifend sein, wenngleich es häufig Übereinstimmungen mit soziodemographischen Merkmalen gibt. Lebensstile haben Einfluss auf das Privat-, Arbeits-, Familien- und Freizeitleben. Durch Veränderung des Lebensstils lassen sich verschiedene Ziele erreichen. Hierbei lohnt ein Blick auf die Studien zu den Sinus-Milieus, bei denen Unterschiede hinsichtlich der einzelnen Milieus festgestellt werden können. Michelsen et al. (2015: 191 ff.) beziehen deren Ergebnisse auf jugendliche Lebenswelten und den Einfluss der Milieus auf die Ausbildung differenzierter, mehr oder weniger nachhaltiger, Lebensstile.

Nachhaltige Lebensstile sind demnach solche, die sich an nachhaltigen Konsummustern orientieren. Konsument*innen mit nachhaltigen Lebensstilmustern legen einen höheren Wert auf eine umweltverträgliche und sozial verantwortungsvolle Herkunft der Produkte (vgl. BMUB 2017: 17). Entsprechend der im vorangegangenen Kapitel (2.3) festgehaltenen Auslegung von nachhaltigem Konsum lässt sich für einen nachhaltigen Lebensstil folgende Definition festlegen: Nachhaltige Lebensstile richten sich an einem bewusst nachhaltigen Konsum aus. Das heißt, Menschen, die einen nachhaltigen Lebensstil führen, achten bei ihrem Konsum auf die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen weltweit und die Belastbarkeitsgrenzen der Erde. Sie leisten so einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

Mit der Veränderung hin zu einem nachhaltigeren Lebensstil verändert sich möglicherweise die persönliche Lebensqualität. Unter Lebensqualität ist meist eine Kombination aus objektiven Lebensbedingungen (materielle Lebensgrundlage wie Einkommen, Konsum und Besitz von Gütern und immaterielle Lebensgrundlage wie Bildung und Gesundheit) und subjektivem Wohlbefinden zu verstehen. Die subjektive Komponente der Lebensqualität zeichnet sich dadurch aus, dass die objektiven Lebensbedingungen von jedem Individuum unterschiedlich wahrgenommen und unterschiedlich bewertet werden. Aus der Summe dieser Faktoren entsteht das Empfinden von Zufriedenheit und Wohlbefinden und somit hoher oder niedriger persönlicher Lebensqualität (vgl. Oberrauch/Keller 2017: 5 f.). Eine Kategorie des subjektiven Wohlbefindens stellt die Lebenszufriedenheit dar (vgl. Glatzer 2002: 248). Zufriedenheit mit dem Leben wird als kognitives Wohlbefinden bezeichnet (vgl. ebd.: 252). Dieses kognitive Wohlbefinden stellt gemeinsam mit dem persönlich empfundenen Glück die individuell wahrgenommene Lebensqualität dar (vgl. Löser 2013: 17 f.). Im Rahmen der Recherche zum Forschungsstand zu Nachhaltigkeit, nachhaltigem Konsum und Lebensqualität (vgl. Kapitel 2.7.2) fällt auf,

dass oft zu wenig zwischen Lebensqualität und Lebenszufriedenheit differenziert wird.

So erforschen Oberrauch et al. (2016: 232) in Tirol und Südtirol die Einschätzung der persönlichen Lebensqualität Jugendlicher vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung. Im Rahmen ihrer Studien können folgende Kriterien für die persönliche Lebensqualität bei Jugendlichen festgestellt werden: Sicherstellung von materiellen Grundbedürfnissen/materiellem Wohlstand, soziales Umfeld, Finanzielles, Gesundheit, Freizeit/Hobbys, Bildung, Arbeit/Beruf, Naturschutz/intakte Umwelt, soziale Gerechtigkeit, Sicherheit/Friede und Selbstbestimmung/Unabhängigkeit/Freiheit. Eine nachhaltige Entwicklung und das Streben nach Lebensqualität müssen allerdings nicht unbedingt miteinander vereinbar sein. Möglicherweise stehen diese beiden Konzepte sogar im Konflikt miteinander. „Eine Gesellschaft kann durch ihr Streben nach hoher Lebensqualität die Möglichkeiten zukünftiger Generationen verringern, indem sie die natürlichen Ressourcen ausbeutet oder die Umwelt irreversibel verschmutzt. Selbst innerhalb einer Generation entstehen durch die ungleiche Nutzung natürlicher Ressourcen unterschiedliche Chancen, eine angemessene Lebensqualität zu erreichen“ (Dür 2016: 81). Bei globaler Betrachtung fällt diese Ungerechtigkeit erst recht ins Gewicht, wenn Länder des globalen Nordens auf Kosten des globalen Südens leben. Es ist also wichtig, dass die nachhaltige Entwicklung und somit ein nachhaltiger Lebensstil als ein Bestandteil von hoher Lebensqualität angesehen werden. Hier rückt wieder das Nachhaltigkeitsbewusstsein mit seinen Werten und Einstellungen ins Zentrum. „Nachhaltig leben bedeutet nicht Verzicht, sondern ein gutes/maßvolles Leben. Das schließt insbesondere ein Handeln ein, das die Lebensqualität erhält, aber Verschwendung vermeidet“ (Spangenberg/Lorek 2003: 12). Nach Oberrauch et al. (2016: 225) kann Lebensqualität langfristig nur aufrechterhalten werden, wenn natürliche Grenzen nicht überschritten werden. Es hängt dabei von der Sichtweise ab, ob Lebensqualität als eine Komponente nachhaltiger Entwicklung betrachtet wird oder ob Nachhaltigkeit eher als Bestandteil eines übergreifenden Konzepts der Lebensqualität zu verstehen ist.

„Das Konzept der Lebensqualität [...] erhält unter dem Überbau der nachhaltigen Entwicklung somit neue Charakteristika:

- Das Erreichen von Lebensqualität muss im Sinne intergenerationaler Gerechtigkeit für zukünftige Generationen möglich sein.
- Das Erreichen von Lebensqualität muss im Sinne intragenerationaler Gerechtigkeit allen Menschen auf dieser Erde möglich sein.
- Lebensqualität ist durch eine gleichwertige Sicherung wirtschaftlicher, soziokultureller und ökologischer Lebensgrundlagen gekennzeichnet“ (Oberrauch et al. 2016: 225 ff.).

Aus der Nachhaltigkeitsdiskussion ergibt sich also die Konsequenz, „dass die Lebensqualität einer Gesellschaft oder eines Individuums unter den Gesichtspunkten der Gerechtigkeit, des effizienten Gebrauchs von Ressourcen sowie der ökologischen Verträglichkeit von Wertorientierungen, Verhaltensmustern und Lebensstilen bewertet werden sollte“ (Oberrauch et al. 2016: 225 f.). Lebensqualitätsvorstellungen könnten nur dann als umfassend gelten, wenn sie ökonomische, soziokulturelle und ökologische Dimensionen berücksichtigen (vgl. ebd.).

2.5 Selbstwirksamkeitserwartung

Wesentlich für die Bereitschaft zum nachhaltigen Verhalten ist die Selbstwirksamkeitserwartung von Individuen (vgl. Michelsen et al. 2012: 118). Der Begriff der Selbstwirksamkeitserwartung wird in den 1990er-Jahren maßgeblich von Bandura geprägt. Er sieht Selbstwirksamkeitserwartung als die wahrgenommene Fähigkeit, konkrete Maßnahmen zu ergreifen, um bestimmte Ergebnisse zu erzielen (vgl. Hanss/Böhm 2010: 51 f.). Die Selbstwirksamkeitserwartung bestimmt, wie Menschen sich fühlen, denken, sich motivieren und sich verhalten (vgl. Bandura 1994: 2). Selbstwirksamkeitserwartung wird definiert als „die subjektive Gewissheit, neue oder schwierige Anforderungssituationen auf Grund eigener Kompetenz bewältigen zu können. Dabei handelt es sich nicht um Aufgaben, die durch einfache Routine lösbar sind, sondern um solche, deren Schwierigkeitsgrad Handlungsprozesse der Anstrengung und Ausdauer für die Bewältigung erforderlich macht. [...] Das Konzept der Selbstwirksamkeit ist inzwischen auf zahlreiche Situationen und in verschiedenen Handlungsfeldern erfolgreich angewendet worden [...]“ (Jerusalem/Hopf 2002: 35 f.). Selbstwirksamkeitserwartung wird ursprünglich vor allem als ein individuelles Konstrukt aufgefasst. Inzwischen hat Bandura (1993, 1997, 2000) es um die Ebene der kollektiven Überzeugungen erweitert. Bei der kollektiven Selbstwirksamkeitserwartung geht es um die Einschätzung der Gruppen-Selbstwirksamkeit, die sich aus der Koordination und Kombination der verschiedenen individuellen Ressourcen zu einem gemeinsamen Wirkungspotenzial ergibt (vgl. Jerusalem/Hopf 2002: 41).

Dennoch kann nach Hamann et al. (2016: 33) gerade im Umweltschutz (als Teil der nachhaltigen Entwicklung) das Gefühl aufkommen, dass das eigene Verhalten nur eine geringe oder gar keine Auswirkung hat. Dies könne die Bereitschaft zum umweltschützenden Handeln verringern. Deshalb sei es sehr wichtig, Menschen Selbstwirksamkeits-Erfahrungen zu ermöglichen. Es lässt sich ein Zusammenhang zwischen dem Glauben, Einfluss auf Umweltprobleme zu haben, und dem politischen Engagement für Umweltthemen feststellen. Selbstwirksamkeitserwartung ist nach Hamann et al. (2016: 33) wichtiger

für das umweltschützende Verhalten als das Faktenwissen der Individuen. Wichtig für die Selbstwirksamkeitserwartung ist das Handlungswissen, also Wissen über Handlungsmöglichkeiten im jeweiligen Kontext³.

Auch Reese und Junge (2017: 2 f.) beschäftigen sich mit der Selbstwirksamkeitserwartung in Bezug auf umweltfreundliches Verhalten. Sie stellen fest, dass ein Mangel an wahrgenommener Selbstwirksamkeitserwartung verhindern kann, dass Personen aktiv werden. Menschen neigen sogar dazu, Aktivitäten zu vermeiden, von denen sie glauben, dass sie ihre Bewältigungsfähigkeiten überschreiten. Angesichts derart umfassender Auswirkungen der Selbstwirksamkeitserwartung auf das menschliche Verhalten ist es plausibel und empirisch belegt, dass Selbstwirksamkeitserwartung umweltfreundliches Verhalten in erheblichem Maße beeinflusst. Je stärker die eigene Selbstwirksamkeitserwartung ausfällt, desto eher sind Menschen dazu bereit, sich für die natürliche Umwelt einzusetzen. Wenn der Glaube des Einzelnen an seine Wirksamkeit durch einen Erfolg gestärkt wird, kann dies künftiges umweltfreundliches Verhalten auch in anderen Kontexten fördern. Es ist offensichtlich, dass niemand allein in der Lage sein wird, den Klimawandel einzudämmen oder den Verlust der biologischen Vielfalt zu bekämpfen. Folglich ist es notwendig, die sozialen Prozesse zu verstehen, die es dem/der Einzelnen ermöglichen, sich kollektiv angemessen zu verhalten. Während Einzelpersonen, die eine Plastiktüte mehr oder weniger verwenden, das Plastikproblem nicht lösen können, haben Menschen möglicherweise das Gefühl, dass sie als Gruppe die Macht haben, eine Veränderung zu bewirken.

Hamann et al. (2016) sowie Reese und Junge (2017) sprechen von der Selbstwirksamkeitserwartung von Personen bezogen auf umweltrelevantes Verhalten. Derartige Erkenntnisse können ebenfalls auf nachhaltiges Verhalten übertragen werden, wie Hanss und Böhm (2010: 49 f.) festhalten. Diese von den Autoren sogenannte *Selbstwirksamkeitserwartung im Bereich nachhaltiger Entwicklung* [engl. sustainable development self-efficacy, SDSE] beschreibt das Maß, in dem die Menschen glauben, dass ihr individuelles Verhalten (im Allgemeinen und der Konsum im Speziellen) zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. Nachhaltige Entwicklung ist weitaus abstrakter und komplexer als die meisten Bereiche, in denen Selbstwirksamkeitserwartung bisher in der Forschung untersucht wurde (z. B. Körpergewichtsmanagement oder Schulleistung). Bei der Betrachtung der SDSE sollten nach Hanss und Böhm (2010:47) die drei Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung

3 Exkurs: Bereits vor der verstärkten Verwendung des Begriffes „nachhaltige Entwicklung“, der mit der Agenda 21 eingeführt wurde (vgl. Michelsen/Adomßent 2014: 3), existierte Forschung zum Thema. Daher gilt es aufgrund der Darstellung über die Verwendung der Begriffe „umweltbewusst“ und „nachhaltigkeitsbewusst“ in Kapitel 2.2 und der Feststellung, dass diese nicht einfach äquivalent verwendbar sind, festzuhalten, dass hier mit „umweltfreundlichem Verhalten“ ein Begriff aus der jeweiligen Originalliteratur verwendet wird. Selbiges gilt für „umweltrelevantes“ und „nachhaltigkeitsrelevantes“ Verhalten, wo immer es zitiert wird.

beachtet werden: der Erhalt natürlicher Ressourcen, eine sozial gerechte Verteilung von Ressourcen und wirtschaftliches Wohlergehen sowie direkte und indirekte Einflüsse des Verhaltens auf die nachhaltige Entwicklung. SDSE lässt sich nach Hanss und Böhm in vier Facetten unterteilen: die wahrgenommene Fähigkeit,

- andere zu nachhaltigem Verhalten motivieren zu können,
- durch das eigene Verhalten und die eigenen Konsumentscheidungen einen Beitrag zum Umweltschutz leisten zu können,
- durch das eigene Konsumverhalten soziale Gerechtigkeit und ökonomisches Wohlergehen fördern zu können und
- durch eigenes Verhalten (im Allgemeinen) soziale Gerechtigkeit und ökonomisches Wohlergehen fördern zu können.

Die Zielgruppe der vorliegenden Studie sind Jugendliche und junge Erwachsene in der Region Ingolstadt. Begründungen für diese Wahl der Zielgruppe finden sich in Kapitel 6.3. Laut einer Studie des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit [BMU] ist bei Jugendlichen (untersucht werden dort Jugendliche im Alter von 14 bis 22 Jahren) ein Gefühl der Selbstwirksamkeit in Bezug auf Umweltprobleme kaum vorhanden. „Die Größe und Komplexität der Problematik, ihre globalen Zusammenhänge und die oft weit in der Zukunft liegenden Auswirkungen führen dazu, dass der oder die Einzelne kaum sieht, was man selbst beitragen kann. [Es] trat klar zutage, dass die Teilnehmenden [der Studie] bei gesellschaftlichen, politischen und ökologischen Entwicklungen wenige Möglichkeiten für aktives Handeln sehen, sondern sich abhängig fühlen – von Politik, Unternehmen, Wissenschaft, wirtschaftlichen Krisen, internationalen Auseinandersetzungen oder anderen für sie nicht gestaltbaren Faktoren. Sie hoffen, dass diese sich positiv entwickeln. Keineswegs alle sind jedoch davon überzeugt“ (BMU 2018: 20). Zu ähnlichen Ergebnissen kommen Michelsen et al. (2012: 118) im Rahmen des Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometers. „Die Befragten sehen beim Konsum unterschiedliche Einflussmöglichkeiten. [...] Einen eher geringen oder keinen Einfluss sehen die Befragten bei Umweltaspekten von Produkten. 64 % schätzen ein, dass sie auf die Umweltbelastungen bei der Herstellung keinen oder eher keinen Einfluss haben. Fast die Hälfte zeigt diese Einschätzung bei der Recyclingfähigkeit und beim Energieverbrauch“ (Michelsen et al. 2012: 118).

Ziel dieser Arbeit ist u.a., herauszufinden, ob diese negative Einschätzung der eigenen Selbstwirksamkeitserwartung bei den Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt auch vor dem Hintergrund der Aktivitäten von Fridays for Future [FFF] verbreitet ist. Ist die Motivation zum nachhaltigen Verhalten dadurch entsprechend gering, weil das Gefühl besteht, selbst ohnehin nichts ausrichten zu können? Welche Unterstützung benötigen Jugendliche bei der Entwicklung eines nachhaltigen Lebensstils? Eine Möglichkeit, das Entstehen von nachhaltiger Handlungsbereitschaft zu erklären, ist das

Comprehensive Action Determination Model [CAMD] nach Klöckner (2013), welches im folgenden Kapitel in Abgrenzung zu anderen Modellen dargestellt wird, nachdem zunächst bisher geläufige Modelle aus der (Umwelt-)Psychologie vorgestellt und analysiert werden.

2.6 Modelle zur Erklärung des nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens

2.6.1 Geläufige Modelle aus der (Umwelt-)Psychologie

Um menschliches Verhalten zu verstehen, bedarf es psychologischer, soziologischer und pädagogischer Konzepte. In der Psychologie wird nach Gerrig et al. (2008: 2) unter Verhalten in erster Linie Aktivität verstanden. Verhalten lässt sich beobachten und umfasst alles, was Menschen und Tiere tun. Auch die Teilnahme an Demonstrationen wie denen der FFF-Bewegung fällt somit unter Verhalten. Es umfasst dabei sowohl den Aspekt zielgerichteten und geplanten Verhaltens (Handeln) als auch Verhalten, das automatisiert oder ohne tiefgehende Überlegungen, etwa aus Gewohnheit, gezeigt wird (vgl. Hellbrück/Kals 2012: 99). Handeln wird in dieser Arbeit somit als ein Teil des Verhaltens gesehen und wenn die Rede von Verhalten ist, ist das Handeln gemeint. Primär wird von Verhalten gesprochen, da im zentralen Interesse dieser Arbeit das nachhaltige Konsumverhalten und dessen Einfluss auf die Lebensqualität steht.

Zum nachhaltigen Verhalten existieren noch keine psychologischen Konzepte. Generelle Konzepte zum wertgeleiteten oder zum umweltgerechten Verhalten gibt es bereits. Allerdings sind sie nicht ohne Weiteres auf die Erklärung nachhaltigen Verhaltens übertragbar (vgl. Bamberg/Schmidt 2018: 257). Wie schon in Kapitel 2.2 in Bezug auf das Nachhaltigkeitsbewusstsein erwähnt, umfasst Nachhaltigkeit mehr als das Konzept des Umweltschutzes. Bamberg und Schmitt (2018: 257), die gemeinsam mit weiteren Kolleg*innen aus der Psychologie eine Annäherung an die Psychologie der Nachhaltigkeit vornehmen, halten fest: „Für weitere wissenschaftliche Arbeiten zu Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung ergeben sich eine Reihe von Aufgaben: Für eine Psychologie der Nachhaltigkeit ist eine Theorie erforderlich, die den unterschiedlichen Inhalten und dem normativen Charakter des Themas gerecht wird“ (Bamberg/Schmitt 2018: 257). Daraus ist zu schließen, dass es zum aktuellen Zeitpunkt noch keine umfassende Theorie gibt, die nachhaltiges Verhalten erklärt. Allerdings liegen einige Studien vor, die eine Diskrepanz zwischen dem weitverbreiteten Problembewusstsein und der Umsetzung dieses

Bewusstseins in eigenes Handeln feststellen. Als Ursache werden hohe Verhaltensanforderungen und hohe Kosten genannt, die ein umweltfreundliches Handeln bzw. ein nachhaltiger Konsum mit sich bringen (vgl. Preisendörfer 1999: 79). Diese Diskrepanz zwischen Einstellung und Handeln, also den Umweltschutz als wichtig zu empfinden, ohne ihn im Alltag auszudrücken, beschäftigt die Umweltpsychologie weitreichend. So halten Schahn und Matthies (2008: 681) fest, dass es für künftige Modelle, die das nachhaltigkeitsrelevante Verhalten untersuchen sollen, zielführend sei, subjektive Normen, Kontrollüberzeugungen, Gewohnheiten, Wissen, Werte und persönliche Verantwortungsgefühle mit Verhaltensintentionen und Handlungsentscheidungen in Verbindung zu setzen, um genauere Erklärungen für Verhalten zu erzielen (vgl. Schahn/Matthies 2008: 681). Mit dem CADM nach Klöckner (2013) liegt dieser Arbeit ein solches Modell zu Grunde (vgl. Kapitel 2.6.2). Die vorliegende Arbeit versteht sich als ein Beitrag zur Erforschung der sogenannten „Lücke“ zwischen Wissen und Handeln.

Obwohl das Konstrukt des umweltbewussten Verhaltens nicht einfach mit dem des nachhaltigen Verhaltens gleichgesetzt werden kann, geben die Theorienansätze zum umweltbewussten Verhalten wichtige Grundlagen zur Untersuchung nachhaltigen Verhaltens. In der Forschung zu umweltbewusstem Verhalten (z. B. bei Stern 2000) werden umweltbezogene bzw. soziale Werthaltungen herangezogen, um das Verhalten zu einem gewissen Teil erklären können. Die Erklärungskraft ist dabei höher, wenn statt Werthaltungen oder eines generellen Umweltbewusstseins handlungsspezifische persönliche [personal norm, PN] und soziale Normen [social norm, SN] hinzugenommen werden (vgl. Stern 2000: 418). Dieser Tatsache tragen folgende Konzepte Rechnung: Die Norm-Aktivitäts-Theorie [norm activation theorie, NAT, nach Schwartz und Howard (1982)], auch als Normaktivierungsmodell [NAM] angewandt, die auf ihr basierende umweltspezifische Value-Belief-Norm-Theorie [value-belief-norm, VBN, nach Stern (2000)] und die Theorie geplanten Verhaltens [theory of planned behaviour, TPB, nach Ajzen (1991)]. Diese Theorien und Modelle wurden in diversen Studien überprüft und als unterschiedlich hilfreich für das jeweils zu untersuchende Phänomen bewertet. „A literature study [...] that analysed the theoretical foundation of the analyses of household related energy behaviour in a very broad sense [...] identified the Theory of Planned Behaviour [...], the Norm-Activation-Theory [...], and the Value-Belief-Norm-Theory [...] as the most commonly used theories in the environmental psychological domain. [...] 39 % of all studies used the TPB as theoretical framework, 15 % the NAT, 15 % the VBN and 13 % combined variables from at least two of the theories, which means that more than four out of five papers found in that literature study used at least one of the three theories as a framework“ (Klöckner 2013: 7 f.). Im Folgenden seien diese drei Theorien kurz erklärt, um anschließend deren Verankerung im CADM deutlich machen zu können.

Eine der häufig verwendeten Theorien zur Erklärung normativ-moralischen Verhaltens ist die NAT nach Schwartz und Howard (1982). Ihre grundlegende Annahme ist, dass bestimmte Bedingungen erfüllt sein müssen, damit persönliche Normen aktiviert werden können. Ein Individuum muss sich dessen bewusst sein, dass seine Handlungen Konsequenzen [ascription of consequences, AC] für das Wohlergehen anderer haben können. Darüber hinaus muss sich das Individuum selbst die Verantwortung [ascription of responsibility, AR] für derartig hervorgerufene Konsequenzen zuschreiben, damit persönliche Normen [personal norm, PN] aktiviert und als moralische Pflicht empfunden werden. Es ist anzunehmen, dass moralische Normvorstellungen, sobald die Sorge um das Wohlergehen anderer geweckt ist, proökologisches Verhalten steuern (vgl. Ostertag 2016: 24 f.).

Die NAT zeichnet sich durch rein altruistische Motive aus. Doch Stern et al. (1995: 1623) halten fest, dass weitere Werte Einfluss auf die Herausbildung persönlicher Normen haben. Im Zusammenhang mit umweltfreundlichem Verhalten erweist sich eine Unterscheidung zwischen egoistischen und biosphärischen Wertorientierungen als zielführend. So verhalten sich Personen mit einer altruistischen Wertorientierung umweltfreundlich, wenn sie mit negativen Konsequenzen für andere Menschen rechnen. Menschen, die ein intaktes Ökosystem wertschätzen, verhalten sich dann umweltfreundlich, wenn sie dies bei fehlender Eigeninitiative als bedroht ansehen. Befürchten egoistische Menschen negative Konsequenzen für sich selbst, so versuchen sie diesen gegenzusteuern und agieren ebenfalls umweltfreundlich. Egoistische Werte lassen sich dem übergeordneten Werteccluster der Selbstverbesserungswerte [self-enhancement values, SE] zuordnen, wohingegen altruistische Werte diesen gegenüberstehen und unter Selbsttranszendenzwerten [self-transcendence values, ST] zusammengefasst werden können. Stern et al. (1995: 1623) erweitern die NAT um das Neue Umweltparadigma [new environmental paradigm, NEP] und bilden die VBN [value-belief-norm, VBN, nach Stern (2000)] heraus. „Das NEP erfasst gleich mehrere Facetten der ökologischen Weltanschauung: Realität der Grenzen des Wachstums, Zerbrechlichkeit des natürlichen Gleichgewichts, Ablehnung der menschlichen Ausnahmestellung als Zentrum der weltlichen Realität und die Möglichkeit des Eintretens einer ökologischen Krise. So bringt das NEP indirekt auch das Umweltwissen und die ökologischen Überzeugungen einer Person zum Ausdruck“ (Ostertag 2016: 28).

Die älteste dieser drei Theorien, die auch am häufigsten Anwendung findet, ist die TPB [theory of planned behaviour] nach Ajzen (1991). Sie betrachtet weder Wertorientierungen noch persönliche Normen und basiert daher nicht auf einer moralischen Motivation. Nach ihr wird eine Handlung nur dann ausgeführt, wenn damit ein persönlicher Nutzen verbunden ist. Diejenigen Normen, die bei der TPB neben der Einstellung eines Individuums [attitudes, ATT] von Bedeutung sind, sind solche, die auf persönlichen Annahmen bezüglich

sozialer Erwartungen des individuellen Umfeldes beruhen. Es wird von subjektiven Normen gesprochen.

Ein letzter Prädiktor für das Verhalten ist die wahrgenommene Verhaltenskontrolle [perceived behavioral control, PBC], welche, den Annahmen der TPB folgend, sowohl direkt als auch indirekt Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit des Verhaltens einer Person nehmen kann (vgl. Ostertag 2016: 34). Die wahrgenommene Verhaltenskontrolle beschreibt die Überzeugung, ein bestimmtes Verhalten ausführen zu können, und wird von objektiven Einschränkungen oder erleichternden Bedingungen wie z. B. der verfügbaren nachhaltigen Einkaufsmöglichkeiten beeinflusst (vgl. Schwarzingen et al. 2017: 34). Obwohl die TPB in vielen Studien genutzt wird, wird sie dafür kritisiert, dass sie in Bereichen, die eine moralische Konnotation haben könnten, diese nicht ausreichend beleuchtet. Dort finden die NAT und die VBN eher Beachtung (vgl. Klöckner 2011: 6).

Ostertag (2016: 40) beschäftigt sich in seiner Dissertation mit der Suche nach einem Modell, mit dem umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz zu bestimmen ist. Dabei stellt er u.a. folgendes fest: „Jeder theoretische Ansatz [*NAT, VBN und TPB*] liefert für sich genommen wichtige Hinweise auf relevante Einflussgrößen des umweltfreundlichen Verhaltens und [...] keines der vorgestellten theoretischen Modelle kann für sich genommen das Spektrum multipler Determinanten umweltfreundlichen Verhaltens adäquat erfassen [*noch weniger die eines nachhaltigen Verhaltens* vgl. Kapitel 2.2]“ (Ostertag 2016: 40). Demnach fokussieren die NAT und ihre umweltspezifische Weiterentwicklung, die VBN, zwar Wertorientierungen und persönliche Normen, unterschätzen dabei aber die Rolle von Intentionen und vernachlässigen den Kontext, in dem umweltfreundliche Verhaltensentscheidungen getroffen werden. Die TPB berücksichtigt nach Ostertag die Kognition situativer Rahmenbedingungen und führe Intentionen als einen Prädiktor für rationales Verhalten ein, lasse im Gegenzug aber Emotionen außer Acht. Er schließt daraus, dass es für ein vollständiges Bild umweltfreundlichen Verhaltens daher einer simultanen Betrachtung mehrerer modelltheoretischer Überlegungen bedürfe, wodurch eine Synthese der vorgestellten Theorien nicht nur vielversprechend, sondern zwingend notwendig sei (vgl. ebd.: 41).

Diese Notwendigkeit erkennen ebenfalls zwei weitere Psycholog*innen, die NAT, VBN und TPB in ein gemeinsames Modell integrieren, das zu mehreren Bereichen des individuellen umweltrelevanten Verhaltens passt. Klöckner und Blöbaum (2010) fassen die wichtigsten Variablen dieser Konzepte zu einem integrierten Handlungsmodell, dem *Comprehensive Action Determination Model* [CADM], zusammen.

2.6.2 Comprehensive Action Determination Model

Die Suche nach einem Modell, das das Forschungsvorhaben unterstützen kann, gestaltet sich aus oben genannten Gründen schwierig. Beginnend mit dem im Zusammenhang mit nachhaltigkeitsrelevantem Verhalten gern genutzten integrierten Handlungsmodell von Rost et al. (2001), stellt sich heraus, dass dieses Modell nicht den Anforderungen der geplanten Studie standhält. Dies ist u. a. darin begründet, dass im Zentrum des Forschungsinteresses nicht das Handeln allein, sondern das gesamte Verhalten steht und dies nicht durch das integrierte Handlungsmodell abgedeckt wird. Hellbrück und Kals (2012: 99 ff.) geben in ihrem Lehrbuch „Umweltpsychologie“ einen ersten Überblick über die verschiedenen umweltpsychologischen Modelle. Dort stellen die beiden Wissenschaftler*innen unter anderem die TPB und die NAT vor. Die weitere Recherche anhand verschiedener wissenschaftlicher Paper führt zu Ostertag, der in seiner Dissertationsschrift ebenfalls feststellt, dass TBP, NAT und VBN nicht ausreichen, um ein vollständiges Bild des umweltfreundlichen Verhaltens, noch weniger des nachhaltigen Verhaltens, zu erhalten (vgl. Ostertag 2016: 40 ff.).

Während der Recherche nach aktuelleren Modellen, die sich vor allem mit nachhaltigem statt des umweltrelevanten Verhaltens beschäftigen, geben Schmitt und Bamberg 2018 das Buch „Psychologie der Nachhaltigkeit“ heraus. Darin fassen Matthies und Wallis (2018: 39) zusammen, dass die Erklärungskraft umweltbezogener Werthaltungen höher ist, wenn statt Werthaltungen oder eines generellen Umweltbewusstseins handlungsspezifische persönliche und soziale Normen hinzugenommen werden. Zur Erklärung von Umwelthandeln werden in den 90er-Jahren vermehrt Normaktivationsmodelle herangezogen. „Dabei wird davon ausgegangen, dass Werthaltungen in aktivierte Verpflichtungsgefühle überführt werden müssen, damit sie handlungswirksam werden, und teilweise in Konkurrenz zu sozialen Erwartungen (subjektiven Normen) stehen [...]“. Dies wird von dem modifizierten Normaktivationsmodell (Matthies 2003), der Value Belief Norm (VBN) Theory (Stern 2000) oder dem *Comprehensive Action Determination Model* [CADM] (Klöckner/Blöbaum 2010) berücksichtigt“ (Matthies/Wallis 2018: 39 ff.). Zusammen mit den Hinweisen von Ostertag scheint es zielführend, das CADM weitergehend zu betrachten.

Es ist darüber hinaus wichtig, dass Untersuchungen der normativen Natur des Konzepts einer nachhaltigen Entwicklung gerecht werden und sich nicht nur mit konkretem, ressourcenrelevantem Alltagshandeln befassen, sondern auch politisches Umweltengagement (z. B. bei FFF) und weitere Verhaltensweisen im öffentlichen Bereich berücksichtigen. Dazu gehören etwa das Unterzeichnen von Petitionen und Unterstützen von Umweltschutzmaßnahmen sowie Handlungen in weiteren Lebensbereichen (etwa das Eintreten für Umweltschutz am Arbeitsplatz). Werte und Normen sind also ebenso wichtig wie

unterschiedliche Arten von Verhalten (vgl. Matthies/Wallis 2018: 39 ff.). Diese Kombination verschiedener nachhaltigkeitsrelevanter Variablen leistet das CADM. „However, different model schools developed in environmental psychology, which lead to a diversity of proposed models and a large variety of variables that are considered to have an impact on environmentally relevant behaviour. Both from a theoretical and a practical perspective it would be helpful to reduce the complexity of environmental psychological theory by integrating the most successful theories into a general theory which additionally includes assumptions about how the variables of the different models relate to each other [...]“ (Klößner 2013: 6).

Das CADM ist ein umfassendes Modell zur Handlungsbestimmung, indem es die Variablen der VBN, der NAT und der TPB zu einem Modell eint. Dabei geht das CADM in Übereinstimmung mit der TPB davon aus, dass individuelles umweltrelevantes Verhalten [behaviour, BEH] direkt durch Absichten [intentions, INT] und wahrgenommene Verhaltenskontrolle [PBC] bestimmt wird. Abbildung 4 zeigt die Zusammenhänge der einzelnen Prädiktoren des Verhaltens im CADM und nennt deren Korrelationskoeffizienten [r].

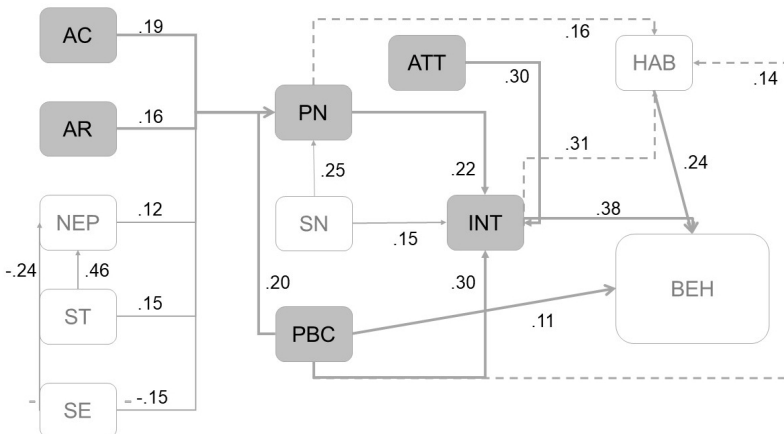
Dieser gibt die Stärke und die Richtung eines linearen Zusammenhangs zwischen zwei Größen an und liegt immer im Bereich zwischen -1 und +1. Ein r von .96 stellt beispielsweise einen sehr hohen linearen Zusammenhang dar. Im Modell finden wir zwischen INT und BEH z. B. einen r von .38. Insgesamt ist dies eher ein mittelstark ausgeprägter Zusammenhang. Beim Vergleich mit den anderen r im Modell ist er der stärkste dort auffindbare. Als dritter direkter Prädiktor des Verhaltens wird die Gewohnheitsstärke [habits, HAB] integriert. ATT, SN, PN und PBC haben Einfluss auf die INT als den stärksten direkten Prädiktor von BEH. Durch ATT werden INT bewertet. Bei der NAT wird angenommen, dass PN durch AC, AR, PBC und SN vorhergesagt werden.

Dies wird so im CADM übernommen. Ebenfalls in das CADM integriert ist die Annahme der VBN-Theorie, dass allgemeine Werte und NEP einen zusätzlichen Einfluss auf die persönlichen Normen haben. Wird ein BEH zum ersten Mal durchgeführt, sind INT und PBC die Hauptdeterminanten. Durch Wiederholung des BEH wird eine HAB festgelegt, welche dann die Kontrolle über INT und PBC übernimmt. Wenn sich INT, PBC und PN nicht ändern, bleiben sie mit der Stärke der HAB korreliert, da sie das BEH zu einem früheren Zeitpunkt bestimmen (vgl. Klößner 2013: 15 f.).

PN beeinflussen die INT in gewisse Dinge wie z. B. in Biolebensmittel zu investieren. (vgl. Schwarzingen et al. 2017: 34). Hamann et al. (2016: 24), die sich in ihrem Handbuch zur Psychologie im Umweltschutz mit der TPB und NAT beschäftigen, ergänzen: „Die persönliche ökologische Norm wird von Matthies definiert als ‚die erlebte persönliche Verpflichtung, sich umweltschonend zu verhalten‘. Sie wird durch folgende Einflussfaktoren aktiviert: Problembewusstsein, Verantwortungsgefühl und Selbstwirksamkeit“. Aufgrund ih-

rer persönlichen Norm können Menschen eine starke Tendenz zum Kauf regionaler Lebensmittel haben. Diese speist sich z. B. aus dem Wissen über die Vorteile regionaler und saisonaler Produkte (Problembewusstsein), dem Gefühl, verantwortlich für Umweltschäden durch lange Transportwege zu sein (Verantwortungsgefühl), und dem Glauben, mit dem eigenen Kaufverhalten etwas verändern zu können (Selbstwirksamkeitserwartung, vgl. ebd.: 62).

Abbildung 4: Comprehensive Action Determination Modell mit Korrelationskoeffizienten (AC: awareness of consequences, Bewusstsein über die Folgen des eigenen Verhaltens; AR: ascription of responsibility, Bewusstsein über die eigene Verantwortung; ATT: attitudes, Einstellungen; BEH: (environmental) behaviour, (umweltspezifisches) Verhalten; HAB: habits, Gewohnheiten; INT: intentions, Intentionen; NEP: new environmental paradigm, Neues Umweltparadigma; PBC: perceived behavioural control, wahrgenommene Verhaltenskontrolle; PN: personal norm, persönliche Norm; SE: self-enhancement values, Selbstverbesserungswerte; SN: social norm, soziale Norm; ST: self-transcendence values, Selbsttranscendenzwerte)



Quelle: Eigener Entwurf nach Klöckner 2013: 42

Dabei ist Problembewusstsein als die Wahrnehmung, dass unsere natürliche Umwelt bedroht ist, zu verstehen. Diese Wahrnehmung umfasst u. a. das Wissen darüber, dass es negative ökologische Konsequenzen hat, wenn wir uns nicht umweltbewusst verhalten (vgl. Hamann et al. 2016: 24). Problembewusstsein, wie Hamann et al. (2016: 24) es beschreiben, ist also mit der AC, wie sie im CADM (Klöckner 2013: 10) verwendet wird, gleichzusetzen. Denn AC beschreibt Klöckner als das Bewusstsein über die Konsequenzen des eigenen Verhaltens für andere oder die Umwelt (vgl. ebd.).

Gleiches gilt für das oben erwähnte Verantwortungsgefühl, welches mit AR des CADM gleichgesetzt werden kann. Ein starkes Verantwortungsgefühl, eine starke AR, haben Personen, denen bewusst ist, dass ihr eigenes Verhalten für Umweltschäden und die Lösung von Umweltproblemen relevant ist. „Weiterhin verstehen Psycholog*innen unter dem Begriff [*der Verantwortungszuschreibung*] ein Gefühl der Verpflichtung, das dadurch entsteht, dass Probleme nicht anderen (z. B. der Industrie oder Regierung), sondern sich selbst zugeschrieben werden. [...] Ein treibender Faktor hinter dem Verantwortungsgefühl sind häufig Schuldgefühle, die entstehen, wenn sich jemand schädliches Verhalten selbst zuschreibt“ (Hamann et al. 2016: 28).

Die Selbstwirksamkeitserwartung (vgl. Kapitel 2.5) ähnelt der PBC aus dem CADM. PBC bezieht sich auf den Glauben, dass Personen selbst in der Lage sind, ein bestimmtes gewünschtes Verhalten auszuführen. In neueren Varianten der TPB (Fishbein 2000, Fishbein/Capella 2006) haben die Autoren PBC sogar in Selbstwirksamkeitserwartung umbenannt. Ein kleiner Unterschied besteht darin, dass sich PBC auf die wahrgenommene Fähigkeit konzentriert, ein Verhalten auszuführen, während sich die Selbstwirksamkeitserwartung stärker auf die wahrgenommene Fähigkeit konzentriert, ein gewünschtes Ergebnis zu erzielen (vgl. Hanss/Böhm 2010: 48 f.).

Das NEP als weiterer Prädiktor der PN ist eine Skala, die pro-ökologische Weltanschauungen von Personen operationalisierbar macht (vgl. Anderson 2012: 260). Das NEP einer Person bleibt relativ stabil, da es von den ebenfalls eher stabilen Wertorientierungen wie biosphärischen Werten, altruistischen Werten [ST] oder egoistischen Werten [SE] bestimmt wird. Während ST, die aus biosphärischen und altruistischen Werten besteht, die Wahrscheinlichkeit erhöht, ein ökologisches Weltbild zu vertreten, stehen egoistische Werte und SE damit in einem negativen Zusammenhang. ST bedeutet insbesondere, andere als gleichwertig zu akzeptieren und um ihr Wohlergehen besorgt zu sein. Dazu gehört, sich um die Umwelt zu sorgen. ST steht somit – im Gegensatz zur SE – in einem positiven Zusammenhang mit umweltfreundlichem Verhalten und einer neuen Weltanschauung der Umwelt. Während Menschen mit altruistischen Werten die Natur schützen, weil dies anderen Menschen zugutekommt, schützen Menschen mit biosphärischen Werten die Natur, weil sie für sie selbst wertvoll ist, auch ohne anderen Menschen zu dienen (vgl. Klöckner 2013: 11 f.). ST und SE beeinflussen nicht nur NEP, sondern nach dem CADM auch PN.

Auch SN haben Auswirkungen auf PN. Unter SN sind Regeln und Standards, die von vielen Menschen geteilt werden und so das Verhalten von einzelnen Menschen lenken, zu verstehen. Sie deuten Menschen an, wie sie sich in einer bestimmten Situation verhalten sollten. Sie sind in subjektive Normen und injunktive Normen zu unterscheiden. Subjektive Normen entstehen aus Annahmen über Erwartungen von Menschen, die für die Person selbst bedeutsam sind. Eine Person, die denkt: „Was würde Person XY sagen, wenn ich dies

oder jenes tue?“, orientiert sich an einer subjektiven Norm. Wohingegen injunktive Normen sogenannte Soll- und Ist-Normen sind und sich in Gedanken wie: „Ich sollte mich umweltschützend verhalten“ äußern. Soll-Normen zeigen nach Hamann et al. (2016: 46), ob ein Verhalten von der Gruppe anerkannt oder missbilligt wird. „Wenn ich vor dem Kleiderschrank stehe und überlege, welche Kleidung andere für den Vortrag über Lebensmittelverschwendung für angemessen halten, mache ich mir Gedanken über eine Soll-Norm“ (Hamann et al. 2016: 46). Ist-Normen spiegeln das tatsächliche und verbreitete Verhalten von Menschen wider. Es ist wahrscheinlich, dass Personen das machen, was sie bei anderen Menschen sehen. Bewusst oder unbewusst imitieren sie ihr Verhalten bis zu einem gewissen Grad. Ist-Normen zeigen an, welches Verhalten sich bei anderen Menschen bewährt, und signalisieren somit, wie Ziele am effektivsten erreicht werden können. Ein Beispiel für eine Ist-Norm ist ein von Menschen ausgetretener Pfad, der den Weg durch den Wald zeigt (vgl. ebd.: 46 f.). Somit sind alle Prädiktoren auf PN beschrieben. Die PN selbst sind ein Prädiktor für INT, ebenso wie es ATT sind.

ATT lassen sich in eine affektive (emotionale Reaktionen auf eine andere Person oder eine soziale Angelegenheit) sowie eine kognitive (Gedanken und Überzeugungen) Komponente und eine Verhaltenskomponente unterteilen (vgl. Aronson et al. 2010: 230 f.). Eine affektive Einstellung bezieht sich mehr auf Werte und Gefühle als auf rationale Überzeugungen bezüglich des Wesens des Einstellungsobjekts. Zum Beispiel sind Personen schlichtweg von einer bestimmten Automarke begeistert und bei einer Neuanschaffung ist ihnen nicht wichtig, wie hoch der Benzinverbrauch sein mag und ob es einen Airbag gibt. Affektiv basierte Einstellungen können ein Ergebnis einer sensorischen Reaktion sein. Andere sind ein Ergebnis von Konditionierung (vgl. ebd.: 232). Kognitive Einstellungen bestehen aus der Überprüfung relevanter Fakten, wie beispielsweise der objektiven Vorzüge eines Autos (vgl. ebd.: 231 f.). Letztlich versteht sich eine verhaltensbasierte Einstellung als eine Einstellung, die auf Beobachtungen des eigenen Verhaltens gegenüber einem Einstellungsobjekt basiert (vgl. ebd.: 233).

PN, SN, ATT und PBC haben Einfluss auf INT. Sie bestimmen den Abwägungsprozess, an dessen Ende INT, sich auf eine bestimmte Art zu verhalten, steht. INT lassen sich als eine Art Handlungsplan vorstellen. „Beispielsweise kann ich die Absicht haben, von nun an überwiegend vegetarisch einzukaufen. Diese Absicht wird aber nicht automatisch in Verhalten umgesetzt, sondern ist Barrieren ausgesetzt, die das erwünschte Verhalten verhindern können“ (Hamann et al. 2016: 64). Je stärker INT sind, desto größer ist die Bereitschaft, potenzielle Barrieren zu überwinden. Bevor die INT zu einer Handlung besteht, muss eine entsprechende Motivation entwickelt werden. Diese Motivation hängt stark von den ATT einer Person ab (vgl. Richter/Klößner 2017: 4).

INT haben (gemeinsam mit PN) Einfluss auf HAB. „Unter Gewohnheiten verstehen Psycholog*innen ein über Jahre erworbenes Verhaltensskript, das

mit bestimmten Situationshinweisen verknüpft ist“ (Hamann et al. 2016: 76). So ist der Kauf von Lebensmitteln etwas sehr Gewohnheitsmäßiges. Er wird regelmäßig unter ähnlichen zeitlichen und regionalen Bedingungen wiederholt. Je höher der Automatisierungsgrad, desto schwieriger wird es, ein Verhalten zu ändern. Es wurde festgestellt, dass HAB einen (nachhaltigen) Konsum über einige der oben genannten Faktoren wie Einstellungen und soziale Normen hinaus vorschreiben (vgl. Richter/Klößner 2017: 5). Nicht nachhaltige HAB müssen also unterbrochen werden, um ein nachhaltiges Verhalten zu erreichen. Über HAB müssen Personen nicht nachdenken, die (gewohnte) Reaktion, wie z. B. beim Verlassen eines Raumes das Licht auszuschalten, wird automatisch ausgelöst. Die Entwicklung solcher HAB ist von großem Vorteil, da die Menschen sich nicht mehr auf jede einzelne Entscheidung konzentrieren müssen. Es gibt eine Wechselwirkung zwischen der Gewohnheitsstärke (also der Stärke der Ausprägung der HAB) und den Auswirkungen, die INT auf BEH haben, wobei starke HAB die Auswirkungen von INT verringern (vgl. Schwarzingen et al. 2017: 22). HAB werden durch die Wiederholung von BEH erzeugt. HAB hängen zwar theoretisch mit INT, PN und PBC zusammen, sind aber über einen längeren Zeitpunkt hinweg stabil. Sie entstehen durch wiederholtes Handeln in stabilen Kontexten. Daher sind die Verbindungspfeile in Abbildung 4 gepunktet dargestellt (vgl. Klößner 2013: 15 f.). HAB, INT und PBC bestimmen als direkte Prädiktoren das BEH.

Ziel dieser Arbeit ist es nicht, das CADM deskriptiv zu prüfen, sondern das CADM und die von Klößner 2013 festgestellten Korrelationskoeffizienten als theoretischen Rahmen bei der Erforschung von nachhaltigem Konsumverhalten zu nutzen. Es handelt sich hierbei also um eine explorative Studie, bei der einzelne Variablen des Modells genauer untersucht werden. Das CADM dient als Orientierungsrahmen zur Erstellung von forschungsleitenden Fragen, denn u. a. Moser et al. stellen 2018 Folgendes fest: „Dieses umfassende Modell zur Erklärung umweltfreundlichen Handelns von Klößner (2013) eignet sich insbesondere, um private Konsumententscheidungen besser zu verstehen“ (Moser et al. 2018: 26).

2.7 Stand der Forschung

Kapitel 2.7 stellt den Stand der Forschung über das Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Zusammenhang mit Lebensqualität (Kapitel 2.7.2) dar. Gleichzeitig gibt es einen Überblick über die Studien, bei denen das CADM genutzt wird (Kapitel 2.7.1).

2.7.1 Stand der Forschung auf Basis des Comprehensive Action Determination Model

Entwickelt wurde das CADM von Klöckner und Blöbaum (2010), um umwelt-relevantes Verhalten im privaten Bereich zu erklären. Klöckner (2013) selbst unterzieht sein Modell einer Meta-Analyse. Dabei stellt er fest: „Das CADM hat in einer Reihe von Studien in verschiedenen Verhaltensbereichen gute empirische Unterstützung erhalten (Klöckner/Friedrichsmeier 2011; Klöckner/Oppedal 2011; Sopha/Klöckner 2011)“ (Klöckner 2013: 15 f.). Seit 2013 nutzt eine große Reihe weiterer Studien im Bereich des umweltbewussten Verhaltens (und zum Teil des nachhaltigen Verhaltens) das CADM als Grundlage für das Untersuchungsdesign. So können 189 Studien ausfindig gemacht werden, bei denen Klöckner und Blöbaum (2010) oder Klöckner (2013) zitiert werden (Stand Dezember 2020). Doch nur wenige davon nutzen das CADM wirklich als Forschungsgrundlage. Diese Studien sind in Tabelle 2 aufgeführt.

Es existieren zahlreiche weitere Studien, die das CADM zumindest zitieren. Neben denjenigen auf Englisch, Französisch und Spanisch, die Eingang in die untenstehende Tabelle gefunden haben, existieren weitere in den Sprachen Chinesisch, Arabisch, Farsi und Paschtu. Mangels entsprechender Sprachkenntnisse können diese nicht weiter untersucht werden. Festzuhalten ist allerdings, dass sich das CADM internationaler Bekanntheit und Verwendung erfreut und dies überwiegend bei Studien – und dies gilt es besonders hervorzuheben – die sich Fragen der Nachhaltigkeit widmen. Lülfs und Hahn (2014: 48) beurteilen das CADM zur Erhebung nachhaltigen Verhaltens als geeignet, da es in Anlehnung an die TPB das Verhalten im Allgemeinen untersucht und daher nicht auf umweltfreundliches Verhalten beschränkt ist. Darüber hinaus erklären die Variablen des CADM, die dem NAM entnommen werden, moralisches oder normorientiertes Verhalten. Nachhaltiges Verhalten ist eine Form von moralischem oder normorientiertem Verhalten, das sich an solchen Normen orientiert, die im Konzept der Nachhaltigkeit festgelegt sind. Somit dient das NAM im Allgemeinen ebenfalls – wenn auch nur bedingt – der Erklärung nachhaltigkeitsbezogenen Verhaltens.

Wie Tabelle 2 entnommen werden kann, erfreut sich das CADM einer weitreichenden Verwendung, wenn es um die Untersuchung individuellen umwelt-relevanten Verhaltens und nachhaltiger Konsumententscheidungen geht. So werden seit 2010 u. a. folgende Felder untersucht: Wahl des Verkehrsmittels zur Universität (Klöckner und Blöbaum 2010), zur Arbeit, zur Freizeitbeschäftigung, zum Reisen und zum Einkaufen (Klöckner und Friedrichsmeier 2011), Verhalten bezüglich Mülltrennung/Recycling (Klöckner und Oppedal 2011), nachhaltiger Konsum von Papier (Sopha 2013), umweltrelevantes Verhalten iranischer Maisbauern (Izadi und Hayati 2014), Beweggründe zum Kauf von kraftstoffsparenden Autos (Nayum und Klöckner 2014), nachhaltiger Konsum von Meeresfrüchten (Richter und Klöckner 2017), Entscheidungsfindung in

privaten Haushalten bezüglich Elektromobilität, smarter Energietechnologien, Nutzung einer Holzpellet-Heizung und des Energieverbrauchs in Gebäuden (Schwarzinger et al. 2017).

Tabelle 2: Studien auf Grundlage des Comprehensive Action Determination Model (2013)

Studie	Untersuchtes Feld und Veränderungen am CADM
Klößner und Blöbaum (2010)	erster Test des CADM Wahl des Reiseverkehrsmittels bei Studierenden (Deutschland)
Klößner (2011)	energiebezogenes Verhalten in Haushalten (Norwegen)
Klößner und Friedrichsmeier (2011)	Wahl des Verkehrsmittels zur Universität, zur Arbeit, zur Freizeitbeschäftigung und zum Einkaufen bei Studierenden (Deutschland)
Klößner und Oppedal (2011)	Verhalten bzgl. Mülltrennung/Recycling bei Studierenden (Norwegen)
Sopha und Klößner (2011)	Bereitschaft zur Nutzung einer Holzpellet-Heizung in Haushalten (Norwegen)
Sopha (2013)	nachhaltiger Konsum von Papier bei Studierenden (Indonesien)
Klößner (2013)	Meta-Analyse des CADM und der einzelnen ihm zugrundeliegenden Theorien anhand von 56 Datensätzen
Izadi und Hayati (2014)	Analyse des umweltrelevanten Verhaltens iranischer Maisbauern (Iran) Nutzung des Modells von 2010 und Erweiterung um Alter und objektive Zwänge
Lülfes und Hahn (2014)	nachhaltiges Verhalten im Unternehmen (CADM adaptiert) (Deutschland)
Nayum und Klößner (2014)	Beweggründe zum Kauf von kraftstoffsparenden Autos (Norwegen) Erweiterung des CADM um situative und demographische Einflüsse und objektive situative Zwänge Prüfen des CADM
Klößner (2015)	Vergleich von umweltpsychologischen Entscheidungsmodellen
Nayum, Klößner und Mehmetoglu (2016)	Vergleich von sozio-psychologischen Profilen zwischen Käufer*innen konventioneller Autos und Käufer*innen von Elektroautos

Studie	Untersuchtes Feld und Veränderungen am CADM
Ofstad, Tobolova, Nayum und Klöckner (2017)	Veränderung des Recyclingverhaltens am Arbeitsplatz (Norwegen)
Richter und Klöckner (2017)	Forschungsdesign anhand des CADM (2010 und 2013) Suche nach Entscheidungsfaktoren für oder gegen den Konsum von nachhaltigen Meeresfrüchten Erweiterung des CADM von 2013 (um die Variable „Wissen“). Bewährung des Modells
Schwarzinger et al. (2017)	Entscheidungsfindung bei Haushalten bzgl. Elektromobilität, smarter Energietechnologien und des Energieverbrauchs in Gebäuden
Onokala, Banwo und Okeowo (2018)	umweltrelevantes Verhalten bei Studierenden (USA und China) teilweise Orientierung am CADM, auch Nutzung von TPB, VBN und NAT
Moser S. et al. (2018)	Analyse des Energieverhaltens mittels CADM und anderer Modelle (Schweiz) CADM nur untergeordnete Rolle
Daignault, Boivin und Champagne St-Arnaud (2018)	Kommunikation von Klimaschutzmaßnahmen (Kanada) Verwendung des CADM von 2013 in abgeänderter Form (z. B. mit Werten)
Varela-Candamio, Novocorti und García-Álvarez (2018)	„grünes Verhalten“ (Spanien) Vorschlag: CADMIACA-Modell, das auf den Theorien des CADM, anderer motivationaler und interpersoneller (MI) und des Action Competence Approach (ACA) basiert
Simsekoglu und Klöckner (2019)	Entscheidungen zur Nutzung von E-Bikes (Norwegen) CADM zur Hypothesenbildung Instrument an NAT orientiert
Pons-Seres de Brauer et al. (2019)	Beeinflussung bei der Wahl der Energiequelle (EU) Ergänzung des CADM um subjektive Normen, sekundäre Quellen und wahrgenommene Risiken Einbezug von SIMPEA (Social Identity Model of Pro-Environmental Action)
Banwo und Du (2019)	umweltrelevantes Verhalten am Arbeitsplatz (China), Nutzung des Modells von 2010

Quelle: Eigener Entwurf

Bereits bei der Entwicklung des CADM stellen Klöckner und Blöbaum (2010) fest, dass sich die TPB und das NAM im Bereich des Umwelthandelns als besonders nützlich erweisen. Die Integration beider Theorien in ein Modell und

die Erweiterung um HAB zeigten das vielversprechende Potenzial für einen integrativen Ansatz, wie es das CADM darstellt (vgl. Klöckner/Blöbaum 2010: 574). In seiner Meta-Analyse hält Klöckner (2013) als Ergebnis fest, dass das CADM von den Daten als allgemeines Modell des Umweltverhaltens unterstützt wird. Dieses Umweltverhalten gibt Hinweise darauf, wie die Menschen mit globalen Umweltherausforderungen umgehen. Auch Ofstad et al. (2017: 13), die sich noch einmal mit dem CADM beschäftigten, stellen fest, dass sich das Modell sehr gut zur Erforschung des umweltrelevanten Verhaltens eignet. Das Modell kann als allgemeiner Rahmen für die Identifizierung wichtiger Prädiktoren für verschiedene Arten von umweltrelevantem Verhalten dienen. Die wichtigsten Prädiktoren sind ATT, PN, PBC und SN, die zusammen INT beeinflussen. Somit bietet das CADM die Möglichkeit, den Umgang mit den globalen Herausforderungen zu beschreiben (vgl. Klöckner 2013: 27 f.). Das CADM hat in einer Reihe von Studien in verschiedenen Verhaltensbereichen gute empirische Unterstützung erhalten. Dabei hat es gegenüber den einzelnen Modellen der Umweltpsychologie, aus deren Kombination es besteht, mehrere Vorteile. Vergleiche zwischen verschiedenen Verhaltensweisen können innerhalb desselben Modellrahmens durchgeführt werden. Darüber hinaus werden Annahmen zu Beziehungen zwischen Variablen getroffen, die in den einzelnen Modellen nicht erstellt werden können, z. B. die Annahme, wie direkt die Auswirkungen persönlicher Normen auf das Verhalten sind (vgl. ebd.: 16).

2.7.2 Forschung zu Nachhaltigkeit(-sbewusstsein), nachhaltigem Konsum und Lebensqualität

Kapitel 2.1 stellt die Entwicklung des Begriffs *Nachhaltigkeit* bzw. der nachhaltigen *Entwicklung* in einem Überblick dar.

Festzustellen ist, dass der Wandel von der rein ökologischen Nachhaltigkeit (oder dem reinen Umweltschutz) hin zur nachhaltigen Entwicklung, wie sie in dieser Arbeit verstanden werden will, in der breiten Kommunikation erst in den ersten Jahren des 21. Jahrhunderts aufgekommen ist. Durch die Weltgipfel für nachhaltige Entwicklung in Rio de Janeiro 1992 mit dem Konzept der lokalen Agenda 21, in Johannesburg 2002 und 2012 wieder in Rio de Janeiro, wo weitere Resolutionen verabschiedet wurden, bekam die Nachhaltigkeit als Leitbild großen Aufschwung (vgl. Hellbrück/Kals 2012: 93 ff.). „Mittlerweile wird sie auf allen politischen Ebenen diskutiert und verdrängt als Leitbild zunehmend das ältere Konzept des Umweltschutzes“ (Hellbrück/Kals 2012: 93 ff.). Weil es vorher kaum Forschung zur nachhaltigen Entwicklung, wie sie hier verstanden werden möchte, geben kann, werden bei der Literaturrecherche nur Werke ab dem Jahr 2000 in Betracht gezogen. Darüber hinaus werden nur Studien aus dem deutschsprachigen Raum berücksichtigt, da hier von relativ ähnlichen Lebensbedingungen der Befragten ausgegangen werden

kann, was bei internationaler Sichtweise nicht unbedingt gewährleistet ist. Studien zum Thema Umweltbewusstsein werden zwar in die Recherche und in die Entwicklung des Forschungsthemas mit einbezogen, beschreiben allerdings, wie in Kapitel 2.2 ausgeführt, das Nachhaltigkeitsbewusstsein nur unzureichend. Dadurch sind sie für den Stand der Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein nicht relevant.

Zur Annäherung an das Thema Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Jugendlichen helfen zunächst die beiden Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer (Michelsen et al. 2012 und Michelsen et al. 2015) und die Arbeiten von Keller und Oberrauch (2013) bzw. Oberrauch et al. 2016 und Oberrauch und Keller (2017), die in Österreich und Italien zu den Vorstellungen Jugendlicher zur Lebensqualität im Kontext der Umweltorientierung forschen. Um herauszufinden, was die Jugend in Deutschland im Allgemeinen bewegt, werden die Shell Jugendstudien von 2015 und 2019 herangezogen. Tabelle 3 zeigt für die vorliegende Arbeit relevante Studien inklusive der jeweiligen Stichproben, ordnet ihnen Stichwörter zu und hält die für die Fragestellung der Studie relevanten zentralen Erkenntnisse fest.

Aus Tabelle 3 wird ersichtlich, dass sich einige Studien im Themenspektrum des hier vorliegenden Forschungsvorhabens befinden. Es wird deutlich, dass sich unter den vielen Studien nur Keller und Oberrauch (2013) bzw. Oberrauch et al. 2016 und Oberrauch und Keller (2017) mit Jugendlichen, Konsum, Lebensqualität und Nachhaltigkeit und somit mit allen drei für die vorliegende Arbeit relevanten Konstrukten und der gleichen Zielgruppe beschäftigen. Die Forschung von Keller und Oberrauch legt den Fokus jedoch eindeutig auf das Konstrukt der Lebensqualität, während der Fokus in dieser Arbeit auf dem Nachhaltigkeitsbewusstsein liegen soll.

Dagegen gibt es Studien, die das Thema der vorliegenden Arbeit etwas mehr tangieren. Gerade das Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer von Michelsen et al. (2012) beschäftigt sich stark mit dem Thema Jugend und nachhaltiger Konsum. Die Autoren des Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometers 2012 haben im Vorfeld verschiedene Studien betrachtet und auf deren Erkenntnisse im Bereich Jugend und nachhaltiger Konsum untersucht. Dabei stellen sie fest, „[...] dass der Forschungsstand bei nachhaltigkeitsbezogenen Fragestellungen mit der Zielgruppe der jüngeren Generation in Deutschland aufgrund bislang fehlender Arbeiten wenig Aufschluss über Einstellungen und Handlungsabsichten dieser Zielgruppe bietet. Besser beforscht sind diese bei Umweltthemen, über die wir mit dem Konzept der nachhaltigen Entwicklung allerdings hinausgehen. Eine ebenfalls etwas größere Forschungsdichte liegt auch für den Bereich Konsum vor“ (Michelsen et al. 2012: 32 f.).

Tabelle 3: Studien zu den Themen Jugendliche, Nachhaltigkeit und Lebensqualität

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Thio und Göll (2011): Einblick in die Jugendkultur. k. A. Deutschland	Jugendliche, nachhaltige Entwicklung, Lebensqualität	Rahmenbedingungen, die den Alltag der Jugendlichen bestimmen, sind die typischen Herausforderungen der Lebensphase (Persönlichkeitsentwicklung und Identitätsfindung) und Bewältigung der gesellschaftlichen Veränderungen (familiäre Strukturen, Zugang zu Bildung, wirtschaftliche Strukturen und Prioritäten Jugendlicher) es besteht zwar ein Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein, das unmittelbare Interesse für eine weitergehende und vor allem aktive Beschäftigung mit der Thematik ist aber noch unzureichend das Verständnis und die Verstehbarkeit von Umwelt- und Nachhaltigkeit spielen eine Rolle die Konfrontation mit der Bedrohlichkeit, dem Umfang, den begrenzten Interventionsmöglichkeiten und der Komplexität vieler Krisenprozesse sowie die Unübersichtlichkeit der Informationslage lösen Überforderung und Ohnmachtgefühle aus schwacher oder manchmal sogar fehlender Bezug zwischen den verbal artikulierten Einstellungen bzw. dem Umweltbewusstsein der Jugendlichen einerseits und ihrer Alltagswelt bzw. ihrem Alltagshandeln andererseits zahlreiche Informationen vermitteln ein eher negatives Lebensgefühl („Verzicht“) eine „oberflächliche“ Herangehensweise bei der Behandlung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen im Unterricht verschlechtern die Gesamtsituation im Bildungsbereich es fehlt häufig ein tiefgehendes Verständnis für Wünsche und Bedürfnisse von Jugendlichen und eine entsprechende Thematisierung im Unterricht

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Leitner (2011): Jugendliche Lebensstile und Nachhaltigkeit. ca. 1.000 Kinder und Jugendliche zwischen 10 und 19 Jahren, quantitativ, Österreich	Jugendliche, Nachhaltigkeit, Lebensstil	zwischen 82 % und 93 % der Schüler*innen finden ökologische und soziale Anliegen (Klimaschutz, Chancengleichheit, die Bekämpfung der Armut, die Erhaltung der Tier- und Pflanzenwelt) als sehr oder eher wichtig 39 % weisen ausgeprägte Nachhaltigkeitsorientierungen auf und lehnen prestigebezogene Haltungen ab wesentlicher Einflussfaktor auf eine Nachhaltigkeits- bzw. Prestigeorientierung ist die Verantwortungszuschreibung an den/die Einzelne*n für die Lösung globaler Probleme wie Umweltverschmutzung und soziale Ungleichheit die befragten Jugendlichen weisen Unterschiede bezüglich Werthaltungen sowie Konsum- und Kommunikationsverhalten auf geschlechts- und altersspezifische Einflüsse scheinen einen besonderen Stellenwert zu haben
Gaiser et al. (2012): Jugend, Nachhaltigkeit und nachhaltiger Konsum. vergleicht die Shell Jugendstudie und die Studie „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten“ des Deutschen Jugendinstituts Insgesamt 12.041 Personen zwischen 12 und 29 Jahren, Deutschland	Jugendliche, Konsum, Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeitsdenken ist weit verbreitet auf der Einstellungsebene finden sich auch kaum Differenzierungen nach soziodemographischen und motivationalen Merkmalen je höher das soziale (Herkunft/Netze) und kulturelle Kapital (Bildung), desto stärker wird nachhaltig gehandelt politisches Interesse verstärkt das Wissen über komplexe und langfristige Zusammenhänge Reflexionen über den eigenen Alltag und die Gegenwart hinaus führen zu nachhaltigkeitsbewusstem Handeln politische Bildungsanstrengungen und vereinsorientierte Mobilisierungsstrategien können nachhaltiges Handeln vorantreiben

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Michelsen et al. (2012): Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer. 1.070 Befragte zwischen 15 und 24 Jahren, Deutschland	Jugendliche, Konsum, BNE, Lebensstil, Nachhaltigkeit	in der jüngeren Generation ist das Leitbild Nachhaltigkeit angekommen etwa 40 % der Befragten sind entschiedene Befürworter*innen von Nachhaltigkeit je größer die Problemwahrnehmung ist, desto größer ist die Handlungsbereitschaft für die Mehrheit der Befragten kann keine Einstellungs-Verhaltens-Diskrepanz festgestellt werden
Keller und Oberrauch (2013): Lebensqualitätsforschung mit Jugendlichen vor dem Hintergrund eines neuen österreichischen Kompetenzmodells. ca. 1.500 Jugendliche, Österreich, Italien	Jugendliche, Lebensqualität, Nachhaltigkeit	Jugendliche entwickeln Zukunftsvisionen zum Nachhaltigkeitsziel Lebensqualität Ergebnisse in Oberrauch, Keller, Sanin und Riede (2016)
Tully und Krug (2013): Junge Menschen und nachhaltiger Konsum. 120 qualitativ, 624 quantitativ, Schüler*innen zwischen 14 und 22 Jahren, Deutschland	Jugendliche, Konsummuster	Jugendliche orientieren sich an der Gegenwart und ihre Konsumentscheidungen sind selten am Ressourcenschutz ausgerichtet Jugendliche verfügen über ein eigenes Budget und sind somit Konsument*innen Jugendkultur bestimmt die Konsumkultur Jugendliche wollen sich durch Materielles ausdrücken, dies bestimmt die Konsummuster in Bezug auf Kleidung, Musik und Mobilgeräte etc. Jugendliche wollen sich entweder an die von den Eltern oder Peers vorgelebten Konsummuster anlehnen oder davon abheben

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Oberrauch et al. (2016): Lebensqualitätsvorstellungen von Jugendlichen im Kontext des Leitbilds nachhaltiger Entwicklung. 207 Schüler*innen zwischen 15 und 18 Jahren, Österreich, Italien	Jugendliche, Nachhaltigkeit, Lebensqualität	Spannungen und Übereinstimmungen zwischen den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung und den geäußerten Lebensqualitätsansprüchen der Jugendlichen teilweise auch Diskrepanzen zwischen den Vorstellungen der Jugendlichen und einer zeitgemäßen Auffassung eines guten Lebens, das nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit gestaltet wird viele Jugendliche begründen hohe Lebensqualität damit, dass materielle Bedürfnisse wie jene nach Ernährung, Wohnen und Kleidung „nur“ insoweit gedeckt werden, dass es zum Leben reicht wichtig ist auch ein intaktes soziales Umfeld, Gesundheit, Bildung und Freizeit
HMUKLV (2016): Ist Glück hessisch? 501 Jugendliche zwischen 14 und 24 Jahren mit Fragebögen und 9 standardisierte Telefoninterviews, Hessen	Konsum, Nachhaltigkeit, Jugendliche, Lebensqualität	für die Lebensqualität sind aus Sicht der Jugendlichen in die Themenkomplexe Gesundheit, (Aus-)Bildung, Familie und Partnerschaft/Freunde, ein friedliches Zusammenleben mit ihren Mitmenschen, eine intakte Umwelt und der Klimawandel/Klimaschutz zentral eine große Mehrheit ist mit ihrem derzeitigen Leben zufrieden junge Menschen in Hessen haben ein ausgeprägtes Problem- und Verantwortungsbewusstsein und eine hohe Bereitschaft zu Engagement Hemmnis für jugendliches Engagement ist der Faktor Zeit für die Gewinnung neuer Engagierter bedarf es niederschwelliger Angebote Selbstvorstellungen von Vereinen und Verbänden an Schulen sowie eine stärkere Kooperation der Institutionen und die Durchführung gemeinsamer Projekte und eine stärkere Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die Lehrpläne von den Jugendlichen gewünscht

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Oberrauch und Keller (2017): Vorstellungen von Jugendlichen zur Lebensqualität zwischen Materialismus und Umweltorientierung. Eine empirische Untersuchung im Kontext (einer Bildung für) nachhaltige(r) Entwicklung. 195 Schüler*innen zwischen 15 und 17 Jahren, Österreich, Italien	Jugendliche, Konsum, Lebensqualität	nur etwa 13 % der Befragten messen dem Naturraum/intakter Umwelt einen hohen Stellenwert in Bezug auf die eigene Lebensqualität bei, weitere 33 % geben einen eher hohen Stellenwert an Knapp 8 % bewerten Materielles/Finanzielles mit „hoch“ und weitere 42 % mit „eher hoch“ damit wird dem Materiellen/Finanziellen einen leicht höherer Stellenwert in Bezug auf die Lebensqualität zugeschrieben
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) (2018): Zukunft? Jugend Fragen! über 100 Jugendliche zwischen 14 und 22 Jahren repräsentativ und zusätzlich 1.000 per Online-Befragung, Deutschland	Jugendliche, Umweltbewusstsein, Selbstwirksamkeit, Konsum, Lebensqualität	junge Menschen interessieren sich für Bildungsangebote zu Nachhaltigkeitsthemen Bildungsangebote sollten ausgebaut und beteiligungs- und aktionsorientierter ausgestaltet werden

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Sommer et al. (2019): Fridays for Future. 355 Teilnehmende an einer FFF-Demo in Berlin und Bremen, europaweit	Jugendliche, Klimawandel, Fridays for Future	ein derartiges Engagement in jungen Lebensjahren hat einen starken Einfluss auf das generelle Interesse an gesellschaftlichen und politischen Fragestellungen und auf das spätere Engagement im Lebensverlauf FFF wird die junge Generation beeinflussen – in der Klimabewegung und darüber hinaus
Treiber (2019): Eine Generation ohne Grenzen. 15.500 Kinder und Jugendliche bis 21 Jahre, global	Konsum, Nachhaltigkeit, Jugendliche	die Generation Z ist sich von Einstellungen zum Konsum bis hin zu ihren Erwartungen an die Zukunft rund um die Welt untereinander ähnlicher als die Angehörigen jeder anderen Generation Einfluss spielt im Leben der Gen-Z-Mitglieder eine enorm wichtige Rolle, sie stehen unter stärkerem externen Einfluss, was ihre Lebensentscheidungen angeht, als ältere Generationen die Generation Z legt größeren Wert auf sekundäre Faktoren wie Stil, Nachhaltigkeit, Einzigartigkeit und Flexibilität, und misst dem ethischen Verhalten einer Marke mehr Bedeutung bei viele Mitglieder der Generation Z verspüren den starken Wunsch, herauszustechen und sich einzigartig zu fühlen fast ein Fünftel der global befragten Gen-Z-Mitglieder stimmt definitiv zu, dass sie „Geld lieber für Erlebnisse als für Produkte ausgeben würden“, in Deutschland waren es sogar über 20 % insbesondere Themen der sozialen Verantwortung haben ihre Aufmerksamkeit gewonnen

Studientitel und Stichprobe	Stichworte	Ergebnisse
Shell Deutschland Holding (Hrsg.) (2019): 18. Shell Jugendstudie – Jugend 2019. 2.572 Jugendliche zwischen 12 und 25 Jahren, Deutschland	Jugendliche, Milieu	gerade bei jugendspezifisch geprägten politischen Formierungen bilden sich bedeutende Veränderungen in der heutigen Jugendgeneration ab Umweltschutz und Klimawandel haben bei Jugendlichen als zukunftsrelevante Themen erheblich an Bedeutung gewonnen das zeigt sich in der Forderung nach Mitsprache und in den Handlungsaufforderungen, die an die älteren Generationen gerichtet sind, insbesondere an die Politiker*innen

Quelle: Eigener Entwurf

Insgesamt ist festzustellen, dass einzelne Aspekte des nachhaltigen Konsums zwar aufgegriffen werden, aber nie im Bezug zum Konzept einer nachhaltigen Entwicklung betrachtet werden. „Eine Integration der unterschiedlichen [...] untersuchten Variablen zu einem gemeinsamen Erklärungsmodell ist in der Jugendforschung bislang nicht erfolgt“ (Michelsen et al. 2012: 55). In den Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometern ist der nachhaltige Konsum nur am Rande als ein Bestandteil nachhaltigen Handelns thematisiert. Die integrierte Betrachtung des nachhaltigen Konsums im Gesamtkonzept der nachhaltigen Entwicklung soll Bestandteil dieser Studie sein.

Mit „Jugend und die Zukunft der Welt“ wird eine weitere wichtige Studie zur Sichtweise von Jugendlichen auf die globalen Herausforderungen 2009 von Boecker durchgeführt (da sie sich aber nicht mit nachhaltigem Konsum und Lebensqualität befasst, findet sie keinen Eingang in Tabelle 3). Hier werden Jugendliche und junge Erwachsenen im Alter zwischen 14 und 18 Jahren, insgesamt 1.007 Personen, befragt (vgl. Boecker 2009: 4).

Die wichtigsten für diese Arbeit relevanten Erkenntnisse aus der Studie von Boecker (2009: 7 ff.) seien hier aufgezeigt:

- Über den Zustand der Welt zeigen sich eher die Mädchen, die Älteren und die Jugendlichen mit einer höherwertigen Ausbildung besorgt.
- Die befragten Jugendlichen sind angesichts der globalen Herausforderungen überwiegend der Auffassung, dass die gesamte Gesellschaft in der Verantwortung steht: Nur jeder fünfte deutsche Jugendliche verweist nur auf die Mächtigen der Gesellschaft (Regierungen, Firmen oder große Organisationen).
- Fast jede*r zweite befragte Jugendliche glaubt, dass es Auswirkungen hat, wenn er oder sie sich für eine bessere Welt einsetzt.

- Drei von vier befragten Jugendlichen sehen einen deutlichen Handlungsbedarf der Wirtschaft.
- 69 % der befragten Jugendlichen wünschen sich in Schule und Ausbildung eine umfassendere Wissensvermittlung über die globalen Probleme und ihre Verantwortung für die Welt.
- Engagementbereite Jugendliche zeigen sich deutlich besorgter über den Zustand der Welt in 20 Jahren als solche, die sich nicht engagieren wollen.

Tully und Krug (2013: 79) erforschen Konsummuster der Jugendlichen. Dabei stellen sie fest, dass Jugendliche sich an der Gegenwart orientieren und ihre Konsumententscheidungen selten am Ressourcenschutz ausgerichtet sind. Nachdem sie am Übergang zur Selbstständigkeit und zur Übernahme von Verantwortung für die eigene Zukunft stehen, könnten sie für eine nachhaltige Gestaltung ihrer eigenen Zukunft sensibilisiert werden.

Gossen et al. (2015: 57) erweitern die zweijährig durchgeführte Umweltbewusstseinsstudie des UBA im Jahr 2014 um die Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen und werten die Ergebnisse junger Menschen bis 25 noch einmal gesondert aus. Dabei geht es ihnen u. a. um nachhaltigen Konsum. Sie finden gerade im Bereich des nachhaltigen Konsums eine Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln vor und führen diese auf jugendspezifische Problemstellungen zurück. Konsum ist „bei jungen Menschen überdurchschnittlich stark von Familie und Peergruppen einerseits sowie eigenen materiellen Ansprüchen andererseits geprägt [...] Zudem ist gerade bei Jugendlichen die Akzeptanz durch Gleichaltrige oft an Konsum und Marken geknüpft. Insbesondere bei Kleidung und elektronischen Geräten ist es für junge Menschen schwierig, sich zugunsten von Nachhaltigkeit der Schnelldigkeit von Moden und technischem Wandel zu entziehen. In anderen Lebensbereichen lassen sich hingegen Synergien zwischen einem jungen Lebensstil und Nachhaltigkeit beobachten. Dies betrifft beispielsweise das Mobilitätsverhalten oder das Thema vegetarische beziehungsweise vegane Ernährung, das insbesondere unter jungen Erwachsenen Interesse und Faszination entfaltet“ (Gossen et al. 2015: 57).

Vor allem in der Umweltpsychologie gibt es Anstrengungen, das Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitsbewusstsein zu erforschen und somit umweltschonendes Verhalten zu erklären und gezielt zu fördern. Hier steht eher die Gesamtbevölkerung im Mittelpunkt, der Fokus liegt selten auf der Jugend. Erforscht wird das Verhalten in allen Lebensbereichen, z. B. die Investitionen in erneuerbare Energien und die alltägliche Mülltrennung. „Nachhaltigkeitsbewusstsein oder nachhaltiger Konsum im weiteren Sinne werden erst seit wenigen Jahren explizit zum Forschungsgegenstand gemacht [...]“ (Matthies/Wallis 2018: 38).

Bestehende Forschung zum umwelt- bzw. nachhaltigkeitsrelevanten Verhalten stellt oft eine Differenz – in der englischen Literatur „gap“ genannt – zwischen Wissen, Einstellungen und Verhalten fest. So zeigte eine Studie von

Vermeir und Verbeke (2006: 187), dass trotz einer positiven Einstellung gegenüber nachhaltigeren Produkten die wahrgenommene Verfügbarkeit nachhaltiger Lebensmittel eine niedrige Kaufabsicht begründet. Umgekehrt erklärt hoher sozialer Druck eine Absicht zu nachhaltigem Verhalten trotz gering bewerteter nachhaltiger Einstellungen. Sopha (2013) kommt bei der Untersuchung nachhaltigen Papierkonsums von indonesischen Studierenden (N=266) auf ähnliche Ergebnisse: „People with positive attitudes toward paper usage reduction are corresponding to those with low intentions“ (Sopha 2013: 279). Vermeir und Verbeke (2006: 170 f.) erklären die Einstellungs-Verhaltens-Differenz im Kontext nachhaltigen Verhaltens anhand weiterer, die Kaufentscheidungen beeinflussender Faktoren. So benennen sie z. B. die Verfügbarkeit von Produkten als limitierenden Faktor.

Csutora (2012: 146 ff.) hält hinsichtlich der Einstellungs-Verhaltens-Differenz fest: „A number of studies suggest that the gap that exists between the components of environmental awareness is due to the complex nature of reality and economic-structural factors. Hence, consumers with a high level of environmental awareness may not act sustainably [...]“. Auch Haubach und Moser (2016: 301) berichten in einer Untersuchung klimafreundlicher Konsumententscheidungen, dass eine Lücke zwischen Einstellung und Verhalten vorliegt, „wonach eine umweltbewusste Einstellung insbesondere dann in umweltbewusstem Handeln mündet, wenn die Umsetzung kaum Mühe bereitet. [...] Diese Lücke ist dem Konsumenten entweder nicht bewusst oder Barrieren stehen einem nachhaltigen Konsum entgegen [...]“. Diese Untersuchung baut auf vorausgegangenen Ergebnissen von Moser A. (2015) auf und versucht diese Kluft durch Unsicherheiten oder wahrgenommene Kompromisse als Hemmnisse zu erklären. Demnach kann ein nachhaltiges Verhalten der individuellen Bequemlichkeit z. B. beim Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel oder höheren vermuteten Kosten beim Erwerb nachhaltiger Produkte zum Opfer fallen. Demgegenüber schaffen ein steigendes Angebot und eine hohe Qualität nachhaltiger Produkte sowie die Verwendung von entsprechenden Labeln, die den Verbraucher*innen helfen, informierte Kaufentscheidungen zu treffen, ein physisches Umfeld, das nachhaltiges Verhalten eher fördert als hemmt (vgl. Moser A. 2015: 168). Insbesondere Verbraucher*innen, die nachhaltige Produkteigenschaften als Vorteil erkennen, akzeptieren auch höhere Preise (vgl. ebd.: 171 f.).

Seit den 1990er-Jahren wird Lebensqualität verstärkt unter dem Aspekt der Generationengerechtigkeit oder des ökologischen Verhaltens untersucht. „Doch inwiefern Nachhaltigkeitsaspekte mit der empfundenen Lebensqualität in Verbindung stehen, ist nicht vollkommen nachvollziehbar. Es kommt bei der anspruchsvollen Erfassung von Lebensqualität durch Nachhaltigkeitsindikatoren zur Vermischung zweier unterschiedlicher Dimensionen und im streng genommen, wissenschaftlichen Sinne kann hier nicht mehr von der Erforschung der Lebensqualität ausgegangen werden“ (Löser 2013: 16).

Unter all den Studien, die sich mit Jugendlichen, Nachhaltigkeit, nachhaltigem Konsum und Lebensqualität beschäftigen, gibt es zum Zeitpunkt der Recherche für die vorliegende Studie zwei Forschungsteams im deutschsprachigen Raum, die sich mit all den genannten Aspekten gleichzeitig beschäftigen. Diese Forschungsteams sind Thio und Göll (Deutschland) und Keller und Oberrauch (Österreich/Italien), wobei die Forschung von Keller und Oberrauch (2013 und 2017) die aktuellere ist. Thio und Göll (2011) beschäftigen sich mit der Frage, wie Jugendlichen erfahrbar gemacht werden kann, dass mehr Nachhaltigkeit auch eine höhere Lebensqualität bedeutet. „Voraussetzung hierfür ist, dass Aktivitäten zur Einbeziehung Jugendlicher in die Maßnahmen zur ökologischen bzw. nachhaltigen Umgestaltung der Lebenswelt die adäquaten Formen und Stile („Wellenlänge“) heutiger Kommunikation unter Jugendlichen berücksichtigen“ (Thio/Göll 2011: 6). Beim Vergleich mehrerer Studien miteinander finden sie heraus, dass die Sichtweise, mehr Nachhaltigkeit führe zu Einbußen der Lebensqualität, in den Diskussionen mit den Jugendlichen zum Ausdruck kommt. „In den Fokusgruppen sind zum Beispiel die höheren Preise von Bio-Lebensmitteln von mehreren Jugendlichen als entscheidender Faktor für die Zurückhaltung bei umweltgerechterem Konsum hervorgehoben worden“ (Thio/Göll 2011: 59). Ergebnis ihrer Studie sind Empfehlungen, wie Nachhaltigkeit bzw. nachhaltiger Konsum an die Jugendlichen kommuniziert werden soll, um das Nachhaltigkeitsbewusstsein und somit nachhaltiges Handeln zu steigern.

Oberrauch und Kolleg*innen (2016) untersuchen, inwiefern Schüler*innen durch die Teilnahme an einer Forschungs-Bildungs-Kooperation zum Thema Lebensqualität und Nachhaltigkeit dazu inspiriert werden, etablierte subjektive Vorstellungen darüber, was ein qualitativ hochwertiges Leben ausmacht, zu hinterfragen. Dabei erzielen Oberrauch und Keller nachfolgende Erkenntnisse in Bezug auf die Einschätzung Jugendlicher was die Zusammenhänge zwischen Lebensqualität und Nachhaltigkeit betrifft:

- Es lassen sich Spannungen und Übereinstimmungen zwischen den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung und den geäußerten Lebensqualitätsansprüchen der Jugendlichen erkennen und diskutieren.
- Es gibt teilweise Diskrepanzen zwischen den Vorstellungen der Jugendlichen und einer zeitgemäßen Auffassung eines guten Lebens, das nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit gestaltet wird.
- Viele Jugendliche begründen hohe Lebensqualität damit, dass materielle Bedürfnisse wie beispielsweise jene nach Ernährung, Wohnen und Kleidung „nur“ in jenem Maße gedeckt werden, dass es zum Leben ausreicht.
- Neben finanziellen und materiellen Aspekten gilt der erste Gedanke an eine hohe Lebensqualität auch oft einem intakten sozialen Umfeld, der Gesundheit, Bildung und Freizeit. Dies sind Faktoren, die aus der Nachhaltigkeitsperspektive mit einem niedrigen durchschnittlichen Material- und Energieverbrauch verbunden sind.

- Ebenfalls positiv hervorzuheben ist, dass nicht-materiellen Werten wie Bildung, Selbstverwirklichung und der sozialen Gerechtigkeit, Sicherheit/Frieden etc. Bedeutung beigemessen wird.
- Jugendliche verspüren ein großes Bedürfnis nach Partizipation. Dies scheint von ihnen allerdings nicht primär mit dem Phänomen „Lebensqualität“ in Verbindung gebracht zu werden (vgl. Oberrauch et al. 2016: 243 f.).

Eine einzige wirklich mit dem aktuellen Vorhaben vergleichbare Studie im Bereich Nachhaltigkeit und Lebensqualität, die wiederum aber den Aspekt des Konsums nicht näher betrachtet, wurde durch das Hessische Ministerium für Umwelt, Klimaschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ([HMUKLV], (2016) durchgeführt. Hier wurde anhand einer quantitativen Erhebung (Forsa-Umfrage) bei 501 Jugendlichen im Alter von 14 bis 24 Jahren und anschließenden neun standardisierten Telefoninterviews die Frage nach der Lebensqualität der jungen Menschen in Hessen beantwortet. Die hessische Studie soll zu einem fundierten Verständnis des wechselseitigen Bezugs von Lebensqualität, jugendlichen Engagements und Nachhaltigkeit aus der Perspektive junger Menschen in Hessen beitragen und damit Aktive in der Jugendarbeit genauso wie Entscheidungsträger*innen aus Wirtschaft und Politik bei ihrer Arbeit und der Entscheidungsfindung unterstützen (vgl. HMUKLV 2016: 5). Im Anschluss an die Erhebung mittels Fragebögen und Telefoninterviews wurde ein Workshop durchgeführt, „um ausgewählte Aspekte und zentrale Erkenntnisse noch einmal vertiefend diskutieren zu können. Zusätzlich sollten bei dem Workshop erste Aktionsideen aus den Jugendforen weiterentwickelt [...] werden“ (HMUKLV 2016: 6). Das HMUKLV hat mit dem Bundesland Hessen einen relativ großen Bezugsraum. In der hier vorliegenden Untersuchung werden dagegen zunächst mit Stakeholdern aus dem Bereich Nachhaltigkeit ein sogenannter Expert*innenworkshop und anschließend eine Zukunftswerkstatt mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt, ihrer Heimatregion, durchgeführt, um ihre spezifischen Bedarfe zu erfassen. Dieses Vorgehen wird gewählt, da nach Haan (2008: 35) Veränderungen in Konsum und damit Lebensstilen im besten Fall kleinschrittig und im individuellen Umfeld vollzogen werden. Im Rahmen der Teilkompetenz „*Selbstständig planen und handeln können*“ der Gestaltungskompetenz beschäftigt er sich mit dem individuellen Engagement. „Insbesondere das persönliche Engagement ist gefragt, wenn es um veränderte Lebensstile, Konsumgewohnheiten und die Rechte anderer Personen und Gemeinschaften geht“ (vgl. Haan 2008: 35). Nähere Informationen zu den beiden Workshops beschreibt Kapitel 3. Ein zentrales Ergebnis der hessischen Studie ist, dass sich die befragten Jugendlichen für ein Hessen der Zukunft Folgendes wünschen:

- Der öffentliche Personennahverkehr [ÖPNV] soll in Hessen das zentrale Verkehrsmittel werden und somit besonders in Großstädten autofreie Mobilität ermöglichen.
- Das Wirtschaftssystem soll nachhaltig und ökologisch verträglich gestaltet werden. Damit soll dafür gesorgt werden, die Umwelt zu erhalten beziehungsweise negative Auswirkung zu reduzieren.
- Anknüpfend wünschen sich die Jugendlichen ein bewussteres und nachhaltigeres Konsumverhalten als Leitbild in der Gesellschaft (vgl. HMUKLV 2016: 15).

Hier lassen sich Parallelen zu den in Kapitel 3.3 beschriebenen Ergebnissen aus der Zukunftswerkstatt erkennen. Bezogen auf die Selbstwirksamkeitserwartung der Jugendlichen erzielt die hessische Studie ein bezeichnendes Ergebnis. „Beim Blick auf die erarbeiteten Wünsche und Handlungsansätze [...] wurde deutlich, dass die Jugendlichen sich selbst in der Mitverantwortung für eine nachhaltige Gestaltung der Zukunft in Hessen und für die Weichenstellungen für ein Mehr an Lebensqualität sehen. Sie bescheinigen dem eigenen und allgemeiner dem Engagement junger Menschen ein großes Gestaltungs- und Veränderungspotenzial“ (HMUKLV 2016: 17).

2.7.3 Forschungsdesiderate

Ausgehend von den nachfolgend formulierten Forschungsdefiziten und den zuvor gesammelten Erkenntnissen werden letztlich forschungsleitende Fragen (vgl. Kapitel 5) für diese Studie formuliert. Die in Tabelle 3 aufgelisteten Erkenntnisse halten zusammenfassend fest, dass es zwar einige Studien zum Umweltbewusstsein in Deutschland gibt, dort aber meist die Gesamtbevölkerung im Fokus steht und nicht explizit die junge Generation. Die Studienlandschaft im deutschsprachigen Raum zum Nachhaltigkeitsbewusstsein junger Menschen ist überschaubar. Einzig die beiden Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer (Michelsen et al. 2012 und 2015) beschäftigen sich mit diesem Thema. Dabei stellen die Autor*innen in ihrer Erhebung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein 2012 bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen von 15 bis 24 Jahren fest, dass in der jüngeren Generation das Leitbild Nachhaltigkeit bekannt ist. „Dies gilt zwar nicht für den abstrakten Begriff der nachhaltigen Entwicklung an sich, wohl aber für seine verschiedenen Inhalte. [...] Die Problemwahrnehmung hat einen direkten Einfluss auf die Handlungsbereitschaft: Je größer die Wahrnehmung von Nachhaltigkeitsproblemen ist, desto höher [ist] die Wahrscheinlichkeit der Ausbildung einer konkreten Handlung. [...] Unsere Ergebnisse widersprechen größtenteils der Auffassung, dass aus bestimmten Einstellungen kein Handeln folgt. Bei 40 % der Befragten, den Nachhaltigkeitsaffinen, hängen die Elemente Motivationen, Absichten und Handlungen in positiver Weise zusammen. Bei weiteren 20 % der Stichprobe, den Nachhaltigkeitsrenitenten, besteht

ebenfalls ein konsequenter Zusammenhang zwischen den Elementen, wenngleich in negativer Ausprägung. [...] Der Befund einer Einstellungs-Verhaltens-Differenz liegt hier also für die Mehrheit der Befragten nicht vor“ (Michelsen et al. 2012: 183 ff.). Für künftige Studien zum Nachhaltigkeitsbewusstsein halten Michelsen et al. (2012: 185) fest, dass es interessant sein dürfte zu beobachten, wie sich die Nachhaltigkeitsorientierung in der jüngeren Generation entwickelt. „Besonders im Vergleich zu den klassischen Umweltbewusstseinsstudien kann die Relevanz wichtiger gesellschaftlicher Phänomene genauer und umfangreicher untersucht werden“ (Michelsen et al. 2012: 185).

Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, beschäftigen sich Gossen et al. (2015) mit der klassischen Umweltbewusstseinsstudie, erweitern diese und legen den Fokus auf 14- bis 25-Jährige. In ihren zentralen Ergebnissen „zeigt sich, dass Umwelt und Natur in der Alltagswelt junger Menschen eine andere Rolle als in der Gesamtstichprobe [gemeint ist hier die Studie *Umweltbewusstsein in Deutschland 2014* (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und Umweltbundesamt 2015)] haben“ (Gossen et al. 2015: 4). Vor dem Hintergrund von Unsicherheitserfahrungen und Wohlstandssorgen würden z. B. einem guten Lebensstandard und Möglichkeiten zur Selbstentfaltung Priorität eingeräumt. Mit Blick auf die Einstellungen junger Menschen gegenüber der Umwelt könne jedoch ein ausgeprägtes Problembewusstsein festgestellt werden. Beim alltäglichen Konsum sei die Handlungsbereitschaft junger Menschen vergleichsweise gering, allerdings lasse sich etwa im Bereich der Mobilität und Ernährung oder des kollaborativen Konsums durchaus Potenziale für ein umweltschützendes Verhalten erkennen. „Das Umweltbewusstsein junger Menschen weist darüber hinaus generationspezifische Prägungen und lebensphasenbedingte Prägungen auf. Je größer der Anteil der aktuell jungen Generation an der Gesamtbevölkerung wird, desto mehr werden sich Umweltbewusstsein und Umweltverhalten gegenüber den bislang bekannten Formen verändern“ (Gossen et al. 2015: 4). Michelsen et al. (2012: 53) konstatieren, dass viele Jugendstudien Themen des Nachhaltigkeitsspektrums nicht oder nur am Rande ansprechen und dass viele Umweltstudien und die wenigen Nachhaltigkeitsstudien immer die gesamte erwachsene Bevölkerung umfassen. Bei ihnen selbst geht es nur am Rande um Konsum und nachhaltige Lebensstile. Zum Zeitpunkt der Erhebung der vorliegenden Studie im Juni 2021 sind seit diesem Befund von Michelsen et al. (2012) bereits neun Jahre vergangen, in denen sich nicht zuletzt dank der FFF-Bewegung vordergründig viel getan hat. Ob sich auch das Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation verändert hat, möchte die vorliegende Studie untersuchen.

Es existieren durchaus Studien (HMuKLV 2016 oder BMU 2018), die Jugendliche und junge Erwachsene zu ihrem Konsum und ihren Lebensstilen befragen. Dies passiert bis jetzt jedoch kaum aus dem Blickwinkel der Nachhal-

tigkeit. Und dann gibt es wiederum Untersuchungen (Gaiser et al. 2012, Treiber 2019), die sich zwar mit nachhaltigem Konsum der jungen Generation beschäftigen, gleichzeitig aber die Lebensqualität nicht berücksichtigen. Quendler (2011), die an einem integrativen Ansatz für ein nachhaltiges gutes Leben arbeitet, stellt fest, dass es genau die gemeinsame Betrachtung von Lebensqualität und nachhaltiger Entwicklung ist, die einen wichtigen Forschungsschwerpunkt repräsentiert. Es geht um die Rolle der ökologischen Dimension als Lebensbasis für die Lebensqualität. Diese Betrachtung der Lebensqualität unter Aspekten der Nachhaltigkeit ist ein übergreifendes Forschungsthema für zukünftige interdisziplinäre Arbeiten (vgl. Quendler 2011: 48).

Darüber hinaus liegen Studien vor, die sich zwar mit Konsum und Nachhaltigkeit beschäftigen, nicht aber die junge Generation befragen und auch den Aspekt der Lebensqualität aussparen. Das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB 2017: 34) hält in seinem „Nationalen Programm für nachhaltigen Konsum“ fest, dass zum Erreichen eines nachhaltigen Konsums nachhaltige Lebensstile auf der individuellen Handlungsebene der Verbraucher*innen eine Rolle spielen. Dabei stellt sich ein Defizit in der Erforschung der Zusammenhänge zwischen Lebensqualität und nachhaltigem Konsum heraus. „Auch ist ein besseres Verständnis des Verbraucher-/ Nutzerverhaltens notwendig, um gezielt Instrumente entwickeln und neue Formen nachhaltigen Konsums untersuchen zu können. Aus einer systemischen Perspektive ist die Analyse des Konsumhandelns mit Blick auf Prozesse der Nutzung, Weitergabe und Entsorgung von Konsumgütern, auf entsprechende Alltagsroutinen, auf soziale Bedeutungen von Konsumhandeln, auf veränderungsanregende Interventionen und auf die Wirkungen politischer Steuerungsinstrumente notwendig. Dies bedeutet, dass die Forschung nicht auf die Analyse des Kaufprozesses von bestimmten Produkten und/oder das Bewusstsein von Konsumentinnen und Konsumenten beschränkt werden darf“ (BMUB 2017: 34). Zudem fehle Forschung zur Selbstwirksamkeitserwartung im Bereich der nachhaltigen Entwicklung, wie Bamberg und Schmitt (2018: 253) attestieren: „Diese Querschnittsthemen menschlichen Erlebens und Verhaltens sind unseres Erachtens derzeit noch zu wenig im Nachhaltigkeitsdiskurs berücksichtigt“.

Die leuchtturmartige Ausnahme sind die Studien von Keller und Oberrauch (2013) bzw. Oberrauch et al. 2016 und Oberrauch und Keller (2017). Die Autor*innen halten in einer Veröffentlichung aus dem Jahr 2017 fest, dass nur wenige Studien die Lebensqualität untersuchen und dass in diesen wenigen Studien die Jugend nicht im Fokus steht und gleichzeitig die Theorien der Nachhaltigkeit keine zentrale Rolle spielen (vgl. Oberrauch/Keller 2017: 6). Selbst beschäftigen sie sich mit Vorstellungen von Jugendlichen zur Lebensqualität im Kontext nachhaltiger Entwicklung. In einem Ausblick halten die beiden Autor*innen fest, dass außerdem Studien von Interesse sind, die für bestimmte Lebensbereiche der Jugendlichen spezifischere Aussagen bezüglich

der Vereinbarkeit mit Grundsätzen der Nachhaltigkeit zulassen (vgl. Oberrauch et al. 2016: 245). Die vorliegende Studie zum nachhaltigen Konsum kann einen Beitrag zur Schließung dieser Forschungslücke leisten, indem sie einen wichtigen Lebensbereich der Jugendlichen und jungen Erwachsenen abdeckt.

Auch beim bisherigen Einsatz des CADM lässt sich ein Defizit in der nachhaltigkeitsorientierten Jugendforschung feststellen. Tabelle 2 zeigt diejenigen Studien, die ihre Daten auf Grundlage des CADM erheben. Auffallend ist zum einen, dass sich keine davon explizit mit der jungen Generation beschäftigt. Einige betrachten zwar Studierende (Klößner und Oppedal 2011, Sopha 2013 und Onokala et al. 2018), aber Schüler*innen oder Auszubildende, die teilweise jünger sind und andere Lebensumstände haben, werden nicht befragt. Bei Klößner und Friedrichsmeier (2011) sind Studierende nur Teil einer Stichprobe. Erhebungen im deutschsprachigen Raum auf Basis des CADM führen Klößner und Blöbaum (2010) (Wahl des Reiseverkehrsmittels), Klößner und Friedrichsmeier (2011) (Wahl des Verkehrsmittels), Lülfs und Hahn (2014) (nachhaltiges Verhalten im Unternehmen) und Moser S. et al. (2018) (Analyse des Energieverhaltens) durch. Bei Moser S. et al. (2018) spielt das CADM dabei neben anderen Modellen nur eine untergeordnete Rolle. Weitere Themen bei CADM-basierten Erhebungen sind das Verhalten bezüglich Mülltrennung und Recycling, das umweltrelevante Verhalten iranischer Maisbauern und Maisbäuerinnen, Beweggründe zum Kauf von kraftstoffsparenden Autos, der Konsum von nachhaltigen Meeresfrüchten und die Nutzung von E-Bikes. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass nach aktuellem Kenntnisstand das CADM nur selten im Bereich des alltäglichen Konsums (Lebensmittel, Kleidung und Kosmetika) angewandt wurde und bisher nie Jugendliche Teil der Stichprobe waren.

Psycholog*innen, die sich mit nachhaltigkeitsrelevantem Verhalten beschäftigen, halten fest, dass es genau solcher umfassender Modelle wie des CADM bedarf, um die komplexen Strukturen einer nachhaltigen Entwicklung abzubilden (vgl. Bamberg/Schmitt 2018: 257).

Aus den Ausführungen können wie folgt Forschungsdesiderate zusammenfassend abgeleitet werden:

1. Das Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation ist im deutschsprachigen Raum weitestgehend unbekannt.
2. Nachhaltiger Konsum im Zusammenhang mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation ist bisher kaum untersucht.
3. Studien, die Jugendliche und junge Erwachsene zu ihrem Konsum und ihren Lebensstilen befragen, lassen den Blickwinkel der Nachhaltigkeit aus.
4. Untersuchungen, die sich zwar mit nachhaltigem Konsum der jungen Generation beschäftigen, erheben aber die Lebensqualität nicht.

5. Weiterhin gibt es Studien, die sich zwar mit Konsum und Nachhaltigkeit beschäftigen, nicht aber die Jugend befragen und den Aspekt der Lebensqualität auslassen.
6. Zudem existiert wenig Forschung zur Selbstwirksamkeitserwartung im Bereich der nachhaltigen Entwicklung.
7. Es fehlen Studien, die für bestimmte Lebensbereiche der Jugendlichen spezifische Aussagen bezüglich der Vereinbarkeit mit Grundsätzen der Nachhaltigkeit zulassen.

Es ist also Aufgabe dieser Studie, das Nachhaltigkeitsbewusstsein, die Selbstwirksamkeitserwartung und die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum anhand des CADM zu untersuchen und einen Zusammenhang zur Lebensqualität herzustellen. Darüber hinaus müssen die in der Region Ingolstadt vorliegenden Bedingungen für einen nachhaltigen Konsum untersucht werden, um die Möglichkeiten der jungen Generation für einen nachhaltigeren Lebensstil einschätzen zu können.

3 Vorstudie: Expert*innenworkshop und Zukunftswerkstatt

Das Feld des nachhaltigen Konsums ist weitreichend und tangiert so gut wie alle Lebensbereiche. Verschiedene Regionen bieten unterschiedliche Möglichkeiten, sich einen nachhaltigeren Lebensstil anzueignen. Daher ist der vorliegenden Studie ein Workshop mit Expert*innen zum Thema Nachhaltigkeit aus der Region Ingolstadt vorgelagert (vgl. Kapitel 3.1). Wie im vorangegangenen Kapitel beschrieben, können Oberrauch und Keller (2016: 245) ein Forschungsdefizit im Bereich der Forschung zu Nachhaltigkeit und Lebensqualität bei Jugendlichen feststellen. Daher ist es wichtig, spezifische Lebensbereiche der Jugendlichen zu untersuchen, um Aussagen bezüglich der Vereinbarkeit der Lebensqualität mit den Grundsätzen der Nachhaltigkeit tätigen zu können. So wurde im Anschluss an einen Expert*innenworkshop eine Zukunftswerkstatt mit Schüler*innen, Auszubildenden und Studierenden aus der Region Ingolstadt durchgeführt (vgl. Kapitel 3.2). Die Ergebnisse dieser beiden Workshops helfen dabei, die forschungsleitenden Fragen bzw. die daraufhin verwendeten Skalen und Items einzugrenzen und somit ein bestmögliches Bild der Bedürfnisse in der Region Ingolstadt zu erhalten. Kapitel 3.3 fasst die Ableitungen aus den beiden Workshops für die vorliegende Studie zusammen. Die Workshops wurden im Rahmen des Projekts „Mensch in Bewegung“ durchgeführt, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wurde (FKZ 03IHS109B).

3.1 Expert*innenworkshop

Wie muss sich die Region Ingolstadt entwickeln, um nachhaltiger zu werden? Über diese Frage tauschten sich im November 2018 21 Expert*innen aus Bildung, Wirtschaft, NGOs und Verwaltung (vgl. Anhang A 2) im Rahmen eines Expert*innenworkshops aus. Eingeladen waren 46 Expert*innen, die auf Basis einer Stakeholder-Identifizierung ausgewählt wurden. Die Teilnehmenden aus Eichstätt, Ingolstadt, Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen diskutierten beispielsweise darüber, wie sich der Verkehr in den Städten entzerren lässt oder wie alternative Lebensformen wie Mehrgenerationenhäuser gefördert werden könnten.

Sie erarbeiteten, wie sich die Region Ingolstadt aus ihrer Sicht bis 2030 entwickeln sollte. Als Diskussionsbasis dafür wurden die SDGs herangezogen. Die Expert*innen diskutierten in verschiedenen Runden zur Frage „Welche Ziele soll die Region Ingolstadt bis 2030 realisiert haben, um nachhaltiger zu

werden?“). Bei einem World Café fand in mehreren aufeinander aufbauenden Gesprächsrunden ein kreativer Austausch von Wissen, Ideen, Erfahrungen oder Wünschen statt. Die Methode wurde gewählt, weil sie sich besonders eignet, um Wissen und Innovationen von Gruppen zu sammeln und sich auszutauschen (Krummenacher 2019: 22). Angelehnt an das sozialgeographische Konzept der „Daseinsgrundfunktionen“ nach Partzsch (Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH o. J.: o. S.) erörterten die Teilnehmenden an den jeweiligen Thementischen die konkrete Entwicklung und notwendige Schritte zur Zielerreichung in den Themenfeldern „sich bilden und sich erholen“, „sich versorgen, entsorgen“, „miteinander leben“, „wohnen und arbeiten“ und „am Verkehr teilnehmen“. Wesentliche Ergebnisse zum Thema Mobilität waren mögliche Maßnahmen, wie der Verkehr in der Region Ingolstadt entzerrt werden könnte: versetzte Unterrichtsbeginne an den Schulen, Förderung der Möglichkeiten zum Home-Office oder Umstrukturierung des ÖPNV. Darüber hinaus ging es den Expert*innen etwa auch um neue Lebensformen wie Mehrgenerationenhäuser, bei denen u. a. die Selbstversorgung eine tragende Rolle spielt. Über alle Themen hinweg lassen sich gemeinsame Ziele der Expert*innen ableiten. So lässt sich eine Kombination von (biologischer) Lebensmittelproduktion und Naherholung als ein zentrales, bis 2030 zu erreichendes Ziel für die Region Ingolstadt festhalten. Ebenfalls spielen eine Mobilitätswende, Vermeidung langer Transportwege durch Nahversorgung und alltagsnahes Lernen eine wichtige Rolle.

3.2 Zukunftswerkstatt

Die im Zuge des Expert*innenworkshops gewonnenen Ergebnisse wurden in der darauffolgenden Zukunftswerkstatt im Februar 2019 mit der jungen Generation weiter präzisiert bzw. auf deren Bedürfnisse angepasst. Die zentrale Frage der Zukunftswerkstatt ist an die des Expert*innenworkshops angelehnt: *„Wie können wir unsere Region Ingolstadt nachhaltiger gestalten?“* Eine Zukunftswerkstatt dauert in der Regel ein bis drei Tage, musste hier aber auf wenige Stunden komprimiert werden. Die Methode unterstützt kooperatives Arbeiten, fördert ganzheitliches Denken und hilft bei Problem- und Entscheidungsfindungen. In einem partizipativen Prozess entstehen neue, unkonventionelle Lösungen und Strategien (vgl. Ökologische Akademie e. V. o. J.: o. S.). Zukunftswerkstätten sind somit eine wichtige BNE-Methode und werden in verschiedene Phasen unterteilt, die sich in dieser Vorstudie mit den Tabelle 4 zu entnehmenden Fragen beschäftigen.

Tabelle 4: Phasen der Zukunftswerkstatt

Phase	Beschreibung	Frage
Vorbereitungsphase	Beschäftigung mit den Grundbedürfnissen zum Herstellen eines Bezugs zu der Lebenswelt der jungen Generation	Was sind im alltäglichen Leben Eure Grundbedürfnisse?
Kritikphase	Aufdecken von Missständen zum Thema	Wenn Ihr diese Grundbedürfnisse erfüllen wollt, was gefällt Euch dabei nicht in der Region? Was ist nicht nachhaltig?
Fantasiephase	Formulierung von Wünschen an die zukünftige Situation, von fantasievollen Vorschlägen zur Problemlösung unter Ablegung aller Sachzwänge, Vorschriften und Gesetze zur Problemlösung und Umformulierung der Ideen zu kleinschrittigen Entwürfen	Wie sieht unsere Region in zwanzig Jahren aus?
Realisierungsphase	Entwicklung von Strategien, um die Entwürfe am besten umzusetzen, und Planung kleiner Projekte	Was ist an Eurer Vision am ehesten umsetzbar?
Nachbereitungsphase	Planung der Weiterarbeit und Verfassen eines „Briefs an mich selbst“	Praxisarbeit

Quelle: Reich 2003: 3 f., eigener Entwurf

Zu diesen Fragen tauschten sich 27 Schüler*innen von Gymnasien in Eichstätt, Pfaffenhofen, Neuburg und Ingolstadt, Auszubildende der Industrie und Handelskammer, der Stadtwerke Pfaffenhofen, der Unternehmen Audi und Hipp sowie Studierende der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt [KU] aus. Über Anfragen an Lehrer*innen aus Realschulen und Gymnasien der Region Ingolstadt, wurden jeweils besonders nachhaltigkeitsaffine Schüler*innen in den Workshop eingeladen. Auch aus den Betrieben wurden nachhaltigkeitsaffine Auszubildende eingeladen. Die Studierenden waren im Masterstudiengang „Geographie: Bildung für nachhaltige Entwicklung“ an der KU eingeschrieben oder waren im studentischen Umweltreferat der Universität aktiv. In nach der Berufsgruppe gemischten Gruppen erarbeiteten die Teilnehmenden, wie sich die Region Ingolstadt bis 2030 aus ihrer Sicht entwickeln soll. Als Diskussionsbasis dafür wurden ebenfalls die SDGs herangezogen. In der Vorbereitungsphase wurden per Punkteabfrage vier Themenschwerpunkte für die weiteren Phasen durch die Teilnehmenden selbst bestimmt. Vor dem Hinter-

grund der SDGs diskutieren die Teilnehmenden anschließend zu den Themenfeldern intakte Umwelt, Mobilität, Versorgung sowie Frieden und soziales Miteinander.

Einen detaillierten Überblick über die Ergebnisse aus der Zukunftswerkstatt mit der jungen Generation gibt Anhang A 3. Bei der Vorstellung ihrer Ergebnisse durch die Teilnehmenden selbst zeigte sich, dass die Vereinsamung im Alter ihnen ein besonders wichtiges Anliegen ist, ebenso wie der teilweise unattraktive ÖPNV. Dieser fahre vor allem in den ländlichen Teilen der Region zu selten und ist zudem aus der Sicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu teuer. Daneben hatten die Jugendlichen Vorschläge für eine nachhaltige Entwicklung der Region Ingolstadt. So wurde z. B. gewünscht, dass in Schule, Studium und Ausbildung Themen einer nachhaltigen Entwicklung mehr Raum gewinnen und solche Formate wie das der Zukunftswerkstatt viel öfter stattfinden können. Dass sie selbst gerade beim Konsum von Kleidung und Lebensmitteln eine Veränderung anstoßen können, war unter den Jugendlichen Konsens. In den vier Themenbereichen Versorgung, Mobilität, intakte Umwelt sowie Frieden und soziales Miteinander äußerten die Teilnehmenden viele gemeinsame Anliegen. Diese stellen die nächsten drei Abbildungen in Form einer Schlagwortwolke dar. Je größer ein Begriff geschrieben ist, desto häufiger wurde er erwähnt.

In der Kritikphase (vgl. Abbildung 5) mit der Fragestellung „*Wenn Ihr diese Grundbedürfnisse erfüllen wollt, was gefällt Euch dabei nicht in der Region? Was ist nicht nachhaltig?*“ wurden vor allem der viele anfallende Verpackungsmüll (bzw. die wenigen Möglichkeiten, verpackungsfrei einkaufen zu können), der unzureichende ÖPNV, Ungleichheit, fehlende Mitsprache, die Verschmutzung des Trinkwassers durch Industrie und Landwirtschaft, das Artensterben, die Massentierhaltung, die unzureichende Ausweisung von Ausgleichsflächen, die als zu geringfügig eingeschätzte Investition in die E-Mobilität, die industrielle Landwirtschaft, nicht funktionierende soziale Netze, die Preispolitik (bio gegenüber konventionellen Lebensmitteln) und die übermäßige Produktion genannt.

Abbildung 5: Ergebnisse der Kritikphase der Zukunftswerkstatt



Quelle: Eigener Entwurf

Unter Verzicht auf den Einwand „Das geht nicht, weil...“ und ohne das Wort „aber“ diskutierten die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Fantasiephase (vgl. Abbildung 6) zu der Frage „Wie sieht unsere Region in zwanzig Jahren aus?“ Dabei kristallisieren sich folgende Vorstellungen heraus: Ihre Wunschregion Ingolstadt besteht in zwanzig Jahren aus sehr viel Grünfläche. Es sind neue Transportkonzepte für Personen und Güter entwickelt und der ÖPNV ist so ausgebaut, dass kaum noch motorisierter Individualverkehr nötig ist. Insgesamt wird in der Region durch die verschiedenen Akteur*innen auf mehr Wasserschutz geachtet. Ganz besonders wichtig war den jungen Menschen, dass sich in der Region ein stärkeres Miteinander einstellt und alle gemeinsam an einer nachhaltigen Region Ingolstadt arbeiten.

Abbildung 6: Ergebnisse der Fantasiephase der Zukunftswerkstatt



Quelle: Eigener Entwurf

Wie dieses Ziel erreicht werden kann, besprachen sie in der Realisierungsphase (vgl. Abbildung 7) anhand der Frage „*Was ist an Eurer Vision am ehesten umsetzbar?*“. Bei dieser Phase wurde die Selbstwirksamkeitserwartung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen deutlich. Sie halten zwar nötige Investitionen in Forschung, Innovationen und Bildung für nachhaltige Entwicklung für wichtig, bei diesen könnten sie aber relativ wenig mitbestimmen. Bei allen anderen Punkten sind sie jedoch selbst die Adressat*innen der anzustrebenden Veränderungen. So könnten sie mehr Fahrrad fahren. Ebenfalls war es ihnen wichtig, dass sie selbst aktiv werden und beispielsweise ihre Kleidung etc. upcyclen oder Plastik wo immer möglich, vermeiden. Den Teilnehmenden ist bewusst, dass sie als Vorbild fungieren können und durch gezielte Kommunikation zu einer verstärkten (Problem-)Bewusstseinsbildung beitragen können. Neben der vermehrten Nutzung des ÖPNV und dem bewussten Einkaufen ist ihnen die kleinschrittige Änderung des eigenen Lebensstils besonders wichtig.

Abbildung 7: Ergebnisse der Realisierungsphase der Zukunftswerkstatt



Quelle: Eigener Entwurf

Aufgrund der Komprimierung der Methode auf wenige Stunden konnte die nachbereitende Phase nicht innerhalb des Workshops stattfinden. So wurde mit den Teilnehmenden vereinbart, dass die Ergebnisse an Entscheidungsträger*innen in der Region weitergegeben werden und die Teilnehmenden eingeladen sind, an Gesprächsrunden oder für sie interessanten Treffen und weiteren Workshops teilzunehmen. Die formulierten „Briefe an mich selbst“ enthielten kleine Selbstverpflichtungen, die die Teilnehmenden eigenständig erfüllen können. Die Workshopleitenden boten ihre Unterstützung an. Darüber hinaus vernetzten sich einige der Teilnehmenden für weitere Aktionen.

3.3 Zusammenfassung der Ergebnisse und Ableitungen für die Studie

Der folgende Abschnitt leitet aus den beschriebenen Ergebnissen Hinweise für die Formulierung der forschungsleitenden Fragen dieser Studie und der Items

des Erhebungsinstruments ab. Aus dem Experten*innenworkshop lassen sich vor allem Empfehlungen an die Verantwortlichen für die Regionalentwicklung ableiten. So sind sich die Expert*innen einig, dass eine Entzerrung des Verkehrs mit Hilfe von versetzten Schulstarts und Schichtbeginnen und der vermehrten Möglichkeit zum Home-Office bis hin zu einer vollständigen Mobilitätswende mit vielen einzelnen Maßnahmen unabdingbar für eine nachhaltige Entwicklung der Region ist. Ebenfalls sind neue Lebensformen in der Region Ingolstadt aus Sicht der Expert*innen durchaus realisierbar. Dabei denken sie an Konzepte der Mehrgenerationenhäuser, Selbstversorgung oder der Förderung von Urban Gardening. Zudem schlagen sie eine multifunktionale Flächennutzung z. B. durch die Kombination (biologischer) Lebensmittelproduktion und Naherholung vor. Letztlich ist für die Expert*innen ein Wandel in der Bildung notwendig. Das Ziel soll das Lernen im Leben sein, es geht ihnen hier um das informelle Lernen jenseits der Schule vor dem Hintergrund einer BNE. Vernetzte Bildungsträger, die Bildung mit Praxis verknüpfen und so eine Sinnstiftung und lebenslanges Lernen erzielen können, sehen sie als eine Voraussetzung zur Erreichung dieses Ziels.

Auch die Jugendlichen bei der Zukunftswerkstatt wünschen sich mit Investitionen in die E-Mobilität und den ÖPNV eine Wende im Individualverkehr. Sie haben teils genaue Vorstellungen, wie eine multifunktionale Flächennutzung, die bei den Expert*innen angesprochen wird, umgesetzt werden kann (vgl. Abbildung 8). Ebenso wünschen sie sich mehr Raum für BNE zur Problembewusstseinsbildung in Schule und Ausbildung, was auch von den Expert*innen als Notwendigkeit angesehen wird. Darüber hinaus streben die Jugendlichen selbst mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen an, was auf eine eher geringe Selbstwirksamkeitserwartung in der aktuellen Situation schließen lässt.

Teilweise sprechen die Vorstellungen der Jugendlichen über die notwendigen persönlichen Veränderungen für eine starke Selbstwirksamkeitserwartung. So finden sie, dass sie selbst mehr Fahrrad fahren und aktiv werden sollten, z. B. Kleidung upcyclen oder Plastik vermeiden sollten. Auch Veränderungen im eigenen Konsum hin zu einem bewussten Konsum vor allem von Kleidung und Lebensmitteln und somit eine kleinschrittige Änderung des eigenen Lebensstils sollten sie ihrer Meinung nach angehen.

Um dies besser umsetzen zu können, wünschen sie sich einige Änderungen in der Wirtschaft. Konkret stellen sie sich mehr Möglichkeiten zum verpackungsfreien Einkaufen und eine bessere Preispolitik vor. Außerdem fänden sie es zielführend, wenn nur so viel produziert würde, wie tatsächlich benötigt wird.

Für die ökologische Dimension einer nachhaltigen Entwicklung der Region Ingolstadt stellen sie sich vor, dass weniger Verschmutzung des Trinkwassers, eine sinnvolle Gestaltung von Ausgleichsflächen und ein Aufhalten des Artensterbens angestrebt werden.

Darüber hinaus wünschen sie sich mehr ökologische Landwirtschaft und die Abschaffung von Massentierhaltung.

Abbildung 8: Zeichnung aus der Fantasiephase der Zukunftswerkstatt



Der Umgang mit ihren Mitmenschen soll nach Auffassung der jungen Generation neugestaltet werden. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen wünschen sich ein stärkeres Miteinander durch funktionierende soziale Netzwerke im realen Leben, die einen nachhaltigeren Lebensstil durch gegenseitige Hilfe und das Tauschen von Dingen erleichtern können.

Bezugnehmend auf die Äußerungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Realisierungsphase der Zukunftswerkstatt fällt auf, dass sie ihre eigene Selbstwirksamkeitserwartung im Bereich des Konsums am höchsten einschätzen. Dies lässt sich allein an den quantitativ meisten Ideen zum Thema „Versorgung“ ablesen.

Auch im Bereich „Mobilität“ und „intakte Umwelt“ kommen sie immer wieder auf den Konsum zu sprechen. Zentrale Möglichkeiten des eigenen Aktivwerdens sind hier also:

- Plastikverpackungen vermeiden,
- Einwegprodukte vermeiden, stattdessen Mehrwegverpackungen und Glas,
- Fleisch vermeiden,

- mit Mitmenschen über das Thema sprechen, Vorbild sein und Impulse setzen,
- bewusst einkaufen (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen),
- auf Fair Trade achten,
- auf Bio-Produkte umsteigen und
- den Konsum auf regionale Produkte beschränken.

In der Erhebung sollte überprüft werden, ob die in der Zukunftswerkstatt geäußerten Wünsche und Handlungsempfehlungen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an die Region Ingolstadt und sich selbst von weiteren Personen in dieser Altersgruppe in der Region geteilt werden. Sie sollten daher alle in das Erhebungsinstrument einfließen. Besonders hervorzuheben und unbedingt einzubringen sind darüber hinaus diejenigen Themen, die von beiden Teilnehmendengruppen der vorbereitenden Workshops geäußert wurden. Diese sind zusammengefasst: die Verkehrswende, die multifunktionale Flächennutzung und mehr Raum für BNE in Bildung und Ausbildung.

4 Recherche zum nachhaltigen Konsumangebot in der Region Ingolstadt

Um herauszufinden, wie die Jugendlichen und jungen Erwachsenen die Möglichkeiten zum nachhaltigen Konsum in der Region Ingolstadt nutzen, ist es wichtig, einen Überblick über das Angebot in der Region zu bekommen. Zu Beginn sei hier noch einmal festgehalten, wodurch sich nachhaltiger Konsum auszeichnet (vgl. Kapitel 2.3). Konsum allgemein dient der Bedürfniserfüllung nach Essen, Wohnen, Mobilität und Unterhaltung und ist Mittel zur Entfaltung eines individuellen Lebensstils. Dabei werden selbstverständlich Ressourcen verbraucht und damit die Belastbarkeitsgrenzen der Erde beeinflusst. „Nachhaltiger Konsum heißt heute so zu konsumieren, dass die Bedürfnisbefriedigung heutiger und zukünftiger Generationen unter Beachtung der Belastbarkeitsgrenzen der Erde nicht gefährdet wird“ (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit [BMUB] 2017 b: 5). Das BMUB (2017) hält in sechs Bedürfnisfeldern Maßnahmen für einen nachhaltigen Konsum fest. Diese stellt Tabelle 5 dar.

Tabelle 5: Mögliche Maßnahmen für einen nachhaltigen Konsum

Bedürfnisfeld	Maßnahmen
Mobilität	Klimafreundliche Mobilitätsformen begünstigen
	Telearbeit und mobiles Arbeiten fördern
	Vernetzte Mobilitätsweisen fördern
	Kurze Wege im Alltag ermöglichen
Ernährung	Nachhaltige Ernährung als gesundheitsförderndes Konzept verankern
	Nachhaltige Ernährung als ökologisches Konzept verankern
	Verringerung von Lebensmittelabfällen
	Regionalität stärken
Haushalt und Wohnen	Weitere Verbreitung energiesparender, ressourcenschonender und gesundheitsschonender Haushaltsgüter fördern
	Neue Wohnformen in der Gemeinschaft fördern
	Konsumbedingten Haushaltsmüll reduzieren
	Verhaltensbezogene Maßnahmen zum sparsamen Heizen unterstützen

Bedürfnisfeld	Maßnahmen
Büro und Arbeit	Verbraucher*innen für nachhaltige Informations- und Kommunikationstechnik (IKT) sensibilisieren und Angebot nachhaltiger IKT ausweiten Auf eine Verlängerung der Nutzungsdauer von IKT-Produkten hinwirken Absatz von Recyclingpapieren fördern
Bekleidung	Bewusstsein für nachhaltigen Bekleidungskonsum schaffen Innovative Infrastrukturen und Geschäftsmodelle im Bereich der Instandhaltung, Weiterverwertung und Wiederverwendung von Bekleidungstextilien fördern Umwelt- und Gesundheitsrisiken bei neuartigen Funktionstextilien verringern
Tourismus und Freizeit	Transparenz bei nachhaltigem Tourismus schaffen Klimafreundliche Urlaubsreisen fördern Freizeitangebote als nachhaltigkeitsorientierte Lernorte fördern

Quelle: BMUB 2017, 6 f., eigener Entwurf

Es gilt zu sammeln, welche Angebote in der Region Ingolstadt existieren, die die oben genannten Maßnahmen bereits erfüllen. Zunächst sammelte die Autorin Angebote aus ihrer eigenen Erfahrung, da sie selbst seit 2011 in der Region lebt und seither in den Bereichen Umweltbildung, BNE, Tourismus und Gastronomie arbeitet. Durch die Teilnahme an diversen Netzwerktreffen konnte sie auf ein großes Netzwerk der Akteur*innen und ein umfangreiches Wissen über deren Angebote zurückgreifen. So konnte eine erste Aufstellung ohne explizite Recherche erstellt werden. Im Anschluss folgte die Internetrecherche anhand folgender Begriffe: *Umweltbildung, BNE, unverpackt, regional, saisonal, biologische Lebensmittel, Secondhand, Repair-Café, Restaurants, vegetarisch, vegan, Kleidung, nachhaltig, fair*. Die so entstandene Übersicht wurde in den beiden zuvor genannten Workshops den Teilnehmenden zur Ergänzung vorgelegt und auch bei anderen Veranstaltungen zum Thema Nachhaltigkeit wurden die Teilnehmenden gebeten, die Liste zu vervollständigen. In einem weiteren Schritt wurden die Umwelt- und Klimaschutzbeauftragten der Städte Ingolstadt, Neuburg, Schrobenhausen und des Landkreises Pfaffenhofen gebeten, ihr Wissen in die Übersicht einfließen zu lassen. Zudem erschien im März 2020 der Nachhaltigkeits-Guide für die Region Ingolstadt, zusammengestellt durch das Katharinen-Gymnasium Ingolstadt (vgl. Schönwald 2020). Die dort festgehaltenen Angebote wurden ebenfalls in der Übersicht berücksichtigt. Alle Anbieter*innen von nachhaltigen Konsumangeboten wurden ebenso in Bezug auf ihre Informations- und Beratungsangebote untersucht. Letztlich wurde die Sammlung noch einmal durch die Autorin überarbeitet und

nicht in die Kriterien passende Angebote wurden entfernt. Die vollständige Tabelle befindet sich in Anhang A 4. Festzuhalten ist, dass diese sicher nicht vollumfänglich ist, da nicht alle Angebote in ausreichender Transparenz im Internet aufzufinden sind und auch die Expert*innen nur annähernd alle Angebote kennen können. Dies mag u. a. darin begründet sein, dass eine ziemlich dynamische Entwicklung der Angebote zu spüren ist.

Neben den nachhaltigen Konsumangeboten wurden Angebote zur Umweltbildung, zur BNE und Beratung, Information und Veranstaltungen aller Art zum Thema festgehalten (vgl. Anhang A 5). Es fällt auf, dass die geclusterten Wünsche an die Region aus den beiden Workshops (vgl. Kapitel 3.3) schon größtenteils erfüllt werden können. So scheint ein bewusster Konsum von Lebensmitteln und Kleidung, Selbstversorgung, die Nutzung eines ÖPNV und verpackungsfreies Einkaufen in der Region Ingolstadt bereits möglich. Auch der Wunsch nach der Möglichkeit des bewussten Einkaufs von Lebensmitteln wäre theoretisch – auf Basis der Rechercheergebnisse – besonders gut in der Region umsetzbar. Der bewusste Konsum von Kleidung, eine nachhaltigere Mobilität, Selbstversorgung und verpackungsfreies Einkaufen ließen sich ebenfalls prinzipiell angehen. Informationen und Beratungen zu den in den Workshops geforderten Punkten eigenes Aktivwerden, Kleidung upcyclen, Plastik vermeiden, kleinschrittige Änderung des Lebensstils und Suffizienz sind in der Region ebenfalls prinzipiell möglich. Aber kennen die Jugendlichen das Angebot und ist es für sie erreichbar? Eine umfassende Mobilitätswende, Mehrgenerationenhäuser, multifunktionale Flächennutzung, Bildung für nachhaltige Entwicklung, Problembewusstseinsbildung, Mitsprache, Preispolitik und vermehrte Nutzung des Fahrrads scheinen für die Jugendlichen und jungen Erwachsenen noch nicht umsetzbar, oder die Möglichkeiten dazu nicht bekannt zu sein.

Im folgenden Kapitel werden aus der Theorie, den Forschungslücken, den Ergebnissen der Vorstudie und der Angebotsrecherche forschungsleitende Fragen abgeleitet, die in Kapitel 6.2.1 operationalisiert werden.

5 Forschungsfragen der Studie

Zur Beantwortung der übergeordneten Forschungsfrage „Wie stark sind das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt ausgeprägt?“ wurde im Vorfeld der Erhebung eine weitreichende Recherche zum Thema betrieben, um den theoretischen Rahmen und den Forschungsstand zu erfassen und Forschungsdesiderate (Kapitel 2.7.3) abzuleiten. In einem weiteren Schritt wurde ein Modell gesucht, das dieses Forschungsvorhaben unterstützt. Um einen Bezug zur Region herzustellen, fanden Workshops zum Thema mit verschiedenen Zielgruppen aus der Region statt und es wurden Angebote recherchiert. All diese Vorarbeiten lieferten Erkenntnisse, die dabei halfen, die folgenden acht forschungsleitenden Fragen zu formulieren.

Die ersten drei Fragen gehen auf die Definition des Nachhaltigkeitsbewusstseins als Voraussetzung für nachhaltigen Konsum aus Kapitel 2.2 zurück. Nach Michelsen et al. (2015: 67 f.) definiert sich das Nachhaltigkeitsbewusstsein über Nachhaltigkeitswissen, Nachhaltigkeitseinstellungen und nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen. In Kapitel 2.6.1 wurde bereits ausführlich erörtert, dass es bisher kein Modell gibt, das eine Grundlage für eine Messbarkeit des Nachhaltigkeitsbewusstseins und nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens bietet. Im CADM finden sich zumindest zwei der Variablen direkt wieder; die Einstellungen [attitudes/ATT] und die Intentionen [intentions/INT]. Das Wissen über Nachhaltigkeit ist nicht so eindeutig abgebildet. Hamann et al. (2016: 62) halten allerdings fest, dass Menschen aufgrund ihrer persönlichen Norm [personal norm/PN] eine starke Tendenz zum nachhaltigen Konsum haben können. Diese Normen speisen sich aus dem Wissen über die Vorteile nachhaltigen Konsums [Problembewusstsein/ascription of consequences/AC], aus dem Gefühl, verantwortlich für Umweltschäden zu sein [Verantwortungsgefühl/ascription of responsibility/AR], und dem Glauben, mit dem eigenen Kaufverhalten etwas verändern zu können [Selbstwirksamkeit/perceived behavioral control/PBC] (vgl. Hamann et al. 2016: 62). Die erste forschungsleitende Frage beschäftigt sich daher mit den Variablen AC und AR des CADM und lautet:

1. Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihr Nachhaltigkeitswissen ein?

In der 2009 von Boecker durchgeführten Studie zeigt sich, dass sich 69 % der Jugendlichen in Schule und Ausbildung umfassendere Möglichkeiten zum Wissenserwerb über die globalen Probleme und ihre Verantwortung für die Welt wünschen (vgl. Boecker 2009: 15). Dies lässt darauf schließen, dass die

Mehrheit der Jugendlichen sich bewusst ist, dass ihr Wissen im Bereich nachhaltige Entwicklung noch zu gering ist. Die Teilnehmenden der Zukunftswerkstatt weisen bei der Beschreibung ihrer Zukunftsvision für die Region Ingolstadt erste Kenntnisse darüber auf, wie eine nachhaltige Region aussehen könnte (vgl. Kapitel 3.2). So sprechen sie beispielsweise die Themen Grünflächen, neue Transportkonzepte für Personen und Güter und damit einen gut ausgebauten ÖPNV an, sodass kaum noch motorisierter Individualverkehr nötig ist. Angelehnt an die Definition des Nachhaltigkeitsbewusstseins als Kombination aus Nachhaltigkeitswissen, Nachhaltigkeitseinstellungen und nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und der Ziele der UN-Dekade Bildung für nachhaltige Entwicklung (2005–2014) haben Gericke et al. (2019: 39) einen Fragebogen entwickelt, mit dessen Hilfe das Nachhaltigkeitsbewusstsein erfasst [SCQ-L] und von dem eine Kurzform abgeleitet und evaluiert [SCQ-S] werden kann. So wird ein ganzheitlicher Ansatz zur Untersuchung der kognitiven und affektiven Ansichten von Menschen über die nachhaltige Entwicklung verfolgt. Diese drei psychologischen Strukturen treffen dann auf die drei Dimensionen von nachhaltiger Entwicklung (Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft). Um herauszufinden, wie es um das nachhaltigkeitsrelevante Wissen der Stichprobe bestellt ist, müssen also nach Hamann et al. (2016: 24) die Variablen AC und AR des CADM und der wissensbasierte Teil des Sustainability Conciousness Questionnaire Short Version SCQ-S nach Gericke et al. (2019) operationalisiert werden.

Obwohl Personen Wissen, Einstellungen usw. besitzen und die forschungsleitenden Fragen entsprechend zu formulieren wären, müssen die Forschungsfragen so formuliert werden, dass sie überprüfbar sind (vgl. Döring/Bortz 2016: 22). Über eine quantitative Erhebung lassen sich beispielsweise nur schwer die tatsächlichen Einstellungen einer Person abfragen. Einstellungen und weitere Variablen lassen sich nur über sogenannte Selbstberichte (vgl. Conway/Lance 2010: 329 f.) erfassen, weswegen hier die Formulierung „einschätzen“ gewählt wurde. Die zweite forschungsleitende Frage zielt auf die Einstellungen der Proband*innen.

2. Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre Nachhaltigkeitseinstellungen ein?

Hier geht es demnach um die ATT aus dem CADM und die Skalen des SCQ-S, die sich mit den Nachhaltigkeitseinstellungen befassen. Mit den INT des CADM und dem dritten Teil des SCQ-S befasst sich die dritte forschungsleitende Frage, sie lautet:

3. Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ein?

Wie bereits in Kapitel 2.6.2 erwähnt, sind die HAB relativ starr und kaum zu verändern. Sie können nur durch wiederholtes Durchführen eines Verhaltens geändert werden. Da für dieses Verhalten die INT der stärkste Prädiktor sind und diese inhaltlich den HAB sehr ähnlich sind, wird auf eine Operationalisierung der HAB zu Gunsten der Länge des Fragebogens verzichtet.

Die vierte forschungsleitende Frage fragt nach den PN, die laut dem CADM einen großen Einfluss auf die INT einer Person haben, die wiederum der größte Prädiktor für das Verhalten sind (vgl. Kapitel 2.6.2). PN beschreiben nach Hamann et al. „die erlebte persönliche Verpflichtung, sich umweltschonend zu verhalten“ (Hamann et al. 2016: 24). So können Personen aufgrund ihrer persönlichen Norm die Tendenz zu nachhaltigem Konsum herausbilden (Tully/Krug 2013: 79 ff.).

4. Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen ein?

Die Selbstwirksamkeitserwartung hält nach Hanss und Böhm (2010: 48 f.) in Form der PBC Einzug ins CADM. Demnach befasst sich die fünfte forschungsleitende Frage mit dieser Variable des CADM, indem sie fragt:

5. Welche Selbstwirksamkeit erwarten Jugendliche und junge Erwachsene?

Hier stehen die Fragen im Zentrum, die sich mit der Politikverdrossenheit der jungen Menschen in der Region und der Motivation zur Teilnahme an Demonstrationen von Fridays for Future [FFF] und anderen Aktionen beschäftigen. Gibt es Unterschiede in der Selbstwirksamkeitserwartung bei verschiedenen Gender oder in den verschiedenen Ausbildungszweigen oder zwischen streikenden und nicht streikenden Personen? Und schätzen sie ihre Selbstwirksamkeitserwartung so ein, dass diese sie motiviert, vorzuleben, was sie auf ihren Demonstrationen verlangen? Michelsen et al. (2012: 118) finden z. B. heraus, dass Jugendliche einen eher geringeren persönlichen Einfluss bei Umweltaspekten von Produkten sehen. In der 2009 von Boecker durchgeführten Studie kommen die Wissenschaftler*innen zu ähnlichen Ergebnissen (vgl. Boecker 2009: 12, ausführlicher in Kapitel 2).

Anhand der ersten fünf forschungsleitenden Fragen lässt sich die Bereitschaft Jugendlicher und junger Erwachsener zu nachhaltigem Konsum ableiten. Abbildung 4 verdeutlicht anhand der grünen Felder, welche Variablen des CADM und damit welche Zusammenhänge in dieser Arbeit untersucht werden. Die Variablen SE, ST, NEP, SN und HAB werden für diese Studie nicht operationalisiert, da sie vergleichsweise stabil sind, wodurch Veränderungen durch verschiedene Maßnahmen nur verzögert auftreten würden.

Die folgenden drei Fragen sollen einen Bezug zur Region Ingolstadt und zur persönlichen Einschätzung des Einflusses auf die Lebensqualität herstellen.

6. Welche nachhaltigen Konsumangebote sind in der Region Ingolstadt bekannt?

Die siebte Frage zielt darauf ab, die Ergebnisse (vgl. Kapitel 3.3) aus den beiden vorbereitenden Workshops in einer größeren Stichprobe zu bestätigen und lautet:

7. Welche Maßnahmen können sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen für sich und die Region Ingolstadt vorstellen?

Hier werden die Fragen nach der gewünschten Unterstützung von Politik, Wirtschaft, Bildung und NGOs sowie nach den Informations- und Beratungsangeboten gestellt.

Letztlich soll die achte forschungsleitende Frage ermitteln, wie Jugendliche und junge Erwachsene den Einfluss eines nachhaltigeren Lebensstils auf die eigene Lebensqualität einschätzen und greift damit die Forschung von Keller und Oberrauch (2013 und 2017) auf (vgl. Kapitel 2.7.2).

8. Wie nehmen Jugendliche die gegenseitige Beeinflussung von nachhaltigem Lebensstil und Lebensqualität wahr?

6 Methodik

Kapitel 6 befasst sich mit dem Untersuchungsdesign, dem Messinstrument, anschließend mit den Pretests, der Wahl der Stichprobe, der Datenerhebung und letztlich mit der Aufbereitung und Auswertung der Daten⁴.

6.1 Untersuchungsdesign

Dieses Kapitel beschreibt den methodischen Ansatz der Studie. Das vorliegende Forschungsvorhaben versucht eine Fragestellung innerhalb einer Region zu beantworten, zu der bezüglich der nachhaltigen Angebote kaum systematisierte Informationen existieren. Zudem ist die Region Ingolstadt bezüglich ihrer (Sozial-)Struktur sehr heterogen. Daher wählte die Autorin den Mixed-Methods-Ansatz, um im Vorfeld der zentralen quantitativen Hauptstudie eine qualitativ ausgelegte Vorstudie in Form zweier Workshops durchzuführen und so die Gegebenheiten der Region besser einschätzen zu können. Die Ergebnisse der qualitativen Vorstudie flossen in die Bildung der forschungsleitenden Fragen und die Fragebogenkonstruktion der quantitativen Hauptstudie ein (vgl. Döring/Bortz 2016: 184 f.). Wie Kapitel 2.7.3 ausführlich darstellt, lag ein Defizit im Bereich der Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein und zu nachhaltigem Konsum in Bezug auf die Einschätzung der eigenen Lebensqualität von Jugendlichen und jungen Erwachsenen vor. Entsprechend handelt es sich hierbei um Grundlagenforschung mit dem Ziel, zum wissenschaftlichen Kenntnisstand in diesem Forschungsbereich beizutragen (vgl. ebd.: 17 f.). Durch die Verwertung der Ergebnisse zu Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen bekommt die Forschung allerdings einen Charakter der Anwendungsorientierung.

Die Daten wurden mittels einer empirischen Originalstudie erhoben. Das Forschungsinstrument wurde also selbst entwickelt. Andere, ähnlich gelagerte Studien wurden in puncto Skalen und Items berücksichtigt (vgl. ebd.: 187 ff.). Da die Daten selbst erhoben und analysiert wurden, handelt es sich um eine sogenannte Primäranalyse (vgl. ebd.: 191 f.). Wie bereits erwähnt, war der zu untersuchende Gegenstand weitestgehend unbekannt, da keine vergleichbaren Studien existierten, es handelt sich somit um eine gegenstandserkundende, explorative Studie (vgl. ebd.: 149). „Explorative Studien [...] untersuchen ein neues oder bislang nur ungenügend erforschtes Themenfeld und beantworten offene Forschungsfragen mit der Zielsetzung der Gegenstandsbeschreibung

⁴ Die im Zusammenhang mit dieser Studie erhobenen Daten sind unter folgendem Link archiviert und nutzbar: <https://doi.org/10.7802/2801>.

sowie der Hypothesen- und Theoriebildung. Sie arbeiten dabei mit quantitativen Methoden [...] und oft mit qualitativen Methoden [...]“ (Döring/Bortz 2016: 184 f.).

Um für eine quantitative Studie möglichst repräsentative Ergebnisse zu gewinnen, wäre eine entsprechende Stichprobe nötig, die eine ähnliche Heterogenität wie die Bevölkerungsstruktur aufweist (mehr dazu in Kapitel 6.3). Solch eine große Stichprobe lässt sich am besten bei einer Feldstudie erzielen, indem der Fragebogen direkt an die Teilnehmenden versendet wird. Aufgrund der Lage zur Zeit der Durchführung der Studie (Corona-Pandemie) wurde eine reine Online-Befragung durchgeführt (vgl. ebd.: 206). Nachdem die Untersuchung nur zu einem Zeitpunkt stattfand, handelt es sich hier um eine Querschnittsstudie (vgl. ebd.: 210). Letztlich gilt es noch zu erwähnen, dass die vorliegende Studie zur Kategorie der Gruppenstudie gehört. Hier „wird eine Stichprobe von Objekten aus der Grundgesamtheit untersucht und zusammenfassend ausgewertet [...]“ (Döring/Bortz 2016: 215).

6.2 Messinstrument

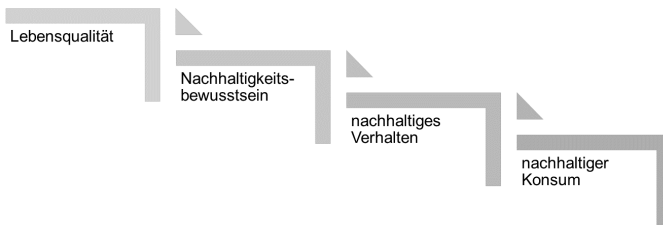
6.2.1 *Aufbau, Objektivität und Validität des Fragebogens*

Bei der Operationalisierung eines theoretischen Konstrukts wird festgelegt, anhand welcher beobachtbarer Variablen die Ausprägung des theoretischen Konzepts festgestellt werden soll (vgl. Döring/Bortz 2016: 224). Als Erhebungsinstrument der vorliegenden Studie diente ein vollstandardisierter Fragebogen. Vollstandardisierte Fragebögen bestehen „überwiegend aus geschlossenen Fragen bzw. Aussagen mit Antwortvorgaben, sodass die Befragten die jeweils passenden Antwortalternativen auswählen können“ (Döring/Bortz 2016: 405). Die Fragebogenkonstruktion erfolgte in zwei Schritten. Erst wurde ein grober Aufbau, wie in Abbildung 9 dargestellt, festgelegt und anschließend ein Fragebogen mit Skalen und Items entwickelt, der sich an den forschungsleitenden Fragen orientierte.

Der Fragebogen sollte nach den Einstiegsfragen zur Lebensqualität zum eher allgemeineren Nachhaltigkeitsbewusstsein über das nachhaltige Verhalten hin zum nachhaltigen Konsum aufgebaut sein. Um sicherzugehen, dass die verwendeten Skalen den Gütekriterien (Objektivität, Reliabilität, Validität) genügen, wurden bevorzugt bereits etablierte Skalen aus der Literatur übernommen (vgl. Döring/Bortz 2016: 442 ff.). Der Fragebogen dieser Studie wurde nach dem üblichen Aufbau standardisierter Fragebögen strukturiert (vgl. ebd.: 406):

1. Fragebogentitel,
2. Fragebogeninstruktion,
3. inhaltliche Frageblöcke,
4. statistische Angaben,
5. Fragebogen-Feedback und
6. Verabschiedung.

Abbildung 9: Grober Aufbau des Erhebungsinstruments



Quelle: Eigener Entwurf

Der Fragebogen wurde auf der Online-Plattform Qualtrics erstellt und verbreitet (<http://www.qualtrics.com/>). Zur Gestaltung der inhaltlichen Frageblöcke seien hier noch einmal die forschungsleitenden Fragen und die zu operationalisierenden Konstrukte und Variablen des CADM in Tabelle 6 aufgelistet. Der Aufbau des Fragebogens entspricht jedoch nicht der Reihenfolge der Fragen, wie sie in Tabelle 6 aufgeführt sind, sondern ist so aufgebaut, dass es möglichst wenige Abbrüche bei der Beantwortung gibt. Die Fragen zur Lebensqualität eignen sich als Einstiegsfragen und legen noch nicht gleich den Fokus auf nachhaltige Entwicklung. Dadurch kann die Tendenz, dass die Proband*innen sozial erwünschte Antworten geben, abgemildert werden. Aus gegebenem Anlass (Corona-Pandemie) wurde hinter der Skala der Lebenszufriedenheit noch eine Frage zum Einfluss der Corona-Pandemie auf die Lebensqualität ergänzt. Auf einer fünfstufigen Ordinalskala von „stark negativ“ bis „stark positiv“ kann so eingeschätzt werden, wie die Jugendlichen den Einfluss der Pandemie auf ihre Lebensqualität selbst wahrnehmen. Mit dieser Abfrage wird ein Vergleich der Ergebnisse zur Lebensqualität der vorliegenden Studie mit anderen Studien möglich. Eine Kurzskala zur *Sozialen Erwünschtheit* (vgl. Kemper et al. 2012: 7) ist im Fragebogen integriert, um Antwortverzerrungen besser interpretieren zu können.

Tabelle 6: Überblick der forschungsleitenden Fragen

Nr.	Frage	Variablen
1	Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihr Nachhaltigkeitswissen ein?	AC und AR
2	Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre Nachhaltigkeitseinstellungen ein?	ATT
3	Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ein?	INT
4	Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen ein?	PN
5	Welche Selbstwirksamkeit erwarten Jugendliche und junge Erwachsene?	PBC
6	Welche nachhaltigen Konsumangebote sind in der Region Ingolstadt bekannt?	Nachhaltiger Konsum
7	Welche Maßnahmen können sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen für sich und die Region Ingolstadt vorstellen?	Nachhaltiges Verhalten
8	Wie nehmen Jugendliche die gegenseitige Beeinflussung eines nachhaltigeren Lebensstils und Lebensqualität wahr?	Lebensqualität

Quelle: Eigener Entwurf

Der Teil des Erhebungsinstrumentes, der sich mit Variablen des CADM bzw. der Lebensqualität beschäftigt, besteht aus bereits validierten Skalen anderer Forscher*innen (vgl. Tabelle 7). Die einzelnen Skalen wurden, wenn nötig, ins Deutsche übersetzt und durch eine leichter verständliche Sprache der Zielgruppe angepasst. Eine Besonderheit stellt die Skala zur Einschätzung der Lebenszufriedenheit [*Satisfaction with life scale, SWLS*] dar. Nachdem sich die Einschätzung der objektiven Lebensqualität quantitativ nur schwer zu erfassen ist (vgl. Glatzer 2002: 248 ff.) wird in dieser Studie der Fokus auf die Lebenszufriedenheit als Teil der subjektiven Lebensqualität und somit der Bewertung der vorgefundenen Lebensbedingungen gelegt und dazu die *SWLS* genutzt.

Das ursprüngliche Ziel, ausschließlich mit fünfstufigen Intervallskalen zu arbeiten, konnte nicht verfolgt werden, da hierfür bereits validierte Skalen abgeändert werden müssten, die damit ihre Validität verlieren würden. Einige der verwendeten Skalen befassen sich eher mit Umweltbewusstsein und umweltrelevantem Verhalten und nicht explizit mit einer nachhaltigen Entwicklung. Das Hinzufügen von Items, die alle Dimensionen einer nachhaltigen Entwicklung beachten, wäre wieder auf Kosten der Validität gegangen. Im Idealfall würden im Erhebungsinstrument nur solche Skalen verwendet, die dem hier aufgeführten Verständnis von einer nachhaltigen Entwicklung entsprechen. Hierzu existiert jedoch noch keine Skalen. Dieses Defizit gilt es bei der Auswertung der Ergebnisse der Erhebung zu beachten.

Um die Konstruktvalidität zu untersuchen, schlagen Döring und Bortz (2016: 446) einerseits vor, die faktorielle Validität mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse zu prüfen. Dies ist bei Skalen sinnvoll, die aus mindestens zehn Items bestehen und in Subskalen unterteilt werden (vgl. Döring/Bortz 2016: 446). Im vorliegenden Erhebungsinstrument ist dies nur bei der Skala zum *Nachhaltigkeitsbewusstsein* [*Sustainability Consciousness Questionnaire Short Version, SCQ-S*] nach Gericke et al. (2019: 45) mit ihren Subskalen zum *Nachhaltigkeitswissen* [*sustainability knowingness, AC*], den *Nachhaltigkeitseinstellungen* [*sustainability attitudes, ATT*] und den *nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen* [*sustainability behaviour, INT*] gegeben. Nachdem die Autor*innen dieser Skala die Validität bereits geprüft haben und ihr eine hinreichende Validität zuschreiben, ist an dieser Stelle eine erneute Prüfung der faktoriellen Validität nicht notwendig.

Eine weitere Möglichkeit, die Konstruktvalidität eines Instrumentes zu festzustellen, besteht nach Döring und Bortz (2016: 446) darin, die einzelnen Skalen auf Korrelationen angesichts konvergenter und diskriminanter Validität zu prüfen. Dies wurde mit den Subskalen *Nachhaltigkeitswissen* [*AC* und *AR*], den *Nachhaltigkeitseinstellungen* [*ATT*] und den *nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen* (*INT*) der Skala zum *Nachhaltigkeitsbewusstsein* [*SCQ-S*] und den eigens konstruierten Abfragen aus dem zweiten Teil des Fragebogens, die ebenfalls Wissen und Verhaltensintentionen erfassen, durchgeführt.

Eine konvergente Validität konnte zwischen der Skala zum *Nachhaltigkeitswissen* [*AC*] und der Abfrage zur Kenntnis über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt ($\eta=21$, $p=.006$, $N=218$) sowie zwischen der Skala zu den *Nachhaltigkeitseinstellungen* [*ATT*] und der Abfrage zu den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops nachgewiesen werden (vgl. Anhang H 2). Zwischen dem *nachhaltigkeitsrelevanten Wissen* (*AC*) und der behavioralen Komponente der Abfrage zu Aktionen und Angeboten (*AKTION_HANDELN*) bzw. nachhaltigkeitsorientierten Gruppierungen (*GRUPPEN_HANDELN*, vgl. Anhang H 1) liegt jeweils eine diskriminante Validität vor, da die Items der Abfrage bis auf zwei Ausnahmen nicht mit den Mittelwerten der Skalen korrelieren. Gleiches gilt für die *nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen* (*INT*) und die kognitive Komponente der Abfrage zu Aktionen und Angeboten (*AKTION_WISSEN*) bzw. der Abfrage zu den nachhaltigkeitsorientierten Gruppierungen (*GRUPPEN_WISSEN*, vgl. Anhang H 3).

Nach Döring und Bortz (2016: 446) kann trotz der Ausnahmen von einer diskriminanten Validität gesprochen werden, da diese nur gering korrelieren. Das bedeutet, dass dem Erhebungsinstrument eine hinreichende Konstruktvalidität nachgewiesen werden konnte. Eine Übersicht der jeweiligen Quellen der verwendeten Skalen und Informationen darüber, wie sie abgeändert wurden, zeigt Tabelle 7.

Tabelle 7: Aufbau des Erhebungsinstruments

Block im Fragebogen	Quelle
I Einfluss auf die Lebensqualität	<i>Einschätzung der Lebenszufriedenheit [Satisfaction with life scale, SWLS]: Aufgabenstellung zum „du“ umformuliert nach Janke und Glöckner-Rist (2012: o. S.)</i> Einfluss der Corona-Pandemie auf Lebensqualität (eigene Abfrage)
II Nachhaltigkeitsbewusstsein	<i>Nachhaltigkeitsbewusstsein [short version of the sustainability consciousness questionnaire, SCQ-S]: Nachhaltigkeitswissen [sustainability knowingness, awareness of consequences, AC] und Nachhaltigkeitseinstellungen [sustainability attitudes, ATT] übersetzt und adaptiert von Gericke et al. (2019: 45).</i> <i>Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [ascription of responsibility, AR]: übersetzt nach Joanes et al. (2020: 8)</i> <i>nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen [sustainability behaviour, INT]: übersetzt und adaptiert von Gericke et al. (2019: 45)</i>
III Persönliche Normen, Selbstwirksamkeitserwartung und Maßnahmen für die Region	<i>Kurzskala Soziale Erwünschtheit [KSE-G]: adaptiert von Kemper et al. (2012: 25)</i> <i>persönliche Normen [personal norm, PN]: übersetzt und adaptiert von Klöckner und Friedrichsmeier (2011: 45), übersetzt und adaptiert von Joanes et al. (2020: 8)</i> <i>Selbstwirksamkeitserwartung [PBC]: adaptiert von Michelsen et al. (2012: 198)</i> eigene Abfragen zu Maßnahmen auf Basis der Recherche in der Region und in Anlehnung an Michelsen et al. (2012: 193 ff.) und Michelsen et al. (2015: 230 ff.)
IV Nachhaltiger Konsum	eigene Abfragen auf Basis der Recherche in der Region
V Statistische Angaben	eigene Entwicklung in Anlehnung an Michelsen et al. (2012: 193 ff.) und Michelsen et al. (2015: 230 ff.)

Quelle: Eigener Entwurf

Zur Beantwortung der Forschungsfragen 6 und 7, die sich mit den Möglichkeiten und Maßnahmen in der Region Ingolstadt beschäftigen (Block IV), wurden keine validierten psychometrischen Skalen, sondern verbal markierte Abfragen verwendet, mit denen Häufigkeiten festgestellt werden und die in Bezug zu den Variablen des CADM gesetzt werden können. So wurde die sehr umfangreiche Tabelle der Angebotserhebung, welche die Autorin im Vorfeld der Befragung durchgeführt hat, durch Kategorisierung der diversen Angebote stark zusammengefasst (vgl. Anhang A 4 und Anhang A 5). Dies hatte zum Ziel, dass die Befragten mit dem Angebot und den daraus resultierenden Auswahlmöglichkeiten nicht überfordert werden und es dadurch eine geringere Abbruchquote gibt.

Dem Erhebungsinstrument ist ein Anschreiben vorgelagert, das Hinweise auf die Beantwortung der Fragen gibt, damit eine Tendenz zur Mitte sowie die Beantwortung in Richtung einer sozialen Erwünschtheit reduziert werden (vgl. Döring/Bortz 2016: 244 ff.). Besonders wichtig sind die Techniken, die dabei helfen, das sozial erwünschte Antwortverhalten zu reduzieren. Daher wurde den Befragten im Anschreiben Anonymität zugesichert und sie wurden zu einem ehrlichen Antwortverhalten aufgefordert. Zusätzlich erfolgte ein Hinweis, dass es bei der Befragung keine richtigen oder falschen Antworten gebe. Durch die Verwendung von überwiegend validierten Skalen ist sichergestellt, dass die verwendeten Items möglichst neutral formuliert sind und auf wertende Adjektive verzichten. Auch bei den eigens formulierten Abfragen für die Region Ingolstadt wurden hinsichtlich der sprachlichen Gestaltung die Empfehlungen nach Döring und Bortz (2016: 410) beachtet und es wurde Wert darauf gelegt, die Einführungstexte und Items der Skalen und Abfragen zielgruppengerecht zu formulieren.

Um die Beteiligung an der Erhebung zu fördern, wurde den Befragten die Möglichkeit geboten, an einem Gewinnspiel für Einkaufsgutscheine der regionalen Unverpackt-Läden teilzunehmen. Auch wurde ihnen versichert, dass über die Software Qualtrics der Datenschutz gewährleistet ist und es darüber hinaus nicht möglich ist, versehentlich vom gleichen Endgerät zweimal an der Umfrage teilzunehmen. Angefangene Bögen wurden nach einer Woche ohne weitere Bearbeitung als unvollständig abgespeichert und konnten nicht wieder geöffnet werden. Vor der Platzierung der regionsspezifischen Abfragen wurden die Teilnehmenden nach ihrer Herkunft gefragt. Lebten sie nicht in der Region Ingolstadt, wurden sie an das Ende der Umfrage weitergeleitet.

6.2.2 Pretest

Ein weiteres Instrument zur Wahrung der Gütekriterien ist der Pretest. In diesem Fall handelte es sich um einen Zwei-Phasen-Pretest. Ziel von Fragebogen-Pretests ist es, mögliche Probleme der Befragungspersonen beim Beantworten

vorab zu identifizieren, um das Instrument dann entsprechend zu verbessern (vgl. Häder, 2006: 385 ff.). Das war gerade in diesem Fall wichtig, da der zweite, sich auf die Region Ingolstadt beziehende Teil des Erhebungsinstruments ausschließlich aus selbst konstruierten Abfragen besteht. Die psychometrischen Skalen des ersten Teils sind durch andere Forschungsteams validiert worden. Daher war eine Item- und Skalenanalyse in diesem Fall nicht zwingend notwendig.

Die erste Phase des Pretests bestand darin, den Fragebogen einem qualitativen Test zu unterziehen. Dieser Schritt fand wiederum in zwei Phasen statt. Zunächst wurde der Fragebogen fünf Personen im Alter der Zielstichprobe, aber mit Wohnsitz außerhalb der Region Ingolstadt, zur Beantwortung vorgelegt (vgl. Kapitel 6.3.1). Über deren Feedback sollte festgestellt werden, ob die Fragen und Antwortmöglichkeiten verständlich formuliert waren. Hier wurde ebenso festgestellt, wie viel Zeit die Personen für die Beantwortung des Fragebogens benötigten. Festgestellt wurde, neben einigen sprachlichen Verbesserungsvorschlägen, dass die Beantwortung des Fragebogens mit teilweise über 30 Minuten deutlich zu viel Zeit in Anspruch nahm. In einer ersten Fragebogenrevision wurden diese sprachlichen Verbesserungsvorschläge soweit möglich übernommen und der Fragebogen gekürzt (Fragen zur Region Ingolstadt mehr zusammengefasst und eine kürzere Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung eingebaut).

Im zweiten Schritt des ersten Pretests wurde der Fragebogen Kolleg*innen vorgelegt. Unter ihnen befand sich auch eine Psychologin mit einschlägiger Erfahrung in der quantitativen Forschung. Die Kolleg*innen sowie die Betreuerin der Doktorarbeit gaben Feedback zum Fragebogen und Hinweise, an welchen Stellen gekürzt werden könnte. Diese Hinweise wurden in der zweiten Fragebogenrevision berücksichtigt. Die Revision nach dieser sogenannten Fragebogenkonferenz stellte also eine inhaltliche Validität her (vgl. Döring/Bortz 2016: 411).

Die zweite Phase der Fragebogen-Überprüfung war der quantitative Pretest. Dazu füllte eine kleine Teilmenge der Zielstichprobe, die später nicht an der Hauptuntersuchung teilnahm, die überarbeitete Fassung des Fragebogens aus. Die Daten wurden aufbereitet und statistisch ausgewertet (z. B. Analyse der Häufigkeitsverteilungen). So konnte der reibungslose Ablauf der gesamten Datenerhebung geprüft werden. „Dabei besteht die Möglichkeit, Items zu identifizieren, die in der Zielgruppe zu wenig Varianz erzeugen oder bei denen es zu einem Deckeneffekt [...] oder Bodeneffekt [...] oder sonstigen extremen Verteilungsformen kommt“ (Döring/Bortz 2016: 411). Um die Häufigkeitsverteilungen auf Extreme zu untersuchen und den reibungslosen Ablauf der Erhebung zu testen, wurde der quantitative Pretest vom 16.02. bis 25.03.2021 mit einer zehnten Klasse einer Realschule der Region Ingolstadt durchgeführt. Für Letzteres hatten die Proband*innen die Möglichkeit, der Autorin Hinweise mit Hilfe eines Feedbackformulars zu geben. Tabelle 8 stellt diese Hinweise dar.

Die beiden allgemeinen Hinweise wurden zur Kenntnis genommen, konnten aber nicht in die Fragebogenrevision einfließen, da sich der erste auf von anderen Autor*innen übernommene Skalen und der zweite sich auf die Länge des Fragebogens bezog. Dieser wurde in der Phase der Erstellung und des darauffolgenden qualitativen Pretests so stark gekürzt, dass sich kein weiteres Kürzungspotenzial ergab. Auf den Hinweis zu Frage 12 wird im weiteren Verlauf dieses Kapitels eingegangen.

Tabelle 8: Feedback der Teilnehmenden zum Erhebungsinstrument

Frage	Hinweis
allgemein	„Die Fragen [<i>sic!</i>] die die Welt angehen [<i>sic!</i>] sollten genauer definiert werden. Den [<i>sic!</i>] ich will nur demokratische Länder unterstützen, vielleicht eine Option [<i>sic!</i>] wo man statt der Welt Europa auswählen kann“.
allgemein	„Der Fragebogen hat im großen [<i>sic!</i>] und ganzen [<i>sic!</i>] gepasst, aber manchmal waren die Fragen ein bisschen trocken“.
12. Sind dir in Schule, Ausbildung oder Studium Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?	„Ist damit gemeint, was wir theoretisch im Unterricht besprochen haben, [<i>sic!</i>] oder auch eine Aktivität [<i>sic!</i>] z. B. Bäume pflanzen?“

Quelle: Eigener Entwurf

Besonderes Augenmerk wurde bei der Häufigkeitsanalyse auf die eigens konstruierten Abfragen gelegt, da davon ausgegangen wurde, dass die psychometrischen Skalen anderer Autor*innen hinreichend getestet wurden. Fiel hier etwas auf, fand es ebenfalls Berücksichtigung in der Revision. Grundsätzlich werden bei einem Pretest die Item-Trennschärfe und die inhaltliche Konsistenz der Skalen geprüft. Da es sich im ersten Teil des Fragebogens um übernommene Skalen und überwiegend um nominal- oder in zwei Fällen ordinalskalierte Häufigkeitsabfragen im zweiten Teil handelte, die nicht den Anspruch hatten, ein psychologisches Konstrukt zu operationalisieren, sollten an dieser Stelle einfache Häufigkeitsanalysen genügen.

Zunächst gibt Tabelle 9 eine Übersicht über die inhaltliche Konsistenz (Cronbachs α [α]) der von anderen Autor*innen übernommenen psychometrischen Skalen. „Auch die interne Konsistenz ist ein [...] Indikator für hohe Reliabilität. Die interne Konsistenz wird über den Koeffizienten Cronbachs α bestimmt [...]“ (Döring/Bortz 2016: 271). Krüger et al. (2014: 265) legen als Schwellenwert für einen guten Bereich $\alpha = .80$ fest; bei kürzeren Skalen (6 Aufgaben oder weniger) werden in der Literatur auch noch Werte ab $\alpha = .60$

verwendet. Wie Tabelle 9 zu entnehmen ist, lagen die Werte für Cronbachs α bei mindestens .70 und sind somit durchaus noch akzeptabel für die innere Konsistenz der zugehörigen Skalen, zumal es sich um eine explorative Erhebung handelt, die auch mit niedrigeren Werten für die innere Konsistenz auskäme. Die in dem vorliegenden Erhebungsinstrument verwendeten Skalen von Gericke et al. (2019) erzielten den niedrigsten Wert für Cronbachs α , besonders die Skala, die AR (Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung) operationalisiert. Die Autor*innen selbst bewerten ihre Skalen dennoch als gut „The results show that this is a meaningful approach (as all Cronbach's alpha values indicate internal consistency) at both the level of SC and for the subconstructs of knowingness, attitudes and behaviour. This is valid for both the long and the short version“ (Gericke et al. 2019: 46). Daher wurde die Skala so in den Fragebogen übernommen.

Tabelle 9: Reliabilität der verwendeten Skalen im Erhebungsinstrument (Cronbachs α)

Skalen und Quelle	Originalskala	Pretest	Hauptstudie (Gesamtstichprobe)
SWLS (Janke/Glöckner-Rist 2012: 3)	Nicht bekannt.	α =.65	α =.80, N=448
AC (Gericke et al. 2019: 45)	α =.70	α =.53	α =.75, N=406
AR (Joanes et al. 2020: 4)	α >.70	α =.81	α =.87, N=38
PN (Klößner/Friedrichsmeier 2011: 43 ff.)	CFI=.941; RMSEA=.014; SRMR=.024	α =.95	α =.87, N=299 bzw.
PN_Kleidung (Joanes et al. 2020: 4)	α >.70	α =.91	α =.90, N=291
KSE-G (Kemper et al. 2012: 25)	α =.71 bzw. α =.78	α =-.27 bzw. α =.36	α =.43, N=306 bzw. α =.45, N=305
PBC (Michelsen et al. 2012: 198 nach Barth et al.: 2013)	α =.79	α =.78	α =.82, N=280
ATT (Gericke et al. 2019: 45)	α =.78	α =.78	α =.77, N=344
INT (Gericke et al. 2019: 45)	α =.72	α =.70	α =.66, N=317

Quelle: Eigene Berechnung

Klößner und Friedrichsmeier (2011) untersuchen in ihrer Studie die Güte des von ihnen entwickelten Modells (betrifft die Skala zu den PN). Die Gütekriterien der verwendeten Skalen im Erhebungsinstrument sind daher gegeben. Jedenfalls geben sie mit CFI, RMSEA und SRMR drei Größen an, die auf eine hervorragende Modellgüte hinweisen (Döring/Bortz 2016: 271). Das lässt darauf schließen, dass auch die Skalen zu Erhebung der Daten geeignet waren.

Zur Skala zur Lebenszufriedenheit ist nach Tabelle 9 kein Wert für Cronbachs α in der Literatur auffindbar. Ein Reliabilitätstest wurde für die Skala zur *SWLS* nicht durchgeführt. Aber: „Nach allen Analysen ist die formale Validität bzw. Reliabilität der fünf *SWLS* Items zufriedenstellend“ (Janke/Glößner-Rist 2012: 3). Im Pretest ließ sich hierfür ein Wert von .65 errechnen, der als akzeptabel anzusehen ist. Die anderen errechneten Werte lagen im ähnlichen Bereich wie die Werte, die in der Literatur für die Originalskalen angegeben werden. Diskrepanzen ließen sich bei den Skalen zum Nachhaltigkeitswissen [AC] und der Sozialen Erwünschtheit (*KSE-G*) feststellen (vgl. Tabelle 9). Der niedrigere Wert von .53 bei AC im Pretest ließ sich durch ein nicht ausreichend trennscharfes Item innerhalb der Skala erklären und tritt in der Hauptstudie nicht mehr auf, was vermutlich auf der größeren Stichprobe beruht.

Die Skala zur Sozialen Erwünschtheit zeigte sich hier auf den ersten Blick problematischer. Die Skala lässt sich in zwei Subskalen unterteilen; PQ+ für die Übertreibung positive Qualitäten und NQ- für die Minimierung negativer. Für PQ+ ließ sich aus dem Pretest ein negativer Wert von -.27 errechnen, bei NQ- war $\alpha=.36$ und somit sehr viel schlechter als bei der Originalskala. Das schien am ersten Item zu liegen. Nach Krüger et al. (2014: 397) kann das bedeuten, dass die Frage missverstanden wurde. Unter Betrachtung der Häufigkeitsverteilung fällt auf, dass einige der Proband*innen tatsächlich zu diesem negativen Item standen. Beide Werte fielen in der Hauptstudie besser aus.

Für die einzelnen Items wurden entsprechend der Klassischen Testtheorie (vgl. Döring/Bortz 2016: 461 ff.) zusätzlich Itemkennwerte wie Mittelwert, Streuung und Trennschärfen ermittelt. Die Ergebnisse sind Anhang G 1 bis Anhang G 9 zu entnehmen. Trennschärfen zwischen .30 und .50 werden nach Döring und Bortz (2016: 478) als mittelmäßig betrachtet. Die Items der Skalen zu AR und PN wiesen eine hohe Trennschärfe auf. Bei den Items der anderen Skalen weisen die Einzelitems mittlere Trennschärfen auf. Vor allem bei AC und INT gibt es Ausreißer in den niedrigen Trennschärfenbereich. Dies ist aber aufgrund der Tatsache, dass es sich um bereits validierte Skalen handelt und der Pretest nur von wenigen Personen vollständig ausgefüllt wurde, als akzeptabel zu bewerten.

Der quantitative Pretest wurde von einer 10. Realschulklasse aus dem Landkreis Eichstätt durchgeführt⁵. Von den 22 Schülern beantworteten neun

⁵ Corona bedingt sagte nur eine einzige Schule, eine Knabenrealschule, zu, wodurch nur männliche Personen am Pretest teilnahmen.

Schüler den Fragebogen bis zum Ende und fünf weitere teilweise. Im Durchschnitt wurden 27 Minuten benötigt (von 17 bis 37 Minuten). Das liegt in einem akzeptablen Rahmen. Weitere nennenswerte Ergebnisse und die daraus folgende Anpassung des Erhebungsinstruments (vgl. Anhang B) in Folge des Pretests zeigt Anhang G 20. Darüber hinaus wurde die Abfrage zur Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops vereinfacht (keine Mehrfachnennung mehr möglich, vgl. Anhang C 23 und Anhang G 16).

Mit dieser Überarbeitung konnte die Fragebogenrevision als abgeschlossen betrachtet werden. Der Fragebogen wurde um eine Datenschutzerklärung und Teilnahmebedingungen für das Gewinnspiel ergänzt und dann verteilt. Antworten, die im Pretest untypisch erschienen, tauchten durch Umformulierung der Fragen und durch weitere ergriffene Maßnahmen in der Haupterhebung nicht mehr auf. Die Änderungen haben also zu einem besseren Ergebnis geführt.

6.2.3 Reliabilität

Für die übernommenen erprobten Skalen des ersten Fragebogenteils wurde analog zum Pretest (vgl. dazu Kapitel 6.2.2) auch bei der Gesamterhebung eine Reliabilitätsanalyse der Skalen mittels Cronbachs α durchgeführt und die Item-Trennschärfe (vgl. Tabelle 22 bis Tabelle 30 für die Gesamtstichprobe und Anhang C 1 bis Anhang C 8 für die Zielstichprobe) berechnet, um die Qualität der Daten zu prüfen. Hier flossen alle Fälle (Gesamtstichprobe vgl. Kapitel 6.3.2.1) in die Berechnungen mit ein. Ebenfalls wie im Pretest wurden bei den Häufigkeitsabfragen im zweiten Teil des Fragebogens keine Reliabilitätsprüfungen durchgeführt, da es sich hier überwiegend um nominal- und zwei ordinalskalierte Häufigkeitsabfragen handelt, die nicht den Anspruch haben, ein psychologisches Konstrukt zu operationalisieren. Tabelle 9 gibt einen Überblick über die Reliabilität (Cronbachs α) der verwendeten Skalen in der Originalliteratur, im Pretest und in der Gesamterhebung.

Insgesamt ließ sich eine gute bis sehr gute Reliabilität der Skalen in der Hauptstudie feststellen. Die teilweise niedrigeren Werte im Pretest ließen sich also auf den geringeren Stichprobenumfang zurückführen. Verglichen mit den Werten der Originalskalen war Cronbachs α in der Hauptstudie in den meisten Fällen gleich hoch oder gar höher. Lediglich die Skala der INT und die *KSE-G* wiesen in der Hauptstudie eine niedrigere Reliabilität als in der Originalskala auf. Bei INT würde der Cronbachs α auf .68 steigen, wenn das Item „Ich recycle so viel ich kann“ weggelassen würde. Da sich die Reliabilität dadurch aber nicht maßgeblich änderte, wurde davon abgesehen. Bei PN würde Cronbachs α durch Weglassen des Items „Aufgrund meiner Werte / Prinzipien fühle

ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden“ um .01 steigen. Da die Skala aber ohnehin nur aus drei Items besteht und der Wert von $\alpha=.87$ durchaus gut ist, wurde das Item in der Skala belassen. Zudem empfiehlt es sich, die Originalskalen nicht zu kürzen, um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten.

Die Werte für die Skala zur *Sozialen Erwünschtheit* (KSE-G, $\alpha=.43$ bzw. $\alpha=.45$) waren nur noch gerade so vertretbar, da es sich um eine kurze Skala mit je nur drei Items pro Faktor handelt. Das Weglassen von Items würde nicht zu einem besseren Wert beitragen.

6.2.4 Soziale Erwünschtheit

Die Skala zur *Sozialen Erwünschtheit* (KSE-G) lässt Rückschlüsse auf die Ehrlichkeit der Teilnehmenden bei der Beantwortung der Fragen zu. Werden hier negative Qualitäten untertrieben und positive übertrieben, so ist davon auszugehen, dass die Befragten sich hier etwas „netter“ oder „besser“ darstellen und so ein verzerrtes Antwortverhalten entstanden ist (Kemper et al. 2012: 8). „Um einen Messwert (Skalenwert) für die individuelle Ausprägung der Befragungsperson in PQ+ bzw. NQ- zu erhalten, werden deren Antworten auf den drei Items der jeweiligen Skala aggregiert: Die drei Items werden zunächst summiert und anschließend durch die Anzahl der Items pro Skala geteilt. Der Wertebereich für PQ+ und NQ- liegt zwischen 0 und 4 [...]“ (Kemper et al. 2012: 8). Für die hier vorliegenden Stichproben ergab sich ein Mittelwert [M] für die Übertreibung positiver Qualitäten von $M=2.55$ ($SD=.61$) in der Gesamtstichprobe bzw. $M=2.55$ ($SD=.60$) in der Zielstichprobe (vgl. Tabelle 10). Für die Untertreibung negativer Qualitäten lag der Mittelwert bei $M=1.16$ ($SD=.74$) in der Gesamtstichprobe und bei $M=1.16$ ($SD=.76$) in der Zielstichprobe (vgl. Tabelle 11).

Kemper et al. (2021: 25) liefern mit ihrem Instrument eine Tabelle zum Vergleichen der Werte. Bei Betrachten der Altersgruppe der 18- bis 35-Jährigen, die der hier vorliegenden Gesamtstichprobe am ehesten entspricht, fällt auf, dass die Proband*innen beider Stichproben dieser Studie etwas weniger zum Übertreiben positiver Qualitäten neigen als die Stichprobe von Kemper et al. ($N=566$, $M=2.61$, $SD=.76$). Bei der Untertreibung der negativen Qualitäten steht die Stichprobe von Kemper et al. mit einem Mittelwert von $M=2.83$ ($N=566$, $SD=.89$) deutlich mehr zu ihren negativen Qualitäten als die hier vorliegenden Stichproben.

Die Werte der Skala zur *Sozialen Erwünschtheit* lassen darauf schließen, dass die Proband*innen der Gesamtstichprobe – im Gegensatz zum Pretest – eine leichte Tendenz zum sozial erwünschten Antwortverhalten haben. Besonders der Wert für die Untertreibung negativer Qualitäten macht dies deutlich.

Dieses Resultat sollte später bei der Diskussion der Ergebnisse beachtet werden.

Tabelle 10: Deskriptive Befunde zur Übertreibung positiver Qualitäten [KSE-G, PQ+] (Werte: 0 = trifft gar nicht zu 1 = trifft wenig zu 2 = trifft etwas zu 3 = trifft ziemlich zu 4 = trifft voll und ganz zu, N=307 bzw. n=195)

		Gesamtstichprobe	Zielstichprobe
N/n	Gültig	307	195
	Fehlend	147	0
Mittelwert		2.56	2.56
Median		2.67	2.67
Standardabweichung		.61	.60
Spannweite		3.67	3.00
Minimum		.33	.67
Maximum		4.00	3.67
Interne Konsistenz der Skalen (alpha)		.43	.39

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 11: Deskriptive Befunde zur Untertreibung negativer Qualitäten [KSE-G, NQ-] (Werte: 0 = trifft gar nicht zu 1 = trifft wenig zu 2 = trifft etwas zu 3 = trifft ziemlich zu 4 = trifft voll und ganz zu, N=307, bzw. n=194)

		Gesamtstichprobe	Zielstichprobe
N/n	Gültig	307	194
	Fehlend	147	1
Mittelwert		1.16	1.16
Median		1.00	1.00
Standardabweichung		.74	.76
Spannweite		3.33	3.33
Minimum		.00	.00
Maximum		3.33	3.33
Interne Konsistenz der Skalen (alpha)		.45	.49

Quelle: Eigene Berechnung

Zur Überprüfung des sozial erwünschten Antwortverhaltens bei den etablierten Skalen und den nominalskalierten Abfragen wurden die Korrelationen der einzelnen Skalen/Abfragen mit der *KSG-E* geprüft. Anhang H 3 zeigt die Ergebnisse der Prüfung auf Korrelationen. Bis auf eine Ausnahme korrelieren die Skalen und Items, wenn überhaupt, nur schwach mit NQ- und PQ+. Die Ausnahme stellt das Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Gesamtstichprobe mit einer mittleren, hoch signifikanten Korrelation mit NQ- dar ($r=.33$, $p<.01$). Für die Beantwortung der forschungsleitenden Fragen spielt diese Korrelation jedoch keine Rolle, da sie ausschließlich in der Gesamtstichprobe nachweisbar ist. In der Zielstichprobe korrelieren die nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ($r=-.25$, $p<.01$) und das Nachhaltigkeitsbewusstsein ($r=-.24$, $p<.01$) schwach negativ und hoch signifikant mit NQ-. Das bedeutet, dass die Zielstichprobe geringfügig zur leicht besseren persönlichen Darstellung zu neigen scheint, wenn es um die Einschätzung ihrer nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und ihres Nachhaltigkeitsbewusstseins geht. Dies trifft vor allem auf die männlichen Teilnehmenden zu (vgl. Anhang H 4). Nachdem die Korrelationen aber nur schwach sind, dürfte dies die Ergebnisse nicht allzu stark beeinflussen.

6.3 Stichprobe

6.3.1 Stichprobenauswahl

Die Stichprobe soll Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 25 Jahren in der Region Ingolstadt, also den Landkreisen Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen, Pfaffenhofen sowie der Stadt Ingolstadt umfassen. Diese Wahl lässt sich folgendermaßen begründen: Die Studie ist im Kontext eines Transferprojekts entstanden, mit dem Ziel, nachhaltige Entwicklung in der Region Ingolstadt zu fördern und diese zu einer Modellregion zu entwickeln.

Zudem lässt sich durch einigermaßen homogene Gegebenheiten innerhalb einer kleineren geographischen Einheit eine bessere Vergleichbarkeit herstellen. Darüber hinaus werden die Kommunen der Region Ingolstadt von einer gemeinsamen Regionalmanagement-Initiative betreut (Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e. V. – IRMA e. V.). Dadurch ist es möglich, basierend auf den Ergebnissen der Erhebung, Handlungsempfehlungen für regionsspezifische Maßnahmen abzuleiten, die dann in der gesamten Region umgesetzt werden könnten. Ferner bietet es sich an, Veränderungen auf regionaler Ebene voranzutreiben, da hier die Möglichkeiten der direkten Einflussnahme größer sind als in weit entfernten Ländern, z. B. des globalen Südens.

Im Zuge der aktuellen globalen Herausforderungen, wie z. B. dem Klimawandel, wird häufig auf Regionalität hingewiesen. „Die Bedeutung von Städten, Kreisen und Gemeinden als zentrale Akteure für nachhaltige Entwicklung wurde durch die globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen nochmals unterstrichen und gewürdigt. [...] Die kommunalen Spitzenverbände unterstützen und begleiten daher aktiv den von der Bundesregierung im September 2015 ins Leben gerufenen Interministeriellen Arbeitskreis ‚Nachhaltige Stadtentwicklung in nationaler und internationaler Perspektive‘. Da die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen nur auf lokaler und regionaler Ebene erfolgreich umgesetzt werden können, verfolgt der Arbeitskreis das Ziel, den Stellenwert der Nachhaltigkeitspolitik auf globaler, europäischer und nationaler Ebene für die aktuelle und zukünftige Stadtentwicklung aufzuzeigen“ (Die Bundesregierung 2016: 238). Die Rolle einer Region bei der Erfüllung der SDGs ist also nicht unwesentlich. Im Nationalen Aktionsplan Bildung für nachhaltige Entwicklung ist ein ganzes Kapitel der Bedeutung von Kommunen bei einer BNE gewidmet (vgl. Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung 2017: 89 ff.).

In solchen Planungsregionen wie der Region 10 in Bayern/Region Ingolstadt ist eine bessere Vergleichbarkeit wirtschaftspolitischer und regionalplanerischer Maßnahmen gegeben (vgl. Bathelt/Glückler 2018: 73), was eine bessere Anwendungsmöglichkeit der Ergebnisse der Befragung bedeuten kann, da die Rahmenbedingungen in der Region doch homogener sind als z. B. bayern- oder deutschlandweit. Ebenso spricht für die Begrenzung auf eine Region, dass die individuelle Mobilität der Proband*innen eher eingeschränkt ist, da sie teilweise noch minderjährig sind. So fällt es auch in einer digitalisierten Welt leichter, sich vor Ort zu engagieren oder möglichst nachhaltig zu konsumieren, als in weiter entfernten Regionen oder Ländern.

Die persönlich erfahrene Selbstwirksamkeitserwartung spielt ebenfalls eine Rolle in Bezug auf nachhaltigen Konsum (vgl. Kapitel 2.5 und 2.6.2). Gerade diese Erfolgserfahrungen lassen sich vermutlich besser vor Ort – also in der Region – erleben als in entfernteren Regionen. So spielt sich die Möglichkeit zur politischen Einflussnahme doch eher auf regionaler Ebene ab. Sie ist jedoch für einen nachhaltigen Lebensstil unabdingbar. „Für einen kulturellen Wandel in Richtung auf nachhaltige Lebensstile [...] bedarf es [...] vieler Menschen, die von ihren Möglichkeiten der Einflussnahme auf Prozesse der politischen Entscheidungsfindung überzeugt sind. Daher unterstützt die Förderung der Selbstwirksamkeit letztlich auch ein politisches Empowerment“ (Herriger 2006: 197 ff.).

Ein Ziel dieser vorliegenden Studie ist es, dass hinreichend große Teilstichproben von Schüler*innen, Auszubildenden, jungen Berufstätigen und Studierenden befragt werden, damit mögliche Unterschiede zwischen diesen Gruppen ermittelt werden können. Trotz einer entsprechenden Einführung zu Be-

ginn des Fragebogens (vgl. Anhang B) und der entsprechend angelegten Verteilung des Fragebogenlinks (vgl. Tabelle 13 in diesem Kapitel) haben Personen an der Umfrage teilgenommen, die weder in die Altersgruppe fallen, noch in der Region Ingolstadt wohnen. Deren Daten wurden gesondert gespeichert und werden bei der Auswertung der forschungsleitenden Fragen (vgl. Kapitel 7.2) nicht miteinbezogen.

Die Wahl, Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 25 Jahren zu befragen, ist dadurch begründet, dass diese im Jahr 2030, wenn die SDGs erfüllt sein sollten, eigene Haushalte führen, eigene Familien haben und Entscheidungen unabhängig(er) von ihren eigenen Eltern treffen können. Jugend heute ist also in Bezug auf nachhaltiges Verhalten eine spannende Phase und das natürlich nicht nur angesichts der Erreichung der SDGs. Auch die Deutsche UNESCO-Kommission e.V. (2021: 32) stuft Jugendliche und von Jugendlichen geführte und auf Jugendliche ausgerichtete Gruppen, Organisationen und Netzwerke als die wichtigsten Akteur*innen im Zusammenhang mit einer nachhaltigen Entwicklung ein. Tully und Krug (2013: 74 ff.), die sich ebenfalls mit dem nachhaltigen Konsum Jugendlicher und junger Erwachsene beschäftigen, halten vier für eine nachhaltige Entwicklung im Bereich Konsum wichtige Eigenschaften dieser Altersgruppe fest:

- Jugendliche verfügen über ein eigenes Budget und sind somit Konsument*innen.
- Die Jugendkultur bestimmt die Konsumkultur.
- Die Jugendlichen wollen sich durch Materielles ausdrücken. Dies bestimmt die Konsummuster in Bezug auf Kleidung, Musik und Mobilgeräte etc.
- Die Jugendlichen wollen sich entweder an die von den Eltern oder Peers vorgelebten Konsummuster anlehnen oder sich davon abheben.

Nach Angaben des Bayerischen Landesamtes für Statistik (2021: 6 ff.) lebten zum 31.12.2019 insgesamt 62.472 Personen im Alter von 14 bis 25 Jahren in der Region Ingolstadt (Gesamtpopulation, vgl. Tabelle 12).

Tabelle 12: Personen zwischen 14 und 25 Jahren in der Region Ingolstadt

Stadt/Landkreis	Einwohnerzahl (14–25 Jahre)
Eichstätt	17.349
Ingolstadt	17.193
Neuburg-Schrobenhausen	12.193
Pfaffenhofen	15.737
Gesamt	62.472

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2021: 6 ff., eigener Entwurf

Bei der Verteilung des Umfragelinks über der Autorin bekannte Personen und Institutionen (Adressat*innen vgl. Tabelle 13) zur Weiterleitung an die eigentliche Zielstichprobe handelt es sich nach Döring und Bortz (2016: 294) um eine nicht-probabilistische Gelegenheitsstichprobe. Solche Gelegenheitsstichproben haben eine geringere globale Repräsentativität als Zufallsstichproben (vgl. ebd.: 305 ff.). Die ungleiche Verteilung innerhalb der Region war der Corona-Pandemie geschuldet, aufgrund derer zum Erhebungszeitpunkt nur sehr schwierig Menschen außerhalb des persönlichen Netzwerks der Autorin ansprechbar waren, da sich diese vor den verschiedensten Herausforderungen sahen.

Für quantitative Erkundungsstudien (explorative Studien) wie die vorliegende sind kleine, nicht-zufällige Stichproben ausreichend. Die Stichprobe sollte die Populationsverhältnisse möglichst unverzerrt darstellen (vgl. ebd.: 297), das Geschlechterverhältnis sollte beispielsweise ähnlich sein wie in der Gesamtpopulation. Daher ist im Vorfeld nicht unbedingt eine fixe Zahl für den Stichprobenumfang festlegbar, es kommt auf die Verhältnisse der unabhängigen Variablen in der Gesamtstichprobe an und ob die Verhältnisse in der Gesamtpopulation widergespiegelt werden.

Tabelle 13: Verteilung des Fragebogens

Institution	Kommune
Fridays-for-Future-Gruppe	Eichstätt, Ingolstadt
Auszubildende Gastronomie	Eichstätt
Auszubildende Unternehmen	Ingolstadt, Pfaffenhofen
Realschule	Eichstätt (2), Neuburg-Schrobenhausen
Berufsschüler*innen	Eichstätt
Gymnasium	Eichstätt, Ingolstadt (2), Neuburg-Schrobenhausen
Studierende Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt	Eichstätt, Ingolstadt
Studierende Technische Hochschule Ingolstadt	Ingolstadt
Private Verteilung über Social Media	Ganze Region

Quelle: Eigener Entwurf

Zur Rekrutierung der Teilnehmenden für die Studie wurden die Fragebögen per E-Mail an bekannte Lehrer*innen, Ausbildungsleitende und die beiden Hochschulen in der Region mit der Bitte um Weiterleitung an Schüler*innen,

Auszubildende, junge Berufstätige und Studierende versendet (vgl. Tabelle 13). Die Teilnehmenden selbst durften den Link ebenfalls weiterleiten. Über die Software wurde gewährleistet, dass die gleiche IP-Adresse (des genutzten Endgerätes) nur einmal an der Befragung teilnehmen kann. Aus Gründen des Fehlens von zeitlichen und finanziellen Ressourcen konnte eine Vollerhebung aller Jugendlichen und junger Erwachsener in der Region Ingolstadt nicht stattfinden.

6.3.2 Stichprobenbeschreibung

In die Zielstichprobe fallen alle, die als 14- bis 25-Jährige aus der Region Ingolstadt identifiziert werden können. Insgesamt haben 454 Personen (Gesamtstichprobe) an der Befragung teilgenommen. Auf die Zielstichprobe entfallen 195 Personen, sie haben die entsprechenden demographischen Angaben vollständig ausgefüllt, sodass sie eindeutig den 14- bis 25-Jährigen aus der Region Ingolstadt zugeordnet werden konnten. Das folgende Kapitel beschreibt die Zusammensetzung der Stichprobe, getrennt in Gesamt- und Zielstichprobe. Die forschungsleitenden Fragen konzentrieren sich auf die Zielstichprobe.

6.3.2.1 Gesamtstichprobe

Von den insgesamt 454 Personen, die zur Gesamtstichprobe gehören, lebten 237 Personen in der Region Ingolstadt (Wohnort vgl. Tabelle 15), 66.5 % waren weiblichen, 32.7 % männlichen Geschlechts und 0.8 % identifizierten sich als divers (vgl. Tabelle 16). 42 % gingen zur Schule, 37.6 % studierten, 3.9 % waren in einer Ausbildung, 12.2 % arbeiteten und 1.2 % waren selbstständig tätig (Beruf vgl. Tabelle 17). Das Durchschnittsalter der Gesamtstichprobe lag bei 22.33 Jahren (vgl. Tabelle 14).

Tabelle 14: Durchschnittsalter der Gesamtstichprobe (N=257)

N	Gültig	251
	Fehlend	203
Mittelwert		22.33
Median		21.00
Standardabweichung		8.906
Minimum		0
Maximum		77

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 15: Verteilung des Wohnorts in der Gesamtstichprobe (N=257)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Landkreis Eichstätt	95	37.0
	Stadt Ingolstadt	96	37.4
	Landkreis Neuburg-Schrobenhausen	20	7.8
	Landkreis Pfaffenhofen	26	10.1
	Ich lebe/arbeite/studiere nicht in der Region um Ingolstadt, sondern in ...	20	7.8
	Gesamt	257	100.0 ⁶
Fehlend	keine Angabe	197	
Gesamt		454	

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 16: Verteilung des Geschlechts in der Gesamtstichprobe (N=254)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Weiblich	169	66.5
	Männlich	83	32.7
	Divers	2	.8
	Gesamt	254	100.0
Fehlend	keine Angabe	200	
Gesamt		454	

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 17: Zugehörigkeit zu den Berufsgruppen in der Gesamtstichprobe (N=255)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ich gehe zur Schule.	107	42.0
	Ich studiere.	96	37.6
	Ich bin in einer Ausbildung.	10	3.9
	Ich arbeite.	31	12.2
	Ich bin selbstständig tätig.	3	1.2
	Ich suche einen Arbeits- oder Ausbildungsplatz.	1	.4

⁶ Die Werte wurden mittels Statistikprogramm auf eine Nachkommastelle gerundet, sodass die Summe nicht exakt 100.0 ergibt.

	Häufigkeit	Prozent
Sonstiges, nämlich ...	7	2.7
Gesamt	255	100.0
Fehlend keine Angabe	199	
Gesamt	454	

Quelle: Eigene Berechnung

6.3.2.2 Zielstichprobe

208 Personen haben eine Auskunft über ihren Wohnort gegeben. Die Verteilung auf die einzelnen Kommunen der Region Ingolstadt gestaltet sich wie in Tabelle 18 dargestellt. In der Gesamtpopulation war die Verteilung anders als in der Zielstichprobe. Hier hatte der Landkreis Eichstätt zum Zeitpunkt der Datenerhebung ähnlich viele Einwohner*innen zwischen 14 und 25 Jahren wie die Stadt Ingolstadt, nämlich ca. 17.000 (vgl. Bayerisches Landesamt für Statistik 2021: 24 und ebd.: 6), die Stadt Pfaffenhofen ca. 15.000 (vgl. ebd.: 44) und der Landkreis Neuburg-Schrobenhausen ca. 12.000 (vgl. ebd.: 42). Es lagen also – bedingt durch die ungleiche Verteilung – im Vergleich zur Gesamtpopulation deutlich mehr Bögen aus Ingolstadt und Eichstätt als aus Pfaffenhofen und Neuburg-Schrobenhausen vor.

Tabelle 18: Verteilung der Herkunft in der Zielstichprobe (n=195)

	Häufigkeit	Prozent
Gültig Landkreis Eichstätt	79	40.5
Stadt Ingolstadt	77	39.5
Landkreis Neuburg-Schrobenhausen	17	8.7
Landkreis Pfaffenhofen	22	11.3
Gesamt	195	100.0

Quelle: Eigene Berechnung

Das Durchschnittsalter der Zielstichprobe betrug 19.56 Jahre (vgl. Tabelle 19). Die Verteilung innerhalb der Zielstichprobe auf die Altersgruppen 14–16 Jahre (18 % Zielstichprobe, 22 % Gesamtpopulation vgl. Anhang H 6), 17–19 Jahre (34 % Zielstichprobe, 24 % Gesamtpopulation), 20–22 Jahre (28 % Zielstichprobe, 26 % Gesamtpopulation) und 23–25 Jahre (20 % Zielstichprobe, 28 % Gesamtpopulation) stellt Tabelle 19 dar. Auch hier bildet die Verteilung nicht die Verteilung der Gesamtpopulation ab. Allerdings sind die Unterschiede hier nicht so gravierend wie beim Wohnort.

Tabelle 19: Verteilung der Altersgruppen in der Zielstichprobe (n=195)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	14–16 Jahre	35	17.9
	17–19 Jahre	66	33.8
	20–22 Jahre	55	28.2
	23–25 Jahre	39	20.0
	Gesamt	195	100.0 ⁷
Mittelwert			19.56
Standardabweichung			2.96
Minimum			14
Maximum			25

Quelle: Eigene Berechnung

Von den 195 Personen, die die Zielstichprobe (14–25 Jahre und aus der Region Ingolstadt) darstellen, waren 137 Personen weiblichen und 58 Personen männlichen Geschlechts (vgl. Tabelle 20).

Tabelle 20: Verteilung des Geschlechts in der Zielstichprobe (n=195)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Weiblich	137	70.3
	Männlich	58	29.7
	Gesamt	195	100.0

Quelle: Eigene Berechnung

In der Gesamtpopulation waren es dagegen 33.126 männliche und 29.346 weibliche Personen. Es ist festzustellen, dass die Verteilung in der Zielstichprobe auch hinsichtlich des Geschlechts nicht der der Gesamtpopulation entspricht.

Die Zielstichprobe ist diese drei unabhängigen Variablen betreffend nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung der 14- bis 25-Jährigen in der Region Ingolstadt. Eine Repräsentativität für die Region Ingolstadt war angestrebt, konnte aber bedingt durch die erschwerten Bedingungen (Corona-Pandemie) während der Erhebungszeit (vgl. Kapitel 6.4) nicht realisiert werden. Dies

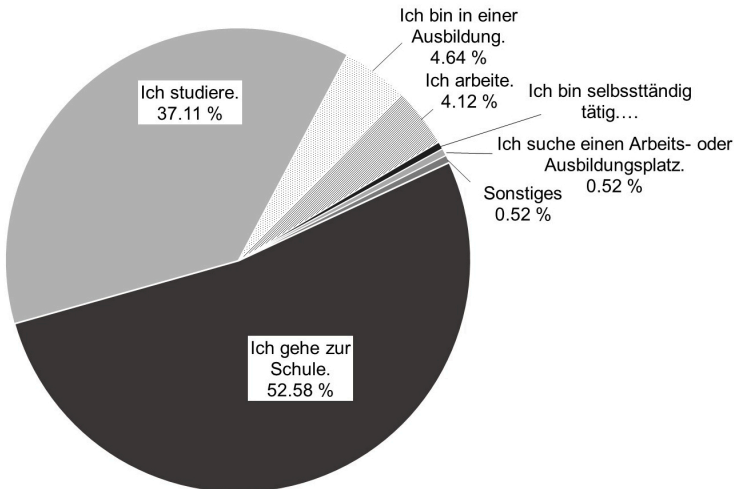
⁷ Die Werte wurden mittels Statistikprogramm auf eine Nachkommastelle gerundet, sodass die Summe nicht exakt 100.0 ergibt.

muss bei der Auswertung der Skalen bezüglich dieser unabhängigen Variablen beachtet werden.

Bezogen auf die Berufsgruppen lässt sich folgende Zusammensetzung in der Zielstichprobe festhalten. Knapp 53 % der Zielstichprobe gingen noch zur Schule, knapp 37 % studierten. Etwa 5 % waren in einer Ausbildung und 4 % dieser Gruppe arbeiteten. Inwieweit dieses Verhältnis mit dem der Gesamtpopulation übereinstimmt, ließ sich leider nicht ohne Weiteres feststellen, da die Daten hierzu nicht zugänglich sind (vgl. Abbildung 10).

Eine gleiche Verteilung über alle personenbezogenen Merkmale hinweg war gewünscht, konnte aber nicht erreicht werden.

Abbildung 10: Verteilung der Berufsgruppen in der Zielstichprobe (n=194)



Quelle: Eigener Entwurf

6.4 Durchführung der Erhebung

Zur Verteilung des Links zur Umfrage wurde zunächst eine Kontaktdatenbank angelegt. Dazu sammelte die Autorin ihre eigenen Kontaktpersonen, die potenziell als Vermittler*innen zur Zielgruppe dienen könnten. Anschließend wurden Kolleg*innen und der Freundeskreis der Autorin gebeten, ihre Kontakte – vornehmlich zu Lehrer*innen in der Region – zu ergänzen. Diese Datenbank wurde aufbereitet und strukturiert. Schließlich wurden alle aufgelistete

ten Personen kontaktiert. Der Link konnte auf diese Weise an über 46 Institutionen verteilt werden. Die Teilnehmenden wurden angehalten, den Link gerne an andere weiterzuleiten. Dazu wurde im Anschreiben mitgeteilt, dass es das Umfragetool Qualtrics verhindert, dass mit der gleichen IP-Adresse mehrmals geantwortet werden kann. Es ist aufgrund der nicht überschaubaren Verteilung nicht möglich abzuschätzen, welche Kreise der Link gezogen hat. Folglich ist es nicht möglich, eine Rücklaufquote zu berechnen.

Beginn der Erhebung war der 11.06.2021 und die Umfrage wurde am 28.09.2021 mit 258 vollständig und 26 zu mindestens 41 % ausgefüllten Bögen abgeschlossen. 41 % umfasst genau die ersten drei Frageblöcke, die sich auf die Variablen des CADM und die Lebensqualität beziehen (vgl. Tabelle 7). Somit können diese Bögen durchaus mit in die Auswertung fließen. Wie viele dieser insgesamt 281 Bögen auf die Zielgruppe (14–25 Jahre und aus der Region Ingolstadt) fallen, wird in Kapitel 6.3.2.2 erörtert.

In einer getrennt gespeicherten Erhebung wurden die Proband*innen gefragt, ob sie am Gewinnspiel teilnehmen, Informationen über die Ergebnisse erhalten oder für eine künftige Befragung zum Thema zur Verfügung stehen möchten. Hierzu wurden die jeweiligen E-Mail-Adressen hinterlegt. Diese wurde, ebenso wie das Feedback zum Fragebogen, getrennt vom eigentlichen Fragenteil gespeichert, sodass eine Anonymisierung der Antworten gewährleistet war. Die Gewinner*innen wurden entsprechend der Teilnahmebedingungen des Gewinnspiels am 30.09.2021 per Zufallsverfahren ausgelost und über ihren Gewinn benachrichtigt.

6.5 Datenaufbereitung

Die Daten wurden zur Aufbereitung (vgl. Döring/Bortz 2016: 580) von Qualtrics in SPSS exportiert. Einzelne Schritte zu diesem Ziel waren u. a. die Kommentierung der Datensätze, also die Beschriftung der einzelnen Werte mit sogenannten Labels. Dieser Schritt konnte in Qualtrics schon vorbereitet werden und wurde hier lediglich kontrolliert. Den Variablen wurden bereits im Vorfeld eindeutige Namen zugeordnet. Informationen, die auf einzelne Teilnehmende der Untersuchung schließen lassen könnten (z. B. Längen- und Breitengrad des LogIns) und die nicht zur Auswertung benötigt werden, wurden aus dem Datensatz entfernt, um die Anonymität zu gewährleisten. Im Zuge der Datenaufbereitung wurden fehlende Werte gekennzeichnet und fehlerhafte numerische Angaben (wie z. B. „20 Jahre“ statt „20“ in der Variable „Alter“) angepasst. Anschließend wurden noch alle Datensätze entfernt, bei denen keine einzige Frage beantwortet wurde. Im letzten Schritt, der Datentransformation, wurden umgekehrt ausgerichtete Variablen identifiziert und umgepolt. Für die Beschreibung der Zielstichprobe (vgl. Kapitel 6.3.2.2) wurde aus dem

bereinigten Datensatz ein neuer exportiert, der nur diejenigen Fälle beinhaltet, die zu Befragten zwischen 14 und 25 Jahren gehören.

6.6 Auswertungsmethoden

Angelehnt an Hussy et al. (2013: 165 ff.) wurden die Daten mit den nachfolgend beschriebenen Methoden ausgewertet. Dabei gliedert sich die Auswertung in drei Bereiche: Zunächst werden die deskriptiven Ergebnisse der Gesamtstichprobe betrachtet (Kapitel 7.1), bevor sich Kapitel 7.2 der Auswertung hinsichtlich der forschungsleitenden Fragen und somit den aus der Gesamtstichprobe gefilterten Daten der Zielstichprobe widmet. Bei der Gesamtstichprobe liegt ein deutlich größerer Stichprobenumfang $[N]$ im Vergleich zur Zielstichprobe $[n]$ vor. Aufgrund der expliziten Hinweise auf die intendierte Zielgruppe in dem Anschreiben zum Fragebogen (vgl. Anhang B) kann davon ausgegangen werden, dass sich in der Gesamtstichprobe noch mehr Proband*innen befinden, die ebenfalls unter die Zielstichprobe fallen könnten, die demographischen Fragen aber nicht oder nicht hinreichend beantwortet haben.

Alle Antworten der Kategorien „weiß nicht“ oder „keine Angabe“ wurden – sofern nicht explizit in den entsprechenden Tabellen aufgeführt – als fehlend gewertet und fließen nicht in die Statistik mit ein. Letztlich werden in Kapitel 7.3 die Zusammenhänge zwischen dem Nachhaltigkeitsbewusstsein und der Selbstwirksamkeitserwartung und der Berührung mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung berechnet. Zur Beschreibung der Zusammenhänge der Ergebnisse wird später eine Regressionsanalyse anhand des CADM durchgeführt (Kapitel 8.2)

Die durchweg guten Ergebnisse der Reliabilitätsanalyse (vgl. Kapitel 6.2.3) erlauben die Bildung von Skalen aus den jeweiligen Items und somit die Berechnung der Summenwerte und/oder der Mittelwerte der verwendeten Skalen (vgl. Hussy et al. 2013: 168).

Deskriptive Ergebnisse der Gesamtstichprobe

Zunächst wurden Häufigkeitsanalysen auf Itemebene für alle Skalen hinsichtlich ihrer absoluten, prozentualen und kumulativen Häufigkeitsverteilung berechnet und die minimale und maximale Ausprägung erhoben (vgl. ebd. 170 ff.). Das Item zur Bewertung der Lebensqualität im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie wurde zudem als Kreisdiagramm dargestellt. Für die Abfrage der Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt wurde ein gestapeltes Balkendiagramm erstellt. Die univariate statistische Auswertung auf Itemebene umfasste die Maße der zentralen Tendenz (vgl. ebd. 172 f.) sowie die Standardabweichung $[SD]$ als Streuungsmaß (vgl. ebd.

173 f.). Zusätzlich wurde die Trennschärfe der einzelnen Items mittels der Inter-Item-Korrelation im Rahmen der Berechnung von Cronbachs α bestimmt (vgl. ebd. 87 f.) und nach Döring und Bortz (2016: 478) bewertet. Demnach weisen die Skalen zum *nachhaltigkeitsrelevanten Wissen* (AC aus SCQ-S), zu den *Nachhaltigkeitseinstellungen* (ATT aus SCQ-S), den *nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen* (INT aus SCQ-S) und zur *Sozialen Erwünschtheit* (KSE-G) mittlere bis niedrige Item-Trennschärfen auf. Die Skala zur *Selbstwirksamkeitserwartung* (PBC) weist mittlere bis hohe Item-Trennschärfen zwischen .32 und .61 auf. Die Skala zur *Lebenszufriedenheit* (SWLS) weist ebenfalls mittlere bis hohe Trennschärfen zwischen .49 und .71 und der Rest der Skalen hohe Trennschärfen ab .60 auf. Die univariate Statistik sowie die Berechnung der Trennschärfen erfolgte lediglich bei den intervallskalierten Skalen. Die nominal- und ordinalskalierten Abfragen aus dem Fragebogen teil zur Region Ingolstadt wurden nur nach ihrer absoluten und relativen Häufigkeitsverteilung untersucht. Auf Ebene der Skalen wurden nachfolgend ebenfalls die Mittelwerte und deren Standardabweichungen sowie die minimale und maximale Ausprägung berechnet. Die Skala zur *Lebenszufriedenheit* (SWLS nach Schumacher o. J.: 2) erlaubt es, einen Summenwert zu bilden, für den ebenfalls die Standardabweichung und die minimale und maximale Ausprägung berechnet wurden.

Eine weitere Besonderheit stellt die Auswertung der einzigen offenen Frage (Nennung der Themen einer nachhaltigen Entwicklung) dar. Im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Döring/Bortz 2016: 588 f.) wurden die Antworten tabellarisch erfasst, wobei jeder Antwort eine Identifikationsnummer zugeordnet wurde. Gab eine Person mehrere Antworten, erhielten diese die gleiche Identifikationsnummer, um Rückschlüsse auf das Nachhaltigkeitsverständnis der einzelnen Personen ziehen zu können. Die Autorin dieser Arbeit erstellte einen Codierleitfaden (vgl. Mayring und Fenzl 2019: 638f, Leitfaden in Anhang D) zur deduktiven Kategorienbildung, anhand dessen sie zunächst selbst die Antworten den 17 SDGs (vgl. Abbildung 1) und zwei weiteren Kategorien („Übergeordnet“ für alle SDG-betreffenden Antworten und „Sonstiges“ für Antworten, die nicht in das Raster passen) zuordnete. Ohne die Kategorisierung der Autorin zu kennen, kategorisierte dann eine Studentin aus dem Masterstudiengang „Geographie: Bildung für nachhaltige Entwicklung“ die Antworten. So ist die Interrater-Reliabilität (vgl. Mayring und Fenzl 2019: 636 f.) gegeben.

Auswertung bezogen auf die Forschungsfragen

Zur forschungsfragenbezogenen Auswertung wurden zunächst die deskriptiven Werte der Skalen innerhalb der Zielstichprobe berechnet. Anschließend wurde im Sinne der multivariaten Deskriptivstatistik (vgl. Hussy et al. 2013:

174 ff.) geprüft, ob es in Anbetracht der unabhängigen Variablen, Alter, Herkunft, Geschlecht, Beruf und Zugehörigkeit zu Fridays for Future [FFF] innerhalb der Region Ingolstadt Unterschiede der Mittelwerte gibt. Dabei galt es zunächst, Korrelationen der jeweiligen abhängigen Variablen mit den unabhängigen Variablen zu prüfen, um bedeutsame Unterschiede in den Subgruppen zu identifizieren (vgl. ebd.). Dazu wurden je nach Skalenniveau die vorgeschriebenen Korrelationskoeffizienten verwendet (vgl. Döring/Bortz 2016: 681). Insgesamt fällt auf, dass die meisten Korrelationen eher gering und wenige mittel ausgeprägt sind. Tabelle 21 zeigt ausschließlich die signifikanten Korrelationen und die jeweiligen Effektstärken (vgl. Hussy et al. 2013: 179 ff.). Im Folgenden wird von verschiedenen Effektstärken gesprochen. Diese werden nach Cohen (1988: r : 79 f., w : 224 f. und f : 28 ff.) bzw. Benninghaus (2005: V und C : 212 ff. und η : 359 ff.) eingestuft. Die Abfrage zum Einfluss von Corona auf die Lebensqualität und die Skala zur PBC korrelieren mit keiner der unabhängigen Variablen.

Wie Tabelle 21 veranschaulicht, bestehen beispielsweise keine bedeutsamen Zusammenhänge zwischen dem Alter und der Herkunft mit dem Nachhaltigkeitswissen [AC], weshalb auf weitere Analysen verzichtet werden konnte. Wohl aber ist hinsichtlich des Nachhaltigkeitswissens eine Untersuchung der Gruppenunterschiede bezüglich der unabhängigen Variablen Beruf, Geschlecht und FFF sinnvoll.

Die Items/Skalen der linken Tabellenspalte stellen die abhängigen Variablen dar. Um inferenzstatistische Analysen (vgl. Hussy et al. 2013: 178 ff.) durchführen zu können wurden diese auf Normalverteilung und Varianzhomogenität (vgl. Döring/Bortz 2016: 105) geprüft, um anschließend die entsprechende statistische Auswertung der Befragung auf Basis parametrischer (einfaktorielle Varianzanalyse, vgl. Döring/Bortz 2016: 709, t-Test, vgl. Tachtso-glou/König 2017: 322 ff.) und nichtparametrischer Testverfahren (Kruskal-Wallis-Test, vgl. Rasch et al. 2021: 120 f., und Mann-Whitney-U-Test, vgl. Rasch et al. 2021: 107 ff.) durchzuführen und u. a. Unterschiede der Mittelwerte zu untersuchen. Lediglich nachh_INT_Mittelwert und PN_Mittelwert sowie der Mittelwert zur Abfrage der Medien sind normalverteilt und dürften daher mit parametrischen Tests untersucht werden (zur Prüfung auf Normalverteilung vgl. Anhang H 7).

T-Test und Mann-Whitney-U-Test werden bei unabhängigen Variablen mit zwei, Varianzanalyse und ANOVA und Kruskal-Wallis-Test bei unabhängigen Variablen mit mehr als zwei Ausprägungen angewendet (vgl. Hussy et al. 2013: 181 ff.). Die Untersuchung auf Gruppenunterschiede hinsichtlich der Variablen Alter und FFF in Bezug auf nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen wurde trotz der Voraussetzungen für einen parametrischen Test mit einem nichtparametrischen Test durchgeführt, da die Daten zu schwach zu sein schienen und die Varianzanalyse keine eindeutigen Ergebnisse lieferte. Daher wurde in beiden Fällen ein Kruskal-Wallis-Test gewählt. Dieses Vorgehen

wurde in diesem Fall durchgeführt, da gerade die Unterschiede in den Verhaltensintentionen für die Forschungsfragen relevant und deswegen die Mittelwertvergleiche wichtig sind. Die beiden durchgeführten Varianzanalysen (ANOVA) zwischen der Nähe zu FFF und den Mittelwerten der Skalen zu den persönlichen Normen bzw. der Mediennutzung wurden post-hoc mittels Bonferroni (vgl. Krüger et al. 2014: 295) analysiert.

Tabelle 21: Korrelationen von Items und Skalen mit den unabhängigen Variablen Alter, Herkunft, Geschlecht, Beruf und Nähe zu FFF in der Zielstichprobe

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
SWLS-Summenwert	Alter	$\rho=.19$	.008
	Beruf	$\eta=.20$	.021
	FFF	$\eta=.22$	.033
Nachh_Wissen_Mittelwert	Geschlecht	$\eta=.27$	.001
	Beruf	$\eta=.20$	.022
	FFF	$\eta=.26$	.017
Nachh_Wissen_Kleidung_Mittelwert	Geschlecht	$\eta=.21$	.003
Nachh_Einstellungen_Mittelwert	Geschlecht	$\eta=.19$	.007
	FFF	$\eta=.22$	.028
Nachh_INT_Mittelwert	Alter	$\rho=.15$	.033
	FFF	$\eta=.22$	.025
Nachhaltigkeitsbewusstsein	Geschlecht	$\eta=.23$	.001
	FFF	$\eta=.29$	.001
NQ-	Herkunft	$\eta=.14$	.036
	Geschlecht	$\eta=.15$	.035
PN_Mittelwert	FFF	$\eta=.35$	.001
PN_Kleidung_Mittelwert	Geschlecht	$\eta=.29$	.001
	Beruf	$\eta=.28$	.001
	FFF	$\eta=.24$	.016
PBC	FFF	$\eta=.21$	.039

Quelle: Eigene Berechnung

Zur Unterstützung der forschungsfragenbezogenen Auswertung wurden teils auch die nominalskalierten Abfragen aus dem Fragebogenteil der Region Ingolstadt verwendet. Diese wurden nach Häufigkeiten analysiert und mit Balken- oder Säulendiagrammen dargestellt. Die Mittelwerte der Abfragen zur Teilnahme an Demonstration bzw. Petitionen und die der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt korrelieren teilweise mit unabhängigen Variablen. Hier wurden zusätzlich zur deskriptiven Auswertung mittels Kreuztabelle Chi²-Tests (vgl. Döring/Bortz 2016: 238 f.) durchgeführt, um die Signifikanz der Unterschiede zu ermitteln. Dieses Vorgehen wurde ebenfalls bei der Auswertung der letzten beiden Forschungsfragen, die sich auf die Region Ingolstadt beziehen und auf nominalskalierten Abfragen beruhen, bei vorliegenden Korrelationen mit unabhängigen Variablen gewählt. Die Ergebnisse werden mit Balken- oder Säulendiagrammen dargestellt.

Nachhaltigkeitsbewusstsein, Selbstwirksamkeitserwartung und nachhaltige Entwicklung

Zur Formulierung von Hinweisen, die eine Steigerung des nachhaltigen Konsums unterstützen (vgl. Kapitel 10), wurden aus der Frage, ob die Teilnehmenden bereits auf theoretischer oder praktischer Ebene (Wortlaut der jeweiligen Fragestellung in Kapitel 7.1.2) Berührungspunkte mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung hatten (vgl. Tabelle 31 und Tabelle 32) je zwei binäre Variablen berechnet (ja/nein). Dabei spielte es keine Rolle, ob Personen mehr als einmal „ja“ angegeben haben. Diese beiden Variablen wurden nun als unabhängige Variablen behandelt und zunächst ihre Korrelation mit den Variablen des CADM geprüft (vgl. Anhang H 8).

Regressionsanalyse

Zur Vorbereitung der Regressionsanalyse (vgl. Hussy et al. 2013: 176 ff.) wurden dem CADM folgend die Korrelationen zwischen dem Nachhaltigkeitswissen, der Selbstwirksamkeitserwartung und den Verhaltensintentionen mit den persönlichen Normen untersucht. Aufgrund ausreichend starker Effekte bot sich eine multiple lineare Regressionsanalyse der signifikanten Korrelationen an, um die Richtung und Ausprägung der Zusammenhänge zu bestimmen (vgl. Döring/Bortz 2016: 626 f.). Die Voraussetzung der Linearität der Variablen (vgl. Tachtsoglou/König 2017: 214) wurde geprüft und ist erfüllt.

7 Ergebnisse der empirischen Studie

Nachfolgend werden zunächst die deskriptiven Ergebnisse der Gesamtstichprobe vorgestellt (Kapitel 7.1), bevor sich Kapitel 7.2 der Auswertung hinsichtlich der forschungsleitenden Fragen widmet und Kapitel 7.3 Zusammenhänge zwischen einzelnen Variablen des CADM und der Berührung mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung herstellt.

7.1 Deskriptive Ergebnisse der Gesamtstichprobe

7.1.1 Deskriptive Ergebnisse zum nachhaltigen Konsumverhalten und zur Lebensqualität

Lebensqualität

Schumacher (o. J.: 2), der die Skala zur *Einschätzung der Lebenszufriedenheit* (*Satisfaction with Life Scale, SWLS*) ins Deutsche übersetzt hat, schlägt als Maß der Lebenszufriedenheit den Summenwert der Skala vor⁸. In der Gesamtstichprobe liegt der Mittelwert des Summenwertes der Skala *SWLS* bei 24.29, wie Tabelle 22 zeigt. Entsprechend sind die befragten Proband*innen „eher zufrieden“ mit ihrem Leben (vgl. Schumacher o. J.: 2). Dies wird auch durch den Mittelwert von $M=4.86$ ($SD=1.05$) unterstrichen, der leicht über dem Skalenmittelpunkt von 4 liegt.

Tabelle 22: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit [SWLS] (Werte: 1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft nicht zu, 3 = trifft eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft zu, 7 = trifft vollständig zu, N=449, $\alpha=.79$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r _{it}	Min	Max
Lebenszufriedenheit 1	In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen	449	4.59	1.27	.65	1	7
Lebenszufriedenheit 2	Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.	450	5.69	1.19	.49	1	7

⁸ Der Skalen-Summenwert wird nur bei dieser Skala berechnet, sonst jeweils der Mittelwert der Skala.

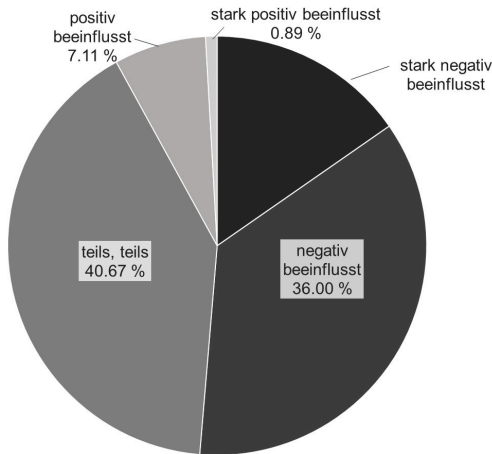
Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
Lebens- zufrie- denheit 3	Ich bin mit meinem Leben zufrieden.	449	5.12	1.34	.71	1	7
Lebens- zufrie- denheit 4	Bisher habe ich die we- sentlichen Dinge erreicht, die ich mir für mein Leben wünsche.	449	4.66	1.58	.60	1	7
Lebens- zufrie- denheit 5	Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich kaum etwas än- dern.	448	4.25	1.66	.49	1	7
Mittelwert Skala		449	4.86	1.05		1	7
Mittelwert Summenwert Skala		449	24.29	5.29		5	35

Quelle: Eigene Berechnung

Zusätzlich zur Skala zur Lebenszufriedenheit schien angesichts der während der Durchführung der Studie grassierenden Corona-Pandemie die Frage von Interesse, ob die Pandemie die Lebensqualität beeinflusst. Daher wurden die Teilnehmenden gebeten, auf einer Skala von „1 = stark negativ beeinflusst“ bis „5 = stark positiv beeinflusst“ die Frage „*Wie stark fühlst du deine Lebensqualität⁹ durch die Corona-Pandemie beeinflusst?*“ zu beantworten. Abbildung 11 zeigt, dass nur die wenigsten der Pandemie-Situation etwas Positives angesichts ihrer Lebensqualität abgewinnen können, aber über 50 % der Teilnehmenden einen negativen Einfluss spüren.

⁹ Gemeint ist hier ebenfalls die Lebenszufriedenheit als subjektive Komponente der Lebensqualität. Dies ist unkritisch, da die Proband*innen durch die vorausgehende Skala *SWLS* ohnehin auf Aspekte der Lebenszufriedenheit geprimed waren.

Abbildung 11: Einfluss der Corona-Pandemie auf die Lebensqualität in der Gesamtstichprobe (N=450)



Quelle: Eigener Entwurf)

Nachhaltigkeitswissen

Das *Nachhaltigkeitswissen* wird durch die Subskala zur *sustainability knowingness (awareness of consequences, AC)* aus dem *SCQ-S* von Gericke et al. (2019: 45) operationalisiert. Zunächst wird die gesamte Skala betrachtet und dann der Fokus auf auffällige Items gelegt. Tabelle 23 zeigt die deskriptiven Werte zur Skala zum Nachhaltigkeitswissen. Der Skalenmittelwert liegt hier bei $M=4.54$ ($SD=0.48$). Folglich stimmen die Proband*innen der Aussage, dass sie über ausreichend Nachhaltigkeitswissen verfügen, (eher) zu. Bei nachfolgender vergleichender Betrachtung mit den beiden anderen das Nachhaltigkeitsbewusstsein beschreibenden Elementen, den Nachhaltigkeitseinstellungen und den nachhaltigkeitsrelevanten Intentionen, lassen sich aber Unterschiede in der Ausprägung der drei Komponenten des Nachhaltigkeitsbewusstseins feststellen.

Bei der Analyse der einzelnen Items der Skala zeigt sich, dass die drei Items, die die soziale Nachhaltigkeit operationalisieren – „Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine Kultur notwendig, in der Konflikte durch Diskussion friedlich gelöst werden“ ($M=4.64$, $SD=.77$, $N=405$), „Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, die Menschenrechte zu achten“ ($M=4.78$, $SD=.66$, $N=404$) und „Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben“ ($M=4.71$, $SD=.72$,

N=406) – verglichen mit den anderen sechs Items der Skala eine besonders hohe Zustimmung erfahren.

Tabelle 23: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AC] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, N=402, .74)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r _{it}	Min	Max
nachh_Wiss 1	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, den Wasserverbrauch zu reduzieren.	399	4.26	.02	.26	1	5
nachh_Wiss 2	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es wichtig, die biologische Vielfalt zu erhalten.	402	4.73	.68	.41	1	5
nachh_Wiss 3	Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.	399	3.97	.12	.32	1	5
nachh_Wiss 4	Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine Kultur notwendig, in der Konflikte durch Diskussion friedlich gelöst werden.	405	4.64	.77	.48	1	5
nachh_Wiss 5	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, die Menschenrechte zu achten.	404	4.78	.66	.53	1	5
nachh_Wiss 6	Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben.	406	4.71	.72	.55	1	5

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Wiss 7	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert, dass Unternehmen verantwortungsbewusst gegenüber ihren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferanten*innen handeln.	407	4.73	.63	.50	1	5
nachh_Wiss 8	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert einen gerechten Zugang zu Waren und Dienstleistungen für alle Menschen auf der Welt.	403	4.53	.80	.57	1	5
nachh_Wiss 9	Für eine nachhaltige Entwicklung muss die Armut in der Welt beseitigt werden.	397	4.48	.85	.22	1	5
Mittelwert Skala		402	4.54	.48		1.11	5

Quelle: Eigene Berechnung

Der Skalenmittelwert der Skala zum *nachhaltigkeitsrelevanten Wissen bezogen auf den Konsum von Kleidung* (*ascription of responsibility*, AR, nach Joanes et al. 2020: 8) liegt bei $M=4.32$ ($SD=1.20$) (vgl. Tabelle 24).

Tabelle 24: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AR] bezogen auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, $N=381$, $\alpha=.86$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Wiss_Klei- dung 1	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zu dem Schaden bei, der der Umwelt zugefügt wird.	382	4.21	1.30	.76	1	7

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Wiss_Kleidung 2	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Menge an Energie und Wasser bei, die bei der Herstellung von Kleidung verwendet werden.	381	4.59	1.27	.77	1	7
nachh_Wiss_Kleidung 3	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Verwendung gefährlicher Chemikalien in der Bekleidungsproduktion bei.	381	4.15	1.47	.72	1	7
Mittelwert Skala		381	4.32	1.20		1	7

Quelle: Eigene Berechnung

Entsprechend stimmen die befragten Personen den Aussagen weder zu noch lehnen sie diese ab. Dies bedeutet inhaltlich, dass die Proband*innen ihr Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung eher als mittelmäßig einschätzen. Im Vergleich zur obigen Skala (*Nachhaltigkeitswissen* aus dem *SCQ-S*) handelt es sich hier um eine Skala mit sieben Antwortmöglichkeiten, weswegen ein direkter Vergleich der beiden Skalenmittelwerte nicht möglich ist.

Nachhaltigkeitseinstellungen

Der Skalenmittelwert zu den *Nachhaltigkeitseinstellungen* (Subskala *sustainability attitudes*, *ATT*) aus dem *SCQ-S* von Gericke et al. (2019: 45) liegt bei $M=4.52$ ($SD=.51$) und damit geringfügig unter dem für Nachhaltigkeitswissen (vgl. Tabelle 25). Die Proband*innen verfügen demnach über eher nachhaltige Einstellungen.

Wie bei der Skala für das nachhaltigkeitsrelevante Wissen gestaltet es sich auch bei den Nachhaltigkeitseinstellungen so, dass die Items zur sozialen Nachhaltigkeit – „Ich denke, dass...“ „..., dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben“ ($M=4.73$, $SD=.60$, $N=343$), „..., dass

wir sicherstellen sollten, dass die Menschen in Zukunft die gleiche Lebensqualität genießen wie wir heute in Europa“ ($M=4.44$, $SD=.90$, $N=340$) und „..., dass Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen“ ($M=4.85$, $SD=.53$, $N=342$) – verglichen mit den Items zu den anderen beiden Nachhaltigkeitsdimensionen eine höhere Zustimmung erfahren.

Tabelle 25: Deskriptive Befunde zu den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, $N=345$, $\alpha=.77$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Einst 1	Ich denke, dass die Verwendung von mehr natürlichen Ressourcen als nötig die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen in Zukunft gefährdet.	328	4.22	1.13	.30	1	5
nachh_Einst 2	Ich denke, dass wir strengere Gesetze und Vorschriften brauchen, um die Umwelt zu schützen.	340	4.20	1.10	.49	1	5
nachh_Einst 3	Ich denke, dass es wichtig ist, Maßnahmen gegen Probleme zu ergreifen, die mit dem Klimawandel zu tun haben.	342	4.55	.79	.54	1	5
nachh_Einst 4	Ich denke, dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben.	343	4.73	.60	.54	1	5

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Einst 5	Ich denke, dass wir sicherstellen sollten, dass die Menschen in Zukunft die gleiche Lebensqualität genießen wie wir heute in Europa.	340	4.44	.90	.45	1	5
nachh_Einst 6	Ich denke, dass Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen	342	4.85	.53	.47	1	5
nachh_Einst 7	Ich denke, dass Unternehmen die Verantwortung haben, den Einsatz von Verpackungen und Einwegartikeln zu reduzieren.	340	4.66	.78	.46	1	5
nachh_Einst 8	Ich denke, dass es wichtig ist, die Armut auf der gesamten Welt zu verringern.	340	4.69	.66	.52	1	5
nachh_Einst 9	Ich denke, dass Unternehmen reicher Länder mit Sitz in ärmeren Ländern ihren Mitarbeiter*innen die gleichen Bedingungen bieten sollten wie in ihren Heimatländern.	342	4.36	.66	.48	1	5
Mittelwert Skala		345	4.52	.51		1	5

Quelle: Eigene Berechnung

Nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen

Bei Betrachtung des Skalenmittelwertes für die Skala zu den *nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen* (Subskala *sustainability behaviour*, *INT*) aus dem *SCQ-S* von Gericke et al. (2019: 45) fällt im Vergleich zum Wissen und den Einstellungen ein niedrigerer Wert von $M=3.73$ ($SD=.60$) auf (vgl. Tabelle

26). Somit scheinen die Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen etwas zögerlicher einzuschätzen als ihr Nachhaltigkeitswissen und ihre Nachhaltigkeitseinstellungen.

Tabelle 26: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, N=279, $\alpha=.66$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_INT 1	Ich recycle so viel ich kann.	278	3.82	1.12	.46	1	5
nachh_INT 2	Ich trenne immer Lebensmittelabfälle, wenn ich die Chance dazu habe.	277	4.49	.94	.33	1	5
nachh_INT 3	Ich habe meinen persönlichen Lebensstil geändert, um Abfall zu reduzieren (z. B. weniger Lebensmittel wegwerfen oder keine Materialien verschwenden).	277	3.73	1.21	.56	1	5
nachh_INT 4	Wenn ich einen Computer oder ein Handy benutze, um zu chatten, zu schreiben, Spiele zu spielen usw., behandle ich andere immer so respektvoll wie im wirklichen Leben.	277	4.60	.78	.22	1	5
nachh_INT 5	Ich unterstütze eine Hilfsorganisation oder eine Umweltgruppe.	271	2.41	1.58	.32	1	5
nachh_INT 6	Ich zeige Männern und Frauen, Jungen und Mädchen den gleichen Respekt.	278	4.81	.54	.05	2	5
nachh_INT 7	Ich mache Dinge, die weniger privilegierten Menschen helfen.	252	3.04	1.35	.37	1	5

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_INT 8	Ich kaufe oft gebrauchte Waren über das Internet oder in einem Geschäft.	276	2.93	1.42	.26	1	5
Nachh_INT 9	Ich vermeide es, Waren von Unternehmen zu kaufen, die einen schlechten Ruf haben, sich um ihre Mitarbeitenden und die Umwelt zu kümmern.	260	3.67	1.24	.45	1	5
Mittelwert Skala		279	3.73	.60		1.89	5

Quelle: Eigene Berechnung

Nachhaltigkeitsbewusstsein

Der Mittelwert der Skala für das *Nachhaltigkeitsbewusstsein* (*sustainability consciousness questionnaire, SCQ-S*) von Gericke et al. (2019: 45) umfasst alle Items der Skalen AC, ATT und INT des *SCQ-S* und liegt in der Gesamtstichprobe bei $M=4.32$ ($SD=.47$). Folglich stimmen die Proband*innen der Aussage, dass sie über ein ausreichendes Nachhaltigkeitsbewusstsein verfügen eher zu (vgl. Tabelle 27).

Tabelle 27: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, N=345)

N	Gültig	345
	Fehlend	109
Mittelwert		4.32
Median		4.37
Standardabweichung		.47
Spannweite		3.94
Minimum		1.06
Maximum		5.00
Interne Konsistenz der Skalen (alpha)		.82

Quelle: Eigene Berechnung

Persönliche Normen

Die Skala zu den *persönlichen Normen* (*personal norm, PN*) von Klöckner und Friedrichsmeier (2011: 43 ff.) erzielt in der Gesamtstichprobe einen Mittelwert von $M=4.22$ ($SD=1.46$). Dieser liegt somit bei „teils, teils“ mit leichter Tendenz zu „stimme eher zu“ (vgl. Tabelle 28). Die Proband*innen werden ihrer Aussage nach bei der Wahl von Reisemitteln nur teilweise von persönlichen Normen geleitet.

Tabelle 28: Deskriptive Befunde zu den persönlichen Normen [PN] (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, $N=300$, $\alpha=.87$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
PN 1	Aufgrund meiner Werte/Prinzipien fühle ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden.	300	4.66	1.56	.69	1	7
PN 2	Der Aspekt des Umweltschutzes bei der Wahl des Reisemittels ist fest in meinem Wertesystem verankert.	299	3.94	1.63	.81	1	7
PN 3	Wenn ich mich für einen Reise-modus entscheiden muss, fühle ich mich aufgrund meiner Werte verpflichtet, die Umweltauswirkungen zu berücksichtigen.	300	4.05	1.70	.78	1	7
Mittelwert		300	4.22	1.46		1	7

Quelle: Eigene Berechnung

Der Mittelwert der Skala zu den *nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung* (*personal norm, PN_Kleidung*) (Joanes et al. 2020: 8) liegt bei $M=4.54$ ($SD=1.54$) (vgl. Tabelle 29). Die Proband*innen werden nach ihrer Aussage eher beim Konsum von Kleidung von ihren persönlichen Normen geleitet, als dies bei der Wahl des Reisemittels der Fall ist.

Tabelle 29: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung] bezogen auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, N=292, $\alpha=.90$)

Item	Itemwortlaut	N	M	SD	r_{it}	Min	Max
PN_Kleidung 1	Egal was andere Leute denken oder tun, meine Prinzipien sagen mir, dass es richtig ist, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	292	4.61	1.65	.82	1	7
PN_Kleidung 2	Es ist richtig, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	291	4.98	1.63	.83	1	7
PN_Kleidung 3	Ich fühle mich persönlich stark verpflichtet, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu senken.	292	4.02	1.78	.77	1	7
Mittelwert Skala		292	4.54	1.54		1	7

Quelle: Eigene Berechnung

Selbstwirksamkeitserwartung

Der Skalenmittelwert der Skala zur *Selbstwirksamkeitserwartung (PBC)* nach Michelsen et al. (2012: 198) liegt bei $M=2.47$ ($SD=.56$) (vgl. Tabelle 30). Das bedeutet, dass die Selbstwirksamkeitserwartung bei der Gesamtstichprobe eher im Mittelfeld mit der Tendenz zu eher geringer Selbstwirksamkeitserwartung liegt.

Tabelle 30: Deskriptive Befunde zur Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] (Werte: 1 = kein Einfluss, 2 = eher kein starker Einfluss, 3 = eher starker Einfluss, 4 = sehr starker Einfluss) „Denkst du, dass einzelne Personen durch ihr Kaufverhalten Einfluss auf die Produkte und ihre Herstellungsweise haben können? Bitte beurteile dies für die folgenden Aussagen. Konsument*innen können Einfluss nehmen darauf, ...“ (N=281, $\alpha=.82$)

Item	Itemwortlaut	N	Med	r_{it}	Min	Max
PBC 1	... wie Produkte aussehen.	281	3.00	.32	1	4
PBC 2	... unter welchen Arbeitsbedingungen die Produkte hergestellt werden.	281	3.00	.56	1	4
PBC 3	... welche Qualität die Produkte haben (z. B. Material und Verarbeitung).	281	3.00	.61	1	4
PBC 4	... wie benutzerfreundlich und bedienbar technische Artikel sind.	281	3.00	.35	1	4
PBC 5	... welche Umweltbelastungen bei der Herstellung der Produkte entstehen.	281	2.00	.58	1	4
PBC 6	... wie viel die Produkte kosten.	281	3.00	.39	1	4
PBC 7	... wie lang die Produkte halten, bevor sie kaputt gehen.	281	2.00	.46	1	4
PBC 8	... wie gut die Produkte recycelt werden können.	281	2.00	.59	1	4
PBC 9	... wo die Produkte hergestellt werden (Ort, Region, Land).	281	2.00	.60	1	4
PBC 10	... wie viel Energie die Produkte verbrauchen.	280	2.00	.56	1	4
Mittelwert		281	M=2.47, SD=.56		1	4

Quelle: Eigene Berechnung

7.1.2 Deskriptive Ergebnisse mit Bezug zur Region Ingolstadt

Bei den nachfolgenden Skalen handelt es sich um reine Häufigkeitsabfragen. Um allgemein abschätzen zu können, inwieweit die Teilnehmenden bereits mit

Themen einer nachhaltigen Entwicklung in Berührung gekommen, sollten sie eben diese Berührungspunkte im Rahmen ihrer (Aus-)Bildung und Berufslaufbahn angeben.

Nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene

Zur übersichtlichen Darstellung der Frage nach der Berührung mit dem Thema nachhaltige Entwicklung in Schule, beruflicher Ausbildung, Studium und Beruf, werden die Werte für die vier Ausbildungsbereiche in Tabelle 31 zusammengefasst. Die Formulierung lautete wörtlich „*Sind dir in Schule, Ausbildung oder Studium Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet? Es geht hier um theoretische Einheiten, keine Projekte oder Aktionen*“ für die Frage nach der Theorie und „*Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?*“ für die Praxis. Diese Formulierungen wurden gewählt, um für die Teilnehmenden klar herauszustellen, was Theorie und Praxis in dem Zusammenhang bedeuten. Betrachtet wird die prozentuale Verteilung der gültigen Antworten. Die vollständigen deskriptiven Werte finden sich in Anhang C 12 bis Anhang C 15. Tabelle 31 zeigt, dass den jeweiligen Proband*innen aus der Zielstichprobe nach eigener Aussage die nachhaltige Entwicklung in Schule und Studium eher begegnet als in Beruf oder gar beruflicher Ausbildung.

Tabelle 31: Berührungspunkte mit dem Thema nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene in den vier Ausbildungsbereichen, N=326 (Mehrfachnennung möglich)

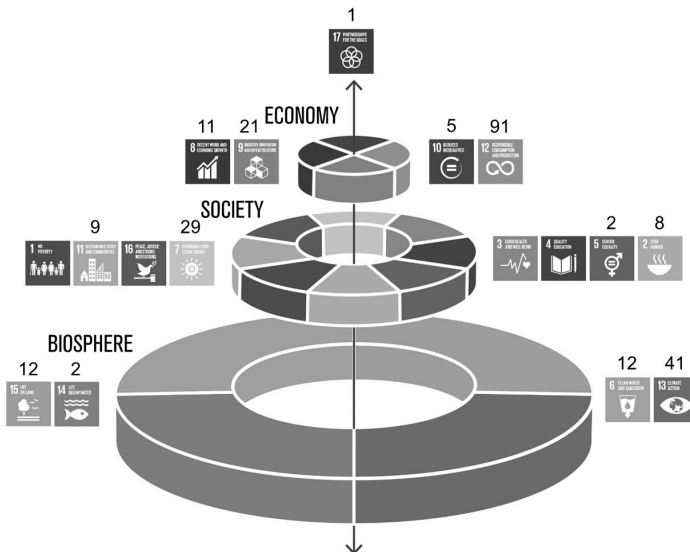
	Schule (N=210)	Berufliche Ausbildung (N=73)	Studium (N=122)	Beruf (N=110)
ja	68.6 %	50.7 %	68.0 %	60.0 %
nein	31.4 %	49.3 %	32.0 %	40.0 %
N	210	73	122	110

Quelle: Eigene Berechnung

Um zu prüfen, ob die Teilnehmenden die Themen einer nachhaltigen Entwicklung richtig einordnen und welches Vorwissen sie zur nachhaltigen Entwicklung haben, wird im Anschluss eine offene Frage gestellt: „*Dir sind in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf bereits Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet. Kannst du dich noch erinnern, welche Themen das waren? Nenne bitte ein paar (maximal 3)*“. Insgesamt wurden 316 Antworten von 108 Personen gegeben (Mehrfachnennung möglich).

Wie in Kapitel 6.6 beschrieben wurde ein Codierleitfaden erstellt, anhand dessen die Antworten den 17 SDGs und zwei weiteren Kategorien, „Übergeordnet“ für alle SDG-betreffende Antworten und „Sonstiges“ für Antworten, die nicht in das Raster passen, zugeordnet wurden. SDG 1, SDG 3, SDG 4 und SDG 16 konnten keine Antworten zugeordnet werden. Abbildung 12 zeigt die Häufigkeiten der den SDG zugeordneten Nennungen. Anhang E sind die konkreten Nennungen zu entnehmen.

Abbildung 12: Zuordnung der genannten Nachhaltigkeits Themen zu den SDGs (Gesamtstichprobe, N=108, Mehrfachnennung möglich)



Quelle: Eigener Entwurf in Anlehnung an ROCKSTRÖM und SUKHDEV 2016, Bild © wikimediacommons.org

Die Abbildung orientiert sich an dem sogenannten „Wedding-Cake-Modell“ (Rockström/Sukhdev 2016: o. S.), das die SDGs in das Modell der starken Nachhaltigkeit integriert und mit den planetaren Belastungsgrenzen in Bezug setzt. Die sozialen, ökonomischen und ökologischen Entwicklungsziele werden hier nicht mehr separat betrachtet, sondern agieren gemeinsam innerhalb der planetaren Belastungsgrenzen. Damit entspricht das Modell der Definition einer nachhaltigen Entwicklung, wie sie in dieser Arbeit verstanden werden will. Abbildung 12 zeigt also, dass der ökologischen Nachhaltigkeitsdimension insgesamt vier SDGs zugeschrieben werden, denen insgesamt 67 Antworten zufallen. Der sozialen Nachhaltigkeitsdimension werden mit acht SDGs nur 48 Antworten zugeschrieben. Auch wenn der ökonomischen Dimension ebenfalls

nur vier SDGs zugeordnet werden, finden sich hier doch 128 Antworten wieder. Weitere Antworten entfallen auf die Kategorien „Übergeordnet“ und „Sonstiges“ (vgl. Anhang E). Eine Antwort wird dem SDG 17 zugeordnet, das dem „Wedding-Cake-Modell“ (Rockström/Sukhdev 2016: o. S.) folgend eine zentrale, allem übergeordnete Rolle spielt.

Die meisten Antworten fallen in den Bereich der ökonomischen Nachhaltigkeit, nicht wie bei der Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen des *SCQ-S*, wo die Items der sozialen Nachhaltigkeit die größte Zustimmung erfuhren (vgl. Tabelle 23). Erwartungsgemäß wäre eher die ökologische Dimension am stärksten ausgeprägt. Dies könnte dadurch erklärt werden, dass im Fragebogen direkt vor dieser Abfrage die Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung platziert ist, deren Items stark auf den persönlichen Konsum abzielen. Es kann davon ausgegangen werden, dass die Teilnehmenden an der Studie als Gruppe durchaus wissen, um welche Themenvielfalt es bei der Nachhaltigkeit geht, da kaum Antworten gegeben wurden, die keinem SDG zugeordnet werden konnten (14 % der Antworten entfallen auf „Sonstiges“).

Nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene

Analog zur Theorie werden die Antworten zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung auf praktischer Ebene zusammengefasst (vgl. Tabelle 32 und Anhang C 16 bis Anhang C 19).

Tabelle 32: Berührungspunkte mit dem Thema nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene in den vier Ausbildungsbereichen, N=483 (Mehrfachnennung möglich)

	Schule (N=201)	Berufliche Ausbildung (N=75)	Studium (N=112)	Beruf (N=95)
ja	60.7 %	21.3 %	49.1 %	27.4 %
nein	39.3 %	78.7 %	50.9 %	72.6 %
N	201	75	112	95

Quelle: Eigene Berechnung

Im Vergleich zu Tabelle 31 ist anhand von Tabelle 32 zu beobachten, dass in allen vier Bereichen der Prozentsatz derjenigen, die mit „ja“ antworten, geringer ist, also weniger Teilnehmende praktische Berührungspunkte mit nachhaltiger Entwicklung haben als theoretische, wobei die Rangordnung die gleiche ist. Die wenigsten praktischen Berührungspunkte mit nachhaltiger Entwicklung hat die Zielstichprobe in Beruf und Ausbildung.

Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt zur nachhaltigen Entwicklung

Tabelle 33 fasst die Ergebnisse der Frage „Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung und Studium) schon mal teilgenommen?“ zusammen. Dabei wurden die vom Statistikprogramm SPSS auf eine Nachkommastelle gerundeten Werte angegeben, wodurch die Summe um 0.1 von 100 % abweichen kann. Die vollständige Häufigkeitsanalyse der einzelnen Angebote/Aktionen findet sich in Anhang C 20.

Tabelle 33: Teilnahme an nachhaltigkeitsorientierten Angeboten und Aktionen außerhalb von Schule, Ausbildung etc. (Gesamtstichprobe)

Angebot/Aktion	Kenne ich nicht.	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Habe bereits teilgenommen.	Ich war an der Organisation beteiligt.	N
Lebensmittel retten	29.8 %	50.6 %	17.7 %	1.9 %	265
Urban Gardening (Gärtnern in der Stadt)	41.0 %	56.0 %	2.6 %	0.4 %	266
Natur- und Wildniscamp	52.6 %	34.2 %	11.7 %	1.5 %	266
Repair-Café	51.3 %	44.6 %	3.0 %	1.1 %	267
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	37.0 %	45.7 %	15.8 %	1.5 %	265
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	29.8 %	40.8 %	27.5 %	1.9 %	265
Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung	52.3 %	34.6 %	11.7 %	1.5 %	266
Führungen/Exkursionen zum Thema nachhaltige Entwicklung	46.8 %	39.2 %	13.2 %	0.8 %	265

Angebot/Aktion	Kenne ich nicht.	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Habe bereits teilgenommen.	Ich war an der Organisation beteiligt.	N
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	35.3 %	29.7 %	33.8 %	1.1 %	266
Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung	37.6 %	42.1 %	18.4 %	1.9 %	266
Upcycling	30.8 %	36.5 %	31.2 %	1.5 %	266
Pflanzaktionen	18.0 %	56.0 %	24.4 %	1.5 %	266
Führung auf einem Biobauernhof	19.2 %	43.8 %	35.1 %	1.9 %	265
Aktionen zum Naturschutz	14.0 %	52.5 %	30.6 %	3.0 %	265
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	20.3 %	39.1 %	39.8 %	0.8 %	266
Besuch einer Umweltbildungseinrichtung	46.6 %	34.2 %	18.0 %	1.1 %	266
Besuch von Eine-Welt-Läden	24.2 %	19.3 %	54.2 %	2.3 %	264

Quelle: Eigene Berechnung

Die bekanntesten Angebote in der vorliegenden Gesamtstichprobe sind Aktionen zum Naturschutz, Pflanzaktionen und Führungen auf Biobauernhöfen, während die meisten Personen bei dem Besuch von Eine-Welt-Läden selbst aktiv werden. Am wenigsten bekannt sind den Befragten Natur- und Wildniscamps, Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung und Repair-Cafés. Auffallend ist, dass bei allen außer drei Aktionen (Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung, Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen und Besuch von Eine-Welt-Läden) der Anteil derer, die an den Aktionen teilgenommen haben teilweise deutlich unter dem derer liegt, die die verschiedenen Aktionen kennen. Noch deutlicher ist der Rückgang angesichts der aktiven Beteiligung an der Organisation solcher Aktionen und Angebote. Von den im Durchschnitt 266 Personen, die auf diese Fragen geantwortet haben, sind es lediglich eine (Urban Gardening) bis acht (Aktionen zum Naturschutz) Personen, die sich tatsächlich an der Organisation solcher Aktionen beteiligen.

Affinität zu Nachhaltigkeitsinitiativen in der Region Ingolstadt

Tabelle 34 zeigt die Verteilung der Antworten auf die Frage „*Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehreren der folgenden Gruppen?*“. Dabei wurden die vom Statistikprogramm SPSS auf eine Nachkommastelle gerundeten Werte angegeben, wodurch die Summe um 0.1 von 100 % abweichen kann. Die vollständigen Häufigkeitstabellen finden sich in Anhang C 21. Mit 98.4 % ist „Fridays for Future“ innerhalb der Zielstichprobe zum einen die bekannteste Gruppe und gleichzeitig mit 22.4 % auch diejenige, bei der sich die meisten vorstellen könnten, sich anzuschließen. Die mit Abstand meisten aktiven Mitglieder innerhalb der Zielstichprobe kann der Deutsche Alpenverein (DAV) verzeichnen. Einschränkend muss hier gesagt werden, dass der DAV in erster Linie ein Sportverein ist, der sich jedoch aus einer intrinsischen Motivation heraus den Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit verschreibt. Neben den beiden Nachhaltigkeitsinitiativen der Region, „fairEInt“ und „IN-Zukunft“, ist es der „Allgemeine Deutsche Fahrradclub“ [ADFC], der den Umfrageteilnehmer*innen kaum bekannt ist.

Tabelle 34: Affinität zu Nachhaltigkeitsinitiativen in der Region Ingolstadt (Gesamtstichprobe)

Gruppe	Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	N
ADFC	85.8 %	11.2 %	2.7 %	0.4 %	260
Amnesty International	35.1 %	51.4 %	12.4 %	1.2 %	259
Bund für Umwelt- und Naturschutz	18.8 %	61.7 %	16.9 %	2.7 %	261
Deutscher Alpenverein	26.4 %	51.7 %	12.6 %	9.2 %	261
Foodsharing	41.4 %	33.7 %	21.1 %	3.8 %	261
Fridays for Future	1.6 %	72.9 %	22.4 %	3.1 %	255
Students for Future	54.5 %	32.0 %	12.3 %	1.2 %	253
Greenpeace	5.8 %	74.8 %	17.1 %	2.3 %	258
Landesbund für Vogelschutz	32.8 %	54.8 %	8.9 %	3.5 %	259
Pro Veg	75.2 %	15.9 %	8.1 %	0.8 %	258
Slowfood	72.9 %	19.8 %	6.9 %	0.4 %	262

Gruppe	Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vor- stellen, mitzuma- chen.	Ich bin Mitglied.	N
Studentische Initi- ativen	65.6 %	26.6 %	4.6 %	3.1 %	259
fairElnt	90.4 %	8.8 %	0.8 %		261
IN-Zukunft	87.3 %	11.6 %	0.8 %	0.4 %	259

Quelle: Eigene Berechnung

Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen im Themenfeld nachhal- tiger Entwicklung

22.3 % der befragten Personen bejahen die Frage „Hast du schon mal an Demonstrationen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?“ während 77.7 % mit „nein“ antworten (vgl. Tabelle 35).

Tabelle 35: Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung (N=264 bzw. N=259)

		Demonstrationen		Petitionen/Aktionen online	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	59	22.3	138	53.3
	Nein	205	77.7	121	46.7
	Gesamt	264	100.0	259	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	187		188	
	Keine Angabe	3		7	
	Gesamt	190		195	
Gesamt		454		454	

Quelle: Eigene Berechnung

Im Vergleich zur Teilnahme an Demonstrationen geben deutlich mehr Personen an, bereits an Online-Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen zu haben. Hier sind es 53.3 % („ja“) der Befragten. Ein etwas kleinerer Anteil der Proband*innen (46.7 %) beantwortet die Frage „Hast du schon mal an Online Petitionen/Aktionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?“ mit „nein“.

Maßnahmen der beiden vorbereitenden Workshops

Die im Rahmen der beiden vorbereitenden Workshops für die Region Ingolstadt entwickelten Maßnahmen (vgl. Kapitel 3.2) wurden bei der Erhebung einer breiteren Stichprobe vorgelegt, um zu prüfen, wie wichtig sie diese finden. Die Zusammenfassung der Ergebnisse zeigt Abbildung 13 (N=255 – N=261).

Abbildung 13: Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt durch die Gesamtstichprobe (N=255 - N=261)



Quelle: Eigener Entwurf

Die vollständigen Häufigkeitsanalysen finden sich in Anhang C 22. Die drei wichtigsten Maßnahmen in aufsteigender Reihenfolge der Anteile für „Wichtig“ sind „Das Artensterben sollte aufgehalten werden“, „Plastikverpackungen sollten vermieden werden“ und „Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden“. Die drei Maßnahmen, die von den Proband*innen als am unwichtigsten eingestuft wurden, sind in absteigender Reihenfolge „E-Mobilität sollte gefördert werden“, „Der Fleischkonsum sollte reduziert werden“ und „Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden“. Damit sind die drei

Maßnahmen, die über die beiden vorbereitenden Workshops übergreifend von Bedeutung waren (umfassende Mobilitätswende, multifunktionale Flächennutzung und mehr Raum für BNE in Bildung und Ausbildung) in der Zielstichprobe eher weniger prominent.

Den Befragten wurde bei allen Maßnahmen, die sie als „eher wichtig“ oder „wichtig“ bewertet hatten, anschließend die Frage gestellt, wer am ehesten verantwortlich für die Umsetzung der Maßnahmen sei: jede*r Einzelne, die Politik, die Wirtschaft oder andere. Die meistgenannten Antworten pro Maßnahme stellt Tabelle 36 dar. Die gesamte Häufigkeitsanalyse findet sich in Anhang C 23. Der Wirtschaft wird in nur drei Fällen die Verantwortung für die Umsetzung der Maßnahmen (am ehesten) zugeschrieben. Für 14 der Maßnahmen sieht die Gesamtstichprobe die Politik verantwortlich und für elf Maßnahmen sich selbst.

Tabelle 36: Verantwortlichkeiten für die Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops (Gesamtstichprobe)

	Zuständigkeit	Anteil	N
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Die Politik	43.0 %	235
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Die Politik	65.7 %	242
Flächen sollten multifunktional genutzt werden (z. B. durch die Kombination von Lebensmittelproduktion und Naherholung).	Die Politik	50.2 %	207
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Die Politik	55.2 %	223
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.	Die Politik	45.1 %	246
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Die Politik	84.8 %	230
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.	Die Politik	64.3 %	224
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Die Politik	71.5 %	235
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Die Politik	82.7 %	237
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Die Politik	74.0 %	181

	Zuständigkeit	Anteil	N
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Die Politik	53.3 %	152
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Die Politik	64.5 %	152
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Die Politik	86.2 %	188
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Die Politik	61.1 %	162
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Die Wirtschaft	44.9 %	216
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Die Wirtschaft	55.1 %	205
Überproduktion sollte verhindert werden.	Die Wirtschaft	66.4 %	235
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.	Jede*r Einzelne	67.3 %	196
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	Jede*r Einzelne	43.8 %	235
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Jede*r Einzelne	85.0 %	193
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Jede*r Einzelne	42.9 %	245
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Jede*r Einzelne	82.1 %	224
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen).	Jede*r Einzelne	93.8 %	224
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Up-cycling).	Jede*r Einzelne	79.3 %	213
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	Jede*r Einzelne	79.5 %	210
Neue Lebensformen (z. B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Jede*r Einzelne	43.5 %	186
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Jede*r Einzelne	77.6 %	192
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Jede*r Einzelne	95.4 %	217

Quelle: Eigene Berechnung

Nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt

Durch einen Filter wurden die nachfolgenden drei Fragen nur Personen gestellt, die in der Region Ingolstadt leben. Tabelle 37 fasst die Ergebnisse zur Frage „*Wenn du folgende Dinge benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) angeboten werden?*“ zusammen. Die vollständigen Häufigkeitstabellen finden sich in Anhang C 24.

Tabelle 37: Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumangebote in der Region Ingolstadt (Gesamtstichprobe)

	gibt es hier	Gibt es hier nicht.	weiß nicht	N
gerettete Lebensmittel	31.6 %	5.6 %	62.8 %	234
unverpackte Lebensmittel	81.3 %	1.7 %	17.0 %	235
Bio-Lebensmittel	97.4 %	–	2.6 %	235
Regionale Lebensmittel	93.6 %	0.4 %	6.0 %	234
Saisonale Lebensmittel	92.3 %	0.9 %	6.8 %	235
Fairer Kaffee, Tee, Schokolade etc.	85.1 %	1.3 %	13.6 %	235
Nachhaltige Drogerieartikel	48.9 %	3.0 %	48.1 %	235
Nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe	21.2 %	9.7 %	69.1 %	236
Nachhaltige Geschenkkideen	33.3 %	6.0 %	60.7 %	234
Gebrauchtwaren	68.1 %	3.8 %	28.1 %	235
Nachhaltige Haushaltsartikel	28.1 %	6.8 %	65.1 %	235
Nachhaltige Möbel	18.7 %	7.2 %	74.0 %	235
Nachhaltige Accessoires/Schmuck	13.7 %	8.1 %	78.2 %	234
Car-Sharing	23.9 %	18.4 %	57.7 %	234
Ruftaxi/-bus	35.6 %	13.3 %	51.1 %	233
E-Ladestationen	87.2 %	1.7 %	11.1 %	234
E-Bike-Verleih	35.3 %	12.3 %	52.3 %	235
ÖPNV	75.5 %	4.7 %	19.7 %	233

Quelle: Eigene Berechnung

Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Teilnehmenden an der Studie sehr sicher sind, dass sie nachhaltig produzierte Lebensmittel (bio, saisonal, regional) in der Region kaufen können. Ob es hier nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe sowie Möbel und Accessoires und Schmuck gibt, darüber ist ein Großteil der Befragten nach eigenen Angaben nicht informiert.

Nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt

Die Frage „*Kennst du nachhaltige Restaurants und Cafés in deiner Region?*“ beantworten 32.6 % der Befragten mit „ja“, 45.3 % mit „nein“ und 22 % wissen es nicht genau (vgl. Tabelle 38).

Etwa die Hälfte der Befragten hat diese Frage allerdings nicht beantwortet. Dies könnte auf eine hohe Unsicherheit bezüglich des Vorhandenseins nachhaltiger Gastronomie in der Gesamtstichprobe hinweisen.

Tabelle 38: Kenntnis nachhaltiger Gastronomie in der Region Ingolstadt (N=236)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	77	32.6
	Nein	107	45.3
	Weiß nicht	52	22.0
	Gesamt	236	100.0 ¹⁰
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	218	
Gesamt		454	

Quelle: Eigene Berechnung

Mediennutzung zu Informationen über nachhaltige Entwicklung

Die Antwortvorgaben zur letzten Frage, „*Wo informierst du dich über nachhaltigen Konsum und Themen zur nachhaltigen Entwicklung allgemein?*“ sind intervallskaliert. So lässt sich pro Item ein Mittelwert berechnen. Je höher dieser (vgl. Tabelle 39) ausfällt, desto häufiger wird das Medium genutzt. Am häufigsten werden also das Internet und die Sozialen Medien zur Information über Themen einer nachhaltigen Entwicklung herangezogen. Am wenigsten nutzen die Proband*innen Vorträge und Informationsveranstaltungen sowie Ausstellungen.

Tabelle 39: Mediennutzung (Werte: 1 = nie, 2 = fast nie, 3 = manchmal, 4 = fast immer, 5 = immer, N=232, $\alpha=.72$)

	N	M	SD	Min	Max
Vorträge und Infoveranstaltungen in der Region	215	1.73	.86	1	5
Broschüren mit Informationen, Tipps und Rat-schlägen	221	2.25	1.03	1	5
Ausstellungen in der Region	220	1.80	.88	1	5

¹⁰ Die Werte wurden mittels Statistikprogramm auf eine Nachkommastelle gerundet, sodass die Summe nicht exakt 100.0 ergibt.

	N	M	SD	Min	Max
Klassische Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bücher und Zeitschriften)	232	3.29	1.12	1	5
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps	232	3.92	1.07	1	5
Freunde und Familie	231	3.38	1.11	1	5
Mittelwert Skala	232	2.77	.70	1	4.67

Quelle: Eigene Berechnung

7.2 Auswertung bezogen auf die Forschungsfragen (Zielstichprobe)

Nachdem sich die Forschungsfragen ausschließlich mit 14- bis 25-Jährigen aus der Region Ingolstadt beschäftigen, werden nur diese Fälle (n=195) in die Berechnung zur forschungsfragenbezogenen Auswertung einbezogen. Da sich deren Ergebnisse ggf. von der Gesamtstichprobe unterscheiden, werden hier noch einmal Häufigkeitsanalysen durchgeführt (Anhang C). Die Zielstichprobenzusammenstellung ist in Kapitel 6.3.2.2 zu finden.

Wie Abbildung 10 zeigt, ist die Verteilung über die Berufsgruppen in der Zielstichprobe nicht gleichmäßig. Daher werden zu Gunsten einer besseren Vergleichbarkeit zwischen den Gruppen alle Teilnehmenden, die selbstständig sind, eine Ausbildung machen oder arbeiten, zur Gruppe „Berufsleben“ zusammengefasst. Die Fälle „Sonstiges“ werden wie fehlende Werte behandelt. Daraus ergibt sich das in Tabelle 40 dargestellte Verhältnis.

Die Verteilung der Teilnehmenden nach der Zugehörigkeit zu Fridays for Future [FFF] in der Zielstichprobe ist in Tabelle 41 zu sehen. Die Zugehörigkeit zu FFF wurde als weitere interessante unabhängige Variable eingestuft, da gerade FFF häufig in der Kritik steht, sich nicht so nachhaltig zu verhalten, wie sie es bei ihren Demonstrationen von anderen fordert. Darüber hinaus ist sie in der Zielstichprobe die bekannteste Gruppe.

Tabelle 40: Verteilung der Berufsgruppen in der Zielstichprobe (n=192)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Schule	102	53.1
	Studium	72	37.5
	Berufsleben	18	9.4
	Gesamt	192	100.0

		Häufigkeit	Prozent
Fehlend	Sonstiges	3	
	Gesamt	3	
Gesamt		195	

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 41: Verteilung der Zugehörigkeit zu FFF in der Zielstichprobe (n=186)

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Kenne ich nicht.	4	2.2
	Kenne ich.	126	67.7
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	48	25.8
	Ich bin Mitglied.	8	4.3
	Gesamt	186	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	1	
	Keine Angabe	8	
	Gesamt	9	
Gesamt		195	

Quelle: Eigene Berechnung

7.2.1 Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität

7.2.1.1 Nachhaltigkeitswissen

Nachhaltigkeitswissen

Zur Beantwortung der ersten forschungsleitenden Frage „*Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihr Nachhaltigkeitswissen ein?*“ werden die Subskala zur *sustainability knowingness* [AC] aus dem *SCQ-S* von Gericke et al. (2019: 45) und die Skala zur *ascription of responsibility* [AR] aus dem Fragebogen zum persönlichen Kleidungskonsum von Joanes et al. (2020: 8) betrachtet (vgl. Fragebogen in Anhang B).

Der Skalenmittelwert der Skala *zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen* (AC, „Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten für dich passt“) liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.60$ ($SD=.41$) (vgl. Tabelle 42), das entspricht „stimme eher zu“ mit der Tendenz zu „stimme zu“. Bezogen

auf das Skalenmittel von 3.0 bewerten die in der vorliegenden Studie Befragten ihr Nachhaltigkeitswissen als überdurchschnittlich hoch.

Tabelle 42: Deskriptive Befunde der Skala zum Nachhaltigkeitswissen [AC] in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=194)

n	Gültig	194
	Fehlend	1
Mittelwert		4.60
Median		4.76
Standardabweichung		.41
Spannweite		1.89
Minimum		3.11
Maximum		5.00

Quelle: Eigene Berechnung

Die Items, die der sozialen Dimension der nachhaltigen Entwicklung zugeschrieben sind – „Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, die Menschenrechte zu achten“ ($M=4.79$, $SD=.67$, $n=191$), „Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben“ ($M=4.82$, $SD=.55$, $n=192$) und „Eine nachhaltige Entwicklung erfordert, dass Unternehmen verantwortungsbewusst gegenüber ihren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen handeln“ ($M=4.78$, $SD=.56$, $n=195$) – erfahren, verglichen mit den anderen sechs Items, die höchste Zustimmung (vgl. Anhang C 2). Entsprechend geben die Befragten an, dass ihnen ihre Mitmenschen besonders wichtig sind.

Die Prüfung der Unterschiede der Mittelwerte des Nachhaltigkeitswissens [AC] in Bezug auf den Beruf und die Zugehörigkeit zu FFF scheint aufgrund einer Korrelation dieser Variablen mit dem nachhaltigkeitsbezogenen Wissen relevant (Beruf: $\eta=.20$, $p=.022$, Geschlecht: $\eta=.27$, $p=.001$, FFF: $\eta=.26$, $p=.017$, vgl. Tabelle 21).

Tabelle 43 zeigt die Unterschiede im nachhaltigkeitsrelevanten Wissen in Bezug auf die verschiedenen Berufsgruppen. Demnach verfügen Schüler*innen über das am stärksten ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevante Wissen ($M=4.65$, $SD=.40$, $n=101$), gefolgt von den Studierenden ($M=4.59$, $SD=.38$, $n=72$).

Mit einem Mittelwert von $M=4.36$ ($SD=.56$, $n=18$) weisen Personen, die im Berufsleben stehen, den geringsten Wert auf. Der Kruskal-Wallis-Test ergibt mit $p<.05$ einen signifikanten Unterschied zwischen den Schüler*innen

und den im Berufsleben stehenden Personen. Mit $r=.21$ ist dies ein schwacher Effekt.

Tabelle 43: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitswissen [AC] und dem Beruf (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=191)

Beruf	Schule ($M=4.65$, $SD=.40$, $n=101$)	Studium ($M=4.59$, $SD=.38$, $n=72$)	Berufsleben ($M=4.36$, $SD=.56$, $n=18$)
Schule ($M=4.65$, $SD=.40$, $n=101$)		$p=.131$; $r=.11$	$p=.025$; $r=.21$
Studium ($M=4.59$, $SD=.38$, $n=72$)	$p=.131$; $r=.11$		$p=.195$; $r=.14$
Berufsleben ($M=4.36$, $SD=.56$, $n=18$)	$p=.025$; $r=.21$	$p=.195$; $r=.14$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.			

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 44 zeigt die Unterschiede im nachhaltigkeitsrelevanten Wissen in Bezug auf das Geschlecht. Demnach verfügen weibliche Personen über das stärker ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevante Wissen ($M=4.66$, $SD=.32$, $n=137$) als männliche ($M=4.44$, $SD=.54$, $n=57$). Der Unterschied ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt mit $r=.16$ ein schwacher Effekt vor.

Tabelle 44: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und nachhaltigkeitsrelevantem Wissen [AC] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=194)

Geschlecht	Weiblich	Männlich
n	137	57
Mittelwert	4.66	4.44
Geschlecht	Weiblich	Männlich
Standardabweichung	.32	.54
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt mit $r=.16$ ein mittlerer Effekt vor,		

Quelle: Eigene Berechnung

Die Unterschiede der Mittelwerte nach der Zugehörigkeit zu FFF stellt Tabelle 45 dar.

Tabelle 45: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitswissen [AC] und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=185)

FFF	Kenne ich nicht. ($M=4.06$, $SD=.68$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.55$, $SD=.42$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.73$, $SD=.32$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=4.64$, $SD=.51$, $n=8$)
Kenne ich nicht. ($M=4.06$, $SD=.68$, $n=4$)		$p=.136$; $r=.13$	$p=.020$; $r=.32$	$p=.055$; $r=.55$
Kenne ich. ($M=4.55$, $SD=.42$, $n=125$)	$p=.136$; $r=.13$		$p=.007$; $r=.21$	$p=.252$; $r=.10$
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.73$, $SD=.32$, $n=48$)	$p=.020$; $r=.32$	$p=.007$; $r=.21$		$p=.918$; $r=.01$

	Kenne ich nicht. ($M=4.06$, $SD=.68$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.55$, $SD=.42$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mit- zumachen. ($M=4.73$, $SD=.32$, $n=48$)	Ich bin Mit- glied. ($M=4.64$, $SD=.51$, $n=8$)
FFF				
Ich bin Mit- glied. ($M=4.64$, $SD=.51$, $n=8$)	$p=.055$; $r=.55$	$p=.252$; $r=.10$	$p=.918$; $r=.01$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Personen, die sich vorstellen könnten, bei FFF mitzumachen, verfügen über das am stärksten ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevante Wissen ($M=4.73$, $SD=.32$, $n=48$). Ihnen folgen Personen, die bereits Mitglied sind ($M=4.64$, $SD=.51$, $n=8$) und Personen, die FFF kennen ($M=4.55$, $SD=.42$, $n=125$). Personen, denen FFF unbekannt ist, verfügen über das am schwächsten ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevante Wissen ($M=4.06$, $SD=.68$, $n=4$).

Der Unterschied zwischen den Gruppen ist mit $p<.05$ signifikant. Der paarweise Vergleich (Kruskal-Wallis) der Mittelwerte zwischen den Gruppen ergibt mit $r=.21$ einen schwachen Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und mit $r=.32$ einen mittleren Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich nicht“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“.

Nun wird die zweite Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen betrachtet, die sich mit diesem in Bezug auf den *persönlichen Kleidungskonsum* (AR, „Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zu? „Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum...“) befasst.

Die Befragten bewerten ihr Nachhaltigkeitswissen im Bereich persönlichen Kleidungskonsums mit $M=4.45$ ($SD=1.16$) eher durchschnittlich (vgl. Tabelle 46). Entsprechend stimmen die befragten Personen den Aussagen weder zu, noch lehnen sie diese ab. Dies bedeutet – mit Blick auf das Skalenmittel von 4.0 – inhaltlich, dass die Proband*innen ihr Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung eher als mittelmäßig einschätzen.

Tabelle 46: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen [AR]bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=195)

n	Gültig	195
	Fehlend	0
Mittelwert		4.45
Median		4.67
Standardabweichung		1.16
Spannweite		6.00
Minimum		1.00
Maximum		7.00

Quelle: Eigene Berechnung

Das nachhaltigkeitsrelevante Wissen in Bezug auf den persönlichen Kleidungskonsum korreliert entsprechend Tabelle 21 mit der unabhängigen Variablen Geschlecht. Die deskriptiven Werte sind Anhang C 3 zu entnehmen. Tabelle 47 zeigt die Unterschiede im nachhaltigkeitsrelevanten Wissen bezogen auf den persönlichen Kleidungskonsum im Zusammenhang mit dem Geschlecht.

Tabelle 47: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem nachhaltigkeitsrelevanten Wissen [AR]) in Bezug auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=195)

Geschlecht	Weiblich	Männlich
n	137	58
Mittelwert	4.61	4.07
Standardabweichung	1.04	1.32
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt mit $r=.16$ ein schwacher Effekt vor.		

Quelle: Eigene Berechnung

Demnach verfügen weibliche Personen über das stärker ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevante Wissen bezogen auf den persönlichen Kleidungskonsum ($M=4.61$, $SD=1.04$, $n=137$) als männliche ($M=4.07$, $SD=1.32$, $n=58$). Der Unterschied ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt mit

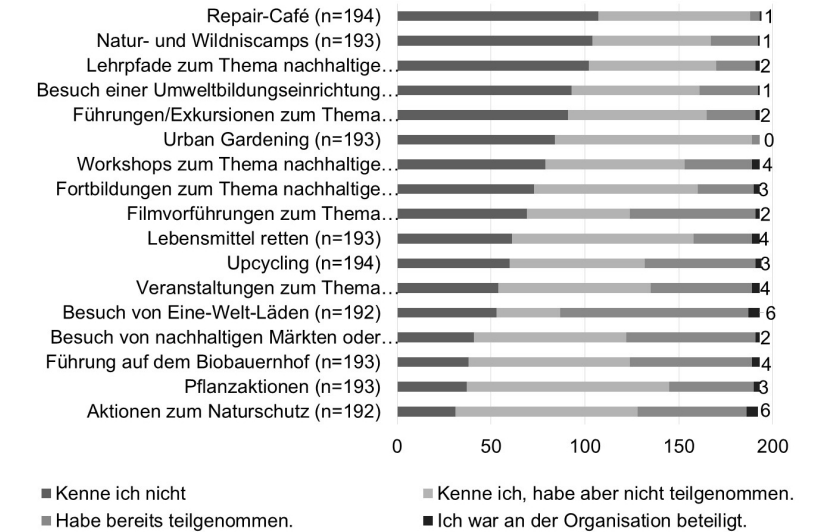
$r=.16$ ein schwacher Effekt vor. Die letzten beiden berichteten Ergebnisse legen die Vermutung nahe, dass ein Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zugewandtheit zu FFF bestehen könnte. In der Zielstichprobe sind die weiblichen Teilnehmenden FFF auch eher zugewandt als männliche (vgl. Anhang F 4), es liegt jedoch kein statistisch signifikanter Zusammenhang vor.

Ergänzend zu den etablierten Skalen aus dem ersten Teil des Fragebogens stellen in Teilen die eigens konstruierten Häufigkeitsabfragen die Wissenskomponente des Nachhaltigkeitsbewusstseins dar. So bilden die Items der Abfragen zu den Angeboten und Aktionen, zu den nachhaltigkeitsorientierten Gruppen, zu den Konsumangeboten und zur nachhaltigen Gastronomie Nachhaltigkeitswissen ab.

Angebote und Aktionen

Abbildung 14 stellt das Wissen über nachhaltige Angebote in der Region Ingolstadt innerhalb der Zielstichprobe dar (ohne die Option „Kenne ich nicht“, Häufigkeitstabellen in Anhang C 20). Dabei setzen die Antwortmöglichkeiten der Teilnahme oder Organisation solcher Aktionen und Angebote die Kenntnis darüber voraus.

Abbildung 14: Kenntnis über nachhaltigkeitsorientierte Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt in der Zielstichprobe (n=192 bis n=194)



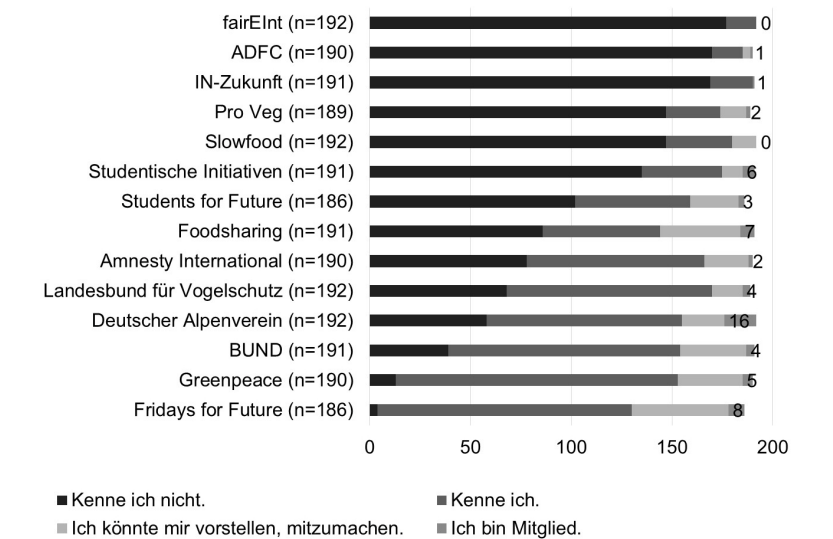
Quelle: Eigene Berechnung

Die Frage „Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung und Studium) schon mal teilgenommen?“ beantworten die Teilnehmenden auf einer vierstufigen Skala von „Kenne ich nicht“ über „Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen“ und „Habe bereits teilgenommen“ bis zu „Ich war an der Organisation beteiligt“. Aktionen zum Naturschutz (n=161), Pflanzaktionen (n=156) und Führungen auf dem Bauernhof (n=155) sind die drei bekanntesten Aktionen. Am wenigsten bekannt sind den Teilnehmenden aus der Zielstichprobe die Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung (n=91), Natur- und Wildniscamps (n=89) und Repair-Cafés (n=87). Die Zahlen außerhalb der Balken stellen die Anzahl der Personen dar, die angaben, an der Organisation solcher Aktionen beteiligt gewesen zu sein.

Gruppen

Abbildung 15 zeigt deutlich, welche Gruppen in der Zielstichprobe am meisten und am wenigsten bekannt sind (Frage im Fragebogen: „*Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehrerer der folgenden Gruppen?*“, gesamte Häufigkeitsanalyse in Anhang C 21).

Abbildung 15: Zugewandtheit zu nachhaltigkeitsorientierten Gruppen in der Region Ingolstadt in der Zielstichprobe (n=186 bis n=192)



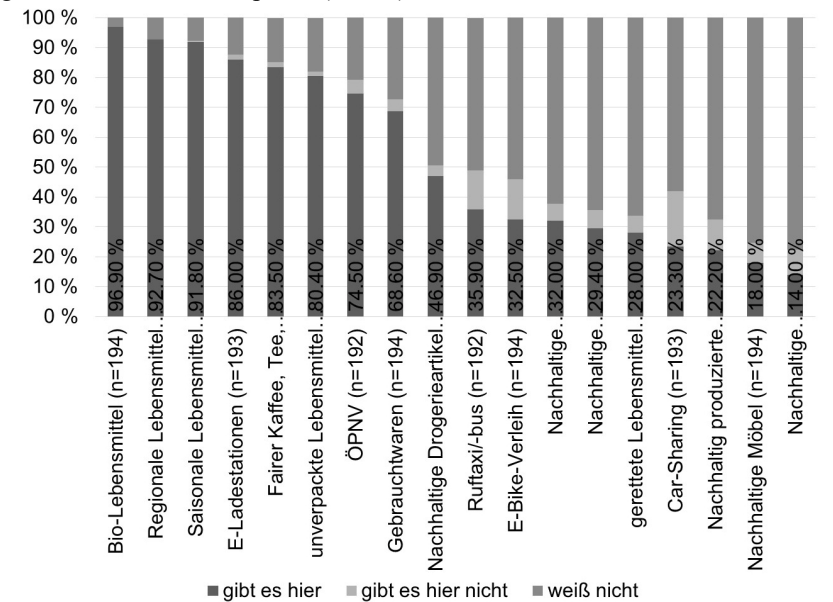
Quelle: Eigene Berechnung

Zu den am wenigsten bekannten zählen die beiden Zusammenschlüsse jeweils mehrerer Initiativen innerhalb der Region Ingolstadt, fairEInt (n=15) und IN-Zukunft (n=22), sowie der ADFC (n=20). Fast alle Teilnehmenden kennen FFF (n=182) und ein Großteil kennt ebenfalls Greenpeace (n=171) und den Bund Naturschutz (BUND, n=152). Hier stellen die Zahlen am Ende der Balken die aktiven Mitglieder dar.

Konsumangebote

Aus Abbildung 16, die das Ergebnis der Frage „Wenn du folgende Dinge benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) angeboten werden?“ darstellt, wird ersichtlich, dass die Teilnehmenden Kenntnis über die Verfügbarkeit von nachhaltigen (biologischen, saisonalen und regionalen) Lebensmitteln haben. Dass/ob sie nachhaltige Kleidung und Schuhe, Schmuck und Accessoires sowie Möbel in der Region erwerben können, wissen viele nicht.

Abbildung 16: Wissen über nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt in der Zielstichprobe (n=195)



Quelle: Eigene Berechnung

Gastronomie

Etwa ein Drittel der Teilnehmenden kennt nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt, 45.1 % kennen keine nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt“ und weitere 22.1 % wissen es nicht (vgl. Anhang C 10).

7.2.1.2 Nachhaltigkeitseinstellungen

Nachhaltigkeitseinstellungen

Die zweite forschungsleitende Frage lautet: „Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre Nachhaltigkeitseinstellungen ein?“ und bedient sich der Subskala (vgl. Fragebogen in Anhang B) zu den *sustainability attitudes* [ATT] aus dem *SCQ-S*. Zu beachten ist, dass hier lediglich die affektive Einstellungskomponente (unter Weglassen der kognitiven und behavioralen Komponente) gemessen wurde. Da der *SCQ-S* gleichzeitig auch Wissen und Verhalten abfragt, sei dies zu vernachlässigen (Gericke et al. 2019: 39).

Der Skalenmittelwert der Skala zu den Nachhaltigkeitseinstellungen (*sustainability attitudes*, ATT, „Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten für dich passt. Ich denke, dass...“) liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.57$ ($SD=.41$) (vgl. Tabelle 48), womit er bei „stimme eher zu“ mit der Tendenz zu „stimme zu“ liegt. Ausgehend von dem Skalenmittel bei 3.0 bewertet die Zielstichprobe ihre Nachhaltigkeitseinstellungen als hoch.

Tabelle 48: Deskriptive Befunde der Skala zu den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT]in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=195)

n	Gültig	195
	Fehlend	0
Mittelwert		4.57
Median		4.67
Standardabweichung		.47
Spannweite		2.38
Minimum		2.63
Maximum		5.00

Quelle: Eigene Berechnung

Die Items „Ich denke, dass Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen“ ($M=4.90$, $SD=.43$, $n=193$), „Ich denke, dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben“ ($M=4.77$, $SD=.52$,

n=194) und „Ich denke, dass es wichtig ist, die Armut auf der gesamten Welt zu verringern“ ($M=4.69$, $SD=.68$, $n=192$) erfahren verglichen mit den anderen sechs Items die höchste Zustimmung (vgl. Anhang C 4). Entsprechend geben die Befragten an, dass ihnen Bildung und die Verringerung von Armut besonders wichtig sind.

Der Skalenmittelwert der nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen korreliert signifikant mit den unabhängigen Variablen FFF und Geschlecht. Die Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts sind jedoch nicht signifikant (vgl. Anhang F 3). Die Unterschiede der Mittelwerte nach der Zugehörigkeit zu FFF stellt Tabelle 49 dar: Personen, die sich vorstellen könnten, bei FFF mitzumachen, berichten die am stärksten ausgeprägten Nachhaltigkeitseinstellungen ($M=4.72$, $SD=.42$, $n=48$).

Tabelle 49: Zusammenhang zwischen den Nachhaltigkeitseinstellungen [ATT] und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=186)

FFF	Kenne ich nicht. ($M=4.22$, $SD=.54$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.52$, $SD=.48$, $n=126$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.72$, $SD=.42$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=4.69$, $SD=.40$, $n=8$)
Kenne ich nicht. ($M=4.22$, $SD=.54$, $n=4$)		$p=.226$; $r=.11$	$p=.028$; $r=.31$	$p=.098$; $r=.49$
Kenne ich. ($M=4.52$, $SD=.48$, $n=126$)	$p=.226$; $r=.11$		$p=.002$; $r=.26$	$p=.274$; $r=.10$
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.72$, $SD=.42$, $n=48$)	$p=.028$; $r=.31$	$p=.002$; $r=.26$		$p=.731$; $r=.05$
Ich bin Mitglied. ($M=4.69$, $SD=.40$, $n=8$)	$p=.098$; $r=.49$	$p=.274$; $r=.10$	$p=.731$; $r=.05$	

Quelle: Eigene Berechnung

Ihnen folgen Personen, die bereits Mitglied sind ($M=4.69$, $SD=.40$, $n=8$) und Personen, die FFF kennen ($M=4.52$, $SD=.48$, $n=126$). Personen, denen FFF unbekannt ist, verfügen über die am schwächsten ausgeprägte Nachhaltigkeitseinstellungen ($M=4.22$, $SD=.54$, $n=4$). Diese Mittelwerte der jeweiligen Gruppen bewegen sich im ähnlichen Bereich, wie das jeweils beim Nachhaltigkeitswissen der Fall ist.

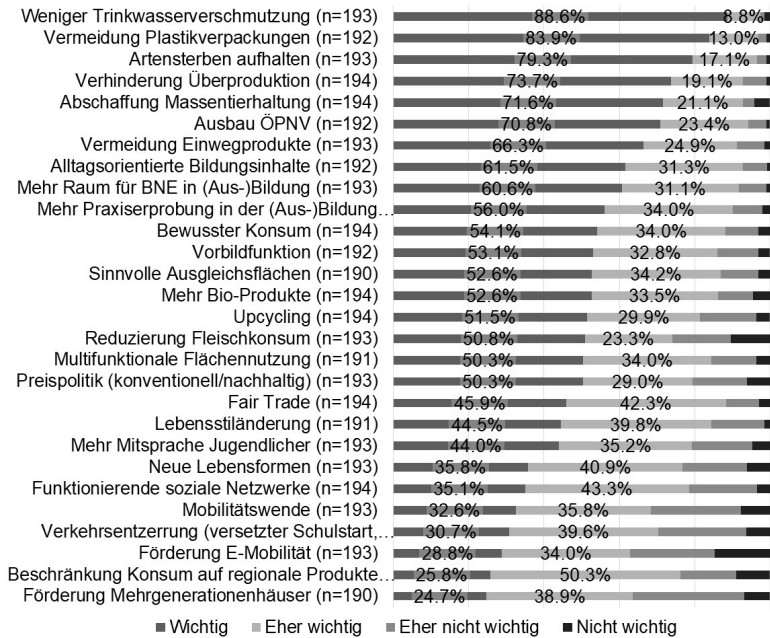
Der Unterschied zwischen den Gruppen ist mit $p<.01$ hoch signifikant. Der paarweise Vergleich der Mittelwerte zwischen den Gruppen ergibt mit einem Effekt von $r=.31$ einen mittleren Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich nicht“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und mit $r=.49$ einen ebenfalls mittleren Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich nicht“ und „Ich bin Mitglied“. Demnach reicht es für die Ausprägung der Nachhaltigkeitseinstellungen allein nicht aus, FFF zu kennen. Vielmehr scheint eine inhaltliche Auseinandersetzung mit FFF, im Sinne von Überlegungen Mitglied zu werden bzw. Mitglied zu sein, erforderlich.

Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops

Ergänzend zu den etablierten Skalen aus dem ersten Teil des Fragebogens stellt die eigens konstruierte Häufigkeitsabfrage zu den beiden vorbereitenden Workshops die Einstellungskomponente („*Wie wichtig findest du folgende Aspekte?*“) des Nachhaltigkeitsbewusstseins dar. Abbildung 17 zeigt die Ergebnisse dieser Abfrage für die Zielstichprobe, die vollständigen Werte sind in Anhang C 22 nachzulesen.

Demnach sind die für die Zielstichprobe, wie ebenfalls in der Gesamtstichprobe (vgl. Abbildung 13) festgestellt, relevantesten Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops „Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden“, „Plastikverpackungen sollten vermieden werden“ und „Das Artensterben sollte aufgehalten werden“. Am wenigsten relevant sind „Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen“, „E-Mobilität sollte gefördert werden“ und „Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden“.

Abbildung 17: Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt durch die Zielstichprobe (n=190-194)



Quelle: Eigene Berechnung

7.2.1.3 Nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen

Nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen

Zur Beantwortung der dritten forschungsleitenden Frage „Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ein?“ wird die Subskala (vgl. Fragebogen in Anhang B) zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen (sustainability behaviour, INT) aus dem SCQ-S von Gericke et al. (2019: 45) betrachtet.

Der Skalenmittelwert („Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten für dich passt“) liegt in der Zielstichprobe bei $M=3.68$ ($SD=.61$) (vgl. Tabelle 50), womit er bei „teils, teils“ mit der Tendenz zu „stimme eher zu“ liegt. Ausgehend von einem Skalenmittel von 3.0 liegt dieser Wert nur etwas darüber. Entsprechend bewerten die Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen als eher durchschnittlich bis hoch. Es lässt sich ein Rückgang der Mittelwerte vom Nachhaltigkeitswissen $M=4.60$

($SD=.41$) über die Nachhaltigkeitseinstellungen $M=4.57$ ($SD=.41$) hin zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen um insgesamt .92 feststellen.

Tabelle 50: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, $n=195$)

n	Gültig	195
	Fehlend	1
Mittelwert		3.68
Median		3.67
Standardabweichung		.61
Minimum		1.89
Maximum		5.00

Quelle: Eigene Berechnung

Die Items „Ich zeige Männern und Frauen, Jungen und Mädchen den gleichen Respekt“ ($M=4.86$, $SD=.47$, $n=194$), „Wenn ich einen Computer oder ein Handy benutze, um zu chatten, zu schreiben, Spiele zu spielen usw., behandle ich andere immer so respektvoll wie im wirklichen Leben“ ($M=4.61$, $SD=.75$, $n=193$) und „Ich trenne immer Lebensmittelabfälle, wenn ich die Chance dazu habe“ ($M=4.51$, $SD=.92$, $n=193$) erfahren verglichen mit den anderen sechs Items die höchste Zustimmung (vgl. Anhang C 5). Entsprechend geben die Befragten an, dass ihnen ihre Mitmenschen und der bewusste Umgang mit Abfall besonders wichtig sind. Die ersten drei Items (1–3), die sich mit dem bewussteren Umgang mit den Ressourcen durch die Reduktion von Abfall, Recycling und Mülltrennung beschäftigen, weisen einen höheren Mittelwert als die Gesamtskala auf, was auf eine höhere Verhaltensintention in diesen drei Punkten schließen lässt. Entgegengesetzt verhält es sich bei den letzten beiden Items, die sich mit dem Kauf von Gebrauchsgütern bzw. der Vermeidung von Produkten von Unternehmen mit einem schlechten Ruf beschäftigen. Hier liegt der Mittelwert unter dem der Gesamtskala, was auf verhältnismäßig niedrigere Verhaltensintentionen in diesen beiden Punkten schließen lässt.

Die Prüfung der Unterschiede der Mittelwerte der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen (INT) in Bezug auf das Alter und die Zugehörigkeit zu FFF scheint aufgrund einer Korrelation dieser Variablen mit den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen bedeutsam (Alter: $p=.15$, $p=.033$ und FFF: $\eta=.22$, $p=.025$, vgl. Tabelle 21). Tabelle 51 zeigt die Unterschiede in den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen in Bezug auf die verschiedenen Altersgruppen. Demnach verfügen innerhalb der Zielstichprobe Personen

zwischen 23 und 25 Jahren über die am stärksten ausgeprägte nachhaltigkeits-relevanten Verhaltensintentionen ($M=3.95$, $SD=.55$, $n=39$).

Tabelle 51: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevante Verhalten-sintentionen [INT] und dem Alter (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, $n=195$)

Altersgruppe	14-16 Jahre ($M=3.63$, $SD=.63$, $n=35$)	17-19 Jahre ($M=3.60$, $SD=.62$, $n=66$)	20-22 Jahre ($M=3.63$, $SD=.57$, $n=55$)	23-25 Jahre ($M=3.95$, $SD=.55$, $n=39$)
14-16 Jahre ($M=3.63$, $SD=.63$, $n=35$)		$p=.714$; $r=.04$	$p=.871$; $r=.02$	$p=.032$; $r=.25$
17-19 Jahre ($M=3.60$, $SD=.62$, $n=66$)	$p=.714$; $r=.04$		$p=.821$; $r=.02$	$p=.004$; $r=.28$
20-22 Jahre ($M=3.63$, $SD=.57$, $n=55$)	$p=.871$; $r=.02$	$p=.821$; $r=.02$		$p=.011$; $r=.26$
23-25 Jahre ($M=3.95$, $SD=.55$, $n=39$)	$p=.032$; $r=.25$	$p=.004$; $r=.28$	$p=.011$; $r=.26$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Ihnen folgen die 14- bis 16-Jährigen ($n=35$) sowie die 20- bis 22-Jährigen ($n=55$) mit jeweils einem Mittelwert von $M=3.63$ ($SD=.63$ bzw. $SD=.57$). Mit einem Mittelwert von $M=3.60$ ($SD=.62$, $n=66$) weisen Personen zwischen 17 und 19 Jahren den geringsten Wert auf. Dieser Unterschied ist jedoch nur marginal. Der Kruskal-Wallis-Test deutet mit $p<.05$ auf signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen hin. Der paarweise Vergleich (Kruskal-Wallis) der Mittelwerte zwischen den Gruppen ergibt mit $r=.28$ einen schwachen Effekt zwischen den Gruppen der 17- bis 19-Jährigen und den 23- bis 25-Jährigen und einen ebenfalls schwachen Effekt von $r=.26$ zwischen den Gruppen der 20- bis 22-Jährigen und den 23- bis 25-Jährigen. Zwischen den 14- bis 16-Jährigen und den 23- bis 25-Jährigen liegt ein ebenfalls schwacher Effekt von $r=.25$ vor. Demnach scheint die Ausbildung von nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen mit zunehmendem Alter leicht höher zu sein.

Die Unterschiede der Mittelwerte nach der Zugehörigkeit zu FFF stellt Tabelle 52 dar. Ihr ist zu entnehmen, dass Personen, die Mitglied bei FFF sind,

über die am stärksten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen verfügen ($M=4.09$, $SD=.69$, $n=8$). Ihnen folgen Personen, die sich vorstellen können, Mitglied zu werden ($M=3.83$, $SD=.52$, $n=48$) und Personen, die FFF kennen ($M=3.62$, $SD=.62$, $n=126$).

Tabelle 52: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=186)

	Kenne ich nicht. ($M=3.34$, $SD=.28$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=3.62$, $SD=.62$, $n=126$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=3.83$, $SD=.52$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=4.09$, $SD=.69$, $n=8$)
FFF				
Kenne ich nicht.		$p=.209$; $r=.01$	$p=.056$; $r=.27$	$p=.019$; $r=.68$
($M=3.34$, $SD=.28$, $n=4$) Kenne ich.	$p=.209$; $r=.01$		$p=.035$; $r=.16$	$p=.027$; $r=.19$
($M=3.62$, $SD=.62$, $n=126$) Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	$p=.056$; $r=.27$	$p=.035$; $r=.16$		$p=.241$; $r=.16$
($M=3.83$, $SD=.52$, $n=48$) Ich bin Mitglied.	$p=.019$; $r=.68$	$p=.027$; $r=.19$	$p=.241$; $r=.16$	
($M=4.09$, $SD=.69$, $n=8$)				
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Personen, denen FFF unbekannt ist, weisen die am schwächsten ausgeprägte nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ($M=3.34$, $SD=.28$, $n=4$) auf. Der Unterschied zwischen den Gruppen ist mit $p<.05$ signifikant. Der paarweise Vergleich der Mittelwerte zwischen den Gruppen ergibt mit $r=.16$ einen

schwachen Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und mit $r=.19$ einen ebenfalls schwachen Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich“ und „Ich bin Mitglied“. Der Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich nicht“ und „Ich bin Mitglied“ ist mit $r=.68$ stark. Demnach besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Ausprägung nachhaltigkeitsrelevanter Verhaltensintentionen.

Äquivalent zu der bereits in Kapitel 7.2.1.1 erwähnten Möglichkeit, weitere Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitswissen über die eigens konstruierten Häufigkeitsabfragen zu erlangen, besteht diese Möglichkeit auch bei der Verhaltenskomponente des Nachhaltigkeitsbewusstseins. So bilden die Items der Abfragen zu den Angeboten und Aktionen, zu den nachhaltigkeitsorientierten Gruppen und die Abfragen zur Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen ab.

Angebote und Aktionen

Mit Blick auf Abbildung 14 ist festzustellen, dass die Aktionen „Besuch von Eine-Welt-Läden“ ($n=105$) und „Besuch von nachhaltigen Messen oder Märkten“ ($n=71$) die stärkste Beteiligung im Sinne von „Habe daran teilgenommen“ und „Ich war an der Organisation beteiligt“ verzeichnen können. Die geringste aktive Beteiligung erfahren Urban Gardening ($n=4$) und Repair-Cafés ($n=6$).

Gruppen

Äquivalent dazu zeigt Abbildung 15 deutlich, bei welchen Gruppen sich die Proband*innen der Zielstichprobe aktiv beteiligen. Die meisten Teilnehmenden engagieren sich bei FFF ($n=56$), 47 Personen engagieren sich bei Foodsharing und jeweils 37 Personen bei Greenpeace, dem BUND und dem Deutschen Alpenverein. Die Schlusslichter bilden der ADFC ($n=5$) und IN-Zukunft ($n=1$). Bei fairEInt ist niemand aus der Zielstichprobe aktiv beteiligt.

Demonstrationen und Petitionen

Tabelle 53 stellt die Ergebnisse der Abfragen „Hast du schon mal an Demonstrationen bzw. Online-Petitionen/Aktionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?“ in der Zielstichprobe dar. Demnach berichten 25.4 % der Proband*innen, dass sie bereits an Demonstrationen teilgenommen haben. (Online-)Petitionen haben 53.4 % schon mindestens einmal unterzeichnet. Die Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen korreliert hoch signifikant mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein [NHB]. Es liegen jeweils mittlere Effekte vor.

Tabelle 53: Deskriptive Befunde zur Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen in der Zielstichprobe (Werte: 1 = ja, 2 = nein, n=193 bzw. n=198)

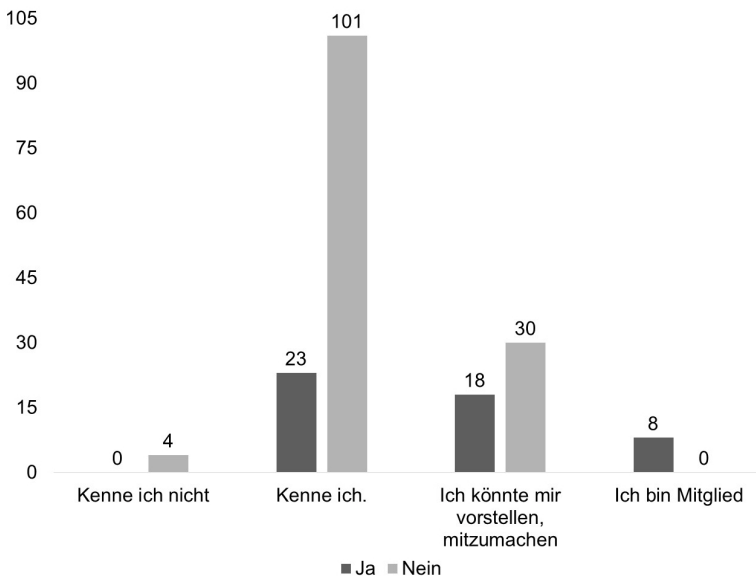
		Demonstrationen	Petitionen
n	Gültig	193	189
	Fehlend	2	6
Modus		2	1
Spannweite		1	1
Minimum		1	1
Maximum		2	2
„Ja“		25.4 %	53.4 %
„Nein“		74.6 %	46.6 %
Korrelation mit NHB		$\eta=.31$ $p=.000$	$\eta=.32$ $p=.000$

Quelle: Eigene Berechnung

Demnach besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen und der Ausbildung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins.

Beide Variablen korrelieren mit der unabhängigen Variable FFF, die Teilnahme an Petitionen korreliert darüber hinaus mit dem Alter der Teilnehmenden (vgl. Tabelle 21). Zwischen der Teilnahme an Demonstrationen und FFF liegt eine mittlere, hoch signifikante Korrelation ($C=.38$, $p=.001$) vor.

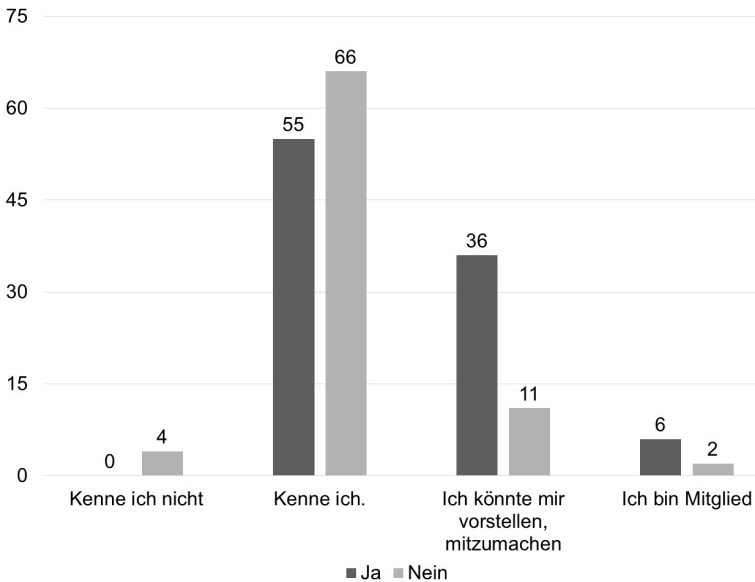
Abbildung 18: Teilnahme an Demonstrationen, gruppiert nach der Zugewandtheit zu FFF in der Zielstichprobe (n=189)



Quelle: Eigene Berechnung

Abbildung 18 stellt die berechneten Ergebnisse dar. Ihr ist zu entnehmen, dass alle Mitglieder von FFF bereits an Demonstrationen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen haben, während alle Personen, die FFF nicht kennen, nicht an solchen Demonstrationen teilnehmen. Die Anteile derer Personen, die FFF kennen oder darüber nachdenken, mitzumachen, sind auf der Seite der Demonstrierenden geringer als auf der Seite der Nicht-Demonstrierenden. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Teilnahme an Demonstrationen durchgeführt. Es gab einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Teilnahme an Demonstrationen, $\chi^2(3)=30.54$, $p=.001$, $\phi=0.41$ (für Häufigkeiten etc. vgl. Anhang F 7). Bei allen Darstellungen der Gruppenunterschiede bei den nominalskalierten Abfragen sind die unterschiedlichen Gruppengrößen zu beachten. Zwischen dem Unterschreiben von Petitionen und FFF liegt eine mittlere, hoch signifikante Korrelation ($C=.31$, $p=.001$) vor.

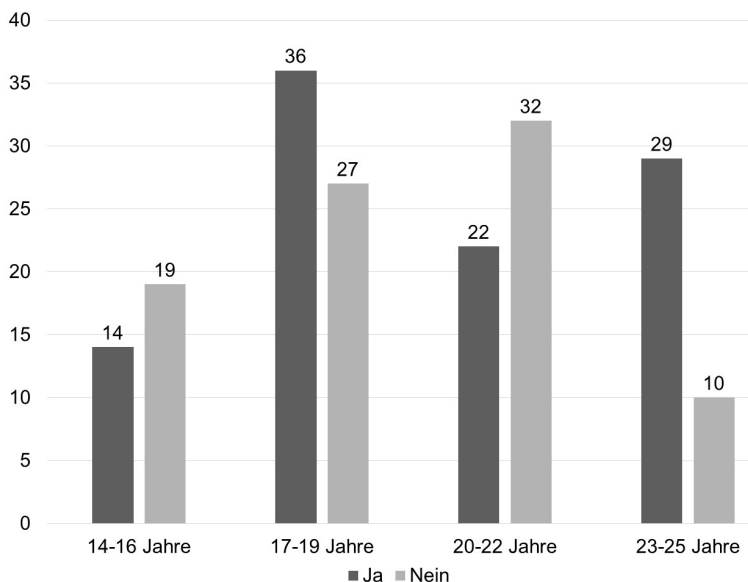
Abbildung 19: Unterschreiben von Petitionen, gruppiert nach der Zugewandtheit zu FFF in der Zielstichprobe (n=180)



Quelle: Eigene Berechnung

Abbildung 19 zeigt, dass Personen, die darüber nachdenken, Mitglied bei FFF zu werden, die Frage nach dem Unterschreiben von Petitionen eher mit „ja“, als mit „nein“ beantworten. Bei Personen, die FFF nur kennen, fällt die Antwort weniger deutlich, jedoch mit Tendenz zu „nein“, aus. Personen, die FFF nicht kennen, unterschreiben Petitionen nicht. Der Chi²-Test ergibt einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Unterzeichnen von Petitionen, $\chi^2(3)=19.33, p=.001, \phi=0.33$ (für Häufigkeiten etc. vgl. Anhang F 8).

Abbildung 20: Unterschreiben von Petitionen, gruppiert nach dem Alter in der Zielstichprobe (n=189)



Quelle: Eigene Berechnung

Das Unterschreiben von Petitionen und das Alter korrelieren schwach aber hoch signifikant ($V=.26, p=.006$). Abbildung 20 ist zu entnehmen, dass gerade 17- bis 19-Jährigen und 23- bis 25-Jährigen angeben, Petitionen zu unterschreiben. Der Chi²-Test ergibt einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Alter und dem Unterzeichnen von Petitionen, $\chi^2(3)=12.32, p=.006, \phi=0.26$ (für Häufigkeiten etc. vgl. Anhang F 9).

Medien

Wie sich die Teilnehmenden allgemein in den verschiedenen Medien über nachhaltigen Konsum und Themen nachhaltiger Entwicklung informieren, kann ebenfalls unter nachhaltiges Verhalten gefasst werden. Die Frage „*Wo informierst Du Dich über nachhaltigen Konsum und Themen zur nachhaltigen Entwicklung allgemein?*“ beantworten die Teilnehmenden auf einer fünfstufigen Skala von „nie“ bis „immer“. Tabelle 54 zeigt, dass die Zielstichprobe bei der Häufigkeit, mit der sie sich über Themen einer nachhaltigen Entwicklung informiert, mit einem Mittelwert von $M=2.76$ ($SD=.70$) bei „manchmal“ mit Tendenz zu „fast nie“ liegt. Demzufolge stufen die Proband*innen ihre Information zu nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung allgemein als

mittelmäßig bis selten ein. Tabelle 54 ist zu entnehmen, dass die Teilnehmenden sich am häufigsten im Internet und den Sozialen Medien ($M=3.94$, $SD=1.10$, $n=194$), gefolgt von den klassischen Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bücher und Zeitschriften, $M=3.25$, $SD=1.13$, $n=194$) informieren. Vorträge und Informationsveranstaltungen in der Region erscheinen am wenigsten attraktiv für das Einholen von Informationen ($M=1.71$, $SD=.87$, $n=179$). Die Häufigkeit der Information über nachhaltigkeitsrelevante Themen in den Medien korreliert hoch signifikant mit mittleren Effekten mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein ($r=.31$, $p=.000$), den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ($r=.33$, $p=.000$) und mit einem schwachen Effekt mit dem Nachhaltigkeitswissen ($r=.24$, $p=.001$) der Teilnehmenden aus der Zielstichprobe. Das bedeutet, dass ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Einholens von Informationen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung und dem Nachhaltigkeitswissen, den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und dem Nachhaltigkeitsbewusstsein besteht.

Tabelle 54: Deskriptive Befunde der Skala zur Information über nachhaltigkeitsrelevante Themen [Medien] (Werte: 1 = nie, 2 = fast nie, 3 = manchmal, 4 = fast immer, 5 = immer, $n=194$, $\alpha=.76$)

	n	Min	Max	M	SD
Vorträge und Infoveranstaltungen in der Region	179	1	5	1.71	.87
Broschüren mit Informationen, Tipps und Rat-schlägen	184	1	5	2.24	1.04
Ausstellungen in der Region	184	1	4	1.76	.84
Klassische Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bü-cher und Zeitschriften)	194	1	5	3.25	1.13
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps	194	1	5	3.94	1.10
Freunde und Familie	193	1	5	3.41	1.08
Mittelwert Skala	194	1	4.67	2.76	.70
Korrelation mit AC	$r=.24$, $p=.001$				
Korrelation mit INT	$r=.33$, $p=.000$				
Korrelation mit NHB	$r=.31$, $p=.000$				

Quelle: Eigene Berechnung

Zwischen dem Mittelwert der Häufigkeit des Informationseinholens über verschiedene Medien und der Zugehörigkeit zu FFF besteht ein mittlerer, hoch signifikanter Zusammenhang ($\eta=.42$, $p=.008$, vgl. Tabelle 21). Mittels einfak-

torieller Varianzanalyse (die Voraussetzungen der Normalverteilung und Varianzhomogenität sind hier gegeben, vgl. Anhang H 7) werden die Unterschiede zwischen den Gruppen untersucht. Tabelle 55 veranschaulicht, dass Personen, die Mitglied bei FFF sind, sich am häufigsten über Themen nachhaltiger Entwicklung in den Medien informieren ($M=3.67$, $SD=.48$, $n=8$).

Tabelle 55: Zusammenhang zwischen der Nutzung von Medien und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = nie, 2 = fast nie, 3 = manchmal, 4 = fast immer, 5 = immer, $n=185$)

	Kenne ich nicht. ($M=2.17$, $SD=.42$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=2.70$, $SD=.06$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=2.84$, $SD=.09$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=3.67$, $SD=.48$, $n=8$)
FFF				
Kenne ich nicht. ($M=2.17$, $SD=.42$, $n=4$)		$p=.699$; $r=.03$	$p=.316$; $r=.05$	$p=.002$; $r=.12$
Kenne ich. ($M=2.70$, $SD=.06$, $n=125$)	$p=.699$; $r=.03$		$p=1.000$; $r=.01$	$p=.001$; $r=.02$
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=2.84$, $SD=.09$, $n=48$)	$p=.316$; $r=.05$	$p=1.000$; $r=.01$		$p=.008$; $r=.04$
Ich bin Mitglied. ($M=3.67$, $SD=.48$, $n=8$)	$p=.002$; $r=.12$	$p=.001$; $r=.02$	$p=.008$; $r=.04$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.01$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Ihnen folgen Personen, die darüber nachdenken, Mitglied zu werden ($M=2.84$, $SD=.09$, $n=48$) und Personen, die FFF kennen ($M=2.70$, $SD=.06$, $n=125$). Personen, denen FFF unbekannt ist, informieren sich am seltensten über Themen nachhaltiger Entwicklung ($M=2.17$, $SD=.42$, $n=4$). Diese Gruppenunterschiede sind mit $p<.01$ hoch signifikant. Die post-hoc-Analyse mittels Bonferroni-Test ergibt hoch signifikante Unterschiede der Gruppe der FFF-Mitglieder zu den anderen drei Gruppen. Es liegen nur sehr schwache Effekte vor ($r=.12$ zur Gruppe „Kenne ich nicht“, $r=.02$ zu „Kenne ich“ und $r=.04$ zu „Ich könnte mir

vorstellen, mitzumachen“). Demnach scheinen sich FFF-Mitglieder zwar deutlich häufiger über Themen nachhaltiger Entwicklung zu informieren, der Einfluss der Gruppenzugehörigkeit auf die Häufigkeit der Information ist aber eher gering.

Nachhaltigkeitsbewusstsein

Zum Abschluss der ersten drei betrachteten Forschungsfragen, die die einzelnen Dimensionen des Nachhaltigkeitsbewusstseins darstellen (vgl. Kapitel 2.2), wird hier noch einmal das Konstrukt des Nachhaltigkeitsbewusstseins im Gesamten beleuchtet, indem die Subskalen des *Nachhaltigkeitsbewusstseins* (*sustainability consciousness questionnaire (short version, SCQ-S*, Gericke et al. 2019: 45) zu einem Skalenmittelwert der insgesamt 27 Items zusammengefasst werden. Der Skalenmittelwert liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.29$ ($SD=.39$) (vgl. Tabelle 56), womit er bei „stimme eher zu“ liegt.

Tabelle 56: Deskriptive Befunde der Skala zum Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S] in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, $n=195$)

n	Gültig	195
	Fehlend	0
Mittelwert		4.29
Median		4.37
Standardabweichung		.39
Minimum		2.96
Maximum		4.93

Quelle: Eigene Berechnung

Die Befragten bewerten ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein, ausgehend vom Skalenmittel von 3.0, als überdurchschnittlich hoch. Das Nachhaltigkeitsbewusstsein korreliert mit der unabhängigen Variablen FFF ($r=.29$, $p=.001$). Die Unterschiede der Mittelwerte des Nachhaltigkeitsbewusstseins nach der Zugehörigkeit zu FFF stellt Tabelle 57 dar. Personen, die Mitglied bei FFF sind, berichten über das am stärksten ausgeprägte Nachhaltigkeitsbewusstsein ($M=4.48$, $SD=.44$, $n=8$). Ihnen folgen Personen, die sich vorstellen können, Mitglied zu werden ($M=4.43$, $SD=.31$, $n=48$) und Personen, die FFF kennen ($M=3.88$, $SD=.45$, $n=126$). Personen, denen FFF unbekannt ist, bewerten ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein als am geringsten ($M=3.88$, $SD=.45$, $n=4$). Der Unterschied zwischen den Gruppen ist mit $p<.01$ hoch signifikant. Der paarweise Vergleich der Mittelwerte zwischen den Gruppen ergibt mit $r=.26$ einen

schwachen Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und mit $r=.19$ einen ebenfalls schwachen Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich“ und „Ich bin Mitglied“. Mit $r=.35$ liegt ein mittlerer Effekt zwischen den Gruppen „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und „Kenne ich nicht“ vor. Der Effekt zwischen den Gruppen „Kenne ich nicht“ und „Ich bin Mitglied“ ist mit $r=.73$ stark.

Tabelle 57: Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitsbewusstsein [SCQ-S] und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=186)

FFF	Kenne ich nicht. ($M=3.88$, $SD=.45$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.23$, $SD=.39$, $n=126$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.43$, $SD=.31$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=4.48$, $SD=.44$, $n=8$)
Kenne ich nicht. ($M=3.88$, $SD=.45$, $n=4$)		$p=.150$; $r=.13$	$p=.012$; $r=.35$	$p=.012$; $r=.73$
Kenne ich. ($M=4.23$, $SD=.39$, $n=126$)	$p=.150$; $r=.13$		$p=.001$; $r=.26$	$p=.026$; $r=.19$
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.43$, $SD=.31$, $n=48$)	$p=.012$; $r=.35$	$p=.001$; $r=.26$		$p=.528$; $r=.08$
Ich bin Mitglied. ($M=4.48$, $SD=.44$, $n=8$)	$p=.012$; $r=.73$	$p=.026$; $r=.19$	$p=.528$; $r=.08$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.01$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 58 zeigt die Unterschiede im Nachhaltigkeitsbewusstsein im Zusammenhang mit dem Geschlecht. Demnach verfügen weibliche Personen über das stärker ausgeprägte Nachhaltigkeitsbewusstsein ($M=4.34$, $SD=.33$, $n=137$) als männliche ($M=4.14$, $SD=.47$, $n=58$). Der Unterschied ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt ein schwacher Effekt ($r=.18$) vor.

Tabelle 58: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Nachhaltigkeitsbewusstsein [NHB] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=195)

Geschlecht	Weiblich	Männlich
n	137	58
Mittelwert	4.34	4.14
Standardabweichung	.33	.47
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant. Es liegt mit $r=.18$ ein schwacher Effekt vor.		

Quelle: Eigene Berechnung

7.2.1.4 Persönliche Normen

Persönliche Normen

Die beiden Skalen PN und PN_Kleidung dienen der Beantwortung der vierten forschungsleitenden Frage „Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen ein?“.

Der Skalenmittelwert der Skala *zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen (personal norm, PN, „Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zu?“)* von Klöckner und Friedrichsmeier (2011: 45) liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.27$ ($SD=1.41$) (vgl. Tabelle 59), das entspricht bei „teils, teils“ mit der Tendenz zu „stimme eher zu“. Ausgehend von einem Skalenmittel von 4.0 bewerten die Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen als eher durchschnittlich.

Tabelle 59: Deskriptive Befunde der Skala zu nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN] (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=194)

n	Gültig	194
	Fehlend	1
Mittelwert		4.27
Median		4.33
Standardabweichung		1.41
Minimum		1.00
Maximum		7.00

Quelle: Eigene Berechnung

Die Skala zu den *nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen* besteht aus drei Items. Zwei davon liegen bei einem Mittel um 4.10 (vgl. Anhang C 6). Das erste Item weist einen Mittelwert in der Zielstichprobe von $M=4.71$ ($SD=1.52$, $n=194$) auf. Diesem Item „Aufgrund meiner Werte/Prinzipien fühle ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden“ stimmen die Teilnehmenden also eher zu als den anderen beiden Items.

Der Skalenmittelwert ($M=4.27$, $SD=1.41$) korreliert hoch signifikant mit der unabhängigen Variablen FFF ($\eta=.35$, $p=.001$) (vgl. Tabelle 21). Die Voraussetzungen zur Untersuchung der Unterschiede der Mittelwerte zwischen den Gruppen durch eine einfaktorielle Varianzanalyse sind gegeben. Tabelle 60 ist zu entnehmen, dass Personen, die Mitglied bei FFF sind, über die am stärksten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen verfügen ($M=5.44$, $SD=1.02$, $n=8$). Ihnen folgen Personen, die darüber nachdenken, Mitglied zu werden ($M=4.93$, $SD=1.10$, $n=48$) und Personen, die FFF kennen ($M=4.03$, $SD=1.39$, $n=125$). Personen, denen FFF unbekannt ist, verfügen über die am schwächsten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen ($M=3.83$, $SD=1.35$, $n=4$). Diese Gruppenunterschiede sind mit $p<.01$ hoch signifikant.

Die post-hoc-Analyse mittels Bonferroni-Test ergibt hoch signifikante Unterschiede der Gruppen derer, die FFF kennen, zu denjenigen, die sich vorstellen könnten, mitzumachen ($r=.02$), sowie zu den Mitgliedern von FFF ($r=.04$). Es liegen nur schwache Effekte vor, sodass der statistische Zusammenhang zwischen der Gruppenzugehörigkeit zu FFF und der Entwicklung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen eher gering ist.

Tabelle 60: Zusammenhang zwischen den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN] und der Zugehörigkeit zu FFF (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, =185)

	Kenne ich nicht. ($M=3.83$, $SD=1.35$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.03$, $SD=1.39$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=4.93$, $SD=1.10$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=5.44$, $SD=1.02$, $n=8$)
FFF				
Kenne ich nicht. ($M=3.83$, $SD=1.35$, $n=4$)		$p=1.000$; $r=.06$	$p=.638$; $r=.09$	$p=.198$; $r=.23$

	Kenne ich nicht. ($M=3.83$, $SD=1.35$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.03$, $SD=1.39$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mit- zumachen. ($M=4.93$, $SD=1.10$, $n=48$)	Ich bin Mit- glied. ($M=5.44$, $SD=1.02$, $n=8$)
FFF				
Kenne ich. ($M=4.03$, $SD=1.39$, $n=125$)	$p=1.000$; $r=.06$		$p=.000$; $r=.02$	$p=.010$; $r=.04$
Ich könnte mir vorstellen, mit- zumachen. ($M=4.93$, $SD=1.10$, $n=48$)	$p=.638$; $r=.09$	$p=.000$; $r=.02$		$p=1.000$; $r=.07$
Ich bin Mitglied. ($M=5.44$, $SD=1.02$, $n=8$)	$p=.198$; $r=.23$	$p=.010$; $r=.04$	$p=1.000$; $r=.07$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.01$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Der Skalenmittelwert der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung (personal norm, PN_Kleidung, „Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zu?“) von Joanes et al. (2020: 8) liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.54$ ($SD=1.49$) (vgl. Tabelle 61), womit er bei „teils, teils“ mit einer leichten Tendenz zu „stimme eher zu“ liegt.

Entsprechend bewerten die Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung, ausgehend von einem Skalenmittel von 4.0 als eher durchschnittlich.

Die Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung besteht aus drei Items. Zwei davon liegen bei einem Mittel unter $M=5.00$ (vgl. Anhang C 7). Das zweite Item, „Es ist richtig, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren“, weist in der Zielstichprobe einen Mittelwert von $M=5.01$ ($SD=1.61$, $n=194$) auf. Ihm stimmen die Teilnehmenden also eher zu als den anderen beiden. Der Skalenmittelwert korreliert (hoch) signifikant mit den unabhängigen Variablen Geschlecht ($r=.29$, $p=.001$), Beruf ($r=.28$, $p=.001$) und FFF ($r=.24$, $p=.016$).

Tabelle 61: Deskriptive Befunde zu nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung] bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=194)

n	Gültig	194
	Fehlend	1
Mittelwert		4.54
Median		4.67
Standardabweichung		1.49
Spannweite		6.00
Minimum		1.00
Maximum		7.00

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 62 stellt die Ergebnisse der Mittelwertvergleiche hinsichtlich des Geschlechts dar. Demnach liegt der Mittelwert der weiblichen Personen bei $M=4.81$ ($SD=1.33$, $n=137$) und damit deutlich höher als der der männlichen Personen ($M=3.87$, $SD=1.65$, $n=57$). Diese Differenz ist hoch signifikant, mit einem Effekt von $r=.27$ liegt ein schwacher Einfluss des Geschlechts auf die Entwicklung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung vor.

Tabelle 62: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung] bezogen auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=194)

Geschlecht	Weiblich	Männlich
n	137	57
Mittelwert	4.81	3.87
Standardabweichung	1.33	1.65
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.01$ (zweiseitig) signifikant. Der Effekt der Unterschiede ist mit $r=.27$ ein schwacher Effekt.		

Quelle: Eigene Berechnung

Folglich bewerten Probandinnen in der Zielstichprobe nachhaltigkeitsrelevante persönliche Normen signifikant höher als Probanden. Es liegt eine signifikante Korrelation zwischen dem Geschlecht und der sozialen Erwünscht-

heit vor, nach der die männlichen Teilnehmenden leicht zur Untertreibung ihrer negativen Qualitäten neigen, weswegen von einem leicht beschönigten Antwortverhalten der männlichen Teilnehmenden ausgegangen werden kann.

Tabelle 63 zeigt die Unterschiede nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung angesichts der verschiedenen Berufsgruppen.

Tabelle 63: Zusammenhang zwischen dem Beruf und nachhaltigkeitsrelevanten persönliche Normen [PN_Kleidung] bezogen auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=193)

Beruf	Schule (<i>M</i> =4.36, <i>SD</i> =1.59, <i>n</i> =102)	Studium (<i>M</i> =5.01, <i>SD</i> =1.26, <i>n</i> =71)	Berufsleben (<i>M</i> =3.69, <i>SD</i> =1.29, <i>n</i> =18)
Schule (<i>M</i> =4.36, <i>SD</i> =1.59, <i>n</i> =102)		<i>p</i> =.007; <i>r</i> =.21	<i>p</i> =.044; <i>r</i> =.18
Studium (<i>M</i> =5.01, <i>SD</i> =1.26, <i>n</i> =71)	<i>p</i> =.007; <i>r</i> =.21		<i>p</i> =.001; <i>r</i> =.38
Berufsleben (<i>M</i> =3.69, <i>SD</i> =1.29, <i>n</i> =18)	<i>p</i> =.044; <i>r</i> =.18	<i>p</i> =.001; <i>r</i> =.38	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von <i>p</i> <.01 (zweiseitig) signifikant.			

Quelle: Eigene Berechnung

Demnach berichten Studierende über die am stärksten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung (*M*=5.01, *SD*=1.26, *n*=71), gefolgt von Schüler*innen (*M*=4.36, *SD*=1.59, *n*=102). Mit einem Mittelwert von *M*=3.69 (*SD*=1.29, *n*=18) weisen Personen, die im Berufsleben stehen, den geringsten Wert auf. Der Kruskal-Wallis-Test ergibt mit *p*<.01 hoch signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen: Signifikante Unterschiede bestehen zwischen der Gruppe „Berufsleben“ und „Schule“ mit einem schwachen Effekt von *r*=.18. Hoch signifikante Unterschiede bestehen zwischen der Gruppe „Berufsleben“ und „Studium“ (mittlerer Effekt von *r*=.38) und zwischen „Studium“ und „Schule“ (schwacher

Effekt von $r=.21$). Demnach scheint bei den Studierenden innerhalb der Zielstichprobe ein Vorsprung in der Entwicklung von nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung vorzuliegen.

Tabelle 64 ist zu entnehmen, dass Personen, die sich vorstellen können, Mitglied bei FFF zu werden, über die am stärksten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung verfügen ($M=5.08$, $SD=1.40$, $n=48$).

Tabelle 64: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen [PN_Kleidung] bezogen auf den Konsum von Kleidung (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, $n=185$)

	Kenne ich nicht. ($M=3.33$, $SD=1.98$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=4.40$, $SD=1.44$, $n=125$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=5.08$, $SD=1.40$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=4.79$, $SD=1.82$, $n=8$)
Kenne ich nicht. ($M=3.33$, $SD=1.98$, $n=4$)		$p=.261$; $r=.10$	$p=.038$; $r=.29$	$p=.141$; $r=.43$
Kenne ich. ($M=4.40$, $SD=1.44$, $n=125$)	$p=.261$; $r=.10$		$p=.003$; $r=.28$	$p=.365$; $r=.09$
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=5.08$, $SD=1.40$, $n=48$)	$p=.038$; $r=.29$	$p=.003$; $r=.28$		$p=.642$; $r=.06$
Ich bin Mitglied. ($M=4.79$, $SD=1.82$, $n=8$)	$p=.141$; $r=.43$	$p=.365$; $r=.09$	$p=.642$; $r=.06$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Ihnen folgen Personen, die Mitglied sind ($M=4.79$, $SD=1.82$, $n=8$), und Personen, die FFF kennen ($M=4.40$, $SD=1.44$, $n=125$). Personen, denen FFF unbe-

kannt ist, verfügen über die am schwächsten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung ($M=3.33$, $SD=1.98$, $n=4$).

Diese Gruppenunterschiede sind mit $p<.05$ signifikant. Der Vergleich der Gruppenunterschiede ergibt hoch signifikante Unterschiede mit einem schwachen Effekt der Gruppe, die FFF kennen, zu denjenigen, die sich vorstellen könnten, mitzumachen ($r=.28$). Der Unterschied zwischen denjenigen, die FFF nicht kennen und denjenigen, die sich vorstellen können, Mitglied zu werden, ist signifikant mit einem ebenfalls schwachen Effekt ($r=.29$). Damit liegen nur schwache Effekte vor, sodass der Einfluss der Gruppenzugehörigkeit zu FFF auf die Entwicklung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung eher gering ist.

7.2.1.5 Selbstwirksamkeitserwartung

Selbstwirksamkeitserwartung

Die fünfte forschungsleitende Frage lautet „*Welche Selbstwirksamkeit erwarten Jugendliche und junge Erwachsene?*“ und adaptiert die Skala (vgl. Fragebogen in Anhang B) zur *Selbstwirksamkeitserwartung* (*perceived behavioral control*, *PBC*) von Michelsen et al. (2012: 198). Ergänzend wird zur Einschätzung der Selbstwirksamkeitserwartung der Zielstichprobe die Abfrage zur Verantwortungszuschreibung bei den Maßnahmen aus den beiden vorbereiteten Workshops ausgewertet, da eine der vier Antwortoptionen dort „Jede*r Einzelne“ ist und so auf eine Selbstwirksamkeitserwartung rückschließen lässt. Entsprechend wird die individuelle Selbstwirksamkeitserwartung durch die Proband*innen bewertet. Die Skalenmittelwerte korrelieren hoch signifikant (negativ) miteinander, was eine konvergente Validität (vgl. Döring/Bortz 2016: 446) bedeutet und diese Entscheidung rechtfertigt ($r=-.54$, $p=.005$, vgl. Anhang H 10). Zunächst wird die Skala zur *PBC* betrachtet. Tabelle 65 fasst die deskriptiven Werte der Skala zur Frage „*Denkst du, dass der Einzelne durch sein Kaufverhalten Einfluss auf die Produkte und ihre Herstellungsweise haben kann? Bitte beurteile dies für die folgenden Aussagen. Konsument*innen können Einfluss nehmen darauf. ...*“ zusammen.

Der Skalenmittelwert liegt mit $M=2.42$ ($SD=.54$, $n=194$) bei „Eher kein starker Einfluss“. Ausgehend von einem Skalenmittel von 2.5 bewerten die Befragten ihre Selbstwirksamkeitserwartung als etwas unter dem Mittel ausgeprägt. Dies lässt vermuten, dass das verhältnismäßig hoch bewertete Nachhaltigkeitswissen und die ebenfalls hoch bewerteten Nachhaltigkeitseinstellungen mit einer geringen Selbstwirksamkeitserwartung zusammenhängen. Doch die korrelativen Analysen ergeben keinen Zusammenhang (vgl. Tabelle 90). Den tendenziell stärksten Einfluss sehen die Proband*innen bei „... wie Pro-

dukte aussehen“ ($M=2.89$, $SD=.90$, $n=194$), gefolgt von „... wie benutzerfreundlich und bedienbar technische Artikel sind“ ($M=2.87$, $SD=.92$, $n=194$) und „... wie viel Produkte kosten“ ($M=2.80$, $SD=.96$, $n=194$) (vgl. Anhang C 8). Den geringsten Einfluss sehen sie bei „... wie viel Energie die Produkte verbrauchen“ ($M=1.95$, $SD=.82$, $n=194$), gefolgt von „... wie lang Produkte halten, bevor sie kaputtgehen“ ($M=2.04$, $SD=.97$, $n=194$) und „... wie gut die Produkte recycelt werden können“ ($M=2.07$, $SD=.86$, $n=194$) (vgl. Anhang C 8). Es lässt sich zwischen der Gesamtskala und den unabhängigen Variablen eine Korrelation mit FFF feststellen.

Tabelle 65: Deskriptive Befunde der Skala zur perceived behavioral control [PBC] (Werte: 1 = kein Einfluss, 2 = eher kein starker Einfluss, 3 = eher starker Einfluss, 4 = sehr starker Einfluss, $n=194$)

n	Gültig	194
	Fehlend	1
Mittelwert		2.42
Median		2.40
Standardabweichung		.54
Minimum		1.00
Maximum		3.90

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 66 zeigt die Ergebnisse des mit $p<.05$ signifikanten Kruskal-Wallis-Tests der Selbstwirksamkeitserwartung hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF. Zwischen den Gruppen „Kenne ich“ ($M=2.35$, $SD=.55$, $n=125$) und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ ($M=2.61$, $SD=.48$, $n=48$) liegt ein hoch signifikanter schwacher Effekt von $r=.23$ vor. Das bedeutet inhaltlich, dass Personen, die über ein Engagement bei FFF nachdenken, ihre Selbstwirksamkeit signifikant höher erwarten als Personen, die FFF nur kennen.

Tabelle 66: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] (Werte: 1 = kein Einfluss, 2 = eher kein starker Einfluss, 3 = eher starker Einfluss, 4 = sehr starker Einfluss, n=185)

	Kenne ich nicht. (M=2.35, SD=.27, n=4)	Kenne ich. (M=2.35, SD=.55, n=125)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. (M=2.61, SD=.48, n=48)	Ich bin Mitglied. (M=2.44, SD=.66, n=8)
FFF				
Kenne ich nicht. (M=2.35, SD=.27, n=4)		p=.976; r=.00	p=.347; r=.13	p=.989; r=.00
Kenne ich. (M=2.35, SD=.55, n=125)	p=.976; r=.00		p=.003; r=.23	p=.949; r=.01
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. (M=2.61, SD=.48, n=48)	p=.347; r=.13	p=.003; r=.23		p=.208; r=.17
Ich bin Mitglied. (M=2.44, SD=.66, n=8)	p=.989; r=.00	p=.949; r=.01	p=.208; r=.17	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

In Kapitel 2.5 wird nach Hamann et al. (2016: 33) beschrieben, dass sich ein Zusammenhang zwischen dem Glauben, Einfluss auf Umweltprobleme zu haben, und politischem Engagement für Umweltthemen feststellen lässt. Daher wurden die Ergebnisse der Zielstichprobe hinsichtlich ihrer Selbstwirksamkeitserwartung auf Korrelationen mit den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen, der Teilnahme an Aktionen, Petitionen und Demonstrationen sowie der Zugehörigkeit zu nachhaltigkeitsaffinen Gruppen geprüft. Zwischen der Teilnahme an Aktionen und der Selbstwirksamkeitserwartung besteht ein, schwacher und signifikanter Zusammenhang ($r=.15$, $p=.034$). Das bedeutet, dass Personen mit einer höheren Selbstwirksamkeitserwartung eher an Aktionen teilnehmen, oder umgekehrt, dass Personen, die an Aktionen teilnehmen, mehr Selbstwirksamkeit erfahren.

Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops

Im zweiten Teil des Fragebogens werden die Teilnehmenden gebeten, über die Wichtigkeit der Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops abzustimmen. Bei denjenigen mit „eher wichtig“ oder „wichtig“ bewerteten Maßnahmen werden die Teilnehmenden im Anschluss gebeten, die Frage „*Wer trägt deiner Meinung nach in erster Linie die Verantwortung dafür?*“ zu beantworten. Sie können zwischen „Jede*r Einzelne“, „Die Politik“, „Die Wirtschaft“ und „Andere“ auswählen. Fällt die Wahl auf „Jede*r Einzelne“ lässt sich daraus auf eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung schließen. Untersucht werden daher diejenigen Maßnahmen, bei denen die Mehrheit mit „Jede*r Einzelne“ gestimmt hat (vollständige Häufigkeitsanalyse vgl. Anhang C 23). Dabei fällt auf, dass gerade bei Themen des täglichen Bedarfs und beim sozialen Miteinander die Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe hoch eingeschätzt wird. Eher niedrig wird die Selbstwirksamkeit hinsichtlich Themen einer nachhaltigen Mobilität eingeschätzt. Tabelle 67 stellt die Korrelationen dieser Maßnahmen mit den unabhängigen Variablen dar.

Bei den Maßnahmen „Einwegprodukte sollten vermieden werden“, „Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen)“ und „Kleidung sollte wiederverwendet werden (Upcycling)“ liegen signifikante Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts der Teilnehmenden vor.

Tabelle 67: Selbstwirksamkeitserwartung zu den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops mit Korrelationen mit den unabhängigen Variablen

Maßnahme	Anteil „Jede*r Einzelne“	n	unabhän- gige Vari- able	Korre- lation	Signifi- kanz, <i>p</i>
Es sollte bewusster einge- kauft werden (Bio- und Un- verpackt-Läden, Second- hand und Tauschbörsen).	93.4 %	156	Geschlecht	<i>C</i> =.22	.040
Kleidung sollte wiederver- wendet werden (Upcyc- ling).	81.6 %	129	Geschlecht	<i>C</i> =.29	.003
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	78.6 %	125	Beruf	<i>C</i> =.30	.014
Der Konsum sollte auf regi- onale Produkte beschränkt werden.	66.9 %	97	Alter	φ =.35	.015

Maßnahme	Anteil „Jede*r Einzelne“	n	unabhän- gige Vari- able	Korre- lation	Signifi- kanz, <i>p</i>
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	45.1 %	79	Geschlecht	<i>C</i> =.23	.023
Plastikverpackungen soll- ten vermieden werden.	38.5 %	75	FFF	<i>C</i> =.32	.020
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	25.8 %	120	Alter	φ =.47	.002

Quelle: Eigene Berechnung

Aus Tabelle 68 wird ersichtlich, dass die weiblichen Teilnehmenden sich selbst im Verhältnis weniger in der Verantwortung sehen, Einwegprodukte zu vermeiden als die männlichen.

Tabelle 68: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen in der Zielstichprobe „Einwegprodukte“ (n=175), „bewusster Konsum“ (n=167) und „Upcycling“ (n=158)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Einwegpro- dukte soll- ten verme- den wer- den.	Jede*r Ein- zelne	Anzahl	48	31	79
		% von Ge- schlecht	38.1 %	63.3 %	45.1 %
	Die Politik	Anzahl	53	13	66
		% von Ge- schlecht	42.1 %	26.5 %	37.7 %
	Die Wirt- schaft	Anzahl	22	5	27
		% von Ge- schlecht	17.5 %	10.2 %	15.4 %
	Andere	Anzahl	3	0	3
		% von Ge- schlecht	2.4 %	0.0 %	1.7 %
Gesamt		Anzahl	126	49	175
		% von Ge- schlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=9.58$, *p*=.023, φ =0.23.

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen).	Jede*r Einzelne	Anzahl	116	40	156
		% von Geschlecht	95.1 %	88.9 %	93.4 %
	Die Politik	Anzahl	3	0	3
		% von Geschlecht	2.5 %	0.0 %	1.8 %
	Die Wirtschaft	Anzahl	3	3	6
		% von Geschlecht	2.5 %	6.7 %	3.6 %
	Andere	Anzahl	0	2	2
		% von Geschlecht	0.0 %	4.4 %	1.2 %
Gesamt		Anzahl	122	45	167
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=8.28, p=.040, \varphi=0.22$.

Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Jede*r Einzelne	Anzahl	98	31	129
		% von Geschlecht	82.4 %	79.5 %	81.6 %
	Die Politik	Anzahl	0	4	4
		% von Geschlecht	0.0 %	10.3 %	2.5 %
	Die Wirtschaft	Anzahl	16	2	18
		% von Geschlecht	13.4 %	5.1 %	11.4 %
	Andere	Anzahl	5	2	7
		% von Geschlecht	4.2 %	5.1 %	4.4 %
Gesamt	Anzahl	119	39	158	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=14.08, p=.003, \varphi=0.30$.

Quelle: Eigene Berechnung

Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung zur Vermeidung von Einwegprodukten durchgeführt. Er gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung, $\chi^2(3)=9.58$, $p=.023$, $\varphi=0.23$. Hinsichtlich des bewussten Konsums allgemein stellt sich heraus, dass sich weibliche und männliche Teilnehmende am ehesten selbst die Verantwortung zuschreiben, weibliche Teilnehmende darüber hinaus Verantwortung bei der Politik sehen, männliche eher bei „Anderen“. Der Chi²-Test zum bewussten Konsum ergibt einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung, $\chi^2(3)=8.23$, $p=.040$, $\varphi=0.22$. Die Unterschiede hinsichtlich des Upcyclings von Kleidung sind nur gering. Doch sehen sich auch hier die weiblichen und männlichen Teilnehmenden am ehesten selbst in der Verantwortung. Allerdings sehen hier die männlichen Teilnehmenden die Politik in der weiteren Verantwortung und die weiblichen die Wirtschaft. Der Chi²-Test zur Wiederverwertung von Kleidung ergibt einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung, $\chi^2(3)=14.08$, $p=.003$, $\varphi=0.30$. Die Maßnahme zur Vermeidung von Plastikverpackungen weist signifikante Unterschiede hinsichtlich der Zugehörigkeit zu FFF auf.

Nach Tabelle 69 sehen Personen, die FFF nicht kennen, sich selbst am ehesten in der Verantwortung, gefolgt von Personen, die über eine Mitgliedschaft nachdenken. Mitglieder von FFF sehen am ehesten die Politik in der Verantwortung. Ein Chi²-Test ergibt einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verantwortungszuschreibung zur Vermeidung von Plastikverpackungen, $\chi^2(9)=19.68$, $p=.020$, $\varphi=0.19$.

Tabelle 69: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Plastikverpackungen“ in der Zielstichprobe (n=176)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Jede*r Einzelne	Anzahl	3	45	25	1	74
		% von FFF	75.0 %	38.5 %	53.2 %	12.5 %	42.0 %
	Die Politik	Anzahl	0	33	16	4	53
		% von FFF	0.0 %	28.2 %	34.0 %	50.0 %	30.1 %
	Die Wirtschaft	Anzahl	0	35	5	3	43
		% von FFF	0.0 %	29.9 %	10.6 %	37.5 %	24.4 %
	Andere	Anzahl	1	4	1	0	6
		% von FFF	25.0 %	3.4 %	2.1 %	0.0 %	3.4 %
Gesamt		Anzahl	4	117	47	8	176
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=19.68, p=.020, \varphi=0.19$.							

Quelle: Eigene Berechnung

Bezogen auf das Alter der Proband*innen lassen sich Unterschiede hinsichtlich der Maßnahmen „Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden“ und „Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden“ feststellen (vgl. Tabelle 70). Im Falle des Konsums regionaler Produkte liegt die zugeschriebene Verantwortung eindeutig auf individueller Ebene. Je jünger die Teilnehmenden sind, desto eher sehen sie sich in der Verantwortung. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung zum Konsum regionaler Produkte durchgeführt und ergibt einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung, $\chi^2(9)=20.40, p=.015, \varphi=0.22$.

Ein vergleichbares Ergebnis lässt sich bei der Förderung von Mehrgenerationenhäusern feststellen. Je jünger die Teilnehmenden sind, desto verantwortlicher fühlen sie sich selbst, mit Ausnahme der 17- bis 19-Jährigen. Die Teilnehmenden sehen auch die Politik vermehrt in der Verantwortung. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung zur Förderung von Mehrgenerationenhäusern durchgeführt und ergibt einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung, $\chi^2(9)=26.53, p=.002, \varphi=0.27$.

Tabelle 70: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen in der Zielstichprobe „regionale Produkte“ (n=145) und „Mehrgenerationenhäuser“ (n=120)

			Alter				
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	Ge- samt
Regionale Produkte	Jede*r Ein- zelne	Anzahl	20	32	26	19	97
		% von Alter	74.1 %	71.1 %	61.9 %	61.3 %	66.9 %
	Die Po- litik	Anzahl	0	4	3	9	16
		% von Alter	0.0 %	8.9 %	7.1 %	29.0 %	11.0 %
	Die Wirt- schaft	Anzahl	6	8	13	2	29
		% von Alter	22.2 %	17.8 %	31.0 %	6.5 %	20.0 %
	Andere	Anzahl	1	1	0	1	3
		% von Alter	3.7 %	2.2 %	0.0 %	3.2 %	2.1 %
Gesamt	Anzahl	27	45	42	31	145	
	% von Alter	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=20.44, p=.015, \varphi=0.22$.							
Mehрге- neratio- nenhäu- ser	Jede*r Ein- zelne	Anzahl	9	13	7	2	31
		% von Alter	40.9 %	31.7 %	22.6 %	7.7 %	25.8 %
	Die Po- litik	Anzahl	8	18	20	23	69
		% von Alter	36.4 %	43.9 %	64.5 %	88.5 %	57.5 %

		Alter				Gesamt
		14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
Die Wirt- schaft	Anzahl	3	1	3	0	7
	% von Alter	13.6 %	2.4 %	9.7 %	0.0 %	5.8 %
Andere	Anzahl	2	9	1	1	13
	% von Alter	9.1 %	22.0 %	3.2 %	3.8 %	10.8 %
Gesamt	Anzahl	22	41	31	26	120
	% von	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	Alter	%	%	%	%	%

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=26.53$, $p=.002$, $\varphi=0.27$.

Quelle: Eigene Berechnung

Letztlich gibt es signifikante Unterschiede zwischen den Gruppen hinsichtlich des Berufs bei der Maßnahme zur kleinschrittigen Änderung des Lebensstils. Die meisten Teilnehmenden sehen sich selbst in der Verantwortung, wie Tabelle 71 zeigt. Die stärkste Verantwortungszuschreibung lässt sich bei Studierenden feststellen, gefolgt von Schüler*innen. Der Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Verantwortungszuschreibung ist statistisch signifikant, $\chi^2(6)=15.91$, $p=.014$, $\varphi=0.23$.

Tabelle 71: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Lebensstil“ in der Zielstichprobe (n=157)

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Der Lebens- stil sollte sich klein- schrittig än- dern.	Jede*r Ein- zelne	Anzahl	58	57	8	123
		% von Beruf	69.9 %	91.9 %	66.7 %	78.3 %
	Die Politik	Anzahl	21	4	4	29
		% von Beruf	25.3 %	6.5 %	33.3 %	18.5 %
	Die Wirt- schaft	Anzahl	4	0	0	4
		% von Beruf	4.8 %	0.0 %	0.0 %	2.5 %

		Beruf			Gesamt
		Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
An- dere	Anzahl	0	1	0	1
	% von Beruf	0.0 %	1.6 %	0.0 %	0.6 %
Gesamt	Anzahl	83	62	12	157
	% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=15.91, p=.014, \varphi=0.23$.

Quelle: Eigene Berechnung

7.2.1.6 Gegenseitige Beeinflussung von nachhaltigem Lebensstil und Lebensqualität

Wie bereits in Kapitel 2.4 erwähnt, wird zur Operationalisierung der subjektiven Komponente der Lebensqualität das Konstrukt der Lebenszufriedenheit verwendet. Die Frage nach der Veränderung der Lebensqualität durch die Corona-Pandemie umfasst die objektive und die subjektive Komponente der Lebensqualität.

Lebensqualität

Zur Auswertung der achten forschungsleitenden Frage (Frage 6 und 7 beziehen sich auf die Gegebenheiten in der Region Ingolstadt und werden in Kapitel 7.2.2 behandelt) „*Wie nehmen Jugendliche die gegenseitige Beeinflussung eines nachhaltigeren Lebensstils und Lebensqualität wahr?*“ wird die Skala zur *Einschätzung der Lebenszufriedenheit (Satisfaction with Life Scale, SWLS, Janke und Glöckner-Rist 2012, o. S.)* im Zusammenhang mit den bisher ausgewerteten Variablen des CADM betrachtet.

Tabelle 72 zeigt, dass die Zielstichprobe mit ihrem Leben „eher zufrieden“ ($M=25.04, SD=4.96, n=195$) ist. Dabei sind 82.5 % mit ihrem Leben mindestens „eher zufrieden“. Die Zielstichprobe sieht ihre Lebensqualität durch die Corona-Pandemie eher negativ beeinflusst ($M=2.37, SD=.80, n=195$, vgl. Tabelle 73) und war vor der Pandemie zufriedener.

Der Mittelwert des Summenwertes der Skala zur *SWLS* korreliert hoch signifikant mit der unabhängigen Variable Alter ($\rho=.19, p=.008$) und signifikant mit dem Beruf ($\eta=.20, p=.021$) und FFF ($\eta=.22, p=.033$) (vgl. Tabelle 21). Für die Unterschiede der Mittelwerte zwischen den Altersgruppen wird ein Kruskal-Wallis-Test gerechnet, der mit $p>.05$ keine signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen ergibt (vgl. Anhang F 2).

Tabelle 72: Deskriptive Befunde des Summenwertes der Skala zur Lebenszufriedenheit [SWLS] (Werte: 35–31 = extrem zufrieden, 30–26 = zufrieden, 25–21 = eher zufrieden, 20 = neutral, 19–15 = eher unzufrieden, 14–10 = unzufrieden, 9–5 = extrem unzufrieden, n=194)

n	Gültig	195
	Fehlend	0
Mittelwert		25.04
Median		25.00
Standardabweichung		4.96
Minimum		7.00
Maximum		35.00

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 73: Deskriptive Befunde der Skala zur Beeinflussung der Lebensqualität durch die Pandemie [LQ_Cov] (Werte: 1 = stark negativ beeinflusst, 2 = negativ beeinflusst, 3 = teils, teils, 4 = positiv beeinflusst, 5 = stark positiv beeinflusst, n=194)

n	Gültig	195
	Fehlend	0
Mittelwert		2.37
Median		2.00
Standardabweichung		.80
Minimum		1.00
Maximum		4.00

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 74 zeigt das mit $p < .05$ signifikante Ergebnis des Kruskal-Wallis-Tests zwischen den Gruppen Schule ($M=24.46$, $SD=4.75$, $n=102$) und Studium ($M=26.31$, $SD=4.65$, $n=72$) mit einem schwachen Effekt von $r=.18$. Zur Gruppe mit den im Berufsleben stehenden Personen liegen keine signifikanten Unterschiede vor. Studierende sind in der Zielstichprobe also signifikant zufriedener mit ihrem Leben als Schüler*innen.

Tabelle 74: Zusammenhang zwischen der Lebenszufriedenheit [SWLS] und dem Beruf (Werte: 35–31 = extrem zufrieden, 30–26 = zufrieden, 25–21 = eher zufrieden, 20 = neutral, 19–15 = eher unzufrieden, 14–10 = unzufrieden, 9–5 = extrem unzufrieden, n=192)

Gruppe	Schule	Studium	Berufsleben
Deskriptive Werte	$M=24.46, SD=4.75, n=102$	$M=26.31, SD=4.65, n=72$	$M=23.50, SD=6.69, n=18$
Signifikanz/Effekt Paar 1	$p=.013, r=.18$		

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 75 zeigt das mit $p<.05$ signifikante Ergebnis des Kruskal-Wallis-Tests hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF zwischen den Gruppen „Kenne ich“ ($M=25.73, SD=4.90, n=126$) und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ ($M=23.85, SD=4.97, n=48$). Es liegt mit $r=.17$ ein schwacher Effekt vor. Zwischen den anderen Gruppen liegen keine signifikanten Effekte vor.

Tabelle 75: Zusammenhang zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Lebenszufriedenheit [SWLS] (Werte: 35–31 = extrem zufrieden, 30–26 = zufrieden, 25–21 = eher zufrieden, 20 = neutral, 19–15 = eher unzufrieden, 14–10 = unzufrieden, 9–5 = extrem unzufrieden, n=186)

	Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.
FFF	($M=22.25, SD=4.12, n=4$)	($M=25.73, SD=4.90, n=126$)	($M=23.85, SD=4.97, n=48$)	($M=22.38, SD=5.13, n=8$)
Kenne ich nicht.		$p=.125; r=.14$	$p=.430; r=.11$	$p=.829; r=.06$
($M=22.25, SD=4.12, n=4$)				
Kenne ich.	$p=.125; r=.14$		$p=.003; r=.17$	$p=.076; r=.15$
($M=25.73, SD=4.90, n=126$)				
Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	$p=.430; r=.11$	$p=.003; r=.17$		$p=.466; r=.10$
($M=23.85, SD=4.97, n=48$)				

FFF	Kenne ich nicht. ($M=22.25$, $SD=4.12$, $n=4$)	Kenne ich. ($M=25.73$, $SD=4.90$, $n=126$)	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen. ($M=23.85$, $SD=4.97$, $n=48$)	Ich bin Mitglied. ($M=22.38$, $SD=5.13$, $n=8$)
Ich bin Mitglied. ($M=22.38$, $SD=5.13$, $n=8$)	$p=.829$; $r=.06$	$p=.076$; $r=.15$	$p=.466$; $r=.10$	
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.				

Quelle: Eigene Berechnung

Zur Beantwortung der Forschungsfrage werden die Korrelationen des Summenwertes der Skala zur *SWLS* mit den Mittelwerten der Variablen des CADM berechnet. Tabelle 76 ist zu entnehmen, dass eine höhere Einschätzung der eigenen Lebenszufriedenheit schwach positiv mit dem Nachhaltigkeitswissen ($r=.17$, $p=.021$), den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ($r=.18$, $p=.014$), den persönlichen Normen ($r=.17$, $p=.020$) und hoch signifikant mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein ($r=.20$, $p=.006$) korreliert.

Tabelle 76: Korrelationen der Skala zur Lebenszufriedenheit [SWLS] mit den Variablen des CADM

	SWLS_SUM	
	r	p
Nachh_Wissen	.17	.021
Nachh_Wissen_Kleidung	.08	.297
Nachh_Einst	.13	.066
Nachh_Int	.18	.014
PN	.17	.020
PN_Kleidung	.13	.077
PBC	.05	.478
NHB	.20	.006

Quelle: Eigene Berechnung

Aufgrund der nur schwachen Effekte sind diese Befunde vorsichtig zu interpretieren. Es lässt sich jedoch ein positiver signifikanter Zusammenhang zwischen mehr Nachhaltigkeit im eigenen Leben und einer höheren Lebenszufriedenheit feststellen.

Bei Betrachtung der Korrelation mit dem Nachhaltigkeitswissen, den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen, den persönlichen Normen und beim Nachhaltigkeitsbewusstsein insgesamt lässt sich die Vermutung anstellen, dass einige Personen in der Zielstichprobe durch die Änderung ihrer Konsummuster zu einem nachhaltigeren Lebensstil bereit sind. Um Gruppenunterschiede zu prüfen, wird der Summenwert der Skala zur *SWLS* zu den von Schumacher (o. J.: 2) vorgeschlagenen Gruppen zusammengefasst und ein Kruskal-Wallis-Test mit den Mittelwerten von *nachh_Wissen*, *nachh_INT*, *PN* und *NHB* durchgeführt. Dieser ergibt mit $p > .05$ keine signifikanten Gruppenunterschiede (vgl. Anhang F 6).

7.2.2 Forschungsfragenbezogene Auswertung mit Bezug zur Region Ingolstadt

In Kapitel 2.3 wird erörtert, dass ein suffizienter Lebensstil nicht allein dem Individuum überlassen werden kann. Politische Maßnahmen und Rahmenbedingungen müssen diesen fördern. Daher betrachten die forschungsleitenden Fragen 6 und 7, die in den nächsten beiden Abschnitten beantwortet werden sollen, die Rahmenbedingungen in der Region Ingolstadt. Zentral sind hier die Fragen nach den Rahmenbedingungen selbst und wie diese von der jungen Generation wahrgenommen werden.

7.2.2.1 Nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt

Zur Beantwortung der sechsten forschungsleitenden Frage „*Welche nachhaltigen Konsumangebote sind in der Region Ingolstadt bekannt?*“ werden die Abfragen zu den nachhaltigen Konsumangeboten und zur nachhaltigen Gastronomie aus dem zweiten Fragebogenteil ausgewertet. Die deskriptiven Werte der Abfrage zu nachhaltigen Konsumangeboten in der Region Ingolstadt können Abbildung 16 entnommen werden.

Konsumangebote

Die Ergebnisse der Zielstichprobe zeigen, analog zur Gesamtstichprobe, dass sich die Teilnehmenden an der Studie sehr sicher sind, dass sie nachhaltig produzierte Lebensmittel (bio, saisonal, regional) in der Region kaufen können. Ob hier nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe sowie Möbel, Accessoires und Schmuck verfügbar sind, darüber ist ein Großteil der Befragten nicht informiert. Ebenfalls, wie in Kapitel 7.2.1.1 bereits erwähnt, weiß nur etwa ein Drittel der Befragten um die Verfügbarkeit nachhaltiger Restaurants und Cafés in der Region Ingolstadt. Daraus lässt sich ein Informationsdefizit ableiten.

Die Korrelationen der nachhaltigen Konsumangebote mit den unabhängigen Variablen sind Anhang F 1 zu entnehmen. Es fällt auf, dass insgesamt nur wenige Korrelationen vorliegen und dabei wenige auf die unabhängige Variable der Herkunft fallen. Tabelle 77 bis Tabelle 81 stellen die vorliegenden Gruppenunterschiede dar.

So ist in Tabelle 77 ersichtlich, dass die meisten Teilnehmenden wissen, dass sie in der Region Ingolstadt unverpackte Lebensmittel einkaufen können.

Tabelle 77: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Wissen über Konsumangebote in der Zielstichprobe „unverpackte Lebensmittel“ (n=194), „nachhaltige Drogerieartikel“ (n=194) und „nachhaltige Geschenkkideen“ (n=194)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Unverpackte Lebensmittel	Gibt es hier.	Anzahl	115	41	156
		% von Geschlecht	83.9 %	71.9 %	80.4 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	3	0	3
		% von Geschlecht	2.2 %	0.0 %	1.5 %
	weiß nicht	Anzahl	19	16	35
% von Geschlecht		13.9 %	28.1 %	18.0 %	
Gesamt		Anzahl	137	57	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(2)=6.47, p=.039, \varphi=0.18$.					
Nachhaltige Drogerieartikel	Gibt es hier.	Anzahl	72	19	91
		% von Geschlecht	52.6 %	33.3 %	46.9 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	5	2	7
		% von Geschlecht	3.6 %	3.5 %	3.6 %
	weiß nicht	Anzahl	60	36	96
% von Geschlecht		43.8 %	63.2 %	49.5 %	
Gesamt		Anzahl	137	57	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(2)=6.22, p=.045, \varphi=0.18$.					
Nachhaltige Geschenkideen	Gibt es hier.	Anzahl	46	16	62
		% von Geschlecht	33.6 %	28.1 %	32.0 %
		Anzahl	11	0	11

		Geschlecht		Gesamt
		Weiblich	Männlich	
Gibt es hier nicht.	% von Geschlecht	8.0 %	0.0 %	5.7 %
	Anzahl	80	41	121
weiß nicht	% von Geschlecht	58.4 %	71.9 %	62.4 %
	Anzahl	137	57	194
Gesamt	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
	Anzahl	137	57	194

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(2)=6.14, p=.046, \varphi=0.18$.

Quelle: Eigene Berechnung

Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Geschlecht und der Verfügbarkeit unverpackter Lebensmittel durchgeführt und ergibt einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(2)=6.47, p=.039, \varphi=0.18$. Demnach kennen weibliche Teilnehmende die Möglichkeit, in der Region Ingolstadt unverpackte Lebensmittel einzukaufen, eher als männliche.

Hinsichtlich nachhaltiger Drogerieartikel wird ein Unwissen der männlichen Teilnehmenden deutlich. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Geschlecht und der Verfügbarkeit nachhaltiger Drogerieartikel durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(2)=6.22, p=.045, \varphi=0.18$. Demnach wissen die weiblichen Teilnehmenden eher über die Verfügbarkeit nachhaltiger Drogerieartikel in der Region Ingolstadt Bescheid als männliche.

Über die Verfügbarkeit nachhaltiger Geschenkkideen herrscht Unwissen in der Zielstichprobe. Weibliche Teilnehmende wissen noch eher von deren Verfügbarkeit als männliche. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Geschlecht und der Verfügbarkeit nachhaltiger Geschenkartikel durchgeführt. Es gab einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(2)=6.14, p=.046, \varphi=0.18$.

Die Zugewandtheit zu FFF schlägt sich im Wissen über die Verfügbarkeit von fairem Kaffee/Tee/Schokolade, nachhaltigen Drogerieartikeln, nachhaltiger Kleidung und Schuhe, nachhaltigen Geschenkkideen, nachhaltigen Haushaltsartikel, nachhaltigen Möbel, nachhaltigen Accessoires/Schmuck und E-Ladestationen nieder (Tabelle 78). Personen, die FFF kennen, über eine Mitgliedschaft nachdenken oder bereits Mitglied sind, wissen am ehesten über die Verfügbarkeit von fairem Kaffee, Tee und fairer Schokolade in der Region Ingolstadt. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit von fairem Kaffee, Tee und fairer Schokolade ergibt statistisch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=16.54, p=.011, \varphi=0.21$.

Tabelle 78: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und dem Wissen über Konsumangebote in der Zielstichprobe „fairer Kaffee, Tee, Schokolade, etc.“ (n=185), „nachhaltige Drogerieartikeln“ (n=185), „nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe“ (n=185), „nachhaltige Geschenkideen“ (n=185), „nachhaltige Haushaltsartikel“ (n=185), „nachhaltige Möbel“ (n=185), „nachhaltige Accessoires/Schmuck“ (n=185) „und E-Ladestationen“ (n=184)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Fairer Kaffee, Tee, Schokolade etc.	Gibt es hier.	Anzahl	2	104	40	8	154
		% von FFF	50.0 %	83.2 %	83.3 %	100.0 %	83.2 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	1	1	1	0	3
		% von FFF	25.0 %	0.8 %	2.1 %	0.0 %	1.6 %
	weiß nicht	Anzahl	1	20	7	0	28
		% von FFF	25.0 %	16.0 %	14.6 %	0.0 %	15.1 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=16.54, p=.011, \varphi=0.21$.							
Nachhaltige Drogerieartikel	Gibt es hier.	Anzahl	3	55	23	7	88
		% von FFF	75.0 %	44.0 %	47.9 %	87.5 %	47.6 %

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vor- stellen, mitzu- machen.	Ich bin Mit- glied.	
	Gibt es hier nicht.	An- zahl % von FFF	0	1	5	1	7
			0.0 %	0.8 %	10.4 %	12.5 %	3.8 %
	weiß nicht	An- zahl	1	69	20	0	90
		% von FFF	25.0 %	55.2 %	41.7 %	0.0 %	48.6 %
	Gesamt	An- zahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=19.87, p=.003, \varphi=0.23$.							
Nachhal- tig pro- duzierte Kleidung und Schuhe	Gibt es hier.	An- zahl	1	25	13	1	40
		% von FFF	25.0 %	20.0 %	27.1 %	12.5 %	21.6 %
	Gibt es hier nicht.	An- zahl	0	7	7	5	19
		% von FFF	0.0 %	5.6 %	14.6 %	62.5 %	10.3 %
	weiß nicht	An- zahl	3	93	28	2	126
		% von FFF	75.0 %	74.4 %	58.3 %	25.0 %	68.1 %
Gesamt		An- zahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=29.94, p=.001, \varphi=0.28$.							

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Nachhaltige Geschenkideen	Gibt es hier.	Anzahl % von FFF	2 50.0 %	42 33.6 %	17 35.4 %	1 12.5 %	62 33.5 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl % von FFF	0 0.0 %	2 1.6 %	7 14.6 %	2 25.0 %	11 5.9 %
	weiß nicht	Anzahl % von FFF	2 50.0 %	81 64.8 %	24 50.0 %	5 62.5 %	112 60.5 %
Gesamt		Anzahl % von FFF	4 100.0 %	125 100.0 %	48 100.0 %	8 100.0 %	185 100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=17.88, p=.007, \varphi=0.22$.							
Nachhaltige Haushaltsartikel	Gibt es hier.	Anzahl % von FFF	1 25.0 %	37 29.6 %	15 31.3 %	3 37.5 %	56 30.3 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl % von FFF	0 0.0 %	2 1.6 %	6 12.5 %	3 37.5 %	11 5.9 %
	weiß nicht	Anzahl % von FFF	3 75.0 %	86 68.8 %	27 56.3 %	2 25.0 %	118 63.8 %

		FFF				Gesamt
		Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Gesamt	Anzahl	4	125	48	8	185
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=24.17, p=.001, \varphi=0.26$.

Nachhaltige Möbel	Gibt es hier.	Anzahl	1	26	6	1	34
		% von FFF	25.0 %	20.8 %	12.5 %	12.5 %	18.4 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	0	0	10	2	12
		% von FFF	0.0 %	0.0 %	20.8 %	25.0 %	6.5 %
	weiß nicht	Anzahl	3	99	32	5	139
		% von FFF	75.0 %	79.2 %	66.7 %	62.5 %	75.1 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=30.23, p=.001, \varphi=0.29$.

Nachhaltige Accessoires/Schmuck	Gibt es hier.	Anzahl	0	14	10	3	27
		% von FFF	0.0 %	11.2 %	20.8 %	37.5 %	14.6 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	1	4	7	2	14
		% von FFF	25.0 %	3.2 %	14.6 %	25.0 %	7.6 %

		FFF					
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vor- stellen, mitzu- machen.	Ich bin Mit- glied.	Gesamt
	weiß nicht	An- zahl	3	107	31	3	144
		% von FFF	75.0 %	85.6 %	64.6 %	37.5 %	77.8 %
Gesamt		An- zahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=20.55, p=.002, \varphi=0.24$.							
E-La- destatio- nen	Gibt es hier.	An- zahl	4	106	41	7	158
		% von FFF	100.0 %	85.5 %	85.4 %	87.5 %	85.9 %
	Gibt es hier nicht.	An- zahl	0	0	1	1	2
		% von FFF	0.0 %	0.0 %	2.1 %	12.5 %	1.1 %
	weiß nicht	An- zahl	0	18	6	0	24
		% von FFF	0.0 %	14.5 %	12.5 %	0.0 %	13.0 %
Gesamt		An- zahl	4	124	48	8	184
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=13.30, p=.039, \varphi=0.19$.							

Quelle: Eigene Berechnung

Hinsichtlich der Verfügbarkeit nachhaltiger Drogerieartikel sind sich Mitglieder von FFF und Personen, die FFF nicht kennen, sicher, dass sie diese in der Region erwerben können. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF

und der Verfügbarkeit nachhaltiger Drogerieartikel ergibt statistisch hoch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=19.87$, $p=.003$, $\phi=.23$.

Insgesamt scheint in der Zielstichprobe ein Unwissen hinsichtlich der Verfügbarkeit von nachhaltig produzierter Kleidung und Schuhe, nachhaltiger Geschenkideen, nachhaltiger Haushaltsartikel, nachhaltiger Möbel und von nachhaltigen Accessoires/Schmuck zu bestehen. Im Falle nachhaltig produzierter Kleidung und Schuhe berichten die meisten Mitglieder von FFF, dass sie diese in der Region Ingolstadt nicht erwerben können. Die anderen Gruppen sind dahingehend eher unsicher. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Kleidung und Schuhe ergibt statistisch hoch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=29.94$, $p=.001$, $\phi=.28$.

Personen, die sich vorstellen können, bei FFF mitzumachen, berichten am ehesten von der Verfügbarkeit nachhaltiger Geschenkideen in der Region Ingolstadt. Die anderen Gruppen sind dahingehend eher unsicher. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Geschenkideen ergibt statistisch hoch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=17.88$, $p=.007$, $\phi=.22$. Selbiges gilt für die Verfügbarkeit nachhaltiger Haushaltsartikel. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Haushaltsartikel ergibt statistisch hoch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=24.17$, $p=.001$, $\phi=.26$.

Personen, die FFF kennen, aber nicht weiter dort aktiv sind, glauben am ehesten, dass es in der Region Ingolstadt nachhaltige Möbel zu erwerben gibt. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Möbel ergibt statistisch hoch signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=30.23$, $p=.001$, $\phi=.29$. Personen, die FFF zugewandt sind, wissen eher über die Verfügbarkeit nachhaltiger Kleidung, nachhaltigen Schmucks und nachhaltiger Accessoires in der Region Ingolstadt Bescheid, wie der hoch signifikante Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Accessoires/Schmuck bestätigt, $\chi^2(6)=20.55$, $p=.002$, $\phi=.24$.

Letztlich sind sich die meisten der Teilnehmenden sicher, dass es E-Ladestationen in der Region Ingolstadt gibt. Besonders Personen, die FFF nicht kennen und Mitglieder von FFF berichten dies. Der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit von E-Ladestationen ergibt signifikante Zusammenhänge zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=13.30$, $p=.039$, $\phi=.19$.

Über die Verfügbarkeit eines ÖPNV in der Region Ingolstadt wissen alle Befragten in ähnlicher Weise Bescheid (Tabelle 79).

Tabelle 79: Zusammenhang zwischen dem Beruf und dem Wissen über das Konsumangebot „fairer Kaffee, Tee, Schokolade, etc.“ in der Zielstichprobe (n=185)

			Beruf			
			Schule	Stu- dium	Berufsle- ben	Gesamt
ÖPNV	Gibt es hier.	Anzahl	68	60	12	140
		% von Beruf	67.3 %	85.7 %	66.7 %	74.1 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	3	4	2	9
		% von Beruf	3.0 %	5.7 %	11.1 %	4.8 %
	weiß nicht	Anzahl	30	6	4	40
		% von Beruf	29.7 %	8.6 %	22.2 %	21.2 %
Gesamt	Anzahl	101	70	18	189	
	% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(4)=13.11, p=.011, \varphi=0.19$.						

Quelle: Eigene Berechnung

Bei Schüler*innen lässt sich jedoch ein leichtes Unwissen erkennen. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Verfügbarkeit eines ÖPNV durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und dem Wissen über die Verfügbarkeit eines ÖPNV, $\chi^2(4)=13.11, p=.011, \varphi=0.19$. Studierende wissen also daher eher als Schüler*innen und im Berufsleben stehende Personen über einen ÖPNV in der Region Ingolstadt Bescheid.

Hinsichtlich des Alters lassen sich Unterschiede beim Wissen über die Verfügbarkeit geretteter Lebensmittel und eines ÖPNV feststellen (Tabelle 80). Insgesamt weiß die Zielstichprobe nicht sicher, ob gerettete Lebensmittel in der Region Ingolstadt verfügbar sind. Die Ältesten wissen teilweise eher davon als die jüngeren Teilnehmenden. Ein Chi²-Test zwischen dem Alter und der Verfügbarkeit geretteter Lebensmittel ergibt einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang, $\chi^2(6)=17.98, p=.006, \varphi=0.22$.

Bei der Frage nach der Verfügbarkeit von Gebrauchtwaren und eines ÖPNV geben die meisten Befragten an, dass es ihn in der Region Ingolstadt gibt. Je älter die Teilnehmenden sind, desto eher kennen sie diese Angebote in der Region Ingolstadt. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Alter und der Ver-

ffügbarkeit von Gebrauchtwaren durchgeführt. Es gab einen statistisch signifi-
 kanten Zusammenhang, $\chi^2(6)=14.25$, $p=.027$, $\varphi=0.19$. Ein Chi²-Test wurde
 zwischen dem Alter und der Verfügbarkeit eines ÖPNV durchgeführt. Es gab
 einen statistisch signifikanten Zusammenhang, $\chi^2(6)=23.62$, $p=.001$, $\varphi=0.25$.

*Tabelle 80: Zusammenhang zwischen dem Wissen über Konsumangebote und
 dem Alter in der Zielstichprobe „gerettete Lebensmittel“ (n=193), „Gebraucht-
 waren“ (n=194) und „ÖPNV“ (n=192)*

			Alter				
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	Gesamt
Geret- tete Le- bens- mittel	Gibt es hier.	Anzahl	7	12	15	20	54
		% von Alter	20.0 %	18.5 %	27.8 %	51.3 %	28.0 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	4	5	2	0	11
		% von Alter	11.4 %	7.7 %	3.7 %	0.0 %	5.7 %
	weiß nicht	Anzahl	24	48	37	19	128
		% von Alter	68.6 %	73.8 %	68.5 %	48.7 %	66.3 %
Gesamt		Anzahl	35	65	54	39	193
		% von Alter	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=17.98$, $p=.006$, $\varphi=0.22$.							
Ge- brauc htwa- ren	Gibt es hier.	Anzahl	21	47	36	29	133
		% von Alter	60.0 %	71.2 %	66.7 %	74.4 %	68.6 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	5	1	0	2	8
		% von Alter	14.3 %	1.5 %	0.0 %	5.1 %	4.1 %
	weiß nicht	Anzahl	9	18	18	8	53
		% von Alter	25.7 %	27.3 %	33.3 %	20.5 %	27.3 %
Gesamt		Anzahl	35	66	54	39	194
		% von Alter	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

			Alter				
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	Gesamt
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.25, p=.027, \varphi=0.19$.							
ÖPNV	Gibt es hier.	Anzahl	19	47	46	31	143
		% von Alter	54.3 %	72.3 %	85.2 %	81.6 %	74.5 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl	0	3	2	4	9
		% von Alter	0.0 %	4.6 %	3.7 %	10.5 %	4.7 %
	weiß nicht	Anzahl	16	15	6	3	40
		% von Alter	45.7 %	23.1 %	11.1 %	7.9 %	20.8 %
Gesamt		Anzahl	35	65	54	38	192
		% von Alter	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=23.62, p=.001, \varphi=0.25$.							

Quelle: Eigene Berechnung

Auffallend ist, wie oben bereits erwähnt, dass Unterschiede hinsichtlich der Herkunft ausschließlich Mobilitätsthemen betreffen. Konkret betrifft dies die Verfügbarkeit von Ruftaxis, E-Ladestationen und eines ÖPNV (Tabelle 81). Die Zielstichprobe gibt an, dass sie eher keine Kenntnis über die Verfügbarkeit von Ruftaxis in der Region Ingolstadt. Lediglich Teilnehmende aus Pfaffenhofen sagen, dass sie von der Verfügbarkeit wissen. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Verfügbarkeit von Ruftaxis durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=17.61, p=.007, \varphi=0.21$.

Hinsichtlich der Verfügbarkeit von E-Ladestationen ist sich die Mehrheit der in der Region Befragten sicher. Der Chi²-Test zwischen der Herkunft und der Verfügbarkeit von E-Ladestationen zeigt einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und dem Wissen über die Verfügbarkeit, $\chi^2(6)=16.87, p=.010, \varphi=0.21$. Demnach besteht im Landkreis Pfaffenhofen eher eine Unwissenheit bezüglich verfügbarer E-Ladestationen bei den Befragten.

Auch über die Verfügbarkeit eines ÖPNV ist sich die Zielstichprobe sehr sicher. Im Vergleich zu den E-Ladestationen lässt sich eine leicht höhere Un-

wissenheit in den Landkreisen Eichstätt und Neuburg-Schrobenhausen feststellen. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Verfügbarkeit eines ÖPNV durchgeführt. Der Zusammenhang zwischen der Herkunft und dem Wissen über die Verfügbarkeit ist statistisch signifikant, $\chi^2(6)=17.58, p=.007, \varphi=0.21$. Diese Ergebnisse lassen eine relativ heterogene Verteilung der Möglichkeiten zu einer nachhaltigen Mobilität vermuten.

Tabelle 81: Zusammenhang zwischen der Herkunft und dem Wissen über Konsumangebote in der Zielstichprobe „Ruftaxi/-bus“ (n=192), „E-Ladestationen“ (n=193) und „ÖPNV“ (n=192)

			Herkunft				Gesamt
			Land- kreis Eichstät t	Stadt In- golsta dt	Landkreis Neuburg- Schroben- hausen	Land kreis Pfäf- fenh- ofen	
Ruftaxi/-bus	Gibt es hier.	Anzahl % von Her- kunft	22 28.2 %	25 33.3 %	6 35.3 %	16 72.7 %	69 35.9 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl % von Her- kunft	14 17.9 %	8 10.7 %	3 17.6 %	0 0.0 %	25 13.0 %
	weiß nicht	Anzahl % von Her- kunft	42 53.8 %	42 56.0 %	8 47.1 %	6 27.3 %	98 51.0 %
Gesamt		Anzahl % von Her- kunft	78 100.0 %	75 100.0 %	17 100.0 %	22 100.0 %	192 100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=17.61, p=.007, \varphi=0.21$.							
E-Ladestationen	Gibt es hier.	Anzahl % von Her- kunft	66 83.5 %	72 96.0 %	14 82.4 %	14 63.6 %	166 86.0 %
	Gibt es hier nicht.	Anzahl % von Her- kunft	2 2.5 %	0 0.0 %	0 0.0 %	1 4.5 %	3 1.6 %

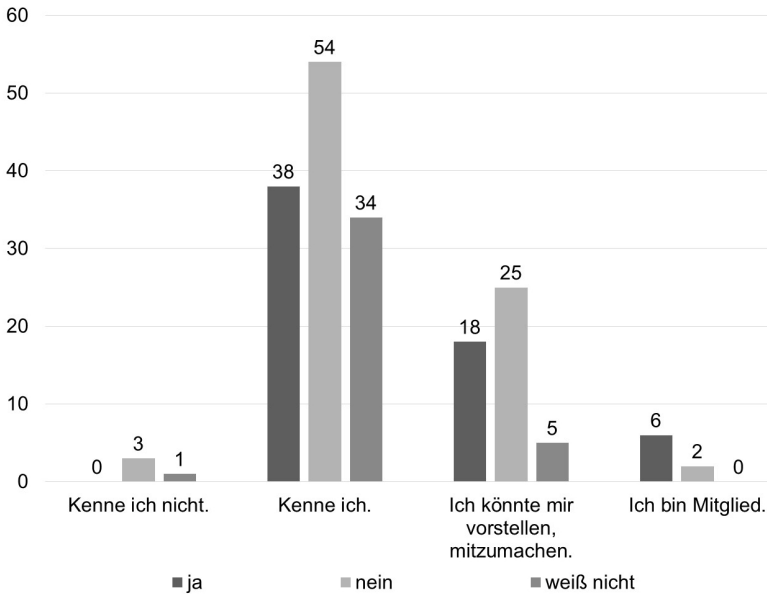
		Herkunft				Gesamt
		Land- kreis Eichstät t	Stadt In- golsta dt	Landkreis Neuburg- Schroben- hausen	Land kreis Pfaff- fenh- ofen	
weiß	Anzahl	11	3	3	7	24
nicht	% von Her- kunft	13.9 %	4.0 %	17.6 %	31.8 %	12.4 %
Gesamt	Anzahl	79	75	17	22	193
	% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=16.87, p=.010, \varphi=0.21$.						
ÖPNV	Anzahl	53	65	8	17	143
Gibt es hier.	% von Her- kunft	67.9 %	86.7 %	47.1 %	77.3 %	74.5 %
Gibt es hier nicht.	Anzahl	4	1	3	1	9
	% von Her- kunft	5.1 %	1.3 %	17.6 %	4.5 %	4.7 %
weiß	Anzahl	21	9	6	4	40
nicht	% von Her- kunft	26.9 %	12.0 %	35.3 %	18.2 %	20.8 %
Gesamt	Anzahl	78	75	17	22	192
	% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=17.58, p=.007, \varphi=0.21$.						

Quelle: Eigene Berechnung

Gastronomie

Die Kenntnis über nachhaltige Restaurants und Cafés in der Region korreliert lediglich mit der unabhängigen Variable FFF ($C=.27, p=.024$). Personen, die FFF nicht kennen, sagen, es gebe keine nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt (Abbildung 21).

Abbildung 21: Kenntnis über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt, gruppiert nach der Zugehörigkeit zu FFF in der Zielstichprobe (n=186)



Quelle: Eigene Berechnung

Mitglieder von FFF berichten übereinstimmend über eine nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt. Personen, die FFF kennen, sind eher unentschlossen, was die Verfügbarkeit nachhaltiger Gastronomie betrifft. Es gibt folglich einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft bei FFF und der Sensibilität für nachhaltige Gastronomie, wie der Chi²-Test zwischen der Zugehörigkeit zu FFF und der Verfügbarkeit nachhaltiger Gastronomie bestätigt ($\chi^2(6)=14.54, p=.024, \phi=0.28$, vgl. Anhang F 21).

7.2.2.2 Maßnahmen für die Region Ingolstadt

Zur Beantwortung der siebten forschungsleitenden Frage „*Welche Maßnahmen können sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen für sich und die Region Ingolstadt vorstellen?*“ gilt es zunächst herauszufinden, welche Aktionen und Angebote in der Region Ingolstadt wahrgenommen werden.

Angebote und Aktionen

Dazu wird den Teilnehmenden eine Zusammenfassung selbiger mit der Bitte um Beantwortung der Frage „Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung und Studium) schon mal teilgenommen?“ vorgelegt. Die Teilnehmenden antworteten in den Kategorien „Kenne ich nicht“, „Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen“, „Habe bereits teilgenommen“ und „Ich war an der Organisation beteiligt“. Abbildung 14 stellt die Ergebnisse dar. Die vollständige Häufigkeitsanalyse der einzelnen Angebote/Aktionen findet sich in Anhang C 20.

Das bekannteste Angebot in der vorliegenden Zielstichprobe sind Aktionen zum Naturschutz ($n=161$), Pflanzaktionen ($n=156$) und Führungen auf einem Biobauernhof ($n=155$). Während die meisten Personen bei der Organisation von Eine-Welt-Läden und Aktionen zum Naturschutz selbst aktiv sind, ist das niemand bei Urban Gardening. Am wenigsten bekannt sind den Befragten Repair-Cafés, gefolgt von Natur- und Wildniscamps und Lehrpfaden zum Thema nachhaltige Entwicklung. Die meisten der Teilnehmenden kennen zwar das Konzept von Urban Gardening, haben selbst aber noch nie an solchen Aktionen teilgenommen. Von den im Durchschnitt 193 Personen, die auf diese Fragen geantwortet haben, sind es maximal sechs Personen, die sich tatsächlich an der Organisation solcher Aktionen (Aktionen zum Naturschutz und Eine-Welt-Läden) beteiligen. Auffallend ist, dass bei allen außer zwei Aktionen (Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung und Besuch von Eine-Welt-Läden) der Anteil derer, die an den Aktionen teilgenommen haben, teilweise deutlich unter dem derer liegt, die verschiedenen Aktionen kennen. Noch deutlicher ist der Rückgang hinsichtlich der aktiven Beteiligung. Um bei vorliegenden Korrelationen mit den unabhängigen Variablen (vgl. Anhang F 1) etwaige Unterschiede zwischen den Gruppen herauszufinden, werden die entsprechenden Tests angewandt. Für die Beantwortung der forschungsleitenden Frage sowie für das Verfassen von Handlungsempfehlungen sind an dieser Stelle in erster Linie die Unterschiede der verschiedenen Berufsgruppen und der Herkunft von Interesse, weswegen diese mittels Chi²-Test untersucht werden. Die entsprechenden Kreuztabellen aller weiteren signifikanten Korrelationen befinden sich in Anhang F 10.

Hinsichtlich der Herkunft der Teilnehmenden lassen sich nur Unterschiede bei der Aktion „Führung auf einem Biobauernhof“ feststellen. Diese kennt die Hälfte der Zielstichprobe, in den Landkreisen Eichstätt und Pfaffenhofen nehmen jeweils mehr Personen daran teil als in den anderen beiden Kommunen (Tabelle 82). Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Führungen auf einem Biobauernhof durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Führungen auf einem Biobauernhof, $\chi^2(9)=21.41$, $p=.011$, $\varphi=0.19$.

Tabelle 82: Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Teilnahme an Aktionen in der Zielstichprobe „Führungen auf dem Biobauernhof“ (n=193)

			Herkunft				Gesamt
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- benhau- sen	Land- kreis Pfaffen- hofen	
Füh- run- gen auf dem Bio- bau- ern- hof	Kenne ich nicht.	An- zahl	15	18	4	0	37
		% von Her- kunft	19.0 %	23.7 %	25.0 %	0.0 %	19.2 %
	Kenne ich, habe aber noch nicht teilge- nom- men.	An- zahl	41	44	9	14	108
		% von Her- kunft	51.9 %	57.9 %	56.3 %	63.6 %	56.0 %
	Habe bereits teilge- nom- men.	An- zahl	23	14	2	6	45
		% von Her- kunft	29.1 %	18.4 %	12.5 %	27.3 %	23.3 %
	Ich war an der Organi- sation betei- ligt.	An- zahl	0	0	1	2	3
		% von Her- kunft	0.0 %	0.0 %	6.3 %	9.1 %	1.6 %

		Herkunft				Gesamt
		Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- benhau- sen	Land- kreis Pfaffen- hofen	
Gesamt	An- zahl	79	76	16	22	193
	% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(9)=21.41, p=.011, \varphi=0.19$.						

Quelle: Eigene Berechnung

Tabelle 83 zeigt die Ergebnisse der Kreuztabellen hinsichtlich der Aktionen, differenziert nach dem Beruf der Teilnehmenden. Ihr ist zu entnehmen, dass die Hälfte der Teilnehmenden zwar von der Möglichkeit, Lebensmittel zu retten, weiß, sich dahingehend aber nicht engagiert. Im Berufsleben stehende Personen kennen diese Möglichkeit am wenigsten. Ein Chi² -Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Aktionen zur Rettung von Lebensmitteln durchgeführt. Es gab einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Aktionen zur Rettung von Lebensmitteln, $\chi^2(6)=20.11, p=.003, \varphi=0.23$.

Tabelle 83: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Teilnahme an Aktionen in der Zielstichprobe „Lebensmittel retten“ (n=190), „Urban Gardening“ (n=190), „Natur- und Wildniscamps“ (n=190), „Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=190), „Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=190) und „Besuch von nachhaltigen Märkten und Messen“ (n=189)

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Lebensmit- tel retten	Kenne ich nicht.	Anzahl	41	9	9	59
		% von Beruf	46.6 %	12.5 %	52.9 %	31.1 %

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Kenne ich, habe aber nicht teil- genom- men.	Anzahl		45	45	6	96
	% von Beruf		44.6 %	62.5 %	35.3 %	50.5 %
Habe be- reits teil- genom- men.	Anzahl		13	16	2	31
	% von Beruf		12.9 %	22.2 %	11.8 %	16.3 %
Ich war an der Orga- nisation beteiligt.	Anzahl		2	2	0	4
	% von Beruf		2.0 %	2.8 %	0.0 %	2.1 %
Gesamt	Anzahl		101	72	17	190
	% von Beruf		100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(6)=20.11, p=.003, \varphi=0.23$.						
Urban Gar- dening (Gärtnern in der Stadt)	Kenne ich nicht.	Anzahl	57	20	5	82
	% von Beruf		56.4 %	27.8 %	29.4 %	43.2 %
	Kenne ich, habe aber nicht teil- genom- men.	Anzahl	44	49	11	104
	% von Beruf		43.6 %	68.1 %	64.7 %	54.7 %
	Habe be- reits teil- genom- men.	Anzahl	0	3	1	4
	% von Beruf		0.0 %	4.2 %	5.9 %	2.1 %
	Ich war an der Orga- nisation beteiligt.	Anzahl	57	20	5	82
	% von Beruf		56.4 %	27.8 %	29.4 %	43.2 %

		Beruf			Gesamt
		Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Gesamt	Anzahl	101	72	17	190
	% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(4)=18.49$, $p=.001$, $\varphi=0.22$.

Natur- und Wildnis- camps	Kenne ich nicht.	Anzahl	56	39	6	101
		% von Beruf	55.4 %	54.2 %	35.3 %	53.2 %
	Kenne ich, habe aber nicht teil- genom- men.	Anzahl	33	25	5	63
		% von Beruf	32.7 %	34.7 %	29.4 %	33.2 %
	Habe be- reits teil- genom- men.	Anzahl	12	8	5	25
		% von Beruf	11.9 %	11.1 %	29.4 %	13.2 %
	Ich war an der Orga- nisation beteiligt.	Anzahl	0	0	1	1
		% von Beruf	0.0 %	0.0 %	5.9 %	0.5 %
Gesamt		Anzahl	101	72	17	190
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=15.21$, $p=.019$, $\varphi=0.20$.

Fortbildun- gen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	45	19	7	71
		% von Beruf	44.6 %	26.4 %	41.2 %	37.4 %
	Kenne ich, habe aber nicht teil- genom- men.	Anzahl	37	44	5	86
		% von Beruf	36.6 %	61.1 %	29.4 %	45.3 %

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Habe be- reits teil- genom- men.	Anzahl	18	8	4	30	
	% von Beruf	17.8 %	11.1 %	23.5 %	15.8 %	
Ich war an der Orga- nisation beteiligt.	Anzahl	1	1	1	3	
	% von Beruf	1.0 %	1.4 %	5.9 %	1.6 %	
Gesamt	Anzahl	101	72	17	190	
	% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.52, p=.024, \varphi=0.20$.

Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	31	13	8	52
		% von Beruf	30.7 %	18.1 %	47.1 %	27.4 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	40	36	4	80
		% von Beruf	39.6 %	50.0 %	23.5 %	42.1 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	28	23	3	54
		% von Beruf	27.7 %	31.9 %	17.6 %	28.4 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	2	0	2	4
		% von Beruf	2.0 %	0.0 %	11.8 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	101	72	17	190
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=17.79, p=.007, \varphi=0.22$.

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	Kenne ich nicht.	Anzahl	19	9	1	29
		% von Beruf	18.8 %	12.5 %	6.3 %	15.3 %
	Kenne ich, habe aber nicht teil- genom- men.	Anzahl	45	46	5	96
		% von Beruf	44.6 %	63.9 %	31.3 %	50.8 %
	Habe be- reits teil- genom- men.	Anzahl	35	14	9	58
		% von Beruf	34.7 %	19.4 %	56.3 %	30.7 %
	Ich war an der Orga- nisation beteiligt.	Anzahl	2	3	1	6
		% von Beruf	2.0 %	4.2 %	6.3 %	3.2 %
Gesamt		Anzahl	101	72	16	189
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.49$, $p=.025$, $\varphi=0.20$.

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.49$, $p=.025$, $\varphi=0.20$.

Quelle: Eigene Berechnung

Das Gleiche gilt für Urban Gardening. Allerdings sind es hier die Schüler*innen, die diese Möglichkeit am wenigsten kennen. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Aktionen zum Urban Gardening durchgeführt. Es gab einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Aktionen zum Urban Gardening, $\chi^2(4)=18.49$, $p=.001$, $\varphi=0.22$.

Natur- und Wildniscamps kennt nur etwa die Hälfte der Zielstichprobe. Etwa ein Drittel der im Berufsleben stehenden Personen hat schon einmal daran teilgenommen. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Natur- und Wildniscamps durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Natur- und Wildniscamps, $\chi^2(6)=15.21$, $p=.019$, $\varphi=0.20$.

Studierenden ist das Angebot von Fortbildungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung am präsentesten. Unter den Personen, die daran bereits teil-

genommen haben, sind im Berufsleben stehende Personen am meisten repräsentiert. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Fortbildungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Fortbildungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung, $\chi^2(6)=14.52$, $p=.024$, $\phi=0.20$.

Veranstaltungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung kennen Schüler*innen und Studierende eher als Personen, die im Berufsleben stehen. Studierende nehmen eher daran teil als die anderen beiden Gruppen. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Veranstaltungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung durchgeführt. Es gab einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Veranstaltungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung, $\chi^2(6)=17.79$, $p=.007$, $\phi=0.22$.

Die Hälfte der Zielstichprobe kennt nachhaltige Messen und Märkte. Über die Hälfte der im Berufsleben stehenden Personen hat bereits daran teilgenommen, während es in den anderen beiden Gruppen deutlich weniger Personen sind. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von nachhaltigen Märkten und Messen durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung nachhaltiger Messen und Märkte, $\chi^2(6)=14.49$, $p=.025$, $\phi=0.20$.

Gruppen

Die Wahrnehmung und Teilhabe von nachhaltigkeitsaffinen Organisationen und Gruppierungen innerhalb der Region Ingolstadt lässt sich ebenfalls unter die Maßnahmen für die Region Ingolstadt fassen. Abbildung 15 zeigt die Verteilung der Antworten auf die Frage „*Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehreren der folgenden Gruppen?*“. Die vollständigen Häufigkeitstabellen finden sich in Anhang C 21. Neben den Nachhaltigkeitsinitiativen der Region, „fairEInt“ und „IN-Zukunft“, ist es der ADFC, der den Teilnehmenden kaum bekannt ist. Mit 97.8 % ist „Fridays for Future“ die innerhalb der Zielstichprobe zum einen bekannteste Gruppe und mit 25.8 % auch diejenige, bei der sich die meisten vorstellen könnten, mitzumachen. Die mit Abstand meisten aktiven Mitglieder innerhalb der Zielstichprobe fallen auf den DAV, gefolgt von FFF und Greenpeace.

Um bei vorliegenden Korrelationen mit den unabhängigen Variablen (vgl. Anhang F 1) etwaige Unterschiede zwischen den Gruppen herauszufinden, werden die entsprechenden Tests (Chi²-Test) angewandt. Für die Beantwortung der forschungsleitenden Frage sowie für das Verfassen von Handlungsempfehlungen sind an dieser Stelle in erster Linie die Unterschiede der verschiedenen Berufsgruppen (Tabelle 84) und der Herkunft (Tabelle 85) von In-

teresse, weswegen diese mittels Chi²-Test untersucht werden. Die entsprechenden Kreuztabellen aller weiteren signifikanten Korrelationen finden sich in Anhang F 13.

Die Mehrheit der Befragten kennt Amnesty International; die Hälfte der Schüler*innen nicht (Tabelle 84). Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Amnesty International durchgeführt. Es gab einen statistisch hoch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Amnesty International, $\chi^2(6)=21.23$, $p=.002$, $\phi=0.24$.

Zwei Drittel der Teilnehmenden kennen FFF. Ein Drittel der Schüler*innen könnte sich vorstellen, mitzumachen. Sie sind die bei FFF aktivste Gruppe unter den drei Berufsgruppen. Ein Chi²-Test zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von FFF ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang, $\chi^2(6)=15.15$, $p=.019$, $\phi=0.20$.

Tabelle 84: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Gruppen in der Zielstichprobe „Amnesty International“ (n=187), „Fridays for Future“ (n=183), „Greenpeace“ (n=187), und „Studentische Initiativen“ (n=188)

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Amne- sty In- terna- tional	Kenne ich nicht.	Anzahl	54	16	6	76
		% von Beruf	54.5 %	22.5 %	35.3 %	40.6 %
	Kenne ich.	Anzahl	32	47	9	88
		% von Beruf	32.3 %	66.2 %	52.9 %	47.1 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	12	7	2	21
		% von Beruf	12.1 %	9.9 %	11.8 %	11.2 %
	Ich bin Mit- glied.	Anzahl	1	1	0	2
		% von Beruf	1.0 %	1.4 %	0.0 %	1.1 %
Gesamt		Anzahl	99	71	17	187
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=21.23$, $p=.002$, $\phi=0.24$.

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Fridays for Fu- ture	Kenne ich nicht.	Anzahl	3	1	0	4
		% von Beruf	3.1 %	1.4 %	0.0 %	2.2 %
	Kenne ich.	Anzahl	55	54	14	123
		% von Beruf	56.7 %	78.3 %	82.4 %	67.2 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	35	12	1	48
		% von Beruf	36.1 %	17.4 %	5.9 %	26.2 %
	Ich bin Mit- glied.	Anzahl	4	2	2	8
		% von Beruf	4.1 %	2.9 %	11.8 %	4.4 %
Gesamt		Anzahl	97	69	17	183
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=15.15, p=.019, \varphi=0.20$.						
Green- peace	Kenne ich nicht.	Anzahl	10	1	2	13
		% von Beruf	10.0 %	1.4 %	11.8 %	7.0 %
	Kenne ich.	Anzahl	64	60	13	137
		% von Beruf	64.0 %	85.7 %	76.5 %	73.3 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	24	7	1	32
		% von Beruf	24.0 %	10.0 %	5.9 %	17.1 %
	Ich bin Mit- glied.	Anzahl	2	2	1	5
		% von Beruf	2.0 %	2.9 %	5.9 %	2.7 %
Gesamt		Anzahl	100	70	17	187
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.58, p=.024, \varphi=0.20$.						

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufs- leben	
Stu- denti- sche Initia- tiven	Kenne ich nicht.	Anzahl	94	25	13	132
		% von Beruf	94.0 %	35.2 %	76.5 %	70.2 %
	Kenne ich.	Anzahl	6	31	3	40
		% von Beruf	6.0 %	43.7 %	17.6 %	21.3 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	10	0	10
		% von Beruf	0.0 %	14.1 %	0.0 %	5.3 %
	Ich bin Mit- glied.	Anzahl	0	5	1	6
		% von Beruf	0.0 %	7.0 %	5.9 %	3.2 %
Gesamt		Anzahl	100	71	17	188
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=71.70$, $p=.001$, $\varphi=0.44$.

Quelle: Eigene Berechnung

Knapp drei Viertel der Teilnehmenden kennen Greenpeace, die meisten aktiven Mitglieder finden sich unter im Berufsleben stehenden Personen. Ein Chi²-Test zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von Greenpeace ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang, $\chi^2(6)=14.58$, $p=.024$, $\varphi=0.20$.

Schüler*innen und im Berufsleben stehende Personen kennen studentische Initiativen kaum. Auch bei Studierenden wissen mehr als ein Drittel nicht von deren Existenz. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung von studentischen Initiativen ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Wahrnehmung studentischer Initiativen, $\chi^2(6)=71.69$, $p=.001$, $\varphi=0.44$.

Students for Future kennen weniger als die Hälfte der Befragten (Tabelle 85). In Eichstätt ist die Gruppe noch am bekanntesten. Innerhalb der Zielstichprobe leben alle aktiven Mitglieder von Students for Future in Eichstätt. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Students for Future durchgeführt, der einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Students for Future, $\chi^2(9)=18.11$, $p=.034$, $\varphi=0.18$, ergab.

Tabelle 85: Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von Gruppen in der Zielstichprobe „Students for Future“ (n=186), „Landesbund für Vogelschutz“ (n=189) und „fairEInt“ (n=192)

			Herkunft				
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen	Gesamt
Stu- dents for Fu- ture	Kenne ich nicht.	An- zahl	33	51	6	12	102
		% von Her- kunft	43.4 %	68.0 %	42.9 %	57.1 %	54.8 %
	Kenne ich.	An- zahl	26	19	4	8	57
		% von Her- kunft	34.2 %	25.3 %	28.6 %	38.1 %	30.6 %
	Ich könnte mir vor- stel- len, mitzu- ma- chen.	An- zahl	14	5	4	1	24
		% von Her- kunft	18.4 %	6.7 %	28.6 %	4.8 %	12.9 %
	Ich bin Mit- glied.	An- zahl	3	0	0	0	3
		% von Her- kunft	3.9 %	0.0 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %
Gesamt		An- zahl	76	75	14	21	186

			Herkunft				
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen	Gesamt
			% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.11$, $p=.034$, $\varphi=0.18$.							
Land- des- bund für Vogel- schutz	Kenne ich nicht.	An- zahl	23	34	9	2	68
		% von Her- kunft	29.9 %	44.7 %	64.3 %	9.1 %	36.0 %
	Kenne ich.	An- zahl	43	37	3	19	102
		% von Her- kunft	55.8 %	48.7 %	21.4 %	86.4 %	54.0 %
	Ich könnte mir vor- stel- len, mitzu- ma- chen.	An- zahl	8	5	2	0	15
		% von Her- kunft	10.4 %	6.6 %	14.3 %	0.0 %	7.9 %
	Ich bin Mit- glied.	An- zahl	3	0	0	1	4
		% von Her- kunft	3.9 %	0.0 %	0.0 %	4.5 %	2.1 %
Gesamt		An- zahl	77	76	14	22	189

			Herkunft				Gesamt
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen	
			% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(9)=24.31, p=.004, \varphi=0.21$.							
fai- rEInt	Kenne- ich nicht.	An- zahl	70	73	12	22	177
		% von Her- kunft	88.6 %	96.1 %	80.0 %	100.0 %	92.2 %
	Kenne- ich.	An- zahl	9	3	3	0	15
		% von Her- kunft	11.4 %	3.9 %	20.0 %	0.0 %	7.8 %
Gesamt		An- zahl	79	76	15	22	192
		% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(3)=7.94, p=.047, \varphi=0.20$.							

Quelle: Eigene Berechnung

Der Landesbund für Vogelschutz ist eher mäßig bekannt. In Pfaffenhofen ist er deutlich bekannter als in Neuburg-Schrobenhausen. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung des Landesbunds für Vogelschutz durchgeführt. Er ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung des Landesbunds für Vogelschutz, $\chi^2(9)=24.31, p=.004, \varphi=0.21$.

Letztlich kennt in der Zielstichprobe kaum jemand die Initiative fairEInt. Am ehesten kennen sie Personen in Eichstätt und Neuburg-Schrobenhausen. Ein Chi²-Test zwischen der Herkunft und der Wahrnehmung von fairEInt

ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang, $\chi^2(3)=7.94$, $p=.047$, $\phi=0.20$.

Abschließend ist es interessant zu erwähnen, dass es mit einem mittleren Effekt von $\eta=.43$ ($p=.001$, vgl. Anhang H 11) einen Unterschied hinsichtlich der Affinität zu anderen nachhaltigkeitsorientierten Gruppen ausmacht, inwieweit Personen FFF zugewandt sind.

Angebote/Aktionen und Gruppen, die auf nachhaltigen Konsum hindeuten

Eine Reihe von Angeboten und Aktionen sowie die Gruppen Foodsharing, Pro Veg und Slowfood weisen auf Aspekte eines nachhaltigen Konsums hin. Daher seien an dieser Stelle diejenigen aufgeführt, bei denen besonders viele Personen angegeben haben, bereits teilgenommen zu haben oder gar an der Organisation beteiligt gewesen zu sein. Bei Foodsharing sind dies 24.6 % ($n=191$). Bei den Aktionen Lebensmittel retten (18.2 %, $n=193$), Upcycling (16.6 %, $n=193$), Besuch von nachhaltigen Märkten und Messen (33.3 %, $n=192$) und dem Besuch von Eine-Welt-Läden (54.7 %, $n=192$) haben jeweils die meisten Personen aktiv teilgenommen/mitorganisiert. Die vollständigen Häufigkeitstabellen finden sich in Anhang C 20.

Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops

Die im Rahmen der beiden vorbereitenden Workshops für die Region Ingolstadt entwickelten Maßnahmen (vgl. Kapitel 3.2) wurden bei der Erhebung einer breiteren Stichprobe vorgelegt, um zu prüfen, wie wichtig sie diese finden. Die Zusammenfassung der Ergebnisse der Zielstichprobe zeigt Abbildung 17 in Kapitel 7.2.1.2. Die vollständigen Häufigkeitsanalysen finden sich in Anhang C 22. Zur Beantwortung der siebten forschungsleitenden Frage werden die einzelnen Items der Abfrage zur Zukunftswerkstatt auf Korrelationen mit den unabhängigen Variablen geprüft. Anhang F 1 zeigt die Korrelationen der Einzelitems mit den unabhängigen Variablen. Diese Korrelationen sind teils hoch signifikant, aber da die Testvariable nicht stetig ist, lassen sich in den meisten Fällen keine Gruppenunterschiede berechnen. Für die Beantwortung der forschungsleitenden Frage sowie für das Verfassen von Handlungsempfehlungen sind an dieser Stelle in erster Linie die Unterschiede der verschiedenen Berufsgruppen und der Herkunft von Interesse, weswegen diese mittels Chi²-Test untersucht werden. Die entsprechenden Kreuztabellen aller weiteren signifikanten Korrelationen finden sich in Anhang F 16 bis Anhang F 18.

Bei vier der Maßnahmen lassen sich Unterschiede hinsichtlich des Berufs feststellen: der Verfügbarkeit von Bio-Produkten, der Entzerrung des Verkehrs, der Mitsprache Jugendlicher bei politischen Entscheidungen und der Vorbildfunktion (Tabelle 86).

Tabelle 86: Zusammenhang zwischen dem Beruf und den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops in der Zielstichprobe „Bio-Produkte“ (n=191), „Verkehrsentserrung“ (n=189), „Mitsprache“ (n=190) und „Vorbildfunktion“ (n=189)

			Beruf			
			Schule	Stu- dium	Berufsle- ben	Gesamt
Es sollte vermehrt Bio-Pro- dukte ge- ben.	Nicht wichtig	Anzahl	6	3	0	9
		% von Beruf	5.9 %	4.2 %	0.0 %	4.7 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	4	11	2	17
		% von Beruf	3.9 %	15.3 %	11.8 %	8.9 %
	Eher wichtig	Anzahl	28	27	9	64
		% von Beruf	27.5 %	37.5 %	52.9 %	33.5 %
	Wichtig	Anzahl	64	31	6	101
		% von Beruf	62.7 %	43.1 %	35.3 %	52.9 %
Gesamt		Anzahl	102	72	17	191
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.99, p=.020, \varphi=0.20$.						
Der Ver- kehr sollte durch ver- setzten Schulstart und die Möglich- keit zum Home- Office entzerrt werden.	Nicht wichtig	Anzahl	8	2	1	11
		% von Beruf	8.0 %	2.8 %	5.9 %	5.8 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	18	22	3	43
		% von Beruf	18.0 %	30.6 %	17.6 %	22.8 %
	Eher wichtig	Anzahl	48	25	3	76
		% von Beruf	48.0 %	34.7 %	17.6 %	40.2 %
	Wichtig	Anzahl	26	23	10	59
		% von Beruf	26.0 %	31.9 %	58.8 %	31.2 %
Gesamt		Anzahl	100	72	17	189
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.31, p=.026, \varphi=0.20$.						

			Beruf			Gesamt
			Schule	Stu- dium	Berufsle- ben	
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Nicht wichtig	Anzahl	2	5	2	9
		% von Beruf	2.0 %	6.9 %	12.5 %	4.7 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	10	17	4	31
		% von Beruf	9.8 %	23.6 %	25.0 %	16.3 %
	Eher wichtig	Anzahl	32	30	4	66
		% von Beruf	31.4 %	41.7 %	25.0 %	34.7 %
	Wichtig	Anzahl	58	20	6	84
		% von Beruf	56.9 %	27.8 %	37.5 %	44.2 %
Gesamt		Anzahl	102	72	16	190
		% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=20.19, p=.003, \varphi=0.23$.

Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Nicht wichtig	Anzahl	1	3	2	6
		% von Beruf	1.0 %	4.2 %	11.8 %	3.2 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	13	4	4	21
		% von Beruf	13.0 %	5.6 %	23.5 %	11.1 %
	Eher wichtig	Anzahl	34	22	6	62
		% von Beruf	34.0 %	30.6 %	35.3 %	32.8 %
	Wichtig	Anzahl	52	43	5	100
		% von Beruf	52.0 %	59.7 %	29.4 %	52.9 %
Gesamt	Anzahl	100	72	17	189	
	% von Beruf	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=12.95, p=.044, \varphi=0.19$.

Quelle: Eigene Berechnung

Die Verfügbarkeit von Bio-Produkten wird von der Zielstichprobe als „eher wichtig“ bis „wichtig“ eingestuft, wobei die Schüler*innen diese Maßnahme am höchsten bewerten. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Bewertung der Verfügbarkeit von Bio-Produkten durchgeführt, der einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Bewertung der Verfügbarkeit von Bio-Produkten, $\chi^2(6)=14.99, p=.020, \varphi=0.20$, ergab.

Die Entzerrung des Verkehrs findet die Mehrheit „eher wichtig“, gefolgt von „wichtig“. Es sind die Schüler*innen, die sich hier tendenziell für „eher

wichtig“ entscheiden. Im Berufsleben stehende Personen finden diese Maßnahme wichtig. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Bewertung der Verkehrsentzerrung durchgeführt. Es gab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Bewertung der Verkehrsentzerrung, $\chi^2(9)=22.44, p=.008, \phi=0.20$.

Mehr Mitsprache von Jugendlichen bei Entscheidungen findet die Mehrheit der Befragten wichtig. Hier sind es insbesondere die Schüler*innen, die diese Maßnahme als wichtig bewerten. Studierende schätzen diese Maßnahme als „eher wichtig“ ein. Ein Chi²-Test wurde zwischen dem Beruf und der Bewertung der Mitsprache durchgeführt, der einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Bewertung der Mitsprache Jugendlicher bei politischen Entscheidungen, $\chi^2(9)=20.85, p=.013, \phi=0.23$, ergab.

Das Einnehmen von Vorbildfunktionen hinsichtlich eines nachhaltigen Lebensstils wird von Studierenden und Schüler*innen als „eher wichtig“ bis „wichtig“ bewertet, wobei die Studierenden sie als wichtiger einstufen als die Schüler*innen. Im Berufsleben stehende Personen bewerten diese Maßnahme als „eher wichtig“. Ein Chi²-Test zwischen dem Beruf und der Bewertung des Einnehmens von Vorbildfunktionen bei einem nachhaltigen Lebensstil ergab einen signifikanten, $\chi^2(6)=12.95, p=.044, \phi=0.19$, Zusammenhang.

Wie die Teilnehmenden die Maßnahmen „Bewusster Konsum“ und „Vermeidung der Trinkwasserverschmutzung“ (Tabelle 87) bewerten, wird von ihrer Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt beeinflusst.

Tabelle 87: Zusammenhang zwischen der Herkunft und den Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops in der Zielstichprobe „bewusster Konsum“ (n=194) und „Trinkwasser“ (n=193)

			Herkunft				Gesamt
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen	
Es sollte	Nicht	An-	1	1	1	3	6
bewuss-	wich-	zahl					
ter ein-	tig	%	1.3 %	1.3 %	6.3 %	13.6 %	3.1 %
gekauft		von					
werden		Herk-					
(Bio- und		kunft					

			Herkunft				Gesamt
			Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen	
Unver- packt-Lä- den, Se- cond- hand und Tausch- börsen).	Eher nicht wich- tig	An- zahl	8	8	0	1	17
		% von Her- kunft	10.1 %	10.4 %	0.0 %	4.5 %	8.8 %
	Eher wich- tig	An- zahl	20	33	6	7	66
		% von Her- kunft	25.3 %	42.9 %	37.5 %	31.8 %	34.0 %
	Wich- tig	An- zahl	50	35	9	11	105
		% von Her- kunft	63.3 %	45.5 %	56.3 %	50.0 %	54.1 %
Gesamt	An- zahl	79	77	16	22	194	
	% von Her- kunft	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.32, p=.032, \varphi=0.18$.							
Das Trink- wasser sollte weniger	Nicht wich- tig	An- zahl	0	3	0	0	3
		% von Her- kunft	0.0 %	3.9 %	0.0 %	0.0 %	1.6 %

		Herkunft				Gesamt	
		Land- kreis Eichstätt	Stadt In- golstadt	Land- kreis Neu- burg- Schro- ben- hausen	Land- kreis Pfaffen- hofen		
ver- schmutzt werden.	Eher nicht wich- tig	An- zahl % von Her- kunft	1 1.3 %	0 0.0 %	1 6.3 %	0 0.0 %	2 1.0 %
	Eher wich- tig	An- zahl % von Her- kunft	8 10.1 %	3 3.9 %	1 6.3 %	5 22.7 %	17 8.8 %
	Wich- tig	An- zahl % von Her- kunft	70 88.6 %	70 92.1 %	14 87.5 %	17 77.3 %	171 88.6 %
	Gesamt	An- zahl % von Her- kunft	79 100.0 %	76 100.0 %	16 100.0 %	22 100.0 %	193 100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=17.45$, $p=.042$, $\varphi=0.17$.							

Quelle: Eigene Berechnung

Den bewussten Konsum findet die Mehrheit über alle Gruppen hinweg wichtig. Den deutlichsten Unterschied zeigen hier Personen aus dem Landkreis Eichstätt, bei denen deutlich mehr Personen diese Maßnahme mit „wichtig“ gegenüber „eher wichtig“ bewerten. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Her-

kunft und der Bewertung der Bedeutung des bewussten Konsums durchgeführt, der einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Bewertung, $\chi^2(9)=18.32$, $p=.032$, $\phi=0.18$, ergab.

Die Vermeidung der Trinkwasserverschmutzung bewerten insgesamt noch deutlich mehr Personen als wichtig. Besonders treten hier Personen aus der Stadt Ingolstadt hervor. Ein Chi²-Test wurde zwischen der Herkunft und der Bewertung der Vermeidung von Trinkwasserverschmutzung ergab einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen der Herkunft und der Bewertung, $\chi^2(9)=17.45$, $p=.042$, $\phi=0.17$.

Verantwortlichkeit für die Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops

Die Befragten wurden bei allen Maßnahmen, die sie als „eher wichtig“ oder „wichtig“ bewerteten, anschließend vor die Frage gestellt, wer denn für die Umsetzung der Maßnahmen am ehesten verantwortlich sei: jede*r Einzelne, die Politik, die Wirtschaft oder andere. Über die Zielstichprobe hinweg wurden somit nicht alle Maßnahmen allen Proband*innen zur Verantwortungszuschreibung vorgelegt (Tabelle 88).

Die gesamte Häufigkeitsanalyse findet sich in Anhang C 23. Der Wirtschaft wird in nur drei Fällen die primäre Verantwortlichkeit für die Umsetzung der Maßnahmen zugeschrieben. Für 14 der Maßnahmen sieht die Zielstichprobe die Politik hauptverantwortlich und für zehn Maßnahmen sich selbst in der Verantwortung. Bei der Maßnahme „Neue Lebensformen (z. B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen“ kann sich die Zielstichprobe nicht entscheiden, ob sie selbst oder doch die Politik am ehesten zuständig sind. Diejenigen Maßnahmen, bei denen die junge Generation nicht sich selbst in der Verantwortung sieht, sondern in erster Linie die Politik oder die Wirtschaft, sind Tabelle 88 zu entnehmen und weisen darauf hin, wo sich die junge Generation Unterstützung bei der Ausgestaltung eines nachhaltigeren Lebensstils wünscht.

Zusammengefasst gilt es festzuhalten, dass die Zielstichprobe bei der Entwicklung eines nachhaltigeren Lebensstils in den Punkten Abschaffung der Massentierhaltung, Aufhalten des Artensterbens, multifunktionale Flächennutzung, Gestaltung von Ausgleichsflächen, Trinkwasserschutz, mehr Raum für BNE, mehr Möglichkeiten, theoretisch Gelerntes in der Praxis zu erproben, Alltagsorientierung der Bildungsinhalte, Ausbau des Bus- und Bahnnetzes, Entzerrung des Verkehrs, Mobilitätswende, Förderung von E-Mobilität, mehr Mitsprache für die Jugend und Förderung von Mehrgenerationenhäusern Unterstützung von der Politik wünscht. Bei dem Anteil von Bio-Produkten auf dem Markt, der Preispolitik und der Verhinderung von Überproduktion wünscht sie sich Unterstützung von der Wirtschaft.

Tabelle 88: Verantwortlichkeiten für die Maßnahmen aus den beiden vorbereitenden Workshops in der Zielstichprobe (n=119–184)

	Zuständigkeit	Anteil	n
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Die Politik	42.1 %	178
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Die Wirtschaft	46.3 %	164
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Die Wirtschaft	61.6 %	151
Überproduktion sollte verhindert werden.	Die Wirtschaft	67.0 %	176
Neue Lebensformen (z. B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Die Politik	41.1 %	146
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Die Politik	66.3 %	181
Flächen sollten multifunktional genutzt werden (z. B. durch die Kombination von Lebensmittelproduktion und Naherholung).	Die Politik	48.7 %	158
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Die Politik	54.9 %	162
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.	Die Politik	42.9 %	184
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Die Politik	84.4 %	173
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.	Die Politik	65.5 %	171
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Die Politik	72.6 %	175
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Die Politik	81.0 %	179
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Die Politik	72.9 %	133
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Die Politik	55.5 %	119
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Die Politik	61.3 %	119

	Zuständigkeit	Anteil	n
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Die Politik	85.9 %	149
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Die Politik	57.5 %	120

Quelle: Eigene Berechnung

Äquivalent zur Untersuchung bei den Gruppenunterschieden bei den Maßnahmen der beiden vorbereitenden Workshops selbst werden die Unterschiede zwischen den Gruppen hinsichtlich der Verantwortungszuschreibung dieser Maßnahmen untersucht. Diese Auswertung wird bereits in Kapitel 7.2.1.5 zur Selbstwirksamkeitserwartung dargestellt.

7.3 Nachhaltigkeitsbewusstsein, Selbstwirksamkeitserwartung und nachhaltige Entwicklung in Theorie und Praxis

Um Hinweise formulieren zu können, wie sich die Steigerung des nachhaltigen Konsums unterstützen lässt (vgl. Kapitel 10), ist es hilfreich zu betrachten, wie sich die theoretische oder praktische Berührung mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung in Schule, Ausbildung, Studium und Beruf auf das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Selbstwirksamkeitserwartung auswirkt. Tabelle 89 zeigt die Häufigkeitsverteilung dieser beiden Variablen. Demnach kam die Mehrheit der Teilnehmenden schon einmal mit Themen der nachhaltigen Entwicklung in Berührung. Auf theoretischer Ebene sind dies mehr als auf praktischer.

Tabelle 89: Deskriptive Befunde der Berührungspunkte mit den Themen einer nachhaltigen Entwicklung

	Theorie	Praxis
ja	81.2 %	75.3 %
nein	18.8 %	24.7 %
n	186	174

Quelle: Eigene Berechnung

Diese beiden Variablen werden nun auf Korrelationen mit den Variablen des CADM geprüft (vgl. Anhang H 8). Hier korrelieren lediglich die theoretischen

Erfahrungen mit nachhaltiger Entwicklung mit den PN (persönliche Normen, $r=.15$, $p=.004$) und AR (Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung, $r=.11$, $p=.013$). Die Effekte sind in beiden Fällen schwach. Ein Zusammenhang zwischen der Berührung mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung und der Ausbildung eines Nachhaltigkeitsbewusstseins sowie der Selbstwirksamkeitserwartung scheint also nicht zu bestehen; jedoch zur Ausbildung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen und der Verantwortungszuschreibung beim Konsum von Kleidung [AR].

8 Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen

In diesem Kapitel werden die zentralen Erkenntnisse der Studie dargelegt, indem zunächst die Ergebnisse bezogen auf die forschungsleitenden Fragen zusammengefasst werden und anschließend die zentrale Forschungsfrage beantwortet wird (Kapitel 8.1). Zur Abrundung wird eine Regressionsanalyse anhand des CADM durchgeführt, um die Zusammenhänge der Ergebnisse zu beschreiben (Kapitel 8.2).

8.1 Zusammenfassung der Ergebnisse und Beantwortung der zentralen Forschungsfrage

Auswertung der Skalen, orientiert an den Variablen des CAMD

Die Darstellung des Zusammenhangs zwischen dem Nachhaltigkeitsbewusstsein und der Bereitschaft zum nachhaltigen (Konsum-)Verhalten sowie weiterer das (Konsum-)Verhalten beeinflussender Variablen – persönliche Normen und Selbstwirksamkeitserwartung – führt zur Beantwortung der zentralen Fragestellung *„Wie stark sind das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt ausgeprägt?“*. Dieser Bereitschaft zum nachhaltigen (Konsum-)Verhalten wurde die Einschätzung der eigenen Lebenszufriedenheit gegenübergestellt.

Darüber hinaus wurden in der vorliegenden Studie die Möglichkeiten zum nachhaltigen Konsum in der Region Ingolstadt untersucht, da davon ausgegangen werden kann, dass diese das Verhalten beeinflussen. Je einfacher ein nachhaltiger Konsum umzusetzen ist, desto eher sind Personen dazu bereit.

Das **Nachhaltigkeitswissen** als eine Komponente des Nachhaltigkeitsbewusstseins wurde mit zwei Skalen gemessen – einmal im Sinne eines Bewusstseins über die Konsequenzen des eigenen Handelns und zudem im Sinne einer Verantwortungszuschreibung dieser Konsequenzen – und wird von der Zielstichprobe als verhältnismäßig hoch eingeschätzt, wobei ihnen besonders die soziale Dimension der Nachhaltigkeit wichtig ist. Über das innerhalb der Zielstichprobe am stärksten ausgeprägte Nachhaltigkeitswissen verfügen die Schüler*innen und Personen, die sich vorstellen könnten, bei Fridays for Future [FFF] mitzumachen. Außerdem bewerten weibliche Teilnehmende ihr Nachhaltigkeitswissen (sowohl AC als auch AR) signifikant höher als männliche. Die Zugewandtheit zu FFF spielt beim Berichten über Nachhaltigkeitswissen

eine größere Rolle als die Berufsgruppen (Schüler*innen, Studierende, Auszubildende oder Berufstätige) der Teilnehmenden. Ihr Nachhaltigkeitswissen im Sinne der Verantwortungszuschreibung für Konsequenzen (nicht) nachhaltiger Konsumententscheidungen, operationalisiert am Beispiel des Konsums von Kleidung, schätzt die Zielstichprobe eher mittelmäßig ein und somit geringer als das Nachhaltigkeitswissen allgemein.

Ergänzende Abfragen zu den Gegebenheiten in der Region Ingolstadt ergeben: Eher niedrigschwellige Angebote zum Mitmachen oder zur Information über nachhaltigkeitsrelevante Themen sind in der Zielstichprobe bekannter als Angebote, bei denen ein bestimmtes Können vorausgesetzt ist. So kennen beispielsweise sehr viele der Teilnehmenden Aktionen zum Naturschutz, aber nur wenige Repair-Cafés. Zu den bekanntesten Gruppen zählen die drei national und international agierenden Gruppen FFF, Greenpeace und der BUND. Die Zielstichprobe kennt Möglichkeiten, sich mit nachhaltigen Lebensmitteln zu versorgen, weiß aber nicht, dass sie nachhaltige Kleidung und Schuhe, Schmuck und Accessoires sowie Möbel in der Region Ingolstadt erwerben kann.

Ihre **Nachhaltigkeitseinstellungen** schätzt die Zielstichprobe etwas geringer ein als ihr Nachhaltigkeitswissen. Dieser Wert wird dennoch als verhältnismäßig hoch bewertet. Ähnlich wie beim Nachhaltigkeitswissen ist der Zielstichprobe auch hier die soziale Dimension der Nachhaltigkeit am wichtigsten. Wie beim Nachhaltigkeitswissen sind es Personen, die sich aktiv mit einer Mitgliedschaft bei FFF auseinandersetzen, die über die am stärksten ausgeprägten Nachhaltigkeitseinstellungen verfügen; gefolgt von den Mitgliedern und denjenigen, die FFF kennen. Bei der Ausbildung von Nachhaltigkeitseinstellungen spielt die Auseinandersetzung mit FFF eine noch deutlichere Rolle als bei der Ausbildung von Nachhaltigkeitswissen.

Dies widerspricht sich jedoch mit der Bewertung der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops, die in ergänzenden Abfragen zu den Gegebenheiten erfasst wurden. Hier haben die befragten Personen eine besondere Affinität zur Ressourcenschonung und zum Schutz der biologischen Vielfalt, indem sie die Maßnahmen „Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden“, „Plastikverpackungen sollten vermieden werden“ und „Das Artensterben sollte aufgehalten werden“ als am wichtigsten einstufen. Am wenigsten relevant sind für sie Mobilitätsthemen und Mehrgenerationenhäuser.

Im Vergleich zu ihrem Nachhaltigkeitswissen und ihren Nachhaltigkeitseinstellungen bewertet die Zielstichprobe ihre **nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen** als deutlich geringer ausgeprägt. Auch wenn hier zwei der drei Items der sozialen Dimension der Nachhaltigkeit am höchsten innerhalb der gesamten Skala bewertet wurden, ist die ökologische Dimension im Mittel noch höher bewertet (vgl. Anhang C 5) und damit die Bereitschaft zu einem nachhaltigen Konsum in diesem Bereich verhältnismäßig hoch. Die Ältesten der Zielstichprobe verfügen über die höchsten Verhaltensintentionen.

Ihr Wert liegt deutlich über dem Skalenmittelwert. Nach ihnen haben die Jüngsten die nächsthöheren Verhaltensintentionen. Im Gegensatz zu den beiden vorausgegangenen Fällen ist es im Falle der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen so, dass Mitglieder von FFF diese als am stärksten ausgeprägt berichten. Ihnen folgen Personen, die sich vorstellen können, Mitglied zu werden und Personen, die FFF kennen. Personen, denen FFF unbekannt ist, verfügen über die am schwächsten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen.

Ergänzende Abfragen zu den Gegebenheiten in der Region Ingolstadt ergeben: Angebote zum nachhaltigen Konsum werden insbesondere dann angenommen, wenn es darum geht, Dinge neu zu kaufen (Eine-Welt-Läden und nachhaltige Messen/Märkte), weniger attraktiv sind Urban Gardening und Repair-Cafés. Die höchste aktive Beteiligung erfahren die Gruppen FFF, Foodsharing, Greenpeace, der BUND und der Deutschen Alpenverein. Es geben doppelt so viele Personen in der Zielstichprobe an, schon einmal an (Online)-Petitionen teilgenommen zu haben, als an Demonstrationen (ca. 25 % der Zielstichprobe). Dabei unterzeichnen die ältesten innerhalb der Zielstichprobe und Personen, die über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken, am ehesten Petitionen. Die Teilnahme an Demonstrationen und Petitionen korreliert hoch signifikant mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein. Insgesamt informiert sich die Zielstichprobe nur gelegentlich in den verschiedenen Medien über nachhaltigen Konsum und weitere Themen einer nachhaltigen Entwicklung. Am häufigsten informiert sie sich in Internet und Sozialen Medien, während Vorträge und Informationsveranstaltungen in der Region am wenigsten relevant für das Einholen von Informationen zu sein scheinen. Personen, die Mitglied bei FFF sind, informieren sich häufiger als die anderen Gruppen über Themen nachhaltiger Entwicklung in den Medien. Es besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Häufigkeit des Informierens über Themen einer nachhaltigen Entwicklung und dem Nachhaltigkeitsbewusstsein von Personen, besonders ihren nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und ihrem Nachhaltigkeitswissen.

Ihr **Nachhaltigkeitsbewusstsein insgesamt** bewertet die Zielstichprobe als eher hoch, wobei Personen, die Mitglied bei FFF sind, und weibliche Teilnehmende im Vergleich zu den männlichen über das am stärksten ausgeprägte Nachhaltigkeitsbewusstsein berichten.

Ihre **nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen** bewertet die Zielstichprobe als eher durchschnittlich. Wenngleich die Mitglieder bei FFF die stärksten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen berichten, bleiben die Effektstärken schwach. Der Einfluss der Zugewandtheit zu FFF scheint in der Ausbildung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen entsprechend eher gering. Auch ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung bewertet die Zielstichprobe als eher durch-

schnittlich. Weibliche Teilnehmende verfügen über höher ausgeprägte persönliche Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung als männliche. Zudem verfügen Studierende und Personen, die über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken, über die am stärksten ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung. Der Effekt der Gruppenzugehörigkeit zu FFF auf die Entwicklung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung ist allerdings eher gering.

Die Befragten bewerten ihre **Selbstwirksamkeitserwartung** als mittelmäßig, was vor dem Hintergrund der verhältnismäßig hoch bewerteten Nachhaltigkeitseinstellungen und dem Nachhaltigkeitswissen interessant ist, wenngleich zu den Einstellungen kein signifikanter Zusammenhang feststellbar ist. Nach dem CADM (vgl. Kapitel 2.6.2) besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Selbstwirksamkeitserwartung und den persönlichen Normen bzw. den Verhaltensintentionen. Der Zusammenhang zwischen den persönlichen Normen und der Selbstwirksamkeitserwartung lässt sich auch in der Zielstichprobe feststellen, wo eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung mit stärker ausgeprägten persönlichen Normen einhergeht. Den tendenziell stärksten Einfluss sehen die Proband*innen bei der Optik von Produkten, während sie die geringste Selbstwirksamkeitserwartung beim Energieverbrauch, der Haltbarkeit und der Recyclingfähigkeit von Produkten erwarten. Die Selbstwirksamkeitserwartung auf den Ort der Herstellung, die Umweltbelastung bei der Herstellung von Produkten und deren Recyclingfähigkeit schätzen ältere Personen innerhalb der Zielstichprobe eher geringer ein als jüngere Personen. Personen, die über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken, schätzen ihre Selbstwirksamkeitserwartung höher ein als Personen, die FFF lediglich kennen.

Abfragen zu den Gegebenheiten in der Region Ingolstadt

Das Bild, das sich hinsichtlich der **Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumangebote** bietet, ist divers. Die Teilnehmenden innerhalb der Zielstichprobe wissen, dass sie nachhaltig produzierte Lebensmittel (bio, saisonal, regional) in der Region kaufen können. Weiterhin ist die Verfügbarkeit von E-Ladestationen, einem ÖPNV, fairem Kaffee/Tee/Schokolade, unverpackten Lebensmitteln und Gebrauchsgütern der Mehrheit bekannt. Ob es hier nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe sowie Möbel, Accessoires und Schmuck gibt, darüber ist ein Großteil der Befragten nicht informiert. Zudem herrscht Unwissen darüber, ob es in der Region Ingolstadt nachhaltige Restaurants und Cafés gibt. Gerade die Älteren innerhalb der Zielstichprobe sind informierter über nachhaltigere Konsumangebote als die jüngeren Altersgruppen. Auffallend ist, dass die Herkunft gerade bei Themen der Mobilität die höchste Varianz erzeugt. So sind Menschen aus dem Landkreis Pfaffenhofen eher über die Verfügbarkeit von Ruftaxis informiert als in Eichstätt, kennen aber gleichzeitig weniger die

Möglichkeit von E-Ladesäulen als Teilnehmende aus Ingolstadt, wo der ÖPNV deutlich bekannter als im Landkreis Neuburg-Schrobenhausen ist. Über die Verfügbarkeit unverpackter Lebensmittel, nachhaltiger Drogerieartikel und nachhaltiger Geschenkk Ideen vor Ort wissen die weiblichen Teilnehmenden eher als die männlichen Bescheid. Mitglieder von FFF wissen in den meisten Fällen eher um die Verfügbarkeit von nachhaltigen Konsumgütern in der Region als Personen, die überlegen, Mitglied zu werden, und diese wiederum eher als Personen, die FFF nur kennen. Es scheint also einen Zusammenhang zwischen der Mitgliedschaft bei FFF und der Sensibilität für nachhaltige Konsumgüter zu geben. In anderen Fällen sind es gerade die Mitglieder die sagen, dass es solche Güter (z. B. nachhaltige Kleidung und Schuhe) vor Ort nicht gibt.

Bei den in der Region bestehenden Maßnahmen gehören **Angebote** wie Aktionen zum Naturschutz, Pflanzaktionen und Führungen auf einem Biobauernhof zu den bekannteren, wobei sich die höchste Aktivität bei dem Besuch von Eine-Welt-Läden, nachhaltigen Märkten und Messen sowie Führungen auf einem Biobauernhof feststellen lässt. Studierende und im Berufsleben stehende Personen nehmen eher an Angeboten und Aktionen innerhalb der Region Ingolstadt teil. Dazu zählen Aktionen wie Lebensmittelretten, Urban Gardening, Natur- und Wildniscamps, Fortbildungen und Veranstaltungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung, sowie nachhaltige Messen und Märkte. In der Zielstichprobe zeigt sich kaum ein Unterschied hinsichtlich der Kenntnis über bzw. der Teilnahme an solchen Aktionen bezogen auf die Herkunft der Personen. Lediglich im Falle der Führungen auf einem Biobauernhof lassen sich Unterschiede zwischen den Kommunen feststellen. Im Landkreis Eichstätt und Pfaffenhofen nehmen jeweils eher Personen daran teil, als in den anderen beiden Kommunen.

Mit 97.8 % ist FFF innerhalb der Zielstichprobe zum einen die bekannteste **Gruppe** und gleichzeitig mit 25.8 % auch diejenige, bei der sich die meisten vorstellen könnten, mitzumachen. Ähnlich bekannt sind Greenpeace, gefolgt vom BUND und dem DAV. Die mit Abstand meisten aktiven Mitglieder innerhalb der Zielstichprobe fallen auf den DAV, gefolgt von FFF und Greenpeace. Ein Drittel der Schüler*innen könnte sich vorstellen, bei FFF mitzumachen; sie sind auch die bei FFF aktivste Gruppe unter den drei Berufsgruppen. Die Mehrheit kennt Amnesty International, wobei Schüler*innen am seltensten mit Amnesty International in Berührung kommen. Knapp drei Viertel der Teilnehmenden kennen Greenpeace; die meisten aktiven Mitglieder finden sich unter im Berufsleben stehenden Personen. Dass sich die Gruppen hinsichtlich studentischer Initiativen deutlich unterscheiden und Studierende diese am ehesten kennen, ist wenig verwunderlich. Allerdings kennen mehr als ein Drittel der Studierenden keine studentischen Initiativen; in Eichstätt sind davon Students for Future noch am bekanntesten und die einzigen aktiven Mitglieder

bei Students for Future innerhalb der Zielstichprobe leben in Eichstätt. Students for Future werden am ehesten von Personen wahrgenommen, die auch FFF nahestehen.

Auch hinsichtlich der **Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops** stellen sich einige Unterschiede zwischen den jeweiligen Kommunen und Berufsgruppen dar. Die Entzerrung des Verkehrs finden im Berufsleben stehende Personen wichtiger als Schüler*innen. Mehr Mitsprache von Jugendlichen bei Entscheidungen findet die Mehrheit – besonders die Schüler*innen – wichtig. Der Verfügbarkeit von Bio-Produkten schreiben die Schüler*innen eine höhere Bedeutung zu als Studierende, beim Einnehmen einer Vorbildfunktion für die Entwicklung eines nachhaltigen Lebensstils ist es umgekehrt. Gegenüber der Maßnahme zur Mitsprache Jugendlicher und der zur Vorbildfunktion scheinen im Berufsleben stehende Personen indifferent. Bewussten Konsum findet die Mehrheit über alle Gruppen hinweg wichtig. Den klarsten Unterschied machen hier Personen aus dem Landkreis Eichstätt, bei denen deutlich mehr Personen diese Maßnahme mit „wichtig“ gegenüber „eher wichtig“ bewerten. Die Vermeidung der Trinkwasserverschmutzung finden insgesamt noch mehr Personen wichtig. Besonders treten hier Personen aus der Stadt Ingolstadt hervor.

Hinsichtlich der **Verantwortlichkeit zur Umsetzung der Maßnahmen** gilt festzuhalten, dass sich die Zielstichprobe bei der Entwicklung eines nachhaltigeren Lebensstils bei folgenden Aspekten Unterstützung von der Politik wünscht: Abschaffung der Massentierhaltung, Aufhalten des Artensterbens, multifunktionale Flächennutzung, Gestaltung von Ausgleichsflächen, Trinkwasserschutz, mehr Raum für BNE, Schaffung von mehr Möglichkeiten, theoretisch Gelerntes in der Praxis zu erproben, Alltagsorientierung der Bildungsinhalte, Ausbau des Bus- und Bahnnetzes, Entzerrung des Verkehrs, Mobilitätswende, Förderung von E-Mobilität, mehr Mitsprache für die Jugend und Förderung von Mehrgenerationenhäusern. Bei dem Anteil von Bio-Produkten auf dem Markt, der Preispolitik und der Verhinderung von Überproduktion wünscht sie sich Unterstützung von der Wirtschaft.

Abschließend ist der Zusammenhang der bisher berichteten Ergebnisse mit der Einschätzung der eigenen **Lebensqualität/Lebenszufriedenheit** interessant. Die Zielstichprobe ist mit ihrem Leben „eher zufrieden“. Sie sieht ihre Lebensqualität durch die Covid-19-Pandemie eher negativ beeinflusst, was vermuten lässt, dass die Lebenszufriedenheit fernab der Pandemie noch höher ausfallen würde. Studierende sind in der Zielstichprobe deutlich zufriedener mit ihrem Leben als andere Berufsgruppen. Auffallend ist an dieser Stelle, dass Personen weniger zufrieden mit ihrem eigenen Leben sind, je näher sie FFF stehen. Die höhere Einschätzung der eigenen Lebenszufriedenheit geht mit einem stärker ausgeprägten Nachhaltigkeitswissen, stärker ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen, persönlichen Normen und einem

höheren Nachhaltigkeitsbewusstsein einher. Es lässt sich demnach in der Zielstichprobe ein positiver signifikanter Zusammenhang zwischen mehr Nachhaltigkeit im eigenen Leben und der Lebenszufriedenheit feststellen. Der Unterschied zwischen den einzelnen Gruppen innerhalb der subjektiven Einschätzung der persönlichen Lebenszufriedenheit ist jedoch nicht signifikant.

Somit kann zur Beantwortung der zentralen Fragestellung „Wie stark sind das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt ausgeprägt?“ zusammengefasst werden, dass die Zielstichprobe ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein als verhältnismäßig hoch einstuft, auch wenn ein ausgeprägtes Wissen und ausgeprägte Nachhaltigkeitseinstellungen nicht in ähnlich hoch ausgeprägte nachhaltige Verhaltensintentionen münden. Die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum ist in der Zielstichprobe eher gering ausgeprägt, wobei beim schonenden Umgang mit Ressourcen (Recycling, Mülltrennung und Abfallreduzierung) die Verhaltensintentionen noch verhältnismäßig hoch sind. Beim Kauf von Gebrauchsgütern bzw. der Vermeidung von Produkten von Unternehmen mit einem schlechten Image sind in der Zielstichprobe geringe Verhaltensintentionen festzustellen.

Ergänzend zu den Variablen anhand des CADM wurden die Gegebenheiten in der Region Ingolstadt abgefragt. Hier sind viele in der Region Ingolstadt vorhandene Angebote zum nachhaltigen Konsum der Zielstichprobe nicht bekannt. Eine leichte Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum lässt sich über die aktive Teilnahme an bestimmten Aktionen und Gruppen erkennen. Bei den Aktionen Lebensmittel retten, Upcycling, Besuch von nachhaltigen Märkten, Messen und Eine-Welt-Läden haben die meisten Personen aktiv teilgenommen oder solche mitorganisiert. Bei den Gruppen lässt sich die höchste Aktivität bei „Foodsharing“ feststellen. Die Zugehörigkeit zu FFF macht einen Unterschied; gerade die Gruppe, die aktiv über eine Mitgliedschaft nachdenkt, zeichnet sich in den meisten Fällen durch die höchste aktive Teilnahme bzw. Mitorganisation aus.

8.2 Beschreibung der Zusammenhänge zwischen den einzelnen Variablen des CADM

Dem Comprehensive Action Determination Model folgend (vgl. Kapitel 2.6.2) besteht ein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Nachhaltigkeitswissen (Frage 1), der Selbstwirksamkeitserwartung (Frage 5) und den Verhaltensintentionen (Frage 3) mit den persönlichen Normen. Tabelle 90 ist zu entnehmen, in welchem Maße diese einzelnen Variablen des CADM innerhalb der Zielstichprobe miteinander korrelieren und wo diese Werte in den Originalstudien von Klöckner (2013) und Joanes et al. (2020) liegen. So liegt bspw. eine hoch

signifikante Korrelation mit mittlerem Effekt zwischen dem Nachhaltigkeitswissen [AC] und den persönlichen Normen [PN] und eine signifikante Korrelation mit schwachem Effekt zwischen Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] und den persönlichen Normen [PN] vor – was letztlich bedeutet, dass eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung mit stärker ausgeprägten persönlichen Normen einhergeht.

Tabelle 90: Korrelationen der untersuchten Variablen des CADM

	Zielstichprobe		Klößkner (2013)		Joanes et al. (2020)	
	r	p	r	p	r	p
PN ↔ AC	.33	.001	.19	<.001		
PN ↔ AR	.07	.363	.16	<.001		
PN ↔ PBC	.17	.021	.20	<.001		
PN_Kleidung ↔ AC	.43	.001			.31	<.001
PN_Kleidung ↔ AR	.28	.001			.06	<.001
PN_Kleidung ↔ PBC	.04	.584				
INT ↔ ATT	.37	.001	.30	<.001		
INT ↔ PN	.49	.001	.22	<.001		
INT ↔ PN_Kleidung	.48	.001			.38	<.001
INT ↔ PBC	.14	.054	.30	<.001		

Quelle: Eigene Berechnung nach Klößkner (2013: 42) und Joanes et al. (2020: 6)

Die persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] korrelieren jeweils hoch signifikant mit einem mittleren Effekt mit dem nachhaltigkeitsrelevanten Wissen [AC] und dem nachhaltigkeitsrelevanten Wissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [AR]. Bei den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] liegen jeweils hoch signifikante Korrelationen mit mittlerem Effekt zu den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [ATT], den persönlichen Normen [PN] und den persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] vor. Es können in der vorliegenden Studie in den meisten Fällen teils deutlich größere Effekte festgestellt werden als in den Originalstudien. Die Effekte zwischen der Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] und den persönlichen Normen [PN] sind in der Zielstichprobe jedoch weniger stark und weniger signifikant. Keine signifikanten Effekte liegen in der Zielstichprobe zwischen AR und PN bzw. zwischen PBC und PN_Kleidung und PBC und INT vor.

Da die Effekte ausreichend stark sind, bietet sich an dieser Stelle eine multiple lineare Regressionsanalyse der signifikanten Korrelationen an, um die Richtung und Ausprägung der Zusammenhänge zu bestimmen. Tabelle 91

zeigt die Ergebnisse der Berechnung der Regression nach Tachtsoglou und König (2017: 245–247), die sich am CADM orientieren (vgl. Abbildung 4). Ihr ist zu entnehmen, dass die Prädiktoren (unabhängige Variablen) die Varianz des Kriteriums (abhängige Variable) PN zu 12 % und die des Kriteriums PN_Kleidung zu 21 % aufklären. Die Prädiktoren des Kriteriums „nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen“ klären dessen Varianz sogar zu 34 % auf. Mit Abstand stärkster Prädiktor zur Vorhersage der persönlichen Normen [PN] und der persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] ist das Nachhaltigkeitswissen [AC]. Die vom Nachhaltigkeitswissen [AC] beeinflussten persönlichen Normen [PN] und die persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] haben einen ähnlich starken Einfluss auf die nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] wie die nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [ATT] (vgl. Tabelle 91).

Tabelle 91: Multiple lineare Regression anhand des CADM

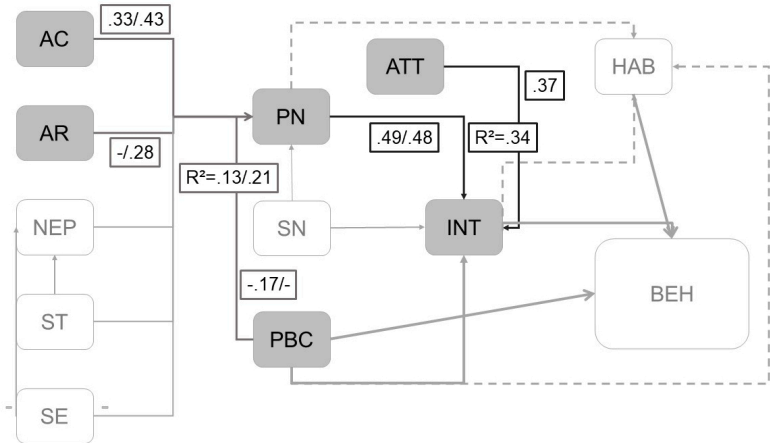
Kriterium	Prädiktoren	R ²	B	ß	p
PN	AC		1.08	.32	.001
	PBC		.37	.14	.039
	Konstante		-1.57		
		.12			
F (2/189) = 13.89, p<.001					
PN_Kleidung	AC		1.41	.39	.001
	AR		.24	.19	.005
	Konstante		-3.02		
		.21			
F (2/190) = 26.57, p<.001					
INT	PN		.13	.31	.001
	PN_Kleidung		.12	.30	.001
	ATT		.15	.12	.082
	Konstante		1.87		
		.34			
F (3/189) = 32.08, p<.001					

Quelle: Eigene Berechnung

Ebenso hat die Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] Einfluss auf die Ausbildung der persönlichen Normen [PN]. Steigt das Nachhaltigkeitswissen [AC]

um einen Punkt, steigen die persönlichen Normen [PN] um 1.08 Punkte ($F(2/189) = 13.89, p < .001$) und die persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] um 1.41 Punkte ($F(2/190) = 26.57, p < .001$). Steig die Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] um einen Punkt, steigen die persönlichen Normen [PN] um .37 Punkte ($F(2/189) = 13.89, p < .001$). Und steigen die persönlichen Normen [PN] um einen Punkt, steigen die nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen [INT] um 0.13 bzw. 0.12 Punkte bei den persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung] $F(3/189) = 32.08, p < .001$). Abbildung 22 auf der nächsten Seite veranschaulicht die in der Zielstichprobe festgestellten Korrelationen aus Tabelle 90 und die Regressionswerte aus Tabelle 91.

Abbildung 22: CADM mit Korrelations- und Regressionskoeffizienten



Quelle: Eigener Entwurf nach Klöckner (2013: 42) Anmerkung: ** $p < .01$

9 Diskussion

Die vorliegende Studie zeigt zum Teil bedeutende Erkenntnisse, da einige Ergebnisse teils sehr deutlich über dem erwarteten Wert liegen. Besonders die Differenzierung zwischen verschiedenen Gruppen innerhalb der Zielstichprobe zeigt einige Aspekte, die an dieser Stelle näher diskutiert werden sollten. Wie lassen sich die Ergebnisse dieser Studie zum Nachhaltigkeitsbewusstsein und der Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum der jungen Generation in der Region Ingolstadt vor dem Hintergrund bisheriger Forschungen einordnen und erklären? Unter Beachtung der theoretischen Grundlagen, der Methodik, des Forschungsstandes und bisheriger Erkenntnisse aus den Themenbereichen Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiger Konsum und Lebensqualität werden in diesem Kapitel die Ergebnisse nach den forschungsleitenden Fragen gegliedert diskutiert. Dabei wird der Zeitpunkt der Erhebung mit einbezogen. Um eine Vergleichbarkeit herzustellen, werden die Ergebnisse vorrangig mit den Ergebnissen aus den Originalstudien und nachfolgend nach Möglichkeit mit Ergebnissen weiterer Studien verglichen.

9.1 Diskussion der Ergebnisse

In der vorliegenden Arbeit wird Nachhaltigkeitsbewusstsein entsprechend Kapitel 2.2 als „die Einsicht in die Überschreitung der natürlichen planetaren Grenzen und die damit einhergehende Gefährdung von Lebensbedingungen und Bedürfnissen heutiger sowie zukünftiger Generationen, verbunden mit der wahrgenommenen Möglichkeit, eine Änderung mitzugestalten“ (Michelsen et al. 2015: 66 f.) definiert und als Nachhaltigkeitswissen, Nachhaltigkeitseinstellungen und nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen operationalisiert (vgl. ebd.: 67 f.). Die Ergebnisse zu den forschungsleitenden Fragen bezogen auf diese drei Variablen und die Zielstichprobe werden hier zunächst betrachtet, anschließend die Ergebnisse zu den persönlichen Normen und zur Selbstwirksamkeitserwartung. Ergänzend werden die Abfragen zu den nachhaltigen Konsumangeboten sowie der möglichen Maßnahmen für eine nachhaltigere Region Ingolstadt beleuchtet und letztlich der Zusammenhang der Ergebnisse mit der berichteten Lebensqualität in der Zielstichprobe diskutiert.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihr Nachhaltigkeitswissen ein?

Das Nachhaltigkeitswissen als das Wissen über die Grundprinzipien nachhaltiger Entwicklung und die Fähigkeit, Prozesse im Hinblick auf ihre Nachhal-

tigkeit und Nicht-Nachhaltigkeit einordnen zu können, wird in der Zielstichprobe bei der Abfrage nach dem Bewusstsein von Konsequenzen (nicht) nachhaltigen Handelns [AC] mit einem Mittelwert von $M=4.60$ ($SD=.41$) bewertet – womit sich die Zielstichprobe bei „stimme eher zu“ mit der Tendenz zu „stimme zu“ einordnet. Dabei ist ihnen besonders die soziale Dimension der Nachhaltigkeit wichtig. Dies wirkt im ersten Moment überraschend, wird gemeinhin doch davon ausgegangen, dass Personen zuerst an die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit denken und dieser die größte Bedeutung zuschreiben (starke Nachhaltigkeit). Doch auch in den beiden bisher veröffentlichten Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometern (Michelsen et al. 2012: 102ff und Michelsen et al. 2015: 71 ff.) bewerten die Teilnehmenden an der Studie die soziale Dimension am höchsten. Auch in der Originalstudie von Gericke et al. (2019: 45) ist dies der Fall. Dort liegt der Skalenmittelwert bei $M=4.18$ (vgl. ebd.) und damit niedriger als in der vorliegenden Studie. Die Stichprobe dort bestand aus 638 Schüler*innen in Schweden zwischen 18 und 19 Jahren, denen der SCQ-S im Frühjahr 2013 vorgelegt wurde. Entsprechend schätzen die in der vorliegenden Studie befragten Jugendlichen in der Region Ingolstadt ihr Nachhaltigkeitswissen höher ein.

Bei Vergleichen innerhalb der Zielstichprobe der Forschungsarbeit konnten hinsichtlich des Alters oder der Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt keine signifikanten Zusammenhänge festgestellt werden. Hinsichtlich der Berufsgruppen sind es gerade die Schüler*innen, die im Vergleich zu Studierenden, Auszubildenden und im Berufsleben stehenden Personen über das höchste Nachhaltigkeitswissen [AC] berichten. Weibliche Personen geben ein signifikant höheres Nachhaltigkeitswissen an als männliche [AC und AR]. Bezüglich ihrer Zugewandtheit zu Fridays for Future [FFF] lässt sich in der Zielstichprobe ebenfalls ein Unterschied feststellen. Denn Personen, die aktiv über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken bzw. Mitglied sind, berichten signifikant über das am stärksten ausgeprägte Nachhaltigkeitswissen allgemein. Die Ergebnisse zeigen, dass es für die Ausprägung des Nachhaltigkeitswissens nicht ausreicht, FFF allein zu kennen. Vielmehr scheint eine inhaltliche Auseinandersetzung mit FFF im Sinne von (Überlegungen zu) einer Mitgliedschaft erforderlich, um Nachhaltigkeitswissen zu stärken.

Diese Ergebnisse sind zunächst überraschend, da nicht davon ausgegangen wird, dass gerade Schüler*innen, also die Jüngeren innerhalb der Zielstichprobe, am meisten über die Konsequenzen (nicht) nachhaltigen Verhaltens wissen – beschäftigen diese sich doch tendenziell weniger mit gesellschaftlichen Problemen. Eine mögliche Erklärung für dieses Ergebnis lässt sich aus der näheren Betrachtung der Variable FFF in Kapitel 7.2.2.2 ableiten. Hier ist signifikant ersichtlich, dass die Schüler*innen bei FFF die aktivste Gruppe innerhalb der Zielstichprobe sind (vgl. Anhang F 5). Auch Sommer et al. (2020: 26 ff.) finden in ihrer Befragung heraus, dass besonders zu Beginn der FFF-Bewegung die 14- bis 19-Jährigen am präsentesten bei FFF waren. Im weiteren

Verlauf sind die Altersgruppen etwas gleichmäßiger präsent. Im Vergleich zu anderen Demonstrationen (z. B. gegen Pegida) seien die Teilnehmenden an FFF-Demonstrationen im Schnitt deutlich jünger (vgl. ebd.). Eine plausible Erklärung könnte sein, dass Personen, die sich nicht oder nur wenig mit Themen einer nachhaltigen Entwicklung beschäftigen, auch eher selten mit FFF in Berührung kommen. Noch weniger denken sie über eine Mitgliedschaft bei FFF nach. Nachdem gerade Schüler*innen am aktivsten bei der nachhaltigkeitsorientierten Gruppierung FFF sind, ist es demnach nicht verwunderlich, dass sie auch über das höchste Nachhaltigkeitswissen berichten. Oder umgekehrt betrachtet: Wer sich mit Nachhaltigkeit beschäftigt, schließt sich tendenziell eher FFF an. In jedem Fall lässt sich aufgrund der Ergebnisse ein signifikanter Zusammenhang feststellen. Für die weitere Forschung wäre es interessant, herauszufinden, in welche Richtung dieser Zusammenhang besteht.

Eine weitere Erklärung für die höheren Werte der Schüler*innen beim Nachhaltigkeitswissen innerhalb der Zielstichprobe im Vergleich zu den tendenziell älteren Studierenden und im Berufsleben stehenden Personen kann die Verankerung von BNE in allen bayerischen Lehrplänen im Rahmen der Einführung des LehrplanPLUS durch das Bayerische Staatsministerium für Unterricht und Kultus – je nach Schulart – spätestens ab dem Schuljahr 2017/18 sein (vgl. Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) 2023: o. S.). Die Prüfung dieses vermuteten Zusammenhangs zwischen mehr BNE in der Schule und einem stärker berichteten Nachhaltigkeitswissen wäre ebenfalls ein Ansatzpunkt für die weitere Forschung.

Die zweite Skala zum Nachhaltigkeitswissen, nämlich die zur Verantwortungszuschreibung [AR] bewertet die Zielstichprobe mit $M=4.45$ ($SD=1.16$) eher durchschnittlich. Entsprechend schätzen die Proband*innen ihr Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung eher als mittelmäßig ein. In der Originalstudie von Joanes et al. (2020: 8) liegt der Mittelwert dieser Skala bei $M=4.24$ und damit unter dem der hier vorliegenden Zielstichprobe. Die Stichprobe bei Joanes et al. (2020) umfasst 4.591 Erwachsene aus Deutschland, Polen, Schweden und den USA. Die Erhebung fand im Herbst/Winter 2016/17 statt. Im Vergleich bewertet die Zielstichprobe ihr Nachhaltigkeitswissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung als höher. Diese Ergebnisse müssen vor dem Hintergrund der verschiedenen Befragungszeitpunkt sowie den Ländern, in denen die Erhebungen durchgeführt wurden, betrachtet werden. So fanden die Erhebungen mindestens fünf Jahre vor der Erhebung der vorliegenden Studie statt und es wurden nur teilweise Personen im deutschsprachigen Raum befragt, die zudem älter waren als die Personen in der Zielstichprobe.

Die Jugendlichen in der Region Ingolstadt schätzen also ihr nachhaltigkeitsrelevantes Wissen als vergleichsweise hoch ein, besonders die Schüler*innen, weibliche Personen und Personen, die FFF nahestehen. Das Wissen über die Konsequenzen nicht nachhaltigen Verhaltens bewertet die Zielstichprobe

höher als die Verantwortungszuschreibung zu diesen Konsequenzen. Dies könnte an einer geringen Selbstwirksamkeitserwartung liegen. Ein direkter Zusammenhang zwischen der Verantwortungszuschreibung und der Selbstwirksamkeitserwartung kann in der Zielstichprobe jedoch nicht nachgewiesen werden.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre Nachhaltigkeitseinstellungen ein?

Ihre Nachhaltigkeitseinstellungen als die Einstellungen gegenüber nicht nachhaltigen Prozessen und solche Einstellungen, die zur Motivation führen, etwas an diesen nicht nachhaltigen Prozessen zu ändern, bewertet die Zielstichprobe mit einem Mittelwert von $M=4.57$ ($SD=.41$). Damit stimmen sie den Aussagen zu den Nachhaltigkeitseinstellungen (eher) zu. Dieser Mittelwert ist um .03 geringer als der des Nachhaltigkeitswissens. In der Originalstudie von Gericke et al. (2019: 45) liegt dieser Wert bei $M=4.48$ und damit niedriger. Entsprechend bewertet die Zielstichprobe ihre Nachhaltigkeitseinstellungen als vergleichsweise hoch. Auch hier schätzt die Zielstichprobe wie beim Nachhaltigkeitswissen die soziale Dimension der Nachhaltigkeit am höchsten ein. Dies deckt sich ebenfalls mit den Ergebnissen von Gericke et al. (2019: 45) sowie Michelsen et al. (2012: 102 ff. und 2015: 71 ff.). Es stellt sich die Frage, warum beim Nachhaltigkeitswissen und den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen in der vorliegenden Studie wie auch in der Originalstudie von Gericke et al. (2019: 45) und den beiden Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometern (Michelsen et al. 2012: 102 ff. und Michelsen et al. 2015: 71 ff.) die soziale Dimension der Nachhaltigkeit die stärkste Bedeutung zu haben scheint.

Interessanterweise ist bei der offenen Abfrage zu Themen nachhaltiger Entwicklung (vgl. Abbildung 18) im Gegensatz zu den soeben diskutierten Befunden die ökonomische Nachhaltigkeitsdimension im Fokus der Zielstichprobe. Dies lässt sich mutmaßlich so erklären, dass vor dieser offenen Frage im Erhebungsinstrument die Skala zur PBC abgefragt wurde und dort vorwiegend ökonomische Aspekte, wie etwa die Herstellung von Produkten, angesprochen werden. Dadurch unterliegen die Antworten der Teilnehmenden möglicherweise einem Priming-Effekt (Häder 2006: 217 f.), bei dem ihr Fokus durch die vorausgehende Frage auf ökonomische Aspekte der Nachhaltigkeit gelenkt wird. Auch bei der Bewertung der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops, die hier ebenfalls Beachtung fand, lässt sich keine klare Priorisierung der sozialen Dimension von Nachhaltigkeit feststellen. Die befragten Personen haben hier eine besondere Affinität zur Ressourcenschonung und zum Schutz der biologischen Vielfalt, also zur ökologischen Dimension, angegeben. Am wenigsten relevant sind für sie Mobilitätsthemen und Mehrgenerationenhäuser. Mit einem Durchschnittsalter von 19.56 Jahren ist die Zielstichprobe ggf.

noch etwas zu jung, als dass diese beiden Themen für sie von alltäglicher Relevanz wären. Insgesamt scheint bei der jungen Generation ein breites, mehrdimensionales Nachhaltigkeitsverständnis vorhanden zu sein.

Die Untersuchungen der Unterschiede zwischen den verschiedenen Alters- und Berufsgruppen sowie Geschlecht und Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt ergab keine signifikanten Ergebnisse. Hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF lassen sich signifikante Unterschiede feststellen. Innerhalb der Zielstichprobe berichten Personen, die darüber nachdenken, bei FFF mitzumachen, über die am stärksten ausgeprägten Nachhaltigkeitseinstellungen. Nur geringfügig schwächere Nachhaltigkeitseinstellungen geben die Mitglieder von FFF an. Der Unterschied ist hier deutlich geringer als beim Nachhaltigkeitswissen. Unter Beachtung der stark unterschiedlichen Größen der Teilstichproben ist dies wenig verwunderlich. Äquivalent zum Zusammenhang zwischen Nachhaltigkeitswissen und der Zugewandtheit zu FFF stellt sich auch hier die Frage: Bedeutet eine Zugewandtheit zu FFF stärker ausgeprägte Nachhaltigkeitseinstellungen oder ist es umgekehrt, dass Personen mit starken Nachhaltigkeitseinstellungen sich eher FFF zuwenden? Wenngleich sich aufgrund der Ergebnisse ein signifikanter Zusammenhang feststellen lässt, so gilt es durch weitere Forschung empirisch zu untersuchen, in welche Richtung dieser Zusammenhang besteht.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen ein?

Ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen als die Absicht, sich in Alltagssituationen tatsächlich nachhaltig zu verhalten, bewertet die Zielstichprobe mit einem Mittelwert von $M=3.68$ ($SD=.61$) eher mittelmäßig. Im Vergleich zu ihrem Nachhaltigkeitswissen und ihren Nachhaltigkeitseinstellungen beurteilt die Zielstichprobe ihre Verhaltensintentionen nach dem SCQ-S als deutlich geringer. Insgesamt liegt der Wert leicht über dem der Originalstudie ($M=3.38$) von Gericke et al. (2019: 45), weswegen die Zielstichprobe ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen dennoch als verhältnismäßig hoch bewertet. Wird bei dem Nachhaltigkeitswissen und bei den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen in der Zielstichprobe die soziale Dimension der Nachhaltigkeit als am wichtigsten einschätzen, lässt sich hier eine leichte Tendenz zur ökologischen Dimension erkennen. Dies deckt sich nicht mit den Ergebnissen von Gericke et al. (2019: 45), wo weiterhin die soziale Dimension am höchsten bewertet wird. Das Item „Ich unterstütze eine Hilfsorganisation oder eine Umweltgruppe“ weist über die gesamte Skala hinweg den geringsten Mittelwert ($M=2.23$, $SD=1.48$) auf (vgl. Anhang C 5), wodurch die soziale Dimension insgesamt nicht so hoch bewertet wird. Auch die hohe Standardabweichung dieses Items ist ein Hinweis auf eine größere Uneinigkeit bei diesem Item innerhalb der Zielstichprobe.

Die Untersuchungen der Unterschiede hinsichtlich des Geschlechts, des Berufs oder der Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt ergaben keine signifikanten Ergebnisse, wohl aber die hinsichtlich des Alters und der Zugewandtheit zu FFF. Deutlich höhere Verhaltensintentionen im Verhältnis zum Mittelwert berichten die 23- bis 25-Jährigen sowie die Mitglieder von FFF innerhalb der Zielstichprobe. Diese Ergebnisse waren zu erwarten, da Mitglieder von FFF ja nicht nur Verhaltensintentionen, sondern mit ihrem Engagement tatsächliches Verhalten aufweisen. Auch dass ältere Personen eher über nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen verfügen, ist wenig verwunderlich, da sie eher eigene Entscheidungen treffen als jüngere Personen, die teilweise noch im elterlichen Haushalt leben und von den Entscheidungen der Eltern abhängig sind.

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein ein?

Ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein insgesamt bewertet die Zielstichprobe mit einem Mittelwert von $M=4.29$ ($SD=.39$). In der Originalstudie von Gericke et al. (2019: 45) liegt dieser Wert bei $M=3.98$ und damit niedriger. Entsprechend stufen die Befragten ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein als höher ein. Die unterschiedlichen Werte in der Zielstichprobe im Vergleich zur Originalstudie könnten sich über die jeweils unterschiedlichen Befragungszeitpunkte (2013 und 2021) erklären lassen, da 2013 die FFF-Bewegung, die Klimaschutz und damit Nachhaltigkeit sehr stark in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt hat, noch nicht existierte und gerade im Jahr 2021 besonders starke Auswirkungen des Klimawandels zu spüren waren (vgl. dazu weiter unten in diesem Kapitel). Zudem waren 2013 andere Themen im Fokus; so z. B. die Nachwirkungen des Arabischen Frühlings und die Eurokrise. Die Subskalen des SCQ-S sowie die Gesamtskala zum Nachhaltigkeitsbewusstsein weisen in der Zielstichprobe durchweg geringe Standardabweichungen auf. Das bedeutet, dass zwischen den jeweiligen Skalen/Items innerhalb der Zielstichprobe wenig Varianz und somit eine hohe Übereinstimmung besteht. Somit lässt sich unter den Befragten eine relative Einigkeit über die Ausprägung ihres Nachhaltigkeitsbewusstseins und dessen drei Elemente konstatieren. Daraus, dass die Teilnehmenden an der Studie an verschiedenen Stellen jeweils eine andere der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit als zentraler bewerten, lässt sich ein ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis als ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit in der Zielstichprobe ableiten.

Einstellungs-Verhaltens-Differenz

Eine mögliche Erklärung für die weiter oben festgestellte Einstellungs-Verhaltens-Differenz, also den Befund, dass auf verhältnismäßig hoch bewertetes

Wissen und Einstellungen geringer bewertete Verhaltensintentionen folgen, wäre, dass nach dem CADM (vgl. Abbildung 22) weitere Variablen – in der vorliegenden Stichprobe vor allem die persönlichen Normen – die Ausbildung nachhaltigkeitsrelevanter Verhaltensintentionen beeinflussen. Nach Vermeir und Verbeke (2006: 170 f.) erklären zudem weitere, die Kaufentscheidungen beeinflussende Faktoren die Einstellungs-Verhaltens-Differenz im Kontext nachhaltigen Verhaltens. So stellt z. B. die Verfügbarkeit von Produkten einen limitierenden Faktor dar. Die die Studie anhand der Variablen des CADM ergänzenden Ergebnisse der Abfrage nach der Verfügbarkeit nachhaltiger Konsummöglichkeiten in der Region Ingolstadt fallen jenseits der Mobilitätsthemen und Lebensmitteln eher ernüchternd aus. Die Zielstichprobe weiß wenig darüber, welche Möglichkeiten in der Region Ingolstadt gegeben sind. Auch hier sind Personen, die FFF nahestehen, besser informiert. Dies könnte ein Ansatz der Erklärung der Einstellungs-Verhaltens-Differenz in der Zielstichprobe sein.

Eine weitere Erklärungsmöglichkeit für die Einstellungs-Verhaltens-Discrepanz findet sich bei Schmidt (2017: 756 f.), wie bereits in Kapitel 2.3 zum nachhaltigen Konsum erörtert. Verbraucher*innen haben mannigfaltige Möglichkeiten, sich über nachhaltigen Konsum zu informieren. Dazu zählen: unabhängige Dritte (beispielsweise kontrollierte Siegel), Informationen direkt auf dem Produkt, Unternehmen sowie ihre Nachhaltigkeitsberichte, andere Konsument*innen oder Medien wie Internet, Zeitung und Fernsehen. Bei der Fülle an Möglichkeiten, sich zu informieren, bleibt die Frage nach der Vertrauenswürdigkeit der einzelnen Quellen oft unbeantwortet. Dies kann individuelle Konsumententscheidungen erschweren. Die Zielstichprobe gibt an, sich vorwiegend in den Sozialen Medien und bei Freunden und Familie über Themen einer nachhaltigen Entwicklung zu informieren. Dieser Fakt mag eine weitere Erklärung für die Lücke zwischen Wissen, Einstellung und Handeln sein. Denn durch die von Algorithmen der eigenen Seitenbesuche und Suchanfragen personalisierten Werbungen, Posts und Seitenverschlüsse in den sozialen Medien wird das Einholen von Informationen jenseits dieser Vorschläge erschwert. Es muss also gezielt nach Themen und Produkten der Nachhaltigkeit gesucht werden, um die Auswahl der Inhalte durch die Algorithmen zu ändern. Noch bedeutsamer stellt sich der Einfluss von Freunden und Familie dar. Denn einerseits möchten gerade Jüngere selten aus dem sozialen Umfeld durch andere Verhaltensmuster aus dem sozialen Umfeld ausbrechen (vgl. Fien et al. 2008: 57 f.). Andererseits ist es innerhalb der eigenen Familie schwierig, nachhaltiger zu konsumieren, wenn die Eltern nicht davon überzeugt sind. In beiden Fällen bleibt die Frage nach der Vertrauenswürdigkeit der einzelnen Informationsquellen.

Michelsen et al. (2012: 183 ff.) kommen im Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer zu differenzierteren Ergebnissen. Wie bereits in Kapitel 2.7.3 er-

wähnt, zeigen ihre Befunde: Je größer die Wahrnehmung von Nachhaltigkeitsproblemen ist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit der Ausbildung konkreter Handlungsintentionen. Eine Einstellungs-Verhaltens-Differenz wurde hier also bei der Mehrheit der Befragten nicht beobachtet. Dies können sie zumindest in 40 % (positiver signifikanter Zusammenhang) und 20 % (negativer signifikanter Zusammenhang) der Fälle ihrer Stichprobe (15- bis 24-Jährige in Deutschland, N=1.071) feststellen. Michelsen et al. (2012) erklären sich diese Ausnahme, indem sie ihre Stichprobe in Nachhaltigkeitstypen unterteilen. Bei den genannten 40 % handelt es sich um die Nachhaltigkeitsaffinen. Etwa 20 % können den Nachhaltigkeitsrenitenten zugeordnet werden. Sie berichten über keine Nachhaltigkeitseinstellungen oder kein Nachhaltigkeitswissen und verhalten sich entsprechend auch nicht nachhaltig. Auch hier passen Wissen, Einstellungen und Verhalten zusammen. Bei den restlichen 40 % der Teilnehmenden lässt sich die Einstellungs-Verhaltens-Diskrepanz jedoch feststellen (vgl. Michelsen et al. 2012: 183 ff.). In der vorliegenden Studie wurde nicht nach verschiedenen Nachhaltigkeitstypen untergliedert. Dies könnte allerdings für die weitere Forschung relevant sein.

Aufgrund dieser ersten Befunde lässt sich folgende These für die weitere Forschung aufstellen (These 1): *Trotz eines vergleichsweise hoch bewerteten Nachhaltigkeitsbewusstseins insgesamt wird in der Zielstichprobe eine Einstellungs-Verhaltens-Differenz beobachtet. Es müssen also noch weitere Prädiktoren für nachhaltige Verhaltensintentionen vorliegen.*

Wie schätzen Jugendliche und junge Erwachsene ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen ein?

Ihre persönlichen Normen als den stärksten Prädiktor nachhaltigkeitsrelevanter Verhaltensintentionen (vgl. Tabelle 59) bewertet die Zielstichprobe anhand der Skala zu den persönlichen Normen allgemein mit einem Mittelwert von $M=4.27$ ($SD=1.41$) als mittelmäßig bis hoch. In der Originalskala von Klöckner und Friedrichsmeier (2011: 45) liegt der Mittelwert bei $M=3.90$ ($N=3.560$ Studierende der Ruhr-Universität Bochum) und damit niedriger. Entsprechend bewerten die hier Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen als eher hoch. Der Skalenmittelwert der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung nach Jones et al. (2020: 8) liegt in der Zielstichprobe bei $M=4.54$ ($SD=1.49$), das entspricht „teils, teils“ mit einer leichten Tendenz zu „stimme eher zu“. In der Originalstudie liegen die Mittelwerte in Studie 1 bei $M=4.30$ und Studie 2 bei $M=4.38$ (beide Studien: $N=4.617$ von 18 bis 65 Jahre, aus Deutschland, Polen, Schweden und den USA) und damit nur etwas niedriger. Entsprechend bewerten die Befragten ihre nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung als eher höher. Beide Skalen weisen in der Zielstichprobe vergleichsweise hohe Standardabweichungen auf, was auf eine

Uneinigkeit in der Zielstichprobe hinsichtlich der Ausprägung ihrer persönlichen Normen hinweist. Beide Skalen korrelieren nicht mit den unabhängigen Variablen Alter und Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt und die Skala zu den persönlichen Normen allgemein zudem nicht mit dem Geschlecht oder dem Beruf der Teilnehmenden.

In beiden Fällen lässt sich jedoch ein signifikanter Zusammenhang mit der Zugewandtheit zu FFF feststellen. Allerdings sind im Falle der allgemeinen persönlichen Normen nur schwache Effekte nachweisbar, sodass hier der statistische Zusammenhang eher gering ist. Das kann daran liegen, dass viele weitere Prädiktoren die Ausbildung persönlicher Normen beeinflussen. Nach dem CADM (vgl. Abbildung 4) sind das z. B. auch die sozialen Normen, d. h. die wahrgenommenen Erwartungen und Verhaltensweisen anderer Menschen. Soziale Normen können je nach Kontext als sozialer Druck erlebt werden. Individuell verinnerlichte soziale Normen werden zu persönlichen Normen (Schwarzinger et al. 2017: 23). Für die weitere Forschung wäre es daher zum einen interessant, soziale Normen wieder mit einzubeziehen. Sie wurden in der vorliegenden Studie nicht aufgenommen, da sie relativ stabil sind, also nur langsamen Veränderungen unterliegen (vgl. Kapitel 5). Zum anderen sollte zudem die Struktur von FFF genauer untersucht werden, da gerade FFF zugewandte Personen über stärker ausgeprägte persönliche Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung berichten. Hier sind es besonders diejenigen, die über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken, sich also aktiv mit den Werten von FFF auseinandersetzen. Hier könnte die Gruppenkohäsion (vgl. Aronson et al. 2010: 355) von FFF eine Rolle spielen. Erste Schritte der Erforschung dieser Gruppenkohäsion unternehmen Döninghaus et al. (2020: 147), nachzulesen im Sammelwerk „Fridays for Future – Die Jugend gegen den Klimawandel“ von Haunss und Sommer (2020), das insgesamt versucht, mit Methoden der Protest- und Bewegungsforschung, mehr über diesen neuen Akteur der Klimabewegung herauszufinden. Weiterhin dürfte auch die Konformität als das fundamentale menschliche Bedürfnis nach sozialer Gesellschaft innerhalb von FFF eine Rolle spielen. Sie veranlasst Menschen dazu, sich gruppenkonform zu verhalten, um dazu zu gehören (Aronson et al. 2010: 281).

Die persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung korrelieren darüber hinaus mit dem Geschlecht und dem Beruf der Zielstichprobe. Weibliche Studienteilnehmende schätzen ihre persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung deutlich höher ein als männliche. Eine Erklärung hierfür kann der weitaus höhere Anteil weiblicher Studienteilnehmer*innen sein, die tendenziell mehr Wert auf Kleidung legen als männliche Personen. Dies wird auch in der Originalstudie (Joanes et al. 2020: 6) bestätigt, bei der z. B. festgestellt wird, dass Frauen innerhalb der repräsentativen Stichprobe signifikant mehr Kleidung kaufen als Männer. Weiter berichten Studierende deutlich höhere persönliche Normen in diesem Zusammenhang als Schüler*innen und im Berufsleben stehende Personen.

Die Zielstichprobe schätzt also ihre persönlichen Normen allgemein sowie die in Bezug auf Konsum von Kleidung als vergleichsweise hoch ein, wenngleich die Werte eher nah am Skalenmittel liegen und eine starke Varianz vorliegt.

Welche Selbstwirksamkeit erwarten Jugendliche und junge Erwachsene?

Die individuelle Selbstwirksamkeitserwartung als die Gewissheit, Anforderungen auf Grund eigener Kompetenz bewältigen zu können, bewertet die Zielstichprobe eher weniger stark mit einem Mittelwert von $M=2.42$ ($SD=.54$). In der Originalskala (15- bis 24-Jährigen in Deutschland, $N=1.071$) von Michelsen et al. (2012: 198) liegt der Mittelwert bei $M=2.55$, wodurch die Zielstichprobe eine leicht geringere Selbstwirksamkeitserwartung beschreibt. Es lässt sich die Vermutung aufstellen, dass das verhältnismäßig hoch bewertete Nachhaltigkeitsswissen und auch die Einstellungen dafür sorgen, dass die Selbstwirksamkeitserwartung gering ausfällt. Der Grund dafür könnte sein, dass sich die bewussteren Personen eine größere Wirkung des eigenen Handelns wünschen und gleichzeitig nicht erwarten, dass sich tatsächliche Veränderungen schnell feststellen lassen. Zwischen diesen Variablen lässt sich innerhalb der Zielstichprobe jedoch kein statistisch signifikanter Zusammenhang nachweisen.

In der Zielstichprobe lassen sich Unterschiede bei der Selbstwirksamkeitserwartung hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF feststellen. Dabei sind die Unterschiede zwischen den jeweiligen Gruppen, die „Kenne ich“ und „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ angegeben haben, signifikant mit einem schwachen Effekt. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Personen, die über ein tatsächliches Engagement nachdenken, durch eine Selbstwirksamkeitserwartung eine gewisse Motivation erfahren haben. Demnach kann die in Kapitel 2.5 gestellte Frage nach der Einschätzung der Selbstwirksamkeitserwartung vor dem Hintergrund von FFF so beantwortet werden, als dass die Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe zwar als eher gering bewertet wird, Personen, die sich aktiv mit den Themen von FFF auseinandersetzen, indem sie über eine Mitgliedschaft nachdenken, aber die höchste Selbstwirksamkeitserwartung berichten.

Ergänzende Analysen aus den Abfragen mit Bezug zur Region Ingolstadt Nachfolgend werden ergänzend die nominalskalierten Abfragen aus dem zweiten Fragebogenteil zur Region Ingolstadt betrachtet. Eine Mitgliedschaft bei FFF kann demnach gegebenenfalls die Einschätzung der Selbstwirksamkeitserwartung mindern. Dies lässt sich beispielsweise – ebenso wie bei der Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung (vgl. Tabelle 66) – bei der Frage zur Verantwortungszuschreibung bei der Vermeidung von Plastikverpackungen erkennen. Weitere signifikante Unterschiede hinsichtlich der anderen unab-

hängigen Variablen liegen vor, wie Tabelle 67 und den nachfolgenden Erläuterungen entnommen werden kann. In Bezug auf die Vermeidung von Plastikverpackungen haben Personen, die FFF kennen, eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung als die Mitglieder von FFF. Möglichweise sind die Mitglieder von FFF anspruchsvoller, was die Vermeidung von Plastikverpackungen betrifft, und daher frustriert, weil sie sie noch nicht vollständig vermeiden können. Noch höher ist die Selbstwirksamkeitserwartung bei Personen, die darüber nachdenken, Mitglied bei FFF zu werden. Dies bestätigt die zuvor formulierte Vermutung. Dieser Selbstwirksamkeitserwartung bzw. Verantwortungszuschreibung anderer geht Boecker (2009) nach, wie in Kapitel 2.7.2 dargestellt wird. BOECKER (2009) untersucht die Einschätzung der Jugendlichen zur Verantwortlichkeit hinsichtlich globaler Herausforderungen. Hier wurden Jugendliche im Alter zwischen 14 und 18 Jahren (N=1.007) befragt (Boecker 2009: 4). Da das von Boecker (2009) genutzte Instrument in dieser Studie keine Verwendung gefunden hat, lassen sich die Ergebnisse nicht direkt vergleichen. Jedoch können unterschiedliche Bewertungen festgestellt werden. So hält Boecker (2009) fest, dass nur jede*r fünfte der befragten Jugendlichen angesichts der globalen Herausforderungen der Auffassung ist, dass überwiegend die Politik und die Wirtschaft die Verantwortung tragen (vgl. ebd.: 11) und nahezu jede*r zweite befragte Jugendliche auch sich selbst in der Verantwortung sieht (vgl. ebd.: 12). Ganz unbedeutend sehen sie die Rolle der Wirtschaft jedoch auch nicht, denn drei von vier aller Befragten wünschen sich durchaus mehr Engagement von der Wirtschaft (vgl. ebd.: 14). Mehr als zwei Drittel der Befragten wünschen sich an dieser Stelle, dass sie in Schule und Ausbildung mehr Handlungswissen zum Umgang mit den globalen Herausforderungen erfahren (vgl. ebd.: 15). Und letztlich stellt Boecker (2009) fest, dass die Jugendlichen, die sich engagieren oder engagementbereit sind, weitaus besorgter über den Zustand der Welt in zwanzig Jahren sind als solche, die sich nicht engagieren wollen (vgl. ebd.: 18), was sich in ähnlicher Weise in der Zielstichprobe dieser Untersuchung feststellen lässt. Der Vergleich des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Mitglieder von FFF oder von Personen, die über eine Mitgliedschaft nachdenken, mit den FFF weniger zugewandten Personen bestätigt dies (vgl. Tabelle 57) für die Zielstichprobe dieser Untersuchung. Verglichen mit der Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt (vgl. Anhang C 23) kann für die Zielstichprobe festgehalten werden, dass sie in 15 der 28 Maßnahmen die Politik teilweise sehr deutlich in der Verantwortung sieht, in drei weiteren die Wirtschaft und in elf sich selbst (vgl. Tabelle 67 und Tabelle 88). Folglich stützt sich die Zielstichprobe stärker auf die Verantwortlichkeit der Politik, wenn es um die globalen Herausforderungen geht, statt sich selbst eine Wirksamkeit zuzuschreiben, wie das bei Befragten von Boecker (2009) der Fall ist. Doch ähnlich zu Boeckers (2009) Ergebnissen wünscht sich die Mehrheit, mehr Handlungswissen in Schule und Ausbildung

zu erwerben. Dies lässt sich anhand der Bewertung der drei Items aus der Zukunftswerkstatt, die sich mit diesen Themen beschäftigen, ableiten; die Items „Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen“, „Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben“ und „Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren“ beantworten jeweils mindestens 90 % der Teilnehmenden mit „eher wichtig“ oder „wichtig“. Für die gesamte Häufigkeitsverteilung siehe Anhang C 22.

In der Zielstichprobe besteht ein schwacher statistischer Zusammenhang zwischen der Selbstwirksamkeitserwartung und der Teilnahme an Aktionen. Das bedeutet inhaltlich, dass Personen mit einer höheren Selbstwirksamkeitserwartung eher an Aktionen teilnehmen oder umgekehrt, dass Personen, die an Aktionen teilnehmen, mehr Selbstwirksamkeit erwarten. Aufgrund des explorativen Charakters dieser Studie werden keine Kausalitäten untersucht, was an dieser Stelle eine Aufgabe für die weitere Forschung wäre. Muss zuerst eine Wahrnehmung von Selbstwirksamkeitserwartung vorhanden sein, bevor an einer Aktion teilgenommen wird? Die Bedeutung der Selbstwirksamkeitserwartung in Bezug auf die Ausbildung von Einstellungen und Verhaltensintentionen erkennen auch Bosnjak et al. (2020) im Zuge einer Erweiterung der TPB um einige Variablen an. So lässt sich in einigen Studien – neben den bekannten Effekten auf die Verhaltensintentionen – ein moderierender Effekt der Selbstwirksamkeitserwartung auf die sozialen Normen und auf die Einstellungen feststellen. Ist die Selbstwirksamkeitserwartung stärker ausgeprägt, werden die Einstellungen ebenfalls höher bewertet (vgl. Bosnjak et al. 2020: 354–355).

Auf Basis dieser Befunde zu den persönlichen Normen und der Selbstwirksamkeitserwartung lässt sich folgende These für die weitere Forschung aufstellen (These 2): Eine hohe Selbstwirksamkeitserwartung geht mit stärkeren persönlichen Normen einher. Dabei ist die Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe vergleichsweise gering ausgeprägt. Die persönlichen Normen, die gemeinsam mit den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen einen verhältnismäßig starken Effekt auf die nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen haben (vgl. Tabelle 91 und Abbildung 22), schätzt die Zielstichprobe als vergleichsweise hoch ein, sie liegen mit ihrer Einschätzung aber nah am Skalenmittel. *Eine Steigerung der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen könnte vermutlich über die Stärkung der Selbstwirksamkeitserwartung und damit der Stärkung der persönlichen Normen unterstützt werden.* Nachdem die persönlichen Normen innerhalb der Zielstichprobe zudem stark variieren, wäre es für die weitere Forschung von Interesse, diese genauer zu untersuchen.

Zusätzlich zur Auswertung anhand existierender Skalen zu den Variablen des CADM erfolgte eine Auswertung der nominalen Abfragen, die die Gegebenheiten in der Region Ingolstadt betreffen, welche die nachfolgenden beiden Abschnitte beschreiben.

Welche nachhaltigen Konsumangebote sind in der Region Ingolstadt bekannt?

Im Fragebogen wurden ausschließlich in der Region existierende Angebote eines nachhaltigen Konsums abgefragt. Die Ergebnisse zeigen, dass in der Zielstichprobe ein Informationsdefizit hinsichtlich der Verfügbarkeit von nachhaltig produzierter Kleidung und Schuhen sowie Möbeln, Accessoires und Schmuck in der Region herrscht. Die nachhaltige Gastronomie ist ebenfalls eher weniger bekannt. Dass sie nachhaltige Lebensmittel oder Angebote zur Mobilität in der Region finden können, ist den Jugendlichen und jungen Erwachsenen hingegen weitreichend bekannt. Hier liegen nur wenige mittlere Effekte zwischen den Gruppen über alle unabhängigen Variablen hinweg vor, was darauf hinweist, dass die Kenntnis nachhaltiger Angebote in der Region über die Zielstichprobe hinweg gleich verteilt ist. Auffallend ist, dass die größeren innerhalb dieser mittleren Effekte eher bei Gruppenunterschieden hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF vorliegen. Bei Mobilitätsthemen im Speziellen liegen die größeren Effekte innerhalb dieser mittleren Effekte zwischen den Gruppen der unabhängigen Variable Herkunft innerhalb der Region Ingolstadt vor. Gerade in Pfaffenhofen und Ingolstadt sind Möglichkeiten zur nachhaltigeren Mobilität deutlich bekannter als in Eichstätt oder Neuburg-Schrobenhausen. Bezugnehmend auf die Angebotsrecherche (vgl. Kapitel 4 und Anhang A 4 und Anhang A 5), die bereits zu Beginn des Jahres 2019 abgeschlossen wurde, könnte dies zumindest zu dem Zeitpunkt die tatsächlichen Gegebenheiten widerspiegeln. Ingolstadt als Großstadt und der Landkreis Pfaffenhofen, etwa 40 Autominuten nördlich von München, liegen beide an der Autobahn A9 und an der parallel verlaufenden Bahnlinie, die die Metropolen Nürnberg und München miteinander verbinden. Hier herrscht seit Jahren ein reger Pendler*innenverkehr, was dazu geführt hat, dass der ÖPNV und weitere Mobilitätsangebote dort besser ausgebaut sind als in Eichstätt und Neuburg-Schrobenhausen, von wo aus nur Ingolstadt auf direktem Weg zu erreichen ist.

Welche Maßnahmen können sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen für sich und die Region Ingolstadt vorstellen?

Hinsichtlich der Aktionen, denen man sich (als bereits bestehende Maßnahmen) in der Region Ingolstadt anschließen kann, wird deutlich, dass gerade niedrigschwellige Angebote wie Aktionen zum Naturschutz, Pflanzaktionen und Führungen auf einem Biobauernhof zu den bekannteren gehören. Dies deckt sich mit Erkenntnissen aus der HMUKLV-Studie zum Glück Jugendlicher in Hessen (2016: 7), die festhält, dass gerade niedrigschwellige Angebote zur Gewinnung Engagierter beitragen können. Hierzu sei es empfehlenswert,

dass sich Vereine und Verbände in Schulen vorstellen und diese eng miteinander kooperieren, so z. B. gemeinsame Projekte durchführen. Gleichzeitig sind es in der Zielstichprobe gerade Aktionen, die mit Konsum zu tun haben, wie der Besuch von Eine-Welt-Läden, nachhaltigen Märkten und Messen sowie Führungen auf einem Biobauernhof, bei denen sich die höchste Aktivität feststellen lässt. Auffallend ist, dass gerade Studierende und im Berufsleben stehende Personen eher solche Angebote unterstützen (z. B. Lebensmittel retten, Urban Gardening, Natur- und Wildniscamps, Fortbildungen und Veranstaltungen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung und Messen und Märkte). Um auch den Schüler*innen eine Möglichkeit der Selbstwirksamkeitserfahrung zu geben, sollten sie besonders adressiert werden (vgl. dazu Kapitel 10.1.2). Dies bestätigt auch eine Studie zum Thema „Jugend und Nachhaltigkeit“, die feststellt, „dass für Jugendliche und junge Erwachsene gemeinschaftliches Engagement, das auf eine gewisse Regelmäßigkeit angelegt ist, vor allem dann attraktiv ist, wenn die Mitmachoptionen im alltäglichen Umfeld angebunden sind oder von lokalen Vereinen angeboten werden. An der Spitze der Nennungen steht die Beteiligung an Nachhaltigkeitsprojekten, die von der Schule, der Ausbildungsstätte oder am Arbeitsplatz angeboten werden – hier könnte sich so gut wie jede:r Zweite vorstellen, mitzumachen“ (Schneekloth et al. 2022: 13).

Auch der Anschluss an nachhaltigkeitsorientierte Gruppen kann als bestehende Maßnahme betrachtet werden. Hier stellt mit einem Bekanntheitsgrad von 97.8 % FFF innerhalb der Zielstichprobe zum einen die bekannteste Gruppe dar und ist zum anderen mit 25.8 % auch diejenige, bei der sich die meisten vorstellen könnten, mitzumachen. Ähnlich bekannt sind Greenpeace, gefolgt vom BUND und dem DAV. Die mit Abstand meisten aktiven Mitglieder innerhalb der Zielstichprobe fallen auf den DAV, gefolgt von FFF und Greenpeace. Dies verwundert nicht, weil diese Gruppen weit über die Region, teils sogar international bekannt sind. Interessanterweise sind gerade die Schüler*innen – also die tendenziell jüngere Gruppe – diejenigen, die Aktivist*innen bei FFF sind. Angesichts der bisher diskutierten Punkte, bei denen die Zugewandtheit zu FFF durchaus eine Rolle spielte – beispielsweise in der Ausbildung von Nachhaltigkeitseinstellungen, persönlichen Normen oder der Selbstwirksamkeitserwartung – scheint es wichtig zu sein, Menschen ins Engagement zu bringen, um so die kollektive Selbstwirksamkeitserwartung zu stärken und sie letztlich zum nachhaltigen Handeln zu ermutigen. Dies bestätigen auch Koos und Lauth (2020: 222), indem sie feststellen, dass die Unterstützung von FFF auch Einfluss auf den Wandel der privaten Lebensführung hin zu einem klimaneutralen Lebensstil hat. „Wie weitreichend und langfristig die berichteten Verhaltensänderungen sind, lässt sich aber bislang nicht beurteilen“ (Koos/Lauth 2020: 222).

Weiterhin ist in der vorliegenden Studie festzustellen, dass Personen, die FFF zugewandt sind, weiteren nachhaltigkeitsorientierten Gruppen ebenfalls

eher zugewandt sind. Dies deckt sich mit Ergebnissen von Sommer et al. (2019: 25), die festhalten, dass ein großer Teil der bei FFF Protestierenden über das Demonstrieren hinaus politisch aktiv ist (N=355, 14- bis 65-Jährige, wobei die 14- bis 19-Jährigen überrepräsentiert waren, ebd.: 11). „Insgesamt sind zwei Drittel der Befragten in mindestens einer Organisation tätig. [...] Über zehn Prozent der Erwachsenen und knapp fünf Prozent der Schüler*innen sind aktives oder passives Mitglied in Parteien bzw. ihrer Jugendorganisationen. Die passive oder aktive Mitgliedschaft in Umweltorganisationen ist weiterverbreitet“ (Sommer et al. 2019: 11). Darüber hinaus bekunden 82 % der Befragten ein großes bis sehr großes Interesse an Politik. „Über die Hälfte der Erwachsenen gibt an, sehr häufig über Politik zu diskutieren (51.4 %). Bei den Schüler*innen sind es 36.1 Prozent. Die Unterschiede sind jedoch am größten zwischen Protesterfahrenen – von ihnen diskutieren 50.8 Prozent sehr häufig über Politik – und Protestneulingen (23.3 %; Werte nicht abgebildet). Das zeigt, dass Protestieren eine lebensweltliche Erfahrung ist, die wiederum die Auseinandersetzung mit der Politik erhöht. Nicht nur, aber besonders für Schüler*innen bedeutet das: Die Teilnahme am Protest ist ein Akt des politischen Lernens“ (Sommer et al. 2019: 21 f.). Die hohe Engagementbereitschaft in der Zielstichprobe in der vorliegenden Studie unterstützt die Ergebnisse von Sommer et al. (2019), die die Vermutung bestätigen, dass hier keineswegs eine Politikverdrossenheit in der jungen Generation vorliegt. Mehr noch: die gesellschaftliche Wirkung von FFF ist nicht zu unterschätzen; „nie zuvor wurde die international vernetzte Klimabewegung in so hohem Maße von Schüler*innen und Jugendlichen getragen. Und selten waren insbesondere junge Frauen derart prägend für den Protest. FFF politisiert und mobilisiert auch viele junge Menschen, die bisher wenig mit Politik zu tun hatten. [...] FFF wird also Spuren hinterlassen – in der Klimabewegung und darüber hinaus“ (Sommer et al. 2019: 42). Gaiser et al. (2012: 30) halten in ihrer Studie fest, dass politische Bildungsanstrengungen und vereinsorientierte Mobilisierungsstrategien zu nachhaltigem Handeln beitragen können.

In dem die Erhebung vorbereitenden World-Café mit Nachhaltigkeitsexpert*innen aus der Region Ingolstadt wurden die Teilnehmenden gefragt, wie sich die Region Ingolstadt in zwanzig Jahren nachhaltiger entwickeln könnte. Anschließend wurden die junge Generation im Rahmen einer Zukunftswerkstatt gebeten, sich ihre Wunschregion in zwanzig Jahren vorzustellen. Zentrale Punkte aus der Zukunftswerkstatt waren die Maßnahmen: Plastikverpackungen vermeiden, Einwegprodukte vermeiden (stattdessen Mehrweg und Glas), Fleischkonsum verringern, mit Mitmenschen über das Thema Nachhaltigkeit sprechen, Vorbild sein und Impulse setzen, bewusst einkaufen (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen), auf Fair Trade achten, auf Bio-Produkte umsteigen und den Konsum auf regionale Produkte beschränken. In beiden Workshops standen die Maßnahmen Verkehrswende, multi-

funktionale Flächennutzung und mehr Raum für die BNE in Bildung und Ausbildung im Zentrum der zukünftigen, nachhaltigeren Region Ingolstadt. In der Zielstichprobe erfahren in erster Linie andere Maßnahmen die höchste Zustimmung (Vermeidung von Trinkwasserverschmutzung und Plastikverpackungen und Aufhalten des Artensterbens). Mehr Raum für BNE in Bildung und Ausbildung rangiert auf Platz acht, während die multifunktionale Flächennutzung und die Verkehrswende auf den mittleren bzw. hinteren Rängen rangieren (vgl. Abbildung 17). Demnach scheint vor allem die Bildung (für nachhaltige Entwicklung) ein Schlüsselement darzustellen. Diesen Wunsch stellen auch Grund und Brock (2022: 1) bei ihrer Erhebung bei Lernenden sowie Lehrenden fest. Bei Betrachtung der Gruppenunterschiede hinsichtlich der Bewertung der Maßnahmen fällt auf, dass bezogen auf die Zugewandtheit zu FFF gerade die Gruppe, die sich aktiv damit auseinandersetzt, Mitglied zu werden, die oben genannten Maßnahmen als am wichtigsten bewertet. Es scheint also, als sei eine aktive Auseinandersetzung mit den Themen, mit denen sich FFF beschäftigt, eine Voraussetzung für die Akzeptanz von Möglichkeiten, das eigene Leben nachhaltiger zu gestalten.

Besonders den Schüler*innen ist es wichtig, mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen zu bekommen. Das mag daran liegen, dass die beiden anderen Gruppen tendenziell eher volljährig sind und dadurch ohnehin mehr Möglichkeiten zur Mitsprache wahrnehmen. Interessanterweise korreliert dieses Item aber nicht mit der Variable Alter. Entsprechend gibt es in der Untersuchung keine Hinweise darauf, dass die Einstellung zur politischen Mitsprache sich mit zunehmendem Alter ändert.

Wie nehmen Jugendliche die gegenseitige Beeinflussung eines nachhaltigeren Lebensstils und Lebensqualität wahr?

Die Zielstichprobe ist relativ zufrieden mit ihren Lebensbedingungen. Über 80 % geben an, mit ihrem Leben mindestens „eher zufrieden“ zu sein. Allerdings berichten sie, dass die Corona-Pandemie ihre Lebensqualität eher negativ beeinflusst, wodurch von einer eigentlich noch höheren Lebenszufriedenheit unter normalen Rahmenbedingungen ausgegangen werden kann. In einer vergleichbaren Studie der FU Berlin aus dem Jahr 2017 sind es nur 68,3 % der Befragten (vgl. Farnir et al. 2017: 46). Somit ist die Zielstichprobe im Vergleich deutlich zufriedener, wobei Studierende deutlich zufriedener mit ihrem Leben sind als andere Berufsgruppen. Personen innerhalb der Zielstichprobe sind jedoch weniger zufrieden mit ihrem eigenen Leben, je näher sie FFF stehen. Diese vergleichsweise höhere Lebenszufriedenheit innerhalb der Zielstichprobe lässt sich jedoch gegebenenfalls durch die unterschiedliche Wirtschafts- und Sozialstruktur in Berlin und der Region Ingolstadt erklären. Hinsichtlich des Pro-Kopf-Einkommens oder der Arbeitslosenquote steht die Region Ingolstadt, die sich mit „Vollbeschäftigung“ rühmt, deutlich besser da, als

Berlin mit einer Arbeitslosenquote von 9,1 % im Januar 2023. Im Regierungsbezirk Oberbayern, dem die Region Ingolstadt zugeordnet ist, liegt die Arbeitslosenquote zum gleichen Zeitpunkt bei 3,6 % (vgl. Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales 2023: o. S.). Deutschlandweit lag die Arbeitslosenquote im Januar 2023 bei 5,7 %. (vgl. Statista 2023: o. S.).

Die berichtete Lebensqualität in der Zielstichprobe dieser Studie korreliert signifikant mit dem Nachhaltigkeitswissen, den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und den persönlichen Normen und hoch signifikant mit dem Nachhaltigkeitsbewusstsein insgesamt. Es liegen allerdings jeweils nur schwache Effekte vor. Personen, die also nachhaltigkeitsbewusster sind und über stärkere nachhaltigkeitsrelevante Normen verfügen, berichten eine höhere Lebensqualität. Diese Ergebnisse lassen die Vermutung zu, dass die Bereitschaft zu einem nachhaltigeren Lebensstil in der Zielstichprobe dieser Studie mit einer höheren Bewertung der eigenen Lebensqualität einhergeht. Oder umgekehrt, dass Menschen mit einer höheren Lebensqualität eher bereit sind, einen nachhaltigen Lebensstil zu führen.

Dass ein nachhaltiger Lebensstil nicht zwingend als eine Einschränkung für die Lebensqualität empfunden werden muss, lässt sich in der Zielstichprobe der vorliegenden Studie bei Betrachtung der ergänzenden Abfragen zu den Gegebenheiten und Maßnahmen in der Region Ingolstadt erkennen. Indem die Befragten berichten, dass sie vor allem bei den Maßnahmen „Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen)“, „Kleidung sollte wiederverwendet werden (Upcycling)“, „Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern“ und „Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden“ selbst die Veränderung bewirken können, könnte daraus geschlossen werden, dass sie dadurch eher eine Steigerung ihrer Lebensqualität erwarten. Dies deckt sich mit Ergebnissen von Spangenberg und Lorek (2003: 12), die feststellen, dass ein nachhaltiger Lebensstil beispielsweise dann als die Lebensqualität steigernd empfunden wird, wenn er nicht Verzicht, sondern ein gutes/maßvolles Leben bedeutet – insbesondere dann, wenn er als ein Lebensstil, der ein Handeln einschließt, das die Lebensqualität erhält, aber Verschwendung vermeidet, verstanden wird. Einer Studie mit Jugendlichen in Hessen zum Thema Glück zufolge „wurde deutlich, dass die Jugendlichen sich selbst in der Mitverantwortung für eine nachhaltige Gestaltung der Zukunft in Hessen und für die Weichenstellungen für ein Mehr an Lebensqualität sehen. Sie bescheinigen dem eigenen und allgemeiner dem Engagement junger Menschen ein großes Gestaltungs- und Veränderungspotenzial“ (HMUKLV 2016: 17). Dies würde die Aussage von Oberrauch et al. (2016: 225 ff.) unterstützen, dass Lebensqualitätsvorstellungen nur dann als umfassend bezeichnet werden können, wenn sie ökonomische, soziokulturelle sowie ökologische Dimensionen inkludieren, also nachhaltig ausgerichtet sind. Und genau hier könnte nach Oberrauch et al. (2016: 222) das große Potenzial der Jugend liegen: Die Zukunft wird maßgeblich davon beeinflusst werden, wie

Menschen Lebensqualität definieren, wahrnehmen, bewerten und gestalten. Es wird im Besonderen die heutige junge Generation sein, die mit ihren Vorstellungen, Wahrnehmungen und Bewertungen Lebensqualität im 21. Jh. gestalten wird. Die Verknüpfung des Leitbilds der Lebensqualität mit jenem der Nachhaltigkeit scheint vor dem Hintergrund großer globaler Herausforderungen für die Zukunft unabdingbar (vgl. ebd.: 222). Auch Thio und Göll (2011: 6) halten fest, dass Jugendlichen mehr Nachhaltigkeit als mehr Lebensqualität kommuniziert werden kann, indem sie in die Maßnahmen zur nachhaltigen Umgestaltung der Lebenswelt einbezogen werden. Das Leitbild der Nachhaltigkeit bietet Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine Möglichkeit zur Identitätsstiftung, „denn das Leitbild steht für eine hohe Lebensqualität, die durch den Einsatz für die Umwelt und den Umweltschutz, sowie für soziale und Generationengerechtigkeit gesichert und gesteigert werden kann“ (Thio/Göll 2011: 72 f.). Die hohe Selbstwirksamkeitserwartung bezogen auf einige Maßnahmen für die Region und das vergleichsweise hoch berichtete Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Zielstichprobe unterstützen dies. Matthies (2017: 99) prägte für solch eine nachhaltigkeitsorientierte Lebensqualität den Begriff der solidari-schen Lebensqualität als eine Lebensqualität, die erreicht wird, ohne die Lebensgrundlagen anderer Menschen und nachfolgender Generationen einzuschränken. In der vorliegenden Studie lassen sich Parallelen in der Ausprägung der Lebenszufriedenheit und der Selbstwirksamkeitserwartung hinsichtlich der Zugewandtheit zu FFF erkennen. Auffallend ist, dass mit einer stärkeren Zugewandtheit zu FFF eine geringere Einschätzung der Lebensqualität einhergeht und Mitglieder von FFF ihre Selbstwirksamkeitserwartung geringer einschätzen als Personen, die über eine Mitgliedschaft nachdenken.

Aufgrund dieser Befunde zu den in der Region Ingolstadt vorgefundenen Gegebenheiten für einen nachhaltigeren Lebensstil und dessen Einfluss auf die Lebensqualität ist folgende These für die weitere Forschung aufzustellen (These 3): Die Zugewandtheit zu FFF als ein Beispiel einer nachhaltigkeitsorientierten Gruppierung macht nicht nur in der Ausbildung des Nachhaltigkeitsbewusstseins, sondern auch in der Wahrnehmung der eigenen Lebensqualität und bestehender Angebote eines nachhaltigen Konsums im individuellen Umfeld einen Unterschied. Engagierte Personen sind zwar zu einem nachhaltigeren Lebensstil bereit, schätzen ihre Lebensqualität aber geringer ein, je engagierter sie sind. Das lässt höhere Ansprüche an den eigenen nachhaltigen Lebensstil vermuten, je engagierter man selbst ist. *Ein nachhaltigerer Lebensstil steht nicht im Widerspruch zu einer höheren Lebensqualität, jedoch steigen die Ansprüche an einen nachhaltigen Lebensstil mit dem eigenen Engagement.*

Bedeutung von FFF für den gesellschaftlichen Diskurs über Nachhaltigkeitsthemen

Abschließend gilt es festzuhalten, dass mit Auftreten der FFF-Bewegung Nachhaltigkeitsthemen in der Gesellschaft und in den Medien in den vergangenen Jahren immer stärker im öffentlichen Diskurs Platz gefunden haben (vgl. dazu Grund/Brock 2022: 1) und sich die höheren Ausprägungen des Nachhaltigkeitsbewusstseins und weiterer Variablen gegenüber früheren Studien wohl teilweise dadurch erklären lassen. Zudem sind Selektionseffekte denkbar: etwa, dass Personen, die sich für Nachhaltigkeitsthemen interessieren, eher bereit sind, an einer Studie zum Thema teilzunehmen. Hinzu kommt, dass bereits vor dem Auftreten von FFF das Klima ein zentrales Thema in Politik und Gesellschaft war. Die junge Generation wächst mit der Thematik des Klimawandels auf. „Klimapolitik war nach Jahrzehnten wissenschaftsinterner Debatten und Mahnungen auch zu einem Spitzenthema der internationalen Politik geworden – nicht nur seit dem Pariser Klimagipfel im Jahr 2015. [...] Seit Jahren hatten zudem nicht verbandsförmig organisierte Klimagruppen gegen den weiteren Abbau der hochgradig umweltschädlichen Braunkohle in mehreren Revieren, vor allem aber im Raum Hambach, Stellung bezogen und neben konventionellen Protestkundgebungen auch Aktionen zivilen Ungehorsams durchgeführt. Zur weiteren Aktualisierung des Klimathemas hatten zudem der ungewöhnlich trockene Sommer im Jahr 2018 und die Einsetzung der sogenannten Kohlekommission durch die Bundesregierung beigetragen. Vor diesem Hintergrund ist die Resonanz für FFF zu sehen, die durch eine Reihe spezifischerer Faktoren verstärkt wurde“ (Sommer et al. 2019: 40). Die Unterschiede, die eine Nähe zu FFF in der vorliegenden Studie ausmacht, sollten dennoch abschließend zusammengefasst dargestellt werden. Dabei sollten besonders die Variablen hervorgehoben werden, die Personen, die über eine Mitgliedschaft bei FFF nachdenken, besser/höher bewerten, als die Mitglieder von FFF. Das schließt das nachhaltigkeitsrelevante Wissen (Bewusstsein über Konsequenzen nicht nachhaltigen Verhaltens), die nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen, die persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung und die Selbstwirksamkeitserwartung ein. In diesen und den weiteren betrachteten Variablen (nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen, Nachhaltigkeitsbewusstsein, persönliche Normen und Informationseinholen über Medien) sind die signifikanten Gruppenunterschiede linear. Das heißt, sie liegen zwischen „Kenne ich nicht“, „Kenne ich“, „Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen“ und „Ich bin Mitglied“ vor, wobei mit stärkerer Zugewandtheit zu FFF auch die Ausprägung der einzelnen Variablen steigt. Es lässt sich also festhalten, dass die aktive Auseinandersetzung mit Themen, die FFF verfolgt, zu einer stärkeren Ausprägung dieser Variablen führt. Somit fällt auf, dass FFF bei allen operationalisierten Variablen des CADM einen positiven Einfluss hat

– oder umgekehrt, Personen mit beispielsweise stärker ausgeprägten nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen eher dazu tendieren, sich bei FFF zu engagieren. Im Falle des nachhaltigkeitsrelevanten Wissens allgemein, der nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen, der persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung und der Selbstwirksamkeitserwartung ist es jedoch zudem so, dass Mitglieder von FFF wieder geringere Werte berichten als Personen, die über eine Mitgliedschaft nachdenken. Diese Unterschiede sind in der vorliegenden Studie zwar nicht signifikant, geben jedoch wichtige Hinweise auf die Auswirkungen von Engagement – nämlich die, dass mit dem eigenen Engagement die Erwartungen an sich selbst oder die nachhaltige Entwicklung insgesamt höher gesetzt werden.

Während und nach der Erhebung (Juni bis September 2021) treten jedoch weitere Konflikte und Krisen in den Vordergrund der öffentlichen Wahrnehmung und verdrängen so die viel diskutierten Themen FFF und Klimawandel zu großen Teilen. Besonders die seit Februar 2020 grassierende Corona-Pandemie nahm sowohl in den Medien als auch im Privaten den größten Raum ein. „Die Pandemie hat für eine Veränderung des medialen, gesellschaftlichen und politischen Resonanzraums gesorgt. Die Themen, an welche die Klimabewegung bisher mit ihren Aktionen und Erzählungen angeknüpft hat, stehen nicht mehr im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses. [...] Ob die Bewegung weiterhin mediale Sichtbarkeit erhält, wird außerdem vom Erfolg des digitalen Protests als Überbrückungsaktionsform abhängen und davon beeinflusst sein, ob die Bewegung es schafft, die Klimakrise mit anderen aktuell auftretenden Krisen zu verknüpfen und Zusammenhänge und Folgen zu artikulieren“ (Goldenbaum/Thompson 2020: 198). Die Corona bedingten Reisebeschränkungen werden stellenweise als Chance für einen nachhaltigeren Tourismus gesehen. In einer Studie aus dem Jahr 2020 zu den Auswirkungen der Corona-Krise auf die Einstellungen und Absichten der Tourismusbranche in puncto Nachhaltigkeit halten die Autor*innen fest, dass 80 % der Befragten (aus der Tourismusbranche) der Aussage, dass eine Corona bedingte gesteigerte Nachfrage nach nachhaltigen Tourismusangeboten erwartet wird, zustimmen (vgl. Strasdas et al. 2020: 10). Weitere Ereignisse im Sommer 2021, die Einfluss auf die Befragung gehabt haben könnten, sind das Verbot von Einwegprodukten aus Plastik in Deutschland ab Juli 2021 (vgl. Bundesregierung 2023: o. S.) oder auch Katastrophen wie die weltweit grassierenden (Wald-)Brände und Hitzeperioden im Sommer 2021 (vgl. Berliner Zeitung 2022: o. S.). Allen voran ist die Flutkatastrophe im Ahrtal im Juli 2021 zu nennen, die das Klima- und Nachhaltigkeitsbewusstsein deutschlandweit beeinflusst haben dürfte. Das Item „Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen“ aus dem SCQ-S von Gericke et al. (2019: 45) macht diesen Einfluss deutlich. Wird die Zielstichprobe nach dem Zeitpunkt der Befragung unterteilt, so stellt sich heraus, dass die Befragten vor der Ahrtalkatastrophe diesem Item mit 41.6 % „eher zustimmten“ und

mit 41.8 % zustimmten. Nach der Katastrophe stimmten 19.2 % „eher zu“ und 73.1 % zu. Dieser Unterschied ist mit einem schwachen Effekt von $\eta = .23$ signifikant (vgl. Anhang H 9).

9.2 Kritische Reflexion

Das in der Zielstichprobe verhältnismäßig hoch berichtete Nachhaltigkeitsbewusstsein und dessen drei Elemente Nachhaltigkeitswissen, Nachhaltigkeits Einstellungen und nachhaltigkeitsrelevante Verhaltensintentionen sowie die ebenfalls verhältnismäßig hoch berichteten persönlichen Normen müssen mit Blick auf die theoretischen Grundlagen und die Formulierung der forschungsleitenden Fragen sowie die Methodik reflektiert werden.

9.2.1 Theoretische Grundlagen und Formulierung der forschungsleitenden Fragen

Theoretisches Modell

Mit Blick auf den Forschungsstand zum Nachhaltigkeitsbewusstsein allgemein und das der jungen Generation im Speziellen stellt sich ein erhebliches Forschungsdefizit heraus (vgl. Kapitel 2.7.3). Die Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer von Michelsen et al. (2012 und 2015) widmen sich im deutschsprachigen Raum dieser Thematik. Dabei halten sie fest, dass es für die beiden komplexen Sachverhalte der nachhaltigen Entwicklung bzw. des nachhaltigen Handelns weder geeignete und erprobte Erklärungsmodelle noch erprobte empirische Konstrukte gibt (Michelsen et al. 2012: 29). Daher bauen sie ihre Forschung anhand eines von Rode et al. (2001) adaptierten integrierten Handlungsmodells auf (vgl. ebd.: 31). Wie bereits in Kapitel 2.6.2 nach Matthies und Wallis (2018: 39 ff.) festgestellt, sind aber die persönlichen und sozialen Normen ebenfalls relevant für die Ausbildung nachhaltigkeitsorientierten Verhaltens. Diese finden jedoch im von Michelsen et al. (2012 und 2015) verwendeten Modell keine Beachtung. Weitere geläufige Theorien und Modelle wie die TPB, die NAT und die VBN sind aus Sicht einiger Nachhaltigkeitsforscher*innen nicht geeignet, um nachhaltigkeitsrelevantes Verhalten abzubilden (vgl. Ostertag 2016: 40 ff. oder Matthies und Wallis 2018: 39 ff.). Matthies und Wallis (2018: 40) erklären das von Klöckner und Blöbaum 2010 entwickelte und von Klöckner 2013 modifizierte CADM als für Forschungsvorhaben zum Nachhaltigkeitsbewusstsein und nachhaltigem Verhalten geeignet, weswegen sich die forschungsleitenden Fragen der vorliegenden Arbeit am

CADM orientieren. Zahlreiche internationale Studien mit verschiedenen Stichproben aus dem Bereich umweltbewussten bzw. nachhaltigen Verhaltens nutzen das CADM (vgl. Tabelle 2 in Kapitel 2.7.1) als Grundlage für ihre Untersuchungen. Entsprechend der in Kapitel 5 geführten Argumentation wurde beschlossen, nicht alle Variablen des CADM zu erheben, da dadurch das Erhebungsinstrument zu lang geworden wäre. Die daraus entstandenen Konsequenzen werden bei der Reflexion der Methodik diskutiert (Kapitel 9.2.2).

Die Wahl des CADM als theoretischen Rahmen zur Orientierung bei der Formulierung der forschungsleitenden Fragen erwies sich in dieser Studie als hilfreich, da anhand der Variablen des CADM die zu operationalisierenden theoretischen Konstrukte gut erkennbar waren. Diese Erfahrung deckt sich mit der von Lülfs und Hahn (2014: 48) und von Matthies und Wallis (2018: 40). Die hohen Korrelationseffekte zwischen den einzelnen Variablen und die Ergebnisse der Regressionsanalyse (vgl. Tabelle 91) unterstreichen die Wahl des CADM als Orientierungsrahmen zur Konstruktion des Erhebungsinstrumentes und zur Erklärung nachhaltiger Verhaltensintentionen aufgrund der relativ hohen Vorhersagekraft zwischen den einzelnen Prädiktoren nachhaltigkeitsrelevanter Verhaltensintentionen.

Formulierung der forschungsleitenden Fragen

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass mit den ausgewählten forschungsleitenden Fragen das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu einem nachhaltigen Konsum gut abgebildet werden und auch ein Bezug zu den vorgefundenen regionalen Bedingungen hergestellt werden kann. Hierbei ist zu beachten, dass es sich bei den Angaben zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen, den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen, den nachhaltigkeitsrelevanten Intentionen, den persönlichen Normen und zur Selbstwirksamkeitserwartung um Selbstberichte handelt, die nicht zwingend den tatsächlichen Gegebenheiten entsprechen müssen. Die forschungsleitenden Fragen wurden zum einen Teil zuvor aus der Theorie abgeleitet und zum anderen Teil im Rahmen einer qualitativen Vorstudie im Zuge von zwei Workshops erstellt. Damit wurde die Autorin dem Ziel der Studie gerecht, einerseits das Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation zu erforschen und gleichzeitig die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum der jungen Generation in der Region Ingolstadt zu analysieren und dabei herauszufinden, welche Unterstützung die Jugendlichen zur Entwicklung eines nachhaltigen Lebensstils benötigen. Die Ergebnisse bezogen auf die forschungsleitenden Fragen tragen zur weiteren Forschung bei, indem sich drei Thesen aufstellen lassen, die Hinweise auf Forschungsdesiderate liefern.

9.2.2 Methodik

Quantitativer Ansatz

Nachdem der Gegenstand dieser Studie weitestgehend unbekannt und damit Ziel der Studie die Beschreibung eben dieses Gegenstandes ist, handelt es sich um eine explorative Studie. Diese arbeiten nach Döring und Bortz (2016: 149) meist mit quantitativen Methoden, weswegen auch für die vorliegende Studie der quantitative Ansatz gewählt wurde. Dieses Vorgehen hat sich als zielführend herausgestellt, da so ein umfassender Überblick über das Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation in der Region Ingolstadt sowie deren Kenntnis über die vorgefundenen Möglichkeiten eines nachhaltigen Konsums in der Region und ihre Ideen für eine nachhaltigere Entwicklung selbiger hergestellt werden kann. Hierbei ließen sich Unterschiede innerhalb der Stichprobe, vor allem in der Zugewandtheit zu FFF feststellen, aus denen Implikationen für Handlungsempfehlungen und die weitere Forschung abgeleitet werden können. Die der quantitativen Hauptstudie vorgelagerten qualitativen Workshops und die Angebotsanalyse tragen zu einem besseren Verständnis der Gegebenheiten in der Region und damit der Möglichkeit zur Ausgestaltung eines nachhaltigen Konsums bzw. Lebensstils bei, wodurch sich dieses Vorgehen als sehr zielführend erweist. Letztlich kann durch den quantitativen Ansatz eine größere und damit gegebenenfalls breitere Stichprobe erreicht werden. Die Erhebung selbst, die eine hinreichend große Stichprobe überhaupt erst möglich gemacht hat, wird als Feldstudie durchgeführt. Aufgrund der Corona-Pandemie zur Zeit der Durchführung der Studie wird eine reine Online-Befragung durchgeführt. Die Teilnehmenden füllen den Fragebogen also in einem für sie natürlichen Umfeld aus. Der Nachteil hier ist die verminderte Kontrolle von Störvariablen, was die kausale Interpretierbarkeit der Befunde erschwert (vgl. Döring/Bortz 2016: 206). Daher werden in der vorliegenden Studie auch nur Korrelationen untersucht und keine kausalen Zusammenhänge berichtet. Stichprobe

Der Umfragelink wurde über bekannte Personen und Institutionen (Adressat*innen vgl. Tabelle 13) an Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 14 und 25 Jahren in der Region Ingolstadt, also den Landkreisen Eichstätt, Neuburg-Schrobenhausen und Pfaffenhofen sowie der Stadt Ingolstadt verteilt. Im Anschreiben der E-Mail sowie des Fragebogens selbst wurde darauf hingewiesen, von welchem Personenkreis die Umfrage ausgefüllt werden soll. Damit liegt eine nicht-probabilistische Gelegenheitsstichprobe mit einer geringen globalen Repräsentativität (vgl. Döring/Bortz 2016: 305 ff.) vor. Eine Repräsentativität für die Region Ingolstadt war angestrebt, konnte aber durch die erschwerten Bedingungen (Corona-Pandemie) während der Erhebungszeit (vgl. Kapitel 6.4) nicht realisiert werden. Dies muss bei der Auswertung der Skalen bezüglich dieser unabhängigen Variablen beachtet werden. Insgesamt haben

454 Personen an der Befragung teilgenommen. Eindeutig der Zielstichprobe zuzuordnen sind 195 Personen. Im Nachhinein betrachtet wäre es gewinnbringender gewesen, entgegen der allgemeinen Empfehlung (vgl. Döring/Bortz 2016: 406) die demographischen Angaben an den Anfang des Erhebungsinstruments zu stellen. Somit hätten auch die Befragten, die vorzeitig abgebrochen haben, nach unabhängigen Variablen (Alter, Geschlecht, Herkunft und Beruf) differenziert betrachtet werden könnten. So fehlt diese Angabe bei etwa der Hälfte der ausgefüllten Bögen. Da nur wenige Personen beim Alter oder der Herkunft Angaben fernab der Zielstichprobe (älter als 25, nicht aus der Region Ingolstadt) gemacht haben und aufgrund der Hinweise in den Anschreiben kann davon ausgegangen werden, dass sich in der Gesamtstichprobe noch weitere Bögen für die Zielstichprobe befinden. Da jedoch bei der inferenzstatistischen Auswertung dann jeweils mit der Gruppe „keine Angabe“ hätte gearbeitet werden müssen, beschloss die Autorin, diese Auswertung anhand der 195 eindeutig der Zielstichprobe zuzuordnenden Bögen durchzuführen. Hinsichtlich der Verteilung des Alters, der Herkunft und des Geschlechts ist die Zielstichprobe nicht repräsentativ, was eine Übertragung der Ergebnisse auf die Gesamtpopulation deutlich einschränkt. Mit Ausnahme der unabhängigen Variable Alter sind die Untergruppen innerhalb der Zielstichprobe teilweise deutlich unterschiedlich verteilt, sodass die Ergebnisse vorsichtig zu interpretieren sind. Es bleibt zumeist unklar, ob die Teilnehmenden grundsätzlich deswegen den Fragebogen ausgefüllt haben, weil sie eher zu den nachhaltigkeitsinteressierten Personen gehören, was zu einer leicht positiven Verzerrung der Ergebnisse führen kann. Dennoch sind die Ergebnisse aussagekräftig genug, um ein Bild über das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum der jungen Generation in der Region Ingolstadt zu bekommen.

Konstruktion des Erhebungsinstruments

Bei der Konstruktion des Erhebungsinstruments (vgl. Kapitel 6.2.1) wurde sich zum einen an den Vorgaben von Döring und Bortz (2016: 406) und zum anderen am CADM (zur Erfassung des Nachhaltigkeitsbewusstseins) orientiert. Die einfacher zu beantwortenden Fragen zur Region Ingolstadt wurden an den Schluss gestellt, um zu gewährleisten, dass die Fragen zu den Variablen des CADM in jedem Fall beantwortet werden. Diese Grenze von 41 % des Fragebogens haben innerhalb der Gesamtstichprobe 284 Personen erfüllt, was den Aufbau des Fragebogens bestätigt. Der in zwei Phasen durchgeführte Pretest und die darauffolgende Fragebogenrevision sowie die Erhebung selbst weisen eine sehr hohe Reliabilität des Fragebogens auf. Weitere Gütekriterien (Objektivität und Validität) sind ebenfalls erfüllt. Um einschätzen zu können, wie sehr die Teilnehmenden nach einer mutmaßlichen sozialen Erwünschtheit antworten, wird die Skala zur *Sozialen Erwünschtheit* (KSE-G) nach Kemper et al.

(2012: 8) eingebaut. So lässt sich eine leichte Tendenz zum sozial erwünschten Antwortverhalten in der Zielstichprobe bei der Einschätzung ihrer nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen und ihres Nachhaltigkeitsbewusstseins feststellen. Die nur schwachen Effekte beeinflussen die Ergebnisse nur geringfügig.

Dennoch sind bei der Auswertung Punkte aufgefallen, die bei einer erneuten Befragung anders gehandhabt werden müssen. Einige der verwendeten Skalen bilden nicht exakt das Nachhaltigkeitsbewusstseins und das nachhaltigkeitsrelevante Verhalten nach dem Verständnis der vorliegenden Arbeit ab. Diese wurden ausgewählt, da zum Zeitpunkt der Konstruktion noch keine anderen Skalen vorlagen. Künftig sollten in diesem Fall eigene Skalen entwickelt und im Rahmen von Pretests geprüft werden. Zudem wäre eine andere Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung gegebenenfalls zielführender gewesen. Die eher gering berichtete Selbstwirksamkeitserwartung könnte dadurch erklärt werden, dass sich die Items der Skala nach Michelsen et al. (2012: 198) einerseits allesamt mit der Produktion von Produkten beschäftigen und nicht etwa mit Themen im direkten Einfluss der Teilnehmenden, wie es z. B. Ressourcenschonung durch kürzeres Duschen etc. bedeuten würde. Auch korreliert der Skalenmittelwert nicht, wie in der Originalstudie von Klöckner (2013: 42) mit dem der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen. Das könnte daran liegen, dass der die Skala einleitende Text nicht aus der Ich-Perspektive geschrieben ist und das zu Verschiebungen im Antwortverhalten geführt hat. Vor dem Pretest befand sich parallel zur Skala von Michelsen et al. (2012: 198) die Skala von Hanss und Böhm (2010: 73) zur SDSE im Fragebogen. Im Rahmen der Fragebogenrevision nach dem ersten Pretest wurde sie aufgrund ihrer Skalierung und ihrer Länge aus dem Fragebogen genommen. Inhaltlich wäre sie aber vermutlich geeigneter gewesen. Es wurde erwartet, dass die Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung mit der Skala des nachhaltigkeitsrelevanten Wissens in Bezug auf den Konsum von Kleidung korreliert – denn Letztere befasst sich mit der Verantwortungszuschreibung zu den Konsequenzen nicht nachhaltigen Verhaltens. In der Erhebung kann jedoch keine Korrelation festgestellt werden. Die Items der beiden Skalen sind inhaltlich auch zu unterschiedlich, was in einer erneuten Erhebung unbedingt angeglichen werden sollte. Ein weiteres Defizit betrifft die Auswahl der Variablen des CADM, die in das Erhebungsinstrument aufgenommen wurden. Aufgrund der Länge des Fragebogens wurden mehrere Variablen nicht operationalisiert. Während der Auswertung ist aufgefallen, dass es möglicherweise sinnvoll gewesen wäre, das berichtete nachhaltigkeitsrelevante Verhalten sowie die sozialen Normen zu operationalisieren. Wie in Kapitel 9.1 schon diskutiert, sollten die sozialen Normen in der weiteren Forschung operationalisiert werden, da diese die persönlichen Normen bilden und beeinflussen (vgl. Schwarzingen et al. 2017: 23), die wiederum stärkster Prädiktor der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen sind. Das nachhaltigkeitsrelevante Verhalten wurde deswegen nicht

operationalisiert, weil dessen zweitstärkster Prädiktor (nach den INT) die HAB und diese relativ starr und daher nur langfristig zu verändern sind (vgl. Klöckner 2013: 15 f.). Da ein Ziel dieser Arbeit aber eher die Unterstützung von kurzfristigen Veränderungen im nachhaltigen Konsum ist und dahingehend Handlungsempfehlungen formuliert werden sollen, liegt der Fokus eher auf den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen statt auf dem tatsächlich berichteten Verhalten. Hinzu kommt, dass das Verhalten stark von den Möglichkeiten vor Ort abhängig ist und daher nicht verallgemeinert werden kann. Sollte in künftiger Forschung das nachhaltigkeitsrelevante Verhalten operationalisiert werden, so ist zu beachten, dass dieses möglicherweise stark einem sozial erwünschten Antwortverhalten unterliegt.

Bei nachfolgenden Studien zur Beforschung nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens Jugendlicher und junger Erwachsener anhand des CADM (Klöckner 2013) und der Operationalisierung des Nachhaltigkeitsbewusstseins anhand des *SCQ-S* (Gericke et al. 2019: 45) sollte darauf geachtet werden, die Items der Lebenswelt der Jugendlichen anzupassen. Die bisherigen Studien auf Basis des CADM befragten Erwachsene und in der vorliegenden Studie wurden die Items aufgrund der dann neu zu prüfenden Güte der Skalen nicht verändert. Nachdem jedoch der *SCQ-S* (ebd.) Schwächen hinsichtlich der Operationalisierung der Nachhaltigkeitseinstellungen aufweist (hier wurde lediglich die affektive Einstellungskomponente unter Weglassen der kognitiven und behavioralen Komponente operationalisiert, vgl. Kapitel 7.2.1.2), sollten diese Items bei einer weiteren Nutzung des *SCQ-S* noch einmal überdacht werden.

Auswertung

Aufgrund der Datenlage (demographische Daten) entschied sich die Autorin, zunächst eine deskriptive Auswertung des gesamten Datensatzes durchzuführen, bevor ausgehend von den forschungsleitenden Fragen die Analyse der Zielstichprobe zunächst deskriptiv und anschließend inferenzstatistisch (vgl. Tachtsoglou/König 2017: 256 f.) stattfand.

Durch die guten Ergebnisse der Reliabilitätsanalyse (vgl. Kapitel 6.2.3) ist die statistische Validität nach Döring und Bortz (2016: 97) gegeben und daher können Summenwerte und Mittelwerte der Skalen gebildet werden. Darüber hinaus werden im Sinne der Klassischen Testtheorie (vgl. ebd.: 461) für die einzelnen Items der Skalen die Mittelwerte inklusive der Standardabweichung und der Trennschärfe berechnet. Beim zweiten Teil des Fragebogens, dem auf die Region Ingolstadt bezogenen Teil, handelt es sich um nominalskalierte Items, weswegen nur die Häufigkeitsverteilung berechnet wird. Eine Besonderheit stellt die Abfrage zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung dar. Diese war eine offene Frage, weswegen sie im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Döring/Bortz 2016: 588 f.) und mittels eines Codierleitfä-

dens nach Mayring und Fenzl (2019: 638 f.) mit Unterstützung einer studentischen Hilfskraft sowie durch die Autorin selbst ausgewertet wurde (vgl. Kapitel 7.2.1). Um letztlich auf die Zusammenhänge der einzelnen Variablen des CADM schließen zu können, wurde eine lineare Regression nach Tachtsoglou und König (2017: 245 ff.) gerechnet. So ließ sich feststellen, dass die persönlichen Normen die stärksten Prädiktoren nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens sind.

Mit diesem Vorgehen wurde sich streng an die Vorgaben zur Auswertung empirischer Daten, vor allem nach Döring und Bortz (2016), gehalten, was sich als zielführend erwiesen hat. Daher ist dieses Vorgehen unbedingt für die weitere Forschung zu empfehlen. Nachdem das Erhebungsinstrument insgesamt recht lang ist und die Abbruchquote hoch war, könnte künftig überlegt werden, mit einer dimensionsreduzierenden konfirmatorischen Faktorenanalyse (vgl. ebd.: 446) zu arbeiten und Items mit zu geringer Faktorenladung aus dem Erhebungsinstrument zu streichen.

Letztlich gilt festzuhalten, dass die Ergebnisse der Studie genutzt werden können, um Hinweise und Vorschläge zur Unterstützung der Steigerung des nachhaltigen Konsums und des Nachhaltigkeitsbewusstseins formulieren zu können. Verallgemeinerungen oder Rückschlüsse auf die Gesamtpopulation sind aufgrund der nicht repräsentativen Stichprobe allerdings nicht möglich. Dass offensichtlich die Zugewandtheit zu FFF in vielerlei Hinsicht eine Rolle in der Ausprägung des Nachhaltigkeitsbewusstseins sowie der Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum/Lebensstil spielt, soll die zentrale Erkenntnis dieser Befunde sein.

10 Implikationen für die weitere Forschung und die Praxis

Aus dem Befund der Ergebnisse (Kapitel 8) und deren Diskussion (Kapitel 9) sowie der Betrachtung des Designs der Studie (Kapitel 9.2) werden nun Schlussfolgerungen für die Unterstützung der Steigerung des nachhaltigen Konsums – und damit inbegriffen des Nachhaltigkeitsbewusstseins – junger Menschen in der Region Ingolstadt gezogen (Kapitel 10.1.1). Aufgrund der nicht repräsentativen Stichprobe sind diese zwar nicht uneingeschränkt auf andere Regionen Deutschlands oder gar international übertragbar, dennoch stellen sie einen guten Anhaltspunkt für ähnliche Vorhaben dar. Kapitel 10.1.2 möchte konkrete Handlungsempfehlung für BNE-Multiplikator*innen geben und Kapitel 10.2 liefert Implikationen für die weitere Forschung zum Thema.

10.1 Vorschläge zur Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins und des nachhaltigen Konsums

Das Nachhaltigkeitsbewusstsein sowie zwei seiner drei Dimensionen, Nachhaltigkeitswissen und Nachhaltigkeitseinstellungen, sind in der vorliegenden Erhebung (Zielstichprobe) verhältnismäßig hoch bewertet. Lediglich ihre nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen bewertet die Zielstichprobe – ähnlich zu vergleichbaren Studien – als geringer ausgeprägt. Diese Einstellungs-Verhaltens-Differenz lässt sich zum einen durch die verhältnismäßig gering ausgeprägte Selbstwirksamkeitserwartung und zum anderen durch die vorgefundenen Möglichkeiten zu einem nachhaltigeren Verhalten und darin inbegriffen zu einem nachhaltigen Konsum erklären. Zu ähnlichen Ergebnissen, nämlich, dass Informationsdefizite und Handlungsbarrieren Grund für ein nicht nachhaltiges Handeln sind, kommen auch Haubbach et al. (2013: 43). Daraus folgt, dass erstens die Möglichkeiten zum nachhaltigen Konsum besser kommuniziert aber auch attraktiver gemacht werden müssen – was auf verschiedenen Ebenen (Politik, Wirtschaft, Bildung) passieren muss – und zweitens dafür Sorge getragen werden muss, dass die junge Generation mehr Selbstwirksamkeitserwartung durch ihr bestenfalls nachhaltiges Verhalten erfährt. Hierbei ist zu beachten, dass besonders der Gruppierung Fridays for Future [FFF] zugewandte Personen eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung berichten. Letztlich steht ein Mehr an Nachhaltigkeit im eigenen Leben im Einklang mit einer höheren Lebensqualität, auch hier wieder im besonderen Maße bei FFF-zugewandten Personen. In beiden Fällen berichten die Mitglieder von

FFF geringere Werte, worauf im Verlauf dieses Kapitels nochmal eingegangen wird. Es lassen sich zwei zentrale Implikationen für die Praxis ableiten:

1. Nachhaltigkeitskommunikation und Bildungsangebote (für eine nachhaltige Entwicklung) sollten motivierend sein, nicht Einschränkungen und Verzicht predigen, sondern auf die lebensqualitätssteigernden Aspekte aufmerksam machen.
2. Bildungsangebote (für eine nachhaltige Entwicklung) sollten zum kritischen Denken und zur Teilnahme am Diskurs anregen, Handlungsmöglichkeiten und Möglichkeiten zum Engagement aufzeigen und so den Einstieg ins Engagement erleichtern. Diese Möglichkeiten sollten jedoch kritisch reflektiert werden und es sollte nicht von dem einen richtigen Weg gesprochen werden.

Im Engagement können junge Menschen zur kritischen Auseinandersetzung mit Themen nachhaltiger Entwicklung und deren Komplexität und Widersprüchen befähigt werden. Damit die in diesem Sinne entwickelten Empfehlungen von der jungen Generation angenommen und umgesetzt werden, sollten sie sich an deren Lebenswelten ausrichten. Sie sollten Handlungsbereiche umfassen, die die Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alltag selbst mitbestimmen können und deren Bedeutung für Nachhaltigkeit sich einfach erschließt.

10.1.1 Steigerung des Nachhaltigkeitsbewusstseins und des nachhaltigen Konsums

Bereits existierende Studien beschäftigen sich mit der Attraktivitätssteigerung nachhaltiger Konsumgüter. Hier sind Vermeir und Verbeke (2006: 187) zu nennen, die vor allem festhalten, dass die Verfügbarkeit nachhaltiger Produkte zu betonen ist und in den Supermärkten ein besseres Angebot an nachhaltigen Produkten zu organisieren sei. Den Autor*innen folgend sind Preis, Qualität, Bequemlichkeit und Markenbekanntheit nach wie vor die wichtigsten Entscheidungskriterien, während ethische Faktoren nur für eine Minderheit der Verbraucher*innen tatsächlich entscheidungsrelevant werden. Um Verbraucher*innen stärker zum Konsum nachhaltiger Produkte zu veranlassen, schlagen sie vor, mittels entsprechender Reize die Aufmerksamkeit der Verbraucher*innen vermehrt auf nachhaltige Produkte zu lenken und so deren Verfügbarkeit zu betonen. Noch wirksamer wäre es, in den Supermärkten ein besseres Angebot an nachhaltigen Produkten zu organisieren. Außerdem könnte die Kommunikation über die verschiedenen Gütesiegel und deren Kriterien verbessert werden, da ihnen oft mit Skepsis begegnet wird. Darüber hinaus kann die Selbstwirksamkeitserwartung der Verbraucher*innen gestärkt werden, indem das Produktmarketing gezielt aufzeigt, welchen individuellen Beitrag einzelne Personen zu einem nachhaltigen Lebensstil leisten können. Schließlich

könnten Verbraucher*innen stärker direkt einbezogen werden, um nach verfügbaren nachhaltigen Produkten zu suchen (vgl. ebd.: 187).

Hamann et. al (2016: 56) stellen in ihrem Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns den bei jeder Kaufentscheidung laufenden Prozess der Abwägung zwischen Kosten und Nutzen als eine Hürde nachhaltigen Konsums heraus, die es zu überwinden gilt. „Allgemein versuchen wir, die – von uns angenommenen – *Kosten* zu verringern bzw. zu vermeiden. Zu den Kosten zählen einerseits *Verhaltenskosten* [...] und andererseits *monetäre Kosten*. Den von uns erwarteten (Verhaltens-)Nutzen wollen wir möglichst vergrößern. Je nach Situation kann das bedeuten, dass wir hedonistische Ziele ‚mich sofort besser fühlen‘ oder gewinnorientierte Ziele ‚meinen eigenen Besitz schützen und vermehren‘ vorziehen, weil ein gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis besteht. Andere Motive (z. B. die persönliche ökologische Norm) treten dann in den Hintergrund“ (Hamann et al. 2016: 56). Eine Möglichkeit, solche Kosten-Nutzen-Abwägungen in Richtung einer nachhaltigen Kaufentscheidung zu lenken, ist das sogenannte Nudging, das zum Ziel hat, nachhaltigere Produkte attraktiver zu machen oder mindestens in den Vordergrund zu rücken. Nudges können Menschen ohne finanzielle Anreize und ohne dabei Wahlmöglichkeiten einzuschränken bei Entscheidungen so umlenken, dass sie sich eher so verhalten, wie sie es eigentlich gerne würden. „Stattdessen werden beim Nudging z. B. Informationen bereitgestellt und vereinfacht, die physische Umgebung umgestaltet, Standardeinstellungen verändert und soziale Normen aktiv genutzt. [...] Dabei ist entscheidend, dass Nudges transparent sind und Menschen das Ziel hinter einem Nudge akzeptieren, da ansonsten Abwehrreaktionen auftreten können. Zudem ist die Wirkung eines Nudge umso größer, je informierter und überzeugter Menschen davon sind, dass eine bestimmte Verhaltensänderung sinnvoll ist“ (Nelles/Serrer 2021: 114). Diese Bereitstellung der für Nachhaltigkeitsbewusstsein und eine nachhaltige Lebensweise nötigen Informationen entspricht Unterziel 12.8 des SDG 12 (vgl. Die Bundesregierung 2016: 170).

Nachdem sich die Zielstichprobe grundsätzlich als nachhaltigkeitsbewusst und entsprechend bereit zu solchen Handlungen bewertet, bietet Nudging eine gute Möglichkeit, den nachhaltigen Konsum Jugendlicher in der Region zu steigern. Eine Möglichkeit, entsprechende Informationen zur Verfügung zu stellen, wäre eine Online-Plattform oder noch besser eine Smartphone-App mit allen nötigen den nachhaltigen Konsum betreffenden Informationen.

Der vom RENN-Netzwerk herausgegebene „Nachhaltige Warenkorb“ (RENN o. J: o. S) kann dabei als Anhaltspunkt für eine solche Plattform dienen. Allerdings sollte diese deutlich konkreter und vor allem mit Bezug zur Region Ingolstadt gestaltet werden. Es existieren Apps, mit denen Produkte auf ihre Inhaltsstoffe und deren Bedenklichkeit geprüft werden können (Code-Check), die allerdings nicht nach Kriterien der Nachhaltigkeit urteilen, oder solche, mit denen in Erfahrung gebracht werden kann, wo regionale Produkte

verfügbar sind (RegioApp). Auch die NABU-Siegel-Check-App gibt hilfreiche Hinweise darüber, was hinter den einzelnen Siegeln steckt. Aber es fehlt an einer allumfassenden Plattform mit Bezug zur Region. Ein guter Ansatzpunkt ist der vom Katharinen-Gymnasium in Ingolstadt entwickelte Nachhaltigkeits-Guide (Schönwald 2020), der zunächst auf die Aspekte von Nachhaltigkeit und dann auf die einzelnen Konsumfelder wie Lebensmittel, Kleidung und Mobilität eingeht und darstellt, wie der Konsum in diesen Bereichen nachhaltiger gestaltet werden kann und wo entsprechende Produkte in Ingolstadt zu finden sind. Das Problem dieses sehr guten Ansatzes ist, dass die Informationen über die Verfügbarkeit sehr schnell nicht mehr aktuell sind und eine Broschüre in Printform daher schnell nicht mehr die aktuellen Gegebenheiten darstellt. Um den nachhaltigen Konsum in der Region zu steigern, wäre es also zielführend, die Angebote über die ganze Region Ingolstadt einzubinden und vor allem ein weniger anfälliges Medium, was die Aktualität der Daten angeht, wie eben eine Website oder eine App zu verwenden. Im Sinne der Partizipation wäre es auch spannend, den Nutzer*innen zu ermöglichen, das Angebot interaktiv mitzugestalten, indem sie neue Produkte melden können. Dies müsste dann aber von zentraler Stelle koordiniert und moderiert werden. Alles in allem würde dies bedeuten, dass die entsprechenden finanziellen Mittel zur Verfügung gestellt werden müssen. Zentrale Adressat*innen wären zunächst die vier Kommunen innerhalb der Region Ingolstadt, die wie alle anderen Kommunen in Deutschland dazu beitragen, die SDGs auf nationaler Ebene zu erfüllen (vgl. Die Bundesregierung 2016: 46 f.). Zentrale Unterstützerin in diesem Vorhaben könnte die Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e. V. sein, die einen guten Überblick über die Region und die jeweiligen Stakeholder hat.

Mit dieser soeben vorgeschlagenen Maßnahme lassen sich das Wissen über nachhaltige bzw. nicht nachhaltige Produkte schärfen und Entscheidungsprozesse vereinfachen, was im Sinne der Gestaltungskompetenz (vgl. Haan 2008: 31) eine erste Möglichkeit der Überwindung der Hürden hin zu einem nachhaltigeren Verhalten darstellt. Wie die vorliegende Studie zeigt, ist besonders die Selbstwirksamkeitserwartung ein wichtiger Prädiktor des nachhaltigen Verhaltens. Eine gesteigerte Selbstwirksamkeitserwartung kann dazu führen, „dass wir uns schwieriger umzusetzendes Nachhaltigkeitsverhalten zutrauen“ (Bronswijk et al. 2021: 130). Daneben ist in der Zielstichprobe ein Informationsdefizit hinsichtlich der Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumgüter in der Region festzustellen. Mit einer Maßnahme wie einer Informations-Plattform oder App besteht allerdings die Gefahr, dass sich nur diejenigen informieren, die sich bereits für nachhaltigen Konsum interessieren. Personen, die kein Interesse an nachhaltiger Entwicklung zeigen, werden eine solche Plattform nicht nutzen. Daher ist es zentral, möglichst viele junge Menschen – am besten bevor sie vermehrt eigene Konsumentscheidungen treffen (vgl. Kapitel 6.3.1) – für Themen einer nachhaltigen Entwicklung zu sensibilisieren. Aus diesem Grund

und mit dem Ziel der Steigerung der Selbstwirksamkeitserwartung sollen nachfolgend, geleitet von Kriterien der BNE, Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen formuliert werden.

*10.1.2 Handlungsempfehlungen für BNE-Multiplikator*innen*

Neben der berichteten Einstellungs-Verhaltens-Differenz und der relativ gering berichteten Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe fällt auf, dass sich vor allem Unterschiede innerhalb der Stichprobe je nach der Zugewandtheit zu FFF feststellen lassen. Personen, die Mitglied bei FFF sind oder über eine Mitgliedschaft nachdenken, bewerten ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein, ihre persönlichen Normen und ihre Selbstwirksamkeitserwartung teils signifikant anders als Personen, die FFF nur kennen. Noch deutlicher sind die Unterschiede zu Personen, die angeben, FFF nicht zu kennen. Darüber hinaus ist die Wahrnehmung bestehender Angebote eines nachhaltigen Konsums im individuellen Umfeld bei FFF zugewandten Personen stärker. Engagierte Personen sind weiterhin zu einem nachhaltigeren Lebensstil bereit.

Mit dem von Greta Thunberg gestarteten Klimastreik wurde eine neue Bewegung im Sinne eines Engagements für eine nachhaltige Entwicklung begründet. FFF ist seither eine der zentralen Akteursgruppen im Kampf gegen den menschengemachten Klimawandel. Wie die vorliegende Studie zeigt, gibt es in der Region durchaus viele motivierte Jugendliche und junge Erwachsene, die sich bei FFF oder anderen nachhaltigkeitsaffinen Gruppierungen engagieren. Ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein berichten sie als stärker ausgeprägt, als dies nicht engagierte junge Menschen tun. Bei aller Kritik an FFF, hinsichtlich der Schulpflicht und des Unterrichtsausfalls, sollte der Einfluss von einem Engagement bei FFF nicht unterschätzt werden. Jüngst kommt in Deutschland ein weiterer Kritikpunkt an FFF und ihrer Gründerin, Greta Thunberg, hinzu. Im Rahmen des Nahostkonflikts äußert sich Thunberg mehrfach pro-palästinensisch. Ihr und FFF International wird ein einseitiger und antisemitischer Blick auf den Konflikt vorgeworfen (vgl. Süddeutsche Zeitung 2023: o. S.). Von diesen Aussagen distanziert sich FFF Deutschland deutlich (vgl. Fridaysforfuture.de 2023: o. S.). Der Einfluss von FFF auf die junge Generation und darüber hinaus bleibt dennoch bestehen – in welcher Form und ob sich durch die jüngste Kritik Veränderungen ergeben, ist nicht Bestandteil der vorliegenden Studie.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass der Großteil der Teilnehmenden an der Studie nicht einfach nur dem Unterricht fernbleiben will, sondern ihnen die Inhalte von FFF wirklich am Herzen liegen. So ist die Teilnahme am Protest immer auch eine Ausdrucksform politischen Interesses und politischen Handelns, sodass in der Zielstichprobe nicht von einer Politikverdrossenheit gesprochen werden kann. Auffallend ist, dass die hier von den jungen Leuten

vorgeschlagenen Maßnahmen aus der Zukunftswerkstatt (vgl. Kapitel 3.2) tendenziell von ihnen selbst umzusetzen sind. Die Erwachsenen im Expert*innen-workshop (vgl. Kapitel 3.1) schieben die Verantwortung tendenziell von sich weg in Richtung Politik und Wirtschaft. Daraus wird deutlich, dass die junge Generation wirklich etwas bewegen möchte. Und so ist es ein wichtiger Baustein einer Bildung für nachhaltige Entwicklung, junge Menschen in ihrer Ausbildung zu mündigen Bürger*innen zu unterstützen, ihnen Möglichkeiten aufzuzeigen, sich Gehör zu verschaffen und sich einzubringen, und sie zum Engagement zu motivieren. Die Ergebnisse zeigen also, dass es zielführend sein kann, junge Menschen ins Engagement zu bringen und gleichzeitig ihre Selbstwirksamkeitserwartung zu stärken und mögliche Enttäuschungen abzufedern, wenn sich Dinge beispielsweise nicht so schnell umsetzen lassen wie gewünscht.

BNE kann eine Möglichkeit zur Stärkung der Selbstwirksamkeitserwartung darstellen, denn durch sie sollen Menschen befähigt werden, an einer nachhaltigen Entwicklung mitzuwirken, indem sie den gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Wandel fördern und ihr eigenes Verhalten ändern (Rieckmann 2018: 6). Die Teilnehmenden dieser Studie geben zu einem großen Teil an, dass sie sich mehr BNE in Schule, Ausbildung und Studium wünschen. BNE zielt darauf ab, Individuen mit den für eine BNE notwendigen Kenntnissen und Kompetenzen auszustatten und trägt so zur Erreichung der SDGs bei (vgl. ebd.). So wird mit Hilfe von BNE zum Beispiel Unterziel 4.7 von SDG 4 unterstützt: „Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung“ (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. 2023 a: o. S.). Rieckmann (2018: 8) empfiehlt zur Entwicklung der entsprechenden Kompetenzen, aktives Lernen durch pädagogische Ansätze zu fördern, die lernendenzentriert, handlungsorientiert und transformativ sind. Als eine Methode des transformativen Lernens stellt Rieckmann (2018: 9) beispielsweise Service Learning heraus, denn; „[...] in einem Dialog oder einem Projekt, das die Zusammenarbeit mit einem Praxispartner beinhaltet, können die Lernenden etwas über realweltliche Herausforderungen erfahren und von den Kompetenzen und Erfahrungen der Partner profitieren“ (Rieckmann 2018: 8). Rieckmann (2018: 8 f.) geht hier von dem Konzept der kritisch-emanzipatorischen BNE aus, die nach Wals (2011: 178 ff.) als BNE 2 neben der instrumentellen BNE 1 zu den verschiedenen Ansätzen einer BNE zählt. BNE 1 geht davon aus, „dass es bestimmte Werte und Verhaltensweisen gibt, die eindeutig mit einer nachhaltigen Entwicklung verbunden sind. [...] Ziel von BNE [1] ist es dementsprechend, Bewusstsein für eine nachhaltige Entwicklung zu schaffen, mit Nachhaltigkeit

verbundene Werte zu vermitteln und als nachhaltig erkannte Verhaltensweisen zu fördern. Es sollen durch die Bildungsprozesse bestimmte Verhaltensweisen [...] befördert werden (Vare & Scott, 2007). Unter Bezug auf Ansätze der Umweltpsychologie (Wals, 2011) werden z. B. Anreize gegeben, um ein bestimmtes, vermeintlich nachhaltiges Verhalten attraktiv zu machen“ (Rieckmann 2021: 6). Im wissenschaftlichen Diskurs wird die Gefahr der Instrumentalisierung der Lernenden (vgl. Singer-Brodowski 2016: 132) und die Beschränkung der unabhängigen politischen Meinungsbildung (vgl. Parker 2008: 55 f.) selbiger durch das Leitbild von BNE 1 diskutiert. In diesem Zusammenhang wird von Expert*innenwissen gesprochen, das von Lernenden angewandt wird (vgl. Rieckmann 2021: 6 ff.). BNE 2 geht von einem reflexiveren Ansatz aus und möchte Individuen in die Lage versetzen, selbst über Fragen einer nachhaltigen Entwicklung nachzudenken, das Expert*innenwissen kritisch zu hinterfragen und eigene Antworten zu finden (vgl. Vare & Scott 2007: 194). „In diesem Zusammenhang wird nachhaltige Entwicklung nicht als ein geschlossener Experten-Diskurs, sondern als ein offener gesellschaftlicher (Lern-)Prozess gesehen“ (Rieckmann 2021: 7). BNE 2 möchte nach Rieckmann (2021: 7) zu einer kritischen Auseinandersetzung mit einer nachhaltigen Entwicklung und mit der Komplexität, der Unsicherheit sowie den Widersprüchen, die mit ihr verbunden sind, befähigen. Dabei stehen Kompetenzentwicklung und kritisches Denken als Voraussetzungen für das Treffen von eigenen Entscheidungen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung im Fokus (Rieckmann 2021: 7). Sowohl BNE 1 als auch BNE 2 sind durch ihre Themen per se in einen gewissen Maß normativ geprägt (vgl. Schlieszus & Siegmund 2024: 61). Daher ist die Beachtung des Beutelsbacher Konsens bei beiden Ansätzen von großer Bedeutung. Dieser verbietet es, Schüler*innen politisch zu indoktrinieren (vgl. Wehling 1977: 179 f.). Letztlich kann nach Rieckmann (2021: 8) bei BNE 1 eher von Erziehung und bei BNE 2 eher von Bildung gesprochen werden. Beide Prozesse hängen jedoch eng miteinander zusammen, wodurch BNE 1 und BNE 2 von Bedeutung sind (vgl. Vare & Scott 2007: 195 ff.) und kontext- und zielgruppenabhängig zu favorisieren sind (vgl. Rieckmann 2021: 8).

BNE und Service Learning sind zwei erfahrungsorientierte Formate, die sich an realen Problemstellungen orientieren, was sie mit dem transformativen Lernen eint (vgl. Blum et al. 2022: 20). „Transformatives Lernen beinhaltet einen Prozess, in dem Menschen ihre bisherigen Bedeutungsperspektiven als solche erkennen, hinterfragen und verändern. Hier geht es demzufolge nicht um ein Lernen im Sinne einer Erweiterung von Wissen oder Fähigkeiten, sondern um eine grundlegende qualitative Veränderung von Selbst- und Weltverständnissen“ (Blum et al. 2022: 15). So kann die Verbindung von aktiven und reflexiven Phasen im Service Learning auch eine gute und förderliche Rahmenbedingung für transformative Lernprozesse darstellen und neue Denk- und Handlungsweisen sowie vernetztes und kritisches Denken fördern (vgl. ebd.: 20).

Service Learning wird als eine Lehr- Lernform verstanden, die das nach den Ansätzen von BNE 1 und BNE 2 zu fördernde systemische und kritische Denken unterstützen möchte. Die leitende Idee des aus den USA stammenden Service Learning besteht darin, „dass fachlich-theoretische Lerninhalte aus Unterricht oder Studium verknüpft werden mit Projekten in gemeinnützigen Organisationen, die wiederum in Bezug zu Lehrinhalten von Schulen und Hochschulen stehen. [...] Es muss dabei eine Passung zwischen den Anforderungen und Erwartungen von Hochschulen und Zivilgesellschaft geben. Die Projekte in gemeinnützigen Organisationen sollten daher einen klaren Bezug zu den Lern- und Bildungszielen von Hochschulen aufweisen und gleichzeitig einen realen gesellschaftlichen Bedarf abbilden (Baltes/Hofer/Sliwka 2007). Insofern verbindet Service Learning Bildungsziele mit gesellschaftlicher Verantwortungsübernahme“ (Bartsch & Grottker 2020: 11). Dabei meint „Service“ das gemeinnützige Engagement, welches auf die jeweiligen Bildungsziele abgestimmt ist und „Learning“ – besonders im Hochschulkontext – die Vorbereitung der Aufgabenstellung, die Anwendung wissenschaftlicher Konzepte auf die Praxis und die Reflexion der gesammelten Erfahrungen (vgl. Bartsch & Grottker 2020: 11). Durch die Auseinandersetzung mit realen Problemen begleitet durch Reflexionssitzungen, möchte Service Learning die Reflexions- mit der Problemlösungskompetenz verknüpfen, sodass Lernende ein Bewusstsein für ihre individuelle Rolle in der Gesellschaft entwickeln. Darüber hinaus soll reflexives Denken dabei unterstützen, Zusammenhänge zwischen dem eigenen Handeln, dessen Konsequenzen und größeren gesellschaftspolitischen Fragen – wie der einer nachhaltigen Entwicklung – zu erkennen (vgl. Sliwka 2009: 85). So scheint Service Learning besonders geeignet zu sein, Kompetenzen Lernender für eine nachhaltige Entwicklung zu fördern (vgl. Spraul et al. 2020: 171). Die Wirkungen von Service Learning allgemein (vgl. Reinders 2016: 17) und damit einhergehend auf die Kompetenzentwicklung der Lernenden im Kontext einer nachhaltigen Entwicklung im Speziellen müssen noch empirisch untersucht werden. Teilweise deuten die Ergebnisse dieser Studie darauf hin, dass Personen, die mit dem Gedanken spielen, sich zu engagieren, höhere Werte berichten als Personen, die bereits aktiv sind. Bei den Aktiven liegen möglicherweise zu hohe Ansprüche (an sich selbst) vor oder die Veränderungen durch das eigene Handeln sind nach ihrem Empfinden nicht schnell genug sichtbar. Dies könnte die teilweise schlechteren Werte der Aktiven z. B. bei der Selbstwirksamkeitserwartung erklären. Durch die Reflexionsphasen in Service Learning-Veranstaltungen könnten diese negativen Erfahrungen aufgefangen werden.

Mit Hilfe von Service Learning kann Nachhaltigkeitstransfer in die Lehre gebracht werden (vgl. Nölting & Fritz 2021: 34). Nach Nölting und Fritz. (2021: 43) profitieren Lernende dabei, indem sie ihr Wissen in realen Kontexten anwenden können und bei der Suche nach praxisrelevanten Lösungen vielseitig gefordert sind. Studien zur Wirkung von Service Learning (vgl. u. a.

Gerholz/Liszt/Klingsieck 2017, Reinders & Wittek 2009), die allerdings nicht im Kontext nachhaltiger Entwicklung stattgefunden haben, halten dabei fest, dass Studierende im Service Learning Selbstwirksamkeit erleben, indem sie ihr aktuelles wissenschaftliches Fach- und Methodenwissen sowie ihr Interesse an gesellschaftlichen Herausforderungen und Fragen der nachhaltigen Entwicklung einbringen. Dies führe wiederum zu einer gesteigerten Lernmotivation. Nach Bartsch und Grottker (2020: 72 f.) bauen Studierende durch Service Learning Vertrauen in ihre Fähigkeiten auf, schwierige Anforderungssituationen bewältigen zu können. Brockmüller und Volz (2022: 7) halten fest, dass Service Learning-Lehrveranstaltungen u. a. positive Effekte auf die Selbstwirksamkeitserwartung, die Motivation und Engagementbereitschaft und nicht zuletzt auf die Einstellung zu zivilgesellschaftlichem Engagement haben (vgl. dazu auch Schlegler & Koch 2022: 5 f.). Diese Studien liefern Hinweise darauf, dass Service Learning langfristiges Engagement zur Folge haben könnte. Demnach könnte Service Learning eine geeignete Methode darstellen, die Selbstwirksamkeitserwartung und damit das Nachhaltigkeitsbewusstsein zu stärken. Denn wie die Ergebnisse dieser Studie zeigen, sind Engagierte nachhaltigkeitsbewusster und eher zum nachhaltigen Konsum bereit als Nicht-Engagierte. Und oft sind es gerade diejenigen, die sich aktiv mit dem Gedanken eines Engagements (hier bei FFF) auseinandersetzen, die noch bessere Werte berichten. Inwiefern Service Learning als eine Methode für BNE 1 oder BNE 2 anzusehen ist, hängt stark von Rahmenbedingungen wie der Durchführung, den lerntheoretischen Inhalten und den durchgeführten Projekten ab. Eine Zuordnung von SL zu einer dieser Strömungen von BNE ist nicht Gegenstand dieser Arbeit.

Diese Handlungsempfehlung richtet sich also an BNE-Multiplikator*innen in der Schule aber auch in der Hochschullehre, dort besonders in der Lehrer*innenbildung. Natürlich sind die Empfehlungen auch für außerschulische BNE-Multiplikator*innen von Interesse. Aber diese haben es in der Regel mit bereits engagierten oder zumindest interessierten jungen Menschen zu tun, weswegen hier in erster Linie Personen aus der formalen Bildung adressiert werden. Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass gerade Schüler*innen ein höheres Nachhaltigkeitsbewusstsein berichten. Demnach liegt die Vermutung nahe, dass auch in der Schule Themen einer nachhaltigen Entwicklung behandelt werden. Um aber tatsächlich nachhaltiges Handeln zu befördern, sollten die Lerninhalte stärkeren Alltagsbezug (vgl. dazu auch die Ergebnisse der Zukunftswerkstatt in Kapitel 3.2 und Thio/Göll 2011: 106 ff.) aufzeigen. Hier könnte Service Learning als Methode zielführend sein. Grund und Brock (2022: 2), die die Bedeutung von Nachhaltigkeit und BNE in der formalen Bildung untersuchen, formulieren auf ihren Ergebnissen basierende Empfehlungen. So beschreiben sie ebenfalls die Relevanz eines Alltagsbezugs in der formalen Bildung vor dem Hintergrund einer BNE als zentral. Lernende sollten gezielt unterstützt werden Handlungsbefähigung auf- und auszubauen. Um dies zu gewährleisten,

sei es zentral, BNE-bezogene Themen- und Methodenkompetenz im Lehramtsstudium, in der Qualifikation von Ausbilder*innen sowie durch Fort- und Weiterbildungen aller Fächer und Disziplinen deutlich zu befördern. Eine Studie von Hemmer und Lindau (2021) und ein darauf basierendes Handlungskonzept geben auf Basis einer Bedarfserhebung in der Region Ingolstadt weitere Hinweise für eine Förderung von BNE (und damit von Nachhaltigkeitsbewusstsein und nachhaltigem Konsum) in der Region Ingolstadt. Diese Studie wurde in Kooperation mit der IRMA e. V. durchgeführt und adressiert Schulbehörden, Kommunen und die Landkreise, Unternehmen, außerschulischen Einrichtungen und NGOs, Hochschulen sowie Schulen (vgl. Hemmer/Lindau 2021: 1 f.).

Letztlich soll an dieser Stelle noch einmal der positive signifikante Zusammenhang zwischen mehr Nachhaltigkeit im eigenen Leben und einer höheren Lebenszufriedenheit innerhalb der Zielstichprobe betont werden. Dies sollte übergreifend in die Narrative aller Bemühungen einer BNE Einzug finden: Mehr Nachhaltigkeit bedeutet nicht zwingend eine Einschränkung der Lebenszufriedenheit. Diese Feststellung unterstützt Schmuck (2017: 198), indem er eine psychologisch fundierte, gezieltere und effizientere nachhaltige Entwicklung als bislang fordert: „Wenn der Nachweis gelingt, dass nachhaltige Lebensmuster nicht erst den kommenden Generationen dienlich sind, sondern bereits für uns heute lebende Menschen wohlbefindensförderlich sind, kann dies die Motivation der jetzt lebenden Generation zur Initiierung der Nachhaltigkeitstransformation steigern“ (Schmuck 2017: 198). Dür (2016: 81) geht sogar noch weiter, indem er sagt, dass sich Lebensqualität an Nachhaltigkeit orientieren und Nachhaltigkeit das subjektive Wohlbefinden von Menschen fördern muss. „Nachhaltigkeit kann nur dann erfolgreich umgesetzt werden, wenn dies auch dem subjektiven Wohlbefinden dient“ (Dür 2016: 81).

Der berichtete Zusammenhang zwischen einem nachhaltigeren Lebensstil und einer höher eingeschätzten Lebenszufriedenheit in der Zielstichprobe deutet auf ein neues Narrativ in der Zielstichprobe hin. Besitz und Konsum scheinen in der Zielstichprobe nicht mehr von höchster Bedeutung zu sein. Die Zielstichprobe definiert sich über andere, postmaterialistische Werte. Das Leitbild der Nachhaltigkeit kann als eine Möglichkeit der Identitätsstiftung Jugendlicher und junger Erwachsener dienen. Dies gilt es in der Nachhaltigkeitskommunikation und in der Bildung (für eine nachhaltige Entwicklung) aufzugreifen und zu bestärken.

Es braucht neue Narrative, neue Erzählungen und Denkmuster, um zu verstehen, dass Verzicht ein Gewinn von Lebensqualität sein kann. Ein durch das Umweltbundesamt finanziertes und noch laufendes Projekt zu „Narrative einer erfolgreichen Transformation zu einem ressourcenschonenden und treibhausgasneutralen Deutschland“ untersucht diese genauer. In einem Zwischenbericht hält das Forscher*innenteam um Grünwald (2021:10) die Notwendigkeit

positiver Zukunftsbilder, die Orientierung und Hoffnung geben, fest. Eine Methode dazu kann das Storytelling darstellen. Unter Storytelling fassen Fischer et al. (2021 a: 22) eine spezifische Form des Geschichtenerzählens, die sich darin versteht, bestimmte Erzählstrukturen zu verwenden, um bestimmte affektive, kognitive oder motivierende Auswirkungen bei Lesenden zu erzielen. Nachhaltigkeitsbezogenes Storytelling will aufklärerisch-bildend wirken und den Wandel hin zu einer nachhaltigen Entwicklung fördern (vgl. ebd.: 26). Zum Abschluss eines Projektes halten Fischer et al. (2021 b: 169 ff.) fest, dass nachhaltigkeitsbezogenes Storytelling

1. auf vielfältige Weise die Ziele der Nachhaltigkeitskommunikation unterstützen kann und nicht auf das Überzeugen allein reduziert werden darf,
2. bildend wirken kann, wenn das Lernen nicht auf Kosten der Unterhaltung geht und die Geschichte verschiedene Identifikationsangebote macht und
3. Nachhaltigkeitskommunikation Storytelling nicht nur nutzt, sondern selbst neue Formen des Storytellings hervorbringen kann.

So sehen Fischer et al. (2021 b: 171 f.) nachhaltigkeitsbezogenes Storytelling als eine Möglichkeit, Menschen herauszufordern, sich mit ihren eigenen Werten und Haltungen auseinanderzusetzen, die verschiedenen Möglichkeiten der gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen auszuloten und dabei nachhaltige Perspektiven eher als tragende Pfeiler denn als Störelemente zu sehen. Letztlich sehen sie nachhaltigkeitsbezogenes Storytelling als aktivierende Möglichkeit, die durch die erzählerische Aufarbeitung erlebter Erfahrungen mit Verhinderungsstrukturen nachhaltigen Wandel unterstützen kann.

10.2 Implikationen für die weitere Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein und der Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum

Die Ergebnisse zeigen, dass gerade in der Ausbildung des Nachhaltigkeitsbewusstseins und dessen drei Dimensionen die Zugewandtheit zu FFF eine Rolle zu spielen scheint. Da aufgrund des explorativen Charakters dieser Studie keine Kausalitäten untersucht wurden, lässt sich nicht feststellen, ob ein Engagement bei FFF zu mehr Nachhaltigkeitsbewusstsein führt oder ob nachhaltigkeitsbewusstere Personen sich eher bei FFF engagieren. Die Untersuchung dieser Kausalitäten und weiterer Zusammenhänge, die die Prädiktoren des nach-

haltigkeitsrelevanten Verhaltens betreffen, wäre Aufgabe für die weitere Forschung. Zusammengefasst handelt es sich um die folgenden in den Ergebnissen befundenen Zusammenhänge:

- höheres berichtetes Nachhaltigkeitsbewusstsein bei Schüler*innen im Vergleich zu den anderen Berufsgruppen, die gleichzeitig auch am aktivsten bei FFF sind,
- höhere Werte der Schüler*innen beim Nachhaltigkeitswissen im Vergleich zu den tendenziell älteren Studierenden und im Berufsleben stehenden Personen und die Verankerung von BNE in allen bayerischen Lehrplänen vor ca. fünf Jahren,
- Zugewandtheit zu FFF und stärker ausgeprägte Nachhaltigkeitseinstellungen,
- Zugewandtheit zu FFF und stärker ausgeprägte persönliche Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung
- und das Gefühl von Selbstwirksamkeit und die Ausbildung nachhaltigkeitsrelevanter persönlicher Normen bzw. die Teilnahme an Aktionen.

Dem Beispiel von Michelsen et al. (2012: 167 ff.) folgend, sollte bei der künftigen Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein in Betracht gezogen werden, die Stichprobe in Nachhaltigkeitstypen (Affine, Renitente oder Lethargiker*innen) zu unterteilen, um so einerseits eine möglicherweise befundene Einstellungs-Verhaltens-Differenz besser analysieren zu können und andererseits entsprechende Handlungsempfehlungen formulieren zu können.

Trotz der Implikationen für die weitere Forschung konnte die vorliegende Studie einen Beitrag zum Schließen bestehender Forschungslücken leisten. So stellt die Studie Ergebnisse im Rahmen der Untersuchung der Selbstwirksamkeitserwartung vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung (vgl. Bamberg/Schmitt 2018: 253), der Lebensqualität im Zusammenhang mit nachhaltiger Entwicklung bei Jugendlichen (vgl. Oberrauch/Keller 2017: 6) sowie der Bedeutung von (ökologischer) Nachhaltigkeit für eine gute Lebensqualität (vgl. Quendler 2011: 48) bereit. Insgesamt leistet die Studie einen Beitrag zu den in Kapitel 2.7.3 aufgeführten Forschungsdesideraten, das Nachhaltigkeitsbewusstsein, die Selbstwirksamkeitserwartung, die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum und der Einstellungs-Verhaltens-Differenz anhand des CADM zu untersuchen und einen Zusammenhang zur Lebensqualität herzustellen. Darüber hinaus erfasst sie die in der Region Ingolstadt vorliegenden Bedingungen für einen nachhaltigen Konsum. In der Zielstichprobe kann ein vergleichsweise hoch ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein festgestellt werden, wobei die Verhaltensintentionen verglichen mit dem Wissen und den Einstellungen zur nachhaltigen Entwicklung eher gering ausgeprägt sind. Viele in der Region Ingolstadt vorhandene Angebote zum nachhaltigen Konsum sind der Zielstichprobe nicht bekannt. Die Zugehörigkeit zu FFF macht einen Un-

terschied aus, wobei sich gerade die Gruppe, die aktiv darüber nachdenkt, Mitglied bei FFF zu werden, in den meisten Fällen durch das am höchsten ausgeprägte Nachhaltigkeitsbewusstsein, die stärkste Selbstwirksamkeitserwartung und die höchste aktive Teilnahme an Aktionen und deren Mitorganisation auszeichnet.

Der kritischen Reflexion der Methodik (Kapitel 9.2) folgend sollte das Erhebungsinstrument entsprechend der dort genannten Limitationen überarbeitet und erneut validiert werden. Neben der im Erhebungsinstrument eingebauten Möglichkeit, die Teilnehmenden in einigen Jahren erneut zu befragen, liegt es nahe, eine ähnlich gelagerte Studie mit repräsentativer Stichprobe deutschlandweit durchzuführen, um Aussagen über das Nachhaltigkeitsbewusstsein (nicht Umweltbewusstsein) und die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum der jungen Generation in Deutschland treffen zu können.

11 Zusammenfassung und Ausblick

Ziel dieser Arbeit mit der zentralen Forschungsfrage „Wie stark sind das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Region Ingolstadt ausgeprägt?“ war es herauszufinden, wie die junge Generation zu einem nachhaltigeren Konsum steht, welche Selbstwirksamkeitserwartung sie berichtet und wie nachhaltigkeitsbewusst sie generell ist. Vor dem Hintergrund der Agenda 2030, der SDGs, des Nationalen Programms für nachhaltigen Konsum sowie des WAP wird die junge Generation als zentrale Akteurin in Sachen nachhaltige Entwicklung gesehen, die mit ihren heutigen Konsumentenentscheidungen künftige Entscheidungen beeinflusst und so zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. In Anbetracht der Tatsache, dass Fridays for Future [FFF] zum Zeitpunkt der Untersuchung die vermutlich größte Jugendbewegung aller Zeiten in Deutschland war, stellt sich die Frage, inwiefern eine Politikverdrossenheit (BMU 2018: 20) innerhalb der jungen Generation überhaupt noch vorliegt und ob die Jugend nur zu Demonstrationen von FFF geht, um dem Unterricht fernzubleiben, oder ob Demonstrierende tatsächlich über ein stärker ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein und eine höhere Selbstwirksamkeitserwartung berichten.

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden zunächst die theoretischen Konzepte einer nachhaltigen Entwicklung (nach der Bundesregierung 2016), des Nachhaltigkeitsbewusstseins (nach Michelsen et al. 2015) und daraus folgend des nachhaltigen Konsums (nach dem BMUB 2017) und eines nachhaltigen Lebensstils (vgl. ebd.) umschrieben. Während der Entwicklung der theoretischen Grundlagen stellte sich heraus, dass die Selbstwirksamkeitserwartung (nach Bandura 1994 sowie Hanss und Böhm 2010) im Hinblick auf die Bereitschaft zu nachhaltigem Handeln und die Lebenszufriedenheit/Lebensqualität (nach Dür 2016) wichtige Prädiktoren sind, die ebenfalls untersucht werden sollten.

Mit Modellen und Theorien der Nachhaltigkeitspsychologie (Bamberg/Schmitt 2018) wird das Bewusstsein für Nachhaltigkeit messbar und Konsumentenentscheidungen werden nachvollziehbar gemacht. Ziel war es daher, ein validiertes Modell zu finden, das nachhaltigkeitsrelevantes Verhalten erklärt und dabei die drei Komponenten des Nachhaltigkeitsbewusstseins (Wissen, Einstellungen und Verhaltensintentionen) sowie Selbstwirksamkeitserwartung abdeckt. Gängige Modelle aus der Umweltpsychologie wurden dabei als nicht vollumfänglich geeignet betrachtet (*Norm-Aktivations-Theorie* nach Schwartz und Howard 1981, *Theorie geplanten Verhaltens* nach Ajzen 1991 und die *Value-Belief-Norm-Theorie* nach Stern 2000). Letztlich fand sich im *Comprehensive Action Determination Model* [CADM] nach Klöckner (2013) ein geeignetes Modell für das vorliegende Vorhaben.

Basierend auf dem Stand der Forschung und zweier die Studie vorbereitender Workshops zur Frage, wie die Region Ingolstadt nachhaltiger werden kann, sowie einer Recherche zu den Angeboten zu einem nachhaltigen Konsum bzw. zur Information, Bildung und Beteiligung in der Region Ingolstadt wurden acht forschungsleitende Fragen formuliert, an denen sich das Erhebungsinstrument orientiert. Bei der Operationalisierung wurde sich weitestgehend auf bereits validierte Skalen berufen. Die Befragung erfolgte zwischen dem 11. Juni 2021 und dem 28. September 2021 online. Insgesamt wurden 454 Fragebögen ausgefüllt, davon 258 vollständig; 195 konnten der Zielstichprobe, 14- bis 25-Jährigen aus der Region Ingolstadt, zugeordnet werden. Die Daten wurden zunächst deskriptiv und anschließend inferenzstatistisch hinsichtlich einiger unabhängiger Variablen, z. B. der Zugewandtheit zu FFF, ausgewertet. Anschließend wurden die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Variablen des CADM untersucht, um Prädiktoren nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltens bestimmen zu können.

Somit kann zusammengefasst werden, dass die Zielstichprobe ihr Nachhaltigkeitsbewusstsein als verhältnismäßig hoch einstuft, auch wenn ein ausgeprägtes Wissen und ausgeprägte Nachhaltigkeitseinstellungen nicht in ähnlich hoch ausgeprägte nachhaltige Verhaltensintentionen münden. Besonders die Bereitschaft zu nachhaltigem Konsum ist eher gering ausgeprägt. Bezüglich des schonenden Umgangs mit Ressourcen (Recycling, Mülltrennung und Abfallreduzierung) sind die Verhaltensintentionen noch verhältnismäßig hoch, nicht jedoch beim Kauf von Gebrauchsgütern bzw. der Vermeidung von Produkten von Unternehmen mit einem schlechten Image. Darüber hinaus sind viele in der Region Ingolstadt vorhandene Angebote zum nachhaltigen Konsum der Zielstichprobe nicht bekannt. Eine leichte Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum lässt sich über die aktive Teilnahme an bestimmten Aktionen/Gruppen erkennen. Bei den Aktionen Lebensmittelretten, Upcycling, Besuch von nachhaltigen Märkten und Messen und dem Besuch von Eine-Welt-Läden haben die meisten Personen aktiv teilgenommen/mitorganisiert. Unter den Gruppen lässt sich die höchste Aktivität bei „Foodsharing“ feststellen. Die Zugehörigkeit zu FFF macht dabei einen Unterschied aus. Gerade die Gruppe, die aktiv darüber nachdenkt, Mitglied bei FFF zu werden, zeichnet sich in den meisten Fällen durch die höchste aktive Teilnahme an Aktionen und deren Mitorganisation aus. Neben dem Erwerb des Nachhaltigkeitsbewusstseins und der Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum junger Menschen in der Region Ingolstadt wurden die Möglichkeiten dazu erfasst und der Zusammenhang mit der Bewertung der eigenen Lebensqualität untersucht. Auch wenn das Nachhaltigkeitsbewusstsein und die Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum in der Zielstichprobe vergleichsweise stark ausgeprägt sind, werden weitere Möglichkeiten, die junge Generation in der Ausbildung eines nachhaltigeren Lebensstils zu unterstützen, deutlich.

Diese Ergebnisse wurden anschließend vor dem theoretischen Hintergrund beleuchtet und diskutiert. Dabei konnten drei Thesen herausgearbeitet werden:

1. *Trotz eines vergleichsweise hoch bewerteten Nachhaltigkeitsbewusstseins insgesamt wird in der Zielstichprobe eine Einstellungs-Verhaltens-Differenz beobachtet.*
2. *Eine Steigerung der nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen könnte vermutlich durch die Stärkung der Selbstwirksamkeitserwartung und damit der Stärkung der persönlichen Normen unterstützt werden.*
3. *Ein nachhaltigerer Lebensstil steht nicht im Widerspruch zu einer höheren Lebensqualität, jedoch steigen die Ansprüche an einen nachhaltigen Lebensstil mit dem eigenen Engagement.*

Darüber hinaus wurde der Einfluss der Zugewandtheit zu FFF über die gesamte Auswertung hinweg deutlich. Aus diesen drei Thesen und dem Befund über die Bedeutung eines Engagements bei FFF wurden schließlich Implikationen für die weitere Forschung und für die Praxis abgeleitet. Für Letztere konnten zwei zentrale Stränge formuliert werden. Nachhaltigkeitskommunikation und Bildungsangebote (für eine nachhaltige Entwicklung) sollten:

1. motivierend sein, nicht Einschränkungen und Verzicht predigen, sondern auf lebensqualitätssteigernde Aspekte aufmerksam machen,
2. zum kritischen Denken und zur Teilnahme am Diskurs anregen, Handlungsmöglichkeiten und Möglichkeiten zum Engagement aufzeigen und so den Einstieg ins Engagement erleichtern. Diese Möglichkeiten sollten gleichzeitig kritisch reflektiert werden und es sollte nicht von dem einen richtigen Weg gesprochen werden.

Als konkrete BNE-Methode wurde an dieser Stelle die Lehr-Lernform Service Learning vorgestellt, die aktives Lernen fördern kann und lernendenzentriert, handlungsorientiert und transformativ ausgerichtet ist und so die Kompetenzentwicklung Lernender unterstützen möchte. In der Zusammenarbeit mit Praxispartner*innen soll es den Lernenden ermöglicht werden, etwas über realweltliche Herausforderungen zu erfahren und von den Kompetenzen und Erfahrungen der Partner zu profitieren und somit selbst wertvolle Erfahrungen hinsichtlich der individuellen Selbstwirksamkeitserwartung zu machen.

Zu Beginn der Arbeit rechnete noch niemand mit der Entwicklung, die die Klimabewegung durchmachen würde. FFF tritt in den medialen Berichten inzwischen eher in den Hintergrund. Berichtet wird zunehmend von der „Letzten Generation“ (vgl. Varwick 2022: 6), deren Mitglieder sich zuweilen im Rahmen ihres Protestes auf Straßen festkleben und daher auch als die „Klimakleber“ bezeichnet werden. Die eingangs gestellte Frage nach der Kurzfristigkeit der Bereitschaft der jungen Generation, für eine nachhaltige Entwicklung (im Sinne eines Aufhaltens des menschengemachten Klimawandels) zu kämpfen, ist also vorerst zu verneinen. Seit dem ersten Schulstreik durch Greta Thunberg

2018 hat sich die Bewegung vergrößert und weiter ausdifferenziert. Ein Ende des Engagements scheint aktuell (Februar 2024) nicht wahrscheinlich. Der jüngst vom Weltklimarat veröffentlichte Bericht lässt wenig Hoffnung auf das Erreichen des 1,5-Grad-Ziels, auf das sich die Vereinten Nationen 2015 im Pariser Klimaabkommen geeinigt haben, um die Erderwärmung auf möglichst 1,5 Grad Celsius im Vergleich zum vorindustriellen Zeitalter zu begrenzen (vgl. tagesschau.de 2023: o. S.). Zudem intensiviert der anhaltende Angriffskrieg in der Ukraine auch außerhalb der Ukraine – vor allem in Afrika – Probleme wie Armut und Hunger weiter. In Europa steigen die Energiepreise, wodurch auch hier Menschen an ihre finanziellen Grenzen kommen, sich Heizen nicht mehr in dem Maße leisten können wie zuvor. Die Ernährungssicherheit und alternative Energien werden uns noch lange beschäftigen. Daher ist nicht zu erwarten, dass die junge Generation, die nicht die „letzte Generation auf Erden“ sein will, ihr Engagement beendet. Die gesellschaftliche Wirkung von FFF ist nicht zu unterschätzen; FFF politisiert und mobilisiert. FFF wird Spuren hinterlassen – in der Klimabewegung und darüber hinaus.

Diese Arbeit kann als Beitrag zur Forschung zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der jungen Generation gesehen werden. Die Ergebnisse zeigen, dass die Probleme nicht nachhaltiger Entwicklung in der Zielstichprobe bekannt sind und eine Bereitschaft vorliegt, sich nachhaltiger zu verhalten. Die Befragten wünschen sich aber an vielen Stellen Unterstützung von Politik und Wirtschaft. Nicht zuletzt wünschen sie sich eine Bildung, die sie zu nachhaltigem Handeln befähigt, um so etwas zum Erreichen der 17 SDGs der Agenda 2030 beizutragen.

Literaturverzeichnis

- Ajzen, Icek (1991): The theory of planned behavior. In: *Organizational Behavior and Human* (50), 179–211.
- Anderson, Mark (2012): New Ecological Paradigm (NEP) Scale. In: *The Berkshire encyclopedia of sustainability. Measurements, indicators, and research methods for sustainability*, 260–262.
- Aronson, Elliot, Wilson, Timothy & Akert, Robin M. (2010): *Sozialpsychologie* (6. Auflage). München: Pearson Studium.
- Bamberg, Eva & Schmitt, Claudia T. (2018): Perspektiven: Psychologie und Nachhaltigkeit oder Psychologie der Nachhaltigkeit? In: Schmitt, Claudia T. & Bamberg, Eva (Hrsg.): *Psychologie und Nachhaltigkeit. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 251–258.
- Bandura, Albert (1994): Self-efficacy. In: *Encyclopedia of human behaviour* (4), 71–81.
- Banwo, Adeleke O. & Du, Jianguo (2019): Workplace pro-environmental behaviors in small and medium-sized enterprises: an employee level analysis. In: *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–20.
- Barth, Matthias, Fischer, Daniel, Michelsen, Gerd & Rode, Horst (2013): Konsumlernen in Bildungseinrichtungen. Befunde aus einer empirischen Studie. In: Michelsen, Gerd & Fischer, Daniel (Hrsg.): *Nachhaltig konsumieren lernen. Ergebnisse aus dem Projekt BINK ("Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum")* (= Innovation in den Hochschulen: nachhaltige Entwicklung, Bd. 11) Bad Homburg vor der Höhe: VAS, 165–184.
- Bartsch, Gabriele & Grottker, Leonore (2020): *Service Learning mit Studierenden. Ein kurzer Handlungsleitfaden*. Weinheim: Beltz.
- Bathelt, Harald & Glückler, Johannes (2018): *Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive* (4. Auflage). Stuttgart: Ulmer.
- Baunach, Gabriel & Hirschhausen, Eckart von (2023): Hoch die Hände, Klimawende! Warum wir mit der Holzzahnbürste nicht die Erderwärmung stoppen – und wo unsere wirklichen Hebel sind: Iging: echt EMF.
- Bayerisches Landesamt für Statistik (2021): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns. Online unter: https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische_berichte/a1300c_202100.pdf (25.08.23).
- Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales (2023): Arbeitsmarktpolitik. Online unter: <https://www.stmas.bayern.de/arbeit/index.php> (25.08.2023).
- Behrendt, Siegfried, Göll, Edgar & Korte, Friederike (2018): *Effizienz, Konsistenz, Suffizienz. Strategische analytische Betrachtung für eine Green Economy*. Berlin: IZT - Institut für Zukunftsstudien und Technologiebewertung gemeinnützige GmbH.

- Bengtsson, Magnus, Alfredsson, Eva, Cohen, Maurie, Lorek, Sylvia & Schroeder, Patrick (2018): Transforming systems of consumption and production for achieving the sustainable development goals: moving beyond efficiency. In: *Sustainability Science*, 13(6), 1533–1547.
- Benninghaus, Hans (2005): Einführung in die sozialwissenschaftliche Datenanalyse. Oldenburg: Wissenschaftsverlag.
- Berliner Zeitung (2022): Sommer 2021 war heißester seit Beginn der Aufzeichnung. In Südeuropa verheerende Brände, in Deutschland die Jahrhundertflut – das war der Sommer 2021. Wetterextreme sollen in den nächsten Jahren noch zunehmen. Online unter: <https://www.berliner-zeitung.de/news/sommer-2021-war-heissester-seit-beginn-der-aufzeichnung-li.223824> (25.08.2023).
- Beuermann, Christiane, Wang-Helmreich, Hanna & Obergassel, Wolfgang (2020): Rundum nachhaltig. Synergien und Zielkonflikte von Klimazielen und den SDGs. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Globale Politik und Entwicklung.
- Bilfinger, Christian, Eitze, Jasper, Kaiser, Martina, Lenz, Sabine; Rieck, Christian E. & Weck, Winfried (2018): Agenda 2030. Grundgesetze der Nachhaltigkeit (2. Auflage). Sankt Augustin/Berlin.
- Blum, Jona, Fritz, Mareike, Taigel, Janina M., Singer-Brodowski, Mandy, Schmitt, Martina & Wanner, Matthias (2022): Transformatives Lernen durch Engagement. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Boecker, Malte C. (2009): Jugend und die Zukunft der Welt. Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage in Deutschland und Österreich. „Jugend und Nachhaltigkeit“. Gütersloh & Wien: Bertelsmann Stiftung.
- Bosnjak, Michael, Ajzen, Icek & Schmidt, Peter (2020): The Theory of Planned Behavior: Selected Recent Advances and Applications. In: *Europe's journal of psychology*, 16(3), 352–356.
- Bremer, Ann-Kathrin (2019): Konzeption eines Nachhaltigkeitsparcours für die Landesgartenschau 2020 in Ingolstadt. Angehende Lehrkräfte konzipieren einen außerschulischen BNE-Lernort. In: Zentrum für Lehrerbildung (Hrsg.): *Zeitschrift Zentrum für Lehrerbildung*, (3), 46–52.
- Brockmüller, Svenja, Volz, Daniel & Felzmann, Dirk (2022): Geographiedidaktik und „Third Mission“. Designbasierte Entwicklung und Evaluation eines Service-Learning-Konzepts zur Klimakommunikation zwischen Wissenschaft und Gesellschaft. HGD-Symposium 2022. Luzern, Oktober 2022. Online unter: https://www.researchgate.net/publication/364154000_Geographiedidaktik_und_Third_Mission_-_Designbasierte_Entwicklung_und_Evaluation_eines_Service_Learning-Konzepts_zur_Klimakommunikation_zwischen_Wissenschaft_und_Gesellschaft (25.08.2023).
- Bronswijk, Katharina van, Komm, Jan-Ole & Zobel, Ingo (2021): Die Evolution der Drachen der Untätigkeit. Aktuelle Erkenntnisse zur Lücke zwischen Wissen und Handeln. Eine wissenschaftliche Betrachtung der von Robert Gifford eingeführten sieben problematischen »Drachenfamilien«, die unseren Weg zu einem klimafreundlichen Handeln erschweren. In: Dohm, Lea (Hrsg.): *Climate Action – Psychologie der Klimakrise. Handlungshemmnisse und Handlungsmöglichkeiten*. Gießen: Psychosozial Verlag (Forum Psychosozial), 105–140.

- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) (BMU) (2018): Zukunft? Jugend fragen! Nachhaltigkeit, Politik, Engagement - eine Studie zu Einstellungen und Alltag junger Menschen (2. Auflage). Berlin.
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (2017): Nationales Programm für nachhaltigen Konsum. Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil. Berlin.
- Bundesregierung (2023): Einweg-Plastik wird verboten. Online unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/service/archiv/einwegplastik-wird-verboten-1763390> (25.08.2023).
- Cohen, Jacob (1988): Statistical power analysis for the behavioral sciences (2. Auflage). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Conway, James M. & Lance, Charles E. (2010): What Reviewers Should Expect from Authors Regarding Common Method Bias in Organizational Research. In: Journal of Business and Psychology, 25 (3), 325–334.
- Csutora, Maria (2012): One More Awareness Gap? The Behaviour–Impact Gap Problem. In: Journal of Consumer Policy, 35(1), 145–163.
- Daignault, Pénélope, Boivin, Maxime & Champagne St-Arnaud, Valériane (2018): Communiquer l'action en changements climatiques au Québec. In: vertigo, 18(3), 1–27.
- Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. (2023 a): Ziele für eine nachhaltige Entwicklung. SDGs. Online unter: <https://nachhaltig-entwickeln.dgvn.de/agenda-2030/ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung/sdgs#ca25435> (25.08.2023).
- Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. (Hrsg.) (2023 b): Die Ziele für Nachhaltige Entwicklung: Berlin. Online unter: <https://dgvn.de/veroeffentlichungen/publikation/einzel/die-ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung> (30.08.2024).
- Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (2014): UNESCO-Roadmap zur Umsetzung des Weltaktionsprogramms "Bildung für nachhaltige Entwicklung". Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission e. V.
- Deutsche UNESCO-Kommission e. V. (2021): Bildung für nachhaltige Entwicklung. Eine Roadmap: #ESDfor2030, #BNE2030: Bonn: Deutsche UNESCO-Kommission e.V.
- Die Bundesregierung (2016): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Neuauflage 2016. Berlin.
- Die Bundesregierung (2021): Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Weiterentwicklung 2021. Berlin.
- Döninghaus, Luca M., Gaber, Konstantin, Gerber, Renée, Laur, Jonas, Redmer, Helena, Schlott, Ann-Katrin & Wollschläger, Anne (2020): Kollektive Identität und kollektives Handeln. Wie werden Entscheidungen in Fridays for Future-Ortsgruppen getroffen? In: Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hrsg.): Fridays for Future - Die Jugend gegen den Klimawandel. Bielefeld: transcript, 147–162.
- Döring, Nicola & Bortz, Jürgen (2016): Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. Berlin: Springer.
- Dür, Martin (2016): Lebensqualitätsvorstellungen als Basis einer Zusammenarbeit indischer und österreichischer Jugendlicher. Erste Ergebnisse eines Forschungsprojekts im Rahmen von Bildung für Nachhaltige Entwicklung. In: GW-Unterricht, 1, 80–90.

- Farnir, Emilie, Gräfe, Charlotte, Wendt, Nora, Rafalski, Ricarda A., Wolter, Christine & Gusy, Burkhard (2017): Wie gesund sind Studierende der Freien Universität Berlin? Ergebnisse der Befragung 01/16: FU Berlin. Berlin.
- Fien, John, Neil, Cameron & Bentley, Matthew (2008): Youth Can Lead the Way to Sustainable Consumption. In: *Journal of Education for Sustainable Development*, 2(1), 51–60.
- Fischer, Daniel, Fücker, Sonja, Selm, Hanna & Sundermann, Anna (2021 b): Storytelling für Nachhaltigkeit: Ein Zwischenfazit. In: Fischer, Daniel et al. (Hrsg.): *Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren?* (= DBU / Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Bd. 15). München: oekom verlag, 161–172.
- Fischer, Daniel, Fücker, Sonja, Selm, Hanna, Storsdieck, Martin & Sundermann, Anna (2021 a): *SusTelling. Storytelling für Nachhaltigkeit*. In: Fischer, Daniel et al. (Hrsg.): *Nachhaltigkeit erzählen. Durch Storytelling besser kommunizieren?* (= DBU / Deutsche Bundesstiftung Umwelt, Bd. 15). München: oekom verlag, 21–36.
- Fridays for Future Germany o. J.: Über uns. Online unter: <https://fridaysforfuture.de/about/> (25.08.2023).
- Fridays for Future Germany 2023: Statement zur aktuellen Situation. Online unter: <https://fridaysforfuture.de/statement-zur-aktuellen-situation/> (05.01.2024).
- Gaiser, Wolfgang, Krug, Wolfgang & Rijke, Johann de (2012): Jugend, Nachhaltigkeit und nachhaltiger Konsum. Forschungsstand, empirische Ergebnisse und Empfehlungen. Arbeitspapier 262. Düsseldorf.
- Gericke, Niklas, Boeve-de Pauw, Jelle, Berglund, Teresa & Olsson, Daniel (2019): The Sustainability Consciousness Questionnaire: The theoretical development and empirical validation of an evaluation instrument for stakeholders working with sustainable development. In: *Sustainable Development*, 27(1), 35–49.
- Gerrig, Richard J., Graf, Ralf & Zimbardo, Philip G. (2008): *Psychologie* (18. Auflage). München: Pearson Studium.
- Glatzer, Wolfgang (2002): Lebenszufriedenheit/Lebensqualität. In: Greiffenhagen, Martin et al. (Hrsg.): *Handwörterbuch zur politischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 248–255.
- Goldenbaum, Max & Thompson, Clara S. (2020): Fridays for Future im Spiegel der Medienöffentlichkeit. In: Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hrsg.): *Fridays for Future - Die Jugend gegen den Klimawandel*. Bielefeld: transcript, 181–204.
- Gossen, Maike, Holzhauer, Brigitte, Schipperges, Michael & Scholl, Gerd (2015): *Umweltbewusstsein in Deutschland 2014. Vertiefungsstudie: Umweltbewusstsein und Umweltverhalten junger Menschen*. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Grund, Julius & Brock, Antje (2022): *Formale Bildung in Zeiten von Krisen – die Rolle von Nachhaltigkeit in Schule, Ausbildung und Hochschule*. Berlin: Institut Futur.
- Grunenberg, Heiko & Kuckartz, Udo (2003): *Umweltbewusstsein im Wandel. Ergebnisse der UBA-Studie Umweltbewusstsein in Deutschland 2002*. Opladen: Leske + Budrich.
- Grünwald, Christian, Glockner, Holger, Schaich, Andreas, Irmer, Max, Poole, Stephanie, Schipperges, Michael, Neumann, Kai & Weiter, Martina (2021): *Narrative ei-*

- ner erfolgreichen Transformation zu einem ressourcenschonenden und treibhausgasneutralen Deutschland. Erster Zwischenbericht. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Gude, Marlies (2018): Konsumhandlungen und Nachhaltigkeit: (Wie) passt das zusammen? In: Schmitt, Claudia Thea & Bamberg, Eva (Hrsg.): Psychologie und Nachhaltigkeit. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 135–148.
- Haan, Gerhard de (2008): Gestaltungskompetenz als Kompetenzkonzept für Bildung für nachhaltige Entwicklung. In: Bormann, Inka & Haan, Gerhard de (Hrsg.): Kompetenzen der Bildung für nachhaltige Entwicklung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 23–43.
- Häder, Michael (2006): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung (1. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Hamann, Karen, Baumann, Anna & Löschinger, Daniel (2016): Psychologie im Umweltschutz. Handbuch zur Förderung nachhaltigen Handelns. München: oekom.
- Hanss, Daniel & Böhm, Gisela (2010): Can I Make a Difference? The Role of General and Domain-specific Self-efficacy in Sustainable Consumption Decisions. In: Umweltpsychologie, 14(2), 46–74.
- Haubach, Christian & Moser, Andrea K. (2016): Nachhaltiger Konsum – Der Unterschied zwischen subjektiv und objektiv umweltfreundlichem Kaufverhalten. In: Leal Filho, Walter (Hrsg.): Forschung für Nachhaltigkeit an deutschen Hochschulen. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 297–311.
- Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hrsg.) (2020): Fridays for Future - Die Jugend gegen den Klimawandel. Bielefeld: transcript.
- Hellbrück, Jürgen & Kals, Elisabeth (2012): Umweltpsychologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Helne, Tuula & Hirvilammi, Tuuli (2015): Wellbeing and Sustainability: A Relational Approach. In: Sustainable Development, 23(3), 167–175.
- Hemmer, Ingrid & Lindau, Anne-Kathrin (2021): Handlungskonzept für die Förderung von Bildung für nachhaltige Entwicklung in der Region 10. Abschlussbericht. Online unter: <https://www.irma-ev.de/projekte/bne-studie> (25.08.23).
- Herriger, Norbert (2006): Empowerment in der Sozialen Arbeit (3. Auflage). Stuttgart: Kohlhammer.
- HMUKLV (2016): Ist Glück hessisch? Studie "Lebensqualität - Glücklich in Hessen!?". Wiesbaden.
- Hussy, Walter, Schreier, Margrit & Echterhoff, Gerald (2013): Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor. Mit 54 Abbildungen und 23 Tabellen (2. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Janke, Stefan & Glöckner-Rist, Angelika (2012): Deutsche Version der Satisfaction with Life Scale (SWLS). Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS).
- Jerusalem, Matthias & Hopf, Diether (2002): Selbstwirksamkeit und Motivationsprozesse in Bildungsinstitutionen. In: Zeitschrift für Pädagogik Beiheft (44), 28–53.
- Joanes, Tina, Gwozdz, Wencke & Klöckner, Christian A. (2020): Reducing personal clothing consumption: A cross-cultural validation of the comprehensive action determination model. In: Journal of Environmental Psychology, 1–10.

- Keller, Lars & Oberrauch, Anna (2013): Lebensqualitätsforschung mit Jugendlichen vor dem Hintergrund eines neuen österreichischen Kompetenzmodells. In: Innsbrucker Geographische Gesellschaft (Hrsg.): Innsbrucker Jahresbericht 2011-2013. Innsbruck: Geographie Innsbruck, 103–120.
- Kemper, Christoph J., Beierlein, Constanze, Bensch, Doreen, Kovaleva, Anastassiya & Rammstedt, Beatrice (2012): Eine Kurzsкала zur Erfassung des Gamma-Faktors sozial erwünschten Antwortverhaltens: Die Kurzsкала Soziale Erwünschtheit-Gamma (KSE-G). Mannheim: GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften.
- Klößner, Christian A. & Blöbaum, Anke (2010): A comprehensive action determination model: Toward a broader understanding of ecological behaviour using the example of travel mode choice. In: *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 574–586.
- Klößner, Christian A. & Friedrichsmeier, Thomas (2011): A multi-level approach to travel mode choice – How person characteristics and situation specific aspects determine car use in a student sample. In: *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 14(4), 261–277.
- Klößner, Christian A. & Oppedal, Inger O. (2011): General vs. domain specific recycling behaviour—Applying a multilevel comprehensive action determination model to recycling in Norwegian student homes. In: *Resources, Conservation and Recycling*, 55(4), 463–471.
- Klößner, Christian A. (2011): Energy related behaviour in Norwegian households. Types, barriers, facilitators & energy culture - Results from focus group discussions. Trondheim: Norwegian University of Science and Technology (NTNU).
- Klößner, Christian A. (2013): A comprehensive model of the psychology of environmental behaviour—A meta-analysis. In: *Global Environmental Change*, 23(5), 1028–1038.
- Klößner, Christian A. (2015): Decision Models — What Psychological Theories Teach Us about People’s Behaviour. In: Klößner, Christian A. (Hrsg.): *The psychology of pro-environmental communication. Beyond standard information strategies*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 69–102.
- Klug, Katharina (2018): *Vom Nischentrend zum Lebensstil*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Koch, Florian & Krellenberg, Kerstin (2021): *Nachhaltige Stadtentwicklung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Koos, Sebastian & Lauth, Franziska (2020): Die gesellschaftliche Unterstützung von Fridays for Future. In: Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hrsg.): *Fridays for Future - Die Jugend gegen den Klimawandel*. Bielefeld: transcript, 205–226.
- Krüger, Dirk, Parchmann, Ilka & Schecker, Horst (2014): *Methoden in der naturwissenschaftsdidaktischen Forschung*. Berlin: Springer Spektrum.
- Krummenacher, Paul (2019): *Praxis der Großgruppenarbeit. Prozesse partizipativ gestalten* (1. Auflage). Freiburg: Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.
- Kuckartz, Udo & Rheingans-Heintze, Anke (2006): *Trends im Umweltbewusstsein. Umweltgerechtigkeit, Lebensqualität und persönliches Engagement*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Leitner, Michaela (2011): Jugendliche Lebensstile und Nachhaltigkeit. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie, 36(2), 109–119.
- Löser, Jonas (2013): Lebenszufriedenheit im internationalen Vergleich. Eine Analyse objektiver Lebensqualität und weiterer ökonomischer, politischer und sozialer Einflussfaktoren. Masterthesis. Universität Stuttgart, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Stuttgart.
- Lülf, Regina & Hahn, Rüdiger (2014): Sustainable Behavior in the Business Sphere. In: Organization & Environment, 27(1), 43–64.
- Marchand, Silke (2015): Nachhaltig entscheiden lernen. Urteilskompetenzen für nachhaltigen Konsum bei Jugendlichen. Bad Heilbrunn: Julius Klinkhardt.
- Matthies, Ellen & Wallis, Hannah (2018): Was kann die Umweltpsychologie zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen? Umweltpsychologische Forschung zu globalen Umweltproblemen und Ressourcenkonsum. In: Schmitt, Claudia Thea & Bamberg, Eva (Hrsg.): Psychologie und Nachhaltigkeit. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 37–46.
- Matthies, Ellen (2017): Vom Umweltbewusstsein zur solidarischen Lebensqualität – Ein Blick in jüngste Vergangenheit und Zukunft der Umweltpsychologie. In: Umweltpsychologie (1), 94–100.
- Mayring, Philipp & Fenzl, Thomas (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: Baur, Nina & Blasius, Jörg (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2. Auflage). Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, 633–648.
- Michelsen, Gerd & Adomßent, Mike (2014): Nachhaltige Entwicklung: Hintergründe und Zusammenhänge. In: Heinrichs, Harald & Michelsen, Gerd (Hrsg.): Nachhaltigkeitswissenschaften. Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum, 3–59.
- Michelsen, Gerd, Grunenberg, Heiko & Rode, Horst (2012): Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer. Was bewegt die Jugend? Bad Homburg vor der Höhe: VAS.
- Michelsen, Gerd, Grunenberg, Heiko, Mader, Clemens & Barth, Matthias (2015): Greenpeace Nachhaltigkeitsbarometer 2015. Nachhaltigkeit bewegt die jüngere Generation. Bad Homburg vor der Höhe: VAS.
- Moser, Andrea K. (2015): Thinking green, buying green? Drivers of pro-environmental purchasing behavior. In: Journal of Consumer Marketing, 32(3), 167–175.
- Moser, Stephanie, Schmidt, Stephan, Bader, Christoph, Mack, Verena, Osuna, Ester & Holenstein, Matthias (2018): Analyse von freiwilligen Angeboten und Initiativen mit Bezug zu suffizientem Verhalten. Energieforschung Stadt Zürich. Bericht Nr. 52, Forschungsprojekt FP-1.18.: Stadt Zürich. Zürich.
- Nationale Plattform Bildung für nachhaltige Entwicklung (2017): Nationaler Aktionsplan Bildung für nachhaltige Entwicklung. Berlin.
- Nayum, Alim & Klöckner, Christian A. (2014): A comprehensive socio-psychological approach to car type choice. In: Journal of Environmental Psychology, 40, 401–411.
- Nayum, Alim, Klöckner, Christian A. & Mehmetoglu, Mehmet (2016): Comparison of socio-psychological characteristics of conventional and battery electric car buyers. In: Travel Behaviour and Society, 3, 8–20.
- Nelles, David & Serrer, Christian (2021): Machste dreckig - machste sauber. Die Klimälösung. Friedrichshafen: KlimaWandel GbR.

- Nölting, Benjamin, Fritz, Hilke unter Mitarbeit von Dembski, N., Yun Christmann, S., Kräusche, K., Lehmann, K., Molitor, H., Pape J., Pfriem, A., Reimann, J., Skrobilin, J.-H., Walk, H. (2021): Transfer für nachhaltige Entwicklung an Hochschulen. Neuauflage. BMBF-Projekt "Nachhaltigkeit an Hochschulen: entwickeln - vernetzen - berichten (HOCHN)", Eberswalde: Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde.
- Oberrauch, Anna & Keller, Lars (2017): Vorstellungen von Jugendlichen zur Lebensqualität zwischen Materialismus und Umwelterorientierung. Eine empirische Untersuchung im Kontext (einer Bildung für) nachhaltige(r) Entwicklung. In: Zeitschrift für Geographiedidaktik, 45(1), 3–27.
- Oberrauch, Anna, Keller, Lars, Sanin, Patrick & Riede, Maximilian (2016): Lebensqualitätsvorstellungen von Jugendlichen im Kontext des Leitbilds nachhaltiger Entwicklung. In: Mitteilungen der Österreichischen Geographischen Gesellschaft, 156, 221–248.
- Ofstad, Sunita, Tobolova, Monika, Nayum, Alim & Klöckner, Christian A. (2017): Understanding the Mechanisms behind Changing People's Recycling Behavior at Work by Applying a Comprehensive Action Determination Model. In: Sustainability, 9(204), 1–17.
- Ökologische Akademie e. V. (o. J.): Zukunftswerkstätten, Zukunftskonferenzen, Open-Space und World Cafés. Online unter: <https://www.oeko-akademie.de/moderation-von-grossgruppen> (10.02.20).
- Onokala, Uchechi, Banwo, Adeleke O. & Okeowo, Florence O. (2018): Predictors of Pro-Environmental Behavior: A Comparison of University Students in the United States and China. In: Journal of Management and Sustainability, 8(1), 127–136.
- Ostertag, Felix (2016): Umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz. Analyse der Determinanten und Untersuchung eines umfassenden Modells. Diss. Universität Hohenheim Institut für Marketing & Management. Hohenheim.
- Overshootday.org (2023): German Overshoot Day 2023: 4. Mai. Online unter: <https://www.overshootday.org/newsroom/press-release-german-overshoot-day-2023-de/> (25.08.2023).
- Parker, Jenneth (2008): Situating education for sustainability. A framework approach. In: Parker, Jenneth & Wade, Ros (Hrsg.): Journeys around Education for Sustainability. London: London South Bank University, 33–66.
- Pons-Seres de Brauwer, Christian, Cohen, Jed J., Reichl, Johannes, Kollmann, Andrea, Azarova, Valeriya, Carrus, Giuseppe, Chokrai, Parissa, Fritsche, Immo, Klöckner, Christian A., Masson, Torsten, Panno, Angelo, Tiberio, Lorenza, Vesely, Stepan, Udall, Alina M., Lettmayer, Gudrun, Frieden, Dorian, Könighofer, Kurt, Schwarzing, Stephan, Izaskun Iturriza, Jimenez, Polo Alvarez, Lucia, Velte, Daniela, Dimitrova Dimitrova, Elena, Tasheva, Milena, Petrov Burov, Angel; Mutafchiiska, Irina; Similä, Lassi, Correia, Suvisanna, Koljonen, Tiina, Biresselioglu, Mehmet E. & Demir, Muhittin H. (2019): Building consensus for a citizen-driven Energy Union: understanding energy choice dynamics and their impact on energy governance in the EU. Online unter: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.21318.63048> (20.04.2024).
- Quendler, Erika (2011): Integrativer Ansatz für nachhaltiges, gutes Leben – ein Konzept. In: Agrarpolitischer Arbeitsbehelf, (38).

- Rasch, Björn, Friese, Malte, Hofmann, Wilhelm & Naumann, Ewald (2021): *Quantitative Methoden 2. Einführung in die Statistik für Psychologie, Sozial- & Erziehungswissenschaften* (5. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Reese, Gerhard & Junge, Eva (2017): Keep on Rockin' in a (Plastic-) Free World: Collective Efficacy and Pro-Environmental Intentions as a Function of Task Difficulty. In: *Sustainability*, 9(2), 200.
- Reich, Kersten (2003): Methodenpool. Zukunftswerkstatt. Online unter: http://methodenpool.uni-koeln.de/zukunft/frameset_zukunft.html (20.04.2023).
- Reinders, Heinz (2016): *Service Learning - theoretische Überlegungen und empirische Studien zu Lernen durch Engagement*: Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- RENN: Der Nachhaltige Warenkorb. Online unter: <https://www.nachhaltiger-warenkorb.de/> (25.08.2023).
- Richardson, Katherine, Steffen, Will, Lucht, Wolfgang, Bendtsen, Jørgen, Cornell, Sarah E., Donges, Jonathan F., Drüke, Markus, Fetzer, Ingo, Bala, Govindasamy, Bloh, Werner von, Feulner, Georg, Fiedler, Stephanie, Gerten, Dieter, Gleeson, Tom, Hofmann, Matthias, Huiskamp, Willem, Kummu, Matti, Mohan, Chinchu, Nogués-Bravo, David, Petri, Stefan, Porkka, Miina, Rahmstorf, Stefan, Schaphoff, Sibyll, Thonicke, Kirsten, Tobian, Arne, Virkki, Vili, Wang-Erlandsson, Lan, Weber, Lisa & Rockström, Johan (2023): Earth beyond six of nine planetary boundaries. In: *Science advances*, 9(37), eadh2458.
- Richter, Isabel G. M. & Klöckner, Christian A. (2017): The Psychology of Sustainable Seafood Consumption: A Comprehensive Approach. In: *Foods* (Basel, Switzerland), 6(10), 1–14.
- Rieckmann, Marco (2018): Die Bedeutung von Bildung für nachhaltige Entwicklung für das Erreichen der Sustainable Development Goals (SDGs). In: *Zeitschrift für internationale Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik*, 41(02), 4–10.
- Rieckmann, Marco (2021): Reflexion einer Bildung für nachhaltige Entwicklung aus bildungstheoretischer Perspektive. In: *Religionspädagogische Beiträge*, 44(2), 5–16.
- Robinson, John (2004): Squaring the circle? Some thoughts on the idea of sustainable development. In: *Ecological Economics*, 48, 369–384.
- Rockström, Johan & Sukhdev, Pavan (2016): Sustainable Development Goals. How food connects all the SDGs. Online unter: <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2016-06-14-how-food-connects-all-the-sdgs.html> (25.08.23).
- Rode, Horst, Bolscho, Dietmar, Dempsey, Rachael & Rost, Jürgen (2001): *Umwelterziehung in der Schule. Zwischen Anspruch und Wirksamkeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rost, Jürgen, Gresele, Christiane & Martens, Thomas (2001): *Handeln für die Umwelt. Anwendung einer Theorie*. Münster: Waxmann.
- Schahn, Joachim & Matthies, Ellen (2008): Moral, Umweltbewusstsein und umweltbewusstes Handeln. In: Lantermann, Ernst-Dieter et al. (Hrsg.): *Grundlagen, Paradigmen und Methoden der Umweltpsychologie (= Enzyklopädie der Psychologie Theorie und Forschung Umweltpsychologie, Bd. 1)*. Göttingen: Hogrefe Verl. für Psychologie, 663–689.

- Schlegler, Maren & Koch, Susanne (2022): Pilot study on the learning success of students in service-learning compared to other teaching and learning formats.
- Schlieszus, Ann-Kathrin & Siegmund, Alexander (2024): Individuelle Umbrüche durch einen reflexiven Umgang mit Normativität. Wie Hochschullehrende bei Lernenden transformative Lernprozesse unterstützen können. In: Kminek, Helge & Singer-Brodowski, Mandy et al. (Hrsg.): *Bildung für eine nachhaltige Entwicklung im Umbruch? Beiträge zur Theorieentwicklung angesichts ökologischer, gesellschaftlicher und individueller Umbrüche*. 1st. Leverkusen-Opladen: Verlag Barbara Budrich (Schriftenreihe "Ökologie und Erziehungswissenschaft" der Kommission Bildung für nachhaltige Entwicklung der Deutschen Gesellschaft für Erziehungswissenschaft (DGfE)), 59–76.
- Schneekloth, Ulrich, Rysina, Anna, Wolfert, Sabine, Langness, Anja & Görtz, Regina von (2022): *Jugend und Nachhaltigkeit: Gütersloh*. Bertelsmann Stiftung.
- Schmidt, Imke (2017): Konsumentenverantwortung. In: Heidbrink, Ludger et al. (Hrsg.): *Handbuch Verantwortung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 735–764.
- Schmitt, Claudia T. & Bamberg, Eva (Hrsg.) (2018): *Psychologie und Nachhaltigkeit. Konzeptionelle Grundlagen, Anwendungsbeispiele und Zukunftsperspektiven*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Schmuck, Peter (2017): Transformationspsychologie für nachhaltige Entwicklung. Zur Überwindung von Hindernissen für Nachhaltigkeit im Rahmen einer psychologisch fundierten Sustainability-Science. In: Leal Filho, Walter (Hrsg.): *Innovation in der Nachhaltigkeitsforschung*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 197–208.
- Schönwald, Ingrid (2020): *Ingolstädter Nachhaltigkeits-Guide: Katharinen-Gymnasium Ingolstadt*.
- Schumacher, Jörg (o. J.): *SWLS Satisfaction with Life Scale*. Leipzig.
- Schwartz, S. H. & Howard, J. A. (1981): A normative decision-making model of altruism. In: Rushton, J. P. & Sorrentiono, R. M. (Hrsg.): *Altruism and helping behavior*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 89–211.
- Schwarzinger, Stephan, Biresselioglu, Mehmet E., Burov, Angel, Carrus, Giuseppe, Demir, Muhittin H., Dimitrova, Elena, Fritsche, Immo, Kaplan, Melike D., Klöckner, Christian A., Koksvik, Gitte, Masson, Torsten, Mutaftchiiska, Irina, Panno, Angelo, Røyrvik, Jens, Skjølsvold, Tomas, Tasheva, Milena, Tiberio, Lorenzal, Velte, Daniela, Vesely, Stepan, Reichl, Johannes & Kollmann, Andrea (2017): *Social Science Perspectives on Electric Mobility, Smart Energy Technologies, and Energy Use in Buildings – A comprehensive Literature Review*.
- Simsekoglu, Özlem & Klöckner, Christian A. (2019): The role of psychological and socio-demographical factors for electric bike use in Norway. In: *International Journal of Sustainable Transportation*, 13(5), 315–323.
- Singer-Brodowski, Mandy (2016): Transformatives Lernen als neue Theorieperspektive der BNE. In: Schöppel, Michael (Hrsg.): *Im Wandel* (1. Auflage) (=Jahrbuch Bildung für nachhaltige Entwicklung). Wien, 130–139.

- Sliwka, Anna (2009): Reflexion: das Bindeglied zwischen Service und Lernen. In: Al-
tenschmidt, Karsten (Hrsg.): Raus aus dem Elfenbeinturm? Entwicklungen in Ser-
vice Learning und bürgerschaftlichem Engagement an deutschen Hochschulen.
Weinheim, Basel: Beltz (Beltz-Bibliothek), 85–90.
- Sommer, Moritz, Haunss, Sebastian, Gharritty Gardner, Beth, Neuber, Michael &
Rucht, Dieter (2020): Wer demonstriert da? Ergebnisse von Befragungen bei
Großprotesten von Fridays for Future in Deutschland im März und November
2019. In: Haunss, Sebastian & Sommer, Moritz (Hrsg.): Fridays for Future - Die
Jugend gegen den Klimawandel. Bielefeld, Germany: transcript Verlag, 15–66.
- Sommer, Moritz, Rucht, Dieter, Haunss, Sebastian & Zajak, Sabrina (2019): Fridays
for Future. Profil, Entstehung und Perspektiven der Protestbewegung in Deutsch-
land. Berlin.
- Sopha, Bertha (2013): Sustainable Paper Consumption: Exploring Behavioral Factors.
In: Social Sciences, 2(4), 270–283.
- Sopha, Bertha M. & Klöckner, Christian A. (2011): Psychological factors in the diffu-
sion of sustainable technology: A study of Norwegian households' adoption of
wood pellet heating. In: Renewable and Sustainable Energy Reviews, 15(6), 2756–
2765.
- Spangenberg, Joachim H. & Lorek, Sylvia (2003): Lebensqualität, Konsum und Um-
welt. Intelligente Lösungen statt unnötiger Gegensätze; Gutachten. Bonn: Fried-
rich-Ebert-Stiftung.
- Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH (o. J.): Daseinsgrundfunktionen.
Online unter: [https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/daseinsgrundfunkto-
nen/1497](https://www.spektrum.de/lexikon/geographie/daseinsgrundfunktionen/1497) (25.08.2023).
- Spraul, Katharina, Hufnagel, Julia & Höfert, Annegret (2020): Der Beitrag von Service
Learning zur Agenda 2030. In: Rosenkranz, Doris et al. (Hrsg.): Service Learning
an Hochschulen: Beltz Juventa, 170–175.
- Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) (2023): Schultartübergrei-
fende FAQ. Wann werden die neuen Lehrpläne eingeführt? Online unter:
<https://www.lehrplanplus.bayern.de/seite/schulartuebergreifend> (25.08.2023).
- Statista (2023): Monatliche Arbeitslosenquote in Berlin von Januar 2021 bis Januar
2023. Online unter: [https://de.statista.com/statistik/daten/studie/762444/umfrage/
arbeitslosenquote-in-berlin/#:~:text=Monatliche%20Arbeitslosenquote%20in%
20Berlin%20bis%20Januar%202023&text=Im%20Januar%202023%20betrug%
20die,Januar%20bei%205%2C7%20Prozent](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/762444/umfrage/arbeitslosenquote-in-berlin/#:~:text=Monatliche%20Arbeitslosenquote%20in%20Berlin%20bis%20Januar%202023&text=Im%20Januar%202023%20betrug%20die,Januar%20bei%205%2C7%20Prozent) (25.08.2023).
- Steffen, Will, Richardson, Katherine, Rockström, Johan, Cornell, Sarah E., Fetzer,
Ingo, Bennett, Elena M., Biggs, Reinette, Carpenter, Stephen R., Vries, Wim de,
Wit, Cynthia A. de, Folke, Carl, Gerten, Dieter, Heinke, Jens, Mace, Georgina M.,
Persson, Linn M., Ramanathan, Veerabhadran, Meyers, Belinda & Sörlin, Sverker
(2015): Sustainability. Planetary boundaries: guiding human development on a
changing planet. In: Science (New York, N.Y.) (347), 736–746.
- Stern, Paul C. (2000): New Environmental Theories: Toward a Coherent Theory of En-
vironmentally Significant Behavior. In: Journal of Social Issues, 56(3), 407–424.
- Stern, Paul C., Kalof, Linda, Dietz, Thomas & Guagnano, Gregory A. (1995): Values,
Beliefs, and Proenvironmental Action: Attitude Formation Toward Emergent At-
titude Objects I. In: Journal of Applied Social Psychology, 25(18), 1611–1636.

- Strasdas, Wolfgang, Lund-Durlacher, Dagmar, Giraldo, Marco, Kück, Iliz. & Lehnert, Swantje (2020): Die Corona-Krise und ihre Implikationen für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus. Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE). Eberswalde: Online unter: https://www.zenat-tourismus.de/images/aktuelles/ergebnisbericht_befragung_corona-krise_nachhaltigkeit.pdf (25.08.2023).
- Sueddeutsche.de (2023): Deutsche FFF-Sektion distanziert sich von Anti-Israel-Post. Online unter: <https://www.sueddeutsche.de/politik/fridays-for-future-deutsche-fff-sektion-distanziert-sich-von-anti-israel-post-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-231026-99-713428> (05.01.2024).
- Tachtsoglou, Sarantis & König, Johannes (2017): Statistik für Erziehungswissenschaftlerinnen und Erziehungswissenschaftler. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Tagesschau.de (2023): Die Klima-Zeitbombe tickt. Bericht des Weltklimarats. Online unter: <https://www.tagesschau.de/wissen/klima/ipcc-bericht-103.html> (25.08.2023).
- Thio, Sie L. & Göll, Edgar (2011): Einblick in die Jugendkultur. Das Thema Nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig machen. Dessau-Roßlau: Umweltbundesamt.
- Thunberg, Greta (2018): You Are Stealing Our Future. Greta Thunberg, 15, Condemns the World's Inaction on Climate Change. Katowice Climate Summit 2018: Climate Justice Now! United Nations. Katowice, 13.12.2018. Online unter: https://www.democracynow.org/2018/12/13/you_are_stealing_our_future_greta (12.03.2019).
- Treiber, Christoph (2019): Eine Generation ohne Grenzen. Generation Z wird erwachsen. Online unter: <https://www.occstrategy.com/de/publikationen/erkenntnisse/id/3469/eine-generation-ohne-grenzen> (25.08.2023).
- Tully, Claus J. & Krug, Wolfgang (2013): Junge Menschen und nachhaltiger Konsum. Empirische Befunde zum Konsumhandeln Jugendlicher und junger Erwachsener. In: Michelsen, Gerd & Fischer, Daniel (Hrsg.): Nachhaltig konsumieren lernen. Ergebnisse aus dem Projekt BINK ("Bildungsinstitutionen und nachhaltiger Konsum") (= Innovation in den Hochschulen: nachhaltige Entwicklung, Bd. 11) Bad Homburg vor der Höhe: VAS, 73–103.
- Umweltbundesamt (2015): Marktbeobachtung Nachhaltiger Konsum: Entwicklung eines Instrumentes zur Langzeit-Erfassung von Marktanteilen, Trends und Treibern nachhaltigen Konsums.
- Umweltbundesamt (2020): Earth Overshoot Day 2020: Ressourcenbudget verbraucht. Online unter: <https://www.umweltbundesamt.de/themen/earth-overshoot-day-2020-ressourcenbudget> (25.08.2023).
- United Nations Department of Global Communications (2019): Sustainable Development Goals. Communications-Material. Online unter: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material/> (25.08.2023)
- Vare, Paul & Scott, William (2007): Learning for a Change. In: Journal of Education for Sustainable, 1(2), 191–198.
- Varela-Candamio, Laura, Novo-Corti, Isabel & García-Álvarez, María T. (2018): The importance of environmental education in the determinants of green behavior: A meta-analysis approach. In: Journal of Cleaner Production, 170, 1565–1578.

- Varwick, Johannes (2022): Auf dem Weg in die „Ökodiktatur“? In: Aus Politik und Zeitgeschichte - Ökologie und Demokratie, 72(21-22-2022), 4–8.
- Vermeir, Iris & Verbeke, Wim (2006): Sustainable Food Consumption: Exploring the Consumer “Attitude – Behavioral Intention” Gap. In: Journal of Agricultural Environmental Ethics, 19(2), 169–194.
- Vogt, Markus (2015): Das Prinzip Nachhaltigkeit und seine Umsetzung in Deutschland. München.
- Wals, Arjen E. (2011): Learning Our Way to Sustainability. In: Journal of Education for Sustainable, 5(2), 177–186.
- Wehling, Hans-Georg (1977): Konsens à la Beutelsbach? Nachlese zu einem Experten-gespräch. In: Schiele, Siegfried & Schneider, Herbert (Hrsg.): Das Konsensproblem in der politischen Bildung. Stuttgart: Klett (Anmerkungen und Argumente zur historischen und politischen Bildung, 17), 173–184.
- Weizsäcker, Ernst U. von, Hargroves, Karlson & Smith, Michael (2012): Faktor Fünf. Die Formel für nachhaltiges Wachstum. München: Knaur eBook.
- Wikimedia Commons (o. J.): SDG Wedding Cake. Online unter: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:SDG_wedding_cake.jpg (25.08.2023)
- Zilles, Julia, Drewing, Emily & Janik, Julia (Hrsg.) (2022): Umkämpfte Zukunft. Zum Verhältnis von Nachhaltigkeit, Demokratie und Konflikt (= Soziale Bewegung und Protest). Bielefeld: Transcript.

Anhang

Anhang A: Weiterführendes Material aus Vorstudie und Angebotsrecherche	i
Anhang B: Erhebungsinstrument	ix
Anhang C: Tabellen zu den Item- und Skalenanalysen	xxii
Anhang D: Codierleitfaden zur Auswertung der freien Antwortmöglichkeit	xlvi
Anhang E: Zuordnung der genannten Themen einer nachhaltigen Entwicklung zu den SDGs	li
Anhang F: Tabellen zur forschungsfragengeleiteten Auswertung	lix
Anhang G: Ergebnisse aus dem Pretest	xc
Anhang H: Ergänzende Analysen und Angaben	cxiv

Anhang A: Weiterführendes Material aus Vorstudie und Angebotsrecherche

Anhang A 1: Teilnehmende Institutionen am Expert*innenworkshop	i
Anhang A 2: Ergebnisse aus dem Expert*innenworkshop	i
Anhang A 3: Ergebnisse aus der Zukunftswerkstatt	iii
Anhang A 4: Ergebnisse der Recherche der nachhaltigen Konsumangebote in der Region Ingolstadt	vi
Anhang A 5: Ergebnisse der Recherche der Informations- und Beratungsangebote im Bereich Nachhaltigkeit in der Region Ingolstadt	vii

Anhang A 1: Teilnehmende Institutionen am Expert*innenworkshop

Bund Naturschutz Eichstätt	Referat für Gesundheit, Klimaschutz und Umwelt Ingolstadt
Eichstätt summt...!	Solidarisch Landwirtschaft – Region Ingolstadt
Fairtrade Stadt Eichstätt	Sparkasse Ingolstadt -Eichstätt
HIPP GmbH & Co. Vertrieb KG	Stadtrat Ingolstadt
ICONDU GmbH	Stadtwerke Ingolstadt
Industrie- und Handelskammer Oberbayern	Stadtwerke Pfaffenhofen
Initiative Regionalmanagement Region Ingolstadt e.V.	Umweltreferat des Studentischen Konvents der KU
Institut für angewandte Nachhaltigkeit (INAS GmbH)	Verbraucherzentrale Ingolstadt
Nachhaltige KU	Welt-Brücke Eichstätt
Nachhaltigkeitsinitiativen Eichstätt	Weltladen Ingolstadt

Anhang A 2: Ergebnisse aus dem Expert*innenworkshop

	Wohin soll sich die Region konkret entwickeln?	Wie kann der gewünschte Zustand erreicht werden?
am Verkehr teilnehmen	- Mobilitätsallianz bilden, von anderen Regionen lernen und selbst zur Vorbildregion werden - Intelligenter Individualverkehr und öffentlichen Nahverkehr stärken → langfristige Verdrängung des Individualverkehrs	- Bildungsoffensive (Toleranz und Rücksicht), Mobilitätskonzept 2030 Stadt-Land, Entzerrung (Schulstart, Schichtbeginn, Home-Office fördern, Güter-/Schienenverkehr optimieren, dezentrale Versorgung stärken, regionale Wertschöpfungsketten) - nachhaltige E-Fahrzeuge (CO₂-freie Grünstrom-Mobilität), „Mitfahrbänke“, Car- und Bike-Sharing, Park & Ride, 1 €-Ticket im ÖPNV und vereinfachte Tarifgestaltung, Ruf Bus, Fahrradfahren fördern (Vorrang-Routen für Radfahrer*innen), Seilbahn und ÖPNV zwischen den Hochschulstandorten

	Wohin soll sich die Region konkret entwickeln?	Wie kann der gewünschte Zustand erreicht werden?
Miteinander leben	• Stärkung des Zusammenhalts in der Gesellschaft (Akzeptanz, Verständnis schaffen, Austausch fördern) • Integrations-Konzept • Soziale Gerechtigkeit stärken: menschenwürdiges Leben aller unterstützen und Geschlechtergleichstellung	• Schaffung von Räumen zum Austausch (Bürgerhaus, Mehrgenerationenhäuser und -plätze, Quartiere und „Urban-Gardening“), Schulsozialarbeit • Sozialer Wohnungsbau in Kombination mit Integration, Förderung der Nachbarschaftshilfe, Förderung der Inklusion, mehr Schulbegleiter*innen und Elternarbeit • Mitpreisbremse, Gesetzliche Rahmen „Eigentum verpflichtet“, Nahversorgung
sich bilden, sich erholen	Tourismus: Zugang zu Tourismus erleichtern, Naherholung attraktiver machen, Umweltzerstörung vermeiden Mobilität: Autofreie Optionen schaffen Flächennutzung: effektivere Flächennutzung (höher bauen, neue Wohnkonzepte, veränderte Lebensstile) Bildung: Wertebildung/Charakterbildung und Empowerment der Schulen Sinnstiftung: Lebenslanges Lernen, Curricula verändern, Diversifizierung in Verbindung mit Industrie, Bildungsgerechtigkeit	Tourismus: Nachhaltigere Angebote bzgl. Mobilität, Kombination von Landwirtschaft und Naherholung und Verknüpfung mit Bildungsangeboten Mobilität: (regionaler) Fahrradverleih Flächennutzung: Multifunktionalität (Kopplung Landwirtschaft und Naherholung, siehe Tourismus) Bildung: Bildung für nachhaltige Entwicklung, Lernen im Leben (in der Praxis, Austausch mit der Welt, Internationale Gespräche), Vernetzte Bildungsträger, Bürger*innenorganisierte Weiterbildung, Informelle Bildung Sinnstiftung: Kostenlose Kindertagesstätten, spielerisches Lernen, themenbezogen lernen, Naturpfade und Förderung von Umweltbildungseinrichtungen
sich versorgen, entsorgen	• Kulturwandel, Suffizienz • „grüne“ Städte (inkl. Begrünung von Fassaden und Dächern) • Transportvermeidung • Saubere Luft	Versorgen: Generationengerechtigkeit und Suffizienz (Fairer Handel, Förderprogramm für nachhaltige Unternehmen z. B. Unverpackt-Läden, Pop-Up-Store, Schulverpflegung, Repair-Cafés), kleine und mittelgroße Betriebe stärken und vernetzen, regionale Wertschöpfungsketten stärken, Nahversorgung (Ärzte, ÖPNV und Tante-Emma-Läden), Landwirtschaft (bio, regional und Solidarische Landwirtschaft), Selbstversorgung und Urban Gardening, keine Privatisierung von Wasser, multifunktionale Nutzung (Naherholung und Bildung), dezentrale Energieversorgung fördern und erneuerbare Energien vor Ort Entsorgen: „Sauberes“ Abwasser (Keine Hormone, Antibiotika, Mikroplastik, Nitrat-/Phosphatbelastung, Trockentoiletten), Filteranlagen für Öfen im priv. Bereich, Müllvermeidungskonzept und Müllrecycling in öffentlichen Einrichtungen Versorgen und Entsorgen: Tauschen, Nachbarschaftshilfe, 2nd Life, Kreislaufwirtschaft, Cradle 2 Cradle, Kennzeichnen von Stoffarten, Verschwendung von Lebensmitteln vermeiden (Konzepte wie Foodsharing fördern)

	Wohin soll sich die Region konkret entwickeln?	Wie kann der gewünschte Zustand erreicht werden?
Wohnen und Arbeiten	• CO₂-Neutralität → Klimaschutz • Energieverbrauch und – Erzeugung • Wirtschaftswachstum kritischer gegenüberstehen • Flächenfraß/ - Versiegelung beenden	• Neue Wohnkonzepte (bezahlbar, Mehrgenerationen, Integration und Inklusion, Wohngemeinschaft, Fläche/Wohnraum, Wohnungstausch, Begegnungsräume schaffen, Ökologisches Bauen und Wohnen, Dörfer nachverdichten (Geschosswohnungen), Wohnen und Arbeiten räumlich/zeitlich kombinieren z. B. Home-Office und Coworking-Space, Aufholen des Sanierungsrückstandes beim Wohnen) • Soziale Aspekte beachten (Bedingungsloses Grundeinkommen) • Verlust an Arbeitsplätzen auffangen, z. B. bei AUDI zu befürchten? (Neue Arbeitsmodelle, Digitalisierung/Mobilität, Engagement und Selbstversorgung fördern) • Sauberes Wasser sichern (Wandel von konventioneller Landwirtschaft hin zu bio fördern, Fassungsbereiche ohne Düngemittel) • Biodiversität → bestehende Grünflächen aufwerten • Mobilität/Pendelverkehr (Digitalisierung → Wege sparen, verantwortliche Gestaltung von flexiblen Arbeitswelten, ÖPNV ausbauen, an Bahnhöfen großzügig Pendelparkplätze schaffen und autonomes Fahren)

Anhang A 3: Ergebnisse aus der Zukunftswerkstatt

	Kritikphase	Fantasiephase	Realisierungsphase
Versorgung	• Klassische Landwirtschaft • Tierhaltung • Verschmutztes Trinkwasser • Verpackung • Produktion • Umweltfreundliche Konsumgüter sind teurer als umweltschädliche • Transport • Erneuerbare Energieversorgung	• Nahrungsmittel regional produzieren, Produktion in der Stadt ◦ weniger Transport ◦ Aquaponik • Energieversorgung • Keine fossilen Brennstoffe mehr für Treibstoff • Viele Grünflächen in der Stadt	Was ist zu tun? • Einsicht ist die beste Sicht → sich den Problemen bewusst werden • Klein anfangen • Bewusstsein schaffen, Bevölkerung aufklären → auch Jugendliche ab der 5. Klasse → Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) in der Schule • Unabhängigkeit der Region von Zulieferungen aus anderen Regionen/Ländern/Erdteilen • Weniger Importe Wen brauche ich dafür? • Die ganze Bevölkerung • Unternehmen • Bildungssystem/Ministerium • Nachhaltigkeit im Unterricht, z.B. Sozialkunde • Regierung • Landwirt*innen Was kann ich tun? • Beim Einkaufen Plastikverpackungen vermeiden • Einwegprodukte vermeiden und auf Glas und Mehrweg umsteigen • Fleisch vermeiden • Mit Mitmenschen über das Thema reden • Secondhand kaufen • Auf Fair Trade achten • Auf Bio-Produkte umsteigen

	Kritikphase	Fantasiephase	Realisierungsphase
Mobilität	• Unternehmen haben zu viel Mitspracherecht • Profitorientiert • Produktion von Autos höher als die Nachfrage • Autos haben immer mehr PS • SUVs • Züge fahren zu selten und zu unpassenden Zeitpunkten • ÖPNV ist in ländlichen Gebieten schlecht ausgebaut • Nahverkehr zu teuer und zu unattraktiv getaktet • Räumliche Trennung der WFI von den anderen Fakultäten der KU wird durch schlechte öffentliche Verbindung verstärkt • Verbesserung der E-Mobilität nötig • E-Mobilität bei aktueller Energiepolitik zu wenig Aufmerksamkeit • Zu wenig staatliche Unterstützung	• Luft soll sauber bleiben (CO² reduziert) • Nahverkehr ausbauen • Alternativen für Antriebskraft finden • Mobilität reduzieren → nah am Arbeitsplatz wohnen und Versorgungszentren in der Nähe • Viele Grünflächen → weniger Versiegelung • Neue Transportkonzepte für Menschen und Güter • Nahrungsmittel möglichst aus der Region, um Transportwege zu verkürzen	Was ist zu tun? • Nahverkehr ausbauen und günstiger machen → mit den Verkehrsbetrieben kooperieren → vielleicht sogar kostenlos • Kostenloser ÖPNV für Studierende, Schüler und Azubis • Besserer Takt des ÖPNV • In andere Antriebskonzepte forschen/investieren • Im Supermarkt: Bio darf nicht mehr teurer sein und es muss über die Herkunft der Produkte informiert werden → Transparenz • Gerechte Lösungen für alle • Kein profitorientiertes Handeln mehr Wen brauche ich dazu? • Verkehrsbetriebe (z.B. INVG, MVG, AVV) • Stadt Ingolstadt und die Landkreise der Region • Große Konzerne (nicht nur Audi) • Regierung Was kann ich tun? • Konsum auf regionale Produkte beschränken • Mehr Rad fahren • Klein anfangen • Andere motivieren/Vorbild sein

	Kritikphase	Fantasiephase	Realisierungsphase
Intakte Umwelt	• Industrielle Landwirtschaft (Pestizide und CO) ◦ Genmanipulation ◦ Massentierhaltung ◦ Landwirtschaft zum Verlust der Artenvielfalt ◦ Spritzmittel ◦ Stickstoff und Phosphoreintrag ◦ Monokultur • Braunkohleverbrennung treibt Klimawandel an • Wasserverschwendung • SUVs/Autos • Artenverlust/Artensterben • Oberflächlich durchdachte Regelungen bei Ausgleichsflächen • Verpackungsmüll • Plastik (Müll etc.) • Fehlendes Mitspracherecht der jüngeren Generation • Projekt „1 Mio. Bäume“ vom OB Ingolstadt nicht ausreichend durchdacht	• Keine Monokulturen • Ökologischer Anbau • Ökostrom • Mehr miteinander leben • Seen mit Biodiversität • Freilebende Tiere • Artenvielfalt • Viel Grün • Discounter gibt es nicht mehr • Alle Lebensmittelläden verpackungsfrei • Fahrradparkplätze • Sehr gute ÖPNV-Anbindung auch in die Dörfer • Bienen • Trinkwasserbrunnen • Öffentlich zugängliche Gewässer • Regionale Währung • Vernetzung von Stadt und Land	Was ist zu tun? • Aufklärung/Bewusstsein schaffen/bewusst werden • Verhaltensänderungen • Lebensstile kleinschrittig ändern • Forschung und Innovation • Umsetzung Wen brauche ich dazu? • Politiker*innen (Oberbürgermeister*innen, Land-/Stadträt*innen) • Multiplikator*innen → Bildung • Unternehmer*innen → grüne Konzerne • Mehrheit der Bevölkerung aus Region Ingolstadt • (regionale) Presse Was kann ich tun? • Bewusst einkaufen (Bioläden, Unverpackt-Läden, Secondhand, Tauschbörsen) • Reparieren, Upcycling, Selber machen • Mehr Fahrrad und ÖPNV statt Auto • Vorbildfunktion
Frieden und Soziales Miteinander	• Kritisches Denken • Arm-Reich-Kluft • Fehlende Gleichberechtigung • Rassismus • Soziale Netzwerke • Fehlende Kommunikation (Handys) • Respektloser Umgang • Egoismus • Fehlende eigene Meinung • Vereinsamung v. a. im Alter	• Einheit bilden (Natur, Umwelt, Städte, Industrie, Dörfer, erneuerbare Energien) • Umweltbewusstsein • Klima schützen • Wasser als wichtiges Gut • Zufriedenheit aller • Gleichberechtigung aller • Gegenseitiges Respektieren • MITEINANDER	Was ist zu tun? • Dieses Format „Zukunftswerkstatt“ mehrmals im Jahr durchführen, da Diskussionen sehr wichtig. → für noch mehr TN öffnen, auch während der Schul-, Arbeits- und Vorlesungszeit. • Zeit in der Schule für dieses Thema nehmen (eine Stunde in der Woche für BNE) • Impulse setzen • Miteinander sprechen Wen brauche ich dazu? • Schulen • Hochschulen • Arbeitgeber Was kann ich tun? • Impulse setzen im persönlichen Umfeld • Vernetzung • Kommunikation „Tue Gutes und rede darüber!“ (Goethe) → Nachhaltigkeitsbotschafter

Anhang A 4: Ergebnisse der Recherche der nachhaltigen Konsumangebote in der Region Ingolstadt

Anbieter	Angebot
Apotheken	Naturkosmetik, regionale Hopfen-Wellness-Produkte, Medikamente
Bäckereien	Bio-Brot und Backwaren aller Art in Bio-Qualität
Bio-Supermärkte	Bio-Textilien, Backwaren, Getreidemühle, Lebensmittel bio, regional, saisonal, Wasch- und Reinigungsmittel, Drogerieartikel,
Discounter	Lebensmittel bio, regional, saisonal
Drogeriemarkt	Lebensmittel bio, Naturkosmetik
Einzelhandel	Einige nachhaltige Artikel wie Geschenk- und Dekoartikel, Möbel, Wohnaccessoires, Geschirr, Taschen und Lederwaren, Schmuck, Kosmetik, Salze, Öle, Gewürze, Spiele
Foodsharing	Gerettete Lebensmittel, frei zugängliche Kühlschränke mit geretteten Lebensmitteln
Gastronomie	Einige nachhaltige Artikel wie Gebäck, Geschenkideen, Kaffee, Kerzenzieherei, Pralinen aus eigener Konditorei, Catering, Restaurants, Schokolade, Tee, Cafés
Hofladen (eigene Produkte)	Backwaren, Eier, Fleisch und Wurst, Käse, Mehl, Nudeln, Müsli, Ökokiste, Obst und Gemüse, Onlineshop, regionale Produkte
Imkereiverband	Regionale Produkte
Kapuzinergarten Eden	Lebensmittel selbst anbauen
Kleiderkammern und Kleidertauschbörsen	Kleidung und Schuhe secondhand
Kleingewerbe	handgefertigte Naturkosmetik
Metzgereien	Bio Wurst- und Fleischwaren
Mobilitätsangebote	Car-Sharing, Senior*innentaxi, Rufbus
Online Plattform lokaler Händler	Angebote lokaler Händler vor Ort zur Online-Bestellung
Online Plattformen wie www.mundraub.org	Plattform für heimisches Obst im öffentlichen Raum. Karte mit öffentlichen Obstbäumen und -sträuchern, Kräuter und Nüsse.
Reformhäuser	Ökologische Lebensmittel, Naturarzneien, Kosmetik
Reiseanbieter	Naturnahe Gruppenreisen
Secondhandläden	Kleidung und Accessoires, Haushaltsgegenstände, Bücher, Dekoartikel, Einrichtungsgegenstände, Elektrogeräte, Fahrräder, Freizeit- und Sportartikel, Gartengeräte, Gebrauchsgegenstände, Heimwerkerbedarf, Küchen, Lampen und -zubehör, Lederwaren, Möbel, Schuhe, Spielzeug, Textilien
Solidarische Landwirtschaft	Zusammenschluss, bei dem ein Hof gegen einen monatlichen Beitrag die Mitglieder mit Lebensmitteln versorgt
Stadtwerke	E-Auto-Ladestationen, E-Bikeverleih, Erdgas, nachhaltiger Strom und Energie, Ökostrom, PV-Anlagen, Rufsammeltaxi, Stadtbuss
Supermärkte	Lebensmittel bio, regional, saisonal
Tourismusverbände	Regionale Produkte
Unverpackt-Läden	Unverpackte Lebensmittel, Bücher, Büromaterial, Kosmetik, Haushaltsartikel, Reinigungsmittel
Weltläden	Faire Artikel wie Lebensmittel, Schmuck, Kunsthandwerk, Geschenkartikel, Textilien, Haushaltswaren
Wochenmärkte	Lebensmittel bio, regional und saisonal

Anhang A 5: Ergebnisse der Recherche der Informations- und Beratungsangebote im Bereich Nachhaltigkeit in der Region Ingolstadt

Anbieter	Angebot
Schulen	Grünes Klassenzimmer, Projektseminare, Umweltbildung, BNE
Hochschulen	Studium, Lehre und Forschung, öffentliche Vortragsreihen, Infoveranstaltungen, Projekte, studentisches Engagement, Aktionen
Bio-Supermärkte	Beratung, Magazine mit Themenartikeln und Rezepten
Drogeriemarkt	Magazine mit Informationen
Genossenschaften	Beteiligungen an Anlagen in erneuerbare Energien
Unverpackt-Laden	Blog
Reformhäuser	Tipps, Rezepte
Foodsharing	Lebensmittelverteiler und selbst retten
Projekte und Initiativen	Urban Gardening, Natur- und Wildniscamp, Naturgeburtsstage, Fortbildung (für Kinder- und Jugendarbeit), Naturcoaching für Kinder und Jugendliche, Repair-Café, Kräuterwerkstatt, Tipps zum plastikfreien Leben, Austausch von Wissen, Erfahrungen, Ideen und Projekte, Zusammenarbeit für erfolgreiches Zukunftsengagement, vernetztes Denken und neue Lösungsansätze, innovative Ideen, Projekte und Veranstaltungen, zukunftsfähige Ausgestaltung des Zusammenlebens in der Region, Hilfestellung/praktische Tipps bei Fragen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks
Kirchliche Einrichtungen	Repair-Café, Vorträge z. B. zu plastikfreiem Leben, verschiedene Informations- und Bildungsformate zum Thema Nachhaltigkeit z. B. Fairer Handel, Audio und Videobeiträge
Kommunale Einrichtungen	lokale Agenda 21, Aktionen zur Förderung der Artenvielfalt, Ausstellungen (z.B. Klimaladen), Beratung z.B. zu Photovoltaikanlagen und erneuerbaren Energien, Biotoperlebnispfad, Biotopwandertag, Broschüre zu Umweltbildungsangeboten in der Region, Buchbare Führungen für Schulklassen und Erwachsene, Bürger-Energie-Genossenschaft, DENK NACH(HALTIG) - Kinowoche, Donaupavillon (mit Wechselausstellungen), Energieberatung, Energiesparwettbewerbe, Exkursionen, Filmnächte im Wald, Förderprogramm (für Erdgasfahrzeuge, für Klima- und Ressourcenschutz, zur CO ₂ -Minderung und für E-Bikes), Führungen und Workshops zum Thema nachhaltiger Konsum, Gründachpotenzialkataster, Klimaschutzaktionen in Schulen und Kindergärten, Klimaschutzkonzepte, Klimaschutzparbuch, kostenlose Energiesprechstunde, kostenlose Ladesäulen für E-Autos und E-Bikes, Kurse z. B. Upcycling, Lehrpfade, Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen, Mehrgenerationenhaus, Umwelttage, Öffentlichkeitsarbeit, Pflanzaktionen, Plattform für Nachhaltigkeitsinitiativen, Politik, Qualifizierung und Information zu den Themen Wald und Forstwirtschaft, Gartenbau, Landwirtschaft und Ernährung, regelmäßige Exkursionen, Repair-Café, Seminare, Tag der Agenda, Übersicht über Orte, an denen Fair Trade-Produkte gekauft werden können, Umweltbildung, Umweltpreis, Veranstaltungen, Verbrauchsanalysen, Vorträge, Zusammenarbeit mit Schulen, Kindergärten und anderen Bildungseinrichtungen
Landwirtschaftliche Betriebe	Erlebnisbauernhöfe
NGO Mobilität	fahrradfreundliche Verkehrspolitik, fahrradgerechten Verkehrswegebau, aktiver Umweltschutz, Radtouren, Stammtisch
NGO Menschenrechte	Möglichkeit zum Engagement für Menschenrechte
NGO Vogelschutz	Exkursionen zu diversen Lebensräumen, Kinder- und Jugendgruppen, Schulprojekte, Informationsangebote
NGO Naturschutz	Ausflüge ohne Auto, Ausstellungen, Energiespardorf, Exkursionen zu div. Lebensräumen, Filmsammlung, Schwerpunkt unter anderem nachhaltiger Lebensstil, Führungen, Garten, Grünes Klassenzimmer, Kinder- und Jugendgruppen, Mitmachaktionen (z.B. Amphibienzäune aufstellen, Tierbeobachtungen, Krötentragen, Ramadama), Natur in der Stadt, Naturakademie für Kinder, Plastikfasten und Energiespartipps, Umweltbildung, Veranstaltungen, Verbrauchertipps, Vorträge, Waldkindergruppen
NGO Umweltschutz	Klimaschutz, Meeresschutzgebiete, strenge Fischereiregeln, Urwaldschutz, Atomausstieg, regenerative Energien, gesunde Lebensmittel, Artenvielfalt, gentechnikfreie Landwirtschaft

Anbieter	Angebot
Sportverein	aktiver Naturschutz in der Region und in der sektionseigenen Hütte in den Alpen, Jugendgruppe, vermitteln das nötige theoretische und praktische Wissen in Sachen Fischkunde und Umweltschutz
Stiftungen	Greenovation, Begeisterung, Verantwortung, Förderung von Projekten, Aufklärung, Tierschutz, Veganismus, Broschüren
Umweltbildungsstätten	Umweltbildungsstätte, Freilichtmuseum, Natur-Erlebnispfad, Ausstellungen, Viehweiden, Aktionsflächen, Imkerei, Gartenfachberatung, Umweltbildungsangebote für Schulen, Projekte. Informationen, Lehrpfade, Apps
Unternehmen	Planspiele, Labels
Jugendzentren	Repair-Café
Vereine	Aktionen, bienenfreundliche Gärten, Bildungsarbeit, Biodiversität, Blogs, Energie für alle-Woche etc., Energiesprechstunden und Förderprogramme, Events, Exkursionen, Führungen, Imkerei-Kurse, Infomaterial, Informationen rund um die Biene, Informationen und Beratung zum Thema Ernährung und Energie, Informationsveranstaltungen, jährliche Dialogue on Sustainability (Impulsvorträge, Workshops und Podiumsdiskussion), Kampagnen, Lehrbienenstand, Lehrpfad, Lösungen, Messen, Mitarbeit beim Grünen Klassenzimmer des Bund Naturschutz, Mitmach-Aktionen, Nachtfalterexkursionen für Kinder und Erwachsene, Politische Arbeit, Rezepte, Tipps zu veganem Einkaufen, veganer Kleidung, Dokumentationen und Büchern, Umweltbildungsmaterial, Unternehmerisches Engagement, Unterrichtsmaterial, Videomaterial, Vorträge
Weltläden	Ausstellungen und Verkaufsstände, Bereitstellung von Materialien für Schule und Unterricht, Bildungsausflüge, Information und politische Aktionen, Messen und Märkte, Veranstaltungen, Vorträge zu entwicklungspolitischen Themen

Anhang B: Erhebungsinstrument

Liebe*r Teilnehmer*in,

vielen Dank für deine Teilnahme an der Befragung zu deinen Konsumeinstellungen und zu den Konsummöglichkeiten in deiner Region. Damit leistest du einen wichtigen Beitrag zu ihrer Entwicklung. Diese Befragung richtet sich an Jugendliche und junge Erwachsene ab 14 Jahren. Dieser Fragebogen umfasst fünf Teile und dürfte etwa 20 Minuten deiner Zeit in Anspruch nehmen.

Wenn nicht anders angegeben, sind die Fragen durch einfaches Ankreuzen zu beantworten. Es gibt übrigens keine falschen Antworten. Bitte beantworte den Fragebogen bis zum Schluss. Sollte eine Antwortmöglichkeit mal nicht so richtig gut passen, dann wähle bitte die, die am ehesten passt.

Deine Angaben werden nur für wissenschaftliche Zwecke verwendet. Für die Umfrage nutzen wir als Auftragsverarbeiter die Umfrageplattform Qualtrics. Die Erhebung der Daten erfolgt anonymisiert, d.h. uns ist kein Rückschluss auf deine Person möglich. Die Datenschutzhinweise von Qualtrics findest du unter <https://www.qualtrics.com/privacy-statement/>.

Deine Daten werden anonymisiert und nur in aggregierter (gesamelter) Form über alle Studienteilnehmenden hinweg statistisch ausgewertet. Mit Bearbeiten des Fragebogens stimmst du der Nutzung deiner Daten in anonymisierter Form zu.

Unter den Teilnehmenden werden mehrere Gutscheine verlost. Wenn du an der Verlosung teilnehmen möchtest, hast du am Ende der Umfrage die Möglichkeit, deine E-Mail-Adresse anzugeben. Diese wird unabhängig von den in der Umfrage erhobenen Daten abgespeichert, sodass bei der Auswertung der Daten kein Rückschluss auf dich möglich ist. Der Datenschutzhinweis für die Verlosung wird dir angezeigt, sobald du an der Verlosung teilnehmen möchtest.

Die Studie wird im Rahmen des Projekts Mensch in Bewegung an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt durchgeführt.

Bei Fragen wende dich gerne an: Ann-Kathrin Bremer, wissenschaftliche Mitarbeiterin im Projekt „Mensch in Bewegung“ ann-kathrin.bremer@ku.de.

Hinweise zum Umgang mit deinen Daten im Rahmen der Kontaktaufnahme kannst du unserem allgemeinen Datenschutzhinweis unter <https://www.ku.de/datenschutz> entnehmen.

LQ: Es folgen fünf Aussagen, denen du **zustimmen** bzw. die du **ablehnen** kannst.

	Trifft überhaupt nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft eher nicht zu	Teils, teils	Trifft eher zu	Trifft zu	Trifft vollständig zu
In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen.							
Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.							
Ich bin mit meinem Leben zufrieden.							
Bisher habe ich die wesentlichen Dinge erreicht, die ich mir für mein Leben wünsche.							
Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich kaum etwas ändern.							

LQ_Cov: Wie stark fühlst du deine Lebensqualität durch die Corona-Pandemie beeinflusst?

- stark negativ beeinflusst
- negativ beeinflusst
- teils, teils
- positiv beeinflusst
- stark positiv beeinflusst

nachh_Wiss: Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten **für dich passt**.

	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Weiß nicht
Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, den Wasserverbrauch zu reduzieren.						
Für eine nachhaltige Entwicklung ist es wichtig, die biologische Vielfalt zu erhalten.						
Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.						
Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine Kultur notwendig, in der Konflikte durch Diskussion friedlich gelöst werden.						
Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig die Menschenrechte zu achten.						
Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben.						
Eine nachhaltige Entwicklung erfordert, dass Unternehmen verantwortungsbewusst gegenüber ihren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen handeln.						
Eine nachhaltige Entwicklung erfordert einen gerechten Zugang zu Waren und Dienstleistungen für alle Menschen auf der Welt.						
Für eine nachhaltige Entwicklung muss die Armut in der Welt beseitigt werden.						

nachh_Wiss_Kleidung: Inwiefern stimmst du den folgenden Aussagen zu? „Durch meinen **persönlichen Kleidungskonsum**...“

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme sehr stark zu
... trage ich zu dem Schaden bei, der der Umwelt zugefügt wird.							
... trage ich zur Menge an Energie und Wasser bei, die bei der Herstellung von Kleidung verwendet werden.							
... trage ich zur Verwendung gefährlicher Chemikalien in der Bekleidungsproduktion bei.							

nachh_Einst: Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten **für dich passt**. Ich denke, ...

	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Weiß nicht
... dass die Verwendung von mehr natürlichen Ressourcen als nötig die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen in Zukunft gefährdet.						
... dass wir strengere Gesetze und Vorschriften brauchen, um die Umwelt zu schützen.						
... dass es wichtig ist, Maßnahmen gegen Probleme zu ergreifen, die mit dem Klimawandel zu tun haben.						
... dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben.						
... dass wir sicherstellen sollten, dass die Menschen in Zukunft die gleiche Lebensqualität genießen wie wir heute in Europa.						
... dass Menschen, unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen.						
... dass Unternehmen die Verantwortung haben, den Einsatz von Verpackungen und Einwegartikeln zu reduzieren.						
... dass es wichtig ist, die Armut auf der gesamten Welt zu verringern.						
... dass Unternehmen reicher Länder mit Sitz in ärmeren Ländern ihren Mitarbeiter*innen die gleichen Bedingungen bieten sollten wie in ihren Heimatländern.						

nachh_Int: Wie **attraktiv** sind die genannten Ideen für dich?

	Sehr attraktiv	Eher attraktiv	Eher nicht attraktiv	Überhaupt nicht attraktiv	Weiß nicht
Bei Initiativen und Projekten mitmachen, die öffentliche Räume für den Anbau von Obst und Gemüse nutzen und gestalten.					
Mich an einer von Bürger*innen vor Ort betriebenen Anlage zur Erzeugung von Strom und Wärme aus erneuerbaren Energien (z. B. Wind, Sonne) beteiligen.					
Dinge, die ich nicht täglich brauche (z. B. Haushaltsgeräte, Gartengeräte, Werkzeuge, Sportgeräte) mit anderen gemeinsam nutzen.					
Für Wege im Alltag Fahrgemeinschaften gründen oder Mitfahrgelegenheiten nutzen.					
Bei Werkstätten mitmachen oder diese unterstützen, in denen kaputte Dinge (z. B. Haushaltsgeräte, Handys und Computer, Kleidung) vor Ort repariert werden.					

Mich an einer von Privatleuten organisierten Einkaufsgemeinschaft für Erzeugnisse von Landwirten aus der Region beteiligen.					
---	--	--	--	--	--

soz_Erw: Bitte gib bei jeder Aussage an, wie sehr die Aussage auf Dich **zutrifft**.

	Trifft gar nicht zu	Trifft wenig zu	Trifft etwas zu	Trifft ziemlich zu	Trifft voll und ganz zu
Es ist schon mal vorgekommen, dass ich jemanden ausgenutzt habe.					
Auch wenn ich selbst gestresst bin, handle ich andere immer freundlich und zuvorkommend.					
Manchmal helfe ich jemandem nur, wenn ich eine Gegenleistung erwarten kann.					
Im Streit bleibe ich stets sachlich und objektiv.					
Ich habe schon mal Müll einfach in die Landschaft oder auf die Straße geworfen.					
Wenn ich mich mit jemandem unterhalte, höre ich ihm immer aufmerksam zu.					

PN: Inwiefern **stimmst** du den folgenden Aussagen zu?

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme sehr stark zu
Aufgrund meiner Werte / Prinzipien fühle ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden.							
Der Aspekt des Umweltschutzes bei der Wahl des Reisemittels ist fest in meinem Wertesystem verankert.							
Wenn ich mich für einen Reisemodus entscheiden muss, fühle ich mich aufgrund meiner Werte verpflichtet, die Umweltauswirkungen zu berücksichtigen.							

PN_Kleidung: Inwiefern **stimmst** du den folgenden Aussagen zu?

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Stimme sehr stark zu
Egal was andere Leute denken oder tun, meine Prinzipien sagen mir, dass es richtig ist, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.							
Es ist richtig, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.							

Ich fühle mich persönlich stark verpflichtet, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu senken.							
---	--	--	--	--	--	--	--

PBC: Denkst du, dass einzelne Personen durch ihr Kaufverhalten Einfluss auf die Produkte und ihre Herstellungsweise haben können? Bitte beurteile dies für die folgenden Aussagen: Konsument*innen können Einfluss nehmen darauf, ...

	Sehr starker Einfluss	Eher starker Einfluss	Eher kein starker Einfluss	Kein Einfluss
... wie Produkte aussehen.				
... unter welchen Arbeitsbedingungen die Produkte hergestellt werden.				
... welche Qualität die Produkte haben (z. B. Material und Verarbeitung).				
... wie benutzerfreundlich und bedienbar technische Artikel sind.				
... welche Umweltbelastungen bei der Herstellung der Produkte entstehen.				
... wie viel die Produkte kosten.				
... wie lang die Produkte halten, bevor sie kaputt gehen.				
... wie gut die Produkte recycelt werden können.				
... wo die Produkte hergestellt werden (Ort, Region, Land).				
... wie viel Energie die Produkte verbrauchen.				

nachh_Int_HAB: Markiere für jede der folgenden Aussagen die Antwort, die am besten **für dich** passt.

	Stimme nicht zu	Stimme eher nicht zu	Teils, teils	Stimme eher zu	Stimme zu	Weiß nicht
Ich recycle so viel ich kann.						
Ich trenne immer Lebensmittelabfälle, wenn ich die Chance dazu habe.						
Ich habe meinen persönlichen Lebensstil geändert, um Abfall zu reduzieren (z. B. weniger Lebensmittel wegwerfen oder keine Materialien verschwenden).						
Wenn ich einen Computer oder ein Handy benutze, um zu chatten, zu schreiben, Spiele zu spielen usw., behandle ich andere immer so respektvoll wie im wirklichen Leben.						
Ich unterstütze eine Hilfsorganisation oder eine Umweltgruppe.						
Ich zeige Männern und Frauen, Jungen und Mädchen den gleichen Respekt.						
Ich mache Dinge, die weniger privilegierten Menschen helfen.						
Ich kaufe oft gebrauchte Waren über das Internet oder in einem Geschäft.						
Ich vermeide es, Waren von Unternehmen zu kaufen, die einen schlechten Ruf haben, sich um ihre Mitarbeitenden und die Umwelt zu kümmern.						

NE_Theorie: Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf **Themen der nachhaltigen Entwicklung** begegnet? Es geht hier um theoretische Einheiten, keine Projekte oder Aktionen. Triffst für dich eine Antwort nicht zu, wähle bitte die Kategorie "nicht zutreffend". Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn du Schüler*in bist. Dann wählst du bei Ausbildung, Studium und Beruf "nicht zutreffend".

	Ja	Nein	Weiß nicht	Nicht zutreffend
Schule				
Ausbildung				
Studium				
Beruf				

Filterfrage, falls zuvor "Ja" angegeben wurde:

NE_Theorie_Text: Dir sind in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf bereits Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet. Kannst du dich noch erinnern, welche Themen das waren? **Nenne** bitte ein paar (maximal 3).

NE_Projekt: Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal **Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung**? Triffst für dich eine Antwort nicht zu, wähle bitte die Kategorie "nicht zutreffend". Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn du Schüler*in bist. Dann wählst du bei Ausbildung, Studium und Beruf "nicht zutreffend".

	Ja	Nein	Weiß nicht	Nicht zutreffend
Schule				
Ausbildung				
Studium				
Beruf				

Aktion: Welche der folgenden **Angebote und Aktionen** kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf) schon mal teilgenommen?

	Kenne ich nicht.	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Habe bereits teilgenommen.	Ich war an der Organisation beteiligt.
Lebensmittel retten				
Urban Gardening (Gärtnern in der Stadt)				
Natur- und Wildniscamp				
Repair-Café				
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Führungen/Exkursionen zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung				
Besuch von Umweltbildungseinrichtungen				
Upcycling				
Pflanzaktionen				

Führung auf einem Biobauernhof				
Aktionen zum Naturschutz				
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen				
Besuch von Eine-Welt-Läden				

Gruppen: Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehreren der folgenden **Gruppen**?

	Kenne ich nicht.	Kenne ich	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	Keine Angabe
ADFC					
Amnesty International					
Bund für Umwelt- und Naturschutz					
Deutscher Alpenverein					
Foodsharing					
Fridays for Future					
Students for Future					
Greenpeace					
Landesbund für Vogelschutz					
Pro Veg					
Slowfood					
Studentische Initiativen					
fairEInt					
IN-Zukunft					

Demo: Hast du schon mal an **Demonstrationen** zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Petitionen: Hast du schon mal an **Online-Petitionen/Aktionen** zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?

- Ja
- Nein
- Keine Angabe

Zukunftswerkstatt: Wie **wichtig** findest du folgende Aspekte?

	Nicht wichtig	Eher nicht wichtig	Eher wichtig	Wichtig
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.				
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.				
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.				
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.				
Einwegprodukte sollten vermieden werden.				
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.				
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.				
Überproduktion sollte verhindert werden.				
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.				

Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Second-Hand und Tauschbörsen).				
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).				
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.				
Neue Lebensformen (z B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.				
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.				
Flächen sollten multifunktional genutzt werden (z. B. durch die Kombination von Lebensmittelproduktion und Naherholung).				
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.				
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.				
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.				
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.				
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.				
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.				
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.				
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.				
E-Mobilität sollte gefördert werden.				
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.				
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.				
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.				
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.				

Zukunftswerkstatt_Ve: Wer trägt deiner Meinung nach in erster Linie die **Verantwortung** für die Umsetzung der Maßnahmen?

	Jede*r Einzelne	Die Politik	Die Wirtschaft	Andere
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.				
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.				
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.				
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.				
Einwegprodukte sollten vermieden werden.				
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.				
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.				
Überproduktion sollte verhindert werden.				
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.				
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Second-Hand und Tauschbörsen).				
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).				
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.				
Neue Lebensformen (z B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.				
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.				
Flächen sollten multifunktional genutzt werden (z. B. durch die Kombination von Lebensmittelproduktion und Naherholung).				

Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.				
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.				
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.				
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.				
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.				
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.				
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.				
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.				
E-Mobilität sollte gefördert werden.				
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.				
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.				
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.				
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.				

Herkunft:

In welchem Teil der Region um Ingolstadt **lebst/studierst/arbeitest** du (hauptsächlich)?

- Landkreis Eichstätt
- Stadt Ingolstadt
- Landkreis Neuburg-Schrobenhausen
- Landkreis Pfaffenhofen
- Ich lebe/arbeite/studiere nicht in der Region um Ingolstadt, sondern in... _____

Überspringen bis: Ende des Blocks Wenn Herkunft = Ich lebe/arbeite/studiere nicht in der Region um Ingolstadt, sondern in...

Konsumangebot: Wenn Du folgende **Dinge** benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) **angeboten** werden?

	gibt es hier	gibt es hier nicht	weiß nicht
gerettete Lebensmittel			
unverpackte Lebensmittel			
Bio-Lebensmittel			
Regionale Lebensmittel			
Saisonale Lebensmittel			
Fairer Kaffee, Tee, Schokolade etc.			
Nachhaltige Drogerieartikel			
Nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe			
Nachhaltige Geschenkideen			
Gebrauchtwaren			
Nachhaltige Haushaltsartikel			
Nachhaltige Möbel			
Nachhaltige Accessoires/Schmuck			
Car-Sharing			
Ruftaxi/-bus			
E-Ladestationen			
E-Bike-Verleih			
ÖPNV			

Gastronomie: Kennst Du nachhaltige **Restaurants** und **Cafés** in deiner Region?

- Ja
- Nein
- Weiß nicht

Medien: Wo **informierst** Du Dich über nachhaltigen Konsum und Themen zur nachhaltigen Entwicklung allgemein?

	Nie	Fast nie	Manchmal	Fast immer	Immer	Kenne ich nicht.
Vorträge und Infoveranstaltungen in der Region...						
Broschüren mit Informationen, Tipps und Ratschlägen...						
Ausstellungen in der Region...						
Klassische Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bücher und Zeitschriften)						
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps						
Freunde und Familie						

Geschlecht: Welchem **Geschlecht** fühlst Du Dich zugehörig?

- Weiblich
- Männlich
- Divers

Beruf Was machst Du zur Zeit hauptsächlich?

- Ich gehe zur Schule.
- Ich studiere.
- Ich bin in einer Ausbildung.
- Ich arbeite.
- Ich bin selbstständig tätig.
- Ich suche einen Arbeits- oder Ausbildungsplatz.
- Sonstiges, nämlich ... _____

Diese Frage anzeigen falls Beruf = Ich gehe zur Schule.

Schulform: Auf welche Schule gehst du?

- Förderschule
- Mittelschule
- Realschule
- Gymnasium
- Wirtschaftsschule
- Berufsschule
- Berufsfachschule
- Fachakademie
- Fachschule
- FOS
- BOS

Alter Bitte gib' dein **Alter** (in Jahren) an. ____

Optional: Teilnahme an Gewinnspiel, Feedback und weitere Befragungen.

E-Mail-Abfrage

Kontakt Dürfen wird deine E-Mailadresse zu folgenden Zwecken getrennt von deinen Antworten speichern?

	Ja	Nein
Teilnahme am Gewinnspiel		
Information über die Ergebnisse		
Erneute Teilnahme an der gleichen Erhebung in ca. 10 Jahren		

Diese Frage anzeigen, wenn Kontakt = Teilnahme am Gewinnspiel [Ja]

Datenschutz: Datenschutzhinweis für das Gewinnspiel im Rahmen der Online-Befragung „Einstellungen und Konsum in der Region“ der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (KU)

Die von Ihnen für die Verlosung angegebenen personenbezogenen Daten (E-Mail-Adresse) verarbeiten wir für die Zwecke der Verlosung im Rahmen Ihrer Teilnahme an der Umfrage. Diese Daten werden getrennt von den Befragungsdaten erhoben, eine Verknüpfung mit den Befragungsdaten ist nicht möglich.

Die Daten werden solange gespeichert, wie dies zur Abwicklung der Verlosung erforderlich ist oder gesetzliche Aufbewahrungsfristen dies erfordern.

Rechtsgrundlage für die Verarbeitung ist § 6 Abs. 1 lit. c Gesetz über den Kirchlichen Datenschutz (KDG)

Sie können von der KU Auskunft gem. § 17 KDG darüber verlangen, welche personenbezogenen Daten, die Sie betreffen, von der KU verarbeitet werden und Berichtigung/Vervollständigung gem. § 18 KDG verlangen, falls die Daten unrichtig oder unvollständig sind.

Auch können Sie die Löschung gem. § 19 KDG oder die Einschränkung der Verarbeitung gem. § 20 KDG der Sie betreffenden personenbezogenen Daten verlangen oder Widerspruch gem. § 23 KDG gegen bestimmte Datenverarbeitungen einlegen.

Zudem steht Ihnen das Recht auf Datenübertragbarkeit gem. § 22 KDG zu.

Sollten Sie von den genannten Rechten Gebrauch machen, prüft der Verantwortliche, ob die gesetzlichen Voraussetzungen hierfür vorliegen.

Weiterhin besteht ein Beschwerderecht bei der Datenschutzaufsicht (Gemeinsame Datenschutzaufsicht der bayerischen (Erz-)Diözesen, Kapellenstr. 4, 80333 München).

Eine Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zum Zweck einer automatisierten Entscheidungsfindung (einschließlich Profiling) findet nicht statt.

Verantwortliche für die Datenverarbeitung:

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

vertreten durch die Präsidentin

Ausführende Stelle:

Projekt Mensch in Bewegung

Ann-Kathrin Bremer

Am Anger 18

85072 Eichstätt

E-Mail: ann-kathrin.bremer@ku.de

Datenschutzbeauftragter der KU:

SK-Consulting Group GmbH

Herr Georg Möller

Osterweg 2
32549 Bad Oeynhausen
E-Mail: datenschutz@SK-consulting.co

Diese Frage anzeigen, wenn Kontakt = Teilnahme am Gewinnspiel [Ja]

Teilnahmebedingungen: Teilnahmebedingungen Gewinnspiel im Rahmen der Online-Befragung „Einstellungen und Konsum in der Region“

Die Teilnahme am Gewinnspiel der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (Veranstalter) im Projekt Mensch in Bewegung ist kostenlos und richtet sich ausschließlich nach diesen Teilnahmebedingungen.

Ablauf des Gewinnspiels

Die Dauer des Gewinnspiels erstreckt sich vom 11. Juni 2021 bis zum 11. September 2021. Innerhalb dieses Zeitraums besteht die Möglichkeit, am Gewinnspiel teilzunehmen.

Teilnahme

Um am Gewinnspiel am Ende der Umfrage teilzunehmen, ist die Angabe einer E-Mailadresse notwendig. Die Teilnahme ist nur innerhalb des Teilnahmezeitraums möglich. Nach Teilnahmeschluss eingehende Einsendungen werden bei der Auslosung nicht berücksichtigt.

Pro Teilnehmer*in nimmt nur eine übermittelte Anmeldung am Gewinnspiel teil.

Teilnahmeberechtigte

Teilnahmeberechtigt sind Personen ab 14 Jahren, die die oben genannte Online-Umfrage ausgefüllt haben. Personen unter 18 Jahren ist die Teilnahme nur mit Einverständnis ihres gesetzlichen Vertreters/ihrer gesetzlichen Vertreterin gestattet.

Gewinn, Benachrichtigung und Übermittlung des Gewinns

Folgende Preise werden vergeben:

- Gutschein Einfach So! Eichstätt (4 Stück im Wert von jeweils 10 €)
- Gutschein nurINpur Ingolstadt (4 Stück im Wert von jeweils 10 €)
- Gutschein von Dahoam Pfaffenhofen (4 Stück im Wert von jeweils 10 €)
- Gutschein AuffüllBar Neuburg (4 Stück im Wert von jeweils 10 €)

Die Ermittlung der Gewinner*innen erfolgt nach Teilnahmeschluss im Rahmen einer auf dem Zufallsprinzip beruhenden Verlosung unter allen Teilnehmenden.

Die Gewinner der Verlosung werden zeitnah über eine gesonderte Email über den Gewinn informiert. Die Gutscheine werden in Form einer dieser E-Mail angehängten PDF-Datei übermittelt.

Ein Umtausch, eine Selbstabholung sowie eine Barauszahlung des Gewinns sind nicht möglich,

Beendigung des Gewinnspiels

Der Veranstalter behält sich ausdrücklich vor, das Gewinnspiel ohne vorherige Ankündigung und ohne Mitteilung von Gründen zu beenden. Dies gilt insbesondere für jegliche Gründe, die einen planmäßigen Ablauf des Gewinnspiels stören oder verhindern würden.

Diese Frage anzeigen, wenn Kontakt [Ja]

E-Mail Bitte gib' deine E-Mail-Adresse an. _____

Diese Frage anzeigen, wenn Kontakt = Teilnahme am Gewinnspiel [Ja]

Unverpackt: Du hast die Möglichkeit, einen Gutschein für einen der folgenden Unverpackt-Läden zu bekommen.
Wo würdest du gerne einkaufen?

- AuffüllBar in Neuburg
- Einfach so in Eichstätt
- nurlNpur in Ingolstadt
- von DAHOAM in Pfaffenhofen



Feedback: Wenn du möchtest, kannst du mir hier ein Feedback zum Fragebogen hinterlassen.

Anhang C: Tabellen zu den Item- und Skalenanalysen

Anhang C 1: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit in der Zielstichprobe [SWLS]	xxiii
Anhang C 2: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen in der Zielstichprobe [AC]	xxiii
Anhang C 3: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe [AR]	xxiv
Anhang C 4: Deskriptive Befunde zu den Nachhaltigkeitseinstellungen in der Zielstichprobe [ATT]	xxiv
Anhang C 5: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen in der Zielstichprobe [INT]	xxv
Anhang C 6: Deskriptive Befunde zu den persönlichen Normen in der Zielstichprobe [PN]	xxv
Anhang C 7: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe [PN_Kleidung]	xxv
Anhang C 8: Deskriptive Befunde zur Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe [PBC]	xxvi
Anhang C 9: Teilnahme der Zielstichprobe an Demonstrationen und Petitionen	xxvi
Anhang C 10: Kenntnis der Zielstichprobe über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt	xxvi
Anhang C 11: Mediennutzung in der Zielstichprobe	xxvii
Anhang C 12: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene – Schule	xxvii
Anhang C 13: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Ausbildung	xxvii
Anhang C 14: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Studium	xxvii
Anhang C 15: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Beruf	xxviii
Anhang C 16: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Schule	xxviii
Anhang C 17: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene - Ausbildung	xxviii
Anhang C 18: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Studium	xxviii
Anhang C 19: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Beruf	xxix

Anhang C 20: Deskriptive Befunde Kenntnis über nachhaltige Angebote und Aktionen	xxix
Anhang C 21: Deskriptive Befunde Kenntnis nachhaltigkeitsbezogener Gruppen	xxxiii
Anhang C 22: Deskriptive Befunde Relevanz der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	xxxvi
Anhang C 23: Deskriptive Befunde Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	xl
Anhang C 24: Deskriptive Befunde nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt	xliv

Anhang C 1: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit in der Zielstichprobe [SWLS] (Werte: 1 = trifft überhaupt nicht zu, 2 = trifft nicht zu, 3 = trifft eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = trifft eher zu, 6 = trifft zu, 7 = trifft vollständig zu, n=195, $\alpha=.78$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
Lebenszufriedenheit 1	In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen.	195	4.77	1.18	.67	1	7
Lebenszufriedenheit 2	Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.	195	5.93	1.02	.44	1	7
Lebenszufriedenheit 3	Ich bin mit meinem Leben zufrieden.	195	5.19	1.28	.68	1	7
Lebenszufriedenheit 4	Bisher habe ich die wesentlichen Dinge erreicht, die ich mir für mein Leben wünsche.	195	4.84	1.57	.54	1	7
Lebenszufriedenheit 5	Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich kaum etwas ändern.	195	4.30	1.64	.52	1	7
Mittelwert Skala		195	5.01	.99		1.40	7.00
Mittelwert Summenwert Skala		195	25.04	4.96		7.00	35.00

Anhang C 2: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen in der Zielstichprobe [AC] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=194, $\alpha=.69$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_Wiss 1	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, den Wasserverbrauch zu reduzieren.	192	4.33	.97	.29	1	5
nachh_Wiss 2	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es wichtig, die biologische Vielfalt zu erhalten.	189	4.77	.63	.24	1	5
nachh_Wiss 3	Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.	191	4.09	1.03	.22	1	5
nachh_Wiss 4	Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine Kultur notwendig, in der Konflikte durch Diskussion friedlich gelöst werden.	193	4.69	.69	.46	1	5
nachh_Wiss 5	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, die Menschenrechte zu achten.	191	4.79	.67	.54	1	5
nachh_Wiss 6	Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben.	192	4.82	.55	.42	1	5
nachh_Wiss 7	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert, dass Unternehmen verantwortungsbewusst gegenüber ihren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen handeln.	195	4.78	.56	.45	1	5
nachh_Wiss 8	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert einen gerechten Zugang zu Waren und Dienstleistungen für alle Menschen auf der Welt.	195	4.61	.68	.29	2	5

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r _{it}	Min	Max
nachh_Wiss_9	Für eine nachhaltige Entwicklung muss die Armut in der Welt beseitigt werden.	188	4.53	.77	.24	1	5
Mittelwert Skala		194	4.60	.41		3.11	5.00

Anhang C 3: Deskriptive Befunde zum Nachhaltigkeitswissen bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe [AR] (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=195, $\alpha=.86$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r _{it}	Min	Max
nachh_Wiss_Kleidung 1	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zu dem Schaden bei, der der Umwelt zugefügt wird.	195	4.36	1.23	.75	1	7
nachh_Wiss_Kleidung 2	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Menge an Energie und Wasser bei, die bei der Herstellung von Kleidung verwendet werden.	195	4.71	1.19	.76	1	7
nachh_Wiss_Kleidung 3	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Verwendung gefährlicher Chemikalien in der Bekleidungsproduktion bei.	195	4.27	1.46	.70	1	7
Mittelwert Skala		195	4.45	1.15		1	7

Anhang C 4: Deskriptive Befunde zu den Nachhaltigkeitseinstellungen in der Zielstichprobe [ATT] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=195, $\alpha=.73$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r _{it}	Min	Max
nachh_Einst 1	Ich denke, dass die Verwendung von mehr natürlichen Ressourcen als nötig die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen in Zukunft gefährdet.	179	4.27	1.13	.32	1	5
nachh_Einst 2	Ich denke, dass wir strengere Gesetze und Vorschriften brauchen, um die Umwelt zu schützen.	190	4.28	1.04	.47	1	5
nachh_Einst 3	Ich denke, dass es wichtig ist, Maßnahmen gegen Probleme zu ergreifen, die mit dem Klimawandel zu tun haben.	193	4.58	.74	.48	1	5
nachh_Einst 4	Ich denke, dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben.	194	4.77	.52	.44	2	5
nachh_Einst 5	Ich denke, dass wir sicherstellen sollten, dass die Menschen in Zukunft die gleiche Lebensqualität genießen wie wir heute in Europa.	190	4.54	.77	.52	1	5
nachh_Einst 6	Ich denke, dass Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen	193	4.90	.43	.16	1	5
nachh_Einst 7	Ich denke, dass Unternehmen die Verantwortung haben, den Einsatz von Verpackungen und Einwegartikeln zu reduzieren.	190	4.68	.75	.41	1	5
nachh_Einst 8	Ich denke, dass es wichtig ist, die Armut auf der gesamten Welt zu verringern.	192	4.69	.68	.32	1	5
nachh_Einst 9	Ich denke, dass Unternehmen reicher Länder mit Sitz in ärmeren Ländern ihren Mitarbeiter*innen die gleichen Bedingungen bieten sollten wie in ihren Heimatländern.	193	4.41	1.00	.47	1	5
Mittelwert Skala		195	4.57	.47		2.63	5

Anhang C 5: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten Verhaltensintentionen in der Zielstichprobe [INT] (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=195, $\alpha=.69$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
nachh_INT 1	Ich recycle so viel ich kann.	195	3.78	1.11	.47	1	5
nachh_INT 2	Ich trenne immer Lebensmittelabfälle, wenn ich die Chance dazu habe.	193	4.51	.92	.32	1	5
nachh_INT 3	Ich habe meinen persönlichen Lebensstil geändert, um Abfall zu reduzieren (z. B. weniger Lebensmittel wegwerfen oder keine Materialien verschwenden).	194	3.70	1.22	.57	1	5
nachh_INT 4	Wenn ich einen Computer oder ein Handy benutze, um zu chatten, zu schreiben, Spiele zu spielen usw., behandle ich andere immer so respektvoll wie im wirklichen Leben.	193	4.61	.75	.26	1	5
nachh_INT 5	Ich unterstütze eine Hilfsorganisation oder eine Umweltgruppe.	191	2.23	1.48	.38	1	5
nachh_INT 6	Ich zeige Männern und Frauen, Jungen und Mädchen den gleichen Respekt.	194	4.86	.47	.17	2	5
nachh_INT 7	Ich mache Dinge, die weniger privilegierten Menschen helfen.	174	2.91	1.34	.38	1	5
nachh_INT 8	Ich kaufe oft gebrauchte Waren über das Internet oder in einem Geschäft.	194	2.91	1.45	.47	1	5
Nachh_INT 9	Ich vermeide es, Waren von Unternehmen zu kaufen, die einen schlechten Ruf haben, sich um ihre Mitarbeitenden und die Umwelt zu kümmern.	183	3.56	1.23	.32	1	5
Mittelwert Skala		195	3.68	.60		1.89	5

Anhang C 6: Deskriptive Befunde zu den persönlichen Normen in der Zielstichprobe [PN] (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=194, $\alpha=.85$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
PN 1	Aufgrund meiner Werte/Prinzipien fühle ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden.	194	4.71	1.52	.65	1	7
PN 2	Der Aspekt des Umweltschutzes bei der Wahl des Reisemittels ist fest in meinem Wertesystem verankert.	194	4.02	1.62	.75	1	7
PN 3	Wenn ich mich für einen Reisemodus entscheiden muss, fühle ich mich aufgrund meiner Werte verpflichtet, die Umweltauswirkungen zu berücksichtigen.	194	4.08	1.69	.74	1	7
Mittelwert		194	4.27	1.41		1	7

Anhang C 7: Deskriptive Befunde zu den nachhaltigkeitsrelevanten persönlichen Normen bezogen auf den Konsum von Kleidung in der Zielstichprobe [PN_Kleidung] (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 2 = stimme nicht zu, 3 = stimme eher nicht zu, 4 = teils, teils, 5 = stimme eher zu, 6 = stimme zu, 7 = stimme sehr stark zu, n=194, $\alpha=.89$)

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
PN_Kleidung 1	Egal was andere Leute denken oder tun, meine Prinzipien sagen mir, dass es richtig ist, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	194	4.60	1.60	.79	1	7
PN_Kleidung 2	Es ist richtig, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	194	5.01	1.60	.83	1	7

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r _{it}	Min	Max
PN_Kleidung 3	Ich fühle mich persönlich stark verpflichtet, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu senken.	194	3.99	1.75	.73	1	7
Mittelwert Skala		194	4.54	1.49		1	7

Anhang C 8: Deskriptive Befunde zur Selbstwirksamkeitserwartung in der Zielstichprobe [PBC] (Werte: 1 = kein Einfluss, 2 = eher kein starker Einfluss, 3 = eher starker Einfluss, 4 = sehr starker Einfluss, n=194, $\alpha=.80$) „Denkst du, dass einzelne Personen durch ihr Kaufverhalten Einfluss auf die Produkte und ihre Herstellungsweise haben können? Bitte beurteile dies für die folgenden Aussagen. Konsument*innen können Einfluss nehmen darauf, ...“

Item	Itemwortlaut	n	M	SD	r _{it}	Min	Max
PBC 1	... wie Produkte aussehen.	194	2.89	.90	.33	1	4
PBC 2	... unter welchen Arbeitsbedingungen die Produkte hergestellt werden.	194	2.51	.92	.51	1	4
PBC 3	... welche Qualität die Produkte haben (z. B. Material und Verarbeitung).	194	2.68	.88	.62	1	4
PBC 4	... wie benutzerfreundlich und bedienbar technische Artikel sind.	194	2.87	.92	.33	1	4
PBC 5	... welche Umweltbelastungen bei der Herstellung der Produkte entstehen.	194	2.27	.90	.58	1	4
PBC 6	... wie viel die Produkte kosten.	194	2.80	.99	.35	1	4
PBC 7	... wie lang die Produkte halten, bevor sie kaputt gehen.	194	2.04	.97	.41	1	4
PBC 8	... wie gut die Produkte recycelt werden können.	194	2.07	.86	.54	1	4
PBC 9	... wo die Produkte hergestellt werden (Ort, Region, Land).	194	2.12	.93	.55	1	4
PBC 10	... wie viel Energie die Produkte verbrauchen.	194	1.95	.82	.57	1	4
Mittelwert		194	2.58	.54		1.10	4

Anhang C 9: Teilnahme der Zielstichprobe an Demonstrationen und Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung (n=193 bzw. n=189) „Hast du schon mal an Demonstrationen/online Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?“

		Demonstrationen		Petitionen online	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	49	25.4	101	53.4
	Nein	144	74.6	88	46.6
	Gesamt	193	100.0	189	100.0
Fehlend	Keine Angabe	2		6	
Gesamt		195		195	

Anhang C 10: Kenntnis der Zielstichprobe über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt (n=195) Kennst du nachhaltige Restaurants und Cafés in deiner Region?“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	64	32.8
	Nein	88	45.1
	Weiß nicht	43	22.1
	Gesamt	195	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	0	
Gesamt		195	

Anhang C 11: Mediennutzung in der Zielstichprobe (Werte: 1 = nie, 2 = fast nie, 3 = manchmal, 4 = fast immer, 5 = immer, n=194, $\alpha=.76$) „Wo informierst du dich über nachhaltigen Konsum und Themen zur nachhaltigen Entwicklung allgemein?“

	n	M	SD	r_{it}	Min	Max
Vorträge und Infoveranstaltungen in der Region	179	1.71	.87	.51	1	5
Broschüren mit Informationen, Tipps und Ratschlägen	184	2.24	1.04	.52	1	5
Ausstellungen in der Region	184	1.76	.84	.51	1	5
Klassische Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bücher und Zeitschriften)	194	3.25	1.13	.50	1	5
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps	194	3.94	1.10	.46	1	5
Freunde und Familie	193	3.41	1.08	.49	1	5
Mittelwert Skala	194	2.75	.70		1.00	4.67

Anhang C 12: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene – Schule (N=454 und n=195) „Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	144	68.6	111	71.2
	Nein	66	31.4	45	28.8
	Gesamt	210	100.0	156	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	183		2	
	Weiß nicht	32		21	
	Nicht zutreffend	29		16	
	Gesamt	244		39	
Gesamt		454		195	

Anhang C 13: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Ausbildung (N=454 und n=195) „Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	37	50.7	26	61.9
	Nein	36	49.3	16	38.1
	Gesamt	73	100.0	42	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	190		8	
	Weiß nicht	17		9	
	Nicht zutreffend	174		136	
	Gesamt	381		153	
Gesamt		454		195	

Anhang C 14: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Studium (N=454 und n=195) „Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	83	68.0	50	67.6
	Nein	39	32.0	24	32.4
	Gesamt	122	100.0	74	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		6	
	Weiß nicht	12		7	
	Nicht zutreffend	132		108	
	Gesamt	332		121	
Gesamt		454		195	

Anhang C 15: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf theoretischer Ebene - Beruf (N=454 und n=195)
 „Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	66	60.0	38	64.4
	Nein	44	40.0	21	35.6
	Gesamt	110	100.0	59	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	190		9	
	Weiß nicht	11		4	
	Nicht zutreffend	143		123	
	Gesamt	344		136	
Gesamt		454		195	

Anhang C 16: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Schule (N=454 und n=195)
 „Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	122	60.7	104	69.3
	Nein	79	39.3	46	30.7
	Gesamt	201	100.0	150	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	184		2	
	Weiß nicht	41		26	
	Nicht zutreffend	28		17	
	Gesamt	253		45	
Gesamt		454		195	

Anhang C 17: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene - Ausbildung (N=454 und n=195)
 „Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	16	21.3	12	28.6
	Nein	59	78.7	30	71.4
	Gesamt	75	100.0	42	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	190		8	
	Weiß nicht	15		6	
	Nicht zutreffend	174		139	
	Gesamt	379		153	
Gesamt		454		195	

Anhang C 18: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Studium (N=454 und n=195)
 „Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	55	49.1	37	54.4
	Nein	57	50.9	31	45.6
	Gesamt	112	100.0	68	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		6	
	Weiß nicht	23		13	
	Nicht zutreffend	131		108	

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
	Gesamt	342		127	
Gesamt		454		195	

Anhang C 19: Deskriptive Befunde nachhaltige Entwicklung auf praktischer Ebene – Beruf (N=454 und n=195)
 „Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?“

		Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	26	27.4	14	27.5
	Nein	69	72.6	37	72.5
	Gesamt	95	100.0	51	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	189		7	
	Weiß nicht	21		10	
	Nicht zutreffend	149		127	
	Gesamt	359		144	
Gesamt		454		195	

Anhang C 20: Deskriptive Befunde Kenntnis über nachhaltige Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt (N=454 und n=195) „Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf) schon mal teilgenommen?“

			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
Item			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Lebensmittel retten	Gültig	Kenne ich nicht.	79	29.8	61	31.6
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	134	50.6	97	50.3
		Habe bereits teilgenommen.	47	17.7	31	16.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.	5	1.9	4	2.1
		Gesamt	265	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	189		2	
	Gesamt		454		195	
Urban Gardening	Gültig	Kenne ich nicht.	109	41.0	84	43.5
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	149	56.0	105	54.4
		Habe bereits teilgenommen.	7	2.6	4	2.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.	1	0.4		
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Natur- und Wildniscamps	Gültig	Kenne ich nicht.	140	52.6	104	53.9
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	91	34.2	63	32.6
		Habe bereits teilgenommen.	31	11.7	25	13.0
		Ich war an der Organisation beteiligt.	4	1.5	1	0.5
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	

			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
Item			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
	Gesamt		454		195	
Repair-Cafés	Gültig	Kenne ich nicht.	137	51.3	107	55.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	119	44.6	81	41.8
		Habe bereits teilgenommen.	8	3.0	5	2.6
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	3	1.1	1	0.5
		Gesamt	267	100.0	194	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	187		1	
	Gesamt		454		195	
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	98	37.0	73	37.8
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	121	45.7	87	45.1
		Habe bereits teilgenommen.	42	15.8	30	15.5
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	4	1.5	3	1.6
		Gesamt	265	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	189		2	
	Gesamt		454		195	
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Ent- wicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	79	29.8	54	28.0
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	108	40.8	81	42.0
		Habe bereits teilgenommen.	73	27.5	54	28.0
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	5	1.9	4	2.1
		Gesamt	265	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	189		2	
	Gesamt		454		195	
Lehrpfade zum Thema nach- haltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	139	52.3	102	52.8
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	92	34.6	68	35.2
		Habe bereits teilgenommen.	31	11.7	21	10.9
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	4	1.5	2	1.0
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Führungen/Exkursionen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	124	46.8	91	47.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	104	39.2	74	38.3
		Habe bereits teilgenommen.	35	13.2	26	13.5
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	2	0.8	2	1.0
		Gesamt	265	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	189		2	

			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
Item			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
	Gesamt		454		195	
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Ent- wicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	94	35.3	69	35.8
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	79	29.7	55	28.5
		Habe bereits teilgenommen.	90	33.8	67	34.7
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	3	1.1	2	1.0
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Workshops zum thema nachhaltige entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	100	37.6	79	40.9
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	112	42.1	74	38.3
		Habe bereits teilgenommen.	49	18.4	36	18.7
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	5	1.9	4	2.1
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Besuch von Umweltbil- dungseinrichtungen	Gültig	Kenne ich nicht.	124	46.6	93	48.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	91	34.2	68	35.2
		Habe bereits teilgenommen.	48	18.0	31	16.1
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	3	1.1	1	0.5
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Upcycling	Gültig	Kenne ich nicht.	82	30.8	60	30.9
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	97	36.5	72	37.1
		Habe bereits teilgenommen.	83	31.2	59	30.4
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	4	1.5	3	1.5
		Gesamt	266	100.0	194	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
	Gesamt		454		195	
Pflanzaktionen	Gültig	Kenne ich nicht.	48	18.0	37	19.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	149	56.0	108	56.0
		Habe bereits teilgenommen.	65	24.4	45	23.3
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	4	1.5	3	1.6
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
Führungen auf einem Bio- bauernhof	Gültig	Kenne ich nicht.	51	19.2	38	19.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	116	43.8	86	44.6
		Habe bereits teilgenommen.	93	35.1	65	33.7
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	5	1.9	4	2.1
		Gesamt	265	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	189		2	
	Gesamt		454		195	
Aktionen zum Naturschutz	Gültig	Kenne ich nicht.	37	14.0	31	16.1
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	139	52.5	97	50.5
		Habe bereits teilgenommen.	81	30.6	58	30.2
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	8	3.0	6	3.1
		Gesamt	265	100.0	192	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	189		3	
	Gesamt		454		195	
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	Gültig	Kenne ich nicht.	54	20.3	41	21.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	104	39.1	81	42.0
		Habe bereits teilgenommen.	106	39.8	69	35.8
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	2	0.8	2	1.0
		Gesamt	266	100.0	193	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		2	
	Gesamt		454		195	
Besuch von Eine-Welt-Lä- den	Gültig	Kenne ich nicht.	64	24.2	53	27.6
		Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	51	19.3	34	17.7
		Habe bereits teilgenommen.	143	54.2	100	52.1
		Ich war an der Organisation betei- ligt.	6	2.3	5	2.6
		Gesamt	264	100.0	192	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	190		3	
	Gesamt		454		195	

Anhang C 21: Deskriptive Befunde Kenntnis nachhaltigkeitsbezogener Gruppen in der Region Ingolstadt (N=454 bzw. n=195) „Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehreren der folgenden Gruppen?“

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
ADFC	Gültig	Kenne ich nicht.	223	85.8	170	89.5
		Kenne ich.	29	11.2	15	7.9
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	7	2.7	4	2.1
		Ich bin Mitglied.	1	0.4	1	0.5
		Gesamt	260	100.0	190	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	6		4	
		Gesamt	194		5	
	Gesamt		454		195	
Amnesty International	Gültig	Kenne ich nicht.	91	35.1	78	41.1
		Kenne ich.	133	51.4	88	46.3
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	32	12.4	22	11.6
		Ich bin Mitglied.	3	1.2	2	1.1
		Gesamt	259	100.0	190	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	7		4	
		Gesamt	195		5	
	Gesamt		454		195	
Bund für Umwelt- und Naturschutz	Gültig	Kenne ich nicht.	49	18.8	39	20.4
		Kenne ich.	161	61.7	115	60.2
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	44	16.9	33	17.3
		Ich bin Mitglied.	7	2.7	4	2.1
		Gesamt	261	100.0	191	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	5		3	
		Gesamt	193		4	
	Gesamt		454		195	
Deutscher Alpenverein	Gültig	Kenne ich nicht.	69	26.4	58	30.2
		Kenne ich.	135	51.7	97	50.5
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	33	12.6	21	10.9
		Ich bin Mitglied.	24	9.2	16	8.3
		Gesamt	261	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	5		2	
		Gesamt	193		3	
	Gesamt		454		195	
Foodsharing	Gültig	Kenne ich nicht.	108	41.4	86	45.0
		Kenne ich.	88	33.7	58	30.4
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	55	21.1	40	20.9
		Ich bin Mitglied.	10	3.8	7	3.7

			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
Item			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
	Fehl- end	Gesamt	261	100.0	191	100.0
		Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	5		3	
		Gesamt	193		4	
	Ge- samt		454		195	
Fridays for Future	Gül- tig	Kenne ich nicht.	4	1.6	4	2.2
		Kenne ich.	186	72.9	126	67.7
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	57	22.4	48	25.8
		Ich bin Mitglied.	8	3.1	8	4.3
		Gesamt	255	100.0	186	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	11		8	
		Gesamt	199		9	
	Ge- samt		454		195	
Students for Future	Gül- tig	Kenne ich nicht.	138	54.5	102	54.8
		Kenne ich.	81	32.0	57	30.6
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	31	12.3	24	12.9
		Ich bin Mitglied.	3	1.2	3	1.6
		Gesamt	253	100.0	186	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	13		8	
		Gesamt	201		9	
	Ge- samt		454		195	
Greenpeace	Gül- tig	Kenne ich nicht.	15	5.8	13	6.8
		Kenne ich.	193	74.8	140	73.7
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	44	17.1	32	16.8
		Ich bin Mitglied.	6	2.3	5	2.6
		Gesamt	258	100.0	190	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	8		4	
		Gesamt	196		5	
	Ge- samt		454		195	
Landesbund für Vogelschutz	Gül- tig	Kenne ich nicht.	85	32.8	68	36.0
		Kenne ich.	142	54.8	102	54.0
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	23	8.9	15	7.9
		Ich bin Mitglied.	9	3.5	4	2.1
		Gesamt	259	100.0	189	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	7		5	
		Gesamt	195		6	
	Ge- samt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
Pro Veg	Gül- tig	Kenne ich nicht.	194	75.2	147	77.8
		Kenne ich.	41	15.9	27	14.3
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	21	8.1	13	6.9
		Ich bin Mitglied.	2	0.8	2	1.1
		Gesamt	258	100.0	189	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	189		2	
		Keine Angabe	7		4	
		Gesamt	196		6	
	Ge- samt		454		195	
Slowfood	Gül- tig	Kenne ich nicht.	191	72.9	147	76.6
		Kenne ich.	52	19.8	33	17.2
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	18	6.9	12	6.3
		Ich bin Mitglied.	1	0.4		
		Gesamt	262	100.0	192	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	187		1	
		Keine Angabe	5		2	
		Gesamt	192		3	
	Ge- samt		454		195	
Studentische Initiativen	Gül- tig	Kenne ich nicht.	170	65.6	135	70.7
		Kenne ich.	69	26.6	40	20.9
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	12	4.6	10	5.2
		Ich bin Mitglied.	8	3.1	6	3.1
		Gesamt	259	100.0	191	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	7		3	
		Gesamt	195		4	
	Ge- samt		454		195	
fairEnt	Gül- tig	Kenne ich nicht.	236	90.4	177	92.2
		Kenne ich.	23	8.8	15	7.8
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	2	0.8		
		Ich bin Mitglied.				
		Gesamt	261	100.0	192	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	5		2	
		Gesamt	193		3	
	Ge- samt		454		195	
IN-Zukunft	Gül- tig	Kenne ich nicht.	226	87.3	169	88.5
		Kenne ich.	30	11.6	21	11.0
		Ich könnte mir vorstellen, mitzu- machen.	2	0.8		
		Ich bin Mitglied.	1	0.4	1	0.5
		Gesamt	259	100.0	191	100.0

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	188		1	
		Keine Angabe	7		3	
		Gesamt	195		4	
	Gesamt		454		195	

Anhang C 22: Deskriptive Befunde Relevanz der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops (N=454 und n=195) „Wie wichtig findest du folgende Aspekte?“

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Gültig	Nicht wichtig	11	4.2	8	4.1
		Eher nicht wichtig	10	3.8	6	3.1
		Eher wichtig	60	23.0	41	21.1
		Wichtig	180	69.0	139	71.6
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Gültig	Nicht wichtig	11	4.2	9	4.6
		Eher nicht wichtig	29	11.1	18	9.3
		Eher wichtig	87	33.3	65	33.5
		Wichtig	134	51.3	102	52.6
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.	Gültig	Nicht wichtig	21	8.0	17	8.8
		Eher nicht wichtig	38	14.6	29	14.9
		Eher wichtig	132	50.6	98	50.5
		Wichtig	70	26.8	50	25.8
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Gültig	Nicht wichtig	14	5.4	12	6.2
		Eher nicht wichtig	37	14.2	28	14.5
		Eher wichtig	79	30.4	56	29.0
		Wichtig	130	50.0	97	50.3
		Gesamt	260	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	194		2	
	Gesamt		454		195	
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	Gültig	Nicht wichtig	4	1.5	3	1.6
		Eher nicht wichtig	17	6.5	14	7.3
		Eher wichtig	64	24.5	48	24.9
		Wichtig	176	67.4	128	66.3
		Gesamt	261	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		2	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Pro- zent
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Gültig	Nicht wichtig	26	10.0	20	10.4
		Eher nicht wichtig	36	13.8	30	15.5
		Eher wichtig	66	25.4	45	23.3
		Wichtig	132	50.8	98	50.8
		Gesamt	260	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	194		2	
	Gesamt		454		195	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Gültig	Nicht wichtig	3	1.2	2	1.0
		Eher nicht wichtig	5	1.9	4	2.1
		Eher wichtig	40	15.4	25	13.0
		Wichtig	211	81.5	161	83.9
		Gesamt	259	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	195		3	
	Gesamt		454		195	
Überproduktion sollte verhindert werden.	Gültig	Nicht wichtig	2	0.8	2	1.0
		Eher nicht wichtig	18	6.9	12	6.2
		Eher wichtig	59	22.6	37	19.1
		Wichtig	182	69.7	143	73.7
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Gültig	Nicht wichtig	8	3.1	6	3.1
		Eher nicht wichtig	22	8.4	17	8.8
		Eher wichtig	114	43.7	82	42.3
		Wichtig	117	44.8	89	45.9
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Es sollte bewusster eingekauft werden.	Gültig	Nicht wichtig	8	3.1	6	3.1
		Eher nicht wichtig	22	8.4	17	8.8
		Eher wichtig	89	34.1	66	34.0
		Wichtig	142	54.4	105	54.1
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Gültig	Nicht wichtig	9	3.4	7	3.6
		Eher nicht wichtig	36	13.8	29	14.9
		Eher wichtig	89	34.1	58	29.9
		Wichtig	127	48.7	100	51.5
		Gesamt	261	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	193		1	
	Gesamt		454		195	
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	Gültig	Nicht wichtig	6	2.3	3	1.6
		Eher nicht wichtig	37	14.4	27	14.1
		Eher wichtig	102	39.7	76	39.8
		Wichtig	112	43.6	85	44.5
		Gesamt	257	100.0	191	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	197		4	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Neue Lebensformen sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Gültig	Nicht wichtig	16	6.2	12	6.2
		Eher nicht wichtig	54	20.9	33	17.1
		Eher wichtig	100	38.8	79	40.9
		Wichtig	88	34.1	69	35.8
		Gesamt	258	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	196		2	
	Gesamt		454		195	
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Gültig	Nicht wichtig	4	1.5	2	1.0
		Eher nicht wichtig	7	2.7	5	2.6
		Eher wichtig	44	16.9	33	17.1
		Wichtig	205	78.8	153	79.3
		Gesamt	260	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	194		2	
	Gesamt		454		195	
Flächen sollten multifunktional genutzt werden.	Gültig	Nicht wichtig	9	3.5	7	3.7
		Eher nicht wichtig	36	14.0	23	12.0
		Eher wichtig	92	35.8	65	34.0
		Wichtig	120	46.7	96	50.3
		Gesamt	257	100.0	191	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	197		4	
	Gesamt		454		195	
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Gültig	Nicht wichtig	6	2.3	6	3.2
		Eher nicht wichtig	23	9.0	19	10.0
		Eher wichtig	94	36.7	65	34.2
		Wichtig	133	52.0	100	52.6
		Gesamt	256	100.0	190	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	198		5	
	Gesamt		454		195	
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.	Gültig	Nicht wichtig	3	1.2	3	1.6
		Eher nicht wichtig	4	1.5	2	1.0
		Eher wichtig	29	11.2	17	8.8
		Wichtig	223	86.1	171	88.6
		Gesamt	259	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	195		2	
	Gesamt		454		195	
BNE sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Gültig	Nicht wichtig	5	1.9	2	1.0
		Eher nicht wichtig	18	6.9	14	7.3
		Eher wichtig	81	31.3	60	31.1
		Wichtig	155	59.8	117	60.6
		Gesamt	259	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	195		2	
	Gesamt		454		195	
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu	Gültig	Nicht wichtig	8	3.1	4	2.1
		Eher nicht wichtig	22	8.6	15	7.9
		Eher wichtig	90	35.0	65	34.0
		Wichtig	137	53.3	107	56.0
		Gesamt	257	100.0	191	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	197		4	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Pro- zent
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Gültig	Nicht wichtig	4	1.6	2	1.0
		Eher nicht wichtig	13	5.0	12	6.3
		Eher wichtig	78	30.2	60	31.3
		Wichtig	163	63.2	118	61.5
		Gesamt	258	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	196		3	
	Gesamt		454		195	
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Gültig	Nicht wichtig	4	1.6	2	1.0
		Eher nicht wichtig	12	4.7	9	4.7
		Eher wichtig	60	23.3	45	23.4
		Wichtig	182	70.5	136	70.8
		Gesamt	258	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	196		3	
	Gesamt		454		195	
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Gültig	Nicht wichtig	16	6.2	12	6.3
		Eher nicht wichtig	57	22.1	45	23.4
		Eher wichtig	103	39.9	76	39.6
		Wichtig	82	31.8	59	30.7
		Gesamt	258	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	196		3	
	Gesamt		454		195	
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Gültig	Nicht wichtig	20	7.8	15	7.8
		Eher nicht wichtig	68	26.5	46	23.8
		Eher wichtig	89	34.6	69	35.8
		Wichtig	80	31.1	63	32.6
		Gesamt	257	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	197		2	
	Gesamt		454		195	
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Gültig	Nicht wichtig	38	14.8	28	14.7
		Eher nicht wichtig	62	24.2	43	22.5
		Eher wichtig	89	34.8	65	34.0
		Wichtig	67	26.2	55	28.8
		Gesamt	256	100.0	191	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	198		4	
	Gesamt		454		195	
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Gültig	Nicht wichtig	16	6.2	9	4.7
		Eher nicht wichtig	47	18.2	31	16.1
		Eher wichtig	90	34.9	68	35.2
		Wichtig	105	40.7	85	44.0
		Gesamt	258	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	196		2	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Gültig	Nicht wichtig	11	4.2	7	3.6
		Eher nicht wichtig	51	19.6	35	18.0
		Eher wichtig	119	45.8	84	43.3
		Wichtig	79	30.4	68	35.1
		Gesamt	260	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	194		1	
	Gesamt		454		195	
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Gültig	Nicht wichtig	17	6.7	13	6.8
		Eher nicht wichtig	74	29.0	56	29.5
		Eher wichtig	98	38.4	74	38.9
		Wichtig	66	25.9	47	24.7
		Gesamt	255	100.0	190	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	199		5	
	Gesamt		454		195	
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Gültig	Nicht wichtig	8	3.1	6	3.1
		Eher nicht wichtig	25	9.7	21	10.9
		Eher wichtig	84	32.7	63	32.8
		Wichtig	140	54.5	102	53.1
		Gesamt	257	100.0	192	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	197		3	
	Gesamt		454		195	

Anhang C 23: Deskriptive Befunde Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops (N=454 und n=195) „Wer trägt deiner Meinung nach die Verantwortung für die Umsetzung der Maßnahmen? (Mehrfachnennung möglich)?“

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	75	31.9	59	33.1
		Die Politik	101	43.0	75	42.1
		Die Wirtschaft	55	23.4	42	23.6
		Andere	4	1.7	2	1.1
		Gesamt	235	100.0	178	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	219		17	
	Gesamt		454		195	
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Gültig	Jede*r Einzelne	83	38.4	60	36.6
		Die Politik	34	15.7	26	15.9
		Die Wirtschaft	97	44.9	76	46.3
		Andere	2	0.9	2	1.2
		Gesamt	216	100.0	164	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	238		31	
	Gesamt		454		195	
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	132	67.3	97	66.9
		Die Politik	25	12.8	16	11.0
		Die Wirtschaft	36	18.4	29	20.0
		Andere	3	1.5	3	2.1
		Gesamt	196	100.0	145	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	258		50	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Gültig	Jede*r Einzelne	16	7.8	9	6.0
		Die Politik	73	35.6	46	30.5
		Die Wirtschaft	113	55.1	93	61.6
		Andere	3	1.5	3	2.0
		Gesamt	205	100.0	151	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	249		44	
	Gesamt		454		195	
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	103	43.8	79	45.1
		Die Politik	86	36.6	66	37.7
		Die Wirtschaft	43	18.3	27	15.4
		Andere	3	1.3	3	1.7
		Gesamt	235	100.0	175	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	219		20	
	Gesamt		454		195	
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	164	85.0	120	85.1
		Die Politik	13	6.7	8	5.7
		Die Wirtschaft	14	7.3	11	7.8
		Andere	2	1.0	2	1.4
		Gesamt	193	100.0	141	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	261		54	
	Gesamt		454		195	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	105	42.9	75	41.0
		Die Politik	75	30.6	56	30.6
		Die Wirtschaft	58	23.7	45	24.6
		Andere	7	2.9	7	3.8
		Gesamt	245	100.0	183	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	209		12	
	Gesamt		454		195	
Überproduktion sollte verhindert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	30	12.8	20	11.4
		Die Politik	44	18.7	33	18.8
		Die Wirtschaft	156	66.4	118	67.0
		Andere	5	2.1	5	2.8
		Gesamt	235	100.0	176	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	219		19	
	Gesamt		454		195	
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	184	82.1	134	80.2
		Die Politik	18	8.0	16	9.6
		Die Wirtschaft	18	8.0	13	7.8
		Andere	4	1.8	4	2.4
		Gesamt	224	100.0	167	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	230		28	
	Gesamt		454		195	
Es sollte bewusster eingekauft werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	210	93.8	156	93.4
		Die Politik	4	1.8	3	1.8
		Die Wirtschaft	7	3.1	6	3.6
		Andere	3	1.3	2	1.2
		Gesamt	224	100.0	167	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	230		28	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Pro- zent
Kleidung sollte wie- derverwert werden (Upcycling).	Gültig	Jede*r Einzelne	169	79.3	129	81.6
		Die Politik	5	2.3	4	2.5
		Die Wirtschaft	31	14.6	18	11.4
		Andere	8	3.8	7	4.4
		Gesamt	213	100.0	158	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	241		37	
	Gesamt		454		195	
Der Lebensstil sollte sich klein- schrittig ändern.	Gültig	Jede*r Einzelne	167	79.5	125	78.6
		Die Politik	35	16.7	29	18.2
		Die Wirtschaft	6	2.9	4	2.5
		Andere	2	1.0	1	.6
		Gesamt	210	100.0	159	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	244		36	
	Gesamt		454		195	
Neue Lebensfor- men sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	81	43.5	60	41.1
		Die Politik	73	39.2	60	41.1
		Die Wirtschaft	14	7.5	11	7.5
		Andere	18	9.7	15	10.3
		Gesamt	186	100.0	146	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	268		49	
	Gesamt		454		195	
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	50	20.7	38	21.0
		Die Politik	159	65.7	120	66.3
		Die Wirtschaft	17	7.0	12	6.6
		Andere	16	6.6	11	6.1
		Gesamt	242	100.0	181	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	212		14	
	Gesamt		454		195	
Flächen sollten multifunktional ge- nutzt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	32	15.5	23	14.6
		Die Politik	104	50.2	77	48.7
		Die Wirtschaft	61	29.5	50	31.6
		Andere	10	4.8	8	5.1
		Gesamt	207	100.0	158	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	247		37	
	Gesamt		454		195	
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll ge- staltet werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	32	14.3	23	14.2
		Die Politik	123	55.2	89	54.9
		Die Wirtschaft	51	22.9	38	23.5
		Andere	17	7.6	12	7.4
		Gesamt	223	100.0	162	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	231		33	
	Gesamt		454		195	
Das Trinkwasser sollte weniger ver- schmutzt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	59	24.0	51	27.7
		Die Politik	111	45.1	79	42.9
		Die Wirtschaft	67	27.2	46	25.0
		Andere	9	3.7	8	4.3
		Gesamt	246	100.0	184	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	208		11	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Pro- zent
BNE sollte mehr Raum in Schule, Aus- bildung und Studium bekommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	18	7.8	13	7.5
		Die Politik	195	84.8	146	84.4
		Die Wirtschaft	4	1.7	3	1.7
		Andere	13	5.7	11	6.4
		Gesamt	230	100.0	173	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	224		22	
	Gesamt		454		195	
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der	Gültig	Jede*r Einzelne	32	14.3	24	14.0
		Die Politik	144	64.3	112	65.5
		Die Wirtschaft	15	6.7	8	4.7
		Andere	33	14.7	27	15.8
		Gesamt	224	100.0	171	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	230		24	
	Gesamt		454		195	
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns	Gültig	Jede*r Einzelne	32	13.6	22	12.6
		Die Politik	168	71.5	127	72.6
		Die Wirtschaft	7	3.0	2	1.1
		Andere	28	11.9	24	13.7
		Gesamt	235	100.0	175	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	219		20	
	Gesamt		454		195	
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	14	5.9	10	5.6
		Die Politik	196	82.7	145	81.0
		Die Wirtschaft	19	8.0	16	8.9
		Andere	8	3.4	8	4.5
		Gesamt	237	100.0	179	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	217		16	
	Gesamt		454		195	
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office ent-	Gültig	Jede*r Einzelne	10	5.5	7	5.3
		Die Politik	134	74.0	97	72.9
		Die Wirtschaft	22	12.2	16	12.0
		Andere	15	8.3	13	9.8
		Gesamt	181	100.0	133	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	273		62	
	Gesamt		454		195	
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	53	34.9	39	32.8
		Die Politik	81	53.3	66	55.5
		Die Wirtschaft	11	7.2	8	6.7
		Andere	7	4.6	6	5.0
		Gesamt	152	100.0	119	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	302		76	
	Gesamt		454		195	
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	17	11.2	14	11.8
		Die Politik	98	64.5	73	61.3
		Die Wirtschaft	33	21.7	28	23.5
		Andere	4	2.6	4	3.4
		Gesamt	152	100.0	119	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	302		76	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Gültig	Jede*r Einzelne	19	10.1	14	9.4
		Die Politik	162	86.2	128	85.9
		Die Wirtschaft	1	0.5	1	0.7
		Andere	6	3.2	6	4.0
		Gesamt	188	100.0	149	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	266		46	
	Gesamt		454		195	
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Gültig	Jede*r Einzelne	149	77.6	113	76.4
		Die Politik	18	9.4	15	10.1
		Die Wirtschaft	7	3.6	3	2.0
		Andere	18	9.4	17	11.5
		Gesamt	192	100.0	148	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	262		47	
	Gesamt		454		195	
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	40	24.7	31	25.8
		Die Politik	99	61.1	69	57.5
		Die Wirtschaft	8	4.9	7	5.8
		Andere	15	9.3	13	10.8
		Gesamt	162	100.0	120	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	292		75	
	Gesamt		454		195	
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Gültig	Jede*r Einzelne	207	95.4	155	96.3
		Die Politik	5	2.3	2	1.2
		Die Wirtschaft	1	0.5	1	0.6
		Andere	4	1.8	3	1.9
		Gesamt	217	100.0	161	100.0
	Fehlend	Nicht zutreffend	237		34	
	Gesamt		454		195	

Anhang C 24: Deskriptive Befunde nachhaltige Konsumangebote in der Region Ingolstadt (N=454 und n=195)
 „Wenn Du folgende Dinge benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) angeboten werden?“

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gerettete Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	74	31.6	54	28.0
		Gibt es hier nicht.	13	5.6	11	5.7
		Weiß nicht	147	62.8	128	66.3
		Gesamt	234	100.0	193	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	220		2	
	Gesamt		454		195	
Unverpackte Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	191	81.3	156	80.4
		Gibt es hier nicht.	4	1.7	3	1.5
		Weiß nicht	40	17.0	35	18.0
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
Bio-Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	229	97.4	188	96.9
		Gibt es hier nicht.				
		Weiß nicht	6	2.6	6	3.1
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt				195	
Regionale Lebens- mittel	Gültig	Gibt es hier.	219	93.6	179	
		Gibt es hier nicht.	1	0.4		92.7
		Weiß nicht	14	6.0	14	7.3
		Gesamt	234	100.0	193	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	220		2	
	Gesamt		454		195	
Saisonale Lebens- mittel	Gültig	Gibt es hier.	217	92.3	178	91.8
		Gibt es hier nicht.	2	0.9	1	0.5
		Weiß nicht	16	6.8	15	7.7
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Fairer Kaffee, Tee, Schokolade	Gültig	Gibt es hier.	200	85.1	162	83.5
		Gibt es hier nicht.	3	1.3	3	1.5
		Weiß nicht	32	13.6	29	14.9
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltige Droge- reartikel	Gültig	Gibt es hier.	115	48.9	91	46.9
		Gibt es hier nicht.	7	3.0	7	3.6
		Weiß nicht	113	48.1	96	49.5
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltig produ- zierte Kleidung und Schuhe	Gültig	Gibt es hier.	50	21.2	43	22.2
		Gibt es hier nicht.	23	9.7	20	10.3
		Weiß nicht	163	69.1	131	67.5
		Gesamt	236	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	218		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltige Ge- schenkeideen	Gültig	Gibt es hier.	78	33.3	62	32.0
		Gibt es hier nicht.	14	6.0	11	5.7
		Weiß nicht	142	60.7	121	62.4
		Gesamt	234	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	220		1	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
Gebrauchtwagen	Gültig	Gibt es hier.	160	68.1	133	68.6
		Gibt es hier nicht.	9	3.8	8	4.1
		Weiß nicht	66	28.1	53	27.3
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltige Haus- haltsartikel	Gültig	Gibt es hier.	66	28.1	57	29.4
		Gibt es hier nicht.	16	6.8	12	6.2
		Weiß nicht	153	65.1	125	64.4
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltige Mö- bel	Gültig	Gibt es hier.	44	18.7	35	18.0
		Gibt es hier nicht.	17	7.2	13	6.7
		Weiß nicht	174	74.0	146	75.3
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
Nachhaltige Ac- cessoires/Schmuck	Gültig	Gibt es hier.	32	13.7	27	14.0
		Gibt es hier nicht.	19	8.1	16	8.3
		Weiß nicht	183	78.2	150	77.7
		Gesamt	234	100.0	193	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	220		2	
	Gesamt		454		195	
Car-Sharing	Gültig	Gibt es hier.	56	23.9	45	23.3
		Gibt es hier nicht.	43	18.4	36	18.7
		Weiß nicht	135	57.7	112	58.0
		Gesamt	234	100.0	193	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	220		2	
	Gesamt		454		195	
Ruf taxi/-bus	Gültig	Gibt es hier.	83	35.6	69	35.9
		Gibt es hier nicht.	31	13.3	25	13.0
		Weiß nicht	119	51.1	98	51.0
		Gesamt	233	100.0	192	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	221		3	
	Gesamt		454		195	
E-Ladestationen	Gültig	Gibt es hier.	204	87.2	166	86.0
		Gibt es hier nicht.	4	1.7	3	1.6
		Weiß nicht	26	11.1	24	12.4
		Gesamt	234	100.0	193	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	220		2	
	Gesamt		454		195	

Item			Gesamtstichprobe		Zielstichprobe	
			Häufig- keit	Prozent	Häufig- keit	Prozent
E-Bike-Verleih	Gültig	Gibt es hier.	83	35.3	63	32.5
		Gibt es hier nicht.	29	12.3	26	13.4
		Weiß nicht	123	52.3	105	54.1
		Gesamt	235	100.0	194	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	219		1	
	Gesamt		454		195	
ÖPNV	Gültig	Gibt es hier.	176	75.5	143	74.5
		Gibt es hier nicht.	11	4.7	9	4.7
		Weiß nicht	46	19.7	40	20.8
		Gesamt	233	100.0	192	100.0
	Fehl- lend	Feld nicht ausgefüllt	221		3	
	Gesamt		454		195	

Anhang D: Codierleitfaden zur Auswertung der freien Antwortmöglichkeit

Die Kategorien zur deduktiven Kategorienanwendung entsprechen den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung (Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. 2023: o. S.) sowie einer übergeordneten Kategorie „Übergeordnet“.



Abbildung D1: 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (United Nations Department of Global Communications 2019: o. S.)

Treffen Nennungen auf mehrere Ziele zu, wird dasjenige gewählt, zu dem die Nennung einen größeren Beitrag leistet. Weiterhin gibt es eine Kategorie für „Sonstiges“, worunter Nennungen fallen, die keine Inhalte einer nachhaltigen Entwicklung enthalten. Bei der Kategorisierung der Nennungen kommt es nicht darauf an, ob es sich um theoretischen Input oder Praxiserfahrungen handelt.

Tabelle D1: Codierleitfaden zur Auswertung der offenen Frage nach Themen nachhaltiger Entwicklung, die in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf behandelt wurden

Kategorie	Ankerbeispiel	Codierregel
Übergeordnet	SDGs, Definition Nachhaltigkeit	Hierunter fallen übergeordnete Begriffe, wie z. B. nachhaltige Entwicklung.
1	Slums	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Keine Armut – Armut in allen ihren Formen und überall beenden“ beitragen.
2	Food waste (im Englischunterricht)	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Kein Hunger – Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern“ beitragen.
3	Zugang zu Ärzten	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Gesundheit und Wohlergehen – Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern“ beitragen.
4	Schule für alle	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Hochwertige Bildung – Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern“ beitragen.
5	Gendergerechtigkeit	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Geschlechtergleichheit – Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen“ beitragen.

Kategorie	Ankerbeispiel	Codierregel
6	Wasserverbrauch	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen – Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten“ beitragen.
7	Regenerative Energien	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Bezahlbare und saubere Energie – Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern“ beitragen.
8	Gemeinwohlökonomie	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum – Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern“ beitragen.
9	Verpackungsmaterial für benötigte Ersatzteile erneut verwendet	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Industrie, Innovation und Infrastruktur – Widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen“ beitragen.
10	Produktion von Kleidung z.B. in Bangladesch	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Weniger Ungleichheiten – Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern“ beitragen.
11	Mobilität	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Nachhaltige Städte und Gemeinden – Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten“ beitragen.
12	Müllvermeidung	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Nachhaltige/r Konsum und Produktion – Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen“ beitragen.
13	Mülltrennung	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Maßnahmen zum Klimaschutz – Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen“ beitragen.
14	Meeresverschmutzung	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Leben unter Wasser – Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen“ beitragen.
15	Bodenerosion	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Leben an Land – Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern“ beitragen.
16	Greenpeace	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen – Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern“ beitragen.
17	FFF-Demos	Hierunter sind alle Nennungen zu sammeln, die zum Ziel „ Partnerschaften zur Erreichung der Ziele – Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben füllen“ beitragen.
Sonstiges	Vortrag, Seminar	Hierunter fallen alle Nennungen, bei denen kein direkter Bezug zur nachhaltigen Entwicklung besteht.

Quelle: Eigener Entwurf, orientiert an Deutsche Gesellschaft für die Vereinten Nationen e. V. (2023) und

MAYRING & FENZL (2019: 639)

Literatur

DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR DIE VEREINTEN NATIONEN E. V. (2023): Ziele für eine nachhaltige Entwicklung. SDGs. Online unter: <https://nachhaltig-entwickeln.dgvn.de/agenda-2030/ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung/sdgs#ca25435> (25.08.2023).

MAYRING, Philipp & FENZL, Thomas (2019): Qualitative Inhaltsanalyse. In: BAUR, Nina & BLASIUS, Jörg (Hrsg.): Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung (2. Auflage). Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften, 633–648.

UNITED NATIONS DEPARTMENT OF GLOBAL COMMUNICATIONS (2019): Sustainable Development Goals. Communications-Material. Online unter: <https://www.un.org/sustainable-development/news/communications-material/> (25.08.2023)

Anhang E: Zuordnung der genannten Themen einer nachhaltigen Entwicklung zu den SDGs

ID	genannte Themen nachhaltiger Entwicklung	Kategorie final	Kategorie Raterin 1	Kategorie Raterin 2
44	Food waste (im Englischunterricht)	2	2	2
51	Kochen mit Resten, damit nicht so viel weg geworfen wird	2	2	2
55	Lebensmittelverschwendung	2	2	2
179	(Welt)Ernährung	2	2	2
182	Ernährung	2	2	2
244	Wir hatten in der Schule einen Vortrag über die Zukunft und wie es mit der Nahrung bis dahin aussehen könnte, zum Beispiel haben wir Würmer probiert !	2	2	2
324	Ernährung	2	2	2
395	Ernährung	2	2	2
215	Gendergerechtigkeit	5	5	5
387	Gleichberechtigung	5	5	5
1	Wasserverbrauch	6	6	6
10	Wasserverbrauch	6	6	6
39	Privatisierung von Wasserquellen vor allem Nestlé	6	6	6
47	Wasserverbrauch	6	6	6
111	Wasserverbrauch	6	6	6
217	Wasserverbrauch	6	6	6
351	Wasser sparen	6	6	6
385	Sauberes Wasser	6	6	6
387	Wasserverbrauch	6	6	6
403	Wasser sparen	6	6	6
420	Wasserverbrauch reduzieren	6	6	6
448	Arbeit (Energieunternehmen) - Wasserverbrauch reduzieren	6	6	6
5	Regenerative Energien	7	7	7
26	Energieverbrauch	7	7	7
39	Erneuerbare Energien	7	7	7
51	Wir hatten Projekte und Themenbereiche in der Schule, z.B. zum Thema erneuerbare Energie	7	7	7
72	Erneuerbare Energien	7	7	7
93	Erneuerbare Energien (Studium)	7	7	7
104	In einem Modul wurde besprochen, wie die Energiewende aussieht	7	7	7
107	nachhaltige Energieversorgung	7	7	7
119	Erneuerbare Energien	7	7	7
126	Themen der Energiewende	7	7	7
126	nachhaltige Energieerzeugung	7	7	7
146	nachhaltige Energien/ Ressourcen	7	7	7

154	Ich studiere Energietechnik und erneuerbare Energien --> Erzeugung von nachhaltigen grünen Strom	7	7	7
159	Energiegewinnung	7	7	7
169	Studium: Aufklärung von Nachhaltigkeit bzgl. Windkraft	7	7	7
237	Erneuerbare Energien	7	7	7
237	Erneuerbare Energien	7	7	7
242	Ich habe Technologie Erneuerbarer Energien studiert. Damit hat sich das Studium allgemein viel mit nachhaltiger Entwicklung im Bereich der Energie beschäftigt.	7	7	7
307	Nachhaltige Energiegewinnung	7	7	7
350	Energiegewinnung	7	7	7
387	Kohleabbau	7	7	15
388	Solarenergie	7	7	7
402	erneuerbare Energien	7	7	7
403	erneuerbare Energie	7	7	7
408	Fusionsreaktor	7	7	Sonstiges
410	Photovoltaikanlagen	7	7	7
411	Regenerative Energien	7	7	7
448	Arbeit (Energieunternehmen) - Wechsel zu Bio Strom	7	7	7
448	Arbeit (Energieunternehmen) - erneuerbare Energien	7	7	7
7	Gemeinwohlökonomie	8	8	8
11	Autark	8	8	8
24	Jeans (Kinderarbeit und Lieferketten)	8	8	10
26	Arbeitsbedingungen	8	8	10
50	Nachhaltige Ökonomie	8	13	8
56	Kinderarbeit	8	8	10
100	CSR im Studium als Modul	8	8	8
144	CSR	8	8	8
169	CSR	8	8	8
217	Corporate social responsibility	8	8	8
306	Fair Trade Aktionen	8	10	8
4	Produktionssourcing,	9	9	9
30	Verpackungsmaterial für benötigte Ersatzteile erneut verwendet.	9	9	9
30	Unnötige Reparaturen an Autos wurden vermieden hierauf legte mein Chef sehr großen Wert.	9	9	9
31	Technologie (z.B. Aufgaben zur effizienten/umweltfreundlichen Wärmedämmung)	9	9	9
34	Das deutsche Müll-Recycle-System	9	13	9
44	maximalen Wärmeschutz bei Häusern	9	7	9
49	Nachhaltigkeit in der Logistik und Informationssystemen	9	9	9
84	Leichtbau	9	9	Sonstiges
84	wiederverwendbaren Medien	9	9	Sonstiges

93	Recycling von Materialien (Entwicklung KFZ, insbesondere Interieur)	9	9	9
96	Insourcing als Trend	9	9	9
123	Umweltschädliche Stoffe in der Industrie umweltgerecht entsorgen	9	12	9
140	Studium: Leichtbau und Reduktion von Materialeinsatz	9	9	9
140	Beruf: Einsatz von Recyclat und "Grünstahl"	9	9	9
150	Nachhaltige Kreislaufwirtschaft	9	9	9
194	Schweißübungen mit Rest Metallteilen, während der Ausbildung anstelle von neuem Material.....	9	9	9
196	Chemische Stoffe fachgerecht trennen um sie entsorgen zu lassen und bestenfalls zu Recyceln zu können	9	13	9
290	Materialwahl für Recyclingzwecke	9	12	9
330	Nachhaltiges Firmenkonzzept	9	9	9
388	Kreislaufwirtschaft	9	9	9
394	Technologie	9	9	9
12	faire Bezahlung in Drittländern	10	8	10
127	Schule: Produktion von Kleidung z.B. in Bangladesch	10	10	10
222	Lieferkettengesetz	10	10	12
420	Menschenrechte	10	10	10
442	Fair-Trade-Schülercafé	10	10	Sonstiges
67	Mobilität (also wie komme ich zur Uni)	11	11	11
79	Mit-dem-Fahrrad-zur-Uni	11	11	11
110	Elektromobilität	11	13	11
124	Nachhaltige Mobilität	11	13	11
156	Modelle von Energiespardörfern	11	7	11
162	Urban Gardening	11	11	11
183	Städtebau	11	11	11
230	Elektromobilität	11	13	11
346	E-Mobilität	11	13	11
1	Müllvermeidung	12	12	12
10	Recycling	12	13	12
12	Recycling	12	13	12
15	Recycling	12	13	12
15	second hand Ware kaufen und verkaufen	12	12	12
17	Umweltpapier	12	12	12
20	Wasserspender in der Schulaula? (Ich denke der war nachhaltig produziert und gleichzeitig wurde auch ein Brunnen in Kenia gebaut)	12	6	12
23	Fleischkonsum reduzieren	12	12	12
24	Containern	12	12	12
25	Konsumverhalten	12	12	12
26	Rohstoffverbrauch	12	12	12
29	Energie sparen	12	7	13
29	Verpackung reduzieren	12	12	13

30	Aufträge für geplante Arbeiten wurden auf recyceltes Papier gedruckt.	12	12	12
35	Warenproduktion	12	12	12
35	Wirkungsgrad	12	13	9
35	Umgang mit Ressourcen	12	12	12
44	Recycling	12	13	12
45	Nachhaltigkeit in der Fashion-Branche	12	12	12
48	Konsequenzen des Fleischkonsums	12	12	12
50	Nachhaltige Ernährung	12	13	12
51	Müllvermeidung oder -reduzierung	12	12	12
52	Schulkleidung aus nachhaltiger Herstellung	12	12	10
52	Weniger Papiernutzung	12	12	12
54	Eigene Umweltfreundliche Flaschen	12	12	13
56	Regionalität	12	12	12
57	recyceln von Materialien	12	13	12
58	Recycling von Abfällen	12	13	12
58	nachhaltige Kleidung	12	12	12
62	Bereits in der Grundschule wurde im Heimat und Sachunterricht behandelt, wie man Wasser und Energie bei sich zuhause sparen kann.	12	6	12
65	Recycling	12	13	12
65	Energieverbrauch reduzieren	12	7	13
68	Verpackungsmüll vermeiden	12	12	12
72	Upcycling	12	9	12
72	Kompostierbare Behälter in der Arbeit (Bambusschalen)	12	12	12
77	Klamottenverbrauch	12	12	12
91	Abfallvermeidung	12	12	12
93	Nachhaltigkeitsinitiative innerhalb meiner Firma (Mülltrennung, Recycling, etc.)	12	12	13
103	Beruf: Papierverbrauch	12	12	12
104	oder in einem anderen wie man Batterien bzw. Akkus recycelt	12	9	12
109	Recyceln von Werkstoffen/Arbeitsmaterialien	12	9	12
110	Möglichkeiten, um Energieverbrauch zu verringern	12	7	12
111	Müllvermeidung	12	12	12
112	Recycling	12	13	12
117	Recycling	12	13	12
117	Produktion von nachhaltigeren Waren	12	12	12
118	Vermeidung von Müll	12	12	12
120	Recycling in HSU in der Grundschule	12	13	12
120	Energiereduktion im Beruf	12	7	13
123	Co2 Fußabdruck	12	13	12
123	Kosten und Energieersparnis	12	7	13
125	Nachhaltige Verpackungen	12	12	13
127	Beruf: "Schulung" Papier zu vermeiden	12	12	12
129	Müllvermeidung	12	12	12

129	Zero-Waste Produkte	12	12	12
129	Recyclingmaterialien (ausschließlich Umweltpapier als Druckerpapier in der Schule beispielsweise)	12	12	12
136	Im Beruf: Energiemanagement in der Firma	12	7	12
150	Recycling	12	13	12
151	Nachhaltigkeitscontrolling - LCA	12	9	12
156	Regrowing von Gemüseresten	12	12	2
162	Plastik verwerten	12	12	12
165	Beruf: Abfallvermeidung in der Produktion	12	12	12
174	Ökopapier nutzen	12	12	12
174	Recycling	12	13	12
181	Kleidungskonsum	12	12	12
183	Konsumauswirkungen	12	12	12
222	Kleidungskonsum	12	12	12
239	Fleischkonsum	12	12	12
248	Bei einer Rede über Essenkonsum	12	12	2
250	Veganismus	12	12	12
252	Bewusster Konsum	12	12	12
259	Stempelaktion, wenn für die Pause Mehrwegboxen oder Mehrwegflaschen verwendet wurden	12	12	12
260	Recycling	12	13	12
260	CO2 Ausstoß	12	13	12
290	Müllvermeidung	12	12	12
297	Optimieren von Wirkungsgrad	12	13	9
306	Aktion Pausenbox und wiederverwertbare Wasserflasche: Jeden Tag konnte man Punkte sammeln, wenn man nachhaltige Brotzeitverpackung hatte - und viele mehr	12	12	12
324	Abfallreduzierung	12	12	12
327	Plastikfrei leben	12	12	12
329	Arbeit bei Umwelt Projekt zum Papier sparen im Büro	12	12	12
332	nachhaltige Produktherstellung	12	12	12
333	Wir verbrauchen viel Plastik in der Arbeit —> Lösung	12	12	12
342	Weniger Papierverbrauch im Büro	12	12	12
343	Rohstoffe in Bio Qualität	12	13	15
346	papierlose Arbeitsweise	12	12	12
394	wie können Fahrzeuge grüner werden	12	12	11
394	Konsum	12	12	12
417	Produktion und Transport von Kleidung	12	12	12
417	Energie sparen	12	7	12
442	Umgang mit Ressourcen	12	12	12
446	Massentierhaltung	12	15	12
1	Mülltrennung	13	13	13
18	Wie verringere ich meinen CO2 Ausstoß.	13	13	13
29	Mülltrennung	13	13	13

48	Entstehen von Emissionen	13	13	13
55	Umweltschutz	13	13	15
55	Klimawandel	13	13	13
56	Mülltrennung	13	13	13
62	Im Gymnasium waren es dann eher Diskussionsrunden und Referate zu den Auswirkungen des Klimawandels und wie man diesen entgegenwirken kann.	13	13	13
63	Umweltschutz	13	13	15
77	Auswirkungen der Umweltverschmutzung	13	13	15
77	Klimawandel	13	13	13
81	Klimawandel	13	13	13
88	2. Problemfelder Klima, Versorgung, Entsorgung	13	13	13
124	Mülltrennung	13	13	13
141	Abfall(trennung)	13	13	13
159	Arbeitsschritte in der landwirtschaftlichen Bodenbearbeitung einsparen und dadurch Kraftstoff und Emissionen einsparen	13	15	13
159	Mülltrennung	13	13	13
163	CO2 reduzieren	13	13	13
174	Plastik u. die Folgen der Umweltverschmutzung	13	13	15
179	Folgen der Abholzung des Regenwaldes	13	15	15
182	Umweltschutz	13	13	13
194	biologische Vielfalt	13	13	15
204	Klimawandel	13	15	13
204	Klimawandel	13	15	13
204	Biodiversitätsverlust	13	13	15
215	Biodiversität	13	13	15
260	Mülltrennung	13	13	13
261	Erderwärmung	13	13	13
261	Mülltrennung	13	13	13
327	Möglichkeit einer Plastiksteuer	13	8	13
330	Müll Trennung	13	13	13
334	Im Studium über nachhaltigere Nutztierhaltung	13	15	13
343	Mülltrennung	13	13	13
383	Mülltrennung	13	13	13
385	Umweltschutz	13	13	15
402	Müll trennen	13	13	13
402	Müll nicht in die Umwelt schmeißen	13	13	15
408	Klimawandel	13	13	13
420	Klimaschutz	13	13	13
446	Umweltschutz	13	13	13
446	Mülltrennung	13	15	13
248	Meeresverschmutzung	14	14	14
336	Nachhaltiger Markt, Beispiel Überfischung	14	14	14
7	Bodenerosion	15	15	15

7	Biodiversität	15	15	15
39	Abholzung des Regenwaldes durch Großkonzerne	15	15	15
52	Müll vom Pausenhof einsammeln	15	15	13
68	Gemeinschaftsgarten anlegen.	15	11	15
79	Müllsammeln	15	15	13
90	Ressourcenknappheit im Studium	15	15	12
169	Bienensterben verhindern	15	15	15
250	Luftverschmutzung,...	15	15	15
383	Erhaltung der Vielfalt von Pflanzen und Tieren	15	15	15
388	Gemeinschaftsgarten	15	11	15
403	Artenvielfalt	15	15	15
20	unsere Schule hat uns unterstützt bei den Fridays For Future Demos mitzumachen	17	17	17
4	Konsumentenanalyse	Sonstiges	12	Sonstiges
17	Vortrag	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
17	Seminar	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
31	Englisch-Unterricht (Themen + Texte)	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
31	Chemie (beim Thema Plastik)	Sonstiges	12	Sonstiges
34	Im Physikunterricht: Kraftwerke (gescheiterte und erfolgreiche)	Sonstiges	7	Sonstiges
45	Lebensmittel-Branche und Consumer Electronics Branche als Projekt im Studium	Sonstiges	12	Sonstiges
76	Fast Fashion	Sonstiges	12	Sonstiges
81	Kleidung	Sonstiges	12	Sonstiges
95	Nur in sehr geringem Umfang	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
103	Beruf: Reisetätigkeit	Sonstiges	13	Sonstiges
103	Studium: Nachhaltige Investments	Sonstiges	8	Sonstiges
111	Landwirtschaft	Sonstiges	15	Sonstiges
124	Nachhaltiges Büroverhalten	Sonstiges	13	8
135	Abfall	Sonstiges	13	Sonstiges
149	Schule: Spendenläufe	Sonstiges	Übergeordnet	Sonstiges
157	Effiziente Verbrennungsmotoren	Sonstiges	12	Sonstiges
160	Herstellungsbedingungen	Sonstiges	12	10
160	Wirtschaftliche Entwicklung	Sonstiges	8	8
161	Umwelt	Sonstiges	13	15
163	In der Projektpräsentation, im Erdkunde Unterricht.	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
163	In der Projektpräsentation, im Wirtschaft Unterricht.	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
164	In der Projektpräsentation, im Recht Unterricht.	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
165	Studium: Wahlpflichtfach Human Skills	Sonstiges	8	Sonstiges
196	Müll	Sonstiges	13	Sonstiges
230	Lebensmittel	Sonstiges	12	2
260	Transport	Sonstiges	12	11
260	Klimakatastrophen	Sonstiges	13	15
290	Abgasnachbehandlung	Sonstiges	12	Sonstiges

297	Umfragen in der Innenstadt (in 2er Gruppen): Spenden Sie an umweltfreundliche Organisationen?	Sonstiges	17	Sonstiges
307	Spendenlauf	Sonstiges	Übergeordnet	Sonstiges
327	Reisen	Sonstiges	13	Sonstiges
333	Nachhaltige Geldanlagen bei bspw. Aktienfonds	Sonstiges	8	Sonstiges
351	Ausbildung	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
368	Beruf	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
383	Landwirtschaftliche Produktion	Sonstiges	15	12
383	Finanzierung von Investitionsvorhaben	Sonstiges	8	Sonstiges
394	Tourismus	Sonstiges	13	Sonstiges
394	Lebensstil	Sonstiges	12	Sonstiges
411	Vorträge	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
446	Spendenlauf	Sonstiges	Übergeordnet	Sonstiges
448	Globalisierung	Sonstiges	10	Sonstiges
448	Studium - verschiedene Gruppen	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
448	privates Umfeld achtet sehr darauf	Sonstiges	Sonstiges	Sonstiges
3	Bildung zur nachhaltigen Entwicklung (Lehramt)	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
49	BNE	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
49	Die drei Säulen der Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
50	Nachhaltigkeitsethik	Übergeordnet	Übergeordnet	10
54	Infotage für Umweltschutz	Übergeordnet	13	Übergeordnet
59	Thema Umweltschutz im Geographieunterricht	Übergeordnet	13	15
67	Vorlesung und Seminare über Nachhaltige Entwicklung	Übergeordnet	Sonstiges	Übergeordnet
79	Nachhaltigkeitswoche	Übergeordnet	Sonstiges	Übergeordnet
88	Im BWL Studium gab es eine Klausurrelevante Vorlesung zum Thema Nachhaltigkeit: 1. Säulen der Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
88	3. 17 sustainable development goals	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
96	Transparenz in Unternehmen schaffen: bezüglich Arbeitsbedingungen, Nachhaltigkeit etc.	Übergeordnet	8	10
120	Nachhaltigkeitsvorlesungen im Studium	Übergeordnet	Sonstiges	Übergeordnet
136	In der Schule: Thema Umwelt im Geographieunterricht	Übergeordnet	13	15
144	Bedeutung SDGs	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
150	Was ist Nachhaltigkeit (Dimensionen)	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
151	SDGs	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
151	Definition der Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
164	Bewusstsein für Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Sonstiges
179	BNE	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
183	Bildung für nachhaltige Entwicklung	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
222	Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
250	Nachhaltigkeit	Übergeordnet	Übergeordnet	Übergeordnet
411	Umwelttag	Übergeordnet	13	Sonstiges
412	Workshop Earth Day	Übergeordnet	12	Sonstiges

Anhang F: Tabellen zur forschungsfragengeleiteten Auswertung

Anhang F 1: Korrelationen von Items und Skalen mit den unabhängigen Variablen	lx
Anhang F 2: Zusammenhang zwischen dem Mittelwert des Summenwerts der Lebenszufriedenheit [<i>SWLS</i>] und dem Alter	lxxi
Anhang F 3: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [<i>ATT</i>]	lxxi
Anhang F 4: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zugewandtheit zu FFF	lxxi
Anhang F 5: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Zugewandtheit zu FFF	lxxi
Anhang F 6: Korrelationen des Mittelwerts des Summenwerts der Skala zur Lebenszufriedenheit [<i>SWLS</i>] mit den Variablen des CADM	lxxii
Anhang F 7: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Teilnahme an Demonstrationen	lxxii
Anhang F 8: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Teilnahme an Petitionen	lxxii
Anhang F 9: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Teilnahme an Petitionen	lxxiii
Anhang F 10: Zusammenhang zwischen dem Alter und den Aktionen in der Zielstichprobe	lxxiii
Anhang F 11: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den Aktionen in der Zielstichprobe	lxxiv
Anhang F 12: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und den Aktionen in der Zielstichprobe	lxxvi
Anhang F 13: Zusammenhang zwischen dem Alter und den Gruppen in der Zielstichprobe	lxxvii
Anhang F 14: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Gruppe „Foodsharing“	lxxix
Anhang F 15: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und den Gruppen in der Zielstichprobe	lxxix
Anhang F 16: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Bewertung der Relevanz der Maßnahme „Bio-Produkte“	lxxxi
Anhang F 17: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Bewertung der Relevanz der Maßnahmen in der Zielstichprobe	lxxxii
Anhang F 18: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Bewertung der Relevanz der Maßnahmen in der Zielstichprobe	lxxxvi
Anhang F 19: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „E-Mobilität“	lxxxix
Anhang F 20: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Mobilitätswende“	lxxxix

Anhang F 21: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und dem Wissen über nachhaltige Restaurants und Cafés“

lxxxix

Anhang F 1: Korrelationen von Items und Skalen mit den unabhängigen Variablen Alter, Herkunft, Geschlecht, Beruf und Zugewandtheit zu FFF in der Zielstichprobe (n=195)

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
SWLS-Summenwert	Alter	$\rho=.19$	.008
	Herkunft	$\eta=.07$	.844
	Geschlecht	$\eta=.10$	.155
	Beruf	$\eta=.20$	.021
	FFF	$\eta=.22$	.033
Nachh_Wissen_Mittelwert	Alter	$\rho=-.09$	.222
	Herkunft	$\eta=.19$	.074
	Geschlecht	$\eta=.27$	.001
	Beruf	$\eta=.20$	.022
	FFF	$\eta=.26$	.004
Nachh_Wissen_Kleidung_Mittelwert	Alter	$\rho=-.00$	.971
	Herkunft	$\eta=.15$	.203
	Geschlecht	$\eta=.21$	.003
	Beruf	$\eta=.15$	.121
	FFF	$\eta=.20$	.058
Nachh_Einstellungen_Mittelwert	Alter	$\rho=-.06$	.416
	Herkunft	$\eta=.05$	.927
	Geschlecht	$\eta=.19$	.007
	Beruf	$\eta=.11$	.341
	FFF	$\eta=.22$	.028
Nachh_INT_Mittelwert	Alter	$\rho=.15$	.033
	Herkunft	$\eta=.08$	.725
	Geschlecht	$\eta=.13$	.070
	Beruf	$\eta=.15$	.110
	FFF	$\eta=.22$	.025
Nachhaltigkeitsbewusstsein	Alter	$\rho=.05$	.457
	Herkunft	$\eta=.10$	.629
	Geschlecht	$\eta=.23$	.001
	Beruf	$\eta=.16$	.080
	FFF	$\eta=.29$	.001
NQ-	Alter	$\rho=-.00$	.933
	Herkunft	$\eta=.14$	.036
	Geschlecht	$\eta=.15$	.035
	Beruf	$\eta=.03$	.915
	FFF	$\eta=.13$	.383
PQ+	Alter	$\rho=-.09$	.220
	Herkunft	$\eta=.10$	.639
	Geschlecht	$\eta=.13$	.062
	Beruf	$\eta=.13$	.178
	FFF	$\eta=.14$	.298
PN_Mittelwert	Alter	$\rho=-.02$	.788
	Herkunft	$\eta=.14$	.294
	Geschlecht	$\eta=.09$	.195
	Beruf	$\eta=.05$	.792
	FFF	$\eta=.35$	.001
PN_Kleidung_Mittelwert	Alter	$\rho=.08$	.265
	Herkunft	$\eta=.18$	.087

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
PN_Kleidung_Mittelwert	Geschlecht	$\eta=.29$	.001
	Beruf	$\eta=.28$	.001
	FFF	$\eta=.24$	.016
PBC_Mittelwert	Alter	$\rho=.09$	.190
	Herkunft	$\eta=.32$	.978
	Geschlecht	$\eta=.62$	.394
	Beruf	$\eta=.78$	.567
	FFF	$\eta=.21$	.039
Medien_Mittelwert	Alter	$\rho=-.51$	.480
	Herkunft	$\eta=.09$	.679
	Geschlecht	$\eta=.08$	.278
	Beruf	$\eta=.11$	.350
	FFF	$\eta=.32$	.001
Aktionen			
Lebensmittel retten	Alter	$V=.18$	.023
	Herkunft	$C=.20$	.576
	Geschlecht	$C=.22$	.018
	Beruf	$C=.31$	.003
	FFF	$C=.19$	.678
Urban Gardening	Alter	$V=.18$	.046
	Herkunft	$C=.13$	.744
	Geschlecht	$C=.35$	.891
	Beruf	$C=.30$	.001
	FFF	$C=.16$	.557
Natur- und Wildniscamp	Alter	$V=.12$	.524
	Herkunft	$C=.24$	.250
	Geschlecht	$C=.12$	.405
	Beruf	$C=.27$	.019
	FFF	$C=.19$	.626
Repair-Café	Alter	$V=.16$	.121
	Herkunft	$C=.15$	.889
	Geschlecht	$C=.15$	.211
	Beruf	$C=.22$	.152
	FFF	$C=.14$	.914
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	$V=.15$	.141
	Herkunft	$C=.17$	.798
	Geschlecht	$C=.21$	.035
	Beruf	$C=.27$	.024
	FFF	$C=.21$	.455
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	$V=.11$	.619
	Herkunft	$C=.27$	.093
	Geschlecht	$C=.21$	.028
	Beruf	$C=.29$	.007
	FFF	$C=.30$	.035
Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	$V=.20$	.008
	Herkunft	$C=.17$	.770
	Geschlecht	$C=.13$	.333
	Beruf	$C=.20$	.224
	FFF	$C=.28$	.080
Führungen und Exkursionen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	$V=.11$	.584
	Herkunft	$C=.25$	.191
	Geschlecht	$C=.12$	.438
	Beruf	$C=.17$	.431
	FFF	$C=.14$	.944
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	$V=.11$	.579
	Herkunft	$C=.14$	.905

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Geschlecht	C=,21	.036
	Beruf	C=,23	.100
	FFF	C=,17	.808
Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung	Alter	V=,12	.477
	Herkunft	C=,25	.148
	Geschlecht	C=,19	.060
	Beruf	C=,16	.556
	FFF	C=,34	.005
Upcycling	Alter	V=,17	.060
	Herkunft	C=,14	.936
	Geschlecht	C=,12	.437
	Beruf	C=,24	.073
	FFF	C=,21	.470
Pflanzaktionen	Alter	V=,15	.154
	Herkunft	C=,16	.853
	Geschlecht	C=,18	.089
	Beruf	C=,20	.222
	FFF	C=,25	.203
Führung auf dem Biobauernhof	Alter	V=,12	.462
	Herkunft	C=,32	.011
	Geschlecht	C=,12	.439
	Beruf	C=,23	.094
	FFF	C=,32	.012
Aktionen zum Naturschutz	Alter	V=,18	.035
	Herkunft	C=,20	.552
	Geschlecht	C=,09	.648
	Beruf	C=,24	.077
	FFF	C=,23	.295
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	Alter	V=,12	.554
	Herkunft	C=,18	.728
	Geschlecht	C=,09	.676
	Beruf	C=,27	.025
	FFF	C=,32	.012
Besuch einer Umweltbildungseinrichtung	Alter	V=,15	.163
	Herkunft	C=,22	.359
	Geschlecht	C=,11	.544
	Beruf	C=,13	.771
	FFF	C=,32	.014
Besuch von Eine-Welt-Läden	Alter	V=,14	.251
	Herkunft	C=,24	.210
	Geschlecht	C=,16	.193
	Beruf	C=,23	.115
	FFF	C=,23	.320
Gruppen			
ADFC	Alter	V=,15	.193
	Herkunft	C=,21	.444
	Geschlecht	C=,13	.358
	Beruf	C=,19	.302
	FFF	C=,19	.653
Amnesty International	Alter	V=,25	.001
	Herkunft	C=,20	.582
	Geschlecht	C=,07	.807
	Beruf	C=,32	.002
	FFF	C=,37	.001
Bund für Umwelt- und Naturschutz	Alter	V=,13	.402
	Herkunft	C=,20	.557

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Bund für Umwelt- und Naturschutz	Geschlecht	$C=.11$	.523
	Beruf	$C=.15$	.652
	FFF	$C=.30$	.037
Deutscher Alpenverein	Alter	$V=.17$	.063
	Herkunft	$C=.21$	.491
	Geschlecht	$C=.08$	.720
	Beruf	$C=.19$	.340
	FFF	$C=.26$	.166
Foodsharing	Alter	$V=.16$	.093
	Herkunft	$C=.23$	.272
	Geschlecht	$C=.23$	.014
	Beruf	$C=.20$	.274
	FFF	$C=.25$	.209
Fridays for Future	Alter	$V=.17$	.060
	Herkunft	$C=.21$	.463
	Geschlecht	$C=.10$	.617
	Beruf	$C=.28$	.019
	FFF	$C=.87$	.001
Students for Future	Alter	$V=.17$	.079
	Herkunft	$C=.30$	.034
	Geschlecht	$C=.19$	.069
	Beruf	$C=.25$	.061
	FFF	$C=.45$	.001
Greenpeace	Alter	$V=.20$	.006
	Herkunft	$C=.17$	.785
	Geschlecht	$C=.13$	.376
	Beruf	$C=.27$	.024
	FFF	$C=.46$	.001
Landesbund für Vogelschutz	Alter	$V=.13$	.338
	Herkunft	$C=.34$	.004
	Geschlecht	$C=.10$	.571
	Beruf	$C=.13$	.779
	FFF	$C=.31$	.028
Pro Veg	Alter	$V=.12$	.509
	Herkunft	$C=.15$	.868
	Geschlecht	$C=.16$	.198
	Beruf	$C=.16$	.558
	FFF	$C=.35$	.002
Slowfood	Alter	$V=.17$	.093
	Herkunft	$C=.13$	.750
	Geschlecht	$C=.11$	.297
	Beruf	$C=.17$	.231
	FFF	$C=.17$	.521
Studentische Initiativen	Alter	$V=.30$	.001
	Herkunft	$C=.21$	.468
	Geschlecht	$C=.12$	.439
	Beruf	$C=.53$	.001
	FFF	$C=.27$	.284
fairEInt	Alter	$V=.06$	.899
	Herkunft	$C=.20$	.047
	Geschlecht	$C=.11$	.138
	Beruf	$C=.17$	.095
	FFF	$C=.31$	.001
IN-Zukunft	Alter	$V=.13$	.420
	Herkunft	$C=.20$	.221
	Geschlecht	$C=.10$	.385

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
IN-Zukunft	Beruf	$C=.13$	.542
	FFF	$C=.24$	.077
Demonstrationen und Petitionen			
Demo	Alter	$V=.12$	.399
	Herkunft	$C=.14$	.282
	Geschlecht	$C=.04$	.594
	Beruf	$C=.03$	.910
	FFF	$C=.38$	.001
Petitionen	Alter	$V=.26$	.006
	Herkunft	$C=.11$	.513
	Geschlecht	$C=.10$	.159
	Beruf	$C=.07$	.672
	FFF	$C=.31$	.001
Vorbereitende Workshops			
Massentierhaltung	Alter	$\rho=-.03$	.694
	Herkunft	$V=.10$	.767
	Geschlecht	$V=.35$	.001
	Beruf	$V=.09$	.810
	FFF	$V=.11$	.622
Bio-Produkte	Alter	$\rho=-.23$	.001
	Herkunft	$V=.11$	.596
	Geschlecht	$V=.28$	.002
	Beruf	$V=.20$	.020
	FFF	$V=.16$	.088
Regionale Produkt	Alter	$\rho=-.07$	.311
	Herkunft	$V=.13$	.427
	Geschlecht	$V=.16$	.170
	Beruf	$V=.11$	.604
	FFF	$V=.15$	.164
Preispolitik	Alter	$\rho=.02$	.751
	Herkunft	$V=.15$	.144
	Geschlecht	$V=.19$	.076
	Beruf	$V=.16$	.148
	FFF	$V=.17$	.058
Einwegprodukte	Alter	$\rho=.17$	.021
	Herkunft	$V=.13$	.322
	Geschlecht	$V=.14$	.308
	Beruf	$V=.11$	.646
	FFF	$V=.13$	.431
Fleischkonsum	Alter	$\rho=.10$	.168
	Herkunft	$V=.07$	.961
	Geschlecht	$V=.29$	.001
	Beruf	$V=.09$	.827
	FFF	$V=.18$	.044
Plastikverpackung	Alter	$\rho=.02$	.789
	Herkunft	$V=.07$	.964
	Geschlecht	$V=.24$	.010
	Beruf	$V=.16$	.127
	FFF	$V=.14$	.255
Überproduktion	Alter	$\rho=-.03$	.698
	Herkunft	$V=.13$	.315
	Geschlecht	$V=.31$	.001
	Beruf	$V=.13$	.428
	FFF	$V=.18$	.028
Fairtrade	Alter	$\rho=-.09$	.225
	Herkunft	$V=.10$	.813

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Fairtrade	Geschlecht	V=,22	.027
	Beruf	V=,10	.722
	FFF	V=,17	.075
Bewusster Konsum	Alter	$\rho=-,00$	.976
	Herkunft	V=,18	.032
	Geschlecht	V=,31	.001
	Beruf	V=,09	.792
	FFF	V=,18	.037
Upcycling	Alter	$\rho=-,05$	.517
	Herkunft	V=,13	.432
	Geschlecht	V=,26	.004
	Beruf	V=,07	.928
	FFF	V=,22	.001
Lebensstil	Alter	$\rho=,03$	.682
	Herkunft	V=,10	.777
	Geschlecht	V=,17	.138
	Beruf	V=,14	.338
	FFF	V=,18	.028
Lebensformen	Alter	$\rho=-,03$	.715
	Herkunft	V=,14	.238
	Geschlecht	V=,32	.001
	Beruf	V=,11	.622
	FFF	V=,18	.028
Artensterben	Alter	$\rho=-,05$	.529
	Herkunft	V=,13	.386
	Geschlecht	V=,20	.052
	Beruf	V=,13	.343
	FFF	V=,19	.020
Multifunktionalität	Alter	$\rho=-,01$	.934
	Herkunft	V=,13	.362
	Geschlecht	V=,19	.082
	Beruf	V=,09	.796
	FFF	V=,16	.100
Ausgleichsflächen	Alter	$\rho=,05$	.470
	Herkunft	V=,11	.696
	Geschlecht	V=,24	.013
	Beruf	V=,12	.465
	FFF	V=,14	.333
Trinkwasser	Alter	$\rho=-,13$	.078
	Herkunft	V=,17	.042
	Geschlecht	V=,13	.368
	Beruf	V=,18	.056
	FFF	V=,17	.067
BNE	Alter	$\rho=,03$	.709
	Herkunft	V=,14	.211
	Geschlecht	V=,24	.013
	Beruf	V=,12	.535
	FFF	V=,23	.001
Theorie_Praxis	Alter	$\rho=,00$	.942
	Herkunft	V=,14	.234
	Geschlecht	V=,26	.005
	Beruf	V=,06	.968
	FFF	V=,16	.139
Alltagsorientierung	Alter	$\rho=,07$	.339
	Herkunft	V=,14	.256
	Geschlecht	V=,20	.049

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Alltagsorientierung	Beruf	$V=.05$	.990
	FFF	$V=.16$	.107
ÖPNV	Alter	$\rho=-.05$	.524
	Herkunft	$V=.13$	.395
	Geschlecht	$V=.07$	.813
	Beruf	$V=.11$	.579
	FFF	$V=.17$	.090
Verkehr	Alter	$\rho=.05$	.522
	Herkunft	$V=.16$	.118
	Geschlecht	$V=.08$	.750
	Beruf	$V=.20$	.026
	FFF	$V=.18$	.045
Mobilitätswende	Alter	$\rho=.05$	.452
	Herkunft	$V=.13$	.346
	Geschlecht	$V=.30$	.001
	Beruf	$V=.09$	.762
	FFF	$V=.19$	.014
E-Mobilität	Alter	$\rho=.06$	.428
	Herkunft	$V=.09$	.842
	Geschlecht	$V=.21$	.038
	Beruf	$V=.11$	.621
	FFF	$V=.12$	.593
Mitsprache	Alter	$\rho=-.20$	.005
	Herkunft	$V=.11$	.622
	Geschlecht	$V=.13$	.370
	Beruf	$V=.23$	.003
	FFF	$V=.22$	.002
Soziale Netze	Alter	$\rho=-.21$	.003
	Herkunft	$V=.12$	.555
	Geschlecht	$V=.26$	.005
	Beruf	$V=.17$	.096
	FFF	$V=.20$	.006
Mehrgenerationenhäuser	Alter	$\rho=-.02$	.840
	Herkunft	$V=.12$	.524
	Geschlecht	$V=.12$	.476
	Beruf	$V=.13$	.419
	FFF	$V=.14$	.254
Vorbildfunktion	Alter	$\rho=.03$	.662
	Herkunft	$V=.16$	.088
	Geschlecht	$V=.16$	.159
	Beruf	$V=.19$	.044
	FFF	$V=.14$	.350
Verantwortungszuschreibung vorbereitende Workshops			
Massentierhaltung	Alter	$V=.08$	.937
	Herkunft	$C=.29$	.062
	Geschlecht	$C=.06$	.874
	Beruf	$C=.22$	.187
	FFF	$C=.22$	.438
Bio-Produkte	Alter	$V=.12$	.591
	Herkunft	$C=.20$	.661
	Geschlecht	$C=.10$	.675
	Beruf	$C=.26$	.074
	FFF	$C=.27$	.177
Regionale Produkte	Alter	$V=.22$	.015
	Herkunft	$C=.20$	.758
	Geschlecht	$C=.11$	.625

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Regionale Produkte	Beruf	C=.18	.576
	FFF	C=.28	.219
Preispolitik	Alter	V=.17	.160
	Herkunft	C=.23	.497
	Geschlecht	C=.21	.075
	Beruf	C=.18	.556
	FFF	C=.25	.408
Einwegprodukte	Alter	V=.16	.175
	Herkunft	C=.13	.966
	Geschlecht	C=.23	.023
	Beruf	C=.17	.527
	FFF	C=.20	.613
Fleischkonsum	Alter	V=.15	.438
	Herkunft	C=.32	.070
	Geschlecht	C=.14	.452
	Beruf	C=.20	.451
	FFF	C=.28	.222
Plastikverpackung	Alter	V=.17	.057
	Herkunft	C=.20	.581
	Geschlecht	C=.15	.249
	Beruf	C=.20	.277
	FFF	C=.32	.020
Überproduktion	Alter	V=.09	.880
	Herkunft	C=.25	.258
	Geschlecht	C=.10	.592
	Beruf	C=.21	.259
	FFF	C=.21	.571
Fairtrade	Alter	V=.13	.511
	Herkunft	C=.30	.067
	Geschlecht	C=.08	.755
	Beruf	C=.22	.233
	FFF	C=.23	.458
Bewusster Konsum	Alter	V=.10	.799
	Herkunft	C=.15	.931
	Geschlecht	C=.22	.040
	Beruf	C=.15	.718
	FFF	C=.13	.974
Upcycling	Alter	V=.11	.802
	Herkunft	C=.13	.970
	Geschlecht	C=.29	.003
	Beruf	C=.13	.826
	FFF	C=.17	.866
Lebensstil	Alter	V=.17	.125
	Herkunft	C=.25	.299
	Geschlecht	C=.15	.334
	Beruf	C=.30	.014
	FFF	C=.16	.921
Lebensformen	Alter	V=.13	.582
	Herkunft	C=.19	.814
	Geschlecht	C=.15	.352
	Beruf	C=.13	.887
	FFF	C=.24	.501
Artensterben	Alter	V=.15	.185
	Herkunft	C=.24	.250
	Geschlecht	C=.02	.991
	Beruf	C=.14	.734

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Artensterben	FFF	$C=.28$	.089
Multifunktionalität	Alter	$V=.17$	.152
	Herkunft	$C=.27$	.216
	Geschlecht	$C=.04$	.977
	Beruf	$C=.15$	.709
	FFF	$C=.21$	.623
Ausgleichsflächen	Alter	$V=.13$	.537
	Herkunft	$C=.16$	.894
	Geschlecht	$C=.09$	.724
	Beruf	$C=.11$	.920
	FFF	$C=.24$	.365
Trinkwasser	Alter	$V=.09$	.872
	Herkunft	$C=.17$	.786
	Geschlecht	$C=.08$	.738
	Beruf	$C=.15$	.685
	FFF	$C=.28$	.077
BNE	Alter	$V=.07$	.979
	Herkunft	$C=.27$	.135
	Geschlecht	$C=.19$	.088
	Beruf	$C=.10$	.943
	FFF	$C=.25$	.302
Theorie_Praxis	Alter	$V=.18$	.061
	Herkunft	$C=.21$	.554
	Geschlecht	$C=.08$	.789
	Beruf	$C=.26$	.053
	FFF	$C=.14$	.960
Alltagsorientierung	Alter	$V=.16$	.170
	Herkunft	$C=.22$	.414
	Geschlecht	$C=.10$	.600
	Beruf	$C=.19$	.411
	FFF	$C=.17$	.839
ÖPNV	Alter	$V=.14$	.318
	Herkunft	$C=.21$	.544
	Geschlecht	$C=.12$	.442
	Beruf	$C=.20$	.324
	FFF	$C=.26$	.163
Verkehr	Alter	$V=.17$	.214
	Herkunft	$C=.19$	.834
	Geschlecht	$C=.04$	.967
	Beruf	$C=.21$	.379
	FFF	$C=.21$	.775
Mobilitätswende	Alter	$V=.10$	.926
	Herkunft	$C=.31$	.163
	Geschlecht	$C=.23$	.075
	Beruf	$C=.20$	.551
	FFF	$C=.40$	.008
E-Mobilität	Alter	$V=.13$	.717
	Herkunft	$C=.26$	.473
	Geschlecht	$C=.32$	.003
	Beruf	$C=.24$	.280
	FFF	$C=.21$	.805
Mitsprache	Alter	$V=.17$	.148
	Herkunft	$C=.28$	.159
	Geschlecht	$C=.17$	.236
	Beruf	$C=.25$	.145
	FFF	$C=.14$	.973

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Soziale Netze	Alter	$V=.11$	.772
	Herkunft	$C=.23$	.520
	Geschlecht	$C=.09$	.773
	Beruf	$C=.19$	.496
	FFF	$C=.12$	.992
Mehrgenerationenhäuser	Alter	$V=.27$	.002
	Herkunft	$C=.14$	.987
	Geschlecht	$C=.10$	.778
	Beruf	$C=.31$	.056
	FFF	$C=.32$	.171
Vorbildfunktion	Alter	$V=.15$	.316
	Herkunft	$C=.21$	.561
	Geschlecht	$C=.14$	.349
	Beruf	$C=.19$	.436
	FFF	$C=.16$	.895
Konsum			
Gerettete Lebensmittel	Alter	$V=.22$	.006
	Herkunft	$C=.13$	.790
	Geschlecht	$C=.13$	.214
	Beruf	$C=.27$	.056
	FFF	$C=.17$	.520
Unverpackte Lebensmittel	Alter	$V=.18$	.063
	Herkunft	$C=.23$	.089
	Geschlecht	$C=.18$	.039
	Beruf	$C=.16$	.258
	FFF	$C=.17$	.449
Bio-Lebensmittel	Alter	$V=.02$	.990
	Herkunft	$C=.07$	.830
	Geschlecht	$C=.81$	.260
	Beruf	$C=.15$	.119
	FFF	$C=.11$	.558
Regionale Lebensmittel	Alter	$V=.06$	.858
	Herkunft	$C=.11$	.542
	Geschlecht	$C=.12$	.081
	Beruf	$C=.12$	.274
	FFF	$C=.16$	.196
Saisonale Lebensmittel	Alter	$V=.17$	.090
	Herkunft	$C=.24$	.062
	Geschlecht	$C=.13$	.186
	Beruf	$C=.12$	.559
	FFF	$C=.20$	.258
Fairer Kaffee etc.	Alter	$V=.12$	.471
	Herkunft	$C=.23$	.105
	Geschlecht	$C=.11$	.298
	Beruf	$C=.12$	.575
	FFF	$C=.29$	.011
Nachhaltige Drogerieartikel	Alter	$V=.16$	.139
	Herkunft	$C=.28$	.052
	Geschlecht	$C=.18$	.045
	Beruf	$C=.14$	.449
	FFF	$C=.31$	.003
Nachhaltige Kleidung und Schuhe	Alter	$V=.15$	.195
	Herkunft	$C=.23$	.081
	Geschlecht	$C=.11$	.305
	Beruf	$C=.15$	.360
	FFF	$C=.37$	.001

Item/Skala	Korreliert mit	Korrelation	Signifikanz (p)
Nachhaltige Geschenkkideen	Alter	$V=.15$	.195
	Herkunft	$C=.18$	.394
	Geschlecht	$C=.18$	.046
	Beruf	$C=.13$	.499
	FFF	$C=.30$	.007
Nachhaltige Gebrauchtwagen	Alter	$V=.19$	.027
	Herkunft	$C=.23$	.094
	Geschlecht	$C=.13$	.176
	Beruf	$C=.17$	.253
	FFF	$C=.18$	.403
Nachhaltige Haushaltsartikel	Alter	$V=.11$	.627
	Herkunft	$C=.22$	.115
	Geschlecht	$C=.08$	.554
	Beruf	$C=.06$	.948
	FFF	$C=.34$	.001
Nachhaltige Möbel	Alter	$V=.17$	.071
	Herkunft	$C=.07$	.987
	Geschlecht	$C=.17$	.059
	Beruf	$C=.17$	.059
	FFF	$C=.38$	.001
Nachhaltige Accessoires/Schmuck	Alter	$V=.18$	.066
	Herkunft	$C=.23$	.082
	Geschlecht	$C=.11$	.338
	Beruf	$C=.15$	.329
	FFF	$C=.32$	.002
Car-Sharing	Alter	$V=.15$	.202
	Herkunft	$C=.21$	.181
	Geschlecht	$C=.10$	.366
	Beruf	$C=.10$	.751
	FFF	$C=.16$	.566
Ruftaxi/Bus	Alter	$V=.17$	.108
	Herkunft	$C=.29$	.007
	Geschlecht	$C=.07$	.642
	Beruf	$C=.10$	.085
	FFF	$C=.18$	.411
E-Ladestation	Alter	$V=.12$	.514
	Herkunft	$C=.28$	.010
	Geschlecht	$C=.04$	.867
	Beruf	$C=.11$	.717
	FFF	$C=.26$	.039
E-Bike-Verleih	Alter	$V=.15$	.216
	Herkunft	$C=.16$	.544
	Geschlecht	$C=.06$	.702
	Beruf	$C=.13$	.478
	FFF	$C=.17$	.490
ÖPNV	Alter	$V=.25$	.001
	Herkunft	$C=.29$	.007
	Geschlecht	$C=.12$	.252
	Beruf	$C=.26$	.011
	FFF	$C=.23$	.112
Nachhaltige Restaurants	Alter	$V=.17$	.101
	Herkunft	$C=.18$	.408
	Geschlecht	$C=.10$	.404
	Beruf	$C=.06$	.956
	FFF	$C=.27$	.024

Anhang F 2: Zusammenhang zwischen dem Mittelwert des Summenwerts der Lebenszufriedenheit [SWLS] und dem Alter in der Zielstichprobe (Werte: 35-31 = extrem zufrieden, 30-26 = zufrieden, 25-21 = eher zufrieden, 20 = neutral, 19-15 = eher unzufrieden, 14-10 = unzufrieden, 9-5 = extrem unzufrieden, n=195)

Altersgruppe	14-16 Jahre (<i>M</i> =23.89, <i>SD</i> =4.60, n=35)	17-19 Jahre (<i>M</i> =24.24, <i>SD</i> =5.15, n=66)	20-22 Jahre (<i>M</i> =25.96, <i>SD</i> =5.16, n=55)	23-25 Jahre (<i>M</i> =26.10, <i>SD</i> =4.35, n=39)
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p>.05$ nicht signifikant.				

Anhang F 3: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [ATT] in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=195)

	Weiblich	Männlich
n	137	58
M	4.63	4.43
SD	.38	.61
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p>.05$ (zweiseitig) nicht signifikant.		

Anhang F 4: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Zugewandtheit zu FFF in der Zielstichprobe (n=186)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Geschlecht	Weiblich	Anzahl	3	85	35	7	130
		% von Geschlecht	2.3 %	65.4 %	26.9 %	5.4 %	100.0 %
	Männlich	Anzahl	1	41	13	1	56
		% von Geschlecht	1.8 %	73.2 %	23.2 %	1.8 %	100.0 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von Geschlecht	2.2 %	67.7 %	25.8 %	4.3 %	100.0 %
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p>.05$ (zweiseitig) nicht signifikant.							

Anhang F 5: Zusammenhang zwischen dem Beruf und der Zugewandtheit zu FFF in der Zielstichprobe (n=183)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Beruf	Schule	Anzahl	3	55	35	4	97
		% von Beruf	3.1 %	56.7 %	36.1 %	4.1 %	100.0 %
	Studium	Anzahl	1	54	12	2	69
		% von Beruf	1.4 %	78.3 %	17.4 %	2.9 %	100.0 %
	Berufsleben	Anzahl	0	14	1	2	17
		% von Beruf	0.0 %	82.4 %	5.9 %	11.8 %	100.0 %
Gesamt		Anzahl	4	123	48	8	183
		% von Beruf	2.2 %	67.2 %	26.2 %	4.4 %	100.0 %
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p<.05$ (zweiseitig) signifikant.							

Anhang F 6: Korrelationen des Mittelwerts des Summenwerts der Skala zur Lebenszufriedenheit [SWLS] mit den Variablen des CADM in der Zielstichprobe (n=195)

	SWLS_SUM		
	r	p	p Kruskal-Wallis-Test
Nachh Wissen	.17	.021	.228
Nachh Wissen Kleidung	.08	.297	
Nachh Einst	.13	.066	
Nachh Int	.18	.014	.249
PN	.17	.020	.134
PN Kleidung	.13	.077	
PBC	.05	.478	
NHB	.20	.006	.238

Anhang F 7: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Teilnahme an Demonstrationen in der Zielstichprobe (n=184)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Demo	Ja	Anzahl	0	23	18	8	49
		% von FFF	0.0 %	18.5 %	37.5 %	100.0 %	26.6 %
	Nein	Anzahl	4	101	30	0	135
		% von FFF	100.0 %	81.5 %	62.5 %	0.0 %	73.4 %
Gesamt		Anzahl	4	124	48	8	184
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=30.54, p=.001, \phi=0.41$.							

Anhang F 8: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Teilnahme an Petitionen in der Zielstichprobe (n=180)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Petitionen	Ja	Anzahl	0	55	36	6	97
		% von FFF	0.0 %	45.5 %	76.6 %	75.0 %	53.9 %
	Nein	Anzahl	4	66	11	2	83
		% von FFF	100.0 %	54.5 %	23.4 %	25.0 %	46.1 %
Gesamt		Anzahl	4	121	47	8	180
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=19.33, p=.001, \phi=0.33$.

Anhang F 9: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Teilnahme an Petitionen in der Zielstichprobe (n=189)

			Altersgruppe				Gesamt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
Petitionen	Ja	Anzahl	14	36	22	29	101
		% von Altersgruppe	42.4 %	57.1 %	40.7 %	74.4 %	53.4 %
	Nein	Anzahl	19	27	32	10	88
		% von Altersgruppe	57.6 %	42.9 %	59.3 %	25.6 %	46.6 %
Gesamt		Anzahl	33	63	54	39	189
		% von Altersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=12.32, p=.006, \varphi=0.26$.							

Anhang F 10: Zusammenhang zwischen dem Alter und den Aktionen in der Zielstichprobe „Lebensmittel retten“ (n=193), „Urban Gardening“ (n=193), „Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=193) und „Aktionen zum Naturschutz“ (n=193)

			Altersgruppe				Ge- samt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
Lebensmittel retten	Kenne ich nicht.	Anzahl	16	26	12	7	61
		% von Al- tersgruppe	45.7 %	40.6 %	21.8 %	17.9 %	31.6 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	Anzahl	13	30	34	20	97
		% von Al- tersgruppe	37.1 %	46.9 %	61.8 %	51.3 %	50.3 %
	Habe bereits teilge- nommen.	Anzahl	4	7	9	11	31
		% von Al- tersgruppe	11.4 %	10.9 %	16.4 %	28.2 %	16.1 %
	Ich war an der Or- ganisation beteiligt.	Anzahl	2	1	0	1	4
		% von Al- tersgruppe	5.7 %	1.6 %	0.0 %	2.6 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	35	64	55	39	193
		% von Al- tersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=19.24, p=.023, \varphi=0.18$.							
Urban Gardening (Gärtnern in der Stadt)	Kenne ich nicht.	Anzahl	19	35	20	10	84
		% von Al- tersgruppe	54.3 %	54.7 %	36.4 %	25.6 %	43.5 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	Anzahl	16	28	34	27	105
		% von Al- tersgruppe	45.7 %	43.8 %	61.8 %	69.2 %	54.4 %
	Habe bereits teilge- nommen.	Anzahl	0	1	1	2	4
		% von Al- tersgruppe	0.0 %	1.6 %	1.8 %	5.1 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	35	64	55	39	193
		% von Al- tersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=12.81, p=.046, \varphi=0.18$.							
Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwick- lung	Kenne ich nicht.	Anzahl	15	41	27	19	102
		% von Al- tersgruppe	42.9 %	64.1 %	49.1 %	48.7 %	52.8 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	Anzahl	11	14	27	16	68
		% von Al- tersgruppe	31.4 %	21.9 %	49.1 %	41.0 %	35.2 %

			Altersgruppe				Ge- samt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
	Habe bereits teilge- nommen.	Anzahl	8	9	1	3	21
		% von Al- tersgruppe	22.9 %	14.1 %	1.8 %	7.7 %	10.9 %
	Ich war an der Or- ganisation beteiligt.	Anzahl	1	0	0	1	2
		% von Al- tersgruppe	2.9 %	0.0 %	0.0 %	2.6 %	1.0 %
Gesamt		Anzahl	35	64	55	39	193
		% von Al- tersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(9)=22.17, p=.008, \varphi=0.20$.							
Aktionen zum Natur- schutz	Kenne ich nicht.	Anzahl	7	19	6	6	38
		% von Al- tersgruppe	20.0 %	29.7 %	10.9 %	15.4 %	19.7 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilge- nommen.	Anzahl	13	18	31	24	86
		% von Al- tersgruppe	37.1 %	28.1 %	56.4 %	61.5 %	44.6 %
	Habe bereits teilge- nommen.	Anzahl	14	26	17	8	65
		% von Al- tersgruppe	40.0 %	40.6 %	30.9 %	20.5 %	33.7 %
	Ich war an der Or- ganisation beteiligt.	Anzahl	1	1	1	1	4
		% von Al- tersgruppe	2.9 %	1.6 %	1.8 %	2.6 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	35	64	55	39	193
		% von Al- tersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi ² -Test ergab: $\chi^2(9)=18.04, p=.035, \varphi=0.18$.							

Anhang F 11: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und den Aktionen in der Zielstichprobe „Lebensmittel retten“ (n=193), „Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=193), „Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=193) und Aktion „Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=193)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Lebensmittel retten	Kenne ich nicht.	Anzahl	34	27	61
		% von Geschlecht	25.2 %	46.6 %	31.6 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	72	25	97
		% von Geschlecht	53.3 %	43.1 %	50.3 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	25	6	31
		% von Geschlecht	18.5 %	10.3 %	16.1 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	4	0	4
		% von Geschlecht	3.0 %	0.0 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=10.11, p=.012, \varphi=0.23$.					
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	43	30	73
		% von Geschlecht	31.9 %	51.7 %	37.8 %

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	64	23	87
		% von Geschlecht	47.4 %	39.7 %	45.1 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	25	5	30
		% von Geschlecht	18.5 %	8.6 %	15.5 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	3	0	3
		% von Geschlecht	2.2 %	0.0 %	1.6 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=8.62, p=.035, \phi=0.21$.					
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	33	21	54
		% von Geschlecht	24.4 %	36.2 %	28.0 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	53	28	81
		% von Geschlecht	39.3 %	48.3 %	42.0 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	45	9	54
		% von Geschlecht	33.3 %	15.5 %	28.0 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	4	0	4
		% von Geschlecht	3.0 %	0.0 %	2.1 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=9.11, p=.028, \phi=0.22$.					
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	44	25	69
		% von Geschlecht	32.6 %	43.1 %	35.8 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	34	21	55
		% von Geschlecht	25.2 %	36.2 %	28.5 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	55	12	67
		% von Geschlecht	40.7 %	20.7 %	34.7 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	2	0	2
		% von Geschlecht	1.5 %	0.0 %	1.0 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=8.54, p=.036, \phi=0.21$.					

Anhang F 12: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und den Aktionen in der Zielstichprobe „Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=185), „Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung“ (n=185), Aktion „Führung auf einem Biobauernhof“ (n=185), „Besuch von nachhaltigen Märkten und Messen“ (n=184) und „Besuch einer Umweltbildungseinrichtung“ (n=185)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	2	32	16	1	51
		% von FFF	50.0 %	25.6 %	33.3 %	12.5 %	27.6 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	2	60	13	2	77
		% von FFF	50.0 %	48.0 %	27.1 %	25.0 %	41.6 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	0	31	19	4	54
		% von FFF	0.0 %	24.8 %	39.6 %	50.0 %	29.2 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	0	2	0	1	3
		% von FFF	0.0 %	1.6 %	0.0 %	12.5 %	1.6 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.04$, $p=.035$, $\phi=0.18$.							
Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung	Kenne ich nicht.	Anzahl	3	52	20	1	76
		% von FFF	75.0 %	41.6 %	41.7 %	12.5 %	41.1 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	1	52	16	1	70
		% von FFF	25.0 %	41.6 %	33.3 %	12.5 %	37.8 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	0	17	12	6	35
		% von FFF	0.0 %	13.6 %	25.0 %	75.0 %	18.9 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	0	4	0	0	4
		% von FFF	0.0 %	3.2 %	0.0 %	0.0 %	2.2 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=23.76$. $p=.005$. $\phi=0.21$.							
Führung auf einem Biobauernhof	Kenne ich nicht.	Anzahl	3	21	12	0	36
		% von FFF	75.0 %	16.8 %	25.0 %	0.0 %	19.5 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	1	72	27	3	103
		% von FFF	25.0 %	57.6 %	56.3 %	37.5 %	55.7 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	0	31	8	4	43
		% von FFF	0.0 %	24.8 %	16.7 %	50.0 %	23.2 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	0	1	1	1	3
		% von FFF	0.0 %	0.8 %	2.1 %	12.5 %	1.6 %

		FFF				Gesamt	
		Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.		
Gesamt	Anzahl	4	125	48	8	185	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=21.25, p=.012, \phi=0.20$.							
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	Kenne ich nicht.	Anzahl	2	20	5	2	29
		% von FFF	50.0 %	16.1 %	10.4 %	25.0 %	15.8 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	2	68	24	0	94
		% von FFF	50.0 %	54.8 %	50.0 %	0.0 %	51.1 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	0	30	19	6	55
		% von FFF	0.0 %	24.2 %	39.6 %	75.0 %	29.9 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	0	6	0	0	6
		% von FFF	0.0 %	4.8 %	0.0 %	0.0 %	3.3 %
Gesamt	Anzahl	4	4	124	48	8	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=21.13, p=.012, \phi=0.20$.							
Besuch einer Umweltbildungseinrichtung	Kenne ich nicht.	Anzahl	2	26	5	5	38
		% von FFF	50.0 %	20.8 %	10.4 %	62.5 %	20.5 %
	Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	Anzahl	2	58	19	0	79
		% von FFF	50.0 %	46.4 %	39.6 %	0.0 %	42.7 %
	Habe bereits teilgenommen.	Anzahl	0	39	24	3	66
		% von FFF	0.0 %	31.2 %	50.0 %	37.5 %	35.7 %
	Ich war an der Organisation beteiligt.	Anzahl	0	2	0	0	2
		% von FFF	0.0 %	1.6 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %
Gesamt	Anzahl	4	125	48	8	185	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=20.78, p=.014, \phi=0.19$.							

Anhang F 13: Zusammenhang zwischen dem Alter und den Gruppen in der Zielstichprobe „Amnesty International“ (n=190), „Greenpeace“ (n=190) und „Studentische Initiativen“ (n=191)

			Altersgruppe				Ge- samt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
Amnesty In- ternational	Kenne ich nicht.	Anzahl	18	35	21	4	78
		% von Al- tersgruppe	56.3 %	53.8 %	38.2 %	10.5 %	41.1 %
	Kenne ich.	Anzahl	10	19	27	32	88
		% von Al- tersgruppe	31.3 %	29.2 %	49.1 %	84.2 %	46.3 %

			Altersgruppe				Gesamt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	3	11	6	2	22
		% von Altersgruppe	9.4 %	16.9 %	10.9 %	5.3 %	11.6 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	1	0	1	0	2
		% von Altersgruppe	3.1 %	0.0 %	1.8 %	0.0 %	1.1 %
Gesamt		Anzahl	32	65	55	38	190
		% von Altersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=36.43, p=.001, \varphi=0.25$.							
Greenpeace	Kenne ich nicht.	Anzahl	3	7	2	1	13
		% von Altersgruppe	8.8 %	10.9 %	3.7 %	2.6 %	6.8 %
	Kenne ich.	Anzahl	21	40	48	31	140
		% von Altersgruppe	61.8 %	62.5 %	88.9 %	81.6 %	73.7 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	10	15	4	3	32
		% von Altersgruppe	29.4 %	23.4 %	7.4 %	7.9 %	16.8 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	2	0	3	5
		% von Altersgruppe	0.0 %	3.1 %	0.0 %	7.9 %	2.6 %
Gesamt		Anzahl	34	64	54	38	190
		% von Altersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=23.16, p=.006, \varphi=0.20$.							
Studentische Initiativen	Kenne ich nicht.	Anzahl	32	58	32	13	135
		% von Altersgruppe	97.0 %	89.2 %	58.2 %	34.2 %	70.7 %
	Kenne ich.	Anzahl	1	5	16	18	40
		% von Altersgruppe	3.0 %	7.7 %	29.1 %	47.4 %	20.9 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	1	5	4	10
		% von Altersgruppe	0.0 %	1.5 %	9.1 %	10.5 %	5.2 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	1	2	3	6
		% von Altersgruppe	0.0 %	1.5 %	3.6 %	7.9 %	3.1 %
Gesamt		Anzahl	33	65	55	38	191
		% von Altersgruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=50.04, p=.001, \varphi=0.30$.							

Anhang F 14: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Gruppe „Foodsharing“ in der Zielstichprobe (n=191)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Foodsharing	Kenne ich nicht.	Anzahl	51	35	86
		% von Geschlecht	38.3 %	60.3 %	45.0 %
	Kenne ich.	Anzahl	42	16	58
		% von Geschlecht	31.6 %	27.6 %	30.4 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	35	5	40
		% von Geschlecht	26.3 %	8.6 %	20.9 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	5	2	7
		% von Geschlecht	3.8 %	3.4 %	3.7 %
Gesamt		Anzahl	133	58	191
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=10.60$, $p=.014$, $\phi=0.24$.					

Anhang F 15: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und den Gruppen in der Zielstichprobe „Amnesty International“ (n=184), „Students for Future“ (n=184), „Greenpeace“ (n=185), „Landesbund für Vogelschutz“ (n=183), „Pro Veg“ (n=183) und „fairElnt“ (n=185)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Amnesty International	Kenne ich nicht.	Anzahl	4	49	22	1	76
		% von FFF	100.0 %	39.2 %	46.8 %	12.5 %	41.3 %
	Kenne ich.	Anzahl	0	66	17	3	86
		% von FFF	0.0 %	52.8 %	36.2 %	37.5 %	46.7 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	9	8	3	20
		% von FFF	0.0 %	7.2 %	17.0 %	37.5 %	10.9 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	1	0	1	2
		% von FFF	0.0 %	0.8 %	0.0 %	12.5 %	1.1 %
Gesamt		Anzahl	4	125	47	8	184
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=28.62, p=.001, \varphi=0.23$.							
Students for Future	Kenne ich nicht.	Anzahl	4	70	24	2	100
		% von FFF	100.0%	56.5%	50.0%	25.0%	54.3%
	Kenne ich.	Anzahl	0	44	11	2	57
		% von FFF	0.0%	35.5%	22.9%	25.0%	31.0%

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	9	13	2	24
		% von FFF	0.0%	7.3%	27.1%	25.0%	13.0%
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	1	0	2	3
		% von FFF	0.0%	0.8%	0.0%	25.0%	1.6%
Gesamt		Anzahl	4	124	48	8	184
		% von FFF	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=46.23, p=.001, \phi=0.29$.							
Greenpeace	Kenne ich nicht.	Anzahl	2	8	2	0	12
		% von FFF	50.0 %	6.4 %	4.2 %	0.0 %	6.5 %
	Kenne ich.	Anzahl	2	105	24	5	136
		% von FFF	50.0 %	84.0 %	50.0 %	62.5 %	73.5 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	9	21	2	32
		% von FFF	0.0 %	7.2 %	43.8 %	25.0 %	17.3 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	3	1	1	5
		% von FFF	0.0 %	2.4 %	2.1 %	12.5 %	2.7 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=49.32, p=.001, \phi=0.30$.							
Landesbund für Vogelschutz	Kenne ich nicht.	Anzahl	4	41	17	2	64
		% von FFF	100.0 %	33.1 %	36.2 %	25.0 %	35.0 %
	Kenne ich.	Anzahl	0	75	20	5	100
		% von FFF	0.0 %	60.5 %	42.6 %	62.5 %	54.6 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	7	7	1	15
		% von FFF	0.0 %	5.6 %	14.9 %	12.5 %	8.2 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	1	3	0	4
		% von FFF	0.0 %	0.8 %	6.4 %	0.0 %	2.2 %

		FFF				Gesamt	
		Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.		
Gesamt	Anzahl	4	124	47	8	183	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.71, p=.028, \varphi=0.19$.							
Pro Veg	Kenne ich nicht.	Anzahl	3	102	34	3	142
		% von FFF	75.0 %	81.6 %	73.9 %	37.5 %	77.6 %
	Kenne ich.	Anzahl	1	17	4	5	27
		% von FFF	25.0 %	13.6 %	8.7 %	62.5 %	14.8 %
	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Anzahl	0	6	6	0	12
		% von FFF	0.0 %	4.8 %	13.0 %	0.0 %	6.6 %
	Ich bin Mitglied.	Anzahl	0	0	2	0	2
		% von FFF	0.0 %	0.0 %	4.3 %	0.0 %	1.1 %
Gesamt	Anzahl	4	125	46	8	183	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=26.19, p=.002, \varphi=0.22$.							
fairEInt	Kenne ich nicht.	Anzahl	4	117	45	4	170
		% von FFF	100.0 %	92.9 %	95.7 %	50.0 %	91.9 %
	Kenne ich.	Anzahl	0	9	2	4	15
		% von FFF	0.0 %	7.1 %	4.3 %	50.0 %	8.1 %
Gesamt	Anzahl	4	126	47	8	185	
	% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=20.30, p=.001, \varphi=0.33$.							

Anhang F 16: Zusammenhang zwischen dem Alter und der Bewertung der Relevanz der Maßnahme „Bio-Produkte“ in der Zielstichprobe (n=194)

			Altersgruppe				Gesamt
			14-16 Jahre	17-19 Jahre	20-22 Jahre	23-25 Jahre	
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Nicht wichtig	Anzahl	1	3	3	2	9
		% von Alters- gruppe	2.9 %	4.6 %	5.5 %	5.1 %	4.6 %

	Eher nicht wichtig	Anzahl	0	3	10	5	18
		% von Alters- gruppe	0.0 %	4.6 %	18.2 %	12.8 %	9.3 %
	Eher wichtig	Anzahl	8	21	24	12	65
		% von Alters- gruppe	22.9 %	32.3 %	43.6 %	30.8 %	33.5 %
	Wichtig	Anzahl	26	38	18	20	102
		% von Alters- gruppe	74.3 %	58.5 %	32.7 %	51.3 %	52.6 %
Gesamt		Anzahl	35	65	55	39	194
		% von Alters- gruppe	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=21.02, p=.013, \varphi=0.19$.							

Anhang F 17: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Bewertung der Relevanz der Maßnahmen in der Zielstichprobe „Wie wichtig findest du folgende Aspekte?“ „Massentierhaltung“ (n=194) „Bio-Produkte“ (n=194), „Fleischkonsum“ (n=193), „Plastikverpackungen“ (n=192), „Überproduktion“ (n=194), „Fair Trade“ (n=194), „bewusster Konsum“ (n=194), „Upcycling“ (n=194), „Lebensformen“ (n=193), „Ausgleichsflächen“ (n=190), „BNE“ (n=193), „Theorie-Praxis“ (n=191), „Alltagsorientierung der Bildungsinhalte“ (n=192), „Mobilitätswende“ (n=193), „E-Mobilität“ (n=191) und „Soziale Netzwerke“ (n=194)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Nicht wichtig	Anzahl	1	7	8
		% von Geschlecht	0.7 %	12.1 %	4.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	5	6
		% von Geschlecht	0.7 %	8.6 %	3.1 %
	Eher wichtig	Anzahl	27	14	41
		% von Geschlecht	19.9 %	24.1 %	21.1 %
	Wichtig	Anzahl	107	32	139
		% von Geschlecht	78.7 %	55.2 %	71.6 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=24.33, p=.001, \phi=0.35$.					
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Nicht wichtig	Anzahl	2	7	9
		% von Geschlecht	1.5 %	12.1 %	4.6 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	10	8	18
		% von Geschlecht	7.4 %	13.8 %	9.3 %
	Eher wichtig	Anzahl	52	13	65
		% von Geschlecht	38.2 %	22.4 %	33.5 %
	Wichtig	Anzahl	72	30	102
		% von Geschlecht	52.9 %	51.7 %	52.6 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=14.71, p=.002, \phi=0.28$.					
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Nicht wichtig	Anzahl	7	13	20
		% von Geschlecht	5.2 %	22.4 %	10.4 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	18	12	30
		% von Geschlecht	13.3 %	20.7 %	15.5 %
	Eher wichtig	Anzahl	36	9	45
		% von Geschlecht	26.7 %	15.5 %	23.3 %
	Wichtig	Anzahl	74	24	98
		% von Geschlecht	54.8 %	41.4 %	50.8 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=16.64, p=.001, \phi=0.29$.					

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Nicht wichtig	Anzahl	0	2	2
		% von Geschlecht	0.0 %	3.6 %	1.0 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	2	2	4
		% von Geschlecht	1.5 %	3.6 %	2.1 %
	Eher wichtig	Anzahl	13	12	25
		% von Geschlecht	9.6 %	21.4 %	13.0 %
	Wichtig	Anzahl	121	40	161
		% von Geschlecht	89.0 %	71.4 %	83.9 %
Gesamt		Anzahl	136	56	192
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=11.45, p=.010, \varphi=0.24$.					
Überproduktion sollte verhindert werden.	Nicht wichtig	Anzahl	1	1	2
		% von Geschlecht	0.7 %	1.7 %	1.0 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	3	9	12
		% von Geschlecht	2.2 %	15.5 %	6.2 %
	Eher wichtig	Anzahl	21	16	37
		% von Geschlecht	15.4 %	27.6 %	19.1 %
	Wichtig	Anzahl	111	32	143
		% von Geschlecht	81.6 %	55.2 %	73.7 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=19.04, p=.001, \varphi=0.31$.					
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Nicht wichtig	Anzahl	1	5	6
		% von Geschlecht	0.7 %	8.6 %	3.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	11	6	17
		% von Geschlecht	8.1 %	10.3 %	8.8 %
	Eher wichtig	Anzahl	61	21	82
		% von Geschlecht	44.9 %	36.2 %	42.3 %
	Wichtig	Anzahl	63	26	89
		% von Geschlecht	46.3 %	44.8 %	45.9 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=9.15, p=.027, \varphi=0.22$.					
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen).	Nicht wichtig	Anzahl	0	6	6
		% von Geschlecht	0.0 %	10.3 %	3.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	11	6	17
		% von Geschlecht	8.1 %	10.3 %	8.8 %
	Eher wichtig	Anzahl	43	23	66
		% von Geschlecht	31.6 %	39.7 %	34.0 %
	Wichtig	Anzahl	82	23	105
		% von Geschlecht	60.3 %	39.7 %	54.1 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=18.28, p=.001, \varphi=0.31$.					
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Nicht wichtig	Anzahl	2	5	7
		% von Geschlecht	1.5 %	8.6 %	3.6 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	15	14	29
		% von Geschlecht	11.0 %	24.1 %	14.9 %
	Eher wichtig	Anzahl	41	17	58
		% von Geschlecht	30.1 %	29.3 %	29.9 %
	Wichtig	Anzahl	78	22	100
		% von Geschlecht	57.4 %	37.9 %	51.5 %

		Geschlecht		Gesamt	
		Weiblich	Männlich		
Gesamt	Anzahl	136	58	194	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=13.42, p=.004, \varphi=0.26$.					
Neue Lebensformen (z B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Nicht wichtig	Anzahl	3	9	12
		% von Geschlecht	2.2 %	15.5 %	6.2 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	24	9	33
		% von Geschlecht	17.8 %	15.5 %	17.1 %
	Eher wichtig	Anzahl	50	29	79
		% von Geschlecht	37.0 %	50.0 %	40.9 %
	Wichtig	Anzahl	58	11	69
		% von Geschlecht	43.0 %	19.0 %	35.8 %
Gesamt	Anzahl	135	58	193	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=19.86, p=.001, \varphi=0.32$.					
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Nicht wichtig	Anzahl	1	5	6
		% von Geschlecht	0.7 %	8.9 %	3.2 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	11	8	19
		% von Geschlecht	8.2 %	14.3 %	10.0 %
	Eher wichtig	Anzahl	48	17	65
		% von Geschlecht	35.8 %	30.4 %	34.2 %
	Wichtig	Anzahl	74	26	100
		% von Geschlecht	55.2 %	46.4 %	52.6 %
Gesamt	Anzahl	134	56	190	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=10.58, p=.013, \varphi=0.24$.					
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Nicht wichtig	Anzahl	0	2	2
		% von Geschlecht	0.0 %	3.5 %	1.0 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	6	8	14
		% von Geschlecht	4.4 %	14.0 %	7.3 %
	Eher wichtig	Anzahl	43	17	60
		% von Geschlecht	31.6 %	29.8 %	31.1 %
	Wichtig	Anzahl	87	30	117
		% von Geschlecht	64.0 %	52.6 %	60.6 %
Gesamt	Anzahl	136	57	193	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=10.79, p=.013, \varphi=0.24$.					
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.	Nicht wichtig	Anzahl	0	4	4
		% von Geschlecht	0.0 %	7.1 %	2.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	8	7	15
		% von Geschlecht	5.9 %	12.5 %	7.9 %
	Eher wichtig	Anzahl	48	17	65
		% von Geschlecht	35.6 %	30.4 %	34.0 %
	Wichtig	Anzahl	79	28	107
		% von Geschlecht	58.5 %	50.0 %	56.0 %
Gesamt	Anzahl	135	56	191	
	% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=12.65, p=.005, \varphi=0.28$.					
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Nicht wichtig	Anzahl	0	2	2
		% von Geschlecht	0.0 %	3.5 %	1.0 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	7	5	12
		% von Geschlecht	5.2 %	8.8 %	6.3 %

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
	Eher wichtig	Anzahl	39	21	60
		% von Geschlecht	28.9 %	36.8 %	31.3 %
	Wichtig	Anzahl	89	29	118
		% von Geschlecht	65.9 %	50.9 %	61.5 %
Gesamt		Anzahl	135	57	192
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=7.85, p=.049, \varphi=0.20$.					
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Nicht wichtig	Anzahl	4	11	15
		% von Geschlecht	3.0 %	19.0 %	7.8 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	36	10	46
		% von Geschlecht	26.7 %	17.2 %	23.8 %
	Eher wichtig	Anzahl	53	16	69
		% von Geschlecht	39.3 %	27.6 %	35.8 %
	Wichtig	Anzahl	42	21	63
		% von Geschlecht	31.1 %	36.2 %	32.6 %
Gesamt		Anzahl	135	58	193
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=16.75, p=.001, \varphi=0.30$.					
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Nicht wichtig	Anzahl	15	13	28
		% von Geschlecht	11.1 %	23.2 %	14.7 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	31	12	43
		% von Geschlecht	23.0 %	21.4 %	22.5 %
	Eher wichtig	Anzahl	53	12	65
		% von Geschlecht	39.3 %	21.4 %	34.0 %
	Wichtig	Anzahl	36	19	55
		% von Geschlecht	26.7 %	33.9 %	28.8 %
Gesamt		Anzahl	135	56	191
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=8.42, p=.038, \varphi=0.21$.					
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Nicht wichtig	Anzahl	1	6	7
		% von Geschlecht	0.7 %	10.3 %	3.6 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	23	12	35
		% von Geschlecht	16.9 %	20.7 %	18.0 %
	Eher wichtig	Anzahl	59	25	84
		% von Geschlecht	43.4 %	43.1 %	43.3 %
	Wichtig	Anzahl	53	15	68
		% von Geschlecht	39.0 %	25.9 %	35.1 %
Gesamt		Anzahl	136	58	194
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=12.72, p=.005, \varphi=0.26$.					

Anhang F 18: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Bewertung der Relevanz der Maßnahmen in der Zielstichprobe „Wie wichtig findest du folgende Aspekte?“ „Fleischkonsum“ (n=186), „Überproduktion“ (n=186), „bewusster Konsum“ (n=186), „Upcycling“ (n=186), „Lebensstil“ (n=183), „Lebensformen“ (n=185), „Artensterben“ (n=185), „BNE“ (n=186), „Verkehrsentzerrung“ (n=184), „Mobilitätswende“ (n=185), „Mitsprache“ (n=185) und „Soziale Netzwerke“ (n=186)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Nicht wichtig	Anzahl	0	17	2	0	19
		% von FFF	0.0 %	13.5 %	4.2 %	0.0 %	10.2 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	22	4	0	27
		% von FFF	25.0 %	17.5 %	8.3 %	0.0 %	14.5 %
	Eher wichtig	Anzahl	2	33	9	1	45
		% von FFF	50.0 %	26.2 %	18.8 %	12.5 %	24.2 %
	Wichtig	Anzahl	1	54	33	7	95
		% von FFF	25.0 %	42.9 %	68.8 %	87.5 %	51.1 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=17.31, p=.044, \phi=0.18$.							
Überproduktion sollte verhindert werden.	Nicht wichtig	Anzahl	0	1	1	0	2
		% von FFF	0.0 %	0.8 %	2.1 %	0.0 %	1.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	9	0	0	10
		% von FFF	25.0 %	7.1 %	0.0 %	0.0 %	5.4 %
	Eher wichtig	Anzahl	0	33	3	1	37
		% von FFF	0.0 %	26.2 %	6.3 %	12.5 %	19.9 %
	Wichtig	Anzahl	3	83	44	7	137
		% von FFF	75.0 %	65.9 %	91.7 %	87.5 %	73.7 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.66, p=.028, \phi=0.18$.							
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden. Secondhand und Tauschbörsen).	Nicht wichtig	Anzahl	0	6	0	0	6
		% von FFF	0.0 %	4.8 %	0.0 %	0.0 %	3.2 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	0	12	2	1	15
		% von FFF	0.0 %	9.5 %	4.2 %	12.5 %	8.1 %
	Eher wichtig	Anzahl	3	50	10	1	64
		% von FFF	75.0 %	39.7 %	20.8 %	12.5 %	34.4 %
	Wichtig	Anzahl	1	58	36	6	101
		% von FFF	25.0 %	46.0 %	75.0 %	75.0 %	54.3 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=17.87, p=.037, \phi=0.18$.							
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Nicht wichtig	Anzahl	0	5	1	1	7
		% von FFF	0.0 %	4.0 %	2.1 %	12.5 %	3.8 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	0	25	0	1	26
		% von FFF	0.0 %	19.8 %	0.0 %	12.5 %	14.0 %
	Eher wichtig	Anzahl	3	43	11	0	57
		% von FFF	75.0 %	34.1 %	22.9 %	0.0 %	30.6 %
	Wichtig	Anzahl	1	53	36	6	96
		% von FFF	25.0 %	42.1 %	75.0 %	75.0 %	51.6 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=27.69, p=.001, \varphi=0.22$.							
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	Nicht wichtig	Anzahl	0	1	1	0	2
		% von FFF	0.0 %	0.8 %	2.1 %	0.0 %	1.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	0	20	3	2	25
		% von FFF	0.0 %	16.3 %	6.3 %	25.0 %	13.7 %
	Eher wichtig	Anzahl	4	53	12	3	72
		% von FFF	100.0 %	43.1 %	25.0 %	37.5 %	39.3 %
	Wichtig	Anzahl	0	49	32	3	84
		% von FFF	0.0 %	39.8 %	66.7 %	37.5 %	45.9 %
Gesamt		Anzahl	4	123	48	8	183
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.64, p=.028, \varphi=0.18$.							
Neue Lebensformen (z B. Selbstversorgerprinzip, oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Nicht wichtig	Anzahl	0	9	2	1	12
		% von FFF	0.0 %	7.2 %	4.2 %	12.5 %	6.5 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	2	24	3	0	29
		% von FFF	50.0 %	19.2 %	6.3 %	0.0 %	15.7 %
	Eher wichtig	Anzahl	1	55	19	1	76
		% von FFF	25.0 %	44.0 %	39.6 %	12.5 %	41.1 %
	Wichtig	Anzahl	1	37	24	6	68
		% von FFF	25.0 %	29.6 %	50.0 %	75.0 %	36.8 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=18.67, p=.028, \varphi=0.18$.							
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Nicht wichtig	Anzahl	0	2	0	0	2
		% von FFF	0.0 %	1.6 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	4	0	0	5
		% von FFF	25.0 %	3.2 %	0.0 %	0.0 %	2.7 %
	Eher wichtig	Anzahl	2	26	3	1	32
		% von FFF	50.0 %	20.6 %	6.4 %	12.5 %	17.3 %
	Wichtig	Anzahl	1	94	44	7	146
		% von FFF	25.0 %	74.6 %	93.6 %	87.5 %	78.9 %
Gesamt		Anzahl	4	126	47	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=19.65, p=.020, \varphi=0.19$.							
Bildung für nachhaltige Entwicklung sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Nicht wichtig	Anzahl	0	2	0	0	2
		% von FFF	0.0 %	1.6 %	0.0 %	0.0 %	1.1 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	10	0	2	13
		% von FFF	25.0 %	7.9 %	0.0 %	25.0 %	7.0 %
	Eher wichtig	Anzahl	2	48	6	0	56
		% von FFF	50.0 %	38.1 %	12.5 %	0.0 %	30.1 %
	Wichtig	Anzahl	1	66	42	6	115
		% von FFF	25.0 %	52.4 %	87.5 %	75.0 %	61.8 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=28.62, p=.001, \varphi=0.23$.							
Der Verkehr sollte durch versetzten	Nicht wichtig	Anzahl	1	9	0	0	10
		% von FFF	25.0 %	7.2 %	0.0 %	0.0 %	5.4 %

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Eher nicht wichtig	Anzahl	2	33	7	2	44
		% von FFF	50.0 %	26.4 %	14.9 %	25.0 %	23.9 %
	Eher wichtig	Anzahl	0	41	27	4	72
		% von FFF	0.0 %	32.8 %	57.4 %	50.0 %	39.1 %
	Wichtig	Anzahl	1	42	13	2	58
		% von FFF	25.0 %	33.6 %	27.7 %	25.0 %	31.5 %
Gesamt		Anzahl	4	125	47	8	184
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=17.26, p=.045, \phi=0.18$.							
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Nicht wichtig	Anzahl	0	14	0	0	14
		% von FFF	0.0 %	11.2 %	0.0 %	0.0 %	7.6 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	1	34	6	1	42
		% von FFF	25.0 %	27.2 %	12.5 %	12.5 %	22.7 %
	Eher wichtig	Anzahl	1	40	25	1	67
		% von FFF	25.0 %	32.0 %	52.1 %	12.5 %	36.2 %
	Wichtig	Anzahl	2	37	17	6	62
		% von FFF	50.0 %	29.6 %	35.4 %	75.0 %	33.5 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=20.80, p=.014, \phi=0.19$.							
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Nicht wichtig	Anzahl	0	6	2	0	8
		% von FFF	0.0 %	4.8 %	4.2 %	0.0 %	4.3 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	2	28	0	0	30
		% von FFF	50.0 %	22.4 %	0.0 %	0.0 %	16.2 %
	Eher wichtig	Anzahl	0	47	18	1	66
		% von FFF	0.0 %	37.6 %	37.5 %	12.5 %	35.7 %
	Wichtig	Anzahl	2	44	28	7	81
		% von FFF	50.0 %	35.2 %	58.3 %	87.5 %	43.8 %
Gesamt		Anzahl	4	125	48	8	185
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=26.19, p=.002, \phi=0.22$.							
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Nicht wichtig	Anzahl	0	5	2	0	7
		% von FFF	0.0 %	4.0 %	4.2 %	0.0 %	3.8 %
	Eher nicht wichtig	Anzahl	3	26	3	2	34
		% von FFF	75.0 %	20.6 %	6.3 %	25.0 %	18.3 %
	Eher wichtig	Anzahl	0	59	16	4	79
		% von FFF	0.0 %	46.8 %	33.3 %	50.0 %	42.5 %
	Wichtig	Anzahl	1	36	27	2	66
		% von FFF	25.0 %	28.6 %	56.3 %	25.0 %	35.5 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %
Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=23.12, p=.006, \phi=0.20$.							

Anhang F 19: Zusammenhang zwischen dem Geschlecht und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „E-Mobilität“ in der Zielstichprobe (n=119)

			Geschlecht		Gesamt
			Weiblich	Männlich	
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Jede*r Einzelne	Anzahl	5	9	14
		% von Geschlecht	5.6 %	30.0 %	11.8 %
	Die Politik	Anzahl	58	15	73
		% von Geschlecht	65.2 %	50.0 %	61.3 %
	Die Wirtschaft	Anzahl	22	6	28
		% von Geschlecht	24.7 %	20.0 %	23.5 %
	Andere	Anzahl	4	0	4
		% von Geschlecht	4.5 %	0.0 %	3.4 %
Gesamt		Anzahl	89	30	119
		% von Geschlecht	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(3)=13.74$, $p=.003$, $\phi=0.34$.

Anhang F 20: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und der Verantwortungszuschreibung zur Maßnahme „Mobilitätswende“ in der Zielstichprobe (n=115)

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Jede*r Einzelne	Anzahl	0	30	7	1	38
		% von FFF	0.0 %	40.5 %	20.6 %	20.0 %	33.0 %
	Die Politik	Anzahl	1	31	27	4	63
		% von FFF	50.0 %	41.9 %	79.4 %	80.0 %	54.8 %
	Die Wirtschaft	Anzahl	1	7	0	0	8
		% von FFF	50.0 %	9.5 %	0.0 %	0.0 %	7.0 %
	Andere	Anzahl	0	6	0	0	6
		% von FFF	0.0 %	8.1 %	0.0 %	0.0 %	5.2 %
Gesamt		Anzahl	2	74	34	5	115
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(9)=22.40$, $p=.008$, $\phi=0.26$.

Anhang F 21: Zusammenhang zwischen der Zugewandtheit zu FFF und dem Wissen über nachhaltige Restaurants und Cafés in der Zielstichprobe (n=184) „Kennst du nachhaltige Restaurants und Cafés in deiner Region?“

			FFF				Gesamt
			Kenne ich nicht.	Kenne ich.	Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	Ich bin Mitglied.	
Gastronomie	Ja	Anzahl	0	38	18	6	62
		% von FFF	0.0 %	30.2 %	37.5 %	75.0 %	33.3 %
	Nein	Anzahl	3	54	25	2	84
		% von FFF	75.0 %	42.9 %	52.1 %	25.0 %	45.2 %
	Weiß nicht	Anzahl	1	34	5	0	40
		% von FFF	25.0 %	27.0 %	10.4 %	0.0 %	21.5 %
Gesamt		Anzahl	4	126	48	8	186
		% von FFF	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %	100.0 %

Der Chi²-Test ergab: $\chi^2(6)=14.54$, $p=.024$, $\phi=0.20$.

Anhang G: Ergebnisse aus dem Pretest

Anhang G 1: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit [SWLS]	xc
Anhang G 2: Deskriptive Befunde der Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen [AC]	xc
Anhang G 3: Deskriptive Befunde der Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [AR]	xc
Anhang G 4: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [ATT]	xcii
Anhang G 5: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Intentionen [INT]	xcii
Anhang G 6: Deskriptive Befunde der Skala der sozialen Erwünschtheit [KSE-G]	xciii
Anhang G 7: Deskriptive Befunde der Skala zu den persönlichen Normen [PN]	xciii
Anhang G 8: Deskriptive Befunde der Skala zu den persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [PN_Kleidung]	xciii
Anhang G 9: Deskriptive Befunde der Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung [PBC]	xciii
Anhang G 10: Deskriptive Befunde zur nachhaltigen Entwicklung auf theoretischer Ebene	xciv
Anhang G 11: Deskriptive Befunde zur nachhaltigen Entwicklung in der Praxis	xciv
Anhang G 12: Deskriptive Befunde zur Kenntnis über nachhaltige Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt	xcv
Anhang G 13: Deskriptive Befunde zur Kenntnis über nachhaltigkeitsbezogene Gruppen in der Region Ingolstadt	xcviii
Anhang G 14: Deskriptive Befunde zur Teilnahme an Demonstrationen/Petitionen	ci
Anhang G 15: Deskriptive Befunde zur Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	ci
Anhang G 16: Deskriptive Befunde zur Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	cv
Anhang G 17: Deskriptive Befunde zum Wissen über die Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumangebote in der Region Ingolstadt	cviii
Anhang G 18: Deskriptive Befunde Kenntnis über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt	cxi
Anhang G 19: Deskriptive Befunde Mediennutzung	cxi
Anhang G 20: Weitere Hinweise zum Erhebungsinstrument aus dem quantitativen Pretest	cxii

Anhang G 1: Deskriptive Befunde zur Lebenszufriedenheit [SWLS] im Pretest (Werte: 1 = trifft überhaupt nicht zu 2 = trifft nicht zu 3 = trifft eher nicht zu 4 = teils, teils 5 = trifft eher zu 6 = trifft zu 7 = trifft vollständig zu, N=12)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
Lebenszufriedenheit 1	In den meisten Bereichen entspricht mein Leben meinen Idealvorstellungen.	3.92	1.31	.55
Lebenszufriedenheit 2	Meine Lebensbedingungen sind ausgezeichnet.	5.83	.84	-.08
Lebenszufriedenheit 3	Ich bin mit meinem Leben zufrieden.	5.17	1.40	.52
Lebenszufriedenheit 4	Bisher habe ich die wesentlichen Dinge erreicht, die ich mir für mein Leben wünsche.	3.92	1.38	.60
Lebenszufriedenheit 5	Wenn ich mein Leben noch einmal leben könnte, würde ich kaum etwas ändern.	3.75	2.26	.47

Anhang G 2: Deskriptive Befunde der Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen [AC] im Pretest (Werte: 1 = stimme nicht zu 2 = stimme eher nicht zu 3 = teils, teils 4 = stimme eher zu 5 = stimme zu 6 = weiß nicht, N=10)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
nachh_Wiss 1	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig, den Wasserverbrauch zu reduzieren.	3.10	1.73	.07
nachh_Wiss 2	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es wichtig, die biologische Vielfalt zu erhalten.	4.40	.70	.72
nachh_Wiss 3	Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.	3.44	1.42	-.24
nachh_Wiss 4	Für eine nachhaltige Entwicklung ist eine Kultur notwendig, in der Konflikte durch Diskussion friedlich gelöst werden.	4.30	.82	.57
nachh_Wiss 5	Für eine nachhaltige Entwicklung ist es notwendig die Menschenrechte zu achten.	4.30	1.25	.49
nachh_Wiss 6	Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, müssen alle Menschen auf der Welt Zugang zu guter Bildung haben.	4.50	.71	.12
nachh_Wiss 7	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert, dass Unternehmen verantwortungsbewusst gegenüber ihren Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Lieferant*innen handeln.	4.30	.82	.70
nachh_Wiss 8	Eine nachhaltige Entwicklung erfordert einen gerechten Zugang zu Waren und Dienstleistungen für alle Menschen auf der Welt.	3.90	.88	.14
Nachh_Wiss 9	Für eine nachhaltige Entwicklung muss die Armut in der Welt beseitigt werden.	4.30	1.16	.29

Anhang G 3: Deskriptive Befunde der Skala zum nachhaltigkeitsrelevanten Wissen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [AR] im Pretest (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu 2 = stimme nicht zu 3 = stimme eher nicht zu 4 = teils, teils 5 = stimme eher zu 6 = stimme zu 7 = stimme sehr stark zu, N=10)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
nachh_Wiss_Kleidung 1	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zu dem Schaden bei, der der Umwelt zugefügt wird.	3.50	1.72	.54
nachh_Wiss_Kleidung 2	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Menge an Energie und Wasser bei, die bei der Herstellung von Kleidung verwendet werden.	4.20	1.62	.80
nachh_Wiss_Kleidung 3	Durch meinen persönlichen Kleidungskonsum trage ich zur Verwendung gefährlicher Chemikalien in der Bekleidungsproduktion bei.	3.30	1.89	.65

Anhang G 4: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Einstellungen [ATT] im Pretest (Werte: 1 = stimme nicht zu 2 = stimme eher nicht zu 3 = teils, teils 4 = stimme eher zu 5 = stimme zu 6 = weiß nicht, N=10)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
nachh_Einst 1	Ich denke, dass die Verwendung von mehr natürlichen Ressourcen als nötig die Gesundheit und das Wohlbefinden der Menschen in Zukunft gefährdet.	2.90	1.20	.49
nachh_Einst 2	Ich denke, dass wir strengere Gesetze und Vorschriften brauchen, um die Umwelt zu schützen.	3.90	1.10	.11
nachh_Einst 3	Ich denke, dass es wichtig ist, Maßnahmen gegen Probleme zu ergreifen, die mit dem Klimawandel zu tun haben.	4.30	1.25	.72
nachh_Einst 4	Ich denke, dass jedem die Möglichkeit gegeben werden sollte, das Wissen, die Werte und die Fähigkeiten zu erwerben, die notwendig sind, um nachhaltig zu leben.	4.50	.76	.78
nachh_Einst 5	Ich denke, dass wir sicherstellen sollten, dass die Menschen in Zukunft die gleiche Lebensqualität genießen wie wir heute in Europa.	4.40	1.27	.79
nachh_Einst 6	Ich denke, dass Menschen unabhängig von ihrem Geschlecht auf der ganzen Welt die gleichen Möglichkeiten für Bildung und Beschäftigung erhalten müssen	4.60	.70	.56
nachh_Einst 7	Ich denke, dass Unternehmen die Verantwortung haben, den Einsatz von Verpackungen und Einwegartikeln zu reduzieren.	4.22	1.09	-.27
nachh_Einst 8	Ich denke, dass es wichtig ist, die Armut auf der gesamten Welt zu verringern.	4.50	.85	.58
Nachh_Einst 9	Ich denke, dass Unternehmen reicher Länder mit Sitz in ärmeren Ländern ihren Mitarbeiter*innen die gleichen Bedingungen bieten sollten wie in ihren Heimatländern.	4.00	1.16	.69

Anhang G 5: Deskriptive Befunde der Skala zu den nachhaltigkeitsrelevanten Intentionen [INT] im Pretest (Werte: 1 = stimme nicht zu 2 = stimme eher nicht zu 3 = teils, teils 4 = stimme eher zu 5 = stimme zu 6 = weiß nicht, N=9)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
nachh_INT 1	Ich recycle so viel ich kann.	3.50	.93	.60
nachh_INT 2	Ich trenne immer Lebensmittelabfälle, wenn ich die Chance dazu habe.	4.00	1.32	.37
nachh_INT 3	Ich habe meinen persönlichen Lebensstil geändert, um Abfall zu reduzieren (z. B. weniger Lebensmittel wegwerfen oder keine Materialien verschwenden).	2.67	1.32	.91
nachh_INT 4	Wenn ich einen Computer oder ein Handy benutze, um zu chatten, zu schreiben, Spiele zu spielen usw., behandle ich andere immer so respektvoll wie im wirklichen Leben.	3.78	1.39	-.20
nachh_INT 5	Ich unterstütze eine Hilfsorganisation oder eine Umweltgruppe.	2.44	1.74	.58
nachh_INT 6	Ich zeige Männern und Frauen, Jungen und Mädchen den gleichen Respekt.	4.11	1.36	.44
nachh_INT 7	Ich mache Dinge, die weniger privilegierten Menschen helfen.	3.56	1.42	.22
nachh_INT 8	Ich kaufe oft gebrauchte Waren über das Internet oder in einem Geschäft.	2.33	1.58	.51
Nachh_INT 9	Ich vermeide es, Waren von Unternehmen zu kaufen, die einen schlechten Ruf haben, sich um ihre Mitarbeiter und die Umwelt zu kümmern.	3.44	1.01	.14

Anhang G 6: Deskriptive Befunde der Skala der sozialen Erwünschtheit [*KSE-G*] im Pretest (Werte: 0 = trifft gar nicht zu 1 = trifft wenig zu 2 = trifft etwas zu 3 = trifft ziemlich zu 4 = trifft voll und ganz zu, N=9)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
NQ-1	Es ist schon mal vorgekommen, dass ich jemanden ausgenutzt habe.	2.44	1.01	-.16
PQ+2	Auch wenn ich selbst gestresst bin, behandle ich andere immer freundlich und zuvorkommend.	3.56	.73	.00
NQ-3	Manchmal helfe ich jemandem nur, wenn ich eine Gegenleistung erwarten kann.	2.11	.93	.75
PQ+4	Im Streit bleibe ich stets sachlich und objektiv.	3.78	.44	-.42
NQ-5	Ich habe schon mal Müll einfach in die Landschaft oder auf die Straße geworfen.	2.11	1.45	.27
PQ+6	Wenn ich mich mit jemandem unterhalte, höre ich ihm immer aufmerksam zu.	4.22	.44	.13

Anhang G 7: Deskriptive Befunde der Skala zu den persönlichen Normen [*PN*] im Pretest (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu 2 = stimme nicht zu 3 = stimme eher nicht zu 4 = teils, teils 5 = stimme eher zu 6 = stimme zu 7 = stimme sehr stark zu, N=9)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
PN 1	Aufgrund meiner Werte / Prinzipien fühle ich mich persönlich verpflichtet, umweltfreundliche Transportmittel wie Fahrrad, Bus oder Zug zu verwenden.	4.11	2.21	.93
PN 2	Der Aspekt des Umweltschutzes bei der Wahl des Reisemittels ist fest in meinem Wertesystem verankert.	3.78	2.05	.91
PN 3	Wenn ich mich für einen Reisemodus entscheiden muss, fühle ich mich aufgrund meiner Werte verpflichtet, die Umweltauswirkungen zu berücksichtigen.	3.67	1.87	.86

Anhang G 8: Deskriptive Befunde der Skala zu den persönlichen Normen in Bezug auf den Konsum von Kleidung [*PN_Kleidung*] im Pretest (Werte: 1 = stimme überhaupt nicht zu 2 = stimme nicht zu 3 = stimme eher nicht zu 4 = teils, teils 5 = stimme eher zu 6 = stimme zu 7 = stimme sehr stark zu, N=9)

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
PN_Kleidung 1	Egal was andere Leute denken oder tun, meine Prinzipien sagen mir, dass es richtig ist, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	3.56	2.24	.82
PN_Kleidung 2	Es ist richtig, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu reduzieren.	3.44	1.94	.85
PN_Kleidung 3	Ich fühle mich persönlich stark verpflichtet, meinen persönlichen Kleidungsverbrauch zu senken.	2.78	2.11	.79

Anhang G 9: Deskriptive Befunde der Skala zur Selbstwirksamkeitserwartung [*PBC*] im Pretest (Werte: 1 = sehr starker Einfluss 2 = eher starker Einfluss 3 = eher kein starker Einfluss 4 = kein Einfluss, N=9) „Denkst du, dass einzelne Personen durch ihr Kaufverhalten Einfluss auf die Produkte und ihre Herstellungsweise haben können? Bitte beurteile dies für die folgenden Aussagen.“

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
PBC 1	... wie Produkte aussehen.	2.11	.60	.58
PBC 2	... unter welchen Arbeitsbedingungen die Produkte hergestellt werden.	2.22	.97	-.28
PBC 3	... welche Qualität die Produkte haben (z. B. Material und Verarbeitung).	2.11	.93	.71
PBC 4	... wie benutzerfreundlich und bedienbar technische Artikel sind.	2.22	.97	.32

Item	Itemwortlaut	AM	SD	r _{it}
PBC 5	... welche Umweltbelastungen bei der Herstellung der Produkte entstehen.	2.44	1.13	.27
PBC 6	... wie viel die Produkte kosten.	2.56	1.01	.69
PBC 7	... wie lang die Produkte halten, bevor sie kaputt gehen.	2.56	1.01	.51
PBC 8	... wie gut die Produkte recycelt werden können.	2.78	.97	.68
PBC 9	... wo die Produkte hergestellt werden (Ort, Region, Land).	3.22	1.20	.57
PBC 10	... wie viel Energie die Produkte verbrauchen.	3.67	.71	.58

Anhang G 10: Deskriptive Befunde zur nachhaltigen Entwicklung auf theoretischer Ebene im Pretest (N=14) „Sind dir in Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?“

		Schule		Ausbildung		Studium		Beruf	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	7	87.5						
	Nein	1	12.5	1	100.0	1	100.0	1	100.0
	Gesamt	8	100.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5		5		5		5	
	Weiß nicht			3		3		3	
	Nicht zutreffend	1		5		5		5	
	Gesamt	6		13		13		13	
Gesamt		14		14		14		14	

Anhang G 11: Deskriptive Befunde zur nachhaltigen Entwicklung in der Praxis im Pretest (N=14) „Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?“

		Schule		Ausbildung		Studium		Beruf	
		Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	5	83.3						
	Nein	1	16.7	1	100.0	1	100.0	1	100.0
	Gesamt	6	100.0	1	100.0	1	100.0	1	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5		5		5		5	
	Weiß nicht	3		3		3		3	
	Nicht zutreffend			5		5		5	
	Gesamt	8		13		13		13	
Gesamt		14		14		14		14	

Anhang G 12: Deskriptive Befunde zur Kenntnis über nachhaltige Angebote und Aktionen in der Region Ingolstadt im Pretest (N=14) „Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung, Studium oder Beruf) schon mal teilgenommen?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Lebensmittel retten	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Urban Gardening	Gültig	Kenne ich nicht.	9	100.0
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.		
		Habe bereits teilgenommen.		
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Natur- und Wildniscamps	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.		
		Ich war an der Organisation beteiligt.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Repair-Cafés	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	1	11.1
		Habe bereits teilgenommen.		
		Ich war an der Organisation beteiligt.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	4	44.4
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	4	44.4
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		

Item			Häufig- keit	Pro- zent
Fortbildungen zum Thema nachhaltige Entwicklung		Gesamt	9	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Veranstaltungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	1	11.1
		Habe bereits teilgenommen.	2	22.2
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Lehrpfade zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	1	11.1
		Habe bereits teilgenommen.	2	22.2
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Führungen/Exkursionen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Filmvorführungen zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	5	55.6
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	1	11.1
		Habe bereits teilgenommen.	3	33.3
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehl- end	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Workshops zum Thema nachhaltige Entwicklung	Gültig	Kenne ich nicht.	5	55.6
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1

Item			Häufig- keit	Pro- zent
Workshops zum Thema nachhaltige Ent- wicklung		Ich war an der Organisation beteiligt.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Besuch von Umweltbildungseinrichtungen	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Upcycling	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.		
		Habe bereits teilgenommen.	2	22.2
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Pflanzaktionen	Gültig	Kenne ich nicht.	4	44.4
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	3	33.3
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Führungen auf einem Biobauernhof	Gültig	Kenne ich nicht.	3	33.3
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	5	55.6
		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Ge- samt		14	
Aktionen zum Naturschutz	Gültig	Kenne ich nicht.	2	22.2
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	6	66.7

Item			Häufig- keit	Pro- zent
Aktionen zum Naturschutz		Habe bereits teilgenommen.	1	11.1
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Besuch von nachhaltigen Märkten oder Messen	Gültig	Kenne ich nicht.	4	44.4
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	2	22.2
		Habe bereits teilgenommen.	3	33.3
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Besuch von Eine-Welt-Läden	Gültig	Kenne ich nicht.	4	44.4
		Kenne ich, habe aber nicht teilgenommen.	1	11.1
		Habe bereits teilgenommen.	4	44.4
		Ich war an der Organisation beteiligt.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Anhang G 13: Deskriptive Befunde zur Kenntnis über nachhaltigkeitsbezogene Gruppen in der Region Ingolstadt im Pretest (N=14) „Kennst du oder bist du Mitglied in einer oder mehreren der folgenden Gruppen?“

Item			Häufig- keit	Pro- zent
ADFC	Gültig	Kenne ich nicht.	8	88.9
		Kenne ich.	1	11.1
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.		
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
Amnesty International	Gültig	Kenne ich nicht.	6	66.7
		Kenne ich.	3	33.3
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.		
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufig- keit	Pro- zent
Bund für Umwelt- und Natur- schutz	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich.		
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.	2	22.2
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Deutscher Alpenverein	Gültig	Kenne ich nicht.	3	33.3
		Kenne ich.	4	44.4
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Foodsharing	Gültig	Kenne ich nicht.	4	44.4
		Kenne ich.	4	44.4
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.		
		Ich bin Mitglied.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Fridays for Future	Gültig	Kenne ich nicht.		
		Kenne ich.	8	88.9
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	9	100.0
		Gesamt	5	
	Gesamt		14	
Students for Future	Gültig	Kenne ich nicht.	5	55.6
		Kenne ich.	3	33.3
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Greenpeace	Gültig	Kenne ich nicht.		
		Kenne ich.	7	77.8
		Ich könnte mir vorstellen, mitzuma- chen.		
		Ich bin Mitglied.	2	22.2
		Gesamt	9	100.0
	Feh- lend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufig- keit	Pro- zent
Landesbund für Vogelschutz	Gültig	Kenne ich nicht.	1	11.1
		Kenne ich.	6	66.7
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Pro Veg	Gültig	Kenne ich nicht.	8	88.9
		Kenne ich.		
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Slowfood	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich.	1	11.1
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Studentische Initiativen	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich.	1	11.1
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
fairEInt	Gültig	Kenne ich nicht.	8	88.9
		Kenne ich.		
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
IN-Zukunft	Gültig	Kenne ich nicht.	7	77.8
		Kenne ich.	1	11.1
		Ich könnte mir vorstellen, mitzumachen.	1	11.1
		Ich bin Mitglied.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	

Item	Häufigkeit	Prozent
Gesamt	14	

Anhang G 14: Deskriptive Befunde zur Teilnahme an Demonstrationen/Petitionen im Pretest (N=14) „Hast du schon mal an Demonstrationen/Petitionen zu Themen einer nachhaltigen Entwicklung teilgenommen (Klima, Menschenrechte, nachhaltige Landwirtschaft, nachhaltige Mobilität, ...)?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Demonstrationen	Gültig	Ja	3	33.3
		Nein	6	66.7
		Gesamt	9	100.0
Demonstrationen	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Petitionen	Gültig	Ja	2	22.2
		Nein	7	77.8
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Anhang G 15: Deskriptive Befunde zur Beurteilung der Relevanz der Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops im Pretest (N=14) „Wie wichtig findest du folgende Aspekte?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	4	44.4
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	4	44.4
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufigkeit	Prozent
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig		
		Eher wichtig	3	21.4
		Wichtig	6	42.9
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Gültig	Nicht wichtig	2	22.2
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	2	22.2
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig		
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	7	77.8
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Überproduktion sollte verhindert werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	5	55.6
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	4	44.4
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Es sollte bewusster eingekauft werden (Bio- und Unverpackt-Läden, Secondhand und Tauschbörsen).	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	5	55.6
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	4	44.4
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufigkeit	Prozent
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	5	55.6
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Neue Lebensformen (z. B. Selbstversorgerprinzip oder Urban Gardening) sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	12.5
		Eher wichtig	2	25.0
		Wichtig	5	62.5
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Flächen sollten multifunktional genutzt werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	5	55.6
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	5	55.6
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig		
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	6	66.7
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
BNE sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	5	55.6
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufigkeit	Prozent
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	12.5
		Eher wichtig	3	37.5
		Wichtig	4	50.0
		Gesamt	8	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	6	
	Gesamt		14	
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig		
		Eher wichtig	3	37.5
		Wichtig	5	62.5
		Gesamt	8	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	6	
	Gesamt		14	
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	4	44.4
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	5	55.6
		Eher wichtig	2	22.2
		Wichtig	1	11.1
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	4	44.4
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Item			Häufigkeit	Prozent
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig	2	22.2
		Eher wichtig	3	33.3
		Wichtig	4	44.4
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Gültig	Nicht wichtig	1	11.1
		Eher nicht wichtig	1	11.1
		Eher wichtig	5	55.6
		Wichtig	2	22.2
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Gültig	Nicht wichtig		
		Eher nicht wichtig		
		Eher wichtig	6	66.7
		Wichtig	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Anhang G 16: Deskriptive Befunde zur Verantwortungszuschreibung zu den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops im Pretest (N=6 bis N=21) „Wer trägt deiner Meinung nach die Verantwortung für die Umsetzung der Maßnahmen? (Mehrfachnennung möglich)?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Die Massentierhaltung sollte abgeschafft werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	6	42.9
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere		
	Gesamt		16	
Es sollte vermehrt Bio-Produkte geben.	Gültig	Jede*r Einzelne	4	28.6
		Die Politik	3	21.4
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	3	21.4
		Andere	1	7.1
	Gesamt		15	
Der Konsum sollte auf regionale Produkte beschränkt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	7	50.0
		Die Politik	3	21.4
		Die Wirtschaft	3	21.4
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	1	7.1
	Gesamt		15	
Herkömmliche Lebensmittel sollten nicht günstiger sein als nachhaltigere Alternativen.	Gültig	Jede*r Einzelne	4	28.6
		Die Politik	3	21.4
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	1	7.1
	Gesamt		14	

Item			Häufigkeit	Prozent
Einwegprodukte sollten vermieden werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	8	57.1
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	2	14.3
		Sozial- und Umweltverbände	3	21.4
		Andere		
	Gesamt		18	
Der Fleischkonsum sollte reduziert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	5	35.7
		Die Politik	1	7.1
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere		
	Gesamt		8	
Plastikverpackungen sollten vermieden werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	8	57.1
		Die Politik	6	42.9
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere		
	Gesamt		20	
Überproduktion sollte verhindert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	3	21.4
		Die Politik	3	21.4
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	2	14.3
	Gesamt		14	
Beim Kauf von Produkten sollte auf Fair Trade geachtet werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	5	35.7
		Die Politik	1	7.1
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere		
	Gesamt		8	
Es sollte bewusster eingekauft werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	7	50.0
		Die Politik	1	7.1
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	1	7.1
	Gesamt			
Kleidung sollte wiederverwertet werden (Upcycling).	Gültig	Jede*r Einzelne	6	42.9
		Die Politik	2	14.3
		Die Wirtschaft	2	14.3
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere		
	Gesamt		12	
Der Lebensstil sollte sich kleinschrittig ändern.	Gültig	Jede*r Einzelne	7	50.0
		Die Politik	3	21.4
		Die Wirtschaft	2	14.3
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere		
	Gesamt		13	
Neue Lebensformen sollten mehr Aufmerksamkeit bekommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	4	28.6
		Die Politik	4	28.6
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	4	28.6

Item			Häufigkeit	Prozent
		Andere	13	
	Gesamt			
Das Artensterben sollte aufgehalten werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	4	28.6
		Die Politik	6	42.9
		Die Wirtschaft	5	35.7
		Sozial- und Umweltverbände	6	42.9
		Andere		
	Gesamt		21	
Flächen sollten multifunktional genutzt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	2	14.3
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	4	28.6
		Sozial- und Umweltverbände	3	21.4
		Andere		
	Gesamt		14	
Ausgleichsflächen sollten sinnvoll gestaltet werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	3	21.4
		Die Politik	6	42.6
		Die Wirtschaft	3	21.4
		Sozial- und Umweltverbände	4	28.6
		Andere	3	21.4
	Gesamt		19	
Das Trinkwasser sollte weniger verschmutzt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	4	28.6
		Die Politik	6	42.9
		Die Wirtschaft	5	35.7
		Sozial- und Umweltverbände	4	28.6
		Andere	2	14.3
	Gesamt		21	
BNE sollte mehr Raum in Schule, Ausbildung und Studium bekommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	1	7.1
		Die Politik	7	50.0
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere		
	Gesamt		10	
Es sollte möglich sein, die erlernte Theorie in Schule, Ausbildung und im Studium in der Praxis zu erproben.	Gültig	Jede*r Einzelne	3	21.4
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	2	14.3
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	3	21.4
	Gesamt		15	
Die Bildungsinhalte sollten sich an unserem Alltag und den Herausforderungen, die uns begegnen, orientieren.	Gültig	Jede*r Einzelne	2	14.3
		Die Politik	6	42.9
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	2	14.3
	Gesamt		12	
Das Bus- und Bahnnetz sollte ausgebaut werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	3	21.4
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	3	21.4
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	4	28.6
	Gesamt		17	

Item			Häufigkeit	Prozent
Der Verkehr sollte durch versetzten Schulstart und die Möglichkeit zum Home-Office entzerrt werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	2	14.3
		Die Politik	4	28.6
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	1	7.1
	Gesamt		10	
Es sollte zu einer vollständigen Mobilitätswende mit deutlich weniger Individualverkehr kommen.	Gültig	Jede*r Einzelne	1	7.1
		Die Politik	2	14.3
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	1	7.1
	Gesamt		6	
E-Mobilität sollte gefördert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	1	7.1
		Die Politik	2	14.3
		Die Wirtschaft		
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	1	7.1
	Gesamt		5	
Jugendliche sollten mehr Mitsprache bei politischen Entscheidungen haben.	Gültig	Jede*r Einzelne	2	14.3
		Die Politik	8	57.1
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände	1	7.1
		Andere	2	14.3
	Gesamt		14	
Durch funktionierende soziale Netzwerke sollten sich alle unterstützen.	Gültig	Jede*r Einzelne	5	35.7
		Die Politik	4	28.6
		Die Wirtschaft	3	21.4
		Sozial- und Umweltverbände	2	14.3
		Andere	1	7.1
	Gesamt		15	
Mehrgenerationenhäuser sollten gefördert werden.	Gültig	Jede*r Einzelne	3	21.4
		Die Politik	5	35.7
		Die Wirtschaft	2	14.3
		Sozial- und Umweltverbände	3	21.4
		Andere		
	Gesamt		13	
Menschen sollten anderen Menschen Vorbilder sein und Impulse setzen.	Gültig	Jede*r Einzelne	9	64.3
		Die Politik	2	14.3
		Die Wirtschaft	1	7.1
		Sozial- und Umweltverbände		
		Andere	1	7.1
	Gesamt		13	

Anhang G 17: Deskriptive Befunde zum Wissen über die Verfügbarkeit nachhaltiger Konsumangebote in der Region Ingolstadt im Pretest (N=14) „Wenn Du folgende Dinge benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) angeboten werden?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Gerettete Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	2	22.0
		Gibt es hier nicht.	1	11.1
		Weiß nicht	6	66.7
		Gesamt	9	100.0

Item			Häufigkeit	Prozent
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Unverpackte Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	7	77.8
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	2	22.2
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Bio-Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	9	100.0
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Regionale Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	9	100.0
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Saisonale Lebensmittel	Gültig	Gibt es hier.	6	66.7
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Fairer Kaffee, Tee, Schokolade	Gültig	Gibt es hier.	6	66.7
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltige Drogerieartikel	Gültig	Gibt es hier.	3	33.3
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	6	66.7
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltig produzierte Kleidung und Schuhe	Gültig	Gibt es hier.	5	55.6
		Gibt es hier nicht.	1	11.1
		Weiß nicht	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltige Geschenkideen	Gültig	Gibt es hier.	3	33.3
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	6	66.7
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Gebrauchtwaren	Gültig	Gibt es hier.	6	66.7
		Gibt es hier nicht.		

Item			Häufigkeit	Prozent
		Weiß nicht	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltige Haushaltsartikel	Gültig	Gibt es hier.	4	44.4
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	5	55.6
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltige Möbel	Gültig	Gibt es hier.	2	22.2
		Gibt es hier nicht.	1	11.1
		Weiß nicht	6	66.7
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Nachhaltige Accessoires/Schmuck	Gültig	Gibt es hier.	1	11.1
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	8	88.9
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Car-Sharing	Gültig	Gibt es hier.	1	11.1
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	8	88.9
		Gesamt	9	100.1
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Ruftaxi/-bus	Gültig	Gibt es hier.	4	44.4
		Gibt es hier nicht.	2	22.2
		Weiß nicht	3	33.3
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
E-Ladestationen	Gültig	Gibt es hier.	9	100.0
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
E-Bike-Verleih	Gültig	Gibt es hier.	4	44.4
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	5	55.6
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
ÖPNV ÖPNV	Gültig	Gibt es hier.	7	77.8
		Gibt es hier nicht.		
		Weiß nicht	2	22.2
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Anhang G 18: Deskriptive Befunde Kenntnis über nachhaltige Gastronomie in der Region Ingolstadt im Pretest (N=14) „Kennst du nachhaltige Restaurants und Cafés in deiner Region?“

		Häufigkeit	Prozent
Gültig	Ja	1	11.1
	Nein	4	44.4
	Weiß nicht	4	44.4
	Gesamt	9	100.0
Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
Gesamt		14	

Anhang G 19: Deskriptive Befunde Mediennutzung im Pretest (N=14) „Wo informierst du dich über nachhaltigen Konsum und Themen zur nachhaltigen Entwicklung allgemein?“

Item			Häufigkeit	Prozent
Vorträge und Infoveranstaltungen in der Region	Gültig	Nie	6	66.7
		Fast nie	2	22.2
		Manchmal	1	11.1
		Fast immer		
		Immer		
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Broschüren mit Informationen, Tipps und Ratschlägen	Gültig	Nie	3	33.3
		Fast nie	2	22.2
		Manchmal	3	33.3
		Fast immer	1	11.1
		Immer		
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Ausstellungen in der Region	Gültig	Nie	1	11.1
		Fast nie	1	11.1
		Manchmal	2	22.2
		Fast immer	3	33.3
		Immer	2	22.2
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Klassische Medien (TV, Radio, Zeitungen, Bücher und Zeitschriften)	Gültig	Nie	1	11.1
		Fast nie	1	11.1
		Manchmal	2	22.2
		Fast immer	3	33.3
		Immer	2	22.2
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps	Gültig	Nie		
		Fast nie	2	22.2
		Manchmal	2	22.2
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt		

Item			Häufigkeit	Prozent
Internet, Soziale Medien, Blogs und Apps		Fast immer	3	33.3
		Immer	2	22.2
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	
Freunde und Familie	Gültig	Nie	2	22.2
		Fast nie	2	22.2
		Manchmal	3	33.3
		Fast immer	1	11.1
		Immer	1	11.1
		Kenne ich nicht.		
		Gesamt	9	100.0
	Fehlend	Feld nicht ausgefüllt	5	
	Gesamt		14	

Anhang G 20: Weitere Hinweise zum Erhebungsinstrument aus dem quantitativen Pretest

Frage	Hinweis/Ergebnis	Änderung/Anpassung
12. Sind dir in Schule, Ausbildung oder Studium Themen der nachhaltigen Entwicklung begegnet?	„Ist damit gemeint, was wir theoretisch im Unterricht besprochen haben, [sic!] oder auch eine Aktivität [sic!] z. B. Bäume pflanzen[sic!]?“ Auch in der Häufigkeitsanalyse lässt sich hier ein Missverständnis erkennen. Die Frage ist nicht eindeutig formuliert. Es braucht einen Zusatz. So hat ein Proband die Frage missverstanden und bei Studium, Ausbildung und Beruf „nein“ angekreuzt, obwohl er als Schüler „nicht zutreffend“ hätte ankreuzen müssen.	Ergänzung des Bearbeitungshinweises um „Es geht hier um theoretische Einheiten, keine Projekte oder Aktionen. Trifft für dich eine Antwort nicht zu, wähle bitte die Kategorie "nicht zutreffend". Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn du Schüler*in bist. Dann wählst du bei Ausbildung, Studium und Beruf "nicht zutreffend"“.
13. Gab es in deiner Schule, deiner Ausbildung, deinem Studium oder in deiner Arbeit schon mal Projekt(-tage) oder Aktionen zur nachhaltigen Entwicklung?	Auch hier lässt sich das gleiche Missverständnis wie bei Frage 12 erkennen.	Ergänzung des Bearbeitungshinweises um „Trifft für dich eine Antwort nicht zu, wähle bitte die Kategorie "nicht zutreffend". Das wäre zum Beispiel der Fall, wenn du Schüler*in bist. Dann wählst du bei Ausbildung, Studium und Beruf "nicht zutreffend"“.
14. Welche der folgenden Angebote und Aktionen kennst du oder an welchen hast du (außerhalb von Schule, Ausbildung und Studium) schon mal teilgenommen?	Hier scheint der Begriff „Urban Gardening“ den Proband*innen unbekannt zu sein, denn alle antworten mit „Kenne ich nicht“.	Zu dem Item Urban Gardening wird „Gärtnern in der Stadt“ hinzugefügt.
19. Für alle Punkte, die mit „eher wichtig“ oder „wichtig“ bewertet wurden, eine weitere Frage: Wer trägt deiner Meinung nach die Verantwortung dafür?	Sozial- und Umweltverbänden wird nie eine Zuständigkeit zugeschrieben. Das lässt darauf schließen, dass die Proband*innen mit diesem Begriff wenig anfangen können. Vier Antwortmöglichkeiten mit einer unbegrenzten Multiple-Choice Auswahl führen dazu, dass keine konkreten Zuständigkeiten erkannt werden können.	Die Kategorie „Sozial- und Umweltverbände“ wird gestrichen. Die Multiple-Choice Auswahl wird durch eine Einzelantwort ersetzt und der Bearbeitungshinweis in „Wer trägt deiner Meinung nach in erster Linie die Verantwortung dafür?“ geändert.

Frage	Hinweis/Ergebnis	Änderung/Anpassung
21. Wenn du folgende Dinge benötigst, wüsstest du, ob sie in der Region um Ingolstadt (EI, PAF, ND und IN) angeboten werden?	Hier gibt es Deckeneffekte, die sich durch die Themen und die Stichprobe zu erklären und statistisch eher zu vernachlässigen sind. Entweder man kennt etwas, oder man kennt es nicht. Bei einer größeren Stichprobe ist hier von mehr Varianz auszugehen.	keine

Anhang H: Ergänzende Analysen und Angaben

Anhang H 1: Zusätzliche Validitätsanalysen zur diskriminanten Validität zwischen Wissen und behaviouraler Komponenten der Variablen Aktionen und Gruppen	cxiv
Anhang H 2: Zusätzliche Validitätsanalysen zur konvergenten Validität zwischen Einstellungen und den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops	cxv
Anhang H 3: Zusätzliche Validitätsanalysen zur diskriminanten Validität zwischen Intentionen und kognitiver Komponenten der Variablen Aktionen und Gruppen	cxv
Anhang H 4: Zusammenhang zwischen Geschlecht und der Untertreibung negativer Qualitäten [NQ-]	cxvi
Anhang H 5: Korrelation der Variablen des CAMD mit der Skala zur sozialen Erwünschtheit [KSG-E]	cxvi
Anhang H 6: Angaben zur Grundgesamtheit – Bevölkerung in der Region Ingolstadt	cxvi
Anhang H 7: Prüfung der Voraussetzungen der Variablen für parametrische Tests (Normalverteilung)	cxvii
Anhang H 8: Korrelation der Variablen zur nachhaltigen Entwicklung in Theorie und Praxis mit den Variablen des CADM	cxviii
Anhang H 9: Veränderung der Zustimmung zu dem Item „Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.“ vor und nach der Ahrtalkatastrophe im Juli 2021	cxviii
Anhang H 10: Zusammenhang der Verantwortungszuschreibung zu Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops und der Selbstwirksamkeitserwartung [PBC]	cxviii
Anhang H 11: Zusammenhang der Zugewandtheit zu FFF und der Affinität zu anderen nachhaltigkeitsorientierten Gruppen	cxviii

Anhang H 1: Zusätzliche Validitätsanalysen zur diskriminanten Validität zwischen Wissen und behaviouraler Komponenten der Variablen Aktionen und Gruppen (N=187 bis N=279)

	n. Wissen				
Variable	<i>p</i>	<i>η</i>	Variable	<i>p</i>	<i>η</i>
AKTION HANDELN 1	.813	.03	GRUPPEN HANDELN 1	.917	.04
AKTION HANDELN 2	.028	.21	GRUPPEN HANDELN 2	.238	.18
AKTION HANDELN 3	.434	.09	GRUPPEN HANDELN 3	.277	.21
AKTION HANDELN 4	.924	.13	GRUPPEN HANDELN 4	.098	.16
AKTION HANDELN 5	.318	.15	GRUPPEN HANDELN 5	.670	.17
AKTION HANDELN 6	.553	.20	GRUPPEN HANDELN 6	.188	.18
AKTION HANDELN 7	.848	.07	GRUPPEN HANDELN 7	.699	.14
AKTION HANDELN 8	.687	.05	GRUPPEN HANDELN 8	.585	.11
AKTION HANDELN 9	.021	.19	GRUPPEN HANDELN 9	.312	.02
AKTION HANDELN 10	.298	.10	GRUPPEN HANDELN 10	.930	.01

	n. Wissen				
Variable	p	η	Variable	p	η
AKTION HANDELN 11	.784	.01	GRUPPEN HANDELN 11	.673	.03
AKTION HANDELN 12	.770	.09	GRUPPEN HANDELN 12	.988	.09
AKTION HANDELN 13	.174	.02	GRUPPEN HANDELN 13	.481	.11
AKTION HANDELN 14	.364	.00	GRUPPEN HANDELN 14	.138	.16
AKTION HANDELN 15	.781	.05			
AKTION HANDELN 16	.867	.12			
AKTION HANDELN 17	.222	.20			

Anhang H 2: Zusätzliche Validitätsanalysen zur konvergenten Validität zwischen Einstellungen und den Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops (N=187 bis N=279)

Variable	n. Einstellungen	
	p	ρ
Zukunftswerkstatt Massentierhaltung	.000	.39
Zukunftswerkstatt Bio Produkte	.000	.42
Zukunftswerkstatt regionale Produkte	.000	.26
Zukunftswerkstatt Preis	.000	.34
Zukunftswerkstatt Einwegprodukte	.000	.33
Zukunftswerkstatt Fleischkonsum	.000	.44
Zukunftswerkstatt Plastikverpackungen	.000	.33
Zukunftswerkstatt Überproduktion	.000	.40
Zukunftswerkstatt Fairtrade	.000	.40
Zukunftswerkstatt Bewusster Konsum	.000	.47
Zukunftswerkstatt Upcycling	.000	.40
Zukunftswerkstatt Kleinschrittigkeit	.000	.36
Zukunftswerkstatt Lebensformen	.000	.45
Zukunftswerkstatt Artensterben	.000	.37
Zukunftswerkstatt Multifunktionalität	.000	.33
Zukunftswerkstatt Ausgleichsflächen	.000	.29
Zukunftswerkstatt Trinkwasser	.000	.24
Zukunftswerkstatt BNE	.000	.34
Zukunftswerkstatt Theorie-Praxis	.000	.31
Zukunftswerkstatt Alltagsorientierung	.001	.20
Zukunftswerkstatt ÖPNV	.002	.20
Zukunftswerkstatt Verkehr	.042	.13
Zukunftswerkstatt Mobilitätswende	.000	.44
Zukunftswerkstatt E Mobilität	.000	.29
Zukunftswerkstatt Mitsprache	.000	.38
Zukunftswerkstatt Soziale Netzwerke	.000	.24
Zukunftswerkstatt MGH	.003	.18
Zukunftswerkstatt Vorbildfunktion	.000	.30

Anhang H 3: Zusätzliche Validitätsanalysen zur diskriminanten Validität zwischen Intentionen und kognitiver Komponenten der Variablen Aktionen und Gruppen (N=187 bis N=279)

	n. Verhaltensintentionen					
Variable	<i>p</i>	<i>η</i>	Variable	<i>p</i>	<i>η</i>	
AKTION WISSEN 1	.813	.03	GRUPPEN WISSEN 1	.917	.04	
AKTION WISSEN 2	.028	.21	GRUPPEN WISSEN 2	.238	.18	
AKTION WISSEN 3	.434	.09	GRUPPEN WISSEN 3	.277	.21	
AKTION WISSEN 4	.924	.13	GRUPPEN WISSEN 4	.098	.16	
AKTION WISSEN 5	.318	.15	GRUPPEN WISSEN 5	.670	.17	
AKTION WISSEN 6	.553	.20	GRUPPEN WISSEN 6	.188	.18	
AKTION WISSEN 7	.848	.07	GRUPPEN WISSEN 7	.699	.14	
AKTION WISSEN 8	.687	.05	GRUPPEN WISSEN 8	.858	.11	
AKTION WISSEN 9	.021	.19	GRUPPEN WISSEN 9	.312	.02	
AKTION WISSEN 10	.298	.10	GRUPPEN WISSEN 10	.930	.01	

Variable	n. Verhaltensintentionen				
	<i>p</i>	<i>η</i>	Variable	<i>p</i>	<i>η</i>
AKTION WISSEN 11	.784	.01	GRUPPEN WISSEN 11	.673	.03
AKTION WISSEN 12	.770	.09	GRUPPEN WISSEN 12	.988	.09
AKTION WISSEN 13	.174	.02	GRUPPEN WISSEN 13	.481	.11
AKTION WISSEN 14	.364	.00	GRUPPEN WISSEN 14	.138	.16
AKTION WISSEN 15	.781	.05			
AKTION WISSEN 16	.867	.12			
AKTION WISSEN 17	.222	.20			

Anhang H 4: Zusammenhang zwischen Geschlecht und der Untertreibung negativer Qualitäten [NQ-] in der Zielstichprobe (Werte: 0 = trifft gar nicht zu 1 = trifft wenig zu 2 = trifft etwas zu 3 = trifft ziemlich zu 4 = trifft voll und ganz zu, n=194)

Geschlecht	Weiblich	Männlich
n	136	58
Mittelwert	1.08	1.33
Standardabweichung	.73	.81
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p < .05$ (zweiseitig) signifikant.		

Anhang H 5: Korrelation der Variablen des CAMD mit der Skala zur sozialen Erwünschtheit [KSG-E]

	Gesamtstichprobe (n=454)		Zielstichprobe (n=195)	
Item/Skala	Korreliert mit			
	NQ-	PQ+	NQ-	PQ+
Geschlecht		$r=.12, p=.047$		
nachh_Wissen	$r=-.26, p=.000$			
nachh_Wissen_Kleidung	$r=.15, p=.008$	$r=-.18, p=.001$	$r=.17, p=.021$	$r=-.20, p=.006$
nachh_Einstellungen	$r=-.23, p=.000$		$r=-.15, p=.039$	
nachh_INT	$r=-.29, p=.000$		$r=-.25, p=.000$	
NHB	$r=-.33, p=.000$		$r=-.24, p=.001$	
PN	$r=-.17, p=.003$		$r=-.16, p=.026$	
PN_Kleidung	$r=-.15, p=.009$		$r=-.17, p=.016$	
PBC				$r=-.19, p=.007$

Anhang H 6: Angaben zur Grundgesamtheit – Bevölkerung in der Region Ingolstadt zum Zeitpunkt der Erhebung (15.06.2021).

Kommune	Alter	Anzahl	Altersgruppe	Anzahl	Männlich	Weiblich
Ingolstadt (Krfr.St)	14 bis unter 15	1221			639	582
Ingolstadt (Krfr.St)	15 bis unter 16	1129			608	521
Ingolstadt (Krfr.St)	16 bis unter 17	1212	14 - 16 Jahre	3562	581	631
Ingolstadt (Krfr.St)	17 bis unter 18	1222			639	583
Ingolstadt (Krfr.St)	18 bis unter 19	1291			672	619
Ingolstadt (Krfr.St)	19 bis unter 20	1237	17 - 19 Jahre	3750	700	537
Ingolstadt (Krfr.St)	20 bis unter 21	1421			790	631
Ingolstadt (Krfr.St)	21 bis unter 22	1496			853	643
Ingolstadt (Krfr.St)	22 bis unter 23	1617	20 - 22 Jahre	4534	934	683
Ingolstadt (Krfr.St)	23 bis unter 24	1728			969	759
Ingolstadt (Krfr.St)	24 bis unter 25	1828			954	874
Ingolstadt (Krfr.St)	25 bis unter 26	1791	23 - 25 Jahre	5347	995	796
			Gesamt	17193	9334	7859
Eichstätt (Lkr)	14 bis unter 15	1241			653	588
Eichstätt (Lkr)	15 bis unter 16	1333			672	661
Eichstätt (Lkr)	16 bis unter 17	1373	14 - 16 Jahre	3947	712	661
Eichstätt (Lkr)	17 bis unter 18	1388			725	663
Kommune	Alter	Anzahl	Altersgruppe	Anzahl	Männlich	Weiblich
Eichstätt (Lkr)	18 bis unter 19	1346			706	640

Kommune	Alter	Anzahl	Altersgruppe	Anzahl	Männlich	Weiblich
Eichstätt (Lkr)	19 bis unter 20	1452	17 - 19 Jahre	4186	763	689
Eichstätt (Lkr)	20 bis unter 21	1486			741	745
Eichstätt (Lkr)	21 bis unter 22	1518			818	700
Eichstätt (Lkr)	22 bis unter 23	1554	20 - 22 Jahre	4558	820	734
Eichstätt (Lkr)	23 bis unter 24	1657			882	775
Eichstätt (Lkr)	24 bis unter 25	1551			838	713
Eichstätt (Lkr)	25 bis unter 26	1450	23 - 25 Jahre	4658	791	659
			Gesamt	17349	9121	26470
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	14 bis unter 15	909			470	439
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	15 bis unter 16	933			481	452
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	16 bis unter 17	931	14 - 16 Jahre	2773	484	447
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	17 bis unter 18	1013			523	490
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	18 bis unter 19	957			483	474
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	19 bis unter 20	998	17 - 19 Jahre	2968	525	473
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	20 bis unter 21	1055			567	488
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	21 bis unter 22	1019			538	481
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	22 bis unter 23	1095	20 - 22 Jahre	3169	561	534
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	23 bis unter 24	1133			627	506
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	24 bis unter 25	1072			591	481
Neuburg-Schrobenhausen (Lkr)	25 bis unter 26	1078	23 - 25 Jahre	3283	577	501
			Gesamt	12193	6427	5766
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	14 bis unter 15	1186			615	571
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	15 bis unter 16	1150			576	574
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	16 bis unter 17	1244	14 - 16 Jahre	3580	633	611
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	17 bis unter 18	1223			618	605
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	18 bis unter 19	1233			631	602
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	19 bis unter 20	1277	17 - 19 Jahre	3733	672	605
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	20 bis unter 21	1336			689	647
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	21 bis unter 22	1322			705	617
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	22 bis unter 23	1428	20 - 22 Jahre	4086	785	643
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	23 bis unter 24	1473			815	658
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	24 bis unter 25	1465			780	685
Pfaffenhofen a.d.Ilm (Lkr)	25 bis unter 26	1400	23 - 25 Jahre	4338	725	675
			Gesamt	15737	8244	7493

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Fürth 2021

Anhang H 7: Prüfung der Voraussetzungen der Variablen für parametrische Tests (Normalverteilung)

	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistik	df	Signifikanz
LQ_Summenwert	,095	127	,007
nachh_Wissen_Mittelwert	,174	127	,000
nachh_Wissen_Kleidung_Mittelwert	,119	127	,000
nachh_Einstellungen_Mittelwert	,188	127	,000
nachh_INT_HAB_Mittelwert_9	,070	127	,200*
Nachhaltigkeitsbewusstsein_Mittelwert	,103	127	,002
Untertreibung_negativer_Qualitäten	,177	127	,000
Übertreibung_positiver_Qualitäten	,152	127	,000
PN_Mittelwert	,060	127	,200*
PN_Kleidung_Mittelwert	,129	127	,000
PBC_Mittelwert	,095	127	,007

Anhang H 8: Korrelation der Variablen zur nachhaltigen Entwicklung in Theorie und Praxis mit den Variablen des CADM in der Zielstichprobe

	Theorie			Praxis		
	n	η	p	n	η	p
Nachh_Wissen	185	.04	.634	173	.09	.236
Nachh_Wissen_Kleidung	186	.11	.013	174	.03	.099
Nachh_Einst	186	.03	.720	174	.03	.710
Nachh_Int	186	.03	.692	174	.03	.663
NHB	186	.02	.837	174	.07	.390
PN	185	.15	.004	174	.08	.142
PN_Kleidung	185	.05	.143	173	.10	.151
PBC	185	.03	.662	174	.00	.953

Anhang H 9: Veränderung der Zustimmung zu dem Item „Für eine nachhaltige Entwicklung müssen die Menschen darin geschult werden, sich vor Naturkatastrophen zu schützen.“ vor und nach der Ahralkatastrophe im Juli 2021 in der Zielstichprobe (Werte: 1 = stimme nicht zu, 2 = stimme eher nicht zu, 3 = teils, teils, 4 = stimme eher zu, 5 = stimme zu, n=191)

AHRTAL	M	SD	n
vor Hochwasser	4.01	1.04	165
nach Hochwasser	4.62	.75	26
Gesamt	4.09	1.03	191
Die Mittelwertsdifferenz ist auf einem Niveau von $p < .01$ (zweiseitig) signifikant.			

Anhang H 10: Zusammenhang der Verantwortungszuschreibung zu Maßnahmen aus den vorbereitenden Workshops und der Selbstwirksamkeitserwartung [PBC] in der Zielstichprobe (n=194)

		Zukunftswerkstatt_VE_Mittelwert	PBC_Mittelwert_5
Zukunftswerkstatt_VE_Mittelwert	Korrelation nach Pearson	1	-.537
	Signifikanz (2-seitig)		.005

Anhang H 11: Zusammenhang der Zugewandtheit zu FFF und der Affinität zu anderen nachhaltigkeitsorientierten Gruppen in der Zielstichprobe (n=178)

Gruppen_Summenwert	FFF	
	Korrelation nach Pearson	.43
	Signifikanz (2-seitig)	.001

Ann-Kathrin Bremer

Nachhaltigkeitsbewusstsein, nachhaltiges Konsumverhalten und Lebensqualität

Die Sicht junger Menschen zwischen 14 und 25 Jahren

In welchem Zusammenhang stehen Nachhaltigkeitsbewusstsein und Bereitschaft zum nachhaltigen Konsum bei der jungen Generation? Die quantitative Studie zeigt: Das Nachhaltigkeitsbewusstsein ist hoch, führt aber nicht immer zu entsprechendem Verhalten. Eine Schlüsselrolle spielt hier die Einschätzung der Selbstwirksamkeit. Ausgehend von den Forschungsergebnissen entwickelt die Autorin Empfehlungen für eine Bildung für nachhaltige Entwicklung, die darauf abzielt, das Erfahren von Selbstwirksamkeit zu ermöglichen.



Die Autorin: Ann-Kathrin Bremer, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Professur für Geographiedidaktik und Bildung für nachhaltige Entwicklung, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

ISBN 978-3-96665-094-6



9 783966 650946

www.budrich-academic-press.de