



Publikationen des Umweltbundesamtes

Informationsverhalten im Umweltschutz und Bereitschaft zu bürgerschaftlichem Engagement

Vertiefungsstudie im Rahmen des
Projektes "Repräsentativumfrage zu
Umweltbewusstsein und
Umweltverhalten im Jahr 2006"

Forschungsprojekt im Auftrag des
Umweltbundesamtes
FuE-Vorhaben
Förderkennzeichen 205 17 102

**Prof. Dr. Udo Kuckartz
Dr. Anke Rheingans-Heintze
Stefan Rädiker**

September 2007

**Umweltforschungsplan
des Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz und Reaktorsicherheit**

Förderkennzeichen (UFOPLAN) 205 17 102

**Vertiefungsstudie im Rahmen des Projektes
„Repräsentativumfrage zu Umweltbewusstsein und Umweltverhalten im Jahr 2006“**

Informationsverhalten im Umweltschutz und Bereitschaft zu bürgerschaftlichem Engagement

von

**Prof. Dr. Udo Kuckartz
Dr. Anke Rheingans-Heintze
Stefan Rädiker**

**Institut für Erziehungswissenschaft
der Philipps-Universität Marburg**

**IM AUFTRAG DES
UMWELTBUNDESAMTES**

September 2007

Inhaltsverzeichnis

Zur Entstehung dieser Teilstudie	4
1 Informationsverhalten im Umweltschutz	5
2 Zusammenhänge zwischen Informationsverhalten und der Wahrnehmung von Umweltrisiken und Umweltqualität.....	10
3 Determinanten und Potenziale für bürgerschaftliches Engagement im Umweltschutz	11
3.1 Trends zum bürgerschaftlichen Engagement im Umwelt- und Naturschutz	11
3.2 Die bürgerschaftlich Engagierten	14
3.3 Die potenziell Interessierten	16
Zusammenfassende Bewertung	20
Literatur	23
Anmerkungen.....	24

Zur Entstehung dieser Teilstudie

Die hier vorgestellten Ergebnisse sind im Rahmen der Studie „Umweltbewusstsein und Umweltverhalten in Deutschland 2006“ entstanden. Die Studie ist repräsentativ für die Bundesrepublik Deutschland: In den Monaten April bis Juni 2006 wurden insgesamt 2.034 Personen in allen Teilen Deutschlands befragt – 1.650 in den westlichen und 384 in den östlichen Bundesländern. Die Datenerhebung wurde vom Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid mit Face-to-Face Befragungen durchgeführt. Die Auswahl der 2.034 Personen erfolgte mittels eines dreistufigen Zufallsauswahlverfahrens im ADM-Design (ADM Arbeitskreis Deutscher Meinungsforschungsinstitute e.V.).

Seit Anfang der 1990er Jahre lassen das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und das Umweltbundesamt mit empirischen Studien das Umweltbewusstsein und Umweltverhalten der Deutschen untersuchen. Seit 1996 werden die Studien im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführt. Etwa 50 bis 60% der in den Studien gestellten Fragen bleiben jeweils die gleichen. Dies ermöglicht Vergleiche und Trendanalysen, wie dies nur selten in den Sozialwissenschaften der Fall ist. Zum Konzept der Umweltstudien gehört es, neben diesen langfristigen Trenddaten auch jeweils neue, aktuell wichtige Themenbereiche zu erforschen. In diesem Jahr stehen drei Themenfelder im Zentrum: „Klima und Energie“, „Umweltbelastungen und Gesundheit“ sowie „Gerechtigkeit und Verantwortung“.

Konzipiert und durchgeführt wurde die Studie von einer Forschergruppe des Instituts für Erziehungswissenschaft der Philipps-Universität Marburg bestehend aus Dr. Anke Rheingans-Heintze, Stefan Rädiker und Prof. Dr. Udo Kuckartz. Seitens des TNS Emnid-Instituts hat Oliver Krieg die Studie betreut. Die fachliche Betreuung durch das UBA oblag Herrn Dr. Michael Wehrspaun.

Eine Übersicht über die Basisergebnisse (sowie die Resultate von 2000, 2002 und 2004) ist im Internet unter www.umweltbewusstsein.de zu finden – teilweise auch in englischer Sprache. Der verwendete Fragebogen ist dort ebenfalls abrufbar. Entsprechende Auswertungen der Vorgängeruntersuchungen von 2002 und 2004 liegen zudem in Buchform vor (Grunenberg/Kuckartz 2003; Kuckartz/Rheingans-Heintze 2006). Interessierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern stehen die Originaldaten über das Zentralarchiv für empirische Sozialforschung in Köln für Sekundäranalysen zur Verfügung.

Udo Kuckartz, Anke Rheingans-Heintze und Stefan Rädiker

Marburg, September 2007

1 Informationsverhalten im Umweltschutz

Umweltprobleme und ihre Auswirkungen sind für den Laien häufig nur schwer erkennbar. Klimaveränderungen, hormonell wirkende Chemikalien oder der Verlust der biologischen Vielfalt sind dafür typische Beispiele. Angesichts der fehlenden unmittelbaren, sinnlichen Erfahrbarkeit der heute drängenden Umweltprobleme ist es mehr denn je von Interesse, wie die Menschen Umweltprobleme und -risiken wahrnehmen und in welchem Ausmaß sie sich über Fragen des Umweltschutzes informieren. Denn nur eine aufgeklärte und für Umweltthemen sensibilisierte Öffentlichkeit wird eine konsequente Umweltpolitik akzeptieren sowie umgekehrt eine solche einfordern und ggf. durch eigenes Engagement unterstützen.

Die Wahrnehmung von Umweltproblemen und -risiken ist in hohem Maße medial vermittelt. Gerade weil viele Umweltprobleme und deren Auswirkungen nicht selbst zu spüren oder zu sehen sind, kommt den Medien eine besondere Rolle und Verantwortung zu. Von allen Medien wird das öffentlich-rechtliche Fernsehen am häufigsten zur Information über Umweltprobleme genutzt, dicht gefolgt von der Regionalpresse, d.h. Tageszeitungen und Stadtzeitungen. Auch persönliche Gespräche mit Freunden und Bekannten werden von knapp der Hälfte der Befragten als oft genutzte Informationsquelle in Sachen Umweltschutz genannt. Erheblich an Bedeutung gewonnen hat das Internet. Hörfunk, Regionalpresse und private TV-Sender weisen hingegen sinkende Zahlen auf. Im Zeitvergleich relativ stabile Nutzungsquoten ergeben sich für das öffentlich-rechtliche Fernsehen, Wochenzeitschriften und -zeitungen, überregionale Tageszeitungen und Fachzeitschriften.

Tabelle 1: Häufigkeit der Nutzung von Informationsquellen (Zeitreihe)

Anteil der Befragten, die „sehr oft“ oder „oft“ angaben Angaben in %	2000	2002	2006
Fernsehen öffentlich-rechtliche Programme (z.B. ARD, ZDF, 3. Programme)	56	56	54
Regionalpresse (Tageszeitungen, Stadtteilzeitungen)	62	56	53
persönliche Gespräche mit Bekannten/Freunden	44	43	48
Fernsehen private Anbieter (z.B. RTL, SAT 1, PRO 7)	39	43	34
Hörfunk	36	29	26
Wochenzeitschriften/ Wochenzeitungen	20	21	22
Internet	---	6	16
überregionale Tageszeitungen (z.B. Süddeutsche, FAZ, Die Welt)	18	14	14
Fachzeitschriften	16	12	16

Frage: Wie häufig informieren Sie sich über Umweltthemen? Sagen Sie mir bitte anhand der Liste, wie häufig Sie die Quellen, die ich Ihnen gleich vorlese, zur Information über Umweltthemen nutzen.

Typen des Informationsverhaltens

Um typische Muster des Informationsverhaltens zu identifizieren, wurden alle neun Informationsquellen – vom Fernsehen bis zu den Fachzeitschriften – einer komplexen statistischen Analyse unterzogen. Es lassen sich sechs Typen unterschiedlicher Mediennutzung voneinander abgrenzen. Die Darstellung der Typen entspricht der Häufigkeit, mit der sie sich über Umweltthemen informieren, d.h. Typ 1 informiert sich insgesamt gesehen am häufigsten, Typ 6 am seltensten.

1. *Intensive Allesnutzer (9%)*: Bei allen Informationsquellen belegt diese Gruppe Platz 1 der Nutzungshäufigkeit, nur beim Fernsehen und beim Hörfunk steht sie auf dem 3. Platz. Im Besonderen hebt sich diese Gruppe durch die häufigere Nutzung von Internet, Fachzeitschriften und überregionalen Tageszeitungen vom Durchschnitt ab.

2. *Intensive Regionalpresse- und Fernsehnutzer (21%)*: Für die zweite Gruppe sind das öffentlich-rechtliche Fernsehen und die Regionalpresse die Informationsquellen erster Wahl, wenn es um Umweltthemen geht. Besonderes Kennzeichen der *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzer* ist, dass sie alle Quellen bis auf das Internet häufiger als der Durchschnitt nutzen.

3. *Internetuser (14%)*: Die dritte Gruppe verkörpert einen neuartigen Informationstyp, den es vor zehn Jahren aufgrund der geringen Verbreitung des Internets so noch gar nicht geben konnte. Neben Gesprächen mit Freunden und Bekannten ist für dieses Cluster das Internet das Informationsmedium Nummer eins. Zwar liegt das Ausmaß der Internetnutzung etwas unterhalb von den *intensiven Allesnutzern*, aber dennoch heben sich die *Internetuser* hier deutlich vom Mittel ab. Weiteres Kennzeichen ist die unterdurchschnittliche Nutzung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens und das überdurchschnittliche Heranziehen von Fachzeitschriften.

4. *Nutzer des Privatfernsehens (12%)*: Für die Personen dieses Clusters steht das Fernsehen bezüglich Umweltthemen an erster Stelle. Zwar ist das öffentlich-rechtliche Fernsehen dieser Gruppe genau so wichtig wie den *intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzern*, doch ist das Alleinstellungsmerkmal die markante Vorrangstellung des Privatfernsehens, das im Gegensatz zu allen anderen Gruppen fast genauso häufig wie das öffentlich-rechtliche eingeschaltet wird. Das Internet, überregionale Tageszeitungen und Fachzeitschriften spielen für diese Gruppe überhaupt keine Rolle.

5. *Gelegentliche Regionalpresse- und Fernsehnutzer (19%)*: Diese Gruppe hat die gleichen Nutzungsgewohnheiten wie die *intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzer*, allerdings mit einem wesentlichen Unterschied in der Intensität: Das Niveau der Nutzung liegt mit Ausnahme der regionalen Presse überall unter oder auf dem Durchschnitt.

6. *Informationsmuffel (25%)*: Zur Gruppe der *Informationsmuffel* gehören mit einem Viertel die meisten Befragten. Am häufigsten informiert man sich mithilfe des Fernsehens, der Regionalpresse und in Gesprächen mit Freunden und Bekannten. Entscheidend ist, dass diese Gruppe sich deutlich seltener informiert als alle anderen Gruppen, bei allen Informationsquellen steht sie auf dem letzten Platz.

Ein starkes Unterscheidungskriterium zwischen den Gruppen ist die formale Bildung, wobei die größten Differenzen bezüglich hoher und niedriger formaler Bildung bestehen. Auch hinsichtlich Alter und Lebensphase, Geschlecht, Einkommen und der Tatsache, ob man eigene Kinder hat, unterscheiden sich die sechs Typen.

In der Gruppe der *Informationsmuffel*, die sich am wenigsten über Umweltprobleme informiert, sind weitaus häufiger Personen mit niedriger formaler Bildung anzutreffen.

Typisch für die *Internetuser* ist der hohe Anteil von Personen mit hoher formaler Bildung, die mit 40 Jahren Durchschnittsalter zudem acht Jahre unter dem Mittel liegen und sogar 15 Jahre unterhalb den *Nutzern des Privatfernsehens*. Diese sind nämlich im Durchschnitt 55 Jahre alt und stellen zusammen mit den Fernsehnutzern der Typen 2 und 5 die drei ältesten Gruppen (beide im Mittel 52 Jahre). Unter den *Nutzern des Privatfernsehens* dominieren zudem Personen mit niedrigem Bildungsabschluss. Auch Frauen sind hier überrepräsentiert, was übrigens nicht auf generell niedrigere Bildungsabschlüsse von Frauen zurückgeführt werden kann. Die *gelegentlichen* und die *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzer* unterscheiden sich nicht bezüglich Al-

ter oder Geschlecht, aber in punkto Bildung, denn Personen mit niedriger formaler Bildung sind bei den gelegentlichen Nutzern mit 39% deutlich häufiger anzutreffen als bei den intensiven Nutzern (21%). Berücksichtigt man auch noch die Lebensphase, so finden sich in der Gruppe der intensiveren Nutzer überdurchschnittlich viele „Partnerhaushalte über 60 Jahre“.

Die Gruppe der *Intensiven Allesnutzer* besteht mit 61% vor allem aus Personen mit hohen Bildungsabschlüssen, im Gegensatz dazu sind die niedrigen Abschlüsse nur mit 12% vertreten. Darüber hinaus sind es vor allem Männer, die in dieser Gruppe überrepräsentiert sind.

Informationswünsche und -defizite

Die Mehrheit der Bevölkerung fühlt sich über viele Umweltthemen nicht ausreichend informiert. Insgesamt ist das Informationsbedürfnis gewachsen, gerade was Energiefragen oder die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und anderen Produkten des Alltags betrifft. Gibt es Zusammenhänge zwischen den Informationstypen und dem persönlichen Gefühl, Informationsdefizite zu besitzen? Unterscheiden sich die Informationstypen ferner in der Bewertung der Umweltberichterstattung durch die Medien oder durch staatliche Einrichtungen? Ein anderer interessanter Aspekt ist die Fragestellung, ob diejenigen Personenkreise, die angeben, sich häufiger über Umweltprobleme zu informieren, tatsächlich auch über mehr Hintergrundwissen in Umweltfragen verfügen. Wobei hier zu berücksichtigen ist, dass Fragen zum Wissensstand über Umweltthemen nur einen marginalen Anteil in den Umweltbewusstseinsstudien haben. Da wir nur wenige Indikatoren zum Wissen haben, die zum Teil auch kein typisches Umweltwissen abbilden (z.B. Wissen über Stromverbrauch und -kosten im eigenen Haushalt), können wir diese Fragestellung hier nur anreißen.

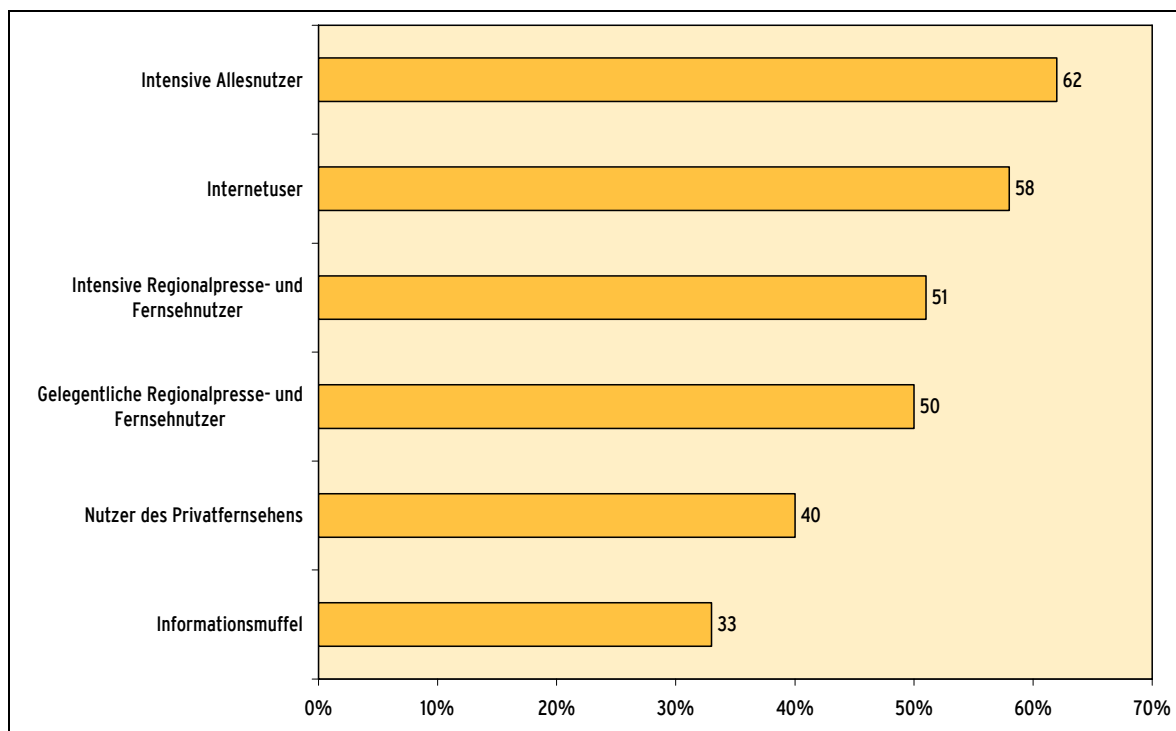
In welchem Ausmaß weiß die Bevölkerung beispielsweise über unseren Energieverbrauch und damit zusammenhängenden Fragen Bescheid? Wie viele Personen wissen, wie hoch ihr Stromverbrauch im eigenen Haushalt ist? Es zeigt sich, dass hier keine signifikanten Zusammenhänge mit dem Informationsverhalten im Umweltschutz bestehen. Das gilt auch für das Wissen über den jeweiligen Anteil der fossilen Energien, der Kernenergie und der erneuerbaren Energien an der deutschen Stromversorgung im Jahr 2005. Hier hatte sich herausgestellt, dass weniger als die Hälfte der Befragten (41%) den Anteil der einzelnen Energieträger an der Stromversorgung richtig einschätzen konnten. Über die Stromkosten im eigenen Haushalt sind allein die *Intensiven Allesnutzer* deutlich besser informiert als der Bevölkerungsdurchschnitt. 41% dieser Personengruppe können Angaben darüber machen, wie viel sie im vergangenen Jahr für eine Kilowattstunde Strom bezahlt haben. Im Durchschnitt der Bevölkerung sind es 28%. Und auch die anderen Typen des Informationsverhaltens heben sich hier nicht nennenswert vom Durchschnittswert ab.

Einen höheren Erklärungswert besitzt das Informationsverhalten im Umweltschutz, wenn man nach der Bekanntheit der Biodiversitäts-Konvention fragt. Diese war 1992 auf der UN-Konferenz für Umwelt und Entwicklung in Rio de Janeiro verabschiedet worden und stellt das umfassendste Übereinkommen des internationalen Naturschutzes dar, an dem 188 Staaten beteiligt sind. Insgesamt geben nur 15% der Befragten an, die Konvention zu kennen. Mehr als doppelt so hoch ist ihr Bekanntheitsgrad unter den *Intensiven Allesnutzern*, in diesem Personenkreis geben 35% an, die Biodiversitäts-Konvention zu kennen. Auch unter den *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzern* (21%) und den *Internetusern* (19%) ist der Bekanntheitsgrad der Konvention etwas höher als im Durchschnitt. Bei genauer Nachfrage nach den Inhalten der Biodiversitäts-Konvention, können sich in diesen beiden Personengruppen jedoch viele nicht an die Inhalte erinnern oder aber sie geben falsche Inhalte an. Die *Intensiven Allesnutzer* verfügen hingegen

über genauere Kenntnisse, so können überdurchschnittlich viele Befragte aus dieser Gruppierung richtige Angaben über die Inhalte der Biodiversitäts-Konvention machen.

Ganz eindeutig unterscheiden sich die sechs Typen des Informationsverhaltens in ihrer Bewertung der Umweltberichterstattung durch die Medien und durch staatliche Einrichtungen. Insgesamt ist knapp die Hälfte der Bevölkerung (47%) der Ansicht, dass die Medien eher zu wenig über Umweltthemen berichten. Je nachdem wie stark die Befragten an Umweltinformationen interessiert sind, differiert diese Einschätzung aber nun erheblich (Abbildung 1). Vor allem den *Intensiven Allesnutzern* und den *Internetusern* kommt die Umweltberichterstattung in den Medien zu kurz. Die zwei Gruppen, die sich ohnehin schon häufig über Umweltprobleme informieren, sehen die Medien hier also noch stärker in der Pflicht.

Abbildung 1: Meinung, die Medien berichten „eher zu wenig“ über Umweltprobleme



Angegeben ist der Anteil der Befragten, die der Meinung sind, dass die Medien „eher zu wenig“ über Umweltprobleme berichten

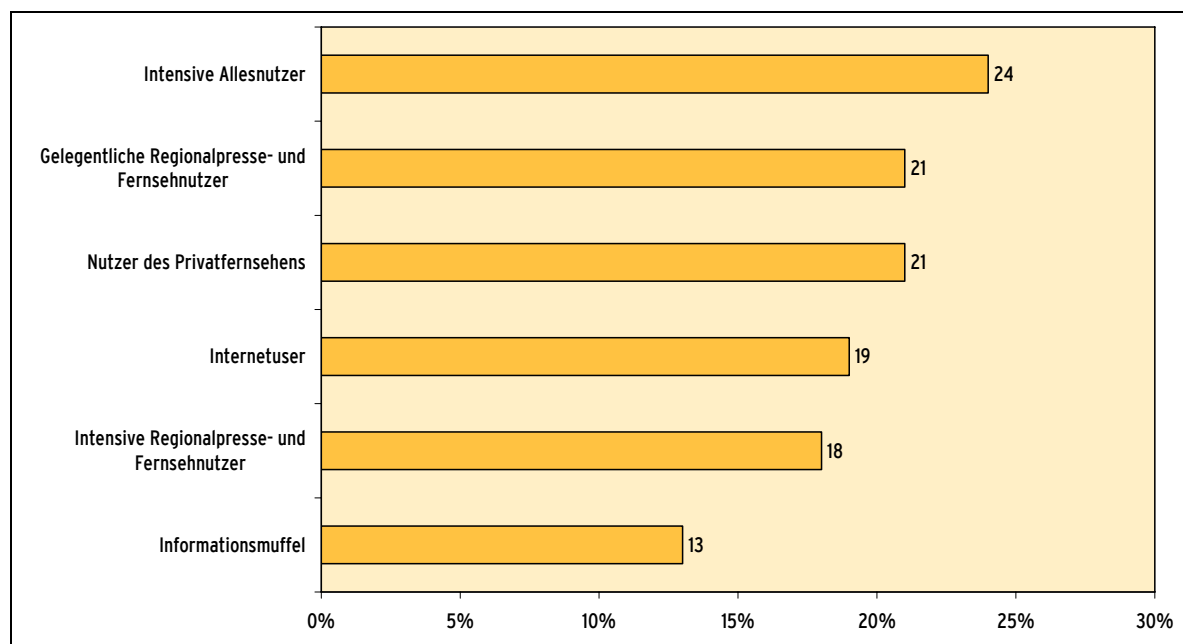
Ein Thema, über das breite Bevölkerungsschichten noch wesentlich umfassender informiert werden möchten als es bisher der Fall ist, betrifft die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten. Nur knapp jeder fünfte Deutsche fühlt sich „sehr gut“ oder „gut“ über die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten informiert. Ein weiteres Drittel urteilt mit „befriedigend“. Knapp die Hälfte der Bevölkerung vergibt jedoch nur Noten aus der unteren Hälfte der Notenskala. Stärker als von anderen Umweltproblemen fühlen sich die Menschen in diesem Punkt unmittelbar berührt. Und weil diese persönliche Betroffenheit, nämlich die Sorge um die eigene Gesundheit, ins Spiel kommt, wird auch häufiger aktiv nach Informationen gesucht und eher entsprechend gehandelt.

Doch fühlen sich die Gruppen, die häufiger aktiv nach Informationen suchen und die Medien dafür nutzen, tatsächlich besser über die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten informiert? Denn es wäre ja anzunehmen, dass der Anspruch an die In-

formationen unter den Umweltinteressierten höher ist. Der Blick auf Abbildung 2 lässt erkennen, dass dies zumindest für die *Intensiven Allesnutzer* und die *Informationsmuffel* der Fall ist, denn die *Intensiven Allesnutzer* vergeben mit 24% häufiger bessere Noten. Wer häufig aktiv nach Informationen sucht, wird natürlich auch eher fündig als jemand, der passiv oder per Zufall Informationen – etwa aus dem Fernsehen – empfängt.

Die restlichen Informationstypen liegen im Mittelfeld und unterscheiden sich kaum bezüglich ihrer Bewertung, hier ist also kein Zusammenhang zwischen der Intensität der Mediennutzung und der Grad der Informiertheit über Gesundheits- und Umweltverträglichkeit zu finden. Das Internet ist ein Medium, in dem inzwischen sehr viel gezielter als in anderen Medien nach ausführlichen Informationen gesucht wird. Das lässt den Schluss zu, dass die *Internetuser* – die zusammen mit den *Intensiven Allesnutzern* und den *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzern* auch unter den *Umweltengagierten* deutlich überrepräsentiert sind – eventuell einen höheren Anspruch an Umweltinformationen als der Durchschnitt haben. Während aus Sicht der *Informationsmuffel* vermutlich eher moniert wird, dass Informationen über die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten nicht allgegenwärtig sind und man selbst gezielt aktiv werden muss.

**Abbildung 2: Informiertheit über Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten auf-
gegliedert nach Informationstypen**



Frage: Wie gut fühlen Sie sich über die Gesundheits- und Umweltverträglichkeit von Lebensmitteln und Produkten informiert? Bitte benutzen Sie für Ihre Bewertung Schulnoten von 1 für „sehr gut“ bis 6 für „ungenügend“.

Angegeben ist der Anteil der Befragten, die sich „sehr gut“ oder „gut“ informiert fühlen.

2 Zusammenhänge zwischen Informationsverhalten und der Wahrnehmung von Umweltrisiken und Umweltqualität

Unterscheiden sich die sechs Typen des Informationsverhaltens auch in der Einschätzung der Umweltqualität und in der Wahrnehmung der Risiken des Klimawandels, der Atomkraft und der Gentechnik? Sind Personen, die sich häufiger als der Durchschnitt über Umweltthemen informieren in dieser Hinsicht eventuell deutlich kritischer und stärker beunruhigt? Oder lässt ein höherer Wissensstand über Umweltprobleme und -risiken diese eher als akzeptabel erscheinen, weil man möglicherweise eher dazu in der Lage ist, zwischen Gefahren und Nutzen eines Risiko abzuwägen? In diesem Kontext ist nun allerdings zu berücksichtigen, dass die Informationstypen kein Maßstab für den Grad der Informiertheit über Umweltfragen, sondern nur ein Maßstab für die Nutzungshäufigkeit von Umweltinformationsquellen sind.

Ein Blick auf die Einsichten aus der Risikoforschung vermittelt in diesem Punkt ein widersprüchliches Bild. Während in einigen Untersuchungen gezeigt werden konnte, dass den Menschen bestimmte Risiken um so geringer erscheinen, je größer das eigene Wissen hierzu eingeschätzt wird, wurden in anderen Untersuchungen keinerlei Zusammenhänge festgestellt (vgl. Slovic 1992; Wildavsky 1993). Auch in neueren Untersuchungen zeigen sich keine eindeutigen empirischen Befunde, so dass der Einfluss des Wissens auf die Beurteilung der Risikoakzeptanz als insgesamt eher marginal einzuschätzen ist (vgl. Zwick/Renn 2002, S. 141).

Zunächst lässt sich festhalten, dass das Informationsverhalten auf die Einschätzung der lokalen Umweltqualität in der eigenen Stadt oder Gemeinde und auch der Umweltqualität in Deutschland keinen Einfluss hat. Die an Umweltinformationen stärker interessierten Personen sind in dieser Hinsicht also keinesfalls kritischer als die weniger interessierten Personen.

Tabelle 2: Empfundene Gefährdung - Informationstypen

Anteil der Befragten, die die folgenden Phänomene als „äußerst“ oder „sehr gefährlich für sich und die eigene Familie halten“ Angaben in %	Klimawandel	Atomkraft	Gentechnik
Insgesamt	47	48	42
Intensive Allesnutzer	53	53	49
Intensive Regionalpresse- und Fernsehnutzer	55	49	49
Internetuser	50	54	46
Nutzer des Privatfernsehens	49	55	40
Gelegentliche Regionalpresse- und Fernsehnutzer	46	47	40
Informationsmuffel	37	38	33

Die vorstehende Tabelle zeigt, dass eine geringe Nutzungshäufigkeit von Umweltinformationen generell mit einer geringeren Risikowahrnehmung einhergeht. Unter den Gruppen mit einem eher unterdurchschnittlichen Interesse an Umweltinformationen gilt dieses Profil jedoch ausschließlich für die *Informationsmuffel*. Nur diese Gruppe ist nennenswert weniger besorgt als der Durchschnitt, alle anderen Informationstypen liegen über oder auf dem Durchschnitt.

3 Determinanten und Potenziale für bürgerschaftliches Engagement im Umweltschutz

Engagement für den Umweltschutz beginnt mit der Information über Umweltfragen, bleibt aber nicht bei der passiven Rezeption stehen. Zum Leitbild der Nachhaltigen Entwicklung gehört *Partizipation* als integraler Bestandteil. Im Folgenden wird die Entwicklung des bürgerschaftlichen Engagements im Umwelt- und Naturschutz fokussiert. Dieses Engagement umfasst ein breites Spektrum an Unterstützungsleistungen: eine (passive) Mitgliedschaft in Umwelt- oder Naturschutzverbänden, Spendenzahlungen, die Teilnahme an einzelnen Aktivitäten, eine inhaltliche oder praktische Arbeit in befristeten Projekten sowie die kontinuierliche ehrenamtliche Mitarbeit. Zunächst wird die Entwicklung des allgemein ehrenamtlichen Engagements in Deutschland sowie die generellen Trends zum bürgerschaftlichen Engagement im Umwelt- und Naturschutz beleuchtet. Daran anschließend steht die Gruppe der bürgerschaftlich Engagierten im Mittelpunkt und das Engagementpotenzial für den Umwelt- und Naturschutz wird in Augenschein genommen. Schließlich werden die Befunde aus dem Blickwinkel der Umweltkommunikation diskutiert.

3.1 Trends zum bürgerschaftlichen Engagement im Umwelt- und Naturschutz

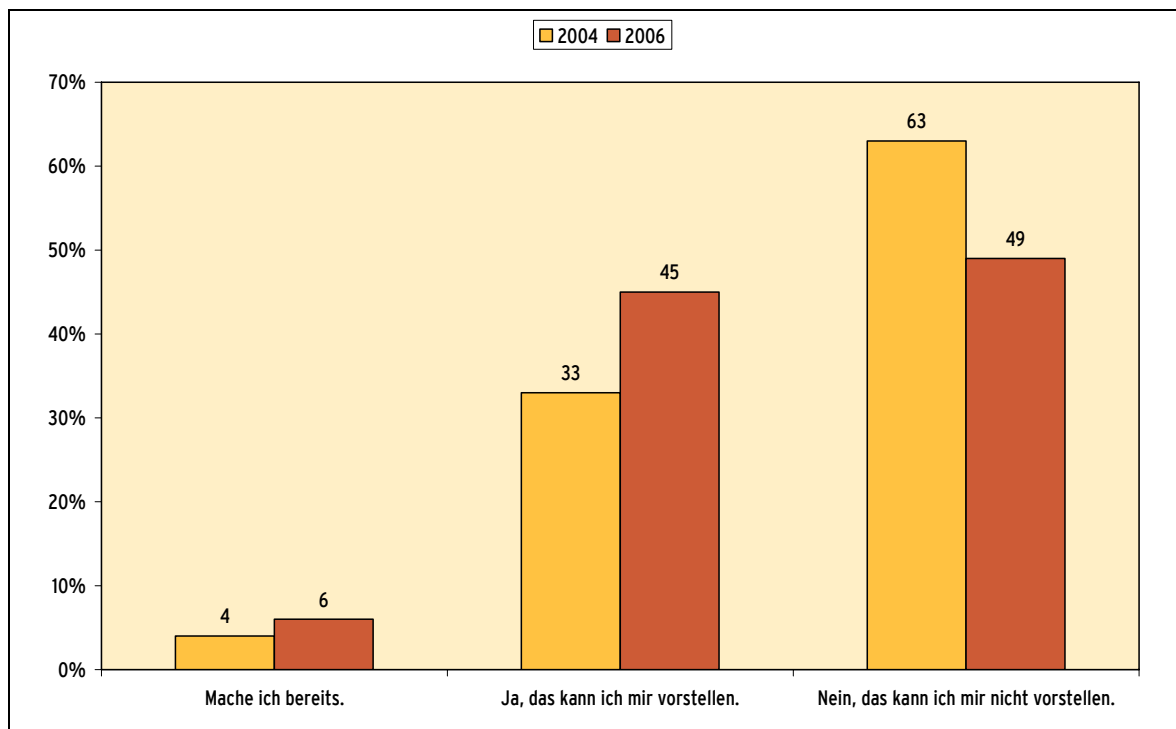
20% der Befragten haben sich im Jahr 2006 in irgendeiner Form ehrenamtlich betätigt, dies bedeutet im Vergleich zur Befragung 2004 eine Steigerung um 3 Prozentpunkte.¹ Zusammenhangsanalysen mit dem Umweltbewusstsein² dieser Personengruppe zeigen deutlich, dass das persönliche Verantwortungsbewusstsein für den Umweltschutz bei ehrenamtlich tätigen Personen – der Engagementbereich spielt dabei keine Rolle – generell stärker ausgeprägt ist als bei nicht ehrenamtlich Tätigen.

Signifikante Unterschiede im Ausmaß ehrenamtlichen Engagements der Befragten bestehen zwischen Frauen und Männern, zwischen unterschiedlichen Regionen sowie bezüglich Alter und Bildungsstand. Diese Befunde bestätigt auch der Freiwilligensurvey (vgl. BMFSFJ 2005). So üben Frauen seltener als Männer eine ehrenamtliche Tätigkeit aus: Während unter den befragten Männern 23% angeben, sie seien ehrenamtlich tätig, sind es unter den Frauen 17%. Hier dürfte vor allem das stärkere Engagement von Männern im Bereich des Sports eine Rolle spielen. Häufiger als der Durchschnitt engagieren sich ferner Befragte zwischen 50 und 69 Jahren – in dieser Altersgruppe trifft dies auf jeden Vierten zu – und zwar häufig Befragte aus Partnerhaushalten. Singles, sowohl jüngere unter 40 Jahren als auch ältere Singles, sind hingegen seltener als der Durchschnitt ehrenamtlich tätig. Am stärksten verbreitet ist eine ehrenamtliche Tätigkeit in ländlichen Gemeinden unter 5.000 Einwohnern, hier sind 36% ehrenamtlich aktiv. Stark ist auch der Einfluss der Bildung und deren Bedeutung für die Ausprägung von Eigeninitiative und allgemeiner Gestaltungskompetenz: Personen mit einer hohen Schulbildung sind mit einem Anteil von 25% deutlich häufiger ehrenamtlich aktiv als Personen mit einer niedrigen Schulbildung (13%).

45% der Bürgerinnen und Bürger können sich ein zukünftiges ehrenamtliches Engagement vorstellen, z.B. durch eine ehrenamtliche Tätigkeit in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch eine Beteiligung an einzelnen umweltschutzbezogenen Aktivitäten und Projekten. Im Jahr 2004 waren es erst 33%, das ist eine beträchtliche Steigerung (Abbildung 3). Tat-

sächlich sind nach eigener Auskunft derzeit aber nur 6% in der Umwelt- und Naturschutzarbeit aktiv. Diese erhebliche Diskrepanz zwischen dem potenziellen und dem heute realisierten Bürgerengagement im Umweltschutz zeigt, dass es für die Umwelt- und Naturschutzverbände nicht leicht ist, das prinzipielle Interesse in ein faktisches Engagement umzuwandeln. Vielfältige Motive, Erwartungen und Rahmenbedingungen sind dabei zu berücksichtigen (vgl. hierzu ausführlich Göll/Henseling 2007).

Abbildung 3: Bereitschaft zum Engagement im Umwelt- oder Naturschutz



Frage: Können Sie sich vorstellen, sich aktiv für den Umwelt- und Naturschutz zu engagieren, z.B. als ehrenamtlich Tätige(r) in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten?

Dass sich das gestiegene Interesse an einem Engagement im Umwelt- und Naturschutz nicht automatisch in wachsenden Mitgliederzahlen von Umwelt- und Naturschutzverbänden niederschlägt, zeigt die folgende Tabelle 3. So wird in den Umweltbewusstseinsstudien seit dem Jahr 1998 die Zahl der Mitglieder in Umwelt- und Naturschutzorganisationen erfragt. Dabei handelt es sich nicht nur um aktive Mitglieder, sondern zu einem großen Teil um (passive) Fördermitglieder der Verbände. Im Jahr 2006 geben 9,2% der Befragten an, Mitglied in einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation zu sein, und somit sind es nicht nennenswert mehr als im Jahr 2004. Auffällig ist jedoch, dass im Vergleich zur vorangegangenen Untersuchung der Anteil der männlichen Mitglieder leicht zugenommen hat. Altersabhängige Unterschiede oder Differenzen zwischen Stadt- und Landbewohnern bestehen nicht.

Tabelle 3: Mitgliedschaft in Umweltschutz- oder Naturschutzorganisation (Zeitreihe)

Angaben in %	1998	2000	2002	2004	2006
Insgesamt	4.2	7.5	8.5	8.6	9.2
Geschlecht					
Männer	4.1	8.5	9.7	8.8	11.0
Frauen	4.2	6.5	7.5	8.5	7.6
Formale Bildung					
niedrig	2.0	3.1	6.3	3.7	4.9
mittel	3.1	8.7	6.9	7.8	7.2
hoch	10.5	11.3	13.4	15.0	15.9

Frage: Sind Sie Mitglied einer Gruppe oder einer Organisation, die sich für die Erhaltung und den Schutz von Umwelt und Natur einsetzt?

Relativ stark ist der Einfluss der Bildung: Die Mitgliedschaft in einer Gruppe oder Organisation, die sich für die Erhaltung und den Schutz von Umwelt und Natur einsetzt, ist traditionell eher eine Angelegenheit von Personen mit hohen formalen Bildungsabschlüssen. Ein wichtiger Indikator für eine Mitgliedschaft ist darüber hinaus die persönliche Wertestruktur.³ So ist mit 19% fast jeder Fünfte der *Engagierten Idealisten* Mitglied in einem Umwelt- oder Naturschutzverband. Unter den *Wertepluralisten*, die eine eher neuartige Synthese von traditionellen und modernen Werten verkörpern, liegt dieser Anteil mit 10% nur noch knapp über dem Durchschnitt, bei Personen mit einer vornehmlich hedonistisch und materiell geprägten Grundeinstellung – den *Hedo-Materialisten* – liegt der Anteil der Mitglieder mit 8% knapp unter dem Durchschnitt. *Pflichtbewusste* und *Wertedistanzierte* sind mit einem Anteil von jeweils 3% vergleichsweise selten Mitglied in einer Gruppe oder Organisation, die sich für die Erhaltung und den Schutz von Umwelt und Natur einsetzt.

Nicht nur die Mitgliedschaft in einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation oder die aktive Mitarbeit in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe sind Ausdruck bürgerschaftlichen Engagements, auch Geldspenden an Umwelt- und Naturschutzverbände stellen eine Möglichkeit dar, die Umwelt- und Naturschutzarbeit zu unterstützen. Im Vergleich mit anderen gemeinnützigen Organisationen finanzieren sich die Umwelt- und Naturschutzverbände heute schon in einem relativ hohen Maße aus Spendengeldern, wobei deren Bedeutung zukünftig noch weiter ansteigen wird (vgl. Göll/Henseling 2007).

Tabelle 4: Geldspende an Umwelt- oder Naturschutzverbände, Zeitreihe

Angaben in %	2002	2004	2006
ja, einmal	16	15	16
ja, mehrmals	11	10	9
nein	73	75	75

Frage: Haben Sie im letzten Jahr einmal oder mehrmals Geld für eine Umwelt- oder Naturschutzgruppe gespendet?

Die Spendenbereitschaft für den Umwelt- und Naturschutz ist im Zeitvergleich zwischen 2002 und 2006 nahezu unverändert, jeder Vierte hat im letzten Jahr hierfür Geld gespendet. Mit zunehmendem Alter nimmt die Spendenbereitschaft zu: Besonders spendabel sind die 50- bis 69-jährigen. Die Häufigkeit von Geldspenden steigt ferner linear mit der Höhe der Bildung und des Einkommens. Die Kontinuität und Stabilität der Spendenbereitschaft in Deutschland, ihre Abhängigkeit vom Alter und vom sozio-ökonomischen Status stellen Befunde dar, die auch in

Untersuchungen zur allgemeinen Spendenbereitschaft für gemeinnützige Zwecke bestätigt werden (vgl. hierzu z.B. Priller/Sommerfeld 2005, S. 16ff.). Die in Untersuchungen zur allgemeinen Spendenbereitschaft weiterhin festgestellten geschlechtsspezifischen Unterschiede – Frauen spenden häufiger – sowie die bestehenden regionalen Unterschiede – in den westlichen Bundesländern sowie im Süden Deutschlands wird häufiger gespendet – sind bezüglich der Spendenbereitschaft für den Umwelt- und Naturschutz nicht auszumachen. Es bestehen weder Hinweise auf ein Ost-West- noch auf ein Nord-Süd-Gefälle.

Neben den genannten sozialstrukturellen Merkmalen hat auch die Ausprägung ideeller und sozialistischer Werte einen starken Einfluss darauf, ob man für den Umwelt- und Naturschutz Geld spendet. Wobei eine religiöse Bindung für die Spendenbereitschaft im Umweltbereich von nicht so großem Erklärungswert ist, wie dies für andere gemeinnützige Zwecke der Fall ist (vgl. a.a.O., S. 26f.). Überdurchschnittlich häufig gespendet – ein- oder mehrmals – haben mit einem Anteil von 42% vor allem die *Engagierten Idealisten*. Knapp über dem Durchschnitt der Spendenbereitschaft liegen die *Wertpluralisten* (27%). Weit unterdurchschnittlich gespendet haben die *Wertedistanzieren* (17%), die *Pflichtbewussten* (16%) und die *Hedo-Materialisten* (14%).

3.2 Die bürgerschaftlich Engagierten

Welche Gruppen von Personen sind es insbesondere, die in der Umwelt- und Naturschutzarbeit bürgerschaftlich aktiv sind? Auffällig ist zunächst, dass drei Viertel (76%) derjenigen, die angeben, sich aktiv für den Umwelt- oder Naturschutz zu engagieren, gleichzeitig Mitglied in einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation sind. Dies zeigt, dass der überwiegende Teil des bürgerschaftlichen Engagements im Umweltbereich nach wie vor innerhalb formaler Organisationsstrukturen erfolgt. Auch die Spendenbereitschaft für den Umweltschutz ist hoch, wenn auch nicht in der gleichen Größenordnung wie im Jahr 2004. Nur 28% (2004: 18%) der Engagierten haben im Jahr 2003 kein Geld für den Umweltschutz gespendet, 33% (2004: 34%) haben einmal und 39% (2004: 48%) mehrmals gespendet.

Das Umweltbewusstsein der Aktiven hebt sich deutlich positiv von der Mehrheit ab. Auf der Skala *Pro-Umwelteinstellungen*⁴, die das Umweltbewusstsein misst, erreichen sie einen Wert von 48,6 Skaleneinheiten, und somit 3,4 Skaleneinheiten mehr als der Bevölkerungsdurchschnitt (Mittelwert: 45,2 Punkte). Das ist eine beträchtliche Differenz. Einen entscheidenden Einfluss auf das Engagement im Umweltbereich hat das persönliche Verantwortungsbewusstsein. Untersuchungen zu den Motiven für das Umweltengagement (vgl. Göll/Henseling 2007; Kuckartz/Rheingans-Heintze 2006, S. 178f.) bestätigen die zentrale Bedeutung von Umwelt- und Verantwortungsbewusstsein. Drei zentrale Motivbündel stechen dabei hervor:

1. Ein gestaltungsorientiertes Motiv: Persönliche Betroffenheit gepaart mit dem Willen, politisch etwas zu erreichen, Fachkompetenz einbringen und entwickeln zu können sowie Verantwortung zu übernehmen
2. Spaß haben und soziale Kontakte knüpfen
3. Liebe zur Natur und sinnvolle Freizeitgestaltung

Differenziert man die Gruppe der bürgerschaftlich Engagierten nach verschiedenen sozialstrukturellen Merkmalen aus, so ergeben sich hinsichtlich Geschlecht, Alter und Bildung statistisch signifikante Auffälligkeiten (Tabelle 5). Das Einkommen hat anders als in punkto Spendenbereitschaft nur einen schwachen Effekt. Der Einfluss der drei genannten Faktoren geht in die gleiche Richtung wie bei einer allgemein ehrenamtlichen Tätigkeit: Männer sowie formal hö-

her gebildete Personen sind häufiger aktiv, ferner besteht ein Überhang in der Altersgruppe der 50- bis 69-Jährigen – primär unter Befragten aus Paarhaushalten.

Tabelle 5: Engagierte im Umwelt- oder Naturschutz

Anteil in % der Befragten, die antworten „Mache ich bereits.“	2004	2006
Insgesamt	4	6
Geschlecht		
Frauen	3	5
Männer	5	7
Alter		
18 bis 24 Jahre	2	6
25 bis 29 Jahre	5	6
30 bis 39 Jahre	4	5
40 bis 49 Jahre	3	6
50 bis 59 Jahre	5	7
60 bis 69 Jahre	7	8
70 Jahre und älter	3	5
Formale Bildung		
niedrig	2	2
mittel	3	5
hoch	7	10

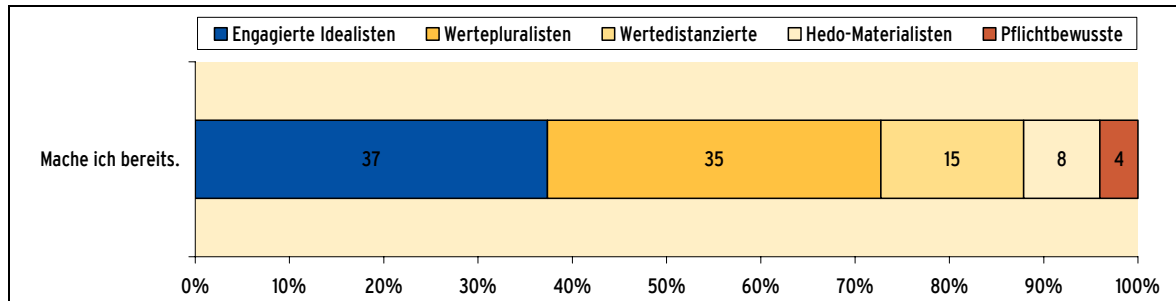
Frage: Können Sie sich vorstellen, sich aktiv für den Umwelt- und Naturschutz zu engagieren, z.B. als ehrenamtlich Tätige(r) in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten?

Unterschiede zwischen Stadt- und Landbewohnern sind im Gegensatz zu einer allgemein ehrenamtlichen Tätigkeit nicht zu erkennen. Dort zeigte sich: Je kleiner die Gemeinde, desto größer die Engagementquote (vgl. auch BMFSFJ 2005, S. 231). Ein Engagement für den Umweltschutz ist hingegen in der Stadt genauso verbreitet wie auf dem Land.

Ein Anstieg des Engagements im Vergleich zu den Zahlen von 2004 ist unter Personen mit mittlerer und höherer Schulbildung zu verzeichnen. Laut Freiwilligensurvey 2004 ist ein hoher Bildungsstatus übrigens ganz besonders unter jungen Menschen der ausschlaggebende Erklärungsfaktor für freiwilliges Engagement (vgl. a.a.O.).

Auch die Nähe zu Religion und Kirche geht mit einem vermehrten Engagement für den Umwelt- und Naturschutz einher, wobei dieser Zusammenhang – ebenso wie in punkto Spendenbereitschaft für den Umweltschutz – nicht stark ausgeprägt ist. Primär sind es die Milieus der modernen Wertewelt, die im Umweltbereich bürgerschaftlich aktiv sind (vgl. auch Göll/Henseling 2007). So sind knapp drei Viertel der Aktiven entweder *Engagierte Idealisten* oder aber *Wertpluralisten*. „Idealistische und Engagementwerte“, also Hilfe für sozial Benachteiligte, Leben im Einklang mit der Natur, politisches Engagement und Entwicklung von Phantasie und Kreativität, fördern ein Engagement für den Umwelt- und Naturschutz am stärksten, und zwar insbesondere dann, wenn diese Werte einen Gegenpol zu Pflicht- und Akzeptanzwerten bilden, so wie es für die *Engagierten Idealisten* typisch ist.

Abbildung 4: Werteprofil der bürgerschaftlich Engagierten im Umweltschutz



Frage: Können Sie sich vorstellen, sich aktiv für den Umwelt- und Naturschutz zu engagieren, z.B. als ehrenamtlich Tätige(r) in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten?

3.3 Die potenziell Interessierten

Es besteht ein großes Potenzial zur Ausdehnung und Intensivierung des bürgerschaftlichen Engagements für den Umwelt- und Naturschutz in Deutschland. Im Vergleich zur Umfrage 2004 hat das Interesse an einem Engagement im Umwelt- und Naturschutz stark zugenommen: von 33% auf 45%. Eine Ausdifferenzierung nach sozialstrukturellen Merkmalen zeigt, dass dieser Zuwachs unter jungen Menschen zwischen 18 und 24 Jahren am größten ausfällt. Die allgemein große Engagementbereitschaft in dieser Altersgruppe bestätigt auch der Freiwilligensurvey. Ein Blick auf den Erwerbsstatus der Befragten gibt weiteren Aufschluss: Das größte Interesse an einem Engagement für den Umwelt- und Naturschutz zeigen mit einem Anteil von 58% Schüler, Azubis und Studenten. Überdurchschnittliches Interesse haben auch die 40- bis 59-Jährigen. Im Vergleich zur Umfrage 2004 überdurchschnittlich stark zugenommen hat ferner der Anteil potenziell Interessierter in der Altersgruppe der 60- bis 69-Jährigen.

Die Engagementbereitschaft hat in allen Bildungsschichten in nahezu gleichem Ausmaß zugenommen, wobei das Potenzial unter Personen mit hoher Schulbildung aber nach wie vor am größten ist. Etwas stärker interessiert an einem Umweltengagement zeigen sich zudem Männer.

Tabelle 6: Potenziell Interessierte an einem Engagement im Umwelt- oder Naturschutz

Anteil in % der Befragten, die antworten „Ja, das kann ich mir vorstellen.“	2004	2006
Insgesamt	33	45 (+12)
Geschlecht		
Frauen	32	44 (+12)
Männer	33	48 (+15)
Alter		
18 bis 24 Jahre	34	56 (+22)
25 bis 29 Jahre	34	47 (+13)
30 bis 39 Jahre	41	45 (+4)
40 bis 49 Jahre	36	48 (+12)
50 bis 59 Jahre	32	49 (+17)
60 bis 69 Jahre	27	45 (+18)
70 Jahre und älter	23	33 (+10)
Formale Bildung		
niedrig	23	35 (+12)
mittel	32	46 (+14)
hoch	44	56 (+12)

Frage: Können Sie sich vorstellen, sich aktiv für den Umwelt- und Naturschutz zu engagieren, z.B. als ehrenamtlich Tätige(r) in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten?

Neben den sozialstrukturellen Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung haben kulturelle, einstellungsbezogene und sozialintegrative Merkmale einen starken Einfluss auf das Interesse an einem Engagement im Umwelt- und Naturschutz. Damit stellt sich die Frage, welche dieser Merkmale – einschließlich der sozialstrukturellen – den höchsten Erklärungswert für das Vorhandensein einer hohen Engagementbereitschaft haben.

Mit Hilfe einer statistischen Analyse haben wir die entscheidenden Faktoren ermittelt, die es erlauben, zwischen der Gruppe der potenziell Interessierten und der Gruppe der Nicht-Interessierten zu unterscheiden.⁵ Die wichtigsten Faktoren für die Trennung dieser beiden Gruppen sind die folgenden, aufgelistet sind sie in der Rangfolge ihrer Relevanz bzw. ihres Erklärungswertes:

1. Hohe Akzeptanz von Freunden und Bekannten des eigenen Engagements
2. Überdurchschnittlich häufige Nutzung von Fachzeitschriften, Internet, Wochenzeitungen und -zeitschriften sowie überregionalen Tageszeitungen, um sich über Umweltthemen zu informieren
3. Hohes persönliches Verantwortungsbewusstsein für den Umweltschutz
4. Hohe Ausprägung idealistischer und Engagementwerte
5. Starke wahrgenommene gesundheitliche Belastung durch Umweltprobleme
6. Ablehnung einer fatalistischen Gerechtigkeitsvorstellung⁶ („die Verhältnisse lassen sich doch nicht ändern“)
7. Junge Befragte zeigen sich aufgeschlossener.

Wie die Analyse zeigt, spielen mit Ausnahme des letzten Punkts sozialstrukturelle Variablen für die Engagementbereitschaft keine Rolle. Von größerer und insgesamt herausragender Bedeutung für eine positive Einstellung zum Umweltengagement sind zuallererst die sozialen Netzwerke. Das Engagement muss im Freundes- und Bekanntenkreis auf positiven Widerhall stoßen, sonst wird es schwer, sich tatsächlich für ein Engagement zu entscheiden (vgl. hierzu auch BMFSFJ 2005, S. 227). Während unter den potenziell Interessierten eine überwältigende Mehrheit von 84% davon überzeugt ist, dass Freunde und Bekannte ein Umweltengagement „sehr gut“ oder „eher gut“ finden würden, glaubt dagegen eine Mehrheit der Nicht-Interessierten nicht an eine hohe Wertschätzung eines Umweltengagements im Freundes- und Bekanntenkreis.

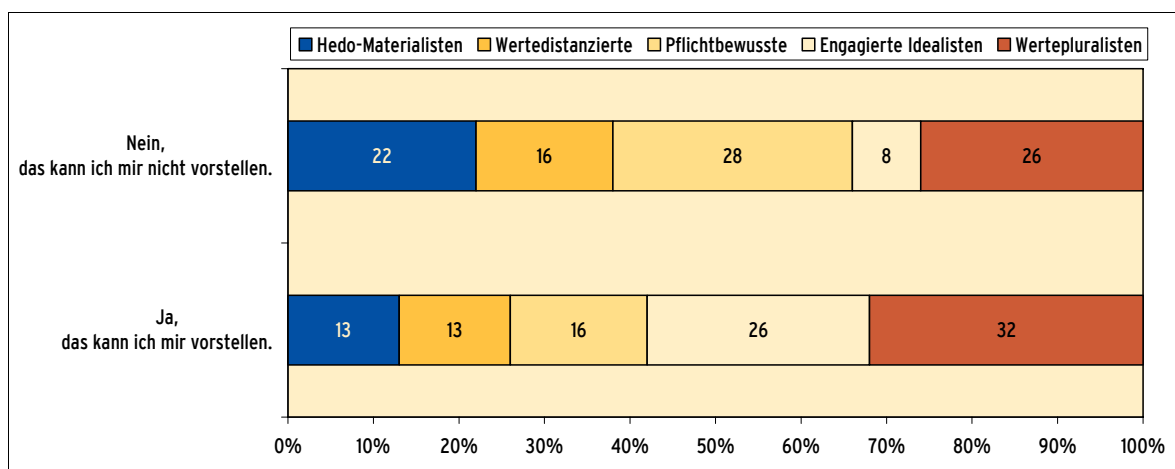
Tabelle 7: Akzeptanz von Aktivität in Umwelt- oder Naturschutzgruppe bei Freunden/Bekannten

Angaben in %	Insgesamt	Potenziell Interessierte	Nicht-Interessierte
würden das sehr gut finden	16	22	6
würden das eher gut finden	47	62	34
wären eher zurückhaltend	34	16	55
würden das eher schlecht finden	2	1	4
würden das sehr schlecht finden	1	0	2

Frage: Was glauben Sie: Finden oder fänden es Ihre Freunde und Bekannten gut, wenn Sie in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe aktiv sind oder wären? Antworten Sie bitte anhand dieser Liste.

Im Gegensatz zu den Nicht-Interessierten haben die Engagementbereiten ein überdurchschnittlich großes Interesse an ausführlicher und anspruchsvoller Information über Umweltthemen. Dies zeigt sich vornehmlich daran, dass sie sich besonders häufig im Internet, in Fachzeitschriften, in Wochenzeitungen und -zeitschriften sowie in überregionalen Tageszeitungen über Umweltthemen informieren (vgl. Kapitel 1). Nur 17% der engagementbereiten Personen zählen zu den *Informationsmuffeln*, unter den Nicht-Interessierten sind es mit 35% mehr als doppelt so viele.

Abbildung 5: Wertprofile der potenziell Interessierten und der Nicht-Interessierten



Frage: Können Sie sich vorstellen, sich aktiv für den Umwelt- und Naturschutz zu engagieren, z.B. als ehrenamtlich Tätige(r) in einer Umwelt- oder Naturschutzgruppe oder auch durch Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten?

Mehr als die Hälfte der Engagementbereiten sind entweder *Engagierte Idealisten* oder *Wertepluralisten*. Von den Nicht-Interessierten unterscheiden sie sich hauptsächlich durch ihre erheblich stärkere Neigung zu idealistischen und Engagementwerten. Deutlich seltener als die Nicht-Interessierten sind sie unter den *Pflichtbewussten* und den *Hedo-Materialisten* vertreten.

Wie die tatsächlich Engagierten zeichnen sich die potenziell Interessierten durch ein überdurchschnittlich hohes Umweltbewusstsein aus. Dieses manifestiert sich vor allem in der großen Bereitwilligkeit, auch selbst Verantwortung für den Schutz unserer Umwelt zu übernehmen und sich nicht nur auf die Anderen und den Staat zu verlassen. Damit korrespondiert die deutliche Ablehnung von fatalistischen Gerechtigkeitsvorstellungen, etwa im Sinne des Ausspruches: „Die Verhältnisse lassen sich ja doch nicht ändern“. Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang zudem der Befund, dass eine hohe wahrgenommene gesundheitliche Belastung durch Umweltprobleme ebenfalls zu den entscheidenden Kriterien für ein hohes Interesse an einem Umweltengagement zählt.

Festzuhalten bleibt, dass das Engagementpotenzial für den Umwelt- und Naturschutz zwar groß ist, dieses sich jedoch nicht spontan in ein entsprechendes Verhalten umsetzen lässt. Trotz definitiver Bereitschaft gibt es zahlreiche Gründe, sich nicht zu engagieren. Als Hauptursachen für das Nicht-Engagement gelten Zeitmangel sowie die internen Strukturen in Verbänden und Vereinen, von denen sich viele potenziell Interessierte eher abschrecken lassen (vgl. Kuckartz/Rheingans-Heintze 2006, S. 188; Göll/Henseling 2007). Der zahlenmäßig wichtigste Hinderungsgrund ist Zeitknappheit, so gaben in der Befragung 2004 74% der engagementbereiten Personen an, sie seien beruflich oder familiär zu sehr belastet, um tatsächlich aktiv zu werden. Wie stark dieses Hemmnis offenbar ist, zeigt ein Blick auf die Engagementquote in der Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen. Gerade in dieser Altersgruppe dürfte die Doppelbelastung durch Beruf und Familie besonders hoch sein, da hier z.B. überdurchschnittlich häufig Kinder unter sieben Jahren im Haushalt sind. Wie Tabelle 6 zeigt, war das Interesse an einem Umweltengagement im Jahr 2004 in dieser Altersgruppe mit Abstand am größten. Laut Differenziert man die Gruppe der bürgerschaftlich Engagierten nach verschiedenen sozialstrukturellen Merkmalen aus, so ergeben sich hinsichtlich Geschlecht, Alter und Bildung statistisch signifikante Auffälligkeiten (Tabelle 5). Das Einkommen hat anders als in punkto Spendenbereitschaft nur einen schwachen Effekt. Der Einfluss der drei genannten Faktoren geht in die gleiche Richtung wie bei einer allgemein ehrenamtlichen Tätigkeit: Männer sowie formal höher gebildete Personen sind häufiger aktiv, ferner besteht ein Überhang in der Altersgruppe der 50- bis 69-Jährigen – primär unter Befragten aus Paarhaushalten.

Tabelle 5 ist die tatsächliche Engagementquote aber nur minimal von 4% im Jahr 2004 auf 6% im Jahr 2006 angestiegen.

Zusammenfassende Bewertung

Die Motive, Erwartungen und Rahmenbedingungen, die es zu berücksichtigen gilt, wenn man das bürgerschaftliche Engagement fördern will, sind mittlerweile gut erforscht (vgl. u.a. BMFSFJ 2005; Göll/Henseling 2007). Vor allem haben sich die Ansprüche und Erwartungen der Menschen an die Organisationsformen des freiwilligen Engagements geändert. Von klassischer Vereinsarbeit fühlen sich heute viele Menschen abgeschreckt, um so wichtiger ist ein aktives Zugehen auf interessierte Zielgruppen und eine verstärkte gesellschaftliche Anerkennung des Umweltengagements. Stärker ausgebaut werden sollten ferner die Möglichkeiten zu einer Beteiligung an einzelnen Aktivitäten und Projekten. Denn viele Menschen bevorzugen ein thematisches Engagement in zeitlich befristeten Projekten im Sinne einer Problemorientierung: identifizierbare Sachverhalte, überschaubare Themen und Handlungsfelder der unmittelbaren Lebenswelt (vgl. hierzu auch Kuckartz/Rheingans-Heintze 2006, S. 173ff.). Diese allgemeinen Befunde zu den Motiven und Erwartungen an das freiwillige Engagement erhalten zusätzliches Gewicht durch den Umstand, dass der größte Teil der derzeit im Umwelt- und Naturschutz Engagierten bereits Mitglied in einer Umwelt- oder Naturschutzorganisation ist. Will man das vorhandene Potenzial erschließen, müssen sich die Verbände also noch weiter öffnen, denn es ist kaum anzunehmen, dass ein größerer Teil der Engagementbereiten Interesse an einer Verbandsmitgliedschaft hat. Umweltengagement darf also nicht nur als Dauerengagement konzipiert sein, sondern auch als temporäre Aktivität mit Unterbrechungen. Dies trägt auch eher dazu bei, die hohe Barriere des tatsächlichen Einstiegs in das Engagement zu überwinden.

Ein wesentlicher Indikator für ein Interesse am Umweltengagement ist die persönliche Wertestruktur. Weit überdurchschnittlich sind bereits jetzt die *Engagierten Idealisten* aktiv engagiert. Ein noch weitgehend ungenutztes Potenzial dürfte jedoch unter den *Wertpluralisten* schlummern – ein Typus, der durch die Synthese moderner und traditioneller Werte charakterisiert ist. Gerade bei diesem Wertetyp ist das Engagement aus unterschiedlichen Motivlagen heraus möglich, daher dürfen keine Gegensätze zwischen moderner Eigenverantwortlichkeit und klassischen Pflichttugenden geschaffen werden.

Für die Akteure im Umwelt- und Naturschutz ist es weiterhin wichtig zu wissen, dass das persönliche Verantwortungsbewusstsein für den Umweltschutz einen entscheidenden Effekt auf das tatsächliche Engagement und das prinzipielle Interesse an einem Umweltengagement hat. Eine gezielte Ansprache sollte folglich vor allem an den gestaltungsorientierten Motiven der an einem Umweltengagement interessierten Personenkreise ansetzen: Man möchte den vorhandenen gesellschaftlichen Handlungs- und Gestaltungsspielraum aktiv wahrnehmen und nutzen, eigene Kompetenzen und Fähigkeiten einbringen sowie möglichst eigene Ideen und Projekte verwirklichen. Auch eine persönliche Betroffenheit – hier insbesondere eine hohe wahrgenommene Gesundheitsbelastung durch Umweltprobleme – stellt einen bedeutenden Anreiz zum Engagement dar, der in der Umweltkommunikation durchaus nach vorne gestellt werden sollte.

Erfreulich ist, dass der stärkste Zuwachs an Engagementbereitschaft in der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen zu verzeichnen ist, und zwar primär unter Azubis, Schülern und Studenten. Für die verschiedenen Institutionen des Umwelt- und Naturschutzes besteht damit ein großes Potenzial, durch gezielte Kooperationen und Projekte mit schulischen und außerschulischen Bildungseinrichtungen, mit Ausbildungsbetrieben und Hochschulen junge Menschen für ein Umweltengagement zu gewinnen und an sich zu binden.

Ein ganz entscheidender Zugangsweg zum Umweltengagement sind schließlich auch die vorhandenen sozialen Netzwerke. Über die Einbindung in ein soziales Umfeld, in dem ein Umweltengagement auf ein positives Feedback stößt, ist das Potenzial für bürgerschaftliches Engagement am größten. Für die Förderung des Umweltengagements bedeutet das, dass sie vor allem den Gedanken, sich gemeinsam mit Freunden zu engagieren, nach vorne stellen muss.

Von großer Relevanz ist, dass die Analyse neben der Einbindung in soziale Netzwerke das Informationsverhalten als wichtigsten Faktor identifiziert hat. Die Leitidee „Durch Information zum Handeln“ erfährt vor diesem Hintergrund durchaus eine neue Gewichtung. Doch nicht alle Menschen – das zeigt unsere Analyse des Informationsverhaltens deutlich – lassen sich auf die gleiche Art und Weise erreichen. Hinsichtlich der Frage, was die Motivation des Informationsverhaltens im Umweltbereich ist, besteht schon seit längerem eine Kontroverse in der Umweltkommunikation. Diese Kontroverse entzündet sich an der Überlegung, welchen Wissenshintergrund die Menschen für eine erfolgreiche Umweltkommunikation brauchen (vgl. Kuckartz/Schack 2002; vgl. Schack 2003). Kuckartz/Schack identifizieren in diesem Zusammenhang drei unterschiedliche Strömungen der Umweltkommunikation: die Problemorientierung, die Verhaltensorientierung und die Empowermentorientierung (vgl. ebd., S. 97).

In der Perspektive des „Problemorientierten Ansatzes“ kommt die Leitidee „Durch Information zum Handeln“ zum Tragen. Umweltprobleme sind in dieser Sichtweise gut kommunizierbar, wenn sie die Menschen unmittelbar berühren. Die Menschen brauchen konkrete Anlässe und Probleme, dann suchen sie die Informationen auch aktiv. Am ehesten relevant ist diese Perspektive für die *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzer*, die *Intensiven Allesnutzer* und die *Internetuser*, aber auch die *Nutzer des Privatfernsehens* sind hier zu berücksichtigen. Für diese Gruppe ist beispielsweise das Thema Gesundheit besonders wichtig, auch kann man an ihr Pflichtbewusstsein appellieren, denn sie ist unter den *Pflichtbewussten* überrepräsentiert. Insgesamt wären somit 56% der Bevölkerung angesprochen. Umweltfreundliches Handeln kann bei allen vier Informationstypen durchaus aus Einsicht und Verantwortung folgen. So wäre etwa zu überlegen, verstärkt den Fokus darauf zu richten, dass Experten etc. ihre Erkenntnisse in allgemeinverständlicher Sprache publizieren – mit klaren Bezügen zu Alltagsthemen und nachvollziehbaren Handlungsoptionen. Diese vier Zielgruppen sind an Einzelheiten interessiert und müssen immer wieder mit Informationen versorgt werden, beispielsweise über wechselnde Themenschwerpunkte.

In der Perspektive des „verhaltensorientierten Ansatzes“ sollten Umweltaspekte zurückgehalten und der Eigennutz der jeweiligen Zielgruppe in den Vordergrund gestellt werden. Mit diesem Fokus werden sich am ehesten die *Informationsmuffel*, die *Gelegentlichen Regionalpresse- und Fernsehnutzer* sowie erneut die *Nutzer des Privatfernsehens* erreichen lassen – insgesamt ebenfalls gut die Hälfte der Bevölkerung. Wissen und Bewusstsein spielen als Informationsziele nur am Rande eine Rolle, es geht vornehmlich um Verhaltensänderung und darum, Anreize zu geben. Dies kann zum Beispiel ein finanzielles Motiv (Geld sparen) oder die Sorge um die eigene Gesundheit sein. An Einzelheiten sind insbesondere die *Informationsmuffel* und die *Gelegentlichen Regionalpresse- und Fernsehnutzer* eher nicht interessiert.

Aus der Perspektive des „Empowermentorientierten Ansatzes“ sollen die Rezipienten mit entsprechenden Informationen befähigt werden, sich selbst in einem bestimmten Themenfeld zu rechtzufinden und sich aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Gesellschaft zu beteiligen. Am ehesten relevant ist diese Perspektive für die *Internetuser*, die *Intensiven Allesnutzer* und bedingt auch für die *Intensiven Regionalpresse- und Fernsehnutzer* – maximal 44% der Bevölkerung wären somit angesprochen. Diese drei Informationstypen weisen ein hohes persönliches Verantwortungsbewusstsein in Fragen des Umweltschutzes auf. Widersprüchliche Informationen,

Zusammenfassende Bewertung

beispielsweise zum Klimawandel, würden in diesen Zielgruppen vermutlich keine oder kaum Irritationen auslösen. Informationen sollten so aufbereitet werden, dass sie eine Chance zur Reflexion bieten, und die Rezipienten sich mit Hilfe der Informationen ein eigenes Urteil bilden können. Die Leitidee lautet hier: Durch Komplexitätslernen zum Handeln.

Literatur

- Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ 2005): Freiwilliges Engagement in Deutschland 1999-2004. Ergebnisse der repräsentativen Trenderhebung zu Ehrenamt, Freiwilligenarbeit und bürgerschaftlichem Engagement, vorgelegt von TNS Infratest Sozialforschung, München. Verfügbar im Internet: <http://www.bmfsfj.de/bmfsfj/generator/RedaktionBMFSFJ/Arbeitsgruppen/Pdf-Anlagen/freiwilligen-survey-langfassung> [25.08.2007]
- Göll, E.; Henseling, C. (2007): Mobilisierung von Umweltengagement. Wie Unterstützungsmöglichkeiten für Umwelt- und Naturschutz erschlossen werden können. ZukunftsStudien Nr. 32. Frankfurt am Main.
- Grunenberg, H.; Kuckartz, U. (2003): Umweltbewusstsein im Wandel. Ergebnisse der UBA-Studie Umweltbewusstsein in Deutschland 2002, Opladen.
- Kuckartz, U.; Rheingans-Heintze, A. (2006): Trends im Umweltbewusstsein. Umweltgerechtigkeit, Lebensqualität und persönliches Engagement, Wiesbaden.
- Kuckartz, U.; Schack, K. (2002): Umweltkommunikation gestalten. Eine Studie zu Akteuren, Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren des Informationsgeschehens, Opladen.
- Priller, E.; Sommerfeld, J. (2005): Wer spendet in Deutschland? Eine sozialstrukturelle Analyse. WZB Discussion Paper, SP I 2005 – 202, Berlin.
- Schack, K. (2003): Umweltkommunikation als Theorielandschaft. Eine qualitative Studie über Grundorientierungen, Differenzen und Theoriebezüge der Umweltkommunikation, München.
- Slovic, P. (1992): Perception of Risk: Reflections on the psychometric paradigm. In S. Krimsky & D. Golding (Hrsg.), Social theories of risk (S. 117-152). Westport, Connecticut: Praeger.
- Wegener, B.; Liebig, S. (1999): Gerechtigkeitsideologien 1991-1996, in: Meulemann, H. (Hrsg.): Werte und nationale Identität im vereinten Deutschland, Opladen 1999, S. 25-59.
- Wildavsky, A. (1993): Vergleichende Untersuchung zur Risikowahrnehmung, in: Bayerische Rückversicherung AG (Hrsg.): Risiko ist ein Konstrukt, München 1993, S. 191-211.
- Zwick, M.; Renn, O. (2002) (Hrsg.): Wahrnehmung und Bewertung von Risiken. Ergebnisse des „Risikosurvey Baden-Württemberg 2001“, Arbeitsbericht 202 der TA-Akademie, Stuttgart. Verfügbar im Internet: <http://www.michaelmzwick.de/schrift.htm> [04.04.2007]

Anmerkungen

- 1 Die Diskrepanz zu den Ergebnissen des Freiwilligensurvey 2004 (vgl. BMFSFJ 2005), wonach 36% der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland freiwillig engagiert sind, ist durch die unterschiedliche Formulierung der Fragstellung zu erklären. So wird in den Umweltbewusstseinsstudien explizit nach einem ehrenamtlichen Engagement gefragt („Üben Sie zur Zeit eine ehrenamtliche Tätigkeit aus?“), während die Frage im Freiwilligensurvey sehr viel breiter formuliert war: „Uns interessiert nun, ob Sie in den Bereichen, in denen Sie aktiv sind, auch ehrenamtliche Tätigkeiten ausüben oder in Vereinen, Initiativen, Projekten und Selbsthilfegruppen engagiert sind. Es geht um freiwillig übernommene Aufgaben und Arbeiten, die man unbezahlt oder gegen geringe Aufwandsentschädigung ausübt“.
- 2 Zur Tradition der Umweltbewusstseinsstudien gehört seit vielen Jahren die Erhebung der allgemeinen Einstellungen zum Umweltschutz. Dabei handelt es sich um eine umfängliche Liste von insgesamt 12 Statements, mit denen eher grundsätzliche Ansichten in Fragen des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit, das allgemeine Verantwortungsgefühl sowie generelle Sorgen und Ängste der Bevölkerung in Augenschein genommen werden.

Diese Pro-Umwelteinstellungen lassen sich nach spezifischen Mustern differenzieren, das heißt, die Sensibilisierung für den Umweltschutz äußert sich bei den Menschen mit unterschiedlichen Prioritäten. Wir haben es mit drei verschiedenen Einstellungsdimensionen zu tun (Ergebnis einer statistischen Faktorenanalyse, wobei ein Item nicht berücksichtigt wurde):

Nachhaltigkeitsbewusstsein	Verantwortungsbewusstsein*	Krisenbewusstsein
Erhaltung und Schutz unserer Heimat (,73)	Übertreibung des Umweltproblems (,73)	Zusteuern auf Umweltkatastrophe (,68)
Fairer Handel zwischen reichen und armen Ländern (,72)	Zu viele Vorschriften für Naturschutz (,71)	Besorgnis über zukünftige Umweltverhältnisse (,67)
Generationengerechtigkeit (,70)	Wissenschaft und Technik lösen Umweltprobleme (,66)	Es gibt Grenzen des Wachstums (,63)
Nicht mehr Ressourcen verbrauchen als nachwachsen können (,61)	Bürger können nur wenig Energie einsparen (,63)	

* eine starke Ablehnung dieser Items wird als hohes persönliches Verantwortungsbewusstsein interpretiert
Die Werte in Klammern geben die Korrelation mit der jeweiligen Dimension an.

- 3 Zur Erfassung der Wertorientierungen wurden fünfzehn Werte vorgegeben, die die Befragten nach der Wichtigkeit für sich selbst einschätzen sollten. Daraus lassen sich mithilfe des statistischen Verfahrens der Faktorenanalyse drei Wertegruppen herauskristallisieren, die jeweils eng zusammengehören:

Rotierte Komponentenmatrix		Komponente		
Faktor		1	2	3
Hedonistische und materielle Werte	Macht und Einfluss	,736		
Hedonistische und materielle Werte	Hoher Lebensstandard	,700		
Hedonistische und materielle Werte	Genuss der guten Dinge des Lebens	,645		
Hedonistische und materielle Werte	Durchsetzung der eigenen Bedürfnisse	,625		
Idealistische und Engagementwerte	Hilfe für sozial Benachteiligte und gesellschaftliche Randgruppen		,768	
Idealistische und Engagementwerte	Leben im Einklang mit der Natur		,688	
Idealistische und Engagementwerte	Politisches Engagement		,640	
Idealistische und Engagementwerte	Entwicklung der eigenen Phantasie und Kreativität		,620	
Pflicht- und Akzeptanzwert	Respekt vor Gesetz und Ordnung			,795
Pflicht- und Akzeptanzwert	Sicherheitsstreben			,762
Pflicht- und Akzeptanzwert	Fleißigkeit und Ehrgeiz			,679

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse. Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.
Werte unter 0,5 ausgeblendet; paarweise Missing-Behandlung; Erklärte Gesamtvarianz: 54%

Die Bedeutsamkeit dieser drei Wertegruppen ist beim Einzelnen unterschiedlich ausgeprägt. Fünf typische und häufig anzutreffende Konstellationen der drei Wertegruppen sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

		Wertegruppe 1: Hedonistische u. materielle Werte	Wertegruppe 2: Idealistische u. Engagementwerte	Wertegruppe 3: Pflicht- u. Akzeptanzwerte
29%	Wertpluralisten	+	+	+
17%	Hedo-Materialisten	+	-	-
18%	Engagierte Idealisten	-	+	-
22%	Pflichtbewusste	-	-	+
15%	Wertedistanzierte	-	-	-

+ = hohe Ausprägung der Wertegruppe (dichotomisiert am Mittelwert)
- = niedrige Ausprägung der Wertegruppe

Angegeben ist in dieser Tabelle und im folgenden Text nicht der Anteil in der Stichprobe, sondern der Anteil unter den fünf Wertetypen. Die Befragten, die sich keinem dieser Typen zuordnen lassen, wurden als fehlende Werte behandelt

- 4 Zur Tradition der Umweltbewusstseinsstudien gehört seit vielen Jahren die Erhebung der allgemeinen Einstellungen zum Umweltschutz. Dabei handelt es sich um eine umfangreiche Liste von zwölf Statements, mit denen eher grundsätzliche Ansichten in Fragen des Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit, das allgemeine Verantwortungsgefühl sowie generelle Sorgen und Ängste der Bevölkerung in Augenschein genommen werden:

A	Die landschaftliche Schönheit und Eigenart unserer Heimat sollte erhalten und geschützt werden. (Zustimmung)
B	Es sollte Gerechtigkeit zwischen den Generationen bestehen, wir sollten die Umwelt nicht auf Kosten der nachkommenden Generation ausplündern. (Zustimmung)
C	Wir sollten nicht mehr Ressourcen verbrauchen als nachwachsen können. (Zustimmung)
D	Es sollte fairen Handel zwischen den reichen Ländern dieser Erde und den Entwicklungsländern geben. (Zustimmung)
E	Wir Bürger können durch unser Kaufverhalten wesentlich zum Umweltschutz beitragen. (Zustimmung)
F	Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen Umweltverhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen. (Zustimmung)
G	Wenn wir so weitermachen wie bisher, steuern wir auf eine Umweltkatastrophe zu. (Zustimmung)
H	Es gibt Grenzen des Wachstums, die unsere industrialisierte Welt schon überschritten hat oder sehr bald erreichen wird. (Zustimmung)
I	Nach meiner Einschätzung wird das Umweltproblem in seiner Bedeutung von vielen Umweltschützern stark übertrieben. (Ablehnung)
J	Wenn es noch mehr Vorschriften für den Naturschutz gibt, kann man bald überhaupt nichts mehr machen. (Ablehnung)
K	Wissenschaft und Technik werden viele Umweltprobleme lösen, ohne dass wir unsere Lebensweise ändern müssen. (Ablehnung)
L	Im Vergleich zur Industrie können wir Bürger nur wenig zur Energieeinsparung beitragen. (Ablehnung)

Die Statements wurden zur Skala „Pro-Umwelteinstellungen“ zusammengefasst. Je höher der Wert auf dieser Skala, desto höher ist das Umweltbewusstsein.

- 5 Es handelte sich um eine Diskriminanzanalyse, in die 16 Variablen einbezogen wurden, welche signifikanten Einfluss auf die Engagementbereitschaft zeigten. Die präsentierten sieben Variablen wurden schrittweise aufgenommen mit der Strategie Wilks-Lambda zu minimieren. Die folgende Tabelle zeigt den jeweiligen Gesamtwert von Wilks-Lambda an.

Anmerkungen

Einstellungen von Freunden und Bekannten zu Engagement in Umweltschutzgruppen	0,80
Elaborierte Informationsquellen zu Umweltthemen (Faktorwert)	0,77
Teildimension Verantwortungsbewusstsein	0,75
Idealistische und Engagementwerte	0,74
Gesundheitsbelastung (Addition von zehn Belastungsquellen)	0,74
Fatalistisches Gerechtigkeitskonzept	0,74
Alter	0,73

richtig klassifiziert werden 75% der Fälle; kanonische Korrelation = 0,52; Eigenwert = 0,36; Missings = 310 (15%)

- 6 Wegener und Liebig (1999) unterscheiden vier Gerechtigkeitskonzepte, die an die Kulturtheorie von Mary Douglas anknüpfen und die wir mit jeweils zwei Items abgefragt haben. In der letzten Spalte ist der Anteil der Befragten angegeben, die der Aussage „weitgehend“ und „voll und ganz“ zustimmen.

1. ETATISMUS <i>Der Staat ist verantwortlich für die Verteilung von Gütern und Privilegien.</i>	Zustimmung
Der Staat sollte für alle, die arbeiten wollen, einen Arbeitsplatz zur Verfügung stellen.	79%
Der Staat sollte für alle einen Mindestlebensstandard garantieren.	72%
2. INDIVIDUALISMUS <i>Die Verteilung beruht auf Wettbewerb: Der Tüchtige wird mit Erfolg belohnt.</i>	
Es ist gerecht, dass man das, was man sich durch Arbeit verdient hat, behält, auch wenn das heißt, dass einige reicher sind als andere.	68%
Es ist gerecht, dass Eltern ihr Vermögen an ihre Kinder weitergeben, auch wenn das heißt, dass die Kinder reicher Eltern im Leben bessere Chancen haben.	64%
3. FATALISMUS <i>Gerechte Verteilung wäre schön – gibt es aber nicht.</i>	
So wie die Zustände heute sind, weiß man gar nicht mehr, was eigentlich gerecht ist.	48%
Es ist zwecklos, sich über soziale Gerechtigkeit zu streiten, weil sich die Verhältnisse doch nicht ändern lassen.	38%
4. ASKRIPTIVISMUS <i>Die Verteilung ist naturgegeben bzw. aufgrund von sozialer Rolle und sozialem Status gerecht festgelegt.</i>	
Ein Anreiz für Leistung besteht nur dann, wenn die Unterschiede im Einkommen groß genug sind.	52%
Es hat schon seine Richtigkeit, wenn Unternehmer große Gewinne machen, denn am Ende profitieren alle davon.	20%

Anweisung: Hier haben wir einige Aussagen zur Rolle des Staates und zur Gerechtigkeit in Deutschland. Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.

Die Items entstammen dem Instrument „Gerechtigkeitsideologien“ aus dem ZIS-Modul der ZUMA: Stark, G./Liebig, S./Wegener, B. (2005): Gerechtigkeitsideologien. In A. Glöckner-Rist (Hrsg.), ZUMA-Informationssystem. Elektronisches Handbuch sozialwissenschaftlicher Erhebungsinstrumente. ZIS Version 9.00. Mannheim: Zentrum für Umfragen, Methoden und Analysen.