

„Trendstudie 2024 Jugend in Deutschland: Verantwortung für die Zukunft? Ja, aber“

SCHNETZER, Simon; HAMPEL, Kilian, HURRELMANN, Klaus

Methode

Repräsentative Online-Befragung über Bilendi, 2.042 Befragte im Alter von 14-29 Jahren
Zeitraum 08.01.-12.02.'24, Veröffentlichung April 2024

Zentrale Themen der Studie

Zufriedenheit und Zukunftsaussichten: Persönlich eher unzufrieden mit finanzieller Lage, eher zufrieden mit dem eig. Leben „alles in allem“. Blick auf Deutschland: Bis auf Zufriedenheit befinden sich alle Durchschnittswerte im negativen Bereich, d.h. eher oder sehr unzufrieden. Insbesondere polit. Verhältnisse und gesellschaftl. Zusammenhalt sehr unzufrieden. Jugendliche erwarten keine deutliche Verbesserung.

Psychische Belastung: Vor allem die Themen Inflation (65%), Krieg in Europa und Nahost (60%) und teurer/knapper Wohnraum (54%) bereiten den jungen Menschen Sorge. Es schließen sich auf dem vierten Platz die Spaltung der Gesellschaft, der Klimawandel auf dem fünften und die Altersarmut auf dem sechsten Platz an. Zunahme im Vergleich zu 2023 v.a. bei Spaltung der Gesellschaft, Erstarken von rechtsextremen Parteien und Zunahme von Flüchtlingsströmen. 51% der jungen Menschen geben bei der Frage nach psychischen Belastungen an, Stress zu erleben, mit deutlichem Abstand folgen Erschöpfung (36%) und Selbstzweifel (33,2%). *These Schnetzer et al.: „Auf der Liste der Sorgen stehen [...] die Themen im Vordergrund, welche nur schwer zu erklären und durch persönliche Anstrengungen nicht zu beseitigen sind. Hierdurch wird, so ist anzunehmen, das Ohnmachtsgefühl immer wieder aktiviert, das den jungen Menschen noch aus der Corona-Pandemie im (Unter-)Bewusstsein geblieben ist“ (S.13).*

Politik und Gesellschaft: Junge Menschen informieren sich hauptsächlich über soziale Medien (57%), Nachrichten-Websites/News-Portale/Push-Nachrichten (38%) und Fernsehsendungen (38%) über das politische Geschehen. Verschiebung der Parteipräferenzen nach rechts? Die meisten jungen Menschen wählten bei der Frage nach ihrer Parteipräferenz „Ich weiß es nicht“ aus (insg. 25%). 22% gaben die AfD, 20% die CDU/CSU und 18% DIE GRÜNEN an. Starke Zunahme der AfD, deutliche Zunahme „Ich weiß es nicht“, starke Abnahme DIE GRÜNEN und FDP. Interessant: AfD schneidet bei männlichen Befragten fast doppelt so gut ab wie bei weiblichen. Insg. 51% stimmen der rechtspopulistischen Aussage zu, dass der Staat sich mehr um Flüchtlinge als um hilfsbedürftige Deutsche kümmert. 53% stimmen der Aussage zu, dass man in Deutschland nichts Schlechtes über Ausländer sagen darf, ohne gleich als Rassist beschimpft zu werden. *These Schnetzer et al. (durch nebeneinanderlegen mit der Shell-Studie aus 2019): „Das Potenzial für rechte, rechtspopulistische und rechtsextreme Positionen in der jungen Generation scheint in den letzten fünf Jahren insbesondere aufgrund von Wohlstandseinbußen und der gestiegenen Angst vor Zuwanderung größer geworden zu sein“ (S.24).*

Als entscheidende Akteure für die Zukunft werden v.a. Politik und Parteien, danach Wirtschaft und Unternehmen sowie Wissenschaft und Forschung genannt. 63% der jungen Leute stimmen der Aussage zu „Ich bin mir bewusst, dass meine Generation für den künftigen Wohlstand in Deutschland verantwortlich ist“. 31% stimmen der Aussage zu, dass die junge Generation zu faul ist, um den Wohlstand in Deutschland zu wahren.

Nachhaltigkeit: 54% der Befragten haben das Gefühl, dass viele Menschen in Deutschland den Ernst der Lage beim Klimawandel nicht erkennen. 44% geben an, dass es ihnen wichtig ist, persönlich zum Schutz von Klima und Umwelt beizutragen (34% geben bei dieser Aussage teils, teils an, 22% stimmen nicht zu). Die meisten Befragten tragen durch Müllvermeidung (88%), Mobilität (70%), Bio- und regionale Produkte (63%), Verzicht auf Einwegplastik (62%) und dem Kauf von gebrauchten Produkten (60%) zum Klima- und Umweltschutz bei. Die wenigsten sind politisch engagiert (17%). 57% wären bereit, Einmal-Plastik zu vermeiden, die wenigsten können sich vorstellen, dauerhaft auf tierische Produkte zu verzichten (13%). Auffällig ist die hohe Anzahl der „teils, teils“ Stimmen, die teilweise über 50% ausmachen (z.B. bei dem Konsum gebrauchter Ware oder fair hergestellter und gehandelter Produkte).

These Schnetzer et al.: „Es wird deutlich, dass persönlicher Verzicht und Verhaltensänderung für viele junge Menschen in Deutschland nicht infrage kommt“ (S.31). → „Insgesamt sehen wir eine junge Generation, die sich einerseits der Dringlichkeit des Klimawandels bewusst ist, andererseits allerdings auch in ihren Handlungen sehr zögerlich agiert und auf strukturelle Unterstützung hofft“ (S.37).

„Real life“: Als liebste Freizeitbeschäftigungen geben 34% der Befragten Sport und Fitness, 34% Freund*innen treffen, 31% Musik hören, 19% Gaming und 27% Social Media an. Bei der Frage nach wichtigen Statussymbolen im Freundeskreis nennen 37% Intelligenz, 30% nichts („Statussymbole spielen in meinem Freundeskreis keine Rolle“), 27% beruflicher Erfolg und 24% Fitness. Hier ist der Unterschied sichtbar, dass meist jungen Männern Statussymbole wichtiger sind als jungen Frauen.

Digitales: Die wichtigsten soziale Medien/Kommunikationsapps sind Whatsapp, Instagram, und YouTube. 42% der jungen Menschen haben eine tägliche Bildschirmzeit von 2-4 Stunden, 29% liegen mit 4-6 Stunden auf dem zweiten Platz. 58% geben an, dass sie trotz Smartphone jederzeit abschalten bzw. zur Ruhe finden können. 53% geben gleichzeitig an, dass sie das Smartphone viel mehr benutzen, als ihnen lieb ist. 34% stimmen der Aussage zu, dass ihr Nutzungsverhalten des Smartphones Sucht genannt werden könnte. 28% geben ein verschlechtertes Selbstbild durch das Vergleichen auf Social Media an.

These Schnetzer et al.: Ergebnisse deuten sowohl auf einen Zusammenhang zwischen hoher, täglicher Bildschirmzeit und psychischer Belastung wie auf einen Zusammenhang zwischen erhöhter Bildschirmzeit und Anzahl Krankheitstage (vgl. S.48).

Arbeit und Leistung: Vor allem die gute Arbeitsatmosphäre und gute Vorgesetzte machen gute Arbeit aus. Die Top-Motivatoren für Leistung sind Geld (51%), Spaß (41%) und Ziele erreichen (31%). 73% der jungen Menschen sehen ihre Stärke in einer zuverlässigen Umsetzung von Aufgaben, 64% in der strukturierten Organisation von Abläufen, 56% in sozialen Kompetenzen und 54% im Visionären Denken.

These Schnetzer et al.: „Ein unbequemes Ergebnis ist die geringe Verbreitung der Begabung mit visionären Denken, obwohl Politik und Wirtschaft in Zeiten der Krisen und Veränderungen davon gut mehr gebrauchen könnten. Insgesamt bräuchte es mehr Mut, eine Innovationskultur im Bildungssystem und in Betrieben zu verankern“ (S.59).

Fazit Schnetzer et al.

→ „Der Schwerpunkt der vorliegenden Studie liegt auf der Frage, ob die junge Generation bereit ist, Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen. Die klare Antwort ist: Sie ist grundsätzlich bereit, aber sie möchte das nicht zu den gleichen Bedingungen tun, unter denen es die jetzt aus dem Berufsleben ausscheidenden Babyboomer machen“ (S.69).

→ „Es fehlt der jungen Generation eine motivierende Zukunftsperspektive“ (S.69).

→ „Eine gute Zukunft entsteht, wenn junge Menschen wichtige Kompetenzen zur Bewältigung von Krisen und ein für sie motivierendes Zukunftsbild entwickeln können. Dazu

brauchen sie die Möglichkeit und den Freiraum, ihr Umfeld mitzugestalten und bei Herausforderungen die Lösungen selbst mitzuentwickeln“ (S.70)

Impulse für die evangelische Jugendarbeit

- Wichtigkeit von **Selbstwirksamkeiterfahrungen** von jungen Menschen, um Ohnmachtserfahrungen mit Blick auf gesellschaftliche Krisen wie Klimawandel, Kriege und Inflation abzumildern.
- Es fehlt eine motivierende Zukunftsperspektive – **Seelsorge** und Unterstützung der jungen Menschen
- politische Bildung: Jugendliche zu Sprachfähigkeit, Diskursfähigkeit und fundierter **Meinungsbildung** befähigen – nicht nur, aber besonders mit Blick auf den Glauben und christliche Werte.
- Lediglich 4,9% geben bei der Frage „Welche drei Akteure spielen deiner Meinung nach die wichtigste Rolle, um die großen sozialen und ökologischen Probleme in Deutschland zu lösen?“ die Antwort „Kirchen und Religionsgruppen“ an. Anfrage an die evangelische Jugendarbeit: Welche **gesellschaftliche Bedeutung / Rolle** nehmen wir in der Politik ein? Braucht es mehr Aktivität in ev. Kirche als politischen Akteurin im Sinne der KMU 6 (*75% der evangelischen katholischen Kirchenmitglieder sind der Meinung, dass sich die Kirchen nicht nur mit religiösen Themen beschäftigen sollte und auch Menschen, die mit Religion anfangen können, weisen den Kirchen eine wichtige soziale und gesellschaftliche Rolle zu, vgl. <https://kmu.ekd.de/kmu-themen/reformerwartungen>*)?
- Digitalität ist großer Teil der Lebensrealitäten von Jugendlichen. Inwieweit kann / sollte evangelische Jugendarbeit auch auf **Social Media** Plattformen stattfinden?

Kritik

Politik & Gesellschaft: Interessantes Ergebnis ist nicht nur der starke Anstieg der AfD-Sympathisant*innen, sondern auch der Anstieg der unentschlossenen Wähler*innen sowie der Rückgang von 5% bei den Stimmen, die angaben, nicht wählen zu gehen. Hier fehlt m.E. die Interpretation dieser Politikverdrossenheit. Ein Blick genauerer auf die ungewichteten Ergebnisse, die im Tabellenband aufgeführt werden, zeigen ein interessantes Bild (die Zahlen wurden hier noch nicht repräsentativ hochgerechnet sondern sind die tatsächlichen Antworten der Befragten): Faktisch gaben 14,5% der Befragten an, die AfD wählen zu wollen (13,3 % die CDU/CSU, 11,7% DIE GRÜNEN). Wie sicher bzw. gut sind die errechneten Quoten zur Repräsentativität? Außerdem: Wie wissenschaftlich auswertbar ist der Vergleich mit der 5 Jahren alten Shellstudie, selbst bei identischer Fragestellung? Die suggerierte Annahme, dass die AfD u.a. durch ihre Präsenz auf Social Media hohe Erfolge einfährt, liegt einerseits nahe, lässt sich m.E. aber nicht einschlägig aus den Studienergebnissen herauslesen. Die Ergebnisse sind m.E. lediglich als Trend-Interpretation zu verstehen.

Nachhaltigkeit: Die Autoren erläutern, dass junge Menschen Veränderungen in Richtung ökologische Nachhaltigkeit zwar wollen und v.a. notwendigerweise dafür verantwortlich sind, aber zu große Teilen nicht bereit sind, dafür persönliche Einschränkungen in Kauf zu nehmen. Zitat: „Das Potenzial ist groß, junge Menschen in Deutschland mit den richtigen Anreizen zu nachhaltigem Handeln zu bewegen“ (S.32). Auch wird negativ von den Ernährungsgewohnheiten berichtet, Zitat: „Die eingeschränkte Bereitschaft, sich persönlich für Klima und Umweltschutz zurückzunehmen, treffen also auch auf die Ernährung zu: Hier haben die Jugendlichen es besonders schwer, ihre Gewohnheiten umzustellen: Ein Fünftel der Befragten wäre bereit, dauerhaft kein Fleisch zu essen (21%) und nur 13 Prozent geben

*an, gänzlich auf tierische Produkte zu verzichten“ (S.33). Es entsteht der Eindruck, dass der Klimawandel vorrangig durch persönlichen Verzicht der jungen Menschen in allen Lebensbereichen aufgehalten werden kann. Fragen nach der Verantwortung von Wirtschaft und Politik sucht man vergeblich. Die gehäuften „teils, teils“ Antworten bei Fragen zum persönlichen Verzicht werden so interpretiert, dass junge Menschen nicht bereit sind, ihrer Pflicht nachzukommen und ihr Privatleben in allen Bereichen umweltbewusst zu gestalten. Dabei fehlt m.E. die Perspektive, dass große Konzerne und Wirtschaftsunternehmen u.a. große Kampagnen (s. bp & der ökologische Fußabdruck) organisieren, um genau von der wirtschaftlichen Verantwortung hin zur individuellen Verantwortung abzulenken. Hier fehlt m.E. die Frage nach die Einschätzung, dass eben nicht nur der persönliche Verzicht, sondern auch politische und wirtschaftliche Entscheidungen maßgeblich im Kampf gegen den Klimawandel sind – der persönliche Verzicht tatsächlich nur „teils, teils“ wichtig für eine Wende in der Klimakrise verantwortlich sein kann. Lediglich im Fazit wird dieser Aspekt (m.E. zu kurz) eingebracht: „*Trotz der Besorgnis über den Klimawandel zeigen sich junge Menschen in Bezug auf konkrete Handlungen und persönlichen Verzicht verhalten. [...] Hier ist es die Aufgabe von Wissenschaft, Politik und gesellschaftlichen Akteuren, offenen Fragen und Unsicherheiten transparent zu begegnen und eine Vision für eine nachhaltige Zukunft in Deutschland zu entwickeln, die für die individuelle Übernahme von Verantwortung motiviert.* [...] *Die Ergebnisse legen nahe, dass für eine tiefgreifende Veränderung im Bereich der Nachhaltigkeit und Mobilität nicht nur individuelle Anstrengungen, sondern gerade auch strukturelle Veränderungen und stärkere politische Initiativen erforderlich sind, um junge Menschen zu ermutigen und zu befähigen, nachhaltiger zu handeln*“ (S.37)*

Digitales: Die Jugendlichen wurden nach dem Einfluss der Smartphone-Nutzung auf ihre Lebenssituation gefragt. Dabei auffällig ist, dass ein großer Teil der Aussagen sehr negativ gefärbt waren und eine negative Wirkung der Smartphonenuutzung implizieren. Daran anschließend wird ein Zusammenhang zwischen der täglichen Bildschirmzeit und Symptomen wie Angstzuständen, Antriebslosigkeit und/oder Gereiztheit festgestellt. Außerdem haben die Autoren einen Zusammenhang zwischen der Anzahl der Krankheitstage und einer erhöhten Bildschirmzeit. Hier ist wichtig: Die Ergebnisse lassen keine einschlägigen Rückschlüsse zu, inwiefern diese Zusammenhänge kausal ist! (Also ob man durch erhöhte Bildschirmzeit erkrankt oder ob man durch viele Krankheitstage eine durchschnittlich höhere Bildschirmzeit hat).

Methodik: Die Stichprobenauswahl der Studie ist laut eigener Aussage der Autoren repräsentativ (vgl. S.73: „Die Quoten für die Repräsentativität der Studie wurden vom Institut für Demoskopie Allensbach erstellt. [...] Bei der Zusammenstellung der Stichprobe wurde darauf geachtet, dass sie der soziodemografischen Altersstruktur der deutschsprachigen Gesamtbevölkerung in Deutschland im Alter von 14 bis 29 Jahren entspricht“). Die Kontaktaufnahme mit den jungen Menschen und die Befragung selbst fand über Bilendi statt. Dies ist ein Online-Access-Panel, welches ebenfalls für Marktforschungszwecke benutzt werden kann. Bei der Plattform können sich Interessierte anmelden und durch das Ausfüllen von Befragungen Prämien sammeln. Aktuelle Forschung deutet darauf hin, dass die Rekrutierung von Studienteilnehmer:innen über Online-Access Panels mit Einschnitten bei der Datenqualität was Sorgfalt und Aufmerksamkeit betrifft, verbunden ist ([vgl. Jost et al. 2024](#)).

Hier geht's zur Studie zum Nachlesen.