

## Hintergrundinformationen zur Pressemitteilung vom 20. Mai 2015

### **Ergebnisse der repräsentativen Jugendbefragung „Lebensqualität – Glücklich in Hessen!?“**

## Ergebnisse der repräsentativen Jugendbefragung „Lebensqualität – Glücklich in Hessen!“

### Hintergrund und Vorgehen

Die Hessische Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich dafür ein, dass alle Generationen in unserem Land heute und in Zukunft gut gemeinsam leben können. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie Hessen arbeiten viele Menschen aus der Gesellschaft, aus Unternehmen, aus der Politik und aus der Wissenschaft zusammen an Ideen und Projekten für ein gutes Leben. Weil Jugendliche wichtige Zukunftsbotschafter sind, lädt die Nachhaltigkeitsstrategie auch alle jungen Menschen ein, die Zukunft Hessens aktiv mitzugestalten. Dabei sollen die Aktionen von und mit jungen Menschen gemeinsam entwickelt werden. Um die konkreten Aktivitäten und die Auswahl der Themen der Jugendinitiative optimal auf die Bedürfnisse und Interessen junger Menschen abzustimmen, wird ermittelt, welche Perspektiven und Gedanken Jugendliche in Hessen zum Thema Glück und Lebensqualität bewegen.

Vor diesem Hintergrund wird eine Studie zur Lebensqualität junger Menschen in Hessen erstellt. Der erste Teil dieser Studie ist eine repräsentative quantitative Befragung, für deren Durchführung die forsa Politik- und Sozialforschung GmbH beauftragt wurde. Die Befragung von 501 Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Hessen im Alter von 14 bis 24 Jahren wurde vom 17. April. bis 13. Mai 2015 mit Hilfe computergestützter Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Die Ergebnisse können laut forsa mit den bei allen Stichprobenerhebungen üblichen Fehlertoleranzen (im vorliegenden Falle von +/- 4 Prozentpunkten) auf die 14- bis 24-jährigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Hessen übertragen werden. Die Befragung stellte unter anderem folgende Fragen in den Mittelpunkt: Sind Jugendliche in Hessen glücklich und empfinden sie ihr Leben als lebenswert? Wie sehen sie ihre Zukunft? Was genau und ganz konkret macht ihr Leben lebenswert? Für welche Themen begeistern und engagieren sich die jungen Menschen? Wie und in welchen Strukturen engagieren sie sich? Kurz gesagt: Die Befragung zielt darauf, die Wahrnehmung der eigenen Lebenszufriedenheit der jungen Menschen in Hessen zu erheben und die dahinter liegenden Faktoren aufzuzeigen – als Basis für weitere Debatten und konkrete Aktivitäten und Maßnahmen.

Die Ergebnisse der repräsentativen Befragung werden durch eine offene Onlineumfrage mit dem gleichen Fragebogen auf der Webseite der Nachhaltigkeitsstrategie Hessen [www.hessen-nachhaltig.de](http://www.hessen-nachhaltig.de) (ab Ende Mai) sowie durch qualitative Interviews inhaltlich angereichert. Die so gewonnenen Erkenntnisse bilden die Grundlage für weiterführende Diskussionen in drei regionalen Jugendveranstaltungen sowie für die Entwicklung konkreter Jugendaktivitäten. Darüber hinaus fließen alle Ergebnisse des Jahres in eine Jugendstudie der Nachhaltigkeitsstrategie Hessen ein.

## Zentrale Ergebnisse der Befragung im Überblick

### **Hohe Lebenszufriedenheit und positiver Blick in die Zukunft**

Fast alle (96 %) der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Hessen sind nach eigenem Bekunden alles in allem mit ihrem Leben zufrieden (53 %) oder sogar sehr zufrieden (43 %). Die weit überwiegende Mehrheit (87 %) der hessischen Jugendlichen sieht auch ihre Zukunft alles in allem eher zuversichtlich. Nur acht Prozent schauen eher pessimistisch in die Zukunft.

### **Verantwortung für das eigene Handeln und die Zukunft übernehmen**

Hessische Jugendliche möchten Verantwortung für sich selbst und ihr Handeln übernehmen. Laut Aussage von 85 Prozent der Befragten ist es bei Jugendlichen heutzutage angesagt, für sich selbst und eigenverantwortlich Entscheidungen zu treffen. 33 Prozent der Befragten machen sich dabei häufig Gedanken, welche Auswirkungen ihr Handeln – also beispielsweise ihr Lebensstil und ihr Einkaufsverhalten – auf die Zukunft hat. Immerhin noch 40 Prozent machen sich darüber manchmal Gedanken und nur 4 Prozent geben an, dass sie sich nie darüber Gedanken machen. Hierbei nimmt die Zahl derer, die sich häufig Gedanken über das eigene Handeln machen mit dem Alter der jungen Menschen zu: Sind es noch 23 Prozent der 14- bis 17-Jährigen steigt die Zahl bei den 18- bis 20-Jährigen schon auf 35 Prozent. Bei den 21- bis 24-Jährigen machen sich sogar 41 Prozent häufig Gedanken über die Auswirkungen ihres Handelns.

### **Anlass zur Sorge geben kriegerische Auseinandersetzungen und Umweltthemen**

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen wurden gebeten anzugeben, welche Dinge ihnen Sorgen bereiten. Am häufigsten machen sich die befragten Jugendlichen (sehr) große Sorgen darüber, dass Kriege die Menschen bedrohen (81 %) und dass die Umwelt zerstört wird (80 %). Immerhin noch 66 Prozent machen sich (sehr) große Sorgen darum, dass der Klimawandel ihr Leben oder das ihrer Kinder gefährdet und 61 Prozent haben Sorge, dass Tierarten aussterben.

83 Prozent der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Hessen halten den Klimawandel für ein großes (50 %) oder sogar sehr großes Problem (33 %). Etwas mehr als drei Viertel der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen halten das Aussterben von Tier- und Pflanzenarten für ein großes (46 %) oder sogar sehr großes Problem (30 %).

### **Hohes Problembewusstsein spiegelt sich nur teilweise im persönlichen Engagement**

Obwohl die jungen Menschen in Hessen mit großer Mehrheit aktuelle Herausforderungen und Problemstellungen für eine lebenswerte Zukunft identifizieren, sind Themen wie Tier- und Umweltschutz (35 % und 27 %) sowie Herstellung und Herkunft von Produkten (27 %) bei ihnen nicht besonders angesagt. Das spiegeln auch die Angaben zum eigenen Engagement deutlich wider: Nur 18 Prozent der Befragten engagieren sich in Aktionen und Projekten zum Umwelt- und Tierschutz.

Dagegen stehen Aktivitäten hoch im Kurs, die sich mit wenig Aufwand individuell und direkt zu Hause oder im unmittelbaren persönlichen Umfeld umsetzen lassen. So geben die befragten Jugendlichen an, dass sie versuchen, bewusst und sparsam zu heizen (79 %) bzw. Strom zu sparen (78 %). 71 Prozent der über 17-Jährigen sagen, dass sie möglichst oft das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel nutzen anstatt Auto zu fahren. 44 Prozent der Befragten sprechen ihre Familie, Freunde oder Bekannte darauf an, sich umweltfreundlicher zu verhalten.

Im Bereich nachhaltiger Konsum wäre individuelles Engagement ebenfalls möglich. Hier fehlen aber offensichtlich noch jugendgerechte Informationen und eine entsprechend hohe Sensibilisierung. Denn nur 23 Prozent der befragten Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, dass sie im letzten Jahr beim Kauf von Produkten häufig auf Dinge, wie z.B. Herkunft, Produktionsbedingungen oder Transportwege geachtet haben. Dagegen haben 17 Prozent der Jugendlichen im vergangenen Jahr nach eigenen Angaben beim Einkaufen nie auf solche Aspekte geachtet. Wiederum 61 Prozent der befragten Jugendlichen würden sich jedoch mehr Informationen über die Herstellungsbedingungen und die Herkunft von unterschiedlichen Produkten, wie z.B. Kleidung oder Nahrungsmitteln wünschen.

### **Sensibilisierung stärken, Möglichkeiten für Engagement im persönlichen Umfeld aufzeigen**

Damit zeigt sich ein Spannungsfeld zwischen grundsätzlich vorhandenem Verantwortungs- und Problembewusstsein der jungen Menschen auf der einen Seite und fehlenden fachlichen Informationen (beispielsweise im Themenfeld Konsum) sowie vergleichsweise geringem gesellschaftlichen und politischen Engagement auf der anderen Seite. Hier gilt es, jugendgerechte Informationen in den für junge Menschen relevanten Kommunikationskanälen zur Verfügung zu stellen sowie die gesamte Bandbreite an Möglichkeiten für weiteres persönliches Engagement aufzuzeigen. Genau hier wird die Nachhaltigkeitsstrategie Hessen gemeinsam mit Jugendvereinen und Verbänden ansetzen – in einem ersten Schritt mit den drei regionalen Jugendveranstaltungen in Kassel (4. Juli), Darmstadt (11. Juli) und Fulda (18. Juli).