

# Weg von der Spielwiese - Jugend entwirft Zukunft

**Einblick in die Jugendkultur**  
**Welche Kommunikation wünschen sich junge Leute**  
**für eine nachhaltige Entwicklung?**



# Projekthintergrund

---



IZT - Institut für Zukunftsstudien und  
Technologiebewertung, Berlin

**Projektbearbeiter:**

Sie Liong Thio (Projektleiter)  
Christine Henseling, Hannah Kosow,  
Tobias Mickler und Katja Bottin

**Gefördert durch:**

Umweltbundesamt (UBA)

**Laufzeit:**

Dezember 2008 bis November 2009



# Projektinformationen

---

- Anliegen:** Ambivalenz in der Umweltthematik bei Jugendlichen; Trotz: „Starkes Bewusstsein gegenwärtiger Problemlagen ↔ sinkendes Interesse an Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen“
- Ziel:** Herausarbeitung neuer Ansätze und Konzepte für stärker auf Jugendliche und ihre Interessen, Bedürfnisse und Einstellungen bezogene Formen der Kommunikation von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen
- Aufbau:** Module: Literaturrecherche, Experteninterviews, Expertenworkshop, Durchführung von sechs Diskussionsgruppen mit Jugendlichen im Alter von 16- 25 Jahren (an Umwelt und Nachhaltigkeit Interessierten, nicht Interessierten und Medienaffinen)

# Thesen und Verbesserungsvorschläge

Die Jugendlichen aller Gruppen fühlen sich von der Informationsflut zum Thema Umwelt und Nachhaltigkeit überfordert.

Reaktion: Distanzierung von der Thematik

- Konkrete und fachlich abgesicherte Informationen anbieten, dabei seriös, realistisch und unterhaltend bleiben
- Kompletter Verzicht auf reine Werbung und Marketing wurde gewünscht, bsp. Krombacher Werbung wird deutlich abgelehnt
- Nachhaltigkeitskommunikation mit glaubwürdigen Partnern



Quelle: Krombacher Werbung mit Günther Jauch, 2008- [www.krombacher.de](http://www.krombacher.de)

# Thesen und Verbesserungsvorschläge

Von Katastrophenszenarien haben die Jugendlichen genug!  
Wenn es um Umwelt und Nachhaltigkeitsthemen geht, wünschen Jugendliche sich eine positivere Ausrichtung der Informationen.

- Vorsichtiger mit dem „moralischen Zeigefinger“
- Jugendliche möchten häufiger konkrete Handlungsmöglichkeiten( Lösungswege), zum Beispiel zur Verhinderung des Klimawandels, aufgezeigt bekommen.
- „Witzige“ Darstellungen, wie in der Fernsehserie „Simpsons“ oder „Futurama“

# Thesen und Verbesserungsvorschläge

Das Internet nutzen Jugendliche bisher hauptsächlich für ihre sozialen Netzwerke. Ihre Informationen suchen sie sich möglichst schnell und effektiv über Google oder Wikipedia.

➤ ...dennoch bietet das Internet Möglichkeiten zur Nachhaltigkeits-Kommunikation:

➤ **Inhalte** müssen **vertrauenswürdig aufbereitet** sein! Das sind sie, wenn sie Vernetzungen und Empfehlungen mit bekannteren Seiten, wie Greenpeace, WWF etc. enthalten. Außerdem immer Kontakte nennen; Impressum sollte nachvollziehbar sein.

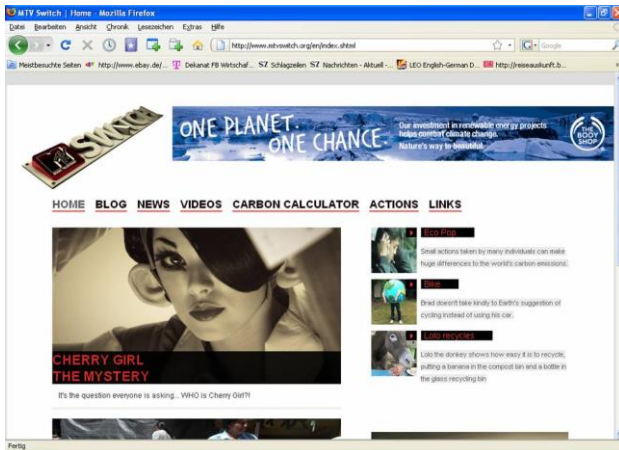
➤ Klare Struktur, auf den ersten Blick aktuelle Themen darstellen, keine langen Texte, lieber einen „mehr“- Button anbieten

➤ Positivbeispiele: [www.klima-luegendetektor.de](http://www.klima-luegendetektor.de) und [www.avaaz.org](http://www.avaaz.org) (wurde von allen Jugendlichen als sehr positiv bewertet)

# Thesen und Verbesserungsvorschläge



Quelle: MTV, Switch your Habit Kampagne



Quelle: <http://www.mtvswitch.org/en/>

Letzter Zugriff: 25.10.2009

Sehr beliebt ist die MTV Kampagne „Switch your Habits“.

In allen sechs Fokusgruppen wurde sie von den Jugendlichen als Beispiel für Verbesserungsvorschläge für eine Nachhaltigkeitskommunikation benannt. Sie erfüllt die Wünsche: Handlungsempfehlungen, wie: „Cycle and walk Instead of driving“ or „switch off and Stand by“ werden gegeben!

# Ein paar O- Töne

„Mag ja sein, das die Idee nicht neu ist, aber ich hab mich noch nie mit so einem Wirtschaftsvertreter – oder politischem Vertreter- ausgetauscht, ich fände das schon gut“.

„Gut wären Tipps, was man selbst tun kann und zwar ohne dass dies mit Kosten verbunden ist“.



„Wenn ich jemandem zuhören soll, dann muss es auch etwas mit meinem Leben zu tun haben“.

„Wenn ich die Gelegenheit gerade habe und er ist schon online, dann muss ich ihm auch die Informationen, die er haben will, bereit stellen, wenn er dann schon gerade da ist, dann würde er sich das vielleicht auch noch angucken, wenn er darauf klickt“

# Ausblick



**Die Nachhaltigkeitskommunikation für heutige Jugendliche stellt eine große Herausforderungen an Praktiker und Experten dar.**

**Viel Erfolg beim Entwickeln neuer Formen, zwei interessante Praxisbeispiele folgen jetzt...**