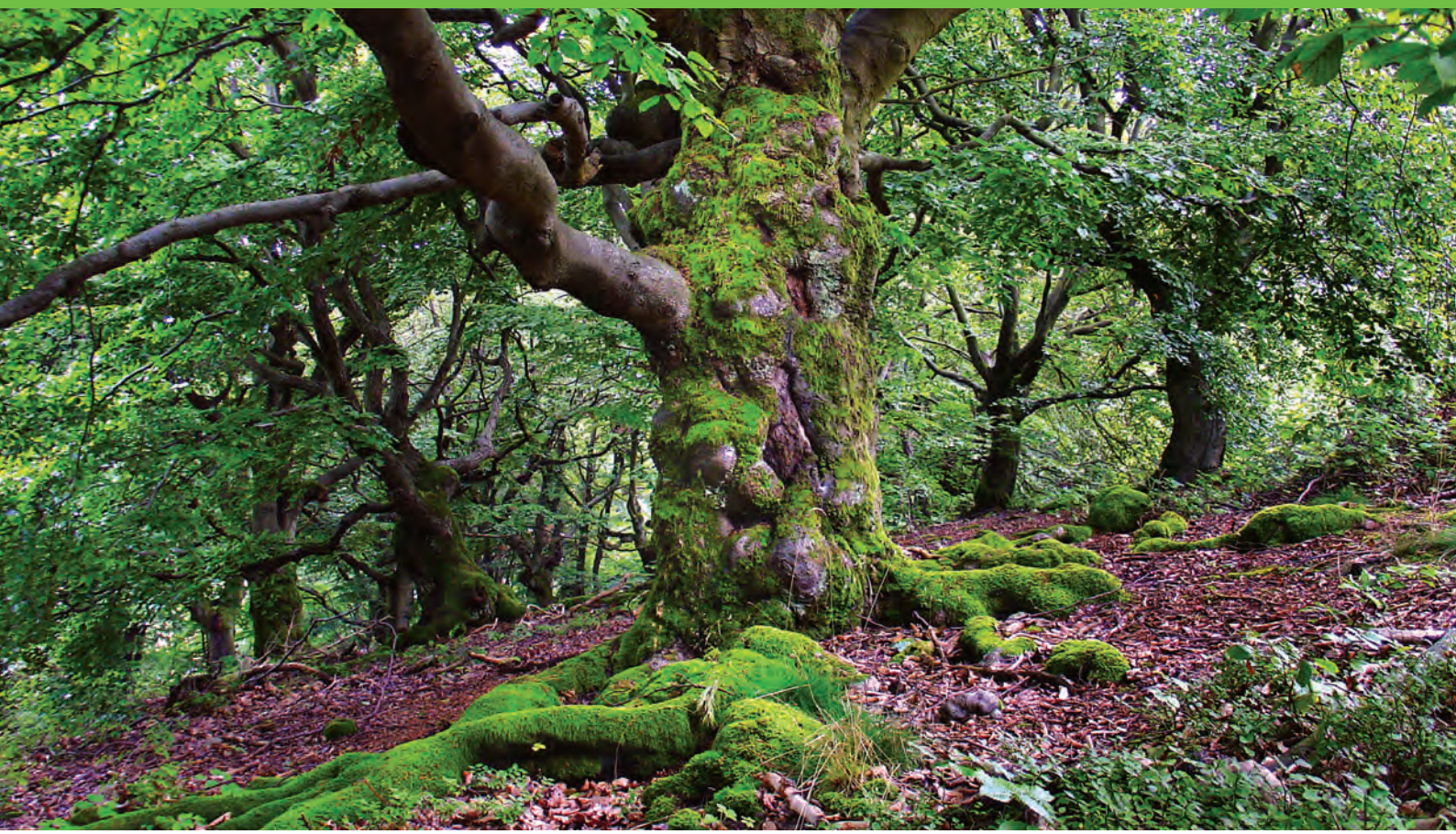
Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit

BfN Bundesamt für Naturschutz

Naturbewusstsein 2013

Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt



leben.natur.vielfalt
die Strategie

Impressum

Herausgeber
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB)
Referat Öffentlichkeitsarbeit • 11055 Berlin
E-Mail: service@bmub.bund.de • Internet: www.bmub.bund.de

Bundesamt für Naturschutz (BfN)
Fachgebiet: I 2.2 - Gesellschaft, Nachhaltigkeit, Tourismus und Sport
Konstantinstraße 110 • 53179 Bonn
E-Mail: I2-Abteilung@bfn.de • Internet: www.bfn.de

Konzept und Projektbearbeitung
SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg
(Projektleitung: Tamina Christ, Mitarbeit: Andrea Debernitz)
und PD Dr. Fritz Reusswig (Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung),
in Zusammenarbeit mit:
Sociotrend GmbH, Leimen (Unterstützung bei den statistischen Analysen),
MARPLAN Media- und Sozialforschungsgesellschaft mbH, Frankfurt am Main
(Durchführung der Erhebung).
Unter fachlicher Begleitung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) sowie des Bundesamtes für Naturschutz (BfN)

Redaktion
Dr. Jonna Küchler-Krischun (BMUB, Referat N I 1), Dr. Christiane Schell (BfN, Abteilung I 2),
Prof. Dr. Karl-Heinz Erdmann (BfN, Fachgebiet: I 2.2), Andreas Wilhelm Mues (BfN, Fachgebiet: I 2.2)

Förderkennzeichen dieser Studie
3513 82 0300
F+E-Vorhaben

Gestaltung
SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, Heidelberg (Bernhard Stein)

Druck
Silber Druck oHG, Niestetal

Bildnachweise
Titelseite: Bild „Veteran“ von Thomas Gießelmann, Wunstorf
Seite 4: Bundesregierung/Steins
Seite 6: Photothek/Ute Grabowsky

Stand
April 2014

1. Auflage
5.000 Exemplare

Bestellung dieser BMUB-Publikation
Publikationsversand der Bundesregierung
Postfach 48 10 09
18132 Rostock
Tel.: 01805 / 77 80 90*
Fax: 01805 / 77 80 94*
E-Mail: publikationen@bundesregierung.de
Internet: www.bmub.bund.de/bestellformular

(*0,14 Euro/Minute aus dem deutschen Festnetz; abweichende Preise aus den Mobilfunknetzen möglich)

Hinweis
Diese Publikation ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz,
Bau und Reaktorsicherheit. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.
Gedruckt auf Recyclingpapier.

Inhalt

Vorworte 4

Zusammenfassung und Empfehlungen 8

1 Einführung 14

1.1 Zielsetzung und Konzept 14

1.2 Vorstellung Sinus-Milieus 16

1.3 Erläuterungen zur Broschüre 20

2 Wildnis – die Suche des Menschen nach unberührter Natur 22

2.1 Wildnis bedeutet Tiere und Wald 23

2.2 Wildnis in Deutschland wird Sympathie entgegengebracht 25

2.3 Nationalparks als Wildnisgebiete in Deutschland 33

3 Mensch und Natur – Naturgefährdung, Naturnutzung und Naturschutz 37

3.1 Persönliche Bedeutung von Natur 37

3.2 Wahrnehmung von Naturgefährdung 40

3.3 Nachhaltige Nutzung und Schutz der Natur 41

4 Kultur – das Leben des Menschen mit der Natur nachhaltig gestalten 46

4.1 Kulturlandschaften: Agrarland, Fließgewässer und Hochwasserschutz 46

4.2 Energiewende und erneuerbare Energien 50

4.3 Naturverträglicher Konsum 53

5 Erhaltung der biologischen Vielfalt als gesellschaftliche Aufgabe 66

5.1 Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt“: Gesamtindikator 66

5.2 Teilindikator: Wissen 68

5.3 Teilindikator: Einstellung 70

5.4 Teilindikator: Handlungsbereitschaft 72

Literatur 75

Abbildungsverzeichnis 77

Tabellenverzeichnis 78

Grundauszählung 79

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der Naturbewusstseinsstudie 2013 des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und des Bundesamtes für Naturschutz halten Sie zum dritten Mal eine wertvolle Grundlage für eine erfolgreiche Naturschutzkommunikation in den Händen. Man kann die Zukunft nur bewusst gestalten, wenn man die Gegenwart kennt! Deshalb brauchen wir für die zielführende Naturschutzpolitik eine wirksame Naturschutzkommunikation und für die erfolgreiche Durchführung von Maßnahmen zum Schutz der Natur und der biologischen Vielfalt eine verlässliche Einschätzung darüber, was die Menschen über den momentanen Zustand der Natur wissen und welche Einstellungen sie zu bestimmten Naturschutzthemen haben.

Alle zwei Jahre werden umfassende Informationen zu Wissen, Einstellungen und Verhaltensbereitschaften der deutschen Bevölkerung hinsichtlich Natur, Naturschutz und biologischer Vielfalt in einer repräsentativen Umfrage erhoben, um diese der interessierten Öffentlichkeit, der Forschung sowie den nationalen Naturschutzakteuren in Politik und Praxis zur Verfügung zu stellen. Drei wichtige Zukunftsthemen, die von der Naturbewusstseinsstudie 2013 erfasst werden, möchte ich hervorheben. Es sind die Themenfelder „Energiewende“, „Naturverträglicher Konsum“ und „Biologische Vielfalt“.

Die Naturbewusstseinsstudie 2013 setzt die im Jahr 2011 begonnene Beobachtung des gesellschaftlichen Bewusstseins zur Energiewende und die damit verbundenen Konsequenzen für Natur und Landschaft weiter fort. Deutlich wird, dass die Zustimmung zur Energiewende in Deutschland nach wie vor hoch und „mehrheitsfähig“ ist, 56 Prozent der Befragten halten sie für richtig. Allerdings ist die Zustimmung gegenüber 2011 gesunken, damals waren noch 63 Prozent der Befragten eindeutig für die Energiewende. Die Naturbewusstseinsstudie fixiert in Zahlen, was die öffentlichen Debatten in Politik und Medien sowie am Stammtisch seit Längerem bewegt.

Dass hierbei vor allem die Sorge um steigende Strompreise eine Rolle spielt, zeigt die Analyse gesellschaftlicher Milieus, die grundsätzlicher Bestandteil der Naturbewusstseinsstudien ist. Die Energiewende ist ein Thema der sozialen Schichtzugehörigkeit geworden: Die gesellschaftlich gut situierten und gehobenen

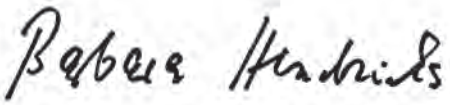
Milieus stehen hinter ihr, die sozial schwächer gestellten Milieus mit geringerem Einkommen positionieren sich eher dagegen. Die Naturbewusstseinsstudie 2013 weist hier auf eine drängende Frage der sozialen Gerechtigkeit hin, der wir uns stellen müssen, wenn die Energiewende in Deutschland zu der nationalen Erfolgsgeschichte mit internationaler Vorbildfunktion werden soll, die wir uns alle wünschen.

Die Naturbewusstseinsstudie 2013 greift neu das Thema „Naturverträglicher Konsum" auf. Die meisten Konsumgüter haben einen direkten oder indirekten Bezug zu natürlichen Ressourcen und zur biologischen Vielfalt. Das heißt, dass der alltägliche Konsum von Lebensmitteln, Kleidung, Möbeln etc. eine Möglichkeit darstellt, mit der wir selbst durch bewusstes Handeln einen Beitrag zur Schonung und Erhaltung der Natur leisten können. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass ein großer Teil der Bevölkerung sich in dieser Hinsicht gar nicht als Gestalter seiner Umwelt wahrnimmt, obwohl uns doch in vielen Gesellschaftsbereichen und Konsumfeldern deutlich vor Augen geführt wird, wie die Nachfrage der Masse den Markt gestalten kann.

Die Naturbewusstseinsstudie macht deutlich, wo die Hindernisse bei der Entfaltung dieses Potenzials liegen: Schon bei der Selbsteinschätzung, ob man genügend über Natur- und Umweltauswirkungen der konsumierten Produkte weiß, zeigt sich die Bevölkerung geteilt. Fast die Hälfte hält sich für informiert, doch die andere Hälfte signalisiert ein Informationsdefizit. Das sollte der Natur- und Umweltschutzkommunikation zu denken geben.

Schließlich möchte ich noch das Thema „Biologische Vielfalt" hervorheben. Die Naturbewusstseinsstudien tragen wesentlich zur Erfüllung der Berichtspflichten der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (BMU 2007) bei, denn sie liefern die Daten zur Berechnung des Indikators „Bewusstsein für biologische Vielfalt". Für den Indikator werden Teilindikatoren zu Wissen, Einstellung und Handlungsbereitschaft verrechnet. Wie in den Vorjahren ist der Indikator leider noch weit vom Zielwert entfernt. Interessant finde ich aber die Veränderungen im Detail: Die Zahl der Personen, welche die Bedeutung des Begriffs „Biologische Vielfalt" nicht kennen, den Ausdruck aber schon mal gehört haben, ist gegenüber der letzten Befragung vor zwei Jahren signifikant auf 36 Prozent gestiegen. Außerdem kennen 40 Prozent der im Jahr 2013 Befragten den Begriff und können zusätzlich auch angeben, was er bedeutet. Innerhalb dieser Gruppe hat sich das Wissen, dass biologische Vielfalt auch als eine Vielfalt von Genen zu verstehen ist, zwischen 2009 und 2011 etwa verdreifacht und ist 2013 um weitere vier Prozentpunkte gestiegen. Ebenso hat sich in diesem Personenkreis das Wissen um biologische Vielfalt als Vielfalt von Lebensräumen und Ökosystemen zwischen 2009 und 2011 fast verdoppelt und ist 2013 auf diesem Niveau stabil geblieben.

Ich finde, das macht Mut und zeigt, dass sich die Anstrengungen der Kommunikation zur biologischen Vielfalt tatsächlich lohnen – sei es während des Internationalen Jahres der biologischen Vielfalt 2010, im Rahmen der UN-Dekade Biologische Vielfalt 2011 – 2020 oder auch bei der alltäglichen Arbeit der vielen staatlichen und gesellschaftlichen Akteure. In unserem gemeinsamen Bemühen, den Menschen die Bedeutung der biologischen Vielfalt nahe zu bringen und ihnen Handlungsmöglichkeiten zu verdeutlichen, dürfen wir nicht nachlassen. Denn die Erhaltung der biologischen Vielfalt ist nicht nur eine Frage unserer eigenen Existenzsicherung, sondern auch eine Pflicht gegenüber zukünftigen Generationen.



Dr. Barbara Hendricks

Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Liebe Leserin, lieber Leser,

mit der „Naturbewusstseinsstudie 2013“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und des Bundesamtes für Naturschutz liegt zum nunmehr dritten Mal eine umfassende Erhebung zum Stellenwert des Naturschutzes in unserer Gesellschaft vor. Die ersten beiden Studien aus den Jahren 2009 und 2011 haben gezeigt, dass die gewonnenen Daten wichtige Impulse für die Akteurinnen und Akteure im Naturschutz bieten. Auch die Studie 2013 setzt wieder interessante Schwerpunkte.

Als repräsentative Bevölkerungsumfrage mit jeweils über 2.000 befragten Personen haben die Ergebnisse der Naturbewusstseinsstudien Aussagekraft für die Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland und vermitteln Anregungen für eine Vielzahl praktischer Anwendungsfelder. Die Ergebnisse liefern wichtige Grundlagen für die allgemeine wie auch die zielgruppenspezifische Naturschutzkommunikation, das heißt die Zahlen finden über Vorträge und Veröffentlichungen wie die vorliegende Broschüre ihren Weg in die interessierte Öffentlichkeit und befördern so die Bewusstseins- und Meinungsbildung. Als Beispiele für die konkrete Nutzbarkeit der Daten sei exemplarisch die Optimierung von ehrenamtlichen Tätigkeiten im Naturschutz oder zielgruppenspezifischer Umweltbildungsarbeit genannt. Darüber hinaus unterstützt der über die Naturbewusstseinsstudien gewonnene Datenfundus auch die fachliche Vermittlungsarbeit des Bundesamtes für Naturschutz sowie die politische Kommunikation des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit.

In der Naturbewusstseinsstudie 2013 bildet zum ersten Mal „Wildnis“ einen eigenen Schwerpunkt. Damit wurde bewusst ein Thema gewählt, das aktuell im fachlichen Naturschutzdiskurs ebenso präsent ist wie in der breiten Öffentlichkeit. Zugleich hat der Wildnisbegriff, der sich zuerst aus der Naturschutzbewegung der Vereinigten Staaten heraus bildete und sich dort mit der Gründung der ersten Nationalparks verbindet, eine längere Geschichte und hat sich auch in Mitteleuropa auf die Entwicklung und Transformation des Naturschutzgedankens ausgewirkt. Denn Wildnis kann nicht losgelöst vom Menschen und seinem Verhältnis zur Natur betrachtet werden, sondern stellt eine kulturell geprägte Sehfigur dar. Dies wird auch daran deutlich, dass sich beispielsweise ver-

schiedene Wirtschaftszweige aus unterschiedlichsten Motivlagen heraus an Bildern von „wilder Natur“ bedienen, um bestimmte Assoziationen hervorzurufen und für ihre Belange zu nutzen. Die Naturbewusstseinsstudie 2013 zeigt in diesem Zusammenhang, dass – neben der häufigen Nennung von Tieren und Waldbildern – ein Drittel der Bevölkerung bei „Wildnis“ spontan an „unberührte Natur“ denkt und damit hehre sowie überwiegend positiv besetzte Begriffe wie „rein“, „echt“, „unverfälscht“ und „unverbraucht“ verbindet. Gegenteilige Assoziationen, die Wildnis mit Chaos oder Verwahrlosung in Zusammenhang bringen, werden von einem deutlich geringeren Teil der Befragten geäußert. Auch den Aspekt, dass Wildnis als gefährlich wahrgenommen werden könnte, nennen nur drei Prozent der Befragten.

Interessant ist, dass knapp jede beziehungsweise jeder Fünfte Wildnis ganz explizit mit der Abwesenheit von Menschen und Zivilisation verbindet, und knapp jede beziehungsweise jeder Sechste der Meinung ist, dass Wildnis in Deutschland nicht zugänglich sein sollte. Dem stehen allerdings etwa vier von fünf Personen gegenüber, die Wildnis in Deutschland im Allgemeinen für Menschen zugänglich sehen möchten. Hier zeigt sich für mich zum einen der Wunsch der Bevölkerung, mit einer Form der Natur in Kontakt zu treten, die sich durch die oben genannten, kulturell geprägten Attribute auszeichnet. Zum anderen scheint aber bei den meisten Menschen auch ein Bewusstsein dafür vorhanden zu sein, dass ein solcher Kontakt nur unter bestimmten Voraussetzungen geschehen kann. Wäre dem nicht so, würde genau das verloren gehen, was viele in der Wildnis finden möchten, nämlich einen heutzutage soweit wie möglich vom Menschen unbeeinflussten Naturraum – einen Freiraum, der im Gegensatz zur menschlich determinierten Kulturlandschaft darin offen bleibt, wohin er sich entwickeln möchte. Dass auch dies von den Menschen erkannt wird, wird darin deutlich, dass sich nur eine Minderheit von 11 Prozent für einen ungehinderten Zugang ausspricht, 35 Prozent hingegen einen Zugang zu Wildnis nur auf bestimmten Wegen wollen und weitere 33 Prozent es begrüßen würden, wenn ein Kontakt mit Wildnis nur mit einer fachkundigen Führung ermöglicht würde.

Einen anderen Aspekt, den die Studie 2013 neu aufgreift, und den ich gerne hervorheben möchte, ist das Thema Auen- und Hochwasserschutz. Das Bundesamt für Naturschutz weist seit Jahren auf den Zusammenhang von Hochwasserschäden und den Verlust von natürlichen Überschwemmungsflächen beziehungsweise Auen hin.

Dass dies ein hochaktuelles Thema ist, haben die jüngsten, kostenintensiven und medial sehr präsenten Hochwasserereignisse vom Sommer letzten Jahres in Deutschland deutlich gemacht. Die Naturbewusstseinsstudie 2013 zeigt, dass eine naturnahe Gestaltung von Flüssen und Bächen als wichtige Maßnahme zum Wasserrückhalt in der Landschaft von 60 Prozent der Bevölkerung für sehr wichtig gehalten wird, und 59 Prozent sich deutlich für die Schaffung von Überschwemmungsflächen und Auen aussprechen. Der Bau höherer Deiche als technische Maßnahme des Hochwasserschutzes wird von 49 Prozent als sehr wichtig eingestuft und liegt in der Zustimmung somit hinter den Maßnahmen einer naturnäheren Gestaltung der deutschen Fließgewässer. In diese Bewertung spielt übrigens auch ein ästhetisches Element mit hinein, denn 93 Prozent der Bevölkerung sind der Meinung, dass naturnah gestaltete Flüsse und Bäche schöner sind als begradigte.

Die Naturbewusstseinsstudie als repräsentatives Befragungsinstrument stützt damit sehr deutlich die Vision der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt, „(...) Flüssen wieder mehr Raum zu geben, damit sich Hochwasser dort ausbreiten kann, wo es keinen Schaden anrichtet“ (BMU 2007, S. 35).

Sie werden bei der Lektüre unserer Naturbewusstseinsstudie hoffentlich noch viele weitere interessante Punkte finden. Wir hoffen, dass diese den behördlichen, verbandlichen und ehrenamtlichen Naturschutz in seiner Arbeit unterstützen, vielleicht auch den einen oder die andere neugierig machen und zu weiterer Auseinandersetzung mit der Natur in ihrer Vielfalt animieren. Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!

Prof. Dr. Beate Jessel

Präsidentin des Bundesamtes für Naturschutz

Zusammenfassung und Empfehlungen

Von Oktober bis November 2013 wurde (nach 2009 und 2011) die dritte bundesweite Befragung zum Naturbewusstsein in Deutschland durchgeführt. Hierzu wurde eine repräsentative Stichprobe von 2.007 Personen ab 18 Jahren ausgewählt, die Menschen aus allen Regionen Deutschlands einbezieht (ADM-Mastersample).

Wildnis als naturschutzpolitische Aufgabe

Die Naturbewusstseinsstudie 2013 befasst sich erstmals intensiver mit dem Thema „Wildnis". Interessanterweise wird bei Wildnis vor allem an „exotische Tiere", wie Tiger, Elefanten oder Krokodile gedacht und weniger an Tiere, die in Deutschland heimisch sind. Assoziationen, die sich unter „Wald und Dschungel" zusammenfassen lassen, nennen 44 Prozent der Befragten. Positiv konnotierte Nennungen überwiegen insgesamt die negativ behafteten Assoziationen. Der Begriff „Wildnis" wird von 14 Prozent der Deutschen mit „Natur" verknüpft, Nationalparks und Naturschutzgebiete werden von 8 Prozent genannt. Wildnis wird häufig als Raum abseits von Menschen und Zivilisation (18 Prozent) verstanden. Antworten, die sich unter „Erholung und Entspannung" zusammenfassen lassen, und somit den Menschen in den Mittelpunkt von Wildnis stellen, kommen weitaus seltener vor (6 Prozent).

Argumente für Wildnisgebiete finden breite Zustimmung: Durchgängig werden Wildnisgebiete als wichtige Rückzugsräume für Tiere und Pflanzen betrachtet, sie werden als Freiräume in unserer technisierten Welt gesehen. Auch stimmen 90 Prozent zu, dass wir durch Wildnisgebiete viel über die ursprüngliche Natur in Deutschland lernen können. Aussagen, die sich gegen geschützte Wildnisgebiete richten, erfahren weniger Zustimmung: Nur jede beziehungsweise jeder Vierte ist der Meinung, dass Wildnisgebiete unnötig sind oder einer wirtschaftlichen Nutzung der entsprechenden Flächen zu sehr im Wege stehen.

Knapp zwei Dritteln der Befragten gefällt Natur umso besser, je wilder sie ist (65 Prozent). Im Vergleich zu 2009 (59 Prozent) hat die wilde Natur somit einen Imagegewinn zu verbuchen. Neben dem Ergebnis, dass die Deutschen Wildnis mögen, zeigt sich, dass sie Wildnis in der heimischen Natur erkennen: Mit 64 Prozent finden fast zwei Drittel, dass es Wildnis nicht nur in Afrika oder Südamerika, sondern eben auch in Deutschland gibt. Demgegenüber ist knapp ein Viertel der Deutschen der Meinung, dass Wildnis in Deutschland nicht existiert. Vier von zehn würden aber mehr Wildnis in Deutschland begrüßen, während der gleiche Anteil mit der derzeitigen Situation zufrieden ist. Auf die Frage, wo sich mehr Wildnis in Deutschland entwickeln soll, wünschen sich die Befragten vor allem mehr Wildnis in Wäldern (79 Prozent).

Ein klares Meinungsbild gibt es, wenn es darum geht, inwieweit Wildnis für Menschen zugänglich sein sollte. Während nur 16 Prozent der Auffassung sind, dass die hiesige Wildnis überhaupt nicht zugänglich sein sollte, sprechen sich 79 Prozent für irgendeine Form des Zugangs aus. Hierbei sind 11 Prozent für einen gänzlich ungehinderten Zugang, 35 Prozent für den Zugang nur auf bestimmten Wegen und 33 Prozent sind für den Zugang mit Führungen.

Viele Naturschutzakteure setzen sich für die Wiederverbreitung heimischer Tierarten ein. Die Befragung zeigt, dass diese Initiativen zwar generell eine große Akzeptanz erfahren, jedoch nicht für jede Tierart von der breiten Bevölkerung gleichermaßen unterstützt werden. So gibt es gegenüber Wolf und Waschbär stärkere Vorbehalte als gegenüber Biber, Luchs und Wildkatze: Jeweils knapp zwei Drittel befürworten die Verbreitung von Biber, Luchs und Wildkatze. Wohingegen sich beim Waschbären nur knapp die Hälfte für eine stärkere Verbreitung ausspricht. Am wenigsten Sympathie wird dem Wolf entgegengebracht: Nur 44 Prozent sind der Meinung, dass er sich in Deutschland weiter verbreiten sollte. Anscheinend wird der Wolf von einem erheblichen Anteil der Befragten nach wie vor als Bedrohung wahrgenommen.

In Deutschland herrschen gute Voraussetzungen für die Einrichtung und den Betrieb von Nationalparks, in denen Wildnis großflächig geschützt wird. Ihre Vorteile werden vom Großteil der Befragten geschätzt: 95 Prozent sind der Meinung, dass sie Tiere und Pflanzen schützen. Des Weiteren stimmt eine große Mehrheit zu, dass Nationalparks Arbeitsplätze schaffen, gut zu Deutschland passen und die Region aufwerten. Lediglich 21 Prozent sehen durch Nationalparks ein

Risiko für die Forstwirtschaft und nur 16 Prozent sehen in ihnen eine Gefahr für die landwirtschaftliche Nutzung. Die Mehrheit befürwortet die Ausprägung naturnaher Wälder: Fast 80 Prozent der Bürgerinnen und Bürger finden, dass abgestorbene Bäume und Totholz in den Wald gehören. Nur ein Drittel findet, dass ein Wald „ordentlich" aussehen sollte.

Empfehlungen:

Die Ergebnisse bestätigen, dass eine **kommunikative Nutzung des Wildnis-Begriffs** im Zusammenhang mit Schutzgebieten in Deutschland als erfolgsversprechend anzusehen ist. Dabei können unterschiedliche Zugänge verschiedener Zielgruppen zum Thema Wildnis, beispielsweise als Orte seltener Tiere und Pflanzen, für Bildungszwecke oder auch als Gegenpol zur technisierten Welt, kreativ genutzt werden.

Bei der Kommunikation des Themas Wildnis sollte dem **Bedürfnis der Menschen nach Zugang zu und Erlebnis von Wildnis** durch entsprechende Begegnungsmöglichkeiten (Wege, Führungen, et cetera) nachgekommen werden.

Die festgestellten **Vorbehalte gegen den Wolf** können durch eine konsequente Weiterführung der aufklärenden Berichterstattung entkräftet werden.

Bei der Diskussion um **Nationalparks** in Deutschland kann auf die grundsätzlich hohe Zustimmung zu dieser Schutzgebietskategorie und auf die für die Menschen wichtigen Argumente (vor allem Schaffung von Arbeitsplätzen, Aufwertung der Region), die im Rahmen der vorliegenden Studie festgestellt wurden, verwiesen werden. Vor Ort können die Vorteile von Nationalparks durch relevante sozioökonomische Zahlen und Fakten (vor allem Wirtschaftlichkeit, Zugänglichkeit) spezifisch untermauert werden.

Naturgefährdung und Naturnutzung

Wie bereits in 2009 und 2011 befasst sich auch die Naturbewusstseinsstudie 2013 mit der Frage, was Menschen in Deutschland unter Natur verstehen und wie wichtig ihnen ihr Schutz ist. Es zeigt sich, dass die Deutschen der Natur eine hohe Relevanz zusprechen: 92 Prozent sind der Meinung, dass die Natur zu einem guten Leben dazu gehört. Ebenfalls 92 Prozent schätzen ihre Vielfalt. Eine grundsätzliche Wertschätzung von Natur ist weit verbreitet und überwiegt deutlich. Nur 8 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sagen, dass die Natur ihnen fremd sei, 22 Prozent interessieren sich nicht für sie.

Nur etwas weniger als die Hälfte der Deutschen fühlt sich persönlich von Naturzerstörung bedroht: 45 Prozent sehen hierin auch eine Gefährdung des eigenen Lebensraums und der Lebensqualität. Gleichzeitig zeigt die Befragung, dass sich ein großer Anteil der Deutschen über den sorglosen Umgang mit der Natur ärgert (83 Prozent). Zudem fürchten zwei Drittel, dass es für die kommenden Generationen kaum noch intakte Natur geben wird. Ein ähnlicher Widerspruch kann darin gesehen werden, dass die Befragten den Menschen die Pflicht zusprechen, die Natur zu schützen, sich persönlich aber weniger in der Verantwortung sehen. So stimmen 56 Prozent der Aussage voll und ganz zu, dass es die Pflicht der Menschen ist, die Natur zu schützen (beide Zustimmungsstufen zusammen: 95 Prozent). Bei der Aussage „Ich fühle mich persönlich dafür verantwortlich, die Natur zu erhalten" sind es hingegen nur 18 Prozent (beide Zustimmungsstufen zusammen: 65 Prozent).

86 Prozent sehen Naturschutz als wichtige politische Aufgabe. Jedoch ist eine Mehrheit der Auffassung, dass der Schutz der Natur nicht zu jeder Zeit absolute Priorität genießen sollte: 62 Prozent der Bevölkerung finden es notwendig, in wirtschaftlichen Krisenzeiten die Gelder für den Naturschutz zu kürzen. Generell kann festgehalten werden, dass die Nachhaltigkeit der Nutzung von Natur der Bevölkerung sehr wichtig ist. Fast alle Bürgerinnen und Bürger sind der Meinung, dass die Natur für die nachkommenden Generationen in gleichem Umfang erhalten bleiben soll und auch nur so genutzt werden darf, dass die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume dauerhaft gesichert bleiben.

Empfehlungen:

Die **positiven Wirkungen von Natur**, die in Begriffen wie „gutes Leben" und „Gesundheit und Erholung" zum Ausdruck kommen, können für die zielgruppen- beziehungsweise milieuspezifische Kommunikation aufbereitet und verwendet werden. Insbesondere für sozial schwächer gestellte Milieus sollten spezifische Kommunikations- und Bildungsprojekte entwickelt und die kostenlosen positiven Wirkungen der Natur hervorgehoben werden. So

kann der Naturschutz einen Beitrag zur sozialen Integration der Gesellschaft leisten.

Im Rahmen der Naturschutzkommunikation ist verstärkt herauszuarbeiten, dass Bürgerinnen und Bürger den Schutz der **Natur stärker als eigene Handlungsoption** begreifen. Dies betrifft zum einen Möglichkeiten in ihrem Alltag und unmittelbaren Umfeld, beispielsweise durch ehrenamtliches Engagement in einer Naturschutzinitiative, durch naturverträglichen Konsum oder private „kleine" Schutzaktivitäten (zum Beispiel Anlage von Nistkästen oder Wildblumenwiesen).

Zum anderen ist im Rahmen der Informations- und Bildungsarbeit des Naturschutzes deutlicher zu vermitteln, dass **Naturschutz eine gesellschaftliche Vereinbarung und damit ein Politikfeld** ist. Bürgerinnen und Bürger sind zu ermuntern, **Eigenverantwortung zu übernehmen** und sich in gesellschaftlichen Partizipationsprozessen für Naturschutz zu engagieren. Meinungsäußerungen und offene Diskurse darüber, wie Menschen in Deutschland leben möchten, können dazu beitragen, dass Themen des Natur- und Umweltschutzes und der Nachhaltigkeit eine stärkere politische Leitfunktion übernehmen als bisher.

Die hohe Zustimmung zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit bestärkt eine **stärkere Integration von Naturschutzanliegen in den Nachhaltigkeitsdiskurs**. Insbesondere über die Bezüge zu Gerechtigkeitsfragen sind auch junge Milieus gut ansprechbar.

Landschaften gestalten

Wiesen und Weiden, Bäche und Tümpel, Baumgruppen und Hecken sind jeweils für deutlich mehr als die Hälfte der Befragten wichtige Bestandteile unserer Agrarlandschaften. Interessanterweise wird die Verantwortung dafür, dass naturnahe Landschaftselemente erhalten werden, eher beim Naturschutz als bei der Forst- oder Landwirtschaft gesehen.

Die Befragungsergebnisse machen deutlich, dass naturnahe Maßnahmen zum Hochwasserschutz hohe Zustimmung finden: Neun von zehn Personen finden voll und ganz oder zumindest tendenziell, dass naturnah gestaltete Flüsse und Bäche schöner sind als begradigte. Der gleiche Anteil findet die naturnahe Gestaltung auch deshalb wichtig, weil sich Fließgewässer dann frei entfalten können. Des Weiteren sind knapp 60 Prozent der Meinung, dass die Schaffung von Überschwemmungsflächen und Auen und die Schaffung von Flächen der Regenwasserversickerung sehr wichtig sind. Der Bau höherer Deiche wird dementgegen nur von knapp der Hälfte als sehr wichtig eingestuft (49 Prozent).

Wie in der Befragung 2011 ist auch im Jahr 2013 die Energiewende mehrheitsfähig: 56 Prozent befürworten sie weiterhin. Allerdings ist die grundsätzliche Zustimmung gegenüber 2011 um 7 Prozent merklich gesunken. Die Akzeptanz einzelner landschaftsverändernder Maßnahmen der Energiewende (hohe Werte bei Windkraftanlagen im Meer beziehungsweise an Land und Photovoltaik, geringere Werte bei Biomasse und Holzeinschlag) ist 2013 ähnlich hoch wie in 2011. Jedoch hat der Anteil der eindeutigen Befürwortung für Windkraftanlagen auf dem Meer deutlich abgenommen (um 9 Prozent). Wenig Gefallen findet weiterhin der Ausbau von Hochspannungsleitungen, der von 53 Prozent der Bevölkerung abgelehnt wird (konstant zu 2011).

Empfehlungen:

Der Wunsch der Bevölkerung nach **strukturreichen Agrarlandschaften** und die hohe Verantwortungszuschreibung an den Naturschutz sind als Aufforderung zu verstehen, dass die Naturschutzakteure im Gespräch mit den Akteuren der Land- und Forstwirtschaft bleiben, um gemeinsam naturnahe Landschaften, die auch Erleben und Erholung bieten, zu erhalten und zu fördern.

Der hohe ästhetische Wert, den eine Mehrheit der Befragten in der **naturnahen Gestaltung von Flüssen und Überschwemmungsflächen** sieht, gibt einen wichtigen Hinweis darauf, dass Naturschutzakteure und Planer neben der Hervorhebung ökologisch-fachlicher Gesichtspunkte immer auch herausstellen sollten, dass Naturschutz zu Schönheit und Eigenart unserer Landschaften beiträgt.

Die Vermittlung der Relevanz des Netzausbaus und die Teilnahme an Partizipationsprozessen bei konkreten Umsetzungsprojekten bleiben weiterhin wichtige Bausteine, um die **Akzeptanz der Energiewende in Deutschland** zu erhöhen. Die Energiewende ist auch als Naturschutzthema zu kommunizieren, bedeutet sie doch die Abkehr von den naturschädigenden Praktiken der Energiege-

winnung durch fossile Brennstoffe. Im Zuge einer **Bildung für nachhaltige Entwicklung** sollten für Konfliktfälle zwischen den Zielen des Naturschutzes und des Ausbaus erneuerbarer Energien **Gestaltungskompetenzen** gefördert werden, um den Umgang mit sich wiedersprechenden Zielsetzungen erlernen zu können.

Naturverträgliches Alltagshandeln

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger nur wenig über die Auswirkungen ihres Konsums auf die Natur weiß. Immerhin gibt gut ein Viertel an, häufig oder immer Bio-Milch, Bio-Eier oder biologisch angebautes Obst und Gemüse zu wählen. Des Weiteren zeigt sich, dass saisonale Produkte mit 65 Prozent von mehr Befragten ‚häufig' oder ‚jedes Mal' gekauft werden als regionale Produkte (54 Prozent). Nach ihren Kaufkriterien gefragt, geben die Bürgerinnen und Bürger an, dass Regionalität und Saisonalität für sie wichtiger sind, als dass es sich um ein Bio-Lebensmittel handelt (36 Prozent vor 18 Prozent).

Ein wichtiger Beweggrund für den Kauf naturverträglicher Produkte ist die Überzeugung, mit dem eigenen Konsumverhalten positiven Einfluss zu nehmen. Knapp die Hälfte sieht Einflussmöglichkeiten durch naturverträglichen Konsum (46 Prozent).

Rund die Hälfte der Befragten verbindet naturverträglichen Konsum mit vielfältigen Hindernissen. Er gilt als zeitaufwändig, als zu teuer (gut drei Viertel stimmen der Aussage zu, dass naturverträgliche Produkte zu teuer verkauft werden), als situativ oft nicht realisierbar (zum Beispiel mangels Angebot), oder die naturfreundlichste Entscheidung gilt als schwierig auszumachen. Vielen Menschen fehlt der greifbare Gegenwert zum relativ hohen Preis. Die positiven Auswirkungen auf den Naturhaushalt sind zu diffus und zu fern, Gesundheits- und Geschmacksargumente werden schon eher gesehen. Auch soziale Normen spielen eine große Rolle bei Kaufentscheidungen: Acht von zehn Befragten geben an, naturverträglicher Konsum sei durch die Verantwortung gegenüber nachfolgenden Generationen motiviert. Knapp drei Viertel möchten mit ihrem Konsumverhalten als gutes Beispiel vorangehen (73 Prozent).

Eine deutliche Mehrheit lehnt Gentechnik ab. So sprechen sich 84 Prozent der Deutschen dafür aus, dass gentechnisch veränderte Organismen in der Landwirtschaft verboten sind.

Empfehlungen:

Das geäußerte **Wissensdefizit** der Bevölkerung hinsichtlich der Naturverträglichkeit von gekauften beziehungsweise verwendeten Produkten muss dringend behoben werden. Bisheriger Kommunikations- und Informationsstrategien sind auf den Prüfstand zu stellen. Des Weiteren sind auch Verlässlichkeit und Übersichtlichkeit der bisher vorhandenen Zertifizierungen und Label zu hinterfragen. Eine Reduktion auf wenige, aber gut abgesicherte und umfassend verbreitete Zertifizierungen zur Nachhaltigkeit und Naturverträglichkeit von Produkten erscheint notwendig.

Zur Naturschutzkommunikation gehört, der Bevölkerung den **Nutzenaspekt des naturverträglichen Konsums** stärker zu verdeutlichen, vor allem die positiven Auswirkungen für die Entlastung des Naturhaushalts, als Beitrag zu einer funktionsfähigen, vielgestaltigen und schönen Kulturlandschaft, als Beitrag zum Freihalten von Naturschutz- und Wildnisgebieten, als Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe und Identitäten. Insbesondere von globaler Bedeutsamkeit ist ein bewussterer Fleischkonsum.

Für viele Naturschutzfragen ist die **Analyse und Bewertung der Naturverträglichkeit und Nachhaltigkeit einzelner Schritte entlang der Produktionswege von Waren** von großer Bedeutung. Ein Dialog zwischen Naturschutz und Unternehmen beziehungsweise Handel hat bereits begonnen, allerdings sind noch sehr viele grundsätzliche wie spezifische Fragen (zum Beispiel Kriterien und Bewertungen) in diesem weitverzweigten Feld von beiden Seiten offen. Erste vorliegende Ergebnisse aus diesen Prozessen können schrittweise in die Naturschutzkommunikation integriert werden, um die Aktivitäten transparent zu halten.

Im Naturschutz-Konsum-Diskurs dürfen **Fragen des guten Lebens, des Konsumniveaus und der Suffizienz von Lebensstilen nicht gescheut**, sondern müssen offensiv angegangen werden.

Aufgabe der Politik ist es, durch Fördermaßnahmen oder auch Verbote, **nachhaltige und naturverträgliche Konsum- und Produktionsmuster stärker als bisher** zu befördern, damit diese breiter in der Bevölkerung Fuß fassen können. Sobald naturverträgliche Konsum- und Produktionsmuster durch entsprechende Impulse derart ausgereift sind, dass

sie tauglich für den „Mainstream“ sind, ist davon auszugehen, dass die hauptsächlichen Hinderungsgründe, sie zu erwerben (Zeitaufwand, Erreichbarkeit, Identifikation des Produkts, Preisklasse), sich durch selbstverstärkende Prozesse weiter abbauen.

Biologische Vielfalt bewahren

Für den Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt“ wurden auch 2013 wieder die drei Teilbereiche Wissen, Einstellung und Verhalten untersucht. Hierbei steht Wissen für das Verständnis des Begriffes „Biologische Vielfalt“, Einstellung für die Sensibilisierung zur Erhaltung von Biodiversität und Verhalten für die Handlungsbereitschaft, selbst zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen. Insgesamt sind die Werte der einzelnen Teilindikatoren über die drei Untersuchungsperioden stabil geblieben. So erfüllen in 2013 40 Prozent das Kriterium Wissen (2011: 41 Prozent; 2009: 42 Prozent). Das Kriterium Einstellung erfüllen aktuell 54 Prozent (2011: 51 Prozent; 2009: 54 Prozent) und das dritte Kriterium Verhalten wird 2013 von 50 Prozent erfüllt (2011: 46 Prozent; 2009: 50 Prozent). Der oder die Befragte erfüllt nur dann den Gesamtindikator, wenn sie oder er alle drei Teilindikatoren erfüllt. 2013 ist dies bei 25 Prozent der Befragten der Fall. Auch hier sind nur minimale, statistisch nicht signifikante Veränderungen zu den Vorgängerstudien festzustellen: 2009 waren es 22 Prozent und 2011 23 Prozent.

Interessanterweise hat die Bekanntheit des Begriffs „biologische Vielfalt“ zugenommen, jedoch kennen die Menschen seltener seine Bedeutung. 2013 waren es drei Viertel, die den Begriff schon einmal gehört haben, jedoch nur 40 Prozent, die ihn auch erklären können. Unter den Bürgerinnen und Bürger herrscht Konsens, dass die biologische Vielfalt als Erbe für unsere Kinder und zukünftige Generationen erhalten bleiben soll (Antwortkategorie: „trifft voll und ganz zu“ / „trifft eher zu“: 94 Prozent). In Sachen Handlungsbereitschaft für die Erhaltung von Biodiversität bestätigen sich die Befunde aus 2009 und 2011. Wie zu erwarten war, ist die Handlungsbereitschaft umso größer, desto geringer der Aufwand ist: Beispielsweise sind 79 Prozent bereit, eine Unterschriftenliste zum Schutz der biologischen Vielfalt zu unterzeichnen. Aktiv in einer Naturschutzorganisation mitarbeiten würden jedoch nur gut ein Drittel (36 Prozent).

Empfehlungen:

Im Zuge der Informations- und Bildungsarbeit für die Sicherung der biologischen Vielfalt muss weiterhin das **gesellschaftliche Verständnis des Begriffes „biologische Vielfalt“ vertieft** und sein breiter Zielansatz – Schutz, nachhaltige Nutzung, gerechter Vorteilsausgleich – durch Inhalte und lokale bis globale „Geschichten“ mit Leben gefüllt werden.

Zwar kann jede und jeder Einzelne durch sein Alltagsverhalten einen Beitrag zum Schutz der biologischen Vielfalt leisten (zum Beispiel beim Konsum). Das Ausmaß der Gefährdung der biologischen Vielfalt erfordert jedoch, die **Bevölkerung für dieses Thema stärker politisch zu sensibilisieren**, so dass über gesellschaftliche Meinungsbildung und politische Prozesse ein entsprechendes Engagement sowie eine gesamtgesellschaftliche Positionierung zum Schutz der biologischen Vielfalt möglich werden.

Welche Strategien zur Sicherung der biologischen Vielfalt auch verfolgt werden, es ist sinnvoll, zielgruppenspezifisch vorzugehen, um die anvisierten gesellschaftlichen Gruppen effektiv zu erreichen. Dies betrifft die **Verantwortung von Milieus in einer gehobenen sozialen Lage ebenso wie die Potenziale der einfacheren sozialen Milieus und der gesellschaftlichen Mitte**.

Zielgruppenkommunikation mit soziodemographischen Gruppen und den Sinus-Milieus

Betrachtet man das Antwortverhalten verschiedener soziodemographischer Subgruppen, zeigen sich über die Befragung hinweg ähnliche Tendenzen: Prinzipiell stehen Gutgebildete, Ältere und Frauen der Natur näher und sind stärker für den Naturschutz sensibilisiert als formal einfach Gebildete, Jüngere und Männer. Bei Wildnis zeigt sich ein anderes Bild: Hier sind es neben Abiturientinnen und Abiturienten gerade auch Jüngere und Männer, die Wildnis besonders viel Sympathie entgegenbringen. Bei Fragen zum naturverträglichen Konsumverhalten sind neben den Gutgebildeten vor allem Personen mit einem höheren Haushaltsnettoeinkommen überrepräsentiert. Wer mehr verdient, kauft auch häufiger naturverträglich ein und spricht dem naturverträglichen Konsum eine größere Rolle zu. Darüber hinaus sind hier die Unterschiede zwischen den Geschlechtern besonders

stark ausgeprägt: Frauen legen deutlich mehr Wert auf ein naturverträgliches Einkaufsverhalten als Männer. Unter-30-Jährige konsumieren deutlich seltener naturverträglich, was höchst wahrscheinlich auch mit ihrem geringen Einkommen in Zusammenhang steht – schließlich befindet sich hier ein großer Anteil noch in der Ausbildung. Jüngere Personen finden es weniger wichtig, dass Produkte in der eigenen Region hergestellt wurden.

Werden die Ergebnisse nach Sinus-Milieus differenziert analysiert, zeigen sich große Unterschiede. Wie in den Vorgängerstudien stehen vor allem das Sozialökologische Milieu und das Liberal-intellektuelle Milieu der Natur besonders nahe. Interessant erscheint, dass zudem aktuell auch das Milieu der Expeditiven – die jungen, hippen, urbanen Trendsetter – Natur eine überdurchschnittlich wichtige Rolle zuspricht. Zwar zeigten sich die Expeditiven bereits in der Studie 2011 partiell überdurchschnittlich naturverbunden, dieser Trend hat sich in den letzten Jahren jedoch weiter verfestigt. Besonders bei den Themen Wildnis und Nationalparks zeigen sich die Expeditiven sehr naturnah. Beispielsweise befürworten sie neben den Sozialökologischen und Liberal-Intellektuellen besondere stark die Verbreitung von Luchs, Biber und Wolf. Deutlich weniger naturverbunden sind das Milieu der Prekären und bei der überwiegenden Anzahl der Fragen auch die Hedonisten. Für das Thema Wildnis sind zudem die Traditionellen und die Bürgerliche Mitte weniger zu begeistern. Die zugeschriebene Rolle von naturverträglichem Konsumverhalten ist vor allem eine Frage der sozialen Schicht: Milieus in einer gehobenen sozialen Lage und die Sozialökologischen achten deutlich häufiger auf einen naturverträglichen Einkauf, als Milieus in einer einfachen oder mittleren sozialen Lage. Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Beurteilung von erneuerbaren Energien ab: Die Befürwortung der Energiewende ist aktuell abhängig von der sozialen Schicht (Milieus in einer gehobenen sozialen Lage befürworten die Energiewende stärker, in einfacherer sozialer Lage existieren größere Vorbehalte). 2011 hingegen zeigten sich hier stärkere lebensweltliche Unterschiede auch innerhalb der gleichen sozialen Lage. Diese Verschiebung wird auf den öffentlichen Diskurs zur Energiewende zurückgeführt, der in den letzten Jahren vor allem als Kostendebatte öffentlich präsent war.

Empfehlungen:

Sollen **Milieus in einer gehobenen sozialen Lage** (Konservativ-etabliertes Milieu, Liberal-intellektuelles Milieu, Milieu der Performer und Expeditives Milieu) erreicht werden, ist es sinnvoll, eine **Benefit-orientierte Kommunikation** zu wählen und damit die persönlichen beziehungsweise gesellschaftlichen Vorteile des gewünschten Handelns herauszustellen. Beispiele können dafür sein: Lebensqualität durch biologische Vielfalt, Gesundheit und Fitness durch den Konsum von Bio-Produkten und Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung. Geeignete Partner stellen hier beispielsweise Kunst- und Kulturverbände dar.

Sollen **Milieus in einfacherer sozialer** Lage anvisiert werden (Prekäres Milieu, Traditionelles Milieu, Hedonistisches Milieu), bietet sich eine Kommunikation an, welche **Entlastungen in den Vordergrund** stellt. Zudem eignet es sich hier besonders, Bildungseinrichtungen mit einzubeziehen, um auch Kinder und Jugendliche an Naturbildung teilhaben zu lassen und damit gleichzeitig einen wichtigen Baustein für die soziale Integration zu leisten.

Werden **Milieus im traditionellen Segment** (Konservativ-etabliertes Milieu und Traditionelles Milieu) anvisiert, empfiehlt es sich, stärker Argumente und Begrifflichkeiten im **Kontext „Heimat", „Schützen" und „Bewahren"** zu verwenden. Als strategische Partner bieten sich hier besonders Glaubenseinrichtungen sowie regional tätige Vereine und Institutionen, beispielsweise der Brauchpflege, an.

Sollen **postmoderne Personenkreise** (Expeditives Milieu, Adaptiv-pragmatisches Milieu, Hedonistisches Milieu) adressiert werden, ist Erfolg versprechend, den Schwerpunkt bei der Kommunikation stärker **auf Erlebnisse, Abenteuer und Veränderung** zu legen, wobei **moderne Kommunikationswege** zu präferieren sind (Social Media, Apps, YouTube).

Ein wissenschaftlicher Abschlussbericht zur Naturbewusstseinsstudie 2013 mit vertiefenden Analysen und weiteren Empfehlungen für die Naturschutzkommunikation wird im Herbst 2014 vorliegen, ebenso wie ein vertiefender Bericht zum Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt". Die entsprechenden Dokumente werden wie die vorliegende Broschüre (diese auch in englischer Sprache) sowie die beiden Vorgängerstudien im Internet unter der Adresse www.bfn.de/naturbewusstsein.html zum Download bereitgestellt.

1 Einführung

Die vorliegende Naturbewusstseinsstudie 2013 basiert auf einer bevölkerungsrepräsentativen Befragung zur Einstellung der Deutschen zu Natur und biologischer Vielfalt. Seit 2009 wird sie im Zwei-Jahres-Rhythmus vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) in Auftrag gegeben und veröffentlicht. Die Untersuchung gibt Antworten auf die folgenden Fragen: Was versteht die Bevölkerung eigentlich unter „Natur“? Wer engagiert sich für sie und wie? Und wie wird der Naturschutz in Deutschland eigentlich bewertet – als wichtiges Politikfeld, das der eigenen Zukunftssicherung dient, als lästige Einschränkung der eigenen Entscheidungsfreiheit, oder als etwas, das man gar nicht bemerkt? Welche Themen sind es genau, die die Menschen an „Natur“ interessieren, und was kann der Naturschutz daraus lernen? Die Naturbewusstseinsstudie versucht hiermit zum dritten Mal, diese und ähnliche Fragen zu beantworten, um der Öffentlichkeit ein kontinuierliches Feedback zum gesellschaftlichen Naturbewusstsein zu geben – als eine Art Monitoring gesellschaftlicher Trends. Zudem soll auch den vielen amtlichen und ehrenamtlichen Akteuren und Unterstützern des Naturschutzes eine Argumentations- und Orientierungshilfe an die Hand gegeben werden, die ihnen bei der täglichen Arbeit hilfreich sein kann.

Die ersten beiden Naturbewusstseinsstudien stießen auf hohe Resonanz und haben gezeigt, dass es für alle, die sich beruflich, ehrenamtlich oder im privaten Alltag für Naturschutz einsetzen, wichtig ist, das eigene Engagement in einen größeren gesellschaftlichen Kontext einordnen zu können.

Naturschutz ist nur dann erfolgreich umsetzbar, wenn das Thema in der Lebenswelt der Bevölkerung positiv verankert ist und von ihr Akzeptanz und Unterstützung erfährt. Die Naturschutzpolitik wie auch Naturschutzakteure in Verbänden, Gemeinden et cetera können wesentlich dazu beitragen, eine positive Einstellung zur Natur zu fördern, zum Beispiel durch Informations-, Kommunikations- und Bildungsmaßnahmen. Dafür werden jedoch fundierte Kenntnisse über Werthaltungen, Verhaltensgründe, Lebensstile, Naturbilder et cetera der Bevölkerung benötigt. Die vorliegende Studie soll dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Die Grundgesamtheit für diese Studie bildet die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 18 Jahren. In der computerunterstützten Face-to-Face-Befragung (CAPI) wurden für die aktuelle Untersuchung 2.007 Personen interviewt. Die Konzeption der Studie erfolgte durch die SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH in Abstimmung mit den Auftraggebern. Die Datenerhebung wurde von der MARPLAN Media- und Sozialforschungsgesellschaft mbH durchgeführt. Die Auswertung der Daten erfolgte durch SINUS, unterstützt von Dr. Fritz Reusswig vom Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK). Eine Experten-Arbeitsgruppe hat das Projektteam beratend begleitet, dazu gehören: Prof. Dr. Susanne Stoll-Kleemann (Universität Greifswald), Prof. Dr. Ulrich Gebhard (Universität Hamburg), Prof. Dr. Gundula Hübner (Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, MSH Medical School Hamburg), Dr. Uta Eser (Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen), Dr. Siegmar Otto (Universität Magdeburg) und Dr. Jana Rückert-John (Institut für Sozialinnovation e. V., ISInova).

Ein wissenschaftlicher Abschlussbericht mit vertiefenden Analysen der Befragungsergebnisse wird im Herbst 2014 vorliegen. Ab November 2014 wird der Datensatz wie bei den Vorgängerstudien als SPSS-Datei der wissenschaftlichen Forschungsgemeinde über das Datenarchiv für die Sozialwissenschaften beim GESIS-Leibniz-Institut zur Verfügung gestellt.

Diese Broschüre sowie die beiden Vorgängerstudien und die jeweiligen Vertiefungsberichte stehen im Internet zum Download bereit (www.bfn.de/naturbewusstsein.html). Die Basisdatenbroschüre in englischer Fassung ist ab Mai 2014 unter www.bfn.de/nature-awareness-study.html abrufbar.

1.1 Zielsetzung und Konzept

Mit der Naturbewusstseinsstudie 2013 setzen das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und das Bundesamt für Naturschutz ihre breit angelegte Erfassung und Beobachtung des gesellschaftlichen Bewusstseins zu Natur und biologischer Vielfalt weiter fort. Die Repräsentativerhebung soll gesichertes Basiswissen zu Werthaltungen, Einstellungsmustern, Wissensbeständen sowie Verhaltensbereitschaften im Kontext von Natur, Naturschutz und biologischer Vielfalt bieten und so

maßgebliche Hinweise für den Erfolg und die Akzeptanz von Naturschutzpolitik, Kommunikations- und Bildungsarbeit sowie Maßnahmen zum Schutz von Natur und Biodiversität geben.

Die Naturbewusstseinsstudie besteht einerseits aus einem Grundgerüst an gleichbleibenden Fragestellungen, wodurch zeitliche Trends im Naturbewusstsein identifiziert werden können. Andererseits werden bei jeder Studie neue Themenschwerpunkte gesetzt, die den Anschluss an aktuelle Diskussionen und naturschutzpolitische Aufgabenbereiche ermöglichen.

Aus den Vorgängerstudien wurden folgende Themenbereiche übernommen:

- Mensch-Natur-Verhältnis / persönliche Naturbedeutung,
- Bewertung der Naturgefährdung,
- Einstellungen zu Schutz und Nutzung der Natur,
- Akzeptanz der Energiewende und Bewertung von Landschaftsveränderungen im Zuge der Energiewende und
- Wissen, Einstellungen und Handlungsbereitschaften im Zusammenhang mit dem Verlust beziehungsweise der Erhaltung der biologischen Vielfalt.

Die ersten drei Punkte umschreiben den Kern des gesellschaftlichen Naturbewusstseins, und diesen Kern gilt es in seinen Inhalten, Ausprägungen und Veränderungen milieuspezifisch und im Zeitverlauf abzubilden. Der vierte Punkt wurde erstmals in der Naturbewusstseinsstudie 2011 erhoben, um die Einstellungen der Deutschen zu den Auswirkungen der damals beschlossenen Energiewende auf die Landschaft abzubilden. Da die Energiewende ein längerfristiges Politikziel mit weitreichenden Implikationen ist – Netzausbau, Ausbau der erneuerbaren Energien, verstärkter Anbau und Nutzung von Energiepflanzen, um nur einige Punkte zu nennen – wurde dieser Bereich auch 2013 beibehalten. Der Themenkomplex der biologischen Vielfalt ist in jeder Naturbewusstseinsstudie fester Bestandteil, um den Indikator der Nationalen Strategie zum Bewusstsein für biologische Vielfalt zu berechnen, der in der Strategie zur biologischen Vielfalt als Beitragspflicht vorgeschrieben ist.

Neu in der Naturbewusstseinsstudie 2013 sind die Themenschwerpunkte

- Wildnis und Nationalparks,
- Kulturlandschaften (Agrarland, Fließgewässer, Hochwasserschutz) sowie
- naturverträglicher Konsum.

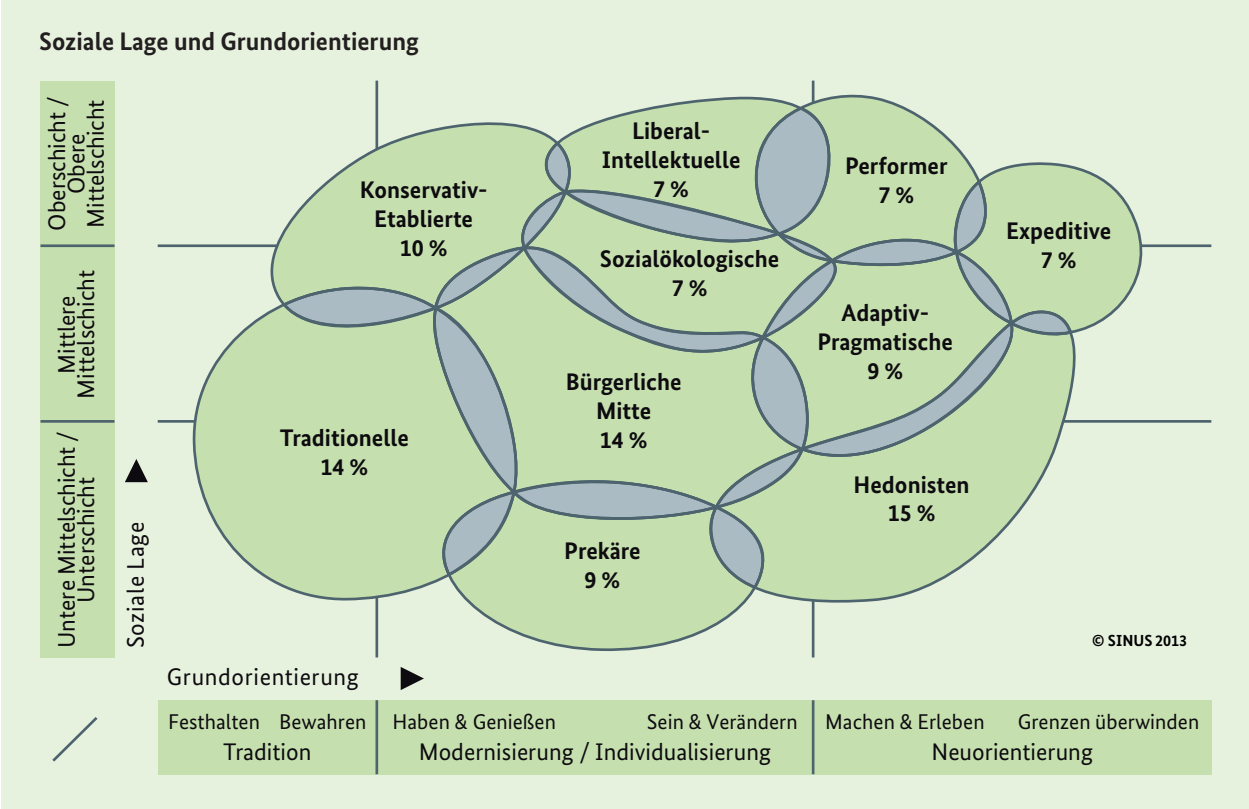
Ihre Auswahl erklärt sich zum Teil aus aktuellen Entwicklungen, zum Teil aus grundsätzlichen Überlegungen.

In der naturschutzfachlichen Diskussion der letzten Jahre hat der Wildnis-Begriff zunehmend an Bedeutung gewonnen. „Natur Natur sein lassen“ und „Prozessschutz“ sind häufig genannte Kürzel beziehungsweise Termini in dieser Debatte. Aber wie sieht die allgemeine Bevölkerung eigentlich „Wildnis“? Gibt es Wildnis in Deutschland – und sollte es mehr oder weniger davon geben? Macht Wildnis eher Angst, oder verbinden sich positive Gefühle und Einstellungen damit? Dieser Bericht geht erstmals auf das Thema Wildnis im Bewusstsein der Bevölkerung ein und fügt damit dem Naturbewusstsein eine neue Facette hinzu.

Der klassische Begriff der Kulturlandschaft zielt ausdrücklich auf die menschliche Gestaltung und Nutzung von Natur – etwa durch Landwirtschaft, durch Gebäude und Infrastrukturen. Die gesellschaftlichen Naturverhältnisse erhalten in der Kulturlandschaft ihre konkrete und auch lesbare Gestalt. Zugleich entscheidet sich hier letztlich auch, welche Chancen der Naturschutz hat. Die ausgeräumte, von allen Naturelementen „befreite“ Agrarlandschaft lässt kaum Raum für seine Ziele. Wollen die Menschen eine solche Kulturlandschaft – oder liegt ihnen nicht eher am Ausgleich der Interessen von Landwirtschaft und Naturschutz? Entspricht eine für Siedlungs- und Verkehrszwecke begradigte Flusslandschaft den Vorstellungen der Deutschen, oder erkennen sie in renaturierten Flussauen auch genuin ökologische und ästhetische Werte – ganz abgesehen vom kostengünstigen Hochwasserschutz, den sie bieten? Welche erneuerbaren Energietechnologien präferieren die Befragten – auch im Lichte der durch sie verursachten Landschaftsveränderungen?

Auch der Bereich des naturverträglichen Konsums wurde in der Studie 2013 neu aufgenommen. Im Feld der Umweltbewusstseinsforschung spielt der umweltfreundliche Konsum schon länger eine wichtige Rolle. Aber auch im Naturschutz setzt sich mehr und mehr die Erkenntnis durch, dass eines der wichtigsten Handlungsfelder, in dem die Bevölkerung etwas für – oder gegen – Natur unternehmen kann, die „Politik mit dem Einkaufskorb“ darstellt. Die vorliegende Studie präsentiert erstmals Ergebnisse dazu, ob und wie die deutsche Bevölkerung die Verbindung zwischen nachhaltigem Konsum und Naturschutz sieht und bewertet.

Abbildung 1: Die Sinus-Milieus in Deutschland 2013



Um die Ergebnisse im Kontext der Lebenswelten der Bürgerinnen und Bürger zu interpretieren, ist in die Erhebung 2013 – wie auch in den Vorgängerstudien – das sozialwissenschaftliche Modell der Sinus-Milieus® integriert worden.

1.2 Vorstellung Sinus-Milieus

Wie Menschen Natur jeweils erfahren, empfinden und nutzen, hängt nicht nur davon ab, wie alt sie sind oder welchen Schulabschluss sie haben. Jenseits soziodemographischer Faktoren sind es insbesondere Wertorientierungen und Lebensstile, die zu verschiedenen Einstellungen und Zugangsweisen zur Natur führen.

Dies zeigte sich auch bereits in den Naturbewusstseinsstudien 2009 und 2011, in denen eine Auswertung nach Milieuzugehörigkeit der Befragten erfolgte. Deshalb wurden die Sinus-Milieus® als soziokulturelles Differenzierungsmerkmal auch in die vorliegende Nachfolgestudie integriert.

Der Zielgruppenbestimmung des Sinus-Instituts liegt eine Analyse der verschiedenen Lebenswelten in unserer Gesellschaft zugrunde. Dabei werden grundlegende Wertorientierungen ebenso wie Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Freizeit und Konsum berücksichtigt. Die Verortung der Milieus erfolgt in einer Ebene, die von zwei Achsen aufgespannt wird, der soziokulturellen Grundorientierung und der sozialen Lage. Je höher ein Milieu in der in Abbildung 1 dargestellten Milieulandschaft angesiedelt ist, desto gehobener ist seine soziale Schicht;[1] je weiter es sich nach rechts erstreckt, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist seine Grundorientierung. Die Grenzen zwischen den Milieus sind dabei fließend. Es liegt in der Natur der sozialen Wirklichkeit, dass Lebenswelten nicht so (scheinbar) exakt – etwa nach Einkommen oder Schulabschluss – eingrenzbar sind wie soziale Schichten. Wir nennen das die Unschärferelation der Alltagswirklichkeit. Dabei handelt es sich um einen grundlegenden Bestandteil des Milieu- Konzepts: Zwischen den verschiedenen Milieus gibt es Berührungspunkte und Übergänge. Wäre das nicht der Fall, könnte man schwerlich von einem lebensechten Modell sprechen.

Die horizontale Achse des Sinus-Milieu-Modells veranschaulicht den Wertewandel in Deutschland seit den 1950er-Jahren in Form einer Verdichtung der jeweils prägenden Werte zu entsprechenden Grundori-

1 Die soziale Schicht beschreibt die Stellung in der Gesellschaft, welche mit Bildung, Einkommen und Berufsprestige einhergeht. Sie ist gekoppelt an das Vorhandensein von ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital.

entierungen. Die Grundorientierung beschreibt somit Wertemuster beziehungsweise Werthierarchien – also kognitive und mentale Dispositionen. Zur Grundorientierung gehören nicht nur Werte im engeren Sinne (wie Pflicht, Leistung, Familie, Sicherheit, Ordnung, Selbstverwirklichung, Partizipation, Autonomie et cetera), sondern auch Alltagseinstellungen und Lebensziele.

Grundorientierungen, die in der Sozialisationsphase eines Menschen prägend sind, wirken sich in hohem Maße auf die spätere Lebens- und Denkweise aus – ob in Form von Adaption oder Abgrenzung. So waren für die Generation der 1950er-Jahre vor allem traditionelle, pflicht- und ordnungsbasierte Wertestrukturen bedeutsam (Festhalten & Bewahren). In den 1960er- Jahren wurden Lebensstandard, Status und Besitz gesellschaftlich wichtiger, dargestellt in dem Achsenabschnitt Modernisierung (Haben & Genießen). Zudem verweist der mittlere Achsenabschnitt auf die wachsende Bedeutung von Individualisierung in den 1970er-Jahren, in denen Selbstverwirklichung, Emanzipation und Authentizität zu neuen gesellschaftlichen Leitbildern avancierten (Sein & Verändern). Mit den 1980er- und 1990er-Jahren rückten Genuss, Entscheidungsvielfalt, Beschleunigung und Pragmatismus in den Fokus des gesellschaftlichen Werterepertoires. Seit der Jahrtausendwende stellen zunehmende Komplexitäten und Unsicherheiten (zum Beispiel im Kontext von Digitalisierung und Globalisierung) neue Herausforderungen dar, denen durch verschiedene Wege der Neuorientierung, wie zum Beispiel Exploration, Refokussierung oder Bildung neuer Synthesen, begegnet wird.

Da die Gesellschaft einem steten Wandel unterliegt, wird das Sinus-Milieu-Modell regelmäßig aktualisiert. Die letzte Anpassung des Modells an die gesellschaftliche Realität wurde im Jahr 2010 aufgrund der strukturellen und kulturellen Entwicklungen des zurückliegenden Jahrzehnts vorgenommen. Aktuell wurde die Größe von zwei Milieus dem gesellschaftlichen Wandel angepasst: Das Expeditive Milieu ist um einen Prozentwert erweitert und das Traditionelle analog dazu geschrumpft. Im Folgenden sind die Sinus-Milieus kurz dargestellt.

Das Konservativ-etablierte Milieu grenzt sich durch ausgeprägte Qualitäts- und Exklusivitätsanforderungen bewusst von anderen Milieus ab. Es pflegt einen Anspruch auf gesellschaftliche Meinungsführerschaft, auch wenn es diese – aufgrund des raschen technologischen und wirtschaftlichen Wandels – als bedroht sieht. Postmoderne Beliebigkeit und hedonistische Erlebnisorientierung wird dezidiert abgelehnt, jedoch ist man kulturellen Neuerungen gegenüber nicht per se abgeneigt (zum Beispiel technologischen Innovationen). Vielmehr werden Forderungen auf verantwortungsvolles, umsichtiges Handeln gerichtet, das mögliche Implikationen von vornherein mitbedenkt.

Soziodemographische Merkmale

- Milieu mittleren bis höheren Alters: Schwerpunkt 40 bis 70 Jahre, Durchschnitt: 51 Jahre
- Mittlere bis höhere Bildungsabschlüsse, 30 Prozent haben einen akademischen Bildungsabschluss (Gesamt: 14 Prozent)
- Häufig verheiratet, mit Kindern im Haushalt
- Leitende und qualifizierte Angestellte, gehobene Beamte und Beamtinnen; gut situiert, gehobene Einkommen

Das Liberal-intellektuelle Milieu ist die aufgeklärte, bestens situierte Bildungselite, die sich durch Weltoffenheit und Postmaterialismus auszeichnet. Bei den Liberal-Intellektuellen führen Selbstbewusstsein und Wissen um das eigene Können zu einem souveränen Umgang mit beruflichen und familiären Herausforderungen. Vertreterinnen und Vertreter dieses Milieus zeigen keine klassische Karriereorientierung. Doch materieller Erfolg ist wichtig, um den angestrebten, ganzheitlichen Lebensentwurf zu verfolgen: Durchhaltevermögen und Leistungsbereitschaft gehen mit ausgeprägtem Individualismus und dem Wunsch nach Authentizität einher. Liberal-Intellektuelle versuchen in ihrem Leben Freiräume zu schaffen, um sich subtilen Genüssen, Bildung, Ästhetik und Kultur zu widmen.

Soziodemographische Merkmale

- Mittlere Altersgruppen: Schwerpunkt 40 bis 60 Jahre, Durchschnitt: 46 Jahre
- Hohe Formalbildung; Höchster Anteil an akademischen Abschlüssen im Milieu-Vergleich
- Häufig verheiratet, mit Kindern im Haushalt
- Überproportional häufig voll oder Teilzeit berufstätig; überdurchschnittlich viele Selbständige, zudem viele qualifizierte und leitende Angestellte; hohe Haushaltsnettoeinkommen

Das Milieu der Performer verbindet ein global-ökonomisches Denken sowie Leistungs- und Effizienzorientierung. Neben dem Streben nach materiellem Erfolg ist ihnen ein intensives Leben wichtig. Dieses von Erfolg geprägte Milieu kann als die neue multi-optionale Leistungselite mit hoher IT- und Multimedia-Kompetenz gesehen werden. Mit ihrer

neoliberalen Grundüberzeugung begrüßen sie die zunehmende Globalisierung und weisen einen strategischen Opportunismus als Grundhaltung auf. Dabei verfolgen sie den Anspruch, Avantgarde hinsichtlich Stilpräferenzen und Lebensart zu sein und weisen eine ausgeprägte Tendenz zu Distinktion und der Suche nach exklusiven Kreisen auf.

Soziodemographische Merkmale

- Altersschwerpunkt 30 bis 50 Jahre; Durchschnitt: 42 Jahre
- Männer leicht überrepräsentiert
- Hoher Anteil Lediger; Paare ohne und mit (kleineren) Kindern
- Häufig höhere Bildungsabschlüsse mit Studium
- Höchster Anteil voll Berufstätiger im Milieu-Vergleich; viele arbeiten in qualifizierten und leitenden Positionen, zudem viele Selbständige; hohe Haushaltsnettoeinkommen

Das Expeditive Milieu ist ein sehr junges Milieu, welches sich als individuelle postmoderne Avantgarde versteht. Seine Angehörigen vereinen einerseits ein ausgeprägtes Leistungsstreben und andererseits eine unkonventionelle Lebensweise. Die Expeditiven zeichnen sich durch Offenheit gegenüber Neuem und Fremdem aus und legen dabei ein hohes Maß an Flexibilität und Mobilität an den Tag. Sie sind ständig auf der Suche nach Grenzerfahrungen und versuchen ihr Netzwerk – online wie offline – zu erweitern. Erfolg ist ihnen wichtig – doch diesen messen sie weniger an den konventionellen denn an ihren eigenen Maßstäben.

Soziodemographische Merkmale

- Jüngstes Milieu: zwei Drittel sind unter 30 Jahren; Durchschnitt: 29 Jahre
- Viele Ledige und Singles ohne eigene Kinder; viele leben noch im Haushalt der Eltern
- Hohe Formalbildung: Überdurchschnittlich viele mit Abitur
- Überdurchschnittlicher Anteil an Schülern und Schülerinnen, Studierenden und Auszubildenden; viele sind noch nie berufstätig gewesen; überdurchschnittliche Haushaltseinkommen (gut situierte Elternhäuser); bei Berufstätigen mittlere bis gehobene Einkommen

Das Milieu der Bürgerlichen Mitte ist der bodenständige Mainstream der Gesellschaft. Die Bürgerliche Mitte strebt nach Harmonie und gesicherten Lebensumständen. Ein solider Beruf ist ihnen wichtig, ebenso wie die Bildung ihrer Kinder, denn geordnete Verhältnisse, Balance und Harmonie sind für sie Schlüssel für privates Glück. Auflehnung gegen beziehungsweise Ablehnung von gängigen Konventionen und gesellschaftlichen Normen sind ihnen fremd. Die Familie steht im Vordergrund, obwohl ihre Kinder mittlerweile häufig schon älter sind oder das Haus bereits verlassen haben.

Soziodemographische Merkmale

- Mittlere Altersgruppe und Ältere ab 40 Jahren; Durchschnitt: 51 Jahre
- Qualifizierte mittlere Bildungsabschlüsse; geringer Akademikeranteil
- Hoher Anteil Verheirateter im Milieu-Vergleich; oft ältere Kinder im Haushalt, aber auch „Empty Nester“
- Leicht überrepräsentiert in den ostdeutschen Bundesländern
- Überwiegend berufstätig; einfache/mittlere Angestellte, Facharbeiter; 26 Prozent sind bereits im Ruhestand; mittlere Einkommensklassen

Das Adaptiv-pragmatische Milieu ist die junge Mitte der Gesellschaft. Sie vereint und kombiniert verschiedene Facetten: Zum einen teilt sie mit der Bürgerlichen Mitte das Bedürfnis nach Sicherheit, Verankerung und Zugehörigkeit, zum anderen strebt sie nach Erfolg beziehungsweise zumindest nach beruflicher Etablierung und Absicherung. Flexibel und pragmatisch passen sie sich den Anforderungen der Arbeitswelt an und zeigen eine klare Identifikation mit der Leistungs- und Wettbewerbsgesellschaft. Basierend auf einem ausgeprägten Nutzenkalkül sind sie dabei zielstrebig und kompromissbereit. Gleichzeitig genießen Adaptiv-Pragmatische jedoch auch gerne das Leben und zeigen vielfältige jugendkulturelle Interessen.

Soziodemographische Merkmale

- Altersschwerpunkt unter 50 Jahre; Durchschnitt: 38 Jahre
- Die Hälfte ist verheiratet, häufig noch ohne Kinder oder mit kleinen Kindern
- Mittlere bis gehobene Bildungsabschlüsse (Mittlere Reife, Abitur) oder noch in Ausbildung
- Einfache, mittlere und qualifizierte Angestellte sowie Facharbeiter; überdurchschnittlich viele Teilzeit-Beschäftigte; mittlere bis gehobene Einkommensklassen (häufig Doppelverdiener)

Im **Sozialökologischen Milieu** sind Wachstums- und Globalisierungsskepsis fest verankert. Basierend auf ihrer postmateriellen Grundhaltung sind sie offen gegenüber fremden Kulturen und Bannerträger von Political Correctness und Diversity. Sie betonen die Wichtigkeit von Prinzipien und fordern in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen ein konsequentes Umdenken als notwendige Vorbereitung für kommende globale Herausforderungen. Vertreterinnen und Vertreter dieses Milieus haben ein ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen: Man verfolgt einen nachhaltigen Lebensstil und hat eine klare Vorstellung vom „richtigen Leben". Neoliberale Einstellungsmuster und die zunehmende Technologisierung des Alltags werden hingegen abgelehnt.

Soziodemographische Merkmale

- Breite Altersspanne: 30 bis 60 Jahre; Durchschnitt: 50 Jahre
- Frauen überrepräsentiert
- Hoher Anteil Geschiedener
- Hohe Formalbildung: ein Drittel mit Abitur oder Studium (Gesamt: 27 Prozent)
- Höchster Anteil an Teilzeit-Beschäftigten im Milieu-Vergleich; viele qualifizierte Angestellte und höhere Beamte, auch kleine Selbständige und Freiberufler; mittlere Einkommensklasse

Das Traditionelle Milieu ist die Kriegs- beziehungsweise Nachkriegsgeneration und damit das älteste Milieu. Hier sind in der letzten Dekade kaum Veränderungen zu beobachten gewesen. Die Lebenswelt der Traditionellen zeichnet sich durch Kleinbürgertum und eine traditionelle Arbeiterkultur aus. Sie sehnen sich nach einer geordneten, sicheren Welt und zeigen eine Distanz zu modernen gesellschaftlichen Entwicklungen.

Soziodemographische Merkmale

- Das älteste Milieu: Schwerpunkt im Alterssegment über 60 Jahren; Durchschnitt: 68 Jahre
- Entsprechend hoher Frauenanteil sowie viele Rentner und Rentnerinnen und Verwitwete
- Meist niedrige Formalbildung (Grundschule / Hauptschule)
- Kleine bis mittlere Einkommen

Das Prekäre Milieu ist die teilhabe- und orientierungssuchende soziale Unterschicht. Vertreterinnen und Vertreter dieses Milieus sind tendenziell mit einer Perspektive der Ausweglosigkeit konfrontiert, nicht selten vereinen sie eine Kumulation von Herausforderungen (Arbeitslosigkeit, Ausbildungsplatzsuche, schwierige Familienverhältnisse, gesundheitliche Probleme). Die Erfahrung von Benachteiligung und Ausgeschlossenheit führt hier zu einer Verbitterung – doch gleichzeitig ist nur eine geringe Protestbereitschaft vorhanden. Stattdessen herrscht ein starker Wunsch nach Problemfreiheit, Identität und Zugehörigkeit.

Soziodemographische Merkmale

- Mittlere Altersgruppen und Ältere, Schwerpunkt in der Alterskohorte über 50 Jahre; Durchschnitt: 54 Jahre
- Überdurchschnittlich viele Alleinlebende und Verwitwete; höchster Anteil an Geschiedenen im Milieu-Vergleich
- Meist niedrige Bildungsabschlüsse (Hauptschule mit oder ohne Lehre)
- Etwa zwei Drittel sind nicht erwerbstätig (Rentnerinnen, Rentner und Arbeitslose); Überdurchschnittlich viele Arbeiter und Arbeiterinnen beziehungsweise Facharbeiter und Facharbeiterinnen; niedrige Haushaltsnettoeinkommen

Das Hedonistische Milieu zeichnet sich durch eine starke Spaß- und Erlebnisorientierung aus. Freiheit und Unabhängigkeit sind den Hedonisten wichtiger als die Konventionen der Leistungsgesellschaft, denen man sich meist verweigert. Sie möchten aus dem bürgerlichen Mainstream ausbrechen, wollen sich nicht auf eine konventionelle Lebensweise einlassen und sind immer auf der Suche nach Extremen. Sie wollen nicht verzichten und auf „später" warten, sondern ihrer Gegenwartsorientierung Ausdruck verleihen und in spontanem Konsum, Action und Entertainment münden lassen.

Soziodemographische Merkmale

- Jüngere Altersgruppen: bis 40 Jahre; Durchschnitt: 38 Jahre
- Hoher Anteil an Ledigen (mit und ohne Partner im Haushalt); nur jede und jeder Zweite hat Kinder
- Kein deutlicher Schwerpunkt im Niveau der Formalbildung
- Einfache und mittlere Angestellte, Arbeiter und Arbeiterinnen beziehungsweise Facharbeiter und Facharbeiterinnen; leicht überdurchschnittliche Arbeitslosenquote
- Überdurchschnittlicher Anteil an Schülern und Schülerinnen, Studierenden und Auszubildende; Einkommensverteilung wie in der Grundgesamtheit

1.3 Erläuterungen zur Broschüre

In den folgenden vier Kapiteln werden die Ergebnisse der Naturbewusstseinsstudie 2013 vorgestellt. Neue Fragestellungen (Kapitel 2 „Wildnis – die Suche des Menschen nach unberührter Natur“ und Kapitel 4 „Kultur – das Leben des Menschen mit der Natur nachhaltig gestalten“) sind dabei ausführlicher thematisiert als Fragestellungen, die bereits in den Vorgängerstudien erhoben und diskutiert wurden. Zentrale Daten sind in Diagrammen und Tabellen zur Veranschaulichung aufgearbeitet. Bei Fragestellungen mit einer mehrstufigen Antwortskala sind sämtliche Antwortkategorien dargestellt. Dabei handelt es sich überwiegend um vierstufige Skalen, wobei die ersten beiden Kategorien den Grad der Zustimmung abbilden (zum Beispiel „trifft voll und ganz zu“ / „trifft eher zu“) und die letzten beiden Stufen den Grad der Ablehnung angeben („trifft eher nicht zu“ / „trifft überhaupt nicht zu“).

Bei den Prozentwerten wurde auf die Angabe von Dezimalstellen verzichtet und die Werte entsprechend gerundet. Wenn die Summe der verschiedenen Antwortstufen dabei mehr oder weniger als 100 Prozent ergab, wurde eine Anpassung bis maximal 1,4 Prozentpunkte bei der „weiß nicht / keine Angabe“ Kategorie vorgenommen. Bei sehr wenigen Fällen reichte dieses Vorgehen nicht aus, hier wurde zusätzlich der höchste Wert geringfügig angepasst.

Der Datensatz wurde analysiert nach Unterschieden im Antwortverhalten von Subgruppen. Dabei wurden folgende soziodemographische Merkmale berücksichtigt: das formale Bildungsniveau (niedrig, mittel, hoch)[2], Geschlecht, Alter (18 bis 29 Jahre, 30 bis 49 Jahre, 50 bis 65 Jahre, 66 Jahre und älter) und Haushaltsnettoeinkommen (bis 999 Euro, 1.000 bis 1.999 Euro, 2.000 bis 3.499 Euro, ab 3.500 Euro). Um die Unterschiede in den Lebenswelten abzubilden, sind die Sinus-Milieus in die Erhebung integriert, wie in Kapitel 1.2 erläutert. Signifikante Differenzierungen sind im Fließtext beschrieben, besonders interessante Verteilungen sind zudem graphisch in Abbildungen oder Tabellen aufgearbeitet.

Zur Überprüfung der statistischen Signifikanz von Differenzierungen wurden etablierte Testverfahren der empirischen Sozialforschung verwendet. Unterschiede beim Antwortverhalten von Bevölkerungsgruppen wurden mittels Chi-Quadrat-Test überprüft (vergleiche Sedlmeier 2013, Eid 2013 oder Janssen und Laatz 2010). Um dabei die Fehlertoleranz möglichst gering zu halten, liegt diesem ein für sozialwissenschaftliche Zwecke übliches Konfidenzintervall von 95 Prozent (über- beziehungsweise unterrepräsentiert) beziehungsweise 99 Prozent (stark über- beziehungsweise unterrepräsentiert) zu Grunde. Merkmale werden demnach als überrepräsentiert (überdurchschnittlich) beziehungsweise unterrepräsentiert (unterdurchschnittlich) in der Stichprobe interpretiert, wenn dies mit einer Wahrscheinlichkeit von mindestens 95 Prozent (Signifikanzniveau von $p < .05$) gesagt werden kann. Als stark überrepräsentiert beziehungsweise stark unterrepräsentiert werden Merkmale betrachtet, wenn eine Wahrscheinlichkeit von 99 Prozent (Signifikanzniveau von $p < .01$) angesetzt werden kann. In den Abbildungen sind die Über- (schwarze Zahlen) und Unterrepräsentanzen (weiße Zahlen) farbig markiert und in der Legende erklärt.[3]

Bei Zeitreihen, also Fragestellungen, die bereits in den Vorgängerstudien erhoben wurden, wurde die Signifikanz der Veränderung mittels parametrischer (t-tests) und nicht-parametrischer Testverfahren (Mann-Whitney-Test) überprüft. Zwischen den Studien 2011 und 2013 sind für wiederholt gestellte Fragen in vielen Fällen nur geringe Abweichungen festzustellen, auf bedeutende Unterschiede wird hingewiesen. Im Vergleich dazu sind die Unterschiede zwischen den Befragungen 2009 einerseits sowie 2011 und 2013 andererseits oft größer. Dies ist wahrscheinlich darauf zurückzuführen, dass die Erhebung der Daten der Pilotstudie 2009 im Sommer erfolgte, bei den Studien 2011 und 2013 die Erhebungen jedoch im Winter angesetzt waren. Im Sommer hält man sich mehr in der Natur auf als im Winter, entsprechend wird der Natur von Menschen in der wärmeren Jahreszeit eine größere Bedeutung zugeschrieben als in kälteren Monaten (vergleiche BMU und BfN 2012, S. 49).

2 Niedrig: Haupt- / Volksschulabschluss oder Polytechnische Oberschule mit Abschluss 8. oder 9. Klasse, mittel: Mittlere Reife / Realschulabschluss oder Abschluss der Polytechnischen Oberschule 10. Klasse oder Fachschulabschluss, hoch: Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife / Abitur oder Universitäts- / Hochschul- beziehungsweise Fachhochschulstudium.

3 In den Vorgängerstudien wurden Unterschiede beim Antwortverhalten zwischen Subgruppen mittels einer 5 Prozent- beziehungsweise 10 Prozent-Marke gemessen. Dies bedeutet, dass ein Merkmal in einer Subgruppe zu 5 Prozent beziehungsweise 10 Prozent häufiger auftaucht als im Bevölkerungsdurchschnitt. In der aktuellen Untersuchung wurde die Signifikanz mittels Chi-Quadrat-Test geprüft, da dieses Verfahren bei Durchschnittswerten unter 20 Prozent oder über 80 Prozent validere Ergebnisse hervorbringt.

Sowohl der Grad der Zustimmung als auch die Häufigkeit des Auftretens eines Merkmals in einer Subgruppe sind farblich ausgewiesen und in der Legende erläutert, wie bereits oben beschrieben. Allerdings sind bei einem schwarz-weiß-Ausdruck der Broschüre die Farben für „unterrepräsentiert“ und „überrepräsentiert“ beziehungsweise „stimme eher zu“ und „stimme eher nicht zu“ nur schwer unterscheidbar. Deshalb sind auch die Ziffern farblich angepasst: Bei überrepräsentierten Werten und Zustimmungen (zum Beispiel „trifft voll und ganz zu“ / „trifft eher zu“) sind die Ziffern schwarz, bei unterrepräsentierten Werten und Ablehnungen („trifft eher nicht zu“ / „trifft überhaupt nicht zu“) sind die Ziffern in weiß gehalten, jeweils auf einem grünen Hintergrund beziehungsweise bei einem schwarz-weiß-Ausdruck auf einem Hintergrund in unterschiedlichen Grautönen. Dadurch können auch bei einem schwarz-weiß-Ausdruck sämtliche Einfärbungen voneinander unterschieden werden.

Bei den Milieugraphiken sind nicht nur die Milieus, sondern auch die Überschneidungen zwischen den Milieus entsprechend der Häufigkeit des Vorkommens eines Merkmals eingefärbt. Umso häufiger ein Merkmal in einem Milieu vorkommt, desto eher sind die angrenzenden Überlappungen auch in dieser Farbe eingefärbt (stark überrepräsentiert > überrepräsentiert > durchschnittlich > unterdurchschnittlich > stark unterdurchschnittlich).

Ein Überblick über das Antwortverhalten der Gesamtbevölkerung ist in der Grundauszählung im Anhang gegeben. Dort sind sämtliche Fragestellungen in Tabellenform angeführt. Die Differenzierungen nach soziodemographischen Merkmalen lassen sich auf der Website des BfN neben der aktuellen Basisbroschüre und den Vorgängerstudien herunterladen (www.bfn.de/naturbewusstsein.html).

Bei der Interpretation der Ergebnisse der Naturbewusstseinsstudie 2013 wurde der Effekt der sozialen Erwünschtheit stärker als bisher berücksichtigt – er ist ein bekanntes Phänomen in der Einstellungs- und Verhaltensforschung und beschreibt Verzerrungen beim Antwortverhalten. Demnach verstellt der Befragte seine Antworten, da er sich dadurch soziale Bestätigung von seinem Gegenüber verspricht, wohingegen er durch das korrekte und authentische Antworten soziale Ablehnung befürchtet. Im Kontext Natur und Umwelt ist dieses Phänomen vorhanden, weil das Thema mit moralischen Wertvorstellungen verbunden ist. Um den Effekt der sozialen Erwünschtheit sichtbar zu machen, wurde in der aktuellen Erhebung ein „Kontrollmechanismus“ eingebaut, welcher auf der Skala zur sozialen Erwünschtheit nach Winkler et al. (2006) beruht. Die Analyse, wie stark der Effekt der sozialen Erwünschtheit ausgefallen ist und wie stark die Antworten dadurch verzerrt wurden, wird aus Platzgründen im Vertiefungsbericht dargestellt. Dieser ist ab Herbst 2014 wie die anderen Materialien unter der Internetadresse www.bfn.de/naturbewusstsein.html abrufbar.

2 Wildnis – die Suche des Menschen nach unberührter Natur

Wildnis als Naturschutzziel und kulturelle Konstruktion

Das Thema „Wildnis" bildet erstmals im Rahmen der Naturbewusstseinsstudien einen eigenen Schwerpunkt. Hintergrund dafür ist, dass dieses Thema sowohl in der naturschutzfachlichen Diskussion als auch in der Naturschutzpolitik in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat. Die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt (NBS) der Bundesregierung sieht vor, dass sich die Natur bis zum Jahre 2020 auf mindestens 2 Prozent der Landesfläche Deutschlands wieder nach ihren eigenen Gesetzmäßigkeiten entwickeln kann (BMU 2007). Dabei soll es sich um möglichst großflächige Gebiete handeln. Wildnisgebiete werden seitens des Bundesamtes für Naturschutz als (weitgehend) unzerschnittene, nutzungsfreie Gebiete definiert, die dazu dienen, einen vom Menschen unbeeinflussten Ablauf natürlicher Prozesse dauerhaft zu gewährleisten (vergleiche Finck et al. 2013). Darüber hinaus nimmt die NBS speziell auf Wälder Bezug, indem sie vorgibt, dass der Flächenanteil der Wälder mit natürlicher Waldentwicklung in Deutschland bis 2020 5 Prozent der Waldfläche betragen soll.

Aber wie versteht die Bevölkerung „Wildnis", und welche Einstellungen hat sie dazu? Gibt es in ihren Augen überhaupt noch Wildnis in Deutschland und sollte man sie stärker schützen? Die vorliegende Studie bietet im Rahmen einer repräsentativen Erhebung Antworten auf diese Fragen.

Bevor die empirischen Ergebnisse vorgestellt werden, ist kurz auf den historischen und begrifflichen Kontext einzugehen, der auch für die Entwicklung der Fragenbatterien dieses Kapitels wichtig war. Begriffsgeschichtlich bezeichnet „Wildnis" – das Wort leitet sich aus dem Urgermanischen wilthiz ab und findet sich in vielen anderen Sprachen, so im Englischen (wilderness)[4] – das Gegenteil der menschlichen Zivilisation, also die ungezähmte, unbebaute, nicht überformte und nicht (intensiv) genutzte Natur, einschließlich der dort ungestört ablaufenden natürlichen Prozesse und des Inventars an ursprünglichen Arten. Ein weiterer wichtiger Aspekt ist der der Ergebnisoffenheit: Im Gegensatz zur menschlich determinierten Kulturlandschaft bleibt es offen, wohin Wildnis sich entwickelt. Wildnis ist also ein Relationsbegriff: Je nachdem, was als Zivilisation / Kultur gilt – und wie sie bewertet wird –, wird ihr Gegenteil als „Wildnis" bezeichnet und bewertet. „Wildnis" ist eine kulturell geprägte, typisch menschliche Denkfigur und die Wahrnehmung und Bewertung von wilder Natur änderte sich im Laufe der Geschichte (BfN 2010, Jessel 1997). Vor der Aufklärung dominierte eine eher negative Bewertung von Wildnisgebieten, die als „öde", „gefährlich" und „unfruchtbar" galten. Aufklärung und besonders Romantik haben – nicht zuletzt unter dem Einfluss bedeutender Künstler, Literaten und Philosophen – dann zu einer Neubewertung geführt: Wildnis wurde zunehmend positiver konnotiert, gerade weil sie als Gegenentwurf zur Zivilisation auch mit Freiheit und möglichen Alternativen zu den herrschenden gesellschaftlichen Konventionen verbunden wurde (Kirchhoff und Trepl 2009a, Piechocki 2010). Insbesondere die „wilde Natur" der „Neuen Welt" wird als Quelle der Neubesinnung von Individuum und Gesellschaft gesehen – der klassische Text dazu ist das Buch „Walden" des US-amerikanischen Vordenkers der „Wilderness"-Bewegung, Henry David Thoreau (1854).[5] Aus dieser durchaus zivilisationskritisch gemeinten Bewegung stammt einer der wichtigsten Impulse für den neuzeitlichen Naturschutz, der sich nicht zuletzt in der Gründung der ersten Nationalparks Yosemite und Yellowstone in den 1860er- / 1870er-Jahren zeigte (Hass 2009, Kathke 2009).

Auch in Deutschland spielt der Begriff der Wildnis für die Frühgeschichte des Naturschutzes eine wichtige, wenngleich nicht ganz so prominente Rolle.

4 Der Begriff „wilderness" enthält auch den Begriffsbestandteil „deer", also im Deutschen Hirsche und Rehe, was explizit auf die Fauna als Bestandteil von Wildnis hinweist.

5 Schon seit ihrer Entdeckung durch Europäer diente die Landschaft Amerikas als Projektionsfläche für Freiheitsvorstellungen des politisch „engen" Europas. Die Figur des „edlen Wilden", die etwa bei Rousseau eine wichtige Rolle spielt, markiert das auf anthropologischer und sozialer Seite. Sie war in ihrer faktischen Wirkung übrigens durchaus ambivalent für die amerikanischen Ureinwohner, konnte man einem edlen Volk, das keine Habgier kannte, weil es auch kein Privateigentum besaß, doch auch problemlos das Land wegnehmen.

Hierzulande, wo es im 19. Jahrhundert keine „Siedlungsgrenze“ wie im Westen der USA gab, forderte der Volkskundler Wilhelm Heinrich Riehl[6] im Jahr 1854 ein „Recht auf Wildnis“, um die Verwandlung von relativ unberührten Naturstücken in Siedlungs- und Landwirtschaftsflächen zu verhindern. Schutz der Wildnis war also schon in den Anfängen des Naturschutzgedankens ein Ausdruck kultureller Werte und politischer Einstellungen.

Das hat sich bis heute nicht geändert. Staatlicher wie privater Naturschutz haben den Wildnisbegriff seit den 1990er-Jahren für sich neu entdeckt. Man stößt mittlerweile in ganz verschiedenen Kontexten auf ihn: Die Wildnispädagogik lädt ins Wildniscamp, Outdoor-Hersteller werben mit Wildniserfahrung, Wildnishäuser in Nationalparks wollen besucht werden, Naturschutzverbände formulieren Wildniskampagnen. Die darin propagierten Vorstellungen von Wildnis können sich auf „exotische“ Wildnisse wie tropische Dschungel und Wüsten mit wilden Tieren beziehen, bereits teilkultivierte Wälder in Deutschland oder Gebiete von Nationalparks meinen, oder Bereiche umfassen, die aus der menschlichen Nutzung ausscheiden und sich wieder „wild“ weiterentwickeln, wie beispielsweise Truppenübungsplätze, Stadtbrachen oder nicht weiter kultivierte Parks in Großstädten (BMU 2007, S. 40). Wildnis liegt auf der mentalen Landkarte nicht nur entfernt von Zivilisation, sondern kann sich auch in ihr selbst wiederfinden (Stremlow und Sidler 2002). Die konstatierte „Sehnsucht nach Wildnis“ (Haß et al. 2012) kann in diesem Licht als postmoderner Wunsch nach Ursprünglichkeit und Unkontrollierbarem gewertet werden, ein Wunsch, der gleichwohl mit Brüchen behaftet ist, da es völlig vom Menschen unbeeinflusste Gebiete in Deutschland, wenn nicht weltweit, heute nicht mehr gibt (Jessel 2005).

Daran wird nochmals deutlich, dass sich „Wildnis“ einer rein analytisch-wissenschaftlichen Definition entzieht. Wildnis ist mehr als ein sich ohne menschliche Einflüsse frei entwickelndes Gebiet, sie repräsentiert gesellschaftliche Sehnsüchte, Utopien oder auch Ängste. Die Wertsetzung von Wildnis erfolgt dabei nicht individuell, sondern orientiert sich vielmehr an Bildern, die in Literatur, Medien oder Werbung vermittelt werden, und in denen sich zuletzt die kulturellen Werte und Leitbilder einer Gesellschaft niederschlagen (Stremlow und Sidler 2002; Kirchhoff und Trepl 2009a; Haß et al. 2012).

Aufbau des Kapitels

Um herauszufinden, was die Bürgerinnen und Bürger in Deutschland unter Wildnis verstehen, wurde in dieser Studie zunächst offen nach Assoziationen zum Begriff „Wildnis“ gefragt (Kapitel 2.1 „Wildnis bedeutet Tiere und Wald“). Nachfolgend wurden die Befragten um Beurteilung gebeten, ob es Wildnis in Deutschland gibt. Für ein einheitliches Verständnis von Wildnis bei den weiteren Fragen wurde anschließend folgende Definition gegeben:

„Wildnisgebiete sind große, unzerschnittene Gebiete, in denen sich die Natur frei entfalten kann, weil sie vom Menschen nicht genutzt werden. Solche Gebiete gibt es in Deutschland beispielsweise im Wattenmeer und im Bayerischen Wald.“

Anschließend werden in Kapitel 2.2 „Wildnis in Deutschland wird Sympathie entgegengebracht“ Einstellungen und Meinungen zu Wildnis in Deutschland beleuchtet (Vorhandensein, Entwicklung von Wildnis, Zugänglichkeit, Einstellungen, Ausbreitung von Tierarten). Im Kapitel 2.3 „Nationalparks als Wildnisgebiete in Deutschland“ wird die Einstellung zu naturnahen Wäldern und zu Schutzgebieten in Deutschland beleuchtet.

2.1 Wildnis bedeutet Tiere und Wald

Um das in der Einleitung dargestellte Spektrum kultureller Vorstellungen von Wildnis zu verstehen, wurden die Befragten zunächst um Äußerung dazu gebeten, was sie spontan mit dem Begriff „Wildnis“ assoziieren.

Wildnis: mehr Tiere als Pflanzen

Mehr als die Hälfte (55 Prozent) bringt den Begriff „Wildnis“ spontan mit „Tieren“ in Verbindung (siehe Abbildung 2). Dabei wird insbesondere an wilde und große, exotische Tiere gedacht, wie „Tiger“, „Löwen“, „Elefanten“ und „Krokodile“. Seltener werden auch Tiere genannt, denen ein Spaziergänger in einem deutschen Wald begegnen könnte, wie „Reh“, „Hase“ und „Eichhörnchen“. Nur knapp ein Viertel (23 Prozent) denkt bei Wildnis explizit an „Pflanzen“ (ohne Nennungen von Bäumen und Wäldern). Neben Beschreibungen, die auf das Vorkommen seltener Pflanzen

6 Einige seiner Äußerungen haben Eingang in nationalsozialistisches Gedankengut gefunden, wovon sich an dieser Stelle explizit distanziert wird.

verweisen, werden spezifische (umgangssprachliche) Pflanzenarten genannt, wie „Waldblumen“, „Sträucher“, „Wildkräuter“, „Pilze“, Lianen und „Orchideen“. Dieses Übergewicht der wilden Tiere gegenüber den wilden Pflanzen gilt für alle sozialen Milieus.

Wildnis bedeutet meistens Wald und Dschungel

So abgeschlagen Pflanzen als Einzelnennung gegenüber Tieren auch dastehen: Als Lebensraumbildner kehren sie auf einen prominenten Platz zurück. Ein Großteil (44 Prozent) der Befragten verbindet Wildnis mit „Wäldern, Regenwald und Dschungel“. Darunter werden sowohl Beschreibungen von Bäumen[7] beziehungsweise Wäldern („alter Baumbestand“, „Baumriesen“, „Tannen“, „Bannwald“, „Hutewälder“, „subtropische Feuchtwälder“ et cetera) als auch geographisch zu lokalisierende, konkrete Waldgebiete gefasst (zum Beispiel „Urwald in Brasilien“).

„Gewässer“ werden von 14 Prozent mit Wildnis assoziiert. Auch bei diesem Landschaftstyp werden neben generellen Bezeichnungen („Flüsse“, „Seen“, „Bäche“, „Quellen“, „Wasserfälle“, „Seenlandschaften“) konkrete Gewässer genannt (zum Beispiel Niagara-Fälle). „Berge und Gebirge“ werden lediglich von 6 Prozent mit Wildnis verbunden.

Wildnis ist eher positiv konnotiert

Ein Drittel denkt bei Wildnis an „unberührte Natur“. Beschreibungen, die unter diese Kategorie gefasst wurden, erscheinen positiv konnotiert, wie beispielsweise anhand der Nennungen „naturbelassen“, „unverdorben“, „rein“, „echt“, „unverfälscht“, „unverbraucht“ und „ungestörtes Leben“ deutlich wird. Hier zeigt sich, dass aus kulturgeschichtlicher Sicht Wildnis eine dezidiert moralische Dimension besitzt: Das Wilde gilt seit Rousseau und dann wieder seit der Romantik oft als das Unverfälschte und Gute (Kirchhoff und Trepl 2009b).

Der Gegenpol dazu, die negativ konnotierte Seite der Wildnis, findet sich ebenfalls in den Antworten. Immerhin 13 Prozent der Befragten fällt zum Begriff Wildnis vorrangig „Chaos und Verwahrlosung“ ein. Nennungen, die dieser Kategorie zugeordnet sind, umfassen überwiegend Aspekte, wie beispielsweise „Unrat im Wald“, „nichts wird aufgeräumt und saubergemacht“, „Schädlinge“, „verwahrlost“, „gesetzlos“, „Abfälle liegen kreuz und quer“, „Unordnung“, „keine Kultur“, „Gestrüpp und verwilderte Gärten“. Wenig überraschend ist, dass hier das Traditionelle Milieu (17 Prozent) überdurchschnittlich häufig vertreten ist, spielt hier doch Sauberkeit und Ordnung eine wichtige Rolle.

Im Vorfeld der Erhebung wurde erwartet, dass Wildnis auch häufig mit „Gefahr“ in Verbindung gebracht wird. Zwar sind einer Vielzahl der Befragten Tiere in den Sinn gekommen, die als gefährlich gelten, jedoch haben nur 3 Prozent einen Begriff genannt, welcher direkt der Kategorie „Gefahr“ zuzuordnen ist. Dieser Wert ist in der Abbildung nicht angeführt, da aus Gründen der Übersichtlichkeit nur Nennungen mit mindestens 4 Prozent dargestellt sind (siehe Grundauszählung).

Bedrohte Wildnis als Schutzgut

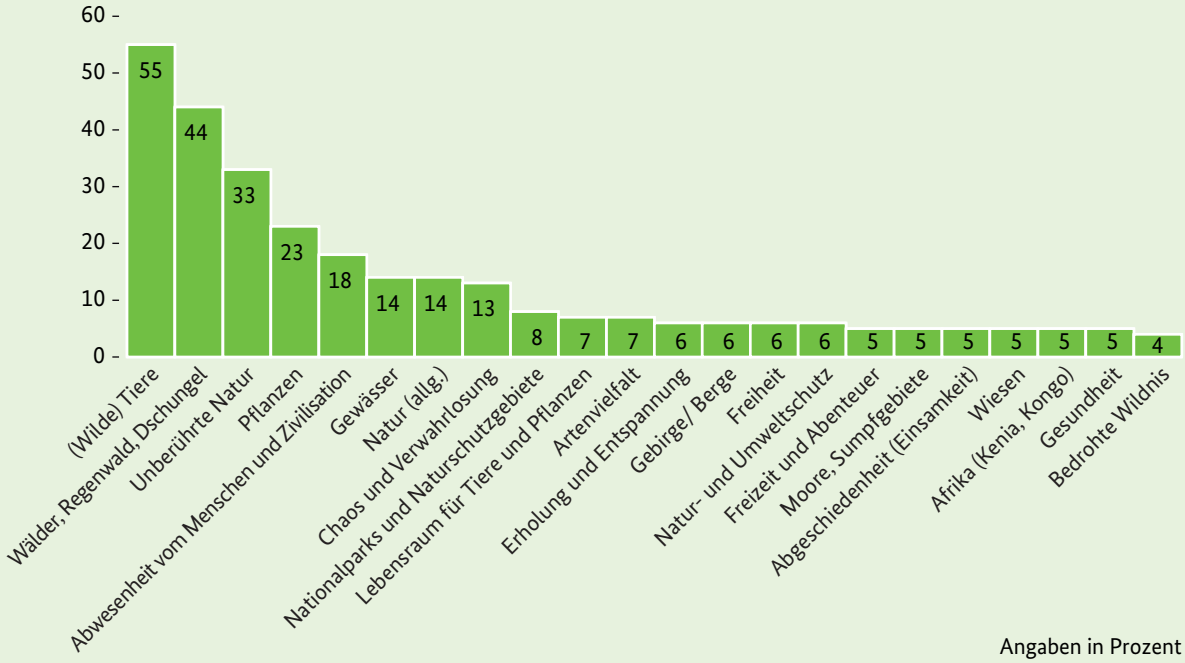
14 Prozent der Deutschen assoziieren mit Wildnis generell den Begriff „Natur“. Ein kleinerer Anteil von Befragten sieht Wildnis direkt als Sphäre des Naturschutzes: 8 Prozent benennen „Nationalparks und Naturschutzgebiete“. Unter dem Begriff „Naturschutzgebiete“ wurden in dieser Studie Nennungen von „Vogelschutzgebieten“, „Biosphärenreservaten“, „Naturparks“, „Schongebieten“, „Sperrzonen“ und „Zutrittsverbote“ zusammengefasst. Weitere 7 Prozent denken bei Wildnis an einen „Lebensraum für Tiere und Pflanzen“, worunter beispielsweise die Nennungen „Schutz für Tiere“, „Aufenthaltsort von seltenen Tieren und Pflanzen“, „viel Platz für wilde Tiere“, „Rückzugsgebiet“ sowie „freie Entfaltung von Pflanzen und Tieren“ gehören. „Artenvielfalt“ wird von 7 Prozent der Befragten mit Wildnis in Verbindung gebracht. 6 Prozent benennen auch „Praktiken zum Schutz von Natur und Umwelt“ durch den Menschen, wie „Tierschutz“, „Meeresschutz“, „Urwälder nicht abholzen“, „bedrohte Arten nicht jagen“, „keine Ausbeutung von Bodenschätzen“ und „keine Überfischung“. An die „bedrohte Wildnis“ denken 4 Prozent.

Wildnis als zivilisationsferner Ort und Erfahrungsraum

18 Prozent der Befragten denken bei Wildnis explizit an die „Abwesenheit von Mensch und Zivilisation“. Nennungen, die dieser Kategorie zugeordnet wur-

7 Bäume wurden bei der Codierung der offenen Nennungen der Kategorie „Wälder, Regenwald, Dschungel“ zugeordnet und von der Kategorie „Pflanzen“ unterschieden. Dieses Vorgehen wurde gewählt, da Bäume und Wälder sehr häufig genannt wurden und sich in diesem Kontext von der inhaltlichen Bedeutung von „Pflanzen“ unterscheiden.

Abbildung 2: Wildnisassoziationen



den, umfassen vor allem Beschreibungen, die durch das „Fehlen von etwas" definiert sind. Dazu gehören: „menschenleer", „keine Eingriffe durch Menschen", „nicht vom Menschen gestaltete Natur", „keine Wanderwege", „keine Landwirtschaft", „keine Bauwerke", „keine Autos", „ohne Strom" et cetera.

Ein geringerer Anteil der Befragten verbindet Wildnis direkt mit menschlichen Erlebens- und Erlebnisqualitäten. So assoziieren 6 Prozent der Bürgerinnen und Bürger „Erholung und Entspannung" mit dem Begriff („Ruhe", „Stille", „Urlaub", „Stressabbau", „Frieden", „Wohlbefinden", „Ausgleich", „Ausgewogenheit", „beruhigendes Rauschen"), aber auch „Freiheit" (6 Prozent), „Abgeschiedenheit / Einsamkeit" (5 Prozent) und „Gesundheit" (5 Prozent) werden genannt. Mit 5 Prozent denkt auch nur ein kleinerer Anteil bei Wildnis an „Freizeit und Abenteuer" (zum Beispiel „Zelten", „Campen", „Lagerfeuer machen", „Abenteuerurlaub", „Überlebenstraining", „Spazieren gehen", „Erlebnis für Kinder", „Spaß", „Angeln", „Freude", „Rafting", „Klettern", „Schlafsack", „Wandertouren"). Hier sind die an Extremsportarten stark interessierten Expeditiven (7 Prozent) und die naturverbundenen Sozialökologischen (8 Prozent) etwas stärker vertreten.

2.2 Wildnis in Deutschland wird Sympathie entgegengebracht

Wilde Natur ist beliebt

Wildnis ist beliebt: 65 Prozent gefällt Natur umso besser, desto wilder sie ist („trifft voll und ganz zu": 23 Prozent und „trifft eher zu": 42 Prozent). Männer (26 Prozent), Personen unter 30 Jahren (32 Prozent) und Gutgebildete bevorzugen häufiger „voll und ganz" möglichst wilde Natur. Im Vergleich zu 2009 wird Wildnis aktuell mehr Sympathie entgegengebracht, vor vier Jahren haben dieser Aussage mit 59 Prozent etwas weniger Personen zugestimmt.

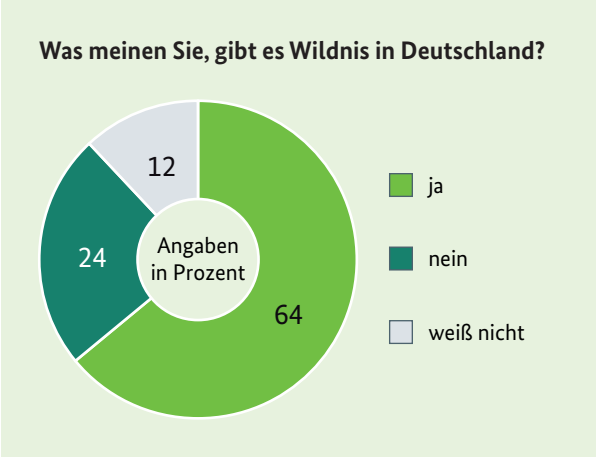
Inwieweit möglichst wilde Natur bevorzugt wird, unterscheidet sich stark innerhalb der Lebenswelten. Besonders die naturverbundenen Sozialökologischen (43 Prozent, höchste Zustimmungsstufe, Bevölkerungsdurchschnitt: 23 Prozent) begeistern sich für wilde Natur, zudem sind hier die Liberal-Intellektuellen (31 Prozent) und die jungen Expeditiven überrepräsentiert (30 Prozent). Im Milieu der Traditionellen möchte man seltener Natur möglichst wild haben, da Wildnis in dieser älteren Bevölkerungsgruppe stärker

mit Chaos und Verwahrlosung assoziiert wird. Am wenigsten Sympathie bringen die Prekären (13 Prozent) Wildnis entgegen.

Fast zwei Drittel meinen, dass es Wildnis in Deutschland gibt

Gibt es aus Sicht der Befragten Wildnis in Deutschland oder findet man diese hauptsächlich in Afrika oder Südamerika? Mit 64 Prozent finden fast zwei Drittel, dass es in Deutschland Wildnis gibt. Ein Viertel ist der Meinung, dass in Deutschland keine Wildnis vorzufinden ist, während 12 Prozent meinen, es nicht zu wissen (siehe Abbildung 3). Personen unter 29 Jahren und mit

Abbildung 3: Vorhandensein von Wildnis in Deutschland



einem einfachen formalen Bildungsniveau lokalisieren Wildnis seltener auch in Deutschland (siehe Tabelle 1). Aus den offenen Nennungen zum Wildnis-Begriff der bis 29-Jährigen lässt sich ableiten, dass sie mit „Wildnis“ seltener Nationalparks (5 Prozent versus Durchschnitt: 8 Prozent) assoziieren und stattdessen etwas stärker an Freiheit (8 Prozent versus Durchschnitt: 6 Prozent), Überleben (4 Prozent versus Durchschnitt: 2 Prozent)

Abbildung 4: Meinung zur Wildnisausdehnung

und Steppe (4 Prozent versus Durchschnitt: 2 Prozent) denken. Entsprechend haben sie eher ein „exotisches“ Bild von Wildnis vor dem inneren Auge.

Vier von zehn würden mehr Wildnis in Deutschland begrüßen

42 Prozent der Bürgerinnen und Bürger würden es begrüßen, wenn es mehr Wildnis in Deutschland gäbe (siehe Abbildung 4). Der gleiche Anteil findet den Bestand von Wildnisgebieten in Deutschland gut wie er ist, nur 3 Prozent plädieren für weniger Wildnis in der Bundesrepublik. Hinsichtlich dieser Frage sind keine nennenswerten Unterschiede zwischen Stadt- und Landbevölkerung zu verzeichnen. Jüngere und Gutgebildete befürworten häufig mehr Wildnis in Deutschland. Formal Gutgebildete begrüßen Wildnis in Deutschland, da sie damit auch stärker Erholung und Entspannung verbinden. Jüngere Personen hingegen reizt das Abenteuer, das Wilde an Wildnis (siehe Tabelle 2).

Tabelle 1: Vorhandensein von Wildnis in Deutschland nach Alter und Bildung

Was meinen Sie, gibt es Wildnis in Deutschland?

Angaben in Prozent	Durchschnitt	Alter (Jahre)				Bildung		
		bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Ja	64	56	65	67	68	59	69	69

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Tabelle 2: Meinung zur Wildnisausdehnung nach Alter, Geschlecht und Bildung

Was denken Sie, wie viel Wildnis sollte es in Deutschland geben? Sollte es mehr Wildnis geben, weniger Wildnis geben, ist es gut, wie es ist oder haben Sie keine Meinung dazu?

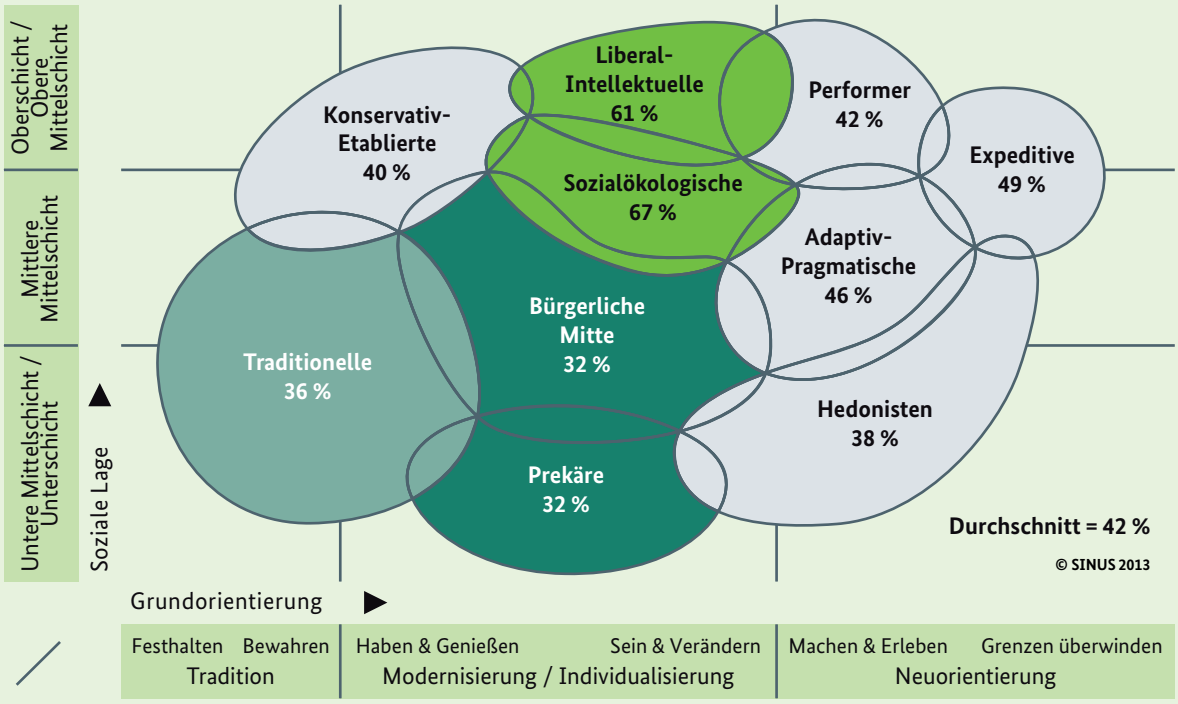
Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Mehr	42	43	41	49	42	40	39	35	42	53

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Deutlich stärker als die Soziodemographie differenziert die Lebenswelt, wenn es um die Beurteilung der Ausbreitung von Wildnis geht (siehe Abbildung 5). Zwei Drittel der Sozialökologischen und 61 Prozent der Liberal-Intellektuellen befürworten eine stärkere Ausdehnung von Wildnis in Deutschland. Beide Milieus halten sich gerne und viel in der Natur auf und sind auch für den Naturschutz stark sensibilisiert. Die Bürgerliche Mitte, die Prekären und die Traditionellen sprechen sich nur zu rund einem Drittel für mehr Wildnis aus. Für die Bürgerliche Mitte hat Ordnung eine entlastungsstiftende Funktion, die insbesondere als Orientierungshilfe im Alltag und vor allem in schwierigen Zeiten dient; ihre relativ geringe Zustimmung für mehr Wildnisausdehnung könnte somit als Ablehnung von chaotischen Zuständen interpretiert werden.

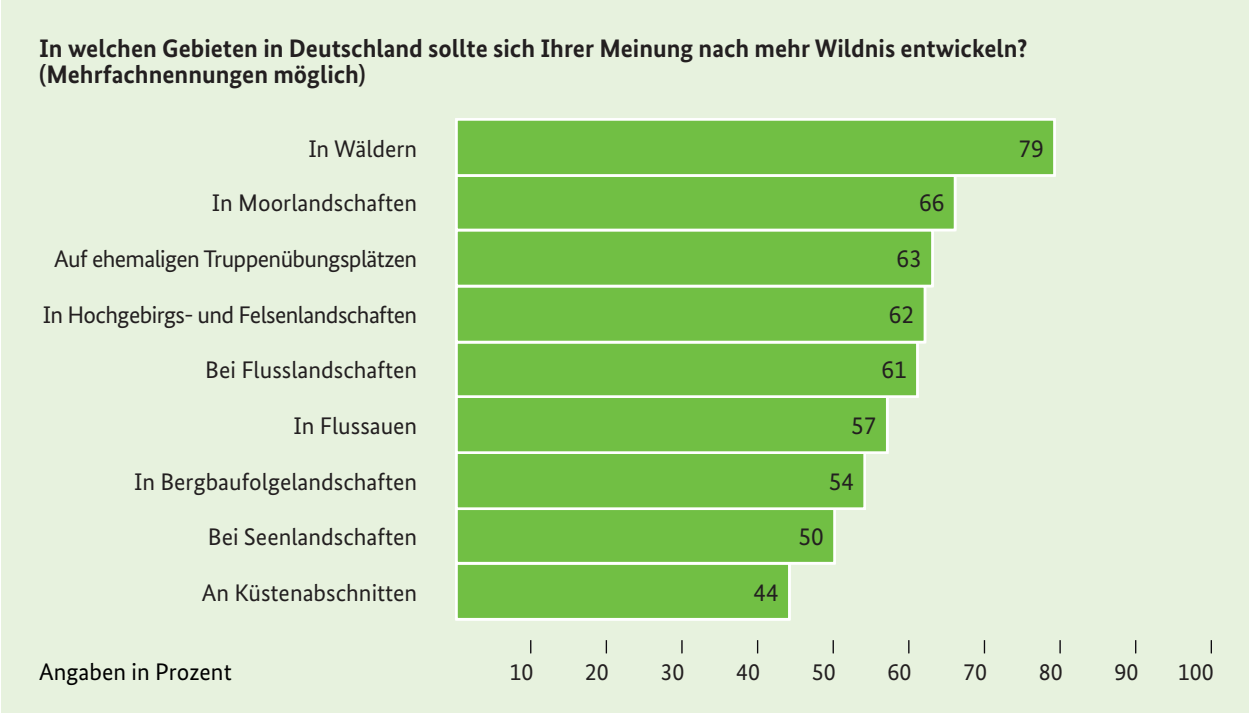
Abbildung 5: Meinung zur Wildnisausdehnung nach Sinus-Milieus

Was denken Sie, wie viel Wildnis sollte es in Deutschland geben? Mehr Wildnis



stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | unterrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | durchschnittlich

Abbildung 6: Ausdehnung der Wildnis in verschiedenen Ökosystemtypen



Mehr Wildnis wird insbesondere in Wäldern begrüßt

Im Anschluss an die Frage, ob es mehr Wildnis geben soll, wurden Personen, die für mehr Wildnis plädieren, gefragt, welche Landschaftsräume dafür bereitgestellt werden sollen. Am häufigsten wurden hier Wälder genannt – was auch damit im Einklang

Tabelle 3: Ausdehnung der Wildnis in verschiedenen Ökosystemtypen nach Geschlecht, Alter und Bildung

In welchen Gebieten in Deutschland sollte sich Ihrer Meinung nach mehr Wildnis entwickeln? (Mehrfachnennungen möglich)

Angaben in Prozent	Durch-schnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
In Wäldern	79	79	79	83	81	81	71	76	81	83
In Moorlandschaften	66	63	69	63	66	69	66	63	64	72
Auf ehemaligen Truppenübungsplätzen	63	64	62	55	64	63	67	62	60	67
In Hochgebirgs- und Felsenlandschaften	62	61	63	64	64	60	60	64	53	68
Bei Flusslandschaften	61	59	63	63	60	62	59	61	51	69
In Flussauen	57	56	59	56	56	63	54	56	52	63
In Bergbaufolgelandschaften	54	56	52	50	51	56	61	57	51	55
Bei Seenlandschaften	50	48	51	56	51	50	41	44	42	61
An Küstenabschnitten	44	43	46	48	45	45	39	43	36	54

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Tabelle 4: Zugang zur Wildnis nach Geschlecht und Bildung

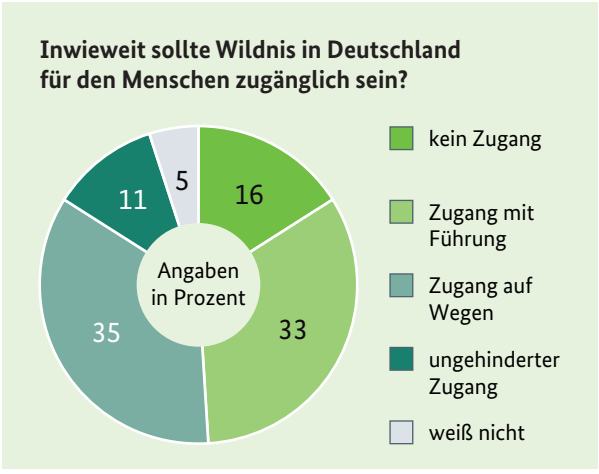
Inwieweit sollte Wildnis in Deutschland für den Menschen zugänglich sein?

Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Zugang auf Wegen	35	37	32	36	30	38
Zugang mit Führung	33	31	35	29	34	37
Kein Zugang	16	14	18	14	18	15
Ungehinderter Zugang	11	13	8	12	11	8

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

steht, dass Wildnis vor allem mit Wald assoziiert wird. Jedoch wird es zu fast allen abgefragten Ökosystemtypen von der Mehrheit begrüßt, dass sich Wildnis dort frei entwickeln können sollte. Etwas stärkere Vorbehalte existieren gegenüber der Entwicklung von Wildnis an Küstenabschnitten und Seenlandschaften (siehe Abbildung 6).

Abbildung 7: Zugang zur Wildnis



Personen mit hohem formalem Bildungsniveau befürworten die Ausbreitung von Wildnis in fast sämtlichen Landschaftsgebieten häufiger. Sie hegen eine größere Sympathie für Wildnis und erkennen stärker die Bedeutung für den Naturschutz. Interessant erscheint, dass Personen mit einem mittleren formalen Bildungsniveau sich weniger für die Entwicklung von Wildnisgebieten aussprechen, als Personen mit einer einfachen Bildung (siehe Tabelle 3).

Unterschiedliche Meinungen, inwieweit Wildnis für den Menschen zugänglich sein sollte

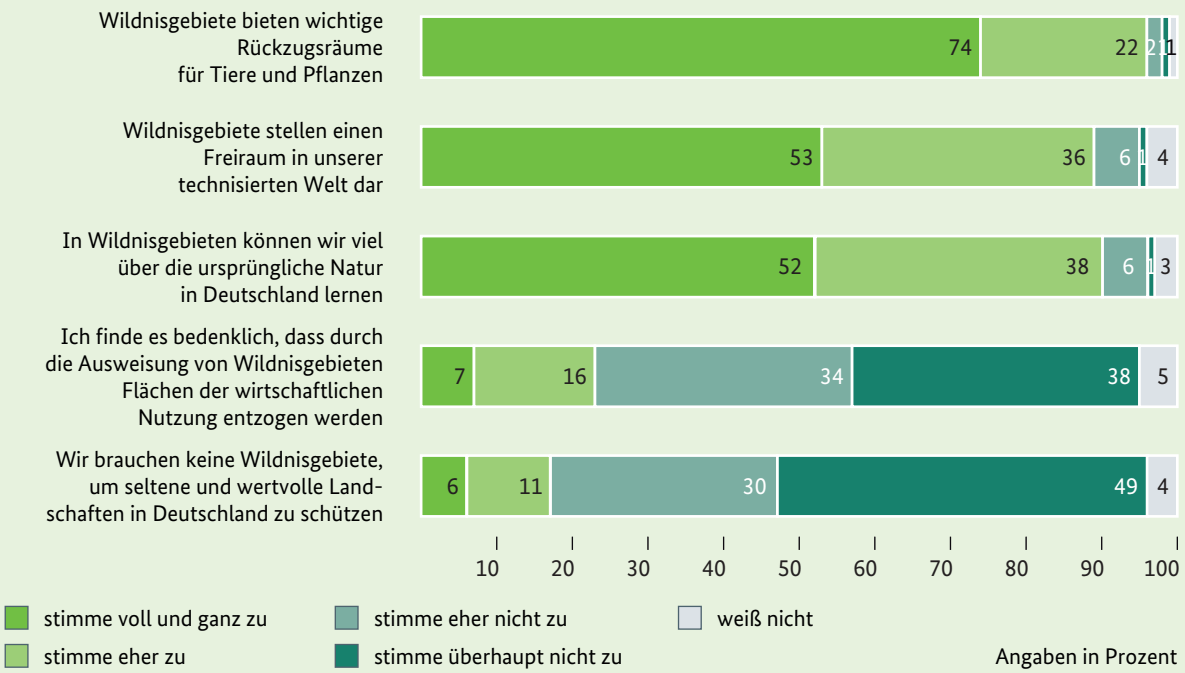
Auf vorhandenen Wegen sind bisher alle potenziellen Wildnisgebiete zu betreten (Wegegebot). 16 Prozent der Deutschen sind der Meinung, dass die hiesige Wildnis für Menschen überhaupt nicht zugänglich sein sollte, während 79 Prozent sich für irgendeine Form des Zugangs aussprechen, 5 Prozent haben dazu keine Meinung (siehe Abbildung 7). Wichtig ist aber die Form des Zugangs: Nur 11 Prozent sind für einen gänzlich ungehinderten Zugang, 35 Prozent wollen diesen nur auf bestimmten Wegen erlauben und 33 Prozent sprechen sich für einen Zugang mit Führung aus. Will man allen Positionen etwas bieten, spräche dieses Ergebnis für die Einrichtung von abgestuften Zugangsrechten und -möglichkeiten zu verschiedenen Wildnisgebieten.

Personen mit einem hohen formalen Bildungsniveau befürworten vergleichsweise stark, dass der Mensch Wildnis nur mit Führung betreten darf, während Personen mit einfachem formalem Bildungsniveau diese Variante seltener bevorzugen. Männer erwarten stärker als Frauen, dass sie Wildnis individuell entdecken können (Zugang mit Wegen und ungehinderter Zugang) (siehe Tabelle 4).

Argumente für Wildnisgebiete finden breite Zustimmung

Fachliche Argumente für Wildnisgebiete in Deutschland finden breite Zustimmung: Jeweils mehr als neun von zehn Befragten meinen, dass Wildnisgebiete einen wichtigen Rückzugsraum für Tiere und Pflanzen bieten, einen Freiraum in der technisierten Welt darstellen und man durch sie etwas über die

Abbildung 8: Meinung zu Wildnisgebieten



Ursprünglichkeit der Natur in Deutschland lernen könne. Naturschutz als Grund für Wildnisgebiete findet dabei noch mehr Zustimmung als deren Funktion als sozialer Freiraum und Bildungsarchiv für Deutschlands Naturausstattung. Den Gegenargumenten – Wildnisgebiete sind unnötig oder schaden einer

Tabelle 5: Einstellungen zu Wildnisgebieten nach Geschlecht, Alter und Bildung

Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen.

Antwortkategorie: trifft voll und ganz zu Angaben in %	Durchschnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Wildnisgebiete bieten wichtige Rückzugsräume für Tiere und Pflanzen	74	73	75	76	75	72	73	66	76	84
Wildnisgebiete stellen einen Freiraum in unserer technisierten Welt dar	53	54	53	53	52	55	55	48	56	59
In Wildnisgebieten können wir viel über die ursprüngliche Natur in Deutschland lernen	52	50	54	53	52	52	52	45	55	59
Ich finde es bedenklich, dass durch die Ausweisung von Wildnisgebieten Flächen der wirtschaftlichen Nutzung entzogen werden	7	8	6	11	6	7	4	7	8	5
Wir brauchen keine Wildnisgebiete, um seltene und wertvolle Landschaften in Deutschland zu schützen	6	7	4	5	5	6	7	7	5	4

stark überrepräsentiert · überrepräsentiert · stark unterrepräsentiert · unterrepräsentiert

auf Wirtschaftlichkeit angelegten Nutzung – stimmt nicht einmal jede beziehungsweise jeder Vierte zu (siehe Abbildung 8). Dieses Meinungsbild eröffnet gute Ansatzpunkte für eine am Wildnisbegriff ansetzende Naturschutzkommunikation, weil bei der Öffentlichkeitsarbeit bereits an die bekannten Pro-Argumente angeknüpft werden kann und kaum grundlegende Überzeugungsarbeit geleistet werden muss.

Formal Gutgebildete stimmen den drei Argumenten für Wildnisgebiete in Deutschland stärker zu als Personen mit einem einfachen Bildungsniveau. Jüngere hegen stärkere Bedenken, dass durch die Ausweitung von Wildnisgebieten Flächen der wirtschaftlichen Nutzung entzogen werden, als Ältere. Dass wir keine Wildnisgebiete zum Schutz von besonderen Landschaften brauchen, bejahen 17 Prozent ganz oder mit Einschränkung, darunter überproportional viele Männer und Personen mit einer einfachen Formalbildung (siehe Tabelle 5).

Gegenüber Wolf und Waschbär gibt es stärkere Vorbehalte als gegenüber Biber, Luchs und Wildkatze

Um der Abnahme der biologischen Vielfalt entgegenzuwirken und das ökologische Gleichgewicht zu sichern, setzen sich Naturschutzakteure für die Wiederverbreitung von heimischen Tierarten ein, die in den letzten Dekaden zurückgegangen sind. In der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (BMU 2007) sind entsprechende Ziele enthalten, zum Beispiel, dass „bis zum Jahre 2020 Braunbär, Luchs und Geier in den bayerischen Alpen wieder heimisch [sind], der Luchs auch im Mittelgebirge“, und es wird auch die Notwendigkeit gesehen, „Akzeptanz für große Beutegreifer wie Braunbär, Wolf, Luchs und Geier bis 2015 durch gezielte und zielgruppenspezifische Kommunikation und Information“ zu schaffen. Insgesamt stehen die Bürgerinnen und Bürger der stärkeren Verbreitung der hier abgefragten mittleren bis großen Säugetiere positiv gegenüber (siehe Abbildung 9). Jeweils (knapp) zwei Drittel befürworten die Verbreitung von Biber, Luchs und Wildkatze, jeweils nur weniger als 20 Prozent sprechen sich dagegen aus. Der Biber ist das beliebteste der hier abgefragten Wildtiere – ob dies so ist, weil er von Unternehmen als Maskottchen verwendet wird oder ob diese ihn wegen der besonderen Beliebtheit erst als Werbefigur gewählt haben, bleibt dabei unklar.

Der Waschbär ist den Befragten weniger sympathisch, nur knapp die Hälfte befürwortet seine stärkere Verbreitung. Gründe für die Vorbehalte sind vermutlich, dass ihm die Verwüstung von Privatgärten nachgesagt wird und er eine Bedrohung für einheimische

Abbildung 9: Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere

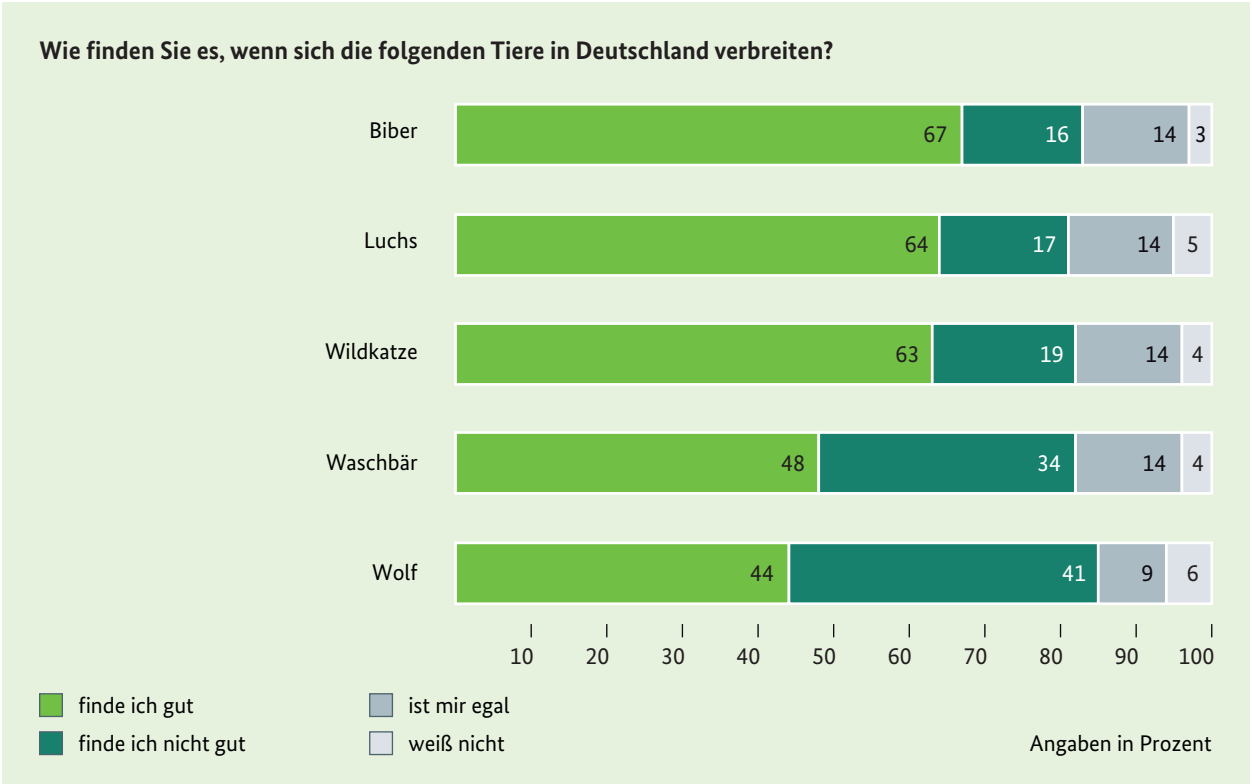


Tabelle 6: Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere nach soziodemographischen Merkmalen

Wie finden Sie es, wenn sich die folgenden Tiere in Deutschland verbreiten?

Antwortkategorie: finde ich gut Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Alter Jahre				Bildung			Haushaltsnettoeinkommen (€)			
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch	bis 999	1.000 bis 1.999	2.000 bis 3.499	3.500 und meht
Biber	67	68	66	70	69	67	62	63	65	75	74	67	67	64
Luchs	64	65	63	63	68	65	59	57	65	74	69	64	65	66
Wildkatze	63	64	62	62	66	62	60	56	61	75	61	62	65	65
Waschbär	48	48	48	55	51	44	43	46	45	51	56	45	51	54
Wolf	44	46	42	50	46	43	38	36	42	57	51	40	45	49

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Vogelarten darstellt. Inwieweit das Bewusstsein für Neobiota[8] eine Rolle spielt, kann aufgrund der aktuellen Datenbasis nicht nachvollzogen werden.[9]

Die stärksten Vorbehalte werden dem Wolf entgegengebracht: Hier halten sich Befürworter und Gegner die Waage. Als großer Fleischfresser ist der Wolf mythologisch stark besetzt und erzeugt ambivalente Gefühlswelten: In Grimms Märchen wird sein vermeintlich „böser" Charakter offenbar, im Literatur-Klassiker „Der Steppenwolf" steht das Tier symbolisch für die einsamen, sozial- und kulturkritischen Persönlichkeitsanteile des Protagonisten. Andererseits wurden Romulus und Remus, die Zwillinge, die Rom gründeten, von einer Wölfin gesäugt. Während die Einen vielleicht befürchten, nachts im Wald von einem Wolf angegriffen zu werden oder Bauern um ihre Herden bangen, sehen die Anderen den Wolf als Symbol für Freiheit und Ursprünglichkeit, ja sogar für Fürsorge und soziale Kompetenz.

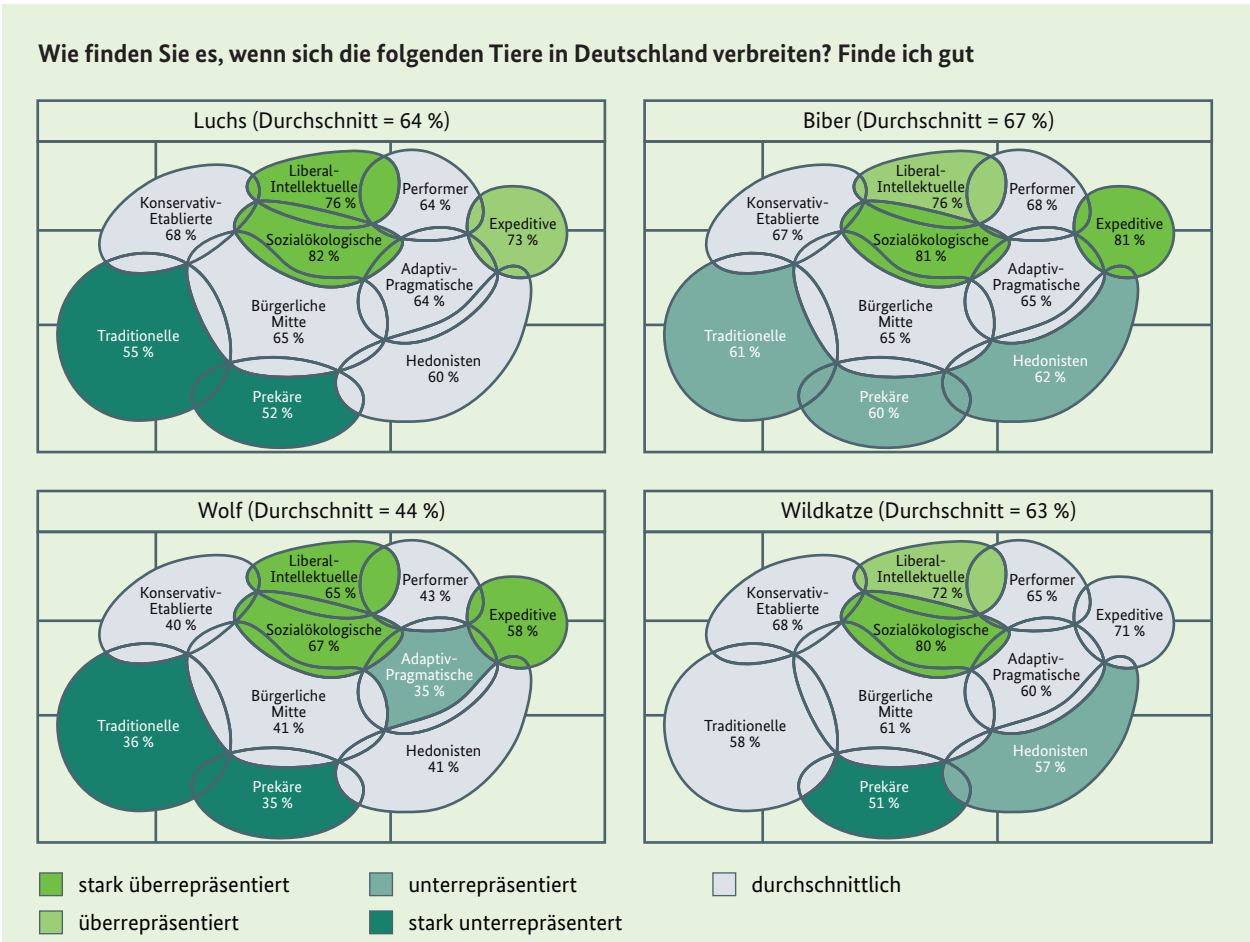
Der Wolf polarisiert auch stark zwischen den Subgruppen (siehe Tabelle 6): Gutgebildete, Jüngere, Männer und Personen mit einem niedrigen Haushaltsnettoeinkommen bringen ihm mehr Sympathie entgegen als Personen mit einem einfachen Bildungsniveau, über 65 Jahren und Frauen. Weshalb der Wolf bei Jüngeren beliebter ist als bei Älteren, kann an dieser Stelle nicht mittels anderer Studien belegt werden, da entsprechende Untersuchungen nicht aufgefunden wurden. Vielleicht sind Personen unter 30 Jahren stärker von der aktuellen Berichterstattung zu Wölfen geprägt. Seit der ersten Sichtung eines Wolfswelpen in Deutschland zur Jahrtausendwende haben viele Institutionen im Bereich Naturschutz ihre Bildungsarbeit verstärkt. Der Wolf wird dabei weniger als ein gefährliches, sondern vielmehr als ein schützenswertes Tier dargestellt. Auch wird der Wolf von Outdooraustattungsfirmen als Werbefigur genutzt und steht dann für Freiheit und Abenteuer. Interessant erscheint, dass Wolf und Biber bei Personen mit einem hohen formalen Bildungsniveau und mit niedrigem Einkommen beliebter sind. Für die stärkere Verbreitung von Luchs und Wildkatze sprechen sich zudem formal Gutgebildete stärker aus als Personen mit einfachem Bildungsniveau. Auch gegenüber Biber und Wolf zeigen über 65-Jährige stärkere Vorbehalte als Jüngere. Wildkatze und Luchs werden in der Altersklasse der 30 bis 49-Jährigen etwas mehr Sympathie entgegengebracht als von Jüngeren oder Älteren.

Wirft man einen Blick durch die Milieubrille, zeigen sich folgende Schwerpunkte (siehe Abbildung 10): Sozialökologische, Liberal-Intellektuelle und überwiegend die Expeditiven stehen der zunehmenden Verbreitung der abgefragten Wildtiere besonders positiv gegenüber. Gesellschaftlich weniger gut situierte Milieus pflegen stärkere Vorbehalte. Die vermeintlich gefährlichen Fleischfresser Wolf und Luchs werden noch stärker in den Lebenswelten der Traditionellen und Prekären abgelehnt.

8 Als Neobiota wird eine Art bezeichnet, die sich auf einem Gebiet ausgebreitet hat, wo sie vorher nicht heimisch war.

9 Ursprünglich in Nordamerika beheimatet, wurde der Waschbär erstmals 1930 in Deutschland ausgesetzt.

Abbildung 10: Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere nach Sinus-Milieus



2.3 Nationalparks als Wildnisgebiete in Deutschland

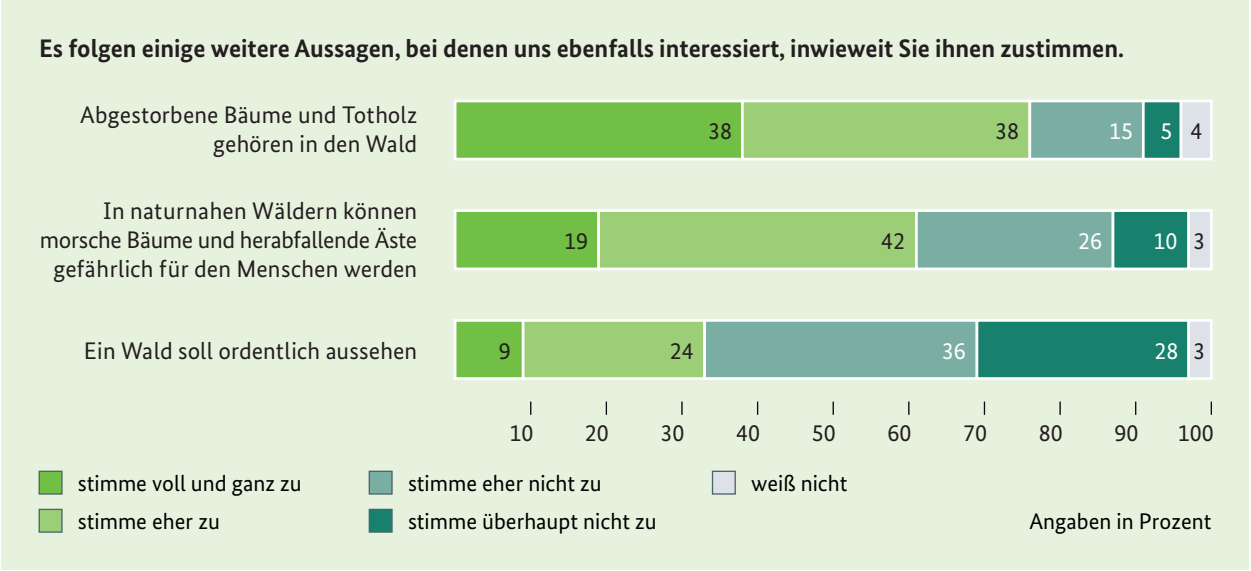
Wildnis gibt es in Deutschland vor allem in Nationalparks. Diese repräsentieren wertvolle Naturlandschaften, wie beispielsweise der Bayerische Wald, die Sächsische Schweiz und das Wattenmeer. Gemäß Bundesnaturschutzgesetz sind sie „einheitlich zu schützende Gebiete, die

1. großräumig, weitgehend unzerschnitten und von besonderer Eigenart sind,
2. in einem überwiegenden Teil ihres Gebiets die Voraussetzungen eines Naturschutzgebiets erfüllen und
3. sich in einem überwiegenden Teil ihres Gebiets in einem vom Menschen nicht oder wenig beeinflussten Zustand befinden oder geeignet sind, sich in einen Zustand zu entwickeln oder in einen Zustand entwickelt zu werden, der einen möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik gewährleistet."

Diese Schutzgebiete erlauben in den Kernzonen keine wirtschaftliche Nutzung, können aber für Naturbeobachtungen zu wissenschaftlichen Zwecken, aus pädagogischen Gründen und für Naturerlebnisse genutzt werden. Anfang 2014 gibt es in Deutschland 15 Nationalparks mit einer terrestrischen Fläche von 204.424 Hektar,[10] was einem Anteil von 0,57 Prozent der Fläche der Bundesrepublik entspricht (ohne Watt- und Wasserflächen der Nationalparks der Nord- und Ostsee). Im Rahmen der Nationalen Strategie der Bundesregierung zur biologischen Vielfalt wurde 2007 das in der Einleitung bereits dargelegte Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2020 auf 2 Prozent der Landesfläche möglichst großräumige Wildnisgebiete einzurichten (vergleiche BfN 2013a). Entsprechend besteht ein Bedarf, auf weiteren Flächen Wildnisentwicklung zuzulassen

10 Bis Ende 2013 betrug die terrestrische Fläche der Nationalparks in Deutschland 194.362 Hektar, mit dem Nationalpark Schwarzwald sind am 1. Januar 2014 10.062 Hektar hinzugekommen (vergleiche BfN 2013b und Nationalpark Schwarzwald 2014).

Abbildung 11: Naturnahe Wälder



und Nationalparks auszuweiten. Die Akzeptanz der Bevölkerung ist dabei unabdingbar. Welche Vor- und Nachteile von Nationalparks werden gesehen, wie wird der aktuelle Bestand von Nationalparks beurteilt und wie stehen die Deutschen zu naturnahen Wäldern?

Die Mehrheit befürwortet naturnahe Wälder

Die Deutschen bringen naturnahen Wäldern Sympathie entgegen (siehe Abbildung 11). Fast 80 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass abgestorbene Bäume und Totholz in den Wald gehören. Jedoch werden auch Nachteile gesehen: 61 Prozent der Bevölkerung sehen Gefahren für den Menschen durch morsche Bäume und herabfallende Äste. Ein Drittel erwartet, dass ein Wald ordentlich aussehen sollte – was im Umkehrschluss bedeutet, dass immerhin knapp zwei Drittel diese Erwartung nicht explizit haben. Was genau unter einem „ordentlichen Wald" verstanden wurde, kann auf Basis der vorliegenden Datenlage nicht rekonstruiert werden. Um die Gefahren für Menschen durch naturnahe Wälder gering zu hal-

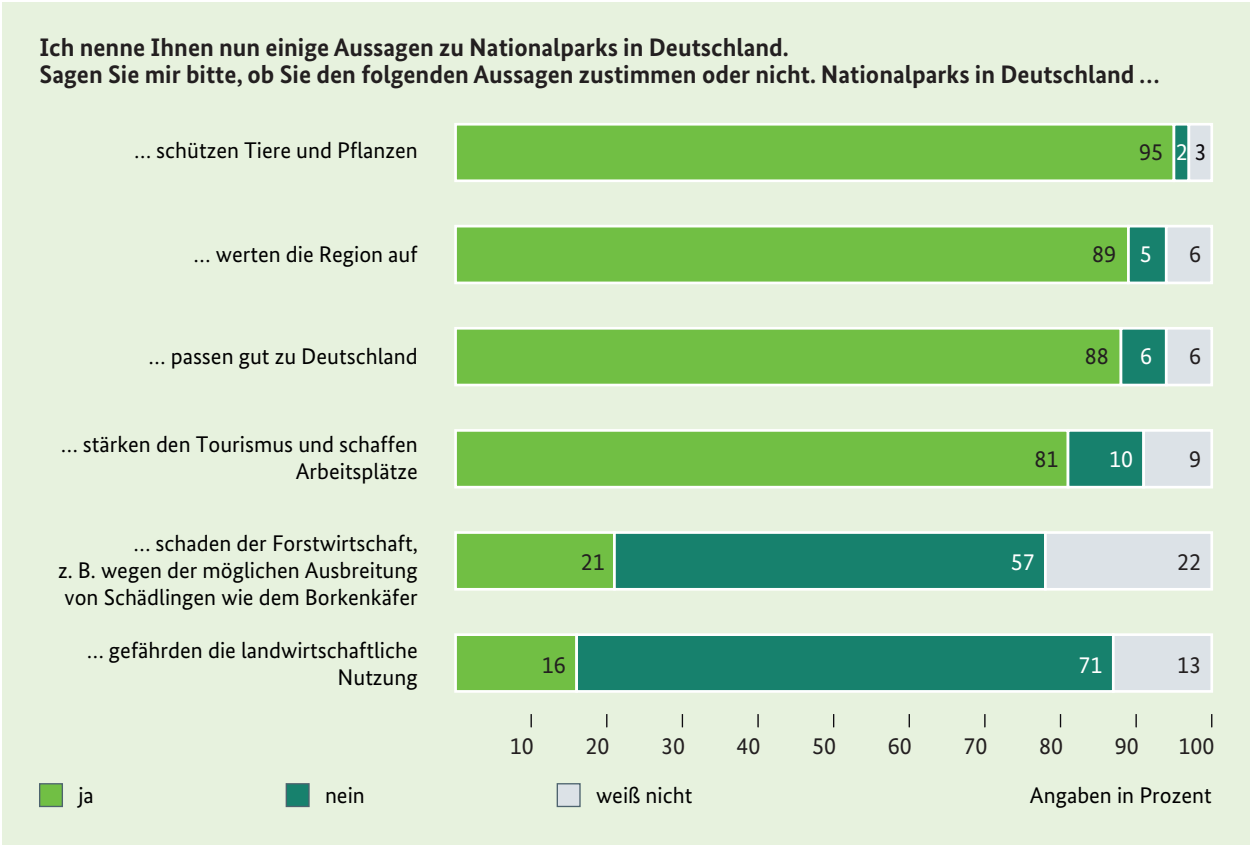
Tabelle 7: Naturnahe Wälder nach Geschlecht, Alter und Bildung

Es folgen einige weitere Aussagen, bei denen uns ebenfalls interessiert, inwieweit Sie ihnen zustimmen.

Antwortkategorie: stimme voll und ganz zu Angaben in %	Durchschnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Abgestorbene Bäume und Totholz gehören in den Wald	38	39	38	43	37	37	39	31	38	48
In naturnahen Wäldern können morsche Bäume und herabfallende Äste gefährlich für den Menschen werden	19	19	20	20	16	22	21	25	20	12
Ein Wald soll ordentlich aussehen	9	7	11	8	7	10	11	10	10	5

stark überrepräsentiert · überrepräsentiert · stark unterrepräsentiert · unterrepräsentiert

Abbildung 12: Einstellung zu Nationalparks



ten, werden Bäume am Rand ausgeschilderter Wege regelmäßig geprüft und gegebenenfalls gefällt oder gestutzt (Verkehrssicherungspflicht).

Personen mit einem hohen formalen Bildungsniveau vertreten stärker die Meinung, dass Wälder naturnah sein sollen, als Personen mit einer einfachen Formalbildung (siehe Tabelle 7). Dies zeigt, dass Gutgebildete stärker für die Bedeutung von Totholz und abgestorbenen Bäumen für Tiere und Pflanzen sensibilisiert sind. Wer eine einfache Formalbildung hat, sieht durch naturnahe Wälder größere Gefahren für den Menschen, auch wird hier eher ein „ordentlich" aussehender Wald erwartet.

Die Einstellungen zu naturnahen Wäldern hängen stark mit der Lebenswelt zusammen. Liberal-Intellektuelle (jeweils oberste Zustimmungsstufe, 58 Prozent) und Sozialökologische (55 Prozent) sind genauso wie die Expeditiven (52 Prozent) stärker davon überzeugt, dass abgestorbene Bäume und Totholz in den Wald gehören (Durchschnitt: 38 Prozent). Sozialökologische und Expeditive erwarten auch seltener einen ordentlich aussehenden Wald (jeweils 1 Prozent, Durchschnitt: 9 Prozent) und schätzen die Gefahren für den Menschen geringer ein (Sozialökologische: 8 Prozent; Expeditive 6 Prozent, Durchschnitt: 19 Prozent). Traditionelle lehnen naturnahe Wälder stärker ab (31 Prozent), da sie diese als ungepflegt und verwahrlost wahrnehmen – sie erwarten, dass sich der Förster um den Wald „kümmert". Der Bürgerlichen Mitte ist ein ordentlicher Wald wichtiger (13 Prozent). Das sehr sicherheitsbedachte Milieu ist auch stärker besorgt wegen der Gefahren, die abstürzende Äste und morsche Bäume für den Menschen darstellen (25 Prozent). Im Prekären Milieu sind die Bedenken hinsichtlich herabfallender Äste und morscher Bäume am stärksten ausgeprägt (33 Prozent). Natur wird hier generell eher als robust wahrgenommen und sie wird auch häufiger als eine Gefahrenquelle wahrgenommen.

Vorteile von Nationalparks in Deutschland werden erkannt

Die Bürgerinnen und Bürger erkennen fast durchgängig positive Seiten an Nationalparks: Sie schützen Tiere und Pflanzen, werten die Region auf, passen gut zu Deutschland, stärken den Tourismus und schaffen

Tabelle 8: Nationalparks in Deutschland nach Geschlecht, Alter und Bildung

Meinen Sie, dass es in Deutschland bereits genügend Nationalparks gibt?

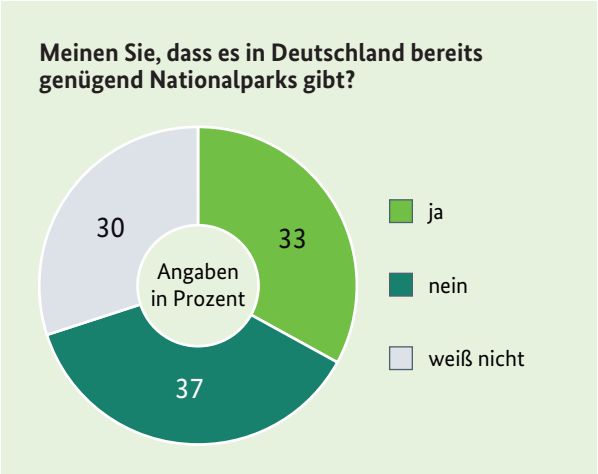
Angaben in Prozent	Durch-schnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Nicht genügend Nationalparks	37	38	36	38	42	34	33	30	38	47

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Arbeitsplätze (siehe Abbildung 12). Argumenten gegen Nationalparks wird deutlich weniger zugestimmt. Nur 21 Prozent meinen, dass Nationalparks die Forstwirtschaft schädigen und nur 16 Prozent sehen dadurch die landwirtschaftliche Nutzung gefährdet. Dieses positive Stimmungsbild stellt eine gute Voraussetzung für die Einrichtung und den Betrieb von Nationalparks dar.

Argumenten für einen Nationalpark wird von formal Gutgebildeten häufiger zugestimmt als von Personen mit einer einfachen Bildung. Die stärkere Sensibilisierung dieser Personengruppe für Nationalparks steht im Einklang mit deren Einstellungen zu Wildnis, wie in Kapitel 2.2 und 2.3. dargelegt wurde. Personen mit einfacher Formalbildung und Männer sehen etwas weniger, dass Nationalparks wichtig sind, um seltene und wertvolle Landschaften in Deutschland zu schützen. Junge Erwachsene (bis 29 Jahre) befürchten etwas stärker, dass durch die Ausweitung von Wildnisgebieten Flächen der wirtschaftlichen Nutzung entzogen werden, als Personen über 66 Jahre.

Abbildung 13: Nationalparks in Deutschland



Unentschlossenheit bezüglich der Anzahl der vorhandenen Nationalparks in Deutschland

Obwohl Nationalparks ein gutes Image in der Bevölkerung haben, unterscheidet sich die Beurteilung des Bestandes der (zur Zeit der Befragung vorhandenen 14) Nationalparks.[11] 33 Prozent der Bürgerinnen und Bürger meinen, dass es genügend solcher Schutzgebiete gibt, 37 Prozent sind der Auffassung, dass es mehr geben sollte und 30 Prozent haben keine Meinung dazu (siehe Abbildung 13). Auffällig ist die sehr häufige Wahl der „weiß-nicht"-Kategorie. Die Vermutung liegt nahe, dass diese Unentschlossen bisher mit dem Thema Nationalpark kaum in Kontakt gekommen sind.

Dieses Meinungsbild grenzt sich davon ab, dass 42 Prozent der Bevölkerung mehr Wildnis in Deutschland begrüßen würden und nur 3 Prozent sich für weniger Wildnis aussprechen (siehe Abbildung 4). Der Vergleich der Antworten zu diesen beiden Fragestellungen deutet darauf hin, dass die Bevölkerung zu großen Teilen „Nationalparks" nicht direkt mit „Wildnis" in Zusammenhang bringt.

Personen im Alter von 30 bis 49 Jahren und mit einer hohen Formalbildung sind häufiger der Meinung, dass es noch nicht genügend Nationalparks gibt (siehe Tabelle 8).

Auch bei dieser Frage zeigen sich ähnliche Milieuschwerpunkte wie insgesamt beim Thema Wildnis: Liberal-Intellektuelle (Antwortkategorie „nicht genügend Nationalparks": 57 Prozent, Durchschnitt: 37 Prozent), Sozialökogische (56 Prozent) und Expeditive (46 Prozent) befürworten Nationalparks (eher) stärker, insbesondere Traditionelle (28 Prozent) und Prekäre (25 Prozent) sind weniger dafür.

11 Wie weiter oben beschrieben, gab es zur Zeit der Befragung 14 Nationalparks in Deutschland. Seit der Schwarzwald Anfang 2014 den Status eines Nationalparks erhalten hat, sind es insgesamt 15 (vergleiche BfN 2013b und Nationalpark Schwarzwald 2014).

3 Mensch und Natur – Naturgefährdung, Naturnutzung und Naturschutz

„Natur“ ist ein mindestens ebenso vieldeutiger Begriff wie „Wildnis“, jedoch sprach- und begriffsgeschichtlich viel älter sowie auch inhaltlich umfassender. Aus der Umweltgeschichte ist bekannt, dass jede historische Epoche ihr eigenes Naturverhältnis hat (Radkau 2000), das sich in verschiedenen Naturbildern niederschlägt (Heiland 1997). Was verstehen die Menschen in Deutschland heute unter „Natur“, und wie wichtig ist ihnen ihr Schutz? Das vorliegende dritte Kapitel liefert Kernbausteine des aktuellen Naturbewusstseins, wie sie bereits in den Jahren 2009 und 2011 erhoben worden sind. Einer dieser Kernbausteine ist die Frage nach der persönlichen Bedeutung von Natur. Wie wichtig ist Natur, insbesondere als intakt wahrgenommene Natur, für die Menschen (Kapitel 3.1)? Anschließend wird ermittelt, wie die Gefährdung der Natur durch den Menschen wahrgenommen und bewertet wird (Kapitel 3.2). Als letzte Teilkomponente wird in diesem Kapitel nach den Einstellungen der Bevölkerung zu Nutzung und vor allem zum Schutz der Natur gefragt (Kapitel 3.3).

Die regelmäßige Erhebung dieser Fragen ermöglicht es einerseits, Tendenzen im Zeitverlauf erkennen zu können. Andererseits bilden sie zu einem großen Teil die Grundlage für die Modellierung der Naturbewusstseinstypen.[12] Im Vergleich zu den Vorgängerstudien sind dabei nur marginale Abweichungen feststellbar (vergleiche Kapitel 1.3).

3.1 Persönliche Bedeutung von Natur

Natur wird eine hohe Relevanz zugesprochen

Die Deutschen bringen der Natur eine große Wertschätzung entgegen. 92 Prozent der Bürgerinnen und Bürger sind der Meinung, dass die Natur zu einem guten Leben dazu gehört. Für 91 Prozent bedeutet sie Gesundheit und Erholung und 86 Prozent fühlen sich in der Natur wohl. Zudem schätzen 92 Prozent an der Natur ihre Vielfalt. Auch bei der Kindererziehung spielt die Natur eine wichtige Rolle: Fast allen Befragten ist es wichtig, den eigenen Kindern bei der Erziehung die Natur nahe zu bringen (89 Prozent; jeweils beide Zustimmungsstufen). Lediglich 8 Prozent behaupten, die Natur sei ihnen fremd, immerhin 22 Prozent (Antwortkategorie: „trifft zu“/ „trifft voll und ganz zu“) interessieren sich nicht für Natur (siehe Abbildung 14).[13] Festzuhalten bleibt, dass die grundsätzliche Wertschätzung von Natur in der Bevölkerung weit verbreitet ist.

Die direkte, auch regionale Naturerfahrung spielt eine wichtige Rolle

Für die große Mehrheit weist die direkte Begegnung und die Verbundenheit mit der Natur einen hohen Stellenwert auf (siehe Abbildung 14). 85 Prozent der Deutschen macht es glücklich, in der Natur zu sein. Lediglich 12 Prozent fühlen sich in der Natur nicht wohl. 81 Prozent der deutschen Bevölkerung fühlt sich mit Natur und Landschaft in der eigenen Region verbunden. Im Vergleich zu diesen sehr hohen Werten sind es mit 75 Prozent etwas weniger (vor allem auf der höchsten Zustimmungsebene, diese haben nur 31 Prozent angegeben), die versuchen, so oft wie möglich in der Natur zu sein. Anscheinend gibt es einen nicht unerheblichen Anteil an Personen, die der Aufenthalt in der Natur zwar glücklich macht und Natur als Bestandteil eines guten Lebens sehen, jedoch nicht versuchen, sich dort auch möglichst viel aufzuhalten. Vermutlich wird Natur von diesen Personen zwar geschätzt, bei der konkreten Zeitgestaltung rücken jedoch andere Lebensbereiche in den Vordergrund, wie zum Beispiel Beruf, Familie, Freunde und Unterhaltungsmedien. Die Frage der konkreten Zugänglichkeit (Verfügbarkeit von Natur in vertretbarem Zeitaufwand, alters- oder krankheitsbedingte Beweglichkeit) spielt dabei sicher auch eine Rolle.

12 Die Naturbewusstseinstypen sind Teil des Vertiefungsberichts der Naturbewusstseinsstudie 2013. Informationen zu den Naturbewusstseinstypen sind auch in der Broschüre Naturbewusstsein 2009 sowie in den Vertiefungsberichten der Naturbewusstseinsstudie 2009 und 2011 zu finden (vergleiche BMU und BfN 2010, Kleinhückelkotten und Neitzke 2010 sowie Kleinhückelkotten und Neitzke 2012).

13 Auch wenn dies eher eine Minderheitenposition ist, könnte es aufschlussreich sein, einmal näher über die Erscheinungsformen und Gründe der Naturfremdheit und des Desinteresses an Natur nachzuforschen.

Vor allem Gutgebildete, Frauen und Ältere finden Natur wichtig

Unterschiede beim Antwortverhalten bezüglich Geschlecht, Alter und Bildung, die bereits in den Vorgängerstudien festgestellt wurden, können mit der aktuellen Erhebung wieder bestätigt werden (siehe Tabelle 9). Generell lässt sich sagen, dass Frauen Natur wichtiger ist und sie diese positiver betrachten als Männer. Beispielsweise stimmen 56 Prozent der Frauen, aber nur 49 Prozent der Männer der Aussage voll und ganz zu, dass die Natur Gesundheit und Erholung bedeutet. Menschen mit hoher formaler Bildung zeigen bei fast allen Fragen eine größere Naturaffinität als Menschen mit mittlerer oder einfacher formaler Bildung. Darüber hinaus ist festzustellen: Je älter der oder die Befragte ist, desto größer ist die zugeschriebene Bedeutung von Natur. Zum Beispiel verbinden

Abbildung 14: Persönliche Bedeutung von Natur

Es geht nun um das Thema Natur und welche Rolle Natur in Ihrem Leben spielt. Dazu habe ich hier einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft.

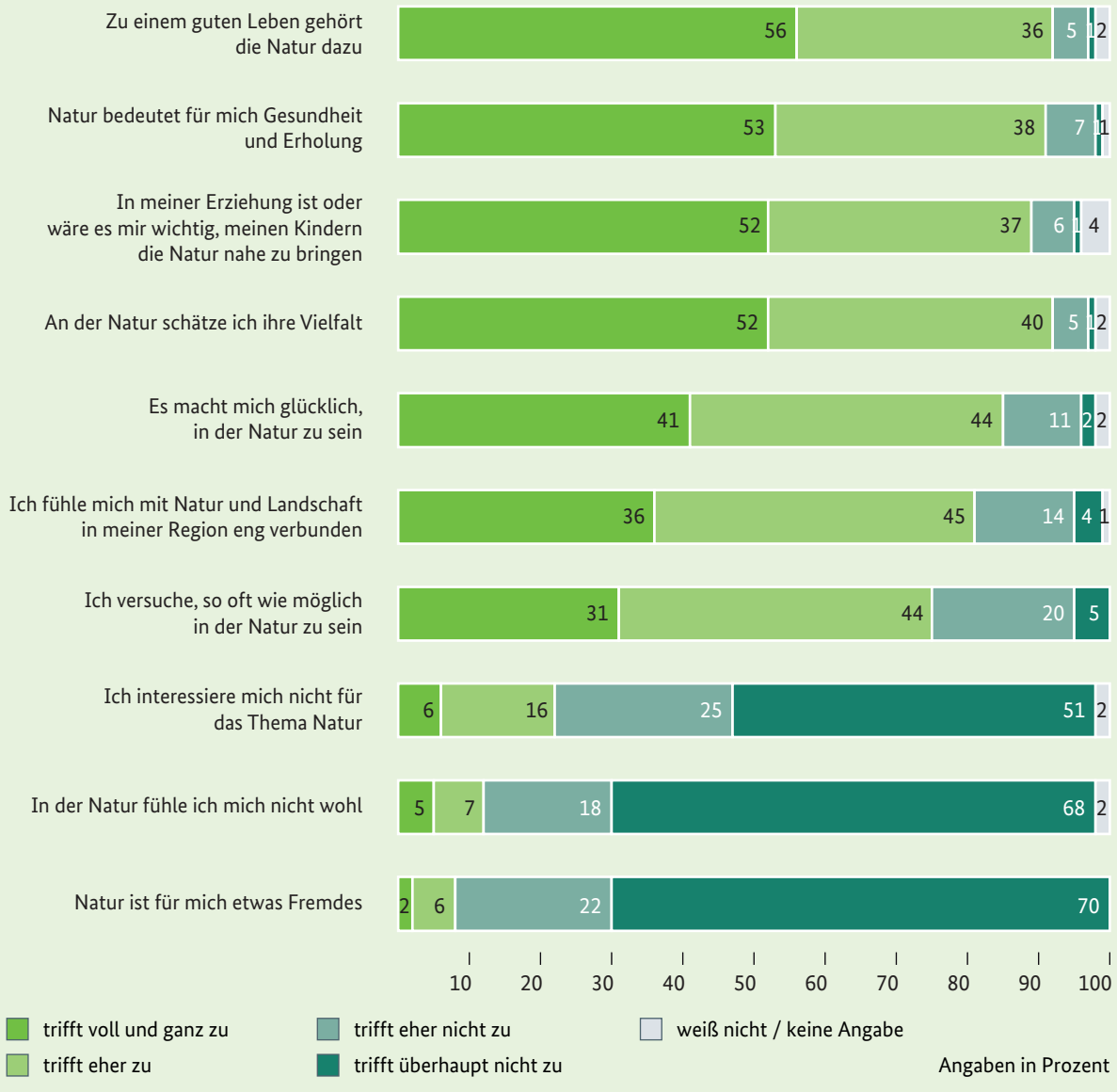


Tabelle 9: Persönliche Bedeutung von Natur nach soziodemographischen Merkmalen

Es geht nun um das Thema Natur und welche Rolle Natur in Ihrem Leben spielt. Dazu habe ich hier einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft.

Antwortkategorie: trifft voll und ganz zu Angaben in %	Durch-schnitt	Geschlecht		Alter (Jahre)				Bildung		
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch
Zu einem guten Leben gehört die Natur dazu	56	52	60	50	54	57	62	51	55	66
Natur bedeutet für mich Gesundheit und Erholung	53	49	56	43	52	52	62	49	52	61
An der Natur schätze ich ihre Vielfalt	52	50	55	46	51	55	55	45	54	64
In meiner Erziehung ist oder wäre es mir wichtig, meinen Kindern die Natur nahe zu bringen	52	48	55	49	51	51	56	45	53	63
Es macht mich glücklich, in der Natur zu sein	41	36	45	32	38	44	46	35	42	48
Ich fühle mich mit Natur und Landschaft in meiner Region eng verbunden	36	35	37	26	30	42	45	32	39	39
Ich versuche, so oft wie möglich in der Natur zu sein	31	27	35	20	30	33	38	28	33	36
Ich interessiere mich nicht für das Thema Natur	6	6	7	7	5	7	7	7	7	5
In der Natur fühle ich mich nicht wohl	5	5	6	3	5	7	7	5	7	5
Natur ist für mich etwas Fremdes	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

62 Prozent der über 65-Jährigen mit Natur Gesundheit und Erholung, während dies für die unter 29-Jährigen nur zu 43 Prozent zutrifft.

Für formal Gutgebildete, Frauen und ältere Personen spielt Natur also eine größere Rolle. Eine Ausnahme bildet die Verbundenheit mit Natur und Landschaft in der eigenen Region: Sie ist bei Männern und Frauen ähnlich stark ausgeprägt und liegt bei rund einem Drittel. Betrachtet man das formale Bildungsniveau bei dieser Fragestellung, dann erkennt man, dass nicht die Gutgebildeten überrepräsentiert sind, sondern Personen mit einem mittleren Bildungsgrad. Menschen mit höherer Bildung müssen berufsbedingt öfter umziehen und sind insgesamt mobiler, was zu einer geringeren Verbundenheit mit Natur und Landschaft in der eigenen Region führt.

Hinsichtlich der verschiedenen Milieus sind folgende Unterschiede feststellbar: Natur hat – über alle Fragen in diesem Abschnitt hinweg – für das Sozialökologische Milieu und für das Liberal-intellektuelle Milieu eine deutlich größere Relevanz als für den Bevölkerungsdurchschnitt. Eine geringere Bedeutung hat Natur in der modernen, sozialen Unterschicht: im Milieu der Hedonisten und vor allem der Prekären. Dieses Muster in der sozialen Landkarte spiegelt sich bei vielen Fragen im Kontext Natur und ist auf die unterschiedliche Intensität der Naturverbundenheit zurückzuführen, was dafür spricht, dass es im Wertepertoire fest verankert ist.

3.2 Wahrnehmung von Naturgefährdung

Für die Hälfte der Deutschen stellt Naturzerstörung keine persönliche Bedrohung dar

Wie werden die Gefährdung der Natur und die Reaktion der Menschen darauf beurteilt? Unter den Bürgerinnen und Bürgern herrscht eine geteilte Meinung darüber, ob die Bedrohung der Natur auch gleichzeitig eine Bedrohung des eigenen Lebensraums und der Lebensqualität darstellt: Während dies für 45 Prozent zutrifft (beide Zustimmungsstufen), sehen 52 Prozent darin keine Gefahr für die eigene Existenz (siehe Abbildung 15). Dennoch sind drei Viertel der Ansicht, dass Menschen sich nicht zu viele Gedanken – sondern eher zu wenige – über die Zerstörung der Natur machen. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass der Grund für die aus Sicht der Bevölkerung zu geringe gesellschaftliche Auseinandersetzung mit der Naturzerstörung, nicht zwingend die Wahrnehmung der eigenen Bedrohung sein muss.

Die Wahrnehmung der Naturgefährdung ist bei Frauen und formal Gutgebildeten stärker ausgeprägt. Das Alter spielt bei dieser Einschätzung keine große Rolle. Bei der Frage, ob die Naturzerstörung auch eine persönliche Bedrohung darstellt, hat lediglich das Bildungsniveau einen Einfluss: Gut die Hälfte der Personen mit hohem formalen Bildungsniveau empfinden dies so, bei Menschen mit einem einfachen Bildungsgrad sind es 39 Prozent, die zustimmen (jeweils beide Zustimmungsstufen) (siehe Tabelle 10).

Die Deutschen ärgern sich über den sorglosen Umgang mit der Natur

83 Prozent der Deutschen ärgern sich über den sorglosen Umgang vieler Menschen mit der Natur (siehe Abbildung 15). Der hohe Zustimmungswert bei dieser Frage ist vermutlich vor allem auf ein psychologisches Phänomen zurückzuführen: In der Regel ist es einfacher, sich über andere zu ärgern beziehungsweise hohe Erwartungen zu hegen, als selbst etwas zu unternehmen beziehungsweise Einschränkungen zu akzeptieren. Zwei Drittel fürchten, dass es für die kommenden Generationen kaum noch intakte Natur geben wird (jeweils beide Zustimmungsstufen). Das Argument der intergenerationellen Gerechtigkeit ist im Diskurs zum Umwelt- und Naturschutz ein zentrales Argument, welches auch in der vorliegenden Umfrage große Zustimmung erfährt. Die Befürchtung, wir würden unseren Kindern und Kindeskindern kaum noch intakte Natur übrig lassen, findet mehr Zustimmung (24 Prozent, höchste Zustimmungsstufe) als die Wahrnehmung der persönlichen Bedrohung durch Naturzerstörung (11 Prozent).

Abbildung 15: Wahrnehmung der Gefährdung der Natur

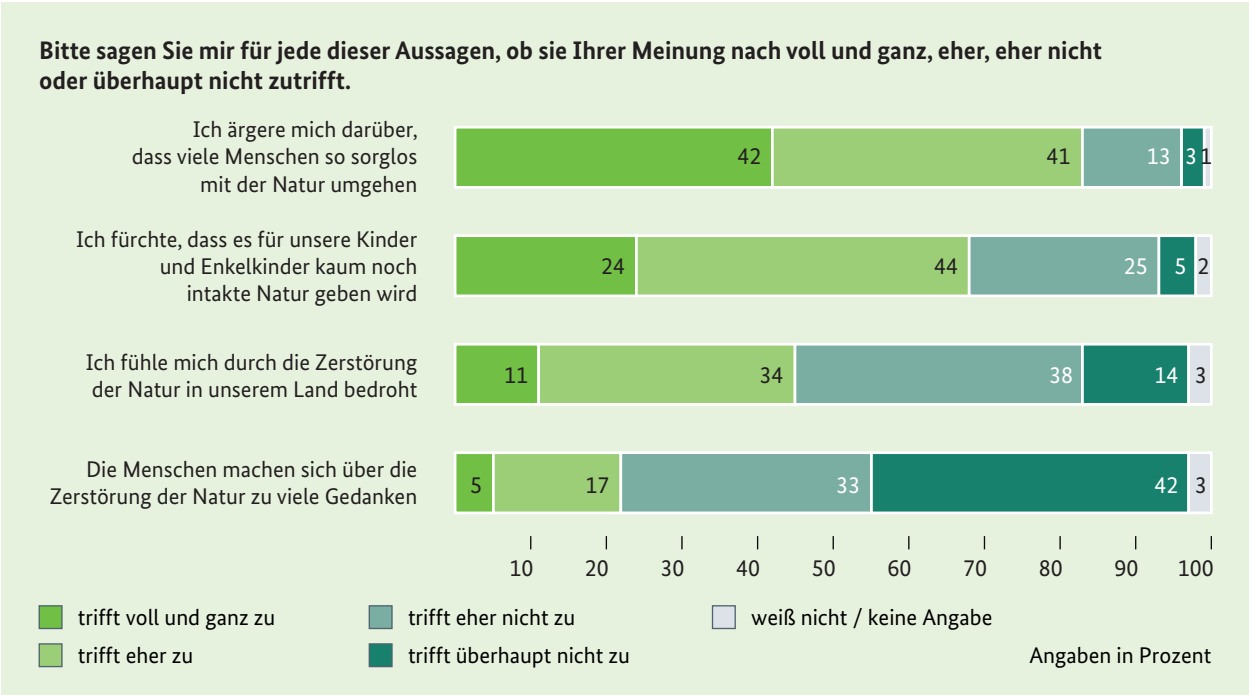


Tabelle 10: Wahrnehmung der Gefährdung der Natur nach Geschlecht und Bildung

Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft.

Antwortkategorie: trifft voll und ganz zu / trifft eher zu Angaben in %	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Ich ärgere mich darüber, dass viele Menschen so sorglos mit der Natur umgehen	83	80	85	77	84	91
Ich fürchte, dass es für unsere Kinder und Enkelkinder kaum noch intakte Natur geben wird	68	65	70	63	71	71
Ich fühle mich durch die Zerstörung der Natur in unserem Land bedroht	45	44	46	39	48	52
Die Menschen machen sich über die Zerstörung der Natur zu viele Gedanken	22	25	19	25	22	17

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Frauen und formal Gutgebildete befürchten stärker, dass es für zukünftige Generationen kaum noch unversehrte Natur geben wird, als Männer und Personen mit einem einfachen und mittleren formalen Bildungsniveau. Diese Bevölkerungsgruppen ärgern sich auch häufiger über den sorglosen Umgang mit der Natur (siehe Tabelle 10): Der Anteil unter den formal einfach Gebildeten liegt bei 77 Prozent, von den Gutgebildeten empören sich 91 Prozent über den achtlosen Umgang mit der Natur (jeweils beide Zustimmungsstufen).

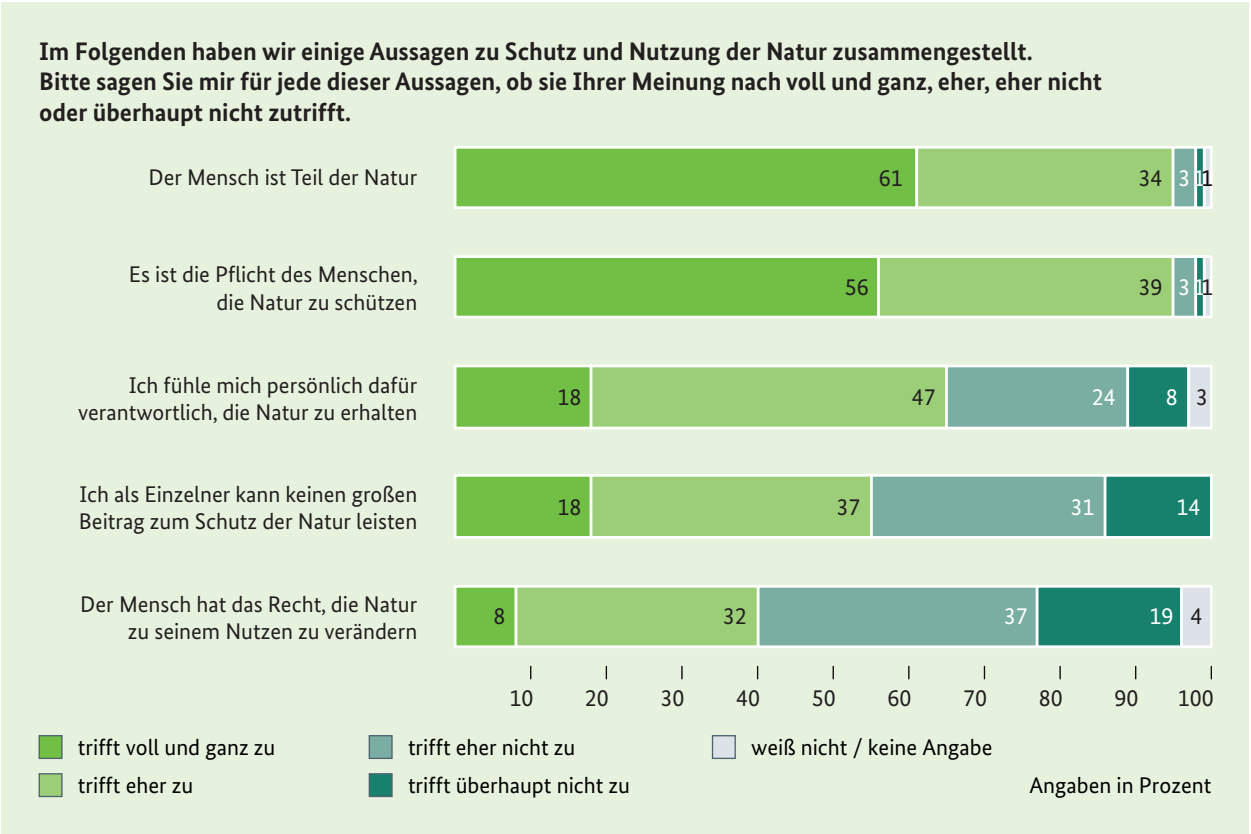
Die Wahrnehmung der Gefährdung der Natur unterscheidet sich in den Lebenswelten: Neben Sozialökologischen (91 Prozent) und Liberal-Intellektuellen (93 Prozent) ärgern sich die Konservativ-Etablieren (92 Prozent) besonders stark, dass viele Menschen so sorglos mit der Natur umgehen („trifft voll und ganz zu“ / „trifft eher zu“, Bevölkerungsdurchschnitt: 83 Prozent). Während dies in den beiden erstgenannten Milieus auf die zugeschriebene hohe Relevanz von Natur zurückzuführen ist, sind die Konservativ-Etablierten stark darauf bedacht, dass gesellschaftliche Normen eingehalten werden. Der Verfall von Sitte, Anstand und Tugend ist ihrer Meinung nach eine große Herausforderung unserer Zeit. Stärker bedroht durch die Zerstörung der Natur in Deutschland fühlen sich die Sozialökologischen (61 Prozent) und Konservativ-Etablierten (52 Prozent). Die junge gesellschaftliche Mitte der Adaptiv-Pragmatischen fühlt sich dadurch kaum bedroht (33 Prozent, „trifft voll und ganz zu“ / „trifft eher zu“, Bevölkerungsdurchschnitt: 45 Prozent). Für 22 Prozent der Bevölkerung scheinen zu viele Gedanken über die Naturzerstörung ungerechtfertigt. Vertreter der Expeditiven (7 Prozent), Sozialökologischen (7 Prozent) und Liberal-Intellektuellen (12 Prozent) meinen jedoch deutlich seltener, dass wir zu viel über die Zerstörung der Natur nachdenken. Milieus am unteren, modernen Rand der sozialen Landkarte (Prekäre: 35 Prozent, Hedonisten: 33 Prozent) und die Performer (33 Prozent) finden Sorgen um die Zerstörung der Natur im Gegenzug eher übertrieben.

3.3 Nachhaltige Nutzung und Schutz der Natur

Dem Menschen wird die Pflicht zugesprochen, die Natur zu schützen – doch die eigene Verantwortung wird weniger gesehen

Die überwältigende Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger (95 Prozent) ist der Ansicht, dass der Mensch Teil der Natur ist und die Verpflichtung hat, selbige zu schützen (siehe Abbildung 16). Weit geringer als die Zustimmung zur generellen Verpflichtung des Menschen zum Schutz der Natur fällt die Beurteilung der persönlichen Verantwortung aus: 18 Prozent sehen sich „voll und ganz“, weitere 47 Prozent„eher“ auch persönlich für die Erhaltung der Natur verantwortlich.

Abbildung 16: Einstellungen zum Schutz der Natur



Mehr als die Hälfte (55 Prozent) sind der Meinung, sie könnten als Einzelner oder Einzelne keinen großen Beitrag zum Schutz der Natur leisten (beide Zustimmungsstufen). Der Aussage, dass der Mensch die Natur zu seinem Nutzen verändern darf, stimmen 40 Prozent zu.

Das Bildungsniveau hat einen starken Einfluss auf die Art und Weise, wie man sich zu naturschutzrelevanten Themen positioniert. Während sich von den formal einfach Gebildeten nur 13 Prozent selbst für die Erhaltung der Natur verantwortlich fühlen, sind es bei den formal Gutgebildeten 24 Prozent (höchste Zustimmungsstufe, Bevölkerungsdurchschnitt: 18 Prozent). Während Frauen die Pflicht des Menschen, die Natur zu schützen, eher betonen, stimmen Männer stärker zu, dass der Mensch die Natur zu seinem Nutzen verändern darf (siehe Tabelle 11).

Naturschutz wird als wichtige politische Aufgabe gesehen – doch viele erwarten, dass der Naturschutz in Krisenzeiten mit weniger Geld auskommen sollte

Dem Naturschutz wird fast durchgängig eine hohe politische Relevanz zugesprochen: 86 Prozent sehen ihn als wichtige politische Aufgabe in Deutschland. Für 40 Prozent der Befragten wird diese Aufgabe ausreichend erfüllt; dieser Anteil findet, dass in Deutschland bereits genug für den Naturschutz getan wird (siehe Abbildung 17).

Knapp ein Drittel der Befragten meint, die Natur darf der wirtschaftlichen Entwicklung nicht im Weg stehen und räumt damit dem wirtschaftlichen Fortschritt den Vorrang ein (beide Zustimmungsstufen). In Anbetracht von Finanzkrisen erhöht sich der Anteil derer, die der Wirtschaft mehr Bedeutung zumessen: 62 Prozent der Bevölkerung sehen es als notwendig an, dass die Gelder für den Naturschutz in solchen Phasen gekürzt werden müssen. Im Vergleich zu dem Jahr 2011 ist die Zustimmung hierzu signifikant gestiegen (höchste Zustimmungsstufe: 2013: 20 Prozent; 2011 Prozent: 15 Prozent). Dahinter scheint eine Argumentation zu stehen, die man so zusam-

Tabelle 11: Einstellungen zum Schutz der Natur nach Geschlecht und Bildung

Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft.

Antwortkategorie: trifft voll und ganz zu Angaben in %	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Der Mensch ist Teil der Natur	61	60	62	55	66	67
Es ist die Pflicht des Menschen, die Natur zu schützen	56	53	59	50	60	62
Ich fühle mich persönlich dafür verantwortlich, die Natur zu erhalten	18	18	19	13	20	24
Ich als einzelner kann keinen großen Beitrag zum Schutz der Natur leisten	18	18	18	21	19	11
Der Mensch hat das Recht, die Natur zu seinem Nutzen zu verändern	8	10	6	11	6	5

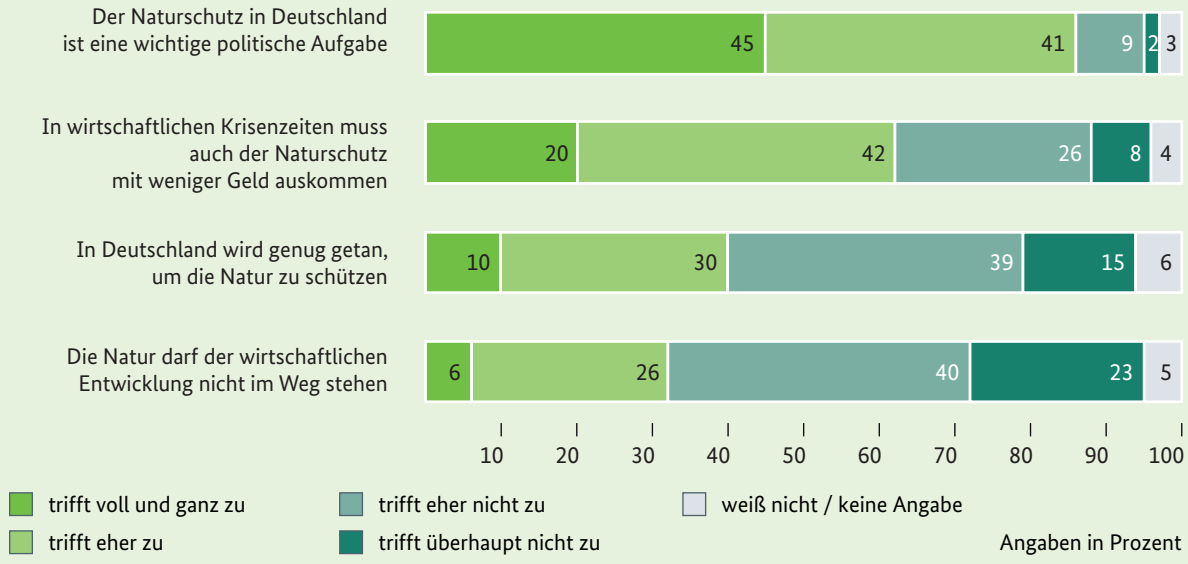
stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

menfassen könnte: „Wenn alle mit weniger auskommen müssen, dann muss es der Naturschutz auch – so wichtig seine Ziele auch sind." Bei den anderen Fragen der in Abbildung 17 dargestellten Statementbatterie sind keine signifikanten Unterschiede zu der Erhebung 2011 feststellbar.

Männer sind öfter als Frauen der Meinung, die Natur dürfe der wirtschaftlichen Entwicklung nicht im Weg stehen. Zudem zeigen Gutgebildete mehr Bedenken, wenn es um die Naturnutzung zugunsten wirtschaftlicher Zwecke geht (22 Prozent und 36 Prozent, beide Zustimmungsstufen). Das Bildungsniveau und das

Abbildung 17: Naturschutz im Spannungsfeld von Politik und Wirtschaft

Und was ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?



Geschlecht haben einen ähnlich starken Einfluss darauf, für wie wichtig der Naturschutz auch in wirtschaftlichen Krisenzeiten gehalten wird: 23 Prozent der Männer sind für eine Kürzung der Ausgaben, bei Frauen ist das nur bei 18 Prozent der Fall. Personen mit einem formal hohen Bildungsabschluss zeigen sich zurückhaltend: Nur gut jede und jeder Zehnte spricht sich dafür aus.

Die nachhaltige Nutzung von Natur ist der Bevölkerung sehr wichtig

Nahezu jede Bürgerin und jeder Bürger unterstützt einen nachhaltigen Umgang mit der Natur aus voller und ganzer Überzeugung oder zumindest grundsätzlich: Die Natur soll für die nachkommenden Generationen in gleichem Umfang erhalten bleiben und auch nur so genutzt werden, dass die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume dauerhaft gesichert bleiben. Dabei ist es wichtig, dass Eigenart und Schönheit von Landschaft und Natur erhalten werden. Auch sollen Menschen in ärmeren Ländern nicht durch unseren Umgang mit Natur leiden (siehe Abbildung 18).

Inwieweit den Prinzipien einer nachhaltigen Nutzung von Natur zugestimmt wird, unterscheidet sich in Abhängigkeit von Bildungsgrad und Geschlecht. Bei Betrachtung der höchsten Zustimmungsstufe zeigen Personen mit Abitur ein deutlich stärker ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein als Personen mit einer einfachen Schulbildung (siehe Tabelle 12). Frauen sind sowohl für die inter- als auch die intragenerationelle Gerechtigkeit etwas stärker sensibilisiert als Männer: Sie erwarten eher, dass kommende Generationen (höchste Zustimmungsstufe: 59 Prozent, Männer: 54 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt: 57 Prozent) und Menschen in ärmeren Ländern (52 Prozent, Männer: 46 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt: 49 Prozent) nicht durch unseren Umgang mit der Natur benachteiligt werden dürfen.

Betrachtet man die Einstellungen im Kontext nachhaltiger Naturnutzung differenziert nach Sinus-Milieus, so lassen sich ähnliche Schwerpunkte erkennen wie bei den vorhergehenden Fragestellungen: Die Milieus mit einer postmateriellen Grundorientierung, die Sozialökologischen und Liberal-Intellektuellen sprechen sich besonders stark für eine nachhaltige Naturnutzung aus. Auch die jungen Expeditiven finden eine nachhaltige Naturnutzung sehr wichtig, dabei denken sie in globalen Zusammenhängen und vor einem langfristigen Zeithorizont. Die Hedonisten zeigen insgesamt die geringste Sensibilisierung für die nachhaltige Naturnutzung. Dieses spaßorientierte Milieu konzentriert sich stärker auf das Hier und Jetzt, Einschränkungen in der Gegenwart möchten sie nicht

Abbildung 18: Zustimmung zu den Prinzipien einer nachhaltigen Naturnutzung

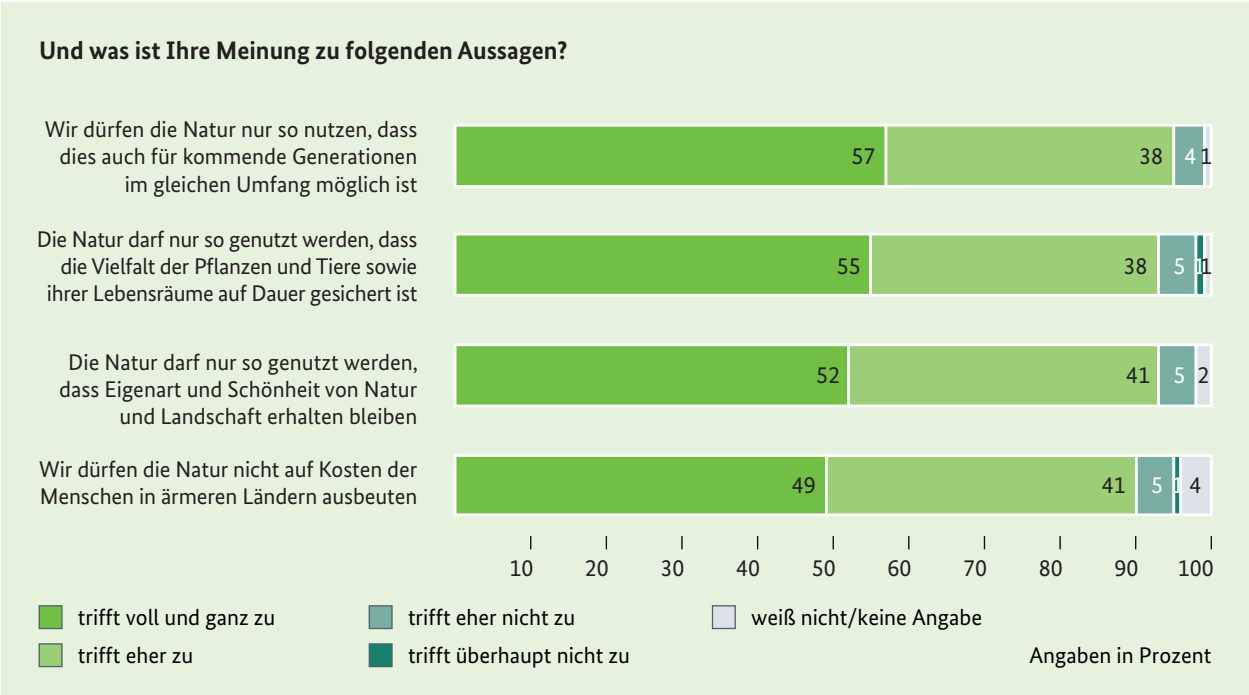


Tabelle 12: Zustimmung zu den Prinzipien einer nachhaltigen Naturnutzung nach Geschlecht und Bildung

Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft.

Antwortkategorie: trifft voll und ganz zu Angaben in %	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Wir dürfen die Natur nur so nutzen, dass dies auch für kommende Generationen im gleichen Umfang möglich ist	57	54	59	51	58	63
Die Natur darf nur so genutzt werden, dass die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume auf Dauer gesichert ist	55	53	57	49	56	63
Die Natur darf nur so genutzt werden, dass Eigenart und Schönheit von Natur und Landschaft erhalten bleiben	52	50	53	45	55	58
Wir dürfen die Natur nicht auf Kosten der Menschen in ärmeren Ländern ausbeuten	49	46	52	45	50	54

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

hinnehmen und langfristiges Planen erscheint ihnen langweilig. Das Prekäre Milieu findet die nachhaltige Nutzung von Natur weniger wichtig, da ihr Aufmerksamkeitsfokus stärker auf aktuelle Herausforderungen im eigenen Nahumfeld ausgerichtet ist. In Anbetracht von schwierigen familiären Verhältnissen, prekären Beschäftigungssituationen und existenziellen Zukunftsängsten erscheinen Fragen nach der Art der Naturnutzung und den daraus resultierenden komplexen Folgen sekundär.

Neben diesen generellen Befunden lassen sich folgende Details feststellen: Die nachhaltige Nutzung von Natur ist den Traditionellen etwas weniger wichtig, wenn sie darauf abzielt, Natur und Landschaft (höchste Zustimmungskategorie: 46 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt: 52 Prozent) und die Vielfalt von Tieren und Pflanzen (48 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt: 55 Prozent) zu schützen – obwohl sie sich ihrer Heimat vergleichsweise stark verbunden fühlen, wie weiter oben festgestellt wurde. Soll die Naturnutzung zu Gunsten von Menschen – ob kommende Generationen oder in fernen Ländern – nachhaltig gestaltet sein, zeigen sie ein durchschnittliches Antwortverhalten. Die junge Mitte der Adaptiv-Pragmatischen (höchste Zustimmungskategorie: 57 Prozent, Durchschnitt: 49 Prozent) ist neben den Liberal-Intellektuellen (70 Prozent), Sozialökologischen und Expeditiven (beide 60 Prozent) besonders besorgt um die Menschen in ärmeren Ländern.

4 Kultur – das Leben des Menschen mit der Natur nachhaltig gestalten

Nachdem die beiden vorhergehenden Kapitel das Thema „Wildnis“ (Kapitel 2) und die Beziehung des Menschen zur Natur beziehungsweise zum Naturschutz sowie allgemeine Einstellungen zum Prinzip der Nachhaltigkeit (Kapitel 3) in den Fokus gestellt haben, widmet sich die Naturbewusstseinsstudie in diesem Kapitel dem konkreten Umgang unserer Gesellschaft mit der Natur und mit Naturschutzbelangen, kurz unserer „Kultur der Natur“. Damit wird in der Studie sowohl ein Gradient beschrieben, der von völliger Naturbelassenheit bis hin zu möglicher Naturferne reicht, als auch ein Spannungsbogen eröffnet, der sich in unterschiedlicher Form und Stärke in den jeweiligen Abschnitten selbst niederschlägt.

Kultur leitet sich aus dem lateinischen Wort cultura ab, was soviel wie „Bearbeitung, Pflege, Ackerbau“ bedeutet, aber auch „Wertschätzung, Verehrung“ umfasst. Neben „Kultur“ lassen sich auch die Begriffe „Kolonie“ und „Kult“ vom lateinischen Ursprungswort herleiten. „Kultur“ ist in der deutschen Sprache seit Ende des 17. Jahrhunderts belegt und bezeichnet hier von Anfang an sowohl die Bodenbewirtschaftung als auch die „Pflege der geistigen Güter“. „Kultur“ meint deshalb im weitesten Sinne alles, was der Mensch selbst gestaltend hervorbringt, im Unterschied zu der von ihm nicht geschaffenen und nicht veränderten Natur. Kulturleistungen sind alle formenden Umgestaltungen eines gegebenen Materials, wie in der Technik oder der bildenden Kunst, aber auch geistige Gebilde wie Recht, Moral, Religion, Wirtschaft und Wissenschaft.

Aufbau des Kapitels

Fast so umfänglich in seinem Themenspektrum ist auch dieses Kapitel angelegt. In einem ersten Teil widmet es sich dem Bereich der Kulturlandschaft, also der menschlich bearbeiteten und überformten Naturlandschaft. Hier geht es zum einen um das Konfliktfeld Landwirtschaft und Naturschutz, zum anderen um die Rolle naturnaher Landschaftselemente für den Hochwasserschutz. In einem zweiten Abschnitt wird mit den Einstellungen der Bevölkerung zur Energiewende ein aktuelles umwelt-, energie- und klimapolitisches Thema angesprochen. Der Ausbau erneuerbarer Energien und der dazugehörigen Leitungsnetze fügt der Kulturlandschaft eine neue Facette hinzu, die zu vielfältigen Konflikten vor Ort führt und deshalb hier untersucht wurde. Das Kapitel schließt mit dem Themenkomplex naturverträglicher Konsum, der hier erstmals in einer Naturbewusstseinsstudie erhoben wird. Auch wenn „Konsum“ auf den ersten Blick als naturfernes Thema erscheinen mag: Durch ein naturbewusstes Konsumverhalten kann die Wertschätzung (cultura) einer intakten Natur zum Ausdruck kommen und gleichzeitig ein Beitrag zum Schutz der Natur geleistet werden. Insgesamt muss es um die Gestaltung der Kultur in einer Art und Weise gehen, die nicht ihre eigene Reproduzierbarkeit in Frage stellt. Die nachhaltige Gestaltung des menschlichen Lebens mit und in der Natur stellt damit ein Kernanliegen dieses Kapitels dar.

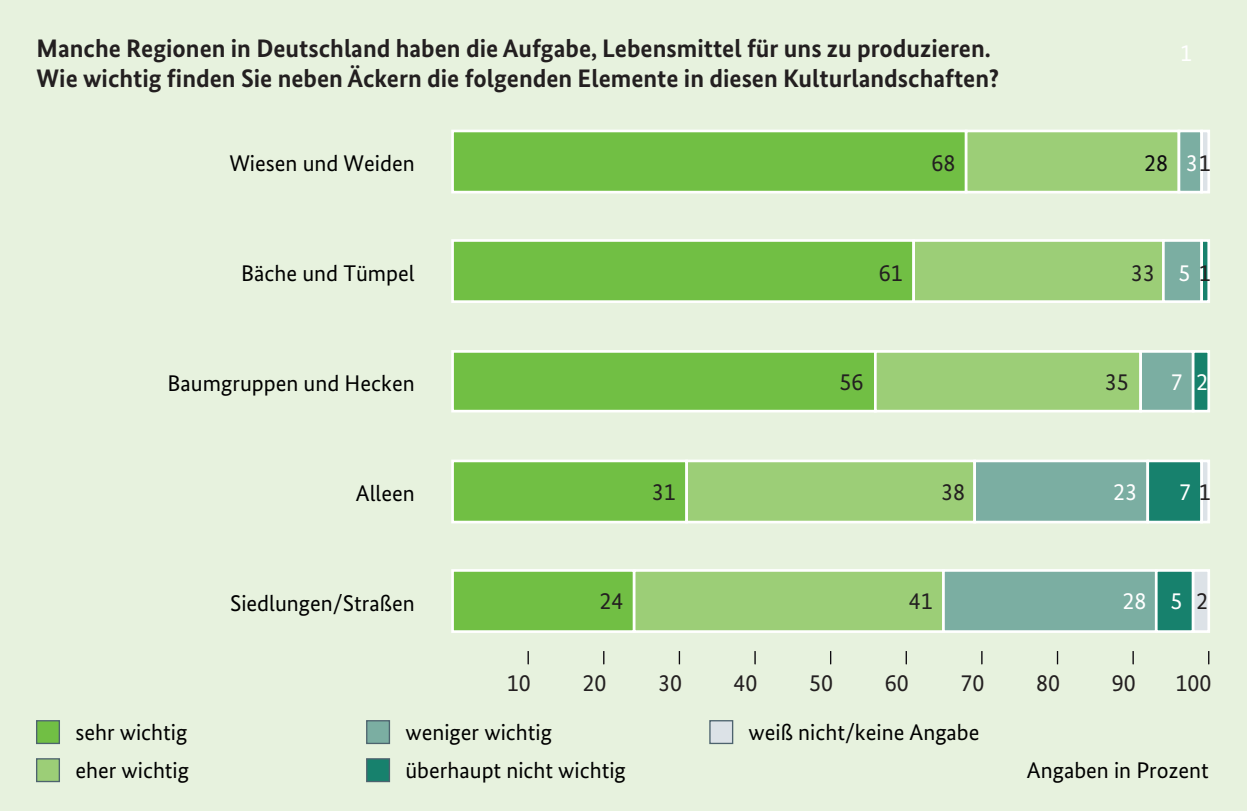
4.1 Kulturlandschaften: Agrarland, Fließgewässer und Hochwasserschutz

Im europäischen Kontext wird unter „Kulturlandschaft“ ein Gebiet verstanden, das sich durch landwirtschaftliche Nutzung und menschliche Besiedlung im Lauf der Geschichte aus der ursprünglichen Naturlandschaft heraus entwickelt hat. Der Begriff und was er bezeichnet fügt sich damit in einen Spannungsbogen ein, der der Kulturlandschaft die Mitte zwischen der Wildnis oder der unbearbeiteten Natur einerseits, und der urban-industriellen (Stadt-) Landschaft andererseits zuweist.[14]

Aus der Perspektive des Naturschutzes kommt es bei der Bestimmung und Bewertung von Kulturlandschaften entscheidend auf die Art und Intensität von menschlicher Nutzung und Besiedlung an. Viele sehr

14 Diese Einordnung wird differenzierter und komplizierter in dem Maße, indem sich die klare räumliche Grenze zwischen „Stadt“ und „Land“ aufhebt – etwa durch die Funktionsänderung ehemals dörflicher Siedlungsstrukturen, den Ausbau von Infrastrukturen oder die Ausdehnung der Städte im Zuge von Suburbanisierungsprozessen. Der in den 1990er Jahren aufgekommene Begriff der „Zwischenstadt“ (Sieverts 1997) reflektiert diese Grenzauflösung. Vor allem im planerischen Diskurs ist damit eine heftige Debatte darüber ausgelöst worden, ob „Zwischenstadt“ als eigene Landschaftskategorie gelten darf, und wie sie zu bewerten ist (Vicenzotti 2011).

Abbildung 19: Wichtigkeit verschiedener Landschaftsformen



artenreiche Biotope (beispielsweise Feuchtwiesen, Heiden, Streuobstwiesen) sind durch die traditionelle europäische Landwirtschaft bis zur ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts erst geschaffen worden – den meisten Laien gelten sie oft umstandslos als Natur oder gar Wildnis (siehe Lüneburger Heide). Die Intensivierung der Landwirtschaft hat seitdem aber vielerorts zu Belastungen des Naturhaushalts, zum Beispiel durch Pestizide oder durch erhöhten Stickstoffeintrag, und zum Rückgang der Artenvielfalt geführt, etwa durch Monokulturen und große Schläge (Piechocki 2010).

Im Rahmen der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (vergleiche Kapitel 5) hat die Bundesregierung 2007 diesbezüglich folgende Ziele gesetzt:

> „Bis zum Jahr 2020 ist die Biodiversität in Agrarökosystemen deutlich erhöht. Bis 2015 sind die Populationen der Mehrzahl der Arten (insbesondere wildlebende Arten), die für die agrarisch genutzten Kulturlandschaften typisch sind, gesichert und nehmen wieder zu."
>
> „Bis 2015 nimmt der Flächenanteil naturschutzfachlich wertvoller Agrarbiotope (hochwertiges Grünland, Streuobstwiesen) um mindestens 10 Prozent gegenüber 2005 zu. 2010 beträgt in agrarisch genutzten Gebieten der Anteil naturnaher Landschaftselemente (zum Beispiel Hecken, Raine, Feldgehölze, Kleingewässer) mindestens 5 Prozent". (BMU 2007, Kapitel 2.4).

Die Mehrheit bevorzugt naturnahe Landschaftselemente

Für die Ermittlung des Naturbewusstseins der Bevölkerung ist es daher wichtig, herauszufinden, wie die Bevölkerung über die deutsche Kulturlandschaft und speziell die Rolle bestimmter naturnaher Elemente darin denkt. Die erste Frage bezieht sich ausdrücklich auf die landwirtschaftlich geprägten Regionen in Deutschland, deren primäres Ziel es ist, Lebensmittel zu produzieren.

Eine Mehrheit spricht sich für „natürliche" oder „naturnahe" Landschaftselemente in landwirtschaftlich genutzten Gebieten aus (siehe Abbildung 19). Am wichtigsten sind den Bürgerinnen und Bürgern dabei Wiesen und Weiden (68 Prozent „sehr wichtig"), gefolgt von Bächen und Tümpeln (61 Prozent) sowie Baumgruppen und Hecken (56 Prozent). Etwas weniger wichtig sind den Befragten Alleen (31 Prozent) –

vielleicht weil sie eher als Teil der Verkehrsinfrastruktur gesehen werden. Siedlungen und Straßen sind nur 24 Prozent der Bevölkerung als Bestandteil landwirtschaftlich geprägter Regionen sehr wichtig.

Die Verantwortung für die Landschaftselemente wird vor allem beim Naturschutz gesehen

Fragt man danach, wer die Verantwortung für den Erhalt dieser als wichtig befundenen Landschaftselemente übernehmen sollte, wird – betrachtet man die erste Antwortstufe „sehr große Verantwortung" – an erster Stelle der Naturschutz genannt (61 Prozent), gefolgt von der Forstwirtschaft (51 Prozent), der Kommunalverwaltung (39 Prozent) und der Landwirtschaft (38 Prozent). Die Jagd (22 Prozent) rangiert deutlich dahinter. Werden die ersten beiden Antwortstufen zusammen betrachtet, wird neben dem Naturschutz (92 Prozent) auch sehr stark die Forstwirtschaft (90 Prozent) und die Landwirtschaft (83 Prozent) in die Pflicht genommen (siehe Abbildung 20).

Das nächste Thema, mit dem sich diese Studie beschäftigt, ist der Hochwasserschutz. Immer wieder ist es in den letzten Jahren zu besonders intensiven und kostspieligen Hochwasserereignissen gekommen, und die Frage nach sinnvollen Wegen eines verbesserten Hochwasserschutzes wird immer wieder in der Öffentlichkeit diskutiert. Welche Rolle kann dabei der Naturschutz übernehmen?

Flüsse sollen naturnah gestaltet sein

In der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt sind auch Ziele bezüglich Fließgewässer gesetzt:

> „Bis 2020 sind Fließgewässer und ihre Auen in ihrer Funktion als Lebensraum soweit gesichert, dass eine für Deutschland naturraumtypische Vielfalt gewährleistet ist."
>
> „Bis 2020 verfügt der überwiegende Teil der Fließgewässer wieder über mehr natürliche Überflutungsräume." (BMU 2007, Kapitel B 1.2.4).

Die Befragungsergebnisse zeigen, dass die Ziele der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt breite Zustimmung in der Bevölkerung finden: Jeweils 93 Prozent (beide Zustimmungskategorien, siehe Abbildung 21) finden naturnah gestaltete Flüsse und Bäche schöner als begradigte und stimmen („voll und ganz" beziehungsweise „eher") zu, dass die naturnahe Gestaltung wichtig ist, damit sich die Fließgewässer

Abbildung 20: Verantwortung für den Landschaftserhalt

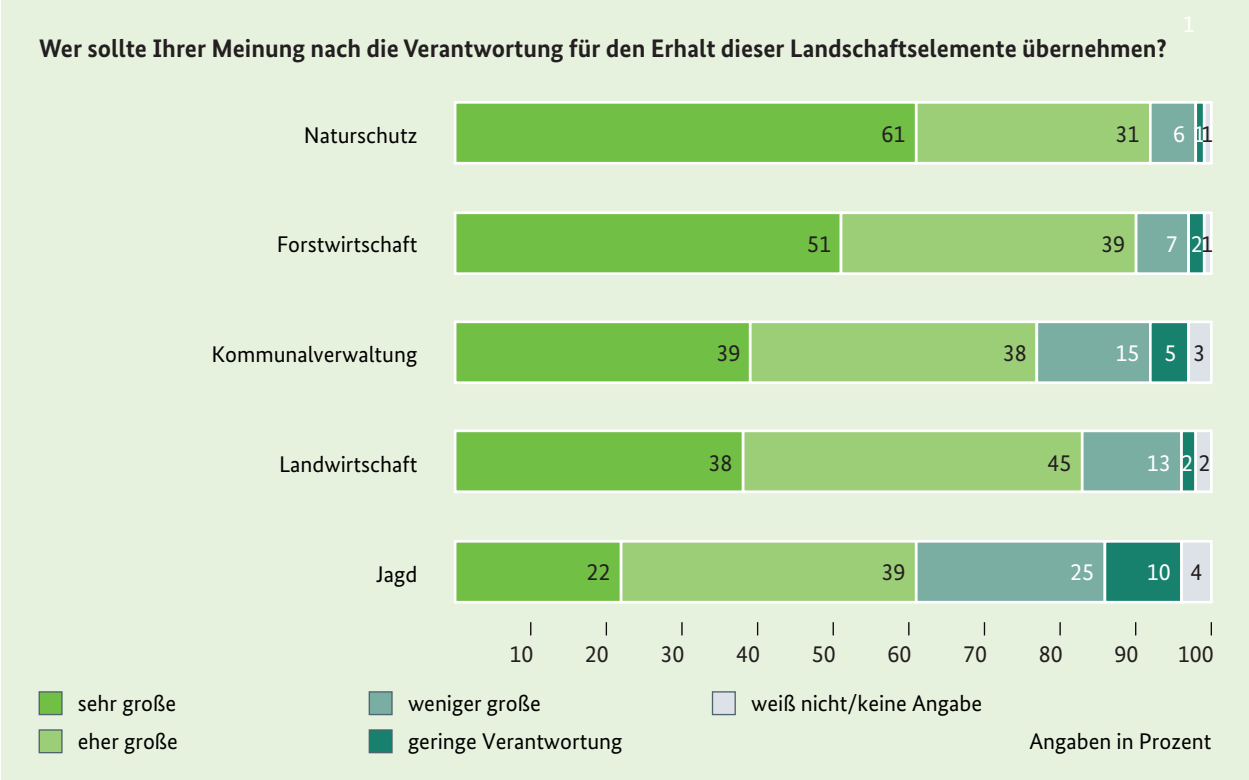
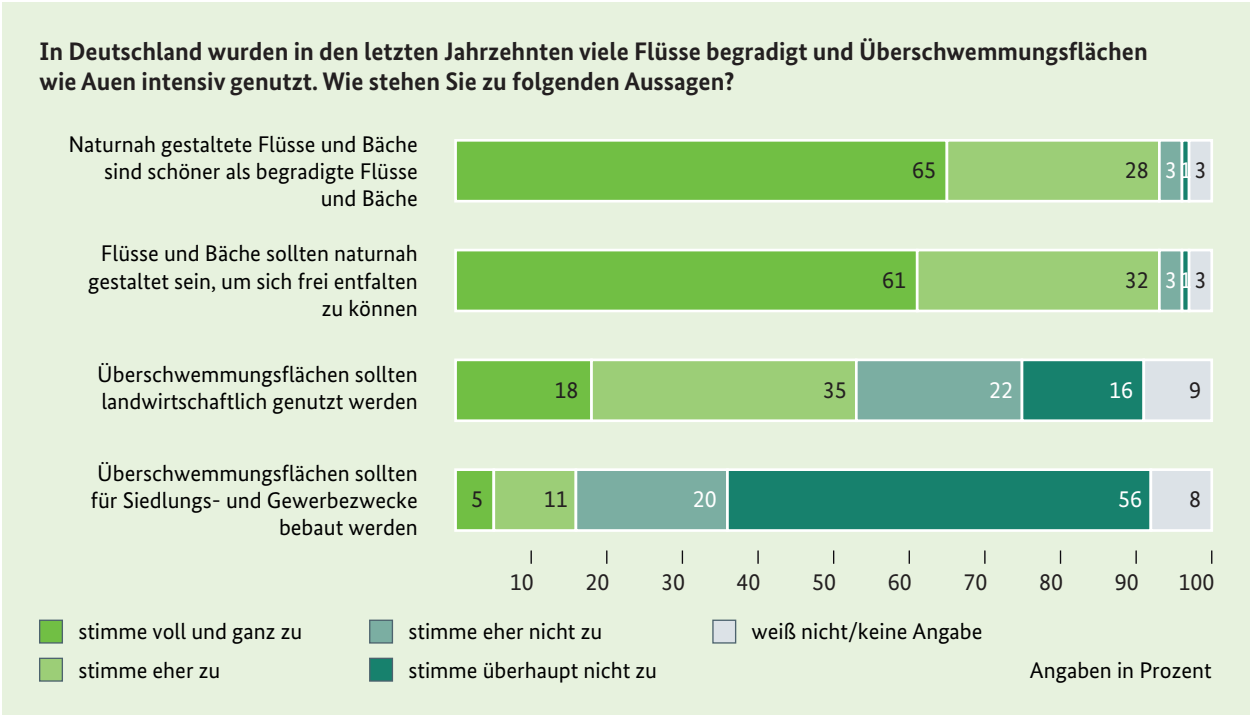
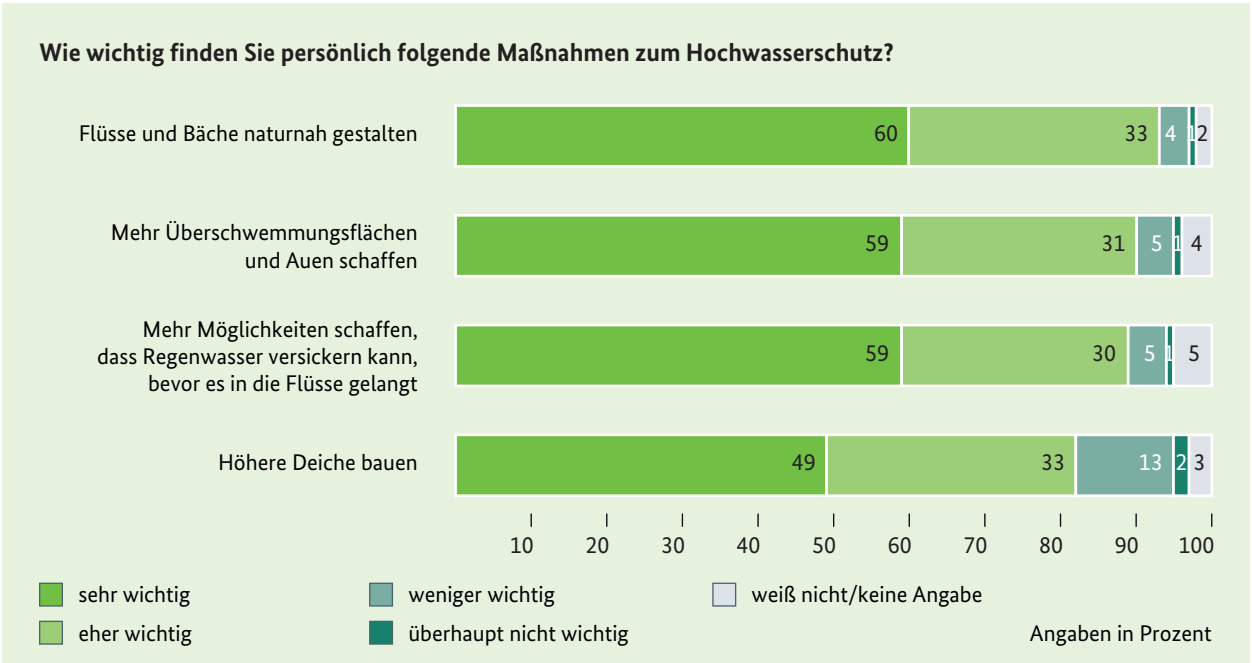


Abbildung 21: Gestaltung von Flüssen und Überschwemmungsflächen



frei entfalten können (siehe Abbildung 21). Wenn es um die Frage geht, ob Überschwemmungsflächen menschlich genutzt werden sollten, macht sich Zurückhaltung breit: Nur 18 Prozent der Befragten sind voll und ganz dafür, dass dies für landwirtschaftliche Zwecke erfolgt – und noch deutlich weniger sprechen sich für eine Nutzung zu Siedlungs- und Gewerbezwecken aus (5 Prozent). Es liegt nahe, dass das mit Überschwemmungen verbundene Risiko für Äcker geringer eingeschätzt wird als für Anwohner und Gewerbetreibende.

Abbildung 22: Zustimmung zu Hochwasserschutz-Maßnahmen



Naturnahe Hochwasserschutzmaßnahmen finden mehr Zustimmung als technische

Öffnet man die Perspektive und fragt nach der Wichtigkeit verschiedener Hochwasserschutzmaßnahmen, dann erhalten naturnahe Maßnahmen höhere Zustimmungswerte als der technische Hochwasserschutz (siehe Abbildung 22): 60 Prozent finden die naturnahe Gestaltung von Bächen und Flüssen sehr wichtig, 59 Prozent die Schaffung von Überschwemmungsflächen und Auen und ebenfalls 59 Prozent die Schaffung von Flächen der Regenwasserversickerung. Der Bau höherer Deiche wird von 49 Prozent der Bürgerinnen und Bürger als sehr wichtig erachtet. Dieses Ergebnis zeigt, dass in den Augen der Bevölkerung der Naturschutz eine aktive und in verschiedener Hinsicht (Ästhetik, Ökologie) konstruktive Rolle beim Hochwasserschutz spielt.

4.2 Energiewende und erneuerbare Energien

Wie in der Vorgängerstudie von 2011 (vergleiche Wissenschaftlicher Abschlussbericht, Kleinhückelkotten und Neitzke 2012) wird auch in der vorliegenden Naturbewusstseinsstudie nach den Einstellungen zur Energiewende gefragt. Vor zwei Jahren war dies ein hochaktuelles Thema, weil die Bundesregierung damals in Reaktion auf die Reaktorkatastrophe von Fukushima den Ausstieg aus der Kernenergienutzung und den forcierten Ausbau erneuerbarer Energien beschlossen hatte. Mittlerweile hat die Ende 2013 gebildete Regierung aus CDU und SPD neue Gesetzesvorhaben zur Reform des gesetzlichen Rahmens der Energiewende angekündigt, deren grundsätzliche Zielstellung aber bekräftigt.

Die Energiewende ist aus vielfältigen Gründen ein Thema für den Naturschutz. Ganz allgemein gilt, dass die geplante Substitution fossiler Brennstoffe durch erneuerbare Energien den Ausstoß des Treibhausgases Kohlendioxid (CO_2) vermindert und damit ein Schlüsselbeitrag zum Schutz des Klimas vor globaler Erwärmung ist. Da der Klimawandel eine in Zukunft noch zunehmende Bedrohung der Artenvielfalt darstellt, ist die Energiewende im Grundsatz auch ein Beitrag zum Naturschutz. Auf der anderen Seite zeigen viele Proteste gegen einzelne Projekte der Energiewende – beispielsweise Windkraftanlagen oder Übertragungsnetze für Strom –, dass Bürgerinnen und Bürger sich um die Auswirkungen solcher Projekte auf den Naturhaushalt und das Landschaftsbild sorgen.

Von daher ist es interessant zu wissen, was die deutsche Bevölkerung aktuell zur Energiewende denkt und wie sie deren Wirkungen auf Natur und die Ziele des Naturschutzes bewertet. Neben der grundsätzlichen Einstellung dazu, geht es dabei vor allem um bestimmte landschaftliche Elemente und einzelne erneuerbare Energien. Die Ergebnisse sind nicht nur für den Naturschutz, sondern auch für die Energie- und Klimapolitik relevant.

Die Mehrheit befürwortet die Energiewende

Auch im Jahr 2013 ist die Zustimmung zur Energiewende hoch: 56 Prozent der Befragten halten sie für richtig, 10 Prozent halten sie nicht für richtig und 30 Prozent sind unentschieden (siehe Abbildung 23). Im Vergleich zur Befragung 2011 fällt allerdings auf, dass die Zustimmung merklich abgenommen hat: Damals waren noch 63 Prozent für den Ausbau erneuerbarer Energien. Verantwortlich dafür ist höchstwahrschein-

Abbildung 23: Zustimmung zur Energiewende im Zeitvergleich

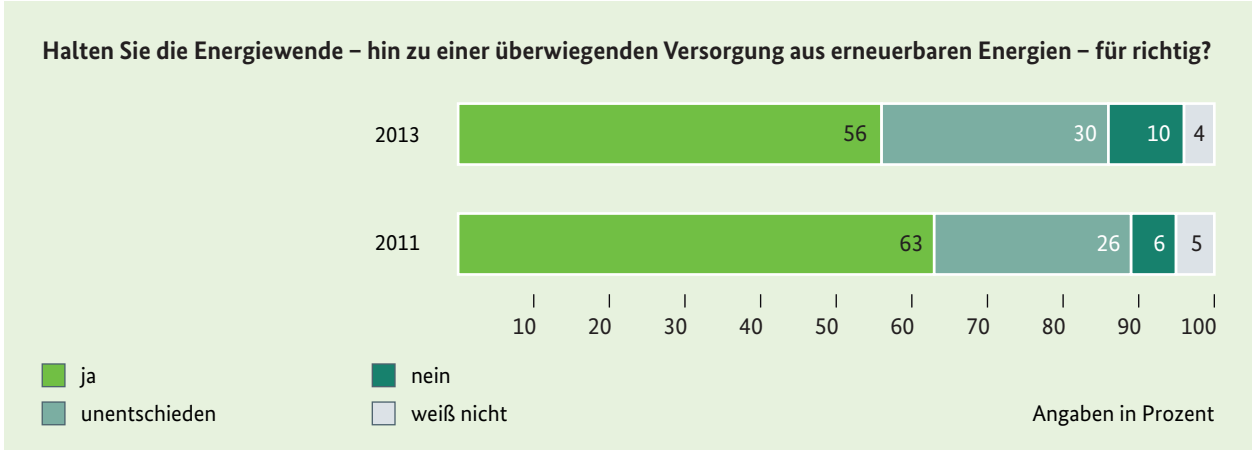
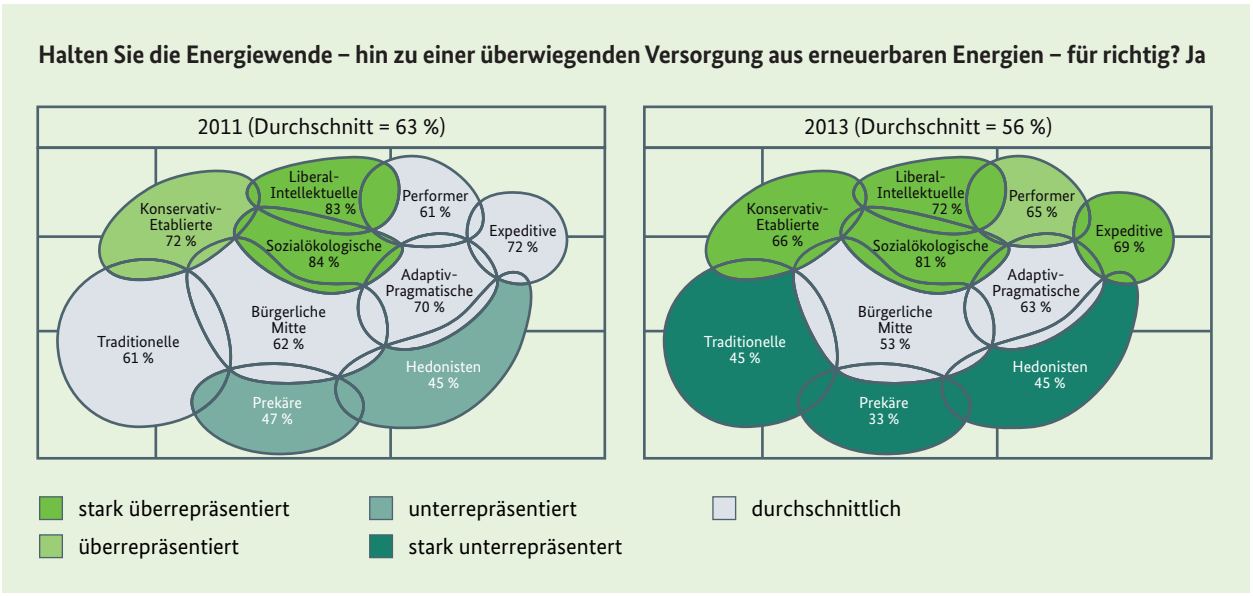


Abbildung 24: Zustimmung zur Energiewende nach Sinus-Milieus 2011 und 2013 im Vergleich



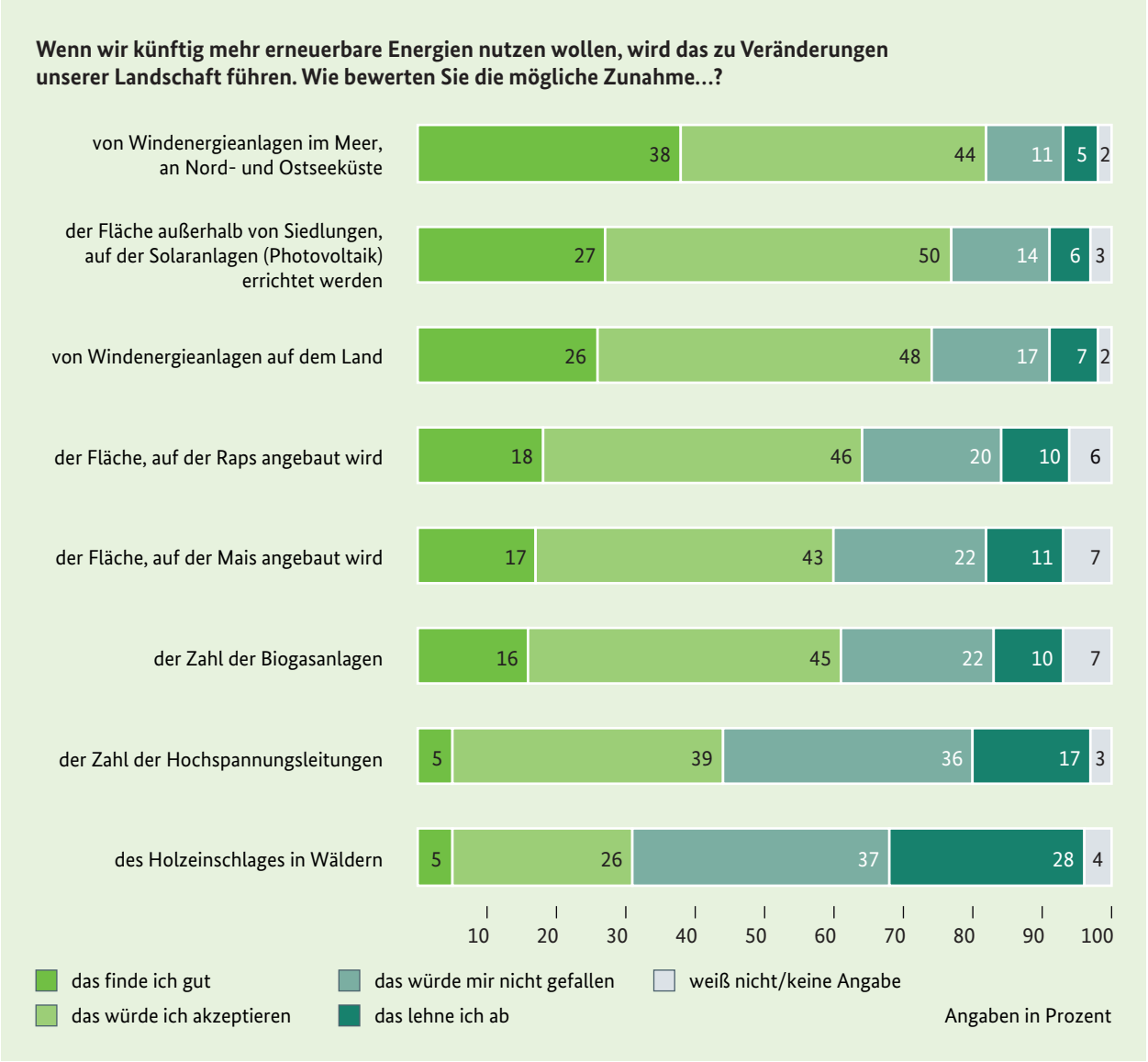
lich, dass es im Jahr der Befragung – 2013 – eine auch in den Wahlkampf hinein reichende Diskussion um die weitere Förderung der erneuerbaren Energien gegeben hat. Insbesondere das Instrument des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG) wurde angesichts steigender Strompreise heftig diskutiert – so wurde zum Beispiel im Rahmen einer bundesweiten Kampagne von EEG-Gegnern seine Abschaffung aus Kosten- und Effizienzgründen gefordert. Diese Debatte hat offensichtlich eine Wirkung auf die Einstellung der Bevölkerung zur Energiewende überhaupt gehabt, konnte aber die immer noch vorhandene mehrheitliche Unterstützung nicht „kippen".

Das Bild fällt differenzierter aus, wenn man die soziodemographischen Merkmale betrachtet. Die Energiewende scheint kein „Gender-Thema" zu sein, das heißt Männer und Frauen bewerten sie in etwa gleich. Aber sie ist ein Alters-, ein Bildungs- und ein Einkommensthema. Vor allem Jüngere (unter 29) und formal höher Gebildete sind eher dafür. Die Zustimmung fällt auch bei Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 3.500 Euro monatlich aufwärts deutlich höher aus als bei einem Einkommen zwischen 1.000 und unter 2.000 Euro. Das deutet darauf hin, dass die vor allem unter Kostenaspekten geführte EEG-Debatte des Jahres 2013 sich besonders auf die Einstellung von Personen mit geringem Einkommen ausgewirkt hat.

Die Befürwortung der Energiewende ist nicht mehr eine Frage des Lebensstils, sondern vielmehr zu einer Frage der sozialen Lage geworden

Die These, dass die Kostendebatte die Einstellung zur Energiewende maßgeblich beeinflusst hat, bestätigt auch ein Blick auf die Milieulandschaft (siehe Abbildung 24). Es zeigt sich ein klarer Oben-Unten-Unterschied: Die gehobenen sozialen Milieus stimmen der Energiewende überdurchschnittlich häufig zu, die sozial schwächer gestellten seltener. Der „harte Kern" der Befürworter findet sich im Sozialökologischen Milieu (81 Prozent), die geringste Zustimmung bei den Prekären (33 Prozent). Im Vergleich zur Vorgängerstudie zeigt sich damit, dass die Zustimmung zur Energiewende 2013 zu einer Schichtangelegenheit geworden ist. 2011 hingegen war die Zustimmung zur Energiewende eine Lebensstilfrage, es zeigte sich eine ähnliche Verteilung wie bei vielen Fragen zum Naturschutz. Die Sozialökologischen und Liberal-Intellektuellen haben die Energiewende stärker befürwortet, auch die Konservativ-Etablierten waren leicht überrepräsentiert. Die wenig an Natur interessierten Hedonisten und Prekären waren schon 2011 deutlich weniger positiv eingestellt. Auffällig sind 2013 die Neubewertung der Energiewende im Milieu der Liberal-Intellektuellen (trotz weiterhin hoher Zustimmung) sowie die Verluste an Befürwortern in den Milieus der Adaptiv-Pragmatischen, Traditionellen und der Bürgerlichen Mitte, die den „Anker" neu gesetzt haben. Damit ist die Energiewende gleichzeitig zu einer Frage der sozialen Gerechtigkeit geworden.

Abbildung 25: Akzeptanz landschaftsverändernder Maßnahmen zur Erzeugung erneuerbarer Energien



Landschaftsveränderungen durch die Energiewende werden unterschiedlich bewertet

Trotz der generellen Zustimmung zur Energiewende bestehen bei Vielen Bedenken hinsichtlich der Auswirkungen auf die Landschaft beziehungsweise das Landschaftsbild. Daher wurde als Nächstes danach gefragt, wie die mögliche Zunahme bestimmter Energietechnologien in dieser Hinsicht bewertet wird (siehe Abbildung 25). Dabei wurde zwischen Zustimmung („das finde ich gut“) und Akzeptanz („das würde ich akzeptieren“) unterschieden, aber auch zwischen Nicht-Gefallen („das würde mir nicht gefallen“) und Ablehnung („das lehne ich ab“). Diese Unterscheidungen sind nicht nur mit Blick auf Einstellungsdifferenzen wichtig, sondern sagen möglicherweise auch etwas über die Mobilisierungsfähigkeit von Unterstützung beziehungsweise Protest aus.

Die höchste Unterstützung (38 Prozent) und eine sehr hohe Akzeptanz (44 Prozent) erfährt der Ausbau von Offshore-Windanlagen. Nur 11 Prozent äußern Nicht-Gefallen und 5 Prozent sind dagegen. Gegenüber 2011 ist die Unterstützung allerdings von 47 Prozent um 9 Prozentpunkte deutlich gesunken. Flächensolaranlagen (zum Beispiel Photovoltaik) auf dem Land unterstützen 27 Prozent und weitere 50 Prozent akzeptieren den Ausbau. 14 Prozent finden diesen nicht gut und 6 Prozent sind dagegen. Auch hier hat die Unterstützung in den letzten zwei Jahren signifikant abgenommen

(2011: 32 Prozent „das finde ich gut“). Der Windenergieausbau auf dem Land wird von 26 Prozent unterstützt und von 48 Prozent akzeptiert; 17 Prozent finden ihn nicht gut, 7 Prozent sind dagegen. In der Vorgängerstudie waren es 28 Prozent, welche die mögliche Zunahme von Windenergieanlagen auf dem Land für gut befunden haben. Zwar erscheint dieser Unterschied nicht groß, werden sämtliche Kategorien miteinander verglichen, ist die aktuelle Unterstützung dennoch signifikant gesunken (im Vergleich zu 2011: „das würde ich akzeptieren“: 51 Prozent, „das würde mir nicht gefallen“: 14 Prozent, „das lehne ich ab“: 5 Prozent, „weiß nicht / keine Ahnung“: 2 Prozent).

Die Ausweitung von Flächen für Energiepflanzen (Raps, Mais) wird immer noch von einer Mehrheit unterstützt oder akzeptiert, aber mit 30 Prozent (Raps) oder 33 Prozent (Mais) an Nicht-Akzeptanz (Antwortstufen „das würde mir nicht gefallen“ und „das lehne ich ab“ zusammen betrachtet) kommt hier schon ein recht deutlicher Vorbehalt zum Ausdruck – womöglich auch aufgrund der in den letzten Jahren öffentlichen Diskussion um „Tank oder Teller“ sowie um großflächigen Anbau von Mais in der Landschaft. Die Sympathie der Bürgerinnen und Bürger gegenüber dem Mais- und Rapsanbau hat sich in den letzten zwei Jahren aber nicht signifikant verändert.

Der Ausbau von Biogasanlagen passt von den Verhältnissen ebenfalls in dieses Bild. Hier ist die Zustimmung auch gesunken (2011:„das finde ich gut“: 18 Prozent,„das würde ich akzeptieren“: 50 Prozent, „das würde mir nicht gefallen“: 19 Prozent, „das lehne ich ab“: 6 Prozent, „weiß nicht / keine Ahnung“: 7 Prozent).

Beim Ausbau von Hochspannungsleitungen kippt das Bild: Die Vorbehalte (53 Prozent insgesamt) überwiegen die positive Einstellung (44 Prozent insgesamt). Innerhalb der letzten zwei Jahre sind keine signifikanten Änderungen bezüglich der Einstellungen zu Hochspannungsleitungen feststellbar.

Vermehrter Holzeinschlag in deutschen Wäldern zur Deckung des Energiebedarfs schließlich wird nur von einer Minderheit gut gefunden oder akzeptiert (31 Prozent), während eine klare Mehrheit (65 Prozent) dagegen ist. Auch bezüglich dieser Energiequelle hat die Skepsis der Bevölkerung in den letzten zwei Jahren zugenommen (2011: „das finde ich gut“: 4 Prozent, „das würde ich akzeptieren“: 31 Prozent, „das würde mir nicht gefallen“: 37 Prozent, „das lehne ich ab“: 23 Prozent, „weiß nicht / keine Ahnung“: 5 Prozent).

Jüngere und Gutgebildete befürworten die erneuerbaren Energien stärker

Die soziodemographischen Daten geben für alle hier abgefragten Energietechnologien mehr oder weniger das gleiche Bild: Mit steigendem Alter nimmt die Zustimmung ab. So sind 32 Prozent der unter 29-Jährigen dafür, dass Windkraft an Land ausgebaut wird, während es bei den über 66-Jährigen nur 20 Prozent sind; Biogasanlagen befürworten 18 Prozent der unter 29-Jährigen, aber nur 14 Prozent der über 66-Jährigen. Bei Holzeinschlag und Hochspannungsleitungen spielt das Alter keine Rolle. Auch mit steigender Formalbildung nimmt die Zustimmung zum Ausbau erneuerbarer Energien zu: On-shore Wind wird von 23 Prozent der formal niedrig Gebildeten befürwortet, aber von 30 Prozent der höher Gebildeten. Allerdings spielen Bildungsunterschiede bei Holzeinschlag, Netzausbau und Biomasseausbau kaum eine Rolle. Einkommen und Geschlecht spielen insgesamt keine nennenswerte Rolle.

Diese Zahlen ergeben ein Bild der Zustimmung zum Ausbau von einzelnen Technologien im Spektrum der erneuerbaren Energien. Sie sind aber nur bedingt als Akzeptanzwerte für konkrete Projekte interpretierbar, da dafür die spezifischen Vor-Ort-Bedingungen und die mögliche (wahrgenommene) Betroffenheit in Betracht kommen, die in dieser allgemeinen Befragung nicht berücksichtigt werden konnten. Außerdem muss beachtet werden, dass auch eine quantitativ relativ kleine Gruppe von Ablehnern (zum Beispiel 7 Prozent im Falle von Windkraft an Land) im politischen Prozess, bei Genehmigungsverfahren und in den (lokalen) Massenmedien eine durchaus wahrnehmbare Oppositionswirkung entfalten können.

4.3 Naturverträglicher Konsum

Als letzter Aspekt dieses Kapitels wird der naturverträgliche Konsum angesprochen. Naturverträglichkeit fokussiert im Rahmen des nachhaltigen Konsums auf eine Form des Kaufens und Verbrauchens, die auf die Unversehrtheit der Natur achtet und darauf zielt, dass – trotz des Konsums – die biologische Vielfalt auch für die zukünftigen Generationen weitestgehend unbeschadet erhalten bleibt. Durch naturverträglichen Konsum besteht eine für die Bevölkerung im Alltagsleben direkt relevante Handlungsmöglichkeit für eine nachhaltige Nutzung der Natur. Der Terminus „naturverträglicher Konsum“ steht dabei in der alltäglichen Lebenswelt der Verbraucherinnen und Verbraucher

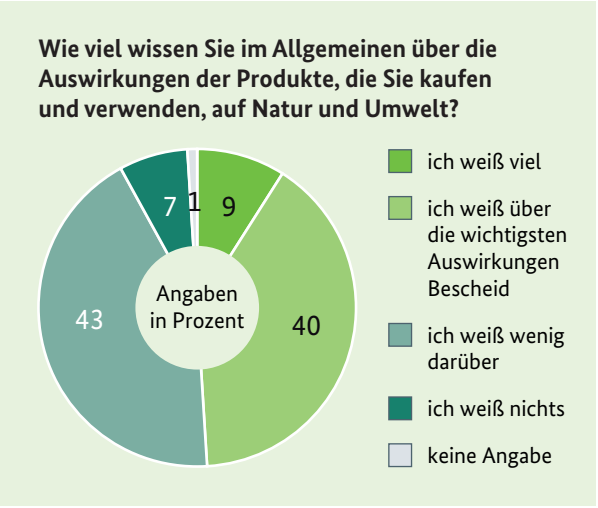
neben Begriffen wie „umweltfreundlicher Konsum“, „ökologischer Konsum“ oder „nachhaltiger Konsum“. Naturvertäglicher Konsum wird hier als nachhaltiger Konsum in Bezug zur biologischen Vielfalt verstanden.

Die Hälfte weiß über die Auswirkungen des Konsums auf die Natur Bescheid

Als Erstes wurde im Rahmen dieser Studie danach gefragt, wie viel die Menschen über die Auswirkungen der Produkte auf Natur beziehungsweise Umwelt wissen. Denn ohne ein wie auch immer detailliertes Wissen über diese Auswirkungen haben Konsumentinnen und Konsumenten auch keinen Anlass beziehungsweise keine konkreten Hinweise darauf, ob und gegebenenfalls wie das eigene Kauf- und Nutzungsverhalten zu ändern wäre.

Die Antwort auf diese Frage ergibt ein gespaltenes Bild: Mit 49 Prozent meint fast die Hälfte der Befragten viel oder doch das Wichtigste zu den Natur- und Umweltauswirkungen der konsumierten Produkte zu wissen, während 50 Prozent sich gegenteilig positionieren (siehe Abbildung 26). Hierbei muss bedacht werden, dass das Eingeständnis des Nichtwissens über einen Zusammenhang stets eine gewisse Überwindung kostet, so dass der Anteil derer, die über kein (hinreichendes) Wissen verfügen, eher etwas größer sein dürfte. Insgesamt deutet dieser Befund auf ein klares Informationsdefizit in Bezug auf Natur- und Umweltwirkungen des Konsums hin. Dies gilt insbesondere für Personen mit niedrigerer formaler Bildung und geringeren Einkommen.

Abbildung 26: Wissen über die Naturverträglichkeit von Produkten



Milchprodukte sowie Obst und Gemüse werden häufiger aus ökologischer Landwirtschaft gekauft als Fleisch

Um das Kaufverhalten zu erfassen, wurde danach gefragt, welche naturverträglichen Produkte im letzten Monat tatsächlich gekauft wurden. Dafür wurden den Befragten drei exemplarische Produktkategorien zur Beantwortung vorgelegt: tierische Produkte aus ökologischer Landwirtschaft (zum Beispiel Bio-Milch oder Bio-Eier), biologisch angebautes Obst und Gemüse sowie Bio-Fleisch. Diese Produkte sind allgemein bekannt, spielen beim täglichen Einkauf eine wichtige Rolle und sind auch vielerorts in Bio-Varianten (zum Beispiel ausgezeichnet mit dem Biosiegel) verfügbar.

Abbildung 27: Kauf von naturverträglichen Produkten

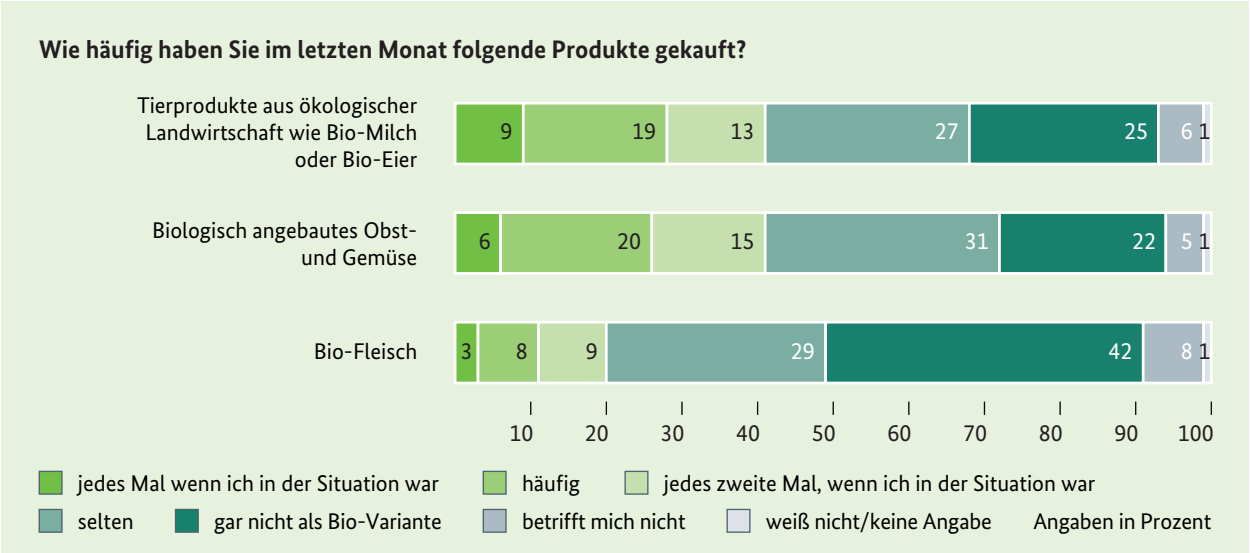


Tabelle 13: Kauf von naturverträglichen Produkten nach soziodemographischen Merkmalen

Wie häufig haben Sie im letzten Monat folgende Produkte gekauft?

mind. jedes zweite Mal Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Alter Jahre				Bildung			Haushaltsnettoeinkommen (€)			
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch	bis 999	1.000 bis 1.999	2.000 bis 3.499	3.500 und meht
Tierprodukte aus ökologischer Landwirtschaft wie Bio-Milch oder Bio-Eier	41	36	45	31	44	42	41	31	41	55	25	36	43	52
Biologisch angebautes Obst- und Gemüse	41	35	48	32	46	42	42	31	44	55	23	37	48	49
Bio-Fleisch	20	16	23	14	22	20	21	14	21	29	8	16	22	28

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Die Antwortkategorien sehen neben der abgestuften Häufigkeit aber auch die Möglichkeit vor, dass Befragte in ihrer Einkaufssituation keine Bio-Varianten vorfanden oder dass sie eine Kategorie überhaupt nicht konsumieren (zum Beispiel Bio-Fleisch bei Vegetariern).

Am häufigsten wurden Tierprodukte aus ökologischer Landwirtschaft (Eier, Milch) „jedes Mal" gekauft (9 Prozent aller Befragten), gefolgt von biologisch angebautem Obst und Gemüse (6 Prozent) und Bio-Fleisch (3 Prozent). Dieses Muster setzt sich auch für die Antwortkategorien „häufig" und „jedes zweite Mal" fort (siehe Abbildung 27).

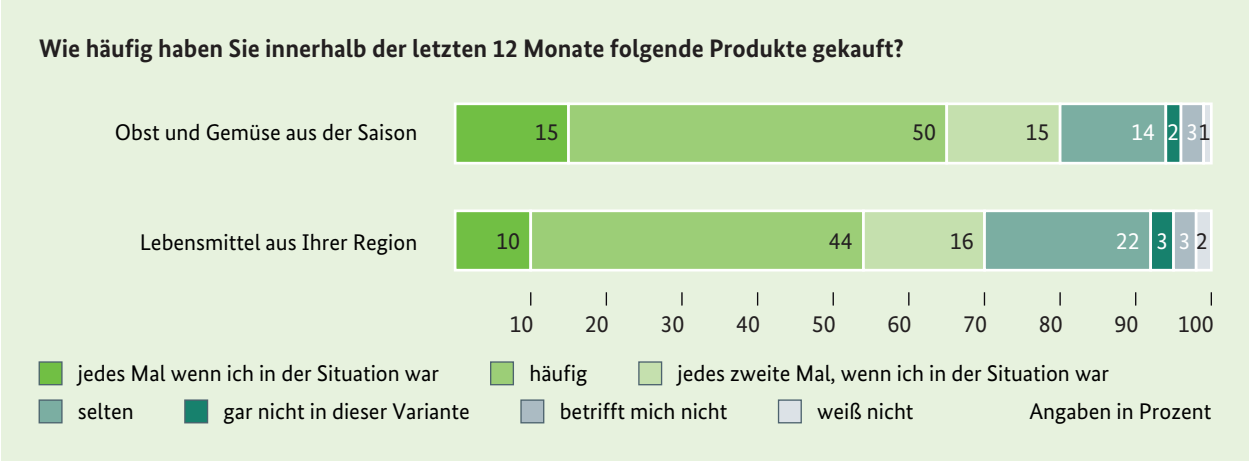
Es zeigen sich klare Unterschiede bei der Differenzierung nach soziodemographischen Merkmalen (siehe Tabelle 13). Als Grundlage diente dabei die Antwortvorgabe mindestens jedes zweite Mal („jedes Mal, wenn ich in der Situation war", „häufig" und „jedes zweite Mal, wenn ich in der Situation war"). Durchgängig kaufen Männer deutlich seltener Bio-Produkte als Frauen. Formal einfach gebildete Personen kaufen ebenfalls deutlich seltener Produkte aus biologischer Landwirtschaft. Ähnliches gilt auch für die unter 29-Jährigen. Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.000 Euro kaufen sämtliche hier abgefragten naturverträglichen Produkte seltener. In Verbindung mit dem bereits festgestellten Informationsdefizit bezüglich der Auswirkungen von Produkten auf Natur und Umwelt deutet der relativ geringe Anteil der Bio-Käuferinnen und -Käufer darauf hin, dass neben der verbesserten Information auch die Angebotspalette erweitert und die Preisdifferenz abgebaut werden sollte.

Saisonal wird mehr gekauft als regional

Die nächste Frage dreht sich um das Thema der Regionalität und Saisonalität von Lebensmitteln – im letzten Fall wieder Obst und Gemüse. Dabei zeigt sich, dass saisonales Obst und Gemüse deutlich stärker im Konsumverhalten verankert zu sein scheinen: 15 Prozent gaben an, „jedes Mal" in der Einkaufssituation diese Produkte zu kaufen und weitere 50 Prozent tun dies „häufig". Regionale Lebensmittel kaufen 10 Prozent „jedes Mal" und weitere 44 Prozent „häufig". Nur eine Minderheit kauft „selten" saisonale (14 Prozent) oder regionale (22 Prozent) Produkte (siehe Abbildung 28).

Betrachtet man bei dieser Frage die Subgruppen (siehe Tabelle 14), fällt auf, dass zwar auch hier – wie im Falle der Bio-Produkte – Frauen häufiger als Männer die naturverträgliche Variante wählen. Und ähnlich wie oben sind auch die formal höher Gebildeten eher dazu bereit. Aber anders als beim Bio-Produkt, wo die

Abbildung 28: Kauf von saisonalen und regionalen Produkten



Altersgruppe der 30-bis 49-Jährigen (etwas) überrepräsentiert war, sind es hier vor allem die Älteren, die öfter naturverträglich konsumieren – besonders das Thema Regionalität liegt dem Personenkreis der über 50-Jährigen stärker am Herzen. Interessant ist auch, dass weder bei regionalen noch bei saisonalen Produkten die Einkommensverhältnisse der Befragten eine besondere Rolle zu spielen scheinen – ganz anders als im Falle von Bio-Produkten. Daraus könnte sich für den Naturschutz der strategische Ansatzpunkt ergeben, die Verbindungen zwischen dem eigenen Anliegen und den Themen Regionalität und Saisonalität weiter auszubauen, stoßen diese doch zumindest nicht auf das Hindernis der Einkommensunterschiede.

Papierprodukte aus Recyclingmaterial sind weit verbreitet

Naturverträglicher Konsum umfasst mehr als Lebensmittel. Um zu ermitteln, bei welchen Produkten und Dienstleistungen die Konsumentinnen und Konsumenten die naturschonende Variante wählen, wurden fünf davon ausgewählt (Papier, Kosmetik, Reisen, Holzmöbel, Textilien) und danach gefragt, ob diese bei den letzten drei Käufen gewählt wurde (siehe Abbildung 29).

Dabei zeigt sich, dass in der Produktkategorie Toilettenpapier und Taschentücher eine deutliche Mehrheit aller Konsumierenden mindestens ein Mal bei den letzten drei Einkäufen die naturschonendere Variante (hier: Recyclingpapier) gewählt hat; nur 30 Prozent

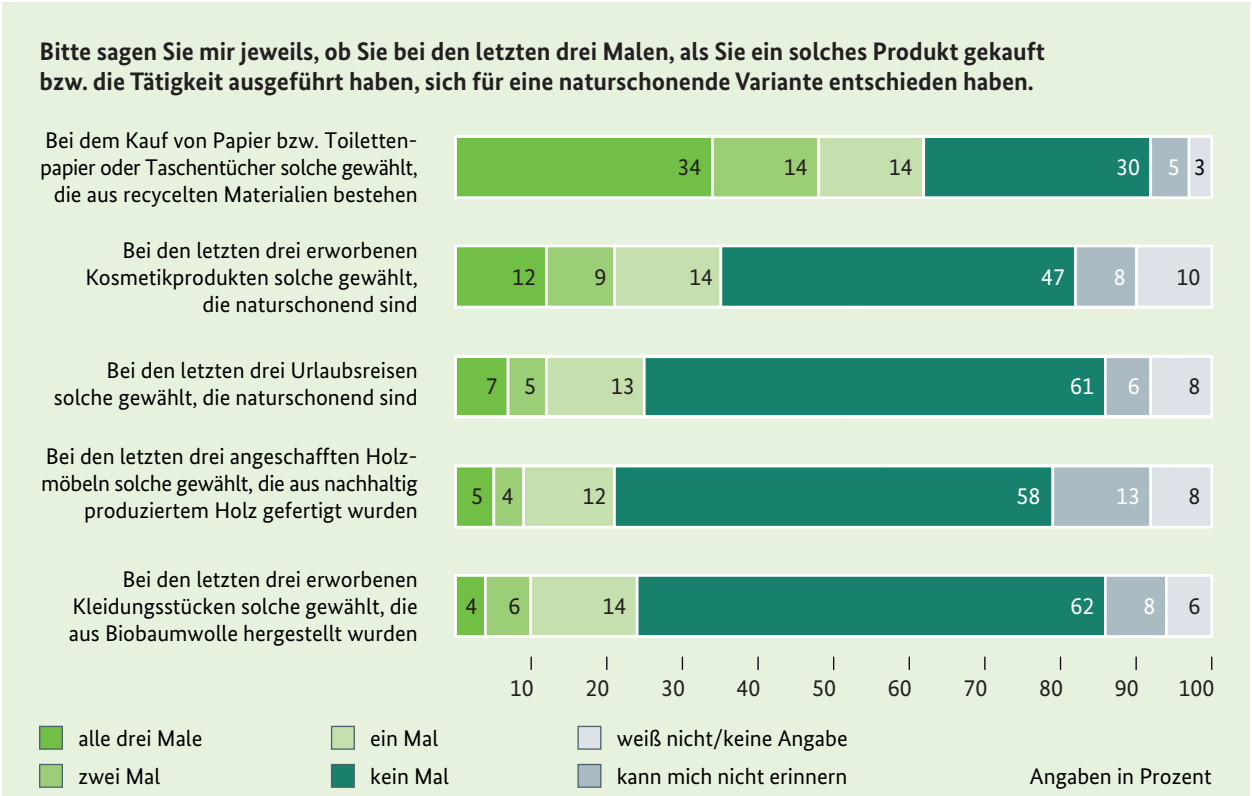
Tabelle 14: Kauf von naturverträglichen Produkten aus der Region und der Saison nach soziodemographischen Merkmalen

Wie häufig haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate folgende Produkte gekauft?

mind. jedes zweite Mal	Durch-schnitt	Geschlecht		Alter Jahre				Bildung			Haushaltsnettoeinkommen (€)			
Angaben in Prozent		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch	bis 999	1.000 bis 1.999	2.000 bis 3.499	3.500 und meht
Obst und Gemüse aus der Saison	80	74	86	70	82	81	84	77	80	86	79	78	82	83
Lebensmittel aus Ihrer Region	70	65	75	53	70	75	77	66	72	75	66	70	71	75

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Abbildung 29: Entscheidung für naturschonende Produkte und Tätigkeiten



gaben an, kein einziges Mal danach gegriffen zu haben. Vermutlich dürfte hierbei eine Rolle spielen, dass die Produktkennzeichnung „Blauer Engel", die seit 1978 vergeben wird, häufig gerade auf dieser Produktgruppe vertreten und dort auch besonders gut sichtbar ist.[15] Kosmetikprodukte sind die zweite Produktgruppe, bei der relativ viele Konsumentinnen und Konsumenten sich für eine naturschonende Variante entschieden haben, allerdings mit deutlich geringerer Kaufhäufigkeit als bei den Papierprodukten (12 Prozent „alle drei Male" im Vergleich zu 34 Prozent). An dritter Stelle steht dann die Urlaubsreise (7 Prozent „alle drei Male"), Möbel aus nachhaltig produziertem Holz (5 Prozent) und Kleidung aus Biobaumwolle (4 Prozent). Bei diesen drei zuletzt genannten Produkten gibt jeweils eine Mehrheit der Befragten an, kein Mal eine naturschonende Variante gewählt zu haben.

Ein Blick auf die Soziodemographie bei dieser Frage zeigt, dass es deutliche Unterschiede bei den Produktgruppen gibt. Papierprodukte werden nur von Jüngeren (unter 29 Jahre) und Personen mit niedriger formaler Bildung etwas weniger häufig in naturschonender Variante gekauft (Antwortkategorie: „alle drei Male"). Bei Urlaubsreisen sind es Männer, Jüngere und Personen mit niedrigeren Bildungsabschlüssen, die sich häufiger bei den letzten drei Gelegenheiten nie für sie entschieden haben. Der Kauf von Kleidungsstücken aus Biobaumwolle und von naturschonenden Kosmetikprodukten ist in erster Linie eine Frage des Geschlechts (Frauen sind deutlich überrepräsentiert) sowie der Bildung (höhere Bildung überrepräsentiert), während bei Möbeln das Geschlecht keine Rolle spielt. Hier sind Bildung und Einkommen die wichtigeren Faktoren.

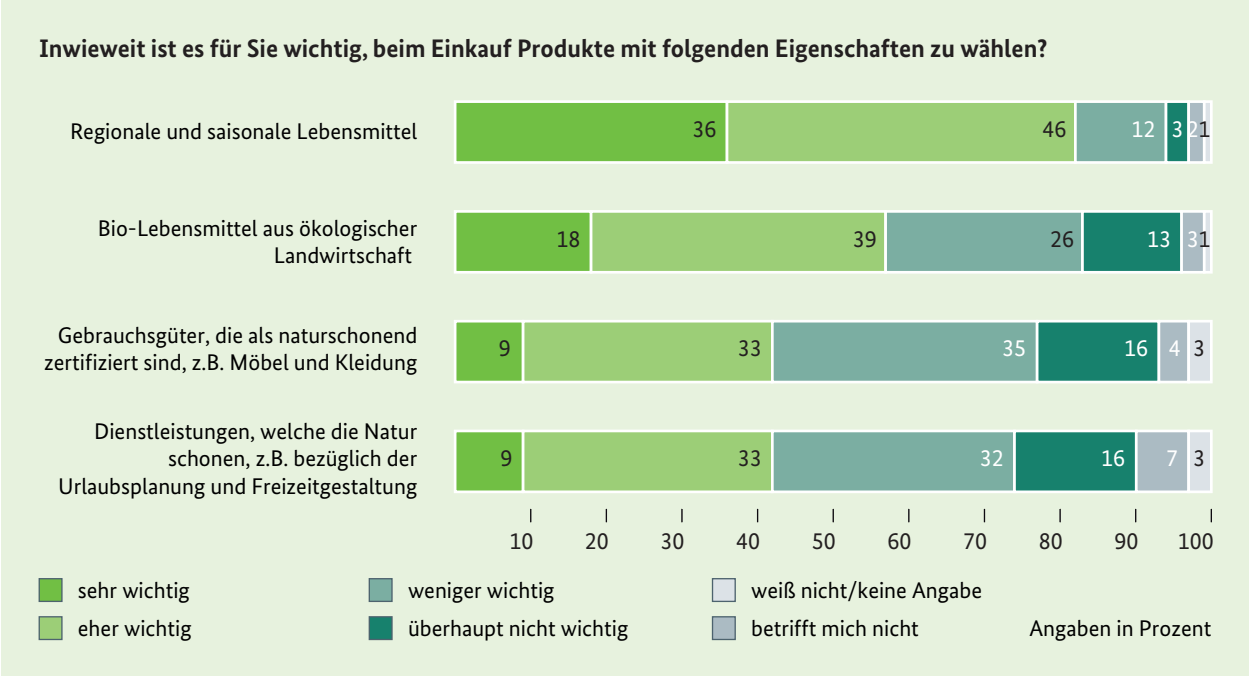
15 Viele Menschen verbinden umgekehrt mit dem Blauen Engel speziell das Thema Recyclingpapier (Stieß et al. 2013).

Regionalität und Saisonalität sind wichtiger als Bio

Als nächstes wurde nach der persönlichen Relevanz von natur- und umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen beim Kauf gefragt (siehe Abbildung 30). Während die vorige Frage auf das tatsächliche Kaufverhalten (selbstberichtet) abstellt, geht es hier um die Wichtigkeit des Kaufkriteriums.

Dabei zeigt sich, dass Regionalität und Saisonalität – noch vor dem Aspekt Bio-Lebensmittel – als persönlich „sehr wichtig" für den Einkauf angegeben werden (36 Prozent vor 18 Prozent, höchste Zustimmungsstufe). Naturschonend zertifizierte Gebrauchsgüter (als

Abbildung 30: Bedeutung des naturschonenden Konsums



Beispielproduktgruppen wurden Möbel und Kleidung genannt) spielen eine geringere Rolle, gleiches gilt für naturschonende Dienstleistungen, zum Beispiel bei der Urlaubsplanung (jeweils 9 Prozent).

Bei der persönlichen Relevanz spielt der Bildungsabschluss eine wichtige Rolle (siehe Tabelle 15): Je höher die formale Bildung, desto höher die Relevanz der naturschonenden Variante – dies gilt für alle Produktkategorien. Bei Bio-Lebensmitteln spielt zudem das Haushaltsnettoeinkommen eine entscheidende Rolle: Je höher das Einkommen, desto wichtiger das Natur-Kriterium. Frauen achten eher auf naturschonende Produkteigenschaften als Männer, außer bei Dienstleistungen.

Knapp die Hälfte sieht Einflussmöglichkeiten durch naturverträglichen Konsum

Neben der Relevanz ökologischer Kriterien ist es für das naturverträgliche Konsumverhalten noch wichtig, ob die eigene Konsumentscheidung als wirksam angesehen wird, ihr also auch ein Effekt auf systemischer Ebene zugeschrieben wird beziehungsweise Auswirkungen auf Natur und biologische Vielfalt gesehen werden. Die Psychologie spricht hier von Selbstwirksamkeitserwartung (Bandura 1977). Im Kontext der Naturbewusstseinsstudie wurden dabei zwei Aspekte abgefragt: Die Einschätzung der Auswirkungen des eigenen Konsumverhaltens auf die Natur und sein Effekt auf das Sortiment des Handels.

49 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher stimmen der Aussage zu, dass sie der Natur durch den Kauf naturverträglicher Produkte nicht wirklich helfen können, 46 Prozent lehnen diese Aussage ab. Eine knappe Mehrheit ist also skeptisch hinsichtlich der Wirkmächtigkeit des eigenen Konsums für die Erhaltung der Natur, gleichwohl ist der Anteil derjenigen, die eine solche Wirkung annehmen, durchaus beachtlich.

42 Prozent der Konsumierenden halten es für zutreffend, dass ihr naturfreundliches Kaufverhalten die Sortimentsgestaltung ihres Supermarktes beeinflusst, während 53 Prozent das nicht glauben. Das Ergebnis ist strukturell dem der vorherigen Frage vergleichbar. Vergleichbar ist auch der Einfluss der Merkmale Geschlecht und Bildung: Frauen veranschlagen sowohl ihren Einfluss auf das Sortiment als auch auf den Erhalt der Natur durchweg höher als Männer, und formal einfach Gebildete schätzen ihren Einfluss in beiden Fällen geringer ein (siehe Tabelle 16).

Die nachfolgenden Fragen beziehen sich darauf, für wie aufwändig die Verbraucherinnen und Verbraucher den naturverträglichen Konsum halten. Dabei bezieht sich „Aufwand“ nicht allein auf die Kostenfrage, sondern umfasst auch Aspekte wie Zeit und Informationsbeschaffung.

Tabelle 15: Bedeutung des naturschonenden Konsums nach soziodemographischen Merkmalen

Inwieweit ist es für Sie wichtig, beim Einkauf Produkte mit folgenden Eigenschaften zu wählen?

sehr wichtig / eher wichtig Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Alter Jahre				Bildung			Haushaltsnettoeinkommen (€)			
		M	W	bis 29	30 bis 49	50 bis 65	über 65	niedrig	mittel	hoch	bis 999	1.000 bis 1.999	2.000 bis 3.499	3.500 und mehr
Regionale und saisonale Lebensmittel	82	78	85	73	83	82	86	79	79	88	77	81	82	84
Bio-Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft	57	52	61	50	61	55	58	49	56	70	41	53	60	67
Gebrauchsgüter, die als naturschonend zertifiziert sind, z.B. Möbel und Kleidung	42	38	46	39	44	43	40	36	43	51	33	37	46	46
Dienstleistungen, welche die Natur schonen, z.B. bezüglich der Urlaubsplanung und Freizeitgestaltung	42	39	44	38	42	42	43	34	44	50	39	40	45	40

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Naturverträglicher Konsum bedeutet für rund die Hälfte mehr Aufwand an Zeit, Geld und Wissen

Dass naturverträgliche Einkäufe nicht zeitaufwändiger sind als andere, sehen 53 Prozent der Konsumierenden, also eine knappe Mehrheit (siehe Abbildung 31). Sich die entsprechenden Produkte nicht leisten zu können, geben 42 Prozent an, 56 Prozent widersprechen dieser Aussage. Ebenfalls 42 Prozent stimmen der Aussage zu, dass der Kauf naturverträglicher Produkte aufgrund des Fehlens entsprechender Geschäfte in der Umgebung umständlich ist – 54 Prozent widersprechen hier. Und 41 Prozent finden es schließlich einfach zu entscheiden, welche Produkte naturverträglich sind, während dies 55 Prozent schwer fällt. Bei allen vier Antworten dieser Gruppe fällt allerdings der „harte Kern" derjenigen, die naturverträglichen Konsum wirklich einfach finden („trifft voll und ganz zu") eher gering aus – nur jede und jeder Fünfte bis Zehnte antwortet entsprechend. Als Kernprobleme dabei schälen sich die Frage der Entscheidbarkeit – also im weitesten Sinne die der Produktinformation – und der leichten Verfügbarkeit heraus, gefolgt von den ökonomischen Kosten und dem zusätzlichen Zeitaufwand, der damit in den Augen der Befragten verbunden ist.

Frauen sowie Personen mit einem hohen formalen Bildungsniveau finden es einfach zu entscheiden, welche Produkte naturverträglich sind. Auch sehen diese Subgruppen naturverträgliche Einkäufe häufiger nicht als zeitaufwändiger an als andere Einkäufe. Männer und Personen mit einem einfachen formalen Bildungsniveau tun sich bei der Identifikation naturverträglicher Produkte schwerer – vielleicht empfinden sie deshalb auch naturverträgliche Einkäufe als zeitintensiver (siehe Tabelle 17).

Das Kostenargument spielt bei naturschonenden Produkten eine große Rolle

Im Folgenden wurden einige Einstellungen zum naturverträglichen Konsum abgefragt. Als erstes wurde nach dem Preis gefragt. 77 Prozent stimmen der Aussage voll und ganz oder eher zu, dass natur-

Tabelle 16: Wahrgenommene Einflussmöglichkeiten durch naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

Trifft voll und ganz zu / trifft eher zu Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Ich glaube nicht, dass ich durch den Kauf von naturverträglichen Produkten wirklich der Natur helfen kann	49	52	46	56	51	37
Ich bin davon überzeugt, dass ich durch die konkrete Nachfrage von Produkten das Sortiment meines Supermarktes beeinflussen kann	42	39	45	34	42	55

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

verträgliche Produkte zu teuer verkauft werden, nur 21 Prozent finden das nicht (siehe Abbildung 32). Bei dieser Aussage „zu teuer" unterscheiden sich Männer und Frauen so gut wie nicht, wohl aber die Einkommensklassen (siehe Tabelle 18): Während über 80 Prozent der Personen mit einem Haushaltsnettoeinkommen bis 1.999 Euro der Aussage zustimmen, sind es bei höheren Einkommensstufen nur 73 Prozent. So erwartbar dieser Einkommenseffekt auf den Unterschied der Einschätzungen auch ist, es bleibt die Tatsache, dass auch rund drei Viertel der höheren Einkommensklassen in der vorliegenden Befragung naturverträgliche Produkte für überteuert halten. Dabei wurde die Phrasierung mit Absicht so gewählt, dass man sowohl „sind zu teuer" als auch „werden teurer verkauft als notwendig" unter der Antwortvorgabe verstehen konnte. Damit wird ein Problem für Hersteller und Handel deutlich: Wenn naturverträgliche Produkte oder Dienstleistungen teurer sind als ihre konventionellen Gegenstücke, dann besteht in den

Abbildung 31: Wahrnehmung des individuellen Aufwands für naturverträglichen Konsum

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

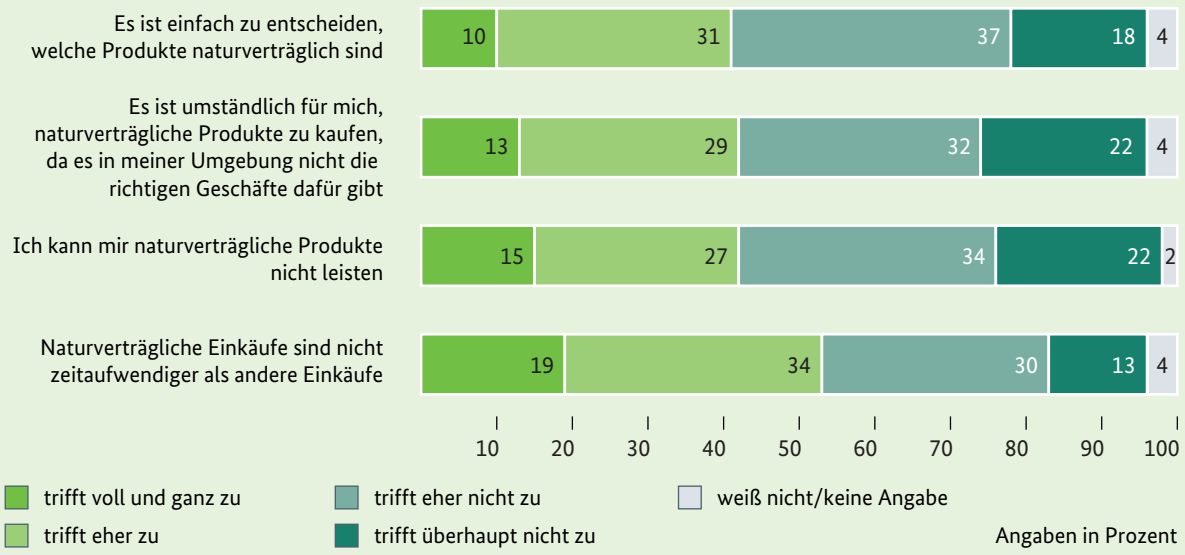


Tabelle 17: Wahrnehmung des individuellen Aufwands für naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

Trifft voll und ganz zu / trifft eher zu Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Naturverträgliche Einkäufe sind nicht zeitaufwendiger als andere Einkäufe	53	50	55	49	55	58
Es ist umständlich für mich, naturverträgliche Produkte zu kaufen, da es in meiner Umgebung nicht die richtigen Geschäfte dafür gibt	42	43	41	45	44	35
Ich kann mir naturverträgliche Produkte nicht leisten	42	40	43	50	42	28
Es ist einfach zu entscheiden, welche Produkte naturverträglich sind	41	38	44	35	43	47

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Augen vieler zumindest eine Art „Anfangsverdacht", dass diese Preisdifferenz nicht notwendigerweise auch durch einen höheren (Gegen-) Wert – zum Beispiel in Form höherer Produktionskosten – gerechtfertigt ist, sondern dass hier – ökonomisch gesprochen – zusätzliche Gewinne abgeschöpft werden.

Dass naturverträgliche Lebensmittel zu einer gesunden Ernährung dazugehören, bejahen insgesamt 63 Prozent der Befragten, wobei Frauen (67 Prozent) und formal Gutgebildete (74 Prozent) deutlich häufiger zustimmen. Der bessere Geschmack von Biolebensmitteln wird von 47 Prozent bejaht, 45 Prozent sehen das nicht so.

Abbildung 32: Einstellungen zu naturverträglichem Konsum

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

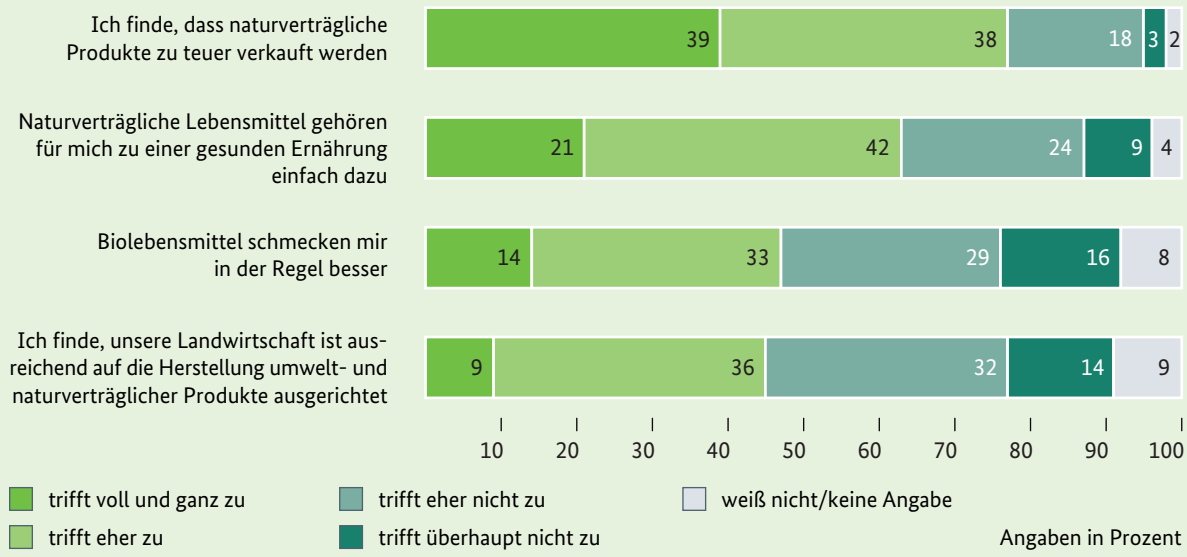


Tabelle 18: Einstellungen zu naturverträglichem Konsum nach soziodemographischen Merkmalen

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

Trifft voll und ganz zu / trifft eher zu Angaben in Prozent	Durch-schnitt	Geschlecht		Bildung			Haushaltsnettoeinkommen (€)			
		M	W	niedrig	mittel	hoch	bis 999	1.000 bis 1.999	2.000 bis 3.499	3.500 und mehr
Ich finde, dass naturverträgliche Produkte zu teuer verkauft werden	77	78	75	83	76	67	82	81	73	73
Naturverträgliche Lebensmittel gehören für mich zu einer gesunden Ernährung einfach dazu	63	58	67	53	65	74	57	58	66	73
Biolebensmittel schmecken mir in der Regel besser	47	41	52	35	48	62	39	40	50	57
Ich finde, unsere Landwirtschaft ist ausreichend auf die Herstellung umwelt- und naturverträglicher Produkte ausgerichtet	45	47	43	51	45	33	46	49	48	35

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Eine interessante Frage ist, ob die Verbraucherinnen und Verbraucher der Meinung sind, dass „unsere Landwirtschaft“ auch ausreichend auf die Herstellung umwelt- und naturverträglicher Produkte eingestellt ist. Nur 9 Prozent stimmen dem voll und ganz zu, 36 Prozent eher. Immerhin 32 Prozent stimmen dem eher nicht zu und 14 Prozent finden, dass dies überhaupt nicht zutrifft. Die Fähigkeit der deutschen Landwirtschaft, natur- und umweltverträgliche Produkte herzustellen, wird also eher skeptisch beurteilt – insbesondere von den formal höher Gebildeten.

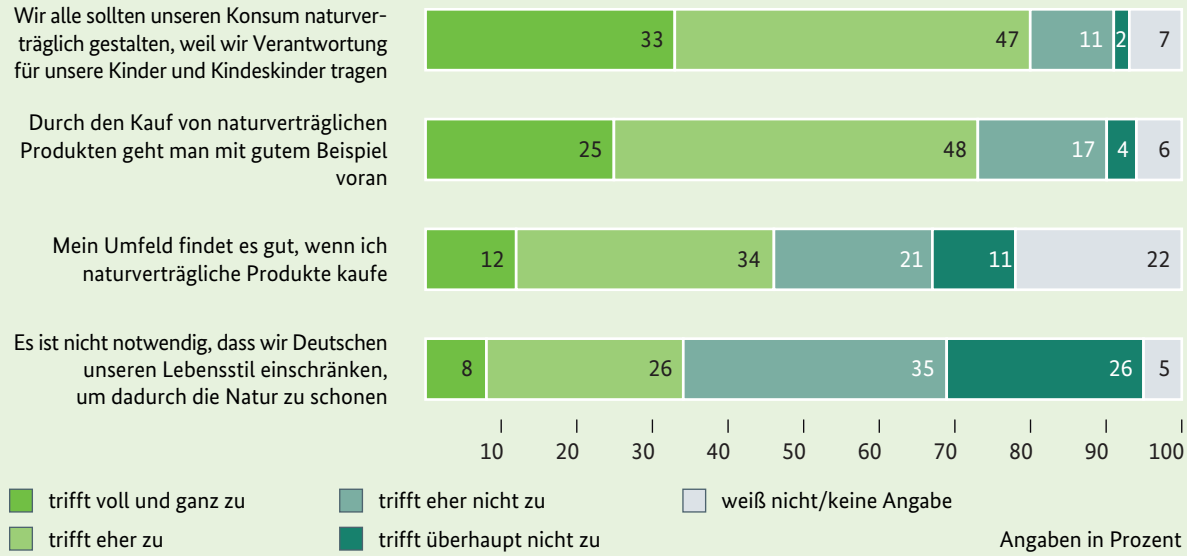
Soziale Normen spielen eine große Rolle bei Kaufentscheidungen

Die nächsten Fragen widmen sich der wahrgenommenen moralischen Verpflichtung zum naturverträglichen Konsum, also den subjektiven Normen dazu. Als dominierendes Motiv schält sich dabei die intergenerationelle Gerechtigkeit heraus (siehe Abbildung 33), also die Verantwortung gegenüber den nachfolgenden Generationen. 80 Prozent sehen das mehr oder weniger deutlich als Grund für die naturverträgliche Gestaltung des Konsums. Das gute Beispiel für andere spielt für 73 Prozent eine Rolle, 46 Prozent sehen ihr eigenes Umfeld als unterstützend dafür an. Bei dieser letzten Frage überwiegen aber schon die Antworten „trifft (eher) nicht zu“ (zusammen 33 Prozent) und die Kategorie „weiß nicht“ (22 Prozent), die hier auffällig hoch ausfällt. Das deutet darauf hin, dass sich die Menschen mehrheitlich eher nicht von ihrem persönlichen Umfeld her zum naturverträglichen Konsum durch entsprechende normative Erwartungen gedrängt fühlen – oder zumindest im Zweifel darüber sind. Das gilt verstärkt für Männer und formal weniger Gebildete, während Frauen, vor allem aber formal höher Gebildete deutlich häufiger in ihrer Umgebung mit der Erwartung konfrontiert werden, naturverträglichen Konsum zu praktizieren (siehe Tabelle 19).

Als Letztes wurde hier gefragt, ob „wir Deutschen“ unseren Lebensstil einschränken müssten, um die Natur zu schützen. Diese Frage wurde durch die anhaltende, in den letzten Jahren wieder intensivierte Diskussion um die Notwendigkeit von Wachstum und die Rolle von Lebensstiländerungen („Suffizienz“) für einen ökologischen Umbau der Industriegesellschaft motiviert (vergleiche Jackson 2011, Paech 2012, Seidl und Zahrnt 2010).

Abbildung 33: Subjektive Normen in Bezug auf naturverträglichen Konsum

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?



Ist die Einschränkung des Lebensstiles zugunsten der Natur mehrheitsfähig?

Ein Drittel vertritt die Ansicht, dass die Einschränkung des Lebensstils, um die Natur zu schützen, nicht notwendig ist (beide höchsten Zustimmungskategorien). 61 Prozent widersprechen dieser Aussage eher beziehungsweise voll und ganz. Einschränkungen des Lebensstils zum Zwecke des Naturschutzes sind damit, folgt man diesem Antwortverhalten,

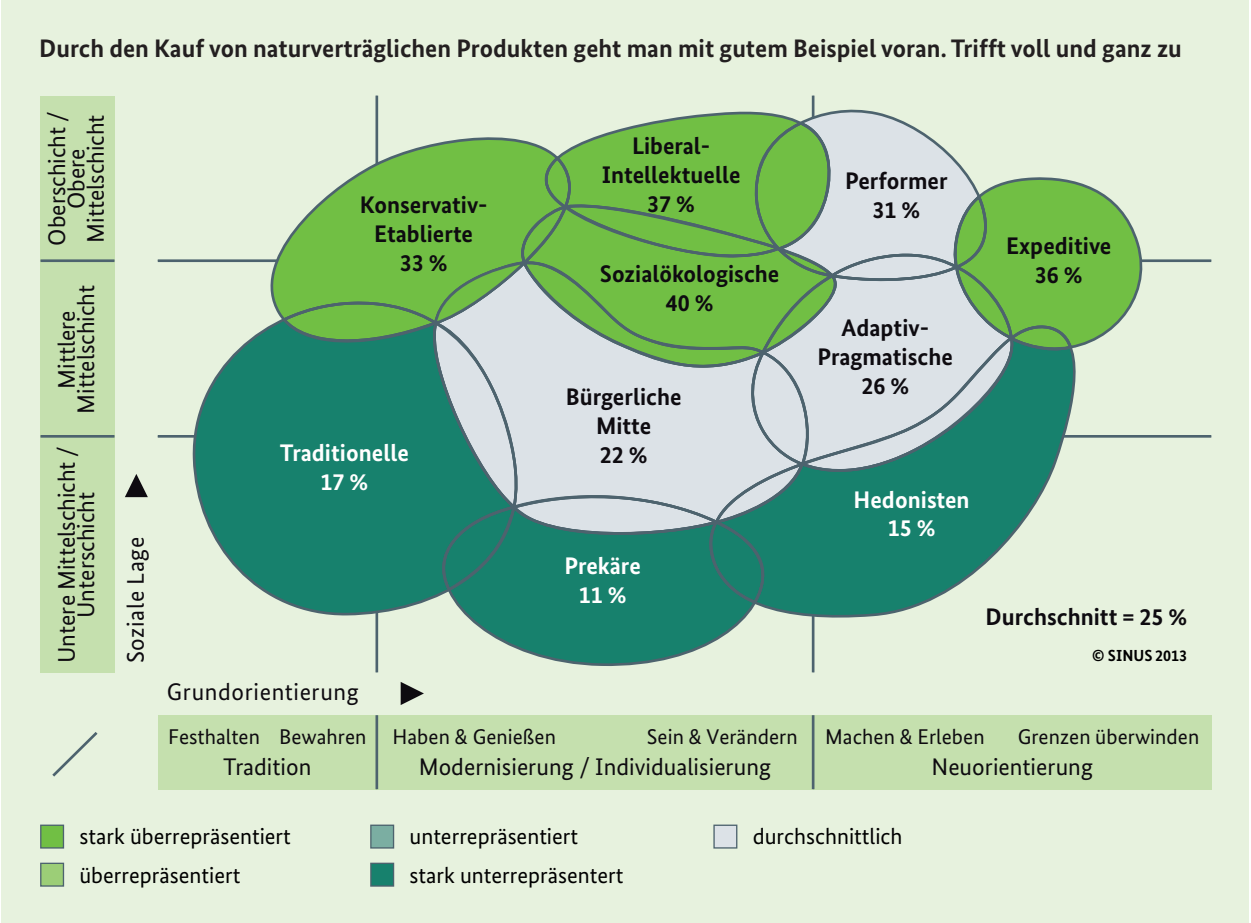
Tabelle 19: Subjektive Normen in Bezug auf naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung

Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen?

Trifft voll und ganz zu / trifft eher zu Angaben in Prozent	Durchschnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
Wir alle sollten unseren Konsum naturverträglich gestalten, weil wir Verantwortung für unsere Kinder und Kindeskinder tragen	80	78	83	74	83	89
Durch den Kauf von naturverträglichen Produkten geht man mit gutem Beispiel voran	72	69	75	65	73	83
Mein Umfeld findet es gut, wenn ich naturverträgliche Produkte kaufe	46	43	50	37	46	62
Es ist nicht notwendig, dass wir Deutschen unseren Lebensstil einschränken, um dadurch die Natur zu schonen	33	34	32	36	36	27

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Abbildung 34: Einstellungen zu naturverträglichen Produkten nach Sinus-Milieus



in Deutschland mehrheitsfähig. Das ist ein überraschender Befund, wenn man bedenkt, dass sich die Befürworterinnen und Befürworter einer ökologisch motivierten Suffizienzpolitik meist in der Defensive zu befinden glauben, weil Wohlstandsverzicht als unpopulär gilt. Diese Skepsis kann dadurch genährt werden, dass man das Haushaltsnettoeinkommen als Faktor beim Antwortverhalten berücksichtigt. Die unteren Einkommensbezieher sind überrepräsentiert, wenn es um die Ablehnung von Einschränkungen des Lebensstils geht, während die Bezieher höherer Einkommen hier deutlich unterrepräsentiert sind. Wenn man bedenkt, dass der „ökologische Fußabdruck" der Bevölkerung deutlich mit dem Einkommen korreliert – je höher das Einkommen, desto größer der Fußabdruck –, dann wird deutlich: Dieselbe Einkommensgruppe, die einen überdurchschnittlich hohen Naturverbrauch hat, spricht sich auch überdurchschnittlich häufig für Einschränkungen „unseres" Lebensstils aus.

Ein näherer Blick auf die Milieustruktur im Bereich des naturverträglichen Konsums (siehe Abbildung 34) zeigt, dass es vor allem die statushöheren Milieus sind, die mit gutem Beispiel vorangehen wollen – mit Ausnahme der Performer, die nahezu ein durchschnittliches Antwortverhalten aufweisen. Demgegenüber sind Traditionelle, Hedonisten und besonders Prekäre stark unterdurchschnittlich der Meinung, man ginge mit gutem Beispiel voran.

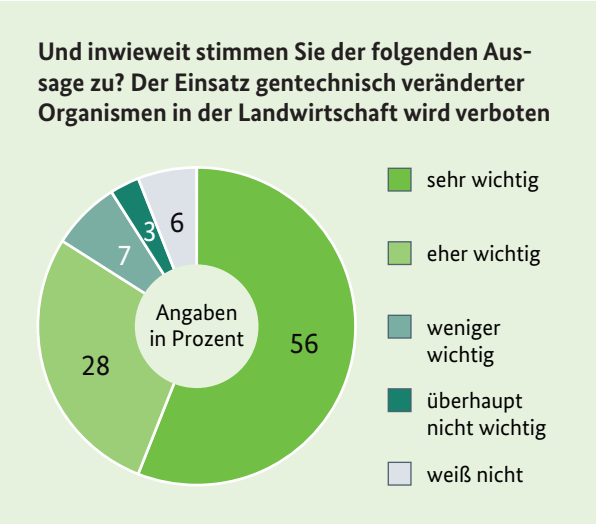
Gentechnik wird abgelehnt

Als letzten Themenbereich des Abschnitts über Konsum sollte auf die Einstellung zu gentechnisch veränderten Organismen in der Landwirtschaft eingegangen werden. In der vorliegenden Befragung fanden es 56 Prozent „sehr wichtig", dass gentechnisch veränderte Organismen in der Landwirtschaft verboten werden, weitere 28 Prozent fanden dies „eher wichtig" (siehe Abbildung 35). Eine deutliche Mehrheit der Bevölkerung spricht sich also für das Verbot gen-

technischer Organismen aus, wobei die Ablehnung bei Frauen ausgeprägter ausfällt als bei Männern und bei formal besser Gebildeten höher als bei niedriger Gebildeten. In allen soziodemographischen Kategorien wird aber die 50-Prozent-Marke der Ablehnung eingehalten.

Die Gentechnik-Frage war bereits in der Studie von 2009 enthalten, jedoch ohne die Antwortkategorie „weiß nicht“ (Kapitel 1.3 „Erläuterungen zur Broschüre“). Vergleicht man die Wahl der Antwortstufe „sehr wichtig“, so ist 2013 ein Anstieg um 5 Prozentpunkte feststellbar (2009: 51 Prozent, 2013: 56 Prozent). Werden jedoch die Antwortkategorien insgesamt verglichen, sind die Unterschiede nicht signifikant (2009: sehr wichtig: 51 Prozent, eher wichtig: 36 Prozent, weniger wichtig: 11 Prozent, überhaupt nicht wichtig: 2 Prozent).

Abbildung 35: Zustimmung zum Verbot gentechnisch veränderter Organismen in der Landwirtschaft



5 Erhaltung der biologischen Vielfalt als gesellschaftliche Aufgabe

Die biologische Vielfalt ist weltweit im Rückgang. Gemäß dem Übereinkommen über die biologische Vielfalt (CBD) bedeutet biologische Vielfalt „die Variabilität unter lebenden Organismen jeglicher Herkunft, darunter unter anderem Land-, Meeres- und sonstige aquatische Ökosysteme und die ökologischen Komplexe, zu denen sie gehören; dies umfasst die Vielfalt innerhalb der Arten und zwischen den Arten und die Vielfalt der Ökosysteme." (CBD 1992, Übersetzung der Autoren). Die biologische Vielfalt wird durch direkte und indirekte menschliche Eingriffe in die Natur gefährdet: Die Zerstörung von Lebensräumen (zum Beispiel durch den Bau von Infrastruktur, Flächenversiegelung, industrielle Landwirtschaft), Übernutzung und Degradation (Überweidung, stoffliche Belastungen), der Klimawandel und gebietsfremde Arten sind nur einige der Ursachen.

Die Vielfalt der Lebensformen und Lebensräume stellt eine essenzielle Lebensgrundlage für den Menschen dar. Neben Gründen der Gerechtigkeit (zum Beispiel inter- und intragenerationelle Gerechtigkeit) sprechen auch die zentrale Bedeutung von Pflanzen und Tieren für die menschliche Ernährung, Ökosystemdienstleistungen (vergleiche MEA 2005) und Bionik („Vorlage" für technische Erfindungen) für den Schutz der biologischen Vielfalt. Und nicht zuletzt bieten vielfältige Landschaften auch Erholungsräume für den Menschen und sind damit eine wichtige Komponente von Wohlbefinden und Lebensqualität (vergleiche BfN 2014).

Um die Vielfalt des Lebens auf der Erde zu schützen, zu erhalten und deren nachhaltige Nutzung so zu gestalten, dass Menschen heute und auch in Zukunft daran teilhaben können, ist entschiedenes Handeln erforderlich. Die Biodiversitätskonvention (CBD), die von 193 Staaten inklusive der EU mitgetragen wird, stellt dafür den völkerrechtlichen Rahmen her.

Zur Umsetzung der Biodiversitätskonvention in Deutschland wurde die Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt vom Bundeskabinett am 7. November 2007 beschlossen. Darin wird folgende Zielstellung festgehalten:

> „Im Jahre 2015 zählt für mindestens 75 Prozent der Bevölkerung die Erhaltung der biologischen Vielfalt zu den prioritären gesellschaftlichen Aufgaben. Die Bedeutung der biologischen Vielfalt ist fest im gesellschaftlichen Bewusstsein verankert. Das Handeln der Menschen richtet sich zunehmend daran aus und führt zu einem deutlichen Rückgang der Belastung der biologischen Vielfalt" (BMU 2007, S. 60ff).

Dieses politische Ziel bedarf einer Operationalisierung, um messbar zu sein. Die Ermittlung des Grades der Zielerreichung erfolgt über den Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt". Dieser ist Teil des Indikatorensets der Nationalen Strategie zur biologischen Vielfalt (Ackermann et al. 2013). Die Daten zu seiner Berechnung werden in regelmäßigen zeitlichen Abständen durch die Naturbewusstseinsstudien erhoben. In Kapitel 5.1 wird der Gesamtindikator vorgestellt, bevor im Anschluss die Teilbereiche Wissen, Einstellung und Verhalten in separaten Unterkapiteln vorgestellt werden.

5.1 Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt": Gesamtindikator

Der Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt" wurde 2009 entwickelt (vergleiche Kuckartz und Rädiker 2009, Ackermann et al. 2013) und seitdem unter Verwendung der Daten der Naturbewusstseinsstudie als Instrument eingesetzt, um die Ergebnisse zum Bewusstsein für Biodiversität in der deutschen Wohnbevölkerung über 18 Jahre in zusammenfassender Form anschaulich darzustellen.

Der Indikator setzt sich aus den Teilbereichen Wissen, Einstellung und Verhalten zusammen. Dazu gehören:

- Das Wissen, was der Begriff „Biologische Vielfalt" bedeutet, einschließlich der Nennung mindestens einer Teilkomponente,
- Einstellungsmuster, die eine Sensibilisierung für die Erhaltung der Biodiversität ausdrücken und
- die geäußerte Handlungsbereitschaft, selbst zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beitragen zu wollen.

Tabelle 20: Zeitliche Entwicklung des Indikators „Bewusstsein für biologische Vielfalt“

Alle Angaben in Prozent	2009	2011	2013*
Teilindikator 'Wissen'	42	41	40
Teilindikator 'Einstellungen'	54	51	54
Teilindikator 'Verhalten'	50	46	50
Gesamtindikator	22	23	25

*Ungewichtet: Teilindikator Wissen: 41 %, Teilindikator Einstellungen: 53 %, Teilindikator Verhalten: 50 %, Gesamtindikator: 25 %

Der Indikator ist so konstruiert, dass er den Prozentanteil der Bevölkerung ermittelt, der die Erhaltung der biologischen Vielfalt als vorrangige gesellschaftliche Aufgabe sieht und in allen drei Bereichen – Wissen, Einstellung und Verhaltensbereitschaft – die notwendigen Bedingungen erfüllt. Aufgrund dieser Konstruktion liegt der Wert des Gesamtindikators in der Regel deutlich unterhalb des Werts des jeweils besten Teilindikators. Eine ausführliche Erklärung der Vorgehensweise sowie eine umfassende Diskussion der Daten ist im Vertiefungsbericht zum Indikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt“ nachzulesen, der Mitte 2014 auf der Webseite des BfN zum Abruf angeboten werden wird.

Wie hat sich das Bewusstsein für biologische Vielfalt seit 2009 entwickelt? Im Zeitvergleich[16] sind keine signifikanten Unterschiede feststellbar. Zwar gibt es bei den Teilindikatoren und beim Gesamtindikator leichte Abweichungen im Bereich von 1 bis maximal 4 Prozentwerten. Mittels statistischer Prüfverfahren konnte jedoch festgestellt werden, dass sich diese Unterschiede im Bereich der Fehlertoleranz befinden.[17] Für die einzelnen Teilindikatoren konnten folgende Werte ermittelt werden (siehe Tabelle 20):

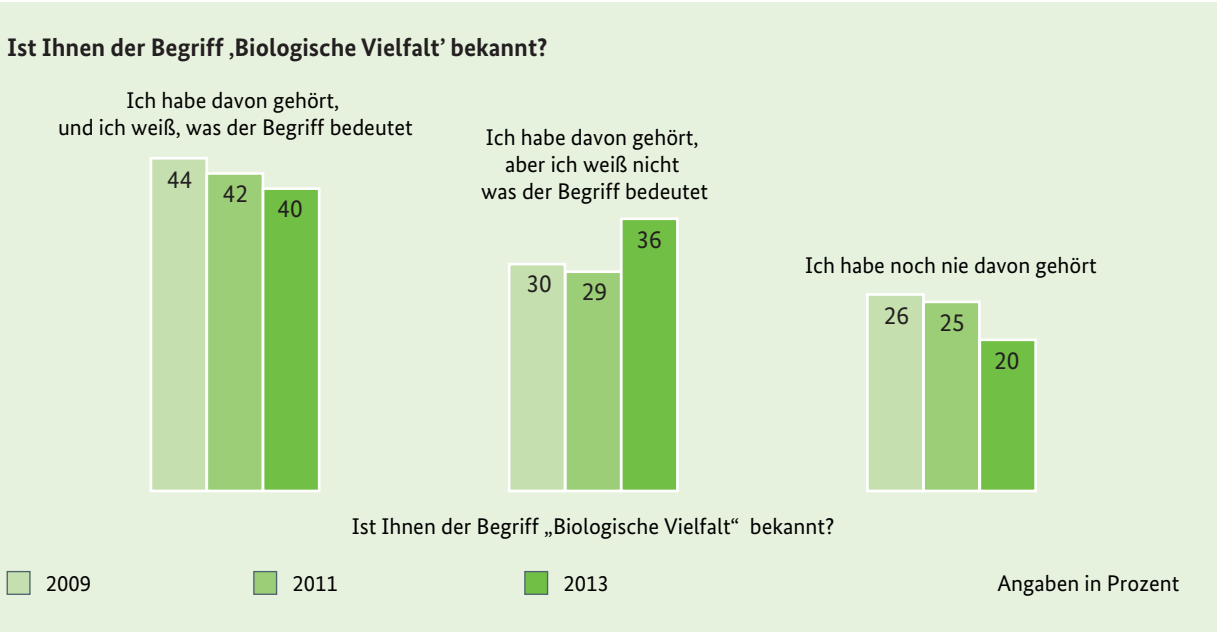
- Wissen: 40 Prozent der Bevölkerung erfüllen das Kriterium Wissen, sie kennen also den Begriff „Biologische Vielfalt“ und können ihn erklären. 2011 lag der Wert bei 41 Prozent und 2009 bei 42 Prozent.
- Einstellung: Die Kriterien des Teilindikators „Einstellung“ werden aktuell von 54 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung über 18 Jahre erfüllt. Im Vergleich zu den Vorgängerstudien gibt es nur minimale Unterschiede: Während dies im Jahr 2011 auf 51 Prozent der Befragten zutraf, erfüllten 2009 ebenso wie 2013 54 Prozent die Anforderungen dieses Teilindikators.
- Verhalten: 2013 zeigen 50 Prozent der Bevölkerung die gewünschte Verhaltensbereitschaft. Lag der Wert 2011 etwas niedriger (46 Prozent), war er 2009 mit 50 Prozent ebenso hoch wie heute.

Der Gesamtindikator „Bewusstsein für biologische Vielfalt“ liegt 2013 bei 25 Prozent. Wie bei den Teilindikatoren kann auch beim Gesamtindikator im Vergleich zu den Vorgängererhebungen kein signifikanter Unterschied festgestellt werden. 2009 betrug der Gesamtindikator 22 Prozent und 2011 23 Prozent. Dieser Anstieg liegt im Bereich der Fehlertoleranz.

16 Für den Zeitvergleich wurden die Ergebnisse des Indikators „Bewusstsein für biologische Vielfalt“ der Naturbewusstseinsstudien 2009, 2011 und 2013 gegenübergestellt. Der Indikator und seine Teilindikatoren wurden 2013 jeweils mit den gewichteten Daten berechnet, so wie alle übrigen Daten der Naturbewusstseinsstudie. Eine Gewichtung wird normalerweise dazu verwendet, um Abweichungen der Stichprobe von der Grundgesamtheit auszugleichen und damit die Repräsentativität der Umfrage zu gewährleisten. In den Vorgängerstudien 2009 und 2011 wurden die Indikatoren (im Gegensatz zu den übrigen Daten dieser Studien) ohne Gewichtung berechnet und dargestellt, da die Stichproben sehr „sauber“ waren, und der Indikator ursprünglich als eigenständiges Projekt bearbeitet und gesondert ausgewertet wurde. Die Differenz der Messwerte, die sich aus gewichteten und ungewichteten Daten ergeben hätten, unterscheiden sich wenn überhaupt nur um maximal ein bis zwei Prozentpunkte und bewegen sich im Rahmen von zufälligen Schwankungen von Erhebungen. Im Sinne der wissenschaftlichen Optimierung und um die Konsistenz der Darstellung innerhalb der Naturbewusstseinsstudien zu garantieren, werden alle Daten des Indikators „Bewusstsein für biologische Vielfalt“ jedoch hier und in Zukunft gewichtet präsentiert. Eine vertiefende Auseinandersetzung mit der methodischen Vorgehensweise wird im wissenschaftlichen Abschlussbericht vorgenommen.

17 Da es sich beim Indikator zur biologischen Vielfalt um aggregierte und nicht-metrische Werte handelt, wurden eventuelle Signifikanzen nicht per t-test ausgerechnet. Stattdessen wurde mithilfe einer Fehlertoleranztabelle (F-Tabelle) das obere und untere Konfidenzintervall gebildet, um zu schauen, inwiefern der wahre Wert der Grundgesamtheit von dem Wert in der Stichprobe abweicht. Anhand dieser Beobachtung kann bei dem Gesamtwert des Indikators nicht von einer signifikanten Verbesserung (aber auch nicht von einer Verschlechterung) im zeitlichen Verlauf von 2009 bis 2013 gesprochen werden. Dazu müsste das untere Konfidenzintervall aus 2013 über dem oberen Konfidenzintervall aus 2011 und 2009 liegen. Jedoch überschneiden sich die Konfidenzintervalle der Gesamtwerte aus 2009, 2011 und 2013.

Abbildung 36: Bekanntheit des Begriffs „Biologische Vielfalt“ im Zeitvergleich



In einem nächsten Schritt werden die zugrundeliegenden Fragestellungen, aus denen sich die drei Teilindikatoren berechnen, beleuchtet.

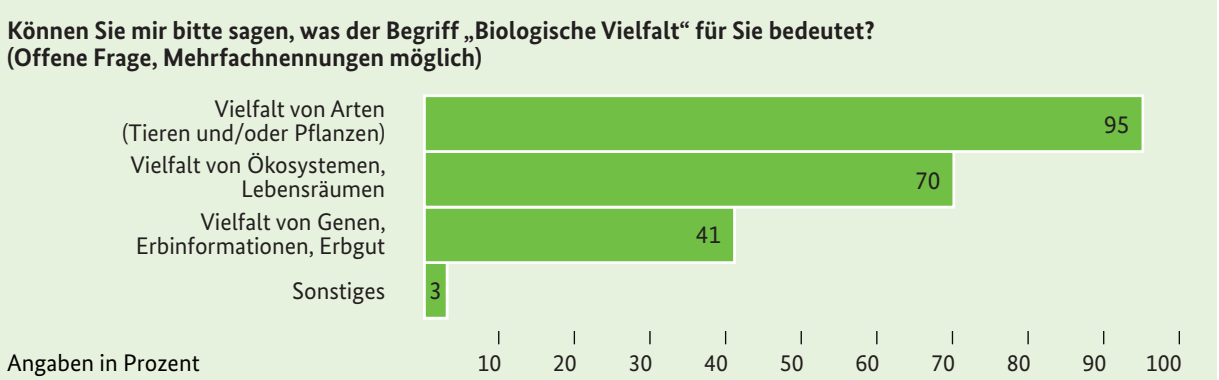
5.2 Teilindikator: Wissen

Die Bekanntheit des Begriffs „Biologische Vielfalt“ hat zugenommen, jedoch kennen die Menschen seltener seine Bedeutung

Drei Viertel der deutschen Wohnbevölkerung über 18 Jahre hat zumindest schon einmal vom Begriff der „Biologischen Vielfalt“ gehört. 40 Prozent der Bürgerinnen und Bürger können zusätzlich auch angeben, was der Begriff bedeutet. 36 Prozent haben davon zwar gehört, kennen aber die Bedeutung nicht. Nur rund 20 Prozent der Befragten geben an, vom Begriff „Biologische Vielfalt“ noch nie gehört zu haben (siehe Abbildung 36).

Die Bekanntheit der inhaltlichen Bedeutung steigt mit Bildung und Haushaltsnettoeinkommen: 60 Prozent der Gutgebildeten geben an, die Bedeutung zu kennen, aber nur 28 Prozent der formal einfach Gebildeten. Zudem zeigen sich auch geschlechtsspezifische Unterschiede: 44 Prozent der Männer und 37 Prozent der Frauen geben an, zu wissen, was der Begriff bedeutet. In den alten Bundesländern (42 Prozent) geben deutlich mehr Leute an, den Begriff zu kennen und zu wissen, was er bedeutet, als in den neuen Bundesländern (33 Prozent).

Abbildung 37: Verständnis des Begriffs „Biologische Vielfalt“



Offene Abfrage (Mehrfachnennungen möglich, prozentualer Anteil der Befragten, denen der Begriff vertraut ist und die eine oder mehrere Antwortkategorien nennen)
Basis: 809 Fälle

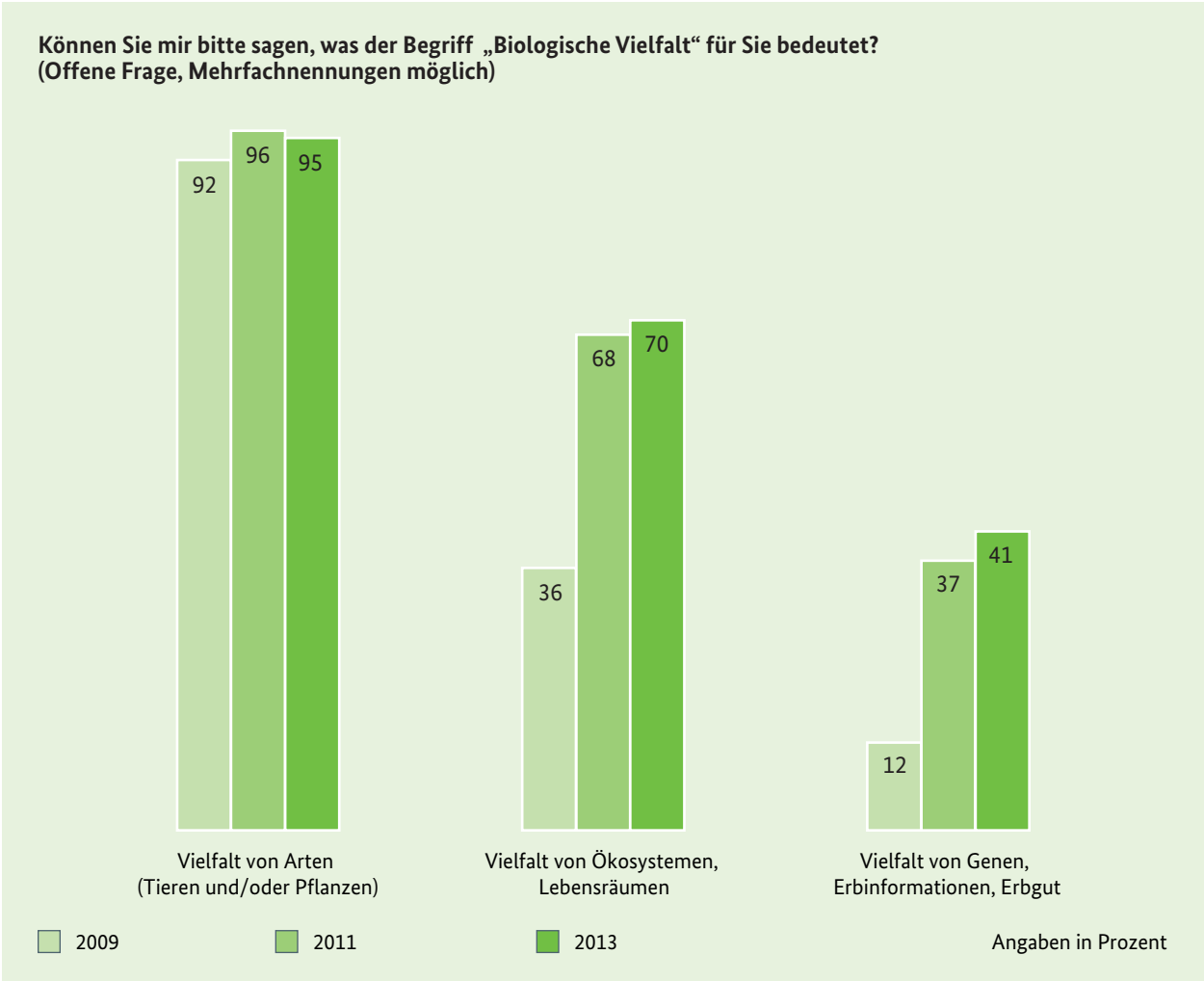
Gegenüber 2009 gibt es signifikante Veränderungen im Bekanntheitsgrad (siehe Abbildung 36): Der Anteil derjenigen, die behaupten zu wissen, was der Begriff bedeutet, ist leicht gefallen. Die Zahl der Personen, welche die Bedeutung nicht kennen, den Begriff aber schon mal gehört haben, ist um 6 Prozentpunkte gestiegen. Zugleich sind es, im Vergleich zur letzten Studie, deutlich weniger Personen, die noch nie von biologischer Vielfalt gehört haben. Hier zeigt sich ein gewisser Erfolg der Naturschutzkommunikation: Die Bekanntheit des Begriffs ist deutlich gestiegen. Aber das Wissen um seine Bedeutung ist nicht im gleichen Maße mitgewachsen. Diese „Bedeutungslücke" muss in Zukunft geschlossen werden.

Differenziert nach Sinus-Milieus lassen sich folgende Unterschiede erkennen: Ob man den Begriff „Biologische Vielfalt" kennt und weiß, was er bedeutet, ist vor allem eine Frage der sozialen Lage: Soziale Milieus in einer gehobenen sozialen Schicht geben dies deutlich häufiger an (zum Beispiel Sozialökologische: 63 Prozent, Expeditive: 58 Prozent, Konservativ-Etablierte: 54 Prozent, Performer: 53 Prozent, Liberal-Intellektuelle: 52 Prozent). Soziale Milieus in einer einfachen sozialen Lage wissen erheblich seltener, was der Begriff bedeutet (Traditionelle: 29 Prozent, Hedonisten: 30 Prozent, Prekäre: 24 Prozent).

Biologische Vielfalt wird mehrheitlich mit der Vielfalt von Arten gleichgesetzt

Fachlich bezieht sich der Begriff der „Biologische Vielfalt" auf drei Ebenen: Ökosysteme, Organismen und Gene. Dass biologische Vielfalt die Vielfalt von Tieren und Pflanzen bedeutet, ist fast allen Befragten, die angeben, etwas mit dem Begriff anfangen zu können, bekannt (95 Prozent) (siehe Abbildung 37) – unabhängig von Bildungsniveau, Einkommenshöhe oder Alter. Jedoch gibt es hier Unterschiede hinsichtlich

Abbildung 38: Verständnis des Begriffs „Biologische Vielfalt" im Zeitvergleich



der Wohnregion: Personen aus den westlichen Bundesländern (96 Prozent) verbinden mit dem Begriff „Biologische Vielfalt“ häufiger die Vielfalt von Tieren und Pflanzen als Personen aus den östlichen Bundesländern (90 Prozent).

Auch die Bedeutung als eine Vielfalt von Ökosystemen und Lebensräumen ist vielen geläufig (70 Prozent) – Gutgebildeten (78 Prozent) etwas stärker als Befragten mit einfacher Formalbildung (67 Prozent). Die Vielfalt von Genen, Erbinformationen und Erbgut als Teil des Begriffes der „Biologische Vielfalt“ dagegen ist nur 41 Prozent geläufig. Jüngeren ist dieser Aspekt häufiger bekannt als Älteren.

Der Zeitvergleich offenbart, dass das Verständnis um die Bedeutung der biologischen Vielfalt innerhalb der Gruppe der „Begriffskenner“ stark angestiegen ist (siehe Abbildung 38). Der Anteil der Bevölkerung, der biologische Vielfalt auch als eine Vielfalt von Genen versteht, hat sich zwischen 2009 und 2011 verdreifacht und ist seit 2011 um vier Prozentpunkte weiter gestiegen. Ebenso hat sich der Anteil der Befragten, die die biologische Vielfalt unter anderem als eine Vielfalt von Lebensräumen und Ökosystemen verstehen, zwischen 2009 und 2011 fast verdoppelt und ist seit 2011 minimal um zwei Prozentpunkte weiter angestiegen.

5.3 Teilindikator: Einstellung

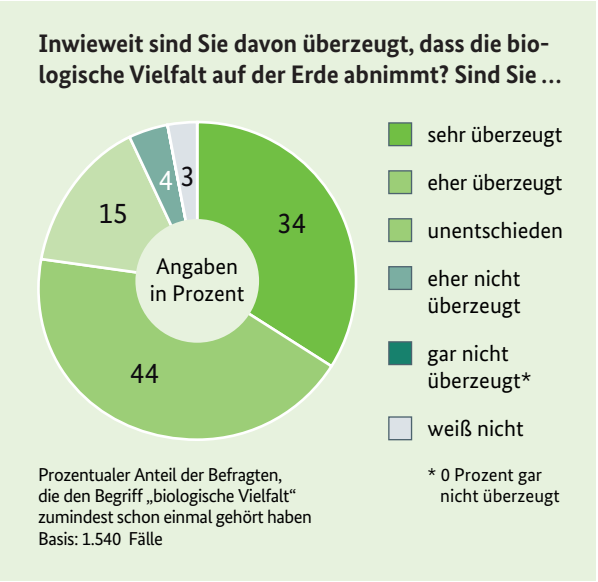
Drei Viertel sehen die biologische Vielfalt gefährdet

Gut drei Viertel sind davon überzeugt, dass die biologische Vielfalt auf der Erde abnimmt (siehe Abbildung 39). Gutgebildete (42 Prozent oberste Zustimmungsstufe; Bevölkerungsdurchschnitt 34 Prozent) sind dabei stärker überzeugt als Personen mit einer einfachen formalen Bildung (26 Prozent). Ein kleiner Anteil von 15 Prozent ist sich hinsichtlich dieser Frage nicht sicher und 4 Prozent sind eher nicht überzeugt.

Die Erhaltung der biologischen Vielfalt ist für drei Viertel eine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe

Bezogen auf die Frage, ob die Erhaltung der Biodiversität zu den vorrangigen gesellschaftlichen Aufgaben gehört, sagen 36 Prozent vorbehaltlos „ja“, weitere 35 Prozent „eher ja“ (siehe Abbildung 40). In der Studie 2011 beantworteten ebenfalls 35 Prozent der Befragten die Frage mit „ja“. Es gibt aber Unterschiede in Abhängigkeit vom Bildungsgrad: 45 Prozent der

Abbildung 39: Wahrgenommene Abnahme der biologischen Vielfalt

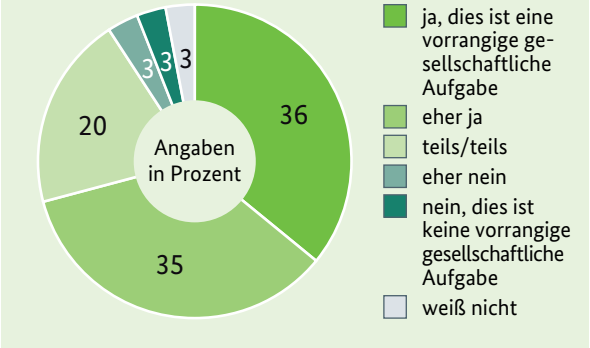


Gutgebildeten, aber nur 28 Prozent der formal einfach Gebildeten sehen dies als eine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe (oberste Zustimmungsstufe).

Biodiversität wird besonders im Hinblick auf die nächsten Generationen eine hohe Relevanz zugesprochen

Während ein Konsens in der Bevölkerung herrscht, dass die biologische Vielfalt für die kommenden Generationen erhalten bleiben soll (beide Zustimmungsstufen: 94 Prozent), sind es deutlich weniger, die im Schwinden der biologischen Vielfalt auch eine persönliche Beeinträchtigung sehen (58 Prozent). Dennoch sind

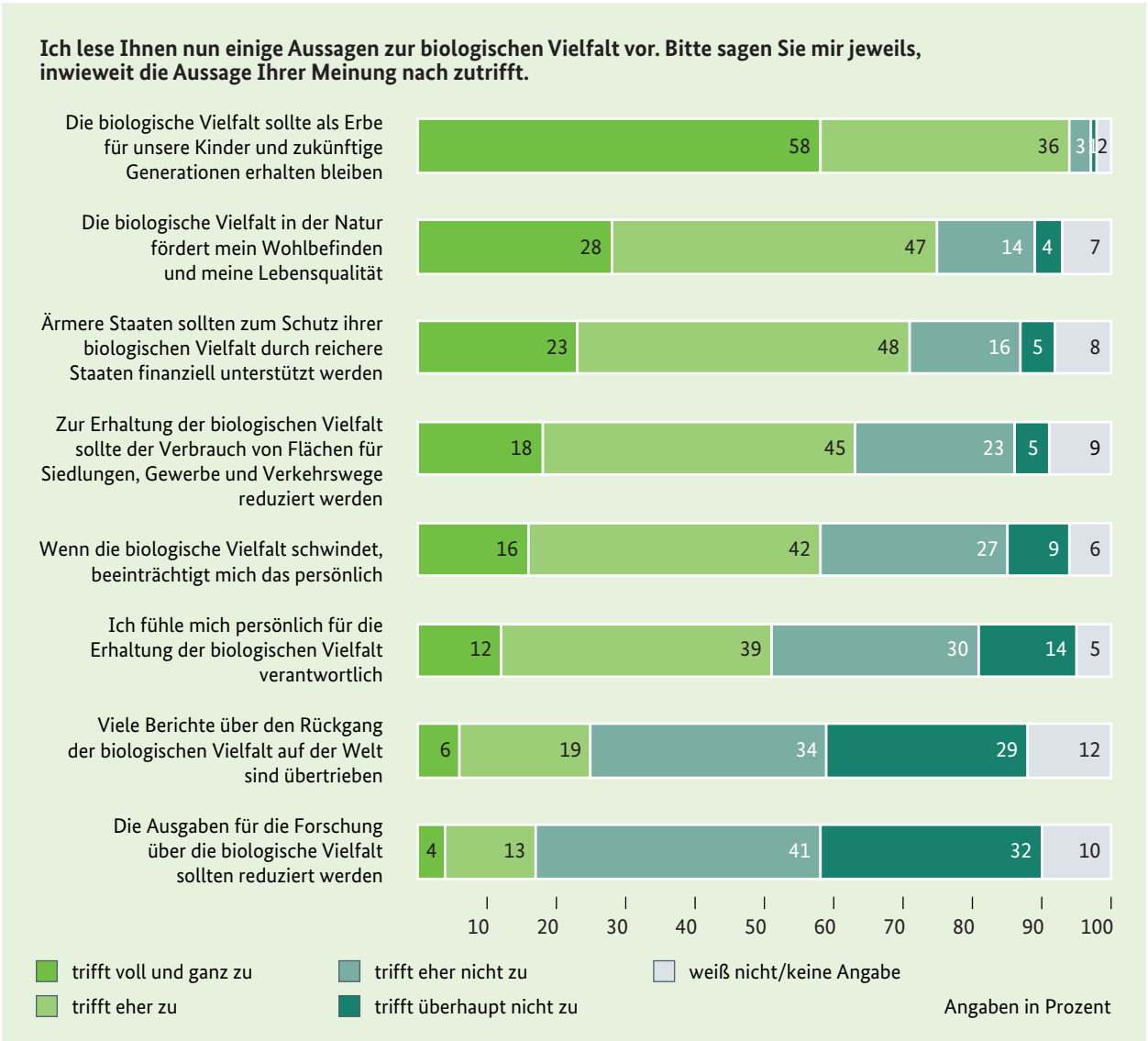
Abbildung 40: Gesellschaftlicher Stellenwert der Erhaltung der biologischen Vielfalt



drei Viertel der Bürgerinnen und Bürger der Meinung, die biologische Vielfalt fördert ihr Wohlbefinden und ihre Lebensqualität (siehe Abbildung 41). Die Unterstützung ärmerer Staaten beim Schutz ihrer heimischen Biodiversität wird von 71 Prozent befürwortet. Etwas weniger (63 Prozent) sind der Meinung, der Verbrauch von Flächen für Siedlungen, Gewerbe und Verkehrswege solle zum Schutz der biologischen Vielfalt reduziert werden. Gegenüber der 2011er-Befragung ist der Anteil derjenigen, die eine Verringerung der Infrastruktur zum Schutz der biologischen Vielfalt befürworten, zurückgegangen. Im Jahr 2011 sprachen sich 27 Prozent dafür aus, aktuell sind es lediglich 18 Prozent, die dem voll und ganz zustimmen. Diese Entwicklung lässt sich nicht so einfach erklären, zumal das Thema Wirtschaftskrise im Jahr 2011 im öffentlichen Diskurs präsenter als heute war und die Menschen dazu veranlasst hätte, den wirtschaftlichen Fortschritt wichtiger als Naturschutz zu bewerten. Dass aktuell der Infrastruktur stärker Vorrang vor dem Naturschutz gegeben wird, könnte auch mit den gestiegenen Mobilitätsansprüchen in Zusammenhang stehen.

Die Hälfte der Bürgerinnen und Bürger fühlen sich persönlich für den Schutz der biologischen Vielfalt verantwortlich. Dies und die Tatsache, dass beispielsweise nur 17 Prozent der Meinung sind, dass die Ausgaben für die Erforschung der biologischen Vielfalt gekürzt werden sollten, deutet auf einen recht hohen Stellenwert der Biodiversität in der Bevölkerung hin.

Abbildung 41: Persönliche Bedeutung der biologischen Vielfalt



Unter formal Gutgebildeten ist das Problembewusstsein über das Schwinden der Artenvielfalt, wie auch das Wissen über biologische Vielfalt im Allgemeinen im Durchschnitt stärker ausgeprägt als bei formal einfach Gebildeten. Demzufolge zeigen sich auch dort die stärksten Differenzierungen, wo es um den Einfluss der Biodiversität auf das eigene Leben und die Lebensqualität geht. 22 Prozent der formal Gutgebildeten sind der Ansicht, das Schwinden der biologischen Vielfalt würde sie persönlich beeinträchtigen, wohingegen der Anteil der einfach Gebildeten bei 13 Prozent liegt. Auch das persönliche Verantwortungsgefühl ist bei Gutgebildeten (18 Prozent) stärker ausgeprägt als bei formal einfach Gebildeten (8 Prozent).

5.4 Teilindikator: Handlungsbereitschaft

Umso geringer der Aufwand, desto größer die Handlungsbereitschaft

Eine größere Bereitschaft, zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen, zeigen die Deutschen bei Verhaltensweisen, die einen vergleichsweise geringen Aufwand erfordern. Verglichen mit den beiden Vorgängerstudien hat sich dieser Befund in der hier vorliegenden Studie bestätigt. Dazu gehört, sich von ausgewiesenen geschützten Flächen fernzuhalten und regionales Obst und Gemüse einzukaufen (92 Prozent, beide Zustimmungsstufen, siehe Abbildung 42). Groß ist auch die Bereitschaft, die Marke von Drogerie-Artikeln, deren Herstellung die biologische Vielfalt gefährdet, zu wechseln (78 Prozent) oder beim Einkaufen einen Ratgeber zu benutzen (64 Prozent), der beispielsweise über gefährdete Fischarten informiert. Die Informationsbereitschaft der Bürgerinnen und Bürger ist ebenfalls als hoch einzustufen – 76 Prozent wären sehr oder eher bereit, sich über aktuelle Entwicklungen im Bereich „Biologische Vielfalt“ zu informieren. 67 Prozent würden auch ihre Freunde und Bekannten auf den Schutz der biologischen Vielfalt hinweisen.

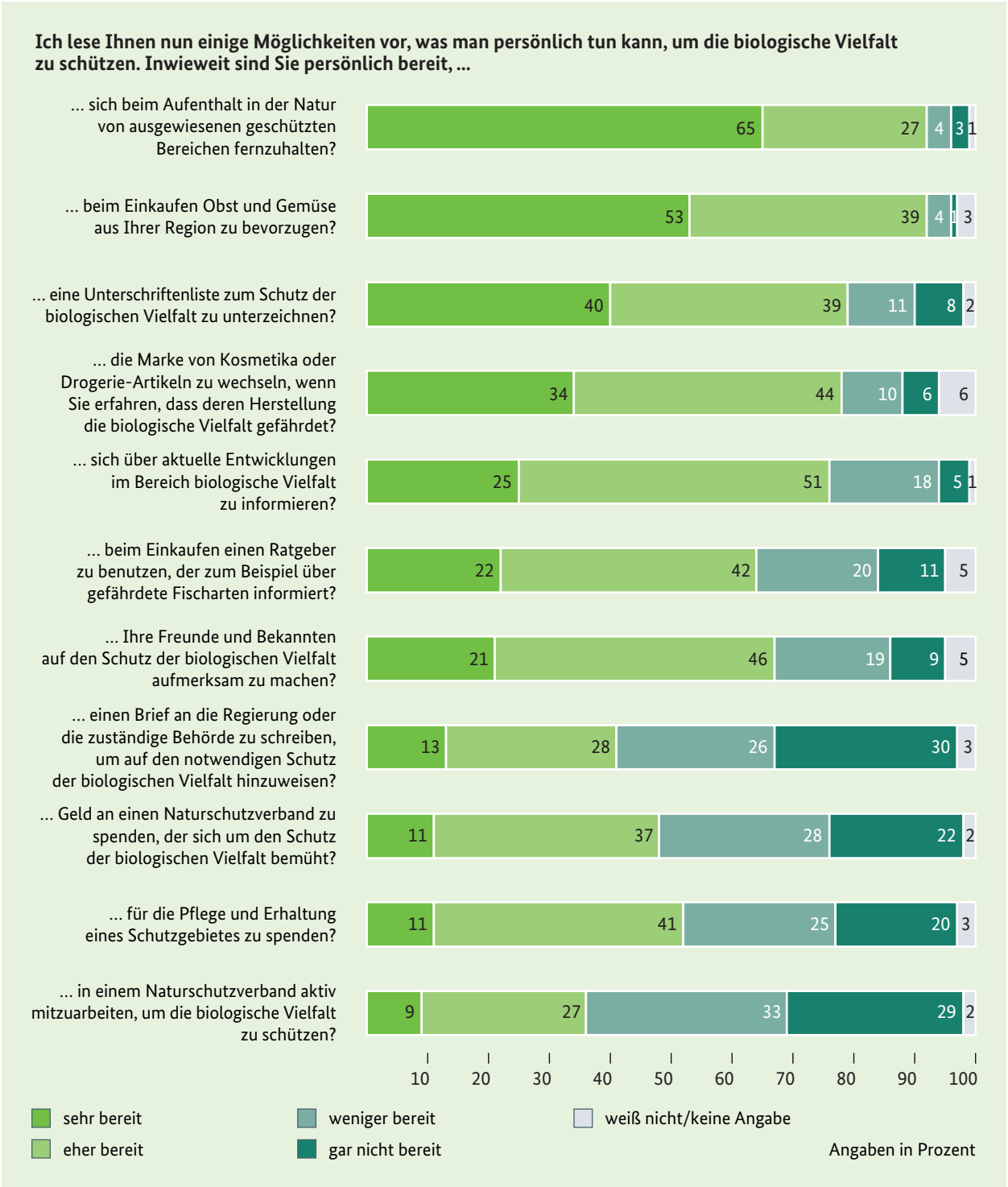
Insgesamt sinkt die persönliche Bereitschaft, sich für die Erhaltung der Biodiversität einzusetzen, je mehr Aufwand und Eigeninitiative gefordert ist. Einen Brief an die Regierung oder eine Behörde würden 41 Prozent schreiben, ein größerer Anteil von 56 Prozent wäre dazu nicht bereit. Hinsichtlich der Spendenbereitschaft zeigt sich die Bevölkerung Deutschlands eher gespalten. Knapp die Hälfte (48 Prozent) wäre bereit, Geld an einen Naturschutzverband zu spenden, der sich um den Schutz der biologischen Vielfalt bemüht, die andere Hälfte äußert dazu keine Bereitschaft. Ähnlich ist es auch mit der Bereitschaft, für die Erhaltung und Pflege eines Schutzgebietes zu spenden – 52 Prozent wären dazu bereit und 45 Prozent wären das nicht. So sind 79 Prozent der Befragten bereit, eine Unterschriftenliste zum Schutz der biologischen Vielfalt zu unterzeichnen, aber nur 36 Prozent, aktiv in einer Naturschutzorganisation mitzuarbeiten. Welche Motive und Hemmnisfaktoren beim Engagement im Naturschutz eine Rolle spielen, kann in der Naturbewusstseinsstudie 2011 nachgelesen werden (BMU/BfN 2012) – dieses Thema bildete dort einen zentralen Schwerpunkt. Die Ergebnisse zu fast all diesen Fragen sind, im Vergleich zu den Studien 2009 und 2011, relativ konstant geblieben. Es zeigt sich jedoch eine deutlich erhöhte Bereitschaft, Briefe an die Regierung zu schreiben (41 Prozent, 2011: 33 Prozent) oder Unterschriftenlisten zu unterzeichnen (79 Prozent, 2011: 73 Prozent, jeweils beide Zustimmungsstufen). Dieser positiv zu verzeichnende Effekt ist möglicherweise durch die schnellere und unmittelbare Verfügbarkeit von Online-Unterschriftenlisten und vorgefertigten Briefen in sozialen Netzwerken und Internetforen zu erklären.

Gutgebildete und Frauen sind eher bereit, zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen

Einen großen Einfluss auf die geäußerte Handlungsbereitschaft hat das formale Bildungsniveau: Personen mit Abitur sind eher bereit, persönlich zum Schutz der Biodiversität beizutragen (siehe Tabelle 21). Wer eine einfache Schulbildung aufweist, zeigt hierfür eine erheblich geringere Verhaltensbereitschaft. Wenn es jedoch darum geht, sich von ausgewiesenen geschützten Flächen fernzuhalten, gibt es keinen signifikanten Unterschied zwischen Personen mit einfachem und mittlerem Bildungsniveau. Wenn es darum geht, in einem Naturschutzverband aktiv mitzuarbeiten, zeigen nicht nur formal Gutgebildete, sondern auch Personen mit einem mittleren Bildungsabschluss gleichermaßen Interesse.

Auch bezüglich des Geschlechts sind Unterschiede bei der Handlungsbereitschaft festzustellen: Frauen zeigen eine höhere Handlungsbereitschaft bei der Erhaltung der biologischen Vielfalt, wenn es um Konsum geht (Kauf von regionalem Obst und Gemüse, Drogerie-Artikeln und Verwendung eines Fischratgebers). Dass Frauen stärker für naturverträglichen

Abbildung 42: Bereitschaft, aktiv zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen



Konsum sensibilisiert sind, wurde bereits im Kapitel 4.3 („Konsum“) ausführlich diskutiert. Ferner zeigen Frauen auch eine größere Bereitschaft als Männer, sich von ausgewiesenen geschützten Flächen fernzuhalten. Diese Verhaltensbereitschaft deckt sich mit der Frage, welche Zugangsarten von Wildnis gewünscht sind: Auch hier erwarten Frauen seltener als Männer freien Zugang zu Wildnisgebieten (vergleiche Kapitel 2. „Wildnis“). Hinsichtlich des Alters zeigen sich kaum signifikante Differenzierungen.

Tabelle 21: Bereitschaft, aktiv zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen, nach Geschlecht und Bildung

Inwieweit sind Sie persönlich bereit, ...

sehr bereit Angaben in Prozent	Durch-schnitt	Geschlecht		Bildung		
		M	W	niedrig	mittel	hoch
... sich beim Aufenthalt in der Natur von ausgewiesenen geschützten Bereichen fernzuhalten?	65	62	67	62	63	72
... beim Einkaufen Obst und Gemüse aus Ihrer Region zu bevorzugen?	53	49	58	48	56	60
... eine Unterschriftenliste zum Schutz der biologischen Vielfalt zu unterzeichnen?	40	38	42	32	42	51
... die Marke von Kosmetika oder Drogerie-Artikeln zu wechseln, wenn Sie erfahren, dass deren Herstellung die biologische Vielfalt gefährdet?	34	30	37	25	33	46
... sich über aktuelle Entwicklungen im Bereich biologische Vielfalt zu informieren?	25	25	24	16	26	35
... beim Einkaufen einen Ratgeber zu benutzen, der zum Beispiel über gefährdete Fischarten informiert?	22	19	25	16	24	29
... ihre Freunde und Bekannten auf den Schutz der biologischen Vielfalt aufmerksam zu machen?	21	20	22	15	22	31
... einen Brief an die Regierung oder die zuständige Behörde zu schreiben, um auf den notwendigen Schutz der biologischen Vielfalt hinzuweisen?	13	13	12	9	14	17
... für die Pflege und Erhaltung eines Schutzgebietes zu spenden?	11	11	11	7	13	17
... Geld an einen Naturschutzverband zu spenden, der sich um den Schutz der biologischen Vielfalt bemüht?	11	11	11	7	10	17
... in einem Naturschutzverband aktiv mitzuarbeiten, um die biologische Vielfalt zu schützen?	9	10	7	4	12	12

stark überrepräsentiert | überrepräsentiert | stark unterrepräsentiert | unterrepräsentiert

Neben den Liberal-Intellektuellen und den Sozialökologischen sind die Expeditiven besonders bereit, sich für die Erhaltung der biologischen Vielfalt einzusetzen

Betrachtet man die höchste Antwortstufe, sind klare Milieuschwerpunkte zu erkennen: Tendenziell zeigen die Sozialökologischen und die Liberal-Intellektuellen eine höhere Handlungsbereitschaft. Auch die jungen Trendsetter der Expeditiven sind bei fast allen hier abgefragten Handlungsweisen deutlich überrepräsentiert, was auf ihre starke Sensibilisierung für diese Thematik zurückzuführen ist. Lediglich beim Einkaufen von regionalem Obst und Gemüse liegen sie im Durchschnitt (51 Prozent, Bevölkerungsdurchschnitt 53 Prozent).

Die Bereitschaft, sich beim Aufenthalt in der Natur von ausgewiesenen geschützten Bereichen fernzuhalten, ist bei Sozialökologischen und allen sozial gehobenen Milieus überdurchschnittlich ausgeprägt – eine Ausnahme bildet das Milieu der Performer (59 Prozent; Konservativ-Etablierte 74 Prozent, Liberal-Intellektuelle 75 Prozent, Sozialökologische 79 Prozent; Durchschnitt 65 Prozent, jeweils höchste Zustimmungsstufe).

Literatur

Ackermann W., Schweiger M., Sukopp U., Fuchs D. und Sachteleben J. 2013: Indikatoren zur biologischen Vielfalt. Entwicklung und Bilanzierung. Bundesamt für Naturschutz. Bonn: 229. (Naturschutz und Biologische Vielfalt 132).

Bandura A. 1977: Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. Psychological review, 84(2): 191 – 215 .

BfN (Bundesamt für Naturschutz) 2010: Pressehintergrundinfo Wildnis und Wildnisgebiete in Deutschland. Bundesamt für Naturschutz, 11. Mai 2010. [www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/presse/Wildnis_Hintergrundpapier_Presse_20100511_final_1.pdf, 08.04.2014].

BfN (Bundesamt für Naturschutz) 2013a: Weitere Nationalparke für Deutschland?! Argumente und Hintergründe mit Blick auf die aktuelle Diskussion um die Ausweisung von Nationalparken in Deutschland. [www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/gebietsschutz/Nationalparke_Argumente-NLP10, 08.04.2014].

BfN (Bundesamt für Naturschutz) 2013b: Nationalparke. [www.bfn.de/0308_nlp.html, 08.04.2014].

BfN (Bundesamt für Naturschutz) 2014: Biologische Vielfalt. Daten und Fakten. [www.bfn.de/0304_fakten.html, 08.04.2014].

BMU (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit) 2007: Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt. Reihe Umweltpolitik. Berlin.

BMU und BfN (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und Bundesamt für Naturschutz) 2010: Naturbewusstsein 2009. Berlin und Bonn.

BMU und BfN (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit und Bundesamt für Naturschutz) 2012: Naturbewusstsein 2011. Berlin und Bonn.

CBD (Convention on Biological Diversity) 1992: Übereinkommen über die Biologische Vielfalt. Übersetzung von 2011. Rio de Janeiro.

Eid M., Gollwitzer M. und Schmitt M. 2013: Statistik und Forschungsmethoden. Basel.

Finck P., Klein M. und Riecken U. 2013: Wildnisgebiete in Deutschland – von der Vision zur Umsetzung. Ergebnisse einer wissenschaftlichen Fachtagung des BfN vom 19. bis 21.11.2012 auf der Insel Vilm. In: Natur und Landschaft. Zeitschrift für Natur und Landschaftspflege. Ausgabe 8/2013: 342 – 346.

Hass A. 2009: Der Transzendentalismus als philosophische Basis des amerikanischen Freiheitsmythos vom Pionier in der Wildnis. In: Kirchhoff T. und Trepl L. (Hg.): Vieldeutige Natur: Landschaft, Wildnis und Ökosystem als kulturgeschichtliche Phänomene. Bielefeld: 291 – 301.

Haß A., Hoheisel D., Kangler G., Kirchhoff T., Putzhammer S., Schwarzer M. und Vincenzotti V. 2012: Sehnsucht nach Wildnis. Aktuelle Bedeutungen der Wildnistypen Berg, Dschungel, Wildfluss und Stadtbrache vor dem Hintergrund einer Ideengeschichte von Wildnis. In: Kirchhoff T., Vicenzotti V. und Voigt A.: Sehnsucht nach Natur. Über den Drang nach draußen in der heutigen Freizeitkultur. S. 107-143. Bielefeld.

Heiland S. 1997: Naturverständnis. Dimensionen des menschlichen Naturbezugs. Darmstadt.

Jackson T. 2011: Wohlstand ohne Wachstum: Leben und Wirtschaften in einer endlichen Welt. München.

Janssen J. und Laatz W. 2010: Statistische Datenanalyse mit SPSS. Eine anwendungsorientierte Einführung in das Basissystem und das Modul Exakte Tests. Berlin.

Jessel B. 1997: Wildnis als Kulturaufgabe? Nur scheinbar ein Widerspruch! - Zur Bedeutung des Wildnisgedankens für die Naturschutzarbeit. In: Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (Hg.): Wildnis – ein neues Leitbild!? Möglichkeiten und Grenzen ungestörter Naturentwicklung für Mitteleuropa. Laufener Seminarbeiträge 1/97: 9 – 20.

Jessel B. 2005: Bilder der Natur – Was motiviert Naturschützer? In: Stiftung Natur und Umwelt Rheinland-Pfalz (Hg.): Reihe Denkanstöße, Bd. 3: Die Erfindung von Natur und Landschaft: 35 – 45.

Kathke T. 2009: Landschaft als Auflösung ihrer selbst – Die Besiedelung des amerikanischen Westens. In: Kirchhoff T. und Trepl L. (Hg.): Vieldeutige Natur. Landschaft, Wildnis und Ökosystem als kulturgeschichtliche Phänomene. Bielefeld: 279 – 290.

Kirchhoff T. und Trepl L. 2009a: Vieldeutige Natur. Landschaft, Wildnis und Ökosystem als kulturgeschichtliche Phänomene. Bielefeld.

Kirchhoff T. und Trepl L. 2009b: Landschaft, Wildnis, Ökosystem: Zur kulturbedingten Vieldeutigkeit ästhetischer, moralischer und theoretischer Naturauffassungen. Einleitender Überblick. In: Kirchhoff T. und Trepl L. (Hg.): Vieldeutige Natur. Landschaft, Wildnis und Ökosystem als kulturgeschichtliche Phänomene. Bielefeld: 13 – 68.

Kleinhückelkotten S. und Neitzke H. P. 2010: Naturbewusstsein 2009. Abschlussbericht. ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung. Berlin und Bonn.

Kleinhückelkotten S. und Neitzke H. P. 2012: Naturbewusstsein 2011. Abschlussbericht. ECOLOG-Institut für sozial-ökologische Forschung. Berlin und Bonn.

Kuckartz U. und Rädiker S. 2009: Abschlussbericht - „Bedeutsamkeit umweltpolitischer Ziele und Aufgaben“ („Gesellschaftsindikator“). Indikatoren für die nationale Strategie zur biologischen Vielfalt. Forschungs- und Entwicklungsvorhaben im Auftrag des BfN / Bundesamt für Naturschutz (FKZ 3507 81 070). Marburg: 85.

MEA (Millennium Ecosystem Assessment) 2005: Ecosystems and Human Wellbeing. Biodiversity Synthesis. Washington.

Nationalpark Schwarzwald 2014: Der Nationalpark. [www.nordschwarzwald-nationalpark.de/index.php?id=99, 08.04.2014].

Paech N. 2012: Befreiung vom Überfluss. München.

Piechocki R. 2010: Landschaft, Heimat, Wildnis. Schutz der Natur – aber welcher und warum? München.

Radkau J. 2000: Natur und Macht. Eine Weltgeschichte der Umwelt. München.

Sedlmeier P. 2013: Forschungsmethoden und Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler. München.

Seidl I. und Zahrnt A. 2010: Postwachstumsgesellschaft – Konzepte für die Zukunft. Marburg.

Sieverts T. 1997: Zwischenstadt. Zwischen Ort und Welt, Raum und Zeit, Stadt und Land. Basel.

Stieß I., Birzle-Harder B., Siembab M. und Schietinger E. 2013: Der Blaue Engel – ein Klassiker mit Potenzial. Eine empirische Studie zu Verbraucherakzeptanz und Marktdurchdringung des Umweltzeichens. Frankfurt am Main.

Stremlow M. und Sidler C. 2002: Schreibzüge durch die Wildnis: Wildnisvorstellungen in Literatur und Printmedien der Schweiz. Bern.

Thoreau H. D. 1854: Walden oder Leben in den Wäldern. Übersetzung von Emmerich E. und Fischer T. Zürich 1979.

Vicenzotti V. 2011: Der »Zwischenstadt«-Diskurs. Eine Analyse zwischen Wildnis, Kulturlandschaft und Stadt. Bielefeld.

Winkler N., Kroh M. und Spiess M. 2006: Entwicklung einer deutschen Kurzskala zur zweidimensionalen Messung von sozialer Erwünschtheit. Diskussionspapier. Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung. Berlin.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung		Seite
1	Die Sinus-Milieus in Deutschland 2013	16
2	Wildnisassoziationen	25
3	Vorhandensein von Wildnis in Deutschland	26
4	Meinung zur Wildnisausdehnung	26
5	Meinung zur Wildnisausdehnung nach Sinus-Milieus	27
6	Ausdehnung der Wildnis in verschiedenen Ökosystemtypen	28
7	Zugang zur Wildnis	29
8	Meinung zu Wildnisgebieten	30
9	Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere	31
10	Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere nach Sinus-Milieus	33
11	Naturnahe Wälder	34
12	Einstellung zu Nationalparks	35
13	Nationalparks in Deutschland	36
14	Persönliche Bedeutung von Natur	38
15	Wahrnehmung der Gefährdung der Natur	40
16	Einstellungen zum Schutz der Natur	42
17	Naturschutz im Spannungsfeld von Politik und Wirtschaft	43
18	Zustimmung zu den Prinzipien einer nachhaltigen Naturnutzung	44
19	Wichtigkeit verschiedener Landschaftsformen	47
20	Verantwortung für den Landschaftserhalt	48
21	Gestaltung von Flüssen und Überschwemmungsflächen	49
22	Zustimmung zu Hochwasserschutz-Maßnahmen	49
23	Zustimmung zur Energiewende im Zeitvergleich	50
24	Zustimmung zur Energiewende nach Sinus-Milieus 2011 und 2013 im Vergleich	51
25	Akzeptanz landschaftsverändernder Maßnahmen zur Erzeugung erneuerbarer Energien	52
26	Wissen über die Naturverträglichkeit von Produkten	54
27	Kauf von naturverträglichen Produkten	54
28	Kauf von saisonalen und regionalen Produkten	56
29	Entscheidung für naturschonende Produkte und Tätigkeiten	57
30	Bedeutung des naturschonenden Konsums	58
31	Wahrnehmung des individuellen Aufwands für naturverträglichen Konsum	60
32	Einstellungen zu naturverträglichem Konsum	61
33	Subjektive Normen in Bezug auf naturverträglichen Konsum	63
34	Einstellungen zu naturverträglichen Produkten nach Sinus-Milieus	64
35	Zustimmung zum Verbot gentechnisch veränderter Organismen in der Landwirtschaft	65
36	Bekanntheit des Begriffs „Biologische Vielfalt“ im Zeitvergleich	68
37	Verständnis des Begriffs „Biologische Vielfalt“	68
38	Verständnis des Begriffs „Biologische Vielfalt“ im Zeitvergleich	69
39	Wahrgenommene Abnahme der biologischen Vielfalt	70
40	Gesellschaftlicher Stellenwert der Erhaltung der biologischen Vielfalt	70
41	Persönliche Bedeutung der biologischen Vielfalt	71
42	Bereitschaft, aktiv zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen	73

Tabellenverzeichnis

Tabelle		Seite
1	Vorhandensein von Wildnis in Deutschland nach Alter und Bildung	26
2	Meinung zur Wildnisausdehnung nach Alter, Geschlecht und Bildung	27
3	Ausdehnung der Wildnis in verschiedenen Ökosystemtypen nach Geschlecht, Alter und Bildung	28
4	Zugang zur Wildnis nach Geschlecht und Bildung	29
5	Einstellungen zu Wildnisgebieten nach Geschlecht, Alter und Bildung	30
6	Zustimmung zur Verbreitung der Wildtiere nach soziodemographischen Merkmalen	32
7	Naturnahe Wälder nach Geschlecht, Alter und Bildung	34
8	Nationalparks in Deutschland nach Geschlecht, Alter und Bildung	36
9	Persönliche Bedeutung von Natur nach soziodemographischen Merkmalen	39
10	Wahrnehmung der Gefährdung der Natur nach Geschlecht und Bildung	41
11	Einstellungen zum Schutz der Natur nach Geschlecht und Bildung	43
12	Zustimmung zu den Prinzipien einer nachhaltigen Naturnutzung nach Geschlecht und Bildung	45
13	Kauf von naturverträglichen Produkten nach soziodemographischen Merkmalen	55
14	Kauf von naturverträglichen Produkten aus der Region und der Saison nach soziodemographischen Merkmalen	56
15	Bedeutung des naturschonenden Konsums nach soziodemographischen Merkmalen	59
16	Wahrgenommene Einflussmöglichkeiten durch naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung	60
17	Wahrnehmung des individuellen Aufwands für naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung	61
18	Einstellungen zu naturverträglichem Konsum nach soziodemographischen Merkmalen	62
19	Subjektive Normen in Bezug auf naturverträglichen Konsum nach Geschlecht und Bildung	63
20	Zeitliche Entwicklung des Indikators „Bewusstsein für biologische Vielfalt“	67
21	Bereitschaft, aktiv zur Erhaltung der biologischen Vielfalt beizutragen, nach Geschlecht und Bildung	74

Grundauszählung

Kapitel 2: Wildnis – die Suche des Menschen nach unberührter Natur

A2.1 Ich möchte gerne von Ihnen wissen, was Ihnen ganz spontan zu „Wildnis“ einfällt. Bitte nennen Sie mir so viele Begriffe, wie Ihnen in den Sinn kommen. (Abbildung 2)

Angaben in %		Angaben in %	
1. (Wilde) Tiere	55	13. Gebirge / Berge	6
2. Wälder, Regenwald, Dschungel	44	14. Freiheit	6
3. Unberührte Natur	33	15. Natur- und Umweltschutz	6
4. Pflanzen	23	16. Freizeit und Abenteuer	5
5. Abwesenheit vom Menschen und Zivilisation	18	17. Moore, Sumpfgebiete	5
6. Gewässer	14	18. Abgeschiedenheit (Einsamkeit)	5
7. Natur (allg.)	14	19. Wiesen	5
8. Chaos und Verwahrlosung	13	20. Afrika (Kenia, Kongo)	5
9. Nationalparks und Naturschutzgebiete	8	21. Gesundheit	5
10. Lebensraum für Tiere und Pflanzen	7	22. Bedrohte Wildnis	4
11. Artenvielfalt	7	23. Gefahr	3
12. Erholung und Entspannung	6		

Offene Abfrage, Mehrfachnennungen möglich

A2.2 Es geht nun um das Thema Natur und welche Rolle Natur in Ihrem Leben spielt. Dazu habe ich hier einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. (Text Kapitel 2.2, Seite 25)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Je wilder die Natur, desto besser gefällt sie mir	23	42	28	6	1

A2.3 Was meinen Sie, gibt es Wildnis in Deutschland? (Abbildung 3, Tabelle 1)

Angaben in %	
1. ja	64
2. nein	24
3. weiß nicht / keine Angabe	12

A2.4 Was denken Sie, wie viel Wildnis sollte es in Deutschland geben? Sollte es mehr Wildnis geben, weniger Wildnis geben, ist es gut, wie es ist oder haben Sie keine Meinung dazu? (Abbildung 4, Tabelle 2)

Angaben in %	
1. mehr	42
2. weniger	3
3. es ist gut, wie es ist	42
4. ich habe keine Meinung dazu	11
5. weiß nicht / keine Angabe	2

A2.5 In welchen Gebieten in Deutschland sollte sich Ihrer Meinung nach mehr Wildnis entwickeln? (Abbildung 6, Tabelle 3)

Angaben in %	
1. In Wäldern	79
2. In Moorlandschaften	66
3. Auf ehemaligen Truppenübungsplätzen	63
4. In Hochgebirgs- und Felsenlandschaften	62
5. Bei Flusslandschaften	61
6. In Flussauen	57
7. In Bergbaufolgelandschaften	54
8. Bei Seenlandschaften	50
9. An Küstenabschnitten	44

Basis: 842 Fälle (Nur Befragte, die der Ansicht sind, dass es mehr Wildnis geben sollte), Mehrfachnennungen möglich

A2.6 Inwieweit sollte Wildnis in Deutschland für den Menschen zugänglich sein? (Abbildung 7, Tabelle 4)

Angaben in %	
1. kein Zugang	16
2. Zugang mit Führung	33
3. Zugang auf Wegen	35
4. ungehinderter Zugang	11
5. weiß nicht	5

A2.7 Bitte sagen Sie mir, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen. (Abbildung 8, Tabelle 5)

Angaben in %	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Wildnisgebiete bieten wichtige Rückzugsräume für Tiere und Pflanzen	74	22	2	1	1
2. Wildnisgebiete stellen einen Freiraum in unserer technisierten Welt dar	53	36	6	1	4
3. In Wildnisgebieten können wir viel über die ursprüngliche Natur in Deutschland lernen.	52	38	6	1	3
4. Ich finde es bedenklich, dass durch die Ausweisung von Wildnisgebieten Flächen der wirtschaftlichen Nutzung entzogen werden	7	16	34	38	5
5. Wir brauchen keine Wildnisgebiete, um seltene und wertvolle Landschaften in Deutschland zu schützen	6	11	30	49	4

A2.8 Wie finden Sie es, wenn sich die folgenden Tiere in Deutschland verbreiten? (Abbildung 9, Tabelle 6)

Angaben in %	finde ich gut	finde ich nicht gut	ist mir egal	weiß nicht
1. Biber	67	16	14	3
2. Luchs	64	17	14	5
3. Wildkatze	63	19	14	4
4. Waschbär	48	34	14	4
5. Wolf	44	41	9	6

A2.9 Es folgen einige weitere Aussagen, bei denen uns ebenfalls interessiert, inwieweit Sie ihnen zustimmen. (Abbildung 11, Tabelle 7)

Angaben in %	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Abgestorbene Bäume und Totholz gehören in den Wald	38	38	15	5	4
2. In naturnahen Wäldern können morsche Bäume und herabfallende Äste gefährlich für den Menschen werden	19	42	26	10	3
3. Ein Wald soll ordentlich aussehen	9	24	36	28	3

A2.10 Ich nenne Ihnen nun einige Aussagen zu Nationalparks in Deutschland. Sagen Sie mir bitte, ob Sie den folgenden Aussagen zustimmen oder nicht. Nationalparks in Deutschland... (Abbildung 12)

Angaben in %	ja	nein	weiß nicht / keine Angabe
1. ... schützen Tiere und Pflanzen	95	2	3
2. ... werten die Region auf	89	5	6
3. ... passen gut zu Deutschland	88	6	6
4. ... stärken den Tourismus und schaffen Arbeitsplätze	81	10	9
5. ... schaden der Forstwirtschaft, z. B. wegen der möglichen Ausbreitung von Schädlingen wie dem Borkenkäfer	21	57	22
6. ... gefährden die landwirtschaftliche Nutzung	16	71	13

A2.11 Meinen Sie, dass es in Deutschland bereits genügend Nationalparks gibt? (Abbildung 13, Tabelle 8)

Angaben in %	
1. ja	33
2. nein	37
3. weiß nicht	30

Kapitel 3: Mensch und Natur – Naturgefährdung, Naturnutzung und Naturschutz

A3.1 Es geht nun um das Thema Natur und welche Rolle Natur in Ihrem Leben spielt. Dazu habe ich hier einige Aussagen. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. (Abbildung 14, Tabelle 9)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Natur ist für mich etwas Fremdes	2	6	22	70	0
2. In der Natur fühle ich mich nicht wohl	5	7	18	68	2
3. Ich interessiere mich nicht für das Thema Natur	6	16	25	51	2
4. Ich versuche, so oft wie möglich in der Natur zu sein	31	44	20	5	0
5. Ich fühle mich mit Natur und Landschaft in meiner Region eng verbunden	36	45	14	4	1
6. Es macht mich glücklich, in der Natur zu sein	41	44	11	2	2
7. An der Natur schätze ich ihre Vielfalt	52	40	5	1	2
8. In meiner Erziehung ist oder wäre es mir wichtig, meinen Kindern die Natur nahe zu bringen	52	37	6	1	4
9. Natur bedeutet für mich Gesundheit und Erholung	53	38	7	1	1
10. Zu einem guten Leben gehört die Natur dazu	56	36	5	1	2

A3.2 Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. (Abbildung 15, Tabelle 10)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Die Menschen machen sich über die Zerstörung der Natur zu viele Gedanken	5	17	33	42	3
2. Ich fühle mich durch die Zerstörung der Natur in unserem Land bedroht	11	34	38	14	3
3. Ich fürchte, dass es für unsere Kinder und Enkelkinder kaum noch intakte Natur geben wird	24	44	25	5	2
4. Ich ärgere mich darüber, dass viele Menschen so sorglos mit der Natur umgehen	42	41	13	3	1

A3.3 Im Folgenden haben wir einige Aussagen zu Schutz und Nutzung der Natur zusammengestellt. Bitte sagen Sie mir für jede dieser Aussagen, ob sie Ihrer Meinung nach voll und ganz, eher, eher nicht oder überhaupt nicht zutrifft. (Abbildung 16, Tabelle 11)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Der Mensch ist Teil der Natur	61	34	3	1	1
2. Es ist die Pflicht des Menschen, die Natur zu schützen	56	39	3	1	1
3. Ich als einzelner kann keinen großen Beitrag zum Schutz der Natur leisten	18	37	31	14	0
4. Ich fühle mich persönlich dafür verantwortlich, die Natur zu erhalten	18	47	24	8	3
5. Der Mensch hat das Recht, die Natur zu seinem Nutzen zu verändern	8	32	37	19	4

A3.4 Und was ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen? (Abbildung 17, Abbildung 18, Tabelle 12)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Wir dürfen die Natur nur so nutzen, dass dies auch für kommende Generationen im gleichen Umfang möglich ist	57	38	4	0	1
2. Die Natur darf nur so genutzt werden, dass die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume auf Dauer gesichert ist	55	38	5	1	1
3. Die Natur darf nur so genutzt werden, dass Eigenart und Schönheit von Natur und Landschaft erhalten bleiben	52	41	5	0	2
4. Wir dürfen die Natur nicht auf Kosten der Menschen in ärmeren Ländern ausbeuten	49	41	5	1	4
5. Der Naturschutz in Deutschland ist eine wichtige politische Aufgabe	45	41	9	2	3
6. In wirtschaftlichen Krisenzeiten muss auch der Naturschutz mit weniger Geld auskommen	20	42	26	8	4
7. In Deutschland wird genug getan, um die Natur zu schützen	10	30	39	15	6
8. Die Natur darf der wirtschaftlichen Entwicklung nicht im Weg stehen	6	26	40	23	5

Kapitel 4: Kultur – das Leben des Menschen mit der Natur nachhaltig gestalten

A4.1 Manche Regionen in Deutschland haben die Aufgabe, Lebensmittel für uns zu produzieren. Wie wichtig finden Sie neben Äckern die folgenden Elemente in diesen Kulturlandschaften? (Abbildung 19)

Angaben in %	sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig	weiß nicht / keine Angabe
1. Wiesen und Weiden	68	28	3	0	1
2. Bäche und Tümpel	61	33	5	1	0
3. Baumgruppen und Hecken	56	35	7	2	0
4. Alleen	31	38	23	7	1
5. Siedlungen / Straßen	24	41	28	5	2

A4.2 Wer sollte Ihrer Meinung nach die Verantwortung für den Erhalt dieser Landschaftselemente übernehmen? (Abbildung 20)

Angaben in %	sehr große	eher große	weniger große	geringe Verantwortung	weiß nicht / keine Angabe
1. Naturschutz	61	31	6	1	1
2. Forstwirtschaft	51	39	7	2	1
3. Kommunalverwaltung	39	38	15	5	3
4. Landwirtschaft	38	45	13	2	2
5. Jagd	22	39	25	10	4

A4.3 In Deutschland wurden in den letzten Jahrzehnten viele Flüsse begradigt und Überschwemmungsflächen wie Auen intensiv genutzt. Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen? (Abbildung 21)

Angaben in %	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Naturnah gestaltete Flüsse und Bäche sind schöner als begradigte Flüsse und Bäche	65	28	3	1	3
2. Flüsse und Bäche sollten naturnah gestaltet sein, um sich frei entfalten zu können	61	32	3	1	3
3. Überschwemmungsflächen sollten landwirtschaftlich genutzt werden	18	35	22	16	9
4. Überschwemmungsflächen sollten für Siedlungs- und Gewerbezwecke bebaut werden	5	11	20	56	8

A4.4 Wie wichtig finden Sie persönlich folgende Maßnahmen zum Hochwasserschutz? (Abbildung 22)

Angaben in %	sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	nicht wichtig	weiß nicht / keine Angabe
1. Flüsse und Bäche naturnah gestalten	60	33	4	1	2
2. Mehr Überschwemmungsflächen und Auen schaffen	59	31	5	1	4
3. Mehr Möglichkeiten schaffen, dass Regenwasser versickern kann, bevor es in die Flüsse gelangt	59	30	5	1	5
4. Höhere Deiche bauen	49	33	13	2	3

A4.5 Halten Sie die Energiewende – hin zu einer überwiegenden Versorgung aus erneuerbaren Energien – für richtig? (Abbildung 23)

Angaben in %	
1. ja	56
2. unentschieden	30
3. nein	10
4. weiß nicht	4

A4.6 Wenn wir künftig mehr erneuerbare Energien nutzen wollen, wird das zu Veränderungen unserer Landschaft führen. Wie bewerten Sie die mögliche Zunahme...? (Abbildung 25)

Angaben in %	das finde ich gut	das würde ich akzeptieren	das würde mir nicht gefallen	das lehne ich ab	weiß nicht / keine Angabe
1. von Windenergieanlagen im Meer, an Nord- und Ostseeküste	38	44	11	5	2
2. der Fläche außerhalb von Siedlungen, auf der Solaranlagen (Photovoltaik) errichtet werden	27	50	14	6	3
3. von Windenergieanlagen auf dem Land	26	48	17	7	2
4. der Fläche, auf der Raps angebaut wird	18	46	20	10	6
5. der Fläche, auf der Mais angebaut wird	17	43	22	11	7
6. der Zahl der Biogasanlagen	16	45	22	10	7
7. der Zahl der Hochspannungsleitungen	5	39	36	17	3
8. des Holzeinschlages in Wäldern	5	26	37	28	4

A4.7 Wie viel wissen Sie im Allgemeinen über die Auswirkungen der Produkte, die Sie kaufen und verwenden, auf Natur und Umwelt? (Abbildung 26)

Angaben in %	
1. ich weiß viel	9
2. ich weiß über die wichtigsten Auswirkungen Bescheid	40
3. ich weiß wenig darüber	43
4. ich weiß nichts	7
5. keine Angabe	1

A4.8 Wie häufig haben Sie im letzten Monat folgende Produkte gekauft? (Abbildung 27, Tabelle 13)

Angaben in %	jedes Mal, wenn ich in der Situation war	häufig	jedes zweite Mal, wenn ich in der Situation war	selten	gar nicht als Bio-Variante	betrifft mich nicht	weiß nicht / keine Angabe
1. Tierprodukte aus ökologischer Landwirtschaft wie Bio-Milch oder Bio-Eier	9	19	13	27	25	6	1
2. Biologisch angebautes Obst- und Gemüse	6	20	15	31	22	5	1
3. Bio-Fleisch	3	8	9	29	42	8	1

A4.9 Wie häufig haben Sie innerhalb der letzten 12 Monate folgende Produkte gekauft? (Abbildung 28, Tabelle 14)

Angaben in %	jedes Mal, wenn ich in der Situation war	häufig	jedes zweite Mal, wenn ich in der Situation war	selten	gar nicht als Bio-Variante	betrifft mich nicht	weiß nicht / keine Angabe
1. Obst und Gemüse aus der Saison	15	50	15	14	2	3	1
2. Lebensmittel aus Ihrer Region	10	44	16	22	3	3	2

A4.10 Bitte sagen Sie mir jeweils, ob Sie bei den letzten drei Malen, als Sie ein solches Produkt gekauft bzw. die Tätigkeit ausgeführt haben, sich für eine naturschonende Variante entschieden haben. (Abbildung 29)

Angaben in %	alle drei Male	zwei Mal	ein Mal	kein Mal	kann mich nicht erinnern	weiß nicht / keine Angabe
1. Bei dem Kauf von Papier bzw. Toilettenpapier oder Taschentücher solche gewählt, die aus recycelten Materialien bestehen	34	14	14	30	5	3
2. Bei den letzten drei erworbenen Kosmetikprodukten solche gewählt, die naturschonend sind	12	9	14	47	8	10
3. Bei den letzten drei Urlaubsreisen solche gewählt, die naturschonend sind	7	5	13	61	6	8
4. Bei den letzten drei angeschafften Holzmöbeln solche gewählt, die aus nachhaltig produziertem Holz gefertigt wurden	5	4	12	58	13	8
5. Bei den letzten drei erworbenen Kleidungsstücken solche gewählt, die aus Biobaumwolle hergestellt wurden	4	6	14	62	8	6

A4.11 Inwieweit ist es für Sie wichtig, beim Einkauf Produkte mit folgenden Eigenschaften zu wählen? (Abbildung 30, Tabelle 15)

Angaben in %	sehr wichtig	eher wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig	betrifft mich nicht	weiß nicht / keine Angabe
1. Regionale und saisonale Lebensmittel	36	46	12	3	2	1
2. Bio-Lebensmittel aus ökologischer Landwirtschaft	18	39	26	13	3	1
3. Dienstleistungen, welche die Natur schonen, z.B. bezüglich der Urlaubsplanung und Freizeitgestaltung	9	33	32	16	7	3
4. Gebrauchsgüter, die als naturschonend zertifiziert sind, z.B. Möbel und Kleidung	9	33	35	16	4	3

A4.12 Wenn im Folgenden von naturverträglichen Produkten die Rede ist, beziehen wir uns auf Produkte, die bei der Erzeugung bzw. Herstellung die Natur nur wenig belasten. Was ist Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen? (Abbildung 31, Abbildung 32, Abbildung 33, Tabelle 16, Tabelle 17, Tabelle 18, Tabelle 19)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Ich finde, dass naturverträgliche Produkte zu teuer verkauft werden	39	38	18	3	2
2. Wir alle sollten unseren Konsum naturverträglich gestalten, weil wir Verantwortung für unsere Kinder und Kindeskinder tragen	33	47	11	2	7
3. Durch den Kauf von naturverträglichen Produkten geht man mit gutem Beispiel voran	25	48	17	4	6
4. Naturverträgliche Lebensmittel gehören für mich zu einer gesunden Ernährung einfach dazu	21	42	24	9	4
5. Naturverträgliche Einkäufe sind nicht zeitaufwändiger als andere Einkäufe	19	34	30	13	4
6. Ich glaube nicht, dass ich durch den Kauf von naturverträglichen Produkten wirklich der Natur helfen kann	15	34	31	15	5
7. Ich kann mir naturverträgliche Produkte nicht leisten	15	27	34	22	2
8. Biolebensmittel schmecken mir in der Regel besser	14	33	29	16	8
9. Es ist umständlich für mich, naturverträgliche Produkte zu kaufen, da es in meiner Umgebung nicht die richtigen Geschäfte dafür gibt	13	29	32	22	4
10. Mein Umfeld findet es gut, wenn ich naturverträgliche Produkte kaufe	12	34	21	11	22
11. Ich bin davon überzeugt, dass ich durch die konkrete Nachfrage von Produkten das Sortiment meines Supermarktes beeinflussen kann	11	31	30	23	5
12. Es ist einfach zu entscheiden, welche Produkte naturverträglich sind	10	31	37	18	4
13. Ich finde, unsere Landwirtschaft ist ausreichend auf die Herstellung umwelt- und naturverträglicher Produkte ausgerichtet	9	36	32	14	9
14. Es ist nicht notwendig, dass wir Deutschen unseren Lebensstil einschränken, um dadurch die Natur zu schonen	8	26	35	26	5

A4.13 Und inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? Der Einsatz gentechnisch veränderter Organismen in der Landwirtschaft wird verboten (Abbildung 35)

Angaben in %	
1. sehr wichtig	56
2. eher wichtig	28
3. weniger wichtig	7
4. überhaupt nicht wichtig	3
5. weiß nicht	6

Kapitel 5: Biologische Vielfalt

A5.1 Ist Ihnen der Begriff „Biologische Vielfalt“ bekannt? (Abbildung 36)

Angaben in %	
1. Ich habe davon gehört, und ich weiß, was der Begriff bedeutet	40
2. Ich habe davon gehört, aber ich weiß nicht, was der Begriff bedeutet	36
3. Ich habe noch nie davon gehört	20
4. weiß nicht	4

A5.2 Können Sie mir bitte sagen, was der Begriff „Biologische Vielfalt“ für Sie bedeutet? (Offene Frage, Mehrfachnennungen möglich) (Abbildung 37, Abbildung 38)

Angaben in %	
1. Vielfalt von Arten (Tieren und / oder Pflanzen)	95
2. Vielfalt von Ökosystemen, Lebensräumen	70
3. Vielfalt von Genen, Erbinformationen, Erbgut	41
4. Sonstiges	3
Basis: 809 Fälle, nur Befragte, die angeben zu wissen, was „Biologische Vielfalt“ bedeutet	

A5.3 Inwieweit sind Sie davon überzeugt, dass die biologische Vielfalt auf der Erde abnimmt? Sind Sie ... (Abbildung 39)

Angaben in %	
1. sehr überzeugt	34
2. eher überzeugt	44
3. unentschieden	15
4. eher nicht überzeugt	4
5. gar nicht überzeugt	0
6. weiß nicht	3
Basis: 1.540 Fälle, nur Befragte, die den Begriff „Biologische Vielfalt“ zumindest schon einmal gehört haben	

A5.4 Die Bundesrepublik Deutschland hat sich in internationalen Abkommen zur Erhaltung der biologischen Vielfalt verpflichtet. Inwieweit halten Sie persönlich die Erhaltung der biologischen Vielfalt für eine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe? Würden Sie sagen, ... (Abbildung 40)

Angaben in %	
1. ja, dies ist eine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe	36
2. eher ja	35
3. teils / teils	20
4. eher nein	3
5. nein, dies ist keine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe	3
6. weiß nicht	3

A5.5 Ich lese Ihnen nun einige Aussagen zur biologischen Vielfalt vor. Bitte sagen Sie mir jeweils, inwieweit die Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft. (Abbildung 41)

Angaben in %	trifft voll und ganz zu	trifft eher zu	trifft eher nicht zu	trifft überhaupt nicht zu	weiß nicht / keine Angabe
1. Die biologische Vielfalt sollte als Erbe für unsere Kinder und zukünftige Generationen erhalten bleiben	58	36	3	1	2
2. Die biologische Vielfalt in der Natur fördert mein Wohlbefinden und meine Lebensqualität	28	47	14	4	7
3. Ärmere Staaten sollten zum Schutz ihrer biologischen Vielfalt durch reichere Staaten finanziell unterstützt werden	23	48	16	5	8
4. Zur Erhaltung der biologischen Vielfalt sollte der Verbrauch von Flächen für Siedlungen, Gewerbe und Verkehrswege reduziert werden	18	45	23	5	9
5. Wenn die biologische Vielfalt schwindet, beeinträchtigt mich das persönlich	16	42	27	9	6
6. Ich fühle mich persönlich für die Erhaltung der biologischen Vielfalt verantwortlich	12	39	30	14	5
7. Viele Berichte über den Rückgang der biologischen Vielfalt auf der Welt sind übertrieben	6	19	34	29	12
8. Die Ausgaben für die Forschung über die biologische Vielfalt sollten reduziert werden	4	13	41	32	10

A5.6 Ich lese Ihnen nun einige Möglichkeiten vor, was man persönlich tun kann, um die biologische Vielfalt zu schützen. Inwieweit sind Sie persönlich bereit, ... (Abbildung 42, Tabelle 21)

Angaben in %	sehr bereit	eher bereit	weniger bereit	gar nicht bereit	weiß nicht / keine Angabe
1. ... sich beim Aufenthalt in der Natur von ausgewiesenen geschützten Bereichen fernzuhalten?	65	27	4	3	1
2. ... beim Einkaufen Obst und Gemüse aus Ihrer Region zu bevorzugen?	53	39	4	1	3
3. ... eine Unterschriftenliste zum Schutz der biologischen Vielfalt zu unterzeichnen?	40	39	11	8	2
4. ... die Marke von Kosmetika oder Drogerie-Artikeln zu wechseln, wenn Sie erfahren, dass deren Herstellung die biologische Vielfalt gefährdet?	34	44	10	6	6
5. ... sich über aktuelle Entwicklungen im Bereich biologische Vielfalt zu informieren?	25	51	18	5	1
6. ... beim Einkaufen einen Ratgeber zu benutzen, der zum Beispiel über gefährdete Fischarten informiert?	22	42	20	11	5
7. ... Ihre Freunde und Bekannten auf den Schutz der biologischen Vielfalt aufmerksam zu machen?	21	46	19	9	5
8. ... einen Brief an die Regierung oder die zuständige Behörde zu schreiben, um auf den notwendigen Schutz der biologischen Vielfalt hinzuweisen?	13	28	26	30	3
9. ... für die Pflege und Erhaltung eines Schutzgebietes zu spenden?	11	41	25	20	3
10. ... Geld an einen Naturschutzverband zu spenden, der sich um den Schutz der biologischen Vielfalt bemüht?	11	37	28	22	2
11. ... in einem Naturschutzverband aktiv mitzuarbeiten, um die biologische Vielfalt zu schützen?	9	27	33	29	2

www.bmub.bund.de