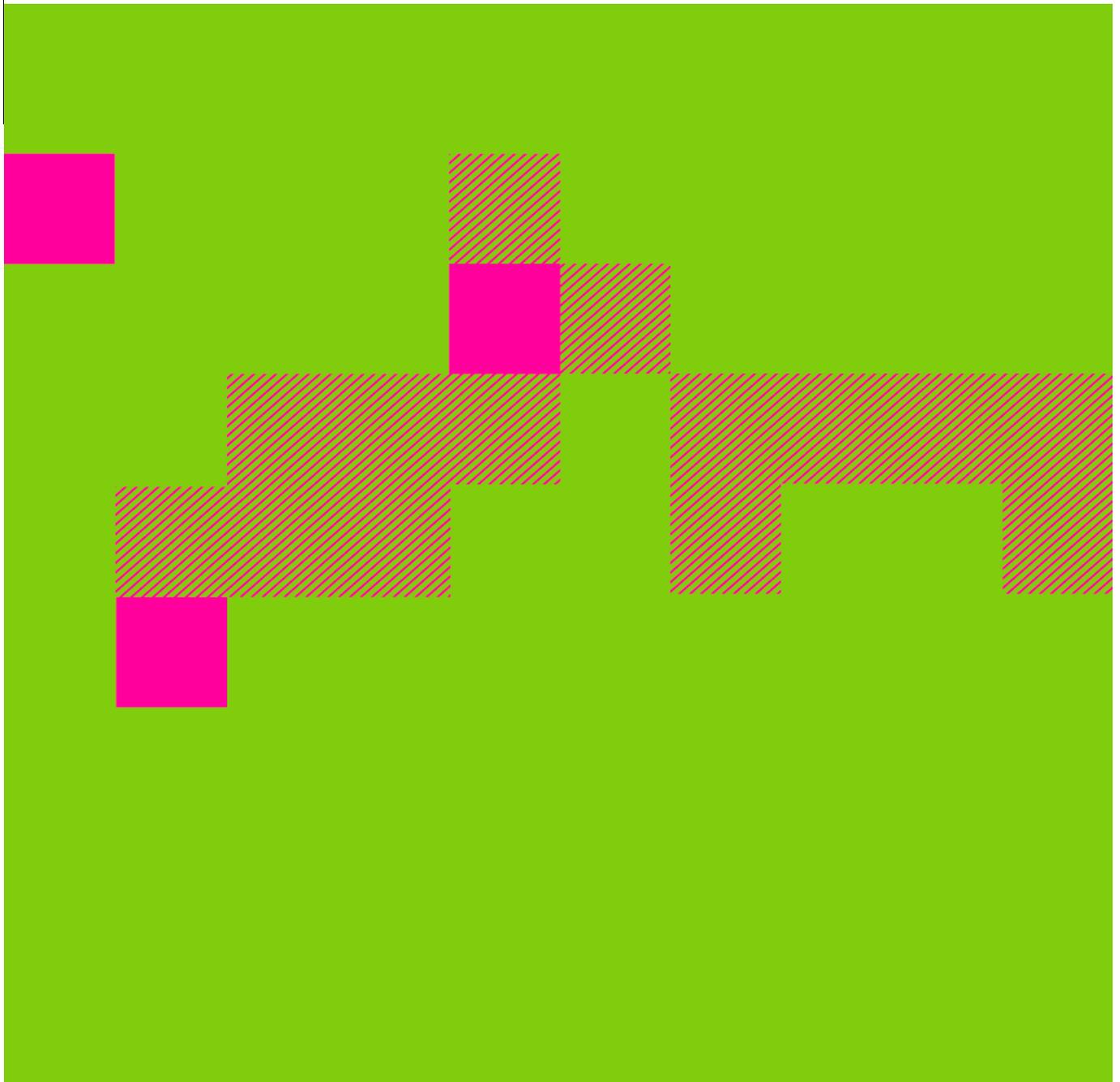


Bericht

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen

Auftraggeber: Bertelsmann Stiftung

Autoren: Dr. Johannes Leinert, Susann Südhof



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	3
2	Methodik	4
2.1	Studiendesign	4
2.2	Fragebogen	5
2.3	Feldzeitraum der Haupterhebung	5
2.4	Datenprüfung und Gewichtung	5
3	Allgemeine Einschätzung zur Nachhaltigkeit	7
3.1	Wichtigkeit einer nachhaltigen Landespolitik in NRW	7
3.2	Größte Probleme, um die sich Landespolitik NRW kümmern sollte	8
3.3	Persönliche Wichtigkeit des Themas „Nachhaltigkeit“	10
4	Konsum von Kindern und Jugendlichen	10
4.1	Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht I	11
4.2	Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht II	12
4.3	Wissensvermittlung über nachhaltige Produkte an Schulen	13
5	Engagement älterer Menschen im sozialen Bereich	14
5.1	Soziales Engagement Älterer mit geringen Deutschkenntnissen	14
5.2	Informationen über soziales Engagement von Älteren I	16
5.3	Informationen über soziales Engagement von Älteren II	17
5.4	Förderung des sozialen Engagements älterer Menschen	18
6	Haushaltspolitik in Zeiten der Schuldenbremse	19
6.1	Schuldenstopp: Ausgaben senken oder Einnahmen erhöhen?	19
6.2	Wer hat Einfluss auf Ausgaben und Einnahmen des Landes NRW?	20
6.3	Schuldenstopp NRW: Welche Maßnahmen sind geeignet?	21

1 Einleitung

Im vorliegenden Bericht werden Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Erhebung in Nordrhein-Westfalen vorgestellt, die infas für die Bertelsmann Stiftung im Rahmen des Projektes „Nachhaltigkeitsstrategien erfolgreich entwickeln (Teilprojekt „Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen“) im Sommer 2014 durchgeführt hat.

Damit die Ergebnisse der Studie besser eingeordnet werden können, werden zunächst Rahmendaten der Studie vorgestellt, und es wird erläutert, was bei der Interpretation stichprobenbasierter Erhebungen zu beachten ist.

Im zweiten Kapitel wird die Methodik der Studie ausführlicher erläutert. Ab dem dritten Kapitel werden die Befragungsergebnisse vorgestellt – zunächst die Ergebnisse der allgemeinen Fragen zur Nachhaltigkeit und anschließend die Ergebnisse der spezifischen Themenblöcke zum Konsum von Kindern und Jugendlichen, zum Engagement älterer Menschen im sozialen Bereich und zur Haushaltspolitik in Zeiten der Schuldenbremse.

Für die Interpretation von Ergebnissen bei Stichprobenerhebungen ist zu beachten, dass sie mit Zufallsfehlern behaftet sind. Ergebnisse stellen also letztlich *Schätzwerte* „wahrer“ Anteile in der Grundgesamtheit dar. Die „wahren“ Anteilswerte liegen dabei jeweils in Schwankungsintervallen um diese Schätzwerte. Wird beispielsweise in einer Frage mit den Antwortvorgaben „ja“ und „nein“ eine 50:50-Verteilung gemessen (d.h. 50 Prozent der Befragten sagen „ja“, die anderen 50 Prozent der Befragten sagen „nein“), so beträgt das Schwankungsintervall bei der vorliegenden Befragung plus/minus 4,55 Prozentpunkte.

Wenn stichprobenbasierte Ergebnisse Schätzwerte darstellen, so bedeutet dies nicht, dass Unterschiede im Antwortverhalten zwischen Untergruppen von Befragten (also etwa zwischen verschiedenen Altersgruppen) nicht innerhalb der Stichprobe interpretiert werden können. Tendenzaussagen können getroffen werden. Beispielsweise lässt sich angeben: „Jüngere Befragte sehen den Sachverhalt tendenziell anders als ältere Befragte“. Zurückhaltung ist aber geboten, wenn man die Anteile einfach hochrechnen wollte, wobei auch zu berücksichtigen ist, dass sich das Schwankungsintervall umso mehr vergrößert, je kleiner die Fallzahlen (etwa: bei einzelnen Untergruppen) werden.

Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden auf unterschiedliche Tendenzen im Antwortverhalten – insbesondere zwischen den verschiedenen Altersgruppen (18 bis 19 Jahre, n=41; 20 bis 39 Jahre, n=255; 40 bis 59 Jahre, n=364 und 60 Jahre und älter, n=328) – eingegangen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die jungen Erwachsenen mit einer gewichteten Fallzahl von n=41 die mit Abstand kleinste Gruppe darstellen.

2 Methodik

2.1 Studiendesign

Ziel der Befragung war es, die Einstellung der deutschsprachigen erwachsenen Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen zum Thema „Nachhaltigkeit“ zu erfassen. Die Erhebung erfolgte mittels CATI-Interviews bei einer Festnetzstichprobe der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM-Stichprobe). Die Basis der Befragung bildeten alle Privathaushalte im Bundesland Nordrhein-Westfalen, die mittels Festnetzanschluss erreichbar waren – unabhängig davon, ob sie in einem Telefonverzeichnis gelistet waren oder nicht. Für die Studie wurde eine exklusive Telefonstichprobe nach folgendem Verfahren gezogen:

Stichprobenbasis (ADM-Standard)

Bis vor wenigen Jahren wurden Stichproben für telefonische Befragungen als Zufallsauswahl aus der Grundgesamtheit aller im Verzeichnis gelisteten Festnetznummern gezogen. Stichprobentheoretisch sprach dafür die fast 100-prozentige Abdeckung mit Telefonen in den deutschen Haushalten. Alle Telefonhaushalte hatten im Falle einer Listenauswahl eine genau bestimmbare Auswahlwahrscheinlichkeit. Dies gilt heute nur noch sehr eingeschränkt, weil in den zugänglichen Verzeichnissen (Telefonbücher, CD-ROMs) in Deutschland nicht mehr alle Haushalte gelistet sind. So sind 15 bis 25 Prozent der westdeutschen Haushalte mit einem Festnetzanschluss nicht in Verzeichnissen geführt. Der Anteil der nicht gelisteten Nummern verteilt sich regional und nach Bevölkerungsgruppen unterschiedlich. Am höchsten ist der Anteil nicht gelisteter Festnetzanschlüsse in Großstädten. Außerdem sind jüngere Leute, Single-Haushalte und Personen mit niedrigem Bildungsniveau häufiger nicht im Telefonbuch eingetragen als ältere Personen oder Mehrpersonenhaushalte. In der Konsequenz heißt das: selbst wenn es ein allgemein zugängliches Register gäbe, würde es nicht die komplette Grundgesamtheit abdecken. Für die Ziehung von Telefonnummernstichproben hat dies zur Konsequenz, dass sich Stichproben nicht mehr nur auf gelistete Nummern beschränken dürfen. Neben den in Telefonregistern eingetragenen Nummern müssen auch zufällig generierte Nummern bei der Stichprobenziehung berücksichtigt werden, damit auch die sogenannten „unlisted numbers“ eine entsprechende Inklusionswahrscheinlichkeit haben. In Deutschland wurde in diesem Zusammenhang ein Lösungsvorschlag von Häder/Gabler entwickelt, der in der Praxis in großem Maßstab erprobt ist. In diesem Verfahren werden in bestehenden Nummernblöcken die letzten beiden Ziffern abgeschnitten und mit Zufallszahlen zwischen 1 und 9 aufgefüllt. Auf diese Weise werden Telefonnummern generiert, die zu Haushalten gehören und zwar unabhängig davon, ob sie in einem Telefonregister eingetragen sind oder nicht. Dieses Verfahren ist inzwischen von den ADM-Instituten zum bewährten Standard der Stichprobenziehung geworden. Die Arbeitsgemeinschaft ADM-Telefonstichproben stellt den beteiligten Instituten einen aktuellen Auswahlrahmen zur Verfügung und ermöglicht es, Zufallsstichproben für repräsentative Haushaltsbefragungen zu ziehen.

Erster Auswahlschritt: Auswahl der Haushalte

Die Auswahlgesamtheit für die Erhebung „Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen“ bildeten alle Privathaushalte auf dem Gebiet des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen, die über einen Festnetzanschluss verfügten. Um den Stichprobenfehler möglichst weit zu reduzieren, erfolgte die Zufallsauswahl innerhalb von Nordrhein-Westfalen regional geschichtet (nach Kreis und Gemeindegrößen).

Zweiter Auswahlschritt: Zufällige Auswahl der zu befragenden Zielperson

Durch das beschriebene Verfahren wurden Telefonnummern ausgewählt, die zu Haushalten gehören. Der nächste Auswahlschritt bestand darin, die zu befragende Person im Haushalt zu ermitteln. Gab es mehr als eine mögliche Zielperson, wurde die zu befragende Person nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Als valides Instrument hat sich bei Telefonbefragungen das Geburtstagsauswahlverfahren erwiesen. Befragt wurde diejenige erwachsene Person, die zuletzt Geburtstag hatte.

2.2 Fragebogen

Der Fragebogen der Studie wurde inhaltlich von der Bertelsmann Stiftung in Kooperation mit Prof. Dr. Harald Heinrichs, Leuphana Universität Lüneburg sowie unter Einbeziehung der gesamten Projektgruppe des Projekts „Nachhaltigkeitsstrategien erfolgreich entwickeln“ erarbeitet sowie von infas für die telefonische Erhebung umgesetzt und programmiert. Am 14. und 15. August 2014 wurde der Fragebogen bei n=27 Personen in einem Pretest getestet.

2.3 Feldzeitraum der Haupterhebung

Nach leichter Anpassung des Instruments begann das Hauptfeld am 01. September 2014 und endete am 23. September 2014. In dieser Zeit wurden insgesamt 1.010 Interviews mit einer durchschnittlichen Dauer von 15 Minuten geführt.

2.4 Datenprüfung und Gewichtung

Nach Abschluss der Feldarbeit wurden die Daten zunächst geprüft und aufbereitet. Zehn Interviews mit einem extrem hohen Anteil fehlender Antworten (> 25 Prozent) wurden aus den weiteren Analysen ausgeschlossen. Die Fallzahl für die Auswertung beläuft sich demnach auf n=1.000.

Das Ziel einer Repräsentativerhebung ist die Hochrechnung von Ergebnissen der Stichprobenbefragung auf die Grundgesamtheit. Voraussetzung dafür ist, dass weder die Stichprobenziehung noch die Felddurchführung zu Verzerrungen geführt hat. Mithilfe einer Repräsentativitätsprüfung wird geklärt, ob sich die befragten Fälle (realisierte Stichprobe) in den bekannten Verteilungsparametern der Grundgesamtheit bewegen. An diese Bewertung der Stichprobe schloss sich eine Gewichtung der Daten an.

Dabei ist zwischen zwei Arten der Gewichtung zu unterscheiden. Die sogenannte **Designgewichtung** wurde vorgenommen, um Verteilungen zu korrigieren, die durch das Stichprobenkonzept bedingt sind. Der Erhebung lag eine CATI-Stichprobe zugrunde, über die in einem ersten Schritt die Haushalte und in einem

zweiten Schritt die Zielpersonen im Haushalt ausgewählt wurden. Auf der ersten Auswahlstufe (Haushalte) war zu berücksichtigen, dass diejenigen Haushalte, die über mehrere Telefon-Nummern zu erreichen sind, mit einer größeren Wahrscheinlichkeit in die Stichprobe gelangen als Haushalte, die nur über eine Nummer erreichbar sind. Ohne Gewichtung wären sie in der Stichprobe überrepräsentiert. Zum anderen war zu berücksichtigen, dass Personen, die in Single-Haushalten leben, mit einer größeren Wahrscheinlichkeit in die Stichprobe gelangen als Personen, die in Mehrpersonenhaushalten leben. Ohne Gewichtung wären sie in der Stichprobe ebenfalls überrepräsentiert. Die Designgewichtung gleicht die unterschiedlichen Auswahlwahrscheinlichkeiten der Zielpersonen aus, die sich durch das Studiendesign zwangsläufig ergeben.

In einem zweiten Schritt erfolgte ein sogenanntes **Redressment** (auch Kalibrierung genannt). Dabei wurde die Verteilung der realisierten Stichprobe an die bekannte Verteilung der Grundgesamtheit angepasst. Konkret wurde die Häufigkeitsverteilung in der Gruppe der befragten Personen hinsichtlich der Merkmale Altersgruppe*Geschlecht, Haushaltsgröße, höchster Schulabschluss, Erwerbsstatus und BIK-Gemeindegrößenklasse an die aus der amtlichen Statistik bekannte Häufigkeitsverteilung (Zensus 2011) angepasst.

3 Allgemeine Einschätzung zur Nachhaltigkeit

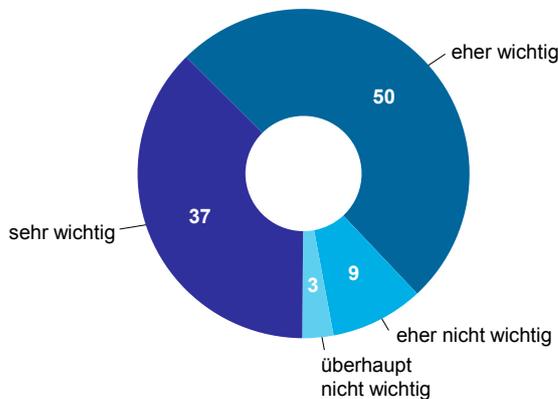
Die Befragung setzte mit zwei allgemeinen Fragen zum Thema „Nachhaltigkeit“ im weiteren Sinne ein. Zunächst wurde nach der Wichtigkeit einer nachhaltigen Landespolitik gefragt, anschließend nach den größten Problemen, um die sich die Landespolitik kümmern sollte. Gegen Ende des Interviews wurde zudem nach der persönlichen Wichtigkeit des Themas „Nachhaltigkeit“ gefragt.

3.1 Wichtigkeit einer nachhaltigen Landespolitik in NRW

Bei der einleitenden Frage nach der Wichtigkeit einer nachhaltigen Landespolitik in Nordrhein-Westfalen war zu berücksichtigen, dass der Nachhaltigkeitsbegriff nicht als allgemein bekannt vorausgesetzt werden kann. Er musste in der Befragung also zunächst kurz und allgemein verständlich definiert werden. Für die Befragung wurde die Nachhaltigkeits-Definition verwendet, „*dass nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils wieder nachwachsen oder künftig wieder bereitgestellt werden kann.*“ Zu berücksichtigen war allerdings auch, dass mit dieser Definition ein positiver Stimulus gesetzt wird, jedoch für Beurteilung von Nachhaltigkeit auch mögliche negative Seiten berücksichtigt werden müssen.

Wichtigkeit einer nachhaltigen Landespolitik in NRW:
Für neun von zehn Befragten wichtig

Angaben in Prozent; n=1.000



infas

Frage:

Immer wieder hört man von „Nachhaltigkeit“. Darunter versteht man den Grundsatz, dass nicht mehr verbraucht werden darf, als jeweils wieder nachwachsen oder künftig wieder bereitgestellt werden kann. Für wie wichtig halten Sie es, dass sich die Landespolitik in Nordrhein-Westfalen bei ihren Entscheidungen nach diesem Grundsatz richtet – auch wenn dies in der Gegenwart Nachteile für die Bürger haben kann, zum Beispiel geringere Leistungen vom Staat, höhere Steuern oder höhere Preise für Produkte?

an 100% fehlende Prozentanteile: „weiß nicht“

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Die Befragten konnten ihre jeweiligen Antworten mit den Antwortkategorien „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher nicht wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ abstimmen.

Für fast neun von zehn Befragten ist eine nachhaltige Landespolitik in Nordrhein-Westfalen (sehr oder eher) wichtig. Lediglich gut einer von zehn Befragten hält eine solche Landespolitik für (eher oder überhaupt) nicht wichtig. Hervorzuheben ist, dass die Gruppe der jüngsten Befragten (18 bis 19 Jahre) mit 97 Prozent tendenziell häufiger als alle Befragten angegeben hat, dass ihr eine nachhaltige Landespolitik in Nordrhein-Westfalen wichtig bzw. sehr wichtig ist.

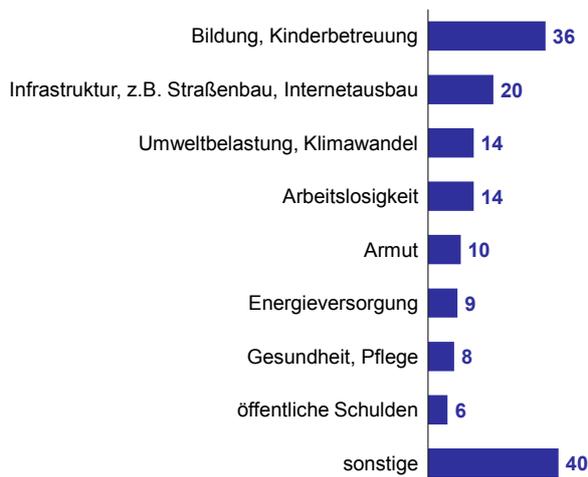
3.2 Größte Probleme, um die sich Landespolitik NRW kümmern sollte

Anschließend wurde erhoben, welche aktuellen oder künftigen Probleme aus Sicht der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen am größten sind, derzeit von der Landespolitik aber noch nicht ausreichend beachtet werden. An dieser Stelle wurde im Pretest bewusst eine offene Frage gestellt, um aus diesen Antworten nach dem Pretest Antwortkategorien abzuleiten.

Dies war notwendig, um nach Abschluss der Befragung quantitative Auswertungen vornehmen zu können.

Größte Probleme, um die sich Landespolitik NRW kümmern sollte:
Bildung und Kinderbetreuung am häufigsten genannt

Angaben in Prozent; n=1.000, Mehrfachnennung



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

infas

Frage:
Was glauben Sie, sind die größten Probleme, um die sich die Landespolitik in Nordrhein-Westfalen stärker als bisher kümmern sollte? Benennen Sie das bitte kurz in eigenen Worten.

Hinweis:
Die Antwortkategorien wurden nach dem Pretest festgelegt. Im Hauptfeld wurde die Frage wie im Pretest offen gestellt, und die Antworten wurden durch die Interviewer zugeordnet, wenn dies eindeutig und ad hoc möglich war.

Für diese Frage waren Mehrfachnennungen möglich, dadurch summieren sich die ausgewiesenen Kategorien auf über 100 Prozent.

In der Feldphase der Hauptstudie wurde die Frage weiterhin offen gestellt, die Nennungen wurden jedoch bereits während des Interviews den Antwortkategorien zugeordnet, sofern dies den Interviewern eindeutig und ad hoc möglich war. Nennungen, bei denen eine solche Zuordnung nicht möglich war, wurden dagegen im Wortlaut erfasst und für die quantitative Auswertung bis auf weiteres der Kategorie „sonstige“ zugeordnet. An dieser Stelle seien beispielhaft einige dieser „sonstigen“ Probleme genannt:

- Asylpolitik, Migration, Integration,
- Soziale Gerechtigkeit,
- Kriminalität, innere Sicherheit,
- Wohnraumangebot,
- Konsumverhalten.

Erwartungsgemäß wurde von einem großen Teil der Befragten (40 Prozent) mindestens ein Problem benannt, das sich keiner der acht vordefinierten Kategorien eindeutig und ad hoc zuordnen ließ und somit als „sonstiges“ Problem eingeordnet wurde. Bei den Problemen, die sich den acht genannten Kategorien zuordnen ließen, gab es große Unterschiede in den Häufigkeiten der Nennungen. Die Thematik der Bildung/Kinderbetreuung wurde von gut jedem Dritten als eines der größten Probleme genannt, die öffentliche Verschuldung nur von jedem Sechzehnten.

Im Einzelnen wurden die Problembereiche mit den folgenden Häufigkeiten genannt: Bildung, Kinderbetreuung (36 Prozent); Infrastruktur, z.B. Straßenbau, Internetausbau (20 Prozent); Umweltbelastung, Klimawandel (14 Prozent); Arbeitslosigkeit (14 Prozent); Armut (10 Prozent); Energieversorgung (9 Prozent); Gesundheit, Pflege (8 Prozent); öffentliche Schulden (6 Prozent).

Die vorliegenden Auswertungen basieren auf der beschriebenen Zuordnung zu den acht genannten Kategorien. Eine Nachkodierung fand nicht statt. Problemfelder, die nicht bereits im Pretest angesprochen wurden und in diesen Kategorien ihren Niederschlag fanden, werden somit nicht explizit ausgewiesen, sondern sind unter „sonstige“ enthalten. Offene Nennungen, die den genannten Kategorien durch die Interviewer nicht eindeutig und ad hoc zugeordnet werden konnten, bei denen sich aber bei genauerer Betrachtung im Nachhinein zeigte, dass sie diesen Kategorien zugeordnet werden könnten, sind in den Auswertungen ebenfalls unter „sonstige“ enthalten. Damit verdeutlicht die Auswertung, *welche der vorab definierten Kategorien* von den Befragten wie oft zu den größten Problemen gerechnet wurden, um die sich die Landesregierung stärker als bisher kümmern sollte. Die ausgewiesenen Anteilswerte stellen insoweit eine konservative Schätzung dar, als sie nur diejenigen offenen Nennungen berücksichtigen, die diesen Kategorien ad hoc und eindeutig zugewiesen werden konnten.

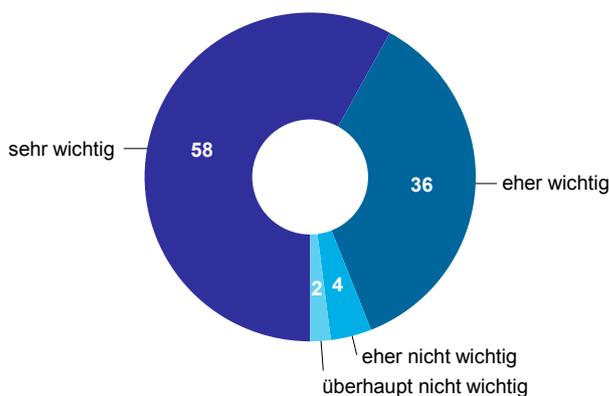
3.3 Persönliche Wichtigkeit des Themas „Nachhaltigkeit“

Die dritte allgemeine Frage zum Thema „Nachhaltigkeit“ wurde am Ende des Interviews gestellt. Es ging dabei darum einzuschätzen, wie wichtig das Thema „Nachhaltigkeit“ für die Befragten persönlich ist.

Persönliche Wichtigkeit des Themas „Nachhaltigkeit“:
Für neun von zehn Befragten wichtig

infas

Angaben in Prozent; n=1.000



Frage:
Alles in allem, was würden Sie sagen? Wie wichtig ist das Thema „Nachhaltigkeit“ für Sie persönlich?

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Die Befragten konnten ihre jeweiligen Antworten mit den Antwortkategorien „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher nicht wichtig“ oder „überhaupt nicht wichtig“ abstimmen. 94 Prozent der Befragten gaben an, dass ihnen das Thema „Nachhaltigkeit“ (sehr oder eher) wichtig sei. Lediglich sechs Prozent gaben an, dieses Thema sei für sie (eher oder überhaupt) nicht wichtig.

4 Konsum von Kindern und Jugendlichen

In der Befragung wurde zunächst ein Fragenblock zum Themenschwerpunkt „Nachhaltiger Konsum von Kindern und Jugendlichen“ gestellt. Darin wurde nach dem Einkaufsverhalten von Kindern und Jugendlichen, nach den Einflussfaktoren auf das Einkaufsverhalten und nach der Eignung von möglichen Maßnahmen zur spezifischen Wissensvermittlung an Schulen gefragt.

Entsprechend dem Studiendesign wurden dabei nicht die Kinder und Jugendlichen selbst zu Ihrem Konsumverhalten gefragt, sondern es wurden vielmehr die Einschätzungen von Erwachsenen zum Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen erhoben.

Dabei zeigt sich, dass der Anteil der Befragten, die sich keine Einschätzung zutrauen, vom Haushaltstyp abhängt: In Haushalten, in denen keine Kinder leben,

liegt der Anteil von „weiß-nicht“-Antworten durchweg höher als in Haushalten in denen Kinder leben.

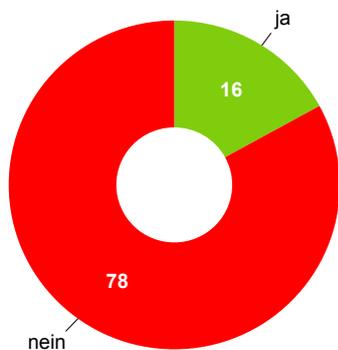
4.1 Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht I

Der Fokus der ersten Frage lag auf der Einschätzung der Befragten, ob Kinder und Jugendliche in ihrem Konsumverhalten heute mehr als früher auf die sozial- und umweltverträgliche Herstellung der gekauften Produkte achten.

Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht I: Nur jeder Fünfte glaubt, dass stärker auf Nachhaltigkeit geachtet wird

Angaben in Prozent; n=1.000

infas



Frage:
Was meinen Sie – achten Kinder und Jugendliche in Nordrhein-Westfalen beim Einkauf heute mehr als früher darauf, dass die gekauften Produkte sozial- und umweltverträglich hergestellt wurden?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“/„keine Angabe“

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Mit 78 Prozent der Befragten verneinte die große Mehrheit der Befragten, dass Kinder und Jugendliche beim Einkauf heute stärker auf nachhaltig hergestellte Produkte achten als dies früher der Fall gewesen ist. Nur 16 Prozent bejahten die Frage. In der Gruppe der jüngsten Befragten (18 bis 19 Jahre) bejahten diese Frage 32 Prozent, bei den 40 bis 59 Jährigen nur 14 Prozent.

4.2 Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht II

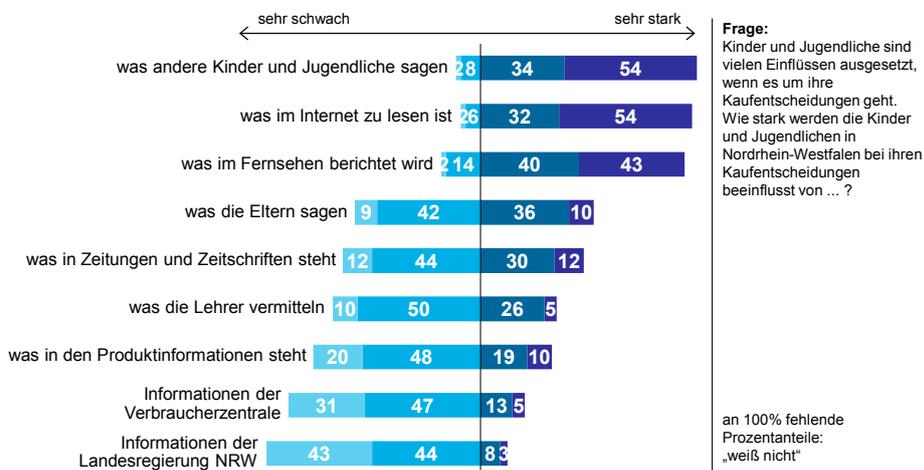
Um mögliche Ansatzpunkte für eine Stärkung des nachhaltigen Konsums von Kindern und Jugendlichen identifizieren zu können, wurde mit der nächsten Frage – wiederum aus Sicht der Erwachsenen – erhoben, wie stark sich verschiedene Einflussfaktoren (sei es Institutionen, Menschen oder Medien) auf das Konsumverhalten von Kindern und Jugendlichen auswirken. Da dafür nur eine Frage zur Verfügung stand, musste der Einfluss von Informationslieferanten (z.B. Landesregierung, Verbraucherzentrale) und Kommunikationskanälen (z.B. Fernsehen, Internet) in einer Frage erhoben werden, wodurch Überschneidungen möglich waren.

Die Befragten hatten die Möglichkeit, ihre jeweiligen Antworten mit den Antwortkategorien „sehr stark“, „eher stark“, „eher schwach“ oder „sehr schwach“ abzustufen. Um mögliche systematische Verzerrungen auszuschließen, die sich bei einer Abhängigkeit der Antworten von der Reihenfolge der abgefragten Einflussfaktoren ergeben könnten, wurden die Einflussfaktoren in einer zufälligen Reihenfolge abgefragt.

Konsum von Kindern und Jugendlichen aus Erwachsenensicht II: Einfluss durch Gleichaltrige, Internet und Fernsehen am stärksten

infas

Angaben in Prozent; n=1.000



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Das Ergebnis fällt eindeutig aus: Gleichaltrigen sowie Internet und Fernsehen schreiben gut acht von zehn Befragten einen starken Einfluss auf das Kaufverhalten zu; bei Informationen der Landesregierung von Nordrhein-Westfalen war dies nur knapp einer von zehn Befragten.

Im Einzelnen ergeben sich für die abgefragten Einflussfaktoren folgende Prozentwerte der Befragten, die ihnen einen „sehr starken“ oder „eher starken“ Einfluss zuschreiben: andere Kinder und Jugendliche (88 Prozent), Internet (86 Prozent), Fernsehen (83 Prozent), Eltern (46 Prozent), Zeitungen und Zeitschriften (42 Prozent), Lehrer (31 Prozent), Produktinformationen (29 Prozent), Verbraucherzentrale (18 Prozent), Landesregierung (11 Prozent).

Die jüngste Befragtengruppe (18-19 Jahre) schätzt den Einfluss durch die Eltern stärker ein als der Durchschnitt aller Befragten. Sie gaben zu 82 Prozent an, dass der Einfluss durch die Eltern stark bis sehr stark ist.

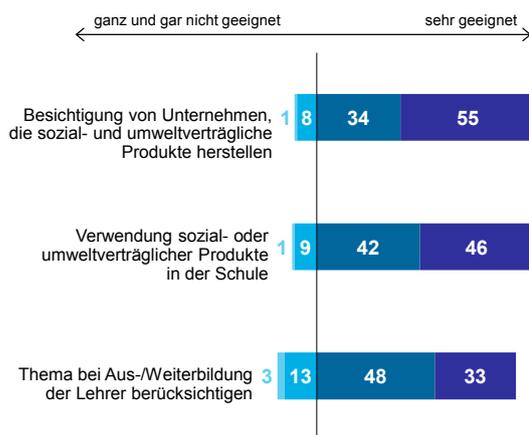
4.3 Wissensvermittlung über nachhaltige Produkte an Schulen

Mit der abschließenden Frage zum Themenschwerpunkt „Nachhaltiger Konsum von Kindern und Jugendlichen“ sollte erhoben werden, als wie geeignet mögliche Maßnahmen der spezifischen Wissensvermittlung an Schulen in Nordrhein-Westfalen eingestuft werden.

Für die Beantwortung dieser Frage konnten die Befragten zwischen den Antwortkategorien „sehr geeignet“, „eher geeignet“, „eher nicht geeignet“ oder „ganz und gar nicht geeignet“ auswählen. Die einzelnen Maßnahmen wurden in zufälliger Reihenfolge vorgetragen, um auf diese Weise mögliche systematische Verzerrungen auszuschließen, die sich bei einer Abhängigkeit der Antworten von der Reihenfolge der vorgetragenen Maßnahmen ergeben könnten.

Wissensvermittlung über nachhaltige Produkte an Schulen: Besichtigung nachhaltiger Unternehmen als geeignetste Maßnahme

Angaben in Prozent; n=1.000



infas

Frage:
Für wie geeignet halten Sie diese Maßnahmen, um an Schulen in Nordrhein-Westfalen mehr Wissen über die sozial- und umweltverträgliche Herstellung von Produkten zu vermitteln?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

Alle drei abgefragten Maßnahmen wurden von einer großen Mehrheit von jeweils über 80 Prozent der befragten Erwachsenen als (eher oder sehr) geeignet angesehen. Deutliche Unterschiede gab es dagegen in der Abstufung dieser Einschätzung. Als „sehr geeignet“ stuften 55 Prozent der Befragten die Besichtigung von Unternehmen mit sozial- und umweltverträglicher Produktherstellung ein; die Aus- und Weiterbildung von Lehrern wurden hingegen nur von 33 Prozent der Befragten als „sehr geeignet“ eingestuft.

5 Engagement älterer Menschen im sozialen Bereich

Der zweite Block der Befragung behandelte das Thema „Nachhaltige Partizipation von älteren Menschen“. Darin wurde danach gefragt, wie wichtig es ist, dass sich auch ältere Menschen mit geringen Deutschkenntnissen sozial engagieren können; wie wichtig es ist, dass für ältere Menschen mit geringen Deutschkenntnissen entsprechende Informationen auch in anderen Sprachen angeboten werden; wer für ein solches mehrsprachiges Informationsangebot sorgen sollte und als wie geeignet verschiedene Maßnahmen angesehen werden, um das soziale Engagement älterer Menschen zu unterstützen.

5.1 Soziales Engagement Älterer mit geringen Deutschkenntnissen

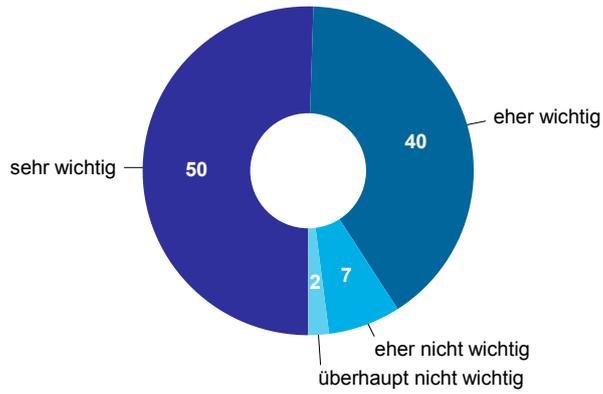
In der ersten Frage zu diesem Themenkomplex ging es um die allgemeine Einordnung, für wie wichtig es die Befragten halten, dass sich auch ältere Menschen, die nur über geringe Deutschkenntnisse verfügen, sozial engagieren können.

Die Befragten konnten ihre jeweiligen Antworten in die Kategorien „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher nicht wichtig“ oder „ganz und gar nicht wichtig“ einordnen.

Neun von zehn Befragten stuften die Möglichkeit zum sozialen Engagement für die genannten Personengruppen als sehr oder eher wichtig ein. In der Tendenz unterscheiden sich hier die 18- bis 19 Jährigen in ihrem Antwortverhalten vom Durchschnitt aller Befragten. Sie gaben zu 100 Prozent an, dass es aus ihrer Sicht wichtig bzw. sehr wichtig ist, dass sich auch ältere Menschen mit nur geringen Deutschkenntnissen im sozialen Bereich engagieren können.

Soziales Engagement Älterer mit geringen Deutschkenntnissen:
Für neun von zehn Befragten wichtig

Angaben in Prozent; n=1.000



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

infas

Frage:

Für wie wichtig halten Sie es, dass sich in Nordrhein-Westfalen auch ältere Menschen ohne oder nur mit geringen Deutschkenntnissen im sozialen Bereich engagieren können?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

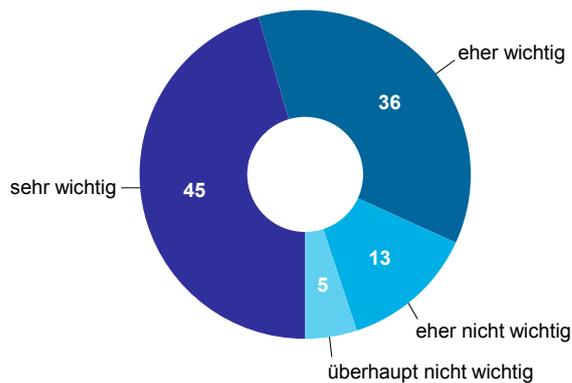
5.2 Informationen über soziales Engagement von Älteren I

Mit der sich anschließenden Frage wurde der Fokus auf das Informationsangebot für ältere Menschen mit geringen Deutschkenntnissen gelegt.

Eine Grundvoraussetzung für das Engagement im sozialen Bereich ist der Zugang zu Informationen, wie und wo sich entsprechende Engagementmöglichkeiten finden lassen. Um soziales Engagement auch für ältere Menschen mit geringen Deutschkenntnissen zu ermöglichen, muss insofern dafür Sorge getragen werden, dass das Informationsangebot auch in anderen Sprachen vorliegt. Als Antwortkategorien waren hier ebenfalls wieder „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher nicht wichtig“ oder „ganz und gar nicht wichtig“ definiert.

Informationen über soziales Engagement von Älteren I: Für acht von zehn Befragten wichtig

Angaben in Prozent; n=1.000



infas

Frage:
Für wie wichtig halten Sie es, dass in Nordrhein-Westfalen Informationen über Möglichkeiten zum sozialen Engagement älterer Menschen nicht nur auf Deutsch, sondern auch in anderen Sprachen angeboten werden?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„keine Angabe“

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Dass das Informationsangebot zum sozialen Engagement von älteren Menschen mit geringen Deutschkenntnissen mehrsprachig vorgehalten wird, ist für acht von zehn Befragten wichtig bzw. sehr wichtig. Wie bereits in der vorherigen Frage weichen hier die jüngsten Befragten (18-19 Jährige), aber auch die ältesten Befragten (65 Jahre und älter) in der Tendenz mit ihren Antworten vom Durchschnitt aller Befragter ab. Bei den ältesten Befragten geben 86 Prozent Befragten und bei den jüngsten Befragten sogar 97 Prozent an, dass es ihnen wichtig bzw. sehr wichtig ist, dass es ein mehrsprachiges Informationsangebot zum sozialen Engagement älterer Menschen gibt.

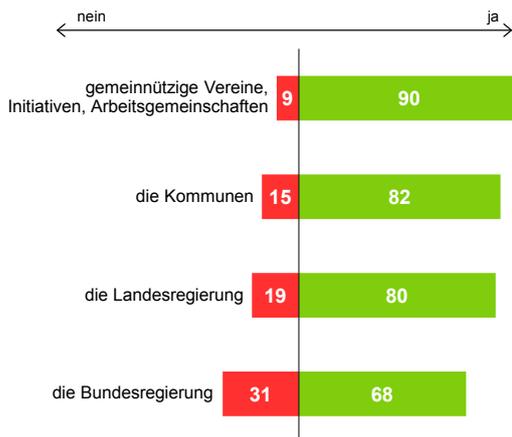
5.3 Informationen über soziales Engagement von Älteren II

Ein zentraler Punkt hinsichtlich des sozialen Engagements älterer Menschen mit geringen Deutschkenntnissen liegt in der Frage, wer für die Bereitstellung entsprechender Informationen verantwortlich ist. Daher wurden die Befragten auch dazu um ihre Einschätzung gebeten.

Als Antwortmöglichkeiten waren „ja“ und „nein“ vorgesehen. Die Liste der Akteure wurde in zufälliger Reihenfolge abgefragt. So war auch für diese Frage sichergestellt, dass mögliche systematische Verzerrungen ausgeschlossen werden, die sich bei einer Abhängigkeit der Antworten von der Reihenfolge der abgefragten Akteure ergeben können.

Informationen über soziales Engagement von Älteren II: Befragte sehen am häufigsten Vereine und Initiativen in der Pflicht

Angaben in Prozent; n=1.000



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

infas

Frage:
Wer sollte aus Ihrer Sicht dafür sorgen, dass in Nordrhein-Westfalen Informationen über Möglichkeiten zum sozialen Engagement älterer Menschen nicht nur auf Deutsch, sondern auch in anderen Sprachen angeboten werden?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

Das Ergebnis zeigt, dass bei allen Akteuren eine deutliche Mehrheit der Befragten bejaht, dass diese für ein mehrsprachiges Informationsangebot zum sozialen Engagement Älterer sorgen sollten. Tendenziell ist dabei der Anteil der „ja“-Antworten umso höher, je „näher“ die Akteure an den Betroffenen sind. Im Einzelnen ergeben sich folgende Anteile der „ja“-Antworten: Gemeinnützige Vereine, Initiativen oder Arbeitsgemeinschaften (90 Prozent), Kommunen (82 Prozent), Landesregierung (80 Prozent), Bundesregierung (68 Prozent).

Die Gruppe der jüngsten Befragten sehen die gemeinnützigen Vereine, Initiativen und Arbeitsgemeinschaften sogar zu 100 Prozent und die Bundesregierung mit 81 Prozent tendenziell stärker als der Durchschnitt aller Befragten in der Verantwortung, die entsprechenden Informationen bereitzustellen.

5.4 Förderung des sozialen Engagements älterer Menschen

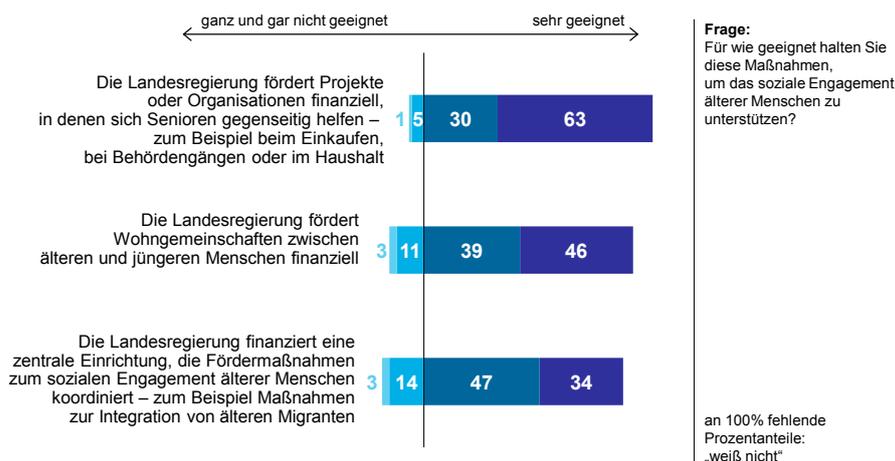
Zum Abschluss des Themenblocks wurden die Befragten gebeten, eine Einschätzung dazu abzugeben, welche Maßnahmen die Landesregierung umsetzen sollte, um die Partizipation älterer Menschen mit geringen Deutschkenntnissen im sozialen Bereich zu erhöhen.

Auch für diese Frage waren die Antwortmöglichkeiten „ja“ und „nein“ vorgesehen. Die drei zu beurteilenden Maßnahmen wurden erneut in einer zufälligen Reihenfolge vorgelegt, um mögliche systematische Verzerrungen auszuschließen, die sich ergeben können, wenn die Antworten von der Reihenfolge der vorgestellten Maßnahmen beeinflusst werden.

Förderung des sozialen Engagements älterer Menschen: Geeignetste Maßnahme: Förderung gegenseitiger Hilfe von Senioren

Angaben in Prozent; n=1.000

infas



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Im Ergebnis ist zu sehen, dass es nach Einschätzung jedes neunten Befragten am sinnvollsten ist, wenn Senioren dabei unterstützt werden, sich gegenseitig zu helfen. Dafür soll die Landesregierung aus Sicht der Befragten Projekte bzw. Organisationen finanziell unterstützen, die diesen Ansatz verfolgen.

In der finanziellen Förderung des Zusammenlebens jüngerer und älterer Menschen sehen 85 Prozent der Befragten eine geeignete Maßnahme (eher bis sehr geeignet). Hervorzuheben ist, dass die älteren Befragten (also Personen im Alter ab 60 Jahre) hier die Förderung von intergenerationalen Wohngemeinschaften mit 87 Prozent als diejenige Maßnahme ansehen, welche am besten geeignet ist, das soziale Engagement älterer Menschen zu fördern und damit über dem Durchschnittswert aller Befragten liegen.

Schließlich geben 81 Prozent der Befragten an, dass die Finanzierung einer zentralen Koordinierungseinrichtung zur Förderung des sozialen Engagements älterer Menschen durch die Landesregierung einen geeigneten Ansatz (eher bis sehr geeignet) darstellt.

6 Haushaltspolitik in Zeiten der Schuldenbremse

Der letzte Fragenblock hatte den Themenschwerpunkt „Nachhaltige Haushaltspolitik in Zeiten der Schuldenbremse“. Darin wurde gefragt, ob das Vermeiden künftiger Neuverschuldungen des Landes Nordrhein-Westfalen eher ausgabe- oder eher einnahmeseitig erreicht werden soll, wie groß der Einfluss verschiedener Akteure auf die Haushaltspolitik des Landes eingeschätzt wird und als wie geeignet verschiedene Maßnahmen angesehen werden, um künftige Neuverschuldungen des Landes zu vermeiden.

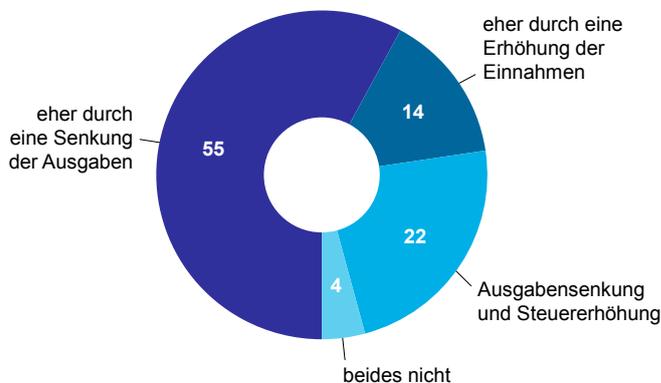
6.1 Schuldenstopp NRW: Ausgaben senken oder Einnahmen erhöhen?

In der ersten Frage dieses Themenblocks ging es um die Einschätzung, mit welchen Maßnahmen das Land Nordrhein-Westfalen vermeiden kann, zukünftig keine neuen Schulden mehr aufzunehmen.

Schuldenstopp NRW – Ausgaben senken oder Einnahmen erhöhen? Mehrheit der Befragten eher für Ausgabensenkungen

infas

Angaben in Prozent; n=1.000



Frage:
Wie sollte das Land Nordrhein-Westfalen versuchen, in Zukunft ohne neue Schulden auszukommen?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Die Präferenz der Befragten liegt eindeutig auf einer Ausgabensenkung: Eine solche wird von 55 Prozent der Befragten bevorzugt – und damit vier Mal so häufig wie eine Einnahmeerhöhung (14 Prozent der Befragten). Eine Kombination aus Ausgabensenkung und Steuererhöhung präferieren 22 Prozent der Befragten.

4 Prozent der Befragten gaben an, weder eine Ausgabensenkung noch eine Einnahmeerhöhung oder eine Kombination daraus zur Vermeidung von Neuverschuldungen zu präferieren. Die Ausgabensenkung wird (mit 62 Prozent) am häufigsten von den ältesten Befragten bevorzugt. Die jungen Befragten (18-19-Jährige) sprechen sich hingegen (mit je 29 Prozent) eher für Einnahmeerhöhungen sowie auch für die Kombination aus beiden Maßnahmen aus.

6.2 Wer hat Einfluss auf Ausgaben und Einnahmen des Landes NRW?

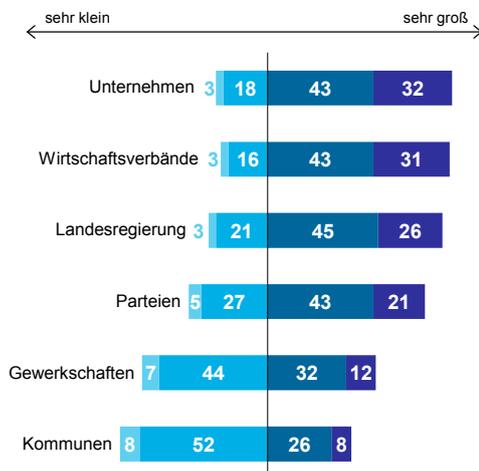
Im Weiteren wurde abgefragt, wie die Befragten den Einfluss verschiedener Akteure auf die Haushaltspolitik des Landes Nordrhein-Westfalen beurteilen.

Die Befragten konnten ihre Antworten über die Kategorien „sehr groß“, „eher groß“, „eher klein“ oder „sehr klein“ abstufen.

Wer hat Einfluss auf Ausgaben und Einnahmen des Landes NRW? Einfluss von Landesregierung und Wirtschaft ähnlich eingeschätzt

infas

Angaben in Prozent; n=1.000



Frage:
Der nordrhein-westfälische Landtag entscheidet einmal jährlich über die geplanten Einnahmen und Ausgaben des Landes. Es gibt verschiedene Akteure, die versuchen, diese Entscheidung zu beeinflussen. Nun geht es darum, wie Sie den Einfluss dieser Akteure einschätzen. Ist der Einfluss der ... ?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

Den größten Einfluss attestieren die Befragten den Unternehmen und Wirtschaftsverbänden. Hier geben jeweils rund drei Viertel (75 bzw. 74 Prozent) der Befragten an, dass diese beiden Akteure eher großen bis sehr großen Einfluss haben. Nur 71 Prozent der Befragten sprechen der Landesregierung, 64 Prozent den Parteien Einfluss im selben Maße zu. Mit 79 Prozent wird der Landesregierung am häufigsten von der Gruppe der jüngsten Befragten großer bis sehr großer Einfluss zugeschrieben.

Die weiteren Akteure, d.h. die Gewerkschaften und die Kommunen spielen aus Sicht der Befragten mit 44 bzw. 34 Prozent eine vergleichsweise geringe Rolle. Herauszustellen ist hier, dass die jüngsten Befragten und auch die ältesten Befragten in der Tendenz mit ihren Antworten zur Beurteilung des Einflusses der Gewerkschaften von den Durchschnittswerten aller Befragten abweichen. Die jüngsten Befragten beurteilen den Einfluss der Gewerkschaften zu 71 Prozent als groß bzw. sehr groß; bei der ältesten Gruppe der Befragten wird dies immerhin noch von 47 Prozent so gesehen.

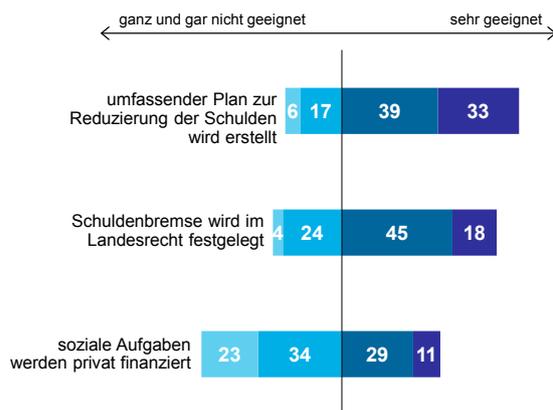
6.3 Schuldenstopp NRW: Welche Maßnahmen sind geeignet?

Die abschließende Frage zum Themenblock behandelt die Einschätzung von konkreten Maßnahmen des Landes Nordrhein-Westfalen, die dazu beitragen sollen, ab 2020 keine neuen Schulden mehr aufnehmen zu müssen.

Dafür wurden den Befragten drei Maßnahmen vorgestellt, deren Erfolgsaussichten sie mit den Antwortmöglichkeiten „ja“ oder „nein“ beurteilen konnten. Erneut erfolgte die Nennung der jeweiligen Maßnahmen in einer zufälligen Reihenfolge, um mögliche systematische Verzerrungen zu verhindern.

Schuldenstopp NRW – welche Maßnahmen sind geeignet? Umfassender Plan zum Schuldenabbau am häufigsten genannt

Angaben in Prozent; n=1.000



Impulse für ein nachhaltiges Nordrhein-Westfalen; Befragung im Auftrag der Bertelsmann Stiftung

infas

Frage:
Wie geeignet sind Ihrer Meinung nach diese Maßnahmen, um zu erreichen, dass das Land Nordrhein-Westfalen ab 2020 keine neuen Schulden mehr aufnimmt?

an 100% fehlende Prozentanteile:
„weiß nicht“

Den größten Erfolg prognostizieren die Befragten der Ausarbeitung eines umfassenden Plans, wie die Neuaufnahme von Schulden in Nordrhein-Westfalen ab 2020 verhindert werden kann. Diese Maßnahme wird von 72 Prozent der Befragten als eher geeignet bzw. sehr geeignet eingestuft.

Hier fällt jedoch auf, dass die jüngsten Befragten diese Maßnahme nur mit 62 Prozent als geeignet (sehr bzw. eher geeignet) einschätzen. Die jüngsten Befragten schätzen die Verankerung der Schuldenbremse im Landesrecht zu 74 Prozent als eine sehr oder eher geeignete Maßnahme ein. Insgesamt wird diese Maßnahme durchschnittlich jedoch nur von 63 Prozent der Befragten als sehr bzw. eher geeignete Maßnahme angesehen.

Den Ansatz, dass private Investoren reguläre soziale Aufgaben des Landes finanzieren, sehen nur 40 Prozent als geeignete Maßnahme an, um den Haushalt von Nordrhein-Westfalen zu entlasten und so die Schuldenaufnahme zu verhindern.

Hier sind die jüngsten Befragten in der Tendenz aufgeschlossener und geben mit 52 Prozent häufiger als die anderen Altersgruppen an, dass sie diesen Ansatz als geeignet empfinden.