



Foto: Volker Emersleben

Werte und Erwartungen der Fridays for Future- Aktivist*innen

DB Fernverkehr AG | Betreuung Nachwuchskräfte Dortmund | P.FH-F(NK1) | 06.03.2020

Adrian Darek Nunez

Diese Präsentation ist nur für die Fridays for Future Organisation bestimmt und fasst die relevanten Ergebnisse der mit FFF durchgeführten Befragung aus dem Jahr 2019 zusammen.

Der Verfasser der Befragung, Dualer Student der DB Fernverkehr AG, bedankt sich für die Unterstützung!

- 1 Rahmenbedingungen
- 2 Fridays for Future-Vorstellung
- 3 Zentrale Ergebnisse der Befragung
 - 3.1 Teilnahme
 - 3.2 Sozio-demografische Daten
 - 3.3 Konsumverhalten
 - 3.4 Allgemeine Werte
 - 3.5 Arbeitserwartungen
- 4 Stellungnahme
- 5 Zertifikat

1 Rahmenbedingungen

- Angewandte Erhebung: Online-Befragung mittels Online-Fragebogen
- Deskriptive Statistik wurde angewendet
- **Keine Aussage über Grundgesamtheit (=alle FFF-Teilnehmer*innen), sondern nur über Teilnehmer*innen der Befragung**
- Teilnehmer*innen: n=1655
- Zur Beantwortung der Fragen wurde größtenteils eine Likert-Skala verwendet (Bündelung von mehreren Aussagen, in der die Befragten mithilfe einer Antwortskala die Aussagen unterschiedlich stark zustimmen.)

2 Fridays for Future-Vorstellung ¹

- „Eine Bewegung von jungen Menschen [...]“²
 - Parteiübergreifend und-unabhängig
 - Einsatz für mehr Umwelt- und Klimaschutz
- Hauptziel: „Einhaltung der Ziele des Pariser Abkommens und des 1,5°C-Ziels“
- Beeinflussen den politischen und gesellschaftlichen Diskurs
 - Auswirkung auf die Gesellschaft
 - Ca. 1,4 Millionen Teilnehmer*innen bei der weltweiten Klimademonstration in Deutschland am 20.09.2019 ³

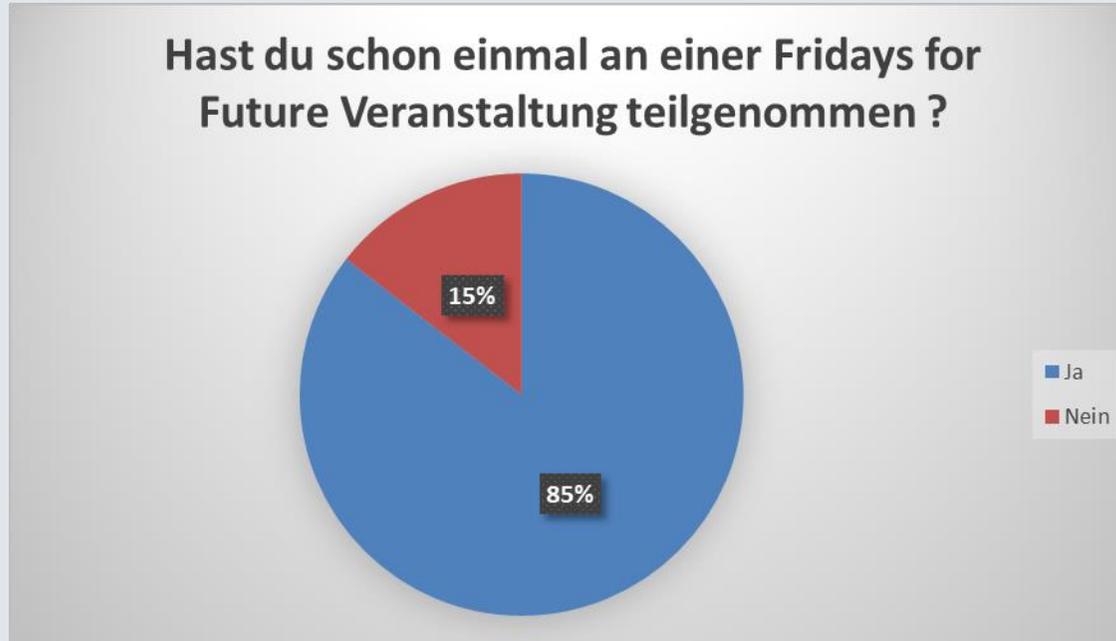


3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

- Zentrale Ergebnisse der Befragung in den Bereichen:
 1. Teilnahme
 2. Sozio-demografische Daten
 - Geschlechterverteilung
 - Durchschnittsalter
 - Bildungsgrad
 3. Konsumverhalten
 4. Allgemeine Werte
 5. Arbeitserwartungen

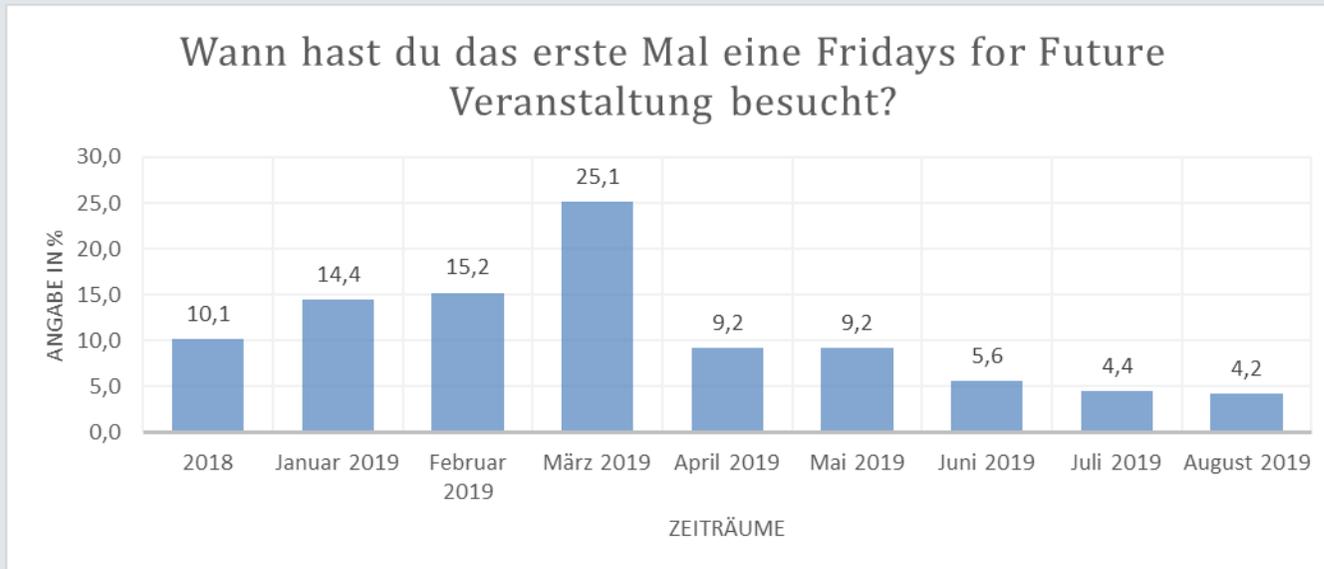
3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.1 Teilnahme



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

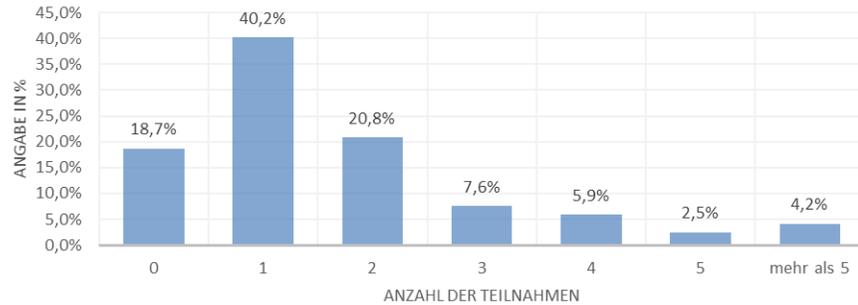
3.1 Teilnahme



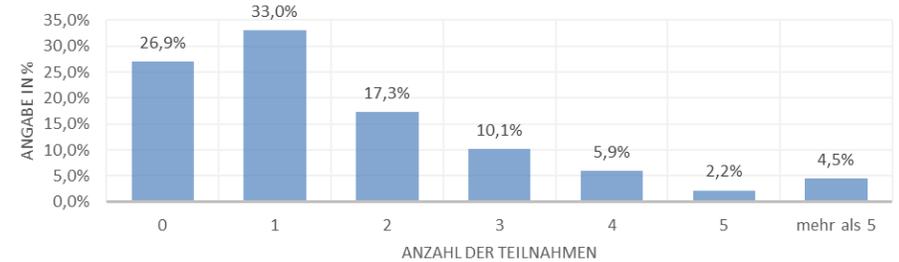
3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.1 Teilnahme

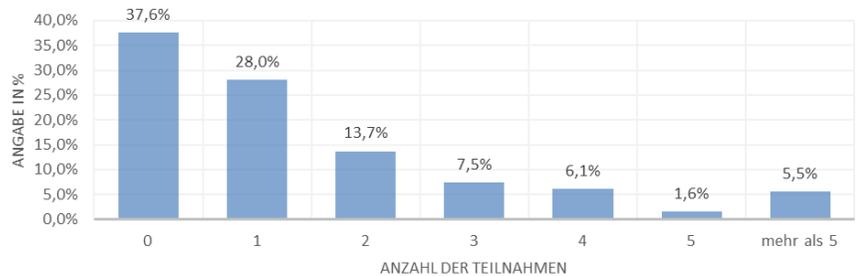
Wie oft warst du im Mai bei einer Fridays for Future Veranstaltung?



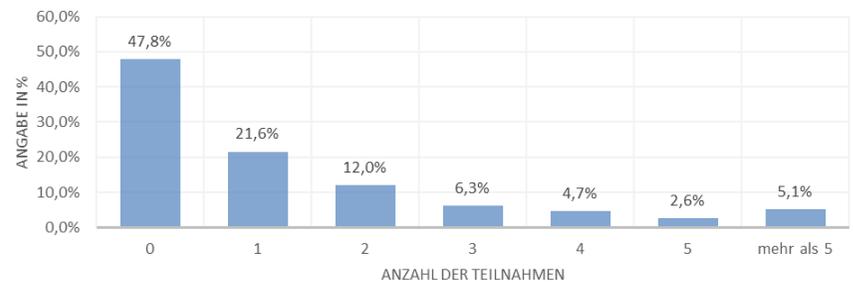
Wie oft warst du im Juni bei einer Fridays for Future Veranstaltung?



Wie oft warst du im Juli bei einer Fridays for Future Veranstaltung?



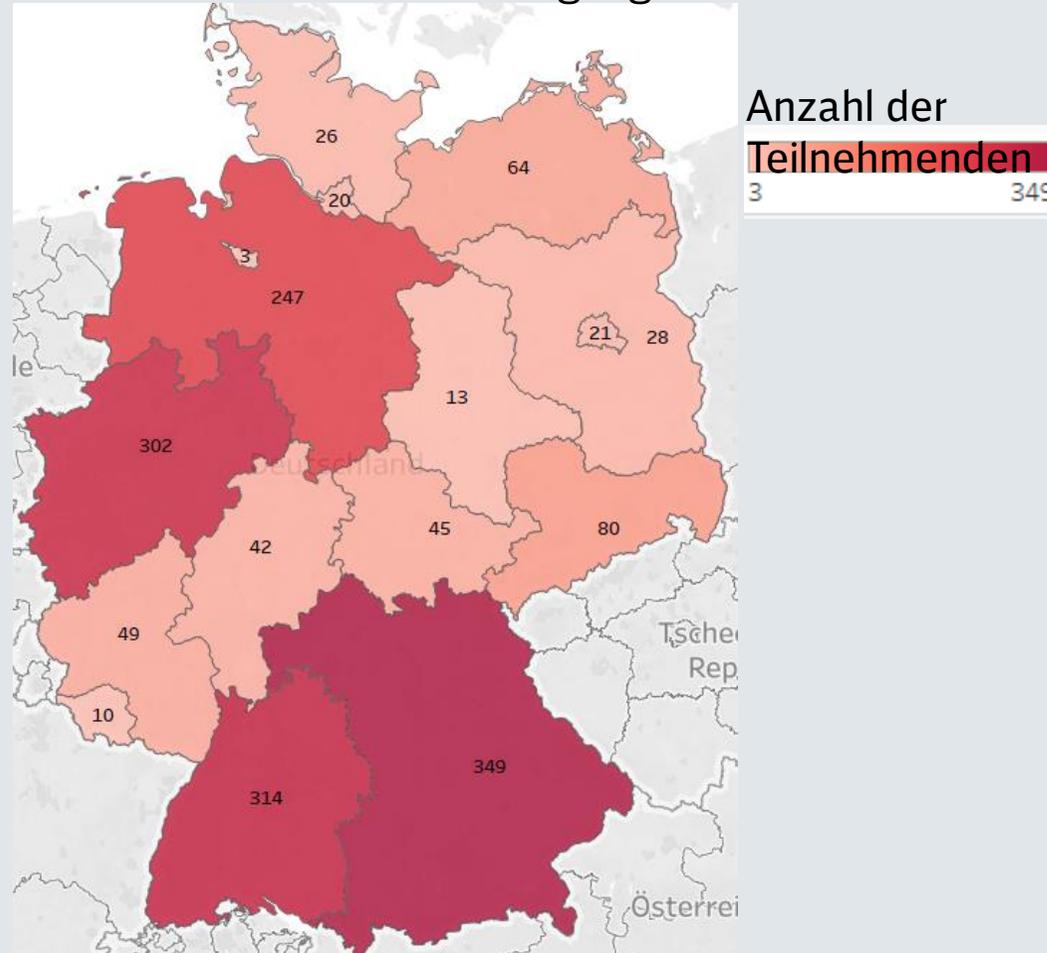
Wie oft warst du im August bei einer Fridays for Future Veranstaltung?



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.1 Teilnahme

Geografische Verteilung der Teilnehmenden an der Befragung *



*Nicht eindeutige Angabe der Postleitzahl wurden nicht berücksichtigt

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

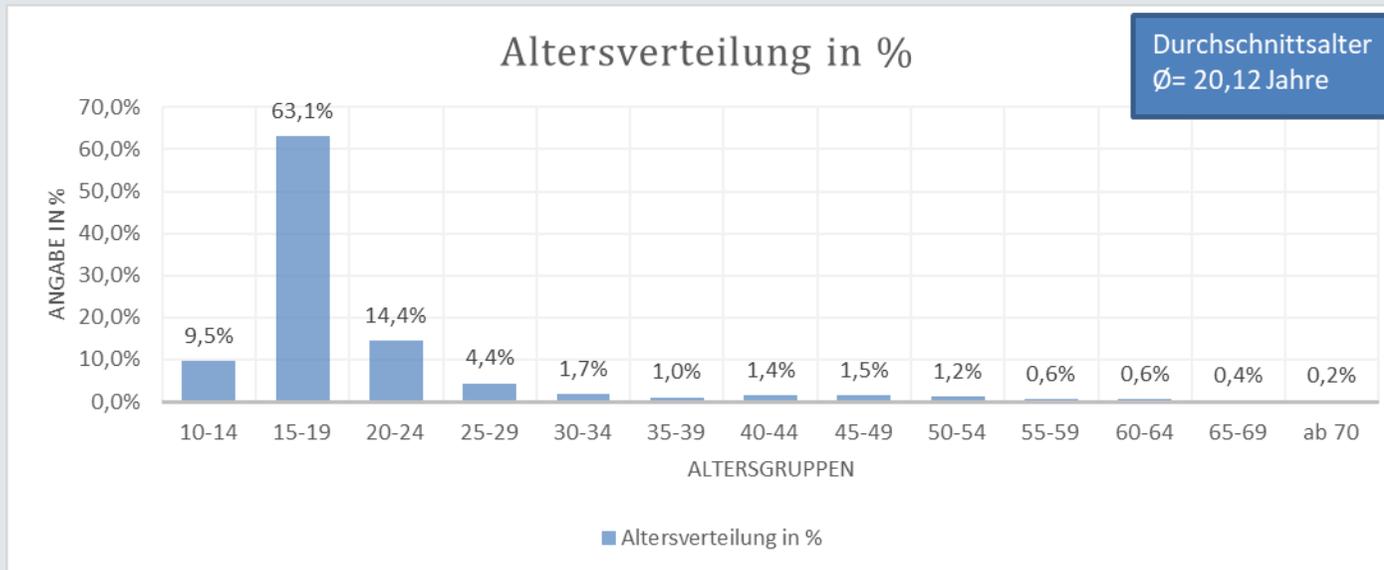
- Geschlechterverteilung



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

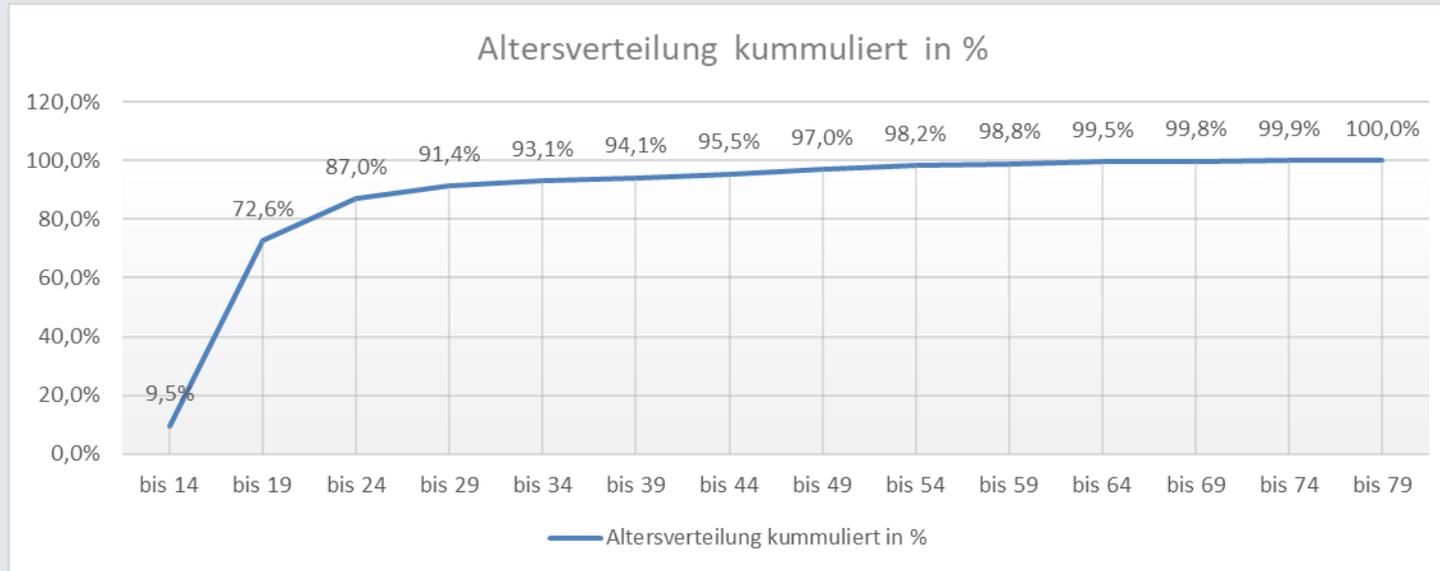
- Altersverteilung
 → Im Durchschnitt sind die Befragten rund 20,12 Jahre alt



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Altersverteilung

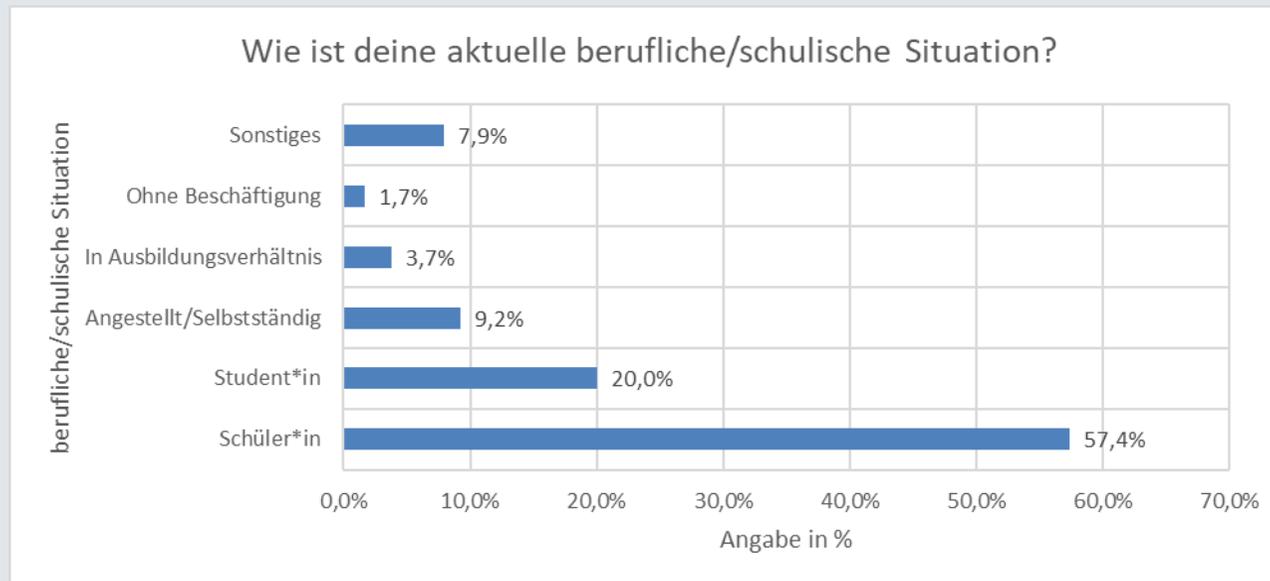


- Nur Personen ab 10 Jahren wurden berücksichtigt
- Rund 87% aller Befragten sind jünger als 25 Jahre

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Aktuelle berufliche/schulische Situation der FFF-Befragten

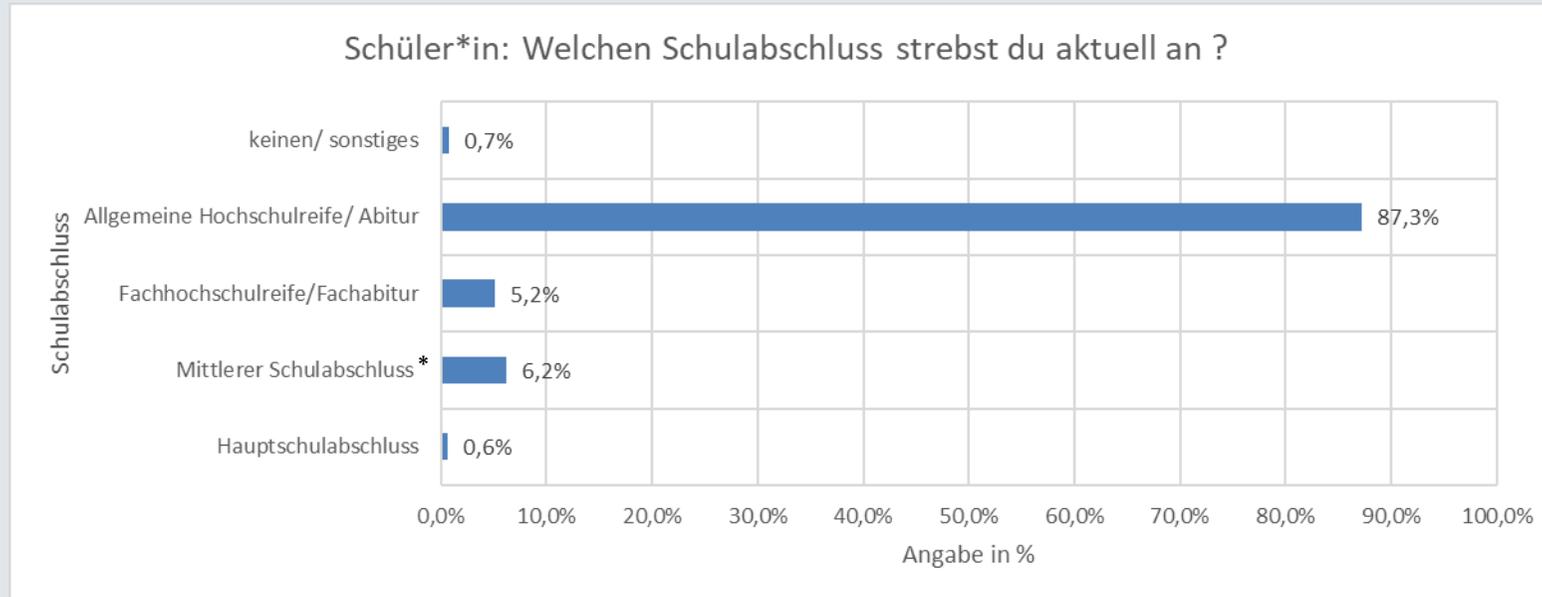


→ Ca. 77,4% sind Schüler*innen oder Studierende

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- (Aktueller/Angestrebter) Bildungsgrad: Schüler*innen



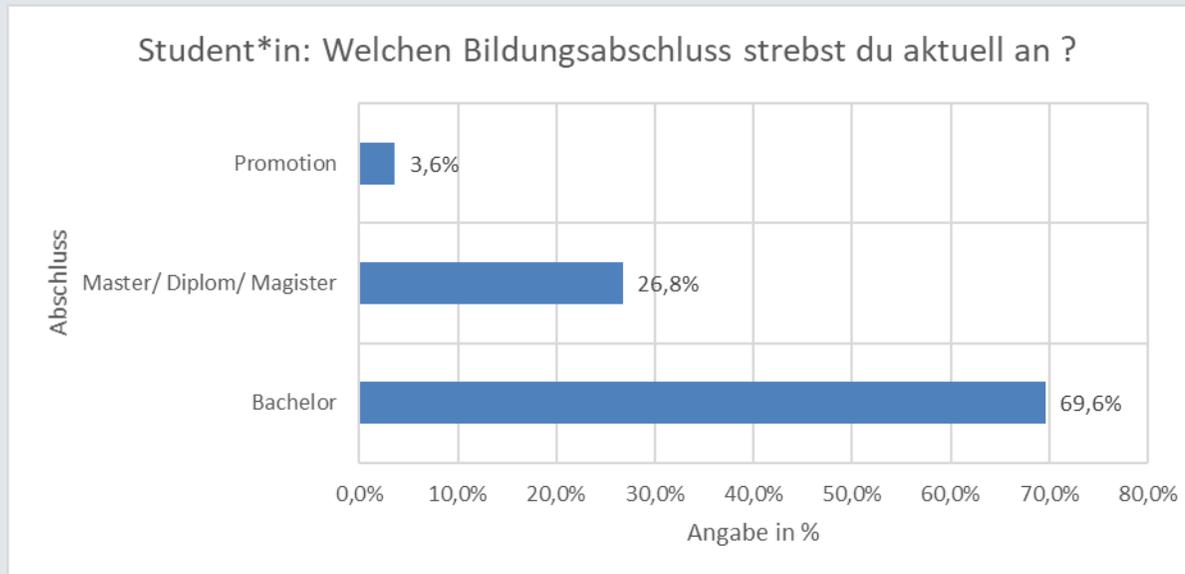
*Mittlerer Schulabschluss(Realschullabschluss, Fachoberschulreife, Mittlere Reife, Qualifizierter Sekundarabschluss, Sekundarabschluss)

- Teilnehmer*innen weisen einen erhöhten Bildungsgrad auf
- Ca. 92% der Schüler*innen streben das (Fach-)Abitur an

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

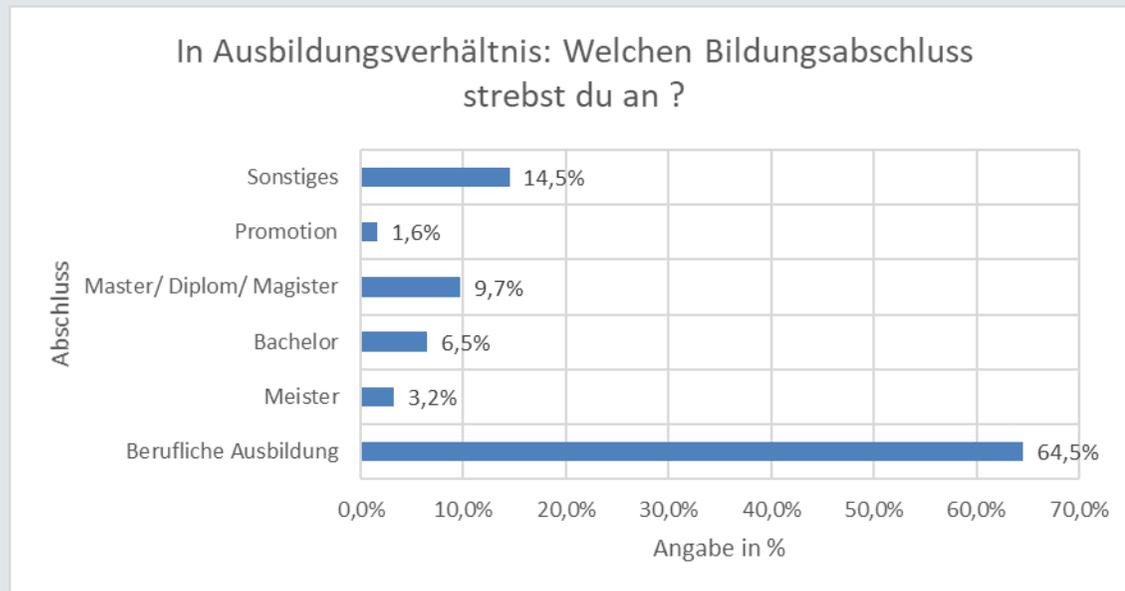
- (Aktueller/Angestrebter) Bildungsgrad: Studierende



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

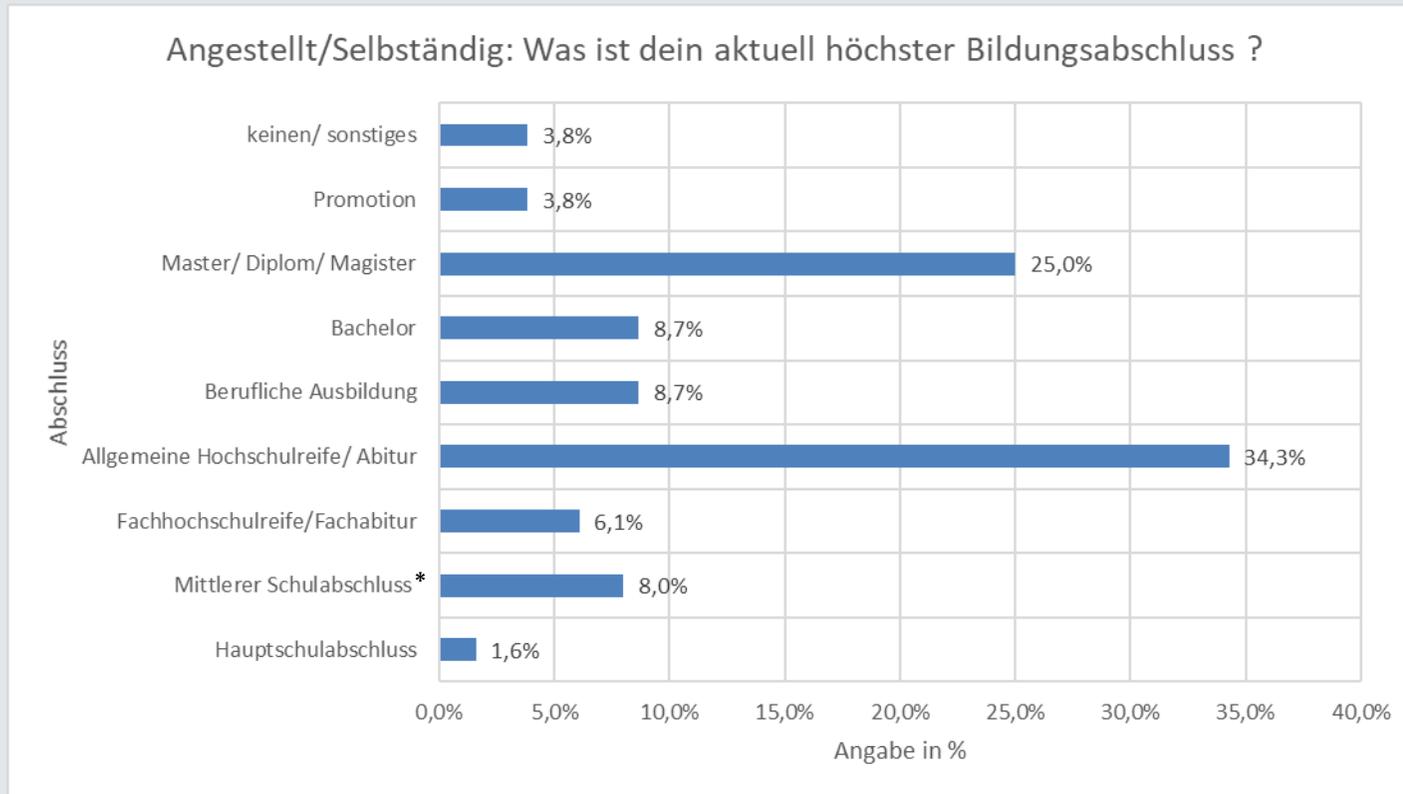
- (Aktueller/Angestrebter) Bildungsgrad: Personen im Ausbildungsverhältnis



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Höchster Bildungsgrad: Angestellte/Selbstständige

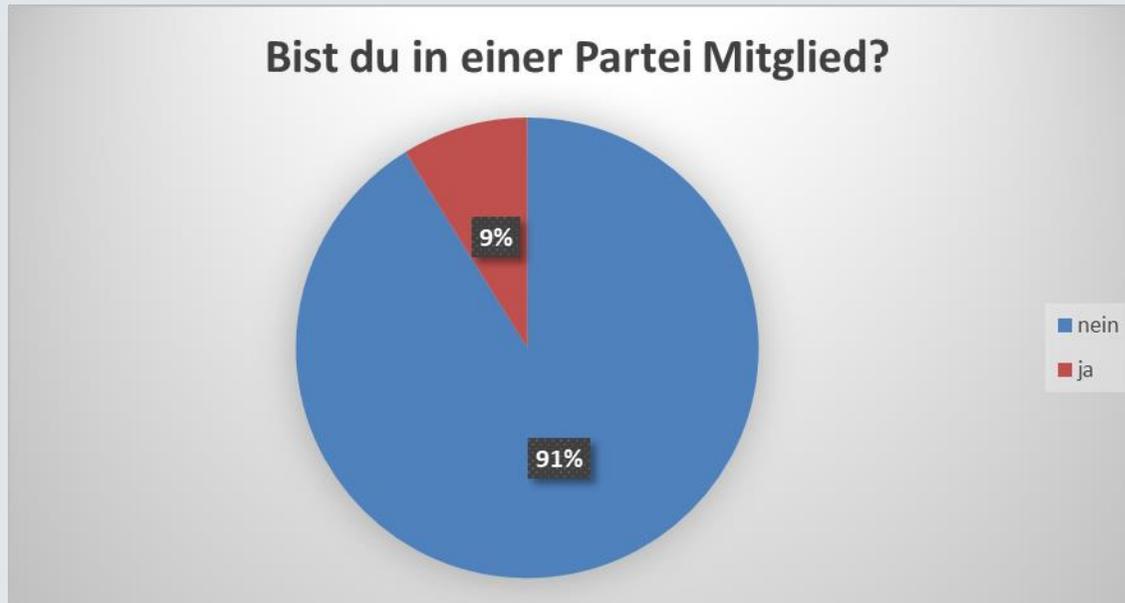


*Mittlerer Schulabschluss (Realschullabschluss, Fachoberschulreife, Mittlere Reife, Qualifizierter Sekundarabschluss, Sekundarabschluss)

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

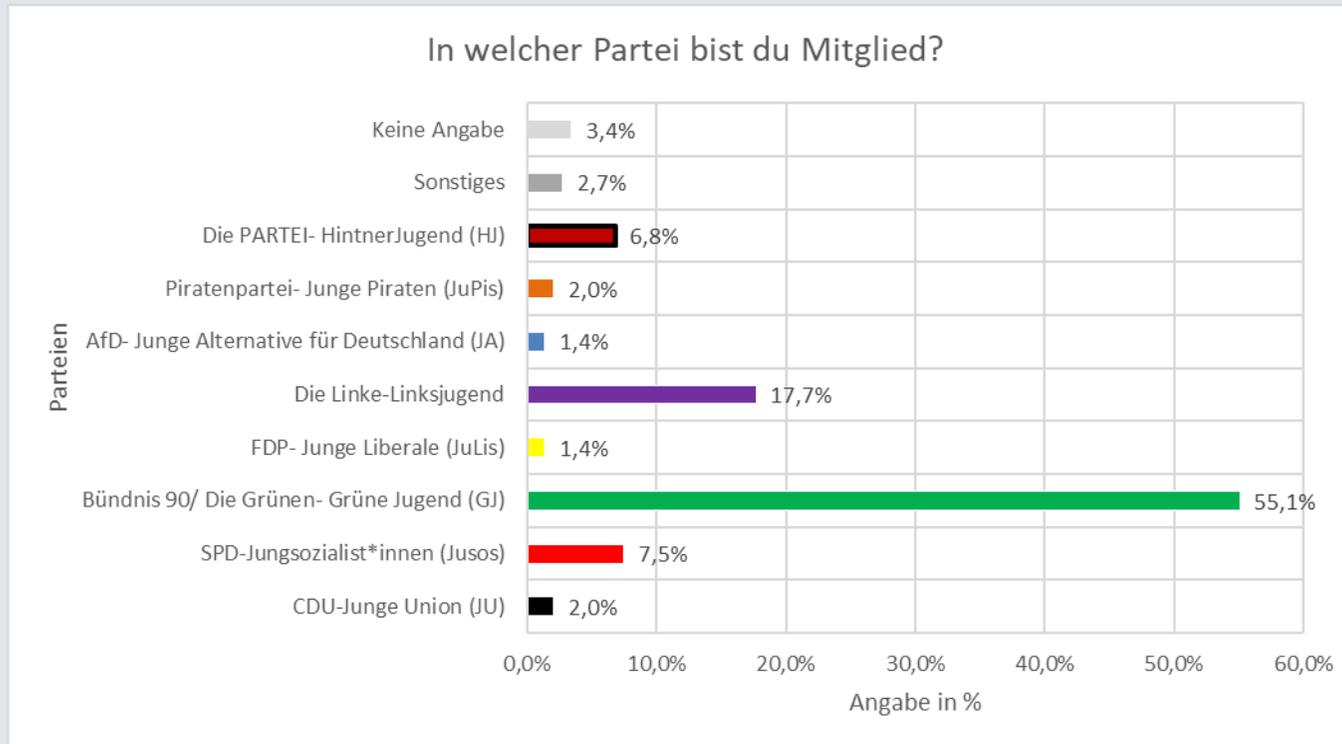
- Politische Zugehörigkeit



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Politische Zugehörigkeit



→ Personen, mit einer Parteizugehörigkeit sind mehrheitlich links-grün orientiert (80%)

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

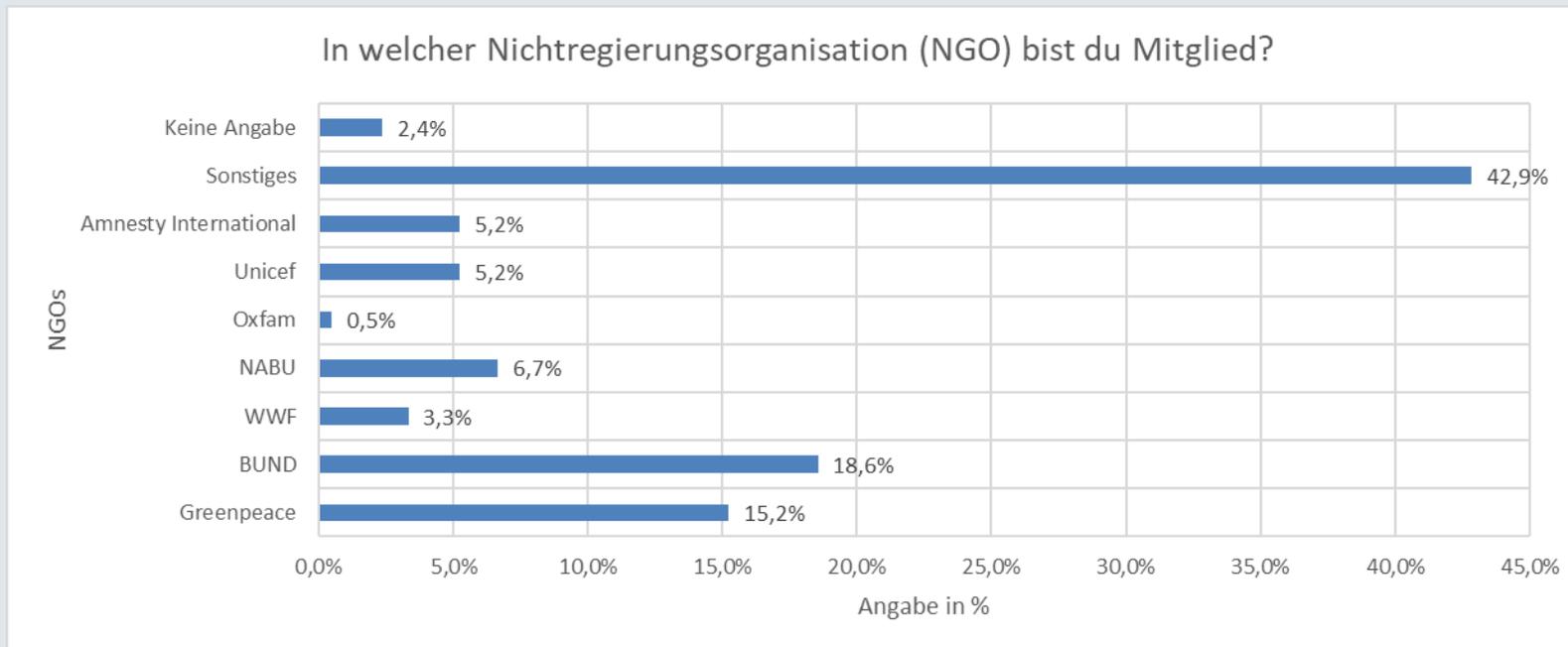
- NGO-Mitgliedschaft



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

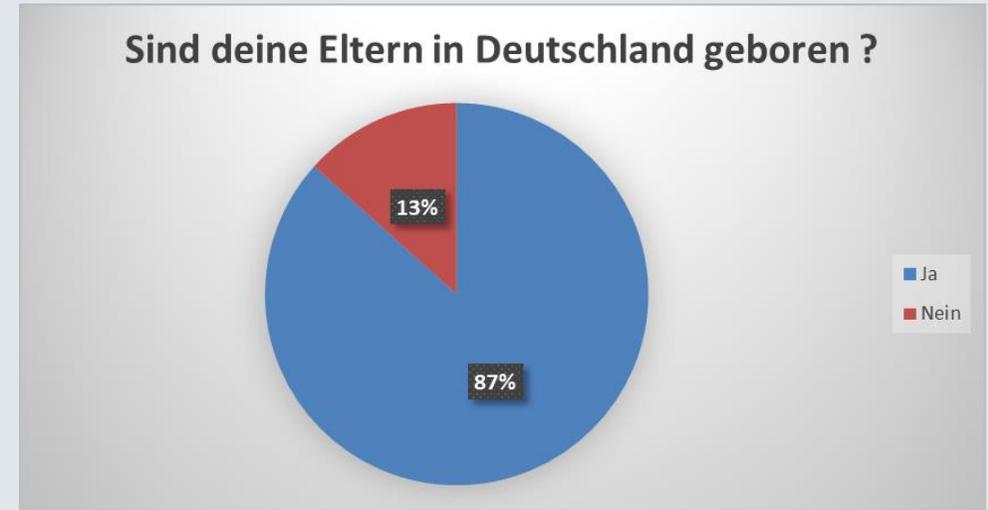
3.2 Sozio-Demografische Daten

- NGO-Mitgliedschaft



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

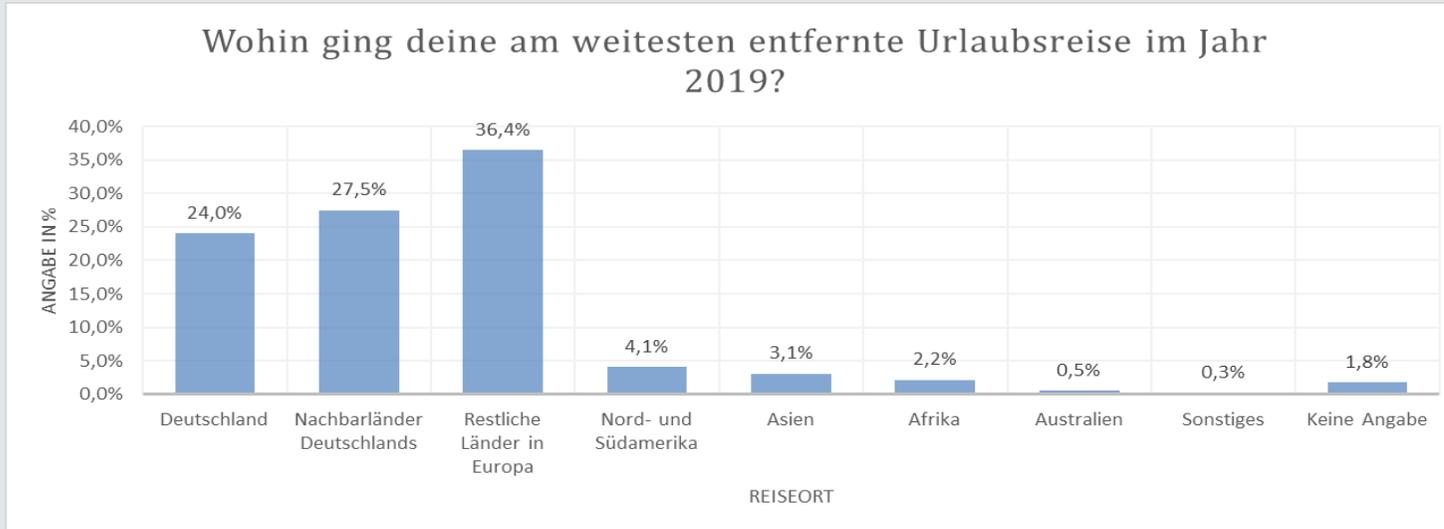


- Vergleich mit der Bevölkerung in BRD:
→ Rund 25,5% der in Deutschland lebenden Personen haben einen Migrationshintergrund (12,1 % Ausländer & 13,3% Deutsche mit Migrationshintergrund) ¹

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Reiseverhalten



→ Ca. 88% der Befragten verreisten innerhalb Europas

→ Ca. 51% der Befragten blieben in Deutschland oder verreisten in die Nachbarländer

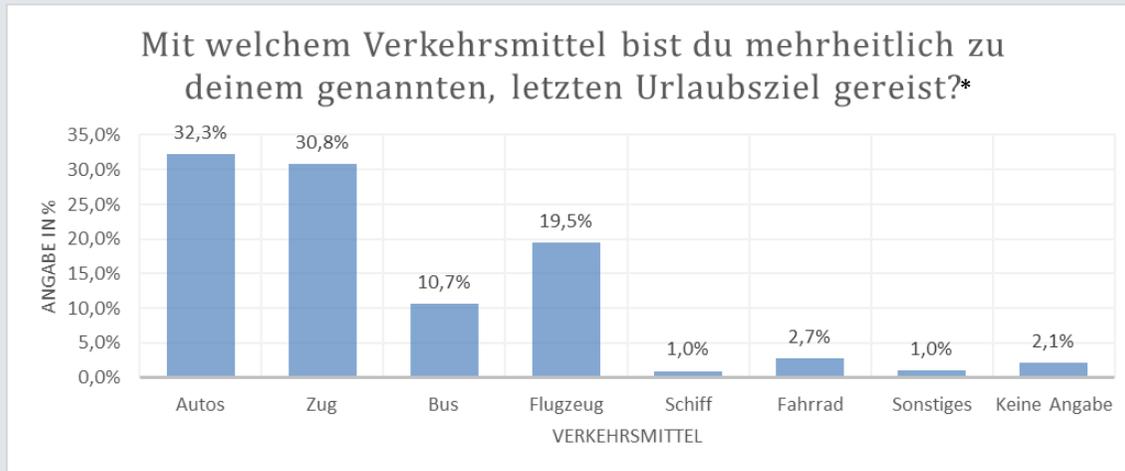
→ Zu Beachten: Die jungen Teilnehmer*innen besitzen nicht dieselben finanziellen Kapazitäten. Des Weiteren müssen Familienreisen ins Ausland berücksichtigt werden, in der Minderjährige meist ohne große Entscheidungsmöglichkeiten mit der Familie verreisen

→ Nicht gefragt: Letzte Urlaubsreise

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.2 Sozio-Demografische Daten

- Reiseverhalten



*(Mehrheitlich= mehr als 50% der Streckenkilometer)

- FFF ist 2019 „groß geworden“ → Personen können mit der aktiven Teilnahme an FFF im Jahr 2019 ihr Reiseverhalten geändert haben
- Es wird nicht nach der Anzahl der Urlaube gefragt
- Gewisse Länder sind hauptsächlich mit dem Flugzeug erreichbar

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

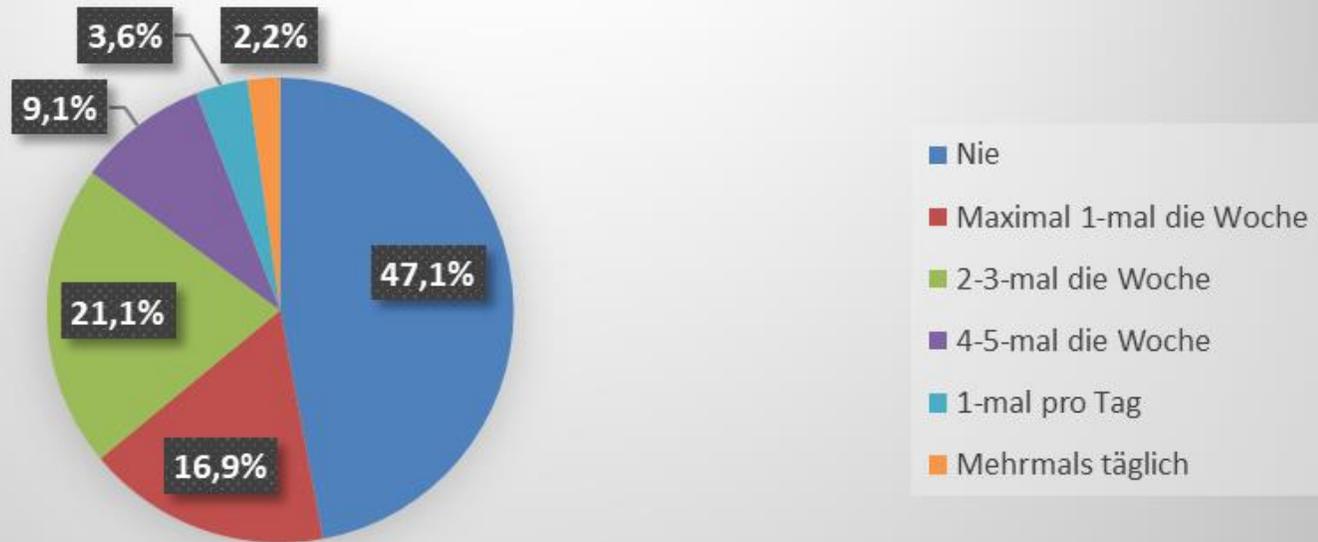
3.3 Konsumverhalten

- Teilnehmer*innen bekamen mehrere Aussagen zum Konsumverhalten
- Bewertung erfolgte mithilfe einer Skala
- Relativ starke Zustimmung:
 - Ich lebe umweltfreundlich
 - Ich achte ausschließlich auf bio-zertifizierte Lebensmittel
- Mittlere Zustimmung:
 - Ich konsumiere Produkte aus ethischen Gründen
 - Ich lebe plastikfrei
 - Ich kaufe bevorzugt Produkte aus zweiter Hand
 - Ich versuche Produkte bevorzugt selbst herzustellen, anstatt sie zu kaufen
- Sehr schwache Zustimmung:
 - Shoppen bringt mir Spaß. (Kleidung, Elektronik, Kosmetik, Dekoration, Schmuck, etc.)

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.3 Konsumverhalten

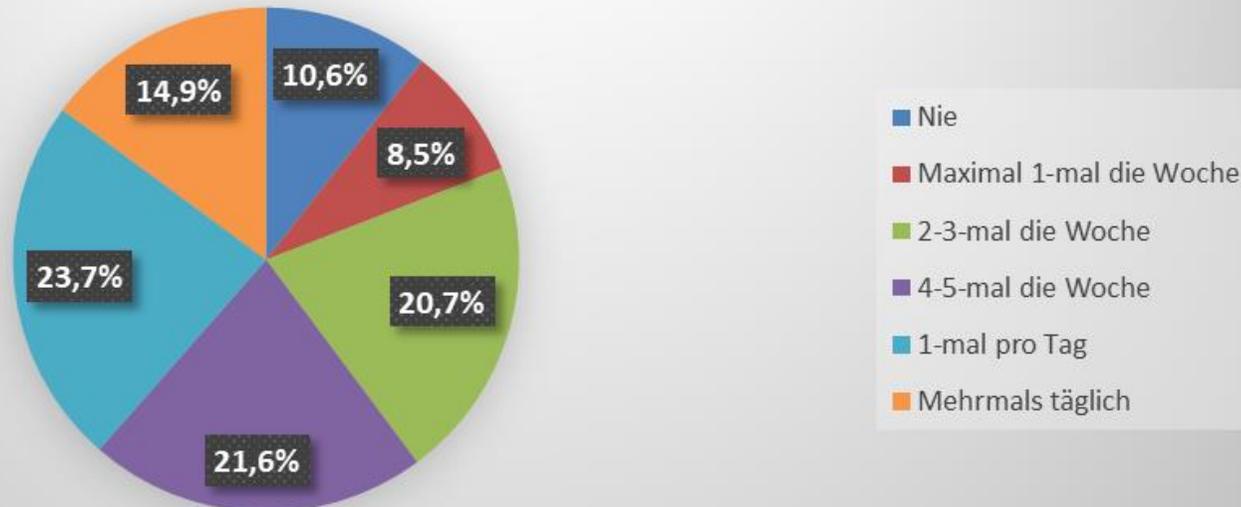
Wie oft konsumierst du in der Woche
Fleischprodukte (außer Fisch)?



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.3 Konsumverhalten

Wie oft konsumierst du in der Woche tierische Produkte (Milchprodukte, Eier)?



- Rund 10% der Befragten leben vegan

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.3 Konsumverhalten

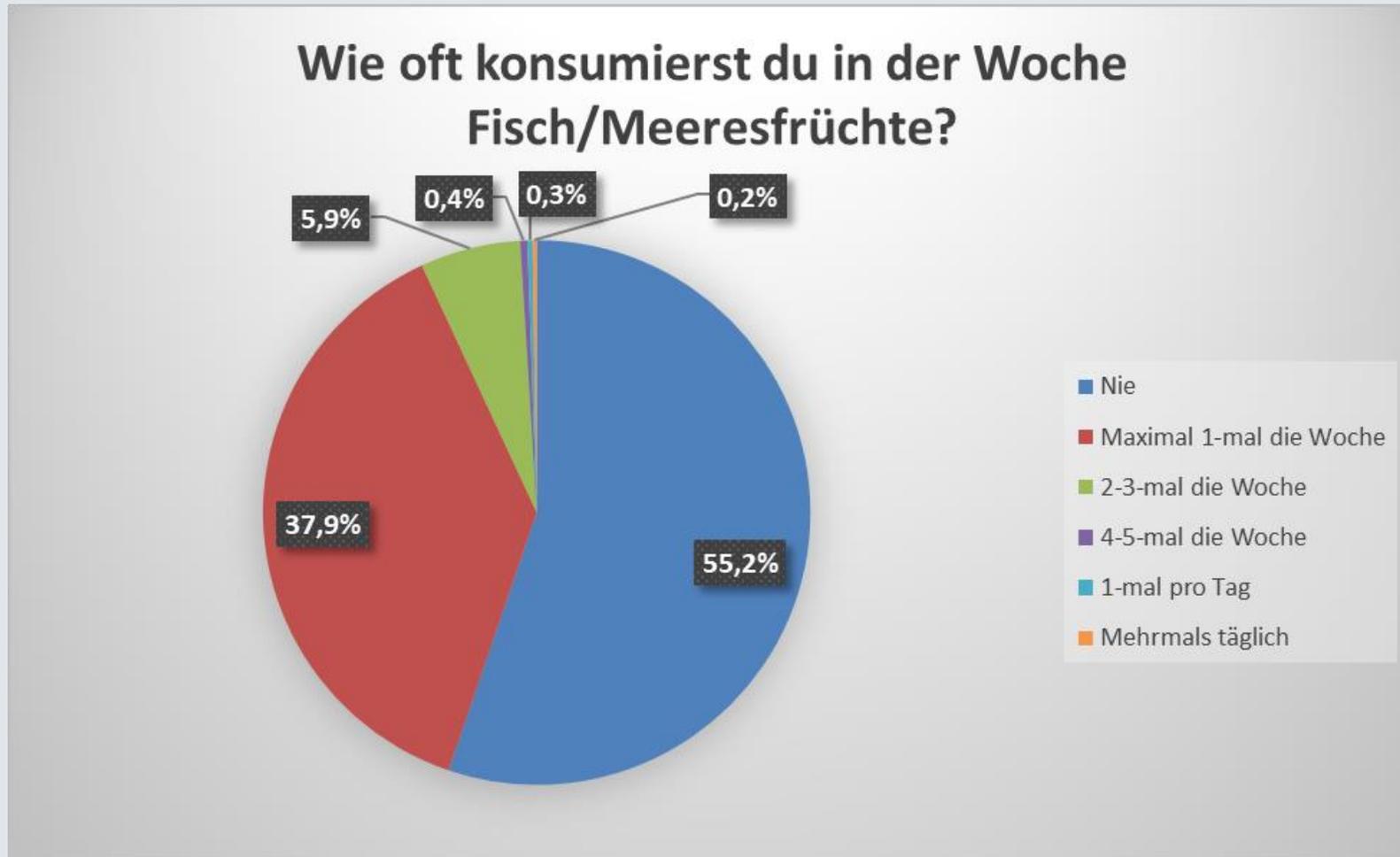
Wie oft konsumierst du in der Woche bio-zertifizierte Lebensmittel?



- Die Mehrheit der Teilnehmer*innen konsumieren regelmäßig bio-zertifizierte Lebensmittel

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.3 Konsumverhalten



3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.3 Konsumverhalten

- Fleischkonsum → Ca. 47% verzichten auf Fleisch
- Tierische Produkte → 10% verzichten gänzlich auf tierische Produkte
- Bio-zertifizierte Lebensmittel → 60% konsumieren mindestens 1x pro Tag Bio-Lebensmittel

→ „Tendenz zu klimafreundlichem Konsum“

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.4 Allgemeine Werte

- Teilnehmer*innen bekamen mehrere Aussagen zu allgemeinen Werten
- Bewertung erfolgte mithilfe einer Skala
- Hauptkenntnis: Soziale Werte spielen eine äußerst wichtige Rolle

- Sehr starke Zustimmung:
 - Mir ist Kooperation wichtiger als Konkurrenz
 - Mir ist ein harmonisches Umfeld auf der Arbeit wichtig
 - Mir ist Solidarität wichtig
 - Ich glaube, dass Politik etwas bewirken kann
 - Mir ist Selbstverwirklichung wichtig
 - Ich bin eine aufgeschlossene Persönlichkeit

- Mittlere Zustimmung:
 - Mir ist ein geregelter Tagesablauf wichtig
 - Mir ist Freizeit wichtiger als Arbeit/Schule

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.5 Arbeitserwartungen

- Teilnehmer*innen bekamen mehrere Aussagen zu Arbeitserwartungen
- Bewertung erfolgte mithilfe einer Skala
- Haupterkennnis: „Soziale Werte“ spielen eine äußerst wichtige Rolle
- Bei meiner zukünftigen Arbeitswahl sind mir folgende Punkte wichtig:
- Sehr starke Zustimmung:
 - Interessante und spannende Aufgaben
 - Chancengleichheit
 - Vereinbarkeit von Familie und Beruf
 - Selbstständigkeit
 - Sozial-ökologisches Unternehmen
 - Innovatives Unternehmen
 - Weiterbildungsmöglichkeiten
 - Diversität
 - Kurzfristigen Stress für ein spannendes Projekt in Kauf
 - Für Beruf/Studium umziehen

3 Zentrale Ergebnisse der Befragung

3.5 Arbeitserwartungen

- Mittlere Zustimmung:
 - Vielfältige Karriereoptionen
 - Image des Unternehmens
 - Leistungen neben dem Gehalt
- Sehr schwache Zustimmung:
 - „Mir ist ein hohes Gehalt wichtiger als Spaß am Job“

4 Stellungnahme



Ich wollte mich nochmals bei allen Teilnehmenden bedanken! Ebenfalls vielen Dank für euer Feedback und eure Anmerkungen. Ich versuche auf die wichtigsten Fragen/Anmerkungen in einer eigenen Stellungnahme einzugehen.

Projektarbeit

Diese Arbeit schrieb ich im Rahmen meines Studiums. Ich konnte mir das Thema freiwillig aussuchen, sodass ich mich aus starkem persönlichen Interesse für das Thema FFF entschied. Die Arbeit wurde seitens der Deutschen Bahn AG nicht delegiert. Sie wurde selbstständig erarbeitet und orientierte sich ausschließlich an meinem persönlichen Interesse FFF näher kennenzulernen.

Sensible Fragen

Mit meiner Umfrage wollte ich nicht nur herausfinden, welche Werte, Erwartungen und Verhaltensweisen die Teilnehmer*innen von FFF haben, sondern mir des Weiteren ein sozio-demografisches Bild der Bewegung machen. Dafür wurden Fragen zum Alter, Geschlecht, Migrationshintergrund, Postleitzahl, etc. gestellt. Diese Informationen könnten die FFF-Bewegung dabei unterstützen FFF auf Dauer inklusiver zu gestalten. Nichtsdestotrotz werde ich bei meiner nächsten Umfrage berücksichtigen die Möglichkeit zur Nicht-Beantwortung einer Frage verstärkt einzubauen.

Baumspenden

Es werden 200 Bäume in diesem Frühjahr vom Kooperationspartner Bergwaldprojekt e.V. gepflanzt. Das Zertifikat findet ihr gleich im Anschluss (→ 5 Zertifikat). Dadurch, dass es sich um eine Studienarbeit handelte und nicht um ein Marktforschungsprojekt der Deutschen Bahn AG mit einem eigenen Budget, musste ich persönlich ein Budget für die Baumspenden organisieren. Ich wollte mithilfe des Fragebogens einen kleinen positiven Beitrag für die Umwelt leisten. Dabei hatte ich das Glück, dass die Deutsche Bahn AG bzw. die DB Fernverkehr AG die Baumspenden finanziell ermöglicht hat.

Falls Ihr noch Fragen habt könnt ihr mich unter adrian-darek.nunez@deutschebahn.com anschreiben.

Vielen Dank für eure Unterstützung!!!

PFLANZZERTIFIKAT



Das Bergwaldprojekt e.V. pflanzt mit Freiwilligen im Auftrag der

Deutschen Bahn

**200 Stieleichen im Frühjahr 2020
in Werdohl im Sauerland.**

Damit wird ein Beitrag zur Stabilisierung der heimischen Waldökosysteme,
zur Förderung der Artenvielfalt und zum Klimaschutz geleistet.

Wir danken herzlich für dieses vorbildliche Engagement für Mensch und Natur.

Weitere Informationen zum Bergwaldprojekt unter:
www.bergwaldprojekt.de

Stephen Wehner, Vorstand Bergwaldprojekt e.V.

Vielen Dank für Eure Unterstützung!!!

**Bei Fragen & Anmerkungen:
adrian-darek.nunez@deutschebahn.com**

Quellen

- **Folie 5:**
 - **1) Fridays for Future (Hrsg.) (2020):**
<https://fridaysforfuture.de/forderungen/>; Abruf: 15.01.2020
 - **2) Fridays for Future (Hrsg.) (2020):** <https://fridaysforfuture.de/about/>;
Abruf: 15.01.2020
 - **3) Tagesschau (Hrsg.) (2019):**
<https://www.tagesschau.de/inland/klimastreiks-friday-for-future-105.html>; Abruf: 15.01.2020
- **Folie 23:**
 - **1) Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2019):**
 - <https://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61646/migrationshintergrund-i>; Abruf: 15.01.2020

Bildquelle

- **Fridays for Future Logo**
 - <https://fridaysforfuture.de/flyer-plakat-sticker/>