

PD Dr. Heike Walk

---

### **Welche Umstände befördern oder verhindern Engagement von Menschen für die Energiewende?**

#### **Aktuelle Befunde zum Umweltengagement**

Der im Titel gestellten Frage widmet sich die Studie "Prometheus – Menschen in sozialen Transformationen am Beispiel der Energiewende". Die Studie wurde von der 100prozent erneuerbar Stiftung in Auftrag gegeben und von drei Mitgliedern des Instituts für Protest- und Bewegungsforschung in Berlin durchgeführt.

Die Literaturstudie führt Erkenntnisse aus anderen vorliegenden Studien zum Engagement zusammen und konzentriert sich dabei auf drei zentrale Themenbereiche: 1) Formen, Bedingungen und Trends des Engagements, 2) Einstellungen und Verhalten zur Umwelt und 3) Einstellungen und Akzeptanz in aktuellen Studien zur Energiewende. Der Literaturstudie liegt die These zugrunde, dass die Energiewende nur dann gelingen kann, wenn sie von der Mehrheit der Bevölkerung getragen und unterstützt wird.

Hinsichtlich der Formen, Bedingungen und Trends des Engagements zeigen die Ergebnisse der vorliegenden Umfragen und Studien, dass sich eher die höher gebildeten Männer sowie Senioren über 65 engagieren, während sich Frauen etwas weniger und Jugendliche, Arbeitslose und MigrantInnen mit einfachen Sozial- und Bildungshintergrund deutlich weniger beteiligen. Vereine bilden nach wie vor den wichtigsten Ort des Engagements und gerade im Umweltbereich erfahren Großorganisationen nach wie vor viel Zulauf. Allerdings weisen die vorliegenden Studien darauf hin, dass insbesondere jüngere (potentiell) Engagierte flexible Formen des Engagements bevorzugen.

Die Ergebnisse des Freiwilligensurveys zeigen, dass der Umweltbereich eher zu den kleinen Engagementbereichen zählt. Hier engagieren sich 2,8 Prozent der Bevölkerung und die Tendenz ist steigend. Insbesondere die Energiewende findet eine relativ große Unterstützung in der Gesamtbevölkerung, wobei sich hier Unterschiede entsprechend den jeweiligen Lebensstilen und des soziales Umfelds zeigen.

Ein ganz entscheidender Zugangsweg zum Umweltengagement sind die vorhandenen sozialen Netzwerke. Durch die Einbindung in ein soziales Umfeld, in dem Umweltengagement auf positive Resonanz stößt, erhöht sich das Potenzial für bürgerschaftliches Engagement. Insgesamt spielen bei der Herausbildung der Engagementbereitschaft die jeweiligen Lebensphasen und auch die Sozialisation eine große Rolle.

Hinsichtlich der institutionellen bzw. organisatorischen Bedingungen wird in den Studien darauf hingewiesen, dass die Engagierten über ungünstige Bedingungen in den Vereinen und Verbänden klagen. Kritisiert werden ineffiziente Arbeitsweisen, verhärtete Gruppenstrukturen, hohe Erwartungen bzw. Anforderungen sowie schlechte Betreuungsbedingungen.

Den Untersuchungen zufolge sind altruistische Motive, d.h. etwas für andere zu tun, sowie die Freude am Engagement bedeutsam. Auch die Zugehörigkeit zu einem sozialen Netzwerk und die Möglichkeit, etwas mit dem Engagement zu bewegen und Zustände am Wohnort oder im lokalen Umfeld zu verbessern, spielen eine große Rolle. Gleichzeitig nennen einzelne Studien im Zusammenhang mit freiwilligem Engagement den Wunsch von Befragten, weitergehende Kompetenzen zu erwerben (Training der Kommunikationsfähigkeit, Teamfähigkeit, Kritikfähigkeit des Meinungs austausches etc.).

Die Mehrheit der deutschen Bevölkerung steht dem Umweltschutz positiv gegenüber. Allerdings zeigt sich bei vielen Menschen eine deutliche Kluft zwischen unterstützenden Einstellungen und einem dazu in Widerspruch stehendem Verhalten. Soweit ein umweltbewusstes Verhalten vorliegt, kann es in aller Regel auf ein ganzes Bündel von Faktoren und Motiven zurückgeführt werden. Neben dem Faktenwissen und rationalen Kosten-Nutzen-Kalkulationen spielen vor allem auch Emotionen und Werthaltungen sowie sozio-materielle Kontextbedingungen und Alltagsroutinen eine bedeutsame Rolle.

Mehrfach wird in den vorliegenden Studien auf die Sozialisation und den engen Zusammenhang von positiven Erfahrungen in der Kindheit und der Wertschätzung der Natur hingewiesen. Neben diesen Faktoren spielt auch die soziale Einbettung eine wichtige Rolle für umweltbewusstes Verhalten, wie die Forschungen zur Rolle von Lebensstilen, sozialen Milieus und sozialstrukturellen Merkmalen hervorheben.

Die Untersuchungen in verschiedenen Teilbereichen der Energiewende (Verkehr, Bauen usw.) zeigen, dass zwar insgesamt eine große Akzeptanz für die Energiewende und die Erneuerbaren Energien (EE) besteht, dass aber die individuelle Motivation, sich für den Klimaschutz bzw. für die Energiewende einzusetzen, sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Bevölkerungsschichten mit niedrigen Einkommen tragen, obwohl sie teilweise weniger für die Energiewende sensibilisiert sind, dennoch im Durchschnitt weniger zum CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei.

Insbesondere Gruppen mit hohem Bildungsniveau und höherem Einkommen investieren zwar sehr viel eher in EE-Technologien, aber sind trotz des Wissens um den Klimawandel seltener bereit, auf Reisen und insbesondere Fernreisen zu verzichten. Hier wird die in der Umweltbewusstseinsforschung beschriebene Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln besonders deutlich. Studien zum Energieverbrauch, aber auch zur Elektromobilität zeigen, dass Kostenargumente für viele VerbraucherInnen noch immer eine zentrale Rolle spielen. Teilweise fehlt es hier allerdings auch an Wissen über die realen Kosten.

In anderen Fällen, beispielsweise beim nachhaltigen Konsum, zeigen Untersuchungen, dass es an der notwendigen Transparenz mangelt und dass bei vielen VerbraucherInnen Verunsicher-

cherung vorherrscht. Gleichzeitig besteht gerade im Bereich der nachhaltigen Ernährung eine große gesellschaftliche Offenheit dafür, das Ernährungsverhalten zu ändern.

Die Studien zu konkreten Teilbereichen, in denen die Energiewende zum Tragen kommen soll, zeigen darüber hinaus, dass Energiewende-Initiativen immer dann erfolgreich sind, wenn sie von den Beteiligten als positives Erlebnis wahrgenommen werden: Dies gilt sowohl für Windkraftanlagen, die dann eher akzeptiert werden, wenn sie optisch ansprechend gestaltet sind, als auch für die Änderung von Konsum, Lebensstilen oder Essgewohnheiten. Sind Veränderungen positiv besetzt, ist zu erwarten, dass sie einen dauerhaften Charakter haben. Bestimmten Akteuren, sogenannten Change Agents, kommt dabei eine wichtige Rolle zu: Sie sind TreiberInnen von sozialen Innovationen.

Das Ziel der Literaturstudie von Heike Walk, Melanie Müller und Dieter Rucht bestand nicht nur darin, die Erkenntnisse zum „Faktor Mensch“ zu sichten und zu bilanzieren, sondern auch hinsichtlich ihrer Anregungen und Empfehlungen auszuwerten. Die schon seit Jahrzehnten zu beobachtenden Veränderungen zivilgesellschaftlichen Engagements in Richtung flexibler und offener Strukturen bei nachlassender Bindung an formelle (Groß-) Organisationen legen es nahe, auch die Maßnahmen zur Förderung und Unterstützung zivilgesellschaftlichen Engagements entsprechend auszurichten.

Für die Förderung des Umweltengagements bedeutet dies, Maßnahmen bspw. so zu konzipieren, dass sie auch den Aufbau oder die Unterstützung sozialer Netzwerke ermöglichen. Angesichts der offenbar starken Kontinuität des Engagements im Lebenslauf, auf die einige Studien hinweisen, ist es sinnvoll, mit Aktivierungsmaßnahmen schon während der Kindheit und im Jugendalter anzusetzen. Entsprechende Studien sollten sich mit der Frage beschäftigen, wie junge Menschen für eine Beteiligung zu begeistern wären.

Gleichzeitig zeigen die Befunde zu den Engagementbiografien in den unterschiedlichen Lebensphasen, also bspw. das steigende Engagement im frühen Rentenalter oder der Zeitmangel während Lebensphasen mit starken beruflichen oder familiären Belastungen, dass unterschiedliche Engagementmodelle für spezifische Phasen entwickelt werden sollten. Beispielsweise könnten einzelne Engagementprojekte mit familienfreundlichen Modellen verbunden werden. Auch sind für einige Phasen besondere Unterstützungsmaßnahmen zu überlegen und die Hürden eines Wiedereinstiegs möglichst gering zu halten.

Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sind aber nicht nur in unterschiedlichen Lebensphasen, sondern auch für die unterschiedlichen Engagementbereiche sowie hinsichtlich neuer Kommunikations- und Beteiligungsmöglichkeiten sinnvoll.

Die Beteiligung im Internet bspw. erfordert Kenntnisse über das Medium, seine Möglichkeiten, Wirkungen sowie Vor- und Nachteile. Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie Institutionen, darunter Vereine, Verbände, NGOs und informelle Netzwerke, können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, Engagierte früh in die digitale Beteiligungswelt einzuführen.

Da auch berufsrelevante Motivationslagen eine immer größere Rolle spielen und in den Engagementprojekten Schlüsselqualifikationen wie Kommunikationskompetenzen und Teamfähigkeit erworben werden können, könnten ehrenamtliche Tätigkeiten auch für eine spätere Berufsqualifikation vorteilhaft sein.

Die Ergebnisse der Milieu- und Partizipationsstudien weisen auf den besonderen Bedarf der Ansprache sozial benachteiligter und natur- bzw. umweltferner gesellschaftlicher Gruppen hin. Deren Motivierung für ein Engagement muss mit einer verstärkten Bewusstmachung für den praktischen und ideellen Wert einer intakten Umwelt und nachhaltigen Energie einhergehen. Hier könnten niedrighschwellige Angebote im nahen Lebensumfeld dieser Zielgruppen bereitgestellt werden, die an deren Alltagsbedürfnissen anknüpfen, z.B. der wohnortnahen Gestaltung von Freizeit-, Erlebnis- und Bildungsaktivitäten für Kinder oder die ganze Familie (z.B. Nutzgarten- und Energieprojekte auch in der Stadt). Diese Projekte sind gerade für solche Kinder und Jugendliche wichtig, deren Eltern aufgrund vielfältiger sozialer und sprachlicher Benachteiligungen und Überforderungen nicht in der Lage sind, ihrem Nachwuchs das Energie- und Umweltthema nahezubringen.

Die Förderung ehrenamtlicher Tätigkeiten auf lokaler, regionaler und nationaler Ebene (z.B. FreiwilligenkoordinatorInnen oder EhrenamtskoordinatorInnen auf verschiedenen Ebenen) steht noch am Anfang. Allianzen und Kooperationen mit AkteurInnen aus dem Umwelt und Energiebereich könnten ausgebaut werden und mit anderen Bereichen (wie Gesundheit, Bildung und Soziales) verknüpft werden.

Und schließlich sollten Change Agents und Promotorinnen gezielt gefördert werden, denn Pioniere, Leuchtturmprojekte und MultiplikatorInnen haben wesentlich dazu beigetragen, dass ökologische Themen und erneuerbare Energien aus der Nische gelangt sind.

*Studie "Prometheus – Menschen in sozialen Transformationen am Beispiel der Energiewende. Eine Studie im Auftrag der 100prozent erneuerbar Stiftung" von Heike Walk, Melanie Müller und Dieter Rucht.*

Link zur Studie: [http://100-prozent-erneuerbar.de/wp-content/uploads/2016/01/Prometheus\\_2015.pdf](http://100-prozent-erneuerbar.de/wp-content/uploads/2016/01/Prometheus_2015.pdf)

### **Autorin**

**PD Dr. Heike Walk** ist Geschäftsführerin des Forschungszentrums für Umweltpolitik an der Freien Universität Berlin und Gründungsmitglied des Instituts für Protest- und Bewegungsforschung.

**Kontakt:** [heike.walk@fu-berlin.de](mailto:heike.walk@fu-berlin.de)

**Redaktion****BBE-Newsletter für Engagement und Partizipation in Deutschland**

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Michaelkirchstr. 17-18

10179 Berlin

Tel: 030 629 80-115

[newsletter@b-b-e.de](mailto:newsletter@b-b-e.de)

[www.b-b-e.de](http://www.b-b-e.de)