

Jasmin Godemann

Jugend und Nachhaltigkeit – eine Beziehung mit Zukunft?



Man könnte meinen, Jugendliche sind heute nur an Handys, Klingeltönen und iPods interessiert. Empirisch scheint sich dieser Eindruck auch zu bestätigen: Laut der BRAVO-Studie 'Faktor Jugend' (2005) zählen neben Mode und Kosmetik, Mobiltelefone zu den so genannten „High Interest-Bereichen“ der Jugendlichen. Technik und Medien sind im Alltag junger Menschen fest integriert und nicht mehr weg zu denken. Fast jeder Haushalt, in dem 12-19jährige heute aufwachsen, verfügt über mindestens ein Fernsehgerät, Mobiltelefon, CD-Player oder Computer sowie Internetzugang (JIM 2005). Aber ist es gerechtfertigt, die heutige Jugend auf den Aspekt der Technikaffinität und mobilen Kommunikation zu reduzieren? Was macht die junge Generation aus und was bewegt sie?

Das Bild der heutigen Jugend ist geprägt durch relativen gesellschaftlichen Wohlstand und dem selbstverständlichen Rückgriff auf materielle Ressourcen aller Art. Markenprodukte stehen bei den jungen Konsumenten hoch im Kurs und sind Ausdruck von Gruppenzugehörigkeit bzw. fungieren als Abgrenzungsmerkmal. Um die eigene Persönlichkeit zu finden, ist das Bedürfnis nach Orientierung besonders ausgeprägt, gerade Jugendliche definieren sich stärker über Marken als andere Altersgruppen. Dennoch kann festgestellt werden, dass die Entstehung von Jugendkulturen, wie es sie in den vergangenen Jahrzehnten gab (Punks etc.), „erlahmt“ zu sein scheint und Dieter Rink (2002) spricht von einer „beunruhigenden Normalisierung“ der Jugend.

Was charakterisiert die Jugend von heute?

In eine ähnliche Richtung geht auch die Antwort von Klaus Hurrelmann (2005) auf die Frage, was die Jugend von heute charakterisiert: Jugendliche legen sich nicht zu früh fest, halten sich möglichst viele Optionen offen und nehmen eine zunehmend egozentrische Haltung ein. In den letzten Jahren hat sich auch die grundlegende Werteorientierung verschoben. Es stehen nicht mehr postmaterielle Werte wie Selbstbestimmung, Lebensgenuss und Kreativität im Vordergrund, sondern

eher Werte, wie sie bereits die Großeltern vertreten haben: Fleiß, Sicherheit, Ordnung und Orientierung sind neu hinzugekommen, sicher auch als Reaktion auf die Unsicherheit, die in immer mehr Lebensbereichen zunimmt (Arbeitsmarkt, Wirtschaftssituation, Weltsituation).

Was Jugend eigentlich ist, lässt sich nicht ganz einfach definieren, insbesondere nicht im Zeitalter zunehmender Individualisierung. Jugend ist ein flexibler Begriff: er kann sich auf eine Zeitspanne beziehen und junge Menschen zwischen 12 und 25 Jahren als Personengruppe meinen, psychologisch betrachtet eine Reifephase beschreiben oder den Möglichkeitsraum der Entwicklung, den eine Gesellschaft der nachwachsenden Generation einräumt.

„Generation X“, „Generation Golf“ oder „Generation Praktikum“

Vor dem Hintergrund, dass nur eine undifferenzierte Zuordnung der Jugendlichen zu Kulturen oder Gruppierung möglich ist, wird in den letzten Jahren versucht, Jugend mit Hilfe einer kulturellen Zeitdiagnose zu beschreiben. Resultat sind Titulierungen wie „Generation X“, „Generation Golf“ oder „Generation Praktikum“. Unabhängig von den verschiedenen Semantiken und gesellschaftlichen Vor-



Foto © bpa / Reineke

stellungen über Jugend ist unbestritten, dass es sich um die Generation handelt, die die Zukunft gestaltet. Das zukunftsorientierte Konzept Nachhaltigkeit kann daher nicht ohne die heutige Jugend gedacht werden, und die Frage, wie Jugendliche zu dieser gesellschaftlichen Vision stehen, ist daher mehr als berechtigt. Bisher gibt es keine empirischen Studien, die direkt auf diese Frage eine Antwort geben. Dennoch gibt es vielerorts Hinweise darauf, wie Jugendliche zu einzelnen Aspekten des Nachhaltigkeitskonzeptes stehen.

Wie stehen Jugendliche zum Nachhaltigkeitskonzept?

Ein weit verbreiteter Zugang zu Fragen einer nachhaltigen Entwicklung ist die Hinwendung zu Umweltfragen und -problemen. Wie stehen Jugendliche zur Umwelt, und lässt sich dieses Thema nutzen, um die Idee der Nachhaltigkeit zu

transportieren? Eine allgemein gültige Antwort darauf ist nicht zu geben, denn das Interesse an Umwelt- und Zukunftsfragen ist gerade bei Jugendlichen sehr unterschiedlich ausgeprägt. Zahlreiche Jugendliche engagieren sich in Green-teams bei Greenpeace oder anderen Gruppen, um sich gemeinsam für den Schutz der Umwelt einzusetzen (Gode-mann 2001). Dennoch ist für den Großteil der Jugendlichen das Thema „Umwelt“ scheinbar out. Es ist offenbar ein Begriff, der sich auch nach dem Revival in den 1980er Jahren nicht gehalten hat. Bei genauerer Betrachtung stellt sich jedoch die Frage, ob sich das auf den Begriff an sich bezieht oder, ob das gleichermaßen auch für die Inhalte gilt.

Der Vergleich von Ergebnissen zum Stellenwert der Umwelt mit dem konkreten Engagement von Jugendlichen ergibt ein widersprüchliches Bild: Die 14. Shell-Studie aus dem Jahre 2002 hat gezeigt, dass

Umwelt eine nicht mehr so hohe Bedeutung zukommt und das Interesse unter Jugendlichen, sich dafür zu engagieren, in den letzten fünf Jahren signifikant abgenommen hat.

Bei der Umfrage „Perspektive Deutschland 2004/05“ ist die Verbesserung der Umwelt auf dem letzten Platz abgeschlossen, in der Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2004“ steht Umweltschutz auf Rang 3. Und dennoch demonstrierten mehrere tausend, überwiegend junge Globalisierungskritiker bei den Weltwirtschaftsgipfeln der letzten Jahre, und die Organisation „attac“ hat den größten Mitgliederzuwachs, den eine NGO innerhalb eines Jahres je zu verzeichnen hatte. Wie groß die Bereitschaft vieler Jugendlicher ist, selbst aktiv zu werden, zeigte auch der zur Rio-Folgekonferenz 2002 in Johannesburg veranstaltete „Youth Action Summit“ 2002 in Utrecht, der unter dem Motto stand „Wir wollen einen anderen Konsum“. Die Teilnehmer waren aus der ganzen Welt angereist und diskutierten drei Wochen

lang über Themen der nachhaltigen Entwicklung.

„Die Themen ranken nicht mehr nur um Umwelt- und Naturschutz“

Offenbar hat ein Perspektivwechsel stattgefunden. Die Themen ranken nicht mehr nur um Umwelt- und Naturschutz, sondern soziale und globale Aspekte kommen hinzu und Fragen nach Konsum und Ernährung gewinnen an Gewicht. Der Begriff Umwelt und auch die enge Fokussierung auf „grüne Themen“ scheinen ihre mobilisierenden und auch motivierenden Kräfte verloren zu haben, für die meisten Jugendlichen sind sie abgenutzt und zum Teil zu stark pädagogisiert. Umweltthemen haben längst Eingang in die Schulen gefunden und scheinen eine gewisse Selbstverständlichkeit erlangt zu haben. Sie sind fester Bestandteil des Alltags, das alarmierende Aufmerksam machen auf Umweltkatastrophen ist

Foto © BMU / Bernd Müller



Arbeitskreis Umweltschutz

Dekade-Projekt der Volkswagen Coaching GmbH

Bedingt durch die großbetrieblichen Strukturen von Volkswagen Nutzfahrzeuge hat sich für die berufliche Erstausbildung die Einrichtung eines eigenen Arbeitskreises zum Thema Umweltschutz als sinnvoll erwiesen. Dieser Arbeitskreis, bestehend aus einem Vertreter jeder Berufsgruppe, sichert die kontinuierliche Beschäftigung mit dem Thema. Die Mitarbeiter des Arbeitskreises sind für Kollegen und Auszubildende erste Ansprechpartner in Sachen Umweltschutz, Multiplikatoren von Umweltinformationen sowie Träger einer Fülle von Umweltprojekten.



Foto: Volkswagen Coaching GmbH

längst institutionalisiert, und Umweltorganisationen wie Greenpeace kommt hohes Vertrauen zu: Bei den 18-30jährigen genießt Greenpeace immer noch mehr Glaubwürdigkeit als die Bundesregierung und den Umweltaktivisten wird mehr Vertrauen geschenkt als den Politikern (Neon 2005).

„Bei den 18-30jährigen genießt Greenpeace mehr Glaubwürdigkeit als die Bundesregierung“

Das Interesse der Jugend an globalen und sozialen Fragen mutet an, dass das Thema Nachhaltigkeit bei der jungen Generation anschlussfähig sein könnte. Eine Befragung von Studenten des Managermagazins hat gezeigt, dass über 90 Prozent vom Sinn gesellschaftlichen Engagements überzeugt sind, sei es auf dem Feld sozialer Anliegen, in der Politik oder etwa auch im Sport oder in eigener Sache. Ein knappes Drittel engagiert sich in diesem Sinne bereits.

Engagement kann nicht verordnet werden

Die heutige Jugend ist sich bewusst, dass gesellschaftliches Engagement

nicht verordnet werden kann. In einer Umfrage von Greenpeace (2005) äußerte ein gutes Drittel, dass die Motivation, etwas für den Umweltschutz zu tun, aus ihnen selbst heraus kommt. Für die Umsetzung von Nachhaltigkeit einer der zentralsten Anknüpfungspunkte, denn dabei geht es um die Mitgestaltung der Gesellschaft mit einem hohen Grad der Partizipation in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen. Nachhaltige Entwicklung ist ein Konzept, das Umweltfragen mit sozialen und ökonomischen Aspekten zusammenführt. Der Blick auf heutige Problemlagen hat sich damit erweitert.

Eine ähnliche thematische Verlagerung ist auch bei den Jugendlichen zu beobachten, wenn es um ihr gesellschaftliches Engagement geht. Das Interesse richtet sich zunehmend auf soziale und globale Fragen und steht nicht im Widerspruch zur Vision einer nachhaltigen Entwicklung. Gelingt es, dieses Interesse aufzufangen und damit eine Brücke zum Thema Nachhaltigkeit zu bauen, kann durchaus davon ausgegangen werden, dass Jugend und Nachhaltigkeit eine Beziehung mit Zukunft ist.

Dr. Jasmin Godemann arbeitet am Institut für Umweltkommunikation (INFU) der Universität Lüneburg.

Literatur

BRAVO-Studie 'Faktor Jugend', November 2005

Godemann, Jasmin (2001): Möglichkeitsräume schaffen – Gesellschaftliche Partizipation von Kindern und Jugendlichen in Greenteams. In: Kind, Jugend und Gesellschaft. Zeitschrift für Jugendschutz, 46. Jg. Heft 3, S. 87-90

Greenpeace Magazin 6/2005

Hurrelmann, Klaus (2005): Jugend 2005. Deutschland Online, 3/2005, www.magazine-deutschland.de

JIM 2005 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-jähriger in Deutschland. Hrsg. vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest

Jugend 2002: 14. Shell Jugendstudie. Hg.: Deutsche Shell, Frankfurt am Main

Neon Magazin 9/2005

Projektbericht "Perspektive Deutschland 2004/05 – die größte gesellschaftspolitische Online-Umfrage". www.perspektive-deutschland.de

Rheingans-Heintze, Anke; Kuckartz, Udo (2004): Umweltbewusstsein in Deutschland 2004. Hrsg. vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit. Bonn

Rink, Dieter (2002): Beunruhigende Normalisierung: Zum Wandel von Jugendkulturen in der Bundesrepublik Deutschland. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B 5/2002, S. 3-6