
wissenschaftsplattform nachhaltigkeit 2030

Hintergrundstudie

Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021

Eine Bestandsaufnahme
des Nachhaltigkeitsbewusstseins
der Menschen in Deutschland

Nadine R. Gier, Regina Mukhamedzyanova,
Vita E. M. Zimmermann-Janssen (Universität Düsseldorf)


Institut für
Verbraucher
wissenschaften

Zur Studie

Hintergrund

► **Für eine erfolgreiche Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 ist das Nachhaltigkeitsbewusstsein in der Bevölkerung von Bedeutung.** Wie es um dieses Bewusstsein aktuell in Deutschland bestellt ist, hat die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 mit der vorliegenden Studie „Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021 – Eine Bestandsaufnahme des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland“ untersuchen lassen. Sie wurde durch das Institut für Verbraucherwissenschaften an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf erstellt. Die Untersuchung betrachtet zum einen vorliegende bevölkerungsrepräsentative Studien der Jahre 2015-2021 und wertet diese übergreifend aus. Zum anderen erfasst die Bewusstseinsstudie aktuelle Kampagnen (insbesondere von Bundesministerien) und stellt diese exemplarisch den Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein gegenüber.

Zitierhinweis

► Gier, Nadine R., Mukhamedzyanova, Regina, Zimmermann-Janssen, Vita E. M. (2021): Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021 – Eine Bestandsaufnahme des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland. Studie für die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030. Düsseldorf: Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Institut für Verbraucherwissenschaften.

DOI

► [10.48481/iass.2021.024](https://doi.org/10.48481/iass.2021.024)



NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN 2021

Eine Bestandsaufnahme des Nachhaltigkeitsbewusstseins
der Menschen in Deutschland

Herausgeber

Institut für Verbraucherwissenschaften (IfV)
c/o Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Universitätsstraße 1
40225 Düsseldorf
www.verbraucherwissenschaften.de

Autorinnen in alphabetischer Reihenfolge

Nadine R. Gier
Regina Mukhamedzyanova
Vita E. M. Zimmermann-Janssen

Wir danken Herrn Prof. Dr. Peter Kenning für wertvolle Anregungen.

Eine Studie im Auftrag der

Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 (wpn2030)

Executive Summary

Eine der größten Herausforderungen unserer Zeit besteht darin, nicht nur unsere Wirtschaft, sondern die gesamte globale Gesellschaft so zu transformieren, dass gutes Leben innerhalb planetarer Grenzen für heutige und künftige Generationen möglich wird. Vor diesem Hintergrund rufen die Vereinten Nationen mit der *Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung* zum gemeinsamen, transformativen Handeln auf und stellen die Menschen in das Zentrum universeller und transformativer Ziele. Die formulierten *17 Ziele für nachhaltige Entwicklung* (engl. Sustainable Development Goals; SDGs) sind ambitioniert und ihre Zielerreichung bedarf im Sinne des Prinzips der geteilten Verantwortung eines Beitrags aller – der Politik, der Wirtschaft, der Wissenschaft sowie der Zivilgesellschaft. Auch erfordert sie gravierende Veränderungen sowohl im Wirtschaften, im Konsumieren als auch im politischen Handeln. Bei all diesen Veränderungen spielt die gesellschaftliche Akzeptanz eine besondere Rolle. Denn jede und jeder Einzelne kann in der Konsumenten- und Bürgerrolle direkt durch eigene und kollektive (Konsum-)Entscheidungen zur Zielerreichung beitragen, aber auch indirekt politische oder wirtschaftliche Maßnahmen legitimieren und motivieren. Um diese anspruchsvolle Aufgabe wahrnehmen zu können, bedarf es jedoch zunächst eines Bewusstseins für die nachhaltigkeitsrelevanten Herausforderungen und entsprechender Kompetenzen.

In den letzten Jahren wurden zahlreiche Studien und Expertisen publiziert, welche das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in verschiedenen Dimensionen und Zielbereichen der SDGs erfassen. Durch die Vielzahl an Studien ist vermutlich eine Fülle an Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Gesellschaft in Deutschland entstanden, welche jedoch bislang nicht konsolidiert und im Sinne einer Komplexitätsreduktion aufbereitet wurde. Vor diesem Hintergrund ist das primäre Ziel der vorliegenden Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021*, einen Überblick über die Studienlage zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland zu schaffen und diese studienübergreifend auszuwerten. Zu diesem Zweck wurde ein umfassendes Screening bevölkerungsrepräsentativer Studien durchgeführt, deren Daten nach Verabschiedung der *Agenda 2030* im Jahr 2015 erhoben wurden, und einschlägige Bewusstseinsfragen der Studien ausgewertet. Insgesamt wurden 3.101 als einschlägig definierte Fragen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein aus 256 bevölkerungsrepräsentativen Studien der Jahre 2015 bis 2021 (Stichtag: 09.03.2021) erfasst. Hierbei können u. a. folgende Ergebnisse festgestellt werden:

- I. Der überwiegende Teil der selektierten Studien basiert auf einmaligen bevölkerungsrepräsentativen Erhebungen. Mehrmalige Erhebungen, die das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland regelmäßig erfragen und entsprechend Veränderungen des Nachhaltigkeitsbewusstseins im Zeitverlauf verdeutlichen könnten, bilden die Ausnahme.

Executive Summary

- II. Mit Blick auf die im Erfassungsprozess als einschlägig definierten Fragen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein sind die verschiedenen 17 Zielbereiche der SDGs in den erfassten bevölkerungsrepräsentativen Studien unterschiedlich häufig adressiert. Besonders häufig konnten Fragen den Zielbereichen „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ (SDG 16) sowie „Nachhaltige/r Konsum- und Produktion“ (SDG 12) zugeordnet werden. Auch zu „Gesundheit und Wohlergehen“ (SDG 03) sowie „Ungleichheit“ (SDG 10) konnten relativ viele Fragen identifiziert werden. Eher selten vorzufinden waren einschlägige Fragen zu „Bildung“ (SDG 04) sowie zum Zielbereich „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ (SDG 06).
- III. Bei der studienübergreifenden Analyse der einschlägigen Bewusstseinsfragen wurden das SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ fokussiert. Die nähere Betrachtung des Antwortverhaltens der Befragten zeigt hierbei eine erwartungsgemäß hohe Heterogenität entlang der verschiedenen Nachhaltigkeitszielbereiche. Um diese Heterogenität im Antwortverhalten darzustellen, wurden vier Sub-Ziele der fokussierten SDGs vertiefend analysiert.

In Erweiterung der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* wurden aktuelle Kampagnen von ausgewählten bundespolitischen Akteuren erfasst, die sich den Zielbereichen von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zuordnen lassen. Ziel war es hierbei, einen ersten Eindruck über die entsprechende aktuelle Kampagnenlage mit einschlägigem Nachhaltigkeitszielbezug zu erlangen. In einem explorativen Ansatz wurden sodann die 25 erfassten Kampagnen exemplarisch den Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein gegenübergestellt. Hierbei zeigten sich u. a. folgende Ergebnisse:

- IV. In allen drei fokussierten SDG-Zielbereichen konnten aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure mit entsprechendem Nachhaltigkeitszielbezug identifiziert werden.
- V. In den meisten Fällen scheinen die ausgewählten bundespolitischen Akteure ihre Kampagnen auf jene Nachhaltigkeitszielbereiche auszurichten, die mit den eigens formulierten primären SDG-Zuständigkeiten dieser Akteure inhaltlich korrespondieren.
- VI. Im explorativen Vergleich der erfassten einschlägigen Kampagnen mit den Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein zeigen sich bereits positive Ansätze. So greifen manche Kampagnen identifizierte Defizitbereiche im Nachhaltigkeitsbewusstsein der Befragten inhaltlich auf und könnten somit als bewusstseinsadäquat beschrieben werden.

Executive Summary

- VII. Es zeigen sich jedoch auch Kampagnen, welche Potenziale noch nicht vollumfänglich hebeln und Bedürfnisse bzw. Bewusstseinslücken nicht gänzlich adressieren. Diese könnten von einer inhaltlichen Adjustierung profitieren oder auch Synergiepotenziale im Zuge einer akteursübergreifenden Abstimmung, gar Kollaboration, künftig verstärkt nutzen.

Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021*, dass nachhaltigkeitsbezogene Themen seit der Verabschiedung der *Agenda 2030* Gegenstand vieler bevölkerungsrepräsentativer Studien waren. Diese Fülle an Studien könnte als positives Signal für die Relevanz nachhaltigkeitsbezogener Themen und Fragestellungen gedeutet werden. Bei der Betrachtung der reinen Quantität der einschlägigen Bewusstseinsfragen fällt jedoch auf, dass die verschiedenen 17 Zielbereiche der SDGs unterschiedlich häufig fokussiert werden. Diese Lücken deuten sich sowohl auf Ebene der 17 SDGs als auch innerhalb der (fokussierten) SDGs auf Sub-Ziel-Ebene an.

Da derzeit keine Plattform existiert, die bevölkerungsrepräsentative Nachhaltigkeitsstudien zentral kuratiert, ist es nicht nur für studienübergreifende Analysevorhaben, wie das hiesige, sondern auch u. a. für evidenzbasierte Nachhaltigkeitspolitik nur mit großem Aufwand möglich, entsprechend einschlägige bevölkerungsrepräsentative Studien zu identifizieren. Dieser Aufwand vermag einer effizienten bevölkerungsrepräsentativen Forschung und damit auch einer effizienten Beschaffung von Entscheidungsgrundlagen für eine evidenzbasierte Politik im Nachhaltigkeitszielbereich bisweilen entgegenstehen. Auch birgt dies das Risiko einer Fragmentierung der Forschungsergebnisse und scheint eine synergetische Nutzung dieser zu erschweren, da vergleichbare Fragestellungen auch wiederholt in verschiedenen Studien platziert sein mögen. Weiterhin wären neben einer solch zentralen und öffentlich zugänglichen Wissensplattform, auch regelmäßige Studien vermehrt zu fördern und zu fordern, die ein längerfristiges Monitoring des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland ermöglichen. Somit würden schließlich auch Veränderungen bzw. Reaktionen auf wirtschaftliche oder politische Maßnahmen nachvollziehbar, die sich im Nachhaltigkeitsbewusstsein äußern (sollen) – Erkenntnisse, die eine studienübergreifende Analyse singulärer und heterogener Erhebungen nicht liefern kann.

Executive Summary (English version)

One of the greatest challenges of our time is to transform not only our economy but also the entire global society in such a way that good life within planetary boundaries becomes possible for present and future generations. Against this background, the United Nations' *2030 Agenda for Sustainable Development* calls for collective, transformative action and formulates people-centered universal and transformative goals. These *17 Sustainable Development Goals (SDGs)* are ambitious. This ambitiousness requires a contribution of all – politics, business, science, and civil society – asking for serious changes in economic activity, consumption, and political action. In these transformative processes social acceptance is of particular importance. Everyone, as consumer and citizen, can not only contribute directly to the achievement of the goals through own and collective (consumption) decisions, but also indirectly legitimize and motivate political or economic actions. To tackle this ambitious task, awareness of the sustainability-relevant challenges and corresponding competencies is the first thing required in order to be able to act appropriately.

In recent years, numerous studies and expert reports have been published, analyzing the sustainability awareness of the German society on various dimensions and across different scopes of the SDGs. This resulted presumably in a large knowledge base on the awareness of sustainability in the German society distributed across multiple studies. However, these distributed insights have not yet been consolidated to reduce complexity. Against this background, the primary aim of the study *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* is to provide an overview of and analyze population-representative studies on the awareness of sustainability in Germany. For this purpose, a comprehensive screening of population-representative studies was conducted, whose data were collected after the adoption of the *2030 Agenda* in 2015. A total of 3,101 questions on sustainability awareness were defined-as-relevant, having been captured from 256 population-representative studies carried out between 2015 and 2021 (cut-off date: 03-09-2021). Among others the following results can be determined:

- I. Most of the included studies are based on one-time population-representative surveys. Repeated surveys, which regularly poll the sustainability awareness of the German society and could accordingly clarify changes in sustainability awareness over time, are the exception.
- II. Within the defined-as-relevant set of questions on sustainability awareness, the scopes of the 17 SDGs are addressed with varying frequency in the population-representative studies. Most of these questions can be assigned to SDG 16 "Peace, Justice and Strong Institutions" and SDG 12 "Sustainable Consumption and Production". Questions on "Good Health and Well-being" (SDG 03) and "Reduced Inequalities" (SDG 10) were also frequently identified. Relevant questions on "Quality Education" (SDG 04) and on topics revolving around "Clean Water and Sanitation" (SDG 06) were found rather rarely.

Executive Summary (English version)

- III. For the analysis of the relevant sustainability awareness questions across the selected studies, the focus was set on SDG 02 "No Hunger", SDG 03 "Good Health and Well-being" and SDG 12 "Sustainable consumption and production". The analysis reveals a high level of heterogeneity in the response behavior between the sustainability goals. To illustrate this heterogeneity, four targets of the focused SDGs were analyzed in depth.

As an extension of the *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* study, current campaigns of selected federal political actors were collected, which can be assigned to the scopes of SDG 02 "No Hunger", SDG 03 "Good Health and Well-being" and SDG 12 "Sustainable consumption and production". This preliminary collection aims to give a first impression on the respective current campaigning landscape addressing the SDGs mentioned above. In an explorative approach, the 25 collected campaigns were subsequently compared with the findings on sustainability awareness. Among others, the following results emerged:

- IV. For all three focused SDGs, current campaigns addressing these goals and being initiated by the selected federal political actors could be identified.
- V. In most cases, the selected federal political actors also appear to align their campaigns with sustainability areas that are substantively consistent with these actors' self-articulated primary SDG responsibilities.
- VI. The exploratory comparison of the collected campaigns with the findings on sustainability awareness reveals some positive examples. These campaigns address deficits in the respondents' sustainability awareness and could thus be described as appropriate.
- VII. However, some of the collected campaigns do not yet fully leverage their potential and do not seem to completely fill existing gaps in awareness. These campaigns could benefit from adjustments in content or make greater use of synergy potentials with the help of more coordination, or even intensified collaboration, between the federal political actors in the future.

Overall, the results of the *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* study reveal that sustainability-related topics have frequently been the subject of population-representative studies since the adoption of the *2030 Agenda*. This abundance of studies could be interpreted as a positive signal for the relevance of sustainability-related topics and issues. However, when looking at the sheer quantity of the collected awareness questions, it is noticeable that the different scopes of the 17 SDGs are focused with varying frequency. Thereby gaps are apparent at both the level of the 17 SDGs and the target level of the focused SDGs.

Executive Summary (English version)

Currently, there is no platform that curates population-representative sustainability studies for Germany in a central manner. Thus, not only for cross-study analysis projects such as the present one but also for evidence-based sustainability policy, the identification of such studies requires great effort. This effort may, at times, oppose efficient population-representative research and, therefore, also efficient procurement of the decision-making bases for evidence-based policy in the field of sustainability. This also seems to lead to fragmentation rather than a synergetic use of existing research results, since comparable questions may be repeatedly placed in different studies.

Furthermore, in addition to such a desirable, central, and publicly accessible knowledge platform, more regular studies should be promoted and demanded, which would enable longer-term monitoring of the sustainability awareness of the German population. This would also allow for changes or reactions to economic or political measures to be traceable, which are then in turn reflected in sustainability awareness (or at least, they are supposed to be). These are insights that a cross-study analysis of singular and heterogeneous surveys simply cannot provide.

ÜBERBLICK

A	PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG	1
B	NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN DER MENSCHEN IN DEUTSCHLAND.....	4
C	NACHHALTIGKEITSKAMPAGNEN BUNDESPOLITISCHER AKTEURE	59
D	BEWUSSTSEIN VS. KAMPAGNEN – EIN VERGLEICH.....	76
E	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	84
	LITERATURVERZEICHNIS	92
	ANLAGE	97

INHALTSVERZEICHNIS

A	PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG	1
B	NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN DER MENSCHEN IN DEUTSCHLAND	4
B.I	Methode und Anspruch	4
B.I.1	Studienerfassung	4
B.I.1.1	Studienscreening	5
B.I.1.1.1	Online-Präsenzen relevanter Institutionen und Forschungsdatenzentren	5
B.I.1.1.2	Schlüsselwortbasierte Online-Suchmaschinenrecherche	8
B.I.1.2	Studienqualifikation	9
B.I.1.3	Studiengrundgesamtheit	11
B.I.2	Fragenerfassung	14
B.I.2.1	Bestimmung des Analyserahmens	14
B.I.2.1.1	Die Agenda 2030 als Ausgangspunkt	14
B.I.2.1.2	Der Bewusstseinsbegriff	14
B.I.2.2	Fragengrundgesamtheit	17
B.I.2.3	Analysevorbereitung	17
B.I.2.3.1	SDG-Zuordnung	17
B.I.2.3.2	Erweiterte Merkmalerfassung zur Analysevorbereitung	20
B.I.2.3.3	Substichprobe zur Analyse des Antwortverhaltens	22
B.II	Analyse	25
B.II.1	Nachhaltigkeitsbewusstsein im Fokus bevölkerungsrepräsentativer Studien	25
B.II.2	Ausprägung des Nachhaltigkeitsbewusstseins in fokussierten SDGs	26
B.II.2.1	SDG 02 Kein Hunger	27
B.II.2.2	SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	32
B.II.2.3	SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	41
B.III	Zwischenfazit	57

INHALTSVERZEICHNIS

C	NACHHALTIGKEITSKAMPAGNEN BUNDESPOLITISCHER AKTEURE	59
C.I	Methode und Anspruch	60
C.I.1	Bestimmung des Suchrahmens	60
C.I.2	Kommunikationsscreening	62
C.I.3	Kampagnenqualifikation	65
C.I.4	Kampagnengrundgesamtheit	66
C.II	Kampagnenvorstellung in ausgewählten SDGs	69
C.II.1	SDG 02 Kein Hunger	69
C.II.2	SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	71
C.II.3	SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	73
D	BEWUSSTSEIN VS. KAMPAGNEN – EIN VERGLEICH.....	76
D.I	Beispiele für bewusstseinsadäquate Kampagnen	77
D.II	Beispielhafte Kampagnen mit Potenzial	79
D.III	Zwischenfazit	83
E	ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK.....	84
	LITERATURVERZEICHNIS	92
	ANLAGE	97

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Suchstrings der Google-Abfrage für SDG 02 „Kein Hunger“	8
Abbildung 2: Prozess der Studienerfassung	11
Abbildung 3: Selektierte Studien nach Veröffentlichungsjahr.....	12
Abbildung 4: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“	31
Abbildung 5: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 2.2 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“	36
Abbildung 6: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“	45
Abbildung 7: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“	50
Abbildung 8: Kommunikationskanal, -träger und -mittel.....	63
Abbildung 9: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>Einfach. Besser. Essen</i>	77
Abbildung 10: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>Echt kuh-!!</i>	78
Abbildung 11: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>#ichwillfair</i>	78
Abbildung 12: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>#BauernfürKlimaschutz</i>	79
Abbildung 13: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>#UnsereErnteUnserEssen</i>	80
Abbildung 14: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>Weniger ist mehr</i>	80
Abbildung 15: Kommunikationsmittel zur Kampagne <i>#einfachaBSichern</i>	81

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Selektierte Institutionen nach Institutionstyp.....	6
Tabelle 2: Selektierte Studien nach Veröffentlichungsrhythmus.....	13
Tabelle 3: Selektierte Studien nach Erhebungsart.....	13
Tabelle 4: Erfasste Fragen pro Studie.....	17
Tabelle 5: Überprüfung der SDG-Zuordnungen zu Fragen.....	18
Tabelle 6: SDG-Zielformulierungen im Überblick.....	19
Tabelle 7: Konstrukt- und Dimensionskodierung der erfassten Fragen.....	20
Tabelle 8: Kodierung von Fragentyp und Datenniveau.....	21
Tabelle 9: Fragenzuordnung zu SDGs.....	26
Tabelle 10: Fragenzuordnung zu SDG 02 „Kein Hunger“.....	27
Tabelle 11: Fragenzuordnung zu SDG 02 – Einordnung in Einstellungs- und Kenntnisdimensionen.....	28
Tabelle 12: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“.....	30
Tabelle 13: Fragenzuordnung zu SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“.....	33
Tabelle 14: Fragenzuordnung zu SDG 03 – Einordnung in Einstellungs- und Kenntnisdimensionen.....	34
Tabelle 15: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“.....	35
Tabelle 16: Fragenzuordnung zu SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“.....	42
Tabelle 17: Fragenzuordnung zu SDG 12 – Einordnung in Einstellungs- und Kenntnisdimensionen.....	43
Tabelle 18: Einstellungs- und Kenntnisfragen in Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“.....	44
Tabelle 19: Einstellungs- und Kenntnisfragen in Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“.....	49
Tabelle 20: Relevante bundespolitische Akteure im Zuge der Kampagnenrecherche.....	62
Tabelle 21: Überprüfung der SDG-Zuordnungen zu Kampagnen.....	66
Tabelle 22: Identifizierte Kampagnen je ausgewähltem bundespolitischem Akteur.....	68
Tabelle 23: Kampagnen pro SDG.....	69
Tabelle 24: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 02 „Kein Hunger“.....	70
Tabelle 25: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“.....	72
Tabelle 26: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“...	74

Abkürzungsverzeichnis

BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMELV	Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
BMG	Bundesministerium für Gesundheit
BMI	Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat
BMJV	Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
BPA	Bisphenol A
BSI	Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik
DNS	Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie
EU	Europäische Union
FSC	Forest Stewardship Council
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik der Europäischen Union
HIV	Humane Immundefizienz-Virus
KNB	Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung
NPNK	Nationales Programm nachhaltiger Konsum
NPO	Non-Profit-Organisation
OMNI	Omnibus-Studie
PBnE	Parlamentarischer Beirat für nachhaltige Entwicklung
PI	persönlich-mündliches Interview
RatSWD	Rat für Sozial- und Wirtschaftsdaten
RNE	Rat für nachhaltige Entwicklung
SCCP KAN	Systems of Sustainable Consumption and Production Knowledge-Action Network
SDG	Sustainable Development Goal
SDSN (Germany)	Sustainable Development Solutions Network (Germany)
SRU	Sachverständigenrat für Umweltfragen
StA NHK	Staatssekretärsausschuss für nachhaltige Entwicklung
SVRV	Sachverständigenrat für Verbraucherfragen
TI	telefonisches Interview
WI	web-basiertes Interview
UN	United Nations
wpn2030	Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030

A PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG



Ein gutes Leben für alle heute und zukünftig lebenden Menschen dieser Welt zu ermöglichen und dies innerhalb der planetaren Grenzen – mit dieser Vision einer nachhaltigen Entwicklung trafen im September 2015 die Vereinten Nationen zusammen. Das Ergebnis war eine Agenda für die nächsten, damals fünfzehn Jahre, welche zum gemeinsamen, transformativen Handeln aufruft und die „Menschen in den Mittelpunkt [...] universeller und transformativer Ziele und Zielvorgaben“ stellt (Vereinte Nationen, 2015). Konkretisiert über ein Zielgeflecht von insgesamt *17 Zielen für nachhaltige Entwicklung* (engl. Sustainable Development Goals; SDGs) und 169 Sub-Zielen (Targets), bildet diese *Agenda 2030* seither das wichtigste Rahmenwerk der internationalen wie auch nationalen Nachhaltigkeitspolitik (Zimmermann-Janssen et al., 2021).

Um die ambitionierten Nachhaltigkeitsziele in all ihren Dimensionen (Ökologie, Ökonomie, Soziales) bis zum Jahr 2030 zu erreichen, bedarf es sowohl interstaatlicher Kooperation und Partnerschaften als auch intrastaatlicher Fortschritte. Entsprechend formulierten viele Signatarstaaten in den Jahren nach der Verabschiedung der *Agenda 2030* nationale Ziel- und Umsetzungspläne, oftmals ergänzt um eigene Monitoring- und Indikatorensysteme (Breu et al., 2021). Auch in die deutsche Nachhaltigkeitspolitik fand die *Agenda 2030* Einzug und wird der *Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie* (DNS) seit ihrer Neuauflage im Jahr 2016 zugrunde gelegt (Die Bundesregierung, 2016).

Die gesamtgesellschaftliche Aufgabe der Transformation zu einer nachhaltigen Entwicklung wird jedoch nicht nur politischen Akteuren zuteil. Sie erfordert im Sinne des Prinzips der geteilten Verantwortung vielmehr einen Beitrag aller – der Politik, der Wirtschaft, der Wissenschaft sowie der Zivilgesellschaft (Die Bundesregierung, 2021). Dabei nimmt letztere im Zuge dieser Transformation eine besondere Rolle ein. Denn während die Politik und der Gesetzgeber den Rahmen setzen und Politik und Wirtschaft zugleich die Ausgestaltung und Umsetzung dieser Rahmenbedingungen verantworten (SVRV, 2021), kann jede und jeder Einzelne in der Bürger- und Verbraucherrolle die Zielerreichung auf vielerlei Weise mitgestalten: So können u. a. tagtägliche (Konsum-)Entscheidungen direkt und indirekt auf die (Um-)Gestaltung der Märkte einwirken oder Forderungen politische Maßnahmen legitimieren und motivieren. Um solche „Akteure der Nachhaltigkeit“ in diesem Transformationsprozess werden zu können, müssen die Menschen jedoch auch über ein

Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und entsprechende Kompetenzprofile verfügen, damit sie bei Gelegenheit entsprechend agieren können (SVRV, 2021; Zimmermann-Janssen et al., 2021).

Vor diesem Hintergrund ist das primäre Ziel der vorliegenden Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021*, einen Überblick über das **Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland** zu erlangen. Zu diesem Zweck wurde ein umfassendes Screening bevölkerungsrepräsentativer Studien durchgeführt und die Einstellungen und Kenntnisstände der Menschen in Deutschland orientiert an den Zielbereichen der *Agenda 2030* ausgewertet. Dabei wurden nicht nur solche Studien analysiert, welche die SDGs oder die Nachhaltigkeitsthematik explizit benennen, sondern ebenso Studien, die nicht im Nachhaltigkeitskontext erhoben wurden, aber dennoch die (Sub-)Ziele der SDGs betreffen. Ein besonderer Fokus im Rahmen der Analyse wurde dabei auf die Zielbereiche von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ sowie SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ gelegt. Diese können in der *Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie – Weiterentwicklung 2021* den Transformationsbereichen „nachhaltige Agrar- und Ernährungssysteme“, „menschliches Wohlbefinden und Fähigkeiten, soziale Gerechtigkeit“ und „Kreislaufwirtschaft“ zugeordnet werden können (Die Bundesregierung, 2021). Folgende Leitfragen dienten der studienübergreifenden Analyse als Orientierung:

- (1) **Wie verteilt sich die derzeitige Studienlage zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland über die Zielbereiche der SDGs?**
- (2) **In welchen Zielbereichen der SDGs fehlen derzeit ggf. Datengrundlagen und Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland?**
- (3) **Wie ist das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in den Zielbereichen der SDGs ausgeprägt, insbesondere in**
 - a. **SDG 02 „Kein Hunger“,**
 - b. **SDG 03 „Gesundheit und Wohlbefinden“ und**
 - c. **SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“?**

Darüber hinaus wurden **aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure** aus dem Zeitraum 2020 bis März 2021 gesichtet, die sich den Zielbereichen des SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zuordnen lassen. Anhand dieser Kampagnen wird in einem explorativen Ansatz exemplarisch für ausgewählte bundespolitische Akteure skizziert, welche Nachhaltigkeitszielbereiche in der Kommunikation aktuell adressiert werden und wie dies im

Verhältnis zur jeweiligen Bewusstseinslage der Menschen in Deutschland in den fokussierten SDG-Zielbereichen steht. Die Leitfragen lauteten dabei entsprechend:

(4) Wie verteilen sich aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure über die Zielbereiche von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“?

(5) Wie stehen die Bewusstseinslage der Menschen in Deutschland und die erfassten Kampagnen in Relation zueinander in den fokussierten SDG-Zielbereichen?

Im Folgenden werden zunächst die ersten drei Forschungsfragen in Kapitel B und die vierte Forschungsfrage in Kapitel C adressiert. In Kapitel D folgt sodann der Vergleich zur Beantwortung der fünften Forschungsfrage. Der Bericht schließt mit einem zusammenfassenden Fazit in Kapitel E, in welchem die Erkenntnisse kritisch reflektiert und künftige Weiterentwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

B NACHHALTIGKEITSBEWUSSTSEIN DER MENSCHEN IN DEUTSCHLAND



Um das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in den verschiedenen Zielbereichen der *Sustainable Development Goals* (SDGs) zu erfassen, wurden bevölkerungsrepräsentative Studien systematisch gesichtet, Bewusstseinsfragen sowie das Antwortverhalten der Befragten erfasst und analysiert. Im Rahmen der umfassenden Recherche wurden Ausschlusskriterien sowohl auf Studienebene als auch Frage-Antwort-Ebene definiert und angewandt, um eine hinreichende studienübergreifende Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

Im Folgenden wird daher zunächst das methodische Vorgehen dargestellt, um den Gültigkeitsanspruch der Analyse zu formulieren. Anschließend werden die Ergebnisse der Analyse entlang aller 17 SDG-Zielbereiche im Überblick vorgestellt und innerhalb der Zielbereiche der fokussierten SDGs – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – weiterführend diskutiert. Die Erkenntnisse werden abschließend in einem Zwischenfazit zusammengefasst.

B.I Methode und Anspruch

B.I.1 Studienerfassung

Die Erfassung von relevanten Studien erfolgte im Zeitraum Februar bis März 2021 anhand eines zweistufigen Prozesses bestehend aus Studienscreening und Studienqualifikation. Die detaillierte Vorgehensweise kann den nachfolgenden Unterkapiteln (B.I.1.1.1 bis B.I.1.1.2) entnommen werden. Die sich daraus ergebene Studiengrundgesamtheit von 256 Studien wird im Unterkapitel B.I.1.3 beschrieben. Eine zusammenfassende Übersicht des Studienerfassungsprozesses kann der Abbildung 2 auf Seite 11 entnommen werden.

B.I.1.1 Studienscreening

Zur Identifizierung relevanter bevölkerungsrepräsentativer Studien wurden im Screeningprozess multiple Suchstrategien (Beelmann & Bliesener, 1994) angewandt. Zum einen wurden Online-Präsenzen relevanter¹ politischer bzw. politiknaher und wissenschaftlicher Institutionen sowie Non-Profit-Organisationen (NPOs) zwischen dem 05.02.2021 und 05.03.2021 manuell durchsucht. Im gleichen Zeitraum wurden auch Studien über Datenbanken von Forschungsdatenzentren identifiziert. Ergänzend wurde eine schlüsselwortbasierte Online-Suchmaschinenrecherche vom 19.02.2021 bis 09.03.2021 durchgeführt, für welche pro SDG Suchstrings basierend auf den Schlüsselwörtern der 17 SGDs und ihrer 169 Sub-Zielen definiert wurden.

B.I.1.1.1 Online-Präsenzen relevanter Institutionen und Forschungsdatenzentren

Zunächst wurden relevante Institutionen bestimmt. Zum einen wurden jene politischen und politiknahen Institutionen berücksichtigt, welche die Bundesregierung bei der Entwicklung und Umsetzung der *Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie* (DNS) begleiten und flankieren. Nebst der Bundesregierung selbst, zählen dazu zuvorderst auf nationaler Ebene die Bundesministerien als Ressortkoordinationsstellen für nachhaltige Entwicklung (Bundesrechnungshof, 2019; Die Bundesregierung, 2018), der Staatssekretärsausschuss für nachhaltige Entwicklung (StA NHK), der Rat für nachhaltige Entwicklung (RNE), der Parlamentarische Beirat für nachhaltige Entwicklung (PBnE) sowie weitere Akteure wie u. a. die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 (wpn2030). Ebenso wurden die Online-Präsenzen der Sachverständigenräte bzw. der wissenschaftlichen Beiräte der Bundesregierung gesichtet, welche am dritten Beirätedialog 2019 zur Weiterentwicklung der DNS teilgenommen haben (wpn2030, 2019). Überdies wurden Online-Präsenzen von nationalen und internationalen wissenschaftlichen Netzwerken integriert, wie dem Sustainable Development Solutions Network (SDSN)² sowie des deutschen Ablegers SDSN Germany³, des Systems of Sustainable Consumption and Production Knowledge-Action Network (SCCP KAN)⁴ oder des Bundesnetzwerks Verbraucherforschung⁵. Weitere Anlaufpunkte stellten die Online-Präsenzen von internationalen und europäischen Institutionen dar, welche die SDGs flankieren, wie beispielhaft die Vereinten Nationen und die Europäische Kommission. Hierbei galt es insbesondere Studien über das regionale Informationszentrum für Westeuropa der Vereinten Nationen⁶ und die Meinungsumfragen der Europäischen Kommission, wie beispielsweise die Eurobarometer-Reihe⁷, zu erfassen.

Des Weiteren wurden auch Ressortforschungseinrichtungen sowie wissenschaftliche Institutionen, die der Allianz der Wissenschaftsorganisationen oder der Union der deutschen Akademien der Wissenschaften zugehörig sind, Institutionen aus dem Bereich der Forschungsförderung im Hochschulbereich sowie politische Stiftungen in den Screeningprozess aufgenommen. Ergänzend hierzu wurden Markt-, Meinungs-,

¹ wie in Kapitel B.I.1.1.1.1 objektiviert

² www.unsdsn.org

³ www.die-gdi.de/sdsngermany

⁴ www.futureearth.org/networks/knowledge-action-networks/systems-of-sustainable-consumption-and-production/

⁵ www.netzwerk-verbraucherforschung.de/NVF/DE/Home/home_node.html

⁶ www.unric.org/de/

⁷ www.europarl.europa.eu/at-your-service/de/be-heard/eurobarometer

und Sozialforschungsunternehmen, die durch die Bundesregierung mit der Durchführung entsprechender Studien im Zeitraum 2015 bis 2019 beauftragt wurden (Deutscher Bundestag, 2019a), berücksichtigt.

Neben diesen politischen bzw. politiknahen und wissenschaftlichen Institutionen, wurden ebenfalls Online-Präsenzen von NPOs inkludiert. Dabei wurden anhand des Spendenvolumens die Top 20 NPOs ausgewählt (Hölderle, 2021) und durch jene NPOs aus den 100 Erfolgreichsten (gemäß Spendenvolumen) ergänzt, die in ihrer Zielausrichtung Bezüge zu den Zielbereichen der SDGs aufweisen. In Ergänzung wurden Datenbanken von Forschungsdatenzentren durchsucht. Bei Forschungsdatenzentren handelt es sich um speziell für die Wissenschaft und unter Einhaltung des Datenschutzes bereitgestellte Datenarchive, welche die ihnen zur Verfügung gestellten Daten und Dokumentationen speichern (Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH, 2020). Die bereitgestellten Daten zeichnen sich u. a. durch eine hohe Qualität und Anonymität aus, was u. a. durch umfassende standardisierte sowie interne und externe Qualitätssicherungsmaßnahmen (z. B. Überprüfung der Übereinstimmung mit der Datendokumentation, Vollständigkeit der Daten, Korrektheit der Wertebereiche) gewährleistet wird (RatSWD, 2019; Statistisches Bundesamt, 2020). Dadurch sowie aufgrund der Tatsache, dass zahlreiche der dort bereitstehenden Datensätze im Rahmen von amtlichen Untersuchungen erhoben wurden (RatSWD, 2011), sind viele dieser Datensätze bevölkerungsrepräsentativ. Entsprechend wurde zudem die Liste aller 38 Forschungsdatenzentren herangezogen, die vom Rat für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD) akkreditiert sind (Stand Februar 2021; RatSWD, 2021). Vor dem Hintergrund der definierten Exklusionskriterien (siehe Kapitel B.I.1.2) wurden jene Datenzentren nicht weiter beachtet, die ausschließlich qualitative Daten, Unternehmensdaten, keine Befragungsdaten (z. B. Abrechnungen von Krankenkassen) bereitstellen ($n = 11$). Von den übrigen 27 Forschungsdatenzentren waren bereits fünf über erfasste Ressortforschung und Projektträger abgedeckt, weswegen schließlich 22 weitere Forschungsdatenzentren durchsucht wurden.

Typ	Anzahl
Die Bundesregierung / Bundesministerien	15
Projektträger	14
Ressortforschung	42
Wissenschaftliche Beiräte	16
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	10
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	21
Forschungsförderung im Hochschulbereich	10
Forschungsdatenzentren	22
Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsunternehmen	38
Politische Stiftungen	6
Verbraucherverbände	2
Non-Profit-Organisationen (NPOs)	27
Gesamt	223

Tabelle 1: Selektierte Institutionen nach Institutionstyp

Zusammenfassend ergaben sich so insgesamt 223 politische bzw. politiknahe und wissenschaftliche Institutionen, NPOs sowie Forschungsdatenzentren. Ein Überblick dieser gegliedert nach Institutionstyp kann der Tabelle 1 entnommen werden. Die Liste aller Institutionen findet sich in Anlage 1.

Im nächsten Schritt wurden die Online-Präsenzen der vorgenannten Institutionen und Forschungsdatenzentren gescreent. Aufgrund des unterschiedlichen Aufbaus der Online-Präsenzen mussten unterschiedliche Suchstrategien angewendet werden, um veröffentlichte Studien zu identifizieren. So verfügten manche Online-Präsenzen über Suchfunktionen, andere konsolidierten Studien in verschiedenen ausgewiesenen Webseitenbereichen bzw. Publikationsverzeichnissen, andere wiederum platzierten die Studien verteilt über diverse Unterseiten. Sofern eine Suchfunktion

integriert war, wurde diese genutzt unter Einsatz der Suchbegriffe *Umfrage*, *Befragung*, *Studie* und/oder *repräsentativ*. Dabei wurde in diesem Schritt bewusst auf eine Festlegung von SDG-spezifischen Schlüsselwörtern verzichtet, um eine breite Grundlage für die Selektion von relevanten Studien zu gewährleisten. Sofern keine Suchfunktion integriert war, wurde die Online-Präsenz manuell durchsucht. Die im Zuge der Recherche gefundenen Studien wurden bereits zu diesem Zeitpunkt anhand des Titels und Abstracts bzw. der Zusammenfassung vorqualifiziert. So wurden Studien nicht erfasst, wenn bereits daran ersichtlich war, dass die Studie keine Relevanz für die weitere Analyse hat. Dies war der Fall, wenn das Veröffentlichungsdatum bzw. der Erhebungszeitraum vor dem Jahr 2015 lag, das Thema eindeutig nicht den SDGs zuzuordnen war (beispielsweise Umfragen zur Mitarbeiteranzahl von Unternehmen) oder augenscheinlich nicht repräsentativ für die Gesamtbevölkerung in Deutschland befragt wurde. Ausgeschlossen wurden entsprechend Studien, die auf Befragungen von Unternehmen, Berufsständen oder anderen spezifischen Gruppen basieren⁸. Die geeigneten Studien wurden anschließend anhand des Titels, der Webadresse sowie des Abrufdatums erfasst und alle Begleitdokumentationen dazu gesichert.

Parallel dazu wurden auch die Datenbanken der 22 Forschungsdatenzentren durchsucht. Auch hierbei wurde, wenn möglich, auf die webseiteninternen Suchfunktionen zurückgegriffen und eine Vorqualifikation in gleicher Weise durchgeführt. Erfasst wurden dabei nur jene Studien, von denen auch eine Auswertung des Datensatzes vorlag. Studien, von denen nur ein Rohdatensatz zur Verfügung stand, wurden nicht weiter berücksichtigt. Eigene Analysen von Rohdatensätzen wurden entsprechend nicht durchgeführt.

Insgesamt wurden durch dieses Screening 1.541 Studien identifiziert. Zur Qualitätssicherung wurde in der angelegten Studientabelle eine manuelle Duplikate-Prüfung durchgeführt. Zusätzlich wurden alle gespeicherten Dokumente einer automatisierten Prüfung auf Duplikate mit den Programmen *Anti-Twin*⁹ und



⁸ Diese und weitere Qualifikationskriterien werden in Kapitel B.1.1.2 (Studienqualifikation) noch einmal zusammenfassend dargestellt.

⁹ www.anti-twin.de

*Duplicate File Finder*¹⁰ unterzogen. Da verschiedene Ergebnisberichte gleicher Studien zuweilen u. a. hinsichtlich verwendeter Titelblätter und Anlagen voneinander abweichen können, wurde für *Anti-Twin* ein Ähnlichkeitswert von 80 Prozent definiert. Durch die Software markierte Duplikate wurden anschließend erneut visuell verglichen und bei tatsächlich vorliegender Übereinstimmung das kürzere Exemplar aus dem Datenbestand entfernt. Im Zuge der Prüfung konnten insgesamt 86 Duplikate identifiziert werden, sodass final 1.455 Studien aus dem Online-Präsenzen- und Forschungsdatenzentren-Screening extrahiert wurden.

B.I.1.1.2 Schlüsselwortbasierte Online-Suchmaschinenrecherche

Um einschlägige Studien auch anderweitiger Institutionen (z. B. bevölkerungsrepräsentative Forschung im Auftrag kommerzieller Unternehmen) zu identifizieren, wurde die Suchstrategie um eine schlüsselwortbasierte Online-Suchmaschinenrecherche über den Anbieter Google erweitert. Dazu wurden je SDG aus den deutschen (Sub-)Zieldefinitionen zunächst die dort verwendeten Schlüsselwörter(-kombinationen) extrahiert. Da die SDGs ein komplexes Zielgeflecht bilden und sich entsprechend thematisch überschneiden (Le Blanc, 2015), können Schlüsselwörter(-kombinationen) bei mehreren SDGs vorkommen. Entsprechend wurden solche, die bereits für ein anderes SDG definiert wurden, nicht nochmals verwendet. Da in der deutschen Sprache und speziell im Nachhaltigkeitskontext regelmäßig auch englische Begriffe verwendet werden, wurden auch sinnvoll erscheinende Schlüsselwörter(-kombinationen) aus den englischen (Sub-)Zieldefinitionen zuweilen mit aufgenommen. Die Schlüsselwörterammlung wurde dann um Synonyme, Antonyme, synonyme Wortkombinationen sowie Wörter und Wortkombinationen ergänzt, welche die identifizierten Schlüsselwörter(-kombinationen) konzeptionell beschreiben. Je nach Umfang und Themenbreite der sich daraus ergebenden Schlüsselwörter(-kombinationen) wurden diese dann in einem oder mehreren Suchstrings pro SDG zusammengefasst. Die Schlüsselwörter(-kombinationen) wurden in den Suchstrings über Basis-Suchoperatoren kombiniert und jeweils um die Begriffe *repräsentativ* und *Umfrage oder Befragung* sowie den Suchoperator *filetype:pdf* ergänzt. Somit wurden nur Ergebnisse im PDF-Format zugelassen, die nebst den Schlüsselwörtern bzw. -kombinationen auch die Wörter *repräsentativ* und *Befragung* (alternativ: *Umfrage*) enthalten. Insgesamt wurden somit 54 Suchstrings konzipiert, einzeln als Google-Suchabfragen eingegeben und die Suchergebnisse automatisiert im PDF-Format heruntergeladen.

Suchstring 2.1: (umfrage OR befragung) repräsentativ
 ~hunger OR ~unterernährung OR (~mangel
 ~ernährung) OR (~not ~lebensmittel) OR
 (~unterversorgung ~nahrung) OR (~knappheit ~essen)
 OR (~krise ~ernährung) OR (~gut ~lebensmittel) OR
 (~besser ~nahrung) OR (~sicherheit ~ ernährung) OR
 (~schlecht ~essen) filetype:pdf

Suchstring 2.2: (umfrage OR befragung) repräsentativ
 (~resilient OR ~nachhaltig OR ~sozial OR
 ~ökologisch) OR (~produktion ~lebensmittel) OR
 (~anbau ~nahrung) OR landwirtschaft* filetype:pdf

Suchstring 2.3: (umfrage OR befragung) repräsentativ
 (~vielfalt OR ~sterben OR ~erhalt OR ~biodivers OR
 ~monokultur) ~saatgut OR ~kulturpflanze OR
 ~nutzpflanze OR ~nutztier OR ~haustier filetype:pdf

Suchstring 2.4: (umfrage OR befragung) repräsentativ
 (~investition OR ~förderung) ~agrarforschung OR
 ~landwirtschaft OR (~ländlich ~infrastruktur) OR
 (~klein ~lebensmittelproduzent) OR (~klein bauer) OR
 (klein~ landwirt) filetype:pdf

Suchstring 2.5: (umfrage OR befragung) repräsentativ
 ~lebensmittelpreis OR ~nahrungsmittelrohstoff OR
 ~lebensmittelrohstoff OR ~agrarmarkt OR (~
 ernährung ~kosten) filetype:pdf

Abbildung 1: Suchstrings der Google-Abfrage für SDG 02 „Kein Hunger“

¹⁰ www.nektony.com

Im Ergebnis wurden durch dieses Screening 3.126 Studien gefunden, die während des Screeningprozesses nach und nach mit den bereits identifizierten Ergebnissen in gleicher Weise, wie oben dargestellt, abgeglichen wurden. Dadurch konnten 1.323 Duplikate entfernt werden, sodass schließlich 1.803 weitere Studien im Zuge der schlüsselwortbasierten Online-Suchmaschinenrecherche erfasst wurden.

B.I.1.2 Studienqualifikation

Im Rahmen der Studienqualifikation wurden die aus dem Screeningprozess resultierenden insgesamt 3.258 Studien (Online-Präsenzen $n = 1.455$; Online-Suchmaschine $n = 1.803$) einer vertiefenden Prüfung unterzogen. Insbesondere galt es, eine hinreichend hohe konzeptionelle Homogenität der Studienlage zu erreichen, u. a. in Bezug auf die Stichprobenart, die verwandte Methodik, den Erhebungszeitraum und die Studieninhalte (Beelmann & Bliesener, 1994). Zudem wurde a-priori festgelegt, welche Inhalte in den Studienberichten dokumentiert sein müssen (ebd.):



Screening in Zahlen	
223	durchsuchte Online-Präsenzen und Forschungsdatenzentren
54	Suchmaschinenabfragen
3.258	identifizierte Studien, davon
1.455	über Online-Präsenzen
1.803	über die Online-Suchmaschinenrecherche
256	relevante Studien am Ende des Studienselektionsprozesses

Exklusionskriterium #1 | Keine standardisierte Befragung: Inkludiert wurden ausschließlich Studien, die sich standardisierter Interviews zur Erfassung des Antwortverhaltens bedienten und damit einer standardisierten Befragung entsprechen. Aussortiert wurden daher Studien, die auf anderen Erhebungsmethoden (u. a. Beobachtungen, Inhaltsanalysen) fußen oder sich un- oder teilstandardisierter Interviews bedienten, wie beispielsweise narrative Interviews (Häder, 2019).

Exklusionskriterium #2 | Erhebung vor dem Jahr 2015: Auch wurden Studien exkludiert, deren Erhebung vor dem Jahr 2015 durchgeführt wurde. Dies trifft zuweilen auch auf Studien zu, deren Ergebnisberichte im Jahr 2015 veröffentlicht wurden, insbesondere dann, wenn die Erhebung zum Ende des Jahres 2014 durchgeführt wurde. Fehlten Angaben zum Erhebungszeitraum, wurde die Studie ebenso exkludiert, da nicht ausgeschlossen werden konnte, dass die Erhebung vor dem Jahr 2015 durchgeführt wurde.

Exklusionskriterium #3 | Fehlende Bevölkerungsrepräsentativität für Deutschland: Da ein Überblick über das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland erlangt werden soll, wurden nur jene Studien weiter betrachtet, die einen entsprechenden Repräsentativitätsanspruch für diese Gruppe haben und Aussagen über die Gesamtbevölkerung im Sinne der induktiven Statistik zulassen. Entsprechend exkludiert wurden solche Studien, die weder auf Totalerhebungen in der Gesamtbevölkerung noch auf bevölkerungsrepräsentativen Stichproben beruhten. Ebenso wurden Studien auch dann exkludiert, wenn diese nur teilrepräsentativ waren und andere

Grundgesamtheiten als die Gesamtbevölkerung in Deutschland definierten, z. B. ein spezifisches Bundesland oder bestimmte Berufsgruppen. Wurden Befragte aus Deutschland in internationalen Studien berücksichtigt, musste diese Teilmenge die definierten Ansprüche in gleicher Weise erfüllen. Fehlten Angaben zum Repräsentativitätsanspruch, wurde die Studie ebenso exkludiert.

Exklusionskriterium #4 | Fehlende Ergebnisangaben: Waren die Ergebnisangaben zu allen einschlägigen Fragen (siehe Exklusionskriterium #8) rein visuell ohne zahlenmäßigen Ausweis des Antwortverhaltens (z. B. prozentuale Verteilungen, Mittelwerte) oder gar nicht ausgewiesen, wurde die Studie exkludiert. Aussortiert wurden demgemäß auch Studien, welche Deutschland als Teilmenge berücksichtigen, Ergebnisse für diese Teilmenge jedoch nicht gesondert ausweisen.

Exklusionskriterium #5 | Fehlende Originalformulierungen: Wenn die Originalformulierungen aller einschlägigen Fragen (siehe Exklusionskriterium #8) inkl. des Antwortverhaltens fehlten, wurden Studien ebenso exkludiert, da auf diese Weise keine etwaig verzerrenden Effekte durch eine beispielsweise suggestive Frage-Antwort-Formulierung identifiziert werden konnten.

Exklusionskriterium #6 | Keine geschlossenen Fragen: Wurden bei allen einschlägigen Fragen (siehe Exklusionskriterium #8) einer Studie keine Antwortoptionen vorgegeben, sodass das Antwortverhalten entsprechend keiner vorstrukturierten Form folgt (sog. offene Fragen; Möhring & Schlütz, 2010), wurde diese ebenfalls exkludiert. Dies deshalb, da durch diesen Antworttyp individuelle, nicht standardisierte Antwortoptionen erfasst werden, die für eine studienübergreifende Auswertung des Antwortverhaltens keine hinreichend homogene Beurteilungsbasis bieten.

Exklusionskriterium #7 | Limitierter Gültigkeitsanspruch: Zuweilen wurden einschlägige Fragen (siehe Exklusionskriterium #8) auch explizit unter bestimmten Randbedingungen bzw. bewusst in Abhängigkeit von spezifischen Kontexten (z. B. bestimmten Ereignissen, wie Geburt, Scheidung oder der COVID-19-Pandemie) gestellt. In solchen Fällen ist das Antwortverhalten auch nur für diese bestimmten Kontexte gültig, da die Befragten angeregt werden, die Bewertung beschränkt auf eben diesen Kontext vorzunehmen. Dem Ziel folgend, Aussagen über das allgemeine Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland treffen zu können, würde ein Einbezug solcher explizit kontextspezifisch formulierten Fragen die Ergebnisse sehr wahrscheinlich verzerren. Entsprechend wurden Studien, die ausschließlich einschlägige Fragen (siehe Exklusionskriterium #8) enthielten, die bewusst in Abhängigkeit von spezifischen Kontexten formuliert wurden, nicht berücksichtigt.

Exklusionskriterium #8 | Keine einschlägigen Bewusstseinsfragen: Enthielt eine Studie keine einschlägigen Bewusstseinsfragen zu den Zielbereichen der SDGs gemäß der in Kapitel B.I.2.1.2 definierten Einstellungs- und Kenntnisfragen, wurde diese exkludiert.

Die acht Exklusionskriterien wurden mittels Volltextprüfung der Ergebnisberichte (inkl. etwaig verfügbarer Begleitdokumente) der Studien beurteilt. Insgesamt wurden 3.002 Studien aussortiert, bei denen mindestens eines der vorgenannten Exklusionskriterien einschlägig war. Im Ergebnis verblieben am Ende des Studienselektionsprozesses (siehe Abbildung 2) 256 Studien für die weitere Analyse. Diese 256 Studien bildeten somit die Studiengrundgesamtheit für die Fragenerfassung (siehe Kapitel B.I.2) und sind im nachfolgenden Kapitel B.I.1.3 beschrieben. Eine Liste der selektierten Studien befindet sich in Anlage 2.

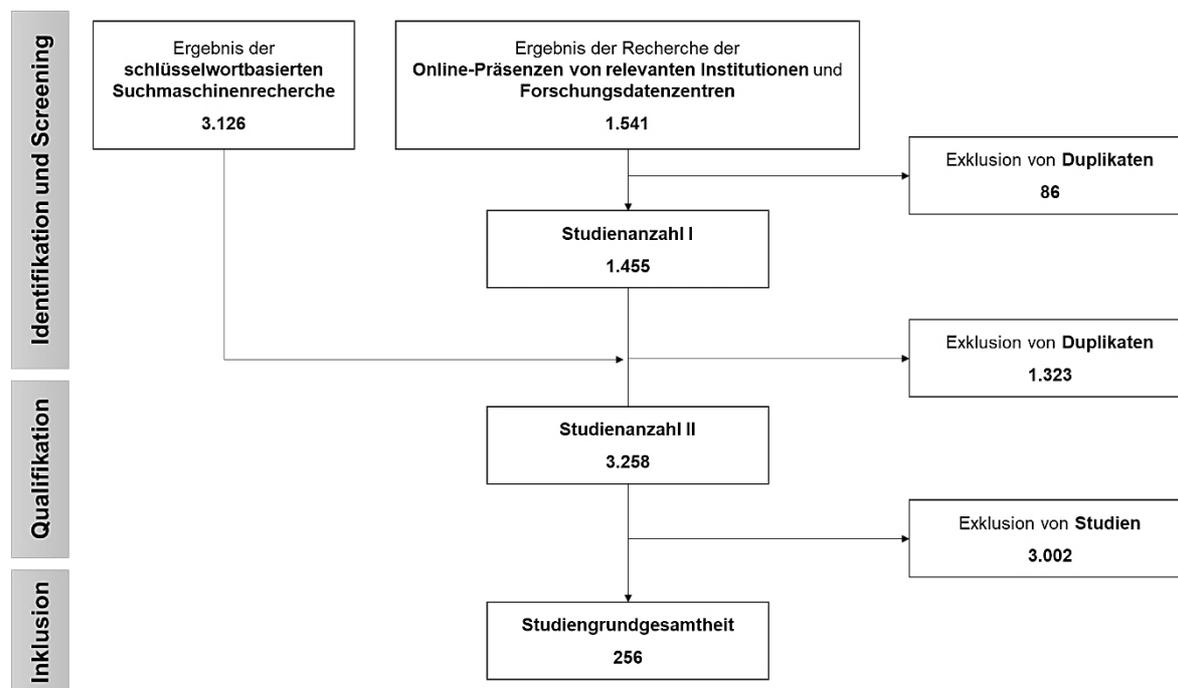


Abbildung 2: Prozess der Studienerfassung

B.I.1.3 Studiengrundgesamtheit

Insgesamt konnten im Zuge des Studienselektionsprozesses 256 einschlägige Studien identifiziert werden, die bevölkerungsrepräsentative Aussagen über das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in den verschiedenen Zielbereichen der SDGs zulassen. Im hiesigen Kapitel ist die Studiengrundgesamtheit anhand ausgewählter Merkmale beschrieben, die den Ergebnisberichten und/oder begleitenden Studiendokumenten entnommen wurden.

Die meisten selektierten Studien basieren auf Erhebungen mit einem **Stichprobenumfang** von 1.000 bis unter 2.000 Befragten ($n = 174$), was einem Anteil von knapp 70 Prozent aller selektierten Studien entspricht. In weiteren 50 Studien (19,5 %) wurde das Antwortverhalten von 2.000 bis unter 3.000 Befragten erfasst. Je nach Studie war die Grundgesamtheit auf ein **Mindestalter**, zumeist von 15 Jahren ($n = 63$), 16 Jahren ($n = 51$) oder 18 Jahren ($n = 80$), beschränkt (weitere Details zur Stichprobengröße und Altersbegrenzung siehe Anlage 3).

Im Hinblick auf die **Auftraggeber bzw. Herausgeber** der Studien, also jene Institutionen oder Personen, welche die Studie in Auftrag gegeben, finanziert und/oder veröffentlicht haben, zeigt sich, dass ein Großteil der selektierten Studien aus verschiedenen Eurobarometer-Erhebungen (Standard, Special und Flash) besteht. Diese machen rund ein Fünftel der Studiengrundgesamtheit aus. Entsprechend ist die häufigste Auftraggeberin der selektierten Studien die Europäische Kommission ($n = 63$), im großen Abstand gefolgt vom Marktforschungsunternehmen Ipsos SA ($n = 12$) sowie dem Verbraucherzentrale Bundesverband e. V. ($n = 12$).

Entsprechend der Einschränkung der Studiena Auswahl auf jene, die Ergebnisse aus Erhebungen berichten, die ab dem Jahr 2015 durchgeführt worden sind (siehe Erhebungsjahre aufgeschlüsselt in Anlage 3), verteilen sich auch die **Veröffentlichungsjahre** auf den Zeitraum der Jahre 2015 bis 2021. Bei Betrachtung dieser wird deutlich, dass sich innerhalb der Studiengrundgesamtheit insbesondere einschlägige Studien befinden, deren Ergebnisberichte in den letzten beiden vergangenen vollen Jahren 2019 ($n = 69$) und 2020 ($n = 68$) veröffentlicht wurden. Aus den Jahren 2015 bis 2018 stammen jährlich rund 20 bis 30 Studien. Dabei ist jedoch zu beachten, dass bei regelmäßigen Befragungen nur die letzte Veröffentlichung erfasst wurde. Entsprechend erhöht sich auch dadurch die Anzahl an Publikationen in den letzten beiden vergangenen Jahren, d. h. den Jahren 2019 und 2020. Die geringe Anzahl im Jahr 2021 erscheint durch die unterjährig eingeschränkte Erfassung bis zum Stichtag 09.03.2021 plausibel.

Die typische Studie*

ist von
der **EU-Kommission** beauftragt
und basiert auf
einer **einmaligen Erhebung**
mittels **telefonischer Interviews**
mit **1.000 bis < 2.000**
in Deutschland wohnhaften Personen im
Alter **ab 18 Jahren**.

*Fiktive Studie, welche die häufigsten Merkmalsausprägungen der selektierten Studien exemplarisch wiedergibt.

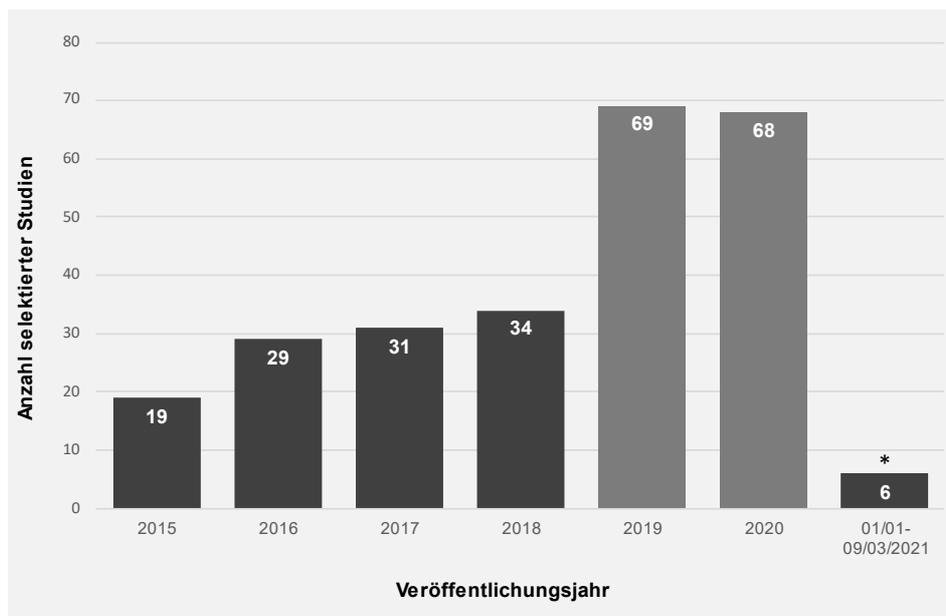


Abbildung 3: Selektierte Studien nach Veröffentlichungsjahr

Veröffentlichungsrhythmus	Anzahl
einmalig	175
regelmäßiger Turnus	37
monatlich	1
halbjährlich	4
jährlich	20
alle 2 Jahre	10
alle 3 Jahre	1
alle 4 Jahre	1
mehrmalig ohne Rhythmus/Rhythmus unbekannt	44
Gesamt	256

Tabelle 2: Selektierte Studien nach Veröffentlichungsrhythmus

jedoch war eine Regelmäßigkeit nicht eindeutig zu erkennen. So ist beispielsweise bei einer Erhebung im Jahr 2019 und 2020 nicht ersichtlich, ob es sich um eine Studie handelt, die in einen regelmäßigen, jährlichen Rhythmus überführt werden soll. Die Merkmalsausprägung „jährlich“ wurde in einem solchen Fall nur dann zugewiesen, wenn in den methodischen Begleitinformationen der Studie eine solche Absicht ausgewiesen wurde. Es ist jedoch zu beachten, dass Studien, die unter der Ausprägung „mehrmalig ohne Rhythmus/Rhythmus unbekannt“ gefasst sind, ggf. in den nächsten Jahren als regelmäßige Befragungen weiterführt werden, obgleich dies in den gesichteten Dokumenten nicht explizit Erwähnung fand.

Obwohl die Studienausswahl gemäß der Erhebungsmethode auf standardisierte Befragungen fokussiert wurde, also auf Studien, die sich eines standardisierten Interviews in der Erhebung bedienten, lassen sich die Studien der Grundgesamtheit noch weiter gemäß ihrer **Erhebungsart** (bzw. Erhebungsmodi; Möhring & Schlütz, 2010) differenzieren. So wurde in manchen Studien auf persönlich-mündliche (PI), in anderen auf telefonische (TI) oder web-basierte Interviews (WI) zurückgegriffen.

Betrachtet man die Verteilung der selektierten Studien entsprechend ihrer **Veröffentlichungsrhythmen**, zeigt sich, dass die meisten Studien lediglich einmal durchgeführt wurden ($n = 175$). 37 Studien wurden bzw. werden hingegen in einem regelmäßigen Rhythmus veröffentlicht, wobei der Turnus von monatlich bis alle vier Jahre reicht. Der am häufigsten verwendete regelmäßige Turnus in der Studiengrundgesamtheit ist jährlich ($n = 20$), gefolgt von zweijährlich bzw. alle zwei Jahre ($n = 10$). Bei 44 Studien konnte zwar eine mehrmalige Erhebung identifiziert werden,

Erhebungsart	Anzahl
Persönlich-mündliche Interviews (PI)	80
PI	74
OMNI-PI	6
Telefonische Interviews (TI)	89
TI	84
OMNI-TI	5
Web-basierte Interviews (WI)	71
WI	65
OMNI-WI	5
Mischformen	3
TI/WI	2
PI/WI	1
nicht explizit angegeben	14
Gesamt	256

Tabelle 3: Selektierte Studien nach Erhebungsart (Mehrthemenumfragen gekennzeichnet mit Vorsatz „OMNI-“)

In einigen Fällen ($n = 16$) wurde keine eigenständige Erhebung durchgeführt, sondern die Fragen in persönlich-mündlichen, telefonischen oder Online-Mehrthemenumfragen (sog. Omnibus-Befragungen; Möhring & Schlütz, 2010) platziert. Entsprechend dieser Einteilung verwendeten die meisten der selektierten Studien telefonische Interviews ($n = 89$; davon $n = 5$ Omnibus-Befragungen), gefolgt von persönlich-mündlichen ($n = 80$; davon $n = 6$ Omnibus-Befragungen) und web-basierten Interviews ($n = 71$; davon $n = 5$ Omnibus-Befragungen). Bei drei Studien wurden verschiedene Erhebungsarten kombiniert. Bei 14 Studien wurde die Erhebungsart nicht explizit angegeben.

B.1.2 Fragenerfassung

B.1.2.1 Bestimmung des Analyserahmens

B.1.2.1.1 Die Agenda 2030 als Ausgangspunkt

Wie bereits in Kapitel A erwähnt, bildet die *Agenda 2030* der Vereinten Nationen mit den 17 SDGs den Ausgangspunkt zur Analyse des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland. Auch wenn die *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie* (DNS) das nationale Rahmenwerk der deutschen Nachhaltigkeitspolitik darstellt, wurde die Entscheidung für die *Agenda 2030* als Orientierungsrahmen aus zweierlei Gründen getroffen. Zum einen versteht sich die DNS selbst als Mittel, um die Ziele der *Agenda 2030* zu erreichen (Die Bundesregierung, 2021) und orientiert sich an den dort verfassten universellen Zielstellungen. Dazu formuliert sie nicht nur Ziele für die deutsche Nachhaltigkeitspolitik, sondern auch Indikatoren, Indikatoren-bereiche, Nachhaltigkeitspostulate und konkrete Maßnahmen (Die Bundesregierung, 2021; Liedtke et al., 2020). Obgleich dieser Fülle, ist die DNS in der Gesamtschau der Zieldefinitionen jedoch weniger umfassend als die *Agenda 2030*. So decken die Indikatorenbereiche bzw. Nachhaltigkeitspostulate der DNS die Zielsetzungen der SDGs inkl. derer Sub-Ziele nicht gänzlich ab (Liedtke et al., 2020) – auch nicht in der Weiterentwicklung 2021, welche wohlgermerkt umfangreicher ist als ihre Aktualisierung aus dem Jahr 2018 (Liedtke, 2021)¹¹.

B.1.2.1.2 Der Bewusstseinsbegriff

Das zentrale Auswertungsobjekt der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* ist das Bewusstsein der Gesamtbevölkerung in Deutschland für verschiedene Zielbereiche der SDGs. Der Begriff des „Bewusstseins“ hat im Sprachgebrauch vielfältige Bedeutungen und wird auch in den Wissenschaftsdisziplinen unterschiedlich verwendet. Um entsprechende Fragestellungen aus den selektierten Studien identifizieren und zielgerichtet eingrenzen zu können, bedarf es zunächst eines einheitlichen Verständnisses des Begriffs „Bewusstsein“ für den Gang der Untersuchung.

Bewusstsein wird in der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* definiert als eine bewusste und damit verbalisierte Einstellung. Einstellungen wiederum können definiert werden als Zustände einer „gelernten und

¹¹ Der geneigten Leser sei an dieser Stelle auf die vergleichende Darstellung der Indikatoren beider Orientierungsrahmen des Statistischen Bundesamts unter www.sdg-indikatoren.de verwiesen.

relativ dauerhaften Bereitschaft, in einer entsprechenden Situation gegenüber dem betreffenden Objekt regelmäßig mehr oder weniger stark positiv bzw. negativ zu reagieren“ (Trommsdorff, 2004, S. 159). Das Einstellungsobjekt kann dabei sowohl ein Gegenstand, eine gesellschaftliche Idee, eine Person, das eigene Verhalten oder ein anderes beliebiges Objekt sein, welches gedanklich von anderen Objekten unterscheidbar ist (Kroeber-Riel & Gröppel-Klein, 2019).

Die oft verwandte Drei-Komponenten-Theorie (Rosenberg & Hovland, 1960, 1966) geht davon aus, dass Einstellungen drei Komponenten umfassen und auf drei verschiedene Arten Ausdruck finden können. So drücken sich affektiv basierte Einstellungen in mit dem Einstellungsobjekt verbundenen Reaktionen des autonomen Nervensystems oder in verbalen Gefühlsäußerungen aus (Triandis, 1975). Kognitiv basierte Einstellungen hingegen finden Ausdruck in verbalisierten Überzeugungen und Wahrnehmungsurteilen über das Einstellungsobjekt. Konativ basierte Einstellungen zeigen sich schließlich im Verhalten oder in verbalisierten Auskünften über das eigene Verhalten hinsichtlich des Einstellungsobjektes (ebd.). Letzteres wird jedoch in der heutigen Wissenschaftsliteratur eher als eine Verhaltensintention und damit die Absicht, in einer bestimmten Art auf ein Einstellungsobjekt zu reagieren, gefasst, da das tatsächliche Verhalten nicht nur durch die Einstellung, sondern auch viele andere, u. a. situative Einflussfaktoren, geprägt ist (Foscht et al., 2017; Kroeber-Riel & Gröppel-Klein, 2019). Die drei Komponenten sind dabei keineswegs nur jeweils einzeln gegeben. Im Idealfall wirken sie im Gleichklang zusammen, sodass aus einem positiven Gefühlszustand (affektive Komponente) in Kombination mit einem positiven Wahrnehmungsurteil (kognitive Komponente) eine entsprechende Verhaltensintention (konative Komponente) gegenüber dem Einstellungsobjekt resultiert (Kuß & Kleinaltenkamp, 2020).

Bei der Erfassung der Gesamteinstellung bezüglich der (Themen der) Nachhaltigkeitsziele besteht insbesondere bei der kognitiven Komponente die Problematik, dass diese zumeist aus einer Vielzahl an Gedanken, unterschiedlichen Meinungen und Wissensbausteinen besteht (Fischer & Wiswede, 2009). Diese einzelnen Elemente sind hierbei hierarchisch gegliedert, wobei mehrere Elemente auf der unteren Ebene und ihre Beziehungen untereinander die Bewertung eines Elements der oberen Ebene – eine Gesamteinstellung – bestimmen (ebd.). Diese Elemente können dabei sowohl in positiver als auch negativer Relation zur Gesamteinstellung stehen (ebd.). Entsprechend sagt die alleinige Betrachtung der Einstellung gegenüber Einzelementen zunächst nichts über die Gesamteinstellung aus. Vielmehr müssen für eine Bestimmung der Gesamteinstellung sowohl alle relevanten kognitiven Einstellungen gegenüber Einzelementen in ihrer Ausprägung und Relation zueinander als auch die Relevanz der Einzelemente für die Gesamteinstellung bekannt sein. Im Laufe der Fragenerfassung wurde deutlich, dass zwar die Wichtigkeitsbewertung einzelner Elemente oftmals abgefragt wird (z. B. die Einschätzung der ökologischen Vorteilhaftigkeit einer Konsumalternative), jedoch die kognitive Einstellung nicht in der Gesamtheit mit allen relevanten Unterelementen erfasst wird, wodurch eine Darstellung der kognitiven Gesamteinstellungsbewertung (z. B. die globale Einstellung gegenüber einer bestimmten Konsumalternative) nicht möglich ist. Entsprechend wurde die insbesondere kognitiv-geprägte, aber auch affektiv besetzte Einstellung unter

Fragestellungen subsumiert, welche die **Relevanz und Forderungen** von globalen Einstellungsobjekten, wie SDG-Zielen, Nachhaltigkeitsthemen und diesbezüglicher Maßnahmen, erfassen.

Die affektive Einstellung erfasst in erster Linie das angenehme (positive) oder unangenehme (negative) Gefühl, das ein Individuum einem Objekt entgegenbringt (Foscht et al., 2017; Kroeber-Riel & Gröppel-Klein, 2019). Entsprechend werden Fragestellungen hierunter gefasst, die in globalen gut/schlecht-Bewertungen und Abfragen der globalen Befürwortung oder Ablehnung Ausdruck finden können. Diese bilden damit eine **affektive Gesamtbeurteilung** des Fragengegenstands ab. In Ergänzung wurden ebenso Fragen aufgenommen, die das affektive Risikoempfinden der Befragten erfassen. Das affektive Risiko (im Folgenden als **Sorgen/Risiko** notiert) basiert auf wahrgenommenen Sorgen, Ängsten und Bedrohlichkeiten und ist entgegen dem kognitiv geprägten Risiko (risk as analysis) primär durch Gefühle vermittelt (risk as feelings) und affektiv besetzt (Loewenstein et al., 2001).

Die **konative Einstellung** wurde schließlich als Verhaltensintention und Bereitschaft zu einem Verhalten erfasst, jedoch nicht als das bekundete tatsächliche Verhalten. Dies, da (1.) insbesondere bei Befragungen oft nur „die Absicht in einer bestimmten Art auf ein Einstellungsobjekt zu reagieren“ erfasst werden kann, (2.) selbstbekundetes Verhalten oft nicht der Realität entspricht und (3.) das tatsächliche Verhalten nicht nur durch die Einstellung, sondern auch durch viele andere, u. a. situative Einflussfaktoren, geprägt ist (Foscht et al., 2017; Kroeber-Riel & Gröppel-Klein, 2019).

Da Einstellungen – und insbesondere deren kognitiv geprägten Komponenten – auch immer auf den mehr oder minder verfügbaren Informationen bzw. dem mehr oder minder ausgeprägten Kenntnisstand des Individuums über das Einstellungsobjekt basieren (Fischer & Wiswede, 2009; Stahlberg & Frey, 1997), wurden zusätzlich auch Fragestellungen berücksichtigt, die Aufschluss über die Kenntnisstände der Menschen in Deutschland geben. Als Kenntnis wird fortlaufend das Wissen um die Existenz eines Sachverhalts definiert, welches auch, aber nicht notwendigerweise mit tiefergehendem Fach- oder Erfahrungswissen verknüpft sein muss. Es sei angemerkt, dass Wissen nicht mit Kompetenz – wie beispielhaft der Nachhaltigkeitsliteracy – gleichzusetzen, jedoch als grundlegende Komponente dieser zu verstehen ist, da sich Kompetenzen nicht ohne Aneignung von Wissen entwickeln können (Hofer, 2011). Entsprechend dieser Definition ergeben sich Differenzierungspotenziale in der Ausprägung der Kenntnis. So können, übertragen auf den hiesigen Kontext, Befragte beispielhaft lediglich von einer Zielstellung der SDGs gehört oder gelesen haben (im Folgenden: **Wissen um Existenz**), ohne jedoch eine konkretere Vorstellung darüber aufzuweisen. Andere hingegen mögen wissen, was diese Zielstellung inhaltlich umfasst und bedeutet. Sie haben in diesem Fall tiefergehendes Fachwissen und kennen dahinterstehende Konzepte und Zusammenhänge (Wobker et al., 2014), was über die reine Kenntnis im Sinne einer Existenz hinaus geht (im Folgenden: **Wissen um Inhalte**). Entsprechend werden Fragen, die das Wissen um die Existenz und das Wissen um Inhalte betreffen, in die Recherche aufgenommen. Weiterhin werden auch geäußerte Wünsche nach mehr Kenntnis (im Folgenden: **Informationsbedarfe**) miterfasst, da diese zumindest approximativ subjektiv wahrgenommene Kenntnisdefizite widerspiegeln.

B.I.2.2 Fragengrundgesamtheit

Entsprechend der Bestimmung des Bewusstseinsbegriffs im Sinne einer dreidimensionalen Einstellung und der Erweiterung des Suchraums um verschiedene Kennnisdimensionen, wurden sodann aus den 256 selektierten Studien einschlägige Einstellungs- und Kenntnisfragen inklusive Antwortverhalten erfasst. Dabei wurden Fragen mit Mehrfachauswahl jeweils mehrfach in entsprechender Anzahl der Antwortoptionen dokumentiert, da die Auswahl einer Antwortoption der Beantwortung einer spezifischen einzeln gestellten Frage entspricht.

Je Studie konnten somit durchschnittlich rund zwölf relevante Einstellungs- und/oder Kenntnisfragen extrahiert werden. Die daraus resultierende Grundgesamtheit von insgesamt 3.101 erfassten Fragen übersteigt daher die Grundgesamtheit der Studien in der Anzahl um ein Vielfaches. Die Anzahl der extrahierten Fragen variiert allerdings stark zwischen den Studien. So konnten aus den meisten Studien ($n = 111$)

maximal fünf Fragen entnommen werden. Hingegen lieferte das *Special Eurobarometer 479* „Die Zukunft Europas“ insgesamt 108 einschlägige Fragen. Eine detaillierte Darstellung der Fragenanzahl pro Studie kann Tabelle 4 entnommen werden.

Erfasste Fragen pro Studie	Anzahl
1 bis 5 Fragen	111
6 bis 10 Fragen	51
11 bis 20 Fragen	49
21 bis 30 Fragen	23
31 bis 40 Fragen	7
41 bis 50 Fragen	7
51 bis 60 Fragen	3
61 bis 70 Fragen	1
71 bis 80 Fragen	1
81 bis 90 Fragen	2
91 bis 100 Fragen	-
über 100 Fragen	1
Gesamtanzahl Studien	256
Gesamtanzahl Fragen	3.101

Tabelle 4: Erfasste Fragen pro Studie

B.I.2.3 Analysevorbereitung

B.I.2.3.1 SDG-Zuordnung

In Vorbereitung der Analyse galt es, die einschlägigen Einstellungs- und Kenntnisfragen den Zielbereichen der SDGs zuzuordnen (für einen Überblick der SDG-Zielformulierungen siehe Tabelle 6 und weiterführend Anlage 4). Wie bereits in Kapitel A angedeutet, handelt es sich bei den SDGs jedoch nicht um isolierte Ziele, sondern vielmehr um ein bewusst interdependentes Zielgeflecht. Dies führt unweigerlich dazu, dass je nach Argumentation viele verschiedene SDGs gleichzeitig angesprochen sind. Beispielhaft kann eine Einstellungsfrage zu Biokunststoffen als neues Verpackungssystem nicht nur dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ aufgrund der darin liegenden Ziele der Abfallvermeidung und insbesondere Lebensverschwendung zugeordnet werden. Auch käme SDG 09 „Industrie, Innovation und Infrastruktur“ in Betracht aufgrund u. a. des Innovationsgrads des neuartigen Verpackungssystems. Ebenso sind auch SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“, SDG 06 „Sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen“ und SDG 14 „Leben unter Wasser“ aufgrund der damit einhergehenden Reduktion von Makro- und Mikroplastik im (Trink-)Wasser angesprochen. Diese Auflistung ist nicht abschließend, verdeutlicht jedoch die Interkonnektivität der Ziele und die Notwendigkeit einer nachvollziehbaren, tragfähigen

und dennoch praktikablen Zuordnungslogik. Zu diesem Zweck wurde ein dreistufiger Zuordnungsprozess gewählt, an dem drei unabhängige Beurteilende beteiligt waren. Konkret wurde dabei wie folgt vorgegangen:

Schritt 1: Der Datensatz aller erfassten Fragen wurde zu gleichen Teilen aufgeteilt. Anschließend ordneten zwei Beurteilende unabhängig voneinander jeweils eine Hälfte der erfassten Fragen den 17 SDG-Zielbereichen zu. Dabei sollten möglichst viele passende Zuordnungen vorgenommen werden.

Schritt 2: Anschließend betrachteten die Beurteilenden die Hälfte des jeweils anderen sowie dessen bisherigen Zuordnungen. In diesem Schritt konnten ggf. weitere SDG-Zuordnungen hinzugefügt oder bereits eingetragenen SDGs widersprochen werden. Die Anzahl der Übereinstimmungen, Ergänzungen und Divergenzen wurde entsprechend dokumentiert (siehe Tabelle 5).

Schritt 3: Dort wo sich die Beurteilenden bei SDG-Zuordnungen uneinig waren oder mehr als drei SDGs zugeordnet wurden, wurde ein dritter unabhängiger Beurteilender hinzugezogen. Dieser entschied dann basierend auf den bisherigen Zuordnungen der beiden anderen primären Beurteilenden über die maximal drei passendsten SDG-Zuordnungen.

Im Zuge des dargestellten Prozesses waren sich die beiden primären, unabhängigen Beurteilenden bei insgesamt 3.604 SDG-Zuordnungen einig, was einer Übereinstimmung von 63 Prozent (Basis: finale Zuordnungen) entspricht. In 2.141 Fällen wurden die SDG-Zuordnungen durch den dritten Beurteilenden geprüft, da entweder mehr als drei SDGs zu einer Frage zugeordnet wurden oder die primären Beurteilenden sich widersprachen. Aus der Anzahl der Übereinstimmungen und den drittgeprüften Zuordnungen ergibt sich die Gesamtzahl der Zuordnungen von 5.745. Eine zusammenfassende Darstellung der SDG-Zuordnungen kann der Tabelle 5 entnommen werden.

	Anzahl	Anteil
Übereinstimmungen	3.604	63 %
Drittgeprüfte Zuordnungen	2.141	37 %
Finale SDG-Zuordnungen	5.745	100 %

Tabelle 5: Überprüfung der SDG-Zuordnungen zu Fragen

Da die Nachhaltigkeitszielbereiche des SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Fokus der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* stehen und in der Analyse genauer betrachtet werden sollen, wurden die diesen SDGs zugeordneten Fragen nochmals dem jeweils einschlägigsten Sub-Ziel des SDG zugeordnet (für einen Überblick der Sub-Ziele siehe Anlage 4). Der Prozess gestaltete sich dabei in gleicher Weise wie oben dargestellt: Zunächst wurde jeweils die Hälfte der Fragen durch den jeweils ersten Beurteilenden den Sub-Zielen zugeordnet und die Ergebnisse durch den jeweils zweiten Beurteilenden geprüft. Widersprach der zweite Beurteilende dem ersten Beurteilendem, entschied ein dritter Beurteilender über die Sub-Zielzuordnung.

	<p>Armut in all ihren Formen und überall beenden</p>		<p>Ungleichheit in und zwischen Ländern verringern</p>
	<p>Den Hunger beenden, Ernährungssicherheit und eine bessere Ernährung erreichen und eine nachhaltige Landwirtschaft fördern</p>		<p>Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig gestalten</p>
	<p>Ein gesundes Leben für alle Menschen jeden Alters gewährleisten und ihr Wohlergehen fördern</p>		<p>Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen</p>
	<p>Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung und Möglichkeiten lebenslangen Lernens für alle fördern</p>		<p>Umgehend Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen</p>
	<p>Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen</p>		<p>Ozeane, Meere und Meeresressourcen im Sinne nachhaltiger Entwicklung erhalten und nachhaltig nutzen</p>
	<p>Verfügbarkeit und nachhaltige Bewirtschaftung von Wasser und Sanitärversorgung für alle gewährleisten</p>		<p>Landökosysteme schützen, wiederherstellen und ihre nachhaltige Nutzung fördern, Wälder nachhaltig bewirtschaften, Wüstenbildung bekämpfen, Bodendegradation beenden und umkehren und dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende setzen</p>
	<p>Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern</p>		<p>Friedliche und inklusive Gesellschaften für eine nachhaltige Entwicklung fördern, allen Menschen Zugang zur Justiz ermöglichen und leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und inklusive Institutionen auf allen Ebenen aufbauen</p>
	<p>Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern</p>		<p>Umsetzungsmittel stärken und die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung stärken</p>
	<p>Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovation unterstützen</p>		

Tabelle 6: SDG-Zielformulierungen im Überblick

B.I.2.3.2 Erweiterte Merkmalerfassung zur Analysevorbereitung

Um auch die Auswertung des Antwortverhaltens in den fokussierten SDGs (SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) vorzubereiten und Unterschiede in der Formulierung und Gestaltung der Frage-Antwort-Kombinationen berücksichtigen zu können, wurden je Frage – nebst Studientitel, Original-Frageformulierung und Original-Antwortoptionen – weitere Merkmale erfasst:

Konstrukt und Dimension: Je Frage wurde das erfasste Konstrukt (Einstellung oder Kenntnis) sowie die entsprechende Dimension gemäß der folgenden Logik (siehe auch Kapitel B.I.2.1.2) zugeordnet:

Konstrukt	Dimension
Einstellung	Relevanz/Forderung
	Affektives Gesamturteil
	Sorge/Risiko
	Konative Einstellung
Kenntnis	Wissen um Existenz
	Wissen um Inhalte
	Informationsbedarf

Tabelle 7: Konstrukt- und Dimensionskodierung der erfassten Fragen

Fragentyp und Datenniveau: Entsprechend des Exklusionskriteriums #6 (siehe Kapitel B.I.1.2) wurden ausschließlich Fragen des Typs „geschlossene Frage“ erfasst, bei welchem den Befragten konkrete Antwortoptionen vorgegeben werden. Doch kann auch innerhalb dieses Typs eine weitere Differenzierung in verschiedene weitere Elementartypen anhand der Fragenformulierung und (der Präsentation) der Antwortoptionen vorgenommen werden, welche zugleich auch das Datenniveau und die Interpretation des Antwortverhaltens beeinflussen (Möhring & Schlütz, 2010): Den ersten Elementartyp stellt hierbei die Auswahlfrage dar, bei welcher mehrere gleichrangige Antwortoptionen angeboten werden, weswegen hierbei ein nominales Datenniveau erzeugt wird. Weiterhin kann innerhalb des Typs zwischen Einfach- und Mehrfach-Auswahlfragen differenziert werden, welche die Angabe entweder einer oder mehrerer Auswahloptionen erlauben. Einen weiteren Elementartyp bilden Rangordnungs- und Rankingfragen, die den Befragten eine Abstufung des Antwortverhaltens erlauben, indem die Antwortoptionen selbst einer hierarchischen Ordnung unterliegen (Rangordnungsfragen) oder die Befragten angehalten werden, mehrere Elemente in eine Rangordnung zu bringen (Rankingfragen). Da die Antwortoptionen bzw. die durch die Befragten erstellte Hierarchie nicht äquidistant sein müssen und sich die subjektive Bewertung der Distanz durch die Befragten sich der Kenntnis der Interviewenden und/oder

Auswertenden entzieht, generieren solche Fragen ein ordinales Datenniveau. Zuletzt stellen Ratingskalen den dritten Elementartyp dar. Auch bei diesen kann das Antwortverhalten von Probanden abgestuft werden, jedoch sind die Skalenpunkte so benannt oder konstruiert, dass diese als äquidistant bewertet werden können und entsprechend ein metrisches Datenniveau erzeugen. Die entsprechenden Fragetypen und Datenniveaus wurden je Frage notiert. Dabei sei abermals darauf hingewiesen, dass Mehrfach-Auswahlfragen entsprechend der Anzahl der Antwortoptionen in mehrere Einfach-Auswahlfragen aufgegliedert und als separate Fragen erfasst wurden. Das Merkmal „Mehrfach-Auswahlfrage“ stellt somit den Ursprungstyp dar.

Fragentyp	Datenniveau
Einfach-Auswahlfrage	nominal
Mehrfach-Auswahlfrage	nominal
Rangordnungsfrage	ordinal
Rankingfrage	ordinal
Ratingskalen (inkl. Skalenbreite)	(quasi-)metrisch

Tabelle 8: Kodierung von Fragentyp und Datenniveau

Komparative vs. nicht-komparative Bewertung: Auch wurde je Frage bestimmt, ob es sich um eine komparative oder nicht-komparative Bewertung des Fragegegenstands handelt. Bei der komparativen Fragenformulierung wird der Fragegegenstand im Vergleich (komparativ) mit Alternativen bewertet. Beispielhaft wären Formulierungen wie „Wählen Sie die für Sie wichtigste Maßnahme aus“ oder „Bitte geben Sie an, ob Sie im Vergleich zu A, die Option B besser, schlechter oder gleichwertig empfinden“. Auch Fragen des Typs Rankingfrage erfassen automatisch solche relationalen Daten, da die Befragten die Antwortoptionen in eine hierarchische Ordnung bringen. Im Gegensatz dazu kommen nicht-komparative Fragen ohne einen Vergleich aus und erfassen somit die absolute Bewertung des Fragegegenstands (Möhring & Schlütz, 2010).

Berichtete Antwortoptionen: Nicht zu allen in der Originalfassung des Fragebogens befindlichen Antwortoptionen werden in Studienberichten auch Daten veröffentlicht. Daher kann die Angabe bei berichteten Antwortoptionen von den Original-Antwortoptionen abweichen. Dies ist beispielhaft dann der Fall, wenn bei einer Auswahlfrage mit Einfachauswahl von den Antwortoptionen „ja“, „nein“, „unsicher“ und „möchte ich nicht beantworten“ nur der Anteil der Antwortoption „ja“ berichtet wird. Die Verteilung der restlichen Angaben ist in einem solchen Fall nicht ersichtlich. Entsprechend wurde als berichtete Antwortoption in einem solchen Fall nur die Antwortoption „ja“ dokumentiert.

Berichtete Studienergebnisdaten: Als Studienergebnisdaten wurden die veröffentlichten Ergebnisdaten zu den berichteten Antwortoptionen dokumentiert. Diese konnten dabei in diverser

Form vorliegen: in absoluten Häufigkeiten, in relativen Häufigkeiten bzw. Anteilen oder in aggregierter Form (z. B. Mittelwerte bei metrischem Datenniveau oder kumulierte Top-2-Boxen). Lagen die berichteten Daten einer Frage in mehreren Formen vor, wurden priorisiert die relativen Häufigkeiten in nicht-aggregierter Form erfasst.

Interpretationsrichtung: Fragestellungen können sich sowohl auf positiv besetzte (z. B. Ausübung nachhaltiger Konsummuster) als auch negativ besetzte Fragengegenstände (z. B. Diskriminierungstendenzen) im Sinne eines dem SDG (nicht) förderlichen oder entsprechenden Charakters beziehen. Zudem können Frageformulierungen negiert oder nicht-negiert erfolgen bzw. die Negation über die Formulierung der Antwortoptionen erfolgen. Entsprechend dieser Merkmale sind beispielhaft Zustimmung- oder Ablehnungswerte nicht immer in gleicher Richtung zu interpretieren. So entspricht die Frage nach der Zustimmung zu einem im obigen Sinne positiv besetzten Fragengegenstand der gleichen Interpretationsrichtung einer Frage nach der Ablehnung (oder „Nicht-Zustimmung“ in negierter Formulierung) eines negativ besetzten Fragengegenstands. Ebenso gleicht die Frage nach der Zustimmung zu einem negativ besetzten Fragengegenstand in der Interpretationsrichtung einer Frage nach der Ablehnung (oder „Nicht-Zustimmung“ in negierter Formulierung) eines positiv besetzten Fragengegenstands.

Würden alle Antwortoptionen mit entsprechenden Studienergebnisdaten jeweils in den Studienberichten vorliegen, könnten die Werte für die Analyse herangezogen werden, die vor dem Hintergrund der Frage-Antwort-Formulierung in die gleiche Interpretationsrichtung weisen. Dies ist aber, wie im vorigen Punkt angesprochen, nicht immer der Fall. Um diesen Aspekt im Rahmen der Auswertung berücksichtigen zu können, wurde entsprechend notiert, welche Interpretationsrichtung vorliegt: Positivfrage/Zustimmung, Positivfrage/Ablehnung, Negativfrage/Zustimmung oder Negativfrage/Ablehnung. Sofern zu allen Antwortoptionen Studienergebnisdaten berichtet wurden, wurde bei Positivfragen die Kombination Positivfrage/Zustimmung, bei Negativfragen die Kombination Negativfrage/Ablehnung notiert.

B.1.2.3.3 Substichprobe zur Analyse des Antwortverhaltens

Die erweiterte Merkmalerfassung dient sogleich auch als Basis für die Bestimmung der Substichprobe für die Analyse der Frageninhalte und des Antwortverhaltens in den fokussierten SDGs (SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“). Die Bildung einer Analyse-Substichprobe ist notwendig, da Fragen, wengleich auch in der subjektiven Wahrnehmung neutral gestaltet, keine sachlich-objektiven Messinstrumente sein können (Hippler et al., 1991; Porst, 2008). So beeinflussen der Fragentyp, die Formulierung der Frage selbst, die Benennung und Präsentation der Antwortoptionen das Antwortverhalten. Auch kann die exakt gleich formulierte Frage in zwei verschiedenen Befragungen unterschiedliches Antwortverhalten evozieren u. a. aufgrund des Befragungsmodus, der vorab gestellten Fragen (Kontexteffekte), der thematischen Einleitung der Befragung etc. (u. a. Bogner & Landrock,

2015; Porst, 2008). Um eine hinreichende Vergleichbarkeit des Antwortverhaltens zu ermöglichen, wurden daher ausschließlich Fragen betrachtet,

- (1.) deren Fragentyp¹² identifizierbar war,
- (2.) die nicht komparativ in der Abfrage waren,
- (3.) bei denen das Antwortverhalten anhand relativer Häufigkeiten berichtet wurde,
- (4.) bei denen das Antwortverhalten in die gleiche Richtung gerichtet auswertbar war,

sowie im speziellen Fall von Rangordnungsfragen und Ratingskalen,

- (5.) die eine Abstufung über max. sieben Abstufungspunkte (7er-Skalenbreite) ermöglichten,
- (6.) die ausbalancierte Abstufungsmöglichkeiten boten,
- (7.) die im Fall bezifferter Abstufungspunkte ausschließlich Werte im Positivbereich nutzen.

Die Einschränkung auf nicht-komparative Fragen erfolgte, da einzig solche Fragen die absolute Bewertung des Fragengegenstands ermöglichen (Möhring & Schlütz, 2010). Relationale Daten, die aus komparativen Abfragen erzeugt werden, bilden hingegen die Bewertung des Befragten nur im Vergleich mit den alternativen Antwortoptionen oder den in der Fragestellung erwähnten und vom Befragten zu berücksichtigenden Alternativen ab. Entsprechend ist das Antwortverhalten bei komparativen Abfragen nur im jeweiligen Alternativenkontext interpretierbar und entzieht sich der Möglichkeit eines direkten Vergleichs¹³. Da dieser direkte Vergleich jedoch angestrebt wurde, wurden nur absolute Bewertungen und mithin nicht-komparative Fragen weiter betrachtet.

Zum Zwecke der Vergleichbarkeit erfolgte auch die Einschränkung auf jene Fragen, zu denen das Antwortverhalten mit relativen Häufigkeiten dargestellt wurde. Entsprechend wurden von der Analyse-Substichprobe Fragen ausgenommen, zu denen nur Indexwerte und Mittelwerte berichtet wurden, da diese keine Beurteilung der Verteilung¹⁴ ermöglichen. Damit verbunden ist auch die Einschränkung auf jene Fragen, die in die gleiche Richtung gerichtet interpretierbar sind. Die am häufigsten vorliegende Kombination Positivfrage/Zustimmung als Ausgangspunkt nehmend, wurden entsprechend auch Negativfragen mit berichteten Ablehnungswerten inkludiert¹⁵, die Kombinationen Positivfrage/Ablehnung und Negativfrage/Zustimmung dahingegen exkludiert.

¹² im Fall von Ratingfragen auch die Skalenbreite

¹³ ausgenommen, eine andere Frage hätte den exakt gleichen Alternativenraum abgebildet

¹⁴ So kann beispielhaft ein Mittelwert von 3 bei einer metrischen Messung mittels einer Skalierung von (1) bis (5) daraus resultieren, dass alle Befragten den Skalenpunkt (3) auswählten. Ebenso ergibt sich der Mittelwert 3 jedoch auch u. a. bei einer 50-50-Verteilung auf die Antwortoptionen (2) und (4) oder (1) und (5).

¹⁵ Wohlgedenkt sind auch Positivfragen mit Zustimmungsoptionen und Negativfragen mit Ablehnungsoptionen nicht ohne gewisse Verzerrungen im Antwortverhalten vergleichbar, da eine inhaltsunabhängige Zustimmungstendenz (sog. Akquieszenz) zu vermuten ist. Dem kann an der Stelle nicht

Die weitere Einschränkung von Rangordnungsfragen und Ratingskalen auf solche mit Abstufungsmöglichkeit über maximal sieben Abstufungspunkte (7er-Skalenbreite) erfolgte mit Blick auf das Abstraktionsvermögen der Befragten (Miller, 1956). In diesem Kontext meint Abstraktionsvermögen die Fähigkeit, sinnhafte Unterschiede der Antwortoptionen wahrnehmen zu können (ebd.), beispielsweise zwischen den Skalenpunkten 14 und 15 auf einer 20er-Skala. Da die deutsche Gesamtbevölkerung die Grundgesamtheit aller selektierten Studien bildet, wurde ein durchschnittliches Abstraktionsniveau angenommen und entsprechend der gängigen Empfehlung von maximal sieben Abstufungsmöglichkeiten gefolgt (u. a. Menold & Bogner, 2015; Porst, 2008).

Mit der Ausbalanciertheit der Antwortmöglichkeiten wird eine gleiche Anzahl positiver und negativer Antwortoptionen angesprochen (Menold & Bogner, 2015). Ausbalancierte Rangordnungsfragen und Ratingskalen sind symmetrisch und weniger präjudizierend als unausbalancierte Fragen gleichen Typs, welche hingegen die Urteile in Richtung der überwiegenden Antwortoptionen verzerren können (Stier, 1999). Entsprechend wurden nicht ausbalancierte Rangordnungsfragen und Ratingskalen ausgeschlossen.

Die Inklusion von Rangordnungsfragen und Ratingskalen mit ausschließlich positiv bezifferten Antwortoptionen bzw. Ausschluss von Rangordnungsfragen und Ratingskalen mit bezifferten Antwortoptionen, die den Minus-Bereich inkludieren (z. B. (-2) (-1) (0) (+1) (+2) anstelle von (1) (2) (3) (4) (5)), ist schließlich darin begründet, dass diese formal adäquaten Skalierungen unterschiedliches Antwortverhalten provozieren. So scheuen sich Befragte eher davor, negativ bezifferte Antwortoptionen zu wählen und weichen auf mit Null oder positiv bezifferte Antwortoptionen aus (Hippler et al., 1991; Porst, 2008). Mittels der oben genannten Selektionskriterien wurde sodann eine aus insgesamt 1.304 Fragen bestehende (SDG 02 „Kein Hunger“: $n = 168$; SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“: $n = 472$; SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“: $n = 664$) Analyse-Substichprobe gebildet. Zur Auswertung wurden die berichteten Studienergebnisdaten in eine vergleichbare Metrik konvertiert. Das Analysedatum je Frage entsprach dieser Metrik zufolge bei Einfach-Auswahlfragen und (ursprünglichen) Mehrfach-Auswahlfragen den relativen Häufigkeiten, die auf die jeweils zustimmende(n) Antwortoption(en) entfallen (Ausnahme: Negativfragen/Ablehnung). Bei Rangordnungsfragen und Ratingskalen wurden die relativen Häufigkeiten der zustimmenden, positiven Antworten kumuliert (Ausnahme: Negativfragen/Ablehnung).

vollumfänglich vorgebeugt werden. Durch das siebte Kriterium – die Inklusion von ausschließlich positiv bezifferten Antwortoptionen – wird zumindest die durch negative Bezifferung potenzielle Verstärkung des Verzerrungseffekts minimiert.

B.II Analyse

Im folgenden Unterkapitel wird zunächst die Verteilung der erfassten Fragen auf alle 17 SDGs betrachtet, um einen Eindruck über die thematischen Fokusse der selektierten Studien zu gewinnen. Anschließend werden die drei fokussierten SDGs (SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) einer vertiefenden Analyse unterzogen, bei der die Frageninhalte und das Antwortverhalten der befragten Personen in den Einstellungs- und Kenntnisdimensionen genauer durchdrungen werden.

B.II.1 Nachhaltigkeitsbewusstsein im Fokus bevölkerungsrepräsentativer Studien

Die rein quantitative Betrachtung der Fragenzuordnungen zu den SDGs lässt bereits eine gewisse Fokussierung auf vier SDGs erkennen, wobei darauf hinzuweisen ist, dass pro Frage mehrere SDG-Zuordnungen, jedoch maximal drei vorgenommen wurden (siehe Kapitel B.I.2.3.1). So können 1.022 der 3.101 selektierten Fragen und damit ein Drittel dieser (33,0 %) dem Zielbereich des SDG 16 „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ zugeordnet werden. Jede vierte Frage (25,2 %; $n = 783$) weist auch Bezüge zu dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ auf. Ebenfalls können 19,1 Prozent ($n = 592$) der Fragen thematisch dem SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ zugeordnet werden, gefolgt vom SDG 10 „Weniger Ungleichheiten“ mit 16,2 Prozent ($n = 501$).

Auf die restlichen SDGs entfallen maximal 9,9 Prozent der Fragen. Dabei wurden den Zielbereichen „Keine Armut“ (SDG 01), „Kein Hunger“ (SDG 02), „Bezahlbare und saubere Energie“ (SDG 07), „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“ (SDG 08), „Industrie, Innovation und Infrastruktur“ (SDG 09), „Nachhaltige Städte und Gemeinden“ (SDG 11), „Maßnahmen zum Klimaschutz“ (SDG 13), „Leben unter Wasser“ (SDG 14), „Leben an Land“ (SDG 15) sowie „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“ (SDG 17) noch mindestens 5,4 Prozent der selektierten Fragen zugeordnet. Am seltensten wiesen Fragen thematische Bezüge zu den Zielbereichen „Hochwertige Bildung“ (SDG 04), „Geschlechtergerechtigkeit“ (SDG 05) und „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ (SDG 06) auf, wobei letzteres mit nur 14 zugeordneten Fragen (0,5 %) den geringsten Fragenanteil aufweist (siehe Tabelle 9).

SDG	Anzahl	Anteil (alle Fragen)
SDG 01 Keine Armut	247	8,0 %
SDG 02 Kein Hunger	237	7,6 %
SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	592	19,1 %
SDG 04 Hochwertige Bildung	142	4,6 %
SDG 05 Geschlechtergerechtigkeit	86	2,8 %
SDG 06 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	14	0,5 %
SDG 07 Bezahlbare und saubere Energie	191	6,2 %
SDG 08 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	307	9,9 %
SDG 09 Industrie, Innovation und Infrastruktur	279	9,0 %
SDG 10 Weniger Ungleichheiten	501	16,2 %
SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden	289	9,3 %
SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	783	25,2 %
SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz	308	9,9 %
SDG 14 Leben unter Wasser	169	5,4 %
SDG 15 Leben an Land	284	9,2 %
SDG 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	1022	33,0 %
SDG 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	292	9,4 %
Übergeordnet	2	0,1 %

Tabelle 9: Fragenzuordnung zu SDGs

B.II.2 Ausprägung des Nachhaltigkeitsbewusstseins in fokussierten SDGs

Im Folgenden werden die Frageninhalte und das Antwortverhalten der Befragten in den drei fokussierten SDGs – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ sowie SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – detaillierter analysiert. Die Zielbereiche „Gesundheit und Wohlergehen“ (SDG 03) sowie „nachhaltige/r Konsum und Produktion“ (SDG 12) schienen gemäß der rein quantitativen Fragensauszählung häufig durch Fragen in den selektierten Studien adressiert zu werden. So bilden jeweils 592 (SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“) bzw. 783 (SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) erfasste Fragen die Grundlage für die weitere Analyse. Mit dem Zielbereich „Kein Hunger“ (SDG 02) wird das Antwortverhalten in einem SDG ausgewertet, welchem vergleichsweise wenige Fragen zuzuordnen waren. Für die vertiefende Analyse stehen dazu 237 erfasste Fragen zur Verfügung.

B.II.2.1 SDG 02 | Kein Hunger

Im Folgenden werden die Ausprägungen der Einstellung und Kenntnis für das SDG 02 „Kein Hunger“ näher betrachtet. Die insgesamt 237 zugeordneten Fragen wurden dazu einerseits in Sub-Ziele dieses Nachhaltigkeitszielbereiches unterteilt und den verschiedenen Einstellungs- und Kenntnisdimensionen entsprechend differenziert.

Innerhalb SDG 02 „Kein Hunger“ können die meisten Fragen dem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ zugeordnet werden ($n = 168$). Dies entspricht ca. 70 Prozent der Fragen, die dem SDG 02 „Kein Hunger“ insgesamt zugeordnet wurden. Darüber hinaus sind auch die Sub-Ziele 2.1 „Ganzjähriger Zugang zu Nahrung“ ($n = 24$) und 2.2 „Keine Fehlernährung“ ($n = 30$) mit rund jeweils zehn Prozent der Fragen innerhalb dieses SDGs ebenfalls verstärkt in den selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien adressiert worden. Alle anderen Sub-Ziele dieses SDGs liegen bei unter fünf Prozent der Fragenzuordnung innerhalb des SDG 02 „Kein Hunger“, wobei den Sub-Zielen 2.a „Stärkung der Landwirtschaft in Entwicklungsländern“ und 2.b „Keine Handelsproblematiken auf globalen Agrarmärkten“ überhaupt keine der erfassten Fragen primär zugeordnet werden konnten. Eine Übersicht der Verteilung der Fragen zu den Sub-Zielen des SDG 02 „Kein Hunger“ kann Tabelle 10 entnommen werden.

SDG 02 Kein Hunger	Anzahl	Anteil (alle Fragen)	Anteil (SDG 02)
2.1 Ganzjähriger Zugang zu Nahrung	24	0,8 %	10,1 %
2.2 Keine Fehlernährung	30	1,0 %	12,7 %
2.3 Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten	9	0,3 %	3,8 %
2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	168	5,4 %	70,9 %
2.5 Genetische Vielfalt von Flora/Fauna	2	0,1 %	0,8 %
2.a Stärkung der Landwirtschaft in Entwicklungsländern	2	0,0 %	0,0 %
2.b Keine Handelsproblematiken auf globalen Agrarmärkten	0	0,0 %	0,0 %
2.c Transparenter Markt für Nahrungsmittelrohstoffe	1	0,0 %	0,4 %
2.0 Übergeordnet im SDG	3	0,1 %	1,3 %
Gesamt	237	7,6 %	100 %

Tabelle 10: Fragenzuordnung zu SDG 02 „Kein Hunger“

Betrachtet man die Fragen in SDG 02 „Kein Hunger“ im Hinblick auf ihre Verteilung innerhalb der Einstellungs- und Kenntnisdimensionen, ist festzustellen, dass mehr als die Hälfte der Fragen den Einstellungsdimensionen zuzuordnen ist und dort insbesondere Fragen, welche die Relevanzbewertungen oder Forderungen der Befragten erfassen (159 von 237 Fragen; 67,1 %), vertreten sind. Auch zeigt sich

dieses Muster bei der Einzelbetrachtung der verschiedenen Sub-Ziele. So sind beispielhaft alle ($n = 30$) dem Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ zugeordneten Fragen einstellungsbezogen und auch die Einstellungsdimension „Relevanz/Forderung“ macht mit 70 Prozent ($n = 21$) den überwiegenden Anteil dieser aus. Generell fällt bei diesem SDG auf, dass relativ wenige Kenntnisfragen in den selektierten Studien gestellt wurden. Insgesamt können nur 15 Fragen im gesamten SDG 02 „Kein Hunger“ eingeordnet werden, was weniger als zehn Prozent aller Fragen aus diesem SDG entspricht. Wie genau sich die Fragen differenziert nach Einstellungs- und Kenntnisdimensionen über die einzelnen Sub-Ziele des SDG 02 „Kein Hunger“ verteilen, kann der Tabelle 11 entnommen werden.

SDG 02 Kein Hunger	Anzahl	Einstellung				Kenntnis		
		Relevanz/Forderung	Affektives Gesamturteil	Sorge/Risiko	Konative Einstellung	Wissen um Existenz	Wissen um Inhalte	Informationsbedarf
2.1 Ganzjähriger Zugang zu Nahrung	24	21	-	3	-	-	-	-
2.2 Keine Fehlernährung	30	21	4	3	2	-	-	-
2.3 Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten	9	6	2	-	-	1	-	-
2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	168	106	24	13	11	5	2	7
2.5 Genetische Vielfalt von Flora/Fauna	2	1	-	1	-	-	-	-
2.a Stärkung der Landwirtschaft in Entwicklungsländern	0	-	-	-	-	-	-	-
2.b Keine Handelsproblematiken auf globalen Agrarmärkten	0	-	-	-	-	-	-	-
2.c Transparenter Markt für Nahrungsmittelrohstoffe	1	1	-	-	-	-	-	-
2.0 Übergeordnet im SDG	3	3	-	-	-	-	-	-
Gesamt	237	159	30	20	13	6	2	7

Tabelle 11: Fragenzuordnung zu SDG 02 – Einordnung in Einstellungs- und Kenntnisdimensionen

Der Fokus innerhalb des SDG 02 „Kein Hunger“ liegt auf dem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“. Wie bereits zuvor erwähnt, sind Überschneidungen und Zusammenhänge zwischen den SDGs herstellbar, die die Komplexität der Nachhaltigkeitshemen abbilden, jedoch eine Analyse der Ziele und Sub-Ziele erschweren. Insbesondere das in diesem Kapitel angesprochene SDG 02

„Kein Hunger“ und im Speziellen das Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ zeigt große Überschneidungen mit den Zielbereichen in SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“. Analysiert man diesen Zusammenhang im Rahmen der Fragenverteilung, zeigt sich, dass insgesamt zwischen SDG 02 „Kein Hunger“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ eine Überschneidung von 190 Fragen vorliegt. Dies entspricht 80,2 Prozent aller Fragen aus SDG 02 „Kein Hunger“ und 24,2 Prozent aller Fragen aus SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“. Im Speziellen für das Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ überschneiden sich 156 Fragen mit SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“, was 92,9 Prozent aller Fragen aus Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ entspricht. Entsprechend lassen sich fast alle Fragen aus dem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ in den Fragen, die ebenfalls SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet sind, wiederfinden.

Vor dem Hintergrund, dass die meisten Fragen innerhalb des SDG 02 „Kein Hunger“ dem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ zuordenbar sind, diese jedoch überwiegend auch dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet wurden und dieses Sub-Ziel noch detaillierter analysiert wird, wird im Fortgang das am zweithäufigsten zuordenbare Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ tiefergehend analysiert. Die Auswertungen zu den anderen Sub-Zielen des SDG 02 „Kein Hunger“ sind in Anlage 5 zu finden.

Highlight #1

Sub-Ziel 2.2 | Keine Fehlernährung

Um die Nachhaltigkeitseinstellung und -kenntnis der Menschen in Deutschland valide auswerten zu können, konnten nur spezifische Fragetypen, die eine Vergleichbarkeit zwischen den Daten der Studien zulassen, in die Analyse inkludiert werden. In Kapitel B.1.2.3.2 sind die Kriterien und Gründe für die notwendige Selektion ausgeführt. Für Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ waren 22 der 30 Fragen für eine valide Analyse nutzbar, wobei die nicht verwendeten Fragen insbesondere aus den Einstellungsdimensionen „Relevanz/Forderung“ und „Sorge/Risiko“ exkludiert werden mussten. Es konnten jedoch weiterhin alle Dimensionen, die bereits vor der Substichproben-Vorbereitung Fragen beinhalteten, ausgewertet werden.

2.2 Keine Fehlernährung		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	15
	affektives Gesamturteil	4
	Sorge/Risiko	1
	konative Einstellung	2
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		22

die Farbskala repräsentiert die Zustimmungsteile der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

Tabelle 12: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“

Zunächst ist festzustellen, dass sich alle Fragen zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ auf die Einstellungsdimensionen beziehen (siehe Tabelle 12). Demnach konnten zu den Kenntnisdimensionen innerhalb der selektierten Studien keine Fragen identifiziert werden. Das Bewusstsein für diesen Nachhaltigkeitszielbereich scheint bei den Menschen in Deutschland insgesamt mittelstark ausgeprägt zu sein, wobei einer Forderung und Relevanz dieses Zielbereiches größtenteils zugestimmt wird. Jedoch scheinen die affektive Gesamteinstellung sowie wahrgenommene Sorgen und Risiken zu diesem Bereich im Vergleich dazu weniger stark ausgeprägt und auch konativen Einstellungsfragen stimmen weniger Befragte zu.

Im Hinblick auf die konative Einstellung gegenüber diesem Nachhaltigkeitszielbereich zeigt sich bei etwas mehr als der Hälfte der Befragten eine positive Handlungseinstellung. So scheint mindestens die Hälfte der Befragten auf gesunde Ernährung zu achten (53 %) und selbst bei höheren Kosten auf diese weiterhin Wert zu legen (66 %). Ähnlich sieht es bei der Sorge und dem wahrgenommenen Risiko in diesem Nachhaltigkeitszielbereich aus. So bestehen bei etwas weniger als der Hälfte der Befragten Sorgen vor verunreinigtem Trinkwasser (46 %). Das Bewusstsein für potenzielle Risiken oder Sorgen in diesem Nachhaltigkeitszielbereich ist daher wahrscheinlich bei den meisten Menschen in Deutschland weniger stark ausgeprägt.

Eine etwas breitere Streuung der Zustimmung zeigt sich in der Einstellungsdimension des affektiven Gesamturteils. Diese Zustimmungswerte liegen zwar nicht in den Extrembereichen, jedoch scheinen je nach Fragestellung nur ca. ein oder zwei Drittel der Befragten den entsprechenden Fragen zuzustimmen. Während also mindestens die Hälfte der Befragten sowohl proaktive staatliche Eingriffe in Bezug auf gesunde Ernährung (62 %) als auch neue Proteinquellen (51 %) befürwortet, finden Innovationen im Bereich Lebensmittel wie z. B. Nutrigenomik (42 %) oder Nanotechnologien (29 %) eher weniger Anklang. Betrachtet man die Fragestellungen im Detail, zeigt sich, dass sich die beiden niedrigen Zustimmungswerte auf Innovationen in diesem Sektor beziehen. Dies könnte niedrigere Zustimmungswerte erklären, da den Befragten diese Innovationen ggf. nicht geläufig waren.

Besonders aufschlussreich scheint jedoch die Einstellungsdimension der Relevanz und Forderung zu sein. Bis auf ein Studienergebnis haben die meisten Fragestellungen relativ hohe Zustimmungswerte von über

40 Prozent erhalten. Um darzustellen, welche Aspekte in diesem Bereich thematisiert werden, gibt Abbildung 4 die übergeordneten Kategorien wieder, die in Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ angesprochen werden. Dabei werden Themen wie gesunde Ernährung (Bedeutung im Alltag: 81 %; qualitativ hochwertige Lebensmittel: 68 %; verbesserte Nährstoffzusammensetzung: 66 %; Relevanz der Ernährung im Allgemeinen: 63 %; Produkte gegen die mangelhafte Versorgung mit bestimmten Nährstoffen: 61 %; gesundheitlicher Zusatznutzen von Lebensmitteln: 60 %), Kennzeichnung von gesunden Lebensmitteln (d. h. Kennzeichnung von gesunden Lebensmitteln im Allgemeinen: 74 %; verlässliche Informationen zu gesundheitlichen Auswirkungen: 66 %), nachhaltige Produktion (nachhaltige Bewirtschaftung von natürlichen Ressourcen: 92 %; innovative Strategien zur ressourcenschonenden Herstellung: 73 %), sauberes Grundwasser (82 %) sowie Unterstützung der Bevölkerung bei der gesunden Ernährung durch den Staat (bis zu¹⁶ 62 %) angesprochen. Dies deutet an, dass Fehlernährung als relevanter Nachhaltigkeitszielbereich den Menschen in Deutschland größtenteils bewusst zu sein scheint, was sich u. a. durch entsprechende Forderungen äußert. Da insbesondere eine Frage geringere Zustimmungswerte von 20 Prozent erfasst hat, wird diese im Nachgang genauer betrachtet. Die Frage stammt aus der Erhebung *Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen* (Zühlsdorf et al., 2018) und lautet: „Wie stehen Sie grundsätzlich dazu, dass der Staat stärker eine gesunde Ernährung fördert. Was denken Sie? – Da es mir schwerfällt, mich gesund zu ernähren, sollte der Staat dabei helfen“. Es wird in dieser Frage die Einschätzung des eigenen Verhaltens mit einer Forderung an den Staat verknüpft. Dies bedingt das Antwortverhalten der Befragten, da eine Forderung nach Unterstützung durch den Staat zunächst an die eigene Verhaltenseinschätzung geknüpft ist. Entsprechend stimmen dieser bedingten Frageformulierung ggf. weniger Befragte zu als bei einer Frage, die nur auf die Forderung an den Staat zur Förderung gesunder Ernährung abzielt.



Abbildung 4: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“

¹⁶ Der Ausdruck „bis zu“ bedeutet im Folgenden, dass es mehrere Fragen mit verschiedenen Zustimmungswerten zu diesem Thema gab, sodass an dieser Stelle nur jeweils der höchste Zustimmungswert angegeben wird.

Im Verhältnis zu manchen SDG-Bereichen wie SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ oder SDG 16 „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ können zu SDG 02 „Kein Hunger“ nur relativ wenige Fragen zugeordnet werden. Mit ca. 250 Fragen wird es jedoch in der Quantität wie die meisten SDGs erfasst. Darüber hinaus befassen sich die meisten Fragen, die zu SDG 02 „Kein Hunger“ zugeordnet werden können, mit einem Sub-Ziel, welches zum Großteil ebenfalls durch ein anderes SDG (SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) erfasst wird. Spezifische Fragestellungen zu anderen Sub-Zielen innerhalb dieses SDGs bleiben dagegen wenig oder gar nicht betrachtet. Mit Fokus auf das Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ zeigt sich, dass insbesondere die Einstellungsdimensionen derzeit durch bevölkerungsrepräsentative Befragungen abgedeckt wird.

B.II.2.2 SDG 03 | Gesundheit und Wohlergehen

Im Folgenden werden die Ausprägungen zur Einstellung und Kenntnis für das SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ näher betrachtet. Die insgesamt 592 zugeordneten Fragen wurden dazu in Sub-Ziele dieses Nachhaltigkeitszielbereiches unterteilt und basierend darauf wurden die verschiedenen Einstellungs- und Kenntnisausprägungen differenziert analysiert. Zu diesem SDG wurden 19,1 Prozent aller erfassten Fragen zugeordnet, womit es überdurchschnittlich gut durch die Fragen im Vergleich zu den meisten SDGs abgedeckt ist.

Bis auf das Sub-Ziel 3.1 „Senkung der Müttersterblichkeit“ kann zu allen Sub-Zielen in diesem SDG mindestens eine Frage zugeordnet werden. 44,6 Prozent der Fragen innerhalb dieses SDGs können dabei dem Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ zugeordnet werden und stellen damit den Fokus innerhalb dieses SDGs dar. Dieses Sub-Ziel wird mit 264 Fragen erfasst und beinhaltet damit mehr Fragen als das SDG 02 „Kein Hunger“ insgesamt enthält. Dies verdeutlicht noch einmal die starken Ungleichheiten in der derzeitigen Studienlage. Ein weiterer Schwerpunkt in der Fragenzuordnung liegt in Sub-Ziel 3.8 „Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung“, das mit 169 Fragen erfasst wird (28,5 % der Fragen aus SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“). Zu allen anderen Sub-Zielen können ca. ein bis fünf Prozent der Fragen innerhalb des SDG zugeordnet werden und drei Sub-Ziele werden sogar nur durch fünf oder weniger Fragen erfasst (Sub-Ziele 3.2 „Senkung vermeidbarer Todesfälle bei Kindern“, 3.5 „Kein Suchtstoffmissbrauch/Alkohol“, 3.b „Forschung und Zugang zu Impfstoffen und Medikamenten für Krankheiten, von denen hauptsächlich Entwicklungsländer betroffen sind“ und 3.c „Gesundheitsfinanzierung und Gesundheitsfachkräfte in Entwicklungsländern“). Eine Übersicht der Verteilung der Fragen zu den Sub-Zielen aus SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ kann Tabelle 13 entnommen werden.

SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	Anzahl	Anteil (alle Fragen)	Anteil (SDG 03)
3.1 Senkung der Müttersterblichkeit	0	0,0 %	0,0 %
3.2 Senkung vermeidbarer Todesfälle bei Kindern	5	0,2 %	0,8 %
3.3 Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten	47	1,5 %	7,9 %
3.4 Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten	264	8,5 %	44,6 %
3.5 Kein Suchtstoffmissbrauch/Alkohol	3	0,1 %	0,5 %
3.6 Weniger Verkehrsunfälle	19	0,6 %	3,2 %
3.7 Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung	10	0,3 %	1,7 %
3.8 Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung	169	5,4 %	28,5 %
3.9 Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen	25	0,8 %	4,2 %
3.a Kein Tabakgebrauch	20	0,6 %	3,4 %
3.b Forschung und Zugang zu Impfstoffen und Medikamenten für Krankheiten, von denen hauptsächlich Entwicklungsländer betroffen sind	1	0,0 %	0,2 %
3.c Gesundheitsfinanzierung und Gesundheitsfachkräfte in Entwicklungsländern	2	0,1 %	0,3 %
3.d Kapazitäten in den Bereichen Frühwarnung, Risikominderung und Risikomanagement ausbauen	15	0,5 %	2,5 %
3.0 Übergeordnet im SDG	12	0,4 %	2,0 %
Gesamt	592	19,1 %	100,0 %

Tabelle 13: Fragenzuordnung zu SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“

Betrachtet man die Fragen in SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ im Hinblick auf ihre Verteilung innerhalb der Einstellungs- und Kenntnisdimensionen, zeigt sich, wie auch bereits bei SDG 02 „Kein Hunger“, dass die meisten Fragen den Einstellungsdimensionen zuzuordnen sind, insbesondere der Relevanz und Forderung ($n = 209$). Zudem lässt sich etwa ein Viertel der Fragen der Kenntnis zuordnen (144 von 592 Fragen; 24,3 %), wobei ein Drittel der Fragen in diesem Konstrukt und entsprechenden Untergliederungsdimensionen insbesondere in Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ liegt (34,0 %). Für die meisten Sub-Ziele innerhalb dieses SDGs konnten jedoch erneut keine Fragen in die Kenntnisdimensionen eingeordnet werden. So konnten zu acht von 13 Sub-Zielen keine und bei einem weiteren Sub-Ziel lediglich drei Kenntnisfragen zugeordnet werden. Wie genau sich die Einstellungs- und Kenntnisdimensionen über die einzelnen Sub-Ziele des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ verteilen, kann Tabelle 14 entnommen werden.

SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	Anzahl	Einstellung				Kenntnis			
		Relevanz/Forderung	Affektives Gesamturteil	Sorge/Risiko	Konative Einstellung	Wissen um Existenz	Wissen um Inhalte	Wissen um Existenz oder Inhalte	Informationsbedarf
3.1 Senkung der Müttersterblichkeit	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.2 Senkung vermeidbarer Todesfälle bei Kindern	5	1	3	1	-	-	-	-	-
3.3 Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten	47	7	3	15	-	6	15	-	1
3.4 Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten	264	74	15	67	37	32	33	5	1
3.5 Kein Suchtstoffmissbrauch/Alkohol	3	-	-	2	1	-	-	-	-
3.6 Weniger Verkehrsunfälle	19	7	-	9	3	-	-	-	-
3.7 Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung	10	9	-	1	-	-	-	-	-
3.8 Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung	169	82	20	23	13	19	11	-	1
3.9 Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen	25	13	-	8	1	3	-	-	-
3.a Kein Tabakgebrauch	20	8	1	10	1	-	-	-	-
3.b Forschung und Zugang zu Impfstoffen und Medikamenten für Krankheiten, von denen hauptsächlich Entwicklungsländer betroffen sind	1	1	-	-	-	-	-	-	-
3.c Gesundheitsfinanzierung und Gesundheitsfachkräfte in Entwicklungsländern	2	2	-	-	-	-	-	-	-
3.d Kapazitäten in den Bereichen Frühwarnung, Risikominderung und Risikomanagement ausbauen	15	-	1	-	1	4	1	8	-
3.0 Übergeordnet im SDG	12	5	1	2	-	-	4	-	-
Gesamt	592	209	44	138	57	64	64	13	3

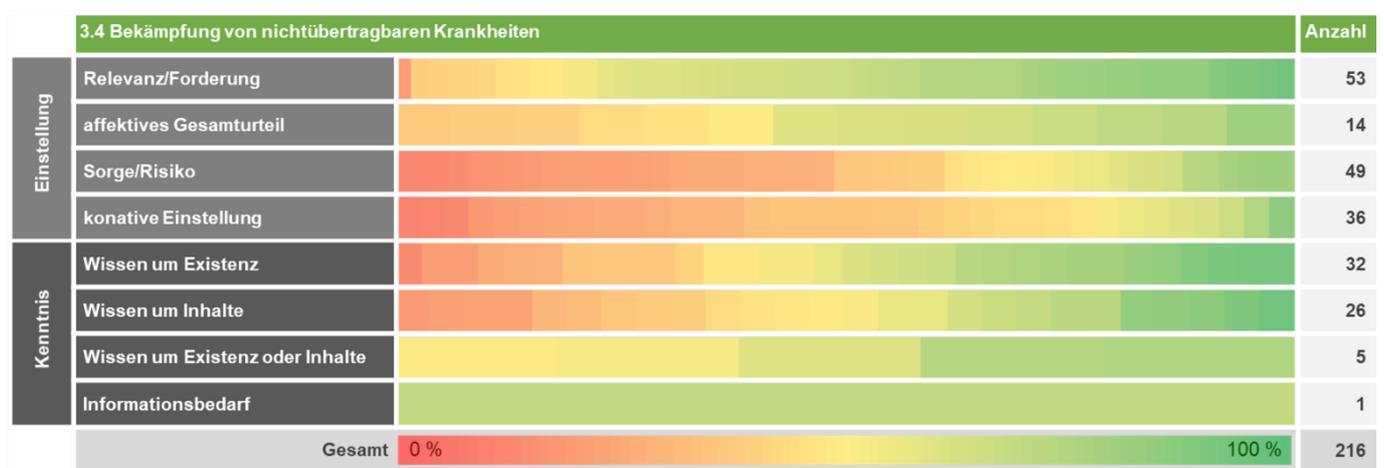
Tabelle 14: Fragenzuordnung zu SDG 03 – Einordnung in Einstellungs- und Kenntnisdimensionen

Da insbesondere zu Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ relativ viele Fragen in allen Einstellungs- und Kenntnisdimensionen vorliegen, wird dieses im Nachgang genauer betrachtet. Die gleiche Auswertung in tabellarischer Form für die anderen Sub-Ziele in SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ sind im Anhang 6 zu finden.

Highlight #2

Sub-Ziel 3.4 | Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten

Für die valide Auswertung der Nachhaltigkeitseinstellung und -kenntnis der Menschen in Deutschland wurden erneut nur Fragetypen inkludiert, die eine studienübergreifende Vergleichbarkeit zulassen. Insgesamt konnten so innerhalb des Sub-Ziels 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ 216 von 264 Fragen qualitativ ausgewertet werden. In Kapitel B.I.2.3.2 sind die Kriterien und Gründe für die notwendige Selektion ausgeführt.



die Farbskala repräsentiert die Zustimmungssanteile der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

Tabelle 15: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“

In Bezug auf die Bewusstseinsdimensionen zeigt sich, dass vor allem in der Einstellungsdimension der Relevanz und Forderungen überwiegend hohe Zustimmungswerte vorhanden sind, was die Wichtigkeit der Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten für die Menschen in Deutschland verdeutlicht. Dahingegen fallen die Zustimmungswerte in den Einstellungsdimensionen der Sorgen und Risiken sowie der konativen Einstellung eher gering aus. Innerhalb der Kenntnisdimensionen zeigt sich eine vergleichsweise breite Streuung in den Zustimmungswerten, was auf verschieden stark ausgeprägte/s Kenntnisse und inhaltliches Wissen je nach Thema hindeuten könnte.

Insgesamt lässt sich erkennen, dass es eine sehr große Varianz in den Zustimmungswerten gibt, die teilweise von ca. zehn bis 90 Prozent schwanken. Anhand dieser lässt sich bereits erahnen, dass die Bezugsobjekte ggf. stark unterschiedlich sind und sich weniger auf spezifische Krankheitsbilder beschränken, sondern eher auf generelle Maßnahmen zur Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten beziehen. Um einen Überblick über die Bezugsobjekte zu erhalten, die innerhalb dieses Sub-Ziels thematisiert werden, zeigt Abbildung 5 eine Zusammenstellung dieser auf. Der Großteil der Fragen konnte dabei grob den

thematischen Bereichen „gesunde Ernährung“ ($n = 148$) und „Strahlung“ ($n = 47$) zugeordnet werden, während die restlichen Fragen sich auf die „Kenntnis von Symbolen“, „Gesundheit im Allgemeinen“, „Gewalt“, „Giftstoffe“, „Belästigung durch Lärm“, „mentale Gesundheit“ sowie „Medikamente und Impfstoffe“ verteilen. Im Folgenden werden die einzelnen thematischen Bereiche näher vorgestellt und analysiert.



Abbildung 5: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 2.2 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“

Gesunde Ernährung: Grundsätzlich zeichnet sich ab, dass gesunde Ernährung eine wichtige Rolle für die Befragten spielt (bis zu¹⁷ 81 % Zustimmung). Konkret beinhaltet das, dass Produkte mit einer verbesserten Nährstoffzusammensetzung (66 %), Produkte gegen die mangelhafte Versorgung mit bestimmten Stoffen (61 %) sowie Lebensmittel mit einem gesundheitlichen Zusatznutzen (60 %) sich eines scheinbar großen Zuspruchs erfreuen. So wäre ein großer Teil der Befragten bereit, mehr für gesunde und umweltfreundliche Lebensmittel auszugeben (86 %) bzw. scheint weiterhin Wert auf gesunde Ernährung zu legen, auch wenn diese mehr kostet (66 %). Darüber hinaus geben 53 Prozent der Befragten an, bereits aktiv auf gesunde Ernährung zu achten. Im Detail werden dabei folgende Ziele beim Verzehr von Lebensmitteln bewusst und aktiv verfolgt (in absteigender Reihenfolge): weniger Zucker (bis zu 62 %), mehr Obst und Gemüse (60 %), weniger künstliche Zusatzstoffe (44 %), weniger Fett (bis zu 44 %), weniger Fertiggerichte (41 %), mehr Vitamine (39 %), weniger industriell verarbeitete Lebensmittel und Konservierungsstoffe (jeweils 35 %), weniger Kalorien (bis zu 35 %), weniger Süßungsmittel oder Süßstoffe (34 %), weniger Salz (29 %), weniger Fleisch (27 %), mehr Bio-Lebensmittel (25 %), insgesamt weniger essen und trinken (24 %), mehr Proteine (21 %), weniger Allergene (12 %) und weniger Koffein (10 %). Lediglich 22 Prozent der Befragten versuchen alles bei der Ernährung zu vermeiden, was der Gesundheit schadet.

Eine Möglichkeit zur Hilfestellung bei der gesunden Ernährung stellt die Kennzeichnung von gesunden Lebensmitteln dar. Auch innerhalb der selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien zeigt sich, dass die

¹⁷ Der Ausdruck „bis zu“ bedeutet im Folgenden, dass es mehrere Fragen mit verschiedenen Zustimmungswerten zu diesem Thema gab, sodass an dieser Stelle nur jeweils der höchste Zustimmungswert angegeben wird.

Menschen in Deutschland durchaus ein Bedürfnis nach weiterführenden Informationen zu Lebensmitteln haben. In Bezug auf bereits vorhandene, gesetzlich vorgeschriebene Angaben auf Lebensmittelverpackungen, scheinen Hinweise auf „ohne Gentechnik“ (bis zu 95 % Zustimmung), das Zutatenverzeichnis (83 %), das Mindesthaltbarkeitsdatum (81 %), Allergene (75 %), weitere spezielle Angaben (z. B. zum erhöhten Koffeingehalt) (66 %) sowie Nährwertangaben (59 %) für die Befragten wichtig zu sein. Zudem scheinen verlässliche Informationen zu allgemeinen gesundheitlichen Auswirkungen (74 %) sowie dazu, ob das Lebensmittel bei falschem Umgang gesundheitlich problematisch sein könnte (z. B. bei hohem Koffeingehalt) (66 %) von Relevanz für die Befragten zu sein. Darüber hinaus scheint ein Wunsch nach Informationen zur Nachhaltigkeit von Lebensmitteln (89 %) zu bestehen, ggf. auch in Form eines Labels, welches auf einen Blick auf gesunde, nachhaltige Lebensmittel hinweist (84 %). Dahingegen scheint nur 41 Prozent der Befragten der freiwillige Hinweis auf vegetarische bzw. vegane Produkte wichtig zu sein. Dies könnte womöglich damit zusammenhängen, dass die Menschen in Deutschland gegenüber technologischen Innovationen im Lebensmittelbereich eher skeptisch eingestellt zu sein scheinen, da nur 34 Prozent der Befragten diese befürworten und beispielsweise nur 47 Prozent der Befragten sich für die Nutzung von Alternativproteinen (z. B. Insekten) als Lebensmittel für Menschen aussprechen. Ebenso können sich nur 45 Prozent der Befragten vorstellen, mobile Apps für Ernährungsempfehlungen, Rezept- und Produktvorschläge zur Förderung einer allgemein gesünderen Ernährung zu nutzen.

Eine weitere Möglichkeit die Menschen in Deutschland zu einer gesünderen Ernährung zu motivieren, könnten staatliche Eingriffe darstellen. Auch hierzu lassen sich innerhalb der selektierten Studien mehrere Fragen identifizieren. Dabei fallen die Zustimmungswerte zu möglichen staatlichen Maßnahmen in Bezug auf gesunde Ernährung je nach Thematik unterschiedlich hoch aus, wobei die meisten Fragen sich explizit auf zuckerhaltige Lebensmittelprodukte beziehen. Das Antwortverhalten deutet darauf hin, dass die Menschen in Deutschland vor allem staatliche Eingriffe bei dem Verkauf und der Vermarktung von zuckerhaltigen Lebensmitteln an Kinder (z. B. Verbot von Zucker in Getränken für Kinder und Säuglinge: 73 %; verpflichtende Lebensmittel-Ampel zum Zuckergehalt: 71 %; Aufklärungskampagnen zu Zucker und zuckerhaltigen Lebensmitteln: 67 %; generelle Verkaufsverbote von stark zuckerhaltigen Lebensmitteln an Schulen: 64 %; Werbeverbot von stark zuckerhaltigen Produkten an Kinder: 60 %) als positiv erachten. Dennoch scheinen 78 Prozent der Befragten auch Bedenken zu haben, dass eine Änderung der Rezeptur (z. B. Senkung des Gehaltes an Zucker, Fett oder Salz) zur Folge hätte, dass bisherige Zutaten durch andere Stoffe wie Süßstoffe oder Geschmacksverstärker ersetzt werden. Nichtsdestotrotz scheint die Förderung von gesunden Lebensmitteln durch den Staat (62 %) sowie deren klare Kennzeichnung (81 %) stark befürwortet zu werden. Stark regulatorische Maßnahmen wie eine Steuer (40 %) oder verpflichtende Hinweise (37 %) auf stark zuckerhaltige Lebensmittel finden dahingegen eher wenig Zustimmung.

In Bezug auf die Einstellungsdimension der Relevanz und Forderung zeigen sich ähnliche Zustimmungswerte. Primär finden dabei Forderungen nach staatlichen Eingriffen bei dem Verkauf und der Vermarktung von ungesunden Lebensmitteln Zustimmung (z. B. Werbeverbote für ungesunde Lebensmittel: 79 %; verpflichtende Lebensmittel-Ampel zum Zuckergehalt: 70 %; keine einseitige Beeinflussung durch das

Marketing der Lebensmittelindustrie: 65 %), wobei erneut vor allem Maßnahmen in Bezug auf Kinder und Säuglinge im Vordergrund stehen (z. B. gesetzliche Höchstwerte für Zucker, Fett und Salz in für Kinder gedachte Lebensmitteln: 83 %; Verbot von Zucker in Getränken für Kinder und Säuglinge: 71 %; generelle Verkaufsverbote von stark zuckerhaltigen Lebensmitteln an Schulen: 64 %; Werbeverbot von stark zuckerhaltigen Produkten an Kinder: 61 %). Ebenso finden Forderungen nach Aufklärung und Bildung zur gesunden Ernährung hohe Zustimmung (z. B. gesunde Ernährung als Pflichtbestandteil in der Schule: 81 %; Aufklärungskampagnen zu Zucker und zuckerhaltigen Lebensmitteln: 69 %; Unterstützung der Bevölkerung hin zu einer gesünderen Ernährung: 62 %). Analog zur Einstellungsdimension des affektiven Gesamturteils zeigt sich in diesem Zusammenhang ebenfalls eine eher geringe Zustimmung zu Forderungen nach stark regulatorischen verbraucherpolitischen Maßnahmen wie höheren Steuern auf Softdrinks (54 %) und stark zuckerhaltige Lebensmittel im Allgemeinen (40 %) oder aktiven Eingriffen des Staates in die Ernährung der Bevölkerung (20 %).

Insgesamt deutet sich an, dass viele Befragte aus Deutschland die Verantwortung vor allem dem Staat, aber auch den Unternehmen zuschreiben und damit wenig eigenen Handlungsbedarf seitens der Zivilgesellschaft sehen. In diesem Zusammenhang zeigen sich weitere Forderungen nach einem Angebot von nachhaltigen (im Sinne von gesunden, umweltfreundlichen) Lebensmitteln in öffentlichen Institutionen (93 %), die proaktive Förderung der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln seitens der Europäischen Union (EU) (84 %) sowie einer Verpflichtung von Unternehmen zu nachhaltigeren Standards in der Produktion und im Handel von Lebensmitteln (79 %). Ebenso stimmt ein Großteil der Befragten der Aussage zu, dass Lebensmittelhersteller selbst proaktiv die Nachhaltigkeitsstandards für ihre Produkte anheben sollten (91 %). Ein weiterer relevanter Aspekt scheinen Lebensmittelpreise zu sein, bei denen in Bezug auf Unternehmen gefordert wird, dass die Preise die realen Kosten für die Gesellschaft abbilden sollten, indem auch Einflüsse auf die Umwelt und die Gesundheit im Zusammenhang mit dem Lebensmittelkonsum einkalkuliert werden (84 %).

In Bezug auf gesunde Ernährung scheint zudem die Lebensmittelsicherheit ein relevantes Thema zu sein, da hierzu die meisten Fragen innerhalb der Thematik der gesunden Ernährung identifiziert werden konnten. So zeigen sich hohe Zustimmungswerte zu Forderungen nach einer Erhöhung der Lebensmittelsicherheit (84 %), was die Relevanz des Themas aus Sicht der Befragten verdeutlicht. Auch auf der EU-Ebene scheint ein großer Teil der Befragten aus Deutschland eine Harmonisierung der Lebensmittelsicherheit zwischen den EU-Mitgliedstaaten zu befürworten (74 %), während 64 Prozent der Meinung sind, Lebensmittelsicherheit solle das Hauptziel der EU-Agrarpolitik sein. Dabei beunruhigen folgende Themenbereiche die Befragten in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit besonders (in absteigender Reihenfolge): Pestizide (bis zu 81 %), Mikroplastik (bis zu 81 %), Gentechnik (bis zu 73 %), Antibiotika (65 %) und Aluminium (bis zu 62 %). Gerade in Bezug auf die Gentechnik zeigen die Zustimmungswerte, dass ein großer Teil der Befragten ein Problem damit hätte, gentechnisch veränderte Lebensmittel zu konsumieren (75 %). Weniger besorgniserregend scheinen dabei im persönlichen Bezug Weichmacher (48 %), Mineralöl (39 %), Schimmelpilzgifte (36 %), Kohlenmonoxid (25 %) sowie der Übergang von weiteren Stoffen von Verpackungen und Behältnissen auf Lebensmittel, wie z. B. Teflon (19 %), Bisphenol A (BPA) (14 %), organische Fluorverbindungen

(12 %), Melamin und Acetaldehyd (jeweils 12 %), zu sein. Vergleicht man die Sorgen der Befragten mit der Kenntnis dieser Themen, zeigt sich, dass diejenigen Bereiche, die den Befragten bekannt sind, häufiger auch mit höheren Sorgen verbunden sind. So zeigen sich im Antwortverhalten der Befragten z. B. sowohl hohe Zustimmungswerte zur Kenntnis von Gentechnik (93 %), Mikroplastik (93 %) und Aluminium (bis zu 85 %) als auch zur Sorge bezogen auf diese Themen. Gleichzeitig scheint das Wissen darüber, was genau bei Lebensmittelwarnungen passiert (21 %), wie gefährlich diese sind (33 %) und wie man sich bei entsprechenden Vorkommnissen verhalten sollte (39 %), eher gering ausgeprägt zu sein. Insgesamt scheinen sich außerdem nur 36 Prozent der Befragten gut über gesundheitliche Risiken von Lebensmittelverpackungen informiert zu fühlen. Dies lässt vermuten, dass lediglich die Kenntnis der Thematiken, verbunden mit gering ausgeprägtem inhaltlichen Wissen zur Verunsicherung und Sorge bei den Menschen in Deutschland bezüglich der Lebensmittelsicherheit führen kann.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Bewusstsein zum Thema „Gesunde Ernährung“ bei den Menschen in Deutschland stark ausgeprägt zu sein scheint. Dabei deutet sich ein Bedürfnis nach weiterführenden Informationen sowie Hilfestellungen zur gesunden Ernährung an, welche z. B. in Form von einer klaren Kennzeichnung von gesunden Lebensmitteln stattfinden könnten. Zudem scheinen staatliche Eingriffe bei der Vermarktung und dem Verkauf von stark zuckerhaltigen Lebensmitteln sowie mehr Aufklärung zur gesunden Ernährung klar befürwortet und gefordert zu werden. Weiterhin wird die Verantwortung auch den Unternehmen größtenteils zugeschrieben, sodass mehr Nachhaltigkeit seitens der Unternehmen durch die befragte Bevölkerung gefordert wird. Dahingegen werden stark regulatorische Eingriffe des Staates eher abgelehnt. Letztlich ist auch Lebensmittelsicherheit von großer Relevanz, wobei eine weiterführende, inhaltliche Aufklärung der Menschen in Deutschland zu diesem Thema notwendig erscheint.

Strahlung: Ein weiterer thematischer Bereich in Bezug auf nichtübertragbare Krankheiten bezieht sich auf verschiedene Arten von Strahlung. In den selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien konnten dabei sowohl Fragen zur nichtionisierenden Strahlung, wozu die optische Strahlung (z. B. UV-Strahlung durch Sonnenlicht), niederfrequente Strahlung (z. B. durch Hochspannungsleitungen) oder hochfrequente Strahlung (z. B. Mobilfunk) gehören, als auch zur ionisierenden Strahlung (z. B. durch Röntgenstrahlung) identifiziert werden. Dabei scheinen die Befragten von den folgenden Arten der Strahlung zumindest schon gehört zu haben (in absteigender Reihenfolge): Erdstrahlung (75 %), hochfrequente Strahlung (74 %), niederfrequente Strahlung (bis zu 60 %), optische Strahlung (52 %) und ionisierende Strahlung (52 %).

Bezüglich des Wissens um Inhalte zeigt sich anhand der selektierten Studien, dass eine weiterführende Aufklärung der Menschen in Deutschland in bestimmten thematischen Bereichen der Strahlung noch möglich zu sein scheint. Obwohl das Wissen unter den Befragten am meisten zur UV-Strahlung ausgeprägt zu sein scheint, existieren auch in diesem Themenbereich inhaltliche Wissenslücken. So wissen zwar die meisten Befragten, dass sie sich vor schädlichen Auswirkungen der UV-Strahlung der Sonne durch das Tragen von langer Kleidung (91 %) und die Nutzung von Sonnencreme mit hohem Lichtschutzfaktor (95 %) schützen können, allerdings weiß nur knapp die Hälfte der Befragten (47 %), dass sie zu ihrem Schutz aus der Sonne

gehen sollten, wenn die Haut anfängt zu brennen. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei ionisierender Strahlung: Während die meisten Befragten wissen, dass radioaktive Stoffe auch in der Natur vorkommen (86 %), Röntgenstrahlung den Körper immer schädigt (72 %) und die größte Belastung durch ionisierende Strahlung von medizinischen Untersuchungen (69 %) und Kernkraftwerken (52 %) ausgeht, wissen nur wenige Befragte, dass auch Radon in Häusern (38 %) sowie natürliche Radioaktivität in Lebensmitteln (19 %) eine potenzielle Belastung darstellen. Auch das Wissen zur Messung von Strahlenschutz in Sievert/Milli-Sievert ist eher gering ausgeprägt (23 % bis 58 %). Zudem weiß nur ungefähr die Hälfte der Befragten in Bezug auf hochfrequente Strahlung, dass die Strahlenbelastung beim Mobilfunk durch das eigene Smartphone höher als durch Mobilfunkmasten ist (57 %) und diese das Erbgut schädigen kann (49 %). Es lässt sich vermuten, dass aufgrund des eher gering ausgeprägten inhaltlichen Wissens ebenso nur maximal die Hälfte der Befragten sich vor hochfrequenter Strahlung durch Mobilfunk schützt, indem das Smartphone nicht am Körper getragen wird (47 %), Smartphones mit möglichst geringer Strahlung genutzt werden (35 %) sowie möglichst nicht bei schlechtem Empfang (29 %), mit Headset (18 %) oder weniger bzw. nur kurz (11 %) telefoniert wird. Auch die Sorge um Strahlung variiert stark je nach thematischem Schwerpunkt (in absteigender Reihenfolge): So scheinen die Befragten vor allem durch radioaktive Belastung durch Kernkraftwerke (74 %), UV-Strahlung durch Sonnenlicht (56 %), Strahlung von Mobilfunkmasten (51 %), Strahlung von Mobiltelefonen, Smartphones und Tablets (51 %) und eher weniger durch Strahlung von Hochspannungsleitungen (39 %), Röntgenstrahlung beim Arzt oder Zahnarzt (37 %), Strahlung beim Fliegen und Mikrowellenstrahlung (jeweils 26 %), natürliche Strahlung durch Radon (23 %) sowie Störfälle in einem Atomkraftwerk (22 %) besorgt zu sein. Gesundheitliche Sorgen scheinen dabei noch weniger ausgeprägt zu sein, sodass weniger als ein Drittel der Befragten sich um gesundheitliche Folgen durch Strahlung durch Mobilfunkmasten (27 %), Strahlung von Smartphones oder Tablets (26 %), Röntgenstrahlung beim Arzt oder Zahnarzt (22 %), Mikrowellenstrahlung (22 %), Strahlung von Hochspannungsleitungen (21 %) sowie Strahlung durch Rundfunk- und/oder TV-Sendemasten (17 %) sorgt. Zusammenfassend scheinen Strahlung und ihre gesundheitlichen Folgen ein moderat bekanntes, aber eher wenig relevantes Thema für die Menschen in Deutschland zu sein.

Weitere Aspekte zur Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten: Die restlichen Fragen zum Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ verteilen sich vereinzelt auf verschiedene Aspekte innerhalb dieses thematischen Bereiches. So scheinen insgesamt 56 Prozent der Befragten darauf zu achten, gesund zu leben, während sogar 66 Prozent körperliche Fitness als wichtig erachten. Im Zusammenhang mit mentaler Gesundheit möchte ein kleiner Teil der Befragten in Zukunft öfter bewusst offline sein (26 %). Bis auf gesundheitliche Folgen von Chemikalien in alltäglichen Produkten (80 %), scheinen die befragten Personen durch andere Auslöser wie Verkehrslärm (29 %), Zahnfüllungen aus Amalgam (27 %), Impfungen (27 %) oder Gewalttaten (z. B. Terroranschlag: 22 %; (Raub-)Überfall: 21 %; Körperverletzung: 18 %) eher wenig besorgt zu sein. Letztendlich scheinen den Befragten rasche Fortschritte in der Krebsforschung (z. B. durch Entwicklung von neuen Medikamenten gegen Krebs) (91 %) sowie ein Verbot von Silvesterfeuerwerk zur Vermeidung von gesundheitlichen Folgen bei Menschen und Tieren (58 %) wichtig zu sein.

B.II.2.3 SDG 12 | Nachhaltige/r Konsum und Produktion

Besonders umfassend sind die Einstellung und Kenntnis für das SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ durch die bisherigen Studien erfasst. Mit insgesamt 785 zugeordneten Fragen entfallen auf dieses SDG ungefähr ein Viertel aller erfassten Fragen. Zur weiteren Analyse wurden die Fragen in Sub-Ziele dieses Nachhaltigkeitszielbereiches unterteilt und basierend darauf wurden die verschiedenen Einstellungs- und Kenntnisausprägungen differenziert analysiert.

Obwohl diesem SDG viele Fragen zugeordnet werden konnten, werden durch diese Fragen nicht alle Sub-Ziele des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ adressiert. So konnten zu den Sub-Zielen 12.1 „Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ und 12.a „Stärkung der wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten in Entwicklungsländern“ keine und zu den Sub-Zielen 12.7 „Nachhaltige öffentliche Beschaffung“ und 12.c „Rationalisierung der Subventionierung fossiler Brennstoffe“ nur zwei Fragestellungen zugeordnet werden. Die meisten Fragestellungen, mit ca. 40 Prozent der Fragen aus SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“, konnten dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ zugeordnet werden. Dies entspricht sogar rund zehn Prozent aller Fragen, die aus den selektierten Studien erfasst wurden. Ebenfalls konnten viele Fragen den Sub-Zielen 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ (14 % der Fragen aus SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) und 12.8 „Einschlägige Informationen und Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung“ (17 % der Fragen aus SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) zugeordnet werden. Darüber hinaus ist festzustellen, dass ein relativ großer Anteil an Fragen eher global dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet werden kann, diese sich jedoch nicht in die Sub-Ziele spezifizieren lassen (13 % der Fragen im SDG). Da SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ ein besonderer Verknüpfungspunkt innerhalb der 17 SDGs ist, können hierzu relativ intuitiv und entsprechend häufig Fragen zugeordnet werden. Dies könnte ein Grund dafür sein, dass viele Fragen diesem SDG zwar zugeschrieben werden können, die Sub-Ziele diese jedoch nicht ganzheitlich abbilden. Das hat darüber hinaus zur Folge, dass sich auch viele andere SDGs mit diesem zentralen Knotenpunkt sachlogisch verbinden lassen. Wie bereits in den Ausführungen zu SDG 02 „Kein Hunger“ dargestellt, lassen sich beispielsweise Fragen aus Sub-Zielen der anderen SDGs, wie z. B. Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“, zu über 90 Prozent in SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ wiederfinden. Daher stellt SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ in dieser studienübergreifenden Analyse eine Besonderheit dar und soll entsprechend anhand von zwei Sub-Zielen etwas genauer untersucht werden. Eine Übersicht der Verteilung der Fragen zu den Sub-Zielen aus SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ kann Tabelle 16 entnommen werden.

SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	Anzahl	Anteil (alle Fragen)	Anteil (SDG 12)
12.1 Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster	0	0,0 %	0,0 %
12.2 Nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung von natürlichen Ressourcen	41	1,3 %	5,2 %
12.3 Weniger Nahrungsmittelverschwendung	9	0,3 %	1,1 %
12.4 Umweltverträglicher Umgang mit Chemikalien und Abfällen	55	1,8 %	7,0 %
12.5 Weniger Abfallaufkommen	111	3,6 %	14,2 %
12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen ^[1]	310	10,0 %	39,6 %
12.7 Nachhaltige öffentliche Beschaffung	2	0,1 %	0,3 %
12.8 Einschlägige Informationen und Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung ^[2]	135	4,4 %	17,2 %
12.a Stärkung der wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten in Entwicklungsländern	0	0,0 %	0,0 %
12.b Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen eines nachhaltigen Tourismus ^[3]	13	0,4 %	1,7 %
12.c Rationalisierung der Subventionierung fossiler Brennstoffe	2	0,1 %	0,3 %
12.0 Übergeordnet im SDG	105	3,4 %	13,4 %
Gesamt	783	25,2 %	100,0 %

^[1] Nachhaltigkeitsinformation als unternehmensseitige Information und Reporting

^[2] interpretiert als konkrete Produktinformation und Bildung, da alle Kenntnisfragen dem Sub-Ziel 12.8 zugeordnet werden können

^[3] interpretiert als nachhaltiger Tourismus; nicht als Beobachtungsinstrument

Tabelle 16: Fragenzuordnung zu SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“

Betrachtet man die Fragen in SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ im Hinblick auf ihre Verteilung innerhalb der Einstellungs- und Kenntnisdimensionen, zeigt sich analog zu SDG 02 „Kein Hunger“ und SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ eine vorwiegende Zuordnung der Fragen zum Einstellungskonstrukt (630 von 783 Fragen; 80,5 %), wobei fast die Hälfte dieser Fragen auf die Dimension der Relevanz und Forderung entfällt ($n = 354$; 45,2 %). Die meisten Fragen zu Relevanz und Forderungen konnten dabei dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ zugeordnet werden ($n = 180$; 50,9 %), welches jedoch auch generell den größten Anteil an Fragen zu SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ ausmacht (39,6 %).

Weiterhin entfällt etwa ein Fünftel der Fragen auf die Kenntnisdimensionen (153 von 783 Fragen; 19,5 %), von denen die meisten dem Sub-Ziel 12.8 „Einschlägige Informationen und Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung“ ($n = 54$; 35,3 %) zugeordnet werden können. Insgesamt konnten in SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ jedoch zu den meisten Sub-Zielen keine Fragen in den Kenntnisdimensionen eingeordnet werden, sodass sechs von zwölf Sub-Zielen keine und einem weiteren Sub-Ziel nur zwei Kenntnisfragen zugeordnet werden. Eine genaue Übersicht über die Verteilung der Fragen in den

Einstellungs- und Kennnisdimensionen über die einzelnen Sub-Ziele des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ kann Tabelle 17 entnommen werden.

SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	Anzahl	Einstellung				Kenntnis			
		Relevanz/Forderung	Affektives Gesamturteil	Sorge/Risiko	Konative Einstellung	Wissen um Existenz	Wissen um Inhalte	Wissen um Existenz oder Inhalte	Informationsbedarf
12.1 Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.2 Nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung von natürlichen Ressourcen	41	21	7	1	12	-	-	-	-
12.3 Weniger Nahrungsmittelverschwendung	9	3	3	-	1	-	2	-	-
12.4 Umweltverträglicher Umgang mit Chemikalien und Abfällen	55	4	1	27	1	17	5	-	-
12.5 Weniger Abfallaufkommen	111	41	14	1	39	7	7	2	-
12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	310	180	37	23	59	9	2	-	-
12.7 Nachhaltige öffentliche Beschaffung	2	2	-	-	-	-	-	-	-
12.8 Einschlägige Informationen und Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung ^[1]	135	54	13	1	13	32	12	-	10
12.a Stärkung der wiss. und technologischen Kapazitäten in Entwicklungsländern	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.b Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen eines nachhaltigen Tourismus ^[2]	13	9	1	-	3	-	-	-	-
12.c Rationalisierung der Subventionierung fossiler Brennstoffe	2	2	-	-	-	-	-	-	-
12.0 Übergeordnet im SDG	105	38	5	5	9	37	8	3	-
Gesamt	783	354	81	58	137	102	36	5	10

Tabelle 17: Fragenzuordnung zu SDG 12 – Einordnung in Einstellungs- und Kennnisdimensionen

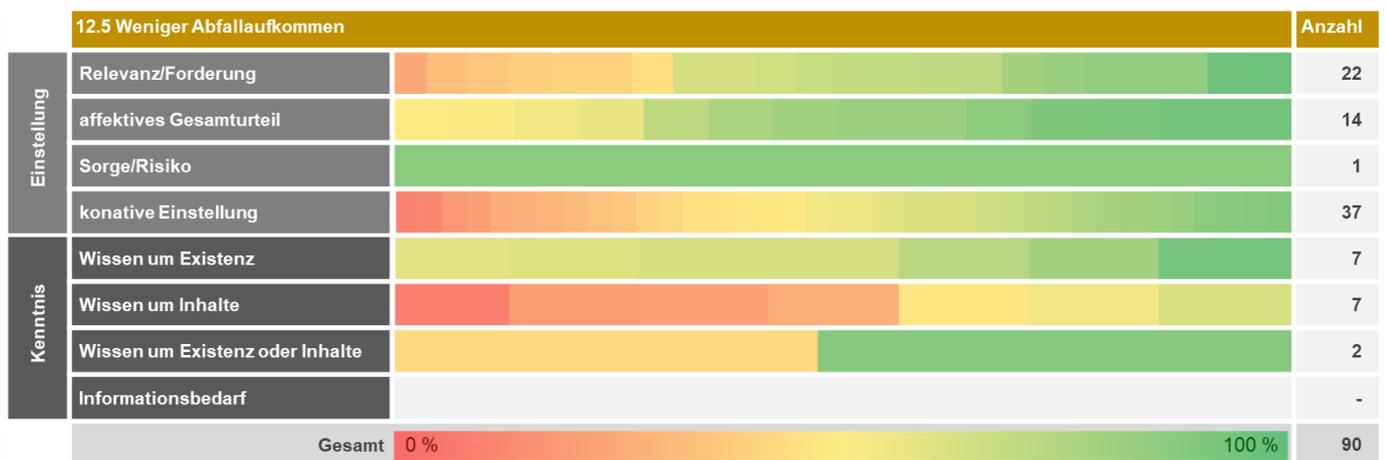
In der nachfolgenden Analyse werden die Sub-Ziele 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ und 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ näher betrachtet, da zu diesen viele erfasste Fragen in verschiedenen Einstellungs- und/oder Kennnisdimensionen vorliegen und das Antwortverhalten der Befragten breit zu streuen scheint. Entsprechend lohnt sich eine vertiefte Betrachtung. Die zahlenmäßigen Dimensionsauswertungen für die anderen Sub-Ziele des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ sind in tabellarischer Form im Anhang 7 zu finden.

Highlight #3

Sub-Ziel 12.5 | Weniger Abfallaufkommen

Zur validen Auswertung der Nachhaltigkeitseinstellung und -kenntnis der Menschen in Deutschland wurden auch an dieser Stelle nur Fragetypen inkludiert, die eine Vergleichbarkeit zwischen den Daten der Studien zulassen. Insgesamt konnten so innerhalb des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ 90 von 111 Fragen qualitativ ausgewertet werden. In Kapitel B.I.2.3.2 sind die Kriterien und Gründe für die notwendige Selektion ausgeführt.

In Bezug auf die Bewusstseinsdimensionen zeigen sich vor allem in der Einstellungsdimension des affektiven Gesamturteils überwiegend hohe Zustimmungswerte, was darauf hindeutet, dass die Verringerung des Abfallaufkommens grundsätzlich seitens der Menschen in Deutschland befürwortet wird. Zudem ist in den Einstellungsdimensionen der Relevanz und Forderung sowie konativer Einstellung eine relativ breite Streuung in den Zustimmungswerten zu sehen, was ein Hinweis darauf sein kann, dass die Menschen in Deutschland nicht alle Aspekte dieses Nachhaltigkeitsziels als relevant erachten und in vielen Bereichen ihrerseits noch wenig Handlungsbereitschaft besteht. Defizite im Wissen um Inhalte deuten sich ebenso durch geringe Zustimmungswerte innerhalb dieser Dimension an.



die Farbskala repräsentiert die Zustimmungswerte der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

Tabelle 18: Einstellungs- und Kenntnisfragen in Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“

Die thematische Bandbreite des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ wird durch die insgesamt sehr große Varianz in den Zustimmungswerten ersichtlich, die teilweise von ca. drei bis 97 Prozent streuen. Ein allgemeiner Überblick über die angesprochenen Bezugsobjekte innerhalb des Sub-Ziels ist in Abbildung 6 dargestellt. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf den Themen „Verpackung“ ($n = 33$) und „Kunststoffen im Allgemeinen“ ($n = 19$), aber auch „Sharing“ ($n = 19$) und „Recycling“ ($n = 13$) werden mehrmals in den

selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien in den Blick genommen. Im Folgenden werden diese Themenbereiche näher vorgestellt und analysiert.



Abbildung 6: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“

Verpackung: Anhand der Zustimmungswerte innerhalb der selektierten Studien lässt sich erkennen, dass die Nachhaltigkeit von Verpackungen ein relevantes Thema für die Menschen in Deutschland zu sein scheint. Während die Nachhaltigkeit einer Verpackung (z. B. das Material oder die Größe im Verhältnis zum Produkt) bzw. entsprechende innovative Strategien zur Entwicklung von nachhaltigen, umweltschonenden Verpackungen wichtig erscheinen (jeweils 85 % Zustimmung), wären sogar 90 Prozent der Befragten bereit, wiederverwendbare, nachhaltigere Verpackungen zu nutzen. Allerdings zeigen die Zustimmungswerte, dass bisher nur 18 Prozent der Befragten aktiv beim Kauf eines Produktes auf eine nachhaltige Verpackung achten. Die Nachhaltigkeit von Verpackungen wird innerhalb der selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien auf unterschiedliche Arten definiert, sodass dieser thematische Bereich sich sowohl auf die Art der Verpackung (z. B. Mehrwegverpackung), als auch das verwendete Material (z. B. recycelbares Material oder kein Plastik) erstreckt. Gleichzeitig beinhaltet das Thema aber auch den Verzicht auf Verpackung oder zumindest eine Reduzierung der Verpackung auf das nötige Minimum.

Im Allgemeinen scheinen nachhaltige Lösungen wie Mehrwegverpackungen hohe Zustimmung bei den befragten Personen (91 %) zu finden. Allerdings deutet sich auch an, dass die grundsätzliche Bereitschaft,

wiederverwendbare Verpackungen zu nutzen (90 %), sich nicht auf alle Arten von Verpackungen sowie Situationen, in denen eine solche Nutzung möglich wäre, erstreckt. Während die Möglichkeit, Mehrwegdosen an Bedienungstheken im Supermarkt zu nutzen (87 %) sowie ein Preisnachlass bei der Nutzung eines selbst mitgebrachten Behälters (71 %) noch auf hohe Zustimmung stoßen, scheint nur die Hälfte der Befragten die Einführung eines Pfandsystems bei allen To-Go-Verpackungen (55 %) zu befürworten. Ebenso werden ein Verbot von (57 %) sowie eine Zuzahlung auf (51 %) To-Go-Verpackungen nur moderat befürwortet. Zusammenfassend deuten diese Zustimmungswerte darauf hin, dass die Menschen in Deutschland eher offen für bequeme, optionale Möglichkeiten statt Verbote oder eine verpflichtende Nutzung von Mehrwegverpackungen sind.

In Bezug auf das Material von Verpackungen werden vor allem die Nutzung von recycelbarem Material (95 %) sowie der Verzicht auf Plastik (92 %) befürwortet. Ungefähr zwei Drittel der Befragten geben sogar an, dass Verpackungen aus Plastik grundsätzlich verboten werden sollten (69 %). Weiterhin scheint es den Befragten wichtig zu sein, dass generell weniger Verpackungsmüll entsteht (96 %). Vor diesem Hintergrund wird die Reduzierung der Materialmenge auf ein Minimum sehr stark befürwortet (95 %). Ein großer Teil der Befragten fände sogar einen völligen Verzicht auf Verpackungen gut (soweit dieser möglich ist) (81 %) und wäre bereit Lebensmittel (87 %) sowie andere Produkte (78 %) verpackungsfrei zu kaufen. Ebenso findet die Forderung nach einer Verpflichtung der Hersteller zum Recycling und zur Wiederverwendung von Verpackungen auf hohe Zustimmung bei den Befragten (79 %). Dabei scheint Verpackung aus recycelbarem Plastik den Befragten vor allem bei Wasch- und Putzmittel (70 %), Kosmetik und Körperpflegemitteln (64 %) sowie Getränken und Lebensmitteln (bis zu¹⁸ 64 %) wichtig zu sein. Dennoch zeigen die Zustimmungswerte eine geringere Bereitschaft durch eigenes, proaktives Verhalten, die persönliche Nutzung von Plastik zu reduzieren, wie beispielsweise durch die Verwendung von plastikfreien Verpackungsmaterialien (z. B. Papier) (60 %) sowie den Verzicht auf in Plastik eingepackte Fertiggerichte (47 %) oder auf Flüssigseife in Kunststoffspendern (34 %). Dies lässt erkennen, dass die Menschen in Deutschland zwar grundsätzlich an nachhaltigen Verpackungen interessiert zu sein scheinen, es jedoch ggf. bisher an praktikablen Alternativen fehlt, um eine Änderung im Verhalten in großen Teilen der Bevölkerung herbeizuführen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Bewusstsein für nachhaltige Verpackungen stark ausgeprägt und dieses Thema aus Sicht der Menschen in Deutschland äußerst relevant zu sein scheint. Trotz der hohen Bereitschaft nachhaltige Verpackungen zu nutzen – wobei nur eine Nutzung auf freiwilliger Basis befürwortet wird – scheint eine entsprechende Verhaltensintention noch wenig ausgeprägt zu sein. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass es bisher an bequemen und praktikablen Lösungen diesbezüglich mangelt.

Kunststoffe im Allgemeinen: Abgesehen von Verpackungen aus Plastik, scheint das Bewusstsein für Kunststoffe und deren nachhaltigkeitsbezogenen Auswirkungen bei den Menschen in Deutschland stark ausgeprägt zu sein. So stimmen 87 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass sie sich um den Einfluss von Produkten aus Plastik auf die Umwelt sorgen. Im Allgemeinen versuchen bereits über zwei Drittel der

¹⁸ Der Ausdruck „bis zu“ bedeutet im Folgenden, dass es mehrere Fragen mit verschiedenen Zustimmungswerten zu diesem Thema gab, sodass an dieser Stelle nur jeweils der höchste Zustimmungswert angegeben wird.

Befragten in ihrem Alltag darauf zu achten, wenn möglich, kein Plastik zu verwenden (76 %). Ebenso scheint ein großer Teil der Befragten bereit zu sein, auf Einwegplastik zu verzichten (68 %) oder versucht bereits den Konsum von Einwegplastik zu reduzieren (79 %). Die Forderung nach einem möglichst baldigen Verbot von Einwegplastik findet sogar 71 Prozent Zustimmung. Eine noch höhere Bereitschaft, grundsätzlich auf Einwegplastik zu verzichten, zeigt sich – analog zum Thema der Verpackung – wenn es attraktive Alternativen zu Produkten aus Einwegplastik gäbe (89 %).

Eine solche Alternative zu konventionellem Kunststoff stellen so genannte Biokunststoffe dar. Dennoch scheinen Biokunststoffe bei den befragten Personen bisher noch wenig bekannt zu sein (43 %). Dementsprechend weisen die Zustimmungswerte darauf hin, dass auch das spezifische Wissen zu Biokunststoffen eher gering ausgeprägt ist: Während 63 Prozent der Befragten noch korrekt beantworten können, dass Mais und Zucker nachwachsende Rohstoffe für Biokunststoffe sein können, weiß weniger als die Hälfte der Befragten, dass Biokunststoffe auf nichtessbaren Pflanzen basieren können (48 %), nicht grundsätzlich schneller kaputt gehen als herkömmliche Kunststoffe (27 %), auch Erdöl enthalten können (22 %), nicht unbedingt aus Rohstoffen aus biologischem Anbau bestehen müssen (20 %) und dass nicht alle Biokunststoffe kompostierbar sind (9 %). Dennoch scheint bei den Befragten eine gewisse Bereitschaft zu bestehen, in Zukunft bei einer Wahlmöglichkeit zwischen konventionellem Kunststoff und Biokunststoff auf letzteren auszuweichen (56 %) bzw. künftig bewusst auf Produkte aus Biokunststoffen zu achten (50 %).

Insgesamt scheint das Bewusstsein für Kunststoffe im Nachhaltigkeitskontext stark ausgeprägt zu sein, was sich ebenfalls in Verhaltensintentionen äußert. Die Bereitschaft zum Verzicht auf Kunststoffe könnte dabei mit besseren Alternativen steigen. In diesem Zusammenhang scheint weitere Aufklärung zu Alternativen wie Biokunststoffen möglich zu sein.

Sharing: Eine weitere Möglichkeit zur Verringerung des Abfallaufkommens stellt das so genannte Sharing oder auch kollaborativer Konsum von Produkten und Dienstleistungen dar. Bei den befragten Personen sind dabei folgende Sharing-Angebote bereits bekannt (in absteigender Reihenfolge): Mitfahrgelegenheiten (94 %), Car-Sharing (bis zu 89 %), Kleidertauschbörsen (79 %), Werkzeug-Sharing (64 %), Apartment-Sharing (64 %) und Bike-Sharing (61 %). Im Allgemeinen können sich 88 Prozent der Befragten vorstellen, etwas an andere Personen unentgeltlich oder gegen eine Nutzungsgebühr zu verleihen, wobei nur zwölf Prozent Zustimmung zur Bereitschaft besteht, auch Dienstleistungen auf kollaborativen Plattformen anzubieten. Im Detail schwankt die Bereitschaft, Sharing-Angebote zu nutzen je nach Art des Bezugsobjektes: Während die Nutzung von Mitfahrgelegenheiten (72 %), Werkzeugen (70 %), Fahrrädern (66 %) und Fahrzeugen (62 %) noch relativ hoch ausgeprägt zu sein scheint, fallen entsprechende Zustimmungswerte beim Sharing von Wohnungen (40 %) oder der Kleidung (26 %) eher gering aus. Nichtsdestotrotz würden 81 Prozent der Befragten Dienstleistungen, die auf kollaborativen Plattformen angeboten werden, weiterempfehlen. Zusammenfassend lässt sich daher feststellen, dass auch die verschiedenen Formen des Sharing zwar den Menschen in Deutschland bereits zu großen Teilen bekannt sind, die Nutzungsintention zwischen den verschiedenen Formen jedoch schwankt.

Recycling: Letztlich kann die Verringerung des Abfallaufkommens ebenso durch Recycling gefördert werden. Allgemein fallen in den selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien die Zustimmungswerte zu Forderungen nach weiteren Maßnahmen zur Unterstützung und Förderung von Recycling (97 %), Verpflichtung von Herstellern zum Recycling und dem Wiederverwenden von Verpackungen (79 %), innovativen Strategien zur Nutzung von Reststoffen zur Herstellung von weiteren Produkten (68 %) (wie z. B. die Produktion von Biokraftstoff aus Rest- und Abfallstoffen, die bei 77 Prozent der Befragten Zustimmung findet) sowie Herstellung von Kleidung aus recycelbaren Materialien (65 %) recht hoch aus. Während die Befragten die Verantwortung scheinbar vor allem den Herstellern zuschreiben, findet die Forderung nach einer Verpflichtung von Bekleidungshändlern zur Rücknahme und zum Recycling von Kleidung dahingegen eher weniger Zustimmung (39 %). Dies könnte darauf hinweisen, dass Recycling aus der Sicht der Menschen in Deutschland scheinbar vor allem schon während des Herstellungsprozesses stattfinden sollte. Nichtsdestotrotz scheint auch die Bereitschaft, selbst proaktiv zu handeln, ausgeprägt zu sein: So versuchen 83 Prozent der Befragten ihren Abfall zu vermeiden und diesen für das Recycling zu trennen, während 57 Prozent der Befragten bereit wären, Einwegplastikflaschen zu recyceln. Die Bereitschaft, alte Elektrogeräte zu recyceln findet dahingegen wenig Zustimmung (10 %), wobei diese bei einer monetären Kompensation steigt (28 %). Zudem zeigt sich, dass diese Bereitschaft noch höher ausfällt, wenn die Information vorhanden wäre, wie das Gerät recycelt wird (36 %), eine Annahmestelle in der Nähe wäre (43 %) oder wenn keine Datenschutzrisiken bestünden (47 %). Dies deutet darauf hin, dass eine höhere Aufklärung zum Recycling von Elektrogeräten die Bereitschaft, dieses proaktiv umzusetzen, fördern könnte.

Insgesamt scheint das Bewusstsein für Recycling stark ausgeprägt zu sein, wobei dessen Einsatz aus Sicht der Menschen in Deutschland vor allem während des Produktionsprozesses stattfinden sollte. Obwohl auch auf konativer Ebene eine hohe Bereitschaft zum Recycling seitens der Menschen in Deutschland zu bestehen scheint, könnte die Aufklärung in bestimmten Bereichen (z. B. Elektrogeräten) diese Bereitschaft gesamtheitlich steigern.

Weitere Aspekte zur Verringerung von Abfallaufkommen: Ein weiterer wichtiger Aspekt scheint für die Menschen in Deutschland die Langlebigkeit von Produkten zu sein. So finden die Aussagen, dass z. B. Kleidung länger halten sollte (85 %) oder dass Hersteller die Reparatur bzw. den Ersatz einzelner Teile von Elektrogeräten erleichtern sollten (83 %), hohe Zustimmung. Auch Innovationen zur längeren Haltbarkeit von Lebensmitteln, wie z. B. Frischelogistik oder Kühlketten werden befürwortet (jeweils 82 %). Dennoch scheint bisher nur ungefähr die Hälfte der Befragten beim Kauf proaktiv auf die Langlebigkeit eines Produktes zu achten (55 %).

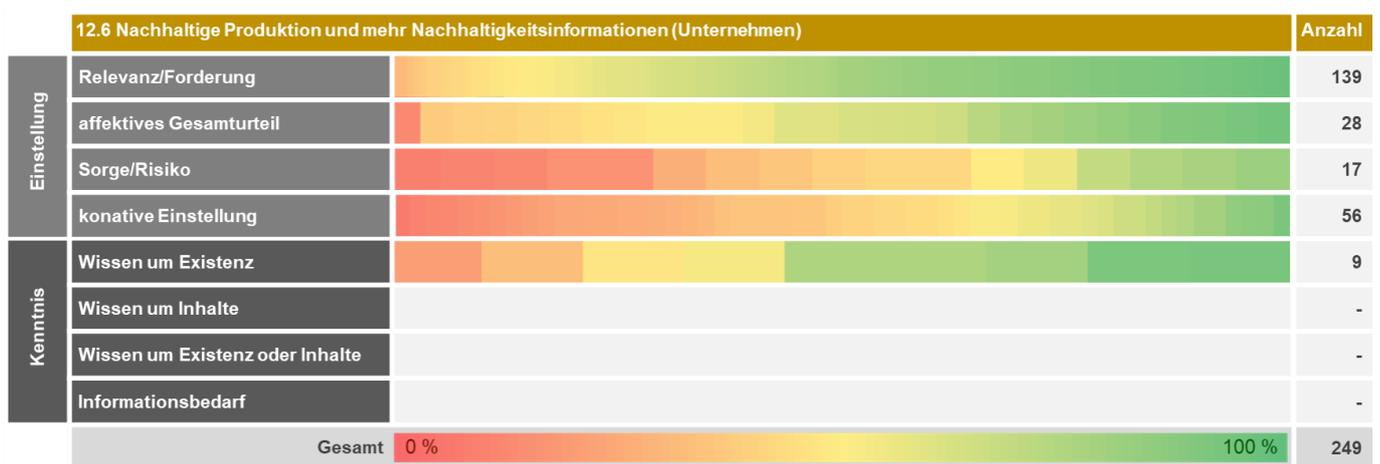
Im Allgemeinen scheinen das Wissen zum Thema Abfallaufkommen sowie eine entsprechende Handlungsbereitschaft trotz hoher Relevanz des Themas eher gering ausgeprägt zu sein. So scheinen nur 55 Prozent der Befragten zu wissen, wie Plastikmüll entsorgt wird. Zudem existiert eine eher geringe Bereitschaft, Plastikmüll auf der Straße eigenhändig aufzuheben und zu entsorgen (32 %), während die Forderung nach der Errichtung von neuen Anlagen zur Müllentsorgung ebenso wenig Zustimmung erfährt (33 %).

Highlight #4

Sub-Ziel 12.6 | Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen

Um eine valide Auswertung der Nachhaltigkeitseinstellung und -kenntnis der Menschen in Deutschland zu ermöglichen, wurden bei der Auswertung analog zur Analyse der Sub-Ziele 2.2 „Keine Fehlernährung“, 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ sowie 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ nur solche Fragetypen inkludiert, die eine Vergleichbarkeit zwischen den Daten der Studien zulassen. Aus diesem Grund wurden 61 Fragen aus der qualitativen Analyse exkludiert, sodass insgesamt 249 von 310 Fragen für das Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ ausgewertet werden konnten. In Kapitel B.I.2.3.2 sind die Kriterien und Gründe für die notwendige Selektion ausgeführt.

In Bezug auf die Bewusstseinsdimensionen zeigen sich vor allem in der Einstellungsdimension der Relevanz und Forderung überwiegend hohe Zustimmungswerte, was auf eine hohe Relevanz der nachhaltigen Produktion aus Sicht der Menschen in Deutschland hinweist. Dennoch werden nicht alle Aspekte dieses Nachhaltigkeitsziels befürwortet, da eine breite Streuung in den Zustimmungswerten in der Dimension des affektiven Gesamturteils zu erkennen ist. Vorwiegend niedrig fallen dahingegen die Zustimmungswerte zu Sorgen und Risiken sowie konativer Einstellung aus, was u. a. eine geringe Handlungsbereitschaft im Zusammenhang mit nachhaltiger Produktion vermuten lässt. Schließlich sind nur einige wenige Fragen zu der Kenntnisdimension „Wissen um Existenz“ vorhanden, welche sowohl hohe als auch niedrige Zustimmungswerte ausweisen.



die Farbskala repräsentiert die Zustimmungswerte der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

Tabelle 19: Einstellungs- und Kenntnisfragen in Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“

Aufgrund der Vielzahl an Fragen zu diesem Sub-Ziel ist es ebenso wenig überraschend, dass insgesamt eine große Varianz in den Zustimmungswerten zu sehen ist, die teilweise von ca. zwei bis 98 Prozent schwanken.

Die thematischen Bezugsobjekte des Sub-Ziels 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ sind in Abbildung 7 dargestellt. Die meisten Fragen wurden dabei den Themen „gesunde Lebensmittel“ ($n = 78$), „soziale Standards“ ($n = 41$), „Umwelt- und Klimaschutz“ ($n = 32$) sowie „Tierwohl“ ($n = 29$) zugeordnet. Die restlichen Fragen verteilen sich auf Themen wie „Innovationen im Bereich Lebensmittel“, „Regionalität/Saisonalität“, „nachhaltige Produkte“, „nachhaltigere Produktion bei Lebensmitteln“, „IT-Sicherheit“, „transparente Produktionsbedingungen“, „nachhaltige Verpackungen“, „Sicherheit“, „nachhaltiger Transport von Gütern“ und „saubere Energie“. Da einige der Themen sich (zumindest teilweise) mit den zuvor analysierten Sub-Zielen 2.2 „Keine Fehlernährung“ und 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ (z. B. „gesunde Ernährung“) sowie 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ (z. B. „nachhaltige Verpackungen“) überschneiden, werden diese im Folgenden weniger ausführlich analysiert und beschrieben.



Abbildung 7: Themen der Fragen zu Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“

Gesunde Ernährung: Im Allgemeinen scheint gesunde Ernährung für die Menschen in Deutschland von großer Relevanz zu sein. So stimmen 75 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass es wichtig sei, sich gesund zu ernähren. Auf konativer Ebene deutet sich an, dass mindestens die Hälfte der Befragten auch aktiv auf gesunde Ernährung achtet (49 %) oder sich zumindest viele Gedanken dazu macht (63 %). Dementsprechend wären 58 Prozent der Befragten bereit, beim Einkaufen gezielt nach Produkten zu suchen, deren Rezeptur gesünder geworden ist. Während die Befragten verschiedene Aspekte im Rahmen ihrer Ernährung verfolgen, scheinen dabei im Vordergrund primär die Reduktion des Konsums von Zucker (bis zu¹⁹ 62 %) und eine Erhöhung des Konsums von Obst und Gemüse (60 %) zu stehen. Innerhalb der selektierten Studien fokussiert ein Großteil der Fragen neben Zucker zudem noch den Konsum von Fett und Salz. Bezogen auf Hersteller- und Händleraktivitäten stimmen 79 Prozent der Befragten der Forderung nach einer Einschränkung von Marketing- oder Werbemaßnahmen für ungesunde, nicht nachhaltige Lebensmittel zu. Außerdem scheint es den Befragten wichtig zu sein, dass Lebensmittelpreise die realen Preise für die Gesellschaft reflektieren, sodass auch Auswirkungen der jeweiligen Lebensmittel auf die Gesundheit einkalkuliert werden (84 %).

Obwohl die meisten Befragten die Sicherstellung einer Versorgung mit Lebensmitteln als wichtig erachten (bis zu 96 %), ist nur die Hälfte der Befragten der Meinung, die Sicherstellung einer Versorgung mit Lebensmitteln in der EU (55 %) bzw. angemessene Preise für Lebensmittel (54 %) sollten das wichtigste Ziel der EU-Agrarpolitik sein. Weiterhin zeigen sich hohe Zustimmungswerte bei Forderungen nach der Erhöhung der Lebensmittelsicherheit (84 %), wobei vor allem Gentechnik im Fokus der Fragen steht. So scheinen 75 Prozent der Befragten ein Problem damit zu haben, gentechnisch veränderte Lebensmittel zu konsumieren, während 67 Prozent der Befragten sich sogar für ein Verbot des Anbaus gentechnisch veränderter Pflanzen in Deutschland aussprechen. Ungefähr die Hälfte der Befragten scheint dabei gesundheitliche Sorgen wegen gentechnisch veränderten Lebensmitteln zu haben (56 %) oder zumindest diesbezüglich beunruhigt zu sein (50 %).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das Bewusstsein für gesunde Ernährung sehr stark ausgeprägt zu sein scheint. Die Menschen in Deutschland scheinen gesunde Ernährung als sehr wichtig zu empfinden, wobei der Fokus vor allem auf der Verringerung des Konsums von Zucker, Fett und Salz sowie der Reduzierung von entsprechenden Marketing- und Werbemaßnahmen von ungesunden Lebensmitteln steht. Auch Gentechnik steht größtenteils in der Kritik.

Soziale Standards: Ein weiteres relevantes Thema innerhalb des Sub-Ziels 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ ist die Einhaltung und Förderung von sozialen Standards in der Produktion. So stimmen 91 Prozent der Befragten der Aussage zu, es sei im Allgemeinen wichtig, soziale Standards einzuhalten. In Bezug auf den Arbeitnehmerschutz werden vor allem die folgenden sozialen Standards als relevant erachtet (in absteigender Reihenfolge): menschenwürdige Arbeitsbedingungen (98 %), Verzicht auf Kinder- oder Zwangsarbeit (97 %), faire Bezahlung (allgemein: 97 %; Landwirtschaft:

¹⁹ Der Ausdruck „bis zu“ bedeutet im Folgenden, dass es mehrere Fragen mit verschiedenen Zustimmungswerten zu diesem Thema gab, sodass an dieser Stelle nur jeweils der höchste Zustimmungswert angegeben wird.

64 %; Kleidung: 55 %), gute Arbeitsbedingungen bei Bekleidungsherstellern innerhalb und außerhalb der EU (bis zu 96 %), gute Arbeitsbedingungen für Beschäftigte in der Lebensmittelproduktion (95 %), Berücksichtigung der sozialen Belange von Beschäftigten (93 %), sozial und ökologisch verantwortliches Handeln von Unternehmen (56 %) sowie Gesundheitsstandards (bis zu 43 %). Zudem stimmen 73 Prozent der Befragten der Forderung nach innovativen Strategien zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen zu.

Weitere relevante soziale Standards, die sich nicht explizit auf den Arbeitnehmerschutz beziehen, scheinen aus Sicht der Befragten die folgenden Aspekte zu sein (ebenfalls in absteigender Reihenfolge): Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie Wahrung der Rechte einheimischer Bevölkerungsgruppen (jeweils 93 %), sichere und gesunde Lebensverhältnisse für die benachbarte Bevölkerung (92 %), Erhaltung und Förderung von Arbeitsplätzen (91 % Zustimmung; allerdings sind nur 40 % der Befragten der Meinung, dass dies das wichtigste Ziel der EU-Agrarpolitik sein sollte), Engagement des Unternehmens direkt in den Regionen, die von den Produktionsauswirkungen des betrachteten Produktes negativ betroffen sind (87 %), Möglichkeit der betrieblichen Mitbestimmung (79 %) sowie das Engagement des Unternehmens in Initiativen, die von der Wirtschaft oder Gewerkschaften, Sozialverbänden, Nichtregierungsorganisationen etc. getragen werden (69 %). Grundsätzlich scheint auch der faire Handel für die Befragten relevant zu sein, wobei sie eher bereit wären, diesen durch eigenen Konsum (93 %) als durch Spenden für Hilfsorganisationen, die sich für gerechten Welthandel einsetzen (56 %), zu unterstützen.

Auf Produktebene zeigt sich, dass obwohl die Zustimmungswerte je nach Produktart variieren, die Einhaltung von sozialen Standards im Allgemeinen über verschiedene Branchen hinweg aus Sicht der Menschen in Deutschland wichtig zu sein scheint (in absteigender Reihenfolge): Textilien (91 %), Energie und Heizen (90 %), Spielzeug (89 %), Haushalts-Elektrogeräte (88 %), Haushaltschemikalien und Reinigungsmittel (87 %), Kosmetikprodukte (87 %), Fahrzeuge und Mobilität (87 %), Papierprodukte (86 %), Informations- und Kommunikationstechnik (86 %), Einrichtungs- und Alltagsgegenstände (85 %) sowie Bauprodukte (84 %).

Obwohl lediglich die Hälfte der Befragten etwas von der Berücksichtigung von sozialen Standards bei der Herstellung von Produkten gehört oder gelesen hat (53 %), lässt sich zusammenfassend feststellen, dass das Bewusstsein für dieses Thema bei den Menschen in Deutschland dennoch stark ausgeprägt zu sein scheint. Dies wird durch die hohen Zustimmungswerte zu Forderungen nach der Einhaltung von sozialen Standards in sämtlichen Branchen verdeutlicht.

Umwelt- und Klimaschutz: Im Allgemeinen scheint das Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz bei den Menschen in Deutschland stark ausgeprägt zu sein. So scheint es den meisten Befragten wichtig zu sein, dass Unternehmen in Deutschland den Umwelt- und Klimaschutz verbessern (95 %), was sich häufig in einem besseren Gefühl in Bezug auf Unternehmen, die solche Ziele verfolgen, niederschlägt (77 %). Dies könnte z. B. dadurch begründet sein, dass zwei Drittel der Befragten Klimaschäden durch den Ausstoß von Treibhausgasen (z. B. durch landwirtschaftliche Nutztierhaltung) als ein Problem ansehen (69 %). Ebenso deuten die Zustimmungswerte an, dass ein Großteil der Befragten es befürworten würde, wenn jedes neue Handelsabkommen der EU die höchsten Standards im Umwelt- und Klimaschutz hätte (84 %).

Dennoch ist nur ein Drittel der Befragten der Meinung, die Einhaltung europäischer Umweltstandards solle das wichtigste Ziel der EU-Handelspolitik sein (31 %).

Auch auf Produktebene deutet sich an, dass Umwelt- und Klimaschutz für die Menschen in Deutschland über verschiedene Branchen hinweg einen relevanten Aspekt darstellt. So scheint bei der Lebensmittelproduktion die Einhaltung hoher Umweltschutzstandards sehr relevant zu sein (92 %). Zudem zeigen sich hohe Zustimmungswerte nach Forderungen zum Schutz der Umwelt und Verbesserung des Klimaschutzes seitens der Landwirte (90 %) sowie eine Priorisierung der Bekämpfung des Klimawandels in der Gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) der EU (89 %). In diesem Zusammenhang werden innovative Strategien zur Reduktion von Treibhausgasen bei der Lebensmittelproduktion als wichtig erachtet (83 %). Auch in Bezug auf den Handel mit landwirtschaftlichen Produkten zeigt sich eine hohe Zustimmung zu der Aussage, dass landwirtschaftliche Güter nur dann in die EU importiert werden sollten, wenn sie den europäischen Umwelt- und Tierschutzstandards entsprechen (87 %). Ebenso befürworten 82 Prozent der Befragten staatliche Beihilfen für ausschließlich umwelt- und klimagerechte landwirtschaftliche Methoden. Auch auf konativer Ebene deutet sich ein hohes Bewusstsein für den Umwelt- und Klimaschutz an, da 86 Prozent der Befragten bereit wären, mehr für gesundheitsförderliche und umweltfreundliche Lebensmittel zu zahlen. Die konkrete Beachtung des CO₂-Fußabdrucks beim Lebensmitteleinkauf und eine entsprechende Anpassung des Kaufverhaltens scheint jedoch nur auf wenige Befragte zuzutreffen (24 %). Weitere Branchen, bei denen Umwelt- und Klimaschutz eine Rolle spielen, scheinen Kleidung (Forderung nach strengeren Regeln bei der Berechnung von Umweltauswirkungen: 88 %), Kosmetik (Bereitschaft die Marke von Kosmetika oder Drogerie-Artikeln zu wechseln, deren Herstellung die biologische Vielfalt gefährdet: 87 %) und Mobilität (Relevanz der Umweltfreundlichkeit von Flugtaxi: 82 %; Bereitschaft den öffentlichen Personennahverkehr zu nutzen, wenn dieser häufiger und zuverlässiger fahren würde: 79 %) zu sein.

Insgesamt scheint das Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz in der Produktion bei den Menschen in Deutschland stark ausgeprägt zu sein. Dies zeigt sich nicht nur durch allgemeine Forderungen nach der Einhaltung von hohen Umwelt- und Klimaschutzstandards, sondern auch konkret in der Präferenz für umweltfreundliches Verhalten seitens der Unternehmen sowie der Befürwortung von staatlichen Beihilfen für solche Methoden. Auch auf konativer Ebene sind über verschiedene Branchen hinweg hohe Zustimmungswerte zu erkennen.

Tierwohl: Ein weiterer Faktor, für den das Bewusstsein bei Menschen in Deutschland stark ausgeprägt zu sein scheint, ist das Tierwohl in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung. Die Zustimmungswerte verdeutlichen dabei die Relevanz der Einhaltung von hohen Tierschutzstandards bei der Lebensmittelproduktion (95 %), während das Tierwohl wichtiger als eine möglichst preisgünstige Fleischproduktion eingestuft wird (82 %). In diesem Zusammenhang wären viele Befragte sogar bereit, ihren Konsum von tierischen Lebensmitteln einzuschränken (73 %), wobei nur maximal die Hälfte der Befragten alternative Proteinquellen befürwortet (neue Proteinquellen: 51 %; Nutzung von Insekten als Lebensmittel für Menschen: 47 %; In-vitro-Fleisch: 13 %). Das hohe Bewusstsein für Tierwohl wird zudem durch Zustimmungswerte zu der

Aussage, artgerechte Tierhaltung sei weiterhin wichtig, auch wenn dafür mehr Geld ausgegeben werden müsste, untermauert (70 %). Gleichzeitig scheinen 82 Prozent der Befragten besorgt zu sein, dass Tierschutz und Tierwohl in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung nur unzureichend berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang werden seitens der Befragten strengere Regelungen zum Tierschutz in der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung befürwortet (91 %) sowie innovative Strategien zur Verbesserung der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung gefordert (85 %). Konkret bestehen zudem Forderungen seitens der Befragten nach den folgenden Maßnahmen (in absteigender Reihenfolge): Einhaltung von europäischen Tierschutzstandards bei importierten Produkten (94 %), Einhaltung der Tierwohlstandards in der deutschen Landwirtschaft (91 %), verpflichtendes EU-Gesetz zur Sorge für alle Tiere, die zu kommerziellen Zwecken verwendet werden (90 %), Ermöglichung von landwirtschaftlichen Importen, wenn sie den europäischen Umwelt- und Tierschutzstandards entsprechen (87 %), Verbot der Haltung in Kastenständen (87 %), Verbot des Schreddern von männlichen Küken in der Eierproduktion (85 %), strengere Tierschutzgesetze (81 %) sowie das Beenden der Massentierhaltung durch gesetzliche Maßnahmen (bis zu 74 %). Lediglich eine Steuer bzw. Abgabe auf Fleisch zur Verbesserung des Tierschutzes wird eher weniger gefordert (42 %). Dennoch ist ein Großteil der Befragten auch der Meinung, dass es nicht nur politische Vorgaben, sondern auch Verbraucherinnen und Verbraucher braucht, die beim Einkauf auf den Tierschutz achten (84 %).

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Bewusstsein für Tierwohl in der landwirtschaftlichen Produktion stark ausgeprägt zu sein scheint, was vor allem durch hohe Zustimmungswerte zu sämtlichen Forderungen in diesem Bereich ersichtlich wird. Trotz der zahlreichen Forderungen scheinen die Menschen in Deutschland die Verantwortung jedoch auch sich selbst zuzuschreiben, was die Relevanz des Themas aus ihrer Sicht umso mehr verdeutlicht.

Nachhaltige Produktion von Lebensmitteln: Dahingegen lässt sich in Bezug auf die nachhaltige Produktion von Lebensmitteln im Allgemeinen anhand des Antwortverhaltens der Menschen in Deutschland erkennen, dass die Verantwortung eindeutig den Herstellern sowie der Politik zugeschrieben wird. So sind 91 Prozent der Befragten der Meinung, dass Hersteller proaktiv die Nachhaltigkeitsstandards ihrer Produkte anheben sollten, während 75 Prozent der Befragten überzeugt sind, dass es dennoch regulatorische Maßnahmen seitens der Politik braucht, um Hersteller und Händler zu höheren Nachhaltigkeitsstandards zu zwingen. Ungefähr die Hälfte der Befragten ist sogar der Meinung, dass die nachhaltige Produktion von Lebensmitteln das wichtigste Ziel der EU-Agrarpolitik sein sollte (46 %). Ebenso befürworten 93 Prozent der Befragten die Subventionierung von umweltfreundlichen landwirtschaftlichen Praktiken durch die EU.

Die biologische Produktion von Lebensmitteln als spezifische Form von nachhaltiger Produktion von Lebensmitteln scheint dabei eher weniger relevant zu sein (41 %). So deuten die Zustimmungswerte an, dass weniger als die Hälfte der Befragten versucht darauf zu achten, wenn möglich, biologische Produkte zu kaufen (41 %) oder zumindest in Zukunft häufiger Bio-Lebensmittel kaufen möchte (48 %).

Transparente Produktionsbedingungen: Ein weiterer wichtiger Aspekt der nachhaltigen Produktion scheint aus Sicht der Menschen in Deutschland die Transparenz von Produktionsbedingungen zu sein. So empfinden 79 Prozent der Befragten die Rückverfolgbarkeit in der Landwirtschaft, bei der Herstellung/Verarbeitung von

Lebensmitteln und dem Handel als positiv, während die Forderung nach weiteren innovativen Strategien zur Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln bis zum Rohstoff auf noch höhere Zustimmung stößt (80 %). Zudem ist ein großer Teil der Befragten der Meinung, dass Verbraucherschützer (79 %) und Verbraucherpolitiker (77 %) für mehr Transparenz bei Produkten und Dienstleistungen sorgen sollten. Auch die Aussage, dass Verbraucherinnen und Verbraucher bei technologischen Innovationen im Lebensmittelbereich stärker eingebunden werden sollten, findet hohe Zustimmung unter den Befragten (73 %). Auf konativer Ebene zeigt sich jedoch, dass nur wenige Befragte auf die Transparenz der Produktionsbedingungen (17 %) bzw. verwendete Materialien oder Inhaltsstoffe (46 %) zu achten scheinen.

Regionalität/Saisonalität: Im Kontrast dazu scheinen große Teile der Befragten darauf zu achten, regional (69 %) und saisonal (79 %) einzukaufen. So scheinen die meisten Befragten vor allem großen Wert auf das Angebot von saisonal geerntetem Obst und Gemüse (94 %) und regionalen Lebensmitteln im Allgemeinen (92 %) zu legen und sind der Ansicht, dass die Versorgung der Gesellschaft mit regionalen Produkten eine wichtige Aufgabe von deutschen Landwirten sei (97 %). 81 Prozent der Befragten wünschen sich sogar eine Erhöhung der Regionalität bei Lebensmitteln. Konkret spielt die Regionalität bei Milch, Milcherzeugnissen und Eiern (84 %), Brot- und Backwaren (83 %), frischem Gemüse und Obst (83 %), Fleisch und Wurstwaren (76 %) sowie Getränken (58 %) eine wichtige Rolle, während sie beim Futtermittel für Tiere (49 %) sowie Fisch und Fischerzeugnissen (34 %) aus Sicht der Befragten eher vernachlässigbar zu sein scheint. Positiv sticht zudem heraus, dass die Regionalität von Lebensmitteln einem Großteil der Befragten weiterhin wichtig zu sein scheint, auch wenn sie mehr Geld dafür ausgeben müssten (60 %).

Innovationen im Bereich Lebensmittel: Grundsätzlich scheint es den Befragten wichtig zu sein, dass die deutsche Landwirtschaft innovativ ist und stets durch neue Verfahren optimiert wird, da eine moderne Landwirtschaft wichtig für die künftige Ernährung sei (72 %). So stimmen 90 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass Landwirte in Deutschland fortschrittlich sein sollten. Dabei werden Innovationen im Lebensmittelbereich (Landwirtschaft, Herstellung/Verarbeitung und Handel) wie z. B. die Rückverfolgbarkeit von Produkten (79 %), Tailor-made Food (66 %), der Einsatz von Drohnen in der Landwirtschaft (63 %), Precision Farming (60 %), Feldüberwachung (54 %), neue Proteinquellen sowie automatische Melk- und Sicherheitssysteme (jeweils 51 %) als eher positiv empfunden. Dahingegen stoßen Innovationen wie Trocknungstechnologien (48 %), Bio-Convenience (41 %), Biotechnologie (38 %) oder In-vitro-Fleisch (13 %) auf eher weniger Zustimmung.

Nachhaltige Verpackungen: Wie bereits erwähnt (siehe Auswertung des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“), scheinen nachhaltige Verpackungen von den Menschen in Deutschland grundsätzlich befürwortet zu werden. Speziell auf die Produktion bezogen, findet der Großteil der Befragten es gut, wenn Hersteller einen klaren Schwerpunkt auf die Funktion einer Verpackung (z. B. Schutz vor Beschädigung und Verschmutzung) legen (95 %) oder zertifizierte Materialien (z. B. erkennbar durch Siegel wie Blauer Engel oder FSC für nachhaltige Forstwirtschaft) verwenden (90 %).

Nachhaltige Produkte: Obwohl die Zustimmungswerte vermuten lassen, die Bereitschaft mehr nachhaltige Produkte zu kaufen sei hoch ausgeprägt (85 %), zeigt sich auf konativer Ebene, dass zumindest die Hälfte

der Befragten zwar auf Nachhaltigkeit bei Getränken und Lebensmitteln (52 %) zu achten scheint, jedoch die Nachhaltigkeit von Haushaltsgeräten (36 %), Kleidung (30 %), Kosmetik und Pflegeprodukten (26 %), Haus- und Gartenprodukten (19 %), Unterhaltungselektronik (15 %), Spielzeug und Babyartikeln (14 %) sowie Schreibwaren und Hobbybedarf (7 %) eher weniger wichtig zu sein scheint. Ebenso ist nur ein Drittel der Befragten der Meinung, dass Verbraucherschützer (38 %) und Verbraucherpolitiker (36 %) für ein besseres und breiteres Angebot an nachhaltigen Produkten sorgen sollten.

IT-Sicherheit: Schließlich scheint das Bewusstsein für Datenschutz und IT-Sicherheit stark bei den Menschen in Deutschland ausgeprägt zu sein. So sorgen sich 75 Prozent der Befragten davor, dass persönliche Daten im Netz auftauchen, wenn Anbieter Sicherheitslücken haben. Dabei würde die Hälfte der Befragten sich prinzipiell gerne stärker um Sicherheitseinstellungen kümmern, ist jedoch der Meinung, dass diese oft schwierig zu finden seien (52 %). Dementsprechend stimmen 66 Prozent der Befragten der Forderung zu, Anbieter von Diensten und Programmen müssten mehr über Risiken aufklären, um das Risikobewusstsein der Menschen in Deutschland zu stärken.

Insgesamt sind folgende Aspekte der Daten- und IT-Sicherheit den Befragten bei vernetzten Geräten wichtig (in absteigender Reihenfolge): die Bereitstellung sicherheitsrelevanter Updates kurz nach Bekanntwerden von Sicherheitslücken (93 %), die Versorgung der Geräte mit sicherheitsrelevanten Updates für eine angemessene Dauer (91 %), eine Ausstattung der Neugeräte mit der neusten Version des Betriebssystems bei Kauf bzw. Verfügbarkeit der jeweiligen neusten Version (88 %), die Minimierung der Angriffsflächen für unberechtigte Zugriffe durch entsprechende Voreinstellungen (85 %), die Verfügbarkeit von sicherheitsrelevanten Updates für einen verpflichtenden Zeitraum (66 %), eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung der direkten Kommunikation zwischen den Nutzerinnen und Nutzern (59 %) sowie eine Zwei-Faktor-Authentifizierung zum Schutz von Nutzerkonten (48 %).

B.III Zwischenfazit

- I. Insgesamt wurden 3.101 als einschlägig definierte Fragen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland aus 256 bevölkerungsrepräsentativen Studien der Jahre 2015 bis 2021 (Stichtag: 09.03.2021) erfasst.
- II. Der überwiegende Teil der selektierten Studien basiert auf einmaligen bevölkerungsrepräsentativen Erhebungen. Mehrmalige Erhebungen, die das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland regelmäßig erfragen und entsprechend Veränderungen des Nachhaltigkeitsbewusstseins im Zeitverlauf verdeutlichen könnten, bilden eher die Ausnahme.
- III. Rund jede fünfte der in der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* betrachteten bevölkerungsrepräsentativen Studien wurden durch die Europäische Kommission beauftragt, welche das Meinungsbild der Menschen in der EU und entsprechend auch in Deutschland zu verschiedenen Themen über die Eurobarometer-Reihen (Standard, Special und Flash) regelmäßig erfasst.
- IV. Im Hinblick auf die im Erfassungsprozess als einschlägig definierten Fragen konnte bei knapp der Hälfte der selektierten Studien maximal fünf Fragen für die weitere Analyse verwendet werden.
- V. Ebenfalls mit Blick auf die im Erfassungsprozess als einschlägig definierten Fragen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland sind die verschiedenen 17 Zielbereiche der SDGs in den selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien unterschiedlich häufig adressiert. Besonders häufig konnten Fragen den Zielbereichen „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ (SDG 16) und „Nachhaltige/r Konsum- und Produktion“ (SDG 12) zugeordnet werden. Auch zu „Gesundheit und Wohlergehen“ (SDG 03) sowie „Ungleichheit“ (SDG 10) konnten relativ häufig Fragen identifiziert werden. Eher selten waren einschlägige Fragen zu „Bildung“ (SDG 04) sowie zum Zielbereich „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ (SDG 06) vorzufinden.
- VI. Bei der studienübergreifenden Analyse des Antwortverhaltens der Befragten auf die einschlägigen Bewusstseinsfragen in den fokussierten SDGs – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – zeigt sich eine erwartungsmäßig hohe Heterogenität entlang der verschiedenen Nachhaltigkeitszielbereiche. Um diese Heterogenität im Antwortverhalten darzustellen, wurden vier Sub-Ziele der fokussierten SDGs vertiefend analysiert.
- VII. Highlight Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“: Das Bewusstsein der in den selektierten Studien befragten Personen scheint in diesem Nachhaltigkeitszielbereich eher mittelstark ausgeprägt zu sein. Der inhaltliche Fokus der erfassten Fragen liegt auf den Bereichen gesunde Ernährung, Innovationen im Lebensmittelbereich, nachhaltige Produktion sowie Kennzeichnung von

gesunden Lebensmitteln. Vorwiegend werden diese Zielbereiche als relevant eingestuft, jedoch scheinen die affektive Gesamteinstellung sowie wahrgenommene Sorgen und Risiken in diesen Bereichen vergleichsweise gering ausgeprägt zu sein. Auch konativen Einstellungsfragen stimmen wenige Befragte zu.

- VIII. Highlight Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“: In diesem Nachhaltigkeitszielbereich erscheint das Bewusstsein der in den selektierten Studien befragten Personen durchwachsen. Lediglich im Bereich der gesunden Ernährung (siehe auch Kapitel IV) scheint das Nachhaltigkeitsbewusstsein stark ausgeprägt zu sein. Große Wissenslücken bestehen teils noch in anderen erfragten Bereichen, wie z. B. dem Themengebiet Strahlung. Dabei scheint die Relevanz der verschiedenen Themenbereiche größtenteils erkannt, die akute Betroffenheit im Sinne von Sorgen und subjektivem Risikoempfinden eher gering ausgeprägt.
- IX. Highlight Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“: Das Bewusstsein der in den selektierten Studien befragten Personen scheint in diesem Nachhaltigkeitszielbereich eher stark ausgeprägt zu sein, wobei dies vor allem auf die untergeordneten Themen Verpackung, Kunststoffe und Recycling zutrifft. Nichtsdestotrotz scheint noch Bedarf an Aufklärung zu u. a. kollaborativen Plattformen, Biokunststoffen sowie dem Thema Recycling zu existieren. Ebenso scheint noch Potenzial bei der Bereitschaft zum nachhaltigeren Verhalten in Bezug auf das Abfallaufkommen zu bestehen, welche durch attraktive Alternativen sowie die zuvor angesprochene Aufklärung gesteigert werden könnte. Auch ein Blick auf die Zustimmungswerte in den einzelnen Einstellungs- und Kenntnisdimensionen zeigt, dass diese vor allem auf konativer Ebene sowie beim Wissen um Inhalte niedrig ausfallen.
- X. Highlight Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“: In diesem Nachhaltigkeitszielbereich scheint das Bewusstsein der in den selektierten Studien befragten Personen eher stark ausgeprägt zu sein, was sich vor allem in hohen Zustimmungswerten in den thematischen Schwerpunkten gesunde Ernährung, soziale Standards, Umwelt- und Klimaschutz, Tierwohl, transparente Produktionsbedingungen, Regionalität/Saisonalität, Innovationen im Lebensmittelbereich, nachhaltige Verpackungen sowie IT-Sicherheit äußert. Dahingegen scheint die biologische Produktion aus Sicht der Befragten eher weniger relevant zu sein. Die Verantwortung für die Nachhaltigkeit der Produktion wird dabei je nach Thema bzw. Branche den Unternehmen, der Politik und/oder den Verbraucherinnen und Verbrauchern zugeschrieben. Trotz hoher Bereitschaft mehr nachhaltige Produkte zu kaufen, achten die Befragten bei den meisten Produkten derzeit allerdings eher selten auf Nachhaltigkeitsaspekte. Zusammenfassend zeigt sich in Bezug auf die Einstellungs- und Kenntnisdimensionen, dass die Relevanz des Zielbereichs wahrgenommen wird, während die konative Einstellung sowie die Sorgen und subjektiv empfundenen Risiken eher gering ausgeprägt zu sein scheinen.

C NACHHALTIGKEITSKAMPAGNEN BUNDESPOLITISCHER AKTEURE



In einer Erweiterung der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* wurden **aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure** erfasst, die sich den fokussierten Zielbereichen der *Sustainable Development Goals* (SDGs) – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – zuordnen lassen. Ziel war es hierbei, einen ersten exemplarischen Eindruck über die aktuelle bundespolitische Nachhaltigkeitskommunikation im Sinne einer Bestandsaufnahme zu skizzieren. Entsprechend erfolgte die Erfassung in einem eng definierten Suchrahmen, in welchem nur Kommunikationskampagnen der Jahre 2020 und Anfang 2021 von ausgewählten bundespolitischen Akteuren gescreent wurden. Die Erfassung erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Das Ergebnis der Suche gibt somit nicht alle Kampagnen wieder, die seitens bundespolitischer Akteure beauftragt oder unterstützt wurden. Auch kann den Ergebnissen nicht entnommen werden, ob zu einem Nachhaltigkeitszielbereich keine Kampagnen jemals durchgeführt wurden, da der Recherchezeitraum auf die Jahre 2020 bis März 2021 beschränkt ist. Kampagnen die entsprechend vor dem Jahr 2020 oder nach März 2021 gestartet sind, sind somit nicht in der Analyse inkludiert. Da somit auch kein vollständiges Abbild der aktuellen bundespolitischen Nachhaltigkeitskommunikation vorliegt, folgt die darauffolgende Analyse einem eher explorativen Ansatz, bei welchem ausgewählte Kampagnen beispielhaft für die fokussierten SDGs skizziert werden. Auf Basis der Ergebnisse kann ein Eindruck darüber gegeben werden, wie die derzeitige Nachhaltigkeitskommunikation für Themen aus den Zielbereichen SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ von ausgewählten bundespolitischen Akteuren aussieht, die sich primär in ihren kommunizierten Zuständigkeitsbereichen diesen Zielbereichen zuschreiben.

In dem nachfolgenden Kapitel C.I werden daher zunächst die methodische Vorgehensweise sowie die daraus resultierende Kampagnengrundgesamtheit beschrieben. In Kapitel C.II werden sodann einschlägige Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure in den Zielbereichen der fokussierten SDGs vorgestellt.

C.I Methode und Anspruch

C.I.1 Bestimmung des Suchrahmens

Zielsetzung der Kampagnenerfassung war es, aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure in den Zielbereichen von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zu identifizieren und in die Sub-Ziele der fokussierten SDGs einzuordnen. Um den Zielrahmen einzugrenzen, werden zunächst der Aktualitätsbegriff definiert und die Auswahl der bundespolitischen Akteure begründet.

Um dem Attribut „aktuell“ zu entsprechen, musste eine Kampagne im Zeitraum von **Januar 2020 bis März 2021** aktiv sein. Dieser Kommunikationszeitraum wurde gewählt, um mindestens ein ganzes Kalenderjahr und damit auch saisonal bedingte Kommunikation abbilden zu können. Als aktiv wurde eine Kampagne gewertet, wenn laut kampagnenbeschreibenden Dokumentationen die Kampagne in den oben definierten Zeitraum fiel oder der Veröffentlichungszeitpunkt mindestens eines Kampagnenbestandteils dem oben definierten Zeitraum entsprach.

Als relevante bundespolitische Akteure wurden je fokussiertem SDG jeweils die einschlägigen Bundesministerien definiert. Die Einschlägigkeit wurde basierend auf den von den Bundesministerien eigens kommunizierten Zuständigkeitsbereichen bestimmt. So wurde das **Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)** für alle drei fokussierten SDGs als einschlägig definiert, da es sich u. a. den Themen Ernährung (SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) sowie Land-, Forst- und Fischereiwirtschaft (SDG 02 „Kein Hunger“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) zuschreibt. Des Weiteren fokussiert das BMEL den Kampf gegen Hunger (SDG 02 „Kein Hunger“), gegen Lebensmittelverschwendung sowie für faire Handelsbedingungen (SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“) (BMEL, 2021b) und verantwortet in gemeinsamer Federführung mit dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz sowie Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit das *Nationale Programm für nachhaltigen Konsum* (NPNK) und dessen Umsetzung (BMU et al., 2019).

Auch wurde das **Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)** als einschlägig für die Zielbereiche des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ bewertet und entsprechend in die Bestandsaufnahme und Analyse aufgenommen. Dieses SDG liegt laut eigener Aussage des BMU im aktuellen Nachhaltigkeitsbericht zur Umsetzung der *Agenda 2030* der Vereinten Nationen „Umweltpolitik für eine nachhaltige Gesellschaft“ nicht im originären Zuständigkeitsbereich²⁰ des



Der Zeitraum Januar 2020 bis März 2021 fällt in die Zeit der COVID-19-Pandemie und damit einen Zeitraum, der durch besondere, außergewöhnliche Umstände gekennzeichnet ist.

Oggleich Kampagnen mit gewisser Vorlaufzeit geplant werden, vermag dies zu Refokussierungen der Themen oder auch zu Verschiebungen von Kampagnenstarts geführt haben. Dies ist bei der Analyse stets zu berücksichtigen.

²⁰ Als originäre Zuständigkeitsbereiche definiert das BMU SDG 06 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“, SDG 11 „Nachhaltige Städte und Gemeinden“, SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“, SDG 14 „Leben unter Wasser“ und SDG 15 „Leben an Land“.

Bundesministeriums, da es die ökologische Dimension der Nachhaltigkeit nicht abdecke (BMU, 2020). Allerdings merkt das BMU selbst an, dass es „gemeinsam mit einer breiten Palette von politischen und gesellschaftlichen Partnerinnen und Partnern einen wesentlichen Beitrag [leiste], um die genannten Ziele für nachhaltiges Produzieren und Konsumieren zu erreichen“ (BMU, 2020). Zudem verantwortet es ebenso das NPNK und dessen Umsetzung federführend mit (BMU et al., 2019).

Die federführende Rolle im Rahmen des NPNK wird auch dem **Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)** zuteil. Überdies wird die Einschlägigkeit auch durch die im „Ressortbericht Nachhaltigkeit“ erwähnte „besonders prominente Bedeutung“ des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“²¹ aufgrund der Zuständigkeitsbereiche des Bundesministeriums deutlich (BMJV, 2020).

Weiterhin wurde auch das **Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)** in den Blick im Zuge der Kampagnenrecherche genommen. Dies wird mit dem im Jahr 2020 beschlossenen Reformkonzept „BMZ 2030“ und den darin definierten Initiativthemen des BMZ begründet, die sowohl SDG 02 „Kein Hunger“ und SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ über das Initiativthema „Gesundheit, Pandemiebekämpfung und One Health“ als auch SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ über das Initiativthema „Nachhaltige Lieferketten und Grüner Knopf“ abdecken. Überdies lässt sich SDG 02 „Kein Hunger“ einem der im Reformkonzept fünf definierten Kernthemen „Eine Welt ohne Hunger“ zuordnen (Die Bundesregierung, 2021).

Das **Bundesministerium für Gesundheit (BMG)** trägt insbesondere zur Zielerreichung des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ bei und leitet gar aus der Priorisierung der Gesundheitsziele der *Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie* (DNS) eine Fokussierung vierer Sub-Ziele ab, namentlich die „Verringerung vorzeitiger Sterblichkeit durch nichtübertragbare Erkrankungen durch Prävention und Behandlung“ (Sub-Ziel 3.4), die „Prävention und Behandlung von Substanzmissbrauch“ (Sub-Ziel 3.5), die „allgemeine Gesundheitsversorgung/Absicherung gegen finanzielle Risiken/Zugang zu hochwertigen Gesundheitsdienstleistungen“ (Sub-Ziel 3.8) sowie die Stärkung „der Eindämmung des Tabakgebrauchs in allen Ländern“ (Sub-Ziel 3.a) (BMG, 2019, S. 5f).

Auch das **Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)** sieht sich schließlich in der Mitverantwortung für die Zielerreichung des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“: einerseits aufgrund der im Jahr 2012 eingerichteten *Kompetenzstelle für nachhaltige Beschaffung* beim Beschaffungsamt des BMI, andererseits aufgrund der Verantwortung für den Bereich Bau. Entsprechend zeigen zwei der insgesamt sechs vom BMI im „Ressortbericht Nachhaltigkeit“ definierten Themencluster (Cluster 5: Nachhaltige Beschaffung; Cluster 6: Nachhaltiges Bauen) die Einschlägigkeit für das SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ (BMI, 2020). Tabelle 20 fasst die im Rahmen der Analyse ausgewählten und für die fokussierten SDGs als relevant definierten, bundespolitischen Akteure nochmals abschließend im Überblick zusammen.

²¹ nebst den in folgender Reihenfolge genannten SDG 16 „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“, SDG 10 „Weniger Ungleichheiten“ und SDG 05 „Geschlechtergleichheit“

SDG	Bundespolitischer Akteur
SDG 02 Kein Hunger	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	Bundesministerium für Gesundheit (BMG)
	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)
SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)
	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)
	Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)
	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Tabelle 20: Ausgewählte bundespolitische Akteure im Zuge der Kampagnenrecherche

C.I.2 Kommunikationsscreening

Mit Blick auf die angestrebte Bestandsaufnahme erfolgte die Recherche innerhalb des eingegrenzten Suchrahmens mit größtmöglicher Breite und unter Einsatz multipler Suchstrategien²². Da im Zuge einer Einzelbetrachtung eines Kommunikationsmittels (z. B. einem Post, einem TV-Spot) nicht festgestellt werden kann, ob dieses ein Bestandteil einer Kommunikationskampagne ist, wurden zunächst alle Kommunikationsmittel ohne entsprechende Prüfung erfasst. Suchausgangspunkte waren dabei Medien- und Presse-Datenbanken zur Erfassung von klassischen Kommunikationskanälen und -trägern (zur Differenzierung der Begriffe Kommunikationskanal, -träger und -mittel siehe Abbildung 8) sowie Online-Präsenzen und soziale Medien (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube). Dabei wurden zunächst alle 14 Bundesministerien betrachtet, um im ersten Schritt auch mögliche akteursübergreifende Kommunikation zu erfassen, sodass eine breite Erfassungsgrundlage für die ausgewählten bundespolitischen Akteure und fokussierten SDGs bestand.

²² An dieser Stelle möchten wir Theresa Bersch, René A. Daun, Zoë Gould und Daria Rudenko für ihre tatkräftige Unterstützung, insbesondere bei der Kommunikationserfassung, danken.

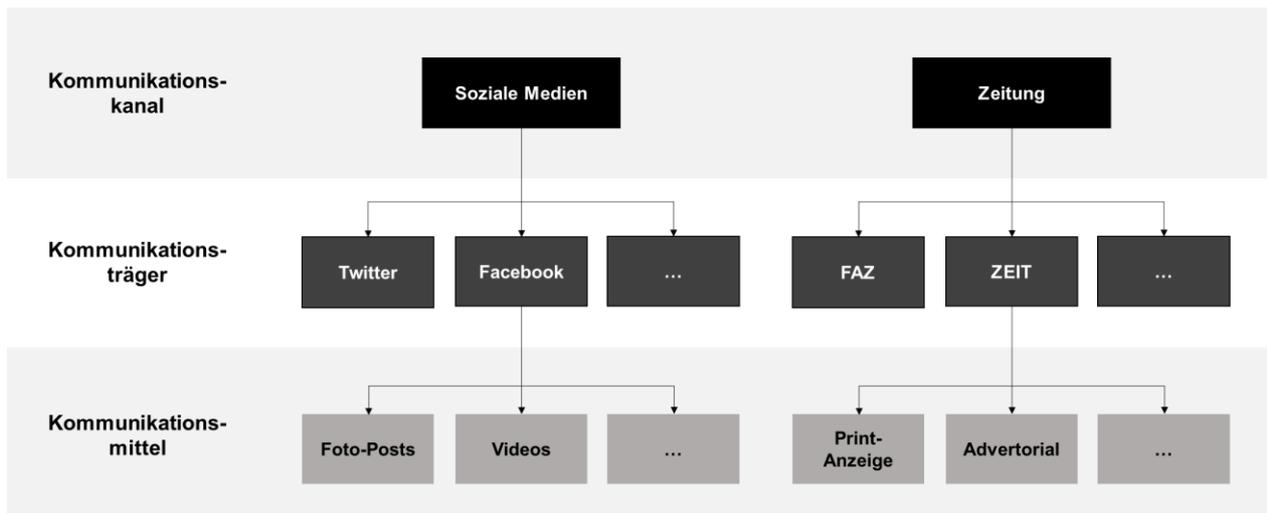


Abbildung 8: Kommunikationskanal, -träger und -mittel

Als klassische Medien der Massenkommunikation wurden Fernsehen (Kommunikationsmittel: TV-Spots) und Publikumszeitschriften (Kommunikationsmittel: Print-Anzeigen) fokussiert, welche innerhalb von Kampagnen häufig die Funktion eines Basismediums einnehmen (Bruhn, 2019). Darüber hinaus wurden auch Berichterstattungen über Kampagnen in (überregionalen) Tages- sowie Wochenzeitungen erfasst, die etwaig über Nachhaltigkeitskampagnen berichten bzw. ihre Leser auf diese hinweisen. Über das Tool *PressReader*²³ gelang der Zugriff auf über 8.000 internationale, nationale und regionale Tageszeitungen. Um die Effizienz der Kommunikationsrecherche in klassischen Medien zu erhöhen, wurde auf das Media-Tracking-Tool *XAD Spotresearch*²⁴ zurückgegriffen. Dies ermöglichte die Recherche von TV-Spots und Print-Anzeigen in einer Datenbank von 49 deutschen TV-Sendern und 139 deutschen Publikumszeitschriften. Dadurch konnten jene TV-Sender erfasst werden, auf welche mindestens 70 Prozent der Marktanteile²⁵ in der Altersgruppe „14 bis 49 Jahre“ und mindestens 60 Prozent der Marktanteile des Gesamtpublikums ab drei Jahren entfallen (DWDL.de GmbH, 2020). Zuletzt konnten 76 Prozent der verkauften Auflagen der 30 auflagenstärksten²⁶, freiverkäuflichen Publikumszeitschriften abgedeckt werden (Herrmann, 2019).

Im Rahmen der Recherche über *PressReader* wurden nach der Eingrenzung des Zeitraums Suchstrings für die Zielbereiche der fokussierten SDGs – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – genutzt. Aufgrund der Zeichenbegrenztheit der Suchstrings wurden dabei die Kernschlüsselbegriffe des jeweiligen SDG genutzt (u. a. SDG 02: *Hunger*; SDG 03: *Gesundheit*; SDG 12: *Konsum* oder *Produktion*) und um die durch OR-Operatoren verbundenen Schlüsselwörter *Kampagne*, *Spot*, *Trailer*, *Plakat*, *Werbung*, *Öffentlichkeitsarbeit* und *Reklame* ergänzt. Im Zuge der anschließenden Sichtung der gefilterten Dokumente, konnten sodann die Ergebnisse zu den Schlüsselbegriffen im Kontext betrachtet und relevante Druckerzeugnisse selektiert werden. Im Gegensatz

²³ www.pressreader.com

²⁴ <https://xadspoteffects.com/spotresearch/>

²⁵ Kalkulation basierend auf den jeweiligen Top 20 Sender-Marktanteilen am 02.12.2020

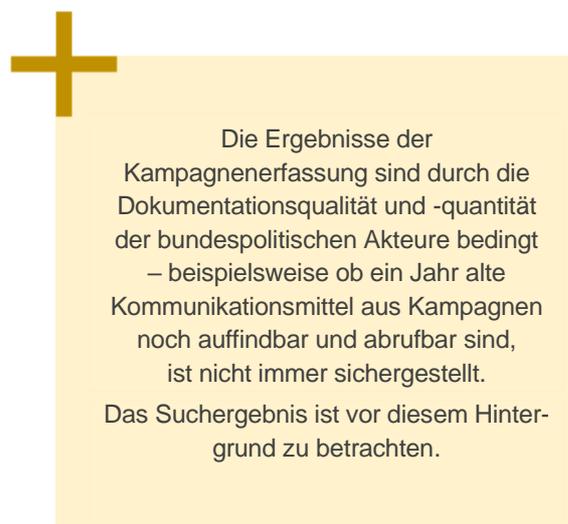
²⁶ basierend auf verkaufter Auflage nach IVW 1. Quartal 2019 (www.ivw.eu)

zu der Recherche über *PressReader* wurde bei *XAD Spotresearch* die schlüsselwortbasierte Suche für die fokussierten SDG-Zielbereiche nicht angewendet. Dies ist damit begründet, dass die Verschlagwortung in der Datenbank zu unspezifisch war. Alternativ wurden daher die Kommunikationssender zum Ausgangspunkt der Suche und alle TV-Spots und Print-Anzeigen der einschlägigen Bundesministerien und der Bundesregierung erfasst.

Analog zum Prozess der Studienerfassung wurden bei der Kampagnensuche ebenfalls Online-Präsenzen der Bundesministerien, die jeweils an unterschiedlichen Stellen über Kampagnen berichten und informieren, nach kampagnenbeschreibenden Dokumentationen durchsucht. So ist beispielsweise auf der Webseite des BMU eine eigene Rubrik für Kampagnen vorhanden²⁷. Auf anderen Webseiten von Bundesministerien sind Informationen zu möglichen Kampagnen dahingegen eher über die gesamte Webseite verstreut, sodass diese erst über eine erweiterte Suche zugänglich sind. Beispielsweise waren Kampagnen auf der Webseite des BMEL über verschiedene Pressemitteilungen in der Rubrik „Aktuelles“ verteilt. Daher wurde u. a. die Suchfunktion auf den Webseiten unter Einsatz der Suchbegriffe *Kampagne*, *Öffentlichkeitsarbeit* oder *Kommunikation* genutzt. In diesem Schritt wurde erneut bewusst auf eine Festlegung von SDG-spezifischen Schlüsselwörtern verzichtet, um eine breite Grundlage für die Selektion der Kampagnen zu gewährleisten.

Ebenso sollten im Rahmen des Kommunikationsscreenings soziale Medien betrachtet werden, wobei die Kommunikation auf entsprechenden Online-Plattformen sowohl passiv als auch aktiv erfolgen kann und dabei immer das Ziel des Austausches von u. a. Informationen, Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen verfolgt (Bruhn, 2019). Die Kommunikation in sozialen Medien ist weitaus ausdifferenzierter, kleinteiliger und schnelllebiger als in klassischen Medien und teilweise (u. a. Twitter) durch eine bestimmte Flüchtigkeit gekennzeichnet. Zunächst wurden daher auf den Profilen der Bundesministerien in den sozialen Medien alle kommunizierten Elemente (d. h. Posts beziehungsweise Tweets) im relevanten Erhebungszeitraum von Januar 2020 bis März 2021 schriftlich sowie bildlich dokumentiert.

Im Rahmen des Kommunikationsscreenings konnte somit eine Vielzahl an Kommunikation und damit potenziellen Kampagnenbestandteilen identifiziert werden. Im nachgelagerten Kampagnenqualifikationsprozess wurden diese dann vor dem Hintergrund der charakterisierenden Elemente einer Kampagne, die im Nachgang beschrieben werden, beurteilt und aggregiert.



Die Ergebnisse der Kampagnenerfassung sind durch die Dokumentationsqualität und -quantität der bundespolitischen Akteure bedingt – beispielsweise ob ein Jahr alte Kommunikationsmittel aus Kampagnen noch auffindbar und abrufbar sind, ist nicht immer sichergestellt. Das Suchergebnis ist vor diesem Hintergrund zu betrachten.

²⁷ www.bmu.de/ministerium/kampagnen/

C.I.3 Kampagnenqualifikation

In der Kampagnenqualifikation wurden die im Zuge des Kommunikationscreenings erfassten Kommunikationsmittel erneut gesichtet und auf etwaige Verbindungen untereinander geprüft, um Kampagnen zu definieren. Im Rahmen der Kommunikationspolitik verfolgt Kommunikation den Zweck, u. a. Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen bestimmter Adressaten durch die Übermittlung von Informationen und Bedeutungsinhalten zu beeinflussen (Bruhn, 2015). Entsprechend der vorgegebenen Fokussierung auf den Adressatenkreis der Verbraucherinnen und Verbraucher, steht demnach die externe Kommunikation – auch marktgerichtete Kommunikation im unternehmerischen Kontext genannt – im Mittelpunkt. Die externe Kommunikation ist dann wiederum das für die Adressaten wahrnehmbare Ergebnis kommunikationspolitischer Entscheidungsprozesse (ebd.). Ein zentrales charakterisierendes Element zur Identifikation einer Kampagne war demnach ein **gemeinsames stilistisches Gestaltungselement** der Kommunikationsmittel, welches es den Adressaten erlaubt, die verschiedenen Kommunikationsmittel als zu einer Kampagne gehörig wiederzuerkennen. Das stilistische Gestaltungselement sollte zudem ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen, welches es von anderen oftmals generischen Gestaltungselementen differenziert. So wurden Kommunikationsmittel, die unter dem generischen Hashtag #Klimaschutz veröffentlicht sind, nicht als Kampagne gezählt, es sein denn, weitere differenzierende Bild- oder Wortelemente begleiten dieses Hashtag (z. B. #BauernfürKlimaschutz).

Ein weiteres zentrales Charakteristikum einer Kampagne war das Vorhandensein von **mindestens zwei Kommunikationsmitteln**, unabhängig von der Anzahl der Kommunikationsträger (z. B. Facebook und Twitter) oder Kommunikationssender (z. B. verschiedene Bundesministerien). Innerhalb dieses Kriteriums wurden mehrmalige Ausschreibungen zu Preiswettbewerben, Ankündigungen von Jahrestagen sowie Bewerbungsaufrufe für Förderprogramme ausgeschlossen, sofern sie unabhängig von einer integrierten Kampagne stattfanden. Um sicherstellen zu können, dass simultane Präsenzen von einzelnen Kommunikationen auf anderen Trägern erfasst wurden, wurde nachträglich zum Kommunikationscreening eine rückwärtsgerichtete Suche jedes Kommunikationsmittels durchgeführt. Das bedeutet, dass zu jedem identifizierten Kommunikationsmittel erneut eine Suche (z. B. innerhalb der Online-Präsenzen der ausgewählten bundespolitischen Akteure) stattgefunden hat, um einen möglichst vollständigen Überblick zur Verbreitung der jeweiligen Kommunikationsmittel über mehrere Kommunikationsträger sowie -kanäle zu erfassen. Des Weiteren konnten dadurch Verbindungen zwischen verschiedenen Kampagnenelementen aufgezeigt werden. Mit meist größerem Umfang einer Dachkampagne werden zur Übersichtlichkeit sowie aus kommunikativen Gründen weitere Unterkampagnen mit der Ausführung von Unterpunkten der Dachkampagne beauftragt. So zählen beispielsweise zur Kampagne *Gemeinsam gegen Corona* des BMG auch Unterkampagnen wie #ÄrmelHoch oder #WirbleibenZuhause. Ebenso können Kampagnen, die explizit alle SDGs in ihrer Gesamtheit fokussieren, zusammengefasst werden, da sie zwar jeweils spezifische Zielgruppen adressieren, sich jedoch gegenseitig verstärken oder ergänzen (Deutscher Bundestag, 2019b),

wie beispielsweise *Die Glorreichen 17* der Bundesregierung²⁸ oder *#17Ziele*²⁹ des BMZ. Da eine Unterkampagne nur bedingt isoliert zur Dachkampagne zu betrachten ist, wurde dieses Gefüge innerhalb der Recherche offengelegt und berücksichtigt.

Verifiziert wurde eine Kampagne durch die explizite Recherche nach **kampagnenbeschreibenden Dokumentationen** (z. B. Pressemitteilungen der Kommunikationssender oder Berichte der unterstützenden Medienagenturen). In diesen wurde eine Kampagne explizit als solche dargestellt und weitere inhaltliche sowie organisatorische Aspekte wurden beschrieben. Die kampagnenbeschreibenden Dokumentationen waren oft ein zentraler Ausgangspunkt für die zeitliche Datierung der Kampagne sowie die Beschreibung ihrer wesentlichen inhaltlichen Zielstellung. Zur Bestimmung des Kampagnenzeitraums, wenn nicht explizit in kampagnenbeschreibenden Dokumentationen genannt, dienten in vielen Fällen die ersten Veröffentlichungszeitpunkte von Kommunikationsmitteln (TV-Spots oder Posts). Fielen diese in den relevanten Zeitraum der Kampagnenerfassung, wurden diese bei der Analyse betrachtet.

Im Anschluss zu der Kampagnenqualifikation wurde die SDG-Zuordnung vorgenommen. Diese verlief, wie im Fragenerfassungsprozess bereits dargestellt (siehe Kapitel B.I.2.3.1), in einem dreistufigen Verfahren. Zunächst haben zwei Beurteilende unabhängig voneinander die SDG-Zuordnungen vorgenommen. Waren sich die beiden primären

Beurteilenden nicht einig oder gab es mehr als drei mögliche SDG-Zuordnungen, wurde ein dritter Beurteilender hinzugezogen, der in diesen Fällen maximal drei SDG-Zuordnungen selektiert hat. Insgesamt wurden zu den identifizierten Kampagnen 61 SDG-Zuordnungen vorgenommen. Bei den SDG-Zuordnungen waren sich die Beurteilenden in knapp 70 Prozent der Fälle einig ($n = 42$). In 31 Prozent der Fälle musste ein dritter Beurteilender hinzugezogen werden (siehe Tabelle 21).

	Anzahl	Anteil
Übereinstimmungen	42	69 %
Drittgeprüfte Zuordnungen	19	31 %
Finale SDG-Zuordnungen	61	100 %

Tabelle 21: Überprüfung der SDG-Zuordnungen zu Kampagnen

C.I.4 Kampagnengrundgesamtheit

Insgesamt konnten im Zuge der Kampagnenqualifikation 25 aktuelle Kampagnen identifiziert werden, die exemplarisch für ausgewählte bundespolitische Institutionen erfasst wurden, die in ihren Zuständigkeiten Zielbereiche von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ fokussieren. Im hiesigen Kapitel sind diese anhand ausgewählter Merkmale beschrieben, die größtenteils den kampagnenbeschreibenden Dokumentationen entnommen wurden.



Kampagnen-Checkliste

- Zeitraum: Januar 2020 bis März 2021
- Kommunikationssender: BMEL, BMZ, BMG, BMJV, BMU, BMI
- Gemeinsames stilistisches Element
- Mind. zwei Kommunikationsmittel
- Beschreibende Dokumentation

²⁸ www.dieglorreichen17.de

²⁹ www.17ziele.de

Die meisten erfassten Kampagnen wurden bereits im Jahr 2020 aktiv kommuniziert ($n = 17$), was in Anbetracht des längeren Erfassungszeitraums nicht verwundert. Betrachtet man die Anzahl der Kampagnen jedoch in Relation zu der Anzahl der erfassten Monate, ist auffällig, dass für das Jahr 2021 pro Monat ca. 2,6 Kampagnen aktiv waren, wohingegen im Jahr 2020 pro Monat lediglich knapp 1,4 Kampagnen gezählt werden konnten. Natürlich sind bei der Interpretation saisonal bedingte Kommunikationsunterschiede zu berücksichtigen. Fast alle Kampagnen sind über mindestens ein soziales Netzwerk kommuniziert worden ($n = 24$) und die meisten Kampagnen verfügen über eine eigene Online-Präsenz ($n = 20$). Drei der erfassten Kampagnen sind gänzlich über soziale Medien kommuniziert worden. Dass Kampagnen zumeist über digitale Formate wie soziale Medien oder eigene Webseiten kommuniziert werden, könnte insbesondere vor dem Hintergrund einer schnelleren Umsetzung und direkten Verfügbarkeit der Inhalte erklärt werden. Nur 14 Kampagnen wurden ebenfalls über klassische Medien wie TV-Spots oder Print-Anzeigen kommuniziert oder durch zusätzliche Aktionen und Veranstaltungen begleitet. Erneut ist zu erwähnen, dass die Angaben nur das widerspiegeln können, was dokumentiert ist und im Rahmen des Erfassungsprozesses identifiziert werden konnte. Entsprechend kann keine Garantie auf Vollständigkeit zu den einzelnen Kommunikationsmitteln gegeben werden, sondern diese nur vor dem Hintergrund der explorativen Bestandsaufnahme interpretiert werden.

Die meisten Kampagnen im definierten Erfassungsrahmen wurden seitens des BMEL durchgeführt, wobei diese oftmals nur über digitale Formate wie soziale Medien oder Online-Präsenzen aktiv waren. Für die anderen ausgewählten Bundesministerien wurden in der Regel zwei bis vier Kampagnen gefunden. Dies kann zum einen bedeuten, dass das BMEL aktiver in der (Verbraucher-)Kommunikation ist als die anderen untersuchten Bundesministerien³⁰ oder aber auch, dass das BMEL seine Kampagnen besser dokumentiert und mit gemeinsamen stilistischen Elementen darstellt. Zum einen erlaubte dies die Identifikation von Kampagnen und zum anderen ermöglicht es aber auch den Verbraucherinnen und Verbrauchern einen Zusammenhang zwischen z. B. einzelnen Posts auf sozialen Medien zu erkennen. Eine Aufstellung der Kampagnenanzahl pro ausgewählten bundespolitischen Akteur ist in Tabelle 22 gegeben.

³⁰ ggf. dadurch begründet, dass Verbraucherschutz bis zur Bildung des neuen Bundeskabinetts am 17. Dezember 2013 früher Teil des BMEL war (Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz – BMELV) und erst dann in die Zuständigkeit des BMJV gefallen ist (Die Bundesregierung, 2013).

Bundespolitischer Akteur	Anzahl
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)	10
Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	4
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)	3
Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)	3
Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV)	3
Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI)	2
Gesamt	25

Tabelle 22: Identifizierte Kampagnen je ausgewähltem bundespolitischem Akteur

Zu den 25 identifizierten Kampagnen konnten insgesamt 61 SDGs zugeordnet werden. Betrachtet man nun die Verteilung der Kampagnen auf die jeweiligen SDGs, zeigt sich, dass die meisten Kampagnen im definierten Suchrahmen zu SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet werden können. Dies bedeutet nicht, dass zu den anderen SDG-Zielbereichen grundsätzlich keine oder wenige Kampagnen durchgeführt wurden. Vielmehr darf die Anzahl der Kampagnen pro SDG nur innerhalb des fokussierten Suchrahmens interpretiert werden, da die untersuchten bundespolitischen Akteure entsprechend ihrer Zuständigkeit für diese SDGs selektiert wurden. Mit Hinblick darauf scheint eine vermehrte Kampagnenanzahl in diesen fokussierten SDGs zielgetreu, da die ausgewählten bundespolitischen Akteure entsprechend ihrer selbst beschriebenen SDG-Zugehörigkeit kommunizieren und vermehrt Kampagnen in diesen Bereichen veranlassen. Darüber hinaus scheinen auch klimaschutzbezogene Kampagnen (SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“) durch die selektierten Bundesministerien vermehrt abgedeckt zu werden. Durch die ausgewählten bundespolitischen Akteure im eng definierten Zielrahmen eher weniger adressierte Zielbereiche sind beispielsweise Armut (SDG 01; keine Kampagne), Bildung (SDG 04; eine Kampagne) und Energie (SDG 07; keine Kampagne). Eine Aufteilung der Kampagnen pro SDG kann Tabelle 23 entnommen werden.

SDG	Anzahl
SDG 01 Keine Armut	0
SDG 02 Kein Hunger	7
SDG 03 Gesundheit und Wohlergehen	7
SDG 04 Hochwertige Bildung	1
SDG 05 Geschlechtergerechtigkeit	2
SDG 06 Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	1
SDG 07 Bezahlbare und saubere Energie	0
SDG 08 Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	4
SDG 09 Industrie, Innovation und Infrastruktur	2
SDG 10 Weniger Ungleichheiten	2
SDG 11 Nachhaltige Städte und Gemeinden	1
SDG 12 Nachhaltige/r Konsum und Produktion	10
SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz	7
SDG 14 Leben unter Wasser	5
SDG 15 Leben an Land	5
SDG 16 Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	5
SDG 17 Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	1
Übergeordnet	1

Tabelle 23: Kampagnen pro SDG

C.II Kampagnenvorstellung in ausgewählten SDGs

C.II.1 SDG 02 | Kein Hunger

Insgesamt konnten sieben aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure identifiziert werden, die sich dem Zielbereich des SDG 02 „Kein Hunger“ zuordnen lassen. Wie zuvor beschrieben (siehe Kapitel C.I.1), schreiben sich insbesondere das BMEL und das BMZ diesen SDG-Zielbereich primär zu. In Übereinstimmung damit wurden die im eng definierten Suchrahmen identifizierten Kampagnen vom BMEL initiiert und betreffen die Sub-Ziele „Ganzjähriger Zugang zu Nahrung“ (Sub-Ziel 2.1; $n = 2$), „Keine Fehlernährung“ (Sub-Ziel 2.2; $n = 1$), „Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten“ (Sub-Ziel 2.3; $n = 1$) sowie „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ (Sub-Ziel 2.4; $n = 3$). Eine entsprechende Übersicht wird in Tabelle 24 gegeben.

Kampagne	SDG 02 Sub-Zielzuordnung	Bundesministerium
Zu gut für die Tonne!	2.1 Ganzjähriger Zugang zu Nahrung	BMEL
#KaufNurWasDubrauchst	2.1 Ganzjähriger Zugang zu Nahrung	BMEL
Einfach. Besser. Essen.	2.2 Keine Fehlernährung	BMEL
#UnsereErnteUnserEssen	2.3 Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten	BMEL
20 Jahre Bio-Siegel	2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	BMEL
#BauernfürKlimaschutz	2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	BMEL
Echt kuh-!!	2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	BMEL

Tabelle 24: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 02 „Kein Hunger“

Die meisten der identifizierten Kampagnen ($n = 3$) beziehen sich auf die nachhaltige Produktion von Nahrungsmitteln. Im Speziellen lassen sich diesem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ die Kampagnen *20 Jahre Bio-Siegel*, *#BauernfürKlimaschutz* und *Echt kuh-!!* zuschreiben. Anlässlich des Bio-Siegel-Jubiläums wurde in der hauptsächlich über digitale Formate kommunizierten Kampagne *20 Jahre Bio-Siegel* über das im Jahr 2001 eingeführte Öko-Kennzeichen informiert. Das Siegel soll Verbraucherinnen und Verbrauchern mit leicht verständlicher Informationsdarbietung dabei helfen, Bio-Produkte auf einen Blick zu erkennen und so zu der Entwicklung des Bio-Marktes beizutragen (BMEL, 2021a). Ebenfalls hauptsächlich über soziale Medien verbreitet wurde die Kampagne *#BauernfürKlimaschutz*, die das größte „Modernisierungsprogramm für mehr Klima-, Umwelt- und Naturschutz in der Landwirtschaft“ begleitet (BMEL, 2020a). Die Kampagne *Echt kuh-!!* befördert die Auseinandersetzung mit den Themen nachhaltige Landwirtschaft und Ernährung an Schulen, insbesondere indem sie u. a. zu Schülerwettbewerben aufruft (BMEL, 2021f).

Ein zweiter thematischer Schwerpunkt bei den Kampagnen zu SDG 02 „Kein Hunger“ kann für das Sub-Ziel 2.1 „Ganzjähriger Zugang zu Nahrung“ identifiziert werden ($n = 2$). In der bereits seit 2016 laufenden groß angelegten Kampagne *Zu gut für die Tonne!* sowie der während der COVID-19-Pandemie initiierten Kampagne in sozialen Medien *#KaufNurWasDubrauchst* sollen Verbraucherinnen und Verbrauchern für Lebensmittelverschwendung sensibilisiert werden. Dieser Themenschwerpunkt wird auch explizit in Sub-Zielen anderer SDGs adressiert (Sub-Ziel 12.3 „Weniger Nahrungsmittelverschwendung“). In den Kampagnen sollen einerseits konkrete Tipps zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen gegeben werden (z. B. soll mittels der Kampagne *#KaufNurWasDubrauchst* Hamsterkäufen entgegengewirkt werden; auf der Webseite von *Zu gut für die Tonne!* werden u. a. *#restreloaded* Tutorials und Rezeptvorschläge für

Lebensmittelreste kommuniziert) und andererseits das Bewusstsein für die Wertschätzung von Lebensmitteln gestärkt werden (BMEL, 2020b; BMEL & MediaCompany, 2021).

Zwei weitere Kampagnen können dem SDG 02 „Kein Hunger“ zugeordnet werden. So werden in der Kampagne *#UnsereErnteUnserEssen* die Arbeitskräfte in der Landwirtschaft in den Vordergrund gestellt, um das Bewusstsein für die landwirtschaftliche Produktion und die anfallenden Arbeiten in der Landwirtschaft, insbesondere der Nahrungsmittelproduktion, zu stärken (BMEL, 2020c). Entsprechend lässt sich diese Kampagne dem Sub-Ziel 2.3 „Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten“ zuordnen. Mit der Kampagne *Einfach. Besser. Essen.* wird hingegen die Einführung der erweiterten Nährwertkennzeichnung „Nutri-Score“ in Deutschland begleitet. Der Nutri-Score soll Verbraucherinnen und Verbrauchern eine bessere Orientierung bei der Lebensmittelauswahl geben, indem durch die Ausweisung auf einer fünfstufigen Farb- und Buchstabenskala die Nährwerte von Lebensmitteln schneller verglichen werden können (BMEL, 2021d). Die Kampagne lässt sich entsprechend dem Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ zuordnen. Eine Liste der Kampagnen inklusive der Verlinkungen zu den Kampagnenwebseiten (falls vorhanden) ist in Anlage 8 zu finden.

C.II.2 SDG 03 | Gesundheit und Wohlergehen

Im Zielbereich SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ können ebenso sieben Kampagnen im Kommunikationszeitraum Januar 2020 bis März 2021 für die ausgewählten bundespolitischen Akteure innerhalb des engen Suchrahmens identifiziert werden. Nur ein Teil der Kampagnen ($n = 4$) wurde jedoch von jenen bundespolitischen Akteuren, die sich in der Zuständigkeit dem SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ zuschreiben (siehe Kapitel C.I.1) – BMG und BMEL – kommuniziert. Drei Kampagnen wurden durch andere untersuchte bundespolitische Akteure (BMJV, BMI und BMU) initiiert, die sich nicht primär diesem SDG zuschreiben. Die meisten Kampagnen wurden durch das BMG kommuniziert, was vor dem Hintergrund der Priorisierung dieses SDG-Zielbereiches erwartungsgemäß ist.

Die Themenbereiche der identifizierten Kampagnen sind über verschiedene Sub-Ziele des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ gefächert. Zwei Kampagnen können dem Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ zugeordnet werden. Jeweils eine Kampagne konnte für die Sub-Ziele 3.3 „Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten“, 3.7 „Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung“, 3.8 „Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung“, 3.9 „Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen“ und 3.a „Kein Tabakgebrauch“ identifiziert werden. Eine Übersicht hierzu wird in Tabelle 25 gegeben.

Kampagne	SDG 03 Sub-Zielzuordnung	Bundesministerium
Zusammen gegen Corona	3.3 Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten	BMG
Einfach. Besser. Essen.	3.4 Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten	BMEL
Hilfe-Info für Betroffene von Straftaten	3.4 Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten	BMJV
LIEBESLEBEN	3.7 Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung	BMG
Schutz geht nur gemeinsam	3.8 Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung	BMI
Gib der Natur nicht den Rest.	3.9 Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen	BMU
Deine Chance	3.a Kein Tabakgebrauch	BMG

Tabelle 25: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“

Konkret können die zwei Kampagnen *Einfach. Besser. Essen.* und *Hilfe-Info für Betroffene von Straftaten* dem Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ zugeordnet werden, fokussieren jedoch unterschiedliche Themen der nichtübertragbaren Krankheiten. Wie bereits zuvor in Kapitel C.II.1 vorgestellt, fördert die Kampagne *Einfach. Besser. Essen.* insbesondere gesunde Ernährung durch verbesserte Information und beugt damit Krankheiten durch ungesunde Ernährungsweisen vor (BMEL, 2021d). Die Kampagne *Hilfe-Info für Betroffene von Straftaten* unterstützt hingegen, wie der Name schon andeutet, Betroffene von Straftaten durch Hilfsangebote insbesondere bei rechtlichen Fragen (BMJV, 2021). Da diese Kampagne und die damit verbundene Plattform durch das BMJV unterhalten wird, ist eine Fokussierung auf rechtliche Aspekte konsequent. Vor dem Hintergrund, dass die Kampagne auch der Vorbeugung weiterer Straftaten dienen soll, indem Betroffene im Zuge der Beratung über u. a. Beweisaufnahmeverfahren informiert und mithin motiviert werden sollen, Straftaten zur Anzeige zu bringen (ebd.), kann diese Kampagne dennoch in Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ verortet werden. Dies insbesondere auch deswegen, weil die Strafverfolgung ein wesentlicher Aspekt des Bewältigungsprozesses von Straftaten ist (Treibel et al., 2017) und die Bewältigung dieses Erlebnisses langfristig zur Bekämpfung etwaiger (psychischer Folge-)Krankheiten beitragen kann.

Ebenfalls ein großer thematischer Schwerpunkt der Kampagnen lag auf den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie, was insbesondere durch den Erfassungszeitraum erklärbar ist. So wurde mit der Kampagne *Zusammen gegen Corona* eine groß angelegte Dachkampagne initiiert. Auf der entsprechenden Webseite der Dachkampagne werden alle Informationen zum Corona-Virus und der damit verbundenen Pandemie zentral gesammelt und der Bevölkerung zur Verfügung gestellt. Zu dieser Dachkampagne zählen verschiedene Unterkampagnen, die alle die Infektionsprävention fokussieren. So widmet sich beispielsweise die Unterkampagne *#WirbliebenZuhause* der Prävention durch das Reduzieren von sozialen Kontakten oder

die Unterkampagne *#ÄrmelHoch* der Förderung von Impfungen gegen das Corona-Virus (BMG, 2021c). Entsprechend dieser Ausrichtung lässt sich die Kampagne dem Sub-Ziel 3.3. „Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten“ zuordnen. Eine weitere Kampagne mit Bezug zur COVID-19-Pandemie ist die des BMI *Schutz geht nur gemeinsam*. Auch wenn das BMI dem Zielbereich nicht primär als ausgewählter bundespolitischer Akteur zugeordnet wurde, sensibilisiert die Kampagne für die Arbeit der Polizei, Feuerwehr und Rettungskräfte in Zeiten der Pandemie (BMI, 2021b) und ist daher dem Sub-Ziel 3.8 „Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung“ zuzuordnen.

Eine weitere vom BMG kommunizierte Kampagnen fokussiert die Eindämmung von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen (BMG, 2021a). Diese Kampagne namens *LIEBESLEBEN* dient entsprechend der Zielerreichung des Sub-Ziels 3.7 „Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung“. Ebenso versucht das BMG mit der Kampagne *Deine Chance* (Langzeit-)Raucherinnen und Raucher dazu zu motivieren, mit dem Rauchen aufzuhören (BMG, 2021b) und targetiert damit das Sub-Ziel 3.a „Kein Tabakgebrauch“.

Eine letzte Kampagne fokussiert schließlich ein Thema, welches erst sekundär die Gesundheit betrifft. So werden mit der Kampagne *Gib der Natur nicht den Rest* Verbraucherinnen und Verbraucher über die richtige Entsorgung von nicht verbrauchten Medikamenten aufgeklärt, um den Eintritt dieser in Gewässer und damit den Lebensraum von Tieren und Pflanzen zu verhindern (BMU, 2021c). Aufgrund des ökologischen Zielbezugs verwundert der Kommunikationssender – BMU³¹ – nicht. Jedoch ist diese Kampagne auch über das Sub-Ziel 3.9 „Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen“ dem SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ zuzuordnen, da Arzneimittel auch in das Grund- und Trinkwasser gelangen können. Die Kampagne hat dabei allerdings eher präventiven Charakter, „da die gemessenen Konzentrationen der Arzneimittelwirkstoffe in der Umwelt unterhalb der therapeutischen Dosen oder der maximal zulässigen Rückstandsmengen für Tierarzneimittel in tierischen Nahrungsmittelprodukten liegen“ (BMU, 2021a, S. 8). Eine Zusammenfassung der Kampagnen sowie Verlinkungen zu den Webseiten der Kampagnen (falls vorhanden) werden in Anlage 8 gegeben.

C.II.3 SDG 12 | Nachhaltige/r Konsum und Produktion

Die meisten im Suchrahmen identifizierten Kampagnen ($n = 10$) konnten dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet werden (siehe Kapitel C.I.4). All diese Kampagnen gehen von jenen bundespolitischen Akteuren aus, die das SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ auch in ihrem Verantwortungsbereich sehen (siehe C.I.1). So initiierte das BMEL mit insgesamt sieben die meisten einschlägigen Kampagnen im Erfassungszeitraum. Jeweils eine einschlägige aktuelle Kampagne wurde für das BMU, BMI und BMZ identifiziert. Hingegen konnte keine Kampagne seitens des BMJV³² gefunden werden, die sich mit dem Zielbereich, nachhaltige Produktions- und Konsummuster sicherzustellen, befasst.

³¹ welches zuweilen auf Informationen des BMG, des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und des BMEL für Kampagnenzwecke zurückgreift

³² Die zwei dem BMJV zuzuordnenden Kampagnen fokussierten insbesondere den Zielbereich des SDG 16 „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“.

Inhaltlich liegt der Schwerpunkt der meisten Kampagnen im Bereich der nachhaltigen Produktion und Nachhaltigkeitsinformation (Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“; $n = 6$). Des Weiteren werden Zielbereiche angesprochen, die sich thematisch den Sub-Zielen Nahrungsmittelverschwendung (Sub-Ziel 12.3 „Weniger Nahrungsmittelverschwendung“; $n = 2$) und Vermeidung von Abfällen (Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“; $n = 1$) zuordnen lassen. Auch fokussiert eine Kampagne den sichere(re)n Konsum in der digitalen Welt (übergeordnet im SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“, $n = 1$). Eine Übersicht hierzu wird in Tabelle 26 gegeben.

Kampagne	SDG 12 Sub-Zielzuordnung	Bundesministerium
#KaufNurWasDubrauchst	12.3 Weniger Nahrungsmittelverschwendung	BMEL
Zu gut für die Tonne	12.3 Weniger Nahrungsmittelverschwendung	BMEL
Weniger ist mehr	12.5 Weniger Abfallaufkommen	BMU
Einfach. Besser. Essen.	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMEL
#UnsereErnteUnserEssen	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMEL
Echt kuh-I	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMEL
#BauernfürKlimaschutz	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMEL
20 Jahre Bio-Siegel	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMEL
#ichwillfair	12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen	BMZ
#einfachaBSichern	12.0 Übergeordnet im SDG	BMI

Tabelle 26: Kampagnen im thematischen Bereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“

Die meisten ($n = 5$) der zu Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ zugeordneten Kampagnen (*Einfach. Besser. Essen.*; *#UnsereErnteUnserEssen*; *#BauernfürKlimaschutz*; *20 Jahre Bio-Siegel* sowie *Echt kuh-I!*) wurden ebenfalls dem Zielbereich SDG 02 „Kein Hunger“ zugeordnet, was erneut die thematische Verwobenheit der SDGs verdeutlicht³³. Zusätzlich wurde in dieses Sub-Ziel die in der Weihnachtszeit des Jahres 2020 lancierte Kampagne *#ichwillfair* des BMZ eingeordnet, welche faire Produktionsbedingungen und den fairen Handel in den Mittelpunkt stellt und Verbraucherinnen und Verbraucher zu nachhaltigem Konsum motivieren möchte (GEPA, 2020).

³³ Da die Kampagnen bereits in Kapitel C.II.1 dargestellt wurden, wird an dieser Stelle auf eine inhaltliche Wiederholung verzichtet. Der geneigte Leser sei damit auf die dortige Beschreibung der Kampagnen verwiesen.

Wie bereits im Zuge der Kampagnenvorstellung des SDG 02 „Kein Hunger“ (Kapitel C.II.1) erwähnt, ist der Themenbereich Nahrungsmittelverschwendung auch dem SDG 02 „Kein Hunger“ zuordenbar, wird aber über das Sub-Ziel 12.3 „Weniger Nahrungsmittelverschwendung“ explizit in SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ adressiert. Entsprechend können auch an dieser Stelle zwei zuvor bereits unter SDG 02 „Kein Hunger“ gefasste und dort beschriebene Kampagnen gezählt werden. Während mittels der Kampagne *Zu gut für die Tonne!* diese Problematik der Lebensmittelverschwendung generell angesprochen wird (BMEL & MediaCompany, 2021), wurde die Kampagne *#KaufNurWasDuBrauchst* zu Zeiten der COVID-19-Pandemie lanciert, mit besonderem Fokus auf der Vermeidung von Hamsterkäufen im Nahrungsmittelbereich (BMEL, 2020b).

Das Sub-Ziel der Verringerung des Abfallaufkommens (Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“), welches ebenfalls bei der studienübergreifenden Analyse des Nachhaltigkeitsbewusstseins in der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* einen besonderen Fokus erhalten hat, spricht das BMU mit seiner Kampagne *Weniger ist mehr* an. Fokussiert wird in der Kampagne die Vermeidung von Plastikmüll. Die Kampagne bedient sich zehn Bildmotiven bzw. Produktbeispielen des Verbraucheralltags, in denen bereits alternative Verpackungsmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Auf diesem Weg sollen Verbraucherinnen und Verbraucher über das Abfallaufkommen informiert und für alternative Mehrwegsysteme und -verpackungen sensibilisiert werden (BMU, 2021d, 2021b). Die Kampagne *#einfachBSI* des BMI in Kooperation mit dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) targetiert schließlich den Bereich des sicheren Konsums in der digitalen Welt. Sie versucht Verbraucherinnen und Verbraucher für die Gefahren im Netz sowie den nachhaltigen Umgang mit personenbezogenen Daten im Sinne des Verbraucherschutzes zu sensibilisieren (BMI, 2021a) und kann daher SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ nur übergeordnet zugeordnet werden. Eine Liste der Kampagnen inklusive der Verlinkungen zu den Kampagnenwebseiten (falls vorhanden) ist in Anlage 8 zu finden.

D BEWUSSTSEIN VS. KAMPAGNEN – EIN VERGLEICH



Das primäre Ziel der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* war es, einen Überblick über das **Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland** in den verschiedenen Zielbereichen der *Sustainable Development Goals* (SDGs) zu erlangen (siehe Kapitel B) und darüber hinaus exemplarisch **aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure** in den fokussierten Nachhaltigkeitszielbereichen zu sichten (siehe Kapitel C). Mithilfe dieser Grundlage wird nun in einem explorativen Ansatz verglichen, wie die in den Kampagnen liegenden Nachhaltigkeitsthemen **im Verhältnis** zur jeweiligen Bewusstseinslage der Menschen in Deutschland in den fokussierten Zielbereichen von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ stehen. Dabei werden alle identifizierten Kampagnen betrachtet, jedoch nur vor dem Hintergrund der inhaltlich tiefergehend analysierten Sub-Ziele bewertet (2.2 „Keine Fehlernährung“, 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“, 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ und 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“). Entsprechend kann es vorkommen, dass Kampagnen, die primär einem anderen Sub-Ziel innerhalb eines SDGs zugeordnet wurden, inhaltlich vor dem Hintergrund eines der fokussierten Sub-Ziele dieses SDGs evaluiert werden. Bei den jeweiligen Vergleichen wird auf die entsprechende Zuordnung erneut verwiesen, sodass die Bezüge deutlich werden.

Entsprechend hat die Gegenüberstellung einen explorativen Charakter und soll in einem ersten Schritt Möglichkeiten aufzeigen, wie die Ergebnisse der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021*, insbesondere jene aus Kapitel B, genutzt werden können, um u. a. Empfehlungen für zielgruppenadäquate und zukunftsgerichtete Kommunikation von Nachhaltigkeitszielen auszuarbeiten. Exemplarisch sollen im Folgenden nun jeweils drei Kampagnen vorgestellt werden, die mit den bisherigen Erkenntnissen über das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland aus der studienübergreifenden Analyse entweder bereits korrespondieren (Kapitel D.I) oder (Synergie-)Potenziale erkennen lassen (Kapitel D.II). Das Kapitel schließt mit einem zusammenfassenden Zwischenfazit, in welches Erkenntnisse aus den Kapiteln C und D einfließen (Kapitel D.III).

D.I Beispiele für bewusstseinsadäquate Kampagnen

Im Rahmen der studienübergreifenden Analyse der Bewusstseinsfragen zeigte sich ein inhaltlicher Schwerpunkt im Themengebiet der gesunden Ernährung und damit im Zielbereich des SDG 02 „Kein Hunger“ bzw. konkreter im Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“. Im Zuge der vertiefenden Analyse (siehe Kapitel B.II.2.3) wurde aufgezeigt, dass die Mehrheit der in den einschlägigen Studien befragten Personen auf gesunde Ernährung Wert legt und im Alltag auf eine entsprechende Ernährungsweise achtet bzw. achten möchte. Auch zeigt die Studienlage eine Offenheit der Befragten gegenüber staatlichen Eingriffen, die eine gesunde Ernährungsweise fördern. Insbesondere Instrumente mit niedriger Eingriffstiefe werden von den Befragten präferiert und rund vier von fünf Befragten sprechen sich für eine klarere Lebensmittelkennzeichnung aus.



Abbildung 9: Kommunikationsmittel zur Kampagne *Einfach. Besser. Essen.* (BMEL, 2021e)

Ein diesem Wunsch nach klarer Kennzeichnung entsprechender Vorstoß war die Einführung des Nutri-Scores in Deutschland, welche von der Kampagne des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) *Einfach. Besser. Essen.* begleitet wurde. Diese Kampagne ist daher ebenso dem Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ zuordenbar. Die Einführung eines Labels zur verbesserten erweiterten Nährwertkennzeichnung trifft auf einen Bedarf, der sich anhand der Studienlage verifizieren lässt. In diesem Fall scheinen bevölkerungsrepräsentative Studienergebnisse bei der Planung und Umsetzung der Nährwertkennzeichnung selbst berücksichtigt worden zu sein, was auch die Informationen auf der zugehörigen Kampagnenwebseite vermuten lassen (BMEL, 2021c). So wird dort explizit erwähnt, dass „schon im Vorfeld seiner Einführung in Deutschland [...] eine repräsentative Studie gezeigt [hat], dass die Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland den Nutri-Score anderen erweiterten Nährwertkennzeichnungssystemen gegenüber deutlich bevorzugt“ (ebd.). Die Kampagne *Einfach. Besser. Essen.* könnte demnach ein positives Beispiel für eine evidenzbasierte Verbraucherpolitik ggf. auch Verbraucherkommunikation sein.

Innerhalb der selektierten Fragen in der inhaltlichen Analyse zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ wurde auch deutlich, dass die Menschen in Deutschland staatliche Maßnahmen fordern, die eine gesunde Ernährungsweise befördern. Insbesondere werden staatliche Maßnahmen befürwortet, die zuckerhaltige Lebensmittel stärker regulieren, wobei Maßnahmen, die besonders Schutzbedürftige wie Kinder und Säuglinge in den Blick nehmen, als besonders wichtig eingestuft werden. So werden gesetzliche Höchstwerte für Zucker, Verkauf- und Werbeverbote sowie eine verpflichtende schulische Aufklärung zu stark zuckerhaltigen Lebensmitteln gefordert. Neben der kampagnenbegleitenden Einführung des Nutri-Scores, welcher Zucker als problematischen Bestandteil in die Gesamtbeurteilung der Nährstoffzusammensetzung



Abbildung 10: Kommunikationsmittel zur Kampagne *Echt kuh-!* (Bildung & Begabung gGmbH, 2021)

korrespondierende Kommunikation stattfinden könnte. Um diesen Aspekt zu verifizieren, wäre eine entsprechende Analyse der Fragen in Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ notwendig.

Ein weiterer wichtiger Aspekt im Zielbereich der „nachhaltigen Produktion“ (Sub-Ziel 12.6) scheint die Transparenz der Produktionsbedingungen zu sein. Obgleich dieser Aspekt von den meisten in Deutschland befragten Personen stark befürwortet und gefordert wird, zeigt sich auf konativer Ebene, dass nur wenige Befragte aktiv auf Produktionsbedingungen beim Konsum achten. Ein Phänomen, welches im wissenschaftlichen Rahmen auch oftmals als Intentions-Verhaltens-Lücke (engl.

Intention-Behavior-Gap) beschrieben wird (Frank & Brock, 2018). Obwohl das entsprechende Bewusstsein für die Thematik bei den Menschen in Deutschland vorhanden zu sein scheint, scheint die Übersetzung des Bewusstseins in Handlungen noch nicht zu gelingen. Eine Kampagne, die aktiv versucht diese Intentions-Verhaltens-Lücke zu schließen und ebenfalls dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ zugeordnet wurde, ist die Kampagne *#ichwillfair*, welche vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) initiiert wurde. Die passend zur konsumreichsten Zeit des Jahres – vor Weihnachten – gestartete Kampagne möchte Verbraucherinnen und Verbraucher für das Thema des fairen Handels und entsprechende Siegel sensibilisieren und dadurch Handlungshilfen geben. Ähnlich wie bei der Kampagne *Einfach. Besser. Essen.* vermag sich auch in dieser Kampagne eine bewusstseinsadäquate Kommunikation identifizieren lassen, die den analysierten Forderungen und adressierten konativen Problematiken zum rechten Zeitpunkt begegnet.

einrechnet (Verbraucherzentrale NRW e. V., 2020), trifft insbesondere die BMEL-Kampagne *Echt kuh-!*, den Bedarf, indem im Zuge dieser an Schulen über Nachhaltigkeit und Ernährung aufgeklärt wird. Auch wenn diese Kampagne vornehmlich dem Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ zugeordnet wurde, lässt sich bereits anhand der inhaltlichen Analyse zu Bewusstseinsfragen in Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ erkennen, dass in dieser Kampagne ggf. eine den Forderungen



Abbildung 11: Kommunikationsmittel zur Kampagne *#ichwillfair* (GEPA, 2020)

D.II Beispielhafte Kampagnen mit Potenzial

Im Rahmen des explorativen Vergleichs wurden auch Themenfelder identifiziert, die von bisher erfassten Kampagnen nur teilweise adressiert werden. Entsprechend lassen sich in diesen Fällen Potenziale erkennen, wie bisherige Kampagnen beispielsweise ergänzt werden könnten, um u. a. Synergien zu nutzen. Auch an dieser Stelle ist darauf zu verweisen, dass die Kampagnen nur im Rahmen des definierten Suchrahmens betrachtet werden und beispielweise mögliche Weiterentwicklungen einer Kampagne, die nach März 2021 umgesetzt wurden, nicht inkludiert sind.

Ein Themenbereich aus dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“, welcher für die Menschen in Deutschland ebenso relevant zu sein scheint, ist der der Innovationen in der Lebensmittelproduktion. So stimmen fast drei Viertel der Befragten zu, dass die stetige Optimierung und Innovationskraft der landwirtschaftlichen Produktion wichtig für die künftige Ernährung seien. Uneinig scheinen die Befragten hingegen im Hinblick auf die konkrete Ausgestaltung zu sein. Verschiedene



Abbildung 12: Kommunikationsmittel zur Kampagne #BauernfürKlimaschutz (BMEL, 2021g)

Innovationen im Bereich Nanotechnologie, Feldüberwachung, Precision Farming und Bio-Convenience, aber auch ernährungswissenschaftliche Innovationen wie zum Beispiel Nutrigenomik, treffen auf unterschiedliche Zustimmungsraten. Dies mag unter Umständen auch an verschiedenen Kenntnisständen über die Innovationen liegen. Die demselben Sub-Ziel zuzuordnende Kampagne des BMEL #BauernfürKlimaschutz scheint bereits in die richtige Richtung

vorzustoßen, begleitet sie doch das größte „Modernisierungsprogramm für mehr Klima-, Umwelt- und Naturschutz in der Landwirtschaft“ (BMEL, 2020a). Weiterhin ist dem Investitionsziel des Modernisierungsprogramms eine Fokussierung auf ökologische Nachhaltigkeitsziele zu entnehmen (ebd.). Damit wiederum könnte die Kampagne die Bedarfe der Menschen in Deutschland dahingehend treffen, dass diesen nicht nur der Umwelt- und Klimaschutz allgemein, sondern auch konkret und insbesondere der schonende Umgang mit natürlichen Ressourcen in der Lebensmittelproduktion wichtig zu sein scheint. Gleichweg befürwortet auch die große Mehrheit an Befragten staatliche Beihilfen für klimagerechte landwirtschaftliche Methoden. Die Kampagne scheint damit den grundlegenden Bedarf der Menschen in Deutschland nach Innovationen und Umwelt- und Klimaschutz in der Landwirtschaft aufzugreifen. Die Kommunikation könnte jedoch noch weiterentwickelt werden, damit potenziell geförderte Innovationen sowie deren konkrete Ausgestaltung und Mehrwerte in einer für die Menschen in Deutschland ersichtlichen

Weise kommuniziert werden. Durch eine solche Weiterentwicklung könnten zum einen die Technologien und deren Ziele vermittelt und zum anderen eine Sensibilisierung für die landwirtschaftliche Arbeit gefördert werden.

Insbesondere der zweite Aspekt scheint ohnehin in den Zielbereichen der Kommunikationskampagnen des BMEL zu liegen. So soll mit der Kampagne *#UnsereErnteUnserEssen* ein Einblick in die deutsche

Landwirtschaft vermittelt werden. Gemäß der Devise „Wir machen sichtbar, wer unser Essen auf den Tisch bringt“ (BMEL, 2020c) wird durch Fotos und Geschichten der Arbeitsalltag von Menschen in der landwirtschaftlichen Produktion dargestellt. Die Aufnahmen sollen laut eigener Aussage „Interesse wecken, Wissen vermitteln und dazu beitragen, einen unserer wichtigsten Wirtschaftszweige wieder ein Stück begreifbarer zu machen“ (ebd.). Diese Kampagne, welche ebenfalls dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ zugeordnet werden kann, könnte zusammen mit der Kampagne *#BauernfürKlimaschutz* synergetisch genutzt werden. So könnten auf den Fotos der Kampagne und ebenso innerhalb der Geschichten auch insbesondere noch wenig bekannte Innovationen in der landwirtschaftlichen Produktion, gemäß der Erkenntnissen zum Wissenstand, vorgestellt werden. Eine solch modifizierte Kampagne würde weiterhin dem Kommunikationsziel des BMEL – der Sensibilisierung für die landwirtschaftliche Arbeit – entsprechen und gleichweg auch zur Wissensvermittlung im Bereich der landwirtschaftlichen Innovationen beitragen.

Die studienübergreifende Analyse des Bewusstseins im Bereich des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ deutet darauf hin, dass die Menschen in Deutschland ein besonderes Augenmerk auf nachhaltige Verpackungen zu legen scheinen. Dies konkretisiert sich inhaltlich durch Einstellungen zur Verpackungsart (z. B. Mehrwegverpackung) oder auch zu verwendeten Materialien (z. B. kein Plastik, recycelbares Material, weniger Material oder keine Verpackung). Obwohl das Bewusstsein für dieses Thema sowie eine entsprechende Nutzungsbereitschaft bei den Menschen in Deutschland grundsätzlich stark ausgeprägt erscheinen,



Abbildung 13: Kommunikationsmittel zur Kampagne *#UnsereErnteUnserEssen* (BMEL, 2020c)



Abbildung 14: Kommunikationsmittel zur Kampagne *Weniger ist mehr* (BMU, 2021)

zeigt sich ein anderes Muster, wenn es um konkrete Fallbeispiele geht. So sind die Befragten z. B. bei Flüssigseife nur zu geringen Anteilen gewillt, auf konventionelle Kunststoffspender zu verzichten. Eine Alternative könnten Biokunststoffe darstellen. Die studienübergreifende Analyse zeigt jedoch, dass solche Alternativen den Menschen in Deutschland noch wenig bekannt zu sein scheinen. Gleichzeitig ist die Tendenz in der Nutzungsbereitschaft von Biokunststoffen positiv, was einen möglichen Anknüpfungspunkt für eine aufklärende Kampagne zu Biokunststoffen als Alternative zu konventionellen Kunststoffen darstellen könnte. Die Kampagne des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) *Weniger ist mehr*, die ebenfalls dem Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ zugeordnet werden kann, könnte einen solchen Anknüpfungspunkt bieten. Da im Rahmen dieser Kampagne bereits für alternative Mehrwegsysteme und -verpackungen sensibilisiert wird (BMU, 2021d), könnte eine inhaltlich-aufklärende Erweiterung der Kampagne um Themenbereiche wie alternative Verpackungsmaterialien entsprechend zielführend sein.

In den gleichen Themenkomplex wie Abfallvermeidung fällt Recycling, welches daher gleichermaßen dem Sub-Ziel 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ zugeordnet werden kann. Obwohl die Befragten in Deutschland die Verantwortung für Recycling vor allem bei den Herstellern während des Produktionsprozesses sehen, scheint ihre Bereitschaft selbst proaktiv zu handeln ebenso ausgeprägt zu sein. Dennoch zeigt sich, dass diese Bereitschaft je nach Produkttyp mehr oder weniger hoch ausfällt: So sind viele Menschen in Deutschland bereit, Einweg-Plastikflaschen zu recyceln bzw. dem Recyclingsystem zuzuführen. Hingegen stößt das Recycling von Elektrogeräten auf sehr wenig Zustimmung. Dabei ist jedoch zu bemerken, dass mehr Befragte zum Recycling von Elektrogeräten bereit wären, wenn sichergestellt werden könnte, dass keine Datenschutzrisiken beim Recyclingprozess bestehen. Folglich könnte eine Aufklärungskampagne zum Thema „IT-Recycling und Datensicherheit“ die entsprechende Recycling-Bereitschaft der Menschen in Deutschland potenziell steigern. Im Rahmen der Kampagnenerfassung wurde keine Kampagne konkret zu diesem Thema identifiziert. Jedoch könnte eine andere Kampagne, welche diesem Sub-Ziel nicht direkt zugeordnet ist, Anknüpfungspotenzial bieten: die Kampagne *#einfachaBSichern* des Bundesministeriums



Abbildung 15: Kommunikationsmittel zur Kampagne *#einfachaBSichern* (BMI, 2021a)

des Innern, für Bau und Heimat (BMI). Diese ist dem SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ überordnet und als den Verbraucherschutz allgemein betreffend zugeordnet. Grundsätzlich scheint die Kampagne *#einfachaBSichern* ein positives Beispiel für eine evidenzbasierte Verbraucherpolitik ggf. auch Verbraucherkommunikation zu sein. So wurde im Rahmen der in Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ analysierten Themenfelder deutlich, dass das Bewusstsein für Datenschutz

und IT-Sicherheit stark in der Bevölkerung ausgeprägt zu sein scheint, jedoch sich auch 75 Prozent der Befragten davor sorgen, dass persönliche Daten aufgrund anbieterseitiger Sicherheitslücken im Netz auftauchen. Die Handlungskompetenz, sich um Sicherheitseinstellungen zu kümmern, scheinen nur wenige zu haben. Entsprechend fordern viele Menschen in Deutschland eine verstärkte Aufklärung, um das Risikobewusstsein zu stärken. In der Kampagne *#einfachBSI* soll dementsprechend primär „das Risikobewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher [erhöht] und ihre Fähigkeiten [gestärkt werden, um] auftretende Probleme [bei der IT-Sicherheit im privaten Alltag] kompetent, langfristig wirkend und selbstbestimmt zu lösen“ (BSI, 2021). Ebenfalls wird darauf verwiesen, dass „eine repräsentative Online-Umfrage durchgeführt [wurde], um zu erfahren, welche Gefahren von Internetnutzerinnen und -nutzern in der Cyber-Welt als drängend wahrgenommen werden“ (ebd.). Dem Aspekt aus Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ konform scheint die Kampagne daher bewusstseinsadäquat. Eine Erweiterung um das Thema „IT-Recycling und Datensicherheit“ wäre inhaltlich passend und könnte die Kampagne damit auch für die Erfüllung des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ sachdienlich machen.

D.III Zwischenfazit

- I. In allen drei fokussierten SDG-Zielbereichen – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – konnten aktuelle Kampagnen von ausgewählten bundespolitischen Akteuren mit entsprechendem Nachhaltigkeitszielbezug identifiziert werden.
- II. In den meisten Fällen scheinen die ausgewählten bundespolitischen Akteure ihre Kampagnen auf die Nachhaltigkeitszielbereiche auszurichten, die mit den eigens formulierten primären SDG-Zuständigkeiten dieser Akteure inhaltlich korrespondieren.
- III. Im explorativen Vergleich der erfassten einschlägigen Kampagnen mit den Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein zeigen sich bereits positive Ansätze. So greifen manche Kampagnen identifizierte Defizitbereiche im Nachhaltigkeitsbewusstsein der Befragten inhaltlich auf und könnten somit als bewusstseinsadäquat beschrieben werden.
- IV. Es zeigen sich jedoch auch Kampagnen, welche Potenziale noch nicht vollumfänglich hebeln und Bedürfnisse bzw. Bewusstseinslücken nicht gänzlich adressieren. Diese könnten von einer inhaltlichen Adjustierung profitieren oder auch Synergiepotenziale im Zuge einer akteursübergreifenden Abstimmung, gar Kollaboration, künftig verstärkt nutzen.

E ZUSAMMENFASSUNG UND AUSBLICK



Damit die Transformation in Richtung einer nachhaltigen Entwicklung gelingen kann, braucht es auch die mitgestalterische Kraft jeder und jedes Einzelnen. In der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* wurden daher die „Menschen in den Mittelpunkt“ gestellt und ihr Bewusstsein für die verschiedenen Zielbereiche der *Sustainable Development Goals* (SDGs) studienübergreifend analysiert. Im Ergebnis liegt erstmals ein umfassender Überblick über die Studienlage zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland vor, welches in den fokussierten Zielbereichen des SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ vertiefend analysiert wurde. In einem explorativen Ansatz wurden diese Erkenntnisse den aktuellen einschlägigen Nachhaltigkeitskampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure gegenübergestellt, mit dem Ziel, (potenzielle) Abweichungen und Synergien exemplarisch aufzeigen zu können.

(1) Wie verteilt sich die derzeitige Studienlage zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland über die Zielbereiche der SDGs?

(2) In welchen Zielbereichen der SDGs fehlen derzeit ggf. Datengrundlagen und Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland?

Im Zuge der Erfassung bevölkerungsrepräsentativer Studien zeigte sich, dass in den letzten Jahren seit Verabschiedung der *Agenda 2030* zahlreiche einschlägige Studien zum Nachhaltigkeitsbewusstsein publiziert wurden. Um diese Fülle an Studien zu identifizieren und entsprechende Erkenntnisse zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland konsolidieren zu können, mussten zunächst multiple Suchstrategien angewandt werden. In diesem Studiensuchprozess wurde versucht, sämtliche

bevölkerungsrepräsentative Studien zu erfassen, wobei das Suchergebnis selbst durch die öffentliche Zugänglichkeit der Studien(-ergebnisse) bedingt ist. Studien, die einer Zugangsbeschränkung unterliegen, konnten entsprechend nicht berücksichtigt werden. Nichtsdestotrotz konnten auf Basis des umfangreichen Screenings von (1.) 223 Online-Präsenzen von politischen bzw. politiknahen und wissenschaftlichen Institutionen sowie Forschungsdatenzentren und (2.) einer umfassenden schlüsselwortbasierten Recherche über eine Online-Suchmaschine initial 3.258 Studien erfasst werden. Nach Überprüfung der Einschlägigkeit vor dem Hintergrund des Analyseziels sowie qualitätssichernder Kriterien, flossen 256 Studien in die finale Studiengrundgesamtheit ein. Bei der Auswahl der relevanten bevölkerungsrepräsentativen Studien waren Ausschlusskriterien notwendig, um eine Vergleichbarkeit innerhalb der heterogenen Studienstichprobe zu ermöglichen. So wurden beispielsweise in der Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* ausschließlich Studien analysiert, auf deren Basis Aussagen über alle Menschen in Deutschland möglich waren. Studien, die das Nachhaltigkeitsbewusstsein von spezifischen Subgruppen (z. B. bestimmten Altersklassen, Berufsgruppen oder Regionen) betrachteten, erhielten nicht Eingang in die studienübergreifende Analyse. Eine solche Ausdifferenzierung in der Betrachtung des Nachhaltigkeitsbewusstseins könnte jedoch einen potenziellen nächsten Schritt für folgende studienübergreifende Analysen darstellen.

Aus der Studiengrundgesamtheit wurden wiederum über 3.000 einschlägige Bewusstseinsfragen entlang der Zielbereiche der SDGs extrahiert. Zum Zwecke der Vergleichbarkeit wurden nur solche Fragen als einschlägige Bewusstseinsfragen aufgenommen, die die globale Einstellung der Befragten zu Einstellungsobjekten, wie SDG-Zielen, Nachhaltigkeitsthemen und diesbezüglicher Maßnahmen, erfassten. Ergänzend wurden auch Fragen, die die Kenntnis der Menschen in Deutschland bezüglich dieser Einstellungsobjekte betrafen inkludiert. Dies, da Einstellungen – und insbesondere deren kognitiv geprägten Komponenten – auch immer auf den mehr oder minder verfügbaren Informationen bzw. dem mehr oder minder ausgeprägten Kenntnisstand des Individuums über das Einstellungsobjekt basieren. Weiterhin wurden auch auf Ebene der Fragen und Antworten Ausschlusskriterien definiert, um bei der studienübergreifenden Auswertung des Antwortverhaltens eine hinreichend homogene Beurteilungsbasis zu gewährleisten. Beispielhaft wurden nur Fragen berücksichtigt die unabhängig von spezifischen Kontexten (z. B. der COVID-19-Pandemie, bestimmten Lebensereignissen, wie Geburt oder Scheidung) zu beantworten waren. Somit wurden Fragen vermieden, die nur einen limitierten Gültigkeitsanspruch haben, und keine Aussagen über das allgemeine Nachhaltigkeitsbewusstsein erlauben.

Die große Anzahl an identifizierten Studien kann als positives Signal für die Relevanz nachhaltigkeitsbezogener Themen und Fragestellungen gedeutet werden. Bei der Betrachtung der reinen Quantität der einschlägigen Fragen fällt jedoch auf, dass die verschiedenen 17 Zielbereiche der SDGs unterschiedlich oft in bevölkerungsrepräsentativen Studien adressiert werden. So konnten die meisten der erfassten Fragen den Zielbereichen des SDG 16 „Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen“ (33,0 %) und des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ (25,2 %) zugeordnet werden. Hingegen scheinen insbesondere die Zielbereiche von SDG 05 „Geschlechtergerechtigkeit“ (2,8 %) und SDG 06 „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ (0,5 %) selbst in Relation zu den restlichen SDGs, die jeweils auch meist

nur durch knapp zehn Prozent der Fragen abgedeckt wurden, thematisch unterrepräsentiert. Als Gründe hierfür kommen mehrere Aspekte potenziell in Betracht. Nebst tatsächlich existierender unterschiedlicher Relevanzbewertungen, die sowohl durch die Heraus- und Auftraggeber der selektierten bevölkerungsrepräsentativen Studien als auch durch die wahrgenommene Relevanzbewertung der Menschen in Deutschland determiniert sein könnten, kann diese Verteilung auch durch den Zuordnungsprozess mitbedingt sein. Obwohl die Zuordnung der SDGs zu den einzelnen Fragen nach wissenschaftlichen Regeln möglichst objektiv und unabhängig durch zwei Beurteilende vorgenommen sowie durch einen dritten Beurteilenden bei widersprüchlichen oder mehr als drei Zuordnungen erneut geprüft wurde, könnte eine andere Zusammensetzung der Beurteilenden ggf. zu leicht veränderten Ergebnissen führen. Zudem könnte ein weiterer Grund darin liegen, dass aus Gründen der Handhabbarkeit zu jeder Frage jeweils maximal drei SDGs zugeordnet und damit nicht alle potenziell zuordenbare SDGs dokumentiert wurden. So kann beispielsweise das durch hohe Interkonnektivität gekennzeichnete SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ relativ intuitiv und entsprechend häufig Fragen zugeordnet werden, was auch ein Grund dafür sein könnte, dass viele Fragen diesem SDG zugeschrieben wurden.

(3) Wie ist das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in den Zielbereichen der SDGs ausgeprägt, insbesondere in

- a. **SDG 02 „Kein Hunger“,**
- b. **SDG 03 „Gesundheit und Wohlbefinden“ und**
- c. **SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“?**

Aufgrund der umfangreichen Studienstichprobe wurde in einem ersten Schritt eine Fokussierung auf drei Nachhaltigkeitsziele und vier Highlights auf Sub-Ziel-Ebene vorgenommen, um entsprechende bevölkerungsrepräsentative Studienergebnisse einer vertiefenden inhaltlichen Analyse zu unterziehen. Diese vertiefende Analyse könnte und sollte fortgeführt werden, wobei die vorliegende Analyse der (Sub-)Zielbereiche der fokussierten SDGs – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – als exemplarischer Ausgangspunkt und zur Orientierung dienen kann.

Für die fokussierten SDGs lassen sich mehrere Erkenntnisse ableiten, die kurz zusammenfassend und in selektierter Form dargestellt seien. Da die inhaltliche Analyse des Antwortverhaltens umfangreich und in seiner Fülle und Ausdifferenziertheit an dieser Stelle nicht verkürzt wiedergegeben werden kann, sei auf die entsprechenden Kapitel (SDG 02 in Kapitel B.II.2.1; SDG 03 in Kapitel B.II.2.2; SDG 12 in Kapitel B.II.2.3) verwiesen.

Innerhalb des Zielbereichs des **SDG 02 „Kein Hunger“** wurden besonders häufig Fragen passend zum Sub-Ziel 2.4 „Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion“ gestellt (70,9 % aller Fragen in diesem Zielbereich). Die meisten Fragen erfassen Relevanzbewertungen oder Forderungen der Befragten (67,1 % aller Fragen im SDG). Hingegen konnte nur eine Frage dem Sub-Ziel 2.c „Transparenter Markt für Nahrungsmittelrohstoffe“ zugeordnet werden. Für die Sub-Ziele 2.a „Stärkung der Landwirtschaft in Entwicklungsländern“ und 2.b. „Keine Handelsproblematiken auf globalen Agrarmärkten“ konnten gar keine Fragen identifiziert werden. Auch scheinen wenige Fragen das Kenntniskonstrukt abzubilden, da lediglich sechs Prozent der Fragen innerhalb des SDG den Kenntnisdimensionen zugeordnet werden konnten. Während der inhaltlichen Analyse zu Sub-Ziel 2.2 „Keine Fehlernährung“ zeigten sich thematische Schwerpunkte im Bereich der gesunden Ernährung im Allgemeinen, der Kennzeichnung von gesunden Lebensmitteln, der nachhaltigen Produktion, des sauberen Grundwassers sowie spezifisch der Unterstützung der Menschen in Deutschland bei der gesunden Ernährung durch den Staat.

Innerhalb des Zielbereichs des **SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“** konnten überwiegend dem Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ Fragen zugeordnet werden (44,6 % aller Fragen in diesem Zielbereich). Die meisten Fragen bezogen sich auf Relevanzbewertungen und Forderungen der Befragten (35,3 %). Dem Sub-Ziel 3.1 „Senkung der Müttersterblichkeit“ konnten wiederum keine Fragen, den übrigen Sub-Zielen des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ jeweils meist nur unter fünf Prozent der Fragen zugeordnet werden. In Bezug auf die Einstellungsdimensionen sind relativ wenige Fragen zum affektiven Gesamturteil ($n = 44$ Fragen) und der konativen Einstellung ($n = 57$ Fragen) in den selektierten Studien gestellt worden. Hingegen wurden im Vergleich dazu Fragen, die Sorgen und Risiken ($n = 138$ Fragen) sowie Relevanzen und Forderungen ($n = 209$ Fragen) betreffen, verstärkt adressiert. In der inhaltlichen Analyse zu Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“ verteilen sich die Themenbereiche der erfassten Fragen insbesondere auf „gesunde Ernährung“ und „Strahlung“ sowie darüber hinaus auf „Kenntnis von Symbolen“, „Gesundheit im Allgemeinen“, „Gewalt“, „Giftstoffe“, „Belästigung durch Lärm“, „mentale Gesundheit“ sowie „Medikamente und Impfstoffe“.

Innerhalb des Zielbereichs des **SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“** wurden dem Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ die meisten Fragen zugeordnet (39,6 % aller Fragen in diesem Zielbereich). Ebenso konnten die meisten Fragen in diesem SDG in der Relevanz- bzw. Forderungsdimension verortet werden (45,2 %). Auch wenn grundsätzlich viele Fragen dem SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet werden konnten, sind dennoch nicht alle Sub-Ziele des SDG abgedeckt. So konnte keine der erfassten Fragen den Sub-Zielen 12.1 „Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ oder 12.a „Stärkung der wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten in Entwicklungsländern“ zugeordnet werden. Auch in diesem SDG, ähnlich dem SDG 02 „Kein Hunger“, sind die Kenntnisdimensionen (19,5 %) weniger abgedeckt als die Einstellungsdimensionen (80,5 %). In der inhaltlichen Analyse des Sub-Ziels 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ zeigen sich zudem die Schwerpunktthemen „Verpackung“, „Kunststoffe im Allgemeinen“, „Sharing“ und „Recycling“. Für das Sub-Ziel 12.6 „Nachhaltige Produktion

und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“ wurden im Zuge der inhaltlichen Analyse die Themenbereiche „gesunde Lebensmittel“, „soziale Standards“, „Umwelt- und Klimaschutz“ sowie „Tierwohl“ als Themenbereiche herausgearbeitet.

(4) Wie verteilen sich aktuelle Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure über die Zielbereiche von SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“?

Um exemplarisch aufzeigen zu können, wie sich die Kommunikation im Bereich der fokussierten Nachhaltigkeitsziele – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – aktuell darstellt und künftig gestalten könnte, wurden die studienübergreifenden Ergebnisse zur Bewusstseinslage der Menschen in Deutschland den erfassten Kampagnen ausgewählter bundespolitischer Akteure in einem explorativen Ansatz gegenübergestellt. Wohlgermerkt sind die Ergebnisse der Kampagnenrecherche insbesondere in ihrer Quantität aufgrund des eng definierten Suchrahmens nur sehr eingeschränkt interpretierbar. So wurden nur solche einschlägigen Kampagnen erfasst, die im Zeitraum von Januar 2020 bis März 2021 aktiv kommuniziert wurden. Eine Besonderheit stellt dabei zusätzlich der Umstand dar, dass der Erhebungszeitraum in die Zeit der COVID-19-Pandemie fiel und damit einen Zeitraum, der durch besondere, außergewöhnliche Umstände gekennzeichnet ist. Obgleich Kampagnen mit gewisser Vorlaufzeit geplant werden, vermag dies zu Refokussierungen der Themen oder auch zu Verschiebungen von Kampagnenstarts geführt haben. Vor diesem Hintergrund mag der Fokus nicht nur bevölkerungsrepräsentativer Studien, sondern auch aktiver Kampagnen relevanter bundespolitischer Akteure einem gewissen „pandemischem Einschlag“ unterlegen sein. Identifizierte Kampagnen wie *Zusammen gegen Corona*, die mit mehreren Unterkampagnen (*#ÄrmelHoch* oder *#WirbleibenZuhause*) sehr umfassend angelegt sind, bestätigen diese Annahme. Dies könnte möglicherweise dazu geführt haben, dass beispielweise andere Themen aus SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“, wie z. B. Strahlung (zugehörig zu Sub-Ziel 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“) nicht im Fokus der erfassten Kampagnen standen.

Des Weiteren wurden nur Kampagnen je fokussiertem SDG von ausgewählten bundespolitischen Akteuren betrachtet, die sich hauptverantwortlich diesen zuschreiben: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Bundesministerium für Gesundheit (BMG), Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (BMI), Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV), Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ). In diesem Zusammenhang wurden nur diejenigen Kampagnen inkludiert, die auf einschlägigen Kanälen der ausgewählten bundespolitischen Akteure (z. B. offizielle Webseite oder Profile in

sozialen Medien) dokumentiert wurden. Eine Kampagne beinhaltet in diesem Zusammenhang mindestens zwei Kommunikationsmittel, die ein gemeinsames stilistisches Element enthalten und offiziell als Kampagne verifiziert werden können, so z. B. durch eine Pressemitteilung. Die Ergebnisse der Kampagnenerfassung sind entsprechend durch die Dokumentationsqualität und -quantität der bundespolitischen Akteure bedingt. Das Suchergebnis ist daher stets vor diesem Hintergrund zu betrachten.

Insgesamt konnten 25 aktuelle Kampagnen in dem definierten Suchrahmen identifiziert werden. Von diesen erfassten Kampagnen wurden alle drei fokussierten SDG-Zielbereiche – SDG 02 „Kein Hunger“, SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“ und SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ – von den ausgewählten bundespolitischen Akteuren thematisch abgedeckt. Die meisten erfassten Kampagnen ($n = 10$) konnten dem Zielbereich des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ zugeordnet werden. In den meisten Fällen scheinen die ausgewählten bundespolitischen Akteure ihre Kampagnen auch auf die Nachhaltigkeitszielbereiche auszurichten, die mit den eigens formulierten primären SDG-Zuständigkeiten dieser Akteure inhaltlich korrespondieren. Da die Zuordnung der SDGs analog zur Vorgehensweise bei der Analyse der bevölkerungsrepräsentativen Studien erfolgte, sind jedoch entsprechende Besonderheiten bei der Interpretation zu beachten.

(5) Wie stehen die Bewusstseinslage der Menschen in Deutschland und die erfassten Kampagnen in Relation zueinander in den fokussierten SDG-Zielbereichen?

Alle 25 erfassten Kampagnen wurden vor dem Hintergrund der inhaltlichen Studienanalyse der fokussierten Sub-Ziele (2.2 „Keine Fehlernährung“, 3.4 „Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten“, 12.5 „Weniger Abfallaufkommen“ und 12.6 „Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen“) in einem explorativen Ansatz analysiert. Im exemplarischen Vergleich der erfassten einschlägigen Kampagnen mit den Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland zeigen sich positive Ansätze. So greifen manche Kampagnen identifizierte Defizitbereiche im Nachhaltigkeitsbewusstsein der Befragten inhaltlich auf und könnten somit als bewusstseinsadäquat beschrieben werden. Es zeigen sich jedoch auch Kampagnen, welche Potenziale noch nicht vollumfänglich hebeln und Bedürfnisse bzw. Bewusstseinslücken nicht gänzlich adressieren. Diese könnten von einer inhaltlichen Adjustierung profitieren oder auch Synergiepotenziale im Zuge einer akteursübergreifenden Abstimmung, gar Kollaboration, künftig verstärkt nutzen.

Perspektivische Weiterentwicklung

Die Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* zeigt, dass in den letzten Jahren zahlreiche Studien und Expertisen publiziert wurden, welche das Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland in verschiedenen Dimensionen und Zielbereichen der SDGs erfassen. Durch die Vielzahl an Studien ist eine Fülle an Erkenntnissen zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Gesellschaft in Deutschland entstanden, welche in dieser studienübergreifenden Analyse konsolidiert und im Sinne einer Komplexitätsreduktion aufbereitet wurde. Vor diesem Hintergrund war das primäre Ziel, einen Überblick über die Studienlage zum Nachhaltigkeitsbewusstsein der Menschen in Deutschland zu schaffen und diese studienübergreifend auszuwerten.

Dies als Aufschlag nehmend, könnte und sollte eine Ausdifferenzierung der Erfassungs- und Analyseprozesse in zukünftige und hierauf aufbauende studienübergreifende Analysevorhaben einfließen. So könnte das Antwortverhalten von verschiedenen soziodemographischen Subgruppen erfasst werden, um einen noch stärker differenzierten Blick auf das Nachhaltigkeitsbewusstsein zu erlangen. Obwohl in dieser Studie ausgeklammert, könnte der Studiensuchprozess um Ergebnisse aus nicht öffentlich zugänglichen Quellen ergänzt werden. Auf inhaltlicher Ebene könnten außerdem weitere SDGs und Sub-Ziele analysiert werden. In diesem Zusammenhang könnte der Prozess der SDG-Zuordnung noch objektiver gestaltet werden, indem eine höhere Anzahl an geschulten Beurteilenden die SDGs zuordnet und anschließend basierend auf einer quantitativen Auswertung die häufigsten SDGs erfasst werden. Weiterhin könnte der über die beiden Konstrukte Einstellung und Kenntnis operationalisierte Bewusstseinsbegriff um weitere Konstrukte ergänzt werden, wie beispielhaft Kompetenzen und tatsächliche Verhaltensdaten, um ein noch breiteres, einschlägiges Bild der Gesellschaft zu zeichnen. Auch wäre eine Art Standardisierung im Sinne einer Dokumentationsvorgabe von (bevölkerungs-)repräsentativen Studien zweckdienlich, die beispielsweise die Nennung von originalen Fragestellungen und/oder Antwortoptionen einfordert und das Datenreporting durch verpflichtende Angaben harmonisiert. Des Weiteren wäre es wünschenswert, wenn (bevölkerungs-)repräsentativen Studien auf einer zentralen Plattform kuratiert würden. Da derzeit eine solche Plattform nicht existiert, ist es für studienübergreifende Analysevorhaben, wie das hiesige, und auch u. a. für evidenzbasierte Nachhaltigkeitspolitik nur mit großem Aufwand möglich, entsprechend einschlägige bevölkerungsrepräsentative Studien zu identifizieren. Dieser Aufwand vermag einer effizienten bevölkerungsrepräsentativen Forschung und damit auch einer effizienten Beschaffung von Entscheidungsgrundlagen für eine evidenzbasierte Politik im Nachhaltigkeitszielbereich bisweilen entgegenstehen. Auch birgt dies das Risiko einer Fragmentierung der Forschungsergebnisse und scheint eine synergetische Nutzung dieser zu erschweren, da vergleichbare Fragestellungen auch wiederholt in verschiedenen Studien platziert sein mögen. Weiterhin wären neben einer solch wünschenswerten, zentralen und öffentlich zugänglichen Wissensplattform, auch regelmäßige Studien vermehrt zu fördern und zu fordern, die ein längerfristiges Monitoring des Nachhaltigkeitsbewusstseins der Menschen in Deutschland ermöglichen. Somit würden schließlich auch Veränderungen bzw. Reaktionen auf wirtschaftliche oder politische Maßnahmen nachvollziehbar, die sich im Nachhaltigkeitsbewusstsein äußern (sollen) – Erkenntnisse, die eine

studienübergreifende Analyse singulärer und heterogener Erhebungen nicht liefern kann. Auch könnte ein solch langfristig angelegtes Monitoring des Nachhaltigkeitsbewusstseins ergänzt um beispielhaft das Monitoring nachhaltigkeitsrelevanter Kompetenzen der Menschen in Deutschland u. a. dabei helfen, Ursachen für vermutete und oftmals beobachtete sogenannte „Knowledge-Action-Gaps“ (Knutti, 2019) oder „Intention-Behavior-Gaps“ (besser) zu identifizieren und zu antizipieren.

Abschließend im Hinblick auf die Analyse der einschlägigen Kampagnen können ebenfalls Weiterentwicklungsmöglichkeiten identifiziert werden. Nachdem in der vorliegenden Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* ein explorativer Ansatz verfolgt wurde, könnte eine Erweiterung des Suchrahmens in zukünftigen Untersuchungen einen breiteren Überblick über die aktuelle Nachhaltigkeitskampagnenlage ermöglichen. So könnte zunächst der Zeitraum der erfassten Kampagnen analog zu dem Zeitraum der selektierten Studien definiert werden (z. B. ab dem Jahr 2015). Zudem könnten über die bisher genutzten Media-Tracking-Tools hinaus noch ergänzende Suchstrategien (z. B. schlüsselwortbasierte Online-Suchmaschinenrecherche) angewandt werden, um auch weniger gut dokumentierte Kampagnen zu erfassen. In diesem Zusammenhang könnten auch weitere, u. a. den Bundesministerien zugehörige Behörden (z. B. Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung beim BMG) sowie Non-Profit-Organisationen (NPOs) in die Recherche einbezogen werden.

Die vorliegende Studie *Nachhaltigkeitsbewusstsein 2021* ist als erster wichtiger Schritt zu einem besseren Verständnis des Nachhaltigkeitsbewusstseins der in Deutschland lebenden Menschen zu verstehen. Gleichweg liefert sie auch Impulse für die Forschung und kann damit ebenso zur Weiterentwicklung von Entscheidungsgrundlagen evidenzbasierter Nachhaltigkeitspolitik beitragen.

LITERATURVERZEICHNIS

- Beelmann, A., & Bliesener, T. (1994). *Aktuelle Probleme und Strategien der Metaanalyse*. Psychologische Rundschau, 45, 211–233.
- Bildung & Begabung gGmbH (2021). *SCHULWETTBEWERB "ECHT KUH-L!"* Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.begabungslotse.de/foerderangebote/schuelerwettbewerb-echt-kuh-l>
- BMEL (2020a). *"Bauern für Klimaschutz": Klöckner stellt Investitionsprogramm Landwirtschaft vor*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2020/248-bauern-fuer-klimaschutz.html>
- BMEL (2020b). *#KaufNurWasDuBrauchst - Unsere Aktion gegen Hamsterkäufe*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/kauf-nur-was-du-brauchst.html>
- BMEL (2020c). *#UnsereErnteUnserEssen - Wir machen sichtbar, wer unser Essen auf den Tisch bringt - und sagen Danke!* Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/unsere-ernte-unser-essen.html>
- BMEL (2021a). *20 Jahre Bio-Siegel*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/bio-siegel.html>
- BMEL (2021b). *BMEL-Nachhaltigkeitsbericht 2021: Strategien für nachhaltige Landwirtschaft, Ernährung und ländliche Räume*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/_Internationales/Nachhaltigkeitsbericht-2021.pdf?__blob=publicationFile&v=2
- BMEL (2021c). *Hilfestellung für Unternehmen – Einführung des Nutri-Score*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/naehwertkennzeichnung-hilfestellungen.html>
- BMEL (2021d). *Nutri-Score - Der Nutri-Score kommt nach Deutschland*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/freiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score_node.html
- BMEL (2021e). *Nutri-Score - Einfach. Besser. Essen. Getränk ist nicht gleich Getränk...* Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmel.de/SharedDocs/Bilder/DE/_Ernaehrung/Lebensmittel-Kennzeichnung/nutri-score-kampagne3.html
- BMEL (2021f). *Schulwettbewerb "Echt kuh-!"* Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oekologischer-landbau/echt-kuhl-ausschreibung.html>
- BMEL (2021g). *Bauern für Klimaschutz: Neues Antragsfenster beim Investitionsprogramm Landwirtschaft*. Angerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/klimaschutz/investitionsprogramm-landwirtschaft.html>
- BMEL, & MediaCompany (2021). *Kampagne „Zu gut für die Tonne!“ - Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.zugutfuerdietonne.de>
- BMG (2019). *Agenda für mehr Nachhaltigkeit in Gesundheit und Pflege. Ressortbericht des Bundesministeriums für Gesundheit zur Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bundesgesundheitsministerium.de/fileadmin/Dateien/5_Publikationen/Ministerium/Berichte/Ressortbericht-gesundheit-und-pflege-data.pdf
- BMG (2021a). *BIS 2030 - Die Strategie des Bundesministeriums für Gesundheit*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.liebesleben.de/fachkraefte/studien-standard-qualitaetssicherung/strategie-bmg/>
- BMG (2021b). *Bundesinitiative "Rauchfrei leben" geht an den Start*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.drogenbeauftragte.de/presse/detail/bundesinitiative-rauchfrei-leben-geht-an-den-start/>

- BMG (2021c). *Zusammen gegen Corona: Wer sich schützt, schützt auch andere*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.zusammengegencorona.de>
- BMI (2020). *Ressortbericht Nachhaltigkeit*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/downloads/DE/publikationen/themen/ministerium/ressortbericht-nachhaltigkeit.pdf>
- BMI (2021a). *BMI und BSI starten Informations- und Sensibilisierungskampagne zur IT-Sicherheit*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/pressemitteilungen/DE/2021/03/kampagne-it-sicherheit.html>
- BMI (2021b). *Schutz geht nur gemeinsam*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmi.bund.de/SharedDocs/kurzmeldungen/DE/2021/03/polizei-und-rettungskraefte.html>
- BMJV (2020). *Ressortbericht Nachhaltigkeit. Bericht zum Stand der Integration der Rechts- und Verbraucherpolitik in die Agenda 2030*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF/Berichte/062020_Ressortbericht_Nachhaltigkeit.pdf
- BMJV (2021). *Hilfe-Info.de ist die Plattform des Bundes für Betroffene von Straftaten*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmjv.de/SharedDocs/Artikel/DE/2020/100520_hilfe-info.html
- BMU (2020). *Umweltpolitik für eine nachhaltige Gesellschaft: Nachhaltigkeitsbericht des Bundesumweltministeriums zur Umsetzung der 2030-Agenda der Vereinten Nationen*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/umwelt_nachhaltige_gesellschaft_bf.pdf
- BMU (2021a). *Gib der Natur nicht den Rest: Arzneimittel richtig entsorgen*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/arzneimittel_bf.pdf
- BMU (2021b). *Häufige Fragen (FAQ) | Kampagne "Weniger ist mehr."* Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmu.de/faqs/kampagne-weniger-ist-mehr/>
- BMU (2021c). *Kampagne "Gib der Natur nicht den Rest."* Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmu.de/richtigentsorgenwirkt/kampagne-gib-der-natur-nicht-den-rest/>
- BMU (2021d). *Kampagne "Weniger ist mehr" - Nach einem Essen schon vergessen*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmu.de/wenigeristmehr/kampagne/>
- BMU, BMJV, & BMEL (2019). *Nationales Programm für nachhaltigen Konsum – Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: http://www.aloenk.tu-berlin.de/menue/offener_brief_np_nk/
- Bogner, K., & Landrock, U. (2015). *Antworttendenzen in standardisierten Umfragen*. Mannheim, GESIS Leibniz Institut für Sozialwissenschaften (GESIS Survey Guidelines), 1–12. doi: 10.15465/gesis-sg_016
- Breu, T., Bergöö, M., Ebnetter, L., Pham-Truffert, M., Bieri, S., Messerli, P., Ott, C. & Bader, C. (2021). Where to begin? Defining national strategies for implementing the 2030 Agenda: the case of Switzerland, *Sustainability Science*, 16(1), 183-201, doi: 10.1007/s11625-020-00856-0
- Bruhn, M. (2015). *Kommunikationspolitik - Systematischer Einsatz der Kommunikation für Unternehmen* (8., überar. Auflage). München: Vahlen
- Bruhn, M. (2019). *Marketing*. Wiesbaden: Gabler
- BSI. (2021). *Unsere deutschlandweite IT-Sicherheitskampagne #einfachabsichern*. Abgerufen am 29.07.2021 unter: https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Kampagne-einfach-absichern/Ueber-die-Kampagne/die-kampagne_node.html
- Bundesrechnungshof (2019). *Abschließende Mitteilung an das Bundeskanzleramt über die Prüfung der nationalen Umsetzung der Ziele für Nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen – Agenda 2030*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.bundesrechnungshof.de/de/veroeffentlichungen/produkte/pruefungsmittellungen/2019/2019-pm-nationale-umsetzung-der-ziele-fuer-nachhaltige-entwicklung-der-vereinten-nationen-agenda-2030/@@download/langfassung_pdf

- Deutscher Bundestag (2019a). *Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage des Abgeordneten Dr. Christian Wirth und der Fraktion der AfD – Drucksache 19/10395*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://dserver.bundestag.de/btd/19/103/1910395.pdf>
- Deutscher Bundestag (2019b). *Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Markus Frohnmaier, Dietmar Friedhoff, Ulrich Oehme und der Fraktion der AfD – Drucksache 19/15095*. Abgerufen am 29.07.2021 unter: <https://dserver.bundestag.de/btd/19/150/1915095.pdf>
- Die Bundesregierung. (2013). *Neue Regierung nimmt Arbeit auf*. Abgerufen am 29.07.2021 unter: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/neue-regierung-nimmt-arbeit-auf-336574>
- Die Bundesregierung (2016). *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Neuauflage 2016*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975292/730844/3d30c6c2875a9a08d364620ab7916af6/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-neuauflage-2016-download-bpa-data.pdf>
- Die Bundesregierung (2018). *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Aktualisierung 2018*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975292/1559082/a9795692a667605f652981aa9b6cab51/deutsche-nachhaltigkeitsstrategie-aktualisierung2018-download-bpa-data.pdf?download=1>
- Die Bundesregierung (2021). *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie: Weiterentwicklung 2021*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.bmfsfj.de/resource/blob/174262/289fa048d3bf38ef9a7c0721b6a54704/20210310-weiternetwicklung-dns-langfassung-data.pdf>
- DWDL.de GmbH (2020). *Die Top 20 Marktanteile von Mittwoch, dem 02.12.2020*. Abgerufen am 02.12.2020 unter: <https://www.dwdl.de/zahlenzentrale/>
- Engagement Global gGmbH (2021). *Ziele für nachhaltige Entwicklung - Agenda 2030 der UN*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://17ziele.de/>
- Fischer, L., & Wiswede, G. (2009). *Grundlagen der Sozialpsychologie*. In A. Woll (Hrsg.), *Wolls Lehr- und Handbücher der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften* (3., völlig neu bearbeitete Auflage). München: Oldenbourg
- Frank, P., & Brock, C. (2018). Bridging the intention-behavior gap among organic grocery customers: The crucial role of point-of-sale information. *Psychology and Marketing*, 1–17. doi: 10.1002/mar.21108
- Foscht, T., Swoboda, B., & Schramm-Klein, H. (2017). *Käuferverhalten: Grundlagen – Perspektiven – Anwendungen*, 6. Auflage. Wiesbaden: Gabler
- GEPA (2020). *Weihnachtskampagne #ichwillfair gestartet*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.gepa.de/home/meldungen/kampagne-ichwillfair.html>
- Knutti, R. (2019). Closing the Knowledge-Action Gap in Climate Change. *One Earth*, 1(1), 21–23. doi: 10.1016/j.oneear.2019.09.001
- Häder, M. (2019). *Empirische Sozialforschung: Eine Einführung* (4. Auflage). Wiesbaden: Springer VS.
- Herrmann, S. (2019). *Die Top 30 Magazine - sechs sind im Plus*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.wuv.de/medien/die_top_30_magazine_sechs_sind_im_plus
- Hippler, H.-J., Schwarz, N., Noelle-Neumann, E., Knäuper, B., & Clark, L. (1991). Der Einfluß numerischer Werte auf die Bedeutung verbaler Skalenendpunkte. *ZUMA-Nachrichten*, 15(28), 54–64.
- Hofer, R. (2011). *Wissen und Können: Begriffsanalytische Studien zu einer kompetenzorientierten Wissensbildung am Gymnasium*. Münster: Waxmann
- Hölderle, J. (2021). *Die größten Nonprofits Deutschlands*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://sozialmarketing.de/die-groessten-nonprofits-deutschlands/>
- Kroeber-Riel, W., & Gröppel-Klein, A. (2019). *Konsumentenverhalten* (11. Auflage). München: Vahlen
- Kuß, A., & Kleinaltenkamp, M. (2020). *Marketing-Einführung: Grundlagen – Überblick – Beispiele* (8. Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler

- Le Blanc, D. (2015). Towards integration at last? The sustainable development goals as a network of targets. Department of Economic and Social Affairs. *DESA Working Paper, 141*, 1–17. http://www.un.org/esa/desa/papers/2015/wp141_2015.pdf
- Liedtke, C. (2021). *Eine erste Analyse der weiterentwickelten Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie*. Abgerufen am 15.07.2021 unter https://www.wpn2030.de/wp-content/uploads/2021/03/Erste-Analyse-DNS2021-von-CL_wpn2030.pdf
- Liedtke, C., Baur, N., Dehmel, S., Grimm, V., Kenning, P., Micklitz, H. W., Specht- Riemenschneider, L. & Scharioth, S. (2020). *Nachhaltigen Konsum und nachhaltige Produktion ermöglichen. Empfehlungen für die Verbraucherpolitik*. Veröffentlichungen des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen. Berlin: Sachverständigenrat für Verbraucherfragen.
- Loewenstein, G. F., Weber, E. U., Hsee, C. K., & Welch, N. (2001). Risk as feelings. *Psychological Bulletin, 127*(2), 267–286. doi: 10.1037/0033-2909.127.2.267
- Menold, N., & Bogner, K. (2015). *Gestaltung von Ratingskalen in Fragebögen*. Mannheim, GESIS – Leibniz-Institut Für Sozialwissenschaften (SDM Survey Guidelines), 1–13. doi: 10.15465/sdm-sg_015
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review, 63*(2), 81–97. doi: 10.1037/h0043158
- Möhring, W., & Schlütz, D. (2010). *Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft: Eine praxisorientierte Einführung* (2. Auflage). Wiesbaden: Springer VS
- Porst, R. (2008). *Fragebogen: Ein Arbeitsbuch*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. doi: 10.1007/978-3-531-91840-2
- RatSWD (2011). Auf Erfolgen aufbauend: Zur Weiterentwicklung der Forschungsinfrastruktur für die Sozial-, Verhaltens- und Wirtschaftswissenschaft –Empfehlungen des Rates für Sozial- und Wirtschaftsdaten (RatSWD). *Budrich UniPress*. doi: 10.3224/94075578
- RatSWD (2019). *Tätigkeitsbericht 2019 der vom RatSWD akkreditierten Forschungsdatenzentren (FDZ)*. doi: 10.17620/02671.56
- RatSWD (2021). *Akkreditierte Datenzentren*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.ratswd.de/forschungsdaten/fdz/sozial>
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). *Cognitive, affective and behavioral components of attitudes*. In C. I. Hovland & M. J. Rosenberg (Eds.), *Attitude organization and change*. Yale University Press.
- Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1966). *Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes*. In M. J. Rosenberg, C. I. Hovland, W. J. McGuire, & E. Al. (Eds.), *Attitude Organization and Change*. Yale University Press.
- Stahlberg, D., & Frey, D. (1997). *Einstellungen: Struktur, Messung und Funktion*. In W. Stroebe, M. Hewstone, & G. M. Stephenson (Eds.), *Sozialpsychologie*. Springer-Lehrbuch. Berlin, Heidelberg: Springer
- Statistisches Bundesamt (2020). *Statistische Ämter des Bundes und der Länder Forschungsdatenzentren*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: www.forschungsdatenzentrum.de/de#fdz-verstehen
- Stier, W. (1999). *Empirische Forschungsmethoden* (2. Auflage). Berlin, Heidelberg: Springer
- SVRV (2021). *Gutachten zur Lage der Verbraucherinnen und Verbraucher 2021*. Gutachten des Sachverständigenrats für Verbraucherfragen, Berlin.
- Treibel, A., Dölling, D., & Hermann, D. (2017). Determinanten des Anzeigeverhaltens nach Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung. *Forensische Psychiatrie, Psychologie, Kriminologie, 11*(4), 355–363. doi: 10.1007/s11757-017-0438-z
- Triandis, H. C. (1975). *Einstellungen und Einstelländerungen*. Basel: Beltz
- Trommsdorff, V. (2004). *Konsumentenverhalten*. Stuttgart: Kohlhammer

- Verbraucherzentrale NRW e. V. (2020). *Nutri-Score: Erweiterte Nährwertkennzeichnung jetzt erlaubt*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/nutriscore-erweiterte-naehrwertkennzeichnung-jetzt-erlaubt-36561>
- Vereinte Nationen (2015). *Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung, Resolution der Generalversammlung*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: <https://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf>
- Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (2020). *KonsortSWD - Datenzentren*. Abgerufen am 30.07.2021 unter: www.konsortswd.de/datenzentren/
- Wobker, I., Kenning, P., Lehmann-Waffenschmidt, M., & Gigerenzer, G. (2014). What Do Consumers Know About the Economy? A Test of Minimal Economic Knowledge in Germany. *Journal of Consumer Protection and Food Safety*, 9(3), 231–242. doi: 10.2139/ssrn.2190337
- wpn2030 (2019). *Beirätedialog 2019: Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie 2020*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.wpn2030.de/wp-content/uploads/2019/11/Bericht_Beirätdialog_2019.pdf
- Zimmermann-Janssen, V. E. M., Welfens, M. J., & Liedtke, C. (2021). *Transformation zur Nachhaltigkeit – Warum wir eine Literacy für nachhaltigen Konsum brauchen* (Zukunftsimpuls Nr. 16). Wuppertal Institut.
- Zühlsdorf, A., Jürkenbeck, K., & Spiller, A. (2018). *Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen*. Abgerufen am 15.07.2021 unter: https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/ada0c217bc6048ba09e9f721d249d8ba.pdf/Lebensmittelmarkt%20und%20Ern%C3%A4hrungspolitik%202018_Chartbook.pdf

ANLAGE

Anlage 1: Liste der Institutionen	98
Anlage 2: Liste der selektierten Studien	106
Anlage 3: Studiengrundgesamtheit	111
Anlage 4: SDG-Zielformulierungen inkl. Sub-Ziele.....	113
Anlage 5: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 02 „Kein Hunger“	123
Anlage 6: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“	125
Anlage 7: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“.....	129
Anlage 8: Liste der Kampagnen	133

Anlage 1: Liste der Institutionen

Typ	Typ 3	
Die Bundesregierung	Die Bundesregierung	www.bundesregierung.de/breg-de/themen/nachhaltigkeitspolitik
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum ALLBUS bei GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	[siehe Gesis]
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum German Microdata Lab bei GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	[siehe Gesis]
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum PIAAC bei GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	[siehe Gesis]
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum Wahlen bei GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	[siehe Gesis]
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum Internationale Umfrageprogramme bei GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	[siehe Gesis]
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Survey of Health, Ageing and Retirement in Europe (SHARE)	www.share-project.org/data-access.html
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Deutschen Zentrums für Integrations- und Migrationsforschung DeZIM e. V.	www.dezim-institut.de/forschungsdatenzentrum-dezimfdz/
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Leibniz-Institut für Finanzmarktforschung SAFE – Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH	www.safe-frankfurt.de/de/data-center.html
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdaten- und Servicezentrum der Bundesbank	www.bundesbank.de/de/bundesbank/forschung/fdsz
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Sozio-oekonomischen Panels am DIW Berlin – Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.	www.diw.de/de/diw_01.c.678568.de/forschungsdatenzentrum_soep.html
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Deutschen Zentrums für Altersfragen e. V.	www.dza.de/forschung/fdz
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum der Rentenversicherung	www.eservice-driv.de/FdzPortalWeb/
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung GmbH	www.fdz.dzhw.eu/de
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum Bildung am DIPF Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation	www.fdz-bildung.de
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Statistischen Bundesamtes	www.forschungsdatenzentrum.de
Forschungsdatenzentrum	Monitor der Siedlungs- und Freiraumentwicklung – Leibniz-Institut für ökologische Raumentwicklung e. V.	www.ioer-monitor.de
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum am Institut zur Qualitätsentwicklung im Bildungswesen – Wissenschaftliche Einrichtung der Länder an der Humboldt-Universität zu Berlin e. V.	www.iqb.hu-berlin.de/fdz
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Leibniz-Instituts für Bildungsverläufe e. V. an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg	www.lifbi.de/Institut/Organisation/Forschungsdatenzentrum-LifBi
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum des Beziehungs- und Familienpanels	www.pairfam.de
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum PsychData des Leibniz-Institutes für Psychologie	www.psychdata.de
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum Ruhr am RWI-Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung e. V.	www.rwi-essen.de/forschung-und-beratung/fdz-ruhr/
Forschungsdatenzentrum	Forschungsdatenzentrum der Statistischen Ämter der Länder	www.forschungsdatenzentrum.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Deutsche Akademische Austauschdienst e. V. (DAAD)	www.daad.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung e. V. (FhG)	www.fraunhofer.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Hermann von Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren e. V. (HGF)	www.helmholtz.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Hochschulrektorenkonferenz (HRK)	www.hrk.de

Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Leibniz-Gemeinschaft (LG)	www.leibniz-gemeinschaft.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Nationale Akademie der Wissenschaften Leopoldina e. V.	www.leopoldina.org
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften e. V.	www.mpg.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Wissenschaftsrat (WR)	www.wissenschaftsrat.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	GESIS – Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften e. V.	www.gesis.org
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Systems of Sustainable Consumption and Production Knowledge-Action Network (SCCP KAN)	https://sscp.futureearth.org/
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Institute for Advanced Sustainability Studies e. V.	www.iass-potsdam.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Bundesnetzwerk Verbraucherforschung	www.netzwerk-verbraucherforschung.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Akademie der Wissenschaften zu Göttingen	https://rep.adw-goe.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Akademie der Wissenschaften und der Literatur, Mainz	www.adwmainz.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Akademie der Wissenschaften in Hamburg	www.awhamburg.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Nordrhein-Westfälische Akademie der Wissenschaften und der Künste, Düsseldorf	www.awk.nrw.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Bayerische Akademie der Wissenschaften, München	www.badw.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften, Berlin und Potsdam	www.bbaw.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Heidelberger Akademie der Wissenschaften	www.hadw-bw.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	Sächsische Akademie der Wissenschaften, Leipzig	www.saw-leipzig.de
Forschungseinrichtungen und wissenschaftliche Netzwerke	acatech Deutsche Akademie der Technikwissenschaften e. V.	www.acatech.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Deutsche Bundesstiftung Umwelt	www.dbu.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	VolkswagenStiftung	www.volkswagenstiftung.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Union der deutschen Akademien der Wissenschaften	www.akademieunion.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Stiftung Industrieforschung	www.stiftung-industrieforschung.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V.	www.stifterverband.org
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Hans-Böckler-Stiftung	www.boeckler.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Edmund-Bradatsch-Stiftung	www.edmund-bradatsch-stiftung.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	www.boehringer-ingelheim.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Deutsche Forschungsgemeinschaft e. V.	www.dfg.de
Forschungsförderung im Hochschulbereich	Alexander von Humboldt-Stiftung	www.humboldt-foundation.de
Marktforschungsdienstleister	CFin - Steinbeis Research Center for Financial Services	https://www.steinbeis.de/de.html
Marktforschungsdienstleister	aproxima Gesellschaft für Mark- und Sozialforschung Weimar mbH	www.aproxima.de
Marktforschungsdienstleister	Perspectives CFFP gGmbH	www.centreforforemisteignpolicy.org

Marktforschungsdienstleister	Civey GmbH	www.civey.com
Marktforschungsdienstleister	DELTA – Institut für Sozial- und Ökologieforschung GmbH	www.deltamarktforschung.de
Marktforschungsdienstleister	Pixelpark AG	www.digitaspixelpark.com
Marktforschungsdienstleister	dimap - das Institut für Markt- und Politikforschung GmbH (heute: infratest dimap)	www.dimap.de
Marktforschungsdienstleister	Evalux UG	www.evalux.net
Marktforschungsdienstleister	forsa / forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH	www.forsa.de
Marktforschungsdienstleister	Forschungsgruppe Wahlen e. V.	www.forschungsgruppe.de
Marktforschungsdienstleister	GfK Marktforschung SE	www.gfk.com/de
Marktforschungsdienstleister	GMS Dr. Jung GmbH	www.gms-gmbh.com
Marktforschungsdienstleister	Insitut für Demoskopie Allensbach – Gesellschaft zum Studium der öffentlichen Meinung mbH	www.ifd-allensbach.de
Marktforschungsdienstleister	IFT-Nord Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung mbH	www.ift-nord.de
Marktforschungsdienstleister	imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH	www.imug.de
Marktforschungsdienstleister	infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH	www.infas.de
Marktforschungsdienstleister	Info GmbH	www.infogmbh.de
Marktforschungsdienstleister	Infratest dimap Gesellschaft für Trend- und Wahlforschung mbH (ehem.: dimap)	www.infratest-dimap.de
Marktforschungsdienstleister	INSA-Consulere GmbH	www.insa-consulere.de
Marktforschungsdienstleister	Ipsos SA	www.ipsos.com/de
Marktforschungsdienstleister	Institut der Deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (heute: IW Consult)	www.iwconsult.de
Marktforschungsdienstleister	Kantar GmbH (+ ehem. Kantar Deutschland / Kantar TNS / Kantar Emnid / TNS Deutschland / TNS Infratest / TNS Emnid)	www.kantardeutschland.de
Marktforschungsdienstleister	Kantar GmbH (+ ehem. Kantar Deutschland / Kantar TNS / Kantar Emnid / TNS Deutschland / TNS Infratest / TNS Emnid)	www.kantaremnid.de
Marktforschungsdienstleister	LINK Institut für Markt und Sozialforschung GmbH	www.link.ch
Marktforschungsdienstleister	MediaCompany - Agentur für Kommunikation GmbH	www.mediacompany.com
Marktforschungsdienstleister	Opinary GmbH	www.opinary.com
Marktforschungsdienstleister	pmg Policy Matters GmbH	www.policy-matters.de
Marktforschungsdienstleister	polis Gesellschaft für Sozial- und Marktforschung mbH	www.polis-forschung.de
Marktforschungsdienstleister	Pollytix Strategic Research GmbH	www.polytix.de
Marktforschungsdienstleister	Quer & Krumm Psychologische Marktforschung und Beratung Janis Warncke und Susan Hinterding GbR	www.querundkrumm.de
Marktforschungsdienstleister	FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V.	www.reiseanalyse.de
Marktforschungsdienstleister	Rheingold GmbH & Co. AG	www.rheingold-marktforschung.de
Marktforschungsdienstleister	Roland Berger GmbH	www.rolandberger.com/de

Marktforschungsdienstleister	SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH	www.sinus-institut.de
Marktforschungsdienstleister	Q Agentur für Forschung GmbH	www.teamq.de
Marktforschungsdienstleister	Ulrich Becker Beratung	www.ubecker-beratung.de
Marktforschungsdienstleister	Umfragezentrum Bonn – Prof. Rudinger GmbH Gesellschaft für empirische Sozialforschung	www.uzbonn.de
Marktforschungsdienstleister	YouGov Deutschland GmbH	www.yougov.de
Ministerium	Auswärtiges Amt	www.auswaertiges-amt.de
Ministerium	Bundesministerium für Arbeit und Soziales	www.bmas.de
Ministerium	Bundesministerium für Bildung und Forschung	www.bmbf.de
Ministerium	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft	www.bmel.de
Ministerium	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend	www.bmfsfj.de
Ministerium	Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat	www.bmi.bund.de
Ministerium	Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz	www.bmju.de
Ministerium	Bundesministerium der Verteidigung	www.bmvg.de
Ministerium	Bundesministerium der Finanzen	www.bundesfinanzministerium.de
Ministerium	Bundesministerium für Gesundheit	www.bundesgesundheitsministerium.de
Ministerium	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit	www.bmu.de
Ministerium	Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur	www.bmvi.de
Ministerium	Bundesministerium für Wirtschaft und Energie	www.bmwi.de
Ministerium	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung	www.bmz.de
NPO	CBM Christoffel-Blindenmission Christian Blind Mission e. V.	www.cbm.de
NPO	Ärzte ohne Grenzen e. V.	www.aerzte-ohne-grenzen.de
NPO	SOS-Kinderdorf e. V.	www.sos-kinderdorf.de
NPO	SOS-Kinderdörfer e. V. weltweit / Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland	[siehe SOS-Kinderdorf]
NPO	Plan International Deutschland e. V.	www.plan.de
NPO	Stiftung Deutsche Krebshilfe	www.krebshilfe.de
NPO	Johanniter-Unfall-Hilfe e. V.	www.johanniter.de
NPO	Deutsches Komitee für UNICEF e. V.	www.unicef.de
NPO	Malteser Hilfsdienst e. V.	www.malteser.de
NPO	Arbeiter-Samariter-Bund Deutschland e. V.	www.asb.de
NPO	Greenpeace Deutschland e. V.	www.greenpeace.de

NPO	Brot für die Welt - Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e. V.	www.brot-fuer-die-welt.de
NPO	World Vision Deutschland e. V.	www.worldvision.de
NPO	Deutscher Caritasverband e. V.	www.caritas.de
NPO	Das Kindermissionswerk , Die Sternsinger' e. V.	www.sternsinger.de
NPO	Bischöfliches Hilfswerk Misereor e. V.	www.misereor.de
NPO	Kindernothilfe e. V.	www.kindernothilfe.de
NPO	Deutsche Welthungerhilfe e. V.	www.welthungerhilfe.de
NPO	v. Bodelschwingsche Stiftungen Bethel	www.bethel.de
NPO	WWF Deutschland	www.wwf.de
NPO	Naturschutzbund Deutschland e. V.	www.nabu.de
NPO	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V.	www.bund.net
NPO	VIER PFOTEN – Stiftung für Tierschutz	www.vier-pfoten.de
NPO	Amnesty International Deutschland e. V.	www.amnesty.de
NPO	PETA Deutschland e. V.	www.peta.de
NPO	Oxfam Deutschland e. V.	www.oxfam.de
NPO	Aktion gegen den Hunger gGmbH	www.aktiongegenendhunger.de
Politische Stiftungen	Friedrich-Ebert-Stiftung e. V.	www.fes.de
Politische Stiftungen	Konrad-Adenauer-Stiftung e. V.	www.kas.de
Politische Stiftungen	Hanns-Seidel-Stiftung e. V.	www.hss.de
Politische Stiftungen	Friedrich-Naumann-Stiftung für die Freiheit	www.freiheit.org
Politische Stiftungen	Heinrich-Böll-Stiftung e. V.	www.boell.de
Politische Stiftungen	Rosa-Luxemburg-Stiftung – Gesellschaftsanalyse und politische Bildung e. V.	www.rosalux.de
Projekträger	VDI/VDE Innovation und Technik GmbH	www.vdivde-it.de
Projekträger	AiF Projekt GmbH / AiF e. V.	www.aif-projekt-gmbh.de
Projekträger	Bundesanstalt für Ernährung und Landwirtschaft	www.ble.de
Projekträger	Deutsches Elektronen-Synchrotron DESY	www.desy.de
Projekträger	Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt e. V.	www.dlr.de/pt-ff
Projekträger	Eisenbahn-Bundesamt	www.eba.bund.de
Projekträger	EuroNorm GmbH	www.euronorm.de
Projekträger	Fachagentur Nachwachsende Rohstoffe e. V.	www.fnr.de

Projektträger	Gesellschaft für Anlagen- und Reaktorsicherheit gGmbH	www.grs.de
Projektträger	Projektträger Jülich GmbH	www.ptj.de
Projektträger	Projektträger Karlsruhe	www.ptka.kit.edu
Projektträger	Projektträger TÜV Rheinland AG	www.tuv.com/germany/de/forschungsmanagement.html
Projektträger	VDI Technologiezentrum GmbH	www.vditz.de
Projektträger	Bundesinstitut für Berufsbildung	www.bibb.de
Ressortforschung	Zentrum für Geowissenschaften der Bundeswehr	www.bundeswehr.de/zentrum-fuer-geoinformationswesen-der-bundeswehr
Ressortforschung	Bundesanstalt für Gewässerkunde	www.bafg.de
Ressortforschung	Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung	www.bam.de
Ressortforschung	Bundesamt für die Sicherheit der nuklearen Entsorgung	www.base.bund.de
Ressortforschung	Bundesanstalt für Straßenwesen	www.bast.de
Ressortforschung	Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin	www.baua.de
Ressortforschung	Bundesanstalt für Wasserbau	www.baw.de
Ressortforschung	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	www.bbsr.bund.de
Ressortforschung	Bundesinstitut für Arzneimittel und Medizinprodukte	www.bfarm.de
Ressortforschung	Bundesamt für Naturschutz	www.bfn.de
Ressortforschung	Bundesinstitut für Risikobewertung	www.bfr.bund.de
Ressortforschung	Bundesamt für Strahlenschutz	www.bfs.de
Ressortforschung	Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe	www.bgr.bund.de
Ressortforschung	Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung	www.bib-demographie.de www.bib.bund.de
Ressortforschung	Bundesamt für Kartographie und Geodäsie	www.bkg.bund.de
Ressortforschung	Bundesinstitut für Kultur und Geschichte der Deutschen im östlichen Europa	www.bkge.de
Ressortforschung	Bundesamt für Seeschifffahrt und Hydrographie	www.bsh.de
Ressortforschung	Wehrwissenschaftliches Institut für Schutztechnologien - ABC-Schutz	www.bundeswehr.de/de/organisation/ausruestung-baainbw/organisation/wis
Ressortforschung	Wehrwissenschaftliches Institut für Werk-, Explosiv- und Betriebsstoffe	www.bundeswehr.de/de/organisation/ausruestung-baainbw/organisation/wiweb
Ressortforschung	Wehrtechnische Dienststelle für Schiffe und Marinewaffen, Maritime Technologie und Forschung	www.bundeswehr.de/de/organisation/ausruestung-baainbw/organisation/wtd-71
Ressortforschung	Schiffahrtsmedizinisches Institut der Marine	www.bundeswehr.de/de/organisation/marine/organisation/schiffahrtsmedizinisches-institut
Ressortforschung	Institut für Pharmakologie und Toxikologie der Bundeswehr	www.bundeswehr.de/institut-fuer-pharmakologie-und-toxikologie-der-bundeswehr
Ressortforschung	Institut für Radiobiologie der Bundeswehr	www.bundeswehr.de/institut-fuer-radiobiologie-der-bundeswehr
Ressortforschung	Zentrum für Militärgeschichte und Sozialwissenschaften der Bundeswehr	www.bundeswehr.de/zentrum-militaergeschichte-sozialwissenschaften

Ressortforschung	Deutsches Archäologisches Institut	www.dainst.org
Ressortforschung	Deutsches Institut für Entwicklungspolitik gGmbH	www.die-gdi.de
Ressortforschung	Deutsches Institut für medizinische Dokumentation und Information	www.dimdi.de
Ressortforschung	Deutscher Wetterdienst	www.dwd.de
Ressortforschung	Deutsches Zentrum für Altersfragen	www.dza.de
Ressortforschung	Friedrich-Loeffler-Institut, Bundesforschungsinstitut für Tiergesundheit	www.fli.de
Ressortforschung	Institut für Mikrobiologie der Bundeswehr	www.instmikrobiow.de
Ressortforschung	Julius Kühn-Institut, Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen	www.julius-kuehn.de
Ressortforschung	Max Weber Stiftung - Deutsche Geisteswissenschaftliche Institute im Ausland	www.maxweberstiftung.de
Ressortforschung	Max Rubner-Institut, Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel	www.mri.bund.de
Ressortforschung	Paul-Ehrlich-Institut, Bundesinstitut für Impfstoffe und biomedizinische Arzneimittel	www.pei.de
Ressortforschung	Physikalisch-Technische Bundesanstalt	www.ptb.de
Ressortforschung	Thünen-Institut, Bundesforschungsinstitut für Ländliche Räume, Wald und Fischerei	www.thuenen.de
Ressortforschung	Umweltbundesamt	www.umweltbundesamt.de
Ressortforschung	Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (inkl. Forschungsdatenzentrum)	www.bzga.de
Ressortforschung	Deutsches Jugendinstitut e. V. (inkl. Forschungsdatenzentrum)	www.dji.de
Ressortforschung	Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (inkl. Forschungsdatenzentrum)	www.iab.de
Ressortforschung	Robert Koch-Institut (inkl. Forschungsdatenzentrum)	www.rki.de
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Sustainable Development Solutions Network Germany (SDSN Germany c/o Deutsches Institut für Entwicklungspolitik)	www.die-gdi.de/forschung/sdsn-deutschland/
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Deutsche Komitee für Nachhaltigkeitsforschung in Future Earth – Helmholtz-Zentrum hereon GmbH.	www.dkn-future-earth.org
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Sustainable Development Solutions Network	www.unsdsn.org
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	UN Division for Sustainable Development Goals	www.sdgs.un.org
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Regionale Informationszentrum der Vereinten Nationen für Westeuropa	www.unrig.org
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 – Institute for Advanced Sustainability Studies e. V.	www.wpn2030.de
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Staatssekretärsausschuss für nachhaltige Entwicklung	www.bundesregierung.de/staatssekretaersausschuss-fuer-nachhaltige-entwicklung-426412
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Parlamentarischer Beirat für nachhaltige Entwicklung	www.bundestag.de/nachhaltigkeit
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH	www.giz.de
Sonstige Regierungs- und regierungsnahe Institutionen	Europäische Kommission	www.europa.eu
Verbraucherverbände	Bureau Européen des Unions de Consommateurs	www.beuc.eu
Verbraucherverbände	Verbraucherzentrale Bundesverband e. V.	www.vzbv.de

Wissenschaftlicher Beirat	Beirat Zivile Krisenprävention	https://peacelab.blog/beirat-zivile-krisenpraevention
Wissenschaftlicher Beirat	Digitalrat	www.bundesregierung.de/breg-de/themen/digitalisierung/digitalrat
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz	www.bmel.de/DE/ministerium/organisation/beiraete/agr-organisation.html
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Beirat für Biodiversität und Genetische Ressourcen	www.bmel.de/DE/ministerium/organisation/beiraete/bio-div-organisation.html
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Beirat für Familienfragen	www.bmfsfj.de/wissenschaftlicher-beirat-fuer-familienfragen/74184
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Beirat beim Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur	www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/wissenschaftlicher-beirat-bmvi.html
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Arbeitskreis für Regulierungsfragen der Bundesnetzagentur	www.bundesnetzagentur.de/wissenschaftlicher-arbeitskreis-fuer-regulierungsfragen-node.html
Wissenschaftlicher Beirat	Expertenkommission Forschung und Innovation – SV gemeinnützige Gesellschaft für Wissenschaftsstatistik mbH	www.e-fi.de
Wissenschaftlicher Beirat	Deutscher Ethikrat	www.ethikrat.org
Wissenschaftlicher Beirat	Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung	www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de
Wissenschaftlicher Beirat	Sozialbeirat	www.sozialbeirat.de
Wissenschaftlicher Beirat	Sachverständigenrat zur Begutachtung der Entwicklung im Gesundheitswesen	www.svr-gesundheit.de
Wissenschaftlicher Beirat	Sachverständigenrat für Verbraucherfragen	www.svr-verbraucherfragen.de
Wissenschaftlicher Beirat	Sachverständigenrat für Umweltfragen	www.umweltrat.de
Wissenschaftlicher Beirat	Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung Globale Umweltveränderungen	www.wbgu.de
Wissenschaftlicher Beirat	Rat für nachhaltige Entwicklung – Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH	www.nachhaltigkeitsrat.de

* In der digitalen Version sind den klickbaren Verlinkungen die URLs hinterlegt, die direkt auf Forschungsdatenzentren innerhalb der Online-Präsenzen der Institutionen verweisen. Bei einer gedruckten Ausgabe dieses Berichtes ist darauf hinzuweisen, dass die abgedruckten Links aus Darstellungsgründen nicht immer die vollständige URL wiedergeben und auf übergeordnete Webseitenbereiche der Online-Präsenzen verweisen können.

Anlage 2: Liste der selektierten Studien

#	Studientitel	Jahr*
1	Sicherheits- und verteidigungspolitisches Meinungsbild in der Bundesrepublik Deutschland 2020	2021
2	Sicherheitsreport 2021	2021
3	Verbrauchermeinungen zu Nachhaltigkeit in der Lebensmittelproduktion	2021
4	VuMA Touchpoints 2021	2021
5	Was eint die Einwanderungsgesellschaft? Eine repräsentative Umfrage zu Einstellungen, Glaube und Wertorientierungen von Bürgerinnen und Bürgern mit und ohne Migrationshintergrund	2021
6	What Worries the World 2021	2021
7	Aktuelle Einstellungen zu Körperstrafen und elterliches Erziehungsverhalten in Deutschland	2020
8	Auf den Puls gefühlt 2020	2020
9	Autoritäre Dynamiken: Neue Radikalität: alte Ressentiments: Leipziger Autoritarismus Studie 2020	2020
10	Bedingungsloses Grundeinkommen: European Social Survey (ESS)	2020
11	Bekanntheit des gesetzlichen Mindestlohns: Ergebnisse von drei repräsentativen Befragungen von Beschäftigten	2020
12	Bevölkerungsbefragung zu Lebensmittelkontaktmaterialien	2020
13	Bevölkerungsbefragung zu Verbraucherinteressen im Energie-, Wohnungs- und Baubereich	2020
14	Bevölkerungsumfrage zum Thema Pflanzenzüchtung	2020
15	BfR-Verbrauchermonitor 08 2020	2020
16	D21-Digital-Index 2020/21	2020
17	DBU-Umweltmonitor 2020	2020
18	Die Zukunft der deutschen Landwirtschaft	2020
19	Digitaltag 2020: Gemeinsam digitale Teilhabe fördern	2020
20	DsiN SicherheitsIndex 2020	2020
21	Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Eine Studie während der Corona-Pandemie im Juni 2020	2020
22	Einstellungen zu Nachhaltigkeit innerhalb der Sinus-Milieus	2020
23	Einstellungen zum Klimaschutz	2020
24	Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung anlässlich des Equal Care Day	2020
25	Ernährungsreport 2020	2020
26	Eurobarometer 93	2020
27	EY Nachhaltiger Konsum	2020
28	FLASH EUROBAROMETER 485	2020
29	Flugverhalten in Deutschland und Europa	2020
30	Gesundheitskompetenz der Bevölkerung in Deutschland – vor und während der Corona Pandemie: Ergebnisse des HLS-GER 2	2020
31	Glücksspielverhalten und Glücksspielsucht in Deutschland: Ergebnisse des Surveys 2019 und Trends	2020
32	Holocaust: Deutsche empfinden Verantwortung, aber keine Schuld	2020
33	Jeder zweite Deutsche besorgt über Kriminalität	2020
34	KBV Versichertenbefragung 2020	2020
35	KfW-Energiewendebarmeter 2020	2020
36	Klimapolitik während der Corona-Pandemie: Ergebnisse einer Haushaltserhebung	2020
37	Kostenloser ÖPNV: Akzeptanz in der Bevölkerung und mögliche Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten	2020
38	Künstliche Intelligenz in Online-Umgebungen: Repräsentative Umfrage zur öffentlichen Meinung in Deutschland	2020
39	Meinungsbilder 2020: Wie stehen Hessinnen und Hessen zu Zuwanderung und Integration?	2020
40	Mobilitätsmonitor 2020	2020
41	Naturbewusstsein 2019	2020
42	Ökobarometer 2020	2020
43	Onlinestudie zur Kastenstandhaltung	2020
44	Präferenzen und Einstellungen zu viel diskutierten verkehrspolitischen Maßnahmen	2020
45	Rassistische Diskriminierung auf dem Wohnungsmarkt	2020
46	Repräsentative Bevölkerungsbefragung zur Nicht-Übertragbarkeit von HIV unter Therapie	2020
47	Repräsentative Umfrage zu erneuerbaren Energien	2020
48	Repräsentative Umfrage zum Weltkindertag	2020
49	ROLAND Rechtsreport 2020	2020
50	Selbstverständlich europäisch!? 2020	2020
51	Sexismus im Alltag: Wahrnehmungen und Haltungen der deutschen Bevölkerung (Pilotstudie)	2020

52	SINUS-Studie zum Weltkindertag	2020	81	Barometer Digitalisierung der Energiewende: Berichtsjahr 2019	2019
53	SINUS-Studie zum Welttag des Meeres	2020	82	Bevölkerungsbefragung zum Thema Lebensmittel	2019
54	Soziales Nachhaltigkeitsbarometer der Energiewende 2019	2020	83	BfR-Verbrauchermonitor 2019 Spezial E-Zigaretten	2019
55	Special Eurobarometer 496	2020	84	DAK Pflegereport 2019	2019
56	Special Eurobarometer 499	2020	85	Das Deutsche Schulbarometer: Elternbefragung 2019	2019
57	Special Eurobarometer 501	2020	86	Das pragmatische Einwanderungsland: Was die Deutschen über Migration denken	2019
58	Special Eurobarometer 504	2020	87	Der „Wunsch-Haushalt“ der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland	2019
59	Special Eurobarometer 505	2020	88	Die Zukunft der Rente: Perspektiven und Reformbedarf aus der Sicht der Bürger	2019
60	Special Eurobarometer 506	2020	89	Du bist, was du isst: So ernährt sich Deutschland 2019	2019
61	Standortauswahlverfahren für ein Atommüllendlager in Deutschland	2020	90	Einstellung und soziale Lebenslage	2019
62	Studie zum World Refugee Day	2020	91	Engagement und Zusammenhalt in Thüringen	2019
63	Survey of Adult Financial Literacy Competencies in Germany	2020	92	Erwartungen und Erfahrungen der Verbraucherinnen und Verbraucher	2019
64	Technik Radar 2020	2020	93	Erweiterte Integration sozialer Aspekte im Umweltzeichen Blauer Engel	2019
65	Todsicher: Die Wahrnehmung und Fehlwahrnehmung von Alltagsrisiken in der Öffentlichkeit	2020	94	Europa vor der EU-Wahl – in Sorge vereint	2019
66	Tracking the global state of the consumer: Zentrale Ergebnisse für Deutschland	2020	95	FLASH EUROBAROMETER 476	2019
67	Umfrage zur Akzeptanz der Windenergie an Land: Herbst 2020	2020	96	FLASH EUROBAROMETER 480	2019
68	Verbraucherfrust statt Einkaufsglück: Befragung II	2020	97	FLASH EUROBAROMETER 481	2019
69	Verbraucherreport 2020	2020	98	Gemeinsam oder allein? Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage im Auftrag der Körber-Stiftung zu Multilateralismus und internationaler Zusammenarbeit	2019
70	Verbreitung und Auswirkungen von mobiler Arbeit und Homeoffice	2020	99	Gesellschaftliche Wahrnehmung der Legehennen- und Masthühnerhaltung in Deutschland	2019
71	Verkehrslösung oder Technikhype?	2020	100	Globale Umfrage zum Thema Plastikverschmutzung der Weltmeere	2019
72	Was verbindet, was trennt die Deutschen? 2020	2020	101	Infektionsschutzstudie 2018	2019
73	Wissenschaftsbarometer 2020	2020	102	KAS Demokratie-EU-Erhebung 2019	2019
74	Zeitenwende Wendezeiten: Sonderausgabe des Munich Security Report zur deutschen Außen- und Sicherheitspolitik	2020	103	Kinderwunsch und Kinderbetreuung 2019	2019
75	30 Jahre Mauerfall: Ansichten zum Wohlstand in Ost und West – Analyse des Nationalen Wohlstandsindex für Deutschland NAWI-D	2019	104	Koordinaten der Arbeit im Land Bremen: Befragung von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern 2019	2019
76	70 Prozent der Deutschen können sich nicht vorstellen zu spenden	2019	105	Mitte-Studie 2018/19	2019
77	A Throwaway World: The Challenge of Plastic Packaging and Waste	2019	106	Mobilität und Klimaschutz: Gesellschaftliches Problembewusstsein und individuelle Veränderungsspielräume	2019
78	Akzeptanz gegenüber der Energiewende in Deutschland: Eine empirische Untersuchung	2019	107	My Food – Personalisierung und Ernährung	2019
79	ALLBUS 2018	2019	108	Plug-in - Der Civey Energiereport	2019
80	Aral Studie: Trends beim Autokauf 2019	2019	109	Populist and Nativist Sentiment in 2019: A 27-Country Survey	2019

110	Public Perceptions of NATO	2019	139	Vertrauen in Demokratie: Wie zufrieden sind die Menschen in Deutschland mit Regierung, Staat und Politik?	2019
111	Ressortforschungsberichte zum Strahlenschutz: Welchen Stellenwert haben Magnetfelder in der öffentlichen Wahrnehmung des Stromnetzausbaus?	2019	140	Was denkt Deutschland über Strahlung? Umfrage 2019	2019
112	Risikowahrnehmung von Mikroplastik	2019	141	Weather Literacy in Times of Climate Change	2019
113	Schwindendes Vertrauen in Politik und Parteien: Eine Gefahr für den gesellschaftlichen Zusammenhalt?	2019	142	Wissen, Einstellung und Verhalten der Allgemeinbevölkerung zur Organ- und Gewebespende: Ergebnisse der Repräsentativbefragung 2018	2019
114	SINUS-Studie zum Tag der Demokratie	2019	143	Zucker- und Fettreduktion bei Lebensmitteln	2019
115	SINUS-Studie zum Tag des Sonnenschutzes	2019	144	Befragung von Autofahrern zum Thema "Elektro-Mobilität"	2018
116	Sparda-Studie „Wohnen in Deutschland 2019“	2019	145	BfR-Verbrauchermonitor 2018 Spezial Tattoos	2018
117	Special Eurobarometer 481	2019	146	Demographischer Wandel: Wahrnehmungen und Einschätzungen der Bevölkerung Ergebnisse einer Repräsentativbefragung im Oktober 2017	2018
118	Special Eurobarometer 482	2019	147	Die Bedeutung der Menschenrechte in Deutschland	2018
119	Special Eurobarometer 483	2019	148	Die schwankenden Wähler	2018
120	Special Eurobarometer 485	2019	149	Einstellungen zur Integration in der deutschen Bevölkerung: Dritte Erhebung im Projekt "Zu-Gleich - Zugehörigkeit und Gleichwertigkeit"	2018
121	Special Eurobarometer 486	2019	150	Energiewelt Ost 2019	2018
122	Special Eurobarometer 487a	2019	151	Erziehen als Beruf: Wahrnehmungen der Bevölkerung zum Berufsfeld Erzieherin/Erzieher	2018
123	Special Eurobarometer 487b	2019	152	FLASH EUROBAROMETER 467	2018
124	Special Eurobarometer 488	2019	153	FLASH EUROBAROMETER 468	2018
125	Special Eurobarometer 489	2019	154	FLASH EUROBAROMETER 469	2018
126	Special Eurobarometer 490	2019	155	Globale Umfrage zur Gesundheitsversorgung	2018
127	Special Eurobarometer 491	2019	156	Infektionsschutz durch Hygiene: Einstellungen, Wissen und Verhalten der Allgemeinbevölkerung	2018
128	Special Eurobarometer 492	2019	157	Ipsos Populismus-Studie	2018
129	Special Eurobarometer 493	2019	158	Jeder zweite Verbraucher befürwortet Mehrwegboxen an der Käse- und Wursttheke	2018
130	Special Eurobarometer 494	2019	159	Lebensmittelmarkt und Ernährungspolitik 2018: Verbrauchereinstellungen zu zentralen lebensmittel- und ernährungspolitischen Themen	2018
131	Special Eurobarometer 495	2019	160	Lesen im Alltag: Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung im Sommer 2018	2018
132	Special Eurobarometer 497	2019	161	MEINUNGSMONITOR ENTWICKLUNGSPOLITIK 2018	2018
133	Special Eurobarometer 498	2019	162	Mobility Studie 2018	2018
134	Special Eurobarometer 503	2019	163	Politische Bildung: Erst- und Zweitstimme	2018
135	Umgang mit sexueller Belästigung am Arbeitsplatz: Lösungsstrategien und Maßnahmen zur Intervention	2019	164	Schwindende Akzeptanz für die Energiewende? Ergebnisse einer wiederholten Bürgerbefragung	2018
136	Umweltbewusstsein in Deutschland 2018	2019	165	Sicherheit in der Stadt	2018
137	Veränderungen der gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die Familienpolitik	2019			
138	Verbraucherbefragung CDR	2019			

166	Soziale Akzeptanz eines Kohleausstiegs in Deutschland und in den Kohlerevieren	2018	195	Reisestudie GfK	2017
167	Special Eurobarometer 462	2018	196	Repräsentative Bevölkerungsbefragung anlässlich des Welt-AIDS-Tages 2017	2017
168	Special Eurobarometer 474	2018	197	Special Eurobarometer 453	2017
169	Special Eurobarometer 475	2018	198	Special Eurobarometer 461	2017
170	Special Eurobarometer 477	2018	199	Special Eurobarometer 464b	2017
171	Special Eurobarometer 478	2018	200	Special Eurobarometer 465	2017
172	Special Eurobarometer 479	2018	201	Special Eurobarometer 466	2017
173	Special Eurobarometer 484	2018	202	Special Eurobarometer 469	2017
174	VERBOT VON LAUTEM FEUERWERK	2018	203	Special Eurobarometer 471	2017
175	Verbraucherbefragung Einweg-Plastik und Verpackung II	2018	204	Staatsfinanzen und Steuerpolitik: Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage	2017
176	Verbrauchersicht auf Ökostrom	2018	205	Vertrauen, Zufriedenheit, Zuversicht: Politische Einstellungen in Deutschland 2017	2017
177	Verpackungen im Fokus: Die Rolle von Circular Economy auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit	2018	206	Was denken die Deutschen über unbemannte Luftfahrt?	2017
178	„Ich wollte etwas bewegen.“ – Die Mitglieder der CDU	2017	207	Was hält Europa zusammen? Die EU nach dem Brexit	2017
179	Armut- und Reichtumsbericht	2017	208	Was ist uns der Wohlfahrtsstaat wert? Einstellungen zur Finanzierung und politische Handlungsoptionen	2017
180	Bevölkerungsbefragung in NRW zum Thema Erneuerbare Energien	2017	209	Bevölkerungsbefragung zum Thema Verbraucherthemen in der Schule	2016
181	Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung in Deutschland zu Biokunststoffen	2017	210	Die Deutschen und Europa: Zweifel oder Zuversicht?	2016
182	BfR-Stakeholder- und Bevölkerungsbefragung: Vierte Evaluation zum gesundheitlichen Verbraucherschutz in Deutschland	2017	211	Die digitale Versicherung – was Kunden wollen	2016
183	BfR-Verbrauchermonitor 2017 Spezial Aluminium im Lebensmittelbereich	2017	212	Die gesellschaftliche Wahrnehmung der Energiewende: Ergebnisse einer deutschlandweiten Repräsentativbefragung	2016
184	Deutscher Viktimisierungssurvey 2017	2017	213	FLASH EUROBAROMETER 432	2016
185	Die Zukunft des Wohlfahrtsstaates: Einstellungen zur Reformpolitik in Deutschland	2017	214	FLASH EUROBAROMETER 438	2016
186	Engagement in der Flüchtlingshilfe	2017	215	FLASH EUROBAROMETER 443	2016
187	Europa und die Zuwanderung: Die Wahrnehmung von Migration in Europa und die damit verbundenen Vorstellungen in Frankreich	2017	216	Ipsos Brexit-Studie	2016
188	Finanzbildung in Deutschland Wissensstand – Defizite – Handlungsfelder	2017	217	Junge Generation und gesetzliche Rente: Pessimismus und Perspektiven	2016
189	Flüchtlinge: Die Hälfte der Deutschen ist gegen eine Grenzschießung	2017	218	Norddeutsche sind die stärksten Befürworter der Energiewende	2016
190	Gesundheit und Familie vor Arbeit und Einkommen – Studie zum sozialen Aufstieg in Deutschland	2017	219	Sind essbare Insekten als Lebensmittel aus Sicht der Verbraucher sicher?	2016
191	Iss was, Deutschland: TK-Ernährungsstudie 2017	2017	220	Solidarität mit in Not geratenen Ländern der Europäischen Union	2016
192	Kartografie der politischen Landschaft in Deutschland	2017	221	Special Eurobarometer 446	2016
193	Konsumentenbefragung: Bio vs. konventionell – Was kaufen Konsumenten zu welchem Preis?	2017	222	Special Eurobarometer 447	2016
194	Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Internet durch deutsche Verbraucher	2017	223	Special Eurobarometer 448	2016
			224	Special Eurobarometer 449	2016

225	Special Eurobarometer 454	2016
226	Special Eurobarometer 456	2016
227	Stimmungsbarometer zu Flüchtlingen in Deutschland 2016	2016
228	Trend- und Wirkungsstudie: Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?	2016
229	Umfrage zum Thema "Flüchtlinge/Integration"	2016
230	Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik im Urteil der Bevölkerung	2016
231	Verfolgung vor Armut: Ausschlaggebend für die Offenheit der Deutschen ist der Fluchtgrund	2016
232	Vertrauen der Bevölkerung in die Politik	2016
233	Wachsende Ungleichheit als Gefahr für nachhaltiges Wachstum: Wie die Bevölkerung über soziale Unterschiede denkt	2016
234	Was wissen Verbraucher über den grauen Kapitalmarkt?	2016
235	Wie wichtig ist Verbrauchern das Thema Tierschutz?	2016
236	YouGov-Umfrage zum Klimaschutz (Omnibus-Daily Chartbericht)	2016
237	Zahlungsbereitschaft für grünen Strom: Zunehmende Kluft zwischen Wunsch und Wirklichkeit	2016
238	Bürger fordern mehr Investitionen in die Infrastruktur	2015
239	Die Angst vorm Sterben: Ergebnisse einer bundesweiten Umfrage zur Sterbehilfe	2015
240	Erben und Vererben: Erfahrungen, Erwartungen und Pläne	2015

241	Essbare Innovationen: Lebensmittel im Spannungsfeld von technologischem Fortschritt und Technikablehnung unter Verbrauchern	2015
242	FLASH EUROBAROMETER 416	2015
243	FLASH EUROBAROMETER 422	2015
244	FLASH EUROBAROMETER 425	2015
245	FLASH EUROBAROMETER 431	2015
246	Meinungen zur Jagd und den Jagdgesetzen	2015
247	Ponykarusselle	2015
248	Sharing Economy: Die Sicht der Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland	2015
249	Special Eurobarometer 431	2015
250	Special Eurobarometer 441	2015
251	Special Eurobarometer 442	2015
252	Special Eurobarometer 444	2015
253	Wählen ab 16: Ein Beitrag zur nachhaltigen Steigerung der Wahlbeteiligung	2015
254	Wegwerfware Kleidung	2015
255	Wölfe in Deutschland	2015
256	Zwischen Sicherheitsbedürfnis und Risikobereitschaft	2015

*Jahr der (letzten) erfassten Veröffentlichung

Anlage 3: Studiengrundgesamtheit

Stichprobenumfang	Anzahl
unter 500	1
500 bis unter 1.000	3
1.000 bis unter 2.000	174
2.000 bis unter 3.000	50
3.000 bis unter 4.000	5
4.000 bis unter 5.000	5
5.000 bis unter 6.000	8
6.000 bis unter 7.000	7
7.000 bis unter 8.000	1
8.000 bis unter 9.000	-
9.000 bis unter 10.000	-
10.000 bis unter 20.000	1
20.000 und mehr	1
Gesamt	256

Selektierte Studien nach Stichprobenumfang

Erhebungsjahr	Anzahl
2015	30
2015/2016	1
2016	29
2017	31
2017/2018	2
2018	39
2018/2019	6
2019	68
2019/2020	6
2020	42
2020/2021	1
2021	1
2015	30
Gesamt	256

Selektierte Studien nach Erhebungsjahr

Unteraltersgrenze	Anzahl
Ab 12 Jahren	1
Ab 14 Jahren	34
ab 14 Jahren	31
ab 14 Jahren bis 69 Jahren	1
ab 14 Jahren bis 74 Jahren	1
ab 14 Jahren bis 75 Jahren	1
Ab 15 Jahren	63
Ab 16 Jahren	51
ab 16 Jahren	41
ab 16 Jahren bis 64 Jahren	1
ab 16 Jahren bis 70 Jahren	1
ab 16 Jahren bis 74 Jahren	6
ab 16 Jahren bis 85 Jahren	2
Ab 17 Jahren	1
Ab 18 Jahren	80
ab 18 Jahren	78
ab 18 Jahren bis 69 Jahren	2
Ab 20 Jahren	2
nicht explizit angegeben	24
Gesamt	256

Selektierte Studien nach Unteraltersgrenze

Anlage 4: SDG-Zielformulierungen inkl. Sub-Ziele



ARMUT IN ALLEN IHREN FORMEN UND ÜBERALL BEENDEN

- 1.1 Bis 2030 die extreme Armut - gegenwärtig definiert als der Anteil der Menschen, die mit weniger als 1,25 Dollar pro Tag auskommen müssen - für alle Menschen überall auf der Welt beseitigen
- 1.2 Bis 2030 den Anteil der Männer, Frauen und Kinder jeden Alters, die in Armut in all ihren Dimensionen nach der jeweiligen nationalen Definition leben, mindestens um die Hälfte senken
- 1.3 Den nationalen Gegebenheiten entsprechende Sozialschutzsysteme und -maßnahmen für alle umsetzen, einschließlich eines Basisschutzes, und bis 2030 eine breite Versorgung der Armen und Schwachen erreichen
- 1.4 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Männer und Frauen, insbesondere die Armen und Schwachen, die gleichen Rechte auf wirtschaftliche Ressourcen sowie Zugang zu grundlegenden Diensten, Grundeigentum und Verfügungsgewalt über Grund und Boden und sonstigen Vermögensformen, Erbschaften, natürlichen Ressourcen, geeigneten neuen Technologien und Finanzdienstleistungen einschließlich Mikrofinanzierung haben
- 1.5 Bis 2030 die Widerstandsfähigkeit der Armen und der Menschen in prekären Situationen erhöhen und ihre Exposition und Anfälligkeit gegenüber klimabedingten Extremereignissen und anderen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Schocks und Katastrophen verringern
- 1.a Eine erhebliche Mobilisierung von Ressourcen aus einer Vielzahl von Quellen gewährleisten, einschließlich durch verbesserte Entwicklungszusammenarbeit, um den Entwicklungsländern und insbesondere den am wenigsten entwickelten Ländern ausreichende und berechenbare Mittel für die Umsetzung von Programmen und Politiken zur Beendigung der Armut in all ihren Dimensionen bereitzustellen
- 1.b Auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene solide politische Rahmen auf der Grundlage armutsorientierter und geschlechtersensibler Entwicklungsstrategien schaffen, um beschleunigte Investitionen in Maßnahmen zur Beseitigung der Armut zu unterstützen



DEN HUNGER BEENDEN, ERNÄHRUNGSSICHERHEIT UND EINE BESSERE ERNÄHRUNG ERREICHEN UND EINE NACHHALTIGE LANDWIRTSCHAFT FÖRDERN

- 2.1 Bis 2030 den Hunger beenden und sicherstellen, dass alle Menschen, insbesondere die Armen und Menschen in prekären Situationen, einschließlich Kleinkindern, ganzjährig Zugang zu sicheren, nährstoffreichen und ausreichenden Nahrungsmitteln haben
- 2.2 Bis 2030 alle Formen der Fehlernährung beenden, einschließlich durch Erreichung der international vereinbarten Zielvorgaben in Bezug auf Wachstumshemmung und Auszehrung bei Kindern unter 5 Jahren bis 2025, und den Ernährungsbedürfnissen von heranwachsenden Mädchen, schwangeren und stillenden Frauen und älteren Menschen Rechnung tragen
- 2.3 Bis 2030 die landwirtschaftliche Produktivität und die Einkommen von kleinen Nahrungsmittelproduzenten, insbesondere von Frauen, Angehörigen indigener Völker, landwirtschaftlichen Familienbetrieben, Weidetierhaltern und Fischern, verdoppeln, unter anderem durch den sicheren und gleichberechtigten Zugang zu Grund und Boden, anderen Produktionsressourcen und Betriebsmitteln, Wissen, Finanzdienstleistungen, Märkten sowie Möglichkeiten für Wertschöpfung und außerlandwirtschaftliche Beschäftigung
- 2.4 Bis 2030 die Nachhaltigkeit der Systeme der Nahrungsmittelproduktion sicherstellen und resiliente landwirtschaftliche Methoden anwenden, die die Produktivität und den Ertrag steigern, zur Erhaltung der Ökosysteme beitragen, die Anpassungsfähigkeit an Klimaänderungen, extreme Wetterereignisse, Dürren, Überschwemmungen und andere Katastrophen erhöhen und die Flächen- und Bodenqualität schrittweise verbessern
- 2.5 Bis 2020 die genetische Vielfalt von Saatgut, Kulturpflanzen sowie Nutz- und Haustieren und ihren wildlebenden Artverwandten bewahren, unter anderem durch gut verwaltete und diversifizierte Saatgut- und Pflanzenbanken auf nationaler, regionaler und internationaler Ebene, und den Zugang zu den Vorteilen aus der Nutzung der genetischen Ressourcen und des damit verbundenen traditionellen Wissens sowie die ausgewogene und gerechte Aufteilung dieser Vorteile fördern, wie auf internationaler Ebene vereinbart
- 2.a Die Investitionen in die ländliche Infrastruktur, die Agrarforschung und landwirtschaftliche Beratungsdienste, die Technologieentwicklung sowie Genbanken für Pflanzen und Nutztiere erhöhen, unter anderem durch verstärkte internationale Zusammenarbeit, um die landwirtschaftliche Produktionskapazität in den Entwicklungsländern und insbesondere den am wenigsten entwickelten Ländern zu verbessern

- 2.b Handelsbeschränkungen und -verzerrungen auf den globalen Agrarmärkten korrigieren und verhindern, unter anderem durch die parallele Abschaffung aller Formen von Agrarexportsubventionen und aller Exportmaßnahmen mit gleicher Wirkung im Einklang mit dem Mandat der Doha-Entwicklungsrunde
- 2.c Maßnahmen zur Gewährleistung des reibungslosen Funktionierens der Märkte für Nahrungsmittelrohstoffe und ihre Derivate ergreifen und den raschen Zugang zu Marktinformationen, unter anderem über Nahrungsmittelreserven, erleichtern, um zur Begrenzung der extremen Schwankungen der Nahrungsmittelpreise beizutragen



EIN GESUNDES LEBEN FÜR ALLE MENSCHEN JEDEN ALTERS GEWÄHRLEISTEN UND IHR WOHLERGEHEN FÖRDERN

- 3.1 Bis 2030 die weltweite Müttersterblichkeit auf unter 70 je 100.000 Lebendgeburten senken
- 3.2 Bis 2030 den vermeidbaren Todesfällen bei Neugeborenen und Kindern unter 5 Jahren ein Ende setzen, mit dem von allen Ländern zu verfolgenden Ziel, die Sterblichkeit bei Neugeborenen mindestens auf 12 je 1.000 Lebendgeburten und bei Kindern unter 5 Jahren mindestens auf 25 je 1.000 Lebendgeburten zu senken
- 3.3 Bis 2030 die Aids-, Tuberkulose- und Malariaepidemien und die vernachlässigten Tropenkrankheiten beseitigen und Hepatitis, durch Wasser übertragene Krankheiten und andere übertragbare Krankheiten bekämpfen
- 3.4 Bis 2030 die Frühsterblichkeit aufgrund von nichtübertragbaren Krankheiten durch Prävention und Behandlung um ein Drittel senken und die psychische Gesundheit und das Wohlergehen fördern
- 3.5 Die Prävention und Behandlung des Substanzmissbrauchs, namentlich des Suchstoffmissbrauchs und des schädlichen Gebrauchs von Alkohol, verstärken
- 3.6 Bis 2020 die Zahl der Todesfälle und Verletzungen infolge von Verkehrsunfällen weltweit halbieren
- 3.7 Bis 2030 den allgemeinen Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Versorgung, einschließlich Familienplanung, Information und Aufklärung, und die Einbeziehung der reproduktiven Gesundheit in nationale Strategien und Programme gewährleisten
- 3.8 Die allgemeine Gesundheitsversorgung, einschließlich der Absicherung gegen finanzielle Risiken, den Zugang zu hochwertigen grundlegenden Gesundheitsdiensten und den Zugang zu sicheren, wirksamen, hochwertigen und bezahlbaren unentbehrlichen Arzneimitteln und Impfstoffen für alle erreichen
- 3.9 Bis 2030 die Zahl der Todesfälle und Erkrankungen aufgrund gefährlicher Chemikalien und der Verschmutzung und Verunreinigung von Luft, Wasser und Boden erheblich verringern
- 3.a Die Durchführung des Rahmenübereinkommens der Weltgesundheitsorganisation zur Eindämmung des Tabakgebrauchs in allen Ländern in geeigneter Weise stärken
- 3.b Forschung und Entwicklung zu Impfstoffen und Medikamenten für übertragbare und nichtübertragbare Krankheiten, von denen hauptsächlich Entwicklungsländer betroffen sind, unterstützen, den Zugang zu bezahlbaren unentbehrlichen Arzneimitteln und Impfstoffen gewährleisten, im Einklang mit der Erklärung von Doha über das TRIPS-Übereinkommen und die öffentliche Gesundheit, die das Recht der Entwicklungsländer bekräftigt, die Bestimmungen in dem Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums über Flexibilitäten zum Schutz der öffentlichen Gesundheit voll auszuschöpfen, und insbesondere den Zugang zu Medikamenten für alle zu gewährleisten
- 3.c Die Gesundheitsfinanzierung und die Rekrutierung, Aus- und Weiterbildung und Bindung von Gesundheitsfachkräften in den Entwicklungsländern und insbesondere in den am wenigsten entwickelten Ländern und den kleinen Inselentwicklungsländern deutlich erhöhen
- 3.d Die Kapazitäten aller Länder, insbesondere der Entwicklungsländer, in den Bereichen Frühwarnung, Risikominde- rung und Management nationaler und globaler Gesundheitsrisiken stärken



INKLUSIVE, GLEICHBERECHTIGTE UND HOCHWERTIGE BILDUNG GEWÄHRLEISTEN UND MÖGLICHKEITEN LEBENSLANGEN LERNENS FÜR ALLE FÖRDERN

- 4.1 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Mädchen und Jungen gleichberechtigt eine kostenlose und hochwertige Grund- und Sekundarschulbildung abschließen, die zu brauchbaren und effektiven Lernergebnissen führt
- 4.2 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Mädchen und Jungen Zugang zu hochwertiger frühkindlicher Erziehung, Betreuung und Vorschulbildung erhalten, damit sie auf die Grundschule vorbereitet sind
- 4.3 Bis 2030 den gleichberechtigten Zugang aller Frauen und Männer zu einer erschwinglichen und hochwertigen fachlichen, beruflichen und tertiären Bildung einschließlich universitärer Bildung gewährleisten

- 4.4 Bis 2030 die Zahl der Jugendlichen und Erwachsenen wesentlich erhöhen, die über die entsprechenden Qualifikationen einschließlich fachlicher und beruflicher Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und Unternehmertum verfügen
- 4.5 Bis 2030 geschlechtsspezifische Disparitäten in der Bildung beseitigen und den gleichberechtigten Zugang der Schwachen in der Gesellschaft, namentlich von Menschen mit Behinderungen, Angehörigen indigener Völker und Kindern in prekären Situationen, zu allen Bildungs- und Ausbildungsebenen gewährleisten
- 4.6 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Jugendlichen und ein erheblicher Anteil der männlichen und weiblichen Erwachsenen lesen, schreiben und rechnen lernen
- 4.7 Bis 2030 sicherstellen, dass alle Lernenden die notwendigen Kenntnisse und Qualifikationen zur Förderung nachhaltiger Entwicklung erwerben, unter anderem durch Bildung für nachhaltige Entwicklung und nachhaltige Lebensweisen, Menschenrechte, Geschlechtergleichstellung, eine Kultur des Friedens und der Gewaltlosigkeit, Weltbürgerschaft und die Wertschätzung kultureller Vielfalt und des Beitrags der Kultur zu nachhaltiger Entwicklung
- 4.a Bildungseinrichtungen bauen und ausbauen, die kinder-, behinderten- und geschlechtergerecht sind und eine sichere, gewaltfreie, inklusive und effektive Lernumgebung für alle bieten
- 4.b Bis 2020 weltweit die Zahl der verfügbaren Stipendien für Entwicklungsländer, insbesondere für die am wenigsten entwickelten Länder, die kleinen Inselentwicklungsländer und die afrikanischen Länder, zum Besuch einer Hochschule, einschließlich zur Berufsbildung und zu Informations- und Kommunikationstechnik-, Technik-, Ingenieurs- und Wissenschaftsprogrammen, in entwickelten Ländern und in anderen Entwicklungsländern wesentlich erhöhen
- 4.c Bis 2030 das Angebot an qualifizierten Lehrkräften unter anderem durch internationale Zusammenarbeit im Bereich der Lehrerbildung in den Entwicklungsländern und insbesondere in den am wenig



GESCHLECHTERGLEICHSTELLUNG ERREICHEN UND ALLE FRAUEN UND MÄDCHEN ZUR SELBSTBESTIMMUNG BEFÄHIGEN

- 5.1 Alle Formen der Diskriminierung von Frauen und Mädchen überall auf der Welt beenden
- 5.2 Alle Formen von Gewalt gegen alle Frauen und Mädchen im öffentlichen und im privaten Bereich einschließlich des Menschenhandels und sexueller und anderer Formen der Ausbeutung beseitigen
- 5.3 Alle schädlichen Praktiken wie Kinderheirat, Frühverheiratung und Zwangsheirat sowie die Genitalverstümmelung bei Frauen und Mädchen beseitigen
- 5.4 Unbezahlte Pflege- und Hausarbeit durch die Bereitstellung öffentlicher Dienstleistungen und Infrastrukturen, Sozialschutzmaßnahmen und die Förderung geteilter Verantwortung innerhalb des Haushalts und der Familie entsprechend den nationalen Gegebenheiten anerkennen und wertschätzen
- 5.5 Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen
- 5.6 Den allgemeinen Zugang zu sexueller und reproduktiver Gesundheit und reproduktiven Rechten gewährleisten, wie im Einklang mit dem Aktionsprogramm der Internationalen Konferenz über Bevölkerung und Entwicklung, der Aktionsplattform von Beijing und den Ergebnisdokumenten ihrer Überprüfungskonferenzen vereinbart
- 5.a Reformen durchführen, um Frauen die gleichen Rechte auf wirtschaftliche Ressourcen sowie Zugang zu Grundeigentum und zur Verfügungsgewalt über Grund und Boden und sonstige Vermögensformen, zu Finanzdienstleistungen, Erbschaften und natürlichen Ressourcen zu verschaffen, im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften
- 5.b Die Nutzung von Grundlagentechnologien, insbesondere der Informations- und Kommunikationstechnologien, verbessern, um die Selbstbestimmung der Frauen zu fördern
- 5.c Eine solide Politik und durchsetzbare Rechtsvorschriften zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter und der Selbstbestimmung aller Frauen und Mädchen auf allen Ebenen beschließen und verstärken



VERFÜGBARKEIT UND NACHHALTIGE BEWIRTSCHAFTUNG VON WASSER UND SANITÄRVERSORGUNG FÜR ALLE GEWÄHRLEISTEN

- 6.1 Bis 2030 den allgemeinen und gerechten Zugang zu einwandfreiem und bezahlbarem Trinkwasser für alle erreichen
- 6.2 Bis 2030 den Zugang zu einer angemessenen und gerechten Sanitärversorgung und Hygiene für alle erreichen und der Notdurftverrichtung im Freien ein Ende setzen, unter besonderer Beachtung der Bedürfnisse von Frauen und Mädchen und von Menschen in prekären Situationen

- 6.3 Bis 2030 die Wasserqualität durch Verringerung der Verschmutzung, Beendigung des Einbringens und Minimierung der Freisetzung gefährlicher Chemikalien und Stoffe, Halbierung des Anteils unbehandelten Abwassers und eine beträchtliche Steigerung der Wiederaufbereitung und gefahrlosen Wiederverwendung weltweit verbessern
- 6.4 Bis 2030 die Effizienz der Wassernutzung in allen Sektoren wesentlich steigern und eine nachhaltige Entnahme und Bereitstellung von Süßwasser gewährleisten, um der Wasserknappheit zu begegnen und die Zahl der unter Wasserknappheit leidenden Menschen erheblich zu verringern
- 6.5 Bis 2030 auf allen Ebenen eine integrierte Bewirtschaftung der Wasserressourcen umsetzen, gegebenenfalls auch mittels grenzüberschreitender Zusammenarbeit
- 6.6 Bis 2020 wasserverbundene Ökosysteme schützen und wiederherstellen, darunter Berge, Wälder, Feuchtgebiete, Flüsse, Grundwasserleiter und Seen
- 6.a Bis 2030 die internationale Zusammenarbeit und die Unterstützung der Entwicklungsländer beim Kapazitätsaufbau für Aktivitäten und Programme im Bereich der Wasser- und Sanitärversorgung ausbauen, einschließlich der Wasserversammlung und -speicherung, Entsalzung, effizienten Wassernutzung, Abwasserbehandlung, Wiederaufbereitungs- und Wiederverwendungstechnologien
- 6.b Die Mitwirkung lokaler Gemeinwesen an der Verbesserung der Wasserbewirtschaftung und der Sanitärversorgung unterstützen und verstärken



ZUGANG ZU BEZAHLBARER, VERLÄSSLICHER, NACHHALTIGER UND MODERNER ENERGIE FÜR ALLE SICHERN

- 7.1 Bis 2030 den allgemeinen Zugang zu bezahlbaren, verlässlichen und modernen Energiedienstleistungen sichern
- 7.2 Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen
- 7.3 Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln
- 7.a Bis 2030 die internationale Zusammenarbeit verstärken, um den Zugang zur Forschung und Technologie im Bereich saubere Energie, namentlich erneuerbare Energie, Energieeffizienz sowie fortschrittliche und saubere Technologien für fossile Brennstoffe, zu erleichtern, und Investitionen in die Energieinfrastruktur und saubere Energietechnologien fördern
- 7.b Bis 2030 die Infrastruktur ausbauen und die Technologie modernisieren, um in den Entwicklungsländern und insbesondere in den am wenigsten entwickelten Ländern, den kleinen Inselentwicklungsländern und den Binnenentwicklungsländern im Einklang mit ihren jeweiligen Unterstützungsprogrammen moderne und nachhaltige Energiedienstleistungen für alle bereitzustellen



DAUERHAFTES, BREITENWIRKSAMES UND NACHHALTIGES WIRTSCHAFTSWACHSTUM, PRODUKTIVE VOLLBESCHÄFTIGUNG UND MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT FÜR ALLE FÖRDERN

- 8.1 Ein Pro-Kopf-Wirtschaftswachstum entsprechend den nationalen Gegebenheiten und insbesondere ein jährliches Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von mindestens 7 Prozent in den am wenigsten entwickelten Ländern aufrechterhalten
- 8.2 Eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Diversifizierung, technologische Modernisierung und Innovation erreichen, einschließlich durch Konzentration auf mit hoher Wertschöpfung verbundene und arbeitsintensive Sektoren
- 8.3 Entwicklungsorientierte Politiken fördern, die produktive Tätigkeiten, die Schaffung menschenwürdiger Arbeitsplätze, Unternehmertum, Kreativität und Innovation unterstützen, und die Formalisierung und das Wachstum von Kleinst-, Klein- und Mittelunternehmen unter anderem durch den Zugang zu Finanzdienstleistungen begünstigen
- 8.4 Bis 2030 die weltweite Ressourceneffizienz in Konsum und Produktion Schritt für Schritt verbessern und die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung anstreben, im Einklang mit dem Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum und Produktionsmuster, wobei die entwickelten Länder die Führung übernehmen
- 8.5 Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen
- 8.6 Bis 2020 den Anteil junger Menschen, die ohne Beschäftigung sind und keine Schul- oder Berufsausbildung durchlaufen, erheblich verringern
- 8.7 Sofortige und wirksame Maßnahmen ergreifen, um Zwangsarbeit abzuschaffen, moderne Sklaverei und Menschenhandel zu beenden und das Verbot und die Beseitigung der schlimmsten Formen der Kinderarbeit, einschließlich

der Einziehung und des Einsatzes von Kindersoldaten, sicherstellen und bis 2025 jeder Form von Kinderarbeit ein Ende setzen

- 8.8 Die Arbeitsrechte schützen und sichere Arbeitsumgebungen für alle Arbeitnehmer, einschließlich der Wanderarbeitnehmer, insbesondere der Wanderarbeitnehmerinnen, und der Menschen in prekären Beschäftigungsverhältnissen, fördern
- 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert
- 8.10 Die Kapazitäten der nationalen Finanzinstitutionen stärken, um den Zugang zu Bank-, Versicherungs- und Finanzdienstleistungen für alle zu begünstigen und zu erweitern
- 8.a Die im Rahmen der Handelshilfe gewährte Unterstützung für die Entwicklungsländer und insbesondere die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, unter anderem durch den Erweiterten integrierten Rahmenplan für handelsbezogene technische Hilfe für die am wenigsten entwickelten Länder
- 8.b Bis 2020 eine globale Strategie für Jugendbeschäftigung erarbeiten und auf den Weg bringen und den Globalen Beschäftigungspakt der Internationalen Arbeitsorganisation umsetzen



WIDERSTANDSFÄHIGE INFRASTRUKTUR AUFBAUEN, BREITENWIRKSAME UND NACHHALTIGE INDUSTRIALISIERUNG FÖRDERN UND INNOVATIONEN UNTERSTÜTZEN

- 9.1 Eine hochwertige, verlässliche, nachhaltige und widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, einschließlich regionaler und grenzüberschreitender Infrastruktur, um die wirtschaftliche Entwicklung und das menschliche Wohlergehen zu unterstützen, und dabei den Schwerpunkt auf einen erschwinglichen und gleichberechtigten Zugang für alle legen
- 9.2 Eine breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und bis 2030 den Anteil der Industrie an der Beschäftigung und am Bruttoinlandsprodukt entsprechend den nationalen Gegebenheiten erheblich steigern und den Anteil in den am wenigsten entwickelten Ländern verdoppeln
- 9.3 Insbesondere in den Entwicklungsländern den Zugang kleiner Industrie- und anderer Unternehmen zu Finanzdienstleistungen, einschließlich bezahlbaren Krediten, und ihre Einbindung in Wertschöpfungsketten und Märkte erhöhen
- 9.4 Bis 2030 die Infrastruktur modernisieren und die Industrien nachrüsten, um sie nachhaltig zu machen, mit effizienterem Ressourceneinsatz und unter vermehrter Nutzung sauberer und umweltverträglicher Technologien und Industrieprozesse, wobei alle Länder Maßnahmen entsprechend ihren jeweiligen Kapazitäten ergreifen
- 9.5 Die wissenschaftliche Forschung verbessern und die technologischen Kapazitäten der Industriesektoren in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern ausbauen und zu diesem Zweck bis 2030 unter anderem Innovationen fördern und die Anzahl der im Bereich Forschung und Entwicklung tätigen Personen je 1 Million Menschen sowie die öffentlichen und privaten Ausgaben für Forschung und Entwicklung beträchtlich erhöhen
- 9.a Die Entwicklung einer nachhaltigen und widerstandsfähigen Infrastruktur in den Entwicklungsländern durch eine verstärkte finanzielle, technologische und technische Unterstützung der afrikanischen Länder, der am wenigsten entwickelten Länder, der Binnenentwicklungsländer und der kleinen Inselentwicklungsländer erleichtern
- 9.b Die einheimische Technologieentwicklung, Forschung und Innovation in den Entwicklungsländern unterstützen, einschließlich durch Sicherstellung eines förderlichen politischen Umfelds, unter anderem für industrielle Diversifizierung und Wertschöpfung im Rohstoffbereich
- 9.c Den Zugang zur Informations- und Kommunikationstechnologie erheblich erweitern sowie anstreben, in den am wenigsten entwickelten Ländern bis 2020 einen allgemeinen und erschwinglichen Zugang zum Internet bereitzustellen



UNGLEICHHEIT IN UND ZWISCHEN LÄNDERN VERRINGERN

- 10.1 Bis 2030 nach und nach ein über dem nationalen Durchschnitt liegendes Einkommenswachstum der ärmsten 40 Prozent der Bevölkerung erreichen und aufrechterhalten
- 10.2 Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Rasse, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern
- 10.3 Chancengleichheit gewährleisten und Ungleichheit der Ergebnisse reduzieren, namentlich durch die Abschaffung diskriminierender Gesetze, Politiken und Praktiken und die Förderung geeigneter gesetzgeberischer, politischer und sonstiger Maßnahmen in dieser Hinsicht

- 10.4 Politische Maßnahmen beschließen, insbesondere fiskalische, lohnpolitische und den Sozialschutz betreffende Maßnahmen, und schrittweise größere Gleichheit erzielen
- 10.5 Die Regulierung und Überwachung der globalen Finanzmärkte und -institutionen verbessern und die Anwendung der einschlägigen Vorschriften verstärken
- 10.6 Eine bessere Vertretung und verstärkte Mitsprache der Entwicklungsländer bei der Entscheidungsfindung in den globalen internationalen Wirtschafts- und Finanzinstitutionen sicherstellen, um die Wirksamkeit, Glaubwürdigkeit, Rechenschaftslegung und Legitimation dieser Institutionen zu erhöhen
- 10.7 Eine geordnete, sichere, reguläre und verantwortungsvolle Migration und Mobilität von Menschen erleichtern, unter anderem durch die Anwendung einer planvollen und gut gesteuerten Migrationspolitik
- 10.a Den Grundsatz der besonderen und differenzierten Behandlung der Entwicklungsländer, insbesondere der am wenigsten entwickelten Länder, im Einklang mit den Übereinkünften der Welthandelsorganisation anwenden
- 10.b Öffentliche Entwicklungshilfe und Finanzströme einschließlich ausländischer Direktinvestitionen in die Staaten fördern, in denen der Bedarf am größten ist, insbesondere in die am wenigsten entwickelten Länder, die afrikanischen Länder, die kleinen Inselentwicklungsländer und die Binnenentwicklungsländer, im Einklang mit ihren jeweiligen nationalen Plänen und Programmen
- 10.c Bis 2030 die Transaktionskosten für Heimatüberweisungen von Migranten auf weniger als 3 Prozent senken und Überweisungskorridore mit Kosten von über 5 Prozent beseitigen



STÄDTE UND SIEDLUNGEN INKLUSIV, SICHER, WIDERSTANDSFÄHIG UND NACHHALTIG GESTALTEN

- 11.1 Bis 2030 den Zugang zu angemessenem, sicherem und bezahlbarem Wohnraum und zur Grundversorgung für alle sicherstellen und Slums sanieren
- 11.2 Bis 2030 den Zugang zu sicheren, bezahlbaren, zugänglichen und nachhaltigen Verkehrssystemen für alle ermöglichen und die Sicherheit im Straßenverkehr verbessern, insbesondere durch den Ausbau des öffentlichen Verkehrs, mit besonderem Augenmerk auf den Bedürfnissen von Menschen in prekären Situationen, Frauen, Kindern, Menschen mit Behinderungen und älteren Menschen
- 11.3 Bis 2030 die Verstädterung inklusiver und nachhaltiger gestalten und die Kapazitäten für eine partizipatorische, integrierte und nachhaltige Siedlungsplanung und -steuerung in allen Ländern verstärken
- 11.4 Die Anstrengungen zum Schutz und zur Wahrung des Weltkultur- und -naturerbes verstärken
- 11.5 Bis 2030 die Zahl der durch Katastrophen, einschließlich Wasserkatastrophen, bedingten Todesfälle und der davon betroffenen Menschen deutlich reduzieren und die dadurch verursachten unmittelbaren wirtschaftlichen Verluste im Verhältnis zum globalen Bruttoinlandsprodukt wesentlich verringern, mit Schwerpunkt auf dem Schutz der Armen und von Menschen in prekären Situationen
- 11.6 Bis 2030 die von den Städten ausgehende Umweltbelastung pro Kopf senken, unter anderem mit besonderer Aufmerksamkeit auf der Luftqualität und der kommunalen und sonstigen Abfallbehandlung
- 11.7 Bis 2030 den allgemeinen Zugang zu sicheren, inklusiven und zugänglichen Grünflächen und öffentlichen Räumen gewährleisten, insbesondere für Frauen und Kinder, ältere Menschen und Menschen mit Behinderungen
- 11.a Durch eine verstärkte nationale und regionale Entwicklungsplanung positive wirtschaftliche, soziale und ökologische Verbindungen zwischen städtischen, stadtnahen und ländlichen Gebieten unterstützen
- 11.b Bis 2020 die Zahl der Städte und Siedlungen, die integrierte Politiken und Pläne zur Förderung der Inklusion, der Ressourceneffizienz, der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung und der Widerstandsfähigkeit gegenüber Katastrophen beschließen und umsetzen, wesentlich erhöhen und gemäß dem Sendai-Rahmen für Katastrophenvorsorge 2015-2030 ein ganzheitliches Katastrophenrisikomanagement auf allen Ebenen entwickeln und umsetzen
- 11.c Die am wenigsten entwickelten Länder unter anderem durch finanzielle und technische Hilfe beim Bau nachhaltiger und widerstandsfähiger Gebäude unter Nutzung einheimischer Materialien unterstützen



NACHHALTIGE KONSUM- UND PRODUKTIONSMUSTER SICHERSTELLEN

- 12.1 Den Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster umsetzen, wobei alle Länder, an der Spitze die entwickelten Länder, Maßnahmen ergreifen, unter Berücksichtigung des Entwicklungsstands und der Kapazitäten der Entwicklungsländer
- 12.2 Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen

- 12.3 Bis 2030 die weltweite Nahrungsmittelverschwendung pro Kopf auf Einzelhandels- und Verbraucherebene halbieren und die entlang der Produktions- und Lieferkette entstehenden Nahrungsmittelverluste einschließlich Nacherverlusten verringern
- 12.4 Bis 2020 einen umweltverträglichen Umgang mit Chemikalien und allen Abfällen während ihres gesamten Lebenszyklus in Übereinstimmung mit den vereinbarten internationalen Rahmenregelungen erreichen und ihre Freisetzung in Luft, Wasser und Boden erheblich verringern, um ihre nachteiligen Auswirkungen auf die menschliche Gesundheit und die Umwelt auf ein Mindestmaß zu beschränken
- 12.5 Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern
- 12.6 Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen
- 12.7 In der öffentlichen Beschaffung nachhaltige Verfahren fördern, im Einklang mit den nationalen Politiken und Prioritäten
- 12.8 Bis 2030 sicherstellen, dass die Menschen überall über einschlägige Informationen und das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur verfügen
- 12.a Die Entwicklungsländer bei der Stärkung ihrer wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten im Hinblick auf den Übergang zu nachhaltigeren Konsum- und Produktionsmustern unterstützen
- 12.b Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen eines nachhaltigen Tourismus, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert, auf die nachhaltige Entwicklung entwickeln und anwenden
- 12.c Die ineffiziente Subventionierung fossiler Brennstoffe, die zu verschwenderischem Verbrauch verleitet, durch Beseitigung von Marktverzerrungen entsprechend den nationalen Gegebenheiten rationalisieren, unter anderem durch eine Umstrukturierung der Besteuerung und die allmähliche Abschaffung dieser schädlichen Subventionen, um ihren Umweltauswirkungen Rechnung zu tragen, wobei die besonderen Bedürfnisse und Gegebenheiten der Entwicklungsländer in vollem Umfang berücksichtigt und die möglichen nachteiligen Auswirkungen auf ihre Entwicklung in einer die Armen und die betroffenen Gemeinwesen schützenden Weise so gering wie möglich gehalten werden



UMGEHEND MASSNAHMEN ZUR BEKÄMPFUNG DES KLIMAWANDELS UND SEINER AUSWIRKUNGEN ERGREIFEN

- 13.1 Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken
- 13.2 Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen
- 13.3 Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern
- 13.a Die Verpflichtung erfüllen, die von den Vertragsparteien des Rahmenübereinkommens der Vereinten Nationen über Klimaänderungen, die entwickelte Länder sind, übernommen wurde, bis 2020 gemeinsam jährlich 100 Milliarden Dollar aus allen Quellen aufzubringen, um den Bedürfnissen der Entwicklungsländer im Kontext sinnvoller Klimaschutzmaßnahmen und einer transparenten Umsetzung zu entsprechen, und den Grünen Klimafonds vollständig zu operationalisieren, indem er schnellstmöglich mit den erforderlichen Finanzmitteln ausgestattet wird
- 13.b Mechanismen zum Ausbau effektiver Planungs- und Managementkapazitäten im Bereich des Klimawandels in den am wenigsten entwickelten Ländern und kleinen Inselentwicklungsländern fördern, unter anderem mit gezielter Ausrichtung auf Frauen, junge Menschen sowie lokale und marginalisierte Gemeinwesen



OZEANE, MEERE UND MEERESRESSOURCEN IM SINNE NACHHALTIGER ENTWICKLUNG ERHALTEN UND NACHHALTIG NUTZEN

- 14.1 Bis 2025 alle Arten der Meeresverschmutzung, insbesondere durch vom Lande ausgehende Tätigkeiten und namentlich Meeresmüll und Nährstoffbelastung, verhüten und erheblich verringern
- 14.2 Bis 2020 die Meeres- und Küstenökosysteme nachhaltig bewirtschaften und schützen, um unter anderem durch Stärkung ihrer Resilienz erhebliche nachteilige Auswirkungen zu vermeiden, und Maßnahmen zu ihrer Wiederherstellung ergreifen, damit die Meere wieder gesund und produktiv werden
- 14.3 Die Versauerung der Ozeane auf ein Mindestmaß reduzieren und ihre Auswirkungen bekämpfen, unter anderem durch eine verstärkte wissenschaftliche Zusammenarbeit auf allen Ebenen

- 14.4 Bis 2020 die Fangtätigkeit wirksam regeln und die Überfischung, die illegale, ungemeldete und unregulierte Fischerei und zerstörerische Fangpraktiken beenden und wissenschaftlich fundierte Bewirtschaftungspläne umsetzen, um die Fischbestände in kürzestmöglicher Zeit mindestens auf einen Stand zurückzuführen, der den höchstmöglichen Dauerertrag unter Berücksichtigung ihrer biologischen Merkmale sichert
- 14.5 Bis 2020 mindestens 10 Prozent der Küsten- und Meeresgebiete im Einklang mit dem nationalen Recht und dem Völkerrecht und auf der Grundlage der besten verfügbaren wissenschaftlichen Informationen erhalten
- 14.6 Bis 2020 bestimmte Formen der Fischereisubventionen untersagen, die zu Überkapazitäten und Überfischung beitragen, Subventionen abschaffen, die zu illegaler, ungemeldeter und unregulierter Fischerei beitragen, und keine neuen derartigen Subventionen einführen, in Anerkennung dessen, dass eine geeignete und wirksame besondere und differenzierte Behandlung der Entwicklungsländer und der am wenigsten entwickelten Länder einen untrennbaren Bestandteil der im Rahmen der Welthandelsorganisation geführten Verhandlungen über Fischereisubventionen bilden sollte
- 14.7 Bis 2030 die sich aus der nachhaltigen Nutzung der Meeresressourcen ergebenden wirtschaftlichen Vorteile für die kleinen Inselentwicklungsländer und die am wenigsten entwickelten Länder erhöhen, namentlich durch nachhaltiges Management der Fischerei, der Aquakultur und des Tourismus
- 14.a Die wissenschaftlichen Kenntnisse vertiefen, die Forschungskapazitäten ausbauen und Meerestechnologien weitergeben, unter Berücksichtigung der Kriterien und Leitlinien der Zwischenstaatlichen Ozeanographischen Kommission für die Weitergabe von Meerestechnologie, um die Gesundheit der Ozeane zu verbessern und den Beitrag der biologischen Vielfalt der Meere zur Entwicklung der Entwicklungsländer, insbesondere der kleinen Inselentwicklungsländer und der am wenigsten entwickelten Länder, zu verstärken
- 14.b Den Zugang der handwerklichen Kleinfischer zu den Meeresressourcen und Märkten gewährleisten
- 14.c Die Erhaltung und nachhaltige Nutzung der Ozeane und ihrer Ressourcen verbessern und zu diesem Zweck das Völkerrecht umsetzen, wie es im Seerechtsübereinkommen der Vereinten Nationen niedergelegt ist, das den rechtlichen Rahmen für die Erhaltung und nachhaltige Nutzung der Ozeane und ihrer Ressourcen vorgibt, worauf in Ziffer 158 des Dokuments „Die Zukunft, die wir wollen“ hingewiesen wird



LANDÖKOSYSTEME SCHÜTZEN, WIEDERHERSTELLEN UND IHRE NACHHALTIGE NUTZUNG FÖRDERN, WÄLDER NACHHALTIG BEWIRTSCHAFTEN, WÜSTENBILDUNG BEKÄMPFEN, BODENDEGRADATION BEENDEN UND UMKEHREN UND DEM VERLUST DER BIOLOGISCHEN VIELFALT EIN ENDE SETZEN

- 15.1 Bis 2020 im Einklang mit den Verpflichtungen aus internationalen Übereinkünften die Erhaltung, Wiederherstellung und nachhaltige Nutzung der Land- und Binnensüßwasser-Ökosysteme und ihrer Dienstleistungen, insbesondere der Wälder, der Feuchtgebiete, der Berge und der Trockengebiete, gewährleisten
- 15.2 Bis 2020 die nachhaltige Bewirtschaftung aller Waldarten fördern, die Entwaldung beenden, geschädigte Wälder wiederherstellen und die Aufforstung und Wiederaufforstung weltweit beträchtlich erhöhen
- 15.3 Bis 2030 die Wüstenbildung bekämpfen, die geschädigten Flächen und Böden einschließlich der von Wüstenbildung, Dürre und Überschwemmungen betroffenen Flächen sanieren und eine Welt anstreben, in der die Landverödung neutralisiert wird
- 15.4 Bis 2030 die Erhaltung der Bergökosysteme einschließlich ihrer biologischen Vielfalt sicherstellen, um ihre Fähigkeit zur Erbringung wesentlichen Nutzens für die nachhaltige Entwicklung zu stärken
- 15.5 Umgehende und bedeutende Maßnahmen ergreifen, um die Verschlechterung der natürlichen Lebensräume zu verringern, dem Verlust der biologischen Vielfalt ein Ende zu setzen und bis 2020 die bedrohten Arten zu schützen und ihr Aussterben zu verhindern
- 15.6 Die ausgewogene und gerechte Aufteilung der sich aus der Nutzung der genetischen Ressourcen ergebenden Vorteile und den angemessenen Zugang zu diesen Ressourcen fördern, wie auf internationaler Ebene vereinbart
- 15.7 Dringend Maßnahmen ergreifen, um der Wilderei und dem Handel mit geschützten Pflanzen- und Tierarten ein Ende zu setzen und dem Problem des Angebots illegaler Produkte aus wildlebenden Pflanzen und Tieren und der Nachfrage danach zu begegnen
- 15.8 Bis 2020 Maßnahmen einführen, um das Einbringen invasiver gebietsfremder Arten zu verhindern, ihre Auswirkungen auf die Land- und Wasserökosysteme deutlich zu reduzieren und die prioritären Arten zu kontrollieren oder zu beseitigen
- 15.9 Bis 2020 Ökosystem- und Biodiversitätswerte in die nationalen und lokalen Planungen, Entwicklungsprozesse, Armutsbekämpfungsstrategien und Gesamtrechnungssysteme einbeziehen
- 15.a Finanzielle Mittel aus allen Quellen für die Erhaltung und nachhaltige Nutzung der biologischen Vielfalt und der Ökosysteme aufbringen und deutlich erhöhen

- 15.b Erhebliche Mittel aus allen Quellen und auf allen Ebenen für die Finanzierung einer nachhaltigen Bewirtschaftung der Wälder aufbringen und den Entwicklungsländern geeignete Anreize für den vermehrten Einsatz dieser Bewirtschaftungsform bieten, namentlich zum Zweck der Walderhaltung und Wiederaufforstung
- 15.c Die weltweite Unterstützung von Maßnahmen zur Bekämpfung der Wilderei und des Handels mit geschützten Arten verstärken, unter anderem durch die Stärkung der Fähigkeit lokaler Gemeinwesen, Möglichkeiten einer nachhaltigen Existenzsicherung zu nutzen

16 FRIEDEN,
GERECHTIGKEIT
UND STARKE
INSTITUTIONEN



FRIEDLICHE UND INKLUSIVE GESELLSCHAFTEN FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG FÖRDERN, ALLEN MENSCHEN ZUGANG ZUR JUSTIZ ERMÖGLICHEN UND LEISTUNGSFÄHIGE, RECHENSCHAFTSPFLICHTIGE UND INKLUSIVE INSTITUTIONEN AUF ALLEN EBENEN AUFBAUEN

- 16.1 Alle Formen der Gewalt und die gewaltbedingte Sterblichkeit überall deutlich verringern
- 16.2 Missbrauch und Ausbeutung von Kindern, den Kinderhandel, Folter und alle Formen von Gewalt gegen Kinder beenden
- 16.3 Die Rechtsstaatlichkeit auf nationaler und internationaler Ebene fördern und den gleichberechtigten Zugang aller zur Justiz gewährleisten
- 16.4 Bis 2030 illegale Finanz- und Waffenströme deutlich verringern, die Wiedererlangung und Rückgabe gestohlener Vermögenswerte verstärken und alle Formen der organisierten Kriminalität bekämpfen
- 16.5 Korruption und Bestechung in allen ihren Formen erheblich reduzieren
- 16.6 Leistungsfähige, rechenschaftspflichtige und transparente Institutionen auf allen Ebenen aufbauen
- 16.7 Dafür sorgen, dass die Entscheidungsfindung auf allen Ebenen bedarfsorientiert, inklusiv, partizipatorisch und repräsentativ ist
- 16.8 Die Teilhabe der Entwicklungsländer an den globalen Lenkungsinstitutionen erweitern und verstärken
- 16.9 Bis 2030 insbesondere durch die Registrierung der Geburten dafür sorgen, dass alle Menschen eine rechtliche Identität haben
- 16.10 Den öffentlichen Zugang zu Informationen gewährleisten und die Grundfreiheiten schützen, im Einklang mit den nationalen Rechtsvorschriften und völkerrechtlichen Übereinkünften
- 16.a Die zuständigen nationalen Institutionen namentlich durch internationale Zusammenarbeit beim Kapazitätsaufbau auf allen Ebenen zur Verhütung von Gewalt und zur Bekämpfung von Terrorismus und Kriminalität unterstützen, insbesondere in den Entwicklungsländern
- 16.b Nichtdiskriminierende Rechtsvorschriften und Politiken zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung fördern und durchsetzen

17 PARTNER-
SCHAFTEN
ZUR ERREICHUNG
DER ZIELE



UMSETZUNGSMITTEL STÄRKEN UND DIE GLOBALE PARTNERSCHAFT FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG MIT NEUEM LEBEN ERFÜLLEN

Finanzierung

- 17.1 Die Mobilisierung einheimischer Ressourcen verstärken, einschließlich durch internationale Unterstützung für die Entwicklungsländer, um die nationalen Kapazitäten zur Erhebung von Steuern und anderen Abgaben zu verbessern
- 17.2 Sicherstellen, dass die entwickelten Länder ihre Zusagen im Bereich der öffentlichen Entwicklungshilfe voll einhalten, einschließlich der von vielen entwickelten Ländern eingegangenen Verpflichtung, die Zielvorgabe von 0,7 Prozent ihres Bruttonationaleinkommens für öffentliche Entwicklungshilfe zugunsten der Entwicklungsländer und 0,15 bis 0,20 Prozent zugunsten der am wenigsten entwickelten Länder zu erreichen; den Gebern öffentlicher Entwicklungshilfe wird nahegelegt, die Bereitstellung von mindestens 0,20 Prozent ihres Bruttonationaleinkommens zugunsten der am wenigsten entwickelten Länder als Zielsetzung zu erwägen
- 17.3 Zusätzliche finanzielle Mittel aus verschiedenen Quellen für die Entwicklungsländer mobilisieren
- 17.4 Den Entwicklungsländern dabei behilflich sein, durch eine koordinierte Politik zur Förderung der Schuldenfinanzierung, der Entschuldung beziehungsweise der Umschuldung die langfristige Tragfähigkeit der Verschuldung zu erreichen, und das Problem der Auslandsverschuldung hochverschuldeter armer Länder angehen, um die Überschuldung zu verringern
- 17.5 Investitionsförderungssysteme für die am wenigsten entwickelten Länder beschließen und umsetzen

Technologie

- 17.6 Die regionale und internationale Nord-Süd- und Süd-Süd-Zusammenarbeit und Dreieckskooperation im Bereich Wissenschaft, Technologie und Innovation und den Zugang dazu verbessern und den Austausch von Wissen zu einvernehmlich festgelegten Bedingungen verstärken, unter anderem durch eine bessere Abstimmung zwischen den vorhandenen Mechanismen, insbesondere auf Ebene der Vereinten Nationen, und durch einen globalen Mechanismus zur Technologieförderung
- 17.7 Die Entwicklung, den Transfer, die Verbreitung und die Diffusion von umweltverträglichen Technologien an die Entwicklungsländer zu gegenseitig vereinbarten günstigen Bedingungen, einschließlich Konzessions- und Vorzugsbedingungen, fördern
- 17.8 Die Technologiebank und den Mechanismus zum Kapazitätsaufbau für Wissenschaft, Technologie und Innovation für die am wenigsten entwickelten Länder bis 2017 vollständig operationalisieren und die Nutzung von Grundlagentechnologien, insbesondere der Informations- und Kommunikationstechnologien, verbessern

Kapazitätsaufbau

- 17.9 Die internationale Unterstützung für die Durchführung eines effektiven und gezielten Kapazitätsaufbaus in den Entwicklungsländern verstärken, um die nationalen Pläne zur Umsetzung aller Ziele für nachhaltige Entwicklung zu unterstützen, namentlich im Rahmen der Nord-Süd- und Süd-Süd-Zusammenarbeit und der Dreieckskooperation

Handel

- 17.10 Ein universales, regelgestütztes, offenes, nichtdiskriminierendes und gerechtes multilaterales Handelssystem unter dem Dach der Welthandelsorganisation fördern, insbesondere durch den Abschluss der Verhandlungen im Rahmen ihrer Entwicklungsagenda von Doha
- 17.11 Die Exporte der Entwicklungsländer deutlich erhöhen, insbesondere mit Blick darauf, den Anteil der am wenigsten entwickelten Länder an den weltweiten Exporten bis 2020 zu verdoppeln
- 17.12 Die rasche Umsetzung des zoll- und kontingentfreien Marktzugangs auf dauerhafter Grundlage für alle am wenigsten entwickelten Länder im Einklang mit den Beschlüssen der Welthandelsorganisation erreichen, unter anderem indem sichergestellt wird, dass die für Importe aus den am wenigsten entwickelten Ländern geltenden präferenziellen Ursprungsregeln transparent und einfach sind und zur Erleichterung des Marktzugangs beitragen

Systemische Fragen

Politik- und institutionelle Kohärenz

- 17.13 Die globale makroökonomische Stabilität verbessern, namentlich durch Politikkoordinierung und Politikkohärenz
- 17.14 Die Politikkohärenz zugunsten nachhaltiger Entwicklung verbessern
- 17.15 Den politischen Spielraum und die Führungsrolle jedes Landes bei der Festlegung und Umsetzung von Politiken zur Armutsbeseitigung und für nachhaltige Entwicklung respektieren

Multi-Akteur-Partnerschaften

- 17.16 Die Globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung ausbauen, ergänzt durch Multi-Akteur-Partnerschaften zur Mobilisierung und zum Austausch von Wissen, Fachkenntnissen, Technologie und finanziellen Ressourcen, um die Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung in allen Ländern und insbesondere in den Entwicklungsländern zu unterstützen
- 17.17 Die Bildung wirksamer öffentlicher, öffentlich-privater und zivilgesellschaftlicher Partnerschaften aufbauend auf den Erfahrungen und Mittelbeschaffungsstrategien bestehender Partnerschaften unterstützen und fördern

Daten, Überwachung und Rechenschaft

- 17.18 Bis 2020 die Unterstützung des Kapazitätsaufbaus für die Entwicklungsländer und namentlich die am wenigsten entwickelten Länder und die kleinen Inselentwicklungsländer erhöhen, mit dem Ziel, über erheblich mehr hochwertige, aktuelle und verlässliche Daten zu verfügen, die nach Einkommen, Geschlecht, Alter, Rasse, Ethnizität, Migrationsstatus, Behinderung, geografischer Lage und sonstigen im nationalen Kontext relevanten Merkmalen aufgeschlüsselt sind
- 17.19 Bis 2030 auf den bestehenden Initiativen aufbauen, um Fortschrittsmaße für nachhaltige Entwicklung zu erarbeiten, die das Bruttoinlandsprodukt ergänzen, und den Aufbau der statistischen Kapazitäten der Entwicklungsländer unterstützen

Textquelle: Vereinte Nationen (2015)

Bildquelle: Engagement Global gGmbH (2021)

Anlage 5: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 02 „Kein Hunger“



Farbskala repräsentiert die Zustimmungsteile der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

		2.1 Ganzjähriger Zugang zu Nahrung	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		10
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		3
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			13

		2.2 Keine Fehlernährung	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		15
	affektives Gesamturteil		4
	Sorge/Risiko		1
	konative Einstellung		2
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			22

		2.3 Stärkung von kleinen Nahrungsmittelproduzenten	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		5
	affektives Gesamturteil		2
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		1
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			8

		2.4 Nachhaltigkeit der Nahrungsmittelproduktion	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		70
	affektives Gesamturteil		18
	Sorge/Risiko		9
	konative Einstellung		10
Kenntnis	Wissen um Existenz		5
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		7
Gesamt			119

		2.5 Genetische Vielfalt von Flora und Fauna	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		1
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		1
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			2

		2.c Transparenter Markt für Nahrungsmittelrohstoffe	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		1
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			1

		2.0 Übergeordnet im SDG	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		3
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			3

* Den Sub-Zielen 2.a „Stärkung der Landwirtschaft in Entwicklungsländern“ und 2.b „Keine Handelsproblematiken auf globalen Agrarmärkten“ wurden keine auswertbaren Fragen zugeordnet.

Anlage 6: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 03 „Gesundheit und Wohlergehen“



Farbskala repräsentiert die Zustimmungsteile der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

3.2 Senkung vermeidbarer Todesfälle bei Kindern		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	-
	affektives Gesamturteil	3
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	-
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		3

3.3 Bekämpfung von übertragbaren Krankheiten		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	6
	affektives Gesamturteil	3
	Sorge/Risiko	14
	konative Einstellung	-
Kenntnis	Wissen um Existenz	6
	Wissen um Inhalte	14
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	1
Gesamt		44

3.4 Bekämpfung von nichtübertragbaren Krankheiten		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	53
	affektives Gesamturteil	14
	Sorge/Risiko	49
	konative Einstellung	36
Kenntnis	Wissen um Existenz	32
	Wissen um Inhalte	26
	Wissen um Existenz oder Inhalte	5
	Informationsbedarf	1
Gesamt		216

3.5 Kein Suchtstoffmissbrauch/Alkohol		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	-
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	1
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		1

3.6 Weniger Verkehrsunfälle		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	7
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	2
	konative Einstellung	3
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		12

3.7 Zugang zu sexual- und reproduktionsmedizinischer Information und Versorgung		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	9
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	-
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		9

3.8 Zugang zu allgemeiner Gesundheitsversorgung		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	49
	affektives Gesamturteil	20
	Sorge/Risiko	21
	konative Einstellung	13
Kenntnis	Wissen um Existenz	19
	Wissen um Inhalte	9
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	1
Gesamt		132

3.9 Bekämpfung von Todesfällen/Erkrankungen durch verschmutzte natürliche Ressourcen		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	9
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	7
	konative Einstellung	1
Kenntnis	Wissen um Existenz	3
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		20

3.a Kein Tabakgebrauch		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	8
	affektives Gesamturteil	1
	Sorge/Risiko	5
	konative Einstellung	1
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		15

3.b Forschung und Zugang zu Impfstoffen und Medikamenten für Krankheiten, von denen hauptsächlich Entwicklungsländer betroffen sind			Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		1
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Wissen um Existenz oder Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			1

3.d Kapazitäten in den Bereichen Frühwarnung, Risikominderung und Risikomanagement ausbauen			Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		-
	affektives Gesamturteil		1
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		1
Kenntnis	Wissen um Existenz		4
	Wissen um Inhalte		1
	Wissen um Existenz oder Inhalte		8
	Informationsbedarf		-
Gesamt			15

3.0 Übergeordnet im SDG			Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		2
	affektives Gesamturteil		-
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		-
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		2
	Wissen um Existenz oder Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			4

* Den Sub-Zielen 3.1 „Senkung der Müttersterblichkeit“ und 3.c „Gesundheitsfinanzierung und Gesundheitsfachkräfte in Entwicklungsländern“ wurden keine auswertbaren Fragen zugeordnet.

Anlage 7: Einstellungs- und Kenntnisauswertung zu Sub-Zielen des SDG 12 „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“



Farbskala repräsentiert die Zustimmungsteile der Befragten von 0 % (Rot) bis 100 % (Grün); die Anzahl der zugrundeliegenden Fragen je Einstellungs- und Kenntnisdimension ist in der rechten Spalte abgetragen

		12.2 Nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung von natürlichen Ressourcen	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		17
	affektives Gesamturteil		7
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		11
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		-
	Wissen um Existenz oder Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			35

		12.3 Weniger Nahrungsmittelverschwendung	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		-
	affektives Gesamturteil		3
	Sorge/Risiko		-
	konative Einstellung		1
Kenntnis	Wissen um Existenz		-
	Wissen um Inhalte		2
	Wissen um Existenz oder Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			6

		12.4 Umweltverträglicher Umgang mit Chemikalien und Abfällen	Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung		1
	affektives Gesamturteil		1
	Sorge/Risiko		22
	konative Einstellung		1
Kenntnis	Wissen um Existenz		17
	Wissen um Inhalte		5
	Wissen um Existenz oder Inhalte		-
	Informationsbedarf		-
Gesamt			47

12.5 Weniger Abfallaufkommen		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	22
	affektives Gesamturteil	14
	Sorge/Risiko	1
	konative Einstellung	37
Kenntnis	Wissen um Existenz	7
	Wissen um Inhalte	7
	Wissen um Existenz oder Inhalte	2
	Informationsbedarf	-
Gesamt		90

12.6 Nachhaltige Produktion und mehr Nachhaltigkeitsinformationen (Unternehmen)		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	139
	affektives Gesamturteil	28
	Sorge/Risiko	17
	konative Einstellung	56
Kenntnis	Wissen um Existenz	9
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		249

12.7 Nachhaltige öffentliche Beschaffung		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	2
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	-
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		2

12.8 Einschlägige Informationen und Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	47
	affektives Gesamturteil	12
	Sorge/Risiko	1
	konative Einstellung	13
Kenntnis	Wissen um Existenz	32
	Wissen um Inhalte	11
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	10
Gesamt		126

12.b Instrumente zur Beobachtung der Auswirkungen eines nachhaltigen Tourismus		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	2
	affektives Gesamturteil	1
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	3
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		6

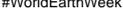
12.c Rationalisierung der Subventionierung fossiler Brennstoffe		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	2
	affektives Gesamturteil	-
	Sorge/Risiko	-
	konative Einstellung	-
Kenntnis	Wissen um Existenz	-
	Wissen um Inhalte	-
	Wissen um Existenz oder Inhalte	-
	Informationsbedarf	-
Gesamt		2

12.0 Übergeordnet im SDG		Anzahl
Einstellung	Relevanz/Forderung	38
	affektives Gesamturteil	5
	Sorge/Risiko	3
	konative Einstellung	9
Kenntnis	Wissen um Existenz	37
	Wissen um Inhalte	6
	Wissen um Existenz oder Inhalte	3
	Informationsbedarf	-
Gesamt		101

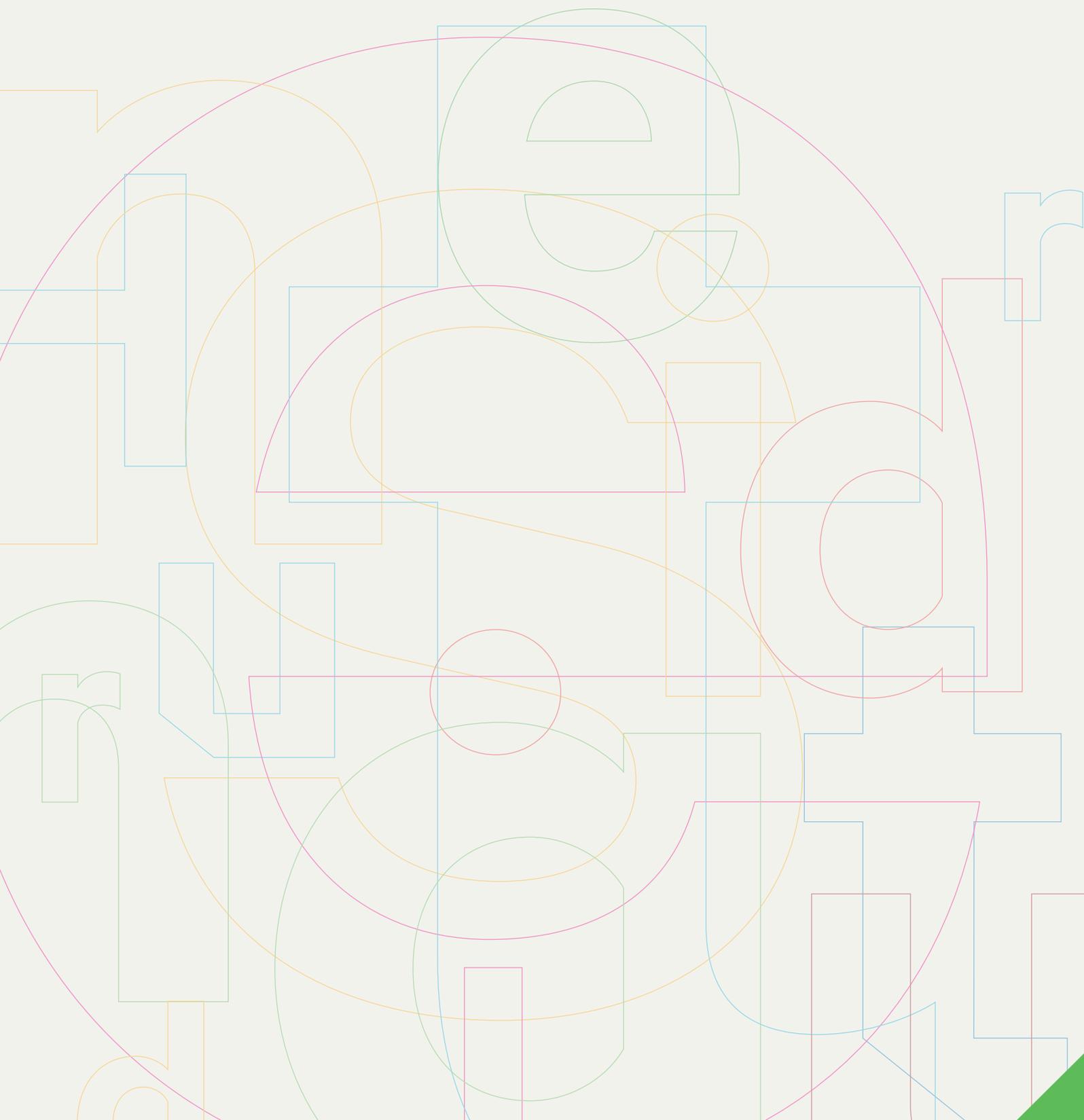
* Den Sub-Zielen 12.1 „Zehnjahres-Programmrahmen für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster“ und 2.a „Stärkung der wissenschaftlichen und technologischen Kapazitäten in Entwicklungsländern“ wurden keine auswertbaren Fragen zugeordnet.

Anlage 8: Liste der Kampagnen

Logo	Kampagne	Sender	Inhalt	Online-Präsenz	SDG-Zuordnung
	#Dorfkinder	BMEL	Kampagne für die ländlichen Regionen in Deutschland	www.bmel.de/DE/themen/laendliche-regionen/dorfkinder.html	SDG 08 SDG 09 SDG 11
	#KaufNurWasDuBrauchst	BMEL	Kampagne gegen Hamsterkäufe in der COVID-19-Pandemie	www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/kauf-nur-was-du-brauchst.html	SDG 02 SDG 10 SDG 12
	#UnsereErnteUnserEssen	BMEL	Kampagne zur Sensibilisierung für die landwirtschaftliche (Nahrungsmittel-)Produktion	www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/unsere-ernte-unser-essen.html	SDG 02 SDG 08 SDG 12
	Zu gut für die Tonne!	BMEL	Kampagne zur Stärkung des Bewusstseins für Lebensmittelverschwendung	www.zugutfuertonne.de	SDG 02 SDG 12
	Einfach. Besser. Essen.	BMEL	Begleitkampagne zur Einführung des Nutri-Scores	www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/reiwillige-angaben-und-label/nutri-score/nutri-score-erklart-verbraucherinfo.html?jsescid=51093f7380AEB9f681C667C8A383FACF.live831	SDG 02 SDG 03 SDG 12
	Gemeinsam! Für den Wald	BMEL	Kampagne zum Schutz der Wälder	www.bmel.de/DE/themen/wald/wald-in-deutschland/deutsche-waldtage.html	SDG 13 SDG 15
	#BauernFürKlimaschutz	BMEL	Kampagne für die Modernisierung der Landwirtschaft	www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/klimaschutz/investitionsprogramm-landwirtschaft.html	SDG 02 SDG 12 SDG 13
	Bienen füttern!	BMEL	Kampagne zur Verbesserung der Lebensbedingungen von Bienen und anderen Insekten	www.bienenfuettern.de/	SDG 13 SDG 15
	Echt kuh-!	BMEL	Kampagne zu Nachhaltigkeit und Ernährung an Schulen	www.echtkuh-1.de/	SDG 02 SDG 04 SDG 12
	20 Jahre Bio-Siegel	BMEL	Kampagne zu 20 Jahre Bio-Siegel	www.bmel.de/DE/themen/landwirtschaft/oeekologischer-landbau/bio-siegel.html	SDG 02 SDG 12
	Zusammen gegen Corona	BMG	Dachkampagne zur Bekämpfung der Ausbreitung des Corona-Virus und zur Infektionsprävention	www.zusammengegencorona.de	SDG 03
	LIEBESLEBEN	BMG	Kampagne zur Eindämmung von HIV und anderen sexuell übertragbaren Infektionen	www.liebesleben.de	SDG 03 SDG 05
	Deine Chance	BMG	Kampagne zur Motivation von Raucherinnen und Rauchern zum Rauchstopp	www.nutzedeinechance.de	SDG 03
	Deutschland ist eins: vieles	BMI	Kampagne zu 30 Jahren Deutsche Einheit	www.bmi.bund.de/DE/themen/heimat-integration/gesellschaftlicher-zusammenhalt/30-jahre-deutsche-einheit/30-jahre-deutsche-einheit-node.html	SDG 16
	#einfachaBSichern	BMI	Kampagne für Bewusstsein über Gefahren im Netz	www.bsi.bund.de/DE/Themen/Kampagne-einfach-absichern/kampagne_node.html	SDG 09 SDG 12 SDG 16
	Schutz geht nur gemeinsam	BMI	Kampagne zur Sensibilisierung für die Arbeit von Polizei, Feuerwehr und Rettungsdiensten in Zeiten der COVID-19-Pandemie	sicherheit.bund.de	SDG 03 SDG 08 SDG 16

	Wir sind Rechtsstaat.	BMJV	Kampagne zur Stärkung des Rechtsstaats	www.bmju.de/WebS/WSR/DE/Home/home_node.html	SDG 10 SDG 16
	Hilfe-Info für Betroffene von Straftaten	BMJV	Kampagne zur Unterstützung für Opfern von Straftaten sowie zur Prävention von Straftaten	www.hilfe-info.de/WebS/hilfeinfo/DE/Home/home_node.html	SDG 03 SDG 05 SDG 16
	Gib der Natur nicht den Rest.	BMU	Kampagne zur Aufklärung über die sachgerechte Medikamentenentsorgung	www.bmu.de/richtigtensorgenwirkt/	SDG 03 SDG 06 SDG 14
	natur:verbunden	BMU	Kampagne für den Naturschutz	www.bmu.de/faqs/naturschutz-kampagne-naturverbunden/	SDG 13 SDG 14 SDG 15
	Wir schafft Wunder	BMU	Kampagne für ein klimaneutrales Deutschland	www.bmu.de/wir-schafft-wunder/	SDG 13 SDG 14 SDG 15
	Weniger ist mehr	BMU	Kampagne zur Vermeidung von Plastikmüll	www.bmu.de/wenigeristmehr/	SDG 12 SDG 13 SDG 14
	#ichwillfair	BMZ	Kampagne für Fairen Handel und nachhaltigen Konsum	ichwillfair.de	SDG 08 SDG 12 SDG 17
	Eine Welt Unsere Verantwortung	BMZ	Kampagne zur Aufklärung über die Sustainable Development Goals (SDGs)	17ziele.de	übergeordnet
	#WorldEarthWeek	BMZ	Kampagne zu Klima, Natur und Entwicklung	www.bmz.de/de/aktuelles/world-earthweek	SDG 13 SDG 14 SDG 15

**wissenschaftsplattform
nachhaltigkeit
2030**



wissenschaftsplattform_ nachhaltigkeit 2030

Impressum

Herausgeber

Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030

Geschäftsstelle Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030

Dr. Falk Schmidt | Leiter der Geschäftsstelle

Institute for Advanced Sustainability Studies e.V. (IASS)

Berliner Straße 130

14467 Potsdam

Tel: +49 (0) 331-28822-456

Fax: +49 (0) 331-28822-310

Email: falk.schmidt@iass-potsdam.de

ViSdP

Prof. Daniela Jacob

Prof. Mark Lawrence

Prof. Christa Liedtke

Über die wpn2030

Die Wissenschaftsplattform Nachhaltigkeit 2030 ist ein zentraler Ort der Wissenschaft, an dem sie drängende Fragen der Nachhaltigkeitspolitik reflektiert und diskutiert – im Austausch mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Wissen für Nachhaltigkeit wird dort zusammengetragen und weitergetragen, insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie. Die Plattform arbeitet unabhängig und ist systematisch eingebunden in den offiziellen politischen Steuerungs-, Dialog- und Umsetzungsprozess der Agenda 2030. Träger der Plattform sind SDSN Germany, DKN Future Earth und das IASS Potsdam.

