

# MEINUNGSMONITOR ENTWICKLUNGSPOLITIK 2022

*Online-Anhang*

*2022*

*Sebastian H. Schneider*

*Nora Sassenhagen*

*Jens Eger*

*Martin Bruder*

# INHALT

Inhalt.....	ii
Abkürzungen und Akronyme.....	viii
1. Kapitel 2: „Die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und EZ“.....	1
1.1 Datenbasis Eurobarometer .....	1
1.2 Datenbasis Aid Attitudes Tracker (AAT) und Development Engagement Lab (DEL) .....	1
1.3 Datenbasis „Exkurs Entwicklungspolitik auf Twitter“ .....	4
1.4 Datenbasis Kapitel 2.4: “Wie steht die Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ?” .....	5
1.5 Datenbasis „Exkurs Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs)“ .....	7
1.6 Tabellen für Aufschlüsselung nach Alter, Geschlecht und politischer Orientierung.....	8
1.6.1 Unterstützt die Bevölkerung Entwicklungspolitik und EZ-Maßnahmen?.....	8
1.6.2 Demokratie und Demokratieförderung in der EZ in der öffentlichen Meinung.....	14
1.6.3 Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten auf die Lage in Entwicklungsländern.....	17
1.6.4 Exkurs: Kennt die Bevölkerung die Sustainable Development Goals (SDGs)? .....	21
1.6.5 Wie wirksam ist die EZ aus Sicht der Bevölkerung? .....	22
2. Kapitel 3: „Engagement der Bürger*innen in der Entwicklungspolitik“ .....	23
2.1 Kapitel 3.1: „Nicht-monetäres entwicklungspolitisches Engagement“ .....	23
2.1.1 Datenbasis nicht-monetäres Engagement .....	23
2.1.2 Tabellen für Aufschlüsselung nach Alter, Geschlecht und politischer Orientierung.....	24
2.2 Kapitel 3.2: „Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen“ .....	28
2.2.1 Fragebogen GfK Charity Panel .....	28
2.2.2 Tabellen Codierung Organisationen und Spendenzwecke GfK Charity Panel.....	30
2.2.2 Tabellen Analysen Spendenverhalten .....	32
2.2.3 Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft.....	35
2.2.4 Tabellen Analysen Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft.....	37
2.2.5 Kasten „Exkurs: Die öffentliche Meinung zu Textilsiegeln“ .....	39
2.3 Kapitel 3.3: „Nachhaltiger Konsum“ .....	40
2.3.1 Fokusgruppen nachhaltiger Konsum .....	40
2.3.2 Fragebogen nachhaltiger Konsum .....	41
2.3.3 Darstellung der verwendeten Konstrukte .....	49
2.3.4 Aufschlüsselung der verschiedenen Konsumphasen nach soziodemografischen Variablen .	57

2.3.2 Tabellen Analysen nachhaltiger Konsum.....	59
2.4 Kapitel 3.4: „Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen“ (Gastbeitrag Jennifer Hudson, David Hudson und Paolo Morini) .....	64
2.4.1 Datenbasis .....	64
2.4.2 Zusätzliche Tabellen und Abbildungen Gastbeitrag Hudson, Hudson und Morini.....	68
2.4.3 Aufschlüsselung der Engagementtypen nach Soziodemografie und Einstellungen.....	69
3. CRediT-Statement .....	72
3.1 Zum CRediT-Statement.....	72
3.2 CRediT-Statement zum Studienbericht .....	72
4. Literatur .....	73

## Tabellen

Tabelle 1	Verwendete Fragen aus dem Eurobarometer (1983–2019) .....	1
Tabelle 2	Verwendete Erhebungswellen des AAT und DEL .....	2
Tabelle 3	Verwendete Fragen aus AAT und DEL .....	2
Tabelle 4	Items Befragung Demokratie und Demokratieförderung in der EZ .....	6
Tabelle 5	Nennung der SDGs auf den Websites deutscher Ministerien .....	8
Tabelle 6	Unterstützung für EZ nach Alter .....	8
Tabelle 7	Unterstützung für EZ nach Geschlecht .....	8
Tabelle 8	Unterstützung für EZ nach politischer Orientierung .....	9
Tabelle 9	Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach Alter .....	9
Tabelle 10	Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach Geschlecht .....	9
Tabelle 11	Unterstützung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach politischer Orientierung .....	9
Tabelle 12	Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach Altersgruppen .....	9
Tabelle 13	Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach Geschlecht .....	11
Tabelle 14	Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach politischer Orientierung.....	12
Tabelle 15	Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach Alter .....	13
Tabelle 16	Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach Geschlecht.....	13
Tabelle 17	Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach politischer Orientierung.....	13
Tabelle 18	Einstellung der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ .....	14
Tabelle 19	Einstellung zu Demokratie und Demokratieförderung nach politischer Orientierung ....	14
Tabelle 20	Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung.....	15
Tabelle 21	Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung nach politischer Orientierung ...	16
Tabelle 22	Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach Alter .....	17
Tabelle 23	Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach Geschlecht .....	18
Tabelle 24	Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach politischer Orientierung .....	19
Tabelle 25	Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure im Ländervergleich.....	20
Tabelle 26	Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Alter.....	21
Tabelle 27	Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Geschlecht.....	21
Tabelle 28	Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach politischer Orientierung ...	21
Tabelle 29	Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Bildungsabschluss .....	22
Tabelle 30	Wirksamkeit der EZ nach Alter .....	22
Tabelle 31	Wirksamkeit der EZ nach Geschlecht .....	22
Tabelle 32	Wirksamkeit der EZ nach politischer Orientierung.....	22
Tabelle 33	Verwendete Items Development Engagement Lab (DEL) .....	23
Tabelle 34	Nachrichten gelesen nach Alter.....	24

Tabelle 35	Nachrichten gelesen nach Geschlecht.....	24
Tabelle 36	Nachrichten gelesen nach politischer Orientierung.....	24
Tabelle 37	Diskussion Freunde und Familie nach Alter .....	24
Tabelle 38	Diskussion Freunde und Familie nach Geschlecht.....	24
Tabelle 39	Diskussion Freunde und Familie nach politischer Orientierung.....	25
Tabelle 40	Informationen geteilt nach Alter .....	25
Tabelle 41	Informationen geteilt nach Geschlecht .....	25
Tabelle 42	Informationen geteilt nach politischer Orientierung .....	25
Tabelle 43	Ehrenamt nach Alter.....	25
Tabelle 44	Ehrenamt nach Geschlecht.....	25
Tabelle 45	Ehrenamt nach politischer Orientierung .....	26
Tabelle 46	Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach Alter .....	26
Tabelle 47	Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach Geschlecht .....	26
Tabelle 48	Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach politischer Orientierung.....	26
Tabelle 49	Kontakt Politiker*in nach Alter.....	26
Tabelle 50	Kontakt Politiker*in nach Geschlecht.....	27
Tabelle 51	Kontakt Politiker*in nach politischer Orientierung.....	27
Tabelle 52	Teilnahme Demonstration nach Alter .....	27
Tabelle 53	Teilnahme Demonstration nach Geschlecht .....	27
Tabelle 54	Teilnahme Demonstration nach politischer Orientierung.....	27
Tabelle 55	Daten Spendenprofil.....	28
Tabelle 56	Soziodemographische Rohdaten .....	28
Tabelle 57	Fragebogen Sonderbefragung GfK Charity Panel .....	28
Tabelle 58	Organisationen, die als entwicklungspolitisch definiert werden (VENRO) .....	30
Tabelle 59	Organisationen, die konditional berücksichtigt wurden .....	31
Tabelle 60	Spendenzweck (GfK Charity Panel).....	31
Tabelle 61	Sozioökonomische Einflussfaktoren auf das Spendenverhalten .....	32
Tabelle 62	Vergleich von Spendenden generell und Spendenden für Entwicklungspolitik.....	33
Tabelle 63	Frageformulierung Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft	35
Tabelle 64	Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft.....	37
Tabelle 65	Effekt von Spendensiegeln auf Vertrauen und Wirksamkeitseinschätzung.....	38
Tabelle 66	Effekt von Spendensiegeln auf Spendenbereitschaft in der Gruppe "Spendenpotenzial" ....	38
Tabelle 67	Items zu Textilsiegeln aus Fragebogen nachhaltiger Konsum (siehe Abschnitt 2.3).....	39
Tabelle 68	Fragebogen nachhaltiger Konsum.....	41
Tabelle 69	Itemzuordnung zu den verschiedenen Subskalen nachhaltigen Konsums.....	49
Tabelle 70	Skalencharakteristika der Aspekte von nachhaltigem Konsum.....	51
Tabelle 71	Deskriptive Statistiken Items Konsum .....	51

Tabelle 72	Deskriptive Statistiken Items Konsum Ideal .....	52
Tabelle 73	Items Subjektive Norm .....	53
Tabelle 74	Items Handlungskontrolle .....	54
Tabelle 75	Items Selbstwirksamkeit.....	54
Tabelle 76	Items Konsumpolitische Selbstwirksamkeit .....	54
Tabelle 77	Items Einstellung Nachhaltigkeitsbewusstsein.....	55
Tabelle 78	Items Vertrauen.....	55
Tabelle 79	Items wahrgenommene Einflussmöglichkeit .....	56
Tabelle 80	Items Verantwortung .....	56
Tabelle 81	Forderungen .....	56
Tabelle 82	Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Geschlecht .....	57
Tabelle 83	Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Bildungsgrad .....	57
Tabelle 84	Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach politischer Orientierung.....	58
Tabelle 85	Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Einkommen.....	58
Tabelle 86	Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Altersklassen.....	59
Tabelle 87	Einfluss demografischer Variablen auf nachhaltigen Konsum .....	59
Tabelle 88	Einfluss von EZ-Einstellungsfaktoren auf nachhaltigen Konsum .....	60
Tabelle 89	Einfluss der psychologischen Einflussfaktoren (TPB) auf nachhaltigen Konsum.....	62
Tabelle 90	Einfluss psychologischer und demografischer Faktoren auf nachhaltigen Konsum .....	62
Tabelle 91	Einfluss psychologischer Faktoren auf verschiedene Phasen nachhaltigen Konsums .....	63
Tabelle 92	Verwendete Items Typologie Gastbeitrag Hudson, Hudson und Morini .....	64
Tabelle 93	Soziodemographische Merkmale, alle Wellen .....	68
Tabelle 94	Tabelle Übergangswahrscheinlichkeiten.....	68
Tabelle 95	Multinomiale logistische Regression .....	68
Tabelle 96	Engagement-Typologie nach Alter .....	69
Tabelle 97	Engagement-Typologie nach Geschlecht.....	69
Tabelle 98	Engagement-Typologie nach Bildung .....	69
Tabelle 99	Engagement-Typologie nach Einkommen .....	70
Tabelle 100	Engagement-Typologie nach politischer Orientierung.....	70
Tabelle 101	Engagement-Typologie nach Betroffenheit über die Lage in Entwicklungsländern .....	70
Tabelle 102	Engagement-Typologie nach moralischer Verpflichtung .....	70
Tabelle 103	Engagement-Typologie nach Unterstützung für EZ.....	71
Tabelle 104	Engagement-Typologie nach Wirksamkeit der EZ.....	71
Tabelle 105	Engagement-Typologie nach entwicklungspolitischer Selbstwirksamkeit.....	71
Tabelle 106	Engagement-Typologie nach Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) .	71

## Kästen

Kasten 1	Suchwortliste Abfrage Twitter .....	4
Kasten 2	Suchworte LexisNexis-Pressedatenbank .....	7

# ABKÜRZUNGEN UND AKRONYME

AA	Auswärtiges Amt
AAT	Aid Attitudes Tracker
BMBF	Bundesministerium für Bildung und Forschung
BMEL	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft
BMF	Bundesfinanzministerium
BMFSFJ	Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend
BMG	Bundesministerium für Gesundheit
BMI	Bundesministerium des Inneren und für Heimat
BMJ	Bundesministerium der Justiz
BMUV	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
BMVG	Bundesministerium der Verteidigung
BMVi	Bundesministerium für Digitales und Verkehr
BMWi	Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Entwicklung und Zusammenarbeit
DEL	Development Engagement lab
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
GfK	Growth from Knowledge
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
KfW	Kreditanstalt für Wiederaufbau
OLS	Ordinary Least Squares
SDG	Sustainable Development Goal
UNICEF	United Nations Children's Fund
VENRO	Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe



# 1. KAPITEL 2: „DIE EINSTELLUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZU ENTWICKLUNGSPOLITIK UND EZ“

## 1.1 Datenbasis Eurobarometer

Für Abbildung 1 (Wichtigkeit der EZ im Zeitverlauf) werden die Daten der Eurobarometer-Erhebungen zu Entwicklungspolitik und EZ von 1983 bis 2019 genutzt (siehe Tabelle 1). Erhoben wurden die Daten durch eine geschichtete Zufallsstichprobe und persönliche Interviews. Die Stichprobengröße beträgt in der Regel etwa 1.000 befragte Personen pro Land, wobei in Deutschland zum Teil auch Stichproben im Umfang von 1.500 Personen befragt wurden.

**Tabelle 1**      **Verwendete Fragen aus dem Eurobarometer (1983–2019)**

Einstellungsdimension	Fragetext	Antwortkategorien	Erhebungswellen	Anmerkungen
<b>Wichtigkeit EZ</b>	Ist es Ihrer Meinung nach sehr wichtig, eher wichtig, nicht sehr wichtig, oder überhaupt nicht wichtig, den Menschen in Entwicklungsländern zu helfen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sehr wichtig</li> <li>- wichtig</li> <li>- nicht sehr wichtig</li> <li>- überhaupt nicht wichtig</li> <li>- weiß nicht/keine Angabe</li> </ul>	Eurobarometer 20.0, 28.0, 36.0, 46.0, 50.1, 58.2, 62.2, 71.2, 73.5, 76.1, 77.7, 79.4, 82.1, 84.4, 86.3, 89.3, 91.5	<p>In Welle 20.0 und 28.0 wurde nur Westdeutschland befragt.</p> <p>Zwischen den Wellen haben sich Fragewortlaut und Antwortoptionen leicht verändert.</p>

Quelle: eigene Darstellung.

In den Wellen 20.0 und 28.0 wurden die Fälle von Frankreich und Deutschland mit „Nation Weight II“, die Fälle aus Großbritannien mit „Nation Weight I“ gewichtet. In den Wellen ab EB 36.0 wurden die Fälle Frankreichs mit „Weight Result From Target“, die Fälle Deutschlands mit „Weight (Special) Germany“ und die Fälle des Vereinigten Königreichs mit „Weight (Special) UK“ gewichtet.

## 1.2 Datenbasis Aid Attitudes Tracker (AAT) und Development Engagement Lab (DEL)

Für die meisten Analysen in Kapitel 2 wird auf die Umfragedaten des Aid Attitude Tracker (AAT) beziehungsweise Development Engagement Lab (DEL) zurückgegriffen. Die Daten werden über das Online-Access Panel des Befragungsinstituts YouGov erhoben. Beim AAT (2013-2018) handelte es sich um eine bevölkerungsrepräsentative Panel-Erhebung in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA mit rund 6.000 Personen pro Land und Erhebungswelle. Panel-Erhebung bedeutet, dass die gleiche Stichprobe in sechsmonatigem Abstand mit einem identischen Kernfragebogen befragt wurde. Dieses Panel wird im Folgeprojekt DEL (seit 2019) fortgeschrieben. Die Erhebungen finden jedoch nur noch alle 12 Monate statt. Ergänzt wird das DEL-Panel durch die sogenannten Tracker-Erhebungen. Dabei handelt es sich um repräsentative Querschnittsstichproben (d.h., es handelt sich stets um neue Befragte), die stets einen Kernfragebogen zu EZ-Einstellungen und –Engagement vorgelegt bekommen.

Die Stichproben des AAT und DEL werden für die Analysen mit den von YouGov angebotenen GewichtungsvARIABLEN gewichtet. Dadurch wird die Stichprobe an die Verteilung zentraler Merkmale (z.B. Alter, Geschlecht, Bildung, Einkommen) in der Gesamtbevölkerung Deutschlands angepasst. Für eine ausführlichere Diskussion der Daten des AAT und DEL siehe Abschnitt 2.1 in Schneider und Eger (2019).

**Tabelle 2**      **Verwendete Erhebungswellen des AAT und DEL**

Welle	Bezeichnung	Erhebung	Befragte (gesamt)
1	AAT	Dezember 2013	5.700
2	AAT	Juni 2014	6.170
3	AAT	Dezember 2014	5.914
4	AAT	Juni 2015	6.059
5	AAT	Dezember 2015	6.027
6	AAT	Juni 2016	6.049
7	AAT	Dezember 2016	6.131
8	AAT	Juli 2017	6.096
9	AAT	Dezember 2017	6.108
10	AAT	Juli 2018	6.039
11	DEL Panel	September 2019	6.004
12	DEL Tracker	Januar 2020	1.141
13	DEL Tracker	Juni 2020	1.025
14	DEL Panel	September 2020	6.000
15	DEL Tracker	Januar 2021	1.004
16	DEL Tracker	Juni 2021	1.001
17	DEL Panel	September 2021	6.000
18	DEL Tracker	Januar 2022	1.015

Quelle: eigene Darstellung.

**Tabelle 3**      **Verwendete Fragen aus AAT und DEL**

Einstellungsdimension	Variable AAT/DEL	Fragetext	Antwortkategorien	Erhebungswellen
<b>Unterstützung der EZ</b>	Q6, track6	Wenn es um Entwicklungszusammenarbeit mit armen Ländern geht - in welchem Maße sollte Ihrer Meinung nach die Bundesregierung dort finanzielle Unterstützung leisten, wenn die 0 auf der folgenden Skala bedeutet 'Sollte gar keine Unterstützung leisten' und die 10 bedeutet 'Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten'?	<0> Sollte gar keine Unterstützung leisten <10> Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten  <i>(für die Abbildung wurden die Werte 0-3, 4-6 und 7-10 in die Gruppen „keine“, „mittlere“ und „großzügige Unterstützung“ zusammengefasst)</i>	AAT 12/2013, 6/2014, 12/2014, 6/2015, 12/2015, 6/2016, 12/2016, 7/2017, 12/2017, 7/2018; DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021, 1/2022
<b>Unterstützung des aktuellen EZ-Budgets</b>	track7	Aus ihrem gesamten Haushaltsvolumen in Höhe von etwa 512 Millionen Euro stellt die Bundesregierung zurzeit 4,9 Prozent - 24,9 Milliarden Euro - für die Entwicklungszusammenarbeit an arme Länder bereit. Sollte die Regierung Ihrer Meinung nach den	<1> Erheblich erhöhen <2> Etwas erhöhen <3> Nicht verändern <4> Etwas verringern <5> Erheblich verringern	DEL Panel 9/2021

		Betrag, den sie für Entwicklungszusammenarbeit ausgibt, erhöhen oder senken?		
<b>Motive für EZ</b>	track2	Hier stehen einige mögliche Argumente <b>**für**</b> Entwicklungszusammenarbeit. Welche dieser Argumente finden Sie persönlich besonders überzeugend? (Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antwortmöglichkeiten aus)	<p>&lt;1&gt; Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken</p> <p>&lt;2&gt; Fluchtursachenbekämpfung</p> <p>&lt;3&gt; Moralische Verpflichtung</p> <p>&lt;4&gt; Verhinderung Epidemien</p> <p>&lt;5&gt; Terrorismusbekämpfung</p> <p>&lt;6&gt; Kampf gegen Klimawandel</p> <p>&lt;7&gt; Wirtschaftsförderung</p>	DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021. DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021, 1/2022
<b>Moralische Verpflichtung</b>	Q46, moral1a	Länder wie Deutschland sollten mehr Geld für Entwicklungszusammenarbeit zur Verfügung stellen, da dies moralische gesehen richtig ist.	<p>&lt;1&gt; Ich stimme voll und ganz zu</p> <p>&lt;2&gt; Ich stimme zu</p> <p>&lt;3&gt; Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu</p> <p>&lt;4&gt; Ich stimme nicht zu</p> <p>&lt;5&gt; Ich stimme überhaupt nicht zu</p> <p>&gt;6&gt; Weiß nicht <i>(in der Abbildung werden die beiden höchsten und die beiden niedrigsten Antwortkategorien zusammengefasst)</i></p>	AAT 12/2013, 6/2014, 12/2014, 6/2015, 12/2015, 6/2016, 12/2016, 7/2017, 12/2017, Tracker 7/2018; DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021 1/2022
<b>Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten</b>	Track8	Wie viel kann jeder der folgenden Akteure bei der Bekämpfung von Armut in armen Ländern Ihrer Meinung nach bewirken? Ich persönlich; Bundesregierung; NGOs; Unternehmen; Internationale Organisationen	<p>&lt;0&gt; Kann überhaupt nichts bewirken</p> <p>&lt;10&gt; Kann sehr viel bewirken</p> <p>&lt;12&gt; Weiß nicht</p>	DEL Panel 9/2021
<b>Bekanntheit der SDGs</b>	SDG, sdg	Haben Sie schon einmal etwas von den Nachhaltigen Entwicklungszielen ("Sustainable Development Goals") der Vereinten Nationen gehört oder etwas über diese gelesen?	<p>&lt;1&gt; Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt</p> <p>&lt;2&gt; Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt</p> <p>&lt;3&gt; Nein</p> <p>&lt;4&gt; weiß nicht</p>	AAT 12/2015, 7/2017, 12/2017, 7/2018; DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021
<b>Wirksamkeit der EZ</b>	Q20, track9	Wie effektiv sind Ihrer Meinung nach im Großen und Ganzen die finanziellen Unterstützungen der Regierung für Entwicklungszusammenarbeit? Benutzen Sie bitte eine Skala von 0 bis 10, wobei 0 "absolut ineffektiv" und 10 "sehr effektiv" bedeutet?	<p>&lt;0&gt; absolut ineffektiv</p> <p>&lt;10&gt; sehr effektiv</p> <p>&lt;12&gt; Weiß nicht <i>(Für die Abbildung wurden die Werte 0-3 zu "(absolut) ineffektiv", 4-6 zu "Mittel" und 7-10 zur Gruppe "(sehr) effektiv" zusammengefasst)</i></p>	AAT 12/2013, 6/2014, 12/2014, 6/2015, 12/2015, 6/2016, 12/2016, 7/2017, 12/2017, 7/2018; DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021. 1/2022

<b>Korruptionsvermutung</b>	Q41, cost1	Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu Hilfeleistungen des deutschen Staates zu bzw. nicht zu?	<p>&lt;1&gt; Ich stimme voll und ganz zu                  &lt;2&gt; Ich stimme zu                  &lt;3&gt; Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu                  &lt;4&gt; Ich stimme nicht zu                  &lt;5&gt; Ich stimme überhaupt nicht zu  <i>(in der Abbildung werden die beiden höchsten und die beiden niedrigsten Antwortkategorien zusammengefasst)</i></p>	AAT 12/2013, 6/2014, 12/2014, 6/2015, 12/2015, 6/2016, 12/2016, 7/2017, 12/2017, 7/2018; DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021
		Ein großer Anteil der deutschen Entwicklungszusammenarbeit landet in den Taschen korrupter Politiker in den Entwicklungsländern.		

Quelle: eigene Darstellung.

### 1.3 Datenbasis „Exkurs Entwicklungspolitik auf Twitter“

Die Analyse umfasst alle Beiträge des Kurznachrichtendienstes Twitter im Zeitraum 1. Mai 2019 bis 31. Dezember 2021. Zugegriffen wurde auf die genannten Daten über die Social Media-Analyseplattform des Anbieters Meltwater. Aus allen Beiträgen auf Twitter (sogenannte „Tweets“) wurden mittels einer Suchwortliste (siehe Tabelle 3) Tweets zum Themenfeld Entwicklungspolitik, EZ und nachhaltige Entwicklung ermittelt. Die Abfrage wurde dabei auf die Sprache Deutsch eingegrenzt. In die Suchwortliste wurden die Twitter-Accounts aller in der Suchwortliste enthaltenen Organisationen (z.B. BMZ, GIZ, KfW Entwicklungsbank, Welthungerhilfe) aufgenommen. Für die Aufnahme in den Datensatz genügt es, dass eines der Suchworte oder eine der in der Suchwortliste enthaltenen Organisationen gefunden wird.

**Kasten 1 Suchwortliste Abfrage Twitter**

Language:"de" AND ((Entwicklungspolitik or Entwicklungszusammenarbeit or Entwicklungsgelder or Entwicklungshilfe or Katastrophenhilfe or "humanitäre Hilfe" or Entwicklungsziel\* OR "#SDG" OR "#agenda2030" OR "#17ziele" or "#sdgs" or "#medicointernational" or "#planinternational" or "#ärztehngrenzen" or "#terredeshommes" or "#engagementglobal" or "#worldvision" or "#brotfürdiwelt" or "#humanitärehilfe")

OR

("Agenda 2030" OR "development goal\*" OR sustainab\* OR nachhaltig\* OR "17 Ziele" OR Ziele\*) NEAR/10 (Entwicklungspolitik or Entwicklungszusammenarbeit or Entwicklungsgelder or Entwicklungshilfe or Katastrophenhilfe or "humanitäre Hilfe" or Entwicklungsziel\* OR SDG)

OR

DEval or "Deutsche\* Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit" or "German Institute for Development Evaluation" or "Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung" or BMZ or Entwicklungsminister\* or "Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit" or GIZ or "KfW Entwicklungsbank" or "Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft" or "Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen" or VENRO or Welthungerhilfe or Kindernothilfe or "Brot für die Welt" or "World Vision" or "Save the children" or "Seek development" or "Deutsche Stiftung Weltbevölkerung" or Oxfam or weltwärts or "Engagement global" or Misereor or "Aktion Deutschland hilft" or "Gebende Hände" or "ANDHERI HILFE" or "Kinderhilfswerk Global-Care" or "Malteser International" or "Sozial- und Entwicklungshilfe des Kolpingwerkes" or "SOS-Kinderdorf International" or "Stiftung Nord-Süd-Brücken" or "Welthaus Bielefeld" or "terre des hommes" or "Eine Welt Netz NRW" or "Arbeitsgemeinschaft der Eine Welt-Landesnetzwerke in Deutschland" or "DVV International" or "Don Bosco Mondo" or "EPIZ globales Lernen in Berlin" or "Society for International Develo" or "Stiftung Entwicklung und Frieden" or "Verband Entwicklungspolitik Niedersachsen" or "Zukunftsstiftung ENTWICKLUNG" and GLS or "Senior Experten Service" or "Arbeitsgemeinschaft Entwicklungsethnologie" or AGEE or

"Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit" or "Deutsches Institut für Entwicklungspolitik" or "Zentrum für Entwicklungsforschung" or "Ärzte ohne Grenzen" or "Caritas International" or "Plan International" or "medico International" or UNICEF or author:"BMZ\_Bund" OR author:"BMZ.bund" OR author:"giz\_gmbh" OR author:"gizprofile" OR author:"mdbgerdmueller" OR author:"KfW\_FZ" OR author:"kfw.stories" OR author:"deginvest\_DE" OR author:"deginvest" OR author:"Welthungerhilfe" OR author:"venro\_eV" OR author:"venro.eV" OR author:"kindernothilfe" OR author:"BROT\_furdiewelt" OR author:"brotfuerdiewelt" OR author:"WorldVisionDe" OR author:"world.vision.deutschland" OR author:"stc\_de" OR author:"savethechildren" OR author:"savethechildrenDE" OR author:"SEEK\_Dev" OR author:"dsw\_de" OR author:"deustchestiftungweltbevoelkerung" OR author:"Oxfam\_DE" OR author:"oxfam.de" OR author:"weltwaerts" OR author:"EngGlobal" OR author:"engagementglobal" OR author:"engagement.global" OR author:"Misereor" OR author:"ADH102030" OR author:"aktion\_deutschland\_hilft" OR author:"aktiondeutschlandhilft.de" OR author:"DKHW\_de" OR author:"SOSkinderdoerfer" OR author:"Stiftung Nord-Süd-Brücken" OR author:"Welthaus.Bielefeld" OR author:"kinderhilfswerk.globalcare" OR author:"MalteserInt" OR author:"malteserinternational" OR author:"Kolpingwerk" OR author:"soskinderdorf" OR author:"soskinderdorfde" OR author:"soskinderdoerfer" OR author:"open-globe\_ewnnrw" OR author:"Welthaus\_BI" OR author:"welthausbielefeld" OR author:"tdh\_de" OR author:"tdh.de" OR author:"EineWeltNetzNRW" OR author:"DonBoscoMondo" OR author:"don.bosco.mondo" OR author:"SIID.org" OR author:"epo\_de" OR author:"venmedien" OR author:"DIE\_GDI" OR author:"DIE.Bonn" OR author:"zefunibonn" OR author:"msf\_de" OR author:"aerzteohnegrenzen" OR author:"aerzteohnegrenzenMSF" OR author:"caritas.international" OR author:"PlanDeutschland" OR author:"caritas\_ci" OR author:"caritas\_international" OR author:"PlanGermany" OR author:"planinternationaldeutschland" OR author:"nothilfe" OR author:"medicointernational" OR author:"UNICEFgermany" OR author:"unicef\_deutschland" OR author:"unicefdeutschland" OR author:"care\_de" OR author:"CAREDL" OR author:"care\_deutschland" OR author:"ONEDeutschland" OR author:"gpi\_germany" OR author:"GiblCtzbn" OR author:"GLBLCTZN" OR author:"tdh\_de"))

Not (Straßenverkehrsamt OR Straßenverkehrsämtler OR DEG-Gruppe or "Distributed Energy Generation" or "Deutsche Elektro-Gruppe" or "Düsseldorfer EG" or Brandmeldezentrale OR Eishockey\* OR Giftinformationszentrum OR SDG-Verkehrsbetriebe OR "Sächsische Dampfeisenbahngesellschaft" OR "Städtische Diinstleistungsgesellschaft" OR "Brandmelde-Zentrale" OR country:"at")

#### 1.4 Datenbasis Kapitel 2.4: “Wie steht die Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ?”

Datenbasis dieses Unterkapitels ist eine eigene bevölkerungsrepräsentative Erhebung durch das Befragungsinstitut Respondi. Im November 2021 (Feldzeit: 24.11 bis 5.12.2021) wurden dazu 2.005 Personen zufällig per quotierter Stichprobe aus dem Online-Access Panel des Instituts gezogen und zu Ihren Einstellungen zu Entwicklungspolitik und EZ befragt. Die Quotierung erfolgte nach Alter, Bildung, Geschlecht und Bundesland, so dass die Stichprobe der Verteilung dieser Merkmale in der Gesamtbevölkerung Deutschlands bis 75 Jahre entspricht.

**Tabelle 4** Items Befragung Demokratie und Demokratieförderung in der EZ

Frageblock	Items	Antwortkategorien	Anmerkungen
<b>Demokratie und Demokratieförderung</b>	<p>Im Folgenden finden Sie einige Aussagen zur Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit im Rahmen der Entwicklungspolitik. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu oder nicht zu?</p> <p>&lt;1&gt; Deutschland sollte Entwicklungsländer dabei unterstützen, ein demokratisches und rechtsstaatliches Regierungssystem zu schaffen bzw. auszubauen.</p> <p>&lt;2&gt; Deutschland sollte vorrangig mit Ländern Entwicklungszusammenarbeit durchführen, die demokratisch regiert werden.</p> <p>&lt;3&gt; Die Unterstützung nicht-demokratischer Länder sollte daran gebunden sein, dass die Länder Schritte hin zu mehr Demokratie und Rechtsstaatlichkeit unternehmen. Erfolgt dies nicht, sollte die Unterstützung reduziert oder beendet werden.</p>	<p>&lt;1&gt; stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; ich weiß nicht</p>	<p>Für die Abbildung wurden die Zahlenwerte 1 bis 3 zu „stimme (eher) nicht zu“ zusammengefasst, die Werte 4 bis 7 zu „stimme (eher) zu“. Der Wert 4 stellt die Skalenmitte dar und wird als unentschiedene Einstellung interpretiert.</p>
<b>Reaktion bei Autokratisierungsprozesse</b>	<p>Stellen Sie sich nun folgendes Szenario vor: In einem Land herrscht Armut. Das Gesundheitssystem und die Versorgung der Bevölkerung hängen maßgeblich von Entwicklungsgeldern aus dem Ausland ab. Gleichzeitig gibt es in diesem Land zunehmende Autokratisierungsprozesse. Das bedeutet, dass die Regierung gegen demokratische Prinzipien verstößt und Rechte der Bevölkerung einschränkt. Beispielsweise werden Wahlen manipuliert und sind nicht mehr frei, gleich und geheim. Oppositionsparteien und andere Organisationen (z.B. Gewerkschaften) werden geschwächt oder sogar verboten, die Presse- und Versammlungsfreiheit wird eingeschränkt und die Meinungsfreiheit – zum Beispiel in sozialen Medien – wird beschnitten.</p> <p>Deutschland ist in diesem Land entwicklungspolitisch aktiv. Bei den Überlegungen zum weiteren Vorgehen spielen verschiedene Aspekte eine Rolle:</p> <p>Wie kann vermieden werden, dass die zunehmend autokratische Regierung durch Entwicklungsgelder gestützt wird?</p> <p>Wie kann auf die Regierung weiter eingewirkt werden, damit sie ihren Kurs ändert und die Autokratisierungsprozesse stoppt?</p> <p>Wie kann die Versorgung der Menschen im Land gesichert werden?</p> <p>Wie sollte Deutschland ihrer Meinung nach auf die Veränderungen im Land reagieren?</p> <p>&lt;1&gt; Die entwicklungspolitische Zusammenarbeit sollte beendet werden. Dadurch soll verhindert werden, dass die finanziellen Mittel zur Stärkung der autokratischen Regierung eingesetzt werden.</p> <p>&lt;2&gt; Die entwicklungspolitische Zusammenarbeit sollte fortgesetzt werden. Dadurch soll verhindert werden, dass sich die Lage der Bevölkerung und die Rechtsstaatlichkeit weiter verschlechtern.</p>	<p>&lt;1&gt; Ich stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Ich stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	<p>Für die Abbildung wurden die Zahlenwerte 1 bis 3 zu „stimme (eher) nicht zu“ zusammengefasst, die Werte 4 bis 7 zu „stimme (eher) zu“. Der Wert 4 stellt die Skalenmitte dar und wird als unentschiedene Einstellung interpretiert.</p>

<3> Es sollte nur noch mit nicht-staatlichen Organisationen – z.B. Hilfsorganisationen – zusammenge- arbeitet werden. Dadurch soll sichergestellt wer- den, dass die Grundbedürfnisse der Bevölkerung weiterhin gedeckt werden können.

<4> Deutschland sollte versuchen, durch gezielte entwicklungspolitische Maßnahmen die Demokratie in diesem Land zu stärken.

<5> Deutschland sollte die Zusammenarbeit mit diesem Land reduzieren, aber nicht einstellen. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Grund- bedürfnisse der Bevölkerung weiterhin gedeckt werden können.

<6> Deutschland sollte die entwicklungspolitische Zusammenarbeit mit dem Land an Bedingungen knüpfen. Maßnahmen werden nur dann durchge- führt, wenn die Regierung des Landes demokrati- sche Grundregeln einhält.

<7> Deutschland sollte die entwicklungspolitische Zusammenarbeit mit dem Land reduzieren. Stattdessen sollten die Gelder internationalen Organisationen wie z.B. dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen zur Verfügung gestellt werden. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Grundbedürfnisse der Bevölkerung weiterhin gedeckt werden können.

<8> Die entwicklungspolitische Zusammenarbeit sollte beendet und zusätzliche Sanktionen etabliert werden. Dadurch soll verhindert werden, dass die finanziellen Mittel zur Stärkung der autoritären Regierung eingesetzt und eine Rückkehr zu demokratischen Verhältnissen erreicht werden.

Quelle: eigene Darstellung.

## 1.5 Datenbasis „Exkurs Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs)“

Um zu untersuchen, wie häufig die Sustainable Development Goals (SDGs) in der Presse erwähnt werden, wurde eine Abfrage in der Pressedatenbank LexisNexis durchgeführt. Untersucht wurden folgenden Medien: Bild Bund, Bild Regional, Bild am Sonntag, Die Welt, Die Welt am Sonntag, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, Zeit (inkl. Zeit Magazin), Die Tageszeitung (Taz), Süddeutsche Zeitung im Zeitraum 1. Januar 2015 bis 30. November 2021.

### Kasten 2 Suchworte LexisNexis-Pressedatenbank

"sustainable development goal" ODER "sustainable development goals" ODER "sdg" ODER "sdgs" ODER "nachhaltige entwicklungsziele" ODER "nachhaltiges entwicklungsziel" ODER "Ziele für nachhaltige Entwicklung" ODER "ziel für nachhaltige entwicklung" ODER "Entwicklungsziel" ODER "Entwicklungsziele"

Zusätzlich wurde eine Abfrage der Begriffe „Agenda 2030“ und „SDG“ mittels der Suchfunktionen auf den Websites der Bundesministerien durchgeführt. Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass sich die Inhalte im Zeitverlauf ändern. Insbesondere können ältere Inhalte entfernt werden. Dies ist für eine Wiederholung der Abfrage zu berücksichtigen.

**Tabelle 5** Nennung der SDGs auf den Websites deutscher Ministerien

Ministerium	Suchwort Agenda 2030	Suchwort SDG*
BMZ	355	202
Auswärtiges Amt (AA)	267	120
Bundesfinanzministerium (BMF)	25	36
Bundesministerium der Justiz (BMJ)	169	81
Bundesministerium der Verteidigung (BMVG)	8	6
Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS)	8	4
Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF)	8	3
Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMVi)	1	1
Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)	177	70
Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)	103	82
Bundesministerium für Gesundheit (BMG)	17	8
Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV)	99	106
Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWi)	20	12
Bundesministerium des Inneren und für Heimat (BMI)	48	39

Quelle: Eigene Darstellung. Abfrage am 11. November 2021.

## 1.6 Tabellen für Aufschlüsselung nach Alter, Geschlecht und politischer Orientierung

### 1.6.1 Unterstützt die Bevölkerung Entwicklungspolitik und EZ-Maßnahmen?

**Tabelle 6** Unterstützung für EZ nach Alter

Kategorien EZ-Unterstützung	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Keine Unterstützung	13,5	18,3	18,4	15,9
Mittlere Unterstützung	41,0	42,1	42,9	43,7
Großzügige Unterstützung	37,0	30,9	29,9	35,3
Weiß nicht	8,5	8,8	8,8	5,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 7** Unterstützung für EZ nach Geschlecht

Kategorien EZ-Unterstützung	Männlich	weiblich
Keine Unterstützung	18,1	15,5
Mittlere Unterstützung	43,1	42,4
Großzügige Unterstützung	33,3	32,7
Weiß nicht	5,5	9,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.



**Tabelle 8 Unterstützung für EZ nach politischer Orientierung**

Kategorien EZ-Unterstützung	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Keine Unterstützung	10,6	9,2	15,8	22,3	38,7
Mittlere Unterstützung	29,3	38,8	50,9	47,0	32,6
Großzügige Unterstützung	56,6	48,4	28,5	26,3	25,9
Weiß nicht	3,5	3,5	4,8	4,4	2,8

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 9 Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach Alter**

Einstellung EZ-Ausgaben	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Erheblich erhöhen	6,8	3,7	3,6	3,2
Etwas erhöhen	24,5	19,3	16,4	17,3
Nicht verändern	37,8	39,8	40,1	51,0
Etwas verringern	12,6	10,4	13,1	10,6
Erheblich verringern	5,0	14,9	15,5	10,7
Weiß nicht	13,2	11,9	11,2	7,3

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente

**Tabelle 10 Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach Geschlecht**

Einstellung EZ-Ausgaben	männlich	weiblich
Erheblich erhöhen	4,6	3,4
Etwas erhöhen	19,4	17,6
Nicht verändern	43,3	43,3
Etwas verringern	12,4	11,2
Erheblich verringern	13,5	10,7
Weiß nicht	6,7	13,8

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 11 Unterstützung für die aktuellen Ausgaben für EZ nach politischer Orientierung**

Einstellung EZ-Ausgaben	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Erheblich erhöhen	14,7	5,7	2,1	2,6	3,8
Etwas erhöhen	31,8	28,2	16,8	14,1	14,2
Nicht verändern	32,7	48,3	48,9	45,7	33,0
Etwas verringern	6,7	7,5	11,6	17,0	15,4
Erheblich verringern	6,4	3,6	12,2	15,9	30,1
Weiß nicht	7,7	6,6	8,4	4,8	3,5

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 12 Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach Altersgruppen**

Motiv	Alter	Prozent
Moralische Verpflichtung	18-29 J.	34,1

	30-39 J.	29,2
	40-59 J.	33,2
	60 J. und älter	42,5
<b>Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken</b>	18-29 J.	43,1
	30-39 J.	45,2
	40-59 J.	50,0
	60 J. und älter	59,2
<b>Fluchtursachenbekämpfung</b>	18-29 J.	36,9
	30-39 J.	41,2
	40-59 J.	47,7
	60 J. und älter	60,5
<b>Kampf gegen Klimawandel</b>	18-29 J.	36,0
	30-39 J.	30,6
	40-59 J.	32,7
	60 J. und älter	41,4
<b>Wirtschaftsförderung</b>	18-29 J.	25,2
	30-39 J.	25,7
	40-59 J.	23,5
	60 J. und älter	31,3
<b>Terrorismusbekämpfung</b>	18-29 J.	35,1
	30-39 J.	31,7
	40-59 J.	29,9
	60 J. und älter	36,5
<b>Verhinderung Epidemien</b>	18-29 J.	35,3
	30-39 J.	30,6
	40-59 J.	33,2
	60 J. und älter	41,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 13**      **Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach Geschlecht**

<b>Motiv</b>	<b>Geschlecht</b>	<b>Prozent</b>
<b>Moralische Verpflichtung</b>	männlich	35,3
	weiblich	36,3
<b>Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken</b>	männlich	51,5
	weiblich	50,9
<b>Fluchtursachenbekämpfung</b>	männlich	51,2
	weiblich	47,3
<b>Kampf gegen Klimawandel</b>	männlich	36,5
	weiblich	35,1
<b>Wirtschaftsförderung</b>	männlich	32,4
	weiblich	21,2
<b>Terrorismusbekämpfung</b>	männlich	35,5
	weiblich	31,0
<b>Verhinderung Epidemien</b>	männlich	36,6
	weiblich	35,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000).

**Tabelle 14** Motive für Entwicklungszusammenarbeit nach politischer Orientierung

Motiv	Politische Orientierung	Prozent
<b>Moralische Verpflichtung</b>	links	55,5
	Mitte-links	49,7
	Mitte	35,0
	Mitte-rechts	29,1
	rechts	19,0
<b>Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken</b>	links	60,4
	Mitte-links	58,2
	Mitte	53,8
	Mitte-rechts	48,8
	rechts	43,0
<b>Fluchtursachenbekämpfung</b>	links	51,9
	Mitte-links	57,1
	Mitte	50,4
	Mitte-rechts	52,4
	rechts	44,2
<b>Kampf gegen Klimawandel</b>	links	50,5
	Mitte-links	48,4
	Mitte	36,0
	Mitte-rechts	31,9
	rechts	19,0
<b>Wirtschaftsförderung</b>	links	33,4
	Mitte-links	36,0
	Mitte	25,4
	Mitte-rechts	27,5
	rechts	22,4
<b>Terrorismusbekämpfung</b>	links	46,1
	Mitte-links	43,5
	Mitte	31,3
	Mitte-rechts	32,2
	rechts	27,2
<b>Verhinderung Epidemien</b>	links	45,1
	Mitte-links	45,1
	Mitte	36,2
	Mitte-rechts	31,0
	rechts	34,5

Anmerkung: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozent.

**Tabelle 15** Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach Alter

Kategorien Moral	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ich stimme (voll und ganz) zu	38,8	29,2	28,6	27,0
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu	31,1	31,8	32,6	35,4
Ich stimme (überhaupt) nicht zu	21,1	28,1	31,7	32,0
Weiß nicht	9,0	10,8	7,1	5,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 16** Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach Geschlecht

moral_2	männlich	weiblich
Ich stimme (voll und ganz) zu	30,9	28,7
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu	33,1	33,3
Ich stimme (überhaupt) nicht zu	30,1	28,9
Weiß nicht	5,8	9,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 17** Das Motiv einer moralischen Verpflichtung nach politischer Orientierung

moral_2	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ich stimme (voll und ganz) zu	57,2	44,2	25,0	22,5	24,3
Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu	23,5	35,5	37,6	35,1	20,4
Ich stimme (überhaupt) nicht zu	14,9	16,5	32,0	38,8	50,6
Weiß nicht	4,4	3,7	5,4	3,6	4,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

### 1.6.2 Demokratie und Demokratieförderung in der EZ in der öffentlichen Meinung

**Tabelle 18** Einstellung der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ

Item	Stimme (eher) nicht zu	Mitte	Stimme (eher) zu	Weiß nicht
Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit durch EZ generell	12,8	15,2	63,3	8,7
Priorisierung demokratischer Länder in der EZ	14,9	17,4	57,9	9,8
Konditionale EZ mit nicht-demokratischen Ländern generell	12,9	15,8	60,8	10,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. Zeilenprozent.

**Tabelle 19** Einstellung zu Demokratie und Demokratieförderung nach politischer Orientierung

Item	Politische Orientierung	Stimme (eher) nicht zu	Mitte	Stimme (eher) zu	Weiß nicht
Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit durch EZ generell	links	7,9	12,4	73,1	6,6
	Mitte-links	7,3	11,8	75,5	5,3
	Mitte	12,6	17,9	63,0	6,4
	Mitte-rechts	20,5	14,6	60,4	4,5
	rechts	24,2	16,2	48,5	11,1
Priorisierung demokratischer Länder in der EZ	links	11,6	17,8	62,0	8,7
	Mitte-links	13,8	17,4	64,8	4,0
	Mitte	13,8	18,8	58,3	9,2
	Mitte-rechts	18,2	17,3	59,8	4,8
	rechts	23,2	14,1	51,5	11,1
Konditionale EZ mit nicht-demokratischen Ländern generell	links	13,2	16,9	61,6	8,3
	Mitte-links	12,2	15,4	65,5	6,9
	Mitte	12,8	17,5	61,0	8,7
	Mitte-rechts	13,4	13,7	67,6	5,4
	rechts	19,2	12,1	55,6	13,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. Respondi-Erhebung von November 2021 (N = 2.005). Zeilenprozent.

**Tabelle 20** Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung

Item	Stimme (eher) nicht zu	Mitte	Stimme (eher) zu	Weiß nicht
Beendigung der Zusammenarbeit, um autokratisches Regime nicht zu stärken	25,3	18,3	44,1	12,3
Fortsetzung der Zusammenarbeit, um Verschlechterung der Lage zu verhindern	20,6	20,4	47,3	11,6
Fortsetzung durch zivilgesellschaftliche EZ zur Sicherung der Grundbedürfnisse im Partnerland	14,0	16,2	59,3	10,6
Förderung der Demokratie im Partnerland durch EZ	11,9	14,2	64,1	9,9
Reduzierung der Zusammenarbeit, aber keine Einstellung, um Grundbedürfnisse im Partnerland zu decken	14,1	18,8	58,4	8,8
Konditionale EZ mit dem Partnerland	8,7	13,6	67,9	9,8
Umstieg auf multilaterale EZ mit dem Partnerland, um Grundbedürfnisse weiterhin zu decken	16,7	18,3	54,8	10,2
Beendigung der Zusammenarbeit und zusätzliche Sanktionen für das Partnerland	22,9	18,4	45,8	12,9

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. Zeilenprozente.

**Tabelle 21** Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung nach politischer Orientierung

Item	Politische Orientierung	Stimme (eher) nicht zu	Mitte	Stimme (eher) zu	Weiß nicht
<b>Beendigung der Zusammenarbeit, um autokratisches Regime nicht zu stärken</b>	links	34,7	16,5	39,3	9,5
	Mitte-links	34,3	17,8	39,2	8,7
	Mitte	21,1	21,2	46,8	10,9
	Mitte-rechts	25,3	19,0	49,4	6,2
	rechts	17,2	15,2	53,5	14,1
<b>Fortsetzung der Zusammenarbeit, um Verschlechterung der Lage zu verhindern</b>	links	14,5	19,4	58,3	7,9
	Mitte-links	16,9	20,3	55,9	6,9
	Mitte	19,8	22,5	47,0	10,7
	Mitte-rechts	29,2	20,5	44,0	6,2
	rechts	38,4	18,2	30,3	13,1
<b>Fortsetzung durch zivilgesellschaftliche EZ zur Sicherung der Grundbedürfnisse im Partnerland</b>	links	13,6	15,7	61,2	9,5
	Mitte-links	13,6	16,0	63,7	6,7
	Mitte	10,7	17,8	61,6	9,9
	Mitte-rechts	20,8	13,1	60,1	6,0
	rechts	21,2	16,2	51,5	11,1
<b>Förderung der Demokratie im Partnerland durch EZ</b>	links	5,8	10,7	75,2	8,3
	Mitte-links	8,7	12,9	73,1	5,3
	Mitte	11,2	16,9	63,5	8,5
	Mitte-rechts	18,2	13,4	61,6	6,8
	rechts	25,3	13,1	50,5	11,1
<b>Reduzierung der Zusammenarbeit, aber keine Einstellung, um Grundbedürfnisse im Partnerland zu decken</b>	links	12,0	16,9	62,8	8,3
	Mitte-links	12,0	19,8	65,0	3,1
	Mitte	12,9	20,8	59,3	7,0
	Mitte-rechts	18,5	17,3	58,3	6,0
	rechts	26,3	18,2	44,4	11,1
<b>Konditionale EZ mit dem Partnerland</b>	links	6,2	15,7	70,2	7,9
	Mitte-links	8,7	12,0	74,2	5,1
	Mitte	7,6	15,5	68,6	8,3
	Mitte-rechts	11,0	12,5	69,9	6,5
	rechts	15,2	10,1	62,6	12,1
<b>Umstieg auf multilaterale EZ mit dem Partnerland, um Grundbedürfnisse weiterhin zu decken</b>	links	15,3	19,4	57,4	7,9
	Mitte-links	13,8	20,7	60,1	5,3
	Mitte	16,9	19,6	53,9	9,6
	Mitte-rechts	18,5	15,5	59,5	6,5
	rechts	25,3	14,1	52,5	8,1
<b>Beendigung der Zusammenarbeit und zusätzliche Sanktionen für das Partnerland</b>	links	32,6	18,2	40,1	9,1
	Mitte-links	31,4	18,0	41,6	8,9
	Mitte	17,8	21,1	48,7	12,5
	Mitte-rechts	20,8	15,2	55,4	8,6
	rechts	17,2	18,2	54,5	10,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. Zeilenprozenter.



### 1.6.3 Wahrnehmung der Einflussmöglichkeiten auf die Lage in Entwicklungsländern

**Tabelle 22**      **Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach Alter**

Akteur	Alter	Mittelwert	95%-Konfidenzintervalle	
			Untere Grenze	Obere Grenze
<b>Ich persönlich</b>	18-29 J.	3,91	3,65	4,17
	30-39 J.	3,72	3,52	3,92
	40-59 J.	3,18	3,05	3,31
	60 J. und älter	2,65	2,51	2,79
	Durchschnitt	3,21	3,12	3,29
<b>Bundesregierung</b>	18-29 J.	6,24	6,03	6,46
	30-39 J.	5,80	5,60	5,99
	40-59 J.	5,80	5,67	5,93
	60 J. und älter	6,10	5,96	6,24
	Durchschnitt	5,98	5,90	6,06
<b>NGOs</b>	18-29 J.	5,99	5,79	6,20
	30-39 J.	6,01	5,82	6,19
	40-59 J.	5,91	5,78	6,04
	60 J. und älter	6,13	5,99	6,27
	Durchschnitt	6,01	5,94	6,09
<b>Unternehmen</b>	18-29 J.	6,52	6,28	6,75
	30-39 J.	6,43	6,23	6,63
	40-59 J.	6,59	6,46	6,71
	60 J. und älter	6,91	6,77	7,04
	Durchschnitt	6,66	6,58	6,74
<b>Internationale Organisationen</b>	18-29 J.	6,80	6,57	7,04
	30-39 J.	6,57	6,38	6,76
	40-59 J.	6,54	6,41	6,67
	60 J. und älter	6,81	6,67	6,95
	Durchschnitt	6,68	6,60	6,76

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Dargestellt sind die Mittelwerte und 95%-Konfidenzintervalle.

**Tabelle 23**    **Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach Geschlecht**

Akteur	Geschlecht	Mittelwert	95%-Konfidenzintervalle	
			Untere Grenze	Obere Grenze
Ich persönlich	männlich	3,14	3,01	3,26
	weiblich	3,28	3,16	3,40
	Durchschnitt	3,21	3,12	3,29
Bundesregierung	männlich	5,82	5,71	5,93
	weiblich	6,13	6,02	6,25
	Durchschnitt	5,98	5,90	6,06
NGOs	männlich	5,78	5,67	5,89
	weiblich	6,26	6,15	6,37
	Durchschnitt	6,01	5,94	6,09
Unternehmen	männlich	6,48	6,36	6,60
	weiblich	6,84	6,73	6,95
	Durchschnitt	6,66	6,58	6,74
Internationale Organisationen	männlich	6,40	6,28	6,52
	weiblich	6,96	6,85	7,07
	Durchschnitt	6,68	6,60	6,76

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Dargestellt sind die Mittelwerte und 95%-Konfidenzintervalle.

**Tabelle 24**    **Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure nach politischer Orientierung**

Akteur	Politische Orientierung	Mittelwert	95%-Konfidenzintervalle	
			Untere Grenze	Obere Grenze
<b>Ich persönlich</b>	links	3,50	3,19	3,81
	Mitte-links	3,62	3,45	3,80
	Mitte	3,10	2,96	3,23
	Mitte-rechts	3,12	2,92	3,31
	rechts	3,17	2,78	3,56
	Durchschnitt	3,21	3,12	3,29
<b>Bundesregierung</b>	links	6,66	6,37	6,95
	Mitte-links	6,57	6,41	6,72
	Mitte	5,98	5,85	6,11
	Mitte-rechts	5,53	5,37	5,70
	rechts	5,20	4,83	5,56
	Durchschnitt	5,98	5,90	6,06
<b>NGOs</b>	links	6,40	6,12	6,68
	Mitte-links	6,63	6,49	6,78
	Mitte	6,09	5,96	6,22
	Mitte-rechts	5,63	5,46	5,79
	rechts	5,19	4,85	5,52
	Durchschnitt	6,01	5,94	6,09
<b>Unternehmen</b>	links	7,28	6,99	7,57
	Mitte-links	7,24	7,09	7,40
	Mitte	6,66	6,54	6,79
	Mitte-rechts	6,26	6,08	6,45
	rechts	5,91	5,58	6,24
	Durchschnitt	6,66	6,58	6,74
<b>Internationale Organisationen</b>	links	7,25	6,96	7,55
	Mitte-links	7,26	7,11	7,42
	Mitte	6,75	6,62	6,89
	Mitte-rechts	6,19	6,01	6,36
	rechts	5,96	5,62	6,30
	Durchschnitt	6,68	6,60	6,76

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Dargestellt sind die Mittelwerte und 95%-Konfidenzintervalle.

**Tabelle 25**    **Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure im Ländervergleich**

Land	Variable	Mittelwert	95%-Konfidenzintervalle	
			Untere Grenze	Obere Grenze
Deutschland	Ich persönlich	3,21	3,12	3,29
	Regierung	5,98	5,90	6,06
	NGOs	6,01	5,94	6,09
	Unternehmen	6,66	6,58	6,74
	Internationale Organisationen	6,68	6,6	6,76
Frankreich	Ich persönlich	3,33	3,24	3,42
	Regierung	5,43	5,35	5,51
	NGOs	6,00	5,92	6,08
	Unternehmen	6,17	6,09	6,25
	Internationale Organisationen	6,55	6,47	6,63
Großbritannien	Ich persönlich	2,38	2,32	2,44
	Regierung	5,19	5,11	5,26
	NGOs	5,76	5,69	5,83
	Unternehmen	6,27	6,19	6,34
	Internationale Organisationen	6,34	6,26	6,41
USA	Ich persönlich	3,07	2,97	3,17
	Regierung	5,38	5,27	5,48
	NGOs	5,69	5,59	5,79
	Unternehmen	6,10	6,00	6,20
	Internationale Organisationen	5,63	5,52	5,73

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panelwelle 3 (9/2021); D: N = 6.000; F: N = 6.106; GB: N = 8.281; USA: N = 6.112. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen.

## 1.6.4 Exkurs: Kennt die Bevölkerung die Sustainable Development Goals (SDGs)?

Tabelle 26 Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Alter

Kategorien Bekanntheit	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt	14,9	11,3	7,4	4,4
Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt	30,5	25,5	19,4	17,5
Nein	45,0	53,2	65,5	72,5
Weiß nicht	9,6	9,9	7,8	5,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

Tabelle 27 Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Geschlecht

Kategorien Bekanntheit	männlich	weiblich
Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt	10,9	5,7
Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt	23,0	20,0
Nein	59,6	65,5
Weiß nicht	6,5	8,8

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

Tabelle 28 Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach politischer Orientierung

Kategorien Bekanntheit	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt	14,5	10,3	4,9	10,2	15,4
Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt	26,1	26,6	19,5	25,9	19,6
Nein	55,5	57,7	69,9	60,5	58,6
Weiß nicht	3,9	5,4	5,8	3,5	6,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 29 Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) nach Bildungsabschluss**

Bekanntheit SDGs	Noch in schulischer Ausbildung	HS	RS	Abitur	Ohne Abschluss	Keine Angabe
Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt	12,8	5,8	4,6	14,0	11,0	0,0
Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt	39,6	14,6	19,3	28,7	27,7	15,8
Nein	37,9	71,6	68,9	50,4	45,2	44,3
Weiß nicht	9,6	8,1	7,3	6,9	16,2	39,8

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

### 1.6.5 Wie wirksam ist die EZ aus Sicht der Bevölkerung?

**Tabelle 30 Wirksamkeit der EZ nach Alter**

Kategorien Wirksamkeit	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
(Absolut) ineffektiv	14,8	19,1	24,1	22,2
Mittel	46,5	44,8	41,2	45,5
(Sehr) effektiv	23,7	20,3	20,7	22,0
Weiß nicht	15,1	15,8	13,9	10,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 31 Wirksamkeit der EZ nach Geschlecht**

Kategorien Wirksamkeit	männlich	weiblich
(Absolut) ineffektiv	24,3	18,1
Mittel	43,9	44,2
(Sehr) effektiv	21,8	21,3
Weiß nicht	9,9	16,4

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 32 Wirksamkeit der EZ nach politischer Orientierung**

Kategorien Wirksamkeit	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
(Absolut) ineffektiv	20,6	15,9	20,2	26,0	37,2
Mittel	35,9	50,3	49,1	46,4	31,9
(Sehr) effektiv	30,9	24,8	19,8	21,0	24,2
Weiß nicht	12,5	9,1	10,9	6,6	6,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

## 2. KAPITEL 3: „ENGAGEMENT DER BÜRGER\*INNEN IN DER ENTWICKLUNGSPOLITIK“

### 2.1 Kapitel 3.1: „Nicht-monetäres entwicklungspolitisches Engagement“

#### 2.1.1 Datenbasis nicht-monetäres Engagement

Als Datenbasis für das Kapitel dienen erneut die Panel- und Tracker-Erhebungen des DEL seit 2019 (siehe Abschnitt 1.2). Auch für die Analysen des nicht-monetären entwicklungspolitischen Engagements werden die GewichtungsvARIABLEN genutzt.

**Tabelle 33** Verwendete Items Development Engagement Lab (DEL)

Einstellungsdimension	Variable DEL	Fragetext	Antwortkategorien	Erhebungswellen	Anmerkungen
Informationsaufnahme und -verbreitung	engage1a-c	Welche der folgenden Dinge, wenn überhaupt eines, haben Sie bezüglich Armut und Entwicklung in der Welt in den vergangenen 12 Monaten getan? - Nachrichten oder Berichte darüber gelesen, angeschaut oder angehört (offline oder online); - Mit Freunden, der Familie oder anderen Menschen darüber diskutiert; - Einen Artikel oder Informationen darüber geteilt/weitergeleitet (offline oder online)	<1> Habe ich getan <2> Habe ich nicht getan <3> Ich weiß nicht	DEL-Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021, 1/2022	
Engagement Organisationen	engage3a	Welche der folgenden Dinge, wenn überhaupt eines, haben Sie bezüglich Armut und Entwicklung in der Welt in den vergangenen 12 Monaten getan?  Ehrenamtliche Mitarbeit bei einer Hilfsorganisation in diesem Bereich in Deutschland oder im Ausland.	<1> Habe ich getan; <2> Habe ich nicht getan; <3> Ich weiß nicht;	DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021, 1/2022	Ein weiteres Item, das nach dem Eintritt in eine Organisation fragt, wurde nicht in die Auswertung einbezogen, da es zugleich auch nach dem Folgen von Organisationen auf sozialen Medien fragt.
Politische Partizipation	engage4a-d	Welche der folgenden Dinge haben Sie in den vergangenen 12 Monaten gegebenenfalls unternommen, um die Maßnahmen zur Bekämpfung weltweiter Armut zu unterstützen bzw. diesen entgegenzutreten? - Sie haben Ihre Meinung geäußert, um auf das Thema Einfluss zu nehmen (z.B. eine Petition unterzeichnet, einen Blog geschrieben usw.); - Sie haben einen Parlamentsabgeordneten oder sonstigen gewählten Amtsträger kontaktiert (z.B. persönlich, telefonisch, schriftlich oder über Twitter, Facebook oder sonstige soziale Medien); - Sie haben Produkte/Dienstleistungen gekauft oder boykottiert, die mit dem Thema in Zusammenhang stehen (z.B. Produkte in einem Wohltätigkeitsladen gekauft).	<1> Habe ich unternommen, um die Maßnahmen zur Bekämpfung weltweiter Armut zu **unterstützen**; <2> Habe ich unternommen, um den Maßnahmen zur Bekämpfung weltweiter Armut **entgegenzutreten**; <3> Habe ich nicht gemacht; <4> Ich weiß nicht	DEL Panel 9/2019, 9/2020, 9/2021; DEL Tracker 1/2020, 6/2020, 1/2021, 6/2021, 1/2022	

Quelle: eigene Darstellung.

### 2.1.2 Tabellen für Aufschlüsselung nach Alter, Geschlecht und politischer Orientierung

**Tabelle 34** Nachrichten gelesen nach Alter

Nachrichten gelesen	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ja, habe ich	55,4	50,9	59,7	75,8
Nein, habe ich nicht	34,4	39,5	33,2	20,2
Weiß nicht	10,3	9,7	7,0	4,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 35** Nachrichten gelesen nach Geschlecht

Nachrichten gelesen	Männlich	weiblich
Ja, habe ich	63,6	62,4
Nein, habe ich nicht	29,4	30,6
Weiß nicht	6,9	7,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 36** Nachrichten gelesen nach politischer Orientierung

Nachrichten gelesen	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ja, habe ich	73,8	74,3	62,7	62,1	58,3
Nein, habe ich nicht	21,0	22,3	32,0	33,1	35,4
Weiß nicht	5,2	3,5	5,3	4,7	6,2

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 37** Diskussion Freunde und Familie nach Alter

Diskussion	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ja, habe ich	44,9	44,6	44,2	54,1
Nein, habe ich nicht	42,0	45,0	49,6	41,3
Weiß nicht	13,1	10,4	6,3	4,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 38** Diskussion Freunde und Familie nach Geschlecht

Diskussion	Männlich	weiblich
Ja, habe ich	46,0	49,3
Nein, habe ich nicht	46,7	43,1
Weiß nicht	7,2	7,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.



**Tabelle 39 Diskussion Freunde und Familie nach politischer Orientierung**

Diskussion	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ja, habe ich	62,6	56,6	46,5	44,9	45,2
Nein, habe ich nicht	32,3	39,2	48,0	50,1	47,8
Weiß nicht	5,1	4,2	5,5	5,0	7,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 40 Informationen geteilt nach Alter**

Informationen geteilt	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ja, habe ich	24,9	20,6	14,6	11,6
Nein, habe ich nicht	62,9	68,8	78,6	83,0
Weiß nicht	12,2	10,6	6,8	5,3

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 41 Informationen geteilt nach Geschlecht**

Informationen geteilt	Männlich	weiblich
Ja, habe ich	16,2	16,2
Nein, habe ich nicht	76,1	76,0
Weiß nicht	7,7	7,9

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 42 Informationen geteilt nach politischer Orientierung**

Informationen geteilt	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ja, habe ich	25,3	21,0	12,0	17,3	22,2
Nein, habe ich nicht	67,6	74,3	82,8	76,9	72,0
Weiß nicht	7,1	4,7	5,2	5,7	5,9

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 43 Ehrenamt nach Alter**

Ehrenamt	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Ja, habe ich	13,7	12,5	5,9	3,5
Nein, habe ich nicht	76,2	80,3	89,1	94,6
Weiß nicht	10,1	7,2	5,1	2,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 44 Ehrenamt nach Geschlecht**

Ehrenamt	Männlich	weiblich
Ja, habe ich	9,1	5,7
Nein, habe ich nicht	85,6	89,2
Weiß nicht	5,3	5,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 45 Ehrenamt nach politischer Orientierung**

Ehrenamt	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Ja, habe ich	9,1	6,4	5,8	10,3	15,4
Nein, habe ich nicht	88,7	91,1	90,9	86,3	79,7
Weiß nicht	2,3	2,5	3,3	3,4	4,9

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 46 Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach Alter**

Meinungsäußerung	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Unterstützend unternommen	22,0	16,1	10,4	9,1
Entgegenstretend unternommen	15,6	10,9	6,4	5,2
Habe ich nicht gemacht	53,8	65,3	77,1	83,0
Weiß nicht	8,6	7,7	6,1	2,8

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 47 Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach Geschlecht**

Meinungsäußerung	Männlich	weiblich
Unterstützend unternommen	13,2	12,3
Entgegenstretend unternommen	9,1	7,3
Habe ich nicht gemacht	72,1	74,8
Weiß nicht	5,7	5,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 48 Meinungsäußerung (z.B. Petition) nach politischer Orientierung**

Meinungsäußerung	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Unterstützend unternommen	27,8	19,5	8,9	10,6	15,0
Entgegenstretend unternommen	7,1	9,7	6,7	10,8	13,2
Habe ich nicht gemacht	60,8	67,8	80,8	75,1	67,7
Weiß nicht	4,3	3,1	3,6	3,5	4,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 49 Kontakt Politiker\*in nach Alter**

Kontakt Politiker*in	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Unterstützend unternommen	12,8	9,5	3,5	1,5
Entgegenstretend unternommen	11,5	9,7	3,9	1,6
Habe ich nicht gemacht	68,3	74,1	87,5	95,0
Weiß nicht	7,4	6,8	5,2	1,9

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozente.

**Tabelle 50 Kontakt Politiker\*in nach Geschlecht**

Kontakt Politiker*in	Männlich	weiblich
Unterstützend unternommen	6,6	3,9
Entgegentretend unternommen	6,6	3,9
Habe ich nicht gemacht	82,0	87,6
Weiß nicht	4,8	4,6

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 51 Kontakt Politiker\*in nach politischer Orientierung**

Kontakt Politiker*in	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Unterstützend unternommen	7,9	5,6	2,7	9,2	9,2
Entgegentretend unternommen	4,8	5,6	3,7	8,0	10,2
Habe ich nicht gemacht	84,7	86,9	91,2	80,3	75,5
Weiß nicht	2,6	2,0	2,5	2,6	5,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 52 Teilnahme Demonstration nach Alter**

Teilnahme Demonstration	18-29 J.	30-39 J.	40-59 J.	60 J. und älter
Unterstützend unternommen	12,0	8,5	3,9	1,1
Entgegentretend unternommen	15,1	10,6	3,8	1,5
Habe ich nicht gemacht	66,0	74,4	87,5	95,4
Weiß nicht	6,9	6,4	4,9	2,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 53 Teilnahme Demonstration nach Geschlecht**

Teilnahme Demonstration	Männlich	weiblich
Unterstützend unternommen	6,5	3,5
Entgegentretend unternommen	7,7	4,1
Habe ich nicht gemacht	81,3	87,9
Weiß nicht	4,5	4,5

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

**Tabelle 54 Teilnahme Demonstration nach politischer Orientierung**

Teilnahme Demonstration	links	Mitte-links	Mitte	Mitte-rechts	rechts
Unterstützend unternommen	9,9	5,4	3,1	5,6	12,1
Entgegentretend unternommen	3,1	5,3	4,7	9,9	11,6
Habe ich nicht gemacht	84,4	87,0	89,8	82,6	72,8
Weiß nicht	2,5	2,3	2,4	1,9	3,5

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis DEL-Panel September 2021 (N = 6.000). Spaltenprozentage.

## 2.2 Kapitel 3.2: „Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen“

Das GfK Charity Panel erfasst Spenden von deutschen Privatpersonen ab 10 Jahren (siehe Corcoran, 2022). Dabei wird eine repräsentative Stichprobe (N ≈ 10.000) im monatlichen Abstand schriftlich (davon rund 80% online) im Format eines Tagebuchs zu ihrem Spendenverhalten befragt. Nicht erhoben werden Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen und gerichtlich veranlasste Geldzuwendungen, Stiftungsneugründungen sowie Großspenden über 2.500 €. Die Daten werden auf die Bevölkerung in Deutschland ab 10 Jahren hochgerechnet.

### 2.2.1 Fragebogen GfK Charity Panel

**Tabelle 55 Daten Spendenprofil**

Daten Spendenprofil	
WERT	Spendenvolumen in Cent
Datum	Spendendatum (JJJJMMTT)
SPENDENO	Spendenzweck (ab 2011 verfügbar)
CHSpende	Spendenorganisationen

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis GfK Charity Panel.

**Tabelle 56 Soziodemographische Rohdaten**

Rohdaten Soziodemo	
Geschle2	Geschlecht des Kalenderführers
Bundesla	Bundesland
Haushal2	Haushaltsgröße
Ortsgroe	Ortsgröße (in Klassen)
Schulbis	Schulbildung des Kalenderführers
HHnettoo	HH-Netto-Einkommen monatlich ab 2002
AlterKFN	Altersklasse des Kalenderführers
PLZ3	3-stellige PLZ

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis GfK Charity Panel.

**Tabelle 57 Fragebogen Sonderbefragung GfK Charity Panel**

Im Folgenden haben wir Aussagen zum Spenden aufgeführt. Bitte geben Sie zu jeder Aussage an, inwieweit Sie dieser zustimmen.	
Spendenbereitschaft	
EHR21031	Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für gemeinnützige Zwecke zu spenden
Beitragsmöglichkeit	
EHR21050	Am liebsten würde ich für Projekte spenden, an denen ich mich selbst beteiligen kann
EHR21032	Durch Spenden will ich einen kleinen Beitrag dazu leisten, die Not von Bedürftigen zu lindern
Gründe nicht zu spenden	
EHR21029	In meiner wirtschaftlichen Situation kann ich mir keine Spenden leisten
EHR21026	Ich finde, Hilfe für die Ärmsten ist ausschließlich Sache des Staates

<b>EHR21027</b>	Ich empfinde die vielen Spendenaufrufe als Belästigung
<b>EHR21030</b>	Ich bin unsicher, welchen gemeinnützigen Organisationen ich wirklich vertrauen kann
<b>EHR21052</b>	Es gibt so viele ähnliche Organisationen, dass ich mich nur schwer entscheiden kann, für wen ich spenden soll
<b>Motive zu Spenden</b>	
<b>EHR21028</b>	Für mich sind Spenden ganz selbstverständlich
<b>EHR21033</b>	Ich finde es wichtig, soziale Projekte, die durch den Staat nicht finanziert werden, durch Spenden zu ermöglichen
<b>Bedarfe</b>	
<b>EHR21053</b>	Wenn ich Geld spende, möchte ich genaue Informationen über das Projekt bekommen
	<b>Was sind die drei wichtigsten Faktoren, wenn Sie sich dafür entscheiden, etwas zu spenden?</b>
<b>EHR21096</b>	Ich habe Geld übrig
<b>EHR21097</b>	Ich unterstütze das Thema/das Thema ist mir wichtig
<b>EHR21094</b>	Ich unterstütze die Organisation/die Organisation ist mir wichtig
<b>EHR21095</b>	Ich spende regelmäßig aus Gewohnheit
<b>EHR21116</b>	Ich bin / war persönlich betroffen
<b>EHR21117</b>	Ich bin berührt von einer Notsituation/habe Mitgefühl mit Betroffenen
<b>EHR21114</b>	Ich möchte helfen
<b>EHR21115</b>	Ich möchte von meinen Möglichkeiten etwas abgeben/ich möchte mit anderen teilen, was ich habe
<b>EHR21120</b>	Ich fühle mich verantwortlich für das Thema/die Beteiligten
<b>EHR21118</b>	keiner der genannten Faktoren
	<b>Wie ist Ihre persönliche Meinung: Sind die folgenden Themen/Maßnahmen während der Corona-Pandemie wichtiger oder werden diese Themen/Maßnahmen nach der Corona-Pandemie wichtiger sein? Bitte nur eine Angabe pro Spalte</b>
<b>EHR21064</b>	Maßnahmen gegen Krankheit, Hunger und Armut in der Welt
<b>EHR21065</b>	Maßnahmen gegen Krankheit, Hunger und Armut in Deutschland
<b>EHR21062</b>	Maßnahmen gegen Krankheit, Hunger und Armut in der eigenen Stadt
<b>EHR21063</b>	Maßnahmen zur Vorbeugung von Krankheit, Hunger und Armut
<b>EHR21084</b>	Maßnahmen gegen den globalen Klimawandel
<b>EHR21085</b>	Maßnahmen für den Naturschutz
<b>EHR21088</b>	Maßnahmen zur Unterstützung der Krankenhäuser und medizinischen Einrichtungen
<b>EHR21086</b>	Hilfe für Flüchtlinge in der Welt
<b>EHR21087</b>	Hilfe für Flüchtlinge in Deutschland
<b>EHR21076</b>	Hilfe für Corona-Erkrankte und Langzeitfolgen

	Wie hat sich Ihr Spendenverhalten seit Beginn der Corona-Pandemie verändert?
EHR21067	Ich spende mehr Geld
EHR21072	Ich spende regelmäßiger
EHR21073	Ich mache vermehrt Einzelspenden, d. h. einmalige Spenden an verschiedene Organisationen
EHR21070	Ich spende vermehrt für regionale Organisationen und Zwecke
EHR21071	Ich spende vermehrt für internationale Organisationen und Zwecke
EHR21060	Ich gebe vermehrt Geld direkt an hilfsbedürftige Menschen in meiner Umgebung
EHR21061	Ich kaufe Lebensmittel und/oder andere Waren und spende sie an hilfsbedürftige Menschen und Organisationen (z. B. Tafel, Tierheim)
EHR21058	Ich kaufe Produkte, bei denen ein Teil des Kaufpreises an gemeinnützige Organisationen gespendet wird
EHR21059	Ich habe regelmäßige Spendenverpflichtungen gekündigt

Quelle: eigene Darstellung. Antwortskala: „Stimme überhaupt nicht zu“, „Stimme eher nicht zu“, „Bin unentschieden“, „Stimme etwas zu“, „Stimme voll und ganz zu“.

### 2.2.2 Tabellen Codierung Organisationen und Spendenzwecke GfK Charity Panel

**Tabelle 58 Organisationen, die als entwicklungspolitisch definiert werden (VENRO)**

Als entwicklungspolitische Organisation gekennzeichnete Organisation (VENRO Mitglied)
ACTION MEDEOR
AKTION GEGEN DEN HUNGER
ANDHERI HILFE
BROT FUER DIE WELT
CARE DEUTSCHLAND
CHRISTOFFEL BLINDENMISSION
DAHW DT. LEPRO UND TUBERKUL
GERMAN DOCTORS
HELP HILFE ZUR SELBSTHILFE
HOFFNUNGSZEICHEN
HUMEDICA INTERNATIONAL E V
MEDICO INTERNATIONAL
MISEREOR BISCHOEFL. HILFSW.
OXFAM
SAVE THE CHILDREN
TERRE DES HOMMES DEUTSCHLAND
DEUTSCHE WELTHUNGERHILFE
WORLD VISION DEUTSCHLAND
KINDERNOTHILFE
ADRA KINDER HELFEN KINDER
PLAN
SOLIDARITAET-INTERN. (SODI)

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis GfK Charity Panel.

**Tabelle 59 Organisationen, die konditional berücksichtigt wurden****Konditional berücksichtigte Organisationen**

CARITAS
MALTESER HILFSDIENST
SOS-KINDERDORF
DIAKON. WERK DER EV. KIRCHE
JOHANNITER-UNFALL-HILFE
ARBEITER SAMARITER BUND
BUNDESVEREINIGUNG LEBENSHILFE
DON BOSCO-AKTION
KOLPING WERK DEUTSCHLAND
Ärzte ohne Grenzen
UNICEF

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis GfK Charity Panel.

**Tabelle 60 Spendenzweck (GfK Charity Panel)**

<b>Spendenzweck</b>	<b>Anzahl an Nennungen</b>	<b>Anteil (in %)</b>
ANDERE SOZIALE ZWECKE	15.547	4,73
BILDUNG	3.049	0,93
DENKMALPFLEGE	3.111	0,95
ENTWICKLUNGSHILFE	5.846	1,78
HILFE FUER KINDER /JUGENDLICHE	46.942	14,27
HILFE FUER KRANKE / BEHINDERTE	15.405	4,68
KIRCHLICHE / RELIGIOESE ZWECKE	40.561	12,33
KUNST / KULTUR	2.559	0,78
NATURSCHUTZ / UMWELTSCHUTZ	7.911	2,40
OHNE ANGABE	121.465	36,92
SOFORT. NOT-KATASTROPHENHILFE	23.643	7,19
SONSTIGES	14.374	4,37
SPORT	1.824	0,55
TIERSCHUTZ	19.064	5,80
WEISS NICHT	5.977	1,82
ZZ OHNE ANGABE	1.688	0,51

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis GfK Charity Panel.

## 2.2.2 Tabellen Analysen Spendenverhalten

Tabelle 61 Sozioökonomische Einflussfaktoren auf das Spendenverhalten

Soziodemographische Merkmale	Spenden ja/nein
10-19 J.	0 (.)
20-29 J.	-0,00491 (-0,28)
30-39 J.	0,0809*** (4,32)
40-59 J.	0,198*** (11,24)
60 J. und älter	0,486*** (28,10)
Männlich	0 (.)
Weiblich	0,0488*** (4,74)
Bildungsniveau Niedrig	0 (.)
Bildungsniveau Mittel	0,0288* (2,04)
Bildungsniveau Hoch	0,0802*** (5,45)
Einkommen 0 bis 1.299€	0 (.)
Einkommen 1.300 bis 1.999€	0,0367* (2,18)
Einkommen 2.000 bis 3.599€	0,0717*** (4,49)
Einkommen 3.600 und mehr	0,109*** (5,67)
Baden-Württemberg	0 (.)
Bayern	0,0358 (1,90)
Berlin	-0,0770** (-2,76)
Brandenburg	-0,105*** (-3,35)
Bremen	-0,0425



	(-0,80)
<b>Hamburg</b>	-0,0280
	(-0,77)
<b>Hessen</b>	-0,0162
	(-0,69)
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	-0,0835*
	(-2,05)
<b>Niedersachsen</b>	-0,0599*
	(-2,57)
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	-0,0610**
	(-3,25)
<b>Rheinland-Pfalz</b>	-0,00826
	(-0,31)
<b>Saarland</b>	-0,00534
	(-0,10)
<b>Sachsen</b>	-0,0668*
	(-2,56)
<b>Sachsen-Anhalt</b>	-0,112***
	(-3,48)
<b>Schleswig-Holstein</b>	-0,0252
	(-0,85)
<b>Thüringen</b>	-0,120***
	(-3,40)
<b>N</b>	19.064

Quelle: eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$  (T-Statistik in Klammern). Abgetragen sind marginale Effekte (Regressionskoeffizienten) einer gepoolten logistischen Regression. Die abhängige Variable ist ein Dummy, der angibt, ob eine Person gespendet hat (1) oder nicht (0). Die Referenzkategorien der unabhängigen Variablen werden mit 0 (.) ausgewiesen.

**Tabelle 62 Vergleich von Spendenden generell und Spendenden für Entwicklungspolitik**

<b>Soziodemographische Merkmale</b>	<b>Vergleich von Spendenden generell und Spendenden für Entwicklungspolitik</b>
<b>10-19 J.</b>	0
	(.)
<b>20-29 J.</b>	-0,0761*
	(-2,00)
<b>30-39 J.</b>	-0,00410
	(-0,11)
<b>40-59 J.</b>	0,0954*
	(2,52)
<b>60 J. und älter</b>	0,174***
	(4,68)

<b>Männlich</b>	0 (.)
<b>Weiblich</b>	0,00621 (0,34)
<b>Bildungsniveau Niedrig</b>	0 (.)
<b>Bildungsniveau Mittel</b>	0,00542 (0,23)
<b>Bildungsniveau Hoch</b>	0,0641* (2,48)
<b>Einkommen 0 bis 1.299€</b>	0 (.)
<b>Einkommen 1.300 bis 1.999€</b>	0,0217 (0,67)
<b>Einkommen 2.000 bis 3.599€</b>	-0,000198 (-0,01)
<b>Einkommen 3.600 und mehr</b>	0,0252 (0,70)
<b>Baden-Württemberg</b>	0 (.)
<b>Bayern</b>	-0,0341 (-1,04)
<b>Berlin</b>	-0,0667 (-1,31)
<b>Brandenburg</b>	-0,146** (-3,17)
<b>Bremen</b>	0,0558 (0,46)
<b>Hamburg</b>	-0,0535 (-0,87)
<b>Hessen</b>	-0,0711 (-1,73)
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	-0,0654 (-0,86)
<b>Niedersachsen</b>	-0,119** (-2,92)
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	-0,0673* (-2,02)
<b>Rheinland-Pfalz</b>	-0,0586 (-1,26)
<b>Saarland</b>	-0,0844 (-0,84)

Sachsen	-0,0758 (-1,66)
Sachsen-Anhalt	-0,0508 (-0,77)
Schleswig-Holstein	-0,128* (-2,50)
Thüringen	-0,155** (-3,31)
N	8.290

Quelle: eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$  (T-Statistik in Klammern). Abgetragen sind marginale Effekte (Regressionskoeffizienten) einer gepoolten logistischen Regression. Die abhängige Variable ist ein Dummy, der angibt, ob eine Person für entwicklungspolitische Organisationen gespendet hat (1) oder ob sie generell gespendet hat, aber nicht für entwicklungspolitische Organisationen (0). Die Referenzkategorien der unabhängigen Variablen werden mit 0 (.) ausgewiesen.

### 2.2.3 Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft

Das Umfrageexperiment wurde in einer bevölkerungsrepräsentativen Umfrage des Befragungsinstituts Respondi (N = 1.600) im Februar 2022 durchgeführt (Feldzeit: 18.02. bis 28.02.2022). Die Stichprobe wurde nach Alter, Bildung, Geschlecht und Bundesland quotiert, so dass die Verteilung dieser Merkmale der Bevölkerung Deutschlands bis 75 Jahre entspricht. Die Treatments (2 x 2-Design; Organisation 1/Organisation 2 x Siegel ja/nein) wurde nach dem Zufallsprinzip zugewiesen. Das heißt, das Experiment bestand aus vier in etwa gleich großen Experimentalgruppen.

**Tabelle 63 Frageformulierung Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft**

Variable	Fragewortlaut	Antwortkategorien
<b>Experiment (Treatment)</b>	<p>Auf der folgenden Seite finden Sie die Beschreibung einer Organisation bzw. eines Vereins. Bitte lesen Sie den Text aufmerksam, wir werden Ihnen anschließend einige Fragen dazu stellen.</p> <p><b>[Bündnis Entwicklung Hilft]</b> Bündnis Entwicklung Hilft e.V. ist ein Zusammenschluss der neun Hilfswerke Brot für die Welt, Christoffel-Blindenmission, DAHW Deutsche Lepra- und Tuberkulosehilfe, Kindernothilfe, medico international, Misereor, Plan International, terre des hommes und Welthungerhilfe. Assoziierte Mitglieder sind German Doctors und Oxfam. Die im Bündnis Entwicklung Hilft zusammenarbeitenden Hilfsorganisationen leisten akute und langfristige Hilfe bei Katastrophen und in Krisengebieten. Zu diesem Zweck sammelt das Bündnis Spenden und leitet diese an die Mitgliedsorganisationen weiter. Darüber hinaus leistet das Bündnis Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Ursachen von Katastrophen und Krisen werden sichtbar gemacht und Möglichkeiten der Behebung von Not und Elend aufgezeigt. Dazu dient insbesondere der WeltRisikoBericht, der jährlich vom Bündnis Entwicklung Hilft herausgegeben wird.</p>	–

**[Spendensiegel\_1]** Seit 2016 ist das Bündnis Entwicklung Hilft e.V. Inhaber eines DZI-Zertifikats. Das DZI Spenden-Siegel belegt, dass eine Organisation mit den ihr anvertrauten Geldern sorgfältig und verantwortungsvoll umgeht. Mehr noch: Siegel-Organisationen verpflichten sich freiwillig, die DZI-Standards zu erfüllen und damit höchsten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden. Sie sind leistungsfähig, arbeiten transparent, wirtschaften sparsam, informieren sachlich und wahrhaftig und haben wirksame Kontroll- und Aufsichtsstrukturen. Auf diese Weise gewährleisten sie, dass die ihnen zufließenden Spenden den gemeinnützigen Zweck erfüllen. Dieses Zertifikat wird jährlich erneuert, überprüft und bestätigt.



**[Aktion Deutschland Hilft e.V.]** Aktion Deutschland Hilft e.V. ist ein Zusammenschluss von dreizehn deutschen Hilfsorganisationen. Primäre Zielsetzung des Spendenbündnisses ist es, im Falle großer Katastrophen und Notsituationen gemeinsam, schnell und effektiv Hilfe zu leisten, Kenntnisse und spezifische Fähigkeiten untereinander abzustimmen und durch gegenseitige Ergänzung die Hilfsmaßnahmen effizient zu bündeln. Dadurch sollen sowohl Überschneidungen als auch Versorgungslücken schon im Vorfeld der Hilfseinsätze vermieden werden. Mit einem gemeinsamen Spendenaufruf wenden sich die Mitgliedsorganisationen der Aktion Deutschland Hilft an die Öffentlichkeit. Die auf dem gemeinsamen Spendenkonto gesammelten Mittel werden nach einem jährlich neu zu berechnenden Schlüssel an die Bündnisorganisationen verteilt. Die Fördermaßnahmen beziehen sich in der Regel auf Sofort-, Wiederaufbau- und Wiedereingliederungshilfen im Ausland und nur in Ausnahmefällen auch auf Deutschland.

**[Spendensiegel\_2]** Seit 2017 ist die Aktion Deutschland Hilft e.V. Inhaber eines DZI-Zertifikats. Das DZI Spenden-Siegel belegt, dass eine Organisation mit den ihr anvertrauten Geldern sorgfältig und verantwortungsvoll umgeht. Mehr noch: Siegel-Organisationen verpflichten sich freiwillig, die DZI-Standards zu erfüllen und damit höchsten Qualitätsansprüchen gerecht zu werden. Sie sind leistungsfähig, arbeiten transparent, wirtschaften sparsam, informieren sachlich und wahrhaftig und haben wirksame Kontroll- und Aufsichtsstrukturen. Auf diese Weise gewährleisten sie, dass die ihnen zufließenden Spenden den gemeinnützigen Zweck erfüllen. Dieses Zertifikat wird jährlich erneuert, überprüft und bestätigt.



<p><b>Spendenbereitschaft 1</b></p>	<p>Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für [das Bündnis Entwicklung Hilft] [die Aktion Deutschland Hilft e.V.] zu spenden.                  Programmierhinweis: Einfachauswahl, im Fragetext genannte Organisation entsprechend der zugeteilten Experimentalgruppe anpassen.</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu                  &lt;2&gt; Stimme eher nicht zu                  &lt;3&gt; Bin unentschieden                  &lt;4&gt; Stimme etwas zu                  &lt;5&gt; Stimme voll und ganz zu</p>
<p><b>Spendenbereitschaft 2</b></p>	<p>Im Anschluss an die Befragung findet eine Verlosung statt. Die Gewinnerin oder der Gewinner der Verlosung erhält 10€, die in Mingle-Punkten ausgezahlt werden.                  Falls Sie die Verlosung gewinnen, haben Sie die Möglichkeit einen Teil Ihres Gewinns an die oben beschriebene Organisation zu spenden. Bitte geben Sie nun an, welchen Betrag Sie spenden würden, falls Sie gewinnen:</p>	<p>Schieberegler 0 – 10€ in 10 Cent Schritten</p>

**Vertrauen & Wirksamkeit**

Bitte geben Sie zu jeder der folgenden Aussage an, inwieweit Sie dieser zustimmen.

Ich vertraue der Organisation, dass Sie mit den anvertrauten Geldern sorgfältig und verantwortungsvoll umgeht.

Ich denke, dass die anvertrauten Gelder wirksam eingesetzt werden.

<1> Stimme überhaupt nicht zu

<2> Stimme eher nicht zu

<3> Bin unentschieden

<4> Stimme etwas zu

<5> Stimme voll und ganz zu

Quelle: eigene Darstellung. Respondi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600).

## 2.2.4 Tabellen Analysen Umfrageexperiment Wirkung Spendensiegel auf Spendenbereitschaft

**Tabelle 64** Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft

Spendensiegel	Bereitschaft Geld zu spenden	Spendenhöhe
<b>Bündnis Entwicklung Hilft</b>	0	0
	(.)	(.)
<b>Bündnis Entwicklung Hilft + Spendensiegel</b>	-0,0112	32,13
	(-0,14)	(1,29)
<b>Aktion Deutschland Hilft e.V.</b>	0,0746	12,99
	(0,94)	(0,52)
<b>Aktion Deutschland Hilft e.V. + Spendensiegel</b>	0,187*	31,06
	(2,35)	(1,24)
<b>Konstante</b>	2,886***	397,2***
	(51,47)	(22,53)
<b>N</b>	1.631	1.389

Quelle: eigene Darstellung auf Basis einer Respondi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$  (P-Statistik in Klammern). Abhängige Variable (links): Spendenbereitschaft; Abhängige Variable (rechts): Spendenhöhe. Die Referenzkategorien der unabhängigen Variablen werden mit 0 (.) ausgewiesen.

**Tabelle 65** Effekt von Spendensiegeln auf Vertrauen und Wirksamkeitseinschätzung

Spendensiegel	Vertrauen	Wirksamkeit
Bündnis Entwicklung Hilft	-0,107 (-1,26)	-0,0900 (-1,10)
Bündnis Entwicklung Hilft + Spendensiegel	-0,0453 (-0,53)	0,0333 (0,41)
Aktion Deutschland Hilft e.V.	0 (.)	0 (.)
Aktion Deutschland Hilft e.V. + Spendensiegel	0,158 (1,85)	0,204* (2,50)
Konstante	3,341*** (55,74)	3,355*** (58,33)
N	1.389	1.389

Quelle: eigene Darstellung auf Basis einer Respondi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$  (T-Statistik in Klammern). Abhängige Variable (links): Vertrauen; Abhängige Variable (rechts): Wirksamkeit. Die Referenzkategorien der unabhängigen Variablen werden mit 0 (.) ausgewiesen.

**Tabelle 66** Effekt von Spendensiegeln auf Spendenbereitschaft in der Gruppe "Spendenpotenzial"

Spendensiegel	Spendenbereitschaft
Bündnis Entwicklung Hilft	0,0218 (0,12)
Bündnis Entwicklung Hilft + Spendensiegel	0,0278 (0,15)
Aktion Deutschland Hilft e.V.	0 (.)
Aktion Deutschland Hilft e.V. + Spendensiegel	0,139 (0,75)
Konstante	3,298*** (26,29)
N	201

Quelle: eigene Darstellung auf Basis einer Respondi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$  (T-Statistik in Klammern). Abhängige Variable: Spendenbereitschaft. Die Referenzkategorien der unabhängigen Variablen werden mit 0 (.) ausgewiesen.

## 2.2.5 Kasten „Exkurs: Die öffentliche Meinung zu Textilsiegeln“

Tabelle 67 Items zu Textilsiegeln aus Fragebogen nachhaltiger Konsum (siehe Abschnitt 2.3)

Konstrukt	Frage/Items	Antwortkategorien	Anmerkungen
<b>Siegelbekanntheit</b>	Die folgenden Textilsiegel waren mir bereits vor der Befragung bekannt:  Blauer Engel; Bluesign; EU Ecolabel; Fair Wear Leader; Fairtrade Cotton; GOTS; Grüner Knopf; Naturland Textilien; Naturtextil IVN; OEKO-TEX Made in Green; SA8000;	<1> Noch nie gehört <2> Ist mir bekannt <3> Ist mir bekannt und ich weiß, welche Kriterien bei dem Siegel garantiert werden	
<b>Glaubwürdigkeit</b>	Blauer Engel; Bluesign; EU Ecolabel; Fair Wear Leader; Fairtrade Cotton; GOTS; Grüner Knopf; Naturland Textilien; Naturtextil IVN; OEKO-TEX Made in Green; SA8000;	<1> Nicht vertrauenswürdig <7> Sehr vertrauenswürdig <-99> Weiß nicht	Es werden nur die Items genannt, die bei der Frage zu Siegelbekanntheit <2> oder <3> als Antwort haben.

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis Respondi-Befragung im November 2021 (N = 2.010).

## 2.3 Kapitel 3.3: „Nachhaltiger Konsum“

---

### 2.3.1 Fokusgruppen nachhaltiger Konsum

Die Fokusgruppe ist eine qualitative Erhebungsmethode (einführend Fitzpatrick & Mayer, 2020). Sie wurde durchgeführt, um die Wahrnehmung des Zusammenhangs zwischen nachhaltigem Konsum und Entwicklungszusammenarbeit im Alltagsbewusstsein der Menschen zu erheben. Während einer Fokusgruppe wird eine alltägliche Gesprächssituation zwischen Personen mit ähnlichem Erfahrungshintergrund simuliert. Das Gespräch wird durch eine\*n Moderator\*in initiiert, der\*die ihre eigene Meinung hintenanstellt und Themen gegebenenfalls durch Nachfragen vertieft. Meinungen, Einstellungen, Werte und Konflikte in einer Gruppe können so offengelegt werden.

Die Proband\*innen der durchgeführten Fokusgruppen wurden nach einem Quotenmodell rekrutiert. Um eine realitätsnahe Abbildung der wirtschaftlichen Situation der Proband\*innen zu herzustellen, berücksichtigt das Quotenmodell die Einkommenssituation in Abhängigkeit von der Haushaltsgröße (Singlehaushalt, Alleinerziehend mit einem Kind unter 14 Jahren, Paarhaushalt ohne Kinder, Paarhaushalt mit einem Kind unter 14 Jahren, Paarhaushalt mit zwei Kindern unter 14 Jahren). Damit können die Personen in drei Klassen unterteilt werden (geringes, mittleres und hohes Haushaltsnettoeinkommen). Hierbei ist zu beachten, dass ein Singlehaushalt schon bei einem Haushaltsnettoeinkommen von 1.560 € bis 4.870 € in die Klasse mittleres Haushaltseinkommen eingestuft wird, während ein Paarhaushalt mit zwei Kindern unter 14 Jahren erst ab 3.270 € bis 10.220 € zur Stufe mittleres Haushaltsnettoeinkommen gehört. Zusätzlich wurden nur Teilnehmer\*innen rekrutiert, die ein grundsätzliches Interesse und keine kategorische Ablehnung bezüglich nachhaltigem Konsum aufweisen. Hinsichtlich der Merkmale Geschlecht, Alter (18-34 Jahre; 35-49 Jahre; 50 Jahre und älter) sowie Sozialisation in Ost- bzw. Westberlin waren die einzelnen Fokusgruppen ausgewogen. In zwei von drei Fokusgruppensitzungen nahmen Bewohner\*innen aus der ländlich geprägten Peripherie Berlins teil.

Das Hauptthema der Gruppendiskussion war "Die Einstellung der Bürger\*innen zum nachhaltigen Konsum". Insgesamt wurden drei Fokusgruppensitzungen, mit einer Dauer von jeweils 120 Minuten, durchgeführt. In einer 5-minütigen Einführung stellte der\*die Moderator\*in das Thema vor und nannte im Anschluss einige Regeln für den weiteren Diskussionsverlauf. Daraufhin stellten sich die Teilnehmer\*innen vor und gingen auf Alter, Familienstand, Beruf und Hobbys ein. Im ersten thematischen Block ging es um das Verständnis von nachhaltigem Konsum. Hierzu sollten die Proband\*innen auf einem Blatt den Satz "Nachhaltiger Konsum ist für mich..." schriftlich vollenden und der Gruppe vorstellen. Im Anschluss wurden die verschiedenen Facetten von nachhaltigem Konsum (u.a. Kauf und Nutzung im Konsumfeld Nahrung, Kleidung und Finanzen, Entsorgung, Konsumpolitischer Einsatz und Konsumverzicht) besprochen. Im nächsten Block stellten die Proband\*innen ihre Motive für nachhaltigen Konsum vor. Mit den Leitfragen "Was motiviert Sie zu nachhaltigem Konsum? Was wollen Sie damit bewirken?" bzw. "Aus welchen Gründen ist nachhaltiger Konsum für Sie weniger relevant?" konnten die Proband\*innen ihre Konsumententscheidungen begründen. Im letzten Block des Gesprächs wurde nachhaltiger Konsum mit Entwicklungszusammenarbeit verknüpft. Als erstes wurde über den persönlichen Zusammenhang von Konsum und EZ diskutiert. Hierzu wurden beispielsweise folgende Fragen gestellt: „Glauben Sie, dass Sie durch nachhaltiges Konsumverhalten die Welt verbessern können?“ „Woher nehmen Sie Ihre Überzeugung?“ „Zuletzt wurden die Proband\*innen zur Rolle des Staates beim nachhaltigem Konsum befragt: „Welche Rolle kommt dabei dem Staat zu, eine bessere Welt einzurichten?“ „Mit welchen Mitteln sollte der Staat agieren?“ „Wo sehen Sie die Hauptverantwortung, beim Staat oder den Bürger\*innen?“.



### 2.3.2 Fragebogen nachhaltiger Konsum

Datenbasis dieses Unterkapitels ist eine eigene bevölkerungsrepräsentative Erhebung durch das Befragungsinstitut ResponDi. Im November 2021 (Feldzeit: 26.11 bis 6.12.2021) wurden dazu 2.010 Personen zufällig per quotierter Stichprobe aus dem Online-Access Panel des Instituts gezogen und zum Thema nachhaltiger Konsum befragt. Die Quotierung erfolgte nach Alter, Bildung, Geschlecht und Bundesland, so dass die Stichprobe der Verteilung dieser Merkmale in der Gesamtbevölkerung Deutschlands bis 75 Jahre entspricht.

**Tabelle 68 Fragebogen nachhaltiger Konsum**

Konstrukt	Frage/Items	Antwortkategorien	Anmerkungen
Konsum	<p>Wenn Sie an Ihr typisches Konsumverhalten in den letzten 12 Monaten denken, inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?</p> <p>Ganz allgemein betrachtet: Ich achte bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit.</p> <p>Ich kaufe nachhaltige Produkte.</p> <p>Ich wäre beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit ab, ob ich sie überhaupt kaufe.</p> <p>Ich achte darauf, Müll zu vermeiden oder zu recyceln.</p> <p>Ich engagiere mich für nachhaltigen Konsum (z.B. indem ich entsprechende Organisationen unterstütze oder Petitionen unterschreibe).</p> <p>Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel).</p> <p>Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Bank).</p> <p>Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Kleidung (z.B. mit dem Siegel "OEKO-TEX", "GOTS") oder Second-Hand-Kleidung.</p> <p>Ich engagiere mich im Bereich ökologische Nachhaltigkeit (z.B. Unterstützung oder Mitgliedschaft in Vereinen im Bereich Tier-, Natur- oder Klimaschutz, Lebensmittelrettung, solidarische Landwirtschaft).</p> <p>Ich suche Verwendungsmöglichkeiten für alte, aussortierte Kleidung (z.B. als Putzlappen oder für Recyclingprojekte).</p> <p>Ich spende meine Kleidung an soziale Projekte oder Altkleidersammlungen, wenn ich sie nicht mehr trage.</p> <p>Ich achte auf Mülltrennung (z.B. trenne ich meinen Biomüll vom Restmüll).</p> <p>Ich kaufe nicht mehr Nahrungsmittel als ich brauche, um nichts zu verschwenden und wegwerfen zu müssen.</p>	<p>&lt;1&gt; Trifft überhaupt nicht zu;</p> <p>&lt;7&gt; Trifft voll und ganz zu;</p> <p>&lt;-99&gt; Weiß nicht/keine Angabe</p>	<p>Bei Fragen zu Aktien oder Finanzprodukten wurde ein Filterhinweis gegeben: "Falls Sie gar keine Aktien oder Finanzprodukte/ Finanzdienstleistungen kaufen, wählen Sie bitte die Option "Weiß nicht/keine Angabe""</p>

<p>Ich kaufe selten neue Kleidung, sondern versuche meine Kleidung lange zu nutzen und gegebenenfalls zu reparieren, selbst wenn sie nicht mehr der aktuellen Mode entspricht.</p> <p>Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte, weil ich nicht weiß, für welche Zwecke mein Geld verwendet wird.</p> <p>Ich kaufe keine Nahrungsmittel, die problematisch für die Umwelt sind (z.B. tropische Früchte mit langen Transportwegen und Abholzung von Regenwald für den Anbau der Nahrungsmittel).</p> <p>Ich kaufe keine Kleidung, die problematisch für die Umwelt ist (z.B. durch die chemische Belastung der umliegenden Gewässer von Textilfabriken).</p> <p>Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen, die umweltschädliche Geschäftsmodelle haben.</p> <p>Ich kaufe Kleidung, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“).</p> <p>Ich kaufe faire Nahrungsmittel, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel „Fairtrade“, „GEPA“).</p> <p>Ich kaufe Finanzdienstleistungen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).</p> <p>Ich engagiere mich im Bereich fairer Produktion oder fairer Handel (z.B. bei Fairtrade, Attac).</p> <p>Ich kaufe keine Produkte aus der Nahrungsmittelbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. Kinderarbeit, keine faire Bezahlung).</p> <p>Ich kaufe keine Produkte aus der Textilbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. fehlende Arbeitssicherheit in Textilfabriken, keine faire Bezahlung).</p> <p>Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen mit schlechten Produktionsbedingungen (schlechte Auswirkung auf die Menschen am Produktionsstandort, keine faire Bezahlung).</p>		
<p><b>Idealer Konsum</b></p> <p>Sie haben jetzt Ihr reales Konsumverhalten beschrieben. Wir sind nun daran interessiert, wie sie am liebsten konsumieren würden. (...) Wir sind an einer möglichst ehrlichen Einschätzung Ihrerseits interessiert, wie Sie am liebsten konsumieren würden.</p> <p>Ganz allgemein betrachtet: Ich würde bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit achten.; Ich würde nachhaltige Produkte kaufen.</p> <p>Ich würde beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit abwägen, ob ich sie überhaupt kaufe.</p>	<p>&lt;1&gt; trifft überhaupt nicht zu; &lt;7&gt; trifft voll und ganz zu; &lt;-99&gt; weiß nicht/keine Angabe</p>	<p>Bei Fragen zu Aktien oder Finanzprodukten: Falls Sie gar keine Aktien oder Finanzprodukte/Finanzdienstleistungen kaufen würden, wählen Sie bitte die Option „Weiß nicht/keine Angabe“.</p>

Ich würde darauf achten, Müll zu vermeiden oder zu recyceln.

Ich würde mich für nachhaltigen Konsum engagieren (z.B. indem ich entsprechende Organisationen unterstütze oder Petitionen unterschreibe).

Ich würde ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel kaufen (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel).

Ich würde ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen kaufen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank).

Ich würde ökologisch-nachhaltige Kleidung kaufen (z.B. mit dem Siegel „OEKO-TEX“, „GOTS“) oder Second-Hand-Kleidung.

Ich würde mich im Bereich ökologische Nachhaltigkeit engagieren (z.B. Unterstützung oder Mitgliedschaft in Vereinen im Bereich Tier-, Natur- oder Klimaschutz, Lebensmittelretung, solidarische Landwirtschaft).

Ich würde Verwendungsmöglichkeiten für alte, aussortierte Kleidung suchen (z.B. als Putzlappen oder für Recyclingprojekte).

Ich würde meine Kleidung an soziale Projekte oder Altkleidersammlungen spenden, wenn ich sie nicht mehr trage.

Ich würde auf Mülltrennung achten (z.B. meinen Biomüll vom Restmüll trennen).

Ich würde nicht mehr Nahrungsmittel kaufen als ich brauche, um nichts zu verschwenden und wegwerfen zu müssen.

Ich würde selten neue Kleidung kaufen, sondern versuche meine Kleidung lange zu nutzen und ggf. zu reparieren, selbst wenn sie nicht mehr der aktuellen Mode entspricht.

Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte kaufen, weil ich nicht weiß, für welche Zwecke mein Geld verwendet wird.

Ich würde keine Nahrungsmittel kaufen, die problematisch für die Umwelt sind (z.B. tropische Früchte mit langen Transportwegen und Abholzung von Regenwald für den Anbau der Nahrungsmittel).

Ich würde keine Kleidung kaufen, die problematisch für die Umwelt ist (z.B. durch die chemische Belastung der umliegenden Gewässer von Textilfabriken).

Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen kaufen, die umweltschädliche Geschäftsmodelle haben.

Ich würde Kleidung kaufen, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“).

	<p>Ich würde faire Nahrungsmittel kaufen, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel "Fairtrade", "GEPA").</p> <p>Ich würde Finanzdienstleistungen kaufen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).</p> <p>Ich würde mich im Bereich fairer Produktion oder fairer Handel engagieren (z.B. bei Fairtrade, Attac).</p> <p>Ich würde keine Produkte aus der Nahrungsmittelbranche kaufen, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. Kinderarbeit, keine faire Bezahlung).</p> <p>Ich würde keine Produkte aus der Textilbranche kaufen, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. fehlende Arbeitssicherheit in Textilfabriken, keine faire Bezahlung).</p> <p>Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen mit schlechten Produktionsbedingungen kaufen (schlechte Auswirkung auf die Menschen am Produktionsstandort, keine faire Bezahlung).</p>		
<p><b>Verantwortung gesellschaftlicher Akteure</b></p>	<p>Es gibt verschiedene Akteure, die zu einem nachhaltigen Konsum beitragen können. Wer sollte Ihrer Meinung nach einen Beitrag dafür leisten, dass der Konsum nachhaltiger wird?</p> <p>Jede und jeder Einzelne ist verantwortlich</p> <p>Die Regierung (Bund, Länder) ist verantwortlich</p> <p>Industrie und Wirtschaft sind verantwortlich</p> <p>Die Europäische Union ist verantwortlich</p> <p>Zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs) sind verantwortlich</p> <p>Die Wissenschaft ist verantwortlich</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu; &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu; &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<p><b>Vertrauen in gesellschaftliche Akteure</b></p>	<p>Bitte geben Sie nun an, wie sehr Sie den jeweiligen Akteuren vertrauen, dass sie zu einem nachhaltigeren Konsum beitragen.</p> <p>Ich habe Vertrauen in jede und jeden Einzelnen</p> <p>Ich habe Vertrauen in die Regierung (Bund, Länder)</p> <p>Ich habe Vertrauen in Industrie und Wirtschaft</p> <p>Ich habe Vertrauen in die Europäische Union</p> <p>Ich habe Vertrauen in zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs)</p> <p>Ich habe Vertrauen in die Wissenschaft</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu; &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu; &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	

<b>Wahrgenommene Einflussmöglichkeit gesellschaftlicher Akteure</b>	<p>Bitte geben Sie nun an, wie wirksam aus Ihrer Sicht die jeweiligen Akteure zu nachhaltigem Konsum in Deutschland beitragen können.</p> <p>Jede und jeder Einzelne kann einen wirksamen Beitrag leisten</p> <p>Die Regierung (Bund, Länder) kann einen wirksamen Beitrag leisten</p> <p>Industrie und Wirtschaft können einen wirksamen Beitrag leisten</p> <p>Die Europäische Union kann einen wirksamen Beitrag leisten</p> <p>Zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs) können einen wirksamen Beitrag leisten</p> <p>Die Wissenschaft kann einen wirksamen Beitrag leisten</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu; &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu; &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Wirksamkeit allgemein</b>	<p>Zuletzt noch zwei generelle Fragen zur Wirksamkeit von nachhaltigem Konsum.</p> <p>Nachhaltiger Konsum kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, schädliche Auswirkungen der Herstellung und des Verbrauchs von Gütern in Deutschland zu verringern</p> <p>Nachhaltiger Konsum kann einen wichtigen Beitrag dazu leisten, schädliche Auswirkungen der Herstellung und des Verbrauchs von Gütern in sogenannten Entwicklungsländern zu verringern.</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu; &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu; &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Nachhaltigkeitsbewusstsein</b>	<p>Im Folgenden geht es um Ihre Einstellungen zum Themengebiet nachhaltiger Konsum. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?</p> <p>Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen sozialen, umweltbezogenen und wirtschaftlich nicht nachhaltigen Verhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen</p> <p>Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen Bedingungen Menschen in sogenannten Entwicklungsländern leben</p> <p>Wenn wir so weiter machen wie bisher, steuern wir auf eine Umwelt- und Klimakatastrophe mit sozial und wirtschaftlich negativen Auswirkungen zu</p> <p>Wenn ich Berichte über die soziale Ausbeutung von Arbeiter*innen in sogenannten Entwicklungsländern lese oder entsprechende Fernseh-/Videobeiträge sehe, bin ich oft empört und wütend</p> <p>Wenn ich Berichte über Umweltprobleme lese oder entsprechende Fernseh-/Videobeiträge sehe, bin ich oft empört und wütend</p> <p>Es gibt Grenzen des Wachstums, die unsere industrialisierte Welt schon überschritten hat oder sehr bald erreichen wird</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	<p>Die beiden Items in kursiver Schrift wurden umgekehrt ausgewertet (also der Skalenpunkt "1" entsprach einem Wert von "7")</p>

	<p><i>Nach meiner Einschätzung werden Umweltprobleme und der Klimawandel in seiner Bedeutung von vielen Aktivist*innen stark übertrieben</i></p> <p><i>Nach meiner Einschätzung werden globale soziale und wirtschaftliche Ungleichheiten in ihrer Bedeutung von vielen Aktivist*innen stark übertrieben</i></p> <p>Es ist immer noch so, dass die Politiker*innen viel zu wenig für die nachhaltige Entwicklung tun</p> <p>Zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung sollten wir alle bereit sein, unseren derzeitigen Lebensstandard einzuschränken</p> <p>Nicht-nachhaltiger Konsum in Deutschland hat negative Auswirkungen auf die Umwelt und Menschen in anderen Ländern.</p>	
<b>Selbstwirksamkeit</b>	<p>Denken Sie nun an Ihr eigenes Verhalten. Inwieweit stimmen Sie der jeweiligen Aussage zu?</p> <p>Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum Auswirkungen auf Klimaerwärmung und den Klimawandel hat</p> <p>Ich glaube, dass mein Verhalten Auswirkungen auf Klimaerwärmung und den Klimawandel hat</p> <p>Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum Auswirkungen auf die faire Verteilung von Ressourcen in der Welt hat (z.B. faire Bezahlung)</p> <p>Ich glaube, dass mein Verhalten Auswirkungen auf die faire Verteilung von Ressourcen in der Welt hat (z.B. faire Bezahlung)</p> <p>Ich glaube, dass mein Verhalten andere motiviert, sich ebenfalls nachhaltig zu verhalten</p> <p>Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum andere motiviert, ebenfalls nachhaltig zu konsumieren.</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>
<b>Konsumpolitische Selbstwirksamkeit</b>	<p>Nun geht es um Ihre Einschätzung zu politischen Fragen. Inwieweit stimmen Sie der jeweiligen Aussage zu?</p> <p>Im Bereich nachhaltiger Konsum kann ich wichtige politische Fragen gut verstehen und einschätzen</p> <p>Im Bereich nachhaltiger Konsum bemühen sich die Politiker*innen um einen engen Kontakt zur Bevölkerung</p> <p>Im Bereich nachhaltiger Konsum traue ich mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen</p> <p>Im Bereich nachhaltiger Konsum kümmern sich die Politiker*innen darum, was einfache Leute denken.</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>
<b>Handlungskontrolle</b>	<p>Nun geht es um Ihre Einschätzung, inwiefern Sie in der Lage sind, nachhaltig zu konsumieren. Inwieweit stimmen Sie der jeweiligen Aussage zu?</p> <p>Ich glaube, dass ich nachhaltig konsumieren kann</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>

	<p>Nachhaltiger Konsum erfordert keinen zusätzlichen Aufwand; In den Geschäften, in denen ich einkaufe, finde ich in der Regel nachhaltige Produkte</p> <p>Wenn ich möchte, ist es möglich, nachhaltige anstelle von nicht-nachhaltigen Produkten zu kaufen</p> <p>Ich kann mein Hab und Gut und meine Energie problemlos nachhaltig nutzen</p> <p>Ich habe ausreichend Geld, um nachhaltig zu konsumieren</p> <p>Nachhaltigkeitssiegel helfen mir beim Einkauf dabei, zu entscheiden, welche Produkte nachhaltig sind (z.B. Fairtrade, Demeter, Grüner Knopf).</p>		
<b>Subjektive Norm</b>	<p>Wenn Sie an die Personen denken, auf deren Meinung Sie am meisten Wert legen (z.B. Familienmitglieder, Freunde oder Bekannte), inwiefern würden Sie dann folgenden Aussage zustimmen?</p> <p>Ich denke, die meisten meiner Bekannten erwarten von mir, dass ich nachhaltig konsumiere</p> <p>Die meisten Menschen, die ich kenne, wählen nachhaltige Produkte, wenn sie die Wahl zwischen nachhaltigen Produkten und anderen Produkten haben</p> <p>Meine Haushalts-/ Familienmitglieder denken, dass ich nachhaltig konsumieren sollte</p> <p>Die positive Meinung meiner Freund*innen beeinflusst meinen nachhaltigen Konsum.</p>	<p>&lt;1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Subjektive Zahlungsfähigkeit</b>	<p>Einen höheren Preis für Produkte aus einer nachhaltigen Produktion zu zahlen, ist oder wäre für mich ...</p>	<p>Antwortskala 1: &lt;1&gt; sehr schwierig &lt;7&gt; sehr leicht &lt;-99&gt; Weiß nicht</p> <p>Antwortskala 2: &lt;1&gt; überhaupt nicht möglich &lt;7&gt; in jedem Falle möglich &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Zahlungsbe-reitschaft</b>	<p>Inwieweit sind sie bereit, für folgende Produkte einen höheren Preis zu bezahlen? (...)</p> <p>Ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel)</p> <p>Ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank)</p> <p>Ökologisch-nachhaltige Kleidung (z.B. mit dem Siegel "OEKO-TEX", "GOTS")</p>	<p>Geben Sie bitte die für Sie vorstellbare Erhöhung des Preises in Prozent an. (0 - 100%)</p>	

	<p>Kleidung, die menschenwürdige Arbeitsbedingungen bei der Herstellung sicherstellt (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“)</p> <p>Faire Nahrungsmittel, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel „Fairtrade“, „Gepa“)</p> <p>Finanzdienstleistungen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).</p>		
<b>Forderungen</b>	<p>Nun geht es um politische Maßnahmen, die nachhaltigen Konsum fördern könnten. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?</p> <p>Das Steuerrecht (z.B. niedrigere Mehrwertsteuer auf nachhaltige Produkte) sollte genutzt werden, um nachhaltigen Konsum zu fördern</p> <p>Wahre Preise sollten eingeführt werden, die die umweltschädlichen Auswirkungen der Produktion mit einpreisen, auch wenn die Produkte dann teurer werden könnten</p> <p>Unternehmen sollten für menschenrechtliche Verletzungen entlang der Lieferketten zur Verantwortung gezogen werden (z.B. Lieferkettengesetz)</p> <p>Unternehmen sollten verpflichtet werden überall existenzsichernde Löhne zu bezahlen</p> <p><i>Verglichen mit anderen Maßnahmen der Politik ist die Förderung der nachhaltigen Entwicklung nicht wichtig</i></p> <p><i>Der heutige Beitrag Deutschlands zur nachhaltigen Entwicklung reicht vollkommen aus. Er braucht meiner Meinung nach nicht erhöht zu werden.</i></p>	<p>1&gt; Stimme überhaupt nicht zu &lt;7&gt; Stimme voll und ganz zu &lt;-99&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Betroffenheit</b>	<p>Was beschreibt am besten, wie Sie sich hinsichtlich des Ausmaßes an Armut in armen Ländern fühlen?</p>	<p>&lt;1&gt; Sehr betroffen &lt;2&gt; Einigermaßen betroffen &lt;3&gt; Keine starken Empfindungen in eine der beiden Richtungen &lt;4&gt; Nicht sehr betroffen &lt;5&gt; Überhaupt nicht betroffen &lt;6&gt; Weiß nicht</p>	
<b>Unterstützung</b>	<p>Wenn es um die Entwicklungshilfe für arme Länder geht – in welchem Maße sollte Ihrer Meinung nach die Bundesregierung dort finanzielle Unterstützung leisten, wenn die 0 auf der folgenden Skala bedeutet „Sollte gar keine Unterstützung leisten“ und die 10 bedeutet „Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten“. Wo siedeln Sie Ihre Meinung auf dieser Skala an?</p>	<p>&lt;0&gt; 0 – Sollte gar keine Unterstützung leisten &lt;10&gt; 10 – Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten &lt;12&gt; Weiß nicht</p>	



<b>Selbst-wirksamkeit</b>	Wenn Sie nun an sich selbst denken, wie sehr glauben Sie dann, dass Sie etwas in Hinblick auf die Armut in armen Ländern bewirken können?	<0> 0 – Kann überhaupt nichts bewirken <10> 10 – Kann sehr vieles bewirken <12> Weiß nicht	
<b>Politische Orientierung</b>	In der Politik spricht man ja manchmal von „links“ und „rechts“.	<0> links <10> rechts <-99> weiß nicht	
<b>Einkommen</b>	Wie hoch ist das monatliche Nettoeinkommen Ihres Haushalts insgesamt?  Gemeint ist dabei die Summe, die sich aus Lohn, Gehalt, Einkommen aus selbständiger Tätigkeit, Rente oder Pension jeweils nach Abzug der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge ergibt. Rechnen Sie bitte auch die Einkünfte aus öffentlichen Beihilfen, Einkommen aus Vermietung, Verpachtung, Wohngeld, Kindergeld und sonstige Einkünfte hinzu.	<1> 0 bis 899€ <2> 900 bis 1.299€ <3> 1.300 bis 1.499€ <4> 1.500 bis 1.999€ <5> 2.000 bis 2.599€ <6> 2.600 bis 3.599€ <7> 3.600 bis 4.999€ <8> 5.000€ und mehr <-99> Weiß nicht	

### 2.3.3 Darstellung der verwendeten Konstrukte

**Tabelle 69** Itemzuordnung zu den verschiedenen Subskalen nachhaltigen Konsums

Item	Nachhaltigkeitsdimension	Konsumphase	Konsumgebiet
Ich kaufe nachhaltige Produkte.	Nicht zuordbar	Kauf und Nutzung	Nicht zuordbar
Ich wäge beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit ab, ob ich sie überhaupt kaufe.	Nicht zuordbar	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Nicht zuordbar
Ich achte darauf, Müll zu vermeiden oder zu recyceln.	Nicht zuordbar	Entsorgung	Nicht zuordbar
Ich engagiere mich für nachhaltigen Konsum (z.B. indem ich entsprechende Organisationen unterstütze oder Petitionen unterschreibe).	Nicht zuordbar	Konsumpolitischer Einsatz	Nicht zuordbar
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel).	Ökologisch	Kauf- und Nutzung	Essen
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank).	Ökologisch	Kauf- und Nutzung	Finanzen
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Kleidung (z.B. mit dem Siegel „OEKO-TEX“, „GOTS“) oder Second-Hand-Kleidung.	Ökologisch	Kauf- und Nutzung	Kleidung
Ich engagiere mich im Bereich ökologische Nachhaltigkeit (z.B. Unterstützung oder Mitgliedschaft in Vereinen im Bereich Tier-, Natur- oder Klimaschutz, Lebensmittelrettung, solidarische Landwirtschaft).	Ökologisch	Konsumpolitischer Einsatz	Nicht zuordbar
Ich suche Verwendungsmöglichkeiten für alte, aussortierte Kleidung (z.B. als Putzlappen oder für Recyclingprojekte).	Ökologisch	Entsorgung	Kleidung
Ich spende meine Kleidung an soziale Projekte oder Altkleidersammlungen, wenn ich sie nicht mehr trage.	Sozioökonomisch	Entsorgung	Kleidung
Ich achte auf Mülltrennung (z.B. trenne ich meinen Biomüll vom Restmüll).	Ökologisch	Entsorgung	Essen
Ich kaufe nicht mehr Nahrungsmittel als ich brauche, um nichts zu verschwenden und wegwerfen zu müssen.	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Essen
Ich kaufe selten neue Kleidung, sondern versuche meine Kleidung lange zu nutzen und gegebenenfalls zu reparieren, selbst wenn sie nicht mehr der aktuellen Mode entspricht.	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Kleidung

Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte, weil ich nicht weiß, für welche Zwecke mein Geld verwendet wird.	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Finanzen
Ich kaufe keine Nahrungsmittel, die problematisch für die Umwelt sind (z.B. tropische Früchte mit langen Transportwegen und Abholzung von Regenwald für den Anbau der Nahrungsmittel).	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Essen
Ich kaufe keine Kleidung, die problematisch für die Umwelt ist (z.B. durch die chemische Belastung der umliegenden Gewässer von Textilfabriken).	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Kleidung
Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen, die umweltschädliche Geschäftsmodelle haben.	Ökologisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Finanzen
Ich kaufe Kleidung, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“).	Sozioökonomisch	Kauf und Nutzung	Kleidung
Ich kaufe faire Nahrungsmittel, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel „Fairtrade“, „GEPA“).	Sozioökonomisch	Kauf und Nutzung	Essen
Ich kaufe Finanzdienstleistungen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).	Sozioökonomisch	Kauf und Nutzung	Finanzen
Ich engagiere mich im Bereich fairer Produktion oder fairer Handel (z.B. bei Fairtrade, Attac).	Sozioökonomisch	Konsumpolitischer Einsatz	Nicht zuordbar
Ich kaufe keine Produkte aus der Nahrungsmittelbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. Kinderarbeit, keine faire Bezahlung).	Sozioökonomisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Essen
Ich kaufe keine Produkte aus der Textilbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. fehlende Arbeitssicherheit in Textilfabriken, keine faire Bezahlung).	Sozioökonomisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Kleidung
Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen mit schlechten Produktionsbedingungen (schlechte Auswirkung auf die Menschen am Produktionsstandort, keine faire Bezahlung).	Sozioökonomisch	Kaufabwägung bzw. -verzicht	Finanzen

Quelle: eigene Darstellung. Eigene Erhebung durch Respondi im November 2021. N = 2.010. Einige Items sind in manchen Subskalen keiner Kategorie zuzuordnen.

**Tabelle 70 Skalencharakteristika der Aspekte von nachhaltigem Konsum**

Dimension	Subskala	Cronbachs-Alpha
Konsumphase	Kaufabwägung (bzw. Konsumverzicht)	0,87
	Kauf und Nutzung	0,90
	Entsorgung	0,73
	Konsumpolitischer Einsatz	0,84
Konsumgebiet	Essen	0,85
	Kleidung	0,86
	Finanzen	0,86
Nachhaltigkeitsdimension	ökologisch	0,85
	sozioökonomisch	0,86
	Unspezifisch/nicht zuordbar	0,84

Quelle: eigene Darstellung. Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 71 Deskriptive Statistiken Items Konsum**

	Mittelwert	Standardabweichung
Ganz allgemein betrachtet: Ich achte bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit.	4,63	1,68
Ich kaufe nachhaltige Produkte.	4,60	1,61
Ich wäge beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit ab, ob ich sie überhaupt kaufe.	4,31	1,79
Ich achte darauf, Müll zu vermeiden oder zu recyceln.	5,81	1,42
Ich engagiere mich für nachhaltigen Konsum (z.B. indem ich entsprechende Organisationen unterstütze oder Petitionen unterschreibe).	3,09	2,00
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel).	4,64	1,79
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank).	3,26	2,02
Ich kaufe ökologisch-nachhaltige Kleidung (z.B. mit dem Siegel "OEKO-TEX", "GOTS") oder Second-Hand-Kleidung.	3,87	1,94
Ich engagiere mich im Bereich ökologische Nachhaltigkeit (z.B. Unterstützung oder Mitgliedschaft in Vereinen im Bereich Tier-, Natur- oder Klimaschutz, Lebensmittelrettung, solidarische Landwirtschaft).	2,92	2,03
Ich suche Verwendungsmöglichkeiten für alte, aussortierte Kleidung (z.B. als Putzlappen oder für Recyclingprojekte).	5,29	1,80
Ich spende meine Kleidung an soziale Projekte oder Altkleidersammlungen, wenn ich sie nicht mehr trage.	5,75	1,72
Ich achte auf Mülltrennung (z.B. trenne ich meinen Biomüll vom Restmüll).	6,18	1,42
Ich kaufe nicht mehr Nahrungsmittel als ich brauche, um nichts zu verschwenden und wegwerfen zu müssen.	5,82	1,44
Ich kaufe selten neue Kleidung, sondern versuche meine Kleidung lange zu nutzen und gegebenenfalls zu reparieren, selbst wenn sie nicht mehr der aktuellen Mode entspricht.	4,98	1,87
Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte, weil ich nicht weiß, für welche Zwecke mein Geld verwendet wird.	4,31	2,40

Ich kaufe keine Nahrungsmittel, die problematisch für die Umwelt sind (z.B. tropische Früchte mit langen Transportwegen und Abholzung von Regenwald für den Anbau der Nahrungsmittel).	4,22	1,87
Ich kaufe keine Kleidung, die problematisch für die Umwelt ist (z.B. durch die chemische Belastung der umliegenden Gewässer von Textilfabriken).	4,19	1,85
Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen, die umweltschädliche Geschäftsmodelle haben. Falls Sie gar keine Aktien oder Finanzprodukte/Finanzdienstleistungen kaufen, wählen Sie bitte die Option „Weiß nicht/keine Angabe“.	4,21	2,28
Ich kaufe Kleidung, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“).	4,18	1,79
Ich kaufe faire Nahrungsmittel, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel „Fairtrade“, „GEPA“).	4,36	1,75
Ich kaufe Finanzdienstleistungen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).	3,35	2,05
Ich engagiere mich im Bereich fairer Produktion oder fairer Handel (z.B. bei Fairtrade, Attac).	2,88	1,92
Ich kaufe keine Produkte aus der Nahrungsmittelbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. Kinderarbeit, keine faire Bezahlung).	4,63	1,87
Ich kaufe keine Produkte aus der Textilbranche, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. fehlende Arbeitssicherheit in Textilfabriken, keine faire Bezahlung).	4,26	1,85
Ich kaufe keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen mit schlechten Produktionsbedingungen (schlechte Auswirkung auf die Menschen am Produktionsstandort, keine faire Bezahlung).	4,20	2,27

Quelle: eigene Darstellung. Skala Konsum Cronbach's  $\alpha=0.958$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 72** Deskriptive Statistiken Items Konsum Ideal

	Mittelwert	Standardabweichung
Ganz allgemein betrachtet: Ich würde bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit achten.	5,42	1,70
Ich würde nachhaltige Produkte kaufen.	5,40	1,64
Ich würde beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit abwägen, ob ich sie überhaupt kaufe.	5,04	1,79
Ich würde darauf achten, Müll zu vermeiden oder zu recyceln.	6,42	1,29
Ich würde mich für nachhaltigen Konsum engagieren (z.B. indem ich entsprechende Organisationen unterstütze oder Petitionen unterschreibe).	3,98	2,13
Ich würde ökologisch-nachhaltige Nahrungsmittel kaufen (z.B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel).	5,32	1,76
Ich würde ökologisch-nachhaltige Finanzdienstleistungen kaufen (z.B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank). Falls Sie gar keine Aktien oder Finanzprodukte/Finanzdienstleistungen	4,51	2,12
Ich würde ökologisch-nachhaltige Kleidung kaufen (z.B. mit dem Siegel „OEKO-TEX“, „GOTS“) oder Second-Hand-Kleidung.	4,95	1,89
Ich würde mich im Bereich ökologische Nachhaltigkeit engagieren (z.B. Unterstützung oder Mitgliedschaft in Vereinen im Bereich Tier-, Natur- oder Klimaschutz, Lebensmittelrettung, solidarische Landwirtschaft).	4,06	2,14
Ich würde Verwendungsmöglichkeiten für alte, aussortierte Kleidung suchen (z.B. als Putzlappen oder für Recyclingprojekte).	5,80	1,63
Ich würde meine Kleidung an soziale Projekte oder Altkleidersammlungen spenden, wenn ich sie nicht mehr trage.	6,11	1,50

Ich würde auf Mülltrennung achten (z.B. meinen Biomüll vom Restmüll trennen).	6,30	1,32
Ich würde nicht mehr Nahrungsmittel kaufen als ich brauche, um nichts zu verschwenden und wegwerfen zu müssen.	6,16	1,35
Ich würde selten neue Kleidung kaufen, sondern versuche meine Kleidung lange zu nutzen und ggf. zu reparieren, selbst wenn sie nicht mehr der aktuellen Mode entspricht.	5,43	1,73
Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte kaufen, weil ich nicht weiß, für welche Zwecke mein Geld verwendet wird.	4,90	2,20
Ich würde keine Nahrungsmittel kaufen, die problematisch für die Umwelt sind (z.B. tropische Früchte mit langen Transportwegen und Abholzung von Regenwald für den Anbau der Nahrungsmittel).	5,00	1,82
Ich würde keine Kleidung kaufen, die problematisch für die Umwelt ist (z.B. durch die chemische Belastung der umliegenden Gewässer von Textilfabriken).	5,24	1,80
Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen kaufen, die umweltschädliche Geschäftsmodelle haben.	4,85	2,10
Ich würde Kleidung kaufen, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden (z.B. mit dem Siegel „Grüner Knopf“, „Fairtrade“).	5,25	1,78
Ich würde faire Nahrungsmittel kaufen, bei denen die Produzent*innen in sogenannten Entwicklungsländern eine bessere Bezahlung erhalten (z.B. mit dem Siegel „Fairtrade“, „GEPA“).	5,22	1,79
Ich würde Finanzdienstleistungen kaufen, die auf soziale Nachhaltigkeit achten (z.B. nur Aktien von Unternehmen mit angemessenen Arbeitsbedingungen).	4,53	2,14
Ich würde mich im Bereich fairer Produktion oder fairer Handel engagieren (z.B. bei Fairtrade, Attac).	4,07	2,11
Ich würde keine Produkte aus der Nahrungsmittelbranche kaufen, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. Kinderarbeit, keine faire Bezahlung).	5,37	1,78
Ich würde keine Produkte aus der Textilbranche kaufen, die unter schlechten Produktionsbedingungen hergestellt wurden (z.B. fehlende Arbeitssicherheit in Textilfabriken, keine faire Bezahlung).	5,22	1,82
Ich würde keine Aktien oder Finanzprodukte von Unternehmen mit schlechten Produktionsbedingungen kaufen (schlechte Auswirkung auf die Menschen am Produktionsstandort, keine faire Bezahlung).	4,80	2,10

Anmerkung: Skala Konsum ideal Cronbach's  $\alpha=0.974$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 73** Items Subjektive Norm

	Mittelwert	Standardabweichung
Ich denke, die meisten meiner Bekannten erwarten von mir, dass ich nachhaltig konsumiere.	3,37	1,85
Die meisten Menschen, die ich kenne, wählen nachhaltige Produkte, wenn sie die Wahl zwischen nachhaltigen Produkten und anderen Produkten haben.	3,68	1,76
Meine Haushalts-/Familienmitglieder denken, dass ich nachhaltig konsumieren sollte.	3,75	1,95
Die positive Meinung meiner Freund*innen beeinflusst meinen nachhaltigen Konsum.	3,47	1,94

Quelle: eigene Darstellung. Cronbach's  $\alpha=0.881$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 74** Items Handlungskontrolle

	Mittelwert	Standardabweichung
Ich glaube, dass ich nachhaltig konsumieren kann.	4,95	1,56
Nachhaltiger Konsum erfordert keinen zusätzlichen Aufwand.	3,76	1,91
In den Geschäften, in denen ich einkaufe, finde ich in der Regel nachhaltige Produkte.	4,91	1,50
Wenn ich möchte, ist es möglich, nachhaltige anstelle von nicht-nachhaltigen Produkten zu kaufen.	4,82	1,69
Ich kann mein Hab und Gut und meine Energie problemlos nachhaltig nutzen.	4,18	1,70
Ich habe ausreichend Geld, um nachhaltig zu konsumieren	3,56	1,98
Nachhaltigkeitssiegel helfen mir beim Einkauf dabei, zu entscheiden, welche Produkte nachhaltig sind (z.B. Fairtrade, Demeter, Grüner Knopf).	4,84	1,77

Quelle: eigene Darstellung. Cronbach's  $\alpha=0.856$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 75** Items Selbstwirksamkeit

	Mittelwert	Standardabweichung
Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum Auswirkungen auf Klimaerwärmung und den Klimawandel hat.	4,47	1,87
Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum Auswirkungen auf die faire Verteilung von Ressourcen in der Welt hat (z.B. faire Bezahlung).	4,33	1,84
Ich glaube, dass mein nachhaltiger Konsum andere motiviert, ebenfalls nachhaltig zu konsumieren.	4,22	1,86

Quelle: eigene Darstellung. Cronbach's  $\alpha=0.878$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 76** Items Konsumpolitische Selbstwirksamkeit

	Mittelwert	Standardabweichung
Im Bereich nachhaltiger Konsum kann ich wichtige politische Fragen gut verstehen und einschätzen.	4,27	1,75
Im Bereich nachhaltiger Konsum bemühen sich die Politiker*innen um einen engen Kontakt zur Bevölkerung.	2,70	1,66
Im Bereich nachhaltiger Konsum traue ich mir zu, mich an einem Gespräch über politische Fragen aktiv zu beteiligen.	4,07	1,89
Im Bereich nachhaltiger Konsum kümmern sich die Politiker*innen darum, was einfache Leute denken.	2,67	1,73

Quelle: eigene Darstellung. Cronbach's  $\alpha=0.769$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 77** Items Einstellung Nachhaltigkeitsbewusstsein

	Mittelwert	Standardabweichung
Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen sozialen, umweltbezogenen und wirtschaftlich nicht nachhaltigen Verhältnissen unsere Kinder und Enkelkinder wahrscheinlich leben müssen.	5,28	1,68
Es beunruhigt mich, wenn ich daran denke, unter welchen Bedingungen Menschen in sogenannten Entwicklungsländern leben.	5,31	1,72
Wenn wir so weiter machen wie bisher, steuern wir auf eine Umwelt- und Klimakatastrophe mit sozial und wirtschaftlich negativen Auswirkungen zu.	5,52	1,69
Wenn ich Berichte über die soziale Ausbeutung von Arbeiter*innen in sogenannten Entwicklungsländern lese oder entsprechende Fernseh-/ Videobeiträge sehe, bin ich oft empört und wütend.	5,23	1,67
Wenn ich Berichte über Umweltprobleme lese oder entsprechende Fernseh-/Videobeiträge sehe, bin ich oft empört und wütend.	5,01	1,70
Es gibt Grenzen des Wachstums, die unsere industrialisierte Welt schon überschritten hat oder sehr bald erreichen wird.	5,45	1,57
Nach meiner Einschätzung werden Umweltprobleme und der Klimawandel in seiner Bedeutung von vielen Aktivist*innen stark übertrieben.	3,55	2,05
Nach meiner Einschätzung werden globale soziale und wirtschaftliche Ungleichheiten in ihrer Bedeutung von vielen Aktivist*innen stark übertrieben.	3,60	1,98
Es ist immer noch so, dass die Politiker*innen viel zu wenig für die nachhaltige Entwicklung tun.	5,55	1,54
Zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung sollten wir alle bereit sein, unseren derzeitigen Lebensstandard einzuschränken.	5,04	1,74
Nicht-nachhaltiger Konsum in Deutschland hat negative Auswirkungen auf die Umwelt und Menschen in anderen Ländern.	5,31	1,68

Quelle: eigene Darstellung. Cronbach's  $\alpha=0.790$ . Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 78** Items Vertrauen

	Mittelwert	Standardabweichung
Ich habe Vertrauen in jede und jeden Einzelnen	3,58	1,64
Ich habe Vertrauen in die Regierung (Bund, Länder)	3,51	1,76
Ich habe Vertrauen in Industrie und Wirtschaft	3,40	1,67
Ich habe Vertrauen in die Europäische Union	3,45	1,73
Ich habe Vertrauen in zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs)	3,89	1,76
Ich habe Vertrauen in die Wissenschaft	4,63	1,73

Quelle: eigene Darstellung. Respondi-Erhebung von November 2021 mit  $N = 2.005$ .

**Tabelle 79** Items wahrgenommene Einflussmöglichkeit

	Mittelwert	Standardabweichung
Jede und jeder Einzelne kann einen wirksamen Beitrag leisten	5,92	1,49
Die Regierung (Bund, Länder) kann einen wirksamen Beitrag leisten	5,48	1,62
Industrie und Wirtschaft können einen wirksamen Beitrag leisten	5,80	1,46
Die Europäische Union kann einen wirksamen Beitrag leisten	5,26	1,73
Zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs) können einen wirksamen Beitrag leisten	4,92	1,72
Die Wissenschaft kann einen wirksamen Beitrag leisten	5,34	1,55

Quelle: eigene Darstellung. Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 80** Items Verantwortung

	Mittelwert	Standardabweichung
Jede und jeder Einzelne ist verantwortlich	5,85	1,66
Die Regierung (Bund, Länder) ist verantwortlich	5,19	1,68
Industrie und Wirtschaft sind verantwortlich	5,64	1,62
Die Europäische Union ist verantwortlich	5,00	1,72
Zivilgesellschaftliche Organisationen (NGOs) sind verantwortlich	4,40	1,73
Die Wissenschaft ist verantwortlich	4,46	1,71

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 81** Forderungen

	Mittelwert	Standardabweichung
Das Steuerrecht (z.B. niedrigere Mehrwertsteuer auf nachhaltige Produkte) sollte genutzt werden, um nachhaltigen Konsum zu fördern.	5,56	1,63
Wahre Preise sollten eingeführt werden, die die umweltschädlichen Auswirkungen der Produktion mit einpreisen, auch wenn die Produkte dann teurer werden könnten.	4,48	1,81
Unternehmen sollten für menschenrechtliche Verletzungen entlang der Lieferketten zur Verantwortung gezogen werden (z.B. Lieferkettengesetz).	5,53	1,59
Unternehmen sollten verpflichtet werden überall existenzsichernde Löhne zu bezahlen.	5,83	1,46
Verglichen mit anderen Maßnahmen der Politik ist die Förderung der nachhaltigen Entwicklung nicht wichtig.	2,98	1,85
Der heutige Beitrag Deutschlands zur nachhaltigen Entwicklung reicht vollkommen aus. Er braucht meiner Meinung nach nicht erhöht zu werden.	3,35	1,94

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. Respondi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.



### 2.3.4 Aufschlüsselung der verschiedenen Konsumphasen nach soziodemografischen Variablen

**Tabelle 82 Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Geschlecht**

Dimensionen	Geschlecht	Mittelwert	Standardfehler
Abwägung (bzw. Verzicht)	Männlich	4,58	1,40
	Weiblich	4,72	1,25
Kauf und Nutzung	Männlich	4,15	1,59
	Weiblich	4,49	1,40
Entsorgung	Männlich	5,64	1,28
	Weiblich	5,87	1,09
Konsumpolitisches Engagement	Männlich	2,88	1,74
	Weiblich	3,06	1,74

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 83 Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Bildungsgrad**

Dimensionen	Bildungsniveau	Mittelwert	Standardfehler
Abwägung (bzw. Verzicht)	Niedrig	4,74	1,38
	Mittel	4,61	1,41
	Hoch	4,62	1,19
	Keine Angabe	4,21	1,22
Kauf und Nutzung	Niedrig	4,19	1,59
	Mittel	4,33	1,54
	Hoch	4,46	1,38
	Keine Angabe	3,86	1,49
Entsorgung	Niedrig	5,75	1,29
	Mittel	5,78	1,19
	Hoch	5,75	1,10
	Keine Angabe	5,71	1,25
Konsumpolitisches Engagement	Niedrig	2,79	1,70
	Mittel	2,88	1,72
	Hoch	3,23	1,77
	Keine Angabe	2,72	1,86

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 84 Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach politischer Orientierung**

Dimensionen	Politische Orientierung	Mittelwert	Standardfehler
Abwägung (bzw. Verzicht)	links	5,05	1,18
	Mitte-links	4,71	1,18
	Mitte	4,64	1,31
	Mitte-rechts	4,39	1,42
	rechts	4,29	1,54
Kauf und Nutzung	links	4,75	1,43
	Mitte-links	4,52	1,31
	Mitte	4,32	1,45
	Mitte-rechts	4,02	1,55
	rechts	3,87	1,86
Entsorgung	links	5,98	1,09
	Mitte-links	5,82	1,07
	Mitte	5,76	1,20
	Mitte-rechts	5,68	1,23
	rechts	5,52	1,42
Konsumpolitisches Engagement	links	3,44	1,77
	Mitte-links	3,15	1,67
	Mitte	2,84	1,69
	Mitte-rechts	2,79	1,70
	rechts	2,97	1,94

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 85 Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Einkommen**

Dimensionen	Einkommen	Mittelwert	Standardfehler
Abwägung (bzw. Verzicht)	0 bis 1.299€	4,73	1,37
	1.300 bis 1.999€	4,63	1,37
	2.000 bis 3.599€	4,69	1,30
	3.600 und mehr	4,53	1,32
Kauf und Nutzung	0 bis 1.299€	4,30	1,55
	1.300 bis 1.999€	4,19	1,59
	2.000 bis 3.599€	4,42	1,49
	3.600 und mehr	4,37	1,49
Entsorgung	0 bis 1.299€	5,71	1,25
	1.300 bis 1.999€	5,69	1,24
	2.000 bis 3.599€	5,77	1,15
	3.600 und mehr	5,83	1,16
Konsumpolitisches Engagement	0 bis 1.299€	3,07	1,79
	1.300 bis 1.999€	2,87	1,71
	2.000 bis 3.599€	2,99	1,73
	3.600 und mehr	3,10	1,79

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005.

**Tabelle 86 Konsum in verschiedenen Konsumphasen nach Altersklassen**

Dimensionen	Alter	Mittelwert	Standardfehler
Abwägung (bzw. Verzicht)	18-29 J.	4,35	1,14
	30-39 J.	4,39	1,39
	40-59 J.	4,60	1,34
	60 J. und älter	4,96	1,30
Kauf und Nutzung	18-29 J.	4,27	1,31
	30-39 J.	4,20	1,50
	40-59 J.	4,29	1,56
	60 J. und älter	4,46	1,53
Entsorgung	18-29 J.	5,33	1,15
	30-39 J.	5,44	1,29
	40-59 J.	5,80	1,17
	60 J. und älter	6,06	1,08
Konsumpolitisches Engagement	18-29 J.	3,30	1,72
	30-39 J.	3,14	1,76
	40-59 J.	2,90	1,79
	60 J. und älter	2,83	1,68

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis. ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. Zeilenprozente.

### 2.3.2 Tabellen Analysen nachhaltiger Konsum

**Tabelle 87 Einfluss demografischer Variablen auf nachhaltigen Konsum**

	Konsum	Konsum
(Intercept)	4,24***	3,31***
	(0,14)	(0,14)
Weiblich	0,34***	0,33***
	(0,06)	(0,06)
Divers	1,02	1,01
	(0,68)	(0,62)
30-39 J.	0,12	0,19*
	(0,11)	(0,10)
40-59 J.	0,29**	0,38***
	(0,10)	(0,09)
60 J. und älter	0,63***	0,63***
	(0,10)	(0,09)
Mitte-links	-0,24*	-0,23**
	(0,10)	(0,09)

Mitte	-0,41*** (0,09)	-0,33*** (0,08)
Mitte-rechts	-0,65*** (0,10)	-0,58*** (0,09)
Rechts	-0,66*** (0,13)	-0,58*** (0,12)
Einkommen 1.300 bis 1.999€	-0,04 (0,09)	-0,24** (0,08)
Einkommen 2.000 bis 3.599€	0,08 (0,08)	-0,33*** (0,08)
Einkommen 3.600 und mehr	0,02 (0,10)	-0,56*** (0,09)
Bildungsniveau Mittel	0,06 (0,08)	0,06 (0,07)
Bildungsniveau Hoch	0,21* (0,08)	0,13† (0,08)
Subjektive Zahlungsfähigkeit		0,32*** (0,02)
R <sup>2</sup>	0,07	0,23
Adj. R <sup>2</sup>	0,07	0,22
N	1.652	1.641

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. OLS Regression (unstandardisierte Koeffizienten). \*\*\*p < 0.001; \*\*p < 0.01; \*p < 0.05; †p < 0.1. Standardfehler in Klammern.

**Tabelle 88 Einfluss von EZ-Einstellungsfaktoren auf nachhaltigen Konsum**

	Konsum	Konsum	Konsum	Konsum
(Intercept)	4,88*** (0,03)	3,78*** (0,06)	4,08*** (0,04)	3,87*** (0,15)
Betroffenheit Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu	-0,75*** (0,06)			-0,39*** (0,07)
Betroffenheit Ich stimme (überhaupt) nicht zu	-0,95*** (0,10)			-0,55*** (0,11)
Betroffenheit Überhaupt nicht betroffen	-1,57*** (0,11)			-0,97*** (0,12)
Betroffenheit Weiß nicht	-0,64*** (0,12)			-0,14 (0,17)
Mittlere Unterstützung		0,78*** (0,07)		0,28*** (0,08)
Großzügige Unterstützung		1,16*** (0,07)		0,36*** (0,09)

Weiß nicht		0,54***		-0,06
		(0,11)		(0,16)
Wirksamkeit EZ: Mittel			0,62***	0,37***
			(0,06)	(0,07)
Wirksamkeit EZ: (Sehr) effektiv			1,15***	0,81***
			(0,07)	(0,08)
Wirksamkeit EZ: Weiß nicht			0,35***	0,36*
			(0,10)	(0,14)
Bildungsniveau: Mittel				0,02
				(0,07)
Bildungsniveau: Hoch				0,13†
				(0,07)
Mitte-links				-0,18*
				(0,09)
Mitte				-0,22**
				(0,08)
Mitte-rechts				-0,25**
				(0,09)
Rechts				-0,18
				(0,12)
30-39 J.				0,19*
				(0,09)
40-59 J.				0,34***
				(0,08)
60 J. und älter				0,57***
				(0,09)
Weiblich				0,26***
				(0,05)
Einkommen 1.300 bis 1.999€				-0,07
				(0,08)
Einkommen 2.000 bis 3.599€				-0,01
				(0,07)
Einkommen 3.600 und mehr				-0,04
				(0,08)
R <sup>2</sup>	0,16	0,13	0,14	0,28
Adj. R <sup>2</sup>	0,16	0,12	0,13	0,27
N	2.001	2.001	2.001	1.649

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. OLS Regression (unstandardisierte Koeffizienten). \*\*\*p < 0.001; \*\*p < 0.01; \*p < 0.05; †p < 0.1. Standardfehler in Klammern.

**Tabelle 89 Einfluss der psychologischen Einflussfaktoren (TPB) auf nachhaltigen Konsum**

	Konsum	Konsum	Konsum	Konsum	Konsum	Konsum
<b>(Intercept)</b>	0,80***	1,70***	2,77***	3,37***	2,06***	3,13***
	(0,09)	(0,09)	(0,06)	(0,07)	(0,08)	(0,05)
<b>Einstellung</b>	0,31***	0,55***				
	(0,02)	(0,02)				
<b>Selbstwirksamkeit</b>	0,05**		0,41***			
	(0,02)		(0,01)			
<b>Politische Selbstwirksamkeit</b>	0,08***			0,35***		
	(0,02)			(0,02)		
<b>Handlungskontrolle</b>	0,29***				0,56***	
	(0,02)				(0,02)	
<b>Subjektive Norm</b>	0,10***					0,40***
	(0,02)					(0,01)
<b>R<sup>2</sup></b>	0,55	0,34	0,33	0,16	0,38	0,30
<b>Adj. R<sup>2</sup></b>	0,55	0,34	0,33	0,16	0,38	0,30
<b>N</b>	1.866	1.975	1.930	1.949	1.978	1.927

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. OLS Regression (unstandardisierte Koeffizienten). \*\*\*p < 0.001; \*\*p < 0.01; \*p < 0.05; †p < 0.1. Standardfehler in Klammern.

**Tabelle 90 Einfluss psychologischer und demografischer Faktoren auf nachhaltigen Konsum**

	Konsum	Konsum	Konsum
<b>(Intercept)</b>	4,24***	0,80***	0,60***
	(0,14)	(0,09)	(0,14)
<b>Weiblich</b>	0,34***		0,18***
	(0,06)		(0,04)
<b>Divers</b>	1,08		0,80†
	(0,67)		(0,45)
<b>30-39 J.</b>	0,14		0,12†
	(0,10)		(0,07)
<b>40-59 J.</b>	0,32***		0,34***
	(0,09)		(0,07)
<b>60 J. und älter</b>	0,66***		0,42***
	(0,10)		(0,07)
<b>Mitte-links</b>	-0,26**		-0,05
	(0,10)		(0,07)
<b>Mitte</b>	-0,42***		-0,03
	(0,09)		(0,06)
<b>Mitte-rechts</b>	-0,60***		-0,02
	(0,10)		(0,07)

Rechts	-0,64***		-0,01
	(0,13)		(0,09)
Bildungsniveau Mittel	0,08		0,02
	(0,08)		(0,05)
Bildungsniveau Hoch	0,26**		0,07
	(0,08)		(0,06)
Einkommen 1.300 bis 1.999€	-0,03		-0,03
	(0,09)		(0,06)
Einkommen 2.000 bis 3.599€	0,08		-0,11†
	(0,08)		(0,06)
Einkommen 3.600 und mehr	0,07		-0,17*
	(0,09)		(0,07)
Einstellung		0,31***	0,28***
		(0,02)	(0,02)
Selbstwirksamkeit		0,05**	0,06***
		(0,02)	(0,02)
Politische Selbstwirksamkeit		0,08***	0,09***
		(0,02)	(0,02)
Handlungskontrolle		0,29***	0,28***
		(0,02)	(0,02)
Subjektive Norm		0,10***	0,12***
		(0,02)	(0,02)
R2	0,07	0,55	0,58
Adj. R2	0,07	0,55	0,57
N	1.652	1.866	1.580

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. OLS Regression (unstandardisierte Koeffizienten). \*\*\*p < 0.001; \*\*p < 0.01; \*p < 0.05; †p < 0.1. Standardfehler in Klammern.

**Tabelle 91 Einfluss psychologischer Faktoren auf verschiedene Phasen nachhaltigen Konsums**

	Konsum	Kauf	Abwägung	Entsorgung	Engagement
(Intercept)	0,75***	-0,28*	0,84***	3,15***	-0,63***
	(0,09)	(0,11)	(0,11)	(0,11)	(0,16)
Einstellung	0,32***	0,37***	0,35***	0,33***	0,10**
	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,03)
Selbstwirksamkeit	0,05**	0,08***	0,04†	0,02	0,10***
	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,03)
Politische Selbstwirksamkeit	0,09***	0,09***	0,07***	-0,03	0,30***
	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,03)
Handlungskontrolle	0,29***	0,34***	0,29***	0,23***	0,21***
	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,03)	(0,04)
Subjektive Norm	0,11***	0,17***	0,09***	-0,02	0,21***

	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,02)	(0,03)
<b>R<sup>2</sup></b>	0,56	0,55	0,44	0,26	0,34
<b>Adj. R<sup>2</sup></b>	0,55	0,54	0,44	0,26	0,34
<b>N</b>	1.866	1.865	1.866	1.862	1.863

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis ResponDi-Erhebung von November 2021 mit N = 2.005. OLS Regression (unstandardisierte Koeffizienten). \*\*\*p < 0.001; \*\*p < 0.01; \*p < 0.05; †p < 0.1. Standardfehler in Klammern.

## 2.4 Kapitel 3.4: „Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen“ (Gastbeitrag Jennifer Hudson, David Hudson und Paolo Morini)

### 2.4.1 Datenbasis

Datenbasis des Gastbeitrags sind die zehn Wellen des AAT-Panels (2013-2018) für Deutschland (siehe Abschnitt 1.2).

**Tabelle 92**      **Verwendete Items Typologie Gastbeitrag Hudson, Hudson und Morini**

<b>Merkmal</b>	<b>Item</b>	<b>Welle</b>	<b>Fragewortlaut</b>	<b>Antwortoptionen</b>
<b>Informationsaufnahme und -verbreitung zum Thema Armut und Entwicklung</b>	Q11	1-10	Wann und in welcher Form haben Sie sich schon einmal mit dem Problem Armut und Entwicklungshilfe auf der ganzen Welt beschäftigt?	Für alle Items: Im letzten Jahr Schon einmal, aber nicht im letzten Jahr Noch nie Weiß nicht
			Ich habe Nachrichten bzw. Berichte darüber gelesen, geschaut oder gehört, z. B. in den Nachrichtenmedien oder im Internet	
			Ich habe mich mit Freunden, Verwandten oder anderen Menschen in meiner Umgebung darüber unterhalten	
			Ich habe einen Artikel oder Informationen zu diesem Thema mit Anderen ausgetauscht oder an sie weitergeleitet, z. B. auch über das Internet	
			Ich habe mich mehr oder weniger in einer Gruppierung engagiert, die sich gezielt mit diesem Problem beschäftigt, z. B. in einem Gremium/ Gesprächskreis oder einer Internet-Community (z. B. bin beigetreten, habe „Gefällt mir“ angeklickt, bin Follower, Fan oder Freund, habe einen Newsletter abonniert)	
			Ich habe einen Blogeintrag geschrieben oder online einen Artikel kommentiert	
			Ich habe meine Stimme abgegeben, um aktiv auf das Problem Einfluss zu nehmen (z. B. über soziale Netzwerke, durch meine Unterschrift auf einer Petition o.ä.)	
Ich habe Online-Tools (wie Twitter oder Facebook) genutzt, um meine Meinung zu dem Problem mit Anderen auszutauschen				
<b>Engagement zum Thema Entwicklung</b>	Q12	1-10	Wann und in welcher Form sind Sie aktiv geworden, um auf das Problem Armut und Entwicklungshilfe auf der ganzen Welt einzuwirken?	Für alle Items: Im letzten Jahr Schon einmal, aber nicht im letzten Jahr Noch nie



			<p>Ich habe Geld an eine Organisation gespendet, die sich dieses Problems annimmt</p> <p>Ich habe durch einen privaten Spendenaufruf für ein wichtiges Anliegen Spendengelder gesammelt (Wohltätigkeitsaktion)</p> <p>Ich habe in Deutschland als ehrenamtlicher Helfer für eine Organisation gearbeitet, die dieses Problem bekämpft</p> <p>Ich habe im Ausland als ehrenamtlicher Helfer für eine Organisation gearbeitet, die dieses Problem bekämpft</p> <p>Ich habe Produkte/Dienstleistungen gekauft oder boykottiert, die mit diesem Problem in Verbindung stehen</p> <p>Ich habe mich bei einer politischen Wahlentscheidung ganz gezielt an dieser Thematik orientiert</p> <p>Ich habe eine Gruppierung, die sich gezielt mit diesem Problem beschäftigt, organisiert bzw. gegründet oder mich an deren Gründung beteiligt, z. B. ein Gremium/Gesprächskreis oder eine Internet-Community</p> <p>Ich habe eine Organisation, die sich gezielt mit diesem Problem beschäftigt, gegründet oder mich an deren Gründung beteiligt</p> <p>Ich habe mich persönlich, telefonisch oder schriftlich mit dem Problem an einen Bundestagsabgeordneten oder einen anderen gewählten Amtsträger gewandt</p> <p>Ich habe mich über das Internet durch Stimmabgabe im Rahmen einer Petition oder über Twitter, Facebook oder andere soziale Netzwerke mit dem Problem an einen Bundestagsabgeordneten oder einen anderen gewählten Amtsträger gewandt</p> <p>Ich habe an einer Demonstration, einer Kundgebung, einer Sitzblockade oder einer anderen Großveranstaltung zu diesem Thema teilgenommen</p>	Weiß nicht
<b>Unterstützung EZ</b>	Q6	1-10	Wenn es um die Entwicklungshilfe für arme Länder geht - in welchem Maße sollte Ihrer Meinung nach die Bundesregierung dort finanzielle Unterstützung leisten, wenn die 0 auf der folgenden Skala bedeutet „Sollte gar keine Unterstützung leisten“ und die 10 bedeutet „Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten“. Wo siedeln Sie Ihre Meinung auf dieser Skala an?	<p>&lt;0&gt; 0 - Sollte gar keine Unterstützung leisten –</p> <p>&lt;10&gt; 10 - Sollte sehr großzügig Unterstützung leisten</p> <p>&lt;12&gt; Weiß nicht</p>
<b>Moralische Verpflichtung</b>	Q46	1-10	Länder wie Deutschland sollten mehr Geld für Entwicklungshilfe zur Verfügung stellen, da dies moralisch gesehen richtig ist.	<p>&lt;1&gt; Stimme voll und ganz zu</p> <p>&lt;2&gt; Stimme zu</p> <p>&lt;3&gt; Stimme weder zu noch nicht zu</p> <p>&lt;4&gt; Stimme nicht zu</p> <p>&lt;5&gt; Stimme ganz und gar nicht zu</p> <p>&lt;6&gt; Weiß nicht</p>

<b>Betroffenheit Lage globaler Süden</b>	Q88	1-10	Was beschreibt am besten, wie Sie sich hinsichtlich des Ausmaßes an Armut in armen Ländern fühlen?	<1> Sehr betroffen <2> Einigermaßen betroffen <3> Keine starken Empfindungen in eine der beiden Richtungen <4> Nicht sehr betroffen <5> Überhaupt nicht betroffen <6> Weiß nicht
<b>Nationale wirtschaftliche Lage</b>	Q13	1-10	Wie hat sich Ihrer Meinung nach die allgemeine Wirtschaftslage in unserem Land im Verlauf der letzten zwölf Monate entwickelt? Sehen Sie eine	<1> deutliche Verbesserung <2> leichte Verbesserung <3> unveränderte Lage <4> leichte Verschlechterung <5> deutliche Verschlechterung <6> Weiß nicht
<b>Eigene wirtschaftliche Lage</b>	Q14	1-10	Wie wird sich Ihrer Meinung nach die allgemeine Wirtschaftslage in unserem Land im Laufe der nächsten zwölf Monate entwickeln? Erwarten Sie eine	<1> deutliche Verbesserung <2> leichte Verbesserung <3> unveränderte Lage <4> leichte Verschlechterung <5> deutliche Verschlechterung <6> Weiß nicht
<b>Entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit</b>	Q21	1-10	Wenn Sie nun an sich selbst denken, wie sehr glauben Sie dann, dass Sie etwas in Hinblick auf die Armut in armen Ländern bewirken können? Bitte benutzen Sie die folgende Skala, in welcher 0 bedeutet, dass Sie „überhaupt nichts bewirken können“ und 10 bedeutet, dass Sie „sehr vieles bewirken können“.	<0> 0 - Kann überhaupt nichts bewirken – <10> 10 - Kann sehr vieles bewirken <12> Weiß nicht
<b>Politischer Einfluss</b>	Q45	1-10	Auf einer Skala von 0 bis 10, wie viel Einfluss haben Sie selbst auf die Politik und öffentliche Angelegenheiten? Hierbei bedeutet 0 „habe keinen Einfluss“ und 10 bedeutet „habe sehr viel Einfluss“.	<0> 0 - Habe keinen Einfluss auf Politik und öffentliche Angelegenheiten – <10> 10 - Habe sehr viel Einfluss auf Politik und öffentliche Angelegenheiten <12> Weiß nicht
<b>Politische Orientierung</b>	Q22	1-10	Hinsichtlich der politischen Gesinnung ist oft von „Links“ und „Rechts“ die Rede. Wo sehen Sie sich selbst auf einer Skala von 0 bis 10, bei der 0 „Links“ und 10 „Rechts“ bedeutet?	<0> 0 – Links – <10> 10 - Rechts <12> Weiß nicht
<b>Schuldgefühl</b>	Q48	1-10	Ich würde mich sehr schuldig fühlen, wenn ich die Bedürfnisse der armen Menschen in armen Ländern ignorieren würde.	<1> Stimme voll und ganz zu <2> Stimme zu <3> Stimme weder zu noch nicht zu <4> Stimme nicht zu

				<5> Stimme ganz und gar nicht zu <6> Weiß nicht
<b>Soziale Norm</b>	Q64	1-10	Der Großteil meiner Freunde und Familie denkt, dass der Kampf gegen die Armut in armen Ländern eine Zeitverschwendung ist.	<1> Stimme voll und ganz zu <2> Stimme zu <3> Stimme weder zu noch nicht zu <4> Stimme nicht zu <5> Stimme ganz und gar nicht zu <6> Weiß nicht
<b>Verpflichtung Spenden</b>	Q90	1-10	Ich persönlich sollte Geld spenden, um die Armut in armen Ländern zu lindern.	<1> Stimme voll und ganz zu <2> Stimme zu <3> Stimme weder zu noch nicht zu <4> Stimme nicht zu <5> Stimme ganz und gar nicht zu <6> Weiß nicht
<b>Anerkennung NGOs</b>	Q65	1-10	Die meisten Menschen in Deutschland respektieren wirklich diejenigen Menschen, die wohltätige Arbeit für die Bekämpfung der Armut in armen Ländern leisten.	<1> Stimme voll und ganz zu <2> Stimme zu <3> Stimme weder zu noch nicht zu <4> Stimme nicht zu <5> Stimme ganz und gar nicht zu <6> Weiß nicht
<b>Vertrauen NGOs</b>	Q67	1-10	Wie groß ist Ihr Vertrauen in Wohltätigkeitsorganisationen?	<0> 0 - Gar kein Vertrauen – <10> 10 - Sehr großes Vertrauen <12> Weiß nicht

Quelle: eigene Darstellung.

## 2.4.2 Zusätzliche Tabellen und Abbildungen Gastbeitrag Hudson, Hudson und Morini

Tabelle 93 Soziodemographische Merkmale, alle Wellen

	Völlig Unengagierte	Marginal Engagierte	Informationsbezogen Engagierte	Verhaltensbezogen Engagierte	Umfassend Engagierte
Anteil an der Bevölkerung	49	42	11	6	2
Alter in Jahren	47	51	51	39	44
Anteil Frauen	53	53	47	42	40
Anteil hohes Einkommen	7	11	14	10	17
Anteil Universitätsabschluss	17	27	31	31	32

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis AAT Erhebungswellen 1–10 (2013–2018). Die Tabelle zeigt die gerundeten Prozentwerte in jeder Gruppe. Für das Alter wird der Median angegeben.

Tabelle 94 Tabelle Übergangswahrscheinlichkeiten

	Völlig Unengagierte	Marginal Engagierte	Informationsbezogen Engagierte	Verhaltensbezogene Engagierte	Umfassend Engagierte
Völlig Unengagierte	0,67	0,27	0,02	0,03	0,01
Marginal Engagierte	0,22	0,67	0,08	0,02	0,00
Informationsbezogen Engagierte	0,08	0,31	0,51	0,05	0,04
Verhaltensbezogen Engagierte	0,23	0,23	0,13	0,35	0,05
Umfassend Engagierte	0,13	0,10	0,29	0,12	0,37

Quelle: eigene Darstellung. Dargestellt sind die Durchschnittlichen Wahrscheinlichkeiten für den Verbleib/Wechsel des Engagemen-typs über alle 10 AAT-Wellen (2013–2018).

Tabelle 95 Multinomiale logistische Regression

Variablen	Abnahme	Zunahme
Unterstützung EZ	-0,0626 (0,0775)	-0,103 (0,105)
Moralische Verpflichtung	0,101 (0,131)	0,0585 (0,148)
Betroffenheit Lage globaler Süden	-0,210** (0,103)	0,318** (0,145)
Nationale wirtschaftliche Lage	0,0158 (0,120)	-0,314* (0,162)
Eigene wirtschaftliche Lage	0,00372 (0,143)	-0,00606 (0,158)
Entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit	0,0591 (0,0424)	0,118** (0,0486)
Politischer Einfluss	-0,0583 (0,0397)	-0,0365 (0,0563)
Politische Orientierung	0,0659 (0,0647)	0,126* (0,0742)
Schuldgefühl	-0,102 (0,108)	0,183 (0,134)
Soziale Normen	0,107 (0,0847)	0,143 (0,0995)
Verpflichtung Spenden	-0,157 (0,105)	0,0997 (0,117)
Anerkennung NGOs	0,00288 (0,0889)	0,0677 (0,110)
Vertrauen NGOs	-0,0345 (0,0462)	0,0232 (0,0649)
AAT Welle 4	0,0615 (0,183)	-0,487** (0,237)

AAT Welle 6	0,153 (0,194)	-0,357 (0,264)
AAT Welle 8	0,146 (0,203)	-0,597** (0,251)
AAT Welle 10	0,515** (0,203)	-0,252 (0,272)
N	1.870	1.870

Quelle: eigene Darstellung; Datenbasis AAT Erhebungswellen 1–10 (2013–2018). Multinomiale logistische Regression. Referenzkategorie abhängige Variable: keine Veränderung des Engagementtyps. \*\*\*  $p < 0.01$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*  $p < 0.1$ . Robuste Standardfehler in Klammern.

### 2.4.3 Aufschlüsselung der Engagementtypen nach Soziodemografie und Einstellungen

**Tabelle 96 Engagement-Typologie nach Alter**

Typologie	Alter (Ø)	95%-Konfidenzintervalle	
		Untere Grenze	Obere Grenze
Völlig Unengagierte	46,8	45,8	47,7
Marginal Engagierte	50,7	50,0	51,3
Informationsbezogen Engagierte	50,9	49,8	51,9
Verhaltensbezogen Engagierte	42,2	40,6	43,9
Umfassend Engagierte	39,7	37,4	42,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039.

**Tabelle 97 Engagement-Typologie nach Geschlecht**

Typologie	Männlich	Weiblich
Völlig Unengagierte	45,9	54,1
Marginal Engagierte	46,8	53,2
Informationsbezogen Engagierte	49,1	50,9
Verhaltensbezogen Engagierte	58,9	41,1
Umfassend Engagierte	56,8	43,2

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 98 Engagement-Typologie nach Bildung**

Typologie	Haupt-/Realschule/ Kein Abschluss	(Fach-)Abitur	Hochschul-ab- schluss	K.A.
Völlig Unengagierte	61,2	16,7	14,0	8,1
Marginal Engagierte	51,4	22,6	25,0	1,0
Informationsbezogen Engagierte	43,8	28,9	26,3	1,0
Verhaltensbezogen Engagierte	30,3	31,1	34,1	4,5
Umfassend Engagierte	34,5	28,5	33,8	3,2

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 99 Engagement-Typologie nach Einkommen**

Typologie	bis 29.999€	30.000 - 59.999€	60.000€ und mehr	K.A.
Völlig Unengagierte	36,0	22,9	8,7	32,3
Marginal Engagierte	33,5	28,9	16,2	21,4
Informationsbezogen Engagierte	36,3	27,3	17,0	19,4
Verhaltensbezogen Engagierte	27,3	29,9	20,5	22,3
Umfassend Engagierte	24,9	34,4	27,9	12,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Kategorisierung: bis 29.999€ = niedrig; 30.000€ bis 59.999€ = mittel; 60.000€ und mehr = hoch.

**Tabelle 100 Engagement-Typologie nach politischer Orientierung**

Typologie	Politische Orientierung ( $\phi$ )	95%-Konfidenzintervalle	
		Untere Grenze	Obere Grenze
Völlig Unengagierte	5,3	5,2	5,4
Marginal Engagierte	5,0	5,0	5,1
Informationsbezogen Engagierte	4,5	4,4	4,6
Verhaltensbezogen Engagierte	4,8	4,6	5,0
Umfassend Engagierte	5,6	5,2	6,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039.

**Tabelle 101 Engagement-Typologie nach Betroffenheit über die Lage in Entwicklungsländern**

Typologie	(Sehr) betroffen	Keine starken Empfindungen in eine der beiden Richtungen	Überhaupt nicht/ nicht sehr betroffen	Weiß nicht
Völlig Unengagierte	22,0	30,1	24,5	23,5
Marginal Engagierte	51,8	28,4	16,8	3,0
Informationsbezogene Engagierte	68,7	19,2	10,6	1,5
Verhaltensbezogen Engagierte	50,1	27,6	18,5	3,8
Umfassend Engagierte	52,3	31,0	15,2	1,5

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 102 Engagement-Typologie nach moralischer Verpflichtung**

Typologie	Ich stimme (voll und ganz) zu	Stimme weder zu noch nicht zu	Ich stimme (überhaupt) nicht zu	Weiß nicht
Völlig Unengagierte	11,0	28,9	38,7	21,4
Marginal Engagiert	29,7	26,4	40,0	3,9
Informationsbezogen Engagierte	48,9	23,4	24,9	2,8
Verhaltensbezogen Engagierte	42,8	24,7	27,1	5,4
Umfassend Engagierte	47,1	30,6	19,7	2,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 103 Engagement-Typologie nach Unterstützung für EZ**

Typologie	Keine Unterstützung	Mittlere Unterstützung	Großzügige Unterstützung	Weiß nicht
Völlig Unengagierte	32,3	34,2	9,5	24,1
Marginal Engagiert	29,6	45,4	20,7	4,3
Informationsbezogen Engagierte	22,4	37,0	37,8	2,9
Verhaltensbezogen Engagierte	20,7	39,8	35,1	4,4
Umfassend Engagierte	23,1	36,0	40,4	0,5

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 104 Engagement-Typologie nach Wirksamkeit der EZ**

Typologie	(Absolut) ineffektiv	Mittel	(Sehr) effektiv	Weiß nicht
Völlig Unengagierte	31,5	27,7	6,4	34,4
Marginal Engagierte	42,1	39,7	9,8	8,3
Informationsbezogen Engagierte	43,5	38,0	13,0	5,5
Verhaltensbezogen Engagierte	32,0	44,7	18,1	5,3
Umfassend Engagierte	22,8	41,4	34,8	1,0

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Dargestellt sind Zeilenprozent.

**Tabelle 105 Engagement-Typologie nach entwicklungspolitischer Selbstwirksamkeit**

Typologie	Selbstwirksamkeit ( $\emptyset$ )	95%-Konfidenzintervalle	
		Untere Grenze	Obere Grenze
Völlig Unengagierte	2,6	2,4	2,7
Marginal Engagierte	2,6	2,5	2,7
Informationsbezogen Engagierte	3,6	3,4	3,7
Verhaltensbezogen Engagierte	4,8	4,6	5,0
Umfassend Engagierte	5,7	5,3	6,1

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis: AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039.

**Tabelle 106 Engagement-Typologie nach Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs)**

Typologie	Ja, und Sie wissen, um was es sich hierbei handelt	Ja, aber Sie wissen nicht wirklich, um was es sich hierbei handelt	Nein	Weiß nicht
Völlig Unengagierte	2,0	8,8	60,5	28,8
Marginal Engagierte	6,5	22,8	63,8	6,9
Informationsbezogen Engagierte	13,2	35,3	44,1	7,4
Verhaltensbezogen Engagierte	20,4	36,3	30,4	12,9
Umfassend Engagierte	33,1	38,2	20,0	8,7

Quelle: eigene Darstellung. Datenbasis AAT Welle 10, Juli 2018. N = 6.039. Die Anteile für die Kategorien „Ja, und Sie wissen, um was es sich hierbei handelt“ und „Ja, aber Sie wissen nicht wirklich, um was es sich hierbei handelt“ wurden für die Darstellung im Kapitel addiert.

## 3. CREDIT-STATEMENT

### 3.1 Zum CRediT-Statement

---

CRediT – die *Contributor Roles Taxonomy* – wurde entwickelt, um die Rollen von Beitragenden bei der Erstellung von Forschungsprodukten zu beschreiben. Die Taxonomie nutzt 14 Rollen, um den spezifischen Beitrag jeder beteiligten Person zum Forschungsprodukt zu identifizieren und die Sichtbarkeit und Anerkennung der verschiedenen Beiträge zu fördern.

Weitere Informationen unter <https://credit.niso.org/>

### 3.2 CRediT-Statement zum Studienbericht

---

**Sebastian H. Schneider:** Conceptualization, Methodology, Formal analysis, Investigation, Writing – Original Draft, Writing – Review & Editing, Visualization, Supervision, Project administration.

**Nora Sassenhagen:** Conceptualization, Methodology, Formal analysis, Investigation, Writing – Original Draft, Writing – Review & Editing, Visualization.

**Jens Eger:** Conceptualization, Methodology, Formal analysis, Investigation, Writing – Original Draft, Writing – Review & Editing, Visualization.

**Martin Bruder:** Conceptualization, Writing – Review & Editing, Supervision.



## 4. LITERATUR

**Corcoran, B. (2022)**, „Bilanz des Helfens 2021. Spendenzeitraum Jan–Dez 2021“, 3. März 2022, Deutscher Spendenrat und Growth from Knowledge, Berlin/Nürnberg. Abrufbar unter: <https://www.spendenrat.de/wp-content/uploads/Downloads/Bilanz-des-Helfens/bilanz-des-helfens-2022-deutscher-spendenrat.pdf> (zugegriffen 4. August 2022).

**Fitzpatrick, J. und S. J. Mayer (2020)**, „Fokusgruppen“. In: Borucki I., Kleinen-von Königslöw K., Marschall S., Zerback T. (eds) Handbuch Politische Kommunikation. Springer VS, Wiesbaden.

**Schneider, S. H. und J. Eger (2019)**, „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019. Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut. Onlineanhang“, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.