

Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2022: Entwicklungspolitisches Engagement in Zeiten globaler Krisen und Herausforderungen

Schneider, Sebastian H.; Sassenhagen, Nora; Eger, Jens; Bruder, Martin

Veröffentlichungsversion / Published Version

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schneider, S. H., Sassenhagen, N., Eger, J., & Bruder, M. (2022). *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2022: Entwicklungspolitisches Engagement in Zeiten globaler Krisen und Herausforderungen*. Bonn: Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-81829-8>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>



Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2022

ENTWICKLUNGSPOLITISCHES ENGAGEMENT IN ZEITEN GLOBALER KRISEN UND HERAUSFORDERUNGEN

2022

Der Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2022 umfasst zwei Themenblöcke: Im ersten Teil werden zentrale Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik untersucht. Behandelt werden unter anderem die generelle Unterstützung für staatliche Entwicklungszusammenarbeit (EZ), die Einstellung zu verschiedenen Motiven für EZ sowie die Einschätzung ihrer Wirksamkeit. Besondere Aufmerksamkeit gilt Einstellungen zu Demokratie und Demokratieförderung. Im zweiten Teil steht das entwicklungspolitische Engagement im Fokus: einerseits nicht-monetäres Engagement wie informations- und kommunikationsbezogene Aktivitäten, organisationsbezogenes Engagement und politische Partizipation, andererseits monetäres Engagement wie Spenden an entwicklungs-politische Organisationen und nachhaltiger Konsum. Ergänzt wird der zweite Teil durch einen Gastbeitrag, in dem die verschiedenen Engagementformen zu einer Typologie zusammengefasst und Einflussfaktoren auf den Wechsel zwischen Engagementtypen im Zeitverlauf analysiert werden. In beiden Teilen werden die Indikatoren für Einstellungen und Engagement (längsschnittlich) dargestellt und auf Unterschiede zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen hin untersucht. Abschließend werden Implikationen für staatliche und zivilgesellschaftliche entwicklungspolitische Akteure zur Strategie-, Kommunikations- und Bildungsarbeit sowie zur Förderung des entwicklungspolitischen Engagements formuliert.

Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2022

ENTWICKLUNGSPOLITISCHES
ENGAGEMENT IN ZEITEN
GLOBALER KRISEN UND
HERAUSFORDERUNGEN

2022

IMPRESSUM

Verfasst von

Dr. Sebastian H. Schneider
Nora Sassenhagen
Jens Eger

Verantwortlich

Dr. Martin Bruder

Gestaltung Umschlag

MedienMélange:Kommunikation!, Hamburg
www.medienmelange.de

Lektorat

Silvia Richter, mediamondi, Berlin,
www.mediamondi.de

Bildnachweis

Titelseite: MedienMélange:Kommunikation!,
Hamburg, www.medienmelange.de

Bibliografische Angabe

Schneider, S.H., N. Sassenhagen, J. Eger
und M. Bruder (2022), *Meinungsmonitor
Entwicklungspolitik 2022. Entwicklungspolitisches
Engagement in Zeiten globaler Krisen und Heraus-
forderungen*, Deutsches Evaluierungsinstitut der
Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.

Druck

Bonifatius, Paderborn

© Deutsches Evaluierungsinstitut der
Entwicklungszusammenarbeit (DEval), 2022

ISBN 978-3-96126-167-3 (gebundene Ausgabe)

ISBN 978-3-96126-168-0 (PDF)

Herausgeber

Deutsches Evaluierungsinstitut der
Entwicklungszusammenarbeit (DEval)
Fritz-Schäffer-Straße 26
53113 Bonn

Tel: +49 (0)228 33 69 07-0

E-Mail: info@DEval.org

www.DEval.org

Das Deutsche Evaluierungsinstitut der Entwick-
lungszusammenarbeit (DEval) ist vom Bundesministerium
für wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung (BMZ) mandatiert, Maßnahmen
der deutschen Entwicklungszusammenarbeit
unabhängig und nachvollziehbar zu analysieren
und zu bewerten.

Mit seinen Evaluierungen trägt das Institut dazu bei,
die Entscheidungsgrundlage für eine wirksame
Gestaltung des Politikfeldes zu verbessern und
die Transparenz zu den Ergebnissen zu erhöhen.
In der Reihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“
verfasst das DEval regelmäßig Analysen
über die Einstellungen der Bevölkerung
zu Entwicklungspolitik und -zusammenarbeit
sowie zu globaler nachhaltiger Entwicklung.

Der vorliegende Bericht ist auch auf der DEval-
Website als PDF-Download verfügbar unter:
www.deval.org/de/publikationen

Anfragen nach einer gebundenen Ausgabe
richten Sie bitte an: info@DEval.org

DANKSAGUNG

Die Studie wurde von zahlreichen Personen und Organisationen unterstützt, denen wir an dieser Stelle danken möchten.

Besonderer Dank gilt allen Mitgliedern der Referenzgruppe, die uns mit zahlreichen wertvollen Hinweisen und Verbesserungsvorschlägen unterstützt haben. Die Gruppe setzte sich aus dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), der Deutschen Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ), Engagement Global, der KfW Entwicklungsbank, dem Eine Welt Netz NRW, dem Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen e.V. (VENRO), der Kindernothilfe, Oxfam e.V., dem World University Service – Deutsches Komitee e.V. und Transfair e.V. zusammen.

Auch Prof. Dr. Ulf Liebe (University of Warwick) möchten wir für seine hilfreichen inhaltlichen und methodischen Hinweise als externer Peer Reviewer danken.

Für die Bereitstellung der Daten des Development Engagement Lab (DEL) und ihren Gastbeitrag gilt unser Dank Prof. Dr. Jennifer Hudson (University College London), Prof. Dr. David Hudson (University of Birmingham) und Paolo Morini (University College London).

Abschließend danken wir unseren Kolleg*innen am DEval, die das Studienteam kontinuierlich in jeder Phase kompetent und engagiert unterstützt haben und so einen wichtigen Beitrag zum erfolgreichen Abschluss der Studie geleistet haben. Dies gilt insbesondere für Jörg Faust und Kathrin Wolf, die den Bericht als interne Peer Reviewer begleitet haben, sowie Simon Becker, Roxana Bitu, Zlatka Dimitrova, Anna Grimminger, Katharina Mayer, Caroline Orth, Luisa Sarro, Sahana Theivarajah und Jelana Vajen.

Die Einstellung der Bevölkerung Deutschlands zu Entwicklungspolitik



75 % befürworten eine mittlere bis hohe Unterstützung für Länder des globalen Südens

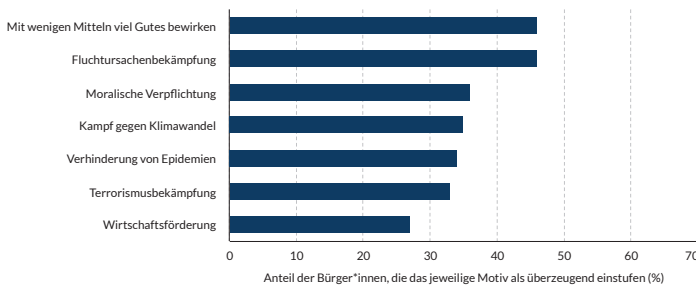


20 % sehen EZ als wirksam an



Der eigene Einfluss auf die Lage im globalen Süden wird eher gering eingeschätzt

Überzeugende Motive für EZ



Einstellungen zu Demokratie und Demokratieförderung durch die EZ



58 % befürworten Demokratieförderung durch die EZ



In der Zusammenarbeit mit nicht-demokratischen Staaten wünscht die Mehrheit, dass die EZ an Bedingungen geknüpft wird

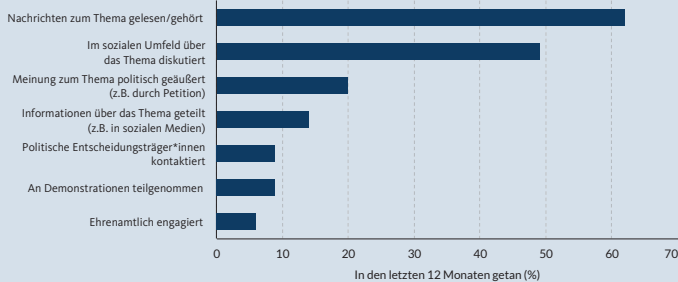


Bei Autokratisierungsprozessen in Partnerländern befürwortet die Bevölkerung konditionale EZ, Demokratieförderung und eine Anpassung der Maßnahmen unter Berücksichtigung der Lage der Menschen vor Ort, aber keine Beendigung der EZ

Entwicklungspolitisches Engagement der Bevölkerung

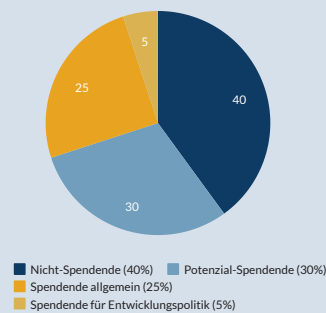
Nicht-monetär

Nicht-monetäres Engagement der Bevölkerung



Monetär

Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik



Anteil der Spendenden (allgemein und für Entwicklungspolitik) seit 2005 rückläufig



Spendensiegel als Ansatzpunkt, um Vertrauen in entwicklungspolitische NGOs zu erhöhen

Nachhaltiger Konsum



58 % der Befragten achten in ihrem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit



71 % der Befragten würden gerne nachhaltiger konsumieren – vor allem bei Kleidung



Hohe Zustimmung für politische Maßnahmen, um nachhaltigen Konsum zu fördern

Vier Faktoren hängen eng mit nachhaltigem Konsumverhalten zusammen:

- Nachhaltigkeitsbewusstsein
- das Gefühl, durch nachhaltigen Konsum etwas bewirken zu können
- die Überzeugung, nachhaltig konsumieren zu können
- ausgeprägte subjektive Normen

Engagementtypologie



Die Mehrheit (66 %) ist entwicklungspolitisch nicht oder kaum engagiert



Individuen verändern ihr Engagement im Zeitverlauf – intensiv Engagierte sogar eher



Selbstwirksamkeit und Besorgtheit über die Lage im globalen Süden beeinflussen Veränderung des Engagements

ZUSAMMENFASSUNG

Hintergrund, Motivation und Fragestellungen

Entwicklungspolitik und Maßnahmen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) zielen darauf ab, die Agenda 2030 und ihre 17 Ziele umzusetzen, globale Krisen wie die Corona-Pandemie oder den Klimawandel zu bewältigen und eine nachhaltige globale Entwicklung zu fördern.

Dabei spielt die Bevölkerung Deutschlands eine wichtige Rolle. Erstens sind staatliche entwicklungspolitische Maßnahmen steuerfinanziert und benötigen somit die Unterstützung der Bevölkerung; zweitens engagieren sich die Bürger*innen entwicklungspolitisch und leisten damit einen unverzichtbaren unmittelbaren Beitrag zu einer globalen nachhaltigen Entwicklung. Für entwicklungspolitische Akteure ist es daher wichtig zu wissen, welche Einstellungen die Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und globaler nachhaltiger Entwicklung hat, was sie über diesen Themenbereich weiß und wie sie sich darin engagiert. Diese Erkenntnisse ermöglichen es, die öffentliche Meinung und das Engagement der Bürger*innen zu verstehen, einzuordnen und in der Gestaltung der entwicklungspolitischen Kommunikations- und Bildungsarbeit, der Förderung des entwicklungspolitischen Engagements und der strategischen Weiterentwicklung der EZ zu berücksichtigen. Die Studienreihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“, zu der dieser Bericht gehört, geht vor diesem Hintergrund folgenden übergeordneten Fragen nach:

1. Welche Einstellungen hat die Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und nachhaltiger Entwicklung, was weiß sie über dieses Themenfeld, wie engagiert sie sich, und wie verändern sich diese Faktoren im Zeitverlauf?
2. Mit welchen Merkmalen stehen Einstellungen, Wissen und Engagement in Zusammenhang?

Der Bericht knüpft an die Analyse zentraler Einstellungs- und Engagementindikatoren im „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018“ an. Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei den Einstellungen der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung im Rahmen der EZ. Zwei Fokuskapitel analysieren detailliert das Spendenverhalten mit Blick auf entwicklungspolitische Organisationen sowie Einstellungen und Verhalten in Bezug auf nachhaltigen Konsum. In einem Gastbeitrag werden verschiedene Engagementformen zu einer Typologie zusammengefasst, die Entwicklung der einzelnen Engagementtypen im Zeitverlauf dargestellt und Einflussfaktoren auf den Wechsel zwischen den Typen untersucht.

Datenbasis

Die genutzten bevölkerungsrepräsentativen Datenquellen umfassen Umfragedaten des *Aid Attitude Tracker* (AAT; 2012 bis 2018) und seines Nachfolgeprojekts *Development Engagement Lab* (DEL; ab 2019), eigene Erhebungen durch das Meinungsforschungsinstitut ResponDi (2021) sowie Daten des *GfK Charity Panels* (2005 bis 2020). Die Fokusanalyse zu nachhaltigem Konsum greift zusätzlich auf Fokusgruppendifkussionen zurück, die mit Unterstützung eines Dienstleisters durchgeführt wurden.

Ergebnisse

Welche Einstellungen hat die Bevölkerung zu Entwicklungspolitik?

Die Bevölkerung Deutschlands unterstützt die EZ weiterhin mehrheitlich: 92 Prozent sehen es als wichtig an, Länder des globalen Südens zu unterstützen. 75 Prozent befürworten eine mittlere bis großzügige finanzielle Unterstützung dieser Länder durch staatliche EZ. 43 Prozent sprechen sich für eine Beibehaltung der aktuellen Ausgaben für EZ aus, 23 Prozent für eine Erhöhung. Die überzeugendsten Motive für EZ sind: „Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken“ und „Fluchtursachenbekämpfung“ (jeweils 46 %). Das Motiv „Bekämpfung des Klimawandels“ hat im Vergleich zu 2019 an Bedeutung gewonnen und wurde im Januar 2022 von 35 Prozent der Bevölkerung als überzeugendes Motiv angeführt. Auch „Demokratieförderung durch die EZ“ und „Zusammenarbeit mit demokratischen Staaten in der EZ“ erfahren hohe Zustimmung durch die Bevölkerung (58 % oder mehr). Im Falle von Autokratisierungsprozessen in den EZ-Partnerländern befürwortet die Bevölkerung mehrheitlich eine konditionale Zusammenarbeit, die Stärkung demokratischer Strukturen und

eine Anpassung der EZ-Maßnahmen, jedoch keine Beendigung der Zusammenarbeit. Ihren eigenen Einfluss auf die Lage im globalen Süden schätzen die Bürger*innen als gering ein – die „entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit“ ist also niedrig. In Teilen der Bevölkerung herrschen weiterhin Vorbehalte hinsichtlich der Wirksamkeit von EZ und (vermuteter) Korruption in den Partnerländern. 22 Prozent sehen die staatliche EZ als wirksam an, 21 Prozent hingegen nicht. 53 Prozent stimmen zu, dass ein großer Anteil der EZ-Mittel aufgrund von Korruption in den Partnerländern verloren geht. Die *Sustainable Development Goals* (SDGs) sind auch sechs Jahre nach ihrer Verabschiedung nur einem kleinen Teil der Bevölkerung bekannt. 8 Prozent kennen die SDGs und wissen, worum es sich dabei handelt; 21 Prozent kennen zumindest den Begriff. Darüber hinaus zeigen sich für viele Einstellungsindikatoren Unterschiede nach Altersgruppe und politischer Orientierung, also der Selbstverortung im politischen Spektrum von links bis rechts. Jüngere Menschen und Personen, die sich selbst politisch links einordnen, unterstützen die EZ eher.

- ☹ Es zeigt sich weiterhin ein förderliches Umfeld für Entwicklungspolitik in Deutschland. Zweifel an der Wirksamkeit der EZ könnten jedoch die positive Grundhaltung gefährden.

Wie engagiert sich die Bevölkerung entwicklungspolitisch?

a) Nicht-monetäres entwicklungspolitisches Engagement

Bürger*innen lesen beziehungsweise hören häufig Nachrichten zu weltweiter Armut und Entwicklung (62 %) und diskutieren häufig darüber in ihrem Umfeld (49 %). 14 Prozent der Befragten haben in den vergangenen 12 Monaten Informationen dazu geteilt, 6 Prozent haben ein Ehrenamt ausgeübt, 20 Prozent haben ihre Meinung zum Thema „weltweite Armut und Entwicklung“ geäußert (z. B. durch eine Petition), und jeweils 9 Prozent haben politisch Entscheidungstragende kontaktiert oder an einer Demonstration teilgenommen (Daten von Januar 2022). Die genutzten Engagementformen haben sich seit September 2019 kaum verändert. Ältere Bürger*innen informieren sich und diskutieren häufiger über weltweite Armut und Entwicklung, jüngere hingegen sind häufiger ehrenamtlich aktiv. Hinsichtlich der politischen Orientierung zeigen die Daten, dass sich im linken Spektrum anteilig häufiger über das Thema „weltweite Armut und Entwicklung“ informiert beziehungsweise darüber diskutiert wird. Ehrenamtliches Engagement sowie politische Partizipationsformen werden häufiger an den Rändern des politischen Spektrums genutzt. Teile der Bevölkerung setzen sich auch gegen entwicklungspolitische Maßnahmen ein.

- ☹ Informationsbezogene Aktivitäten werden von weiten Teilen der Bevölkerung genutzt, aufwändigere und zeitintensivere Engagementformen hingegen nur von einem kleinen Teil der Bevölkerung.

b) Fokusanalyse 1: Spenden an entwicklungspolitische Organisationen

Das allgemeine Spendenvolumen in Deutschland stagniert seit 2015 und lag 2020 basierend auf Hochrechnungen der Daten des GfK Charity Panels – exklusive Großspenden – bei ca. 5,5 Milliarden Euro.¹ Der Anteil der Entwicklungspolitik am Spendenmarkt ist zwischen 2010 und 2020 von ca. 14 Prozent auf 10 Prozent gesunken. Obwohl das Spendenvolumen sich insgesamt kaum verändert hat, ist die Zahl der Spendenden kontinuierlich gesunken – von knapp 50 Prozent der Bevölkerung im Jahr 2005 auf unter 30 Prozent im Jahr 2020. Gleiches gilt für Spenden im Bereich Entwicklungspolitik. Hier ist der Anteil der Spendenden von ca. 11 Prozent (2005) auf 5 Prozent (2020) gesunken. Personen, die generell spenden, sowie diejenigen, die spezifisch an entwicklungspolitische Organisationen spenden, sind im Vergleich zu Nicht-Spendenden eher alt, haben einen hohen Bildungsabschluss und verfügen über ein hohes Einkommen. Zusätzlich zu den 30 Prozent derjenigen, die bereits spenden, gibt es in der deutschen Bevölkerung ein hohes nicht ausgeschöpftes Spendenpotenzial von ebenfalls fast 30 Prozent. Fehlende Informationen und ein Vertrauensdefizit mit Blick auf Spendenorganisationen sind die am häufigsten

¹ Hochrechnungen des Spendenvolumens basierend auf unterschiedlichen Datenquellen kommen zu teilweise stark unterschiedlichen Ergebnissen. Eine Diskussion zu diesen Datenquellen findet sich in Kasten 9 dieses Berichts.

genannten Gründe für nicht getätigte Spenden. Spendensiegel bieten einen Ansatzpunkt, die Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen zu erhöhen; die Spendenbereitschaft wird durch eine Zertifizierung jedoch nicht direkt erhöht.

- ➔ Die Zahl der Spendenden nimmt in Deutschland ab. Spendensiegel – oder andere leicht zu verarbeitende Informationen – können Wissenslücken, die die Spendenbereitschaft hemmen, schließen.

c) Fokusanalyse 2: Nachhaltiger Konsum

Nachhaltiger Konsum ist in der Bevölkerung weit verbreitet: 58 Prozent geben an, zumindest teilweise nachhaltig zu konsumieren. Dabei umfasst nachhaltiger Konsum verschiedene Konsumbereiche, beispielsweise Nahrungsmittel, Kleidung und Finanzen. Auch geht er mit verschiedenen Konsumphasen – wie Kaufabwägung, Entsorgung, konsumpolitisches Engagement – über den Kauf und die Nutzung nachhaltiger Produkte hinaus. 71 Prozent der Bevölkerung geben an, nachhaltiger konsumieren zu wollen. Es zeigt sich somit Potenzial, den nachhaltigen Konsum zu steigern, und zwar besonders im Bereich Kleidung. Die Bevölkerung ist zudem überzeugt, dass nachhaltiger Konsum dazu beitragen kann, entwicklungspolitische Herausforderungen zu bewältigen. Ein ausgeprägtes Nachhaltigkeitsbewusstsein, das Gefühl, nachhaltig konsumieren zu können, ausgeprägte subjektive Normen und hohe wahrgenommene (konsumpolitische) Selbstwirksamkeit hängen positiv mit nachhaltigem Konsumverhalten zusammen. Ist das Gefühl, nachhaltig konsumieren zu können (wahrgenommene Handlungskontrolle) und persönlich oder politisch Einfluss nehmen zu können (Selbstwirksamkeit), eher gering ausgeprägt, stellt dies eine mögliche Hürde für die Steigerung des eigenen nachhaltigen Konsums dar. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Bevölkerung sowohl privaten als auch wirtschaftlichen Akteuren zwar einen großen Einfluss auf die Möglichkeit, den nachhaltigen Konsum zu steigern, zuspricht, ihnen aber gleichzeitig wenig vertraut, diesen auch geltend zu machen. Konsumpolitische Forderungen, die Unternehmen und politische Akteure in die Pflicht nehmen, werden von der Bevölkerung folgerichtig unterstützt.

- ➔ Es besteht großes Potenzial, den nachhaltigen Konsum in Deutschland zu steigern. Um dieses Potenzial auszuschöpfen, sollten individuelle Handlungs- und Einflussmöglichkeiten aufgezeigt werden. Aus Sicht der Bevölkerung sollten die Entscheidungstragenden zudem geeignete politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für nachhaltigen Konsum schaffen.

d) Engagementtypen im Zeitverlauf

Die Zusammenfassung verschiedener Engagementformen zu einer Typologie im Gastbeitrag des Development Engagement Lab ergibt fünf entwicklungspolitische Engagementtypen mit folgenden Anteilen (Daten von Juli 2018): (1) *völlig Unengagierte* (22 %), (2) *marginal Engagierte* (44 %), (3) *informationsbezogen Engagierte* (22 %), (4) *verhaltensbezogen Engagierte* (9 %) und (5) *vollumfänglich Engagierte* (3 %). Die große Mehrheit der Bevölkerung engagiert sich also entwicklungspolitisch nicht oder nur marginal. Auf aggregierter Ebene ist das Niveau des Engagements im Zeitverlauf stabil. Diese Stabilität verdeckt jedoch Veränderungen auf individueller Ebene: Im Laufe der Zeit bewegen sich die Befragten auch aus Engagementtypen heraus. Für Personen in den am wenigsten engagierten Gruppen ist die Wahrscheinlichkeit, den Engagementtyp zu wechseln, dabei geringer als für Personen in engagierteren Gruppen. Letztere weiten ihr Engagement im Zeitverlauf aus oder verringern es. Die Analyse möglicher Einflussfaktoren zeigt, dass mit einem Anstieg der entwicklungspolitischen Selbstwirksamkeit auch das Engagement ansteigt. Die Sorge über die Lage im globalen Süden sorgt sowohl für eine Ausweitung als auch für eine Verringerung des Engagements: Ein höherer Grad an Besorgtheit korrespondiert mit einer höheren Wahrscheinlichkeit, das Engagement zu steigern; nachlassende Besorgtheit hingegen geht mit einer höheren Wahrscheinlichkeit einher, sich in geringerem Maße zu engagieren.

- ➔ Es stellt eine Herausforderung dar, kaum engagierte Bürger*innen zu entwicklungspolischem Engagement zu bewegen. Die entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit sowie Besorgtheit über die Lage im globalen Süden bieten hier jedoch Ansatzpunkte.

Entwicklungspolitische Implikationen

Aus den Ergebnissen ergeben sich fünf Implikationen für die entwicklungspolitische Praxis:

1. **Positive Einstellung gegenüber Entwicklungspolitik weiter stärken.** Die Unterstützung der Bevölkerung für Entwicklungspolitik stellt eine solide Basis für die deutsche Entwicklungspolitik dar. Um diese Basis aufrechtzuerhalten, ist es wichtig, Entwicklungspolitik nicht allein als Mittel zur Lösung spezifischer Herausforderungen zu vermitteln, sondern in der Kommunikation auch andere Motive der Bevölkerung – etwa eine moralische Verpflichtung gegenüber den Ländern des globalen Südens – sowie die Anforderungen einer breiteren, globalen Entwicklungsagenda zu berücksichtigen. Zweifel an der Wirksamkeit der EZ sollten dabei ernst genommen werden.
2. **Politischen Kontext in Partnerländern kommunikativ vermitteln.** Das Spannungsfeld, das aus Bedarfen der Bevölkerung in Ländern des globalen Südens und problematischen (z. B. autokratischen) Regierungen in diesen Ländern resultiert, spiegelt sich in der öffentlichen Meinung wider. Die Bürger*innen befürworten in diesem Zusammenhang eine konditionale EZ, die die Lage der Menschen vor Ort berücksichtigt, und Maßnahmen zur Demokratieförderung. Entwicklungspolitisch Entscheidungstragende sollten der Bevölkerung den politischen Kontext im Partnerland daher bestmöglich vermitteln.
3. **Selbstwirksamkeit der Bürger*innen steigern, um weitere Teile der Bevölkerung zu entwicklungspolitischem Engagement zu bewegen.** Das Gefühl, entwicklungspolitisch etwas bewirken zu können, ist ein wichtiger Einflussfaktor für entwicklungspolitisches Engagement. Um die Selbstwirksamkeit zu steigern, sollten (1) staatliche und zivilgesellschaftliche Akteure niedrigschwellige Engagementangebote ausbauen, (2) die soziale Sichtbarkeit von Engagement genutzt werden und (3) individuelle Beitragsmöglichkeiten zu kollektivem Handeln – zum Beispiel in Organisationen und Initiativen – aufgezeigt werden.
4. **Wissenslücken zu EZ und nachhaltigem Konsum schließen.** Das Wissen der Bevölkerung zum Themenfeld Entwicklungszusammenarbeit ist weiterhin gering. Zugleich besteht ein Bedarf an einfachen, verlässlichen Informationen. Siegel, wie sie beispielsweise zur Zertifizierung von Spendenorganisationen und Textilien genutzt werden, bieten hier einen Ansatzpunkt. Damit Siegel für die Bürger*innen nützlich sind, sollten die entsprechenden Informationen aktuell und leicht zugänglich sein, beispielsweise über Apps. In diesem Zusammenhang sollten generelle Informationsmaßnahmen – etwa zur Bekanntheit der SDGs – nicht vernachlässigt werden.
5. **Bedarfs- und altersgerechte Engagementangebote ausbauen.** Im Engagement der Bevölkerung finden sich altersbezogene Unterschiede. Für Jüngere sollten flexiblere Engagementangebote geschaffen werden, sodass sie sich auch bei Veränderungen in den Lebensumständen (Eintritt ins Berufsleben, Familiengründung) weiter engagieren können. Bei Älteren könnte das Potenzial zu entwicklungspolitischem Engagement stärker ausgeschöpft werden, indem Verbindungen zu anderen Engagementbereichen – etwa kirchlichem Engagement – ausgebaut werden.

Ausblick

Dieser Bericht ist Teil der DEval-Reihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“. Der nächste Bericht erscheint voraussichtlich 2024.

INHALT

Impressum	iv
Danksagung	v
Zusammenfassung	vii
Abkürzungen und Akronyme	xvi
Glossar	xvii
1. Einleitung: Die Einstellungen und das Engagement der Bevölkerung in Zeiten globaler Krisen	1
1.1 Übergeordnete Ziele des Berichts	4
1.2 Aufbau des Berichts	4
2. Die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und EZ	6
2.1 Unterstützt die Bevölkerung Entwicklungspolitik und EZ-Maßnahmen?	9
2.1.1 Unterstützung für Menschen in Ländern des globalen Südens wird unverändert als wichtig eingestuft	9
2.1.2 Weiterhin relativ hohe allgemeine Unterstützung für die staatliche EZ	10
2.1.3 Mittel für EZ in Deutschland: Mehrheit der Bevölkerung wünscht keine Veränderung ..	13
2.2 Exkurs: die Bedeutung von Entwicklungspolitik auf Twitter	14
2.3 Welche Motive für EZ sehen die Bürger*innen als überzeugend an?	16
2.4 Wie steht die Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ?	17
2.4.1 Die Bevölkerung befürwortet sowohl die Zusammenarbeit mit demokratischen Staaten als auch Demokratieförderung	18
2.4.2 EZ bei Autokratisierungsprozessen: Konditionen für das Regime, ohne die Lage der Bevölkerung im Partnerland außer Acht zu lassen	19
2.5 Wie nehmen die Bürger*innen ihren eigenen Einfluss auf die Lage im globalen Süden wahr?	22
2.5.1 Der eigene Einfluss auf die Lage im globalen Süden wird als gering wahrgenommen	22
2.6 Exkurs: Kennt die Bevölkerung die 17 Sustainable Development Goals (SDGs)?	24
2.7 Wie wirksam ist die EZ aus Sicht der Bevölkerung?	26
2.7.1 Wirksamkeit der EZ: Ein Großteil der Bevölkerung ist weiterhin skeptisch	26
2.7.2 Korruption wird weiterhin als Herausforderung für die EZ wahrgenommen	28
2.8 Zusammenfassung: Entwicklungspolitische Akteure agieren in Deutschland in einem mehrheitlich wohlwollenden Umfeld	29
3. Engagement der Bürger*innen in der Entwicklungspolitik	30
3.1 Nicht-monetäres Engagement	34
3.2 Fokusanalyse 1: Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen	40
3.2.1 Spendenbereitschaft: Wie viel wird gespendet?	42

3.2.2	Beschreibung von Spendenden: eher älter, weiblich, hoch gebildet und einkommensstark	46
3.2.3	Spendenpotenzial übersteigt aktuellen Spendenanteil deutlich	49
3.2.4	Warum wird gespendet?	51
3.2.5	Exkurs: Welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Spendenbereitschaft?.....	57
3.2.6	Zusammenfassung.....	58
3.3	Fokusanalyse 2: Nachhaltiger Konsum	59
3.3.1	Wie gestaltet sich der nachhaltige Konsum in der Bevölkerung Deutschlands?	62
3.3.2	Welches Potenzial besteht, nachhaltigen Konsum zu steigern?	67
3.3.3	Welchen Zusammenhang sieht die Bevölkerung zwischen nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung?.....	73
3.3.4	Welche psychologischen Einflussfaktoren können nachhaltiges Konsumverhalten erklären?.....	74
3.3.5	Welche Rolle schreibt die Bevölkerung verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren in der Förderung nachhaltigen Konsums zu?	81
3.3.6	Welche konsumpolitischen Forderungen unterstützt die Bevölkerung?	83
3.3.7	Zusammenfassung.....	84
3.4	Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen.....	85
3.4.1	Engagement für globale Entwicklung in Deutschland im Zeitverlauf.....	86
4.	Implikationen für die entwicklungspolitische Praxis	94
4.1	Implikationen.....	95
4.2	Ausblick.....	99
5.	Literatur	100
6.	Anhang.....	112
6.1	Ergänzende Analysen Kapitel 2	113
6.2	Anhang Kapitel 2.....	115
6.3	Anhang Abschnitt 3.2	117
6.4	Anhang Abschnitt 3.3	125
6.5	Anhang Abschnitt 3.4	128
6.6	Projektmitarbeitende und Zeitplan	130

Abbildungen

Abbildung 1	Wichtigkeit der EZ im Ländervergleich	9
Abbildung 2	Die allgemeine Unterstützung der Bevölkerung Deutschlands für EZ im Zeitverlauf	10
Abbildung 3	Politische Orientierung auf der Links-rechts-Skala nach Parteiidentifikation	12
Abbildung 4	Die Unterstützung für EZ im Vergleich mit Frankreich, Großbritannien und den USA	13
Abbildung 5	Die Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen ODA-Ausgaben	14
Abbildung 6	Tweets mit Bezug zu Entwicklungspolitik und Humanitärer Hilfe 2019 bis 2021	15
Abbildung 7	Überzeugende Motive für Entwicklungszusammenarbeit	16
Abbildung 8	Zustimmung der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ.....	19
Abbildung 9	Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung nach politischer Orientierung ...	21
Abbildung 10	Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure auf die Lage in armen Ländern.....	23
Abbildung 11	Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) im Zeitverlauf.....	25
Abbildung 12	Die Wirksamkeit der EZ aus Sicht der Bevölkerung Deutschlands	27
Abbildung 13	Einschätzung der EZ-Wirksamkeit im Ländervergleich.....	28
Abbildung 14	Überblick über die verschiedenen Formen des untersuchten Engagements	31
Abbildung 15	Nutzung verschiedener nicht-monetärer Engagementformen im Zeitverlauf.....	35
Abbildung 16	Organisationsbezogenes Engagement nach Altersgruppen.....	37
Abbildung 17	Nutzung politischer Partizipationsformen nach politischer Orientierung	39
Abbildung 18	Spendenmarkt: Entwicklung des Spendenvolumens im Zeitraum 2005 – 2020	44
Abbildung 19	Anteil der Spendenden im Zeitraum 2005–2020	45
Abbildung 20	Durchschnittliche individuelle Spendenhöhe pro Jahr.....	46
Abbildung 21	Sozioökonomische Einflussfaktoren auf das Spendenverhalten.....	47
Abbildung 22	Vergleich von Spendenden generell und Spendenden für Entwicklungspolitik.....	48
Abbildung 23	Disaggregation des Spendenverhaltens nach Alterskategorien.....	50
Abbildung 24	Motive für Spenden	51
Abbildung 25	Hindernisse zu spenden.....	52
Abbildung 26	Bekanntheit von Textilsiegeln und Vertrauen in diese.....	54
Abbildung 27	Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft.....	55
Abbildung 28	Effekt von Spendensiegeln auf Vertrauen und Wirksamkeitseinschätzung.....	56
Abbildung 29	Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft in der Gruppe „Spendenpotenzial“	57
Abbildung 30	Einfluss der Corona-Pandemie auf das Spendenverhalten	58
Abbildung 31	Würfelmodell nachhaltigen Konsumverhaltens	61
Abbildung 32	Nachhaltiger Konsum in der deutschen Bevölkerung	65
Abbildung 33	Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und Altersklasse	66
Abbildung 34	Differenz zwischen tatsächlichem und idealem (gewünschtem) Konsum	69

Abbildung 35	Konsumpotenzial je nach Item und Alter	70
Abbildung 36	Konsumpotenzial je nach Item und politischer Orientierung.....	71
Abbildung 37	Konsumpotenzial je nach Item und Einkommen.....	72
Abbildung 38	Modell der Theory of Planned Behaviour.....	75
Abbildung 39	Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung	76
Abbildung 40	Handlungskontrolle	77
Abbildung 41	Konsumpolitische Selbstwirksamkeit	78
Abbildung 42	Einfluss der TPB-Merkmale auf nachhaltigen Konsum.....	80
Abbildung 43	Die Rolle gesellschaftlicher Akteure für nachhaltigeren Konsum	82
Abbildung 44	Zustimmung zu konsumpolitischen Forderungen	84
Abbildung 45	Merkmale der fünf Engagementtypen	87
Abbildung 46	Engagementtypen in Deutschland im Zeitverlauf	89
Abbildung 47	Entwicklung der Zugehörigkeit zu den Engagementtypen über die AAT-Wellen hinweg	90
Abbildung 48	Einflussfaktoren für die Veränderung der Zugehörigkeit zu den Engagementtypen.....	92
Abbildung 49	Gefühl der moralischen Verpflichtung im Zeitverlauf	113
Abbildung 50	Wahrgenommene Einflussmöglichkeiten im Ländervergleich	115
Abbildung 51	Korruption in den Ländern des globalen Südens aus Sicht der Bevölkerung.....	116
Abbildung 52	Vergleich von Spendenkategorisierungen.....	117
Abbildung 53	Veränderung im quartalspezifischen Spendenvolumen für Entwicklungspolitik in den vergangenen drei Jahren	118
Abbildung 54	Spendenverhalten nach Alterskategorien	120
Abbildung 55	Spendenverhalten nach Geschlecht	121
Abbildung 56	Spendenverhalten nach Bildungsniveau	122
Abbildung 57	Spendenverhalten nach Einkommensniveau	123
Abbildung 58	Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und politischer Orientierung.....	125
Abbildung 59	Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und Einkommensklasse.....	126
Abbildung 60	Bereitschaft, in den verschiedenen Konsumbereichen mehr zu zahlen	127
Abbildung 61	Nutzung der verschiedenen Engagementformen in den Engagementtypen	129

Tabellen

Tabelle 1	Das Spendenpotenzial in der Bevölkerung Deutschlands	49
Tabelle 2	Spendenzweck (GfK Charity Panel).....	119
Tabelle 3	Spendenbereitschaft und Spendenverhalten.....	124
Tabelle 4	Soziodemografische und einstellungsbezogene Merkmale der Engagementtypen	128
Tabelle 5	Übergangswahrscheinlichkeiten zwischen Engagementtypen	129
Tabelle 6	Evaluierungsteam	130
Tabelle 7	Zeitplan der Studie.....	130

Kästen

Kasten 1	DEval-Studienreihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“	4
Kasten 2	Zentrale Ergebnisse: Die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und EZ ..	7
Kasten 3	Der Übergang vom Aid Attitudes Tracker (AAT) zum Development Engagement Lab (DEL).....	8
Kasten 4	Erfassung der politischen Orientierung	11
Kasten 5	Woran liegt es, dass die SDGs in der Bevölkerung Deutschlands nicht ankommen?	25
Kasten 6	Definiton: Bürgerschaftliches Engagement in der Entwicklungspolitik.....	32
Kasten 7	Zentrale Ergebnisse: Nicht-monetäres Engagement.....	34
Kasten 8	Zentrale Ergebnisse: Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen .	40
Kasten 9	Datenbasis Growth from Knowledge (GfK) Charity Panel	41
Kasten 10	Definition: Spenden für Entwicklungspolitik	42
Kasten 11	Exkurs: Die öffentliche Meinung zu Textilsiegeln	53
Kasten 12	Umfrageexperiment Spendensiegel	54
Kasten 13	Zentrale Ergebnisse: Nachhaltiger Konsum.....	59
Kasten 14	Grenzen individueller Beitragsmöglichkeiten zu nachhaltiger Entwicklung durch Konsum	60
Kasten 15	Charakteristika der Fokusgruppen.....	62
Kasten 16	Exkurs zur Zahlungsbereitschaft.....	67
Kasten 17	Selbstwirksamkeit als wichtiger Einflussfaktor in den Fokusgruppen.....	81
Kasten 18	Zentrale Ergebnisse: Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen ...	85
Kasten 19	Soziodemografie, politische Orientierung und Einstellungen der Engagementtypen	87
Kasten 20	Implikationen für die entwicklungspolitische Praxis	95

ABKÜRZUNGEN UND AKRONYME

AfD	Alternative für Deutschland
AAT	Aid Attitudes Tracker
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz
BMZ	Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
CDU	Christlich Demokratische Union Deutschlands
CSU	Christlich-Soziale Union in Bayern
DAC	Development Assistance Committee (Entwicklungsausschuss)
DEL	Development Engagement Lab
DEval	Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit
DIW	Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung
DZI	Deutsches Zentralinstitut für soziale Fragen
EU	Europäische Union
EZ	Entwicklungszusammenarbeit
FDP	Freie Demokratische Partei
GfK	Growth from Knowledge
LCA	Latent Class Analysis (Latente Klassenanalyse)
NGO	Non-governmental organisation (Nichtregierungsorganisation)
ODA	Official Development Assistance (Öffentliche Entwicklungszusammenarbeit)
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
SDG	Sustainable Development Goal (Ziel für nachhaltige Entwicklung)
SOEP	Sozioökonomisches Panel
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
TPB	Theory of Planned Behaviour (Theorie des geplanten Verhaltens)
UBA	Umweltbundesamt
UNICEF	United Nations Children's Fund (Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen)
VENRO	Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe

GLOSSAR

Einstellungen

Einstellungen können als zusammenfassende Bewertung von konkreten Objekten (zum Beispiel Autos), Personen (zum Beispiel Bundeskanzler Olaf Scholz) oder gesellschaftlichen Gruppen (zum Beispiel Geflüchtete) verstanden werden (Bohner und Wänke, 2009, S. 5).² Sie dienen der Informationsverarbeitung und Organisation von Wissen (Raatz, 2016, S. 76). Zudem erleichtern sie die Navigation in der Umwelt: „Einstellungen beeinflussen die Art und Weise, wie wir die Welt wahrnehmen, was wir denken und wie wir handeln“ (Maio und Haddock, 2009, S. 4; Raatz, 2016, S. 65). Die Sozialpsychologie unterscheidet zwischen kognitiver, affektiver und konativer Einstellungsdimension (zum Beispiel Eagly und Chaiken, 1993).

Einstellungen spielen eine wichtige Rolle für menschliche Reaktionen und damit für das Verhalten, obgleich ihre Vorhersagekraft für tatsächliches Verhalten in vielen Fällen schwach ist (*Attitude-Behaviour Gap*). Dies gilt insbesondere, wenn allgemeine Einstellungen zu breiten Themen erforscht werden und das untersuchte Verhalten abstrakt beziehungsweise unspezifisch ist (Ajzen und Fishbein, 2005). Der Zusammenhang zwischen Einstellungen und Verhalten ist komplex (Bohner und Wänke, 2009, S. 5) und wird von der Stärke und Konsistenz der Einstellungen, den direkten Erfahrungen mit dem Einstellungsobjekt, subjektiven Normen, dem sozialen Umfeld sowie der Verhaltensintention beeinflusst.

Einstellungen zu Entwicklungspolitik und -zusammenarbeit sind keine einfachen, direkt beobachtbaren Merkmale, die durch eine oder sehr wenige Fragen erfasst werden können (Bae und Kim, 2016). Aufgrund der Kombination aus Komplexität und geringer Bedeutung im Alltag ist vielmehr davon auszugehen, dass die Einstellungen oder Wahrnehmungen ambivalent oder gar inkonsistent sind. So könnten beispielsweise trotz allgemeiner Unterstützung der EZ gleichzeitig Zweifel an ihrer Wirksamkeit bestehen. Ebenso können Menschen EZ generell unterstützen, der Ausgabe von Steuermitteln dafür jedoch nicht zustimmen. Sowohl an individuelle als auch an aggregierte Einstellungen darf deshalb nicht der Maßstab fachlicher Genauigkeit oder logischer Konsistenz angelegt werden. Aggregierte Einstellungen in Form von Mittel- oder Prozentwerten etwa im Vergleich von Bevölkerungsgruppen sind deshalb als Tendenzaussagen oder öffentliches Meinungsbild zu bewerten, die oftmals im Zeitverlauf stabil sind (Erikson und Tedin, 2011, S. 93–94). Substanzuelle Veränderungen im Aggregat deuten auf eine Veränderung der öffentlichen Meinung hin.

Unterschieden werden muss ferner zwischen spezifischen politischen Einstellungen, etwa zu einer politischen Maßnahme, und der politischen Orientierung (oder auch Ideologie) eines Individuums. Letztere umfasst zentrale Werte, Normen und allgemeinere politische Einstellungen, die auf die Gestaltung der Gesellschaft abzielen (Erikson und Tedin, 2011, S. 72). Erfasst wird die politische Orientierung in der Regel durch die Selbstpositionierung auf einer Skala mit den Endpunkten *links* und *rechts* beziehungsweise im angelsächsischen Raum „*liberal*“ und „*conservative*“ (Jost et al., 2009).

Einstellungsmessungen und ihre Interpretation

Viele Merkmale, die in dieser Studie von Interesse sind, lassen sich nicht problemlos als manifestes Merkmal erfassen. Einstellungen zu EZ oder moralischer Verpflichtung sind im Gegensatz zu Einkommen, Bildungsabschluss oder Alter latente Merkmale, die durch die Vorlage von Aussagen oder Zustimmungsfragen – sogenannte Items – auf einem Fragebogen ermittelt werden müssen. Die Analyse von Sekundärdaten wie denen des *Development Engagement Lab* stellt eine Herausforderung dar, da relevante Merkmale auf Basis des vorliegenden Datenmaterials messbar gemacht, also operationalisiert werden müssen. Für spezifische Fragestellungen muss deshalb im Folgenden oftmals auf Einzelitems – einzelne Aussagen oder Fragen – zurückgegriffen werden. Sofern die Datenlage es jedoch zulässt, werden sogenannte

² Das Glossar wurde bereits im Meinungsmonitor 2018 (Schneider und Gleser, 2018) und 2021 (Schneider et al., 2021a) genutzt und für den vorliegenden Bericht geringfügig angepasst. Die Begriffsbestimmung „Entwicklungszusammenarbeit und Entwicklungspolitik“ wurde – ebenfalls leicht angepasst – aus dem Meinungsmonitor 2019 (Schneider et al., 2019, S. 4–5) übernommen.

Likert-Skalen berechnet (Likert, 1932). Das heißt, über die Antworten zu mehreren Items wird für jede befragte Person der Mittelwert der Zustimmung berechnet, was eine verlässlichere Messung des jeweiligen Konstrukts ermöglicht (z. B. Ansolabehere et al., 2008). Dies trifft jedoch nur zu, wenn die Items ein einzelnes latentes Merkmal abbilden (Eindimensionalität) und im Durchschnitt einen starken Zusammenhang aufweisen (Konsistenz beziehungsweise Reliabilität; dazu einfürend Moosbrugger und Kelava, 2012). Zur Bestimmung der Konsistenz wird die Kennzahl Cronbachs Alpha verwendet. In der Literatur wird häufig ein Schwellenwert von 0,7 für akzeptable Konsistenz genannt.

Messungen, die auf solchen Einzelitems oder Einstellungsskalen beruhen, sind schwieriger zu interpretieren als Messungen manifester Merkmale. Deutet beispielsweise ein Mittelwertvergleich des Einkommens zwischen Männern und Frauen auf einen Unterschied von 500 Euro hin, bedarf die statistische Interpretation keiner weiteren Diskussion.³ Bei einer Einstellungsmessung, die etwa ergibt, dass sich Personen mit Abitur in ihrer Unterstützung der EZ um 0,3 Skaleneinheiten von Personen mit Hauptschulabschluss unterscheiden, sind die Schlüsse hingegen weniger offensichtlich.

Entwicklungszusammenarbeit und Entwicklungspolitik

In diesem Bericht werden als „Entwicklungszusammenarbeit“ (EZ) alle Maßnahmen staatlicher und gesellschaftlicher Akteure der Industrieländer sowie internationaler Organisationen verstanden, die auf die Förderung der politischen und sozioökonomischen Lebensbedingungen in den Ländern des globalen Südens abzielen. Als „offizielle“ Entwicklungszusammenarbeit – *Official Development Assistance* (ODA) – im engeren Sinne werden dagegen nur Leistungen und Aktivitäten staatlicher Stellen eingestuft, die mit dem Hauptziel eingesetzt werden, die wirtschaftlich, sozial und ökologisch nachhaltige Entwicklung in den Partnerländern zu fördern (siehe dazu zum Beispiel Faust, 2016, S. 338–339; Stockmann, 2016, S. 425–431).

Staatliche EZ wird bilateral zwischen Staaten sowie über multilaterale Organisationen umgesetzt, aber auch über zivilgesellschaftliche Organisationen, die staatliche Mittel für die Durchführung von Projekten erhalten. Maßnahmen von zivilgesellschaftlichen Organisationen, die diese aus eigenen Mitteln (zum Beispiel Spenden) finanzieren, sind ebenfalls Teil der EZ in einem generelleren Sinn, werden aber nicht der ODA zugerechnet.

Begrifflich wird zudem häufig zwischen struktureller EZ, die auf mittel- und langfristige Wirkungen ausgerichtet ist, und Humanitärer Hilfe in Not- und Krisensituationen unterschieden. Mit der „Übergangshilfe“ steht der Entwicklungspolitik zudem ein Instrument zur Verfügung, um in Not- und Krisensituationen die Resilienz und die Entwicklungskapazitäten der betroffenen Menschen und Institutionen gezielt zu stärken und damit eine Brücke zwischen Humanitärer Hilfe und struktureller EZ zu schlagen.

Aufgrund der Komplexität des Themas, dem Zusammenspiel von Handlungsfeldern, unterschiedlichen ministeriellen Zuständigkeiten und der Vielzahl entwicklungspolitischer Akteure kann in der Bevölkerung kein differenziertes Verständnis dieser Begrifflichkeiten vorausgesetzt werden. Bei der Erfassung der öffentlichen Meinung zu diesem Themenkomplex muss daher in manchen Fällen mit Begriffen gearbeitet werden, die mit dem Alltagsverständnis der Bevölkerung übereinstimmen, jedoch nicht das Selbstverständnis einzelner oder mehrerer entwicklungspolitischer Akteure widerspiegeln. In den Befragungen für diese Studie wurde beispielsweise oftmals der in der Bevölkerung und den Medien gängige Begriff „Entwicklungshilfe“ verwendet, um die langfristige Dimension der EZ zu erfragen (siehe dazu Schneider und Gleser, 2018, S. 20). Die deutsche Regierung und viele Entwicklungsorganisationen verwenden hingegen den in der Öffentlichkeit weniger geläufigen Begriff „Entwicklungszusammenarbeit“. Damit bringen sie zum Ausdruck, dass Länder, Organisationen, Gemeinden oder Individuen, mit denen sie entwicklungspolitisch zusammenarbeiten, nicht als Empfänger von Hilfsleistungen, sondern als gleichberechtigte Partner betrachtet werden.

3 Die gesellschaftliche Bedeutung hingegen bedarf einer Diskussion. Ebenso müssen weitere Merkmale berücksichtigt werden, zum Beispiel (Berufs-)Bildung, ausgeübter Beruf, Alter und Beschäftigungsverhältnis.

In der Bevölkerung wird Entwicklungszusammenarbeit zudem häufig mit „Bekämpfung der weltweiten Armut“ gleichgesetzt. Dementsprechend konzentrieren sich Teile der Befragung auf diesen Aspekt. Die Ziele der deutschen Entwicklungspolitik hingegen beziehen sich auf die verschiedenen Dimensionen von Entwicklung, wie sie in der umfassenden Agenda 2030 und deren 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung (*Sustainable Development Goals*, SDGs; siehe Vereinte Nationen, 2015) festgelegt sind. Daraus leiten sich Maßnahmen ab, die nicht allein auf Armutsbekämpfung fokussiert sind, sondern in Ländern des globalen Südens die wirtschaftliche, soziale und ökologische Entwicklung, Umwelt- und Klimaschutz sowie staatliche Strukturen und Demokratie und Frieden fördern sollen.

In der vorliegenden Studie wird „Entwicklungspolitik“ vereinfacht als übergeordnetes Handlungsfeld verstanden; „EZ“ meint konkrete Maßnahmen, um zu wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Entwicklung im globalen Süden beizutragen. Dabei ist es unerheblich, ob staatliche oder zivilgesellschaftliche Organisationen diese Maßnahmen verantworten. Sofern in den verwendeten Bevölkerungsbefragungen diesbezügliche Spezifizierungen erfolgten, wird dies im Text kenntlich gemacht.

Regressionsanalyse

Regressionsanalysen stellen eine weitverbreitete statistische Methode dar, um Zusammenhänge zwischen einer abhängigen und einer oder mehreren unabhängigen Variablen zu analysieren (einführend Backhaus et al., 2018). Die abhängige Variable, zum Beispiel die allgemeine Unterstützung der Entwicklungszusammenarbeit, wird dabei durch ein Bündel an individuellen Merkmalen wie Soziodemografie und politische Orientierung geschätzt. Die Regressionskoeffizienten geben hier bei quantitativen Merkmalen an, um wie viele Messeinheiten sich die Unterstützung der EZ unter Konstanzhaltung der übrigen Merkmale durchschnittlich verändert, wenn sich die jeweilige unabhängige Variable – etwa das Alter – um eine Einheit verändert. Bei kategorialen Variablen wie Geschlecht, Bildungsabschluss oder Experimentalgruppe werden sogenannte Dummy-Variablen verwendet, deren Koeffizient den durchschnittlichen Unterschied in der allgemeinen Unterstützung der EZ einer Merkmalsausprägung (zum Beispiel „Abitur“) zu einer vorher festgelegten Vergleichskategorie (zum Beispiel „Hauptschulabschluss“ oder die „Kontrollgruppe“ in einem Experiment) angibt. Um die Ergebnisse greifbarer zu machen, werden im vorliegenden Bericht Regressionsergebnisse grafisch dargestellt (sogenannte Koeffizientenplots; siehe z. B. Kastlec und Leoni, 2007). Die numerischen Ergebnisse der Regressionsanalysen finden sich stets im Online-Anhang.

Die Kennzahl R^2 (Determinationskoeffizient genannt) gibt darüber hinaus an, welchen Anteil der Streuung der abhängigen Variable das Modell erklärt. Diese Kennzahl kann zwar als Indikator für die Modellgüte betrachtet werden, sollte jedoch aufgrund der zahlreichen Einflussfaktoren, die auf Einstellungen und Verhalten wirken, nicht zu voreiligen Schlüssen verleiten. Wichtiger sind die Befunde zu Signifikanz und Substanz der einzelnen Koeffizienten (siehe Glossareintrag „Statistische Signifikanz“).

Ist im Bericht von einer logistischen Regression die Rede, so wird das zuvor beschriebene Prinzip auf eine zweistufige kategoriale abhängige Variable übertragen, beispielsweise die Nutzung einer bestimmten Form bürgerschaftlichen Engagements (ja/nein). Die Interpretation der Koeffizienten wird in diesem Fall komplexer. Vereinfacht lassen sie sich als Veränderungen der Eintrittswahrscheinlichkeit des untersuchten Ereignisses (zum Beispiel erfolgtes Engagement) bei Veränderung der unabhängigen Merkmale um eine Einheit interpretieren. Eine multinomiale logistische Regression kommt schließlich zum Einsatz, wenn die abhängige Variable mehr als zwei kategoriale Ausprägungen annehmen kann (z. B. „in den letzten 12 Monaten ehrenamtlich engagiert“, „in der Vergangenheit ehrenamtlich engagiert, aber nicht in den letzten 12 Monaten“, „noch nie ehrenamtlich engagiert“). Das Prinzip der Interpretation bleibt im Vergleich zu einer zweistufigen abhängigen Variable unverändert.

Statistische Signifikanz

Um zu überprüfen, ob ein Zusammenhang oder Unterschied statistisch relevant, also signifikant ist, kommen Signifikanztests zum Einsatz. Fällt der p-Wert unter den in den Sozialwissenschaften häufig genutzten kritischen Schwellenwert von 0,05, so wird ein Zusammenhang oder Unterschied als signifikant betrachtet (Bryman, 2016, S. 347). Der p-Wert bezeichnet die Wahrscheinlichkeit, den in der Stichprobe gefundenen Zusammenhang oder einen noch größeren Zusammenhang zu beobachten, wenn die Nullhypothese gültig

wäre, also kein Zusammenhang vorläge (Goodman, 2008, S. 136). Vereinfacht ausgedrückt ist der Befund mit nur geringer Wahrscheinlichkeit dem Zufall geschuldet, und die Nullhypothese kann verworfen werden. Bei p-Werten unter 0,10 (also 10 %) wird ebenfalls ein Zusammenhang aufgezeigt, jedoch auf die größere Unsicherheit über die Ablehnung der Nullhypothese hingewiesen. Bei p-Werten über 0,10 wird die Nullhypothese schließlich beibehalten.

Aus Signifikanz darf allerdings nicht auf Substanz geschlossen werden, denn mit großen Stichproben werden auch sehr kleine Befunde signifikant. Signifikanz bedeutet zwar, dass hier mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Effekt vorliegt. Aufgrund der Tatsache, dass dieser Effekt sehr klein ist, kann es jedoch sein, dass er in der Realität nur von geringer Bedeutung ist. Substanz ist deshalb separat zu prüfen. Darüber hinaus darf von einem statistisch signifikanten Befund nicht vorbehaltlos auf Ursächlichkeit (auch als Kausalität bezeichnet) geschlossen werden, da bei Verwendung von Querschnittsdaten weder die zeitliche Reihenfolge von Ursache und Wirkung noch der Einfluss nicht erhobener Merkmale kontrolliert werden kann (z. B. Gangl, 2010). Querschnittsdaten sind Daten, mit denen zum selben Zeitpunkt sowohl unabhängige Variablen – wie die politische Orientierung – als auch abhängige Variablen – wie die Einstellung zur EZ – erhoben werden. In vielen Fällen ist deshalb eine umgekehrte Wirkungsrichtung oder eine gemeinsame Ursache von unabhängiger und abhängiger Variable nicht auszuschließen. Die in der Studie punktuell verwendeten Umfrageexperimente stellen jedoch eine Ausnahme dar, da die unabhängige Variable durch die zufällige Einteilung in verschiedene Experimentalgruppen gezielt variiert wird (siehe z. B. Mutz, 2011). Hier ist eine kausale Interpretation zulässig.

Stichprobenfehler

Die präsentierten Analysen beruhen auf einer Stichprobe, was zu einer statistischen Unsicherheit der berichteten Anteils- und Mittelwerte führt. Geben zum Beispiel von 1.000 Befragten einer fiktionalen Zufallsstichprobe 20 Prozent an, im vergangenen Jahr an eine EZ-Organisation gespendet zu haben, liegt der Prozentwert vereinfacht ausgedrückt mit einer Wahrscheinlichkeit von 95 Prozent in der Gesamtbevölkerung etwa zwischen 17,5 und 22,5 Prozent (sogenanntes Konfidenzintervall).⁴ Erhöht sich der Stichprobenumfang auf 5.000 Befragte, liegt der Wert zwischen 18,8 und 21,1 Prozent. Grundsätzlich geht man bei einer Stichprobe von 1.000 Befragten bei einem dichotomen Merkmal wie „ja/nein“ oder „dafür/dagegen“ davon aus, dass der Stichprobenfehler ± 3 beträgt (Erikson und Tedin, 2011, S. 30–31). Hohe Anteilswerte um 50 Prozent weisen breitere Konfidenzintervalle auf als kleine. Um Text und Abbildungen nicht zu überfrachten, enthält dieser Bericht bei deskriptiven Darstellungen von Prozentwerten in der Regel keine Konfidenzintervalle, gibt jedoch stets die Beobachtungszahl an.

⁴ Zur Berechnung siehe <http://eswf.uni-koeln.de/lehre/stathome/statcalc/v2202.htm>.

**1. EINLEITUNG:
DIE EINSTELLUNGEN UND
DAS ENGAGEMENT DER
BEVÖLKERUNG IN ZEITEN
GLOBALER KRISEN**

Im Jahr 2022 ist Halbzeit für die Umsetzung der Agenda 2030, die von den Vereinten Nationen 2015 verabschiedet wurde. Trotz einiger Fortschritte wird die bisherige Geschwindigkeit nicht ausreichen, um die mit der Agenda verknüpften 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (*Sustainable Development Goals*; SDGs) bis 2030 zu erreichen (Vereinte Nationen, 2020). Dies betrifft die Bewältigung des Klimawandels (SDG 13), aber auch die Reduzierung sozialer Ungleichheit (SDG 5 und 10) und die Schaffung stabiler staatlicher und zugleich inklusiv-demokratischer Strukturen (SDG 16, zu letzteren siehe Alizada et al., 2021). Durch die Folgen der Corona-Pandemie könnte die Zielerreichung sogar zurückgeworfen werden (Vereinte Nationen, 2020). Auch der seit Februar 2022 grassierende Krieg in der Ukraine wird über das Leid der betroffenen Menschen hinaus Auswirkungen auf die globale nachhaltige Entwicklung haben.

Gleichzeitig verdeutlichen die Corona-Pandemie, die Klimaerwärmung und der Krieg in der Ukraine, wie wichtig internationale Zusammenarbeit und globale Solidarität für die Bewältigung globaler Herausforderungen und Krisen sind. Entwicklungspolitik und Maßnahmen der Entwicklungszusammenarbeit (EZ) sollen in diesem Zusammenhang einen Beitrag dazu leisten, die Agenda 2030 umzusetzen, globale Krisen zu bewältigen und eine nachhaltige globale Entwicklung zu fördern (z. B. BMZ, 2020).

Sowohl die Agenda 2030 und ihre 17 Ziele als auch die Entwicklungspolitik und EZ stehen dabei in einer engen Beziehung zur Öffentlichkeit (Darnton und Kirk, 2011, S. 5; BMZ, 2014, 2015): Erstens bildet die öffentliche Unterstützung in Demokratien die Grundlage für das Handeln staatlicher und zivilgesellschaftlicher Akteure (Czaplińska, 2007, S. 6; Easton, 1975). Dies gilt insbesondere, wenn Entwicklungspolitik in der öffentlichen Diskussion eine größere Bedeutung zugeschrieben wird.⁵ Zweitens können die Bürger*innen durch persönliche Handlungen zu den Zielen der Agenda 2030 beitragen und sich für Entwicklungspolitik engagieren (Hudson et al., 2020). Tatsächlich wird sogar konstatiert, dass ohne dieses individuelle Engagement die Ziele der Agenda 2030 nicht erreicht werden können (Vereinte Nationen, 2019). Entwicklungspolitisches Engagement kann dabei vielfältige Formen annehmen, die sich als „nicht-monetär“ und „monetär“ kategorisieren lassen. „Nicht-monetär“ meint in diesem Fall, dass die Engagementformen keinen finanziellen Aufwand voraussetzen. Es gibt drei zentrale Bereiche nicht-monetären Engagements:

1. **Informations- und kommunikationsbezogene Aktivitäten:** Hierzu zählt beispielsweise, sich über Entwicklungspolitik zu informieren, im sozialen Umfeld darüber zu diskutieren und Beiträge in sozialen Medien zu erstellen oder zu teilen.
2. **Organisationsbezogenes Engagement:** Dieses kann von Mitgliedschaften bis zu aktivem ehrenamtlichen Engagement reichen. In diesen Bereich fallen auch (entwicklungspolitische) Freiwilligendienste im Ausland, wie sie etwa das Programm „weltwärts“ anbietet (Polak et al., 2017).
3. **Politische Partizipation:** Hierzu zählt beispielsweise die Teilnahme an Demonstrationen, das Unterzeichnen von Petitionen oder die Kontaktaufnahme zu politisch Entscheidungstragenden (z. B. van Deth, 2014).

Zudem gibt es zwei Formen monetären Engagements, die zwar nicht den gebräuchlichen Definitionen des entwicklungspolitischen bürgerschaftlichen Engagements (z. B. BMZ, 2015, S. 6) entsprechen, aufgrund ihrer Bedeutung und des damit verbundenen entwicklungspolitisch relevanten individuellen Verhaltens hier aber auch unter „Engagement“ behandelt werden:

4. **Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen:** Spenden stellen eine zentrale Einnahmequelle für entwicklungspolitische Nichtregierungsorganisationen (NGOs) dar, ohne die diese ihre Arbeit nicht bewältigen und ihre Organisationsstrukturen nicht erhalten könnten. Zwar ist das Spendenniveau für deutsche NGOs während der Corona-Pandemie insgesamt stabil geblieben

5 Der Etat des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ) ist von 8,54 Milliarden im Jahr 2017 (Bohnet et al., 2018, S. 10) auf 12,3 Milliarden Euro für das Jahr 2022 (BMZ, 2021a) gestiegen. Um Länder des globalen Südens beim Kampf gegen Covid-19 zu unterstützen, wurde ein Sofortprogramm im Umfang von rund 4,7 Milliarden Euro aufgelegt (BMZ, 2021b). Auch bekennt sich die 2021 konstituierte Bundesregierung aus Sozialdemokratischer Partei Deutschlands (SPD), Bündnis 90/Die Grünen und Freier Demokratischer Partei (FDP) zu dem Ziel der Vereinten Nationen, mindestens 0,7 Prozent des Bruttonationaleinkommens für Official Development Assistance aufzuwenden (Bundesregierung, 2021, S. 150).

(Deutscher Spendenrat und GfK, 2021); dennoch stehen Entwicklungs-NGOs kontinuierlich vor der Herausforderung, ihre bestehende Spendenbasis zu erhalten, neue Spendende zu gewinnen und ehemalige Spendende davon zu überzeugen, ihr Engagement fortzuführen. Dabei sollte nicht vernachlässigt werden, dass Entwicklungs-NGOs sowohl untereinander als auch mit Organisationen, die in anderen Themenfeldern aktiv sind, um private Spenden konkurrieren.

5. **Nachhaltiger Konsum:** Durch Konsum können die Bürger*innen einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung leisten. Zudem kann über nachhaltigen Konsum das Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung gefördert werden. Auch können entwicklungspolitische Herausforderungen im Alltag präsenter gemacht werden. Beispielsweise wird nachhaltiger Konsum in der Agenda 2030 als wichtiger Baustein für nachhaltige Entwicklung identifiziert (SDG 12; Vereinte Nationen, 2015). In aktuellen entwicklungspolitischen Diskussionen und Initiativen in Deutschland finden sich dementsprechend klare Bezüge zum Engagement der Bevölkerung im Konsumbereich – etwa die Bemühungen um ein deutsches Lieferkettengesetz und das Textilsiegel „Grüner Knopf“ (siehe dazu z. B. BMZ, 2019a, 2019b, 2020). Obgleich der Marktanteil nachhaltiger Produkte in Deutschland noch gering ist, verdeutlicht der steigende Umsatz, dass auch die Konsument*innen nachhaltigen Konsum zunehmend unterstützen.⁶

Vor diesem Hintergrund benötigen sowohl staatliche als auch zivilgesellschaftliche entwicklungspolitische Akteure Informationen darüber, (1) welche Einstellungen die Bevölkerung in Deutschland zu Entwicklungspolitik, EZ und globaler nachhaltiger Entwicklung hat, (2) wie sich die Bevölkerung persönlich in diesem Themenbereich engagiert und (3) was sie über das Themenfeld weiß. Um diese Indikatoren einordnen und bewerten zu können, muss untersucht werden, wie sie sich im Zeitverlauf entwickeln und wovon sie jeweils beeinflusst werden.

Diese Erkenntnisse können helfen, die öffentliche Meinung beziehungsweise das entwicklungspolitische Engagement der Bevölkerung zu verstehen, einzuordnen und auf der strategischen Ebene in der Ausrichtung und Gestaltung von Politiken, Programmen und Maßnahmen zu berücksichtigen. Geplante Entscheidungen können so vor dem Hintergrund der Bevölkerungsmeinung reflektiert werden. Ein konkretes Beispiel stellt die entwicklungspolitische Kommunikations- und Bildungsarbeit dar – etwa wenn es um Kampagnen geht, die das ehrenamtliche Engagement der Bürger*innen fördern oder die Zusammenhänge zwischen dem Konsum in den Industriestaaten und der Lage in den Ländern des globalen Südens vermitteln sollen. Auch für die Spendenakquise sind diese Informationen relevant.

Der vorliegende Bericht knüpft an die bisherigen Berichte der Studienreihe „DEval-Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“ an (siehe Kasten 1) und zeichnet anhand von repräsentativen Befragungsdaten des *Aid Attitudes Tracker* (AAT) beziehungsweise des *Development Engagement Lab* (DEL) und eigenen Erhebungen ein detailliertes Bild der entwicklungspolitischen Einstellungen sowie des entwicklungspolitischen Engagements der Bevölkerung Deutschlands. Er bietet gegenüber bisher verfügbaren Publikationen zwei Innovationen:

In einer Fokusanalyse werden anhand des *Growth from Knowledge (GfK) Charity Panel* (Priemer et al., 2019) Spenden an entwicklungspolitische Organisationen detailliert längsschnittlich analysiert. Der Vorteil des Charity Panel liegt vor allem darin, dass die Teilnehmenden anhand eines tagebuchbasierten Ansatzes ihre Spenden dokumentieren. Dies erhöht die Validität der Daten. Die Analysen werden wiederum für ein nachgeschaltetes Umfrageexperiment (siehe Mutz, 2011) genutzt, um zu überprüfen, ob Spendensiegel die Spendenbereitschaft erhöhen.

Die zweite Innovation besteht aus einer weiteren Fokusanalyse, in der nachhaltiges Konsumverhalten umfassender theoriegeleitet anhand der *Theory of Planned Behaviour* (TPB; Ajzen, 1992) und mit einem Methodenmix (Fokusgruppen, Umfragedaten) aus einem entwicklungspolitischen Blickwinkel analysiert wird. Beide Analysen liegen für das Feld der Entwicklungspolitik in diesem Detailgrad bisher nicht vor.

⁶ Der Marktanteil von Kaffee mit Fairtrade-Siegel, dem umsatzstärksten nachhaltigen Produkt, lag in Deutschland 2018 bei 4,5 Prozent (Fairtrade, 2020). Von 2010 bis 2019 stieg der Umsatz fair gehandelter Produkte in Deutschland von 413 Millionen Euro auf 1,853 Milliarden Euro (Forum Fairer Handel, 2020).

Kasten 1 DEval-Studienreihe „Meinungsmonitor Entwicklungspolitik“

Der erste Bericht **DEval-Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018** (Schneider und Gleser, 2018) hat grundlegende Einstellungen der Bevölkerung im Themenbereich Entwicklungspolitik und EZ sowie ihre Zusammenhänge mit soziodemografischen, politischen und einstellungsbezogenen Merkmalen untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass die Bevölkerung EZ in weiten Teilen befürwortet. Gleichzeitig existieren jedoch Vorbehalte hinsichtlich der Wirksamkeit von EZ-Maßnahmen. Hinzu kommt die Befürchtung, dass beträchtliche Teile der EZ-Mittel aufgrund von Korruption in den Partnerländern verloren gehen.

In den nachfolgenden Berichten wurde die Rolle von Informationen beziehungsweise des medialen Informationsumfeldes der Bevölkerung beleuchtet. Im **Meinungsmonitor 2019** stand die Frage im Vordergrund, wie die Bevölkerung an Informationen zum Thema „weltweite Armut“ gelangt und wie sie die Berichterstattung zu diesem Thema wahrnimmt (Schneider et al., 2019). Der **Meinungsmonitor 2021** hat untersucht, wie Medien über Entwicklungspolitik berichten, wie sich Argumente für und gegen EZ, Informationen über die Wirksamkeit von EZ-Projekten sowie moralische Appelle auf die Einstellungen der Bevölkerung auswirken und welche Erwartungen die Bevölkerung an EZ hat (Schneider et al., 2021a).

1.1 Übergeordnete Ziele des Berichts

Die Analysen verfolgen die gleiche Zielsetzung wie die Analysen der vorherigen Berichte:

1. Über die Informationen zur öffentlichen Meinung und zum entwicklungspolitischen Engagement der Bevölkerung wird der **Feedback-Loop** zwischen Bevölkerung und Entscheidungstragenden gefördert. Zudem wird der evidenzbasierte Blick der staatlichen und zivilgesellschaftlichen entwicklungspolitischen Akteure auf die in der Bevölkerung vorhandenen Sichtweisen gestärkt.
2. Der Meinungsmonitor Entwicklungspolitik bietet zudem **Orientierungswissen** für die entwicklungspolitische Strategie-, Kommunikations- und Bildungsarbeit. Konkret betrifft dies die Möglichkeiten, Engagementpotenzial in der Bevölkerung zu ermitteln und zu fördern, aber auch die Herausforderungen zu analysieren, die mit dem Engagement und dessen Förderung in Zusammenhang stehen. Dies betrifft insbesondere die Bereiche „Spenden für entwicklungspolitische Organisationen“ und „nachhaltiger Konsum“.

1.2 Aufbau des Berichts

Nach dem einleitenden Teil in Kapitel 1 knüpft der vorliegende Bericht in Kapitel 2 an den Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018) an und bietet einen aktualisierten Überblick über die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und EZ (u. a. Unterstützung der EZ, Motive für staatliche EZ, Einschätzung der Wirksamkeit von EZ). Besondere Aufmerksamkeit gilt dabei Einstellungen zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ (Escribà-Folch et al., 2021; Faust und Garcia, 2014) – ein Thema, das durch Tendenzen zu autoritären Regierungsformen in zahlreichen Ländern (u. a. Alizada et al., 2021; Boese et al., 2022; Schäfer und Zürn, 2021) zunehmend an Relevanz gewinnt. Beispiele hierfür sind die Entwicklungen in Mali seit 2020 (Brössler et al., 2022) und die Machtübernahme der Taliban in Afghanistan im August 2021 (z. B. Leininger, 2021), aber auch der „Systemkonflikt“ zwischen demokratischen Staaten auf der einen Seite und autoritären Staaten wie China und Russland auf der anderen.

Im dritten Kapitel wird das persönliche Engagement der Bevölkerung im Bereich Entwicklungspolitik analysiert. In Abschnitt 3.1 steht zunächst eine deskriptive Darstellung des nicht-monetären Engagements im Fokus. Abschnitt 3.2 analysiert das Spendenverhalten im Allgemeinen sowie für entwicklungspolitische Organisationen im Speziellen, zeigt Spendenpotenziale auf, beleuchtet Hindernisse und identifiziert Ansatzpunkte, wie das Spendenpotenzial stärker ausgeschöpft werden könnte. Abschnitt 3.3 stellt dar, inwieweit aktuell nachhaltig konsumiert wird, welchen Stellenwert nachhaltiger Konsum bei den Bürger*innen einnimmt und welche Faktoren nachhaltigen Konsum beeinflussen. Zudem identifiziert er Ansatzpunkte, wie nachhaltiger Konsum gesteigert werden könnte.

In Abschnitt 3.4 liefern Jennifer Hudson, David Hudson und Paolo Morini vom *Development Engagement Lab* in einem Gastbeitrag eine Typologie verschiedener Engagementformen und untersuchen, inwiefern sich das Engagement Einzelner über die Zeit verändert und welche Rolle einstellungsbezogene Merkmale dabei spielen. Der Bericht endet in Kapitel 4 mit Implikationen der Ergebnisse für die entwicklungspolitische Praxis.

2. DIE EINSTELLUNGEN DER BEVÖLKERUNG ZU ENTWICKLUNGSPOLITIK UND EZ

Kasten 2 Zentrale Ergebnisse: Die Einstellungen der Bevölkerung zu Entwicklungspolitik und EZ

- Die Bevölkerung Deutschlands unterstützt die EZ weiterhin mehrheitlich: 92 Prozent sehen es als wichtig an, Länder des globalen Südens zu unterstützen (2019). 75 Prozent befürworten eine mittlere bis großzügige finanzielle Unterstützung dieser Länder durch staatliche EZ (Januar 2022). 43 Prozent sprechen sich für eine Beibehaltung der aktuellen Ausgaben für EZ aus, 23 Prozent für eine Erhöhung (September 2021).
- Die überzeugendsten Motive für EZ sind mit jeweils 46 Prozent: „Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken“ und „Fluchtursachenbekämpfung“ (Januar 2022). Das Motiv „Bekämpfung des Klimawandels“ hat im Vergleich zu 2019 an Bedeutung gewonnen und wurde im Januar 2022 von 35 Prozent als überzeugendes Motiv angeführt.
- „Demokratieförderung durch die EZ“ und „Zusammenarbeit mit demokratischen Staaten in der EZ“ erfahren hohe Zustimmung (rund 58 % oder mehr; November 2021). Im Falle von Autokratisierungsprozessen in den EZ-Partnerländern befürwortet die Bevölkerung mehrheitlich konditionale Zusammenarbeit (68 % Zustimmung), die Stärkung der demokratischen Strukturen im Land (64 %) und eine Anpassung der EZ-Maßnahmen (55 bis 58 %), jedoch keine Beendigung der Zusammenarbeit (44 %).
- Ihren eigenen Einfluss auf die Lage im globalen Süden stufen die Bürger*innen als gering ein (September 2021).
- Die 17 SDGs sind auch sechs Jahre nach ihrer Verabschiedung nur einem sehr kleinen Teil der Bevölkerung bekannt. Acht Prozent kennen die SDGs und wissen, worum es sich dabei handelt; 21 Prozent kennen zumindest den Begriff (September 2021).
- In Teilen der Bevölkerung herrschen weiterhin Vorbehalte hinsichtlich der Wirksamkeit von EZ und (vermuteter) Korruption in den Partnerländern vor. Lediglich 22 Prozent sehen die staatliche EZ als wirksam an (Januar 2022). 53 Prozent stimmen zu, dass ein großer Anteil der EZ-Mittel aufgrund von Korruption verloren geht (September 2021).

In Anknüpfung an den DEval-Meinungsmonitor 2018 (Schneider und Gleser, 2018) bietet das folgende Kapitel einen aktualisierten Überblick über die Einstellungen der Bevölkerung Deutschlands in verschiedenen Bereichen von Entwicklungspolitik und EZ. Das Interesse gilt dabei auch Veränderungen im Zeitverlauf und Unterschieden entlang von Altersgruppen und politischer Orientierung (zu Letzterer siehe auch Kasten 4).⁷ Die Relevanz der untersuchten Merkmale ergibt sich aus der Bedeutung von Altersgruppen für die Kommunikations- und Bildungsarbeit aufgrund ihrer vergleichsweise klaren Abgrenzbarkeit (z. B. Medienkonsum; Schneider et al., 2019) sowie der Erklärungskraft der politischen Orientierung für EZ-bezogene Einstellungen (zu Letzterer siehe z. B. Bodenstein und Faust, 2017; Hudson und van Heerde-Hudson, 2012; Milner und Tingley, 2013; Schneider und Gleser, 2018).

Im Zentrum der Analyse steht dabei neben der generellen Unterstützung von EZ-Maßnahmen (Abschnitt 2.1) eine vertiefende Darstellung des öffentlichen Meinungsbildes. In Abschnitt 2.3 wird untersucht, welche Motive für staatliche EZ die Bürger*innen als überzeugend ansehen. In Abschnitt 2.4 wird der Fokus auf die Einstellungen der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung durch die EZ gerichtet – ein aufgrund der jüngsten Entwicklungen unter anderem in Afghanistan und Mali hochaktuelles Thema. In Abschnitt 2.5 gilt die Aufmerksamkeit dem wahrgenommenen eigenen Einfluss der Bürger*innen auf die Lage im globalen Süden – auch im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Akteuren. Dieser Faktor spielt vor

⁷ Aus Platzgründen werden im Text nur auffälligere Unterschiede diskutiert. Die vollständigen Kreuztabellen finden sich im Online-Anhang (Abschnitt 1.6). Für die Aufschlüsselungen wird stets die DEL-Panel-Welle von September 2021 genutzt, da nur in dieser die politische Orientierung enthalten ist. Darüber hinaus wurden auch geschlechtsspezifische Unterschiede untersucht. Diese waren in der Regel gering. Die Analysen hierzu sind ebenfalls in Abschnitt 1.6 im Online-Anhang dokumentiert.

allem für entwicklungspolitisches Engagement eine wichtige Rolle (siehe Kapitel 3; zum Konzept der Selbstwirksamkeit siehe Bandura, 1978). Daran knüpft in Abschnitt 2.7 die Darstellung zweier zentraler Einstellungsindikatoren an: die Einschätzung der Wirksamkeit von EZ und die Meinung zur Korruptionsproblematik (dazu Bauhr et al., 2013) in den Partnerländern. Dies sind Bereiche, in denen die Bevölkerung in der Vergangenheit Vorbehalte geäußert hat und die eine Herausforderung für die Unterstützung der EZ in der Bevölkerung darstellen können (Schneider und Gleser, 2018).⁸ Ergänzend wird in zwei Exkursen auf die Frequenz entwicklungspolitischer Inhalte auf Twitter (Abschnitt 2.2) sowie die Bekanntheit der SDGs in der Bevölkerung (Abschnitt 2.6) eingegangen.

Als Datenbasis dienen das Eurobarometer und vor allem der Aid Attitudes Tracker (AAT) beziehungsweise Daten des Development Engagement Lab (DEL; siehe dazu auch Kasten 3). Lässt die Datenbasis es zu, werden die DEL-Daten an die Daten des Vorgängerprojekts AAT angeknüpft sowie punktuell vergleichend mit Daten aus Frankreich, Großbritannien und den USA dargestellt.⁹ Für das Thema „Demokratie und Demokratieförderung in der EZ“ wird auf eine eigene Erhebung durch das Meinungsforschungsinstitut Respondi im November 2021 zurückgegriffen.

Kasten 3 Der Übergang vom Aid Attitudes Tracker (AAT) zum Development Engagement Lab (DEL)

Beim Aid Attitudes Tracker (AAT) handelt es sich um eine Panel-Erhebung, in der zwischen 2013 und 2018 im halbjährlichen Turnus jeweils dieselben rund 6.000 Personen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und den USA zu Entwicklungspolitik, EZ und angrenzenden Themen befragt wurden. Insgesamt liegen Daten zu zehn Erhebungswellen vor. Gefördert wurde das Projekt von der Bill-und-Melinda-Gates-Stiftung, die Daten wurden online vom Befragungsinstitut YouGov erhoben. Seit 2019 wird die Erhebung in Form des Development Engagement Lab (DEL) fortgesetzt und weiterhin durch die Gates-Stiftung finanziert und von YouGov durchgeführt. Wesentliche Änderungen sind:

1. Die Anzahl der Fragen in der Panel-Erhebung wurde deutlich reduziert, um die Befragten (N weiterhin ≈ 6.000) zu entlasten.
2. Formulierungen wurden zum Teil überarbeitet und die Reihenfolge der Fragen verändert.
3. Die Panelerhebung wird nicht mehr halbjährlich, sondern jährlich im September durchgeführt.
4. Zusätzlich zur Panelbefragung wurden sogenannte Tracker- und Sandbox-Surveys eingeführt. Der Tracker erfasst zweimal pro Jahr (N ≈ 1.000 ; Januar und Juni) dieselben zentralen Einstellungs- und Verhaltensmerkmale der Bevölkerung¹⁰; die Sandbox-Erhebungen (N ≈ 1.000 ; Februar und Mai) widmen sich hingegen tagesaktuellen Themen. Beide Erhebungsformen basieren auf Querschnittsbefragungen, es wird im Gegensatz zur Panel-Erhebung also immer eine neue Stichprobe befragt.

Die Punkte 3 und 4 sollen Lerneffekten bei wiederholten Befragungen derselben Personen entgegensteuern. Im Hinblick auf die Panel-Befragung muss abschließend darauf hingewiesen werden, dass sich die Änderungen im Fragebogen – etwa Formulierungen und Reihenfolge der Fragen – auf das Antwortverhalten auswirken können (siehe z. B. Oldendick, 2008; Schuman und Presser, 1996). Eine nahtlose Verknüpfung von AAT- und DEL-Panel ist daher nur begrenzt möglich; bei der Interpretation von etwaigen Unterschieden im Meinungsbild zwischen AAT und DEL muss dies jeweils berücksichtigt werden.

⁸ Für eine ausführlichere Diskussion von individuellen Einflussfaktoren abseits EZ-bezogener Einstellungen siehe z. B. Milner und Tingley (2013).

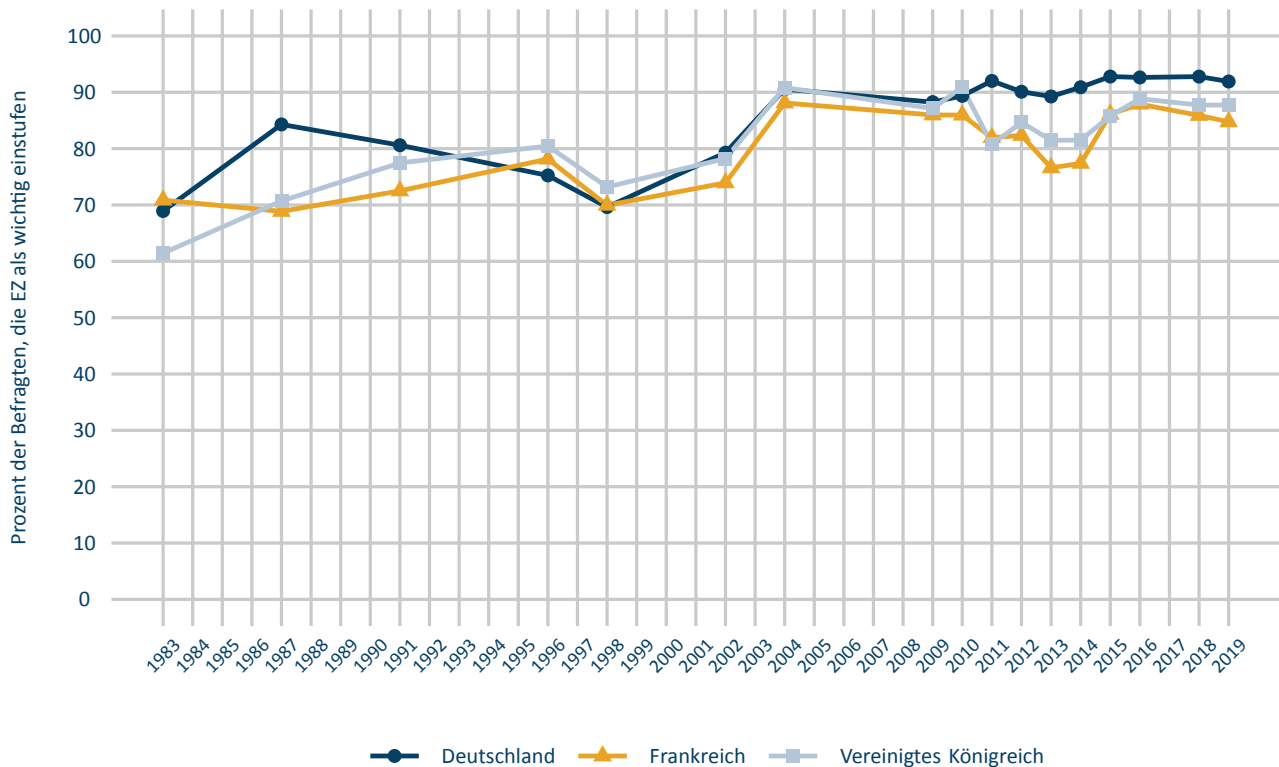
⁹ Alle auf den Daten des AAT beziehungsweise der DEL-Umfragen basierenden Analysen nutzen, sofern nicht anders angegeben, Umfragegewichtungen, um die Verteilung relevanter Merkmale in der Stichprobe an die Verteilung in der Bevölkerung anzupassen. Die durch das Meinungsforschungsinstitut Respondi durchgeführten Befragungen hingegen nutzen nach Alter, Geschlecht, Bildung und Bundesland quotierte Zufallsstichproben, die für die Bevölkerung Deutschlands repräsentativ sind. Eine Umfragegewichtung kommt bei Analysen dieser Daten nicht zum Einsatz.

¹⁰ In der ersten Welle des DEL-Trackers im Januar 2020 wurden mittels eines Split-Half-Experiments die Formulierungen „Entwicklungshilfe“ und „Entwicklungszusammenarbeit“ in zahlreichen Fragen variiert. Für diese Erhebungswelle werden jeweils die Ergebnisse für „Entwicklungshilfe“ berichtet. Die Beobachtungszahl reduziert sich dadurch für diese Welle auf rund 500. In den folgenden DEL-Erhebungen wurde dann „Entwicklungszusammenarbeit“ genutzt. Dies muss bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

2.1 Unterstützt die Bevölkerung Entwicklungspolitik und EZ-Maßnahmen?

2.1.1 Unterstützung für Menschen in Ländern des globalen Südens wird unverändert als wichtig eingestuft

Abbildung 1 Wichtigkeit der EZ im Ländervergleich



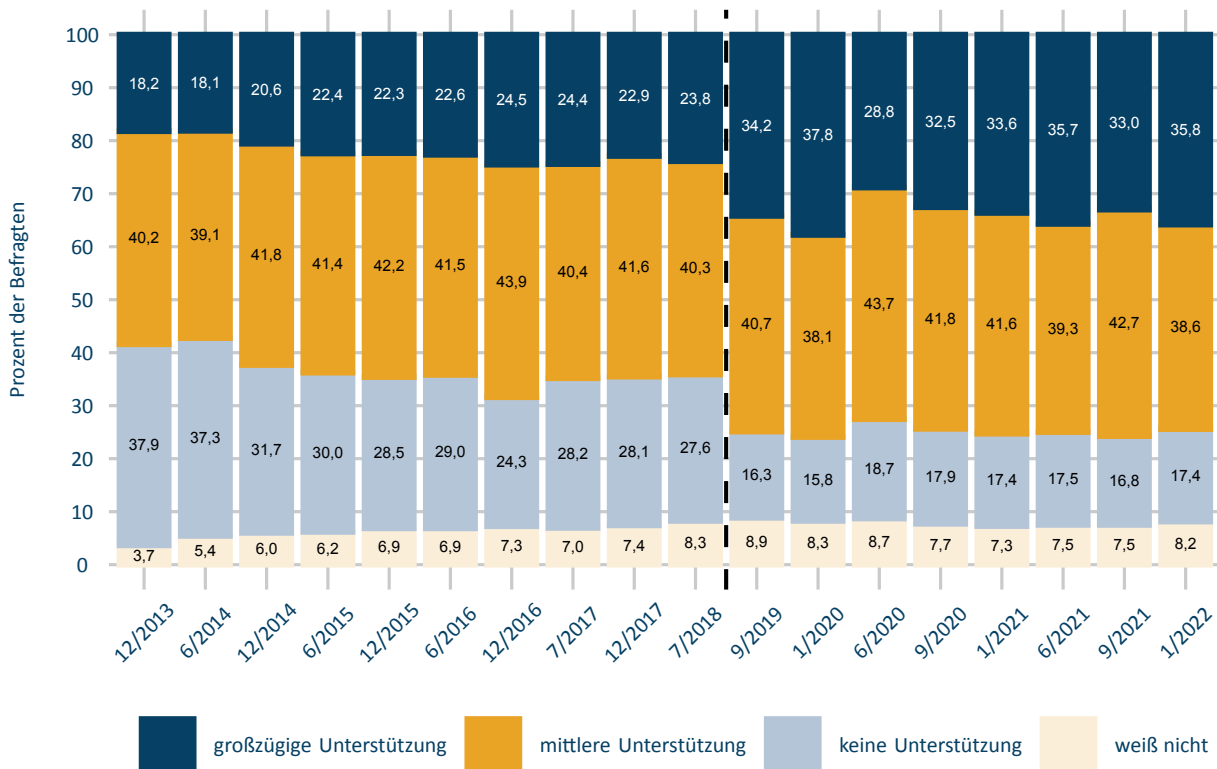
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Eurobarometer-Erhebungen 1983 bis 2019 (siehe Abschnitt 1.1 im Online-Anhang). Die Anzahl der Befragten beträgt pro Land und Erhebungswelle jeweils etwa 1.000 Personen. Die Frage lautete: „Ist es Ihrer Meinung nach sehr wichtig, eher wichtig, nicht sehr wichtig oder überhaupt nicht wichtig, den Menschen in Entwicklungsländern zu helfen?“ Dargestellt ist der kumulierte Anteil der Antwortkategorien „sehr wichtig“ und „eher wichtig“. Für die Darstellung wurden die Umfragengewichtungen genutzt.

Abbildung 1 zeigt einleitend, dass mit rund 92 Prozent es eine große Mehrheit der Bevölkerung Deutschlands im Jahr 2019 als wichtig einstufte, Menschen im globalen Süden zu unterstützen. Dieser Anteil schwankt über die Eurobarometer-Erhebungen seit 2004 nur geringfügig. Der Anteil der Bevölkerung in Deutschland fällt im Vergleich zu Frankreich (85 %) und dem Vereinigten Königreich (88 %) etwas größer aus, wenngleich die Wichtigkeit von EZ in diesen Ländern ebenfalls von einer großen Mehrheit als hoch bewertet wird.¹¹ Die Daten deuten auf ein kontinuierlich wohlwollendes Meinungsbild hinsichtlich der Unterstützung der Menschen in den Ländern des globalen Südens hin – sowohl in Deutschland als auch in zwei relevanten Vergleichsstaaten.

¹¹ Ende 2020 wurde eine weitere Eurobarometer-Erhebung zum Thema Entwicklungspolitik durchgeführt (Europäische Kommission, 2021). In dieser wurde die Frage jedoch grundlegend verändert („Wie wichtig oder nicht wichtig ist es Ihrer Meinung nach, Partnerschaften mit Ländern außerhalb der EU einzugehen, um die Armut in der Welt zu verringern?“), sodass eine sinnvolle Fortschreibung der Zeitreihe nicht mehr möglich ist. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass sich der Fragewortlaut im Eurobarometer seit den 1980er-Jahren leicht geändert hat. Seit 2009 blieb er jedoch unverändert. Die deutlichen Veränderungen der Zeitreihe in den 1990er-Jahren könnten daher sowohl auf den politischen und wirtschaftlichen Kontext als auch auf Fragebogeneffekte zurückzuführen sein.

2.1.2 Weiterhin relativ hohe allgemeine Unterstützung für die staatliche EZ

Abbildung 2 Die allgemeine Unterstützung der Bevölkerung Deutschlands für EZ im Zeitverlauf



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT (bis 7/2018) und der DEL-Panel- und -Tracker-Erhebungen (ab 9/2019). Die Frage lautete: „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‘?“¹² Für die Abbildung wurden die Werte 0–3, 4–6 und 7–10 zu den Gruppen „keine“, „mittlere“ und „großzügige Unterstützung“ zusammengefasst.

Wenn nach der konkreten Unterstützung für entwicklungspolitische Maßnahmen – die einen finanziellen oder materiellen Aufwand implizieren – gefragt wird, sprechen sich in den aktuellsten zur Verfügung stehenden DEL-Daten aus dem Januar 2022 rund 36 Prozent für eine großzügige Entwicklungszusammenarbeit mit armen Ländern aus (Abbildung 2). 17 Prozent sind wiederum gegen ein solches Engagement. Der Großteil der Befragten liegt in der Mitte, befürwortet also ein moderates Engagement. Diese Unterstützung ist im Zeitverlauf stabil; auch die Corona-Pandemie hat die generelle Unterstützung für EZ kaum beeinflusst (siehe auch Eger et al., 2022; Schneider et al., 2020, 2021a, 2021b). Im Vergleich zum DEL-Vorgängerprojekt AAT fällt die Unterstützung höher aus (siehe senkrechte gestrichelte Linie). Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Reihenfolge der Fragen im DEL angepasst wurde, so dass das Antwortverhalten durch die vorausgehenden Fragen beeinflusst worden sein könnte (siehe Kasten 3).¹³

¹² Die Formulierung „sehr großzügig“ entspricht – wie bereits in den bisherigen Berichten angemerkt – nicht dem aktuellen Selbstverständnis vieler EZ-Akteure. Sie lässt eine Interpretation im Sinne von „gönnerhaft“ und nicht im Sinne von „wohlgedachte Ausgaben von Steuergeldern“ oder „partnerschaftliche Zusammenarbeit“ zu. Diese Interpretationsmöglichkeit der Antwortkategorie sollte bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden.

¹³ Während im AAT die Befragten zuvor gebeten wurden, die Ausgaben für EZ einzuschätzen, werden sie im DEL nach ihrer Betroffenheit über die Lage in Ländern des globalen Südens gefragt. Dadurch werden jeweils unterschiedliche Bewertungskriterien bei den Befragten begünstigt – Kosten der EZ gegenüber ihrer persönlichen Betroffenheit –, die sich wiederum in einem systematischen Niveauunterschied widerspiegeln können (siehe dazu z. B. Zaller, 1992).

Besonders junge (18–29 Jahre) und alte (60 Jahre und älter) Menschen unterstützen EZ stärker. In der Gruppe *18 bis 29 Jahre* fällt die Unterstützung mit 37 Prozent in der Kategorie „großzügige Unterstützung“ am höchsten aus (Datenbasis DEL-Panel, September 2021). Mit jeweils 30 Prozent ist die Unterstützung in den Gruppen *30 bis 39 Jahre* und *40 bis 59 Jahre* geringer. Die Gruppe *60 Jahre und älter* bewegt sich mit 35 Prozent wiederum auf einem vergleichbaren Niveau wie die jüngste Altersgruppe.¹⁴

Kasten 4 Erfassung der politischen Orientierung

Zur Messung der politischen Orientierung wird wie bereits in den bisherigen Meinungsmonitor-Studien (Schneider und Gleser, 2018; Schneider et al., 2019) die klassische Links-Rechts-Skala mit den Endpunkten „links“ (Skalenwert 0) und „rechts“ (Skalenwert 10) verwendet.¹⁵ Um die Analysen greifbarer und nicht-lineare Zusammenhänge über die entsprechenden Einstellungsindikatoren sichtbar zu machen, wird die Skala in fünf Gruppen eingeteilt (siehe Vehrkamp und Merkel, 2019, S. 30–31): links (0–2), Mitte-links (3–4), Mitte (5), Mitte-rechts (6–7) und rechts (8–10).

Die Skala erfasst grundlegende Vorstellungen über gesellschaftliches Miteinander und Politik (Erikson und Tedin, 2011, S. 72–73). „Links“ steht dabei im Wesentlichen für sozialstaatliche Leistungen, Regulierung der Wirtschaft und progressive Gesellschaftspolitik, zum Beispiel hinsichtlich Zuwanderung, gleichgeschlechtlicher Ehe und Gleichstellung der Geschlechter. „Rechts“ wiederum wird mit schlankem Staat, liberaler Wirtschaftspolitik und konservativer Gesellschaftspolitik verknüpft, die etwa eine Begrenzung von Zuwanderung sowie traditionelle Geschlechter- und Ehemodelle beinhaltet. Dementsprechend korreliert die Selbstverortung auf der Links-rechts-Skala mit der Einstellung zu zahlreichen politischen Sachfragen. Dazu gehören auch Einstellungen zu EZ (siehe z. B. Bodenstein und Faust, 2017; Milner und Tingley, 2013; Schneider und Gleser, 2018).

Um die Skala anschaulicher zu machen, wird in Abbildung 3 die durchschnittliche politische Orientierung der Parteiidentifikation gegenübergestellt. Links des Bevölkerungsdurchschnitts (4,9 auf der Skala von 0 bis 10) finden sich die Sympathisant*innen der Parteien Die Linke, Bündnis 90/Die Grünen und SPD, rechts der Mitte die Anhänger*innen von FDP und CDU/CSU. AfD-Sympathisant*innen tendieren am stärksten zum rechten Ende der Skala.

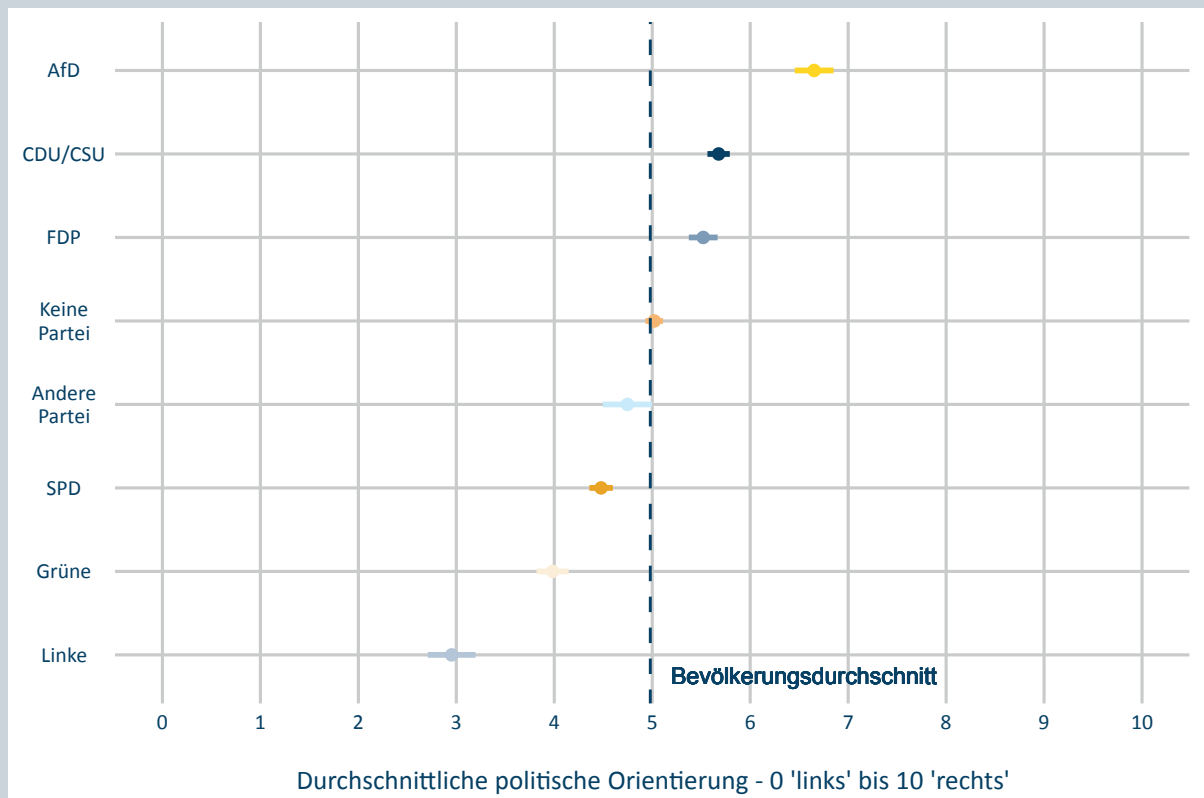
Allerdings steht die Skala auch in der Kritik. Studien zeigen, dass die Interpretation der Skalenendpunkte in verschiedenen Bevölkerungsgruppen variiert (Bauer et al., 2017; Jankowski et al. 2022; Zuell und Scholz, 2019). Dies kann unter Umständen inhaltliche Schlüsse verzerren. Zudem schlagen einige Autoren vor, politische Orientierungen (bzw. Ideologien) anhand einer sozioökonomischen und einer gesellschaftspolitischen Dimension zu messen (Evans et al., 1996; Heath et al., 1994; für eine aktuelle Anwendung siehe z. B. Jankowski et al., 2019).

Trotz dieser Limitationen bietet die Links-rechts-Skala ein zwar einfaches, aber nützliches Instrument zur Erfassung der politischen Orientierung.

¹⁴ Ob es sich dabei um generationen- oder lebensphasenbezogene Unterschiede handelt, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden. Für eine kompakte Erläuterung sogenannter Kohorten-, Lebenszyklus- und Periodeneffekte siehe z. B. Schneider (2021, S. 143–144).

¹⁵ Der Kasten wurde bereits im Meinungsmonitor 2019 (Schneider et al., 2019, S. 14) verwendet und für den vorliegenden Bericht angepasst beziehungsweise erweitert.

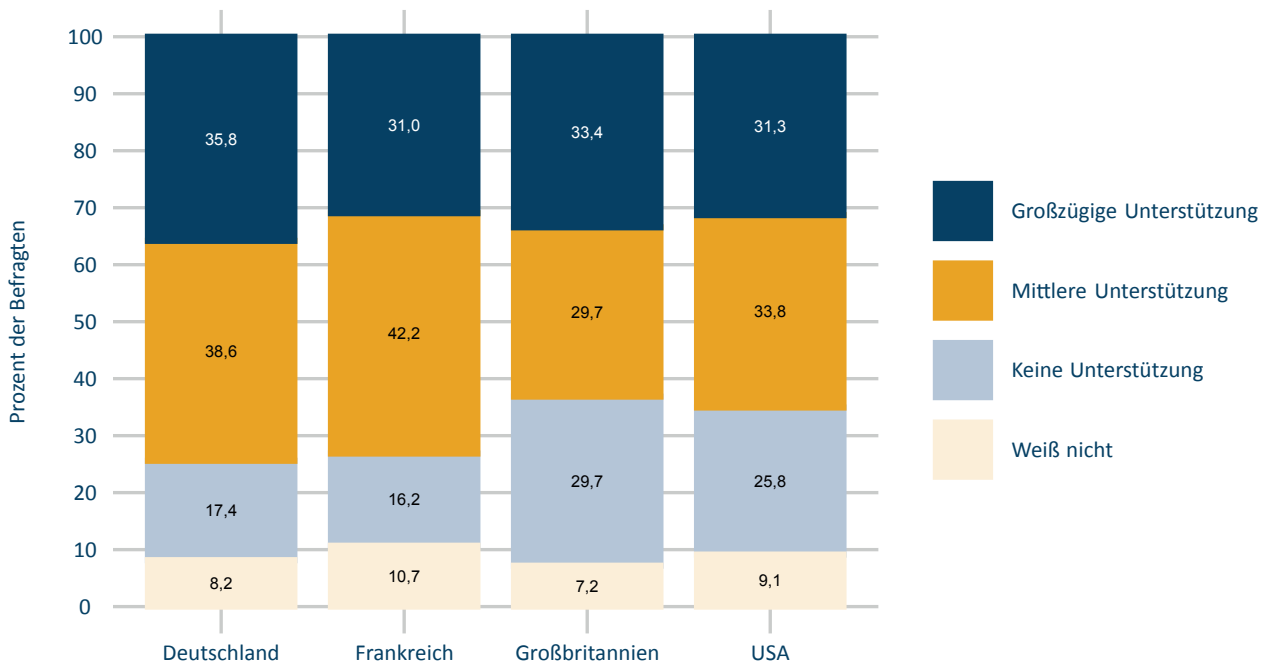
Abbildung 3 Politische Orientierung auf der Links-rechts-Skala nach Parteiidentifikation



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panelwelle 3 (9/2021); N = 6.000. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen. Die Fragen lauteten: „In der Politik spricht man ja manchmal von ‚links‘ und ‚rechts‘. Wo würden Sie sich auf einer Skala von 0 bis 10 einordnen, wobei 0 ‚links‘ und 10 ‚rechts‘ bedeutet?“ und „In Deutschland fühlen sich viele Leute mit einer bestimmten Partei verbunden, obwohl sie auch ab und zu eine andere Partei wählen. Wie ist das bei Ihnen: Fühlen Sie sich mit einer bestimmten Partei verbunden – und wenn ja, welcher?“

Auch entlang der politischen Orientierung finden sich Unterschiede in der Unterstützung für EZ. Im linken Spektrum fällt die Unterstützung deutlich höher aus – sie beträgt rund 57 Prozent in der Kategorie „großzügige Unterstützung“ in der Gruppe *links* und 48 Prozent in der Gruppe *Mitte-links*. In den übrigen Gruppen – *Mitte*, *Mitte-rechts* und *rechts* ist die Unterstützung deutlich geringer (26–29 %). Wie schon im Meinungsmonitor 2018 (Schneider und Gleser, 2018) und anderen Studien (Bodenstein und Faust, 2017; Milner und Tingley, 2013) gezeigt wurde, ist das linke politische Spektrum der Entwicklungspolitik und EZ gegenüber am positivsten eingestellt.

Der Vergleich der Bevölkerung Deutschlands mit der Bevölkerung Frankreichs, Großbritanniens und der USA in Abbildung 4 zeigt, dass die Unterstützung in Deutschland gemessen an der Kategorie *großzügige Unterstützung* am höchsten ausfällt. Das Gesamtmuster ähnelt dem in Frankreich und unterscheidet sich deutlich von den beiden angelsächsischen Ländern. In allen drei Ländern liegt der Anteil der Gruppe *großzügige Unterstützung* mit 31 bis 33 Prozent geringfügig unter den 36 Prozent dieser Gruppe in Deutschland. Der Anteil der Gruppe *mittlere Unterstützung* ist in Frankreich im Vergleich zu Deutschland etwas größer, in Großbritannien mit rund 30 Prozent und in den USA mit 34 Prozent jedoch um 5 bis 10 Prozentpunkte kleiner. Gleichzeitig fällt der Anteil derjenigen, die *keine Unterstützung* befürworten, in diesen Ländern um ca. 13 beziehungsweise 9 Prozentpunkte höher aus als in Deutschland.

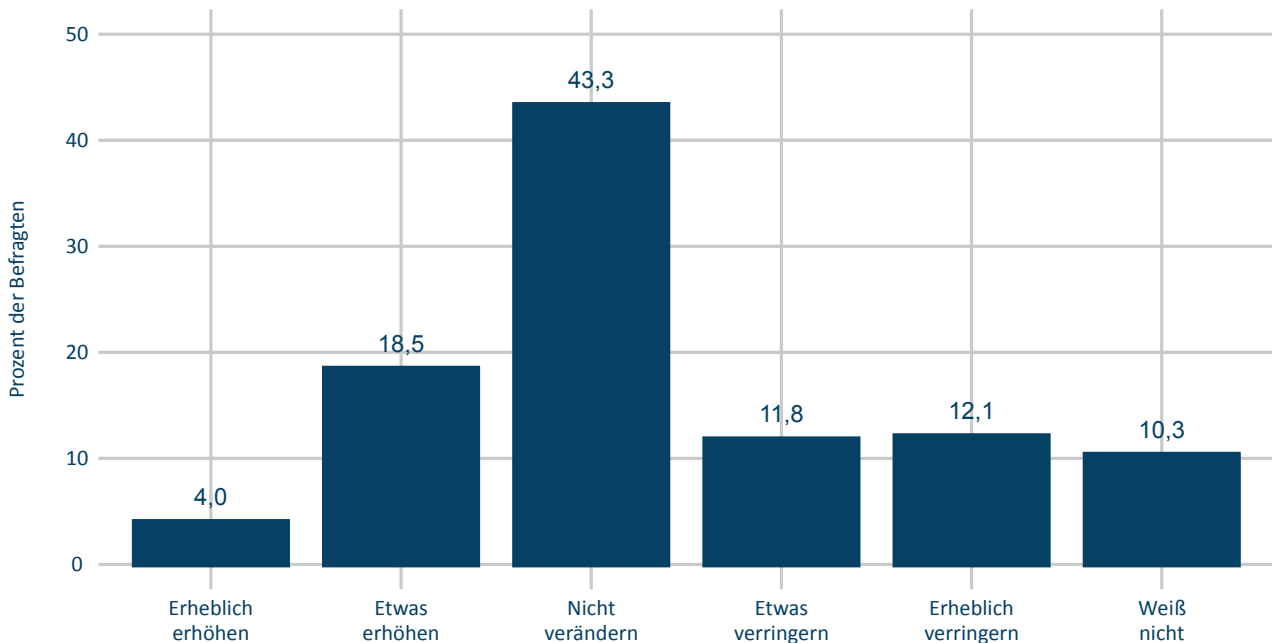
Abbildung 4 Die Unterstützung für EZ im Vergleich mit Frankreich, Großbritannien und den USA

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Tracker-Welle 5 (1/2022). D: N = 1.015; F: N = 1.055; GB: N = 1.690; USA: N = 1.240. Die in Abbildung 2 genutzte Frage wird in allen vier Ländern in der gleichen Form gestellt. Für den exakten Fragewortlaut siehe Abbildung 5.

Diese Unterschiede, die sich mit den Ergebnissen des Meinungsmonitors 2018 (Schneider und Gleser, 2018, S. 15) decken, könnten auf unterschiedliche Präferenzen hinsichtlich der Umverteilung staatlicher Mittel in diesen Ländern zurückzuführen sein, die durch die Ausgestaltung des eigenen Wohlfahrtsstaats beeinflusst werden (für einen Überblick siehe z. B. Dietrich, 2021, Kapitel 1). In Großbritannien und den USA – beides liberale wohlfahrtsstaatliche Systeme – ist der Wohlfahrtsstaat eher schwach ausgeprägt, in Frankreich und Deutschland hingegen stehen den Bürger*innen umfangreiche sozialstaatliche Leistungen zu (zur Gestaltung des Wohlfahrtsstaats siehe u. a. Esping-Andersen, 1990; Schmidt, 2016).

2.1.3 Mittel für EZ in Deutschland: Mehrheit der Bevölkerung wünscht keine Veränderung

Wird die Bevölkerung direkt danach gefragt, wie sie zu den aktuellen Ausgaben für EZ steht, ergibt sich ein geteiltes Bild: Eine Mehrheit von 43 Prozent spricht sich dafür aus, nichts zu verändern, und jeweils rund 23 Prozent fordern eine Erhöhung beziehungsweise Verringerung des Betrags (Abbildung 5). Interessant ist jedoch, dass der Anteil in der Kategorie *erheblich verringern* mit 12 Prozent knapp dreimal so hoch ausfällt wie der Anteil in der Kategorie *erheblich erhöhen* mit 4 Prozent.

Abbildung 5 Die Unterstützung der Bevölkerung für die aktuellen ODA-Ausgaben

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panelwelle 3 (9/2021); N = 6.000. Die Frage lautete: „Aus ihrem gesamten Haushaltsvolumen in Höhe von etwa 512 Milliarden 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 Betrag, den sie für die Entwicklungszusammenarbeit ausgibt, erhöhen oder senken?“ Antwortoptionen: 1 = „Erheblich erhöhen“, 2 = „Etwas erhöhen“, 3 = „Nicht verändern“, 4 = „Etwas verringern“, 5 = „Erheblich verringern“.¹⁶

Auch bei den aktuellen Ausgaben für EZ zeigt sich, dass vor allem junge Menschen eine Erhöhung der EZ-Mittel befürworten (Datenbasis DEL-Panel, September 2021).

Relevanter als das Alter ist auch in diesem Fall die politische Orientierung: Personen, die sich politisch *links* oder *Mitte-links* verorten, sprechen sich mit 47 Prozent beziehungsweise 34 Prozent stark für eine Erhöhung des Betrags aus. In den übrigen drei Gruppen liegt der Anteil zwischen 16 und 19 Prozent. Umgekehrt befürworten in den Gruppen *rechts* und *Mitte-rechts* 45 beziehungsweise 33 Prozent, dass der Betrag verringert wird. Dahinter könnten aus marktliberaler Perspektive Vorbehalte gegenüber Staatstätigkeit und Umverteilung sowie aus einer nationalen Sichtweise die Ansicht, dass staatliche Mittel primär direkt der eigenen Bevölkerung dienen sollten, verborgen sein (siehe u. a. Bodenstein und Faust, 2017; Milner und Tingley, 2010, S. 209; zur Bedeutung der politischen Orientierung generell Jost et al., 2009).

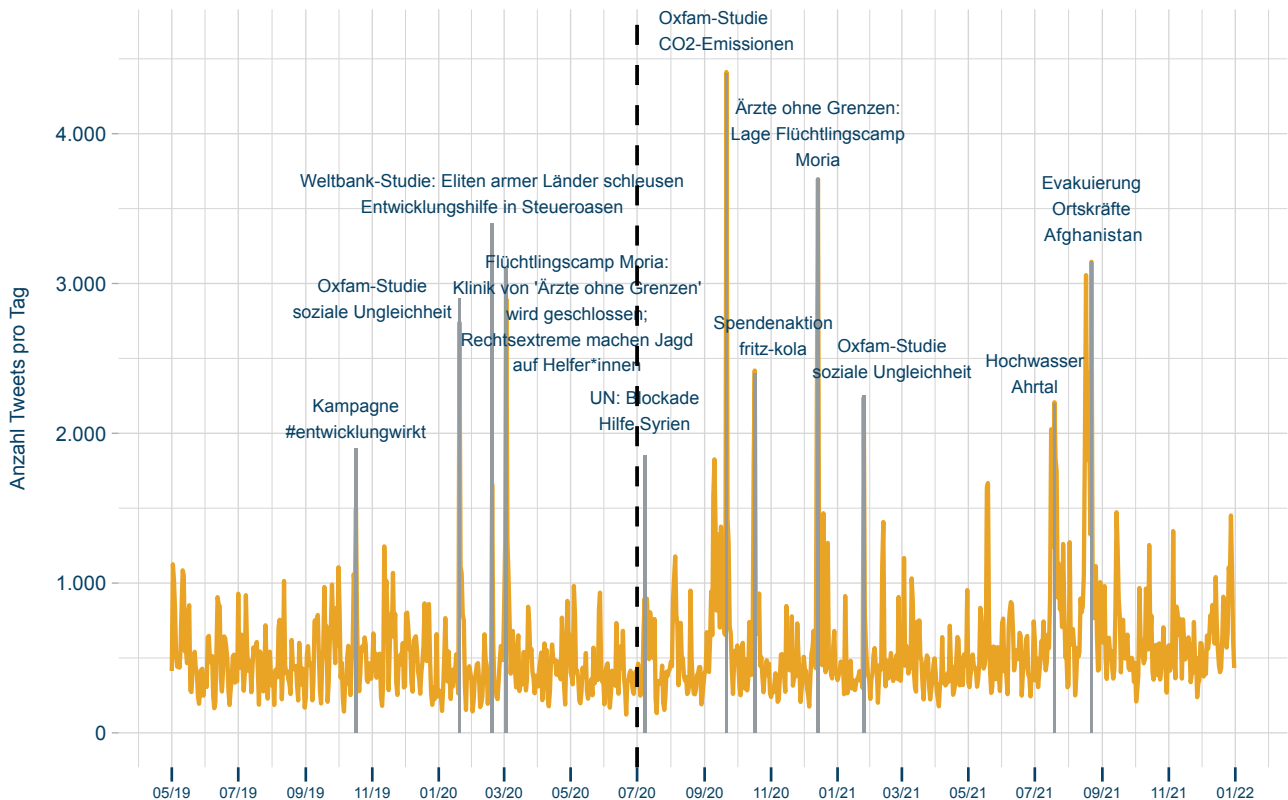
2.2 Exkurs: die Bedeutung von Entwicklungspolitik auf Twitter

Da Entwicklungspolitik für die meisten Bürger*innen im Alltag kaum direkt erfahrbar ist, kommt der medialen Berichterstattung eine wichtige Rolle zu (Schneider et al., 2021a, Kapitel 2). Neben klassischen Medien wie Fernsehen und Zeitung spielen soziale Medien eine zunehmend wichtige Rolle für den Zugang zu Nachrichten (Hölig und Hasebrink, 2018). Insbesondere Twitter hat in diesem Zusammenhang das Potenzial, öffentliche Diskussionen zu beeinflussen (Jungherr, 2019). Zugleich bildet der Kurznachrichtendienst die öffentliche Diskussion zumindest in Teilen ab. Abbildung 6 schreibt deshalb die Twitter-Analysen des Meinungsmonitors 2021 (Zeitraum 1.5.2019 bis 30.6.2020) fort und bietet ein aktualisiertes Bild darüber, wie häufig

¹⁶ Die in der DEL-Frage genannte Summe von 24,89 Milliarden Euro bildet die gesamte ODA (*Official Development Assistance*) Deutschlands ab (OECD DAC, 2021). Diese enthält auch Mittel, die nicht mit dem Bundeshaushalt verknüpft sind, etwa Darlehen mit vergünstigten Konditionen.

Entwicklungspolitik und humanitäre Hilfe auf Twitter seitdem erwähnt werden. Die neuen Daten werden durch die senkrechte gestrichelte Linie abgegrenzt.

Abbildung 6 Tweets mit Bezug zu Entwicklungspolitik und Humanitärer Hilfe 2019 bis 2021



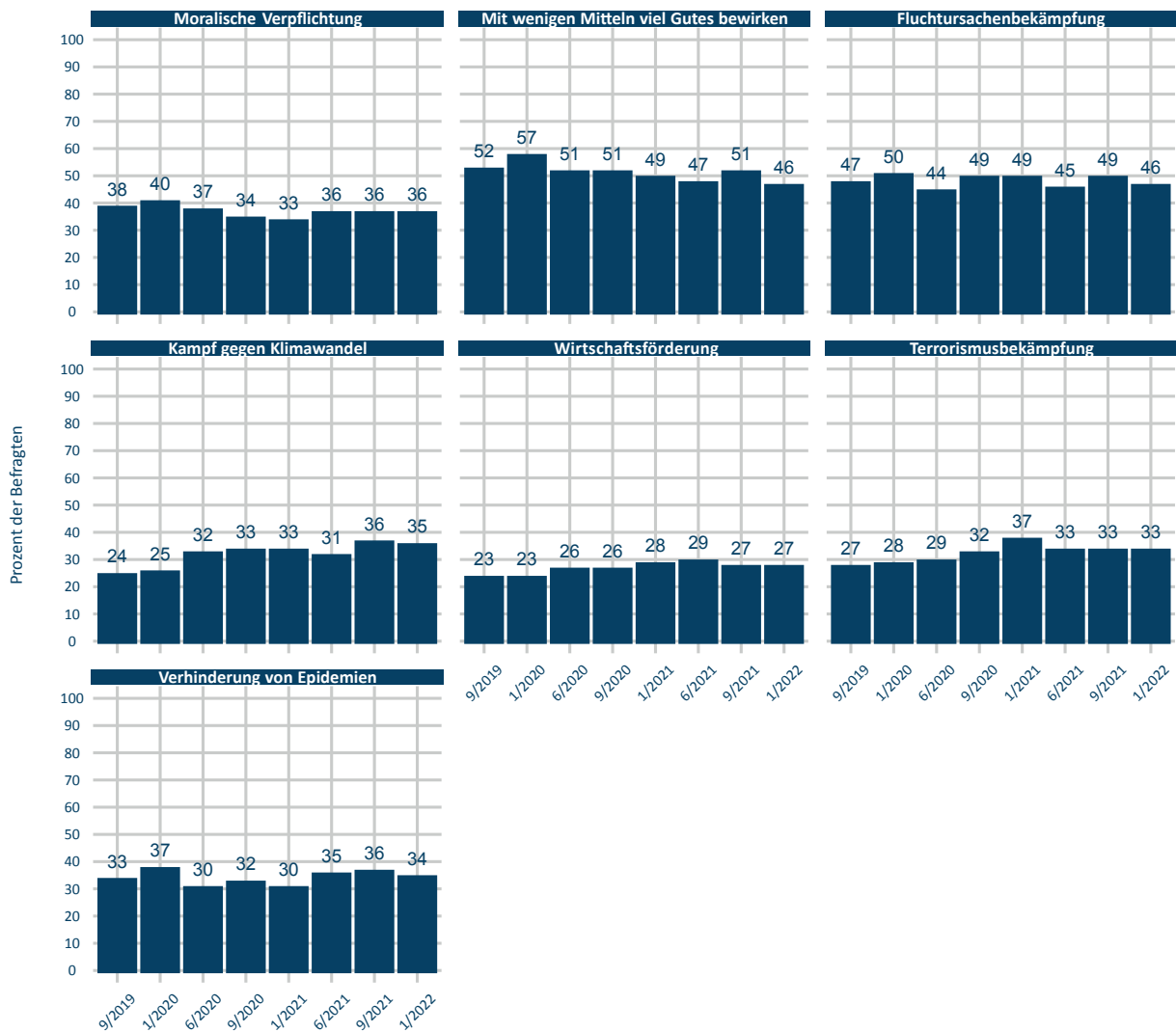
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis von Meltwater-Daten (1.5.2019–31.12.2021); $N = 558.807$. Dargestellt ist die Anzahl der deutschsprachigen Tweets pro Tag. Ermittelt wurden die Tweets durch eine umfangreiche Suchwortliste, die sowohl Begriffe als auch die Twitter-Accounts einschlägiger Akteure und Organisationen enthält. Details zu Methodik und genutzten Suchworten finden sich in Abschnitt 1.3 im Online-Anhang.

Wie schon in den vergangenen Analysen zeigen die Daten, dass das Themenfeld zwar kontinuierlich auf Twitter erwähnt wird, die Anzahl der Tweets in der Regel jedoch mit im Schnitt rund 560 Tweets pro Tag im untersuchten Zeitraum gering ist. Zur Einordnung: Eine Abfrage der Anzahl aller deutschsprachigen Tweets aus Deutschland hat für zufällig ausgewählte Tage rund 400.000 bis 600.000 Tweets pro Tag ergeben (Schneider et al., 2021a, S. 17, Fußnote 28). Größere Ausschläge in der Zeitreihe können weiterhin nur vereinzelt beobachtet werden. Die stärksten Ausschläge finden sich im September 2020 im Zusammenhang mit einer Oxfam-Studie zu Kohlendioxidemissionen der Industriestaaten im Vergleich zu Entwicklungsländern; weitere erhebliche Ausschläge zeigten sich im Dezember 2020 im Zuge der Berichte von Ärzte ohne Grenzen über die Lage im griechischen Flüchtlingscamp Moria sowie im August 2021, als in Folge der Machtübernahme der Taliban in Afghanistan Menschen das Land verließen oder evakuiert wurden und in Deutschland über die Aufnahme ehemaliger Ortskräfte deutscher Organisationen diskutiert wurde. Abschließend sei der Ausschlag der Zeitreihe im Zusammenhang mit dem Getränkehersteller Fritz-Kola im Oktober 2020 erwähnt. Das Unternehmen hatte sich in einer Werbekampagne über den US-Präsidenten Donald Trump lustig gemacht und dafür viel Kritik geerntet. Für jeden Hasskommentar, der unter dieser Kampagne auf Facebook gepostet wurde, spendete das Unternehmen im Gegenzug einen Euro für Flüchtlingsprojekte an die Aktion Deutschland Hilft e. V. (Redaktionsnetzwerk Deutschland, 2020). In Relation zum üblichen Gesamtaufkommen an Tweets pro Tag sind jedoch auch die Ausschläge der Zeitreihe insgesamt gering. Es muss deshalb davon ausgegangen werden, dass entwicklungspolitische Inhalte auf Twitter zwar für Fachkreise eine Rolle spielen, die breite Bevölkerung jedoch nur in geringem Umfang erreichen.

2.3 Welche Motive für EZ sehen die Bürger*innen als überzeugend an?

Für Entwicklungszusammenarbeit gibt es zahlreiche Motive. Sie reichen von direkten nationalen Eigeninteressen wie der Bekämpfung von Fluchtursachen über eine moralische Verpflichtung gegenüber den Menschen in Ländern des globalen Südens bis hin zur Lösung globaler Herausforderungen und zur Umsetzung der Agenda 2030 (Hudson und van Heerde-Hudson, 2012; Lumsdaine, 1993; Riddell, 2007). In diesem Zusammenhang ist es interessant zu klären, welche Motive die Bürger*innen als überzeugend ansehen.

Abbildung 7 Überzeugende Motive für Entwicklungszusammenarbeit



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panel- und -Tracker-Erhebungen ab 9/2019. Die Frage lautete: „Hier stehen einige mögliche Argumente für Entwicklungszusammenarbeit. Welche dieser Argumente finden Sie persönlich besonders überzeugend? (Wählen Sie bitte alle zutreffenden Antwortmöglichkeiten aus.)“

„Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken“ und „Fluchtursachen bekämpfen“ werden in allen Wellen am häufigsten als überzeugende Motive für die EZ genannt (Abbildung 7). Die Anteilswerte lagen im Januar 2022 bei jeweils 46 Prozent. Die Unterschiede sind dabei über die untersuchten Erhebungswellen hinweg mit leichten Schwankungen gering. Das altruistische Motiv „moralische Verpflichtung“ empfinden 36 Prozent als überzeugend (für eine ergänzende Analyse dieses Motivs siehe Abschnitt 6.1 im Anhang). Auch hier lassen sich im Zeitverlauf nur geringe Schwankungen ausmachen. Das Motiv „Wirtschaftsförderung“ wird hingegen über alle Wellen hinweg am wenigsten ausgewählt, wenngleich sein Anteil im Vergleich zu den ersten beiden Erhebungen seit Juni 2020 etwas höher ausfällt. Im Januar 2022 lag der Anteil dieses Motivs bei 27 Prozent.

Auffallend ist auch, dass der Klimawandel als Motivation für entwicklungspolitische Maßnahmen weiter an Relevanz zunimmt. Hielten im September 2019 noch 24 Prozent der Befragten dieses Motiv für überzeugend, waren es im Januar 2022 rund 35 Prozent. Dies korrespondiert mit der Aufmerksamkeit, die das Thema durch (inter-)nationale Diskussionen ebenso wie durch Bewegungen wie „Fridays for Future“, durch die Flutkatastrophe im Ahrtal oder im Umfeld der jüngsten Bundestagswahl erhalten hat (Schmitt-Beck, 2021, S. 14). Ein ähnlicher, wenn auch etwas schwächer ausgeprägter Anstieg findet sich für die Motive „Terrorismusbekämpfung“ und „Verhinderung von Epidemien“. Letzteres verwundert aufgrund der weiterhin akuten Corona-Pandemie kaum. Es überrascht jedoch, dass der Anstieg hier erst 2021 erfolgte. Womöglich gingen die Bürger*innen 2020 noch davon aus, dass die Pandemie eine kurzfristige Herausforderung sei. Weitere Trends stechen nicht hervor.

Übergreifend betrachtet, deuten die Anteilswerte der Motive „Fluchtursachenbekämpfung“, „Klimawandel“ und „Verhinderung von Epidemien“ darauf hin, dass ein relevanter Teil der Bevölkerung Deutschlands die Bewältigung akuter globaler Herausforderungen als überzeugendes Argument für die EZ ansieht. Mit Ausnahme des Motivs „Klimawandel“, das im Zeitverlauf etwas häufiger ausgewählt wird, fallen die Anteilswerte der Motive mit klarem Bezug zu globalen Herausforderungen im Zeitverlauf stabil aus.

Die von der EZ-Unterstützung bekannten Unterschiede entlang des politischen Spektrums von links nach rechts finden sich im September 2021 auch für die EZ-Motive. Generell werden die vorgelegten Motive häufiger von den Gruppen *links* oder *Mitte-links* als überzeugend eingestuft als von Personen, die sich *rechts* im politischen Spektrum positionieren. Die Nennung des Motivs „Moralische Verpflichtung“ liegt bei rund 56 in der Gruppe *links*, in der Gruppe *rechts* betrachten es nur 19 Prozent als überzeugendes Motiv. Ähnlich deutliche Unterschiede zeigen sich für das Motiv „Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken“ (*links* 60 %, *rechts* 43 %), „Bekämpfung des Klimawandels“ (*links* 51 %, *rechts* 19 %) und „Terrorismusbekämpfung“ (*links* 46 %, *rechts* 27 %).

Auch für die Motive „Verhinderung von Epidemien“ und „Wirtschaftsförderung“ weisen die Daten ähnliche Muster auf, die Unterschiede zwischen den politischen Lagern sind jedoch geringer: „Verhinderung von Pandemien“ findet mit jeweils rund 45 Prozent besonders in den Gruppen *links* und *Mitte-links* Anklang, in den Gruppen *Mitte* bis *rechts* seltener (31 bis 36 %). 34 beziehungsweise 36 Prozent der Befragten in den Gruppen *links* und *Mitte-links* sehen „Wirtschaftsförderung“ als überzeugendes Motiv an; in den übrigen Gruppen fallen die Anteile niedriger aus (22 bis 28 %).

Für das Motiv „Fluchtursachenbekämpfung“ ergibt sich ein abweichendes Bild. Mit Anteilswerten zwischen 50 und 57 Prozent wird es vom gesamten politischen Spektrum von *links* bis *Mitte-rechts* mehrheitlich als überzeugend eingestuft. In der Gruppe *rechts* nennen dieses Motiv lediglich 44 Prozent überzeugend.

In der Gesamtschau verdeutlichen die Daten, dass die verschiedenen Motive für EZ vor allem im linken Spektrum auf Zustimmung stoßen; die kleine Gruppe, die sich rechts verortet, ist hingegen nur schwer von den Vorteilen der EZ zu überzeugen. Dies gilt vor allem für die Motive „Moralische Verpflichtung“ und „Mit wenigen Mitteln viel Gutes bewirken“, aber auch „Bekämpfung des Klimawandels“. Insbesondere Letzteres verwundert trotz des Handlungsdrucks bezüglich des Klimawandels nicht, schließlich sind Personen, die sich politisch rechts verorten, häufiger skeptisch, was den menschlichen Beitrag zum Klimawandel und entsprechende Gegenmaßnahmen angeht (z. B. Jacquet et al., 2014; McCright et al., 2016). Einzig das Motiv „Fluchtursachenbekämpfung“ stellt über beinahe das gesamte politische Spektrum hinweg einen gemeinsamen Nenner dar, dem alle Bevölkerungsgruppen eine ähnlich hohe Bedeutung beimessen.

2.4 Wie steht die Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ?

Entwicklungspolitische Akteure stehen häufig vor der Herausforderung, dass ein effektiver Einsatz finanzieller Mittel in Ländern mit schlechter Regierungsführung, einer schwachen Demokratie oder fragilen staatlichen Strukturen nicht sichergestellt werden kann (z. B. Zürcher, 2012). Schwache demokratische Strukturen gehen ebenfalls häufig mit verbreiteter Korruption einher (Rock, 2009). Gleichzeitig ist in diesen Ländern der Bedarf der Bevölkerung an Unterstützung oft besonders hoch. In der Entwicklungspolitik wird in solchen Kontexten der Einsatz finanzieller Mittel daher oftmals an Bedingungen geknüpft. Das heißt,

Partnerländer werden nur dann unterstützt, wenn sie gewisse Auflagen erfüllen/Maßnahmen durchführen – beispielsweise zur Demokratieförderung (BMZ, 2020; siehe auch Bodenstein und Faust, 2017). Ebenso kann in solchen Kontexten die Ausgestaltung von EZ-Maßnahmen angepasst werden, etwa indem die Zusammenarbeit durch multilaterale oder zivilgesellschaftliche Organisationen erfolgt – zum Teil auch, um nicht direkt mit der Regierung des Partnerlandes zusammenzuarbeiten (sogenanntes *by-passing*).

Ob und inwieweit diese Versprechen eingehalten werden, ist dabei für das Geberland häufig nicht zuverlässig nachvollziehbar (Collier et al., 1997; für aktuellere Diskussionen von EZ-Konditionalität siehe z. B. Molenaers et al., 2015; Wright und Winters, 2010). Daher birgt die Unterstützung autoritär regierter Länder die Gefahr, zu einem Erhalt des politischen Systems beizutragen; im Extremfall wird eine Regierung unterstützt, die Menschenrechte erheblich verletzt (Dasandi et al., 2021; Dutta et al., 2013). Gleichzeitig hat die Förderung demokratischer Strukturen das Potenzial, die sozioökonomische Entwicklung des Partnerlandes voranzubringen (z. B. Ethier, 2003; Kosack, 2003; Niño-Zarazúa et al., 2020; Svensson, 1999). Empirische Untersuchungen zeigen ferner, dass die Zuteilung deutscher EZ-Mittel mit der Qualität demokratischer Strukturen und der Regierungsführung in den Partnerländern verbunden ist (Wencker, 2022).

Auch die öffentliche Meinung zu diesem Thema befindet sich in einem Spannungsfeld. Einerseits sind die Erwartungen der Bevölkerung an EZ von einem Narrativ der Fürsorge und Hilfe für sehr arme Menschen in den Ländern des globalen Südens geprägt; andererseits sehen die Bürger*innen Korruption als Hindernis für eine wirksame Entwicklungspolitik an und unterstützen die EZ mit Partnerländern mit hoher Korruption weniger (Schneider et al., 2021a). Vor diesem Hintergrund ist unklar, ob und in welchem Umfang nicht-demokratische Länder oder Länder mit fragilen demokratischen Strukturen aus Sicht der Bevölkerung durch EZ unterstützt werden sollten (Escribà-Folch et al., 2021; Faust und Garcia, 2014).

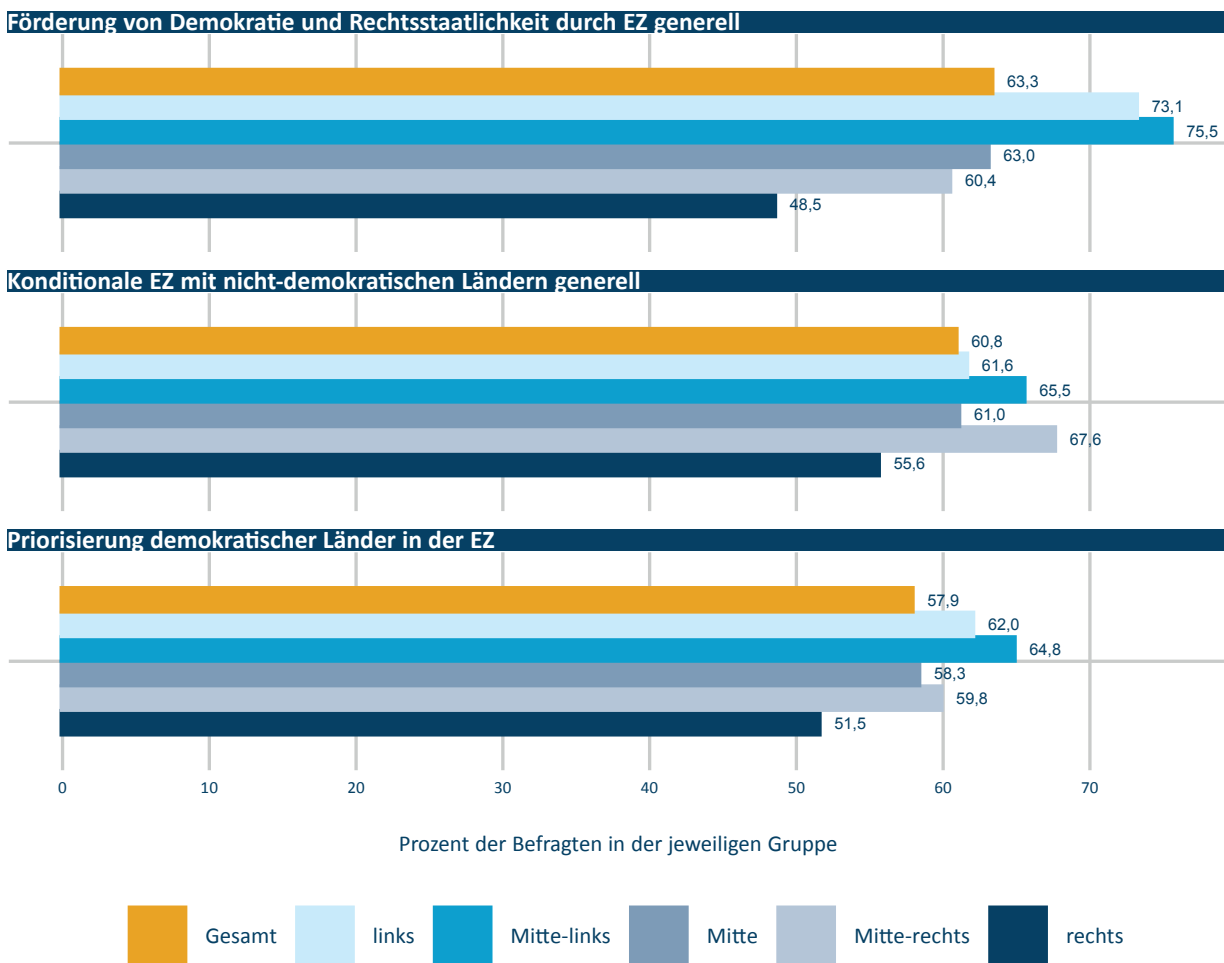
2.4.1 Die Bevölkerung befürwortet sowohl die Zusammenarbeit mit demokratischen Staaten als auch Demokratieförderung

Im November 2021 wurde die Bevölkerung (N ≈ 2.000) gefragt,

1. ob sie die Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit in der EZ unterstützt;
2. ob sie eine Zusammenarbeit mit nicht-demokratischen Staaten befürwortet; und
3. welche Maßnahmen sie bei Autokratisierungstendenzen in einem Partnerland für sinnvoll erachtet.

Insgesamt sieht die Bevölkerung in Deutschland die Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit als wichtig an. Sie bevorzugt in der EZ die Zusammenarbeit mit demokratischen Partnerländern beziehungsweise im Falle autokratisch regierter Staaten die konditionale EZ. Abbildung 8 zeigt, dass rund 63 Prozent der Bevölkerung es generell befürworten, wenn Deutschland Länder des globalen Südens beim Ausbau von rechtsstaatlichen und demokratischen Regierungssystemen unterstützt. In Bezug auf die Unterstützung nicht-demokratischer Staaten sind 61 Prozent dafür, dass diese an Bedingungen von Rechtsstaatlichkeit und Demokratie geknüpft werden und im Falle einer Nichteinhaltung auch Sanktionen zum Einsatz kommen. 58 Prozent der Bevölkerung stimmen schließlich zu, dass vorrangig mit demokratisch regierten Staaten in der EZ zusammengearbeitet werden sollte (siehe dazu jeweils die orangefarbenen Balken).

Demokratiefördernde Maßnahmen werden dabei besonders von Personen unterstützt, die sich politisch eher *links* orientieren. Darüber hinaus fällt auf, dass Personen, die sich politisch *rechts* einordnen, allen drei Aussagen deutlich seltener zustimmen als Angehörige der vier übrigen Gruppen. In Bezug auf die Zusammenarbeit mit nicht-demokratischen Ländern und die Priorisierung demokratischer Länder unterscheiden sich die Gruppen entlang des Links-rechts-Spektrums jedoch nur geringfügig und vor allem nicht in einem systematischen Muster. Insgesamt deuten diese Befunde darauf hin, dass Demokratie und Demokratieförderung in der EZ mit Ausnahme des rechten Randes in der gesamten Bevölkerung mehrheitlich befürwortet wird.

Abbildung 8 Zustimmung der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis einer Befragung durch ResponDi (11/2021); N = 2.005. Die Zustimmung wurde mit einer siebenstufigen Skala von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 = „stimme voll und ganz zu“ abgefragt. Für die Abbildung wurden die Skalenwerte 1 bis 3 zu „stimme (eher) nicht zu“ zusammengefasst, die Werte 5 bis 7 zu „stimme (eher) zu“. Der Wert 4 stellt die Skalenmitte dar und wird als unentschiedene Einstellung interpretiert. Dargestellt ist der Anteil „stimme (eher) zu“ in der jeweiligen Gruppe. Der exakte Fragewortlaut findet sich in Tabelle 4 im Online-Anhang.

2.4.2 EZ bei Autokratisierungsprozessen: Konditionen für das Regime, ohne die Lage der Bevölkerung im Partnerland außer Acht zu lassen

Im Anschluss an die Fragen zu Demokratie und Demokratieförderung wurde den Befragten in einem fiktiven, aber realistisch beschriebenen Szenario vermittelt, dass in einem nicht näher spezifizierten Partnerland der deutschen EZ Autokratisierungstendenzen zu beobachten seien.¹⁷ Zugleich leide die Bevölkerung in diesem Land unter Armut, Hunger und schlechter Infrastruktur (Bildung, Gesundheit). Daraufhin wurden die Befragten gebeten, ihre Einstellung zu verschiedenen Reaktionen der Bundesregierung auf die Entwicklungen im Land anzugeben. Dabei wurde versucht, wahrscheinliche Reaktionen möglichst umfassend abzubilden (siehe Dasandi et al. 2021; Heinrich und Kobayashi, 2020 für ein ähnliches Vorgehen). Die abgefragten Reaktionen waren:

¹⁷ Der vollständige Fragewortlaut findet sich in Abschnitt 1.4 im Online-Anhang.

1. keine Veränderung in der Zusammenarbeit,
2. Reduzierung der Zusammenarbeit,
3. Abbruch der Zusammenarbeit,
4. Abbruch der Zusammenarbeit und zusätzliche Sanktionen,
5. Bedingungen für die Fortsetzung der Zusammenarbeit mit dem Partnerland (Konditionalität),
6. Zusammenarbeit verstärkt über zivilgesellschaftliche Organisationen bei geringerem staatlichem Einfluss,
7. Umwidmung der finanziellen Mittel an multilaterale Organisationen,
8. Förderung demokratischer und rechtsstaatlicher Strukturen im betroffenen Land.

Die Bürger*innen sprechen sich im Falle von Autokratisierungstendenzen mehrheitlich für ein gemäßigtes Vorgehen aus, das die Situation der Bevölkerung im Partnerland nicht außer Acht lässt. Die einzelnen Reaktionen sind in Abbildung 9 dargestellt (Zustimmung in der Gesamtbevölkerung = orangefarbene Balken). Es zeigt sich eine hohe Zustimmung zu den Reaktionen *Konditionale EZ mit dem Partnerland* (68 %) und *Förderung der Demokratie* (64 %). Im Mittelfeld mit jeweils rund 59 Prozent Zustimmung bewegen sich die *Fortsetzung durch zivilgesellschaftliche EZ* beziehungsweise *Reduzierung der Zusammenarbeit, aber keine Einstellung* sowie der *Umstieg auf multilaterale Zusammenarbeit mit dem Partnerland* (55 %). Weniger als die Hälfte der Bürger*innen befürwortet eine *Fortsetzung der Zusammenarbeit, um eine Verschlechterung der Lage zu verhindern* (rund 47 %), eine *Beendigung der Zusammenarbeit und zusätzliche Sanktionen gegen das Partnerland* (45 %) oder eine *Beendigung der Zusammenarbeit ohne zusätzliche Maßnahmen* (44 %).

Auch bei den Reaktionen auf Autokratisierungstendenzen sind Unterschiede entlang der politischen Orientierung zu erwarten, da die politischen Lager unterschiedliche Prioritäten – zum Beispiel Berücksichtigung der Lage der Bevölkerung gegenüber Unterstützung einer autokratischen Regierung – setzen dürften (siehe Bodenstein und Faust, 2017). Die Umfrage hat folgendes Bild ergeben:

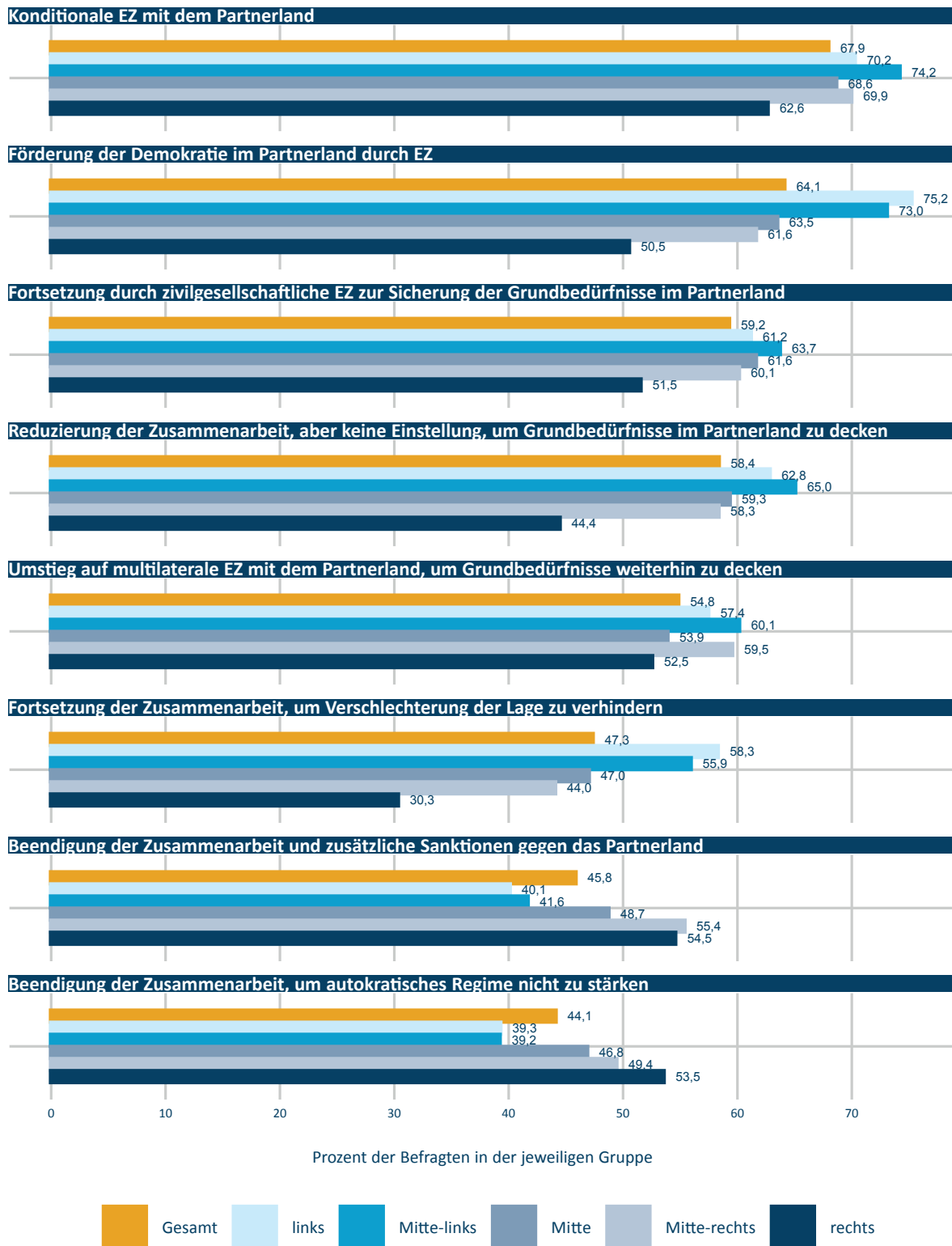
Die Zusammenarbeit konditional, also unter der Formulierung von Bedingungen für das Partnerland (*konditionale EZ*), fortzuführen, stößt in allen Gruppen auf hohe Zustimmung, wobei es die höchste Zustimmung (rund 74 %) in der Gruppe *Mitte-links* und die geringste Zustimmung (63 %) in der Gruppe *rechts* gibt. Dies trifft auch für den Umstieg auf multilaterale EZ zu, der in allen Gruppen von mehr als der Hälfte der Befragten befürwortet wird – am stärksten in den Gruppen *Mitte-links* und *Mitte-rechts* (jeweils rund 60 %), am schwächsten in der Gruppe *rechts* (ca. 53 %).

Für die übrigen Reaktionen äußern die politischen Lager unterschiedliche Präferenzen, die darauf hindeuten, dass das linke Spektrum die Lage der Bevölkerung im Partnerland stärker gewichtet. Die *Förderung der Demokratie im Partnerland*, die *Reduzierung der Zusammenarbeit unter Berücksichtigung der Grundbedürfnisse der Bevölkerung im Partnerland* sowie eine *Fortsetzung der Zusammenarbeit* wird besonders von Personen unterstützt, die sich *links* oder *Mitte-links* verorten. Besonders ausgeprägt ist der Unterschied zu den übrigen Gruppen entsprechend den Ergebnissen in Abschnitt 2.4.1 im Falle der *Förderung der Demokratie im Partnerland* – hier liegt die Zustimmung bei 75 Prozent in der Gruppe *links* und 73 Prozent in der Gruppe *Mitte-links*. Der Unterschied zur Gruppe *Mitte* beträgt mehr als 10 Prozentpunkte, zur Gruppe *rechts* knapp 25 Prozentpunkte.

Personen, die sich eher *rechts* verorten, befürworten hingegen stärker striktere Reaktionen: *Eine Beendigung der Zusammenarbeit mit dem Partnerland* – unabhängig davon, ob mit oder ohne weitere Sanktionen – findet die höchste Zustimmung bei Personen, die sich *rechts* oder *Mitte-rechts* platzieren. Deren Zustimmungswerte bewegen sich über beide Reaktionsformen betrachtet zwischen 49 und 55 Prozent. Der Unterschied zu den Gruppen *links* und *Mitte-links* ist in beiden Fällen mit 10 bis 15 Prozentpunkten relativ groß.

Die Gruppe *rechts* ist darüber hinaus zurückhaltender, wenn es um die *Fortsetzung der Zusammenarbeit durch zivilgesellschaftliche EZ* geht. In dieser Gruppe stößt diese Reaktionsvariante auf 52 Prozent Zustimmung, im übrigen Spektrum auf 60 bis 64 Prozent.

Abbildung 9 Einstellung zu Reaktionen der EZ bei Autokratisierung nach politischer Orientierung



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis einer Befragung durch ResponDi (11/2021); N = 2.005. Die Zustimmung wurde mit einer siebenstufigen Skala von 1 = „stimme überhaupt nicht zu“ bis 7 = „stimme voll und ganz zu“ abgefragt. Für die Abbildung wurden die Skalenwerte 1 bis 3 zu „stimme (eher) nicht zu“ zusammengefasst, die Werte 5 bis 7 zu „stimme (eher) zu“. Der Wert 4 stellt die Skalenmitte dar und wird als unentschiedene Einstellung interpretiert. Dargestellt ist der Anteil „stimme (eher) zu“ in der jeweiligen Gruppe. Der exakte Fragewortlaut findet sich in Tabelle 4 im Online-Anhang.

Zusammengefasst zeigen die Daten, dass Demokratie und Demokratieförderung in der EZ von weiten Teilen der Bevölkerung als wichtig eingestuft werden.¹⁸ Dies gilt mit Ausnahme des rechten Randes für das gesamte politische Spektrum. Gleichwohl sehen es die Bürger*innen als notwendig an, die entwicklungspolitische Zusammenarbeit im Falle von Autokratisierungsprozessen an Bedingungen zu knüpfen. Eine Beendigung der Zusammenarbeit in solchen Fällen findet nur im rechten Spektrum relativ hohe Zustimmung. In den übrigen Gruppen wird eine weitere Zusammenarbeit unter Anpassung der Mittel und Maßnahmen oder eine Umstellung auf multilaterale oder zivilgesellschaftliche EZ befürwortet – stets jedoch unter Berücksichtigung der Lage der Menschen im Partnerland.

Das Grundmuster erinnert dabei an die generelle Struktur außenpolitischer Einstellungen, die sich entlang der Achsen *cooperative internationalism* (CI) und *militant internationalism* (MI) orientieren (u. a. Gravelle et al., 2017; Rathbun, 2020). Während hohe Zustimmung in der CI-Dimension mit einer Befürwortung von Diplomatie, Zusammenarbeit und Humanitarismus einhergeht, korrespondiert die MI-Dimension mit einem dominanten außenpolitischen Kurs, Abschreckungen und unter Umständen auch militärischen Maßnahmen.

2.5 Wie nehmen die Bürger*innen ihren eigenen Einfluss auf die Lage im globalen Süden wahr?

Ein wichtiges Merkmal der Agenda 2030 ist es, dass alle gesellschaftlichen Gruppen gefragt sind, einen Beitrag zum Erreichen der SDGs zu leisten – Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, aber auch die Bürger*innen –, und das sowohl im eigenen Land als auch global. Wie aber schätzen die Bürger*innen vor diesem Hintergrund ganz konkret ihren eigenen Einfluss auf die Lage im globalen Süden ein – oder anders ausgedrückt: Wie entwicklungspolitisch selbstwirksam sehen sie sich? Diese Frage ist vor allem relevant, weil Selbstwirksamkeit ein wichtiges Korrelat zum persönlichen entwicklungspolitischen Engagement (siehe Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 5), aber auch für die Unterstützung staatlicher EZ darstellt. Daran anknüpfend stellt sich die Frage, wie einflussreich die Bürger*innen gesellschaftliche Akteure – z. B. Regierungen, NGOs, Organisationen der multilateralen EZ – diesbezüglich wahrnehmen.

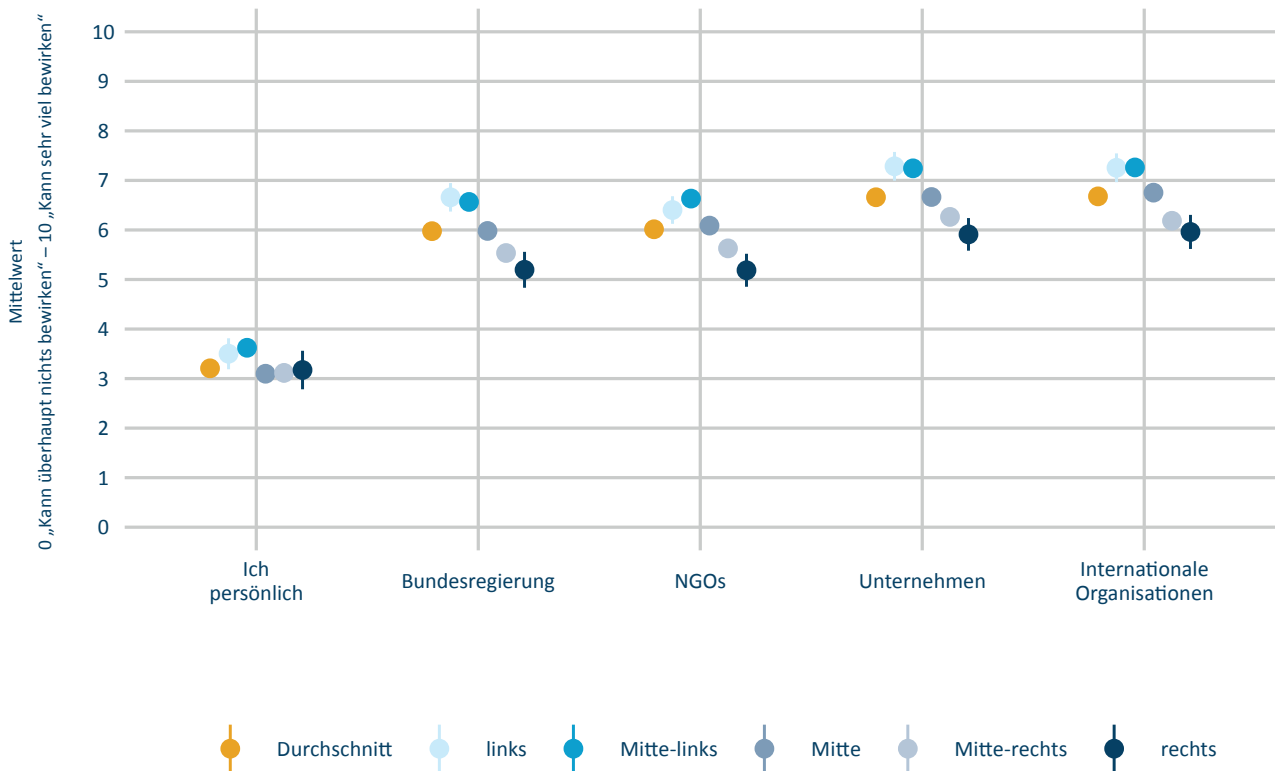
2.5.1 Der eigene Einfluss auf die Lage im globalen Süden wird als gering wahrgenommen

Generell ist festzuhalten, dass die Bürger*innen ihren persönlichen Einfluss auf die Lage in den Ländern des globalen Südens als gering einschätzen. Mit einem Mittelwert von ca. 3 auf der Skala von 0 bis 10 empfinden sie geringe persönliche entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit und stufen sich damit im Schnitt deutlich weniger (selbst-)wirksam ein als die weiteren abgefragten Organisationen und Institutionen (Abbildung 10).

Dies könnte einerseits als Gefühl der Ohnmacht angesichts globaler Herausforderungen interpretiert werden, andererseits aber auch eine realistische Einschätzung des eigenen Einflusses sein, insbesondere in Relation zum vermuteten Einfluss der übrigen abgefragten Akteure. Zudem bezieht sich die Frage gezielt auf den globalen Süden. Möglicherweise wird der Einfluss auf das eigene Umfeld beziehungsweise das entwicklungspolitische Geschehen in Deutschland – z.B. durch bürgerschaftliches Engagement – positiver eingestuft als der Einfluss auf den globalen Süden. Diese Frage kann mit den vorliegenden Daten jedoch nicht geklärt werden.

Einen deutlich höheren Einfluss als sich selbst schreiben die Bürger*innen Unternehmen und internationalen Organisationen zu. Für diese liegt der Mittelwert des wahrgenommenen Einflusses jeweils bei 6,7. Die Bundesregierung und NGOs liegen mit einem Mittelwert von 6 deutlich darunter (siehe auch Abbildung 10).

¹⁸ Hinzu kommt: Je stärker EZ allgemein unterstützt wird, desto eher wird auch Demokratieförderung in der EZ befürwortet (Korrelation $r = 0,4$; $p < 0,001$).

Abbildung 10 Wahrgenommener Einfluss verschiedener Akteure auf die Lage in armen Ländern

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panel-Welle 3 (9/2021); N = 6.000. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen. Die Frage lautete: „Wie viel kann jeder der folgenden Akteure bei der Bekämpfung von Armut in armen Ländern Ihrer Meinung nach bewirken?“ Antwortoptionen: Skala von 0 = „Kann überhaupt nichts bewirken“ bis 10 = „Kann sehr viel bewirken“.

Auffällig ist, dass Personen, die sich politisch eher links einordnen, ihre entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit höher einschätzen. Der Unterschied für die Gruppen *links* oder *Mitte-links* im Vergleich zu den übrigen drei Gruppen beträgt ca. 0,5 Skalenpunkte. Für die übrigen Organisationen beziehungsweise Institutionen finden sich noch ausgeprägtere Links-Rechts-Unterschiede. Die Gruppen *links* und *Mitte-links* schreiben den Akteuren – relativ betrachtet – stets die höchste Wirksamkeit zu. In den übrigen Gruppen fällt die Einschätzung stets geringer aus – die Gruppe *rechts* stuft die Wirksamkeit durchweg am geringsten ein.

Darüber hinaus nehmen sich jüngere Personen als deutlich selbstwirksamer wahr als ältere. Die höchste angenommene Selbstwirksamkeit findet sich mit einem Mittelwert von 3,9 in der Gruppe *18 bis 29 Jahre*, die geringste in der Gruppe *60 Jahre und älter*. Zusammen mit der höheren Unterstützung für staatliche EZ (vgl. Abschnitte 2.1.1 und 2.1.2) und einem stärkeren Gefühl der moralischen Verpflichtung gegenüber den Ländern des globalen Südens (vgl. Abschnitt 6.1) deutet dieser Befunde darauf hin, dass Jüngere eine positivere Grundeinstellung zu Entwicklungspolitik haben als Ältere.

Bei den Analysen des entwicklungspolitischen Engagements in Kapitel 3 wird auf die Selbstwirksamkeit Bezug genommen, da sie einen wichtigen Erklärungsfaktor für entwicklungspolitisches Engagement, etwa durch nachhaltigen Konsum, darstellt.

Die Wahrnehmung der Selbstwirksamkeit in Deutschland entspricht derjenigen in den OECD-DAC-Geberstaaten¹⁹ Frankreich, Großbritannien und USA. Abbildung 50 im Anhang zeigt anhand der DEL-Daten vom Januar 2022, dass es hier kaum substanzielle Unterschiede gibt. Lediglich die Bürger*innen Großbritanniens (dargestellt durch die hellblauen Punkte) beurteilen ihre eigenen Einflussmöglichkeiten (mit einem Unterschied von einem halben Skalenpunkt) skeptischer als die Bevölkerungen der übrigen drei Länder. Insgesamt wird die Selbstwirksamkeit jedoch in allen vier Ländern als gering eingeschätzt. Darüber hinaus schreibt die Bevölkerung Deutschlands im Vergleich zu den Bürger*innen der übrigen drei Staaten ihrer Regierung, aber auch Unternehmen etwas mehr Einfluss zu, während die Menschen in den USA den Einfluss internationaler Organisationen im Vergleich etwas skeptischer betrachten.

2.6 Exkurs: Kennt die Bevölkerung die 17 Sustainable Development Goals (SDGs)?

Die Agenda 2030 und die 17 SDGs bilden einen wichtigen Bezugspunkt für die Entwicklungspolitik und das Bemühen um eine nachhaltige globale Entwicklung. In diesem Zusammenhang sind auch die Bürger*innen gefragt, eigene Beiträge zu leisten. Die Bekanntheit der SDGs ist daher ein wichtiger Indikator dafür, ob die Bevölkerung Kenntnisse über diesen Bezugspunkt hat.

Der Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018, S. 49–50) hat gezeigt, dass weder kurz nach Verabschiedung der Agenda 2030 im Winter 2015 noch knapp zwei Jahre später im Sommer 2017 ein substanzieller Anteil der Bevölkerung von den SDGs gehört hatte und auch von sich behauptete zu wissen, worum es sich dabei handelt. Die Anteilswerte lagen jeweils unter 10 Prozent. Nicht ganz ein Viertel der Befragten hatte zwar von dem Begriff gehört, wusste aber nicht, worum es sich dabei handelt. Für die Mehrheit war der Begriff unbekannt. Hat sich die Situation seitdem geändert?

Im Wesentlichen nicht, wie Abbildung 11 zeigt: Auch fünf Jahre nach ihrer Verabschiedung sind die SDGs 63 Prozent der Befragten weiterhin unbekannt. Im September 2021 gaben nur 8 Prozent der Befragten an, von den SDGs gehört zu haben und zu wissen, worum es sich dabei handelt. 21 Prozent hatten zumindest bereits von dem Begriff gehört. Diese Kontinuität ist vor allem vor dem Hintergrund erstaunlich, dass es sich um eine wiederholte Befragung derselben Personen handelt, also durchaus Lerneffekte zu erwarten wären. In Querschnittserhebungen könnte der Anteil derjenigen, die die SDGs nicht kennen, unter Umständen also nochmals geringer ausfallen.

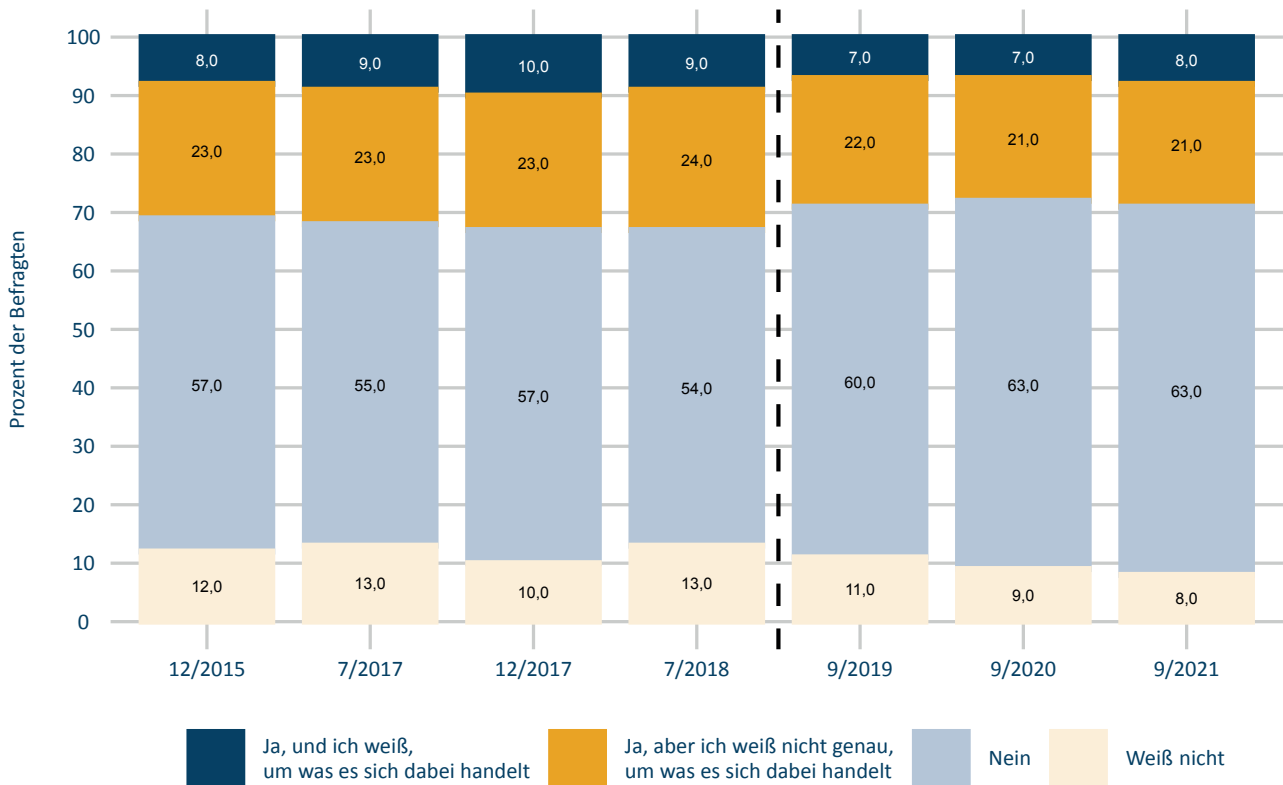
In den jüngeren Altersgruppen sind die SDGs etwas besser bekannt. Bei den *18- bis 29-Jährigen* gaben 15 Prozent an, von den SDGs gehört zu haben und auch zu wissen, worum es sich dabei handelt; weitere 31 Prozent hatten zumindest von dem Begriff gehört (DEL-Panel September 2021). Mit steigendem Alter fallen die Anteilswerte dieser beiden Antwortkategorien niedriger aus. Diese Befunde könnten ein Indiz dafür sein, dass Kampagnen zur Agenda 2030 und den SDGs eher von jüngeren Menschen wahrgenommen werden – etwa die von „Engagement Global“ administrierte Kampagne „17 Ziele“, die auf Facebook, Instagram, Twitter und YouTube vertreten ist.²⁰ Alternativ könnte das Bildungssystem (Schule, Universität) dafür sorgen, dass die Jüngeren mit diesem Thema eher in Kontakt kommen.²¹

Für Letzteres spricht der Befund, dass Bürger*innen, die über ein (Fach-)Abitur verfügen oder sich noch in schulischer Ausbildung befinden, häufiger angeben, die SDGs zu kennen. Der Unterschied zu Personen mit Hauptschulabschluss fällt dabei sehr deutlich aus. In der Gruppe *noch in Ausbildung* wissen rund 13 Prozent der Befragten, worum es sich bei den SDGs handelt, und 40 Prozent kennen den Begriff zumindest. Bei Personen mit Abitur liegen diese Anteile bei 14 beziehungsweise 29 Prozent. Unter den Hauptschulabsolvent*innen kennen hingegen nur 5 Prozent die SDGs, 15 haben zumindest von dem Begriff gehört.

¹⁹ OECD DAC = Entwicklungsausschuss der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.

²⁰ Siehe <https://17ziele.de/>.

²¹ Siehe z. B. das Angebot zur Agenda 2030 und den SDGs des Portals „Globales Lernen“ des World University Service: <https://www.globaleslernen.de/de/fokusthemen/fokus-sustainable-development-goals-sdg>. Darüber hinaus finden sich geringfügige Unterschiede nach Geschlecht.

Abbildung 11 Bekanntheit der Sustainable Development Goals (SDGs) im Zeitverlauf

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT (bis 7/2018) und der DEL-Panel-Erhebungen (ab 9/2019). In den DEL-Tracker-Erhebungen ist dieses Item nicht verfügbar. Die Frage lautete: „Haben Sie schon einmal etwas von den Nachhaltigen Entwicklungszielen („Sustainable Development Goals“) der Vereinten Nationen gehört oder etwas über diese gelesen?“ Antwortoptionen: „Ja, und ich weiß, um was es sich dabei handelt“, „Ja, aber ich weiß nicht genau, um was es sich dabei handelt“, „Nein“ und „Weiß nicht“.

Personen, die sich *(Mitte-)links* oder *(Mitte-)rechts* verorten, geben häufiger an, die SDGs zu kennen. In der Gruppe *links* haben 15 Prozent von dem Begriff schon gehört und wissen, worum es sich dabei handelt. Weitere 26 Prozent haben zumindest schon von dem Begriff gehört. In der Gruppe *Mitte-links*, *Mitte-rechts* und *rechts* liegen diese beiden Antwortkategorien bei 10 beziehungsweise 26 Prozent. Am wenigsten bekannt sind die SDGs in der *Mitte*: Hier kennen 5 Prozent die SDGs, 19 Prozent haben den Begriff zumindest wahrgenommen.

Personen an den politischen Rändern sind generell politisch aktiver (für den Ländervergleich siehe dazu z. B. van der Meer et al., 2009). Möglicherweise verfolgen Bürger*innen, deren politische Orientierung zu den äußeren Enden der Skala tendiert, daher das (internationale) politische Geschehen intensiver (für die USA siehe z.B. Blazina, 2022; siehe auch die Befunde zu politischer Partizipation in der Entwicklungspolitik in Abschnitt 3.1).

Kasten 5 Woran liegt es, dass die SDGs in der Bevölkerung Deutschlands nicht ankommen?

Aus Norwegen wird für 2020 berichtet, dass 70 Prozent der Bürger*innen von den SDGs gehört haben, während es 2015 noch 35 Prozent waren (Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation und Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2021, S. 29). In Frankreich kannten 2021 zwar lediglich 11 Prozent der Bevölkerung die SDGs, aber weitere 39 Prozent gaben an, von dem Begriff zumindest schon einmal gehört zu haben (DEL Frankreich 2021; eigene Auswertung). Ein Anhaltspunkt für die geringe Bekanntheit in Deutschland könnte sein, dass die Agenda 2030 beziehungsweise die SDGs in der Öffentlichkeit – anders als in entwicklungspolitischen Fachkreisen – kaum Erwähnung finden. Für den Zeitraum 1. Januar 2015 bis 30. November 2021 ergab eine Suche in der LexisNexis-Pressdatenbank für die wichtigsten dort zugänglichen überregionalen Tages- und Wochenzeitungen Deutschlands lediglich 495 Erwähnungen der SDGs (siehe Abschnitt 1.5 im Online-Anhang). Auch eine Abfrage der Suchmaschinen der Bundesministerien förderte nur wenige Ergebnisse zutage (Dokumentation in Tabelle 5 im Online-Anhang).

Ein Grund könnte darin liegen, dass es staatlichen und zivilgesellschaftlichen Stellen nicht gelungen ist, wirksame Kampagnen zur Unterstützung der SDGs zu konzipieren und durchzuführen. Norwegen stellt hier erneut ein interessantes Beispiel dar: 2021 wurde eine Kampagne gestartet, die der Bevölkerung die SDGs über das Thema „Ernährung und Klimawandel“ alltagsbezogen näherbringen soll (Svardal, 2021). Im Fokus dieser Kampagne, die an ähnliche alltagsnahe Maßnahmen in der Vergangenheit anknüpft, stehen insbesondere Bürger*innen, die dem Ausmaß des Klimawandels und seinen negativen Folgen skeptisch gegenüberstehen. Dieser Kampagne scheint es zu gelingen, die Komplexität des Zielsystems der Agenda 2030 so herunterzubrechen, dass die SDGs auch in der Bevölkerung ankommen. Inwiefern die Kampagnen auch zu Einstellungs- und Verhaltensänderungen beitragen, ist jedoch bislang offen.

2.7 Wie wirksam ist die EZ aus Sicht der Bevölkerung?

Der Meinungsmonitor 2018 hat gezeigt, dass Teile der Bevölkerung Deutschlands Vorbehalte bezüglich der Wirksamkeit der EZ und möglicher Korruption in den Partnerländern haben (Schneider und Gleser, 2018, S. 28–30). Daher wurde auch im vorliegenden Meinungsmonitor untersucht, wie wirksam die Bevölkerung die EZ einstuft, wie sie das Problem Korruption einschätzt und ob sich diese Einschätzung im Zeitverlauf verändert hat.

2.7.1 Wirksamkeit der EZ: Ein Großteil der Bevölkerung ist weiterhin skeptisch

Die Wirksamkeit von entwicklungspolitischen Maßnahmen wird im Januar 2022 mit 44 Prozent von einem Großteil der Bevölkerung als durchschnittlich eingestuft (siehe Abbildung 12). 22 Prozent stufen sie als hoch ein, 21 Prozent hingegen als niedrig.²² Wie bereits in älteren Erhebungen korreliert die Wirksamkeitseinschätzung positiv mit der EZ-Unterstützung.²³

Die Wirksamkeitseinschätzung hat sich dabei in den vergangenen Jahren – auch unter Berücksichtigung der Corona-Pandemie – kaum verändert (Abbildung 12, Balken rechts der gestrichelten Linie). Ins Auge sticht jedoch ein systematischer Bruch des Einstellungsbildes am Übergang zwischen AAT und DEL (Abbildung 12, senkrechte gestrichelte Linie): Die Daten des AAT weisen eine negativere Einschätzung der EZ-Wirksamkeit aus. Wie schon bei der allgemeinen Unterstützung der EZ in Abschnitt 2.1.2 kann dies auf die Änderungen im Fragebogen zurückgeführt werden.²⁴

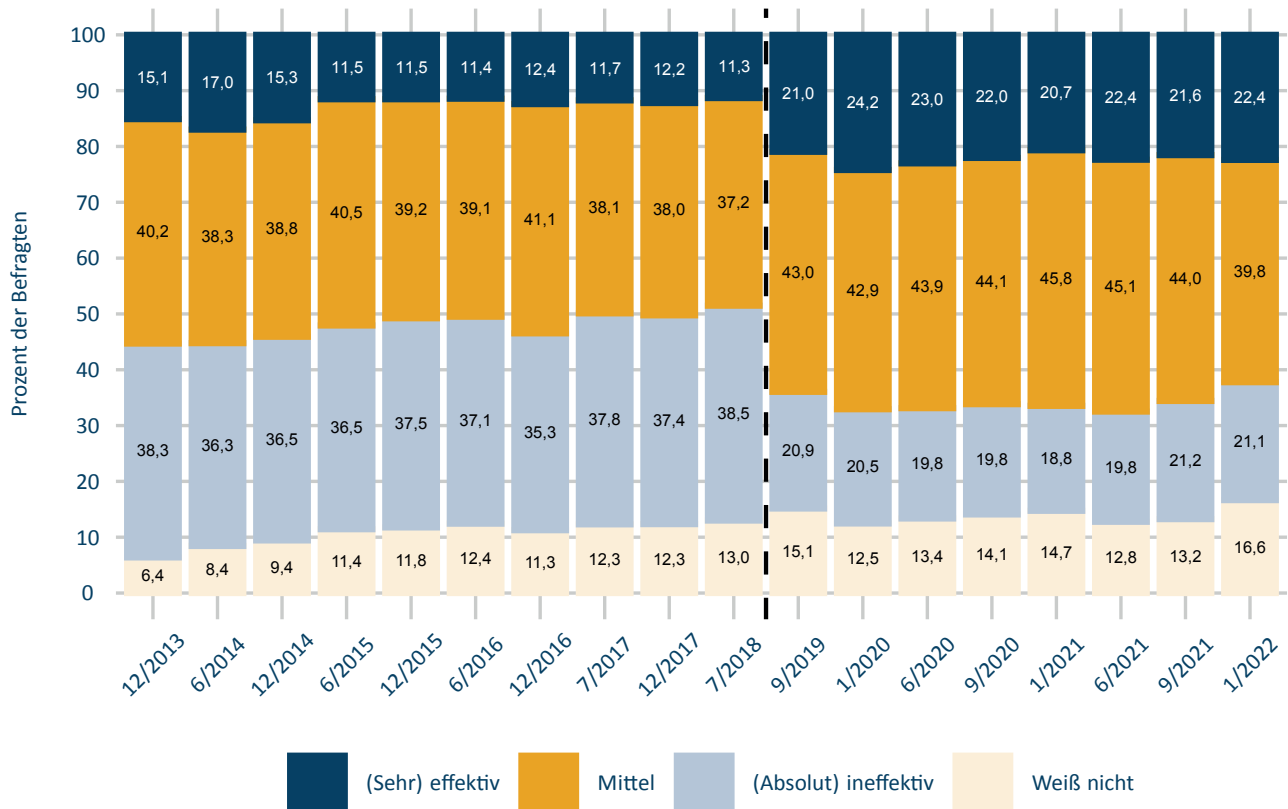
Die Wirksamkeitseinschätzung scheint dabei nicht linear von der eigenen politischen Orientierung abzuhängen: Zunächst findet sich in der Gruppe *links* mit rund 31 Prozent der größte Anteil derjenigen, die die Wirksamkeit als (*sehr*) *effektiv* einstufen (Datenbasis DEL-Panel September 2021). Umgekehrt findet sich der höchste Anteil der Kategorie (*absolut*) *ineffektiv* mit rund 37 Prozent in der Gruppe *rechts*. Dies entspricht den Erwartungen, die sich aus Befunden zur EZ-Unterstützung ableiten lassen. Gleichzeitig ist der Anteil für die Kategorie (*sehr*) *effektiv* bei jenen, die sich *rechts* verorten, mit 24 Prozent etwas höher als in den Gruppen *Mitte* und *Mitte-rechts* mit jeweils rund 20 Prozent und liegt damit auf dem Niveau der Gruppe *Mitte-links* (25 %). In der Gruppe *links* wiederum finden sich auch 21 Prozent, die die EZ als (*absolut*) *ineffektiv* einschätzen. Dieser Anteil fällt höher aus als in der Gruppe *Mitte-links* (16 %) und liegt in etwa auf dem Niveau der Gruppe *Mitte*.

²² Die DEL-Erhebungen erlauben es nicht mehr, die im Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 genutzte Operationalisierung zur Erfassung der EZ-Wirksamkeit fortzuschreiben, da eine Frage für den 2018 genutzten Index aus dem Fragebogen gestrichen wurde. Die in Abbildung 12 dargestellten Anteilswerte für den Zeitraum 12/2013 bis 7/2018 stimmen folglich nicht mit Abbildung 6 in Schneider und Gleser (2018, S. 28) überein.

²³ Korrelation $r = 0,62$; $p < 0,001$. Datenbasis: DEL-Panel September 2021. $N = 6.000$.

²⁴ Während im AAT zuvor nach der eigenen und nationalen wirtschaftlichen Lage gefragt wurde, wird im DEL-Fragebogen zuvor danach gefragt, was verschiedene Akteure zur Bekämpfung weltweiter Armut beitragen können. Auch in diesem Fall werden bei den Befragten vermutlich unterschiedliche Bewertungskriterien aktiviert (siehe z. B. Zaller, 1992).

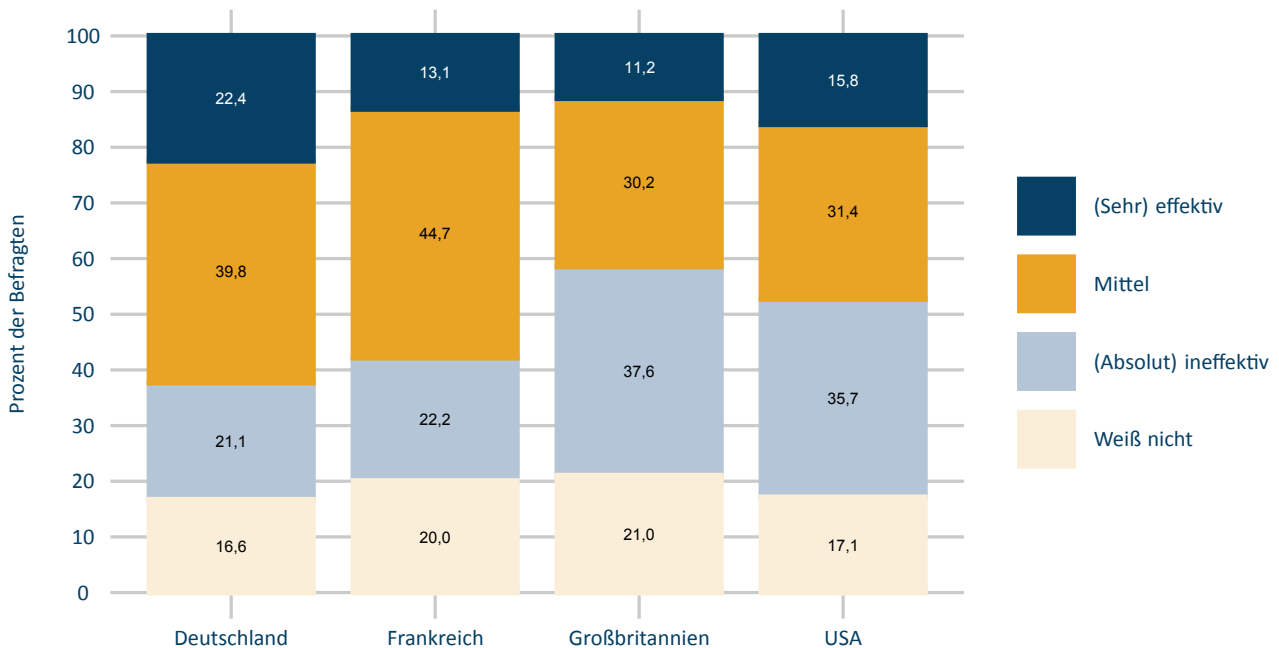
Abbildung 12 Die Wirksamkeit der EZ aus Sicht der Bevölkerung Deutschlands



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT (bis 7/2018) und der DEL-Panel- und -Tracker-Erhebungen (ab 9/2019). Die Frage lautete: „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.“ Für die Abbildungen wurden die Kategorien 0 bis 3 zu „(absolut) ineffektiv“, die Kategorien 4 bis 6 zu „mittel“ und die Kategorien 7 bis 10 zu „(sehr) effektiv“ zusammengefasst.

Insgesamt deuten die Daten darauf hin, dass auch im der EZ gegenüber positiv eingestellten politischen Spektrum Vorbehalte hinsichtlich der EZ-Wirksamkeit zu finden sind. In der Gesamtschau legen die Ergebnisse nahe, dass EZ-Wirksamkeit weiterhin ein Thema für die Politikvermittlung und Bildungsarbeit darstellen sollte.

Im Ländervergleich (Abbildung 13) zeigt sich, dass die Bevölkerung Deutschlands die Wirksamkeit der staatlichen EZ positiver beurteilt als die Bürger*innen Frankreichs, Großbritanniens und der USA. Mit rund 22 Prozent stufen etwas mehr Bürger*innen Deutschlands die EZ ihrer eigenen Regierung als *(sehr) effektiv* ein, als dies in Frankreich und in Großbritannien der Fall ist. Auch im Vergleich zu den USA findet sich ein Unterschied in der Kategorie *(sehr) effektiv*, der jedoch etwas geringer ausfällt. Hinsichtlich der Kategorie *mittel* liegt die Bevölkerung Deutschlands mit knapp 40 Prozent etwas unter dem Anteil in Frankreich und weist höhere Anteilswerte im Vergleich zu Großbritannien und den USA auf. Mit rund 38 Prozent beziehungsweise 36 Prozent in der Kategorie *(absolut) ineffektiv* sind die Bürger*innen in Großbritannien und den USA verglichen mit Deutschland und Frankreich am skeptischsten, was die Wirksamkeit der EZ ihrer Regierungen angeht.

Abbildung 13 Einschätzung der EZ-Wirksamkeit im Ländervergleich

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Tracker-Welle 5 (01/2022), D: N = 1.015. F: N = 1.055. GB: N = 1.650. USA: N = 1.240. Die Frage lautete: „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.“ Für die Abbildungen wurden die Kategorien 0 bis 3 zu „(absolut) ineffektiv“, die Kategorien 4 bis 6 zu „mittel“ und die Kategorien 7 bis 10 zu „(sehr) effektiv“ zusammengefasst.

Wenngleich die Bevölkerung Deutschlands die Wirksamkeit der EZ positiver einstuft als die Bevölkerung in anderen Ländern, darf nicht unberücksichtigt bleiben, dass die Wirksamkeitsdebatte die öffentliche Meinung (positiv und negativ) beeinflussen kann (zum Effekt von Informationen über die Wirksamkeit von EZ-Projekten siehe z. B. Schneider et al., 2021, Kapitel 4). Die zugespitzten medialen Debatten in Großbritannien um wirkungslose EZ-Maßnahmen und um Korruption im globalen Süden in den letzten Jahren sind ein anschauliches Beispiel dafür, wie Akteure versuchen, entwicklungspolitische Maßnahmen zu attackieren (z. B. Anders, 2018).

2.7.2 Korruption wird weiterhin als Herausforderung für die EZ wahrgenommen

Eng mit der Wirksamkeitseinschätzung verknüpft ist das Thema „Korruption in den Partnerländern“ – kann durch missbräuchlichen Einsatz von EZ-Mitteln doch die Wirksamkeit der EZ beeinträchtigt werden. Im September 2021 stimmte mehr als die Hälfte der Befragten der Aussage zu, dass ein großer Anteil der EZ-Mittel durch Korruption verloren geht, während lediglich 10 Prozent dieser These nicht zustimmten (siehe Abbildung 51 im Anhang). Knapp ein Viertel war sich hingegen unschlüssig, und rund 13 Prozent wichen auf die „Weiß nicht“-Kategorie aus. Über die drei DEL-Panelwellen hinweg erweist sich dieses Muster als stabil (Balken rechts der gestrichelten Linie in Abbildung 52). Im Vergleich zu den Erhebungen des Vorgängerprojekts AAT findet sich jedoch eine systematische Verschiebung in den Daten. Die AAT-Umfragen weisen eine um bis zu 15 Prozentpunkte höhere Zustimmung zur vorgelegten Aussage auf. Hier ist abermals auf die Anpassung des Fragebogens beim Übergang zum DEL hinzuweisen (siehe Kasten 3).²⁵

²⁵ Da die Frage sowohl im AAT als auch im DEL in einer identischen Zusammenstellung mehrerer Fragen (auch Fragebatterie genannt) zu Kosten und Nutzen der EZ gestellt wurde, dürften die Abweichungen auf die generellen Unterschiede im Fragebogen und gegebenenfalls eine positivere Einschätzung durch die Bevölkerung zurückzuführen sein.

Davon unabhängig kann festgehalten werden, dass die Bevölkerung weiterhin mehrheitlich davon ausgeht, dass Korruption ein beträchtliches Problem in den Ländern des globalen Südens darstellt.

2.8 Zusammenfassung: Entwicklungspolitische Akteure agieren in Deutschland in einem mehrheitlich wohlwollenden Umfeld

Die Analysen in den vorausgehenden Abschnitten zeigen, dass die Bürger*innen in der Gesamtschau der Entwicklungspolitik gegenüber positiv eingestellt sind. Sie erachten Unterstützung für Länder des globalen Südens als wichtig und stimmen auch den aktuellen Ausgaben für EZ zu; ein Teil der Bevölkerung befürwortet auch eine Erhöhung der Mittel. Ein substanzieller Anteil der Bevölkerung empfindet eine moralische Verpflichtung, diese Länder zu unterstützen. Insgesamt deuten die Daten darauf hin, dass staatliche und zivilgesellschaftliche entwicklungspolitische Akteure in einem Umfeld agieren, das ihrem Politikfeld wohlwollend gegenübersteht. Auch die Corona-Pandemie hatte – zumindest bei einer aggregierten Betrachtung – bislang keinen negativen Einfluss auf die öffentliche Meinung (siehe auch Eger et al., 2022; Schneider et al., 2020, 2021a, 2021b).²⁶

Zugleich zeigen die aktuellen Daten, dass auch weiterhin nennenswerte Teile der Bevölkerung Deutschlands skeptisch hinsichtlich der Wirksamkeit von EZ-Maßnahmen sind. Auch Korruption in den Partnerländern wird nach wie vor als Herausforderung angesehen. Hinzu kommt, dass die Bevölkerung mehrheitlich das Gefühl hat, nichts an der Lage im globalen Süden ändern zu können – dies kann als Ohnmachtsgefühl angesichts massiver globaler Herausforderungen interpretiert werden.

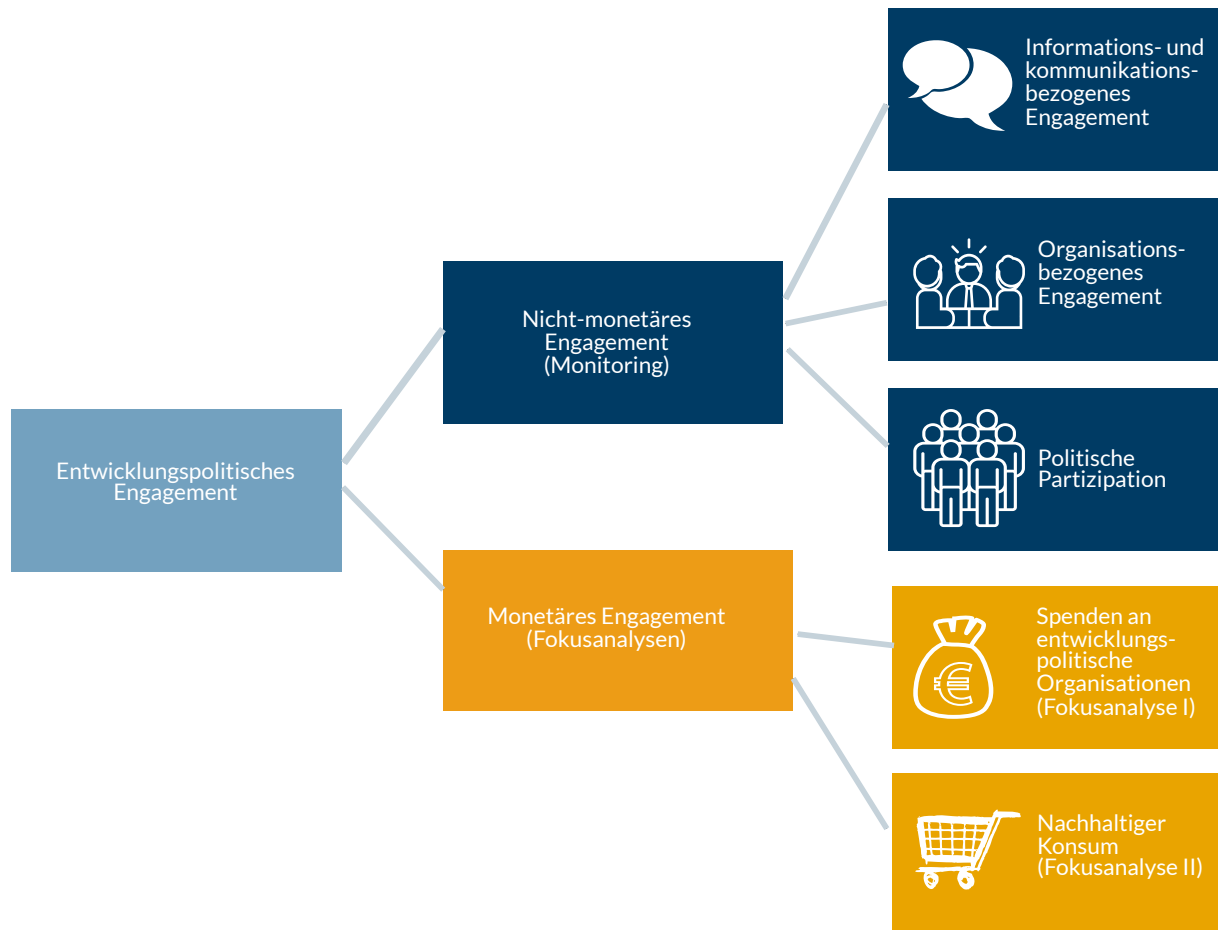
Dabei darf nicht übersehen werden, dass innerhalb der Bevölkerung deutliche Unterschiede entlang der politischen Orientierung auf der Links-Rechts-Skala feststellbar sind. Dies betrifft die generelle Unterstützung für EZ, die Zustimmung zu den aktuellen Ausgaben für diesen Bereich, die Befürwortung unterschiedlicher Motive für EZ, aber auch den Einfluss auf die Lage in den Ländern des globalen Südens. Obgleich das Meinungsbild über die Zeit relativ stabil ist und Entwicklungspolitik in Deutschland in der Regel nicht zu den in der breiten Öffentlichkeit kontrovers diskutierten politischen Themen zählt, sollten solche Unterschiede vor dem Hintergrund von Vorbehalten bezüglich der EZ-Wirksamkeit und Korruption nicht unterschätzt werden.

²⁶ Während die Anteilwerte im Zeitverlauf stabil sind, können sich auf der individuellen Ebene durch pandemiebedingte Einflüsse (z. B. Verschlechterung der eigenen wirtschaftlichen Lage) Veränderungen ergeben.

3. ENGAGEMENT DER BÜRGER*INNEN IN DER ENTWICKLUNGSPOLITIK

Durch entwicklungspolitisches Engagement können die Bürger*innen einen Beitrag zu einer global gerechten und nachhaltigen Welt leisten. Viele NGOs sind dabei auf Engagement der Bevölkerung angewiesen. Entwicklungspolitische Akteure sind daher nicht nur bestrebt, der Bevölkerung Informationen über ihre eigene Arbeit zu vermitteln, sondern auch, die Bürger*innen selbst zu entwicklungspolitischem Engagement zu motivieren. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Agenda 2030 und ihren 17 Zielen, sieht diese doch auch die Bevölkerung in der Verantwortung, zu globaler nachhaltiger Entwicklung beizutragen (Vereinte Nationen, 2015).

Abbildung 14 Überblick über die verschiedenen Formen des untersuchten Engagements



Quelle: DEval, eigene Darstellung.

Das entwicklungspolitische Engagement der Bürger*innen kann dabei vielfältige Formen annehmen (siehe z. B. Hudson et al., 2020), die sich, wie Abbildung 14 zeigt, in „nicht-monetäres“ und „monetäres“ Engagement einteilen lassen. Nicht-monetäres Engagement ist im Kern nicht finanzieller Natur, obgleich zum Beispiel beim organisationsbezogenen Engagement Mitgliedsbeiträge anfallen können. In den Bereich des nicht-monetären Engagements fallen:

1. **Informations- und kommunikationsbezogene Aktivitäten**, die zum Ziel haben, über Entwicklungspolitik zu informieren und Mitmenschen oder staatliche, wirtschaftliche und zivilgesellschaftliche Entscheidungstragende auf die Lage in den Ländern des globalen Südens oder auf andere entwicklungspolitisch relevante Themen aufmerksam zu machen. Dies kann etwa durch Nachrichtenkonsum und Gespräche im sozialen Umfeld geschehen oder indem Informationen in sozialen Medien geteilt werden. Informationsbezogenes Engagement entspricht zwar nicht gängigen Definitionen entwicklungspolitischen Engagements (siehe Kasten 6) und hat offensichtlich keine direkten Auswirkungen auf andere Personen, kann jedoch als grundlegendes Interesse am Thema und Voraussetzung für weiterführendes Engagement gesehen werden.

2. **Organisationsbezogenes Engagement** wie zum Beispiel die Mitgliedschaft in entwicklungspolitischen NGOs, die Übernahme von Ehrenämtern in Organisationen oder Freiwilligendienste im In- und Ausland (siehe z. B. das „weltwärts-Programm; Polak et al., 2017). Viele entwicklungspolitische NGOs sind auf das Engagement der Bürger*innen angewiesen, um ihre Arbeit im In- und Ausland zu bewältigen.
3. **Politische Partizipation** (siehe z. B. van Deth, 2014), die darauf abzielt, entwicklungspolitisch Entscheidungstragende zu beeinflussen, etwa durch die Teilnahme an Demonstrationen, das Zeichnen von Petitionen oder das Kontaktieren von politisch Entscheidungstragenden on- und offline.

Monetäre Formen des Engagements sind mit finanziellem Aufwand verbunden. Zu ihnen zählen:

4. **Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen**, um diese dabei zu unterstützen, entwicklungspolitische Maßnahmen in den Partnerländern durchzuführen sowie Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit im Inland zu betreiben.
5. **Nachhaltiger Konsum**, um bewusst oder unbewusst auf die Lage im globalen Süden Einfluss zu nehmen – etwa indem die konsumierten Waren und Dienstleistungen möglichst keine oder nur geringe negative ökologische, soziale und ökonomische Auswirkungen haben (Seyfang, 2009) oder indem durch Konsum gezielt versucht wird, die Lage in diesen Ländern zu verbessern (z. B. durch Fair-Trade-Produkte). Zu beachten ist dabei, dass nachhaltiger Konsum nicht nur Kaufentscheidungen, sondern auch Kaufverzicht, die Entsorgung ausrangierter Produkte sowie konsumpolitisches Engagement umfasst. Für einen Teil dieser Handlungsbereiche sind keine finanziellen Ressourcen notwendig.

Kasten 6 Definiton: Bürgerschaftliches Engagement in der Entwicklungspolitik

„Jedes Engagement, also auch das entwicklungspolitische, zeichnet sich durch Freiwilligkeit, Gemeinwohlorientierung und fehlende Gewinnabsicht aus; es findet im öffentlichen Raum statt. Entwicklungspolitisches (bürgerschaftliches) Engagement ist individuelles oder gemeinsames Handeln, das sich am Leitbild der global nachhaltigen Entwicklung, Verantwortung in der globalisierten Welt und den allgemeinen Menschenrechten orientiert. Es setzt sich für die Verbesserung der Situation von Menschen in Entwicklungsländern sowie für die ebenfalls erforderlichen Veränderungen in Industrieländern ein“ (BMZ, 2015, S. 6).²⁷

Diese Definition dient als Orientierung für die in der Studie geplanten Analysen, in denen es im Wesentlichen um individuelles oder gemeinsames Handeln der Bürger*innen geht, das auf eine Verbesserung der Situation von Menschen in Ländern des globalen Südens sowie auf die ebenfalls erforderlichen Veränderungen in Industrieländern abzielt.

Sowohl Spenden als auch nachhaltiger Konsum entsprechen nur teilweise der in Kasten 6 präsentierten gängigen Definition von entwicklungspolitischem Engagement (siehe auch Simonson et al., 2022a, S. 14). Spenden beispielsweise sind private, finanzielle Handlungen. Ähnliches gilt für Kaufscheiden im Bereich des nachhaltigen Konsums. Dennoch sind beide Engagementformen Möglichkeiten für die Bürger*innen, dazu beizutragen, die Lage in den Ländern des globalen Südens zu verbessern und sich für entwicklungspolitische und nachhaltigkeitsbezogene Veränderungen einzusetzen (siehe Abschnitte 3.2 und 3.3).

Insbesondere für kleinere Organisationen erweist es sich als schwierig, Menschen zur Mitarbeit zu bewegen. Dafür werden sowohl zu kleine Netzwerke und fehlende Professionalisierung als auch eine Entkoppelung zwischen Engagierten und Zielgruppen der Organisationen verantwortlich gemacht (Krimmer, 2013b). Im Gegensatz zum Engagement beispielsweise in Sportvereinen richtet sich das freiwillige Engagement in der Entwicklungspolitik an Menschen im globalen Süden. Das Ergebnis des eigenen Handelns ist in diesem Fall

²⁷ Die Definition wurde gemeinsam von BMZ, Engagement Global, dem Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe deutscher Nichtregierungsorganisationen (VENRO) und der Arbeitsgemeinschaft der Eine-Welt-Landesnetzwerke erarbeitet (siehe BMZ, 2015, S. 6). Sie korrespondiert weitestgehend mit der generellen Definition von freiwilligem Engagement, die im Freiwilligensurvey genutzt wird (Simonson et al., 2022a, S. 14).

oftmals nicht direkt beobachtbar. Hinzu kommen die zunehmende Individualisierung und Digitalisierung, die es Organisationen erschweren, Personen ehrenamtlich oder anderweitig an sich zu binden, da auch beim Engagement Flexibilität und Unabhängigkeit gewünscht wird (Simonson et al., 2022a, S. 17–19). Gleichzeitig bietet diese Entwicklung die Chance, über neue, flexiblere und direkte Engagementangebote nachzudenken. Darüber hinaus konkurriert die Entwicklungspolitik mit zahlreichen anderen Themenfeldern, die ein Engagement ermöglichen, etwa Sport und Freizeit, während die Kapazitäten der Bürger*innen für Engagement und Spenden begrenzt sind.

Um das Engagement in der Bevölkerung zu fördern, stellen sich vor diesem Hintergrund zwei übergeordnete Fragen, die in den folgenden Abschnitten behandelt werden – jedoch mit unterschiedlicher Gewichtung und in Abhängigkeit von der jeweils betrachteten Engagementform mit spezifischen Ergänzungen:

1. Wie häufig werden verschiedene Engagementformen genutzt, und wie variiert die Nutzung im Zeitverlauf?
2. Welche Faktoren beeinflussen das Engagement, und wie können günstige Rahmenbedingungen für Engagement geschaffen werden?

Entwicklungspolitisches Engagement wird in den verfügbaren Studien zum bürgerschaftlichen Engagement nicht gesondert behandelt.²⁸ Somit fehlt ein aktueller, differenzierter Überblick, wie sich die Bürger*innen in diesem Handlungsfeld engagieren und mit welchen Merkmalen dies in Zusammenhang steht.

In Abschnitt 3.1 wird daher zunächst an die Engagement-Zeitreihen im DEval-Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 5) angeknüpft und anhand der Daten des DEL ein allgemeiner Überblick über nicht-monetäres entwicklungspolitisches Engagement geboten.

Anschließend wird in vertiefenden Analysen zunächst in Abschnitt 3.2 das Spendenverhalten und danach in Abschnitt 3.3 das Themenfeld nachhaltiger Konsum beleuchtet. Ziel ist es, beide Engagementbereiche nicht nur deskriptiv dazustellen, sondern zu verstehen, welche Faktoren Engagement in diesen Bereichen bedingen oder verhindern. Dadurch sollen Ansatzpunkte aufgedeckt werden, um die Nutzung dieser beiden Engagementformen zu steigern.

An die separate Betrachtung verschiedener Engagementformen schließt in einem Gastbeitrag von Jennifer Hudson, David Hudson und Paolo Morini (alle DEL) in Abschnitt 3.4 die Frage an, wie verschiedene Formen von Engagement zusammenhängen und wie sich verschiedene Engagementmuster im Zeitverlauf entwickeln. Folgt das Engagement der Bürger*innen sogenannten *engagement journeys*, in denen die Bürger*innen zunächst einfache niedrigschwellige Engagementformen nutzen und im Laufe der Zeit zu umfangreicheren und aufwändigeren Formen übergehen?

²⁸ Die Erfassung einer Quote des freiwilligen Engagements im Bereich Entwicklungspolitik stellt eine Herausforderung dar. Im Freiwilligensurvey, der seit 1999 im fünfjährigen Abstand mittels repräsentativen Querschnittsbefragungen das freiwillige Engagement der Bevölkerung Deutschlands untersucht, wird beispielsweise nicht direkt nach entwicklungspolitischem Engagement gefragt (Krimmer, 2013a). Stattdessen wird entwicklungspolitisches Engagement aus offenen Angaben zur Organisation bzw. zum Tätigkeitsfeld (informelle Gruppierungen mit eingeschlossen) und dem geografischen Bezug des Engagements (konkret: Länder der OECD-DAC-Länderliste, also Länder, die EZ-Mittel erhalten) ermittelt. Für den Freiwilligensurvey 2009 ergeben sich daraus 107 entwicklungspolitisch Engagierte im weiteren Sinne bei einer Stichprobe von rund 20.000 Befragten, wobei aufgrund des Fragebogendesigns nicht ausgeschlossen werden kann, dass nicht alle entwicklungspolitisch Engagierten erfasst wurden. In der Publikation zur jüngsten Erhebung des Freiwilligensurveys aus dem Jahr 2019 wird entwicklungspolitisches Engagement nicht thematisiert (Simonson et al., 2022c); lediglich Spenden für Entwicklungshilfe werden kurz genannt (Kausmann und Karnick, 2022). Eine Aktualisierung der Studie von Krimmer (2013a) anhand der Daten des Freiwilligensurveys ist bislang nicht verfügbar. Die Daten liegen jedoch vor und können für eine Wiederholung dieser Studie genutzt werden.

3.1 Nicht-monetäres Engagement

Kasten 7 Zentrale Ergebnisse: Nicht-monetäres Engagement

- Die DEL-Daten vom Januar 2022 zeigen: Die Bürger*innen konsumieren häufig Nachrichten zum Thema weltweite Armut und Entwicklung (62 % der Befragten) und diskutieren häufig in ihrem Umfeld darüber (49 %). 14 Prozent haben in den vergangenen 12 Monaten Informationen zum Thema geteilt.
- 6 Prozent haben ein Ehrenamt bei entwicklungspolitische Organisationen oder für diese ausgeübt.
- 20 Prozent haben ihre Meinung zum Thema weltweite Armut und Entwicklung geäußert (z. B. in Form einer Petition), jeweils 9 Prozent haben politische Entscheidungstragende kontaktiert oder an einer Demonstration teilgenommen.
- Die Nutzung der Engagementformen ist im Zeitverlauf der DEL-Erhebungen weitgehend stabil.
- Ältere Befragte informieren sich häufiger über weltweite Armut und Entwicklung und diskutieren öfter zu diesem Thema. Jüngere sind hingegen häufiger in und für Organisationen aktiv (September 2021).
- Im linken Spektrum wird sich häufiger über das Thema weltweite Armut und Entwicklung informiert beziehungsweise darüber ausgetauscht. Das Engagement in und für Organisationen sowie politische Partizipationsformen werden häufiger an den Rändern des politischen Spektrums genutzt (September 2021).
- Teile der Bevölkerung setzen sich auch gegen entwicklungspolitische Maßnahmen ein; unklar bleibt jedoch, ob dies gezielt gegen solche Maßnahmen gerichtet ist oder lediglich auf deren gegenwärtige Ausgestaltung abzielt.

Im Folgenden steht nicht-monetäres Engagement in den Bereichen „informations- und kommunikationsbezogene Aktivitäten“, „organisationsbezogenes Engagement“ und „politische Partizipation“ im Zentrum des Interesses. Analog zum Vorgehen in Kapitel 2 wird die anteilige Nutzung der verschiedenen Engagementformen längsschnittlich dargestellt. Daran schließt wieder eine Aufschlüsselung entlang von Altersgruppen und politischer Orientierung (Links-rechts-Selbstverortung) an, um wesentliche Unterschiede in der Nutzung nicht-monetärer Engagementformen in der Bevölkerung aufzudecken.²⁹

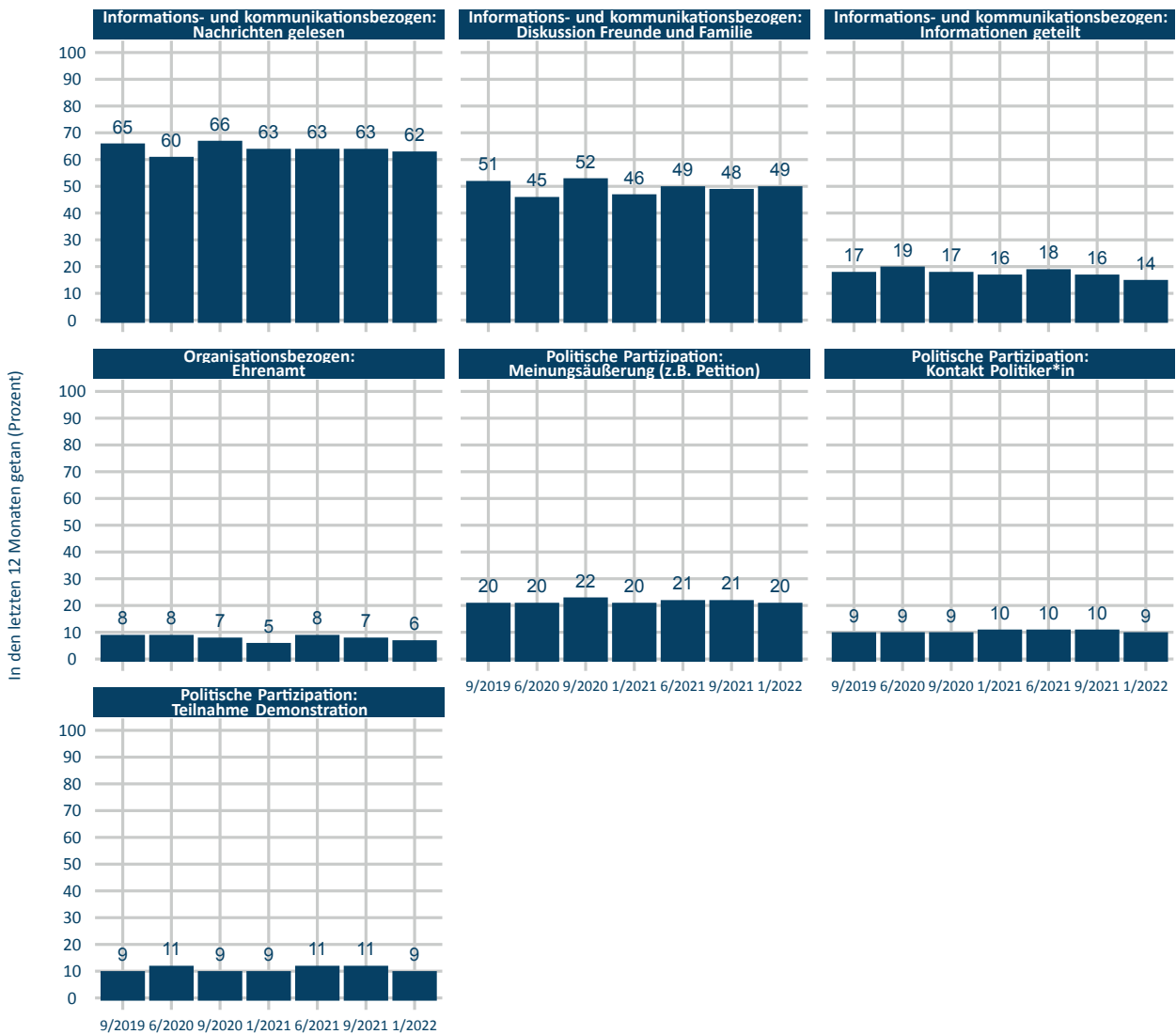
Als Datenbasis dienen wiederum die Tracker- (N ≈ 1.000; Erhebung im Januar und Juni) und Panel-Erhebungen (N ≈ 6.000; Erhebung im September) des DEL seit September 2019 (siehe Kasten 3). Für die Aufschlüsselungen wird das DEL-Panel vom September 2021 genutzt, da in den Tracker-Befragungen nicht nach der politischen Orientierung gefragt wird.

Abbildung 15 zeigt, dass besonders informations- und kommunikationsbezogenes Engagement stark verbreitet ist. Im Januar 2022 gaben 62 Prozent der Befragten an, Nachrichten über Armut und Entwicklung gehört oder gelesen zu haben, 49 Prozent haben im Freundeskreis oder in der Familie über diese Themen diskutiert, und 14 Prozent haben Informationen zu diesen Themen geteilt, zum Beispiel in den sozialen Medien. Über die Erhebungen hinweg fallen die Anteilswerte relativ ähnlich aus. Lediglich für das Teilen von Informationen lässt sich über die letzten drei Erhebungen ein leichter Abwärtstrend um vier Prozentpunkte von 18 auf 14 Prozent erkennen.

²⁹ Wie schon in Kapitel 2 finden sich die vollständigen Kreuztabellen in Abschnitt 2.1.2 im Online-Anhang des Berichts. Im Text werden aus Platzgründen nur auffällige Unterschiede diskutiert. Zusätzlich wurden auch hier geschlechtsspezifische Unterschiede untersucht. Diese waren in der Regel gering. Die Analysen werden daher im Text nicht diskutiert, sind aber ebenfalls im Online-Anhang dokumentiert.

Ob dies auf das dominierende Thema Corona-Pandemie zurückzuführen ist oder andere situative Einflüsse beziehungsweise Stichprobenschwankungen zum Tragen kommen, kann an dieser Stelle nicht geklärt werden. Insgesamt deuten die Daten nicht darauf hin, dass die Aktivität in diesem Engagementbereich während der Pandemie nachgelassen hat.³⁰

Abbildung 15 Nutzung verschiedener nicht-monetärer Engagementformen im Zeitverlauf



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panel- und -Tracker-Erhebungen ab September 2019. In der ersten Tracker-Welle im Januar 2020 wurde das Engagement nicht abgefragt. Der exakte Fragewortlaut findet sich aus Platzgründen in Tabelle 33 im Online-Anhang. Mehrfachantworten waren möglich. Weitere Informationen zu den DEL-Erhebungen finden sich in Kasten 3 sowie in Abschnitt 1.3 im Online-Anhang.

³⁰ Die Anteilswerte bewegen sich darüber hinaus auf einem ähnlichen Niveau wie in den im Meinungsmonitor 2018 analysierten Daten des DEL-Vorgängerprojekts AAT (Schneider und Gleser, 2018, S. 39–42). Generell können die Anteile im Bereich Informationsaufnahme und -verbreitung als stabil betrachtet werden – nennenswerte Auf- oder Abwärtstrends finden sich nicht. Es muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die Zeitreihen aus dem AAT, die im Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 präsentiert wurden, nicht nahtlos fortgeschrieben werden können. Zum einen wurde die Anzahl der abgefragten Engagementformen deutlich reduziert, zum anderen wurde der Fragewortlaut angepasst. Daher wird auf eine gemeinsame Darstellung der AAT- und DEL-Daten verzichtet.

Hinsichtlich des Alters deuten die Daten (Datenbasis DEL-Panel September 2021) darauf hin, dass sich Ältere stärker für das Thema interessieren. Die älteste Befragtengruppe (*60 Jahre und älter*) hat anteilig häufiger Nachrichten zum Thema weltweite Armut und Entwicklung bezogen – 76 Prozent gegenüber 51 bis 60 Prozent in den jüngeren Gruppen. Außerdem hat die älteste Gruppe mit 54 Prozent der Befragten häufiger im sozialen Umfeld darüber diskutiert, als dies mit jeweils rund 45 Prozent in den drei jüngeren Gruppen der Fall war.³¹

Informationen wie Nachrichtenbeiträge oder Beiträge in sozialen Medien zu weltweiter Armut und Entwicklung werden jedoch anteilig häufiger in der jüngsten Gruppe (*18 bis 29 Jahre*) geteilt. Unter den *18- bis 29-Jährigen* geben 25 Prozent an, Informationen geteilt zu haben. Dieser Anteil fällt bei den *30- bis 39-Jährigen* (21 %), *40- bis 59-Jährigen* (15 %) und den Befragten, die *60 Jahre oder älterer* (12 %) sind, geringer aus. Dies hängt vor allem mit der Nutzungsstruktur des Internets und insbesondere der sozialen Medien zusammen – Jüngere nutzen diese Medien häufiger (Schneider et al. 2019, Kapitel 2).

Auch in den politischen Lagern findet sich unterschiedliches Interesse am Thema weltweite Armut und Entwicklung. Jeweils rund drei Viertel in den Gruppen *links* und *Mitte-links* geben an, Nachrichten zum Thema weltweite Armut und Entwicklung wahrgenommen zu haben. In den Gruppen *Mitte*, *Mitte-rechts* und *rechts* sind dies deutlich weniger (58 bis 63 %). Ein ähnliches Muster findet sich für Diskussionen über das Thema: diese werden von rund 63 % in der Gruppe *links*, 57 % in der Gruppe *Mitte-links* und jeweils rund 45 % in den drei übrigen Gruppen geführt. Besonders interessant fällt das Verhalten beim Teilen von Informationen aus. Im Vergleich zur Gruppe *Mitte* (12 %) leiten Personen, die sich *links* (25 %), *Mitte-Links* (21 %), *Mitte-rechts* (17 %) oder *rechts* (22 %) einordnen, häufiger Nachrichtenbeiträge und Social-Media-Posts weiter.

Werden die Befunde zum Zusammenhang zwischen politischer Orientierung und der Unterstützung von entwicklungspolitischen Maßnahmen bedacht (z. B. Bodenstein und Faust, 2017; Milner und Tingley, 2013; Schneider und Gleser, 2018), deutet dies darauf hin, dass einerseits Personen mit eher positiver Einstellung zu Entwicklungspolitik (Gruppen *links* und *Mitte-links*) sich eher über Entwicklungspolitik informieren und sich in ihrem Umfeld mit diesem Thema auseinandersetzen, andererseits Personen mit eher positiver oder negativer Haltung zur EZ versuchen, ihr Umfeld zu informieren oder gar zu beeinflussen. Zu beachten ist jedoch, dass die Gruppen *links* mit rund 9 Prozent und *rechts* mit 8 Prozent nur einen kleinen Teil der Bevölkerung ausmachen. Gleichwohl sollte nicht unterschätzt werden, dass auch kleine Gruppen größere öffentliche Aufmerksamkeit für entwicklungspolitische Themen erzeugen können. Als Beispiele seien an dieser Stelle Tweets erwähnt, die EZ-Maßnahmen durch Zuspitzungen kritisieren und zum Teil hohe Reichweiten erzielen (Schneider et al., 2019, S. 28–29).

Hinsichtlich des organisationsbezogenen Engagements zeigen die längsschnittlichen Daten in Abbildung 15 für den Januar 2022, dass sich in den zwölf Monaten zuvor 6 Prozent der Befragten ehrenamtlich engagiert haben. Im Vergleich zu den vorherigen Wellen sind die Anteilswerte nahezu unverändert; ein Absinken des Engagements im Zuge der Corona-Pandemie kann nicht beobachtet werden.³²

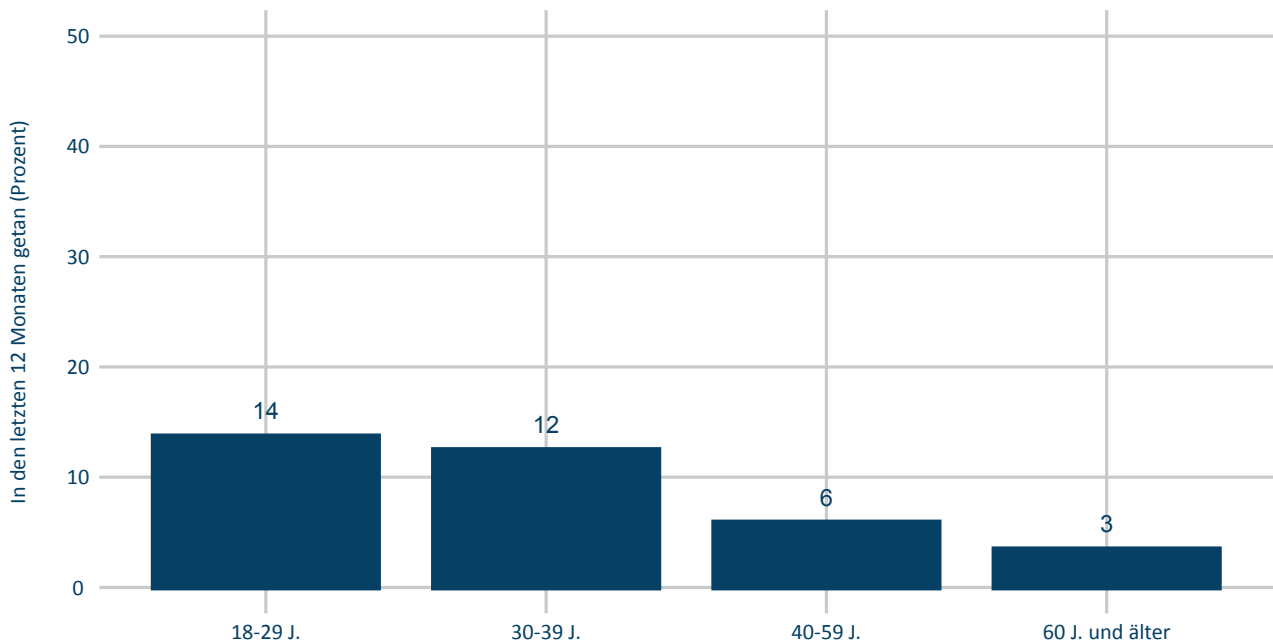
Um diese Zahlen einzuordnen, eignet sich der Freiwilligensurvey 2021. In dieser Befragung geben rund 40 Prozent der Befragten an, sich in irgendeiner Form freiwillig zu engagieren (Simonson et al., 2022, S. 53). Die am häufigsten genannten Engagementbereiche bezogen auf die Gesamtbevölkerung sind

³¹ Auch in diesem Abschnitt werden im Text nur substanzial relevante Unterschiede entlang von Alter, Geschlecht und politischer Orientierung diskutiert. Die vollständigen Kreuztabellen finden sich im Online-Anhang (Tabellen 34 bis 54). Für die Aufschlüsselungen wird erneut auf die DEL-Panel-Erhebung aus dem September 2021 zurückgegriffen, da nur in dieser die politische Orientierung (Links-rechts-Skala) verfügbar ist. Personen, die die Frage nach der politischen Orientierung auf der Links-rechts-Skala nicht beantwortet haben, wurden nicht in die Berechnung der Anteile einbezogen.

³² Auch hier liegen die Anteilswerte auf einem ähnlichen Niveau wie in den AAT-Erhebungen (Schneider und Gleser, 2018, S. 39–42). Zu beachten ist jedoch, dass im DEL-Panel nicht mehr separat nach Engagement im In- und Ausland gefragt wird. Daher können die Zeitreihen des AAT nicht nahtlos fortgeschrieben werden.

„Sport und Bewegung“ (13,5 %), „Kultur und Musik“ (8,6 %), der „soziale Bereich“ (8,3 %) und „Schule und Kindergarten“ (8,2 %; Kausmann und Hagen, 2022). Auf den Bereich „Entwicklungspolitik“ wird im Freiwilligensurvey jedoch, wie bereits erwähnt, nicht eingegangen. Die DEL-Daten weisen mit 6 Prozent einen Anteilswert für ehrenamtliches Engagement in der Entwicklungspolitik aus, der in etwa auf dem Niveau des Bereichs „Freizeit und Geselligkeit“ (6,1 %) liegt. Zu bedenken ist dabei jedoch, dass im Freiwilligensurvey das Engagement durch Folgefragen weiter eingegrenzt wird, während dies in den DEL-Befragungen nicht der Fall ist. Dadurch ist es denkbar, dass im DEL beispielsweise auch einmalige Aktivitäten angegeben werden.

Abbildung 16 Organisationsbezogenes Engagement nach Altersgruppen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panel-Erhebung im September 2021 (N = 6.000). Die Frage lautete: „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“. Die Antwortoptionen lauteten: 1 = „Habe ich getan“; 2 = „Habe ich nicht getan“; 3 = „Ich weiß nicht“. Dargestellt ist der Anteil der Option „Habe ich getan“ in der jeweiligen Altersgruppe.

Besonders junge Menschen engagieren sich häufiger ehrenamtlich in Organisationen. Abbildung 16 zeigt, dass die beiden jüngeren Altersgruppen *18 bis 29 Jahre* und *30 bis 39 Jahre* mit rund 14 Prozent beziehungsweise 13 Prozent häufiger ehrenamtliche Arbeit angeben als die Gesamtbevölkerung (6 %; siehe Abbildung 15). In den beiden älteren Gruppen fällt der Anteilswert deutlich niedriger aus.

Insgesamt stellt dies ein Indiz dafür dar, dass Engagement für Entwicklungspolitik und globale Armutsbekämpfung insbesondere für Jüngere infrage kommt. Freiwilligendienste wie „weltwärts“ stellen vor diesem Hintergrund passende Angebote für junge Menschen dar. Es bleibt zu prüfen, ob sich zukünftig der Trend zu höherem freiwilligen Engagement in den älteren Jahrgängen aufgrund von durchschnittlich besserer Gesundheit, höherer Lebenserwartung und höheren Bildungsabschlüssen (Simonson et al., 2022a, S. 18) auch für das entwicklungspolitische Engagement zeigt.

Hinsichtlich der politischen Orientierung weisen die Daten ein interessantes Muster auf: Unter Personen, die sich weiter rechts im politischen Spektrum verorten, geben 15 Prozent (*rechts*) beziehungsweise 10 Prozent (*Mitte-rechts*) an, sich in irgendeiner Form ehrenamtlich zum Thema weltweite Armut und Entwicklung engagiert zu haben. In der Gruppe *links* sind dies 9 Prozent und in den beiden übrigen Gruppen *Mitte-links* und *Mitte* jeweils rund 6 Prozent. Dieses leicht U-förmige Muster ist aus der Forschung zu freiwilligem Engagement bekannt (Arvanitidis, 2017, S. 258).

Ob sich dieses Engagement für oder gegen entwicklungspolitische Maßnahmen richtet, kann anhand der vorliegenden Daten nicht direkt geklärt werden. Ein möglicher Erklärungsansatz ist, dass sich Personen mit konservativen politischen Einstellungen (Gruppe *Mitte-rechts*) – obgleich sie staatliche EZ weniger unterstützen (siehe Kapitel 2) – entwicklungspolitisch beziehungsweise im Kampf gegen weltweite Armut engagieren, weil sie dies eher als private denn als staatliche Aufgabe betrachten (für eine ähnliche Argumentation in Bezug auf Spendenverhalten siehe Brooks, 2007). Auch könnten unterschiedliche moralische Überzeugungen ausschlaggebend sein – Fairness und Fürsorge für Schwächere als moralische Überzeugungen im linken Spektrum und Schutz des Lebens als Überzeugung im konservativen Spektrum (Schneider et al., 2019, Kapitel 5). Solche Überzeugungen können auch durch Religiosität geprägt sein (z. B. Yi und Tsang, 2020). Zudem ist es denkbar, dass Personen aus dem äußeren rechten Spektrum (Gruppe *rechts*) auf Organisations-Ebene entweder gegen entwicklungspolitische Maßnahmen agieren oder sich für EZ zur Fluchtursachenbekämpfung einsetzen.³³

Im Bereich der politischen Partizipation – also der Einflussnahme auf (entwicklungs-)politisch Entscheidungstragende – werden vor allem Formen der politischen Meinungsäußerung wie Petitionen relativ häufig genutzt. In der DEL-Tracker-Erhebung im Januar 2022 geben 20 Prozent der Befragten an, dass sie in den letzten 12 Monaten ihre Meinung zum Thema weltweite Armut und Entwicklung auf diese Weise geäußert haben. Deutlich weniger Befragte haben Politiker*innen on- oder offline kontaktiert oder an einer Demonstration teilgenommen (jeweils 9 %). Über die Erhebungswellen hinweg zeigen die Anteilswerte kaum Schwankungen. Eine Veränderung im Zuge der Corona-Pandemie lässt sich nicht feststellen, obgleich Lockdown-Maßnahmen und Kontaktbeschränkungen politische Partizipation erschwert haben könnten.³⁴

Bei den politischen Partizipationsformen wurde darüber hinaus präziser danach gefragt, ob sich engagiert wurde, um Maßnahmen zur Bekämpfung weltweiter Armut zu unterstützen oder um solchen Maßnahmen entgegenzutreten. Das Verhältnis von „für“ und „gegen“ ist im Aggregat betrachtet jeweils etwa ausgeglichen. Insgesamt zeigt diese differenzierte Betrachtung, dass sich ein kleiner Teil der Bevölkerung mit seinem politischen Engagement bewusst gegen entwicklungspolitische Maßnahmen ausspricht. Bei den politischen Meinungsäußerungen sind es bezogen auf die Gesamtbevölkerung 8 Prozent, bei den Kontakten zu Politiker*innen 4 Prozent, bei Demonstrationen 6 Prozent. Offen bleibt dabei die Frage, ob das Engagement auf eine Beendigung solcher Maßnahmen abzielt oder lediglich auf eine andere Ausgestaltung.

Jüngere nutzen deutlich häufiger Meinungsäußerungen, kontaktieren öfter politisch Entscheidungstragende und nehmen häufiger an Demonstrationen teil. Mit steigendem Alter nimmt dieses Engagement ab. Dies trifft auf alle drei untersuchten Partizipationsformen zu. Unter den *18- bis 29-Jährigen* haben beispielsweise 38 Prozent ihre Meinung geäußert (22 % unterstützend, 16 % entgegnetretend), in der Gruppe *60 Jahre und älter* sind es ca. 14 Prozent (9 % unterstützend, 5 % entgegnetretend). Insbesondere bei den Meinungsäußerungen und dem Kontakt zu Politiker*innen könnte dies darauf zurückzuführen sein, dass Jüngere das Internet stärker nutzen (Statistisches Bundesamt, 2020). Dies kann dazu beitragen, dass diese Altersgruppen schneller auf entsprechende Themen und Aktionen aufmerksam werden, es kann aber auch das Partizipieren selbst erleichtern.

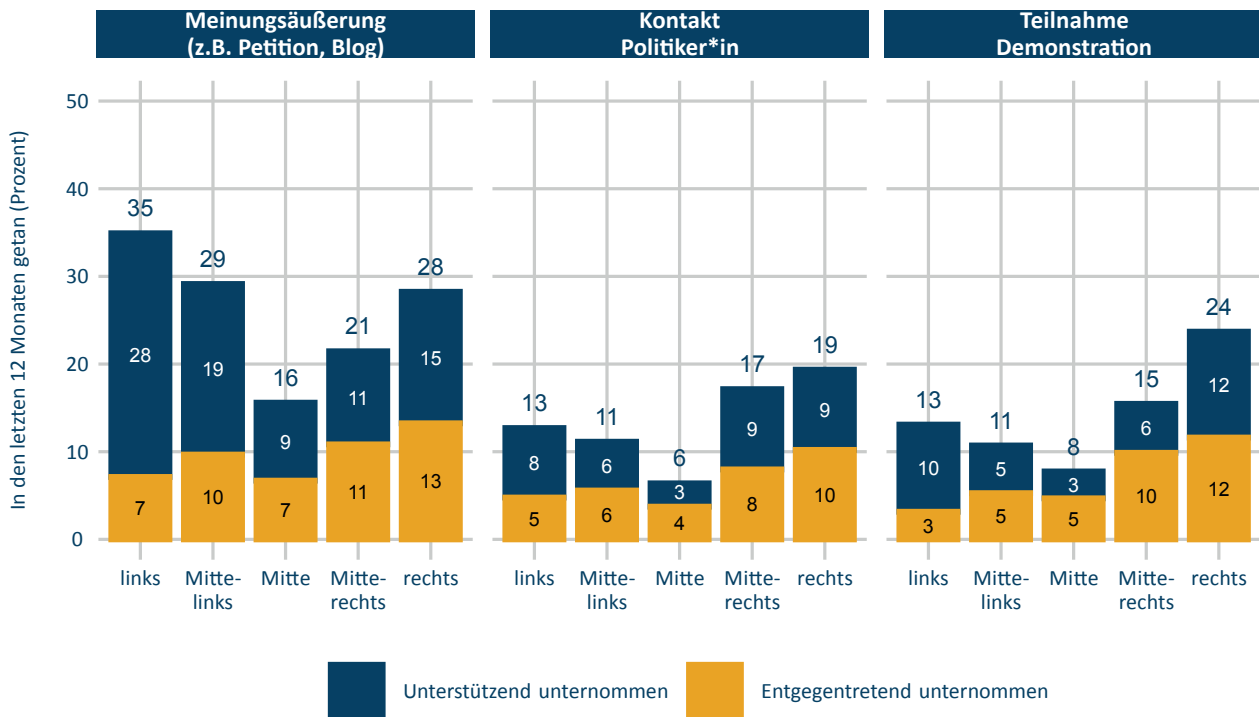
Für die politische Orientierung zeigen die Daten in Abbildung 17 ein komplexeres Bild. Meinungsäußerungen werden anteilig häufiger von Personen getätigt, die sich politisch *links* (35 %) oder *rechts* der Mitte einordnen (28 %). Dies stimmt mit Befunden der politischen Partizipationsforschung überein, wonach Personen an den Rändern des politischen Spektrums häufiger politisch partizipieren (z. B. van der Meer et al., 2009, S. 1.439;

³³ Beispielsweise konnte beobachtet werden, dass eine der rechtsextremen Identitären Bewegung (siehe Bruns et al., 2017; Goertz, 2021 für eine Einordnung dieser Gruppierung) nahestehende Organisation öffentlich dafür warb, Geflüchtete zurück in vermeintlich sichere beziehungsweise ehemalige Krisengebiete (z. B. Syrien) zu senden und sie dabei zu unterstützen, ihre Heimat wiederaufzubauen (<https://www.endstation-rechts.de/news/rechtsextreme-entwicklungshelfer-wenn-eine-ib-kampagne-floppt.html>). Die Arbeit und Reichweite solcher Organisationen stehen an dieser Stelle nicht im Zentrum des Interesses.

³⁴ Im Vergleich zu den Daten des Vorgängerprojekts AAT werden Meinungsäußerungen und Kontakte zu politisch Entscheidungstragenden in etwa ähnlich häufig genutzt, die Teilnahme an Demonstrationen erfolgt im Vergleich zum Sommer 2017 jedoch etwas häufiger (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 5). Diesbezüglich muss jedoch auf die Änderungen in den abgefragten Engagementformen und Fragenformulierungen hingewiesen werden, die eine nahtlose Fortschreibung der Zeitreihen verhindern.

für die USA: Blazina, 2022). Überraschenderweise findet sich *links* mit knapp 7 Prozent ein kleiner Anteil, der seine Meinung äußert, um Maßnahmen der Armutsbekämpfung entgegenzutreten. Umgekehrt gibt in der Gruppe *rechts* mit ca. 15 Prozent ein nennenswerter Anteil an, dies zu tun, um solche Maßnahmen zu unterstützen. Dies scheint vor dem Hintergrund robuster Links-rechts-Unterschiede bei der Unterstützung von EZ-Maßnahmen paradox (vgl. Kapitel 2; ferner auch Bodenstein und Faust, 2017; Schneider und Gleser, 2018).

Abbildung 17 Nutzung politischer Partizipationsformen nach politischer Orientierung



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der DEL-Panelwelle 3 (9/2021); N = 6.000. Die Frage lautete: „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? a) Sie haben Ihre Meinung geäußert, um auf das Thema Einfluss zu nehmen (z. B. eine Petition unterzeichnet, einen Blog geschrieben usw.); b) Sie haben einen Parlamentsabgeordneten oder sonstigen gewählten Amtsträger kontaktiert (z. B. persönlich, telefonisch, schriftlich oder über Twitter, Facebook oder sonstige soziale Medien); c) Sie haben an einer Demonstration, einer Kundgebung, einem Protest oder einer sonstigen Veranstaltung zu diesem Thema teilgenommen.“ Die Antwortoptionen lauteten: 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“. Dargestellt ist der Anteil der Antwortoptionen 1) und 2) in der jeweiligen Gruppe.

Bedacht werden muss jedoch, dass in Teilen des linken Spektrums die EZ als Fortschreibung des Kolonialismus gesehen wird (z. B. Kornprobst und Schwachula, 2020). Umgekehrt setzen sich – wie weiter oben bereits angemerkt – auch Personen mit konservativeren politischen Einstellungen (entspricht Gruppe *Mitte-rechts*) für EZ und Armutsbekämpfung ein (siehe Brooks, 2007). Zudem wurde im Zuge der sogenannten europäischen Flüchtlingskrise ab 2015 auch im konservativen Spektrum EZ als Mittel zur Fluchtursachenbekämpfung diskutiert (Ademmer et al., 2019). Dies spiegelt sich auch im Befund wider, dass das Motiv Fluchtursachenbekämpfung über das gesamte politische Spektrum auf Zustimmung stößt (vgl. Abschnitt 2.3). Vereinzelt finden sich sogar Hilfsaktionen und -organisationen aus dem äußeren rechten Spektrum, die sich in Krisengebieten engagieren.³⁵ Es ist deshalb anzunehmen, dass sich Personen aus diesem Spektrum auch politisch für Entwicklungs- und Hilfsmaßnahmen aussprechen, jedoch aus anderen moralischen Motiven (Schneider et al., 2021a, Kapitel 5) und mit dem Ziel, Zuwanderung zu reduzieren oder anderweitig nationale Eigeninteressen zu verfolgen.

³⁵ Siehe dazu Fußnote 33.

In der Gesamtschau deuten die Ergebnisse zu politischer Partizipation darauf hin, dass die Entwicklungspolitik Widerspruch aus einem Bevölkerungssegment erfährt, das der EZ gegenüber üblicherweise positiv eingestellt ist, was die öffentliche Unterstützung in ebendiesem Segment untergraben könnte. Andererseits können die Befunde als Indiz dafür gesehen werden, dass die Entwicklungspolitik Zuspruch aus einem Umfeld erhält, das vor dem Hintergrund globaler nachhaltiger Entwicklung und Gerechtigkeit oftmals nationalistische Positionen vertritt.³⁶ Bekräftigt wird dies durch die Befunde zu informations- und kommunikationsbezogenem sowie zu organisationsbezogenem Engagement.

Künftige Forschung sollte sich deshalb dem Ausmaß und den Gründen für Engagement für und gegen globale Entwicklung widmen. Insbesondere sollte identifiziert werden, an welchen Stellen Engagement gegen EZ-Maßnahmen öffentlich sichtbar wird – z. B. auf welchen Internetseiten und -plattformen oder Demonstrationen –, welche Rolle unterschiedliche Motive dabei spielen und welche Konsequenzen dies für die Arbeit entwicklungspolitischer Akteure hat.³⁷

3.2 Fokusanalyse 1: Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen

Kasten 8	Zentrale Ergebnisse: Spenden für entwicklungspolitische Zwecke und Organisationen
<ul style="list-style-type: none"> • Das Spendenvolumen in Deutschland stagniert seit 2015 und lag 2020 bei ca. 5,5 Milliarden Euro jährlich. Gleichzeitig ist der Anteil von Spenden für Entwicklungspolitik am Spendenmarkt im Zeitraum von 2010 bis 2020 von ca. 14 auf 10 Prozent gesunken. • Auch der Anteil der Spendenden nimmt generell kontinuierlich ab; er ist von knapp 50 Prozent der Befragten im Jahr 2005 auf unter 30 Prozent im Jahr 2020 gesunken. Der Anteil der Spendenden für entwicklungspolitische Zwecke ist im selben Zeitraum von ca. 11 Prozent auf 5 Prozent gesunken. • Spendende sind eher alt (60 Jahre und älter), haben einen hohen Bildungsabschluss (Kategorisierung als „hoch“) und ein vergleichsweise hohes Einkommen (3.600 Euro und mehr pro Monat). • Es gibt ein hohes, nicht ausgeschöpftes Spendenpotenzial von fast 30 Prozent in der deutschen Bevölkerung. • Fehlende Informationen und ein Vertrauensdefizit sind die am häufigsten genannten Gründe für nicht getätigte Spenden. • Spendensiegel sind eine Möglichkeit, die Vertrauenswürdigkeit zu erhöhen. Die Spendenbereitschaft kann durch eine Zertifizierung aber nicht direkt erhöht werden. 	

Um ihre gemeinnützigen Satzungsaufträge zu erfüllen – also beispielsweise dazu beizutragen, den ärmsten Menschen der Welt zu einem stärker selbstbestimmten Leben zu verhelfen –, benötigen entwicklungspolitische NGOs finanzielle Mittel (Dreher et al., 2012; DZI und VENRO, 2013; Verbrugge und Huyse, 2020). Diese Mittel können durch staatliche Förderungen zur Verfügung gestellt, durch Mitgliedsbeiträge oder Fördermitgliedschaften eingenommen oder durch private Spenden akquiriert werden. Auch staatliche Förderung erfordert dabei in der Regel einen Finanzierungseigenanteil, der aus anderen Quellen erbracht werden muss. Für entwicklungspolitische NGOs sind Spenden deshalb essenziell, um ihre Arbeit durchführen zu können.

Daher ist es für entwicklungspolitische NGOs wichtig zu verstehen, wie bereit die Bürger*innen sind, für Entwicklungspolitik zu spenden, und welche Personen besonders spendenbereit sind und tatsächlich auch am häufigsten spenden beziehungsweise mit welchen Faktoren (u. a. Alter, Geschlecht, Bildungsniveau und

³⁶ Zu erwähnen ist an dieser Stelle beispielsweise die Position der Alternative für Deutschland (AfD), nach der Deutschland aus der Agenda 2030 der Vereinten Nationen aussteigen soll (Bundestag, 2019).

³⁷ Dies beinhaltet auch eine umfassendere Abbildung der politischen Orientierung, um die Unschärfe der klassischen Links-rechts-Skala zu vermeiden (Bauer et al., 2017; Jankowski et al., 2022). Einen Ansatzpunkt stellt die Verwendung von Fragebatterien und entsprechenden Skalierungsverfahren dar (z. B. Carroll und Kubo, 2018).

Einkommen) die Spendenbereitschaft und das Spendenverhalten zusammenhängen. Neben diesen sozioökonomischen Charakteristika können auch kurzfristig auftretende Ereignisse – etwa die Corona-Pandemie – das Spendenverhalten beeinflussen (Schulz-Sandhof und Wilke, 2021).

Vor diesem Hintergrund beleuchtet dieses Unterkapitel das Spendenverhalten der Bürger*innen im Themenfeld Entwicklungspolitik. Als Datengrundlage hierfür dient das GfK Charity Panel (siehe Kasten 9).

Auf Basis dieser Daten sollen die folgenden fünf Unterfragen beantwortet werden:

1. Wie hat sich das Spendenverhalten (Spendenbereitschaft, -höhe, -frequenz) der Bürger*innen im Themenfeld Entwicklungspolitik in den letzten Jahren entwickelt?
2. Mit welchen soziodemografischen Faktoren hängt das Spendenverhalten für Entwicklungspolitik zusammen?
3. Wie hoch ist das Spendenpotenzial – das heißt, das Verhältnis von spendenbereiten Personen zu Spendenden – in der Bevölkerung?
4. Aus welchen Gründen (Motiven) spenden die Bürger*innen für entwicklungspolitische Themen? Was sind mögliche Hindernisse?
5. Wie haben sich verschiedene Ereignisse (wie die sogenannte europäische Flüchtlingskrise 2015 oder die Corona-Pandemie seit 2020) auf das Spendenverhalten für Entwicklungspolitik ausgewirkt?

Die Antworten auf diese Fragen sollen entwicklungspolitischen Akteuren Informationen zu Einstellungen und Verhalten im Bereich Spenden bieten und Orientierungswissen für die Strategie und die Kommunikation mit den Bürger*innen, z. B. im Rahmen von Spendenkampagnen, bereitstellen. Die Ergebnisse sollen somit dabei helfen, das Spendenverhalten der Bürger*innen besser zu verstehen und Zielgruppen von möglichen Spenden- und Informationskampagnen zielgerichteter definieren und ansprechen zu können.

Kasten 9 Datenbasis Growth from Knowledge (GfK) Charity Panel

Das Growth from Knowledge (GfK) Charity Panel erhebt anhand einer repräsentativen Stichprobe von 10.000 Befragten in einer monatlichen Panel-Befragung fortlaufend Daten zum Spendenverhalten von Personen ab 10 Jahren in Deutschland (Gricevic et al., 2020, S. 11). Unter anderem werden Spendenvolumina und -bereiche abgefragt. Als Spende zählen die von deutschen Privatpersonen freiwillig getätigten Geldspenden an gemeinnützige Organisationen, Hilfs- und Wohltätigkeitsorganisationen sowie Kirchen. Nicht enthalten sind Erbschaften und Unternehmensspenden, Spenden an politische Parteien und Organisationen, gerichtlich veranlasste Geldzuwendungen, Stiftungsneugründungen und Großspenden über 2.500 Euro. Das Nichtberücksichtigen dieser Spendentypen führt wahrscheinlich dazu, dass die Daten des GfK Charity Panels den Spendenmarkt als Ganzes unterschätzen (Gricevic et al., 2020).

Das generelle Spendenverhalten der Befragten wird mit Hilfe eines sogenannten Tagebuchs erfasst, in das die Befragten selbstständig ihre getätigten Spenden einfügen (weitere Details zum GfK Charity Panel finden sich in Abschnitt 2.2 im Online-Anhang).

Die Tabelle 55 bis 57 im Online-Anhang bieten einen Überblick über alle im Panel erhobenen verfügbaren Informationen. Zusätzlich zu diesen Erhebungen werden jährlich Sonderbefragungen zum Spendenverhalten durchgeführt, in denen unter anderem zentrale Motive des Spendens erfasst werden (siehe Tabelle 57 im Online-Anhang).

Eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin; Gricevic et al., 2020) hat die Ergebnisse verschiedener Erhebungen zum Spendenverhalten der deutschen Bevölkerung untersucht und dabei signifikante Unterschiede in den jeweiligen Hochrechnungen festgestellt. Verglichen wurden das GfK Charity Panel (veröffentlicht in der Publikationsreihe „Bilanz des Helfens“ des Deutschen Spendenrats, 2021), der Deutsche Spendenmonitor, der Deutsche Freiwilligensurvey, der Deutsche Alterssurvey, der *World Giving Index* sowie das Sozioökonomische Panel (SOEP). Die Ergebnisse zeigen, dass das GfK Charity Panel im Vergleich zu den anderen Datenquellen die niedrigste Spendenquote schätzt. Basierend auf diesem Befund sollten die Ergebnisse dieser Studie als konservative Schätzung der Spendenquote interpretiert werden. Gleichzeitig bringt der Tagebuchbasierte Ansatz des GfK Charity Panels Vorteile mit sich, da die Panel-Teilnehmenden ihr Spendenverhalten direkt dokumentieren und nicht auf eine eher abstrakte Frage in einer Befragung

reagieren und sich an Handlungen erinnern müssen, die unter Umständen einige Monate zurückliegen (siehe z. B. Holyk, 2008). Dies kann verhindern, dass die Befragten ihre eigene Spendentätigkeit rückwirkend über- oder unterschätzen. Größter Nachteil des GfK Charity Panels ist jedoch, dass Großspenden (über 2.500 EUR) nicht berücksichtigt werden. Eine Studie des Statistischen Bundesamts zeigt, dass rund 10 Prozent der Steuerpflichtigen mit den höchsten Einkommen für 42 Prozent des gesamten Spendenvolumens verantwortlich sind (Gerber und Kann, 2019). Das lässt vermuten, dass Großspenden einen erheblichen Anteil des gesamten Spendenvolumens ausmachen.

Die Daten des GfK Charity Panels erlauben es jedoch zu erfassen, wie hoch die Spendentätigkeit für das Themenfeld Entwicklungspolitik ist und mit welchen Faktoren diese zusammenhängt. Eine solche spezifische Analyse des Spendenverhaltens zum Thema liegt bislang nicht vor.

3.2.1 Spendenbereitschaft: Wie viel wird gespendet?

Einleitend sollen zunächst der Spendenmarkt in Deutschland als Ganzes sowie die Rolle und der Anteil von Entwicklungspolitik im Speziellen beleuchtet werden. Ziel ist es darzustellen, wie sich der Spendenmarkt im Zeitraum von 2005 bis 2021 entwickelt hat und welchen Anteil Spenden mit entwicklungspolitischem Bezug haben.

Kasten 10 Definition: Spenden für Entwicklungspolitik

Im GfK Charity Panel berichten die Befragten selbstständig über ihre Spendentätigkeit. Dabei geben sie die Organisation an, für die sie spenden. Seit 2010 haben die Befragten zudem die Möglichkeit, einen Zweck für die Spende anzugeben. Zu den möglichen Spendenzwecken gehören unter anderem „Entwicklungshilfe“ sowie „Sofort-, Not-, Katastrophenhilfe“.³⁸ Sowohl die angegebenen Organisationen als auch der angegebene Zweck der Spende bieten die Möglichkeit, Spenden für Entwicklungspolitik zu erfassen.

Als Spenden für Entwicklungspolitik werden im Folgenden Spenden an Organisationen verstanden, die Mitglied im Verband Entwicklungspolitik und Humanitäre Hilfe (VENRO) sind. Einige dieser Organisationen sind jedoch ebenfalls vermehrt in anderen Sektoren aktiv (z. B. Caritas). Spenden an diese Organisationen werden nur berücksichtigt, wenn die Spendenden angegeben haben, dass ihre Spende den Zweck „Entwicklungshilfe“ hatte. Dieses Vorgehen führt voraussichtlich zu einer leichten Unterschätzung des tatsächlichen Spendenvolumens für Entwicklungspolitik. Gleichzeitig würde die vollständige Aufnahme aller entwicklungspolitisch relevanten Organisationen zu einer starken Überschätzung des Spendenvolumens für Entwicklungspolitik führen.

In den Tabellen 58 und 59 im Online-Anhang dieses Berichts findet sich ein Überblick darüber, welche Organisationen vollständig oder konditional – das heißt, in Zusammenhang mit dem Spendenzweck „Entwicklungshilfe“ – als entwicklungspolitische Empfänger berücksichtigt wurden.

Abbildung 52 im Anhang zeigt hochgerechnet einen Vergleich des Spendenvolumens (1) basierend auf dem angegebenen Spendenzweck oder (2) basierend auf der Mitgliedschaft der Organisation bei VENRO. Während eine Einordnung auf Basis der spendenempfangenden Organisationen zu einem Anteil der Entwicklungspolitik am Spendenmarkt in Höhe von 5 bis 10 Prozent führt, können nur 3 bis 4 Prozent der Spenden basierend auf dem angegebenen Spendenzweck dem Themenfeld Entwicklungspolitik zugeordnet werden. Für diese Diskrepanz gibt es verschiedene mögliche Gründe:

1. Ungenaue Angabe des Spendenzwecks: Das Wissen zu Entwicklungspolitik ist in der deutschen Bevölkerung gering (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 4). Gleichzeitig unterscheiden die Bevölkerungen in vielen sogenannten EZ-Geberstaaten wenig zwischen EZ und Humanitärer Hilfe

³⁸ Ein Überblick über alle Spendenzwecke und die Anzahl an Nennungen ist im Anhang in Tabelle 2 verfügbar.

(Riddell, 2007, Kapitel 7). Dieses fehlende Wissen kann dazu führen, dass die Angabe des Spendenzwecks der Spendenden ungenau ist.³⁹

2. Hoher Anteil an Spenden „ohne Angabe“ eines Spendenzwecks: Bei 37 Prozent der Spenden wurde kein Spendenzweck angegeben. Diese fehlende Angabe kann vielfältige Gründe haben, führt aber in jedem Fall zu einer Unterschätzung des Spendenaufkommens für alle angegebenen Spendenzwecke.
3. Keine Mehrfachnennung möglich/uneindeutige Angabe des Spendenzwecks: Zu jeder getätigten Spende kann jeweils nur ein Spendenzweck angegeben werden. Der am häufigsten angegebene Spendenzweck ist „Hilfe für Kinder/Jugendliche“. Bei der Angabe dieses Spendenzwecks ist jedoch nicht klar definiert, wo diese geleistet wird. Es ist nicht auszuschließen, dass unter der Angabe dieses Spendenzwecks auch Spenden für Kinder und Jugendliche in Ländern des globalen Südens – beispielsweise durch die Organisation UNICEF – verstanden werden.

3.2.1.1. Stagnation des gesamten Spendenaufkommens

Abbildung 18 stellt dar, wie sich das Spendenvolumen – berechnet auf Basis des GfK Charity Panels – im Allgemeinen (gestrichelte Linie) und der Anteil von Spenden für Entwicklungspolitik im Zeitraum (durchgezogene Linie) von 2005 bis 2020 verändert haben. Es zeigt sich, dass sich der Spendenmarkt im Allgemeinen seit 2005 stetig positiv entwickelt und 2015 mit ca. 5,5 Milliarden Euro das bisherige Hoch erreicht hat. Seit 2015 stagniert der Spendenmarkt; 2020 lag er bei rund 5,4 Milliarden Euro.⁴⁰ Das Spendenvolumen für Entwicklungspolitik ist in den vergangenen 15 Jahren einem ähnlichen Trend gefolgt. Während das Spendenvolumen für Entwicklungspolitik 2005 noch rund 500 Millionen Euro betrug, erreichte es 2015 und 2016 jeweils rund 660 Millionen Euro. Seit 2016 nimmt es wieder leicht ab, 2020 betrug es rund 570 Millionen Euro. Wichtig ist aber auch die Tatsache, dass das gesamte Spendenvolumen von 2019 zu 2020 leicht anstieg, was möglicherweise auf die gesteigerten Bedarfe durch die Corona-Pandemie zurückzuführen ist und ein Ausdruck von internationaler Solidarität sein könnte (siehe Eger et al., 2022; Schneider et al., 2020, 2021a, 2021b).

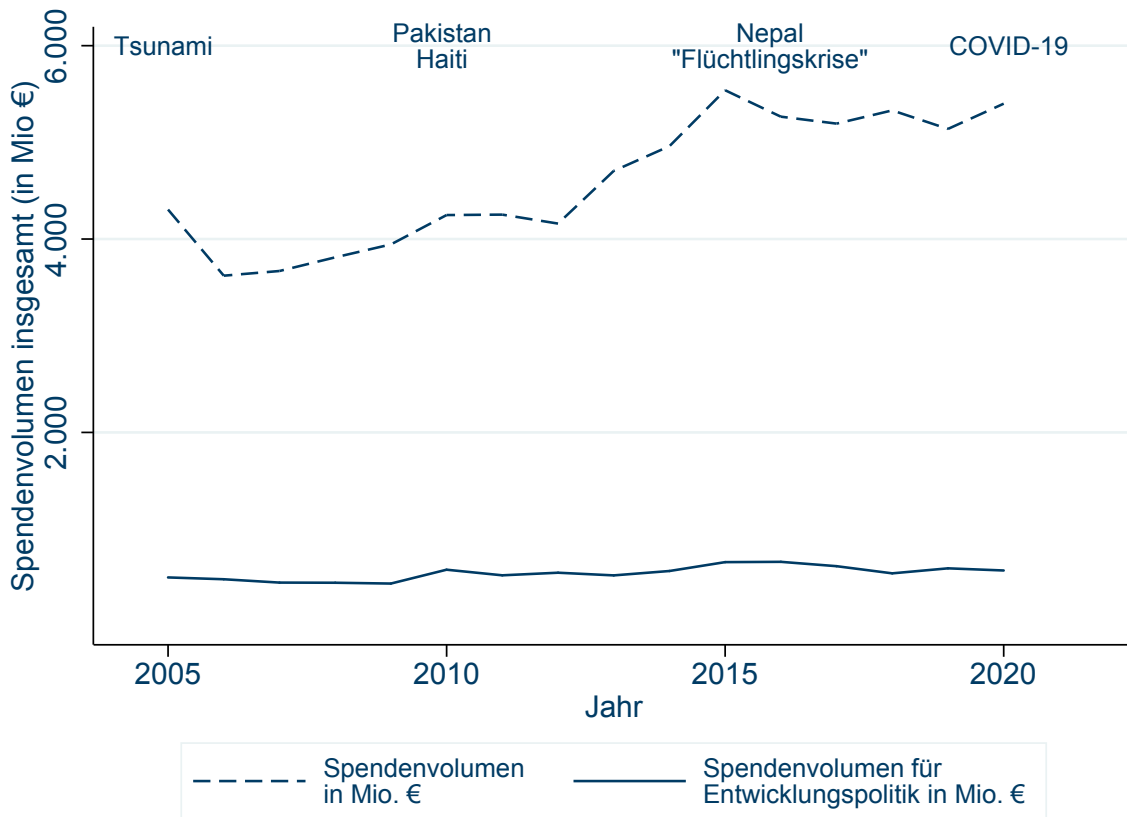
Eine Betrachtung des Anteils der Spenden an entwicklungspolitische Organisationen zeigt einen leichten Abwärtstrend: Lag er 2010 noch bei knapp 14 Prozent, ist er 2018 auf knapp 10 Prozent gesunken; 2020 betrug er rund 10,5 Prozent (für eine prozentuale Betrachtung des Anteils von Entwicklungspolitik am Spendenmarkt siehe Abbildung 52 im Anhang). Ein möglicher Grund hierfür könnte die hohe mediale Präsenz konkurrierender Ereignisse wie der Corona-Pandemie ab 2020 sein.⁴¹

³⁹ Die Daten des GfK Charity Panels verstärken diese Vermutung. Nur 45 Prozent der Spenden mit dem angegebenen Zweck „Entwicklungshilfe“ gehen an eine entwicklungspolitische Organisation.

⁴⁰ Bei dieser Schätzung handelt es sich um eine Hochrechnung, welche auf dem Spendenverhalten der Befragten im GfK Charity Panel beruht. Unterschiedliche Studien kommen zu teilweise stark variierenden Hochrechnungen (siehe Gricevic et al., 2020).

⁴¹ Abbildung 54 im Anhang beleuchtet die quartalsweisen Schwankungen des Spendenvolumens über die vergangenen drei Jahre.

Abbildung 18 Spendenmarkt: Entwicklung des Spendenvolumens im Zeitraum 2005 – 2020

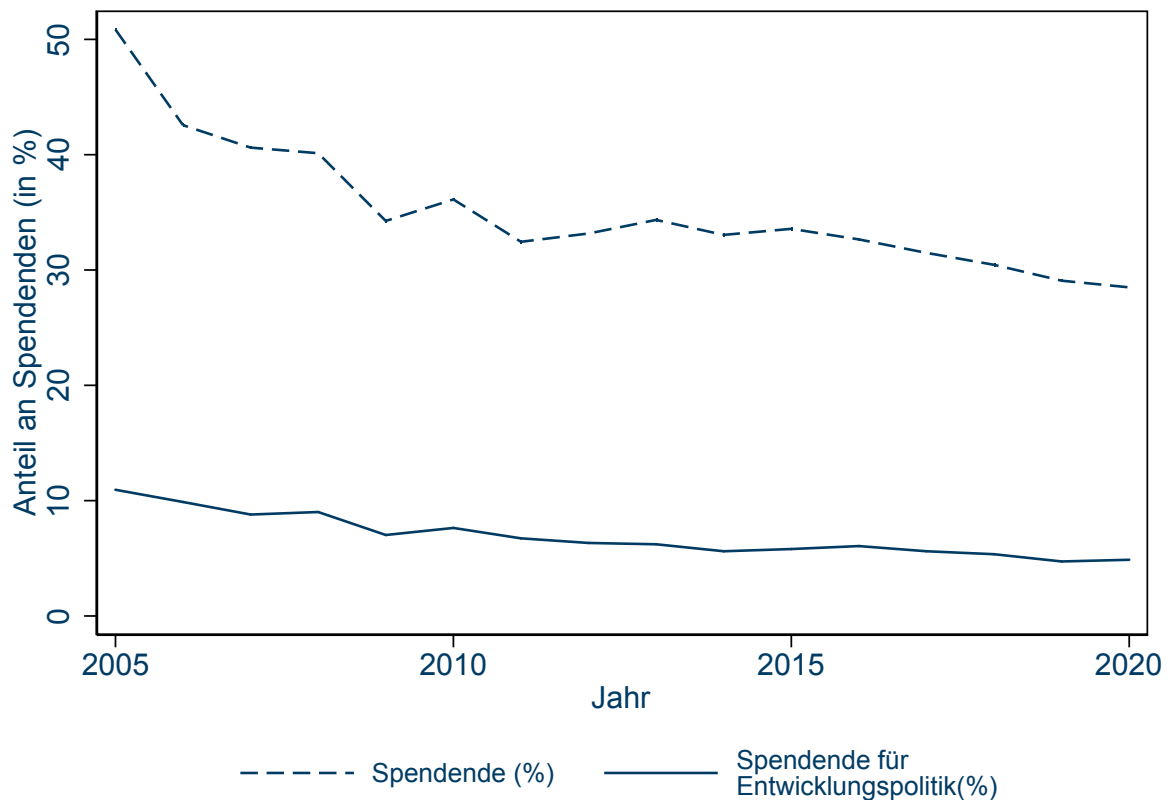


Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Abgebildet sind das geschätzte jährliche Spendenvolumen insgesamt sowie das Spendenvolumen für Entwicklungspolitik im Zeitraum 2005 bis 2020. Das GfK Charity Panel umfasst pro Jahr ca. 10.000 Personen. Als Spendende für Entwicklungspolitik werden alle Personen bezeichnet, die für eine entwicklungspolitische Organisation gespendet haben (siehe Kasten 9). Das Jahr 2021 ist nicht abgebildet, da für dieses Jahr keine vollständigen Informationen vorliegen und das jährliche Spendenvolumen somit nicht adäquat geschätzt werden kann.

3.2.1.2. Anteil der Spendenden nimmt stetig ab

Um den Spendenmarkt zu verstehen, ist neben dem Spendenvolumen auch der Anteil der Spendenden in der Bevölkerung relevant. Er verdeutlicht, ob der Spendenmarkt von einer kleinen Anzahl Personen oder einer großen Masse getragen wird.

Abbildung 19 zeigt, wie sich der Anteil der Spendenden allgemein (gestrichelte Linie) und der Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik (durchgezogene Linie) von 2005 bis 2020 entwickelt haben. Die Daten verdeutlichen, dass der Anteil in beiden Kategorien stetig sinkt. Während 2005 noch knapp über 50 Prozent der Bevölkerung gespendet haben, waren es 2020 nur noch 28,5 Prozent. Entwicklungsrelevante Spenden weisen einen ähnlichen Trend auf: 2005 haben noch ca. 11 Prozent der Bevölkerung für entwicklungspolitische Organisationen gespendet, 2020 waren es etwas unter 5 Prozent.

Abbildung 19 Anteil der Spendenden im Zeitraum 2005–2020

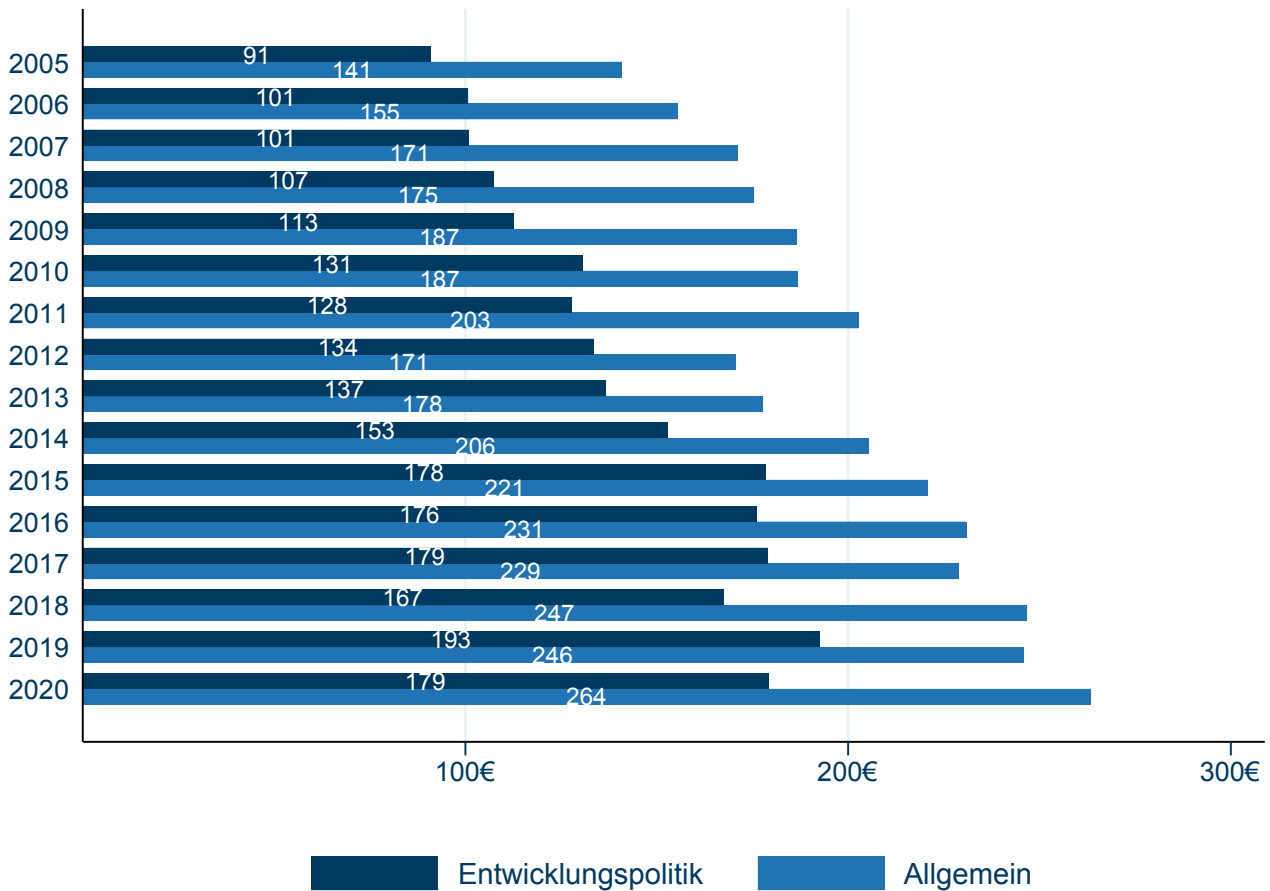
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Abgebildet ist der Anteil der Spendenden in der Bevölkerung pro Jahr im Zeitraum von 2005 bis 2020. Das GfK Charity Panel umfasst pro Jahr ca. 10.000 Personen. Als Spendende werden alle Personen berücksichtigt, die in einem gegebenen Jahr mindestens einmal einen Geldbetrag gespendet haben. Als Spendende für Entwicklungspolitik werden alle Personen bezeichnet, die für eine entwicklungspolitische Organisation gespendet haben (siehe Kasten 9).

Individuelle Spendenhöhe nimmt stetig zu

Die durchschnittliche jährliche individuelle Spendenhöhe verläuft gegenläufig zum Anteil der Spendenden. Abbildung 20 zeigt, dass die durchschnittliche Spendenhöhe (alle Spenden, inklusive Spenden für entwicklungspolitische Organisationen) von 141 Euro pro Kopf im Jahr 2005 auf 264 Euro im Jahr 2020 gestiegen ist. Für die Spendenhöhe für entwicklungspolitische Zwecke zeigt sich ein sehr ähnlicher Trend. Hier ist die durchschnittliche jährliche Spendenhöhe von 91 Euro im Jahr 2005 auf 193 Euro im Jahr 2019 gestiegen.⁴² Zu bedenken ist hierbei, dass die angegebenen Werte nicht inflationsbereinigt sind. Im selben Zeitraum ist der Verbraucherpreisindex von 86,2 (2005) auf 105,8 (2020) gestiegen (Statistisches Bundesamt Destatis, 2022). Das entspricht einer Inflationsrate von rund 23 Prozent. Das heißt, Spenden im Jahr 2020 sind 23 Prozent weniger wert als Spenden im Jahr 2005.

Nichtsdestoweniger zeigt sich – auch unter Berücksichtigung der Inflationsrate – ein linearer Anstieg der durchschnittlichen jährlichen individuellen Spendenhöhe.

⁴² Auffällig ist, dass die durchschnittliche jährliche Spendenhöhe für Entwicklungspolitik fast auf demselben Niveau liegt wie die durchschnittliche Höhe von Spenden generell. Eine Interpretation dieses Ergebnisses ist, dass Personen, die für entwicklungspolitische Organisationen spenden, hauptsächlich für diese Organisationen spenden und keine breites, themenübergreifendes Spendenportfolio haben.

Abbildung 20 Durchschnittliche individuelle Spendenhöhe pro Jahr

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Abgebildet ist die durchschnittliche jährliche Spendenhöhe von Spendenden (allgemein, inklusive aller Spenden) sowie von Spendenden für Entwicklungspolitik. Eine Definition von Spenden für Entwicklungspolitik findet sich in Kasten 10. Für das Jahr 2021 liegen nur Daten bis September vor, wodurch das berechnete Spendenvolumen geringer ausfällt als in den vorherigen Jahren.

3.2.2 Beschreibung von Spendenden: eher älter, weiblich, hoch gebildet und einkommensstark

In diesem Abschnitt wird dargestellt, welche Personengruppen besonders häufig oder besonders selten spenden. So können mögliche Zielgruppen für Informations- und Akquisekampagnen definiert werden.

Zusammenhangsanalyse: Wie unterscheiden sich Spendende von Nicht-Spendenden?

Um zu verstehen, welche der betrachteten Faktoren das Spendenverhalten beeinflussen, müssen verschiedene Faktoren gleichzeitig analysiert werden. So kann beispielsweise berücksichtigt werden, dass Menschen mit einem höheren Alter oftmals auch ein höheres Einkommen erzielen. Abbildung 21 zeigt die Ergebnisse einer logistischen Regression, in der untersucht wird, in welchem Zusammenhang die Merkmale 1) Alter, 2) Geschlecht, 3) Bildungsniveau, 4) Einkommen und 5) Wohnort (Bundesland)⁴³ mit dem Spendenverhalten stehen.⁴⁴

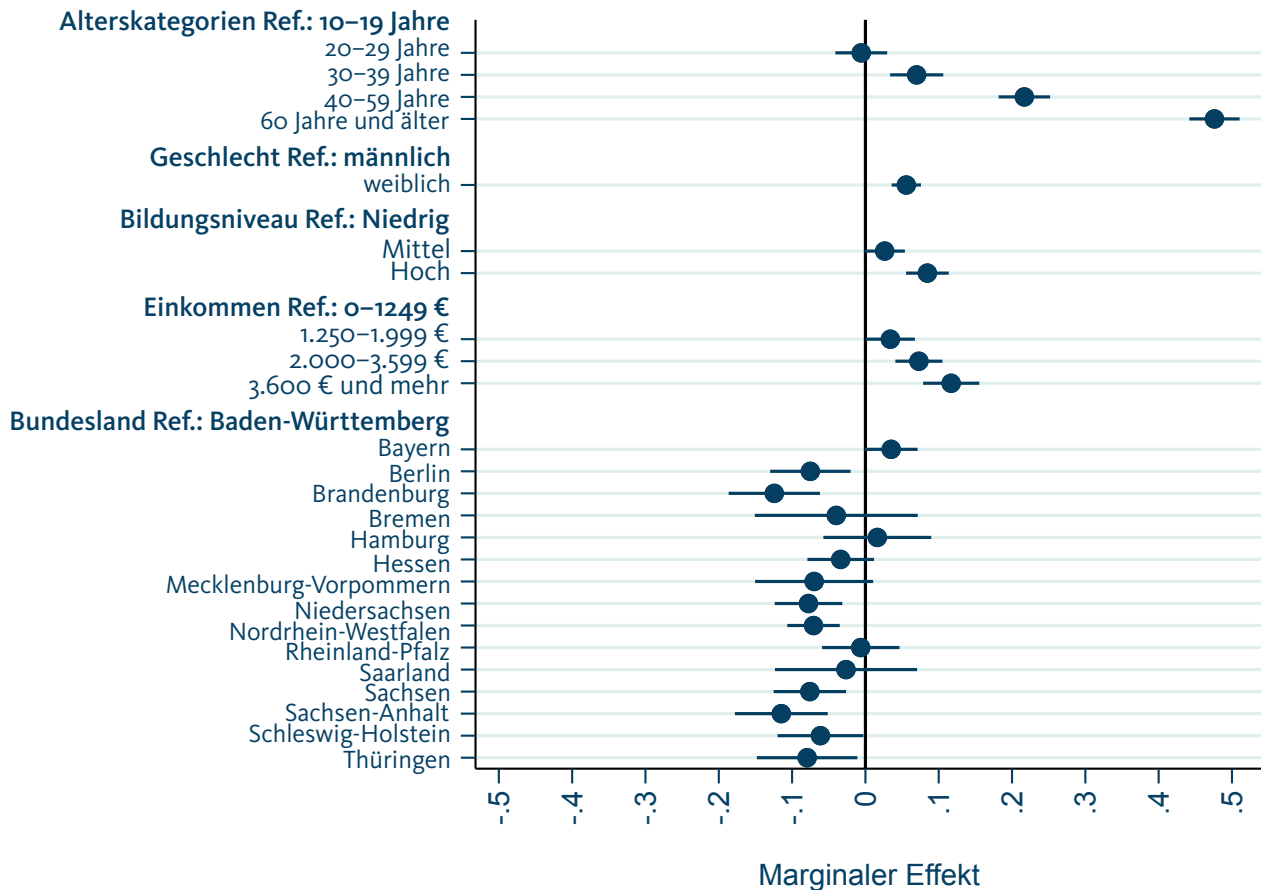
⁴³ Der Wohnort wird berücksichtigt, um regionale Unterschiede im Spendenverhalten zu verdeutlichen. So können Spendende einerseits präziser angesprochen werden, und andererseits können mögliche Kontexteffekte, die regionale Unterschiede erklären, identifiziert werden.

⁴⁴ Die Auswahl der Merkmale basiert auf der Verfügbarkeit innerhalb des GfK Charity Panels und beschränkt sich auf sozioökonomische Einflussfaktoren. Alle identifizierten Zusammenhänge sind als Korrelationen und nichts als Ursache-Wirkung zu verstehen.

Die Regressionsergebnisse zeigen, dass ältere Personen (besonders in der Alterskategorie *60 Jahre und älter*), Frauen, Personen mit einem als hoch klassifizierten Bildungsabschluss, Personen mit einem hohen Einkommen (besonders 3.600 Euro pro Monat und mehr) und Personen, die in Bayern oder Baden-Württemberg leben, signifikant häufiger spenden als andere Personen. Dies ist an den jeweiligen Regressionskoeffizienten zu erkennen, die rechts der senkrechten 0-Linie liegen.

Damit bestätigen die Ergebnisse die Befunde vorheriger Studien (siehe u. a. Gricevic et al., 2020; Priller und Sommerfeld, 2005).

Abbildung 21 Sozioökonomische Einflussfaktoren auf das Spendenverhalten



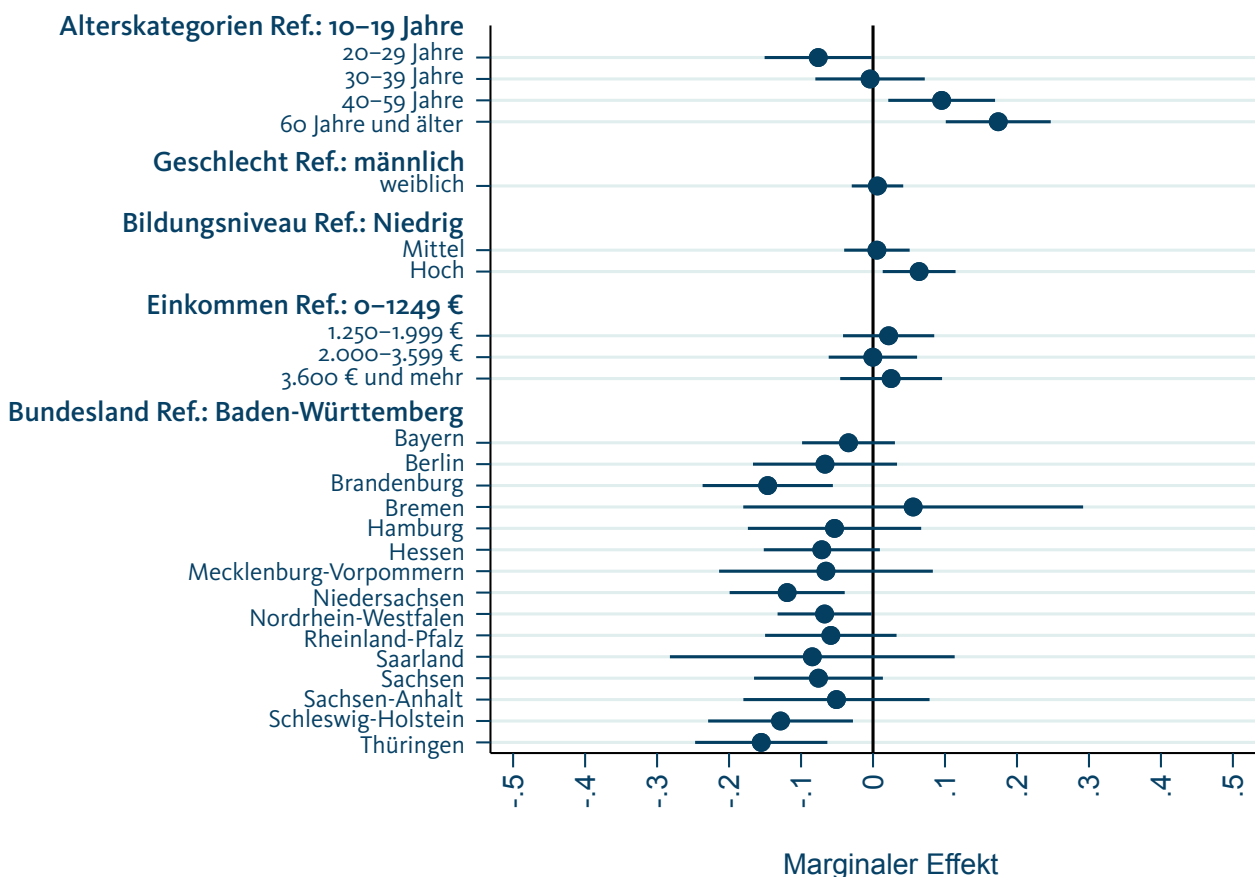
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Abgetragen sind marginale Effekte (Regressionskoeffizienten) einer gepoolten logistischen Regression. Die abhängige Variable ist ein Dummy, der angibt, ob eine Person gespendet hat (1) oder nicht (0). Mit Ref. (Referenzkategorie) sind die Vergleichsgruppen gekennzeichnet. Die abgetragenen Koeffizienten stellen den Unterschied der jeweiligen Variablenkategorie zu dieser Vergleichsgruppe dar. Positive Koeffizienten bedeuten, dass die Wahrscheinlichkeit zu spenden in der betrachteten Gruppe (im Vergleich zur Referenzkategorie) höher ausfällt. Negative Koeffizienten bedeuten, dass die Wahrscheinlichkeit geringer ausfällt. Sofern die waagerechten Linien (95%-Konfidenzintervalle) die senkrechte Nulllinie nicht schneiden, ist der Unterschied statistisch signifikant (siehe dazu den Eintrag „Statistische Signifikanz“ im Glossar).

Zusammenhangsanalyse: Wie unterscheiden sich Spendende für entwicklungspolitische Zwecke von anderen Spendenden?

Um zu untersuchen, ob sich Spendende für Entwicklungspolitik systematisch von anderen Spendenden unterscheiden, wurden in einer zweiten logistischen Regression Personen, die generell spenden, mit Personen, die für Entwicklungspolitik spenden, verglichen. Die Ergebnisse in Abbildung 22 zeigen, dass ältere Spendende (60 Jahre und älter) und Spendende mit einem als hoch kategorisierten Bildungsabschluss im Vergleich zu anderen Spendenden signifikant häufiger für entwicklungspolitische Organisationen spenden. Gleichzeitig spenden Spendende, die in Brandenburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Schleswig-Holstein oder Thüringen leben, signifikant weniger für entwicklungspolitische Organisationen.

Diese Ergebnisse stehen im Einklang mit den Ergebnissen in Abschnitt 3.1. Auch dort hat sich beispielsweise gezeigt, dass besonders ältere Menschen häufiger Nachrichten zu weltweiter Armut lesen/hören und auch häufiger im Umfeld darüber sprechen als jüngere Menschen. Das Thema dürfte bei den Personen in der Alterskategorie *60 Jahre und älter* also eher präsent sein. Vor diesem Hintergrund ist es wenig überraschend, dass sie auch vermehrt für dieses Themenfeld spenden.

Abbildung 22 Vergleich von Spendenden generell und Spendenden für Entwicklungspolitik



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. 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). Mit Ref. (Referenzgruppe) sind die Vergleichsgruppen gekennzeichnet. Die abgetragenen Koeffizienten stellen den Unterschied der jeweiligen Variablenkategorie zu dieser Vergleichsgruppe dar. Positive Koeffizienten bedeuten, dass die Wahrscheinlichkeit an entwicklungspolitische Organisationen zu spenden in der betrachteten Gruppe (im Vergleich zur Referenzkategorie) höher ausfällt. Negative Koeffizienten bedeuten, dass die Wahrscheinlichkeit geringer ausfällt. Sofern die waagerechten Linien (95%-Konfidenzintervalle) die senkrechte Nulllinie nicht schneiden, ist der Unterschied statistisch signifikant (siehe dazu Eintrag „Statistische Signifikanz“ im Glossar).

3.2.3 Spendenpotenzial übersteigt aktuellen Spendenanteil deutlich

Die bisher präsentierten Ergebnisse zeigen unter anderem, dass der Anteil der Spendenden kontinuierlich abnimmt. Vor dem Hintergrund dieser negativen Dynamik stellt sich die Frage, inwieweit weitere Personen zu spenden bereit sind, die dies aktuell noch nicht oder nicht mehr tun. Um dem nachzugehen, wurden die Teilnehmenden des GfK Charity Panels in einer Sonderbefragung zwischen Dezember 2020 und Januar 2021 gefragt, ob sie generell bereit sind, für gemeinnützige Zwecke zu spenden.⁴⁵

In dieser Sonderbefragung stimmten 20 Prozent der Befragten der Aussage „Ich bin grundsätzlich bereit zu spenden“ *voll und ganz* zu. Darüber entschieden sich 28 Prozent der Befragten für die Aussage *stimme etwas zu*, und weitere 31 Prozent gaben an, dass sie *unentschieden* seien. Diese Ergebnisse legen nahe, dass das tatsächliche Spendenpotenzial den aktuellen Anteil der Spendenden (rund 30 %) deutlich überschreitet. Im Folgenden soll daher zunächst das Spendenpotenzial näher beschrieben werden, um anschließend mögliche Hindernisse für Spenden und den Bedarf potenzieller Spendender zu analysieren.

Spendenbereitschaft und Spendenaktivität

Tabelle 1 zeigt den Zusammenhang zwischen der tatsächlichen Spendenaktivität der Befragten und der angegebenen generellen Bereitschaft zu spenden. Innerhalb dieser Befragung können 27,1 Prozent der Befragten als Spendende klassifiziert werden. Das heißt, sie haben mindestens einmal im Jahr 2020 gespendet. 72,8 Prozent sind hingegen als Nicht-Spendende zu klassifizieren, da sie im vergangenen Jahr keine Spenden getätigt haben.

Tabelle 1 Das Spendenpotenzial in der Bevölkerung Deutschlands

	„Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für gemeinnützige Zwecke zu spenden“		
	Stimme nicht zu	Unentschieden	Stimme zu
Spendende (27,1 %)	2,6 % (233)	5,8 % (512)	18,7 % (1.648)
Nicht-Spendende (72,8 %)	18,3 % (1.612)	25,4 % (2.234)	29,1 % (2.558)

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels, Sonderbefragung Januar 2021. Abgebildet sind das Spendenverhalten im Jahr 2020 (eingeteilt in Spendende und Nicht-Spendende) und die Zustimmung zur Aussage „Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für gemeinnützige Zwecke zu spenden“. Die Antwortkategorien „Stimme überhaupt nicht zu“ und „Stimme eher nicht zu“ wurden zu „Stimme nicht zu“ zusammengefasst, die Antwortkategorien „Stimme etwas zu“ und „Stimme voll und ganz zu“ zu „Stimme zu“. Eine detailliertere Darstellung dieser Tabelle befindet sich in Tabelle 3 im Anhang.

Wenig überraschend geben Personen, die bereits spenden, häufiger an, dass sie auch bereit sind zu spenden. 24,5 der bereits Spendenden stimmen der Aussage „Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für gemeinnützige Zwecke zu spenden“ zu oder geben an, dass sie unentschieden sind. Besonders interessant ist aber, dass auch 29,1 Prozent der Bevölkerung in Deutschland, die aktuell nicht spenden, angeben, generell dazu bereit zu sein. Weitere 25,4 Prozent der Bevölkerung spenden aktuell nicht, geben aber an, dass sie bisher unentschieden sind, ob sie bereit sind zu spenden. Diese 30 bis 50 Prozent der Bevölkerung können als „Spendenpotenzial“ verstanden werden.⁴⁶

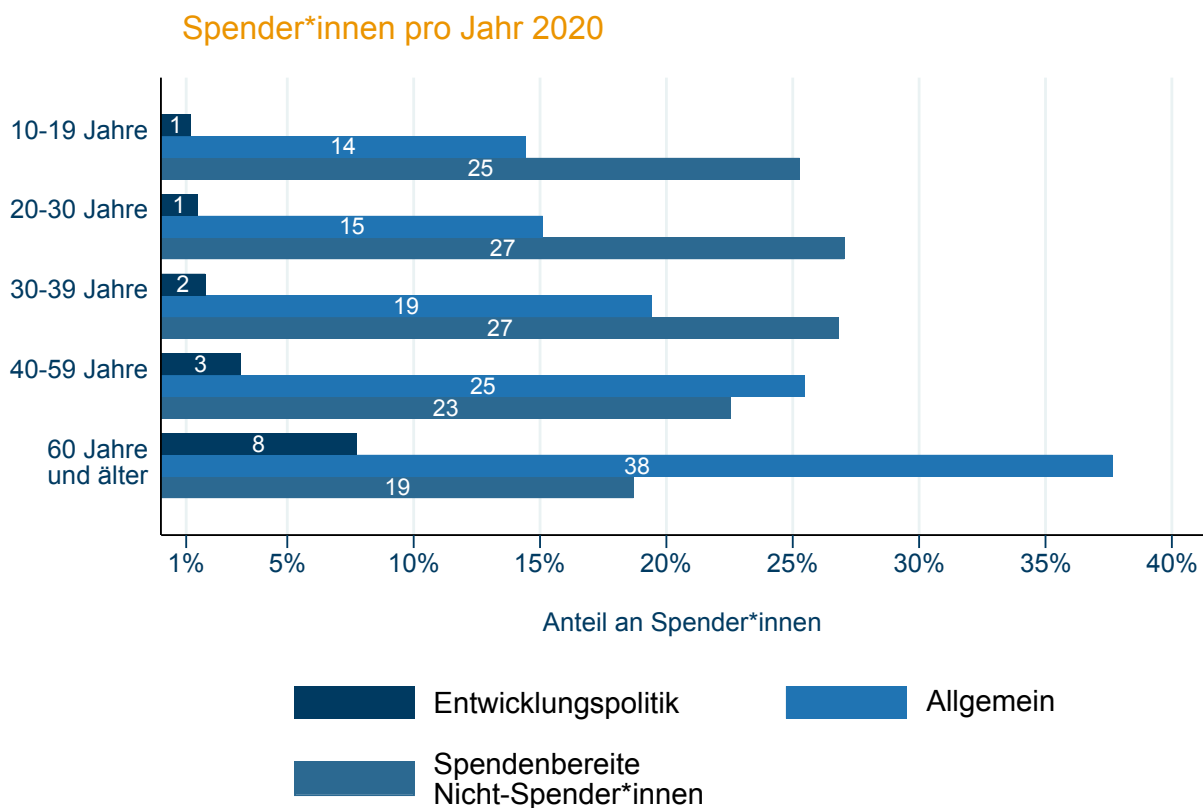
⁴⁵ Der Fokus dieses Teilabschnitts liegt auf dem allgemeinen Spendenverhalten und der generellen Spendenbereitschaft. Hintergrund ist, dass in der Sonderbefragung des GfK Charity Panels lediglich nach der generellen Spendenbereitschaft gefragt wurde und nicht nach der spezifischen entwicklungspolitischen Spendenbereitschaft. Eine genaue Analyse des Spendenpotenzials für Entwicklungspolitik ist somit nicht möglich. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass die generellen Ergebnisse eine Hochrechnung auf das Spendenpotenzial für Entwicklungspolitik erlauben. Die abgebildeten Anteile von Spendenden und Nicht-Spendenden können von den in Abbildung 19 abgebildeten Werten abweichen, da es sich hier um eine nicht gewichtete und nicht zwangsläufig repräsentative Stichprobe handelt.

⁴⁶ Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Spendenbereitschaft auf Basis der Angabe der Befragten überschätzt wird. Der sogenannte *Social desirability bias* (für einen Überblick siehe Grimm, 2010) besagt, dass die Befragten häufig im Sinne einer sozialen Erwünschtheit antworten. In diesem Fall könnte es sein, dass die Befragten Spendenbereitschaft als sozial erwünscht wahrnehmen und somit eine höhere Spendenbereitschaft angeben, als sie eigentlich haben.

Vergleich von Spendenden und spendenbereiten Nicht-Spendenden

Um die Gruppe der spendenbereiten Nicht-Spendenden anzusprechen, muss zunächst verstanden werden, in welchen Teilen der Bevölkerung dieses Spendenpotenzial besteht. Die Zusammenhangsanalyse in Abschnitt 3.2.2 hat gezeigt, dass das Alter hier ein entscheidender Faktor ist und besonders ältere Menschen deutlich häufiger spenden. Darauf aufbauend stellt Abbildung 23 dar, wie sich der Anteil der Spendenden, der Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik und der Anteil an spendenbereiten Nicht-Spendenden zwischen verschiedenen Altersgruppen unterscheiden. Auffällig ist, dass sowohl der Anteil der Spendenden als auch der Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik in der ältesten Alterskategorie mit 38 Prozent beziehungsweise 8 Prozent am höchsten sind. Der höchste Anteil an spendenbereiten Nicht-Spendenden besteht jedoch mit jeweils 27 Prozent in den Alterskategorien 20–30 Jahre und 30–39 Jahre.

Abbildung 23 Disaggregation des Spendenverhaltens nach Alterskategorien



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Die Abbildung zeigt jeweils für das Jahr 2020 den Anteil der Spendenden insgesamt, den Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik und den Anteil spendenbereiter nicht-Spendender. Die Grafik ist disaggregiert nach Alterskategorien.

Obwohl der höchste Anteil von Spendenden also in der höchsten Alterskategorie zu finden ist, besteht das höchste Spendenpotenzial – welches über das aktuelle Spendenverhalten hinausgeht – in den mittleren Alterskategorien.

Bezüglich der weiteren sozioökonomischen Charakteristika besteht das höchste Spendenpotenzial in der höchsten Einkommensgruppe (26 %), in der Gruppe mit dem höchsten Bildungsniveau (28 %) und gleichermaßen unter Männern und Frauen (jeweils etwas über 20 %; grafische Auswertungen hierzu finden sich im Anhang in Abbildung 55 bis Abbildung 59).

3.2.4 Warum wird gespendet?

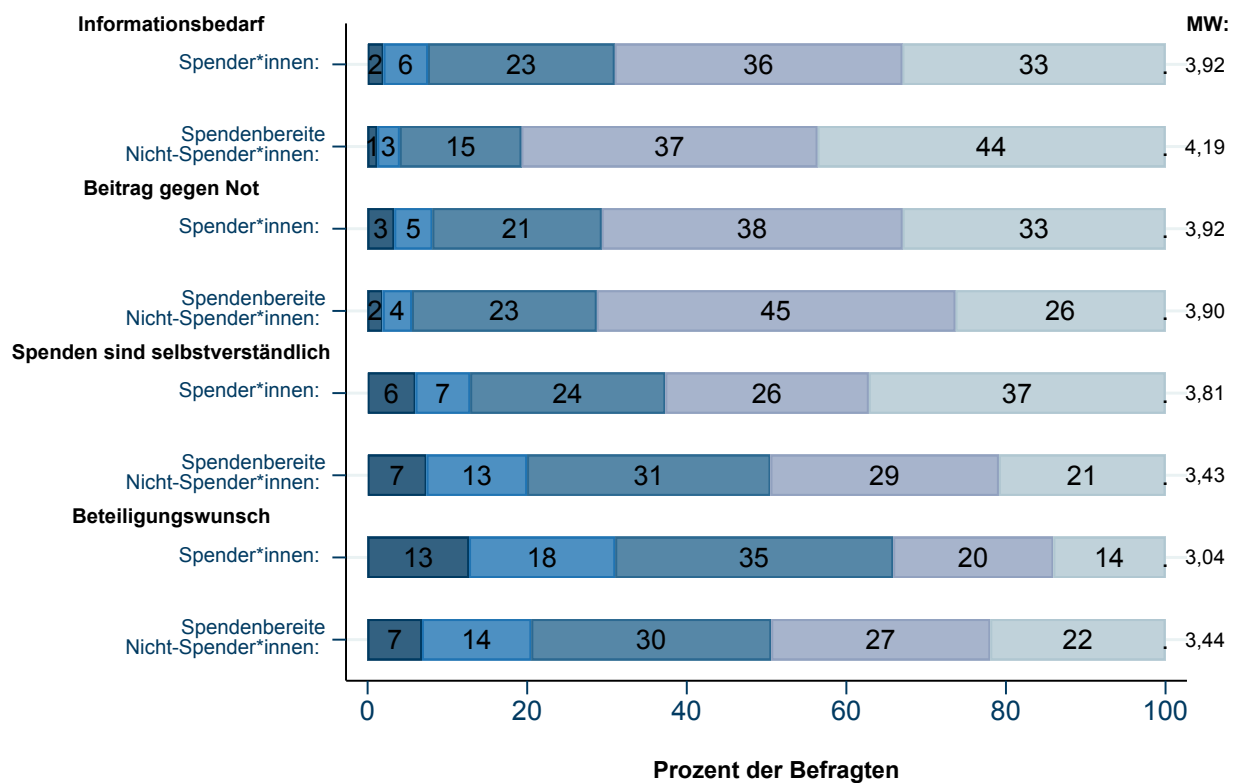
Um das Spendenpotenzial auszuschöpfen, gilt es, die zentralen Motive für Spenden und mögliche Hemmnisse zu verstehen. Nur so können eventuelle Hindernisse für das Spenden abgebaut werden. Im Folgenden werden jeweils Spendende und spendenbereite Nicht-Spendende verglichen.

Abbildung 24 veranschaulicht, inwieweit Spendende und spendenbereite Nicht-Spendende vier genannten Motiven für das Spenden zustimmen.

Zunächst zeigt sich, dass sich Spendende und spendenbereite Nicht-Spendende in der Zustimmung zu dem Motiv „Beitrag zur Not“ kaum unterscheiden. In beiden Gruppen stimmen rund 80 Prozent der Befragten der Aussage „Durch Spenden möchte ich einen kleinen Beitrag dazu leisten, die Not von Bedürftigen zu reduzieren“ *voll und ganz* oder *eher* zu.

Die Wahrnehmung, dass Spenden selbstverständlich sei, ist wiederum unter Spendenden etwas weiter verbreitet; hier stimmen 37 Prozent der Aussage „Für mich sind Spenden ganz selbstverständlich“ *voll und ganz* zu. Unter spendenbereiten Nicht-Spendenden sind es 21 Prozent.

Abbildung 24 Motive für Spenden



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Skala: von „Stimme überhaupt nicht zu“ (dunkelblau), „Stimme eher nicht zu“, „Bin unentschieden“, „Stimme etwas zu“ bis „Stimme voll und ganz zu“ (grau). MW = Mittelwert. Die genaue Formulierung der Motive findet sich in Tabelle 57 im Online-Anhang.

Auffallend ist auch, dass spendenbereite Nicht-Spendende einen erhöhten Beteiligungsbedarf haben. Rund 50 Prozent der Befragten dieser Gruppe geben an, dass sie gerne an Projekte spenden würden, an denen sie sich selbst beteiligen können. Im Vergleich dazu sind es bei Spendenden nur rund ein Drittel der Befragten. Der Beteiligungsbedarf kann als eine Form der gewünschten Selbstwirksamkeit verstanden werden, was sowohl für die Unterstützung von Entwicklungszusammenarbeit (siehe Schneider und Gleser, 2018) als auch für nachhaltigen Konsum eine entscheidende Rolle spielt (siehe Kapitel 3.3).

Ebenfalls auffällig ist, dass spendenbereite Nicht-Spendende einen vergleichsweise hohen Informationsbedarf haben. 44 Prozent dieser Gruppe stimmen der Aussage „Wenn ich Geld spende, möchte ich genaue

Informationen über das Projekt“ *voll und ganz* zu, in der Gruppe der Spendenden sind es mit 33 Prozent etwas weniger.

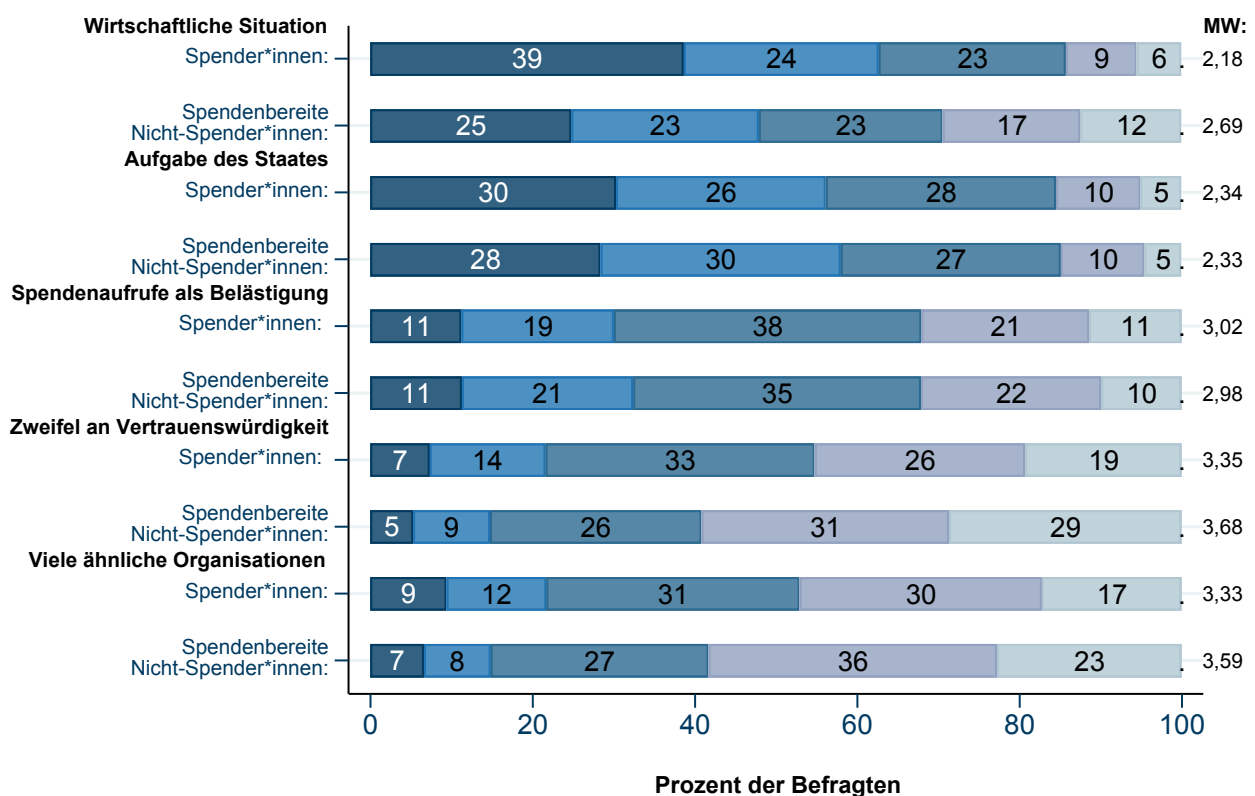
Hindernisse: Unklarheit über die Vertrauenswürdigkeit von Organisationen

Wenn es darum geht, das Spendenpotenzial auszuschöpfen, spielen neben Motiven für Spenden auch mögliche Hindernisse eine wichtige Rolle. Im Folgenden werden fünf Hindernisse, die die Spendenbereitschaft reduzieren können, näher beleuchtet (siehe Abbildung 25).

Verfügbares Geld ist ein entscheidender Faktor, wenn es um die Möglichkeit zu spenden geht. Das zeigt sich auch in den Ergebnissen der Sonderbefragung. Während unter Spendenden nur 15 Prozent angeben, dass sie sich Spenden in ihrer aktuellen wirtschaftlichen Situation nicht leisten können, sind es in der Gruppe der spendenbereiten Nicht-Spendenden mit 30 Prozent rund doppelt so viele. Dieser Zusammenhang verdeutlicht, dass finanzielle Restriktionen die Möglichkeit zu spenden klar einschränken.

Weder die Wahrnehmung, dass Hilfe für die Ärmsten ausschließlich Sache des Staates ist, noch die Wahrnehmung, dass Spendenaufrufe eine Belästigung sind, scheinen entscheidende Faktoren für die Spendenbereitschaft zu sein. In beiden Faktoren unterscheiden sich Spendende und spendenbereite Nicht-Spendende kaum.

Abbildung 25 Hindernisse zu spenden



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Skala: von (1) „Stimme überhaupt nicht zu“ (dunkelblau) über (2) „Stimme eher nicht zu“, (3) „Bin unentschieden“, (4) „Stimme etwas zu“ bis (5) „Stimme voll und ganz zu“ (grau). MW = Mittelwert.

Auffallende Unterschiede gibt es jedoch in der Einschätzung über die Klarheit, welche Organisationen tatsächlich vertrauenswürdig sind. Während 45 Prozent der Spendenden der Aussage „Ich bin unsicher, welchen gemeinnützigen Organisationen ich wirklich vertrauen kann“ zustimmen, sind es 60 Prozent der Nicht-Spendenden. Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass es unter den Nicht-Spendenden eine deutlich höhere Unsicherheit über die Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen gibt. Es wird außerdem das Ergebnis aus dem vorherigen Abschnitt bestätigt, in dem festgestellt wurde, dass diese Gruppe einen höheren Informationsbedarf hat.

Auch die etwas höhere Zustimmung der spendenbereiten Nicht-Spendenden zu der Aussage „Es gibt so viele ähnliche Organisationen, dass ich mich nur schwer entscheiden kann“, bestätigt diesen Eindruck.

Umfrageexperiment: Steigern Spendensiegel die Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen?

Die Ergebnisse des vorherigen Abschnitts haben gezeigt, dass viele spendenbereite Nicht-Spendende Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen als Hindernis für ihre Spendentätigkeit nennen. Um zu untersuchen, ob zusätzliche Informationen über die Vertrauenswürdigkeit einer Organisation die Spendentätigkeit dieser Zielgruppe erhöhen können, wurde in einem eigenen Umfrageexperiment untersucht, ob Spendensiegel auf das Spendenverhalten wirken. Siegel werden bereits in vielen Konsumbereichen genutzt, um Konsument*innen über die Produktqualität oder Herstellungsstandards zu informieren (siehe Kasten 11 für einen Überblick zu Textilsiegeln).

Bisherige Studien kommen zu unterschiedlichen Ergebnissen und lassen somit keine konkreten Schlüsse auf den Effekt einer Zertifizierung zu (Adena et al., 2019; Vollan et al., 2017).

Kasten 11 Exkurs: Die öffentliche Meinung zu Textilsiegeln

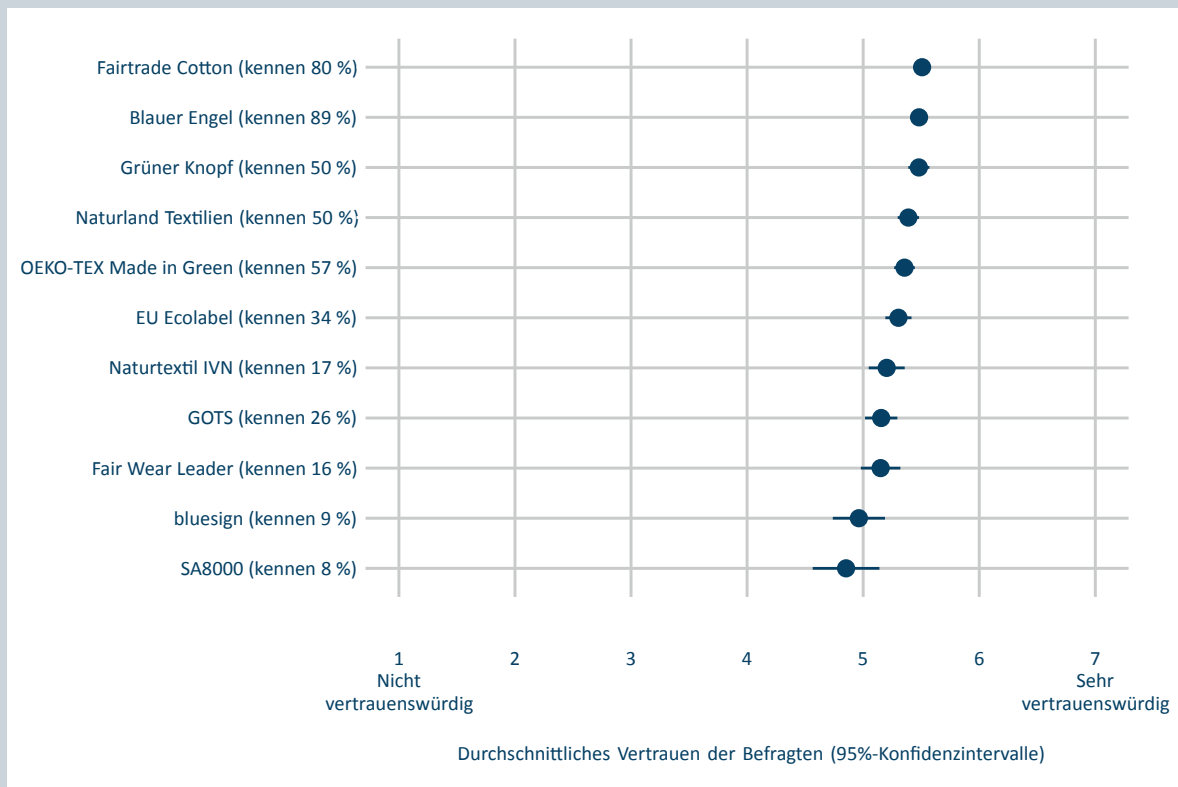
Textilsiegel können den Konsument*innen dabei helfen, gezielt nachhaltige Kleidungsstücke auszuwählen. Damit dies gelingt, müssen die Siegel erstens in der Bevölkerung bekannt sein und zweitens deren Vertrauen genießen (Larceneux et al., 2012; Taufique et al., 2017). Als ein neues staatliches Textilsiegel ist in diesem Zusammenhang auch der „Grüne Knopf“ beziehungsweise dessen Bekanntheit und wahrgenommene Verlässlichkeit interessant.

Vor diesem Hintergrund wurde in der Umfrage zu nachhaltigem Konsum im November 2021 in einem ersten Schritt danach gefragt, welche der gängigen Textilsiegel den Bürger*innen bekannt sind. Dabei wurde zwischen „ist mir bekannt“ und „ist mir bekannt und ich weiß, welche Kriterien bei dem Siegel garantiert werden“ unterschieden. In einem zweiten Schritt sollten die Befragten dann angeben, wie sehr sie den ihnen bekannten Siegeln vertrauen.

„Blauer Engel“ mit 89 Prozent und „Fairtrade Cotton“ mit 80 Prozent sind mit deutlichem Abstand die Siegel, die in der Bevölkerung am bekanntesten sind (siehe Abbildung 26). Es folgen „Oekotex“ mit 57 Prozent sowie „Naturland Textilien“ und der „Grüne Knopf“ mit jeweils 50 Prozent Bekanntheit. Die übrigen Siegel wurden alle deutlich seltener als bekannt angegeben.

Insgesamt genießen die Siegel hohes Vertrauen unter denjenigen, die zuvor angegeben haben, ein spezifisches Siegel zu kennen (siehe Mittelwerte in Abbildung 26). Insbesondere bei den in der Bevölkerung bekannten Siegel gibt es dabei kaum Unterschiede. Das durchschnittliche Vertrauen bewegt sich auf einer Skala von 1 (*nicht vertrauenswürdig*) bis 7 (*sehr vertrauenswürdig*) zwischen 5,51 für „Fairtrade Cotton“ und 5,36 für „Oeko-Tex“. Auch den weniger bekannten Siegeln wie „Blue Sign“ (9 % Bekanntheit) oder „SA8000“ (8 % Bekanntheit) wird tendenziell vertraut, ihre Mittelwerte liegen deutlich über der Skalenmitte (4). Hinzu kommt, dass rund 46 Prozent der Befragten der Aussage „Wenn ein Kleidungsstück mit einem Nachhaltigkeitssiegel zertifiziert ist, dann kann ich mich darauf verlassen, dass es nachhaltiger produziert ist als ein Kleidungsstück ohne Siegel“ (eher) zustimmen (Analyse nicht abgebildet).

Selbst unter der Annahme, dass die Bekanntheit möglicherweise durch fehlerhafte Erinnerung (soziale Erwünschtheit; Holyk, 2008) oder auch durch Internetrecherchen überschätzt wird (Smith et al., 2020) und den Befragten Detailkenntnisse zu den Siegeln fehlen, deuten die Daten darauf hin, dass Textilsiegel den Konsument*innen aufgrund des hohen Vertrauens eine Orientierungshilfe beim Kauf von Kleidung und Textilien bieten.

Abbildung 26 Bekanntheit von Textilsiegeln und Vertrauen in diese

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der ResponDi-Umfrage im November 2021; N = 2.010. Abgebildet sind die Mittelwerte (95%-Konfidenzintervalle) auf einer Skala von 1 = „nicht vertrauenswürdig“ bis 7 = „sehr vertrauenswürdig“ für Befragte, die angaben, das jeweilige Siegel zu kennen. Die Bekanntheit der Siegel unter allen Befragten wird in Klammern angegeben (Anteil „ist mir bekannt“ und „ist mir bekannt und ich weiß, welche Kriterien bei dem Siegel garantiert werden“ kumuliert).

Interessant ist hierbei im Zusammenhang mit EZ außerdem, ob die Konsument*innen dem Portal „Siegelklarheit“ vertrauen beziehungsweise es nutzen. Dieses Portal ist eine Initiative der Bundesregierung und soll dazu dienen, Klarheit über die Aussagekraft, den Inhalt und die Qualität von Umwelt- und Sozialsiegeln zu schaffen (www.siegelklarheit.de). Bisher ist das Portal jedoch nur wenig bekannt – knapp 10 Prozent der Befragten geben an, es zu kennen. Von diesen 10 Prozent geben wiederum nur 10 Prozent an, dass sie das Portal bisher genutzt haben.

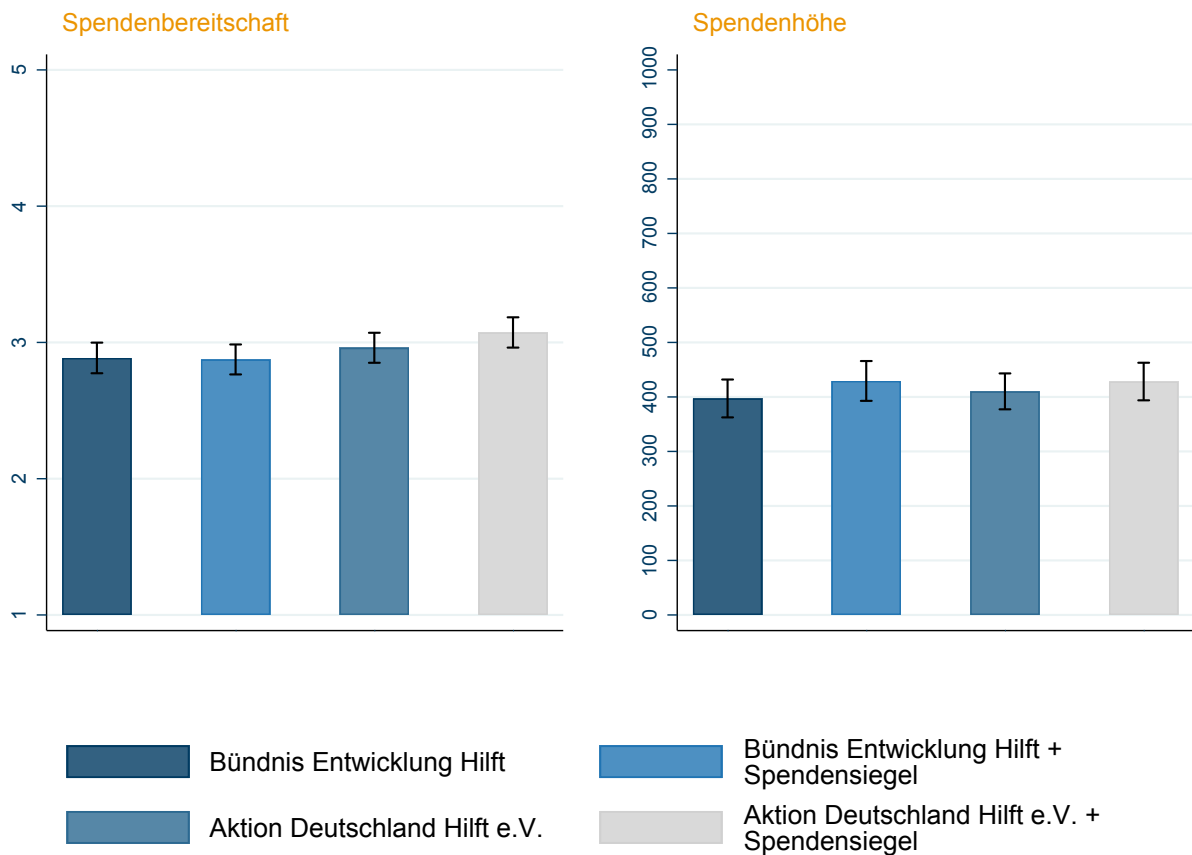
Um die Wirkung von Spendensiegeln weiter zu beleuchten, wurde ein repräsentatives Umfrageexperiment durchgeführt (siehe Kasten 12 für eine Beschreibung des Experiments).

Kasten 12 Umfrageexperiment Spendensiegel

Ziel des durchgeführten Experiments war es zu erfassen, inwieweit Spendensiegel die Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen und die Spendenbereitschaft für diese Organisationen erhöhen können. Hierfür wurden 1.600 Personen in einer repräsentativen Online-Umfrage zufällig in vier Gruppen unterteilt. Zwei der vier Gruppen erhielten Informationen über eine von zwei Spendenorganisationen („Bündnis Entwicklung Hilft“ oder „Aktion Deutschland Hilft“.). Zusätzlich wurde ihnen mitgeteilt, dass diese Organisationen durch das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI) zertifiziert sind. Die anderen beiden Gruppen erhielten dieselben Informationen über die beiden Spendenorganisationen, aber keine Angaben darüber, ob die jeweilige Organisation durch ein Spendensiegel zertifiziert ist.

Im Anschluss wurden alle Teilnehmenden gefragt, ob sie grundsätzlich bereit wären, für die jeweilige Organisation zu spenden und welchen Betrag (ab 10 Euro) sie hierfür in einem hypothetischen Szenario einsetzen würden. Genaue Informationen über den Aufbau des Experiments befinden sich in Abschnitt 2.2.3 im Online-Anhang dieses Berichts.

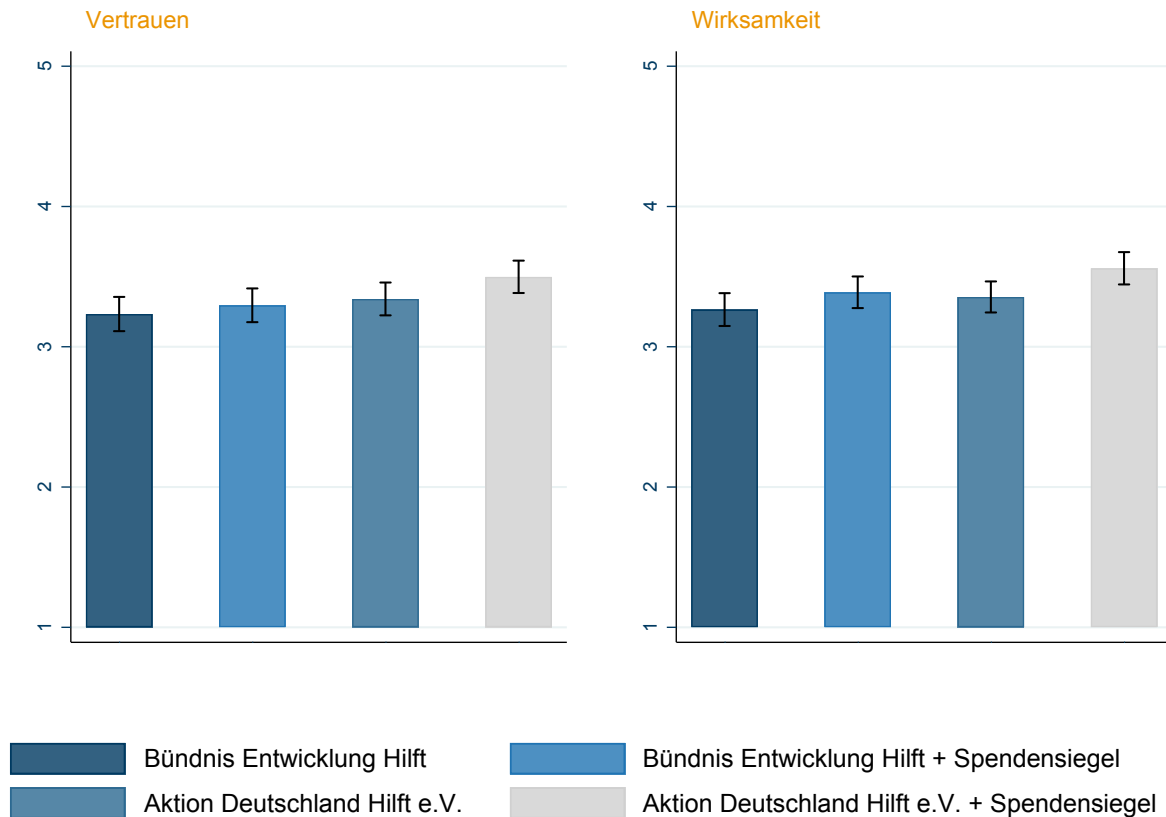
Abbildung 27 Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis einer ResponDi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). Abhängige Variable (links): Spendenbereitschaft; Kategorien: „Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für [das Bündnis Entwicklung Hilft] [die Aktion Deutschland Hilft] zu spenden.“, gemessen auf einer Skala von (1) = „Stimme überhaupt nicht zu“ bis (5) = „Stimme voll und ganz zu“. Abhängige Variable (rechts): Spendenhöhe; Frage: „Im Anschluss an die Befragung findet eine Verlosung statt. Die Gewinnerin oder der Gewinner der Verlosung erhält 10 Euro, die in Mingle-Punkten [Anmerkung der Autor*innen: Dabei handelt es sich um die Belohnung des Befragungsinstituts für die Teilnahme an Befragungen] 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.“

Im Experiment haben Spendensiegel das Spendenverhalten gegenüber einer bestimmten entwicklungspolitischen Organisation nicht signifikant erhöht. Abbildung 27 (links) zeigt, dass die durchschnittliche Spendenbereitschaft in den Gruppen, die Informationen darüber erhalten haben, dass die jeweilige Organisation durch das Spendensiegel zertifiziert ist, etwas höher ausfällt. Dieser Unterschied zu den Gruppen, die keine Informationen über die Zertifizierung mit dem Spendensiegel erhalten haben, ist aber nicht statistisch signifikant (siehe dazu auch den Eintrag „statistische Signifikanz“ im Glossar). Bei der durchschnittlich angegebenen Spendenhöhe (in der Abbildung rechts) zeigt sich ein ähnliches Bild. Auch diese ist in den Gruppen, die die Information über die Zertifizierung durch das Spendensiegel erhalten haben, etwas höher, unterscheidet sich aber nicht signifikant von den jeweiligen Vergleichsgruppen.

Abbildung 28 Effekt von Spendensiegeln auf Vertrauen und Wirksamkeitseinschätzung



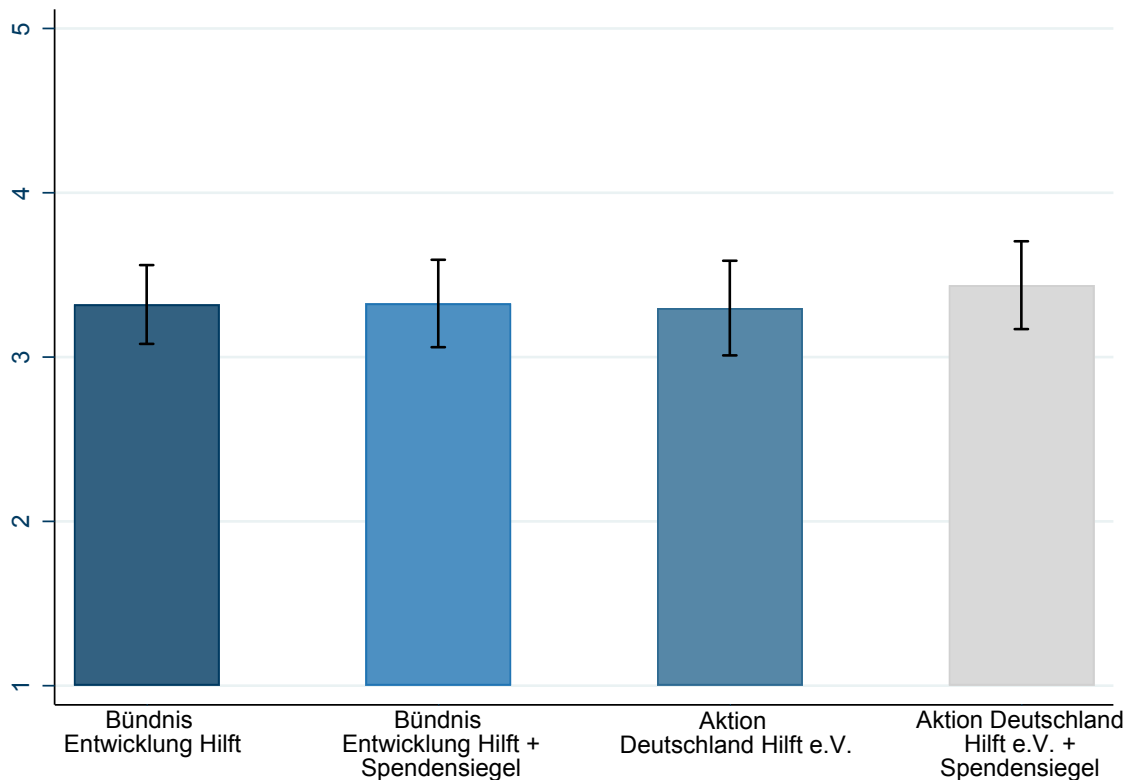
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis einer ResponDi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). Abhängige Variable (links): Vertrauen; Aussage: „Ich vertraue der Organisation, dass Sie mit den anvertrauten Geldern sorgfältig und verantwortungsvoll umgeht.“ Abhängige Variable (rechts): Wirksamkeit. Aussage: „Ich denke, dass die anvertrauten Gelder wirksam eingesetzt werden“. Jeweils gemessen auf einer Skala von (1) = „Stimme überhaupt nicht zu“ bis (5) = „Stimme voll und ganz zu“.

Anders sieht es bei zwei weiteren Faktoren aus: Wie die Ergebnisse in Abbildung 28 zeigen, können sowohl das Vertrauen in die Organisation als auch die Einschätzung, dass diese Organisation wirksam ist, durch eine Zertifizierung signifikant erhöht werden. Statistisch signifikant ist der Unterschied allerdings nur für die Organisation Aktion Deutschland Hilft. Für die Organisation Bündnis Entwicklung Hilft zeigen sich hingegen keine signifikanten Unterschiede.

Die Ergebnisse in Abschnitt 3.2.3 haben verdeutlicht, dass besonders die Gruppe der spendenbereiten Nicht-Spendenden Informationsbedarf zur Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen hat. Ob das Spendensiegel hier einen Effekt hat, geht aus Abbildung 29 hervor.

Wie auch in der gruppenunspecifischen Darstellung (Abbildung 27) zeigt sich hier nur eine leicht höhere Spendenbereitschaft bei den Personen, die Informationen über die Zertifizierung durch das Spendensiegel erhalten haben. Auch dieser Unterschied zu den Personen, die keine Informationen über die Zertifizierung erhalten haben, ist nicht signifikant.

Die Ergebnisse in diesem Abschnitt deuten darauf hin, dass das Spendenverhalten kurzfristig nur schwer durch externe Informationen über die Seriosität der Organisation gesteigert werden kann. Gleichzeitig zeigen sie, dass die wahrgenommene Vertrauenswürdigkeit und die wahrgenommene Wirksamkeitseinschätzung sehr wohl kurzfristig durch eine Zertifizierung mit dem DZI-Spendensiegel erhöht werden können. Andere Studien haben bereits gezeigt, dass diese beiden Faktoren das Spendenverhalten längerfristig beeinflussen können (Alhidari et al., 2018; Chaudhry et al., 2021). Somit sind Spendensiegel durchaus als ein Mittel zu sehen, mit dem das Spendenverhalten langfristig erhöht werden kann.

Abbildung 29 Effekt von Spendensiegeln auf die Spendenbereitschaft in der Gruppe „Spendenpotenzial“

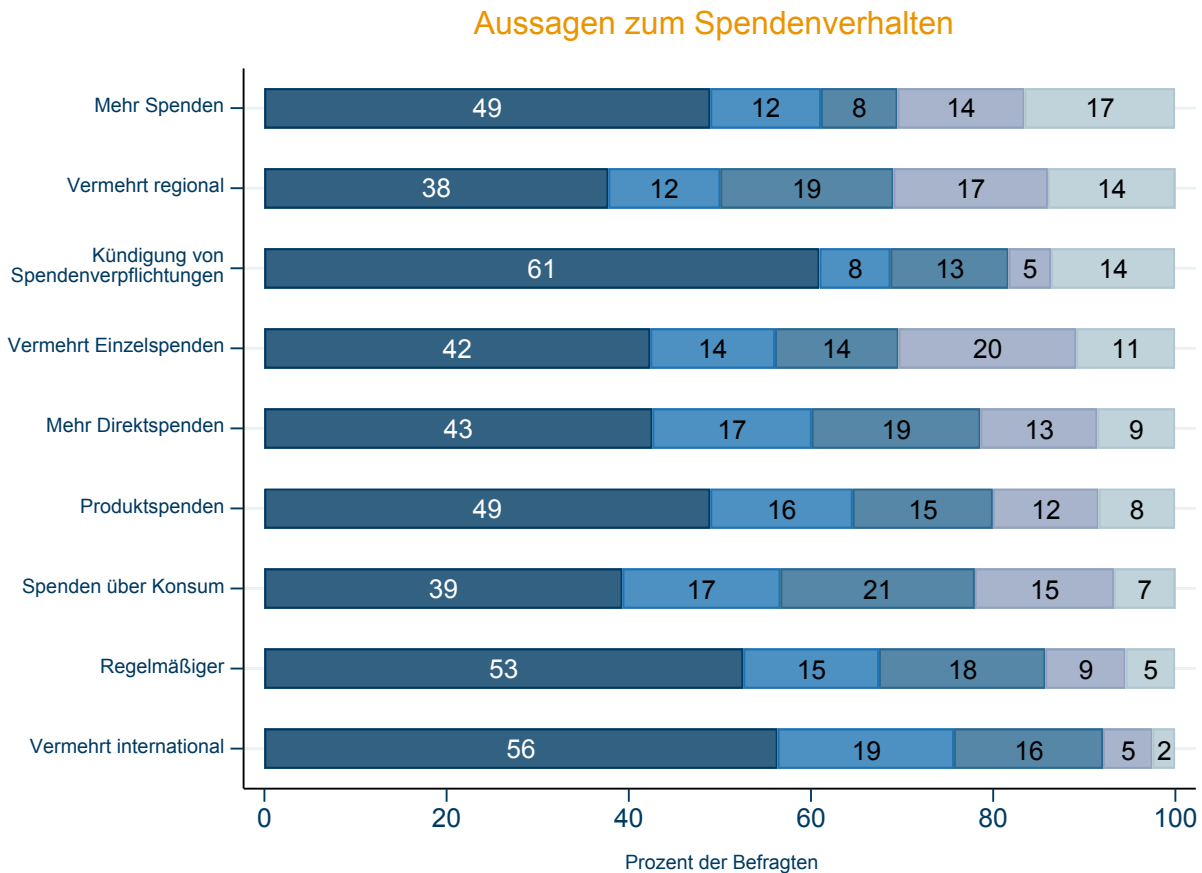
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis einer Respondi-Erhebung im Februar 2022 (N = 1.600). Abhängige Variable: Spendenbereitschaft; Aussage: „Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für [das Bündnis Entwicklung Hilft] [die Aktion Deutschland Hilft] zu spenden“, gemessen auf einer Skala von (1) = „Stimme überhaupt nicht zu“ bis (5) = „Stimme voll und ganz zu“.

3.2.5 Exkurs: Welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie auf die Spendenbereitschaft?

Abschließend soll beleuchtet werden, wie die Corona-Pandemie die Spendenbereitschaft beeinflusst hat. Abbildung 18 und 19 haben bereits gezeigt, dass das Spendenvolumen von 2019 auf 2020 leicht gestiegen ist, der Anteil der Spendenden sich aber nicht verändert hat. Daraus ergibt sich, dass der beobachtete Anstieg im gesamten Spendenvolumen besonders auf vermehrte Spenden von Spendenden, aber nicht auf das Spenden von Neu-Spendenden zurückzuführen ist.

Um der Frage nachzugehen, wie die Bürger*innen den Einfluss der Corona-Pandemie auf ihr Spendenverhalten wahrnehmen, wurden die Teilnehmenden des GfK Charity Panels in der Sonderbefragung im Dezember 2020 und Januar 2021 befragt, inwieweit sich ihr Spendenverhalten durch die Corona-Pandemie verändert hat. Sie sollten unter anderem angeben, ob sie nun mehr Geld spenden, ob sich der Fokus ihrer Spenden verändert hat und ob sie andere Spendenwege nutzen, beispielsweise die Spende als Teil einer Kaufentscheidung oder die Direktspende an „Hilfsbedürftige“.

Abbildung 30 Einfluss der Corona-Pandemie auf das Spendenverhalten



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Skala: (1) = „Stimme überhaupt nicht zu“ (dunkelblau), (2) = „Stimme eher nicht zu“, (3) = „Bin unentschieden“, (4) = „Stimme etwas zu“, (5) = „Stimme voll und ganz zu“ (grau).

Zunächst muss festgehalten werden, dass die Zustimmung zu allen Aussagen in Abbildung 30 eher gering ist. Jeweils mindestens 50 Prozent der Befragten geben an, dass sie den einzelnen Aussagen (*überhaupt*) nicht zustimmen. Der Großteil der Befragten denkt also, dass die Corona-Pandemie keinen großen Einfluss auf ihr Spendenverhalten hatte.

Entwicklungspolitisch relevant ist hierbei, dass die Befragten angeben, vermehrt für regionale Organisationen und Zwecke zu spenden. Gleichzeitig ist die Zustimmung zur Aussage „Ich spende vermehrt für internationale Organisationen und Zwecke“ mit Abstand am geringsten. Beide Ergebnisse legen einen stärkeren Fokus der Spenden auf lokale Herausforderungen nahe.

3.2.6 Zusammenfassung

Die Ergebnisse dieses Kapitels haben gezeigt, dass der Anteil der Spendenden in den letzten Jahren stetig abgenommen hat, und das massiv: Spendeten 2005 noch knapp 50 Prozent der Bevölkerung, waren es 2020 nur noch etwas unter 30 Prozent. Auffallend ist auch, dass besonders ältere Menschen (60 Jahre und älter) spenden. Möglicherweise stehen beide Befunde in einem Zusammenhang. Es könnte sein, dass die Gruppe der heute über 60-Jährigen einer Generation von Spendenden angehört und der Anteil dieser Generation im Zeitverlauf immer weiter abnimmt, was den sinkenden Anteil an Spendenden zumindest teilweise erklären könnte.

Neue potenzielle Spendende müssen angesprochen werden, um dem Trend der sinkenden Zahl Spendender entgegenzuwirken. Wie die Ergebnisse dieses Kapitels zeigen, liegt das Potenzial hier bei knapp unter 30 Prozent der Bevölkerung. Es kann gehoben werden, indem vorhandene Informations- und Beteiligungsbedarfe – welche erneut die Relevanz des Gefühls der Selbstwirksamkeit betonen – angesprochen werden. (Spenden-)Siegel beispielsweise bieten schnelle Auskunft über die Vertrauenswürdigkeit und Qualität

von Organisationen und kommen somit infrage, um einen vorhandenen Informationsbedarf zu decken. Die Ergebnisse des Umfrageexperiments zeigen aber, dass Siegel nur teilweise dazu beitragen, das Spendenpotenzial zu heben. So erhöhen sie zwar das Vertrauen und die Wirksamkeitseinschätzung von Spendenorganisationen, können aber die Spendenbereitschaft für zertifizierte Organisationen nicht unmittelbar steigern. Dabei sollten aber nicht die Ergebnisse früherer Studien vergessen werden, die gezeigt haben, dass Vertrauen in Organisationen sowie die Einschätzung ihrer Wirksamkeit Faktoren sind, die das Spendenverhalten langfristig beeinflussen können (Alhidari et al., 2018; Chaudhry et al., 2021).

Die Beteiligungsbedarfe der spendenbereiten Nicht-Spendenden können als ein Wunsch nach Selbstwirksamkeit interpretiert werden. Dass Selbstwirksamkeit ein entscheidender Faktor für entwicklungspolitisches Engagement und EZ-Unterstützung ist, zeigt sich auch in den anderen Kapiteln dieses Berichts und wird besonders in Kapitel 3.3 prominent beleuchtet. Das Gefühl der Selbstwirksamkeit kann gestärkt werden, indem die Wirkung des Beitrags des Einzelnen betont wird.

3.3 Fokusanalyse 2: Nachhaltiger Konsum

Kasten 13 Zentrale Ergebnisse: Nachhaltiger Konsum

- Nachhaltiger Konsum ist in der Eigenwahrnehmung der Bevölkerung weit verbreitet: 58 Prozent der Befragten geben an, in ihrem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit zu achten. Dabei umfasst nachhaltiger Konsum diverse Konsumbereiche (Nahrungsmittel, Kleidung und Finanzen) und geht mit verschiedenen Konsumphasen (Kaufabwägung, Entsorgung und konsumpolitisches Engagement) über den Kauf und die Nutzung nachhaltiger Produkte hinaus.
- 71 Prozent der Befragten wollen gerne nachhaltiger konsumieren. Potenzial zur Steigerung von nachhaltigem Konsum zeigt sich besonders bei Kleidung.
- Die Bevölkerung glaubt, dass nachhaltiger Konsum zur Bewältigung entwicklungspolitischer Herausforderungen beitragen kann.
- Eine Analyse basierend auf der *Theory of planned behaviour* (TPB) zeigt, dass nachhaltiger Konsum in einem positiven Zusammenhang mit ausgeprägtem Nachhaltigkeitsbewusstsein, dem Gefühl, nachhaltig konsumieren zu können, ausgeprägten subjektiven Normen und hohen wahrgenommenen (konsumpolitischen) Einflussmöglichkeiten steht.
- Eine mögliche Hürde für die Steigerung von nachhaltigem Konsum ist, dass das Gefühl, nachhaltig konsumieren (wahrgenommene Handlungskontrolle) und persönlich oder politisch Einfluss nehmen zu können (Selbstwirksamkeit), in der Bevölkerung eher gering ausgeprägt ist.
- Sowohl privaten als auch politischen und wirtschaftlichen Akteuren wird zwar eine große Einflussmöglichkeit auf die Steigerung des nachhaltigen Konsums zugesprochen, doch ist das Vertrauen, dass sie ihren Einfluss auch geltend machen, gering.
- Die Bevölkerung unterstützt konsumpolitische Forderungen, die Unternehmen und politische Akteure in die Pflicht nehmen.

Produktion und Konsum gelten als Motor der Weltwirtschaft. Sie bergen aber die Gefahr, die ökologischen, sozialen und ökonomischen Lebensgrundlagen auf der Erde zu erschöpfen, wenn Ressourcen nicht nachhaltig genutzt werden. Die SDGs zielen deshalb unter anderem darauf ab, nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster zu fördern, um mit den knappen Ressourcen des Planeten so umzugehen, dass sie auch für zukünftige Generationen erhalten bleiben (SDG 12; Vereinte Nationen, 2015).

Der aktuelle Bericht der Vereinten Nationen zum Fortschritt der SDGs konstatiert allerdings einen weiterhin wachsenden Material-Fußabdruck⁴⁷, die Verschwendung von Nahrungsmitteln und ein steigendes Müllaufkommen (Vereinte Nationen, 2020). In Anbetracht der schädlichen Auswirkungen des aktuellen Konsumverhaltens und der zugrunde liegenden Produktionsverhältnisse spielt nachhaltiger Konsum entsprechend eine wichtige Rolle.

Kasten 14 Grenzen individueller Beitragsmöglichkeiten zu nachhaltiger Entwicklung durch Konsum

Nachhaltiger Konsum wird zum Teil durch staatliche entwicklungspolitische Maßnahmen wie das Lieferkettengesetz oder Siegel wie das Textilsiegel „Grüner Knopf“ unterstützt (siehe dazu z. B. BMZ, 2019a, 2019b, 2020). Privatwirtschaftliche Akteure können ihrerseits einen wichtigen Beitrag leisten, indem sie über nachhaltig erstellte Produkte und Dienstleistungen die Basis für nachhaltige Konsumententscheidungen der Bürger*innen bereitstellen. Zur Einordnung des möglichen individuellen Einflusses auf eine nachhaltige Entwicklung durch nachhaltigen Konsum ist es deshalb wichtig, externe Einflussfaktoren auf das Konsumverhalten nicht auszublenden. Untermauert wird dies von Studien, die zeigen, dass insbesondere staatliche Anreize beziehungsweise externe Faktoren für nachhaltige Konsumententscheidungen relevant sind (zu Preisanreizen siehe Liebe et al., 2016; zu Gesetzen und Standards siehe z. B. Grunwald, 2010; Thøgersen, 2010).

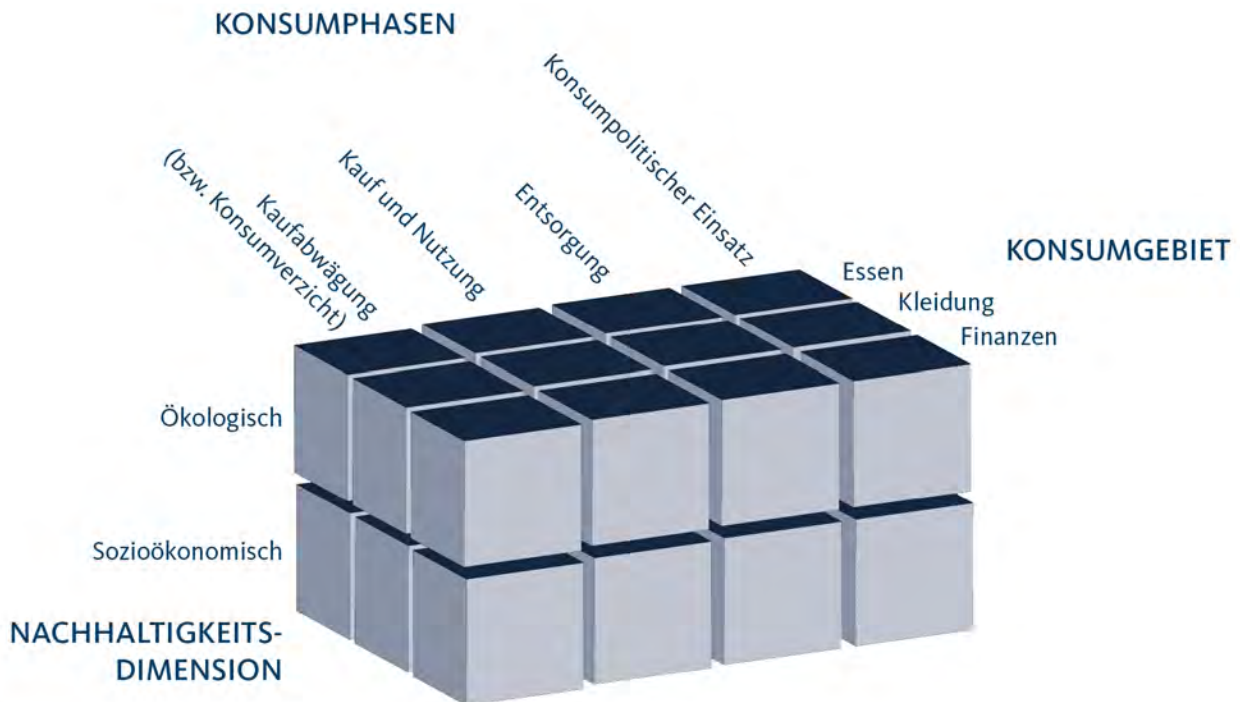
Hinzu kommt, dass der Einfluss von Konsument*innen auch im Falle nachhaltigen Konsums begrenzt ist (Austgulen, 2016; Partzsch et al., 2019; Partzsch und Kemper, 2019; zum Behaviour-Impact-Gap siehe z. B. Csutora, 2012; Holden, 2004). Da es besonders wettbewerbs- und steuerrechtliche Faktoren sind, die die Bedingungen entlang der Produktionsketten sowie die Preissetzung bestimmen, liegt es in der Verantwortung der Politik und Wirtschaft, diese großen Stellschrauben im Sinne der Nachhaltigkeit zu bedienen. Genauso ist es eine politische Frage, inwieweit Sozial- und Umweltkosten externalisiert oder in die Kaufpreise einkalkuliert werden (Schüller, 2021; siehe z. B. auch die CO₂-Bepreisung).

Entsprechend sollte der Einfluss von Individuen im Vergleich zum Einfluss von Politik und Wirtschaft realistisch eingeschätzt und eine Verschiebung der Verantwortung von der systemischen hin zur individuellen Ebene vermieden werden.

Nachhaltigkeit wird in der bisherigen Forschung vor allem auf ökologische Aspekte reduziert. Während in verschiedenen Publikationen beispielsweise das Umweltbewusstsein der Bevölkerung (BMUV, 2022) untersucht wird, gibt es bisher keine umfangreichen Erkenntnisse darüber, wie der Beitrag von nachhaltigem Konsum zur Bekämpfung von entwicklungspolitischen Herausforderungen wie globaler Ungleichheit oder Flucht und Migration wahrgenommen wird. Anders ausgedrückt: Sehen die Bürger*innen, dass ihr eigener Konsum globale Auswirkungen hat? Besonders im Kontext von EZ ist es dabei wichtig, Nachhaltigkeit in all ihren verschiedenen Facetten – sozial, ökologisch und ökonomisch – zu begreifen. Auf diese Weise werden die Auswirkungen des eigenen Konsums auf die Arbeitsbedingungen der Produzierenden und die Förderung nachhaltiger Wirtschaftssysteme und damit wichtige soziale Probleme wie Zwangs- oder Kinderarbeit mit einbezogen (siehe dazu auch SDG 8; Vereinte Nationen, 2015; Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie; Bundesregierung, 2020).

⁴⁷ Material-Fußabdruck bezeichnet die Menge an Primärstoffen, die benötigt wird, um die materiellen Grundbedürfnisse der Menschen zu decken (Vereinte Nationen, 2020).

Abbildung 31 Würfelmodell nachhaltigen Konsumverhaltens



Quelle: DEval, eigene Darstellung, angelehnt an Geiger et al. (2018).

Nachhaltiger Konsum geht dabei über den Kauf von Konsumgütern hinaus. Auch Konsumverzicht, konsumpolitisches Engagement oder nachhaltige Geldanlagen sind bewusste Entscheidungen, die in diesem Bereich Wirkung entfalten. Das Würfelmodell nachhaltigen Konsumverhaltens (*cube model of sustainable consumption behaviour*; Geiger et al., 2018) empfiehlt deshalb, nachhaltigen Konsum mehrdimensional zu erfassen. Wie in Abbildung 31 zu sehen, werden in diesem Bericht daran angelehnt folgende Aspekte in Betracht gezogen:

1. Nachhaltigkeitsdimensionen: ökologische und sozioökonomische⁴⁸ Dimension.
2. Konsumphasen: Kaufabwägung (bzw. Konsumverzicht), Kauf und Nutzung, Entsorgung, konsumpolitischer Einsatz.
3. Konsumgebiet: Essen, Kleidung, Finanzen.

Nachhaltiges Konsumverhalten wird im Folgenden verstanden als „individuelle Handlungen zur Bedürfnisbefriedigung in verschiedenen Lebensbereichen durch Erwerb, Nutzung und Entsorgung von Waren und Dienstleistungen, die die ökologischen und sozioökonomischen Lebensbedingungen anderer Menschen (derzeit oder in Zukunft) nicht gefährden“ (siehe dazu auch Bundesregierung, 2019). Der Fokus liegt dabei auf einem nachhaltigen Konsum, der eine möglichst direkte wahrgenommene Verbindung zu den Ländern des globalen Südens beziehungsweise der EZ hat. Er umfasst Konsumgüter wie Lebensmittel, Kleidung und Finanzdienstleistungen, da deren Zusammenhang mit Fragen globaler Nachhaltigkeit im Bewusstsein der Bürger*innen im Vergleich zu Konsumgütern aus dem Bereich Wohnen und Mobilität offensichtlicher sein dürfte.

⁴⁸ Um die Komplexität der Erfassung und die Anzahl der zu beantwortenden Items in einem angemessenen Verhältnis zu belassen, werden die soziale und ökonomische Dimension in diesem Modell zu einer sozioökonomischen Dimension zusammengefasst.

Vor diesem Hintergrund ist es aus entwicklungspolitischer Perspektive zum einen wichtig zu verstehen, in welchem Maße die Bürger*innen nachhaltig konsumieren. Dieses Orientierungswissen ermöglicht es zu ermitteln, wie die Bürger*innen dabei unterstützt werden können, nachhaltiger zu konsumieren, sodass mögliche negative Folgen nicht-nachhaltiger Konsumentscheidungen minimiert werden können.

Zum anderen bietet nachhaltiger Konsum die Möglichkeit, globale Interdependenzen alltagsnah zu erfahren. Über die globalen Auswirkungen nachhaltigen Konsums können mögliche Anknüpfungspunkte aufgezeigt werden, um Bürger*innen ihr alltägliches Handeln als verbunden mit dem globalen Süden erleben zu lassen. Eine Frage, die dabei aufgeworfen wird, ist zum Beispiel: „Was hat mein Kaffeekonsum mit globaler Armut zu tun?“

Dafür beschäftigt sich dieses Kapitel übergeordnet mit folgenden Fragen:

1. Wie gestaltet sich der nachhaltige Konsum in der Bevölkerung Deutschlands?
2. Welches Potenzial besteht, nachhaltigen Konsum zu steigern?
3. Welchen Zusammenhang sieht die Bevölkerung zwischen nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung?
4. Welche psychologischen Einflussfaktoren können nachhaltiges Konsumverhalten erklären?
5. Welche Rolle schreibt die Bevölkerung verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren bezüglich nachhaltigen Konsums zu?
6. Welche konsumpolitischen Forderungen unterstützt die Bevölkerung?

3.3.1 Wie gestaltet sich der nachhaltige Konsum in der Bevölkerung Deutschlands?

Da nachhaltiger Konsum nicht für alle Menschen dasselbe bedeutet, wird im ersten Abschnitt dieses Unterkapitels dargestellt, was die Bevölkerung unter nachhaltigem Konsum versteht und ob sie die Verbindung von nachhaltigem Konsum und Entwicklungspolitik wahrnimmt. Anschließend wird der tatsächliche nachhaltige Konsum der Bürger*innen angelehnt an das Würfelmodell von Geiger et al. (2018) differenziert dargestellt. So besteht die Möglichkeit, die Relevanz und die Verschränkungen der verschiedenen Nachhaltigkeitsdimensionen, Konsumphasen und Konsumgebiete herauszuarbeiten.

Nachhaltiger Konsum ist aus Sicht der Bevölkerung facettenreich

Zur empirischen Annäherung an das Würfelmodell (siehe Abbildung 31) wurden zunächst Fokusgruppendifkussionen durchgeführt. Mit ihnen sollten die Sichtweisen der Bevölkerung auf nachhaltigen Konsum möglichst breit erfasst werden (siehe Fitzpatrick und Mayer, 2020).⁴⁹

Kasten 15 Charakteristika der Fokusgruppen

Es wurden drei Gruppendiskussionen mit jeweils sechs Teilnehmenden durchgeführt. Um ein offenes Gesprächsklima zu gewährleisten und das Sprechen über eventuell schambehaftete Themen zu erleichtern, wurden die Gruppen bezüglich der jeweiligen Haushaltsnettoeinkommen möglichst homogen zusammengestellt – eine Gruppe mit geringem, eine mit mittlerem und eine mit hohem Haushaltsnettoeinkommen. Eine gewisse Heterogenität in der Zusammensetzung begünstigt das Aufkommen unterschiedlicher Meinungen. Hierfür wurde die Zusammensetzung der Teilnehmenden quotisiert, sodass ein ausgewogenes Verhältnis bezüglich Alter, Geschlecht und Ost-/West-Sozialisation

⁴⁹ Diese qualitative Methode eignet sich besonders gut, da das gewonnene Wissen überwiegend durch die Gesprächsteilnehmenden selbst und weniger durch die Forschenden geprägt wird. Durch den geringen Standardisierungsgrad der Methode wird die Gewichtung verschiedener Aspekte von den Teilnehmenden vorgenommen, und vorher unbekannte Sachverhalte können ans Tageslicht kommen.

garantiert war. Darüber hinaus sollten mindestens vier der Teilnehmenden eine grundsätzliche Affinität⁵⁰ zu nachhaltigem Konsum aufweisen, was letztlich bei allen Teilnehmenden gegeben war (für Details siehe Abschnitt 2.3.1 im Online-Anhang).

Die Ergebnisse der Fokusgruppendifkussionen haben gezeigt, dass nachhaltiges Konsumverhalten vorwiegend auf die Phasen „Kaufabwägung“, „Kauf und Nutzung“ und „Entsorgung“ bezogen wird. Dies spiegelt ein komplexes Verständnis von nachhaltigem Konsum in der Bevölkerung wider.

„Nachhaltiger Konsum ist für mich, nicht auf Kosten von anderen zu leben; überlegen, ob man das, was man kauft, wirklich auch braucht und nicht einfach loskaufen (...).“

Als Konsumgebiete wurden vor allem Nahrung und Kleidung genannt, aber auch Energie, Wasser, Mobilität und Wohnen wurden thematisiert. Das Thema Finanzen fand hingegen keine spontane Erwähnung. Bei allen Teilnehmenden dominierte – analog zur geringeren Präsenz der sozioökonomischen Komponente im wissenschaftlichen Diskurs – die ökologische Dimension von nachhaltigem Konsum. Ein Bewusstsein für die sozioökonomische Dimension war in allen drei Gruppen schwach ausgeprägt.

Nachhaltiger Konsum ist in der Bevölkerung in der Eigenwahrnehmung weit verbreitet

Um die explorativen Ergebnisse der Fokusgruppendifkussionen prüfen und quantifizieren zu können, wurde anschließend eine repräsentative Online-Umfrage durchgeführt (November 2021; N = 2.010). Hier zeigte sich zunächst, dass nachhaltiger Konsum in der Eigenwahrnehmung der Bevölkerung Deutschlands weit verbreitet ist: 58 Prozent der Befragten gaben an, zumindest teilweise nachhaltig zu konsumieren, 21 Prozent zeigten sich unentschieden und 22 Prozent konsumieren nach eigenen Angaben nicht nachhaltig.⁵¹

Ein steigendes Bewusstsein für nachhaltigen Konsum zumindest bezüglich des Kaufs nachhaltiger Produkte zeigt sich auch am zunehmenden Marktanteil fair gehandelter Produkte: von 2011 bis 2019 stieg deren Umsatz in Deutschland von 477 Millionen Euro auf 1,853 Milliarden Euro (Forum Fairer Handel, 2020). Selbst bei Kaffee – dem mit 30 Prozent umsatzstärksten fair gehandelten Produkt – liegt der Anteil am Gesamtumsatz nur bei 6 Prozent (Forum Fairer Handel, 2021). Auch im Abgleich mit den Auswirkungen des momentanen Konsumverhaltens zeigt sich, dass trotz der weiten Verbreitung nachhaltigen Konsums in der deutschen Bevölkerung der CO₂-Fußabdruck pro Person noch immer das Zehnfache des angestrebten Ziels von weniger als einer Tonne beträgt.⁵²

Um differenzierter auf die einzelnen Aspekte nachhaltigen Konsums einzugehen, wurde das Konsumverhalten der vergangenen 12 Monate angelehnt an das Würfelmodell mittels 24 Fragen abgefragt (für Details siehe Tabelle 68 bis 72 im Online-Anhang). Die drei Aspekte – Nachhaltigkeitsdimension, Konsumgebiet und Konsumphase – sind jeweils in Unterkategorien aufgeteilt, wodurch sich insgesamt neun Subskalen ergeben. Die Items können jeweils einer der Unterkategorien der drei Aspekte zugeordnet werden (siehe Abbildung 31 und Tabelle 69 im Online-Anhang). Anschließend wurden Skalenindizes aus den Items berechnet, die der jeweiligen Unterkategorie zugeordnet sind (für Angaben zu den Skalencharakteristika siehe Tabelle 70 im Online-Anhang).⁵³

⁵⁰ Operationalisiert mithilfe der Aussage „Ob bei Lebensmittel, Kleidung oder beim Carre-Mobilität, können werden möglich negative Auswirkungen auf Mensch und Umwelt, auch wenn es vielleicht etwas mehr kostet.“ Die Zustimmungsmöglichkeiten wurden von 1 = starke Zustimmung bis 5 = starke Ablehnung skaliert. Alle Personen, die einen Skalenwert zwischen 1 und 3 angaben, galten als „sehr stark bis grundsätzlich positiv“ gegenüber nachhaltigem Konsum eingestellt.

⁵¹ Die Aussage lautete: „Ganz allgemein betrachtet: Ich achte bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit.“ Die Skala reichte von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 = „trifft voll und ganz zu“. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Skalenwerte wie folgt zusammengefasst: 5–7 = „trifft (voll und ganz) zu“, 4 = „weder noch“, 1–3 = „trifft (überhaupt) nicht zu“.

⁵² Diese Ergebnisse können allerdings nur bedingt zur Einordnung dienen, da zur Bestimmung des CO₂-Fußabdrucks andere Parameter gemessen werden als für das vorliegende Würfelmodell für nachhaltigen Konsum.

⁵³ Die Skalenindizes der einzelnen Dimensionen werden anhand von Mittelwerten der zu einer Dimension zugehörigen Items pro Person berechnet. Einbezogen werden nur die Items, auf die geantwortet wurde. Eine Imputation, also die Vervollständigung fehlender Angaben, erfolgte nicht.

Wichtig ist dabei, dass das Konsumverhalten über eine Abfrage der Selbsteinschätzung erfasst wurde. Durch das vieldimensionale Konstrukt von nachhaltigem Konsum ist es schwierig, objektive Messwerte für die diversen Komponenten zu erheben und nachhaltigen Konsum nicht nur auf den Kauf bestimmter Güter zu reduzieren.⁵⁴

Konsumgebiet: Nachhaltiger Konsum ist bei Nahrungsmitteln und Kleidung am weitesten verbreitet

Nachhaltig konsumiert wird, wie Abbildung 32 (zweites Diagramm von oben) zeigt, am meisten bei Nahrungsmitteln ($MW_{\text{Nahrungsmittel}} = 4,7$; Beispiel: „Ich kaufe ökologisch nachhaltige Nahrungsmittel, z. B. Nahrungsmittel mit Bio-Siegel, Fischprodukte mit MSC-Siegel, unverpackte oder regionale Nahrungsmittel“). Im Bereich Kleidung und Textilien wird genauso viel nachhaltig konsumiert ($MW_{\text{Kleidung}} = 4,7$; Beispiel: „Ich kaufe Kleidung, bei deren Herstellung menschenwürdige Arbeitsbedingungen sichergestellt werden“).

Für diejenigen, die Angaben zu Finanzprodukten gemacht haben, zeigt sich, dass nachhaltiger Konsum im Finanzbereich weniger stark ausgeprägt ist ($MW_{\text{Finanzen}} = 3,3$; Beispiel: „Ich kaufe ökologisch nachhaltige Finanzdienstleistungen [z. B. ökologisch nachhaltige Geldanlagen nach ESG-Kriterien, Konto bei auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Bank]“).⁵⁵

Um die Vergleichbarkeit der Angaben zu gewährleisten, werden in den späteren Analysen die fünf Items zu den Finanzprodukten ausgelassen. Nachhaltige Finanzen werden in der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie allerdings als entscheidender Hebel für die Transformation im Sinne der Agenda 2030 angesehen – das Thema gewinnt somit an Bedeutung (Bundesfinanzministerium, 2021). Um dieser Tatsache Rechnung zu tragen, wird in Abschnitt 3.3.2 gezielt auf nachhaltigen Konsum im Bereich der Finanzen eingegangen.

Konsumphase: Entsorgung ist die Phase, in der die Bevölkerung bereits am nachhaltigsten handelt

Auch zwischen den verschiedenen Konsumphasen zeigen sich große Unterschiede (siehe Abbildung 32). Am meisten wird im Bereich der Entsorgung auf Nachhaltigkeit geachtet ($MW_{\text{Entsorgung}} = 5,8$; Beispiel: „Ich achte auf Mülltrennung, z. B. trenne ich meinen Biomüll vom Restmüll“).

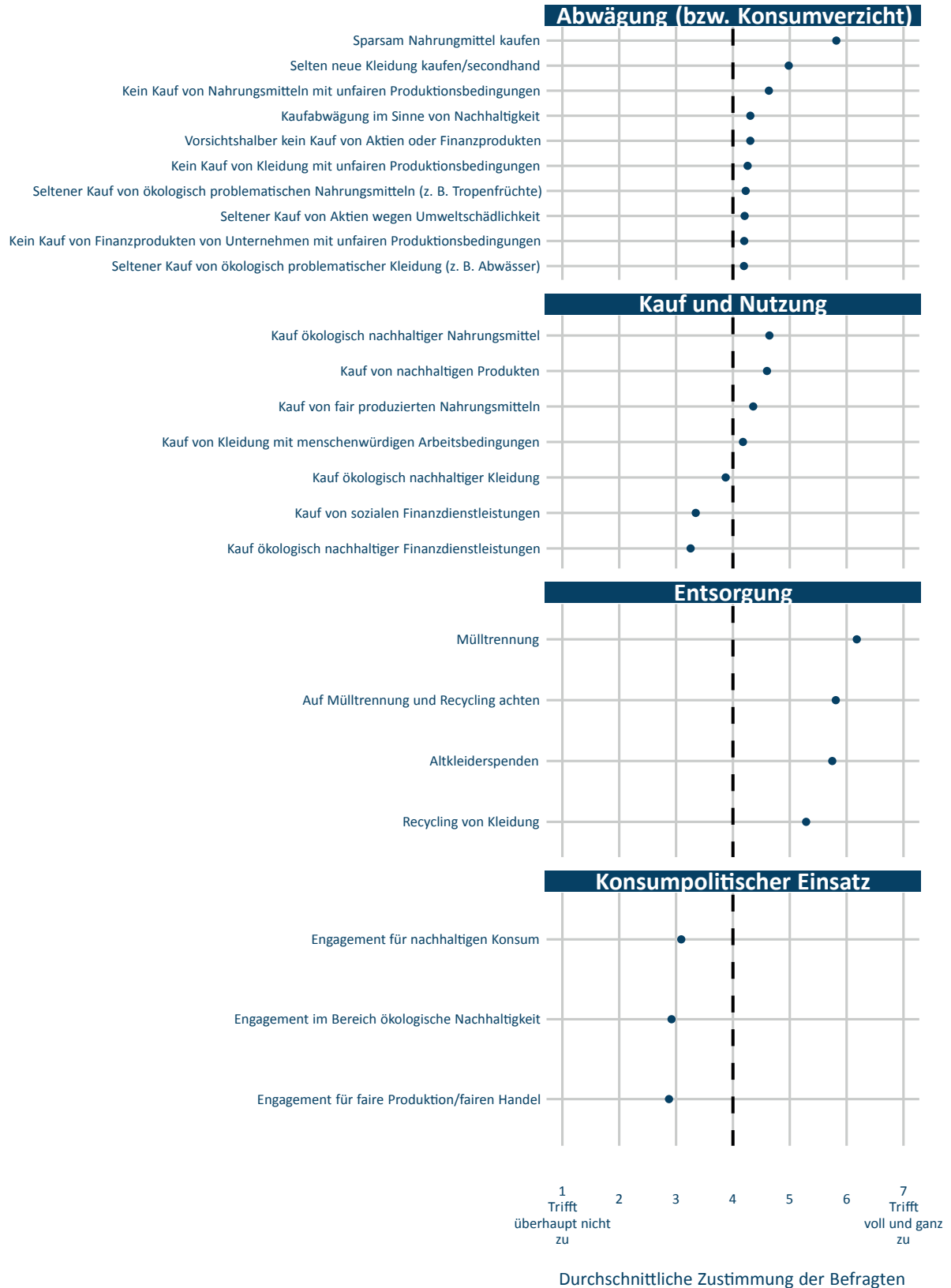
Mit einem Abstand von über einem Skalenpunkt folgt die Kaufabwägung (bzw. Konsumverzicht) ($MW_{\text{Abwägung/Verzicht}} = 4,6$; Beispiel: „Ich wäge beim Kauf von Produkten im Sinne der Nachhaltigkeit ab, ob ich sie überhaupt kaufe“), gefolgt von Kauf und Nutzung ($MW_{\text{Kauf und Nutzung}} = 4,3$; Beispiel: „Ich kaufe nachhaltige Produkte“).

Am wenigsten Zustimmung erhalten Items mit Bezug zu konsumpolitischem Engagement, worunter sowohl organisationsbezogenes Engagement als auch Formen der politischen Partizipation fallen (Abbildung 32, unteres Diagramm; $MW_{\text{Engagement}} = 3,0$; Beispiel: „Ich engagiere mich für nachhaltigen Konsum“). Dies könnte auf verschiedene Faktoren zurückzuführen sein. Erstens ist das Engagement der Bürger*innen (zum Beispiel aufgrund zeitlicher Ressourcen) generell gering ausgeprägt. Zudem stellt konsumpolitisches Engagement ein Nischenthema dar. Mit Blick auf mögliche Themenfelder von Engagement im Freiwilligensurvey ist konsumpolitisches Engagement am ehesten dem Feld „Politik und politische Interessenvertretung“ zuzuordnen. Im Freiwilligensurvey gaben 2019 rund 3 Prozent der Befragten an, sich für dieses Themenfeld in Organisationen oder Gruppierungen zu engagieren (Kausmann und Hagen, 2022, S. 101). Konsumpolitisches Engagement dürfte dementsprechend noch seltener sein. Zweitens könnte Konsum als eine private Entscheidung wahrgenommen werden, weshalb vielen Personen vielleicht nicht bewusst ist, dass oder in welcher Form sie sich für nachhaltigen Konsum engagieren können.

⁵⁴ Ein möglicher Ansatz wäre es, sämtliche Konsumententscheidungen in allen Konsumdimensionen anhand einer repräsentativen Stichprobe längsschnittlich aufzuzeichnen. Dafür würden hohe finanzielle Ressourcen für die Datenerhebung benötigt, und auch die Befragten müssten viel Zeit in die Dateneingabe investieren. Hinzu kommen datenschutzbezogene Einschränkungen.

⁵⁵ In Bezug auf Finanzen wird im Fragebogen explizit darauf hingewiesen, dass nur diejenigen, die auch Finanzprodukte kaufen, eine Angabe machen sollen. Dadurch kann sichergestellt werden, dass sich die Antworten auf die Nachhaltigkeit der Finanzprodukte beziehen und nicht darauf, ob generell Finanzprodukte gekauft werden. Letzteres betrifft im Gegensatz zu den anderen Konsumgebieten einen kleineren Teil der Bevölkerung: ungefähr die Hälfte der Befragten hat Aussagen zu Finanzprodukten getroffen.

Abbildung 32 Nachhaltiger Konsum in der deutschen Bevölkerung

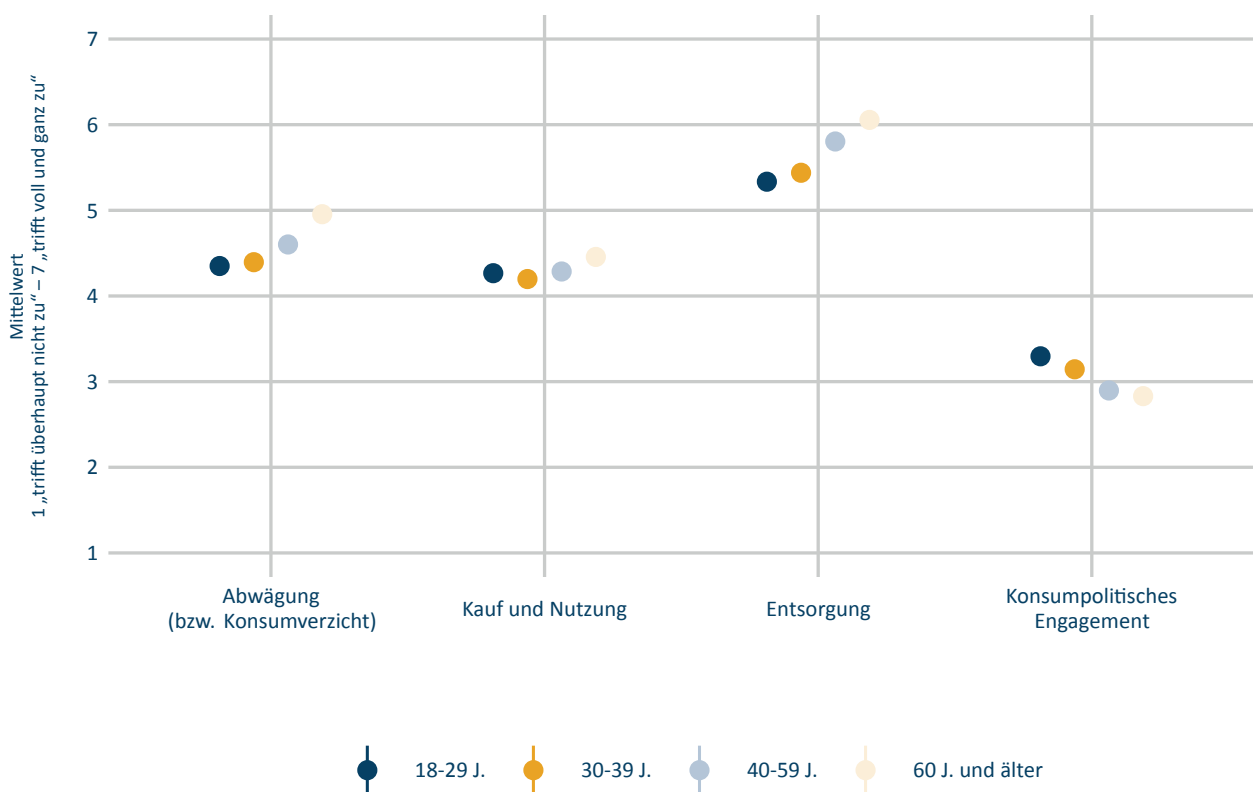


Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Befragung durch ResponDi im November 2021. N = 2.010. Der exakte Wortlaut der Fragen findet sich in Tabelle 68 im Online-Anhang.

In der Gesamtschau legen die Daten zum einen nahe, dass nachhaltiger Konsum vor allem mit Blick auf Nahrungsmittel und Kleidung stattfindet. Zum anderen zeigt sich, dass besonders in der niedrigschwelligen und kostengünstigen Phase der Entsorgung auf Nachhaltigkeit geachtet wird. Im Folgenden liegt der Fokus auf den verschiedenen Konsumphasen als mögliche Anknüpfungspunkte für entwicklungspolitische Kommunikations- und Bildungsarbeit. Dazu werden für die vier Konsumphasen Indizes aus mehreren, der jeweiligen Phase zuzuordnenden Items gebildet und diese nach soziodemografischen Merkmalen der Befragungen und der politischen Orientierung aufgeschlüsselt.⁵⁶

Besonders ältere und politisch links positionierte Menschen konsumieren nachhaltig

Abbildung 33 Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und Altersklasse



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021, N = 2.010. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen.

Abbildung 33 zeigt, dass nachhaltiges Konsumverhalten tendenziell mit dem Alter der Befragten ansteigt. Nur im Bereich „Konsumpolitisches Engagement“ ist ein umgekehrtes Muster zu beobachten: Je älter die Befragten sind, desto weniger engagieren sie sich. Dies deckt sich mit den Befunden zu ehrenamtlichem entwicklungspolitischem Engagement in Kapitel 2: Die jüngeren Altersgruppen sind in diesem Bereich häufiger aktiv (siehe Abbildung 16).

⁵⁶ Darüber hinaus fallen keine großen Unterschiede zwischen der ökologischen und der sozioökonomischen Nachhaltigkeitsdimension auf (MW = 4,2 vs. MW = 4,3), weshalb nicht weiter auf diese eingegangen wird. Lediglich 16 der 24 abgefragten Items können klar einer dieser beiden Dimensionen zugeordnet werden.

In Bezug auf die politische Orientierung zeigt sich für alle vier Konsumphasen: Je weiter sich eine Person im politischen Spektrum rechts verortet, desto weniger achtet sie in ihrem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit (siehe Abbildung 58 im Anhang). Dieser Trend ist beim Kauf besonders stark, während er bei der Entsorgung eher schwach ausfällt.⁵⁷ Dies deckt sich unter anderem mit Befunden zu Einstellungen zum Klimaschutz. Auch hier sind Personen, die sich rechts verorten, häufiger skeptisch (z. B. Jacquet et al., 2014; McCright et al., 2016).

Überraschenderweise zeigen sich für die verschiedenen Einkommensklassen keine deutlichen Unterschiede im Konsumverhalten (siehe Abbildung 59 im Anhang) – obwohl nachhaltiges Kaufverhalten eher mit höheren Kosten einhergeht und beispielsweise durch Kaufabwägungen sogar Geld gespart werden könnte. Insgesamt berichten Personen in der einkommensschwächsten Gruppe durchgehend nicht von einem niedrigeren nachhaltigen Konsum als Personen in anderen Gruppen, obwohl vermutet werden könnte, dass nachhaltiger Konsum für einkommensschwache Teile der Bevölkerung eine größere Herausforderung darstellt.

Neben dem Alter und der politischen Orientierung stehen der Bildungsabschluss (*hoch*) sowie das Geschlecht (*weiblich*) im positiven Zusammenhang mit dem nachhaltigen Konsum der Bevölkerung. Die weiterführende Aufschlüsselung des Zusammenhangs von nachhaltigem Konsum und demografischen Variablen findet sich im Online-Anhang (Tabelle 87).

Kasten 16 Exkurs zur Zahlungsbereitschaft

Während das Einkommen in der vorliegenden Studie keinen Einfluss auf den nachhaltigen Konsum der Bevölkerung hat, zeigt sich ein positiver Zusammenhang mit der subjektiven Zahlungsfähigkeit. Das heißt, je leichter möglich das Zahlen eines höheren Preises für Produkte aus nachhaltiger Produktion wahrgenommen wird, desto nachhaltiger wird konsumiert ($p < 0,001$; siehe Tabelle 87 im Online-Anhang).

Um zu untersuchen, ob die Zahlungsbereitschaft für bestimmte Produkte größer oder kleiner ist als für andere, wurde auch danach gefragt, wieviel Prozent des Preises die Menschen für bestimmte Produkte mehr bezahlen würden und welche Unterschiede sich in den Kategorien „Konsumgebiet“ und „Nachhaltigkeitsdimension“ zeigen. Dabei wurde deutlich, dass die Bevölkerung für fair produzierte Kleidung und fair hergestellte Nahrungsmittel mit jeweils 15 Prozent die größte Preiserhöhung akzeptieren würde.⁵⁸ Mit einer ähnlich hohen Bereitschaft folgen ökologische Kleidung (14 %) und ökologische Nahrungsmittel (13 %). Für faire Finanzdienstleistungen (6 %) und ökologische Finanzdienstleistungen (5 %) zeigt sich die Bevölkerung am wenigsten bereit, höhere Preise zu zahlen. Die „Schmerzgrenze“ für die akzeptiertesten Produkte liegt also bei 15 Prozent – hier wäre die Hälfte der Bevölkerung bereit, 15 Prozent Preisaufschlag zu bezahlen. Zu beachten ist jedoch auch, dass in allen Bereichen eine beträchtliche Streuung zu beobachten ist. Teile der Bevölkerung würden deutlich mehr zahlen, andere jedoch auch deutlich weniger (siehe Abbildung 60 im Anhang).

3.3.2 Welches Potenzial besteht, nachhaltigen Konsum zu steigern?

In anderen Beiträgen hat sich gezeigt, dass finanzielle Ressourcen einen wesentlichen Faktor für nachhaltigen Konsum darstellen (z. B. BMU und UBA, 2019). Aber auch die Verfügbarkeit und Zugänglichkeit entsprechender Produkte und Dienstleistungen, das Gefühl, doch nichts ändern zu können (Holdsworth, 2003; Bibbings, 2004 zitiert nach Seyfang, 2009) oder auch gewohnte Lebensstile (Sanne, 2002) beeinflussen, ob sich Menschen entsprechend ihrer nachhaltigen Einstellungen verhalten – insbesondere, wenn nicht nur Kaufentscheidungen, sondern auch nicht-monetäre Aspekte nachhaltigen Konsums betrachtet werden.

⁵⁷ Zur Messung der politischen Orientierung wird wie schon in den anderen Kapiteln dieses Berichts die klassische Links-rechts-Skala mit den Endpunkten „links“ (Skalenwert 0) und „rechts“ (Skalenwert 10) verwendet und in fünf Gruppen eingeteilt (siehe Vehrkamp und Merkel, 2019, S. 30–31 und Kasten 4): „links“ (0–2), „Mitte-links“ (3–4), „Mitte“ (5), „Mitte-rechts“ (6–7) und „rechts“ (8–10).

⁵⁸ Da der Mittelwert stark durch Ausreißer beeinflusst werden kann, wird an dieser Stelle der Median herangezogen. Dieser teilt die Stichprobe in zwei gleich große Hälften ein; 50 Prozent der Beobachtungen liegen unter dem Median, 50 Prozent darüber.

All diese Faktoren können dazu führen, dass sich der tatsächliche Konsum von Personen von dem eigentlich gewünschten Konsum unterscheidet.

Im Folgenden wird deshalb das selbst gewünschte (ideale) Verhalten der einzelnen Befragten dargestellt. Dafür wird analog zum in Abschnitt 3.3.1 dargestellten selbst berichteten Verhalten das ideale Verhalten abgetragen (siehe Tabelle 68 und 72 im Online-Anhang). So wird ersichtlich, in welchen der genannten Bereiche die Bürger*innen gerne nachhaltiger konsumieren würden. Anschließend wird pro Item die Diskrepanz zwischen tatsächlichem und idealem Konsum berechnet. Aus dieser Differenzierung kann bereichsspezifisch das Potenzial der Bürger*innen für nachhaltigen Konsum erfasst werden. Dies kann dabei helfen zu ermitteln, in welchen Bereichen an der Schnittstelle von Entwicklungspolitik und Konsument*innen es für Entscheidungstragende besonders sinnvoll beziehungsweise erfolgversprechend sein könnte, durch Kommunikations- und Bildungsmaßnahmen nachhaltigeres Konsumverhalten anzuregen.

In der Bevölkerung zeigt sich ein weit verbreiteter Wunsch, nachhaltiger zu konsumieren

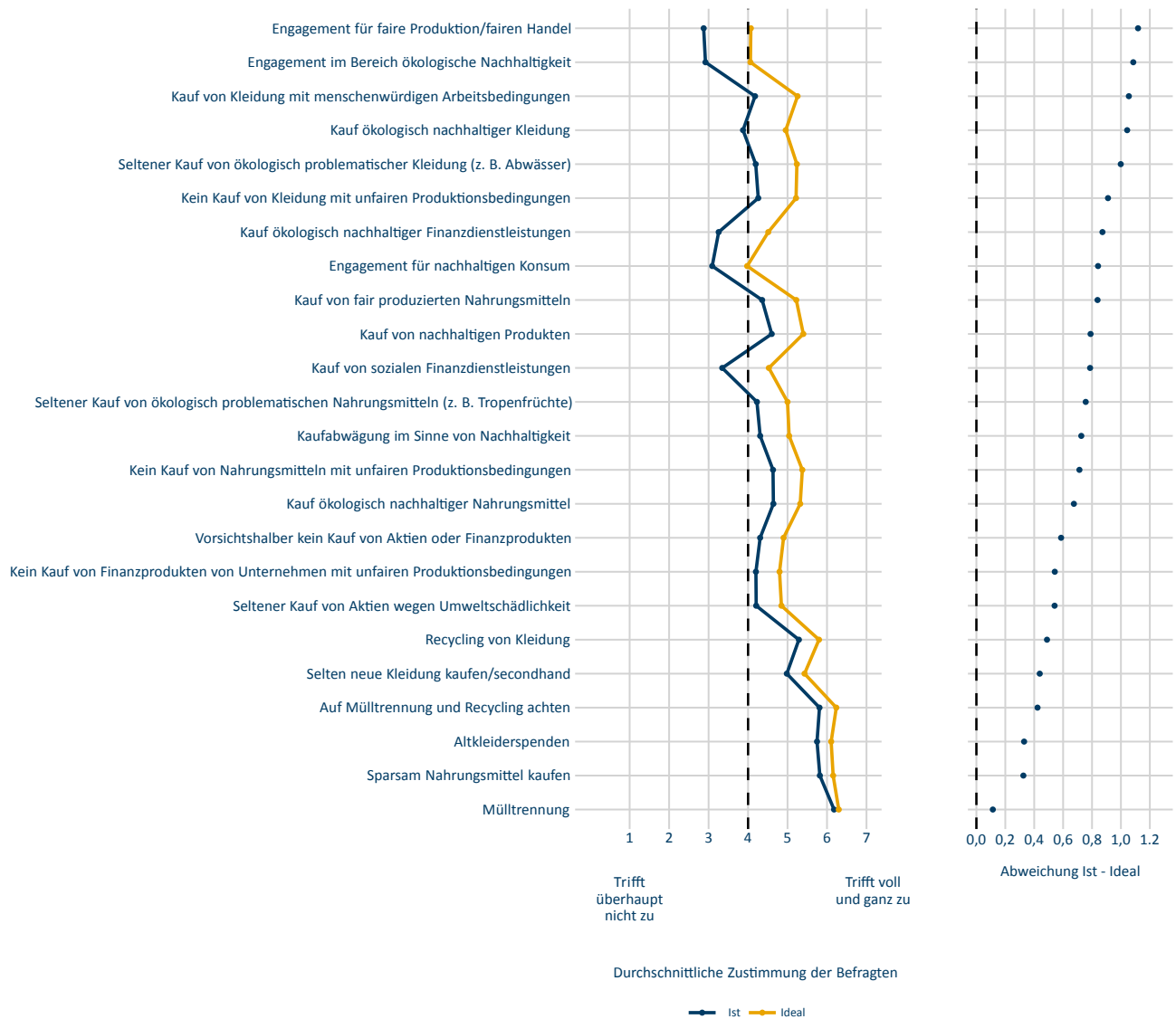
Ganz allgemein betrachtet zeigt sich, dass 71 Prozent der Befragten gerne nachhaltiger konsumieren würden, als es momentan noch der Fall ist (siehe Abschnitt 3.3.1).⁵⁹

Für die Abweichung zwischen tatsächlichem und aus eigener Sicht idealem Konsum zeigen die Daten im Durchschnitt eine Differenz von 0,8 Skaleneinheiten (Minimum 0,2; Maximum 1,3). Auf einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 = „trifft voll und ganz zu“ ist diese Differenz als erheblich zu bewerten. Die größte Diskrepanz findet sich bei Items zu konsumpolitischem Engagement und zum Kauf nachhaltiger Kleidung (siehe Abbildung 34). Unter den Items mit der größten Differenz sind dadurch viele, die einen direkten Bezug zu unfairen und unökologischen Produktionsbedingungen in Ländern des globalen Südens aufweisen. Zu nennen ist beispielsweise die nachhaltige Produktion von Kleidung. Dieses Thema erfährt aufgrund der Medienberichterstattung über die Lage und Katastrophen in asiatischen Textilfabriken sowie Initiativen wie das Lieferkettengesetz der Bundesregierung und das Textilsiegel „Grüner Knopf“ seit einigen Jahren höhere öffentliche Aufmerksamkeit (Tagesschau, 2021; Tagesspiegel, 2018; ZEIT, 2021).

Außerdem erwähnenswert ist, dass die Bürger*innen einen starken Wunsch nach einer intensiveren Nutzung nachhaltiger Finanzdienstleistungen äußern, wengleich dies ansonsten ein Konsumbereich ist, dessen Bezug zu Nachhaltigkeit vielen nicht bewusst ist (vgl. Kapitel 3.3.1).

Am wenigsten Diskrepanz zwischen dem tatsächlichen und dem gewünschten Konsum findet sich in den Bereichen „Entsorgung“ und „Nahrungsmittel“.

⁵⁹ 4 = „weder noch“ 1–2 = „trifft (überhaupt) nicht zu“. Die Aussagen lauten: „Ganz allgemein betrachtet: Ich würde bei meinem Konsumverhalten auf Nachhaltigkeit achten.“ Auch hier wurden die Skaleneinheiten aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit wie folgt zusammengefasst: 5–7 = „trifft (voll und ganz) zu“.

Abbildung 34 Differenz zwischen tatsächlichem und idealem (gewünschtem) Konsum

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021, N = 2.010. Die gestrichelte Linie zeigt die Skalenmittel an.

Besonders junge, einkommensstarke und politisch links orientierte Menschen würden gerne nachhaltiger konsumieren

Aus den Aussagen mit der größten Differenz zwischen tatsächlichem und gewünschtem Verhalten wurden anschließend vier ausgewählt, die besonderes Potenzial für eine Ausweitung des EZ-bezogenen Konsums zeigen:⁶⁰

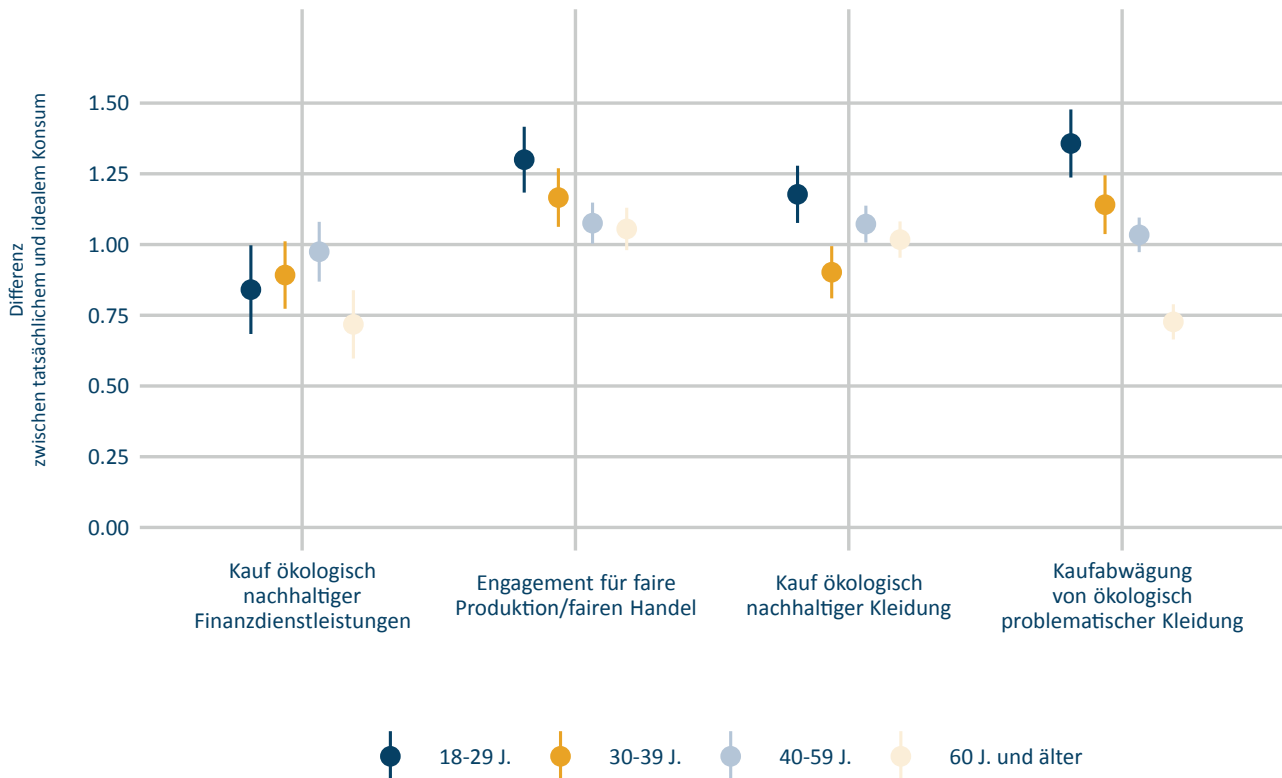
- Engagement für faire Produktion (Differenz Mittelwert = 1,1)
- Kauf ökologisch nachhaltiger Kleidung (Differenz Mittelwert = 1,0)
- Kaufabwägung bei ökologisch problematischer Kleidung (Differenz Mittelwert = 1,0)

⁶⁰ Für die genaue Fragenformulierung siehe Tabelle 68 im Online-Anhang.

- Kauf ökologisch nachhaltiger Finanzdienstleistungen (Differenz Mittelwert = 0,9)

Um näher zu bestimmen, welche Bevölkerungsgruppen gerne nachhaltiger konsumieren würden, wurde die Zustimmung zu diesen Aussagen erneut nach Altersgruppen, Einkommensklassen und politischer Orientierung aufgeschlüsselt.

Abbildung 35 Konsumpotenzial je nach Item und Alter



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021, N = 2.010. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen.

Abbildung 35 zeigt die Unterschiede nach **Altersgruppen** im Detail. Es wird deutlich, dass in drei von vier Items – Kauf ökologisch nachhaltiger Kleidung, Engagement für faire Produktion und fairen Handel sowie Kaufabwägungen zu ökologisch problematischer Kleidung – die jüngste Gruppe die größte Diskrepanz aufweist. Lediglich beim Kauf ökologisch nachhaltiger Finanzdienstleistungen ist dies nicht der Fall. Aber auch hier findet sich für die drei jüngeren Altersgruppen eine etwas größere Diskrepanz zwischen ihrem tatsächlichen und ihrem idealen Konsum (MW = 0,8, 0,9 bzw. 1,0) verglichen mit der ältesten Gruppe (MW = 0,7). Wichtig ist hierbei, dass die drei jüngsten Alterskategorien auch schon das höchste Konsumniveau in diesem Bereich aufweisen (MW = 3,7; 3,5 bzw. 3,1 vs. MW = 3,0 bei der ältesten Gruppe). Das heißt, in diesen Alterskategorien besteht trotz bereits hohem Niveau ein hohes zusätzliches Konsumpotenzial.

Ein ähnliches Bild, jedoch mit einer insgesamt größeren Diskrepanz, zeigt sich beim Engagement für faire Produktion: Die beiden jüngeren Altersgruppen (MW = 1,3 bzw. 1,2) weisen eine etwas größere Diskrepanz als die beiden älteren Gruppen (beide MW = 1,1) auf. Auch hier zeigt sich, dass die beiden jüngeren Gruppen bereits stärker engagiert sind (MW = 3,1 bzw. 3,0) als die älteren Gruppen (beide MW = 2,8). Diese Gruppen sind also nicht nur bereits engagierter im Bereich Konsumpolitik, sondern würden sich auch gerne (noch) mehr engagieren.

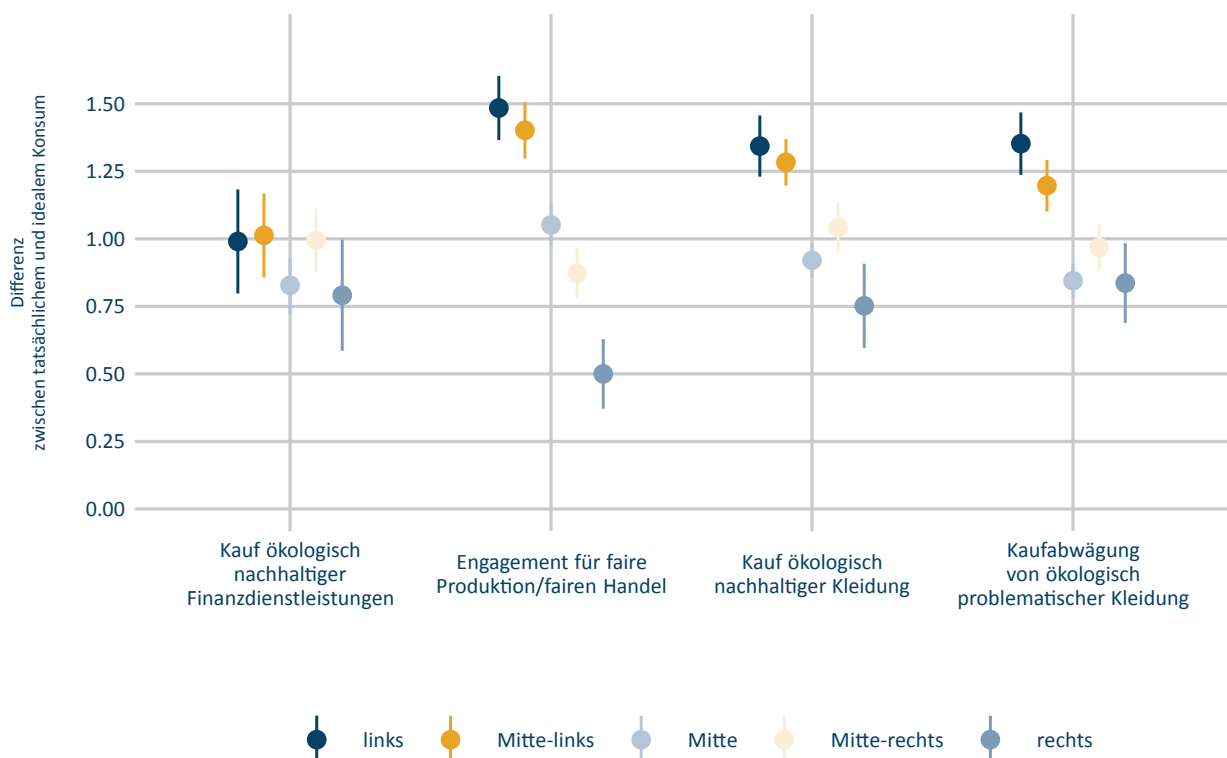
Beim Kauf ökologisch nachhaltiger Kleidung ist der Zusammenhang weniger eindeutig. Zwar weist auch hier die jüngste Gruppe die größte Diskrepanz auf (MW = 1,2), die zweitjüngste Gruppe jedoch die geringste (MW = 0,9). Die Unterschiede der anderen Altersgruppen liegen dazwischen. Der tatsächliche Konsum liegt

bei der jüngsten Gruppe sowie den beiden mittleren Gruppen aber zwischen $MW = 3,8$ und $3,9$ und damit etwas niedriger als bei der ältesten Gruppe mit $MW = 4,0$. Die jüngeren Gruppen konsumieren in diesem Bereich also etwas weniger nachhaltig, haben aber einen etwas stärkeren Wunsch, nachhaltiger einzukaufen.

Die größten Unterschiede finden sich in der Kaufabwägung zu ökologisch problematischer Kleidung. Hier beträgt die Abweichung zwischen tagsächlichem und idealem Konsum bei der jüngsten Gruppe 1,4 Skaleneinheiten und bei der ältesten Gruppe immer noch 0,7 Skaleneinheiten. Die anderen Werte liegen dazwischen. Auch hier ist der Trend beim tatsächlichen Konsum genau umgekehrt: Die älteste Gruppe wägt beim Kauf von ökologisch problematischer Kleidung am meisten ab ($MW = 4,7$), während die jüngste Gruppe in diesem Bereich den geringsten nachhaltigen Konsum zeigt ($MW = 3,7$).

Zusammengefasst deuten die Aufschlüsselungen nach Altersgruppen darauf hin, dass insbesondere jüngere Menschen den Wunsch haben, beim Kauf ökologisch nachhaltiger Kleidung, beim eigenen Engagement für faire Produktion und fairen Handel sowie bei Kaufabwägungen zu ökologisch problematischer Kleidung aktiver beziehungsweise engagierter zu sein. Beim Kauf ökologisch nachhaltiger Finanzdienstleistungen weist hingegen vor allem die Gruppe der *40- bis 59-Jährigen* eine große Diskrepanz zwischen Wunsch und Wirklichkeit auf. Dabei geht ein hoher tatsächlicher Konsum beziehungsweise ein hohes tatsächliches Engagement nicht systematisch mit einer hohen oder niedrigen Diskrepanz einher. Vielmehr hat sich gezeigt, dass gerade bei Kaufabwägungen zu ökologisch problematischer Kleidung die jüngste Gruppe bisher am wenigsten aktiv ist, aber das größte Potenzial hat, ihr Konsumverhalten nachhaltiger zu gestalten, während sie beim Engagement für faire Produktion bereits sehr nachhaltig agiert und gleichzeitig über viel Potenzial verfügt.

Abbildung 36 Konsumpotenzial je nach Item und politischer Orientierung



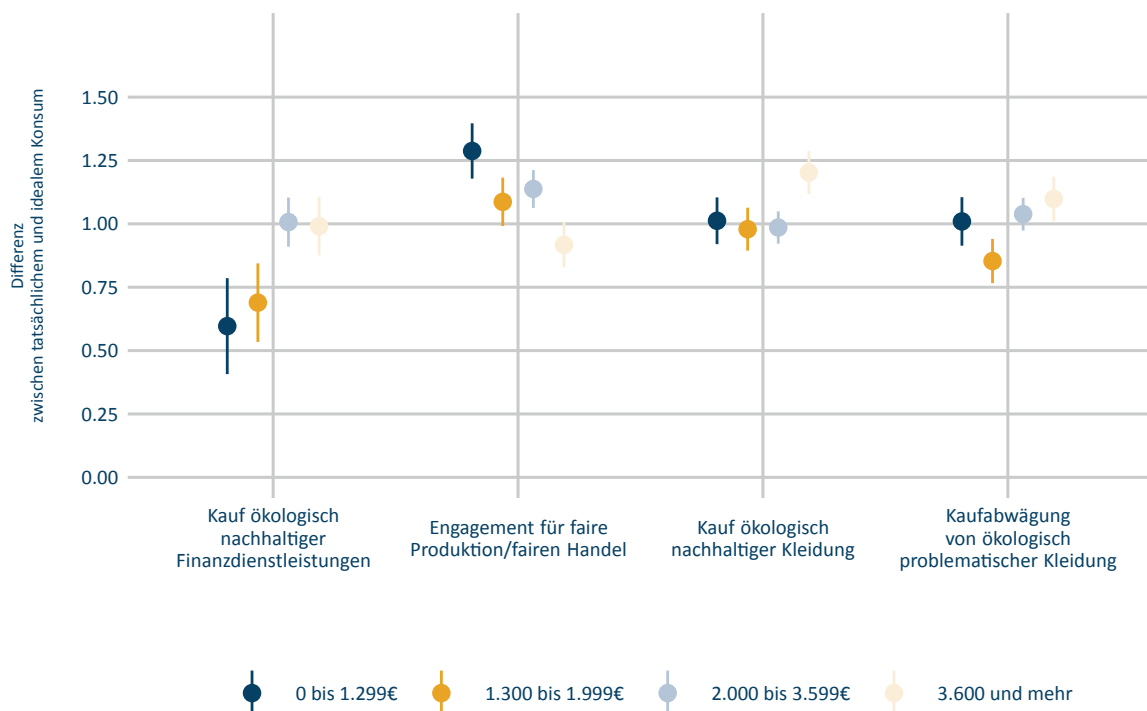
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021, $N = 2.010$. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen.

Bei der **politischen Orientierung** (Abbildung 36) zeigt sich über alle Items hinweg, dass Befragte, die sich politisch links positionieren, nicht nur ein höheres nachhaltiges Konsumniveau haben, sondern auch eine höhere Diskrepanz zu ihrem idealen Konsum. Anders ausgedrückt: Das Potenzial für nachhaltigen Konsum

übersteigt das der anderen Gruppen. Der höhere nachhaltige Konsum politisch link positionierter Menschen zeigt sich in aggregierter Form auch bereits bei den Analysen der Konsumphasen (siehe Abbildung 58).

Die größere Diskrepanz im linken Spektrum beim Engagement für faire Produktionsbedingungen könnte auf einen stärkeren Wunsch nach sozialer Gerechtigkeit zurückzuführen sein (siehe z. B. Jost et al., 2009). Umgekehrt deutet die durchweg geringe Diskrepanz bei Personen, die sich politisch rechts einordnen, darauf hin, dass in diesem Spektrum der Wunsch nach nachhaltiger Konsumpraxis in den genannten Bereichen geringer ausgeprägt ist. Dies korrespondiert mit dem bereits erwähnten Zusammenhang zwischen politischer Orientierung und der Einstellung zum Klimawandel (Jacquet et al., 2014; McCright et al., 2016) und mit den Positionen, die beispielsweise die AfD in Bezug auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit vertritt.⁶¹

Abbildung 37 Konsumpotenzial je nach Item und Einkommen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021, N = 2.010. Dargestellt sind die Mittelwerte mit 95%-Konfidenzintervallen.

Die Aufschlüsselung nach **Einkommen** (Abbildung 37) zeigt, dass die einkommensstärkste Gruppe bei den beiden Kauf-bezogenen Fragen und der Frage nach der Kaufabwägung (mit) die größte Differenz aufweist. Dies ist besonders relevant, weil der tatsächliche Konsum dieser Gruppe keine großen Unterschiede zu den anderen Gruppen zeigt (Kauf ökologisch nachhaltiger Kleidung: MW = 3,8 vs. 4,0 bei der einkommensschwächsten Gruppe) oder der Wert sogar darunter liegt (Kaufabwägung zu ökologisch problematischer Kleidung MW = 4,1 vs. 4,3 bei der einkommensschwächsten Gruppe). In Verbindung mit der Tatsache, dass diese Gruppe den größten Ressourcenverbrauch aufweist (Bundesumweltamt, 2021), deutet dies auf einen großen potenziellen Einsparungs- beziehungsweise Nachhaltigkeitseffekt hin.

Beim Engagement für faire Produktion/fairen Handel hingegen zeigt sich das umgekehrte Bild, hier weist die einkommensschwächste Gruppe mit einem Mittelwert von 1,3 die größte Diskrepanz auf, während der Mittelwert der einkommensstärksten Gruppe 0,9 beträgt. Dies ist besonders interessant, weil das tatsächliche Engagement für faire Produktion/fairen Handel der einkommensschwächsten (MW = 2,9) und

⁶¹ Wie an anderer Stelle bereits erwähnt, spricht sich die AfD beispielsweise dafür aus, dass Deutschland aus der Agenda 2030 aussteigt (Bundestag 2019) und sich konkret vom Klimaschutzplan 2050 und dem Pariser Klimaabkommen abwendet (Alternative für Deutschland, 2021).

der einkommensstärksten (MW = 3,0) Gruppen sehr nah beieinander liegen. Insgesamt lassen diese Ergebnisse vermuten, dass die Befragten in ihren Kommentaren einbeziehen, was für sie jeweils persönlich möglich ist: Einkommensstarke Personen geben zu, dass sie beim Kauf noch nachhaltiger konsumieren könnten; einkommensschwache Personen geben an, dass sie sich konsumpolitisch mehr einbringen könnten, was nicht unmittelbar mit finanziellem Aufwand verbunden sein muss.

3.3.3 Welchen Zusammenhang sieht die Bevölkerung zwischen nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung?

Um zu verstehen, welche Rolle das Bewusstsein über entwicklungspolitische Herausforderungen für den nachhaltigen Konsum der Bevölkerung spielt, wird im nächsten Schritt der wahrgenommene Zusammenhang zwischen nachhaltigem Konsum und nachhaltiger Entwicklung betrachtet. Dieser Aspekt hilft entwicklungspolitischen Akteuren, Anknüpfungspunkte für die eigene Kommunikations- und Bildungsarbeit zu identifizieren, beispielsweise um Entwicklungspolitik im Alltag der Bevölkerung präsenter zu machen.

Die Bevölkerung sieht teilweise Zusammenhänge zwischen nachhaltigem Konsum und Lebensbedingungen im globalen Süden

Im Alltagsbewusstsein der Menschen scheint nachhaltiger Konsum eher auf das unmittelbare Lebensumfeld ausgerichtet. In den Fokusgruppendifkussionen zeigten die Teilnehmenden jedoch spontane Assoziationen, wenn das Thema Entwicklungspolitik angesprochen wurde. Besonders in der einkommensschwachen Gruppe löst das Thema ein starkes Schuldgefühl aus, als Konsument*in zu den negativen Auswirkungen durch die aktuelle Wirtschaftspraxis beizutragen.⁶²

„Man weiß natürlich schon, dass Coca-Cola zum Beispiel irgendwelche Brunnen anzapft und die Leute in der Region dann kein Wasser haben, von daher trinke ich auch gar keine Cola und will auch gar nichts mit diesem ganzen Ding zu tun haben.“

Außerdem thematisierten die Teilnehmenden, dass Produkte in den modernen Industrieländern auf Kosten der Natur in den Ländern des globalen Südens (Regenwaldabholzung, Wasserknappheit, Insektizide) konsumiert würden. Dabei stellten sie explizit Zusammenhänge zum Lieferkettengesetz als Instrument zur Kontrolle und Erhöhung der Transparenz bei wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Bedingungen der Produktion und des Handels her. Auch die Nachteile wirtschaftlicher Abhängigkeit wurden angesprochen. Insbesondere kritisierten die Teilnehmenden, dass die Produktion für die westlichen Industrieländer in die Länder des globalen Südens (mit den dort vorherrschenden schlechten Bedingungen) ausgelagert wird und gleichzeitig die dortigen Märkte mit Massenware wie Lebensmitteln (Milchpulver, Hühnerfleisch) und Secondhand-Produkten (Kleidung, Autos) beliefert würden.

„Aber auf jeden Fall haben wir ein großes Problem. Durch diese ganze EU-Subvention von Lebensmitteln, die ja tatsächlich ein Drittel, glaube ich, des gesamten EU-Haushaltes ausmacht, ist es so, dass wir tatsächlich die afrikanische Wirtschaft plattmachen (...).“

Insgesamt hat sich also gezeigt, dass Verknüpfungen von nachhaltigem Konsum und den Ländern im globalen Süden teilweise spontan hergestellt werden und spätestens auf Nachfrage auch Wissen und moralische Bedenken zu konsuminduzierten Problemen im globalen Süden bestehen. Inwiefern sich diese in Motive für nachhaltigen Konsum übersetzen, konnte in der Diskussion nicht abschließend geklärt werden. Teilweise wurden solidarische Motive angesprochen, teilweise schienen Hilflosigkeit und Überforderung aufgrund der Komplexität des Themas zu überwiegen.

⁶² Die Aussagen wurden sprachlich geringfügig angepasst, ohne die Aussagen dabei zu verändern. Dies gilt auch für die folgenden Zitate aus den Fokusgruppendifkussionen.

Analysen auf Grundlage der Umfragedaten zeigen allerdings einen positiven Zusammenhang zwischen den Einstellungen zu EZ und nachhaltigem Konsum. Im Detail ist zu beobachten, dass der nachhaltige Konsum umso stärker ausgeprägt ist, je betroffener die Bürger*innen hinsichtlich Armut im globalen Süden sind. Das gleiche Muster zeigt sich auch bei der Befürwortung von finanzieller staatlicher Unterstützung für EZ ($p < 0,001$; siehe Tabelle 88 im Online-Anhang). Dies weist darauf hin, dass Befragte, die positiv gegenüber EZ eingestellt sind, auch nachhaltig konsumieren. Ob dies ein kausaler Zusammenhang ist – die Befragten also nachhaltig konsumieren, weil sie EZ befürworten –, lässt sich auf Grundlage der hier vorliegenden Daten nicht abschließend klären.

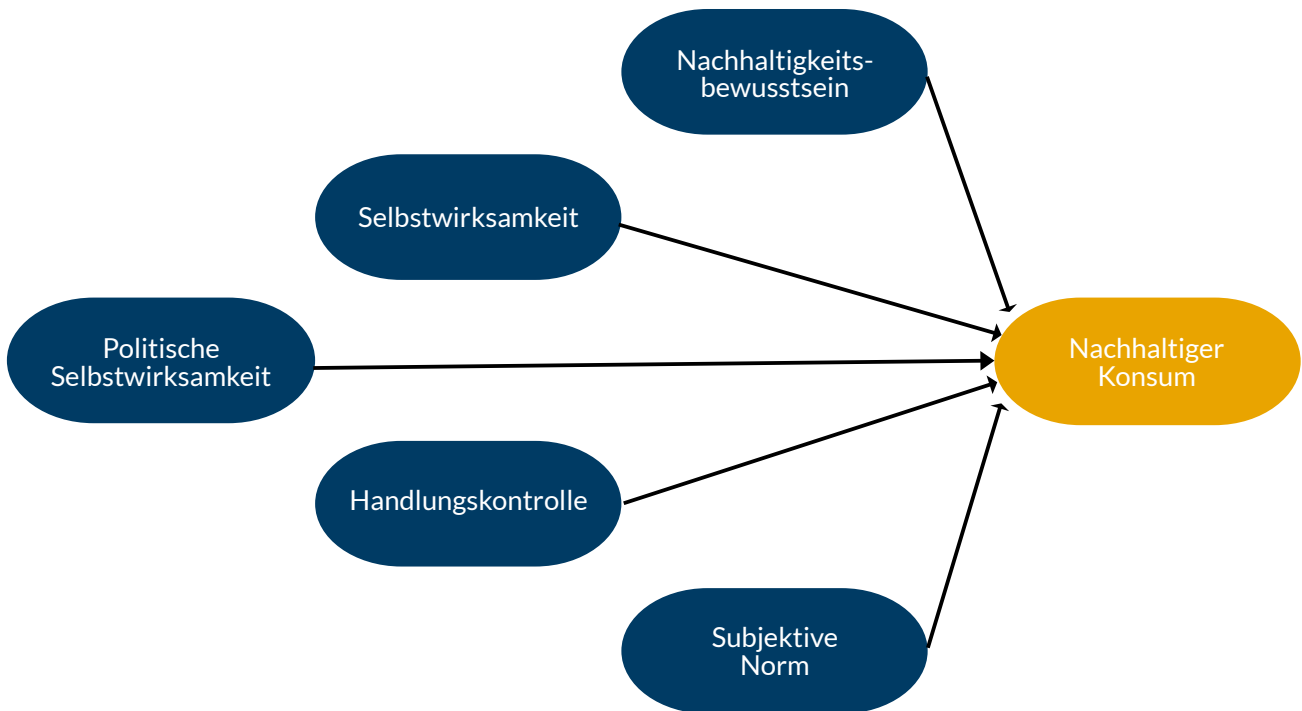
3.3.4 Welche psychologischen Einflussfaktoren können nachhaltiges Konsumverhalten erklären?

Um im nächsten Schritt individuelle Einflussfaktoren für nachhaltiges Konsumverhalten zu verstehen und so die Gestaltung und Umsetzung von Kommunikations- und Bildungsmaßnahmen zu beeinflussen, wird nun ein umfassenderer Blick auf für Konsumverhalten relevante psychologische Konstrukte geworfen. Als Orientierungsrahmen dient die *Theory of Planned Behaviour* (TPB), die an die vorliegende Fragestellung angepasst wurde (Ajzen, 1992). Die TPB identifiziert drei zentrale Determinanten menschlichen Verhaltens: die Einstellung des Einzelnen zum Verhalten, subjektive Normen und die wahrgenommene Handlungskontrolle (siehe Abbildung 38). Sie basiert auf folgenden Annahmen:

1. Einstellungen beschreiben die Bewertung eines Verhaltens durch eine Person. Positivere Einstellungen erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen damit verbundene Tätigkeiten ausüben.
2. Subjektive Normen, also die sozialen Einflüsse auf das Individuum, ergeben sich aus wahrgenommenen Einschätzungen und Erwartungen von Familie, Freund*innen und Kolleg*innen sowie größeren sozialen Gruppen, aber auch von Expert*innen. Eine Person zeigt eher ein bestimmtes Verhalten, wenn dieses im Einklang mit der wahrgenommenen subjektiven Norm steht.
3. Die wahrgenommene Handlungskontrolle beschreibt den Glauben einer Person an die eigenen Möglichkeiten, ein Verhalten erfolgreich ausüben zu können. Eine Intervention kann die Handlungskontrolle erhöhen, indem sie psychologische oder physische Barrieren für ein Verhalten verringert oder individuelle Fähigkeiten fördert.
4. Zusätzlich zur Handlungskontrolle wurde auch die Selbstwirksamkeit in Bezug auf nachhaltigen Konsum abgefragt. Selbstwirksamkeit bezeichnet die Überzeugung einer Person, mit dem eigenen Verhalten etwas bewirken zu können. Fehlende Selbstwirksamkeit hatte sich in der Fokusgruppendifkussion als elementare Hürde für nachhaltigen Konsum herausgestellt (siehe Kasten 17).
5. Aufgrund der Relevanz des politischen Rahmens für nachhaltigen Konsum (siehe Kasten 14) ist auch die politische Selbstwirksamkeit relevant und wurde daher zusätzlich erhoben. Sie beschreibt die Überzeugung, politische Vorgänge verstehen und durch individuelles politisches Engagement erfolgreich beeinflussen zu können.

Die TPB erlaubt es entwicklungspolitischen Akteuren, ihre Maßnahme auf der Basis verhaltenswissenschaftlicher Evidenz zu gestalten. Im Bereich der effizienten und effektiven Anpassung von Maßnahmen hat sie sich empirisch bewährt (Kaplan et al., 2020; Weltbank, 2015).

Abbildung 38 Modell der Theory of Planned Behaviour



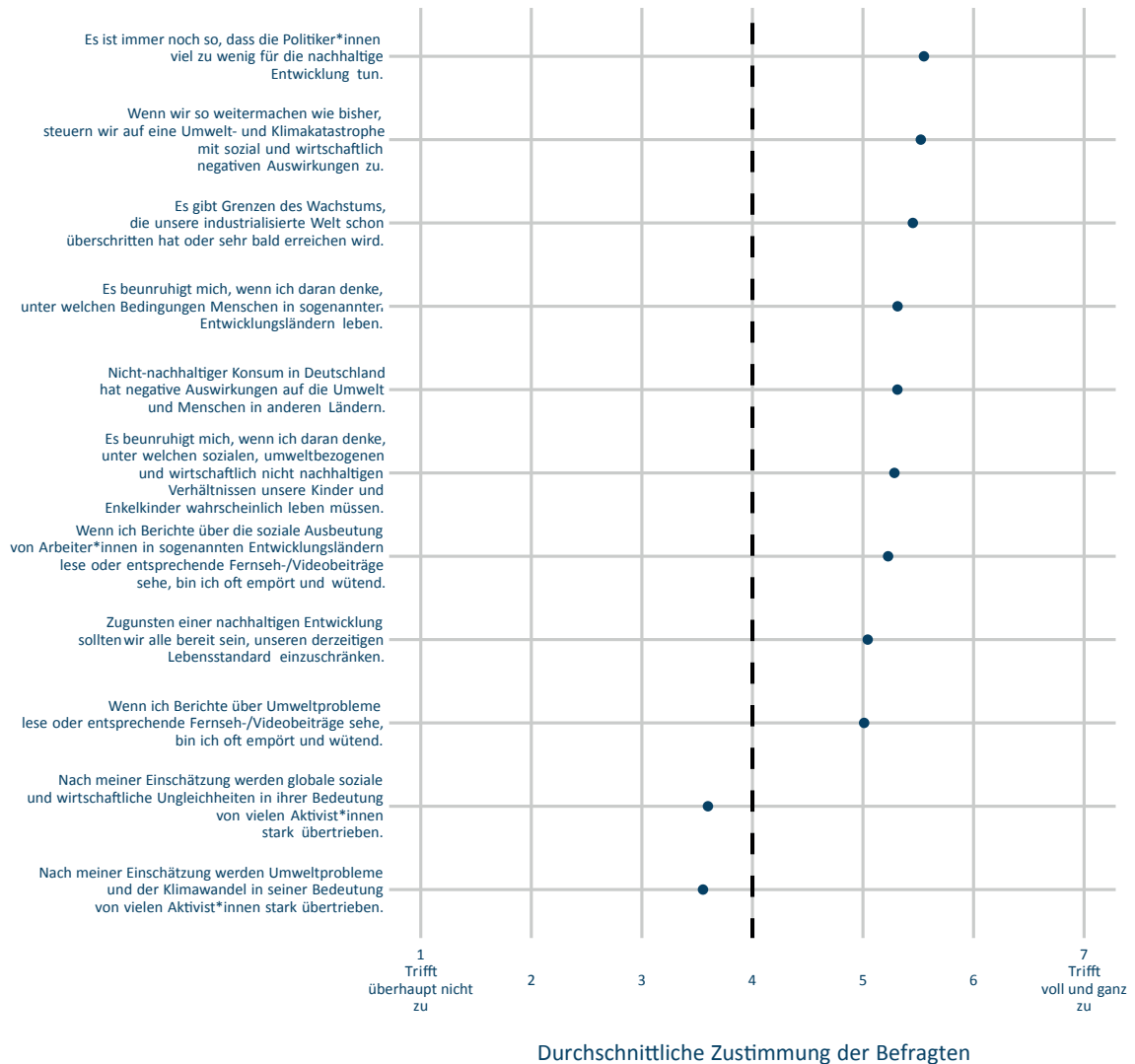
Quelle: DEval, eigene Darstellung.

Es gibt ein breites Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung

Die Erhebung hat gezeigt, dass die Befragten generell ein ausgeprägtes Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung haben beziehungsweise sich der nachteiligen Auswirkungen nicht-nachhaltigen Konsums bewusst sind.⁶³ Der Mittelwert liegt hier insgesamt bei 5,1. Wie in Abbildung 39 zu sehen ist, erhielt die Aussage, dass Politiker*innen viel zu wenig für die nachhaltige Entwicklung tun, am meisten Zustimmung (MW = 5,6, bei einer Skala von 1 = „trifft überhaupt nicht zu“ bis 7 = „trifft voll und ganz zu“). Auffallend ist außerdem, dass auch die Aussage zur Bereitschaft persönlicher Einschränkungen zugunsten der Nachhaltigkeit viel Zustimmung erhielt (MW = 5,0). Für den entwicklungspolitischen Kontext ist außerdem wichtig, dass das Bewusstsein über die Zusammenhänge zwischen Konsum in Deutschland und dessen negativen Auswirkungen auf die Umwelt und Menschen in anderen Ländern recht ausgeprägt ist (MW = 5,3) und eine starke Beunruhigung bezüglich der Lebensbedingungen von Menschen im globalen Süden herrscht (MW = 5,3).

⁶³ Um die Einstellung zu messen, wurde eine validierte Skala zum Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung verwendet. Diese ist angelehnt an eine Umweltbewusstseinskala, welche als erklärende Variable für verschiedene umweltrelevante Verhaltensweisen verwendet wird (für eine Zusammenfassung vgl. Diekmann und Preisendörfer, 2001).

Abbildung 39 Bewusstsein für nachhaltige Entwicklung



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021. $N = 2.010$. Für die Indexbildung wird bei den letzten beiden Items die Antwortskala aus inhaltlichen Gründen umgedreht bzw. rekodiert.

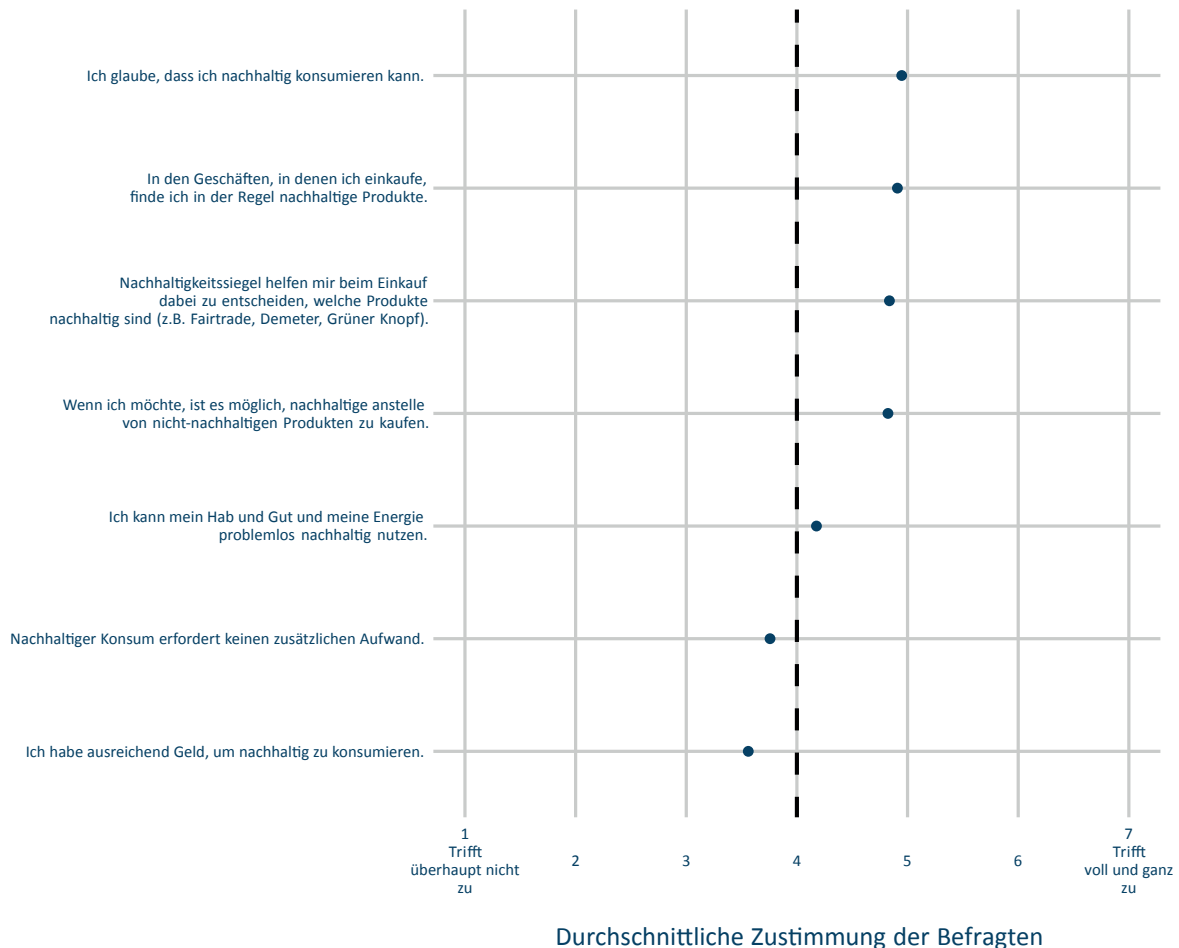
Subjektive Normen zu nachhaltigem Konsum sind wenig ausgeprägt

Die Ergebnisse zeigen, dass die subjektive Norm generell als wenig ausgeprägt wahrgenommen wird ($MW = 3,5$, Skala von 1 bis 7; Beispiel-Item: „Meine Haushalts-/Familienmitglieder denken, dass ich nachhaltig konsumieren sollte“; siehe Tabelle 73 im Online-Anhang).⁶⁴ Das ist im Hinblick auf Diskussionen über vermeintliches Anprangern und Abwerten nicht-nachhaltigen Verhaltens (zum Beispiel Flugscham, Grüne als „Verbotspartei“, Skandal um vegetarischen Donnerstag in Kantinen) bemerkenswert. Es stellt sich die Frage, ob gegebenenfalls eine starke Differenzierung zwischen „Öffentlichkeit“ und „Bekannte und Familie“ Grund für diese Diskrepanz sein kann oder ob die Angaben zur subjektiven Norm eher die erwünschte Norm reflektieren.

⁶⁴ Die validierte Skala zur Messung der subjektiven Normen wurde an den nachhaltigen Konsum angepasst (Paul et al., 2016; Thøgersen und Ölander, 2002). Für die weiteren Analysen wurde aus den vier Items ein Index errechnet (Cronbachs Alpha 0,88).

Die wahrgenommene Handlungskontrolle fällt eher gering aus

Abbildung 40 Handlungskontrolle



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021. $N = 2.010$.

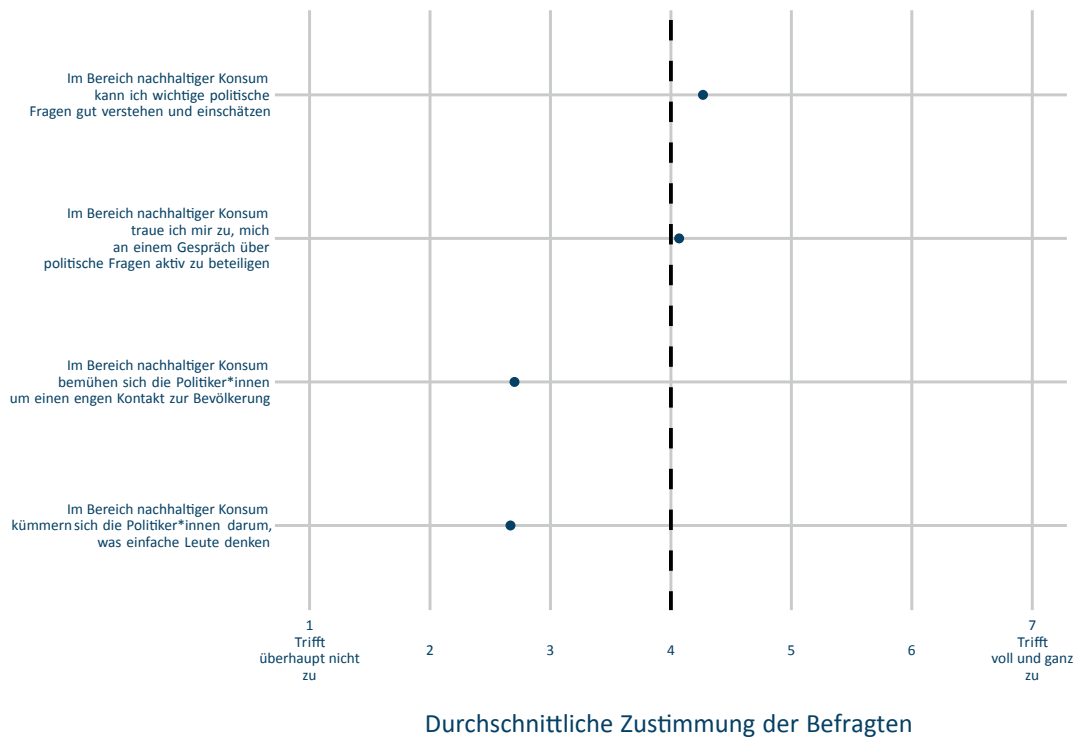
Generell lässt sich eine eher niedrige wahrgenommene Handlungskontrolle beobachten (MW = 4,4, Skala von 1 bis 7; siehe Tabelle 74 im Online-Anhang). Innerhalb der Skala finden sich interessante Unterschiede in der Beantwortung der Items. Wie Abbildung 40 verdeutlicht, werden die eigenen finanziellen und zeitlichen Ressourcen als größte Herausforderung für die Handlungskontrolle gesehen. Als unterstützend werden das Vorhandensein von Siegeln sowie die Verfügbarkeit von nachhaltigen Produkten beurteilt.

Die Selbstwirksamkeit wird eher gering eingeschätzt

Auch ihre Selbstwirksamkeit schätzt die Bevölkerung eher gering ein (MW = 4,3; Skala von 1 bis 7; siehe Tabelle 75 Online-Anhang). Dies deckt sich mit den Befunden zur geringen Selbstwirksamkeit der Bürger*innen im Bereich der Entwicklungspolitik (siehe Abschnitt 2.5.1).

Die konsumpolitische Selbstwirksamkeit (Skala von Beierlein et al. (2014), angepasst an nachhaltigen Konsum), wird noch deutlich geringer eingeschätzt als die allgemeine Selbstwirksamkeit (MW = 3,4; siehe Tabelle 76 im Online-Anhang). Dies resultiert vor allem aus sehr geringen Werten für die Items, die sich auf das Bemühen beziehungsweise die Anstrengungen der Politiker*innen für nachhaltigen Konsum beziehen (beide MW = 2,7; siehe Abbildung 41).

Abbildung 41 Konsumpolitische Selbstwirksamkeit



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021. N = 2.010.

Die Theory of Planned Behaviour erweist sich als erklärungskräftig: Alle psychologischen Einflussfaktoren zeigen einen Zusammenhang mit nachhaltigem Konsum

Um zu verstehen, wie das nachhaltige Konsumverhalten von den verschiedenen Faktoren beeinflusst wird, müssen die Einflussfaktoren der TPB gemeinsam analysiert werden.⁶⁵ Hierfür wurde eine multiple Regression gewählt. Die möglichen Einflussvariablen wurden blockweise hinzugefügt.⁶⁶ Dabei zeigte sich, dass alle fünf Komponenten sowohl einzeln als auch über die jeweils anderen Variablen hinaus in einem signifikant positiven Zusammenhang mit dem selbst berichteten nachhaltigen Konsum stehen (alle Koeffizienten $p < 0.01$; Tabelle 89 im Online-Anhang). Werden die Kontrollvariablen (Geschlecht, Alter, Einkommen, politische Orientierung und Bildungsniveau) ergänzt, wird deutlich, dass die Zusammenhänge weiterhin signifikant positiv sind. Alle Einflussfaktoren sind also für das nachhaltige Konsumverhalten relevant: Je höher ausgeprägt der jeweilige Faktor ist, desto stärker ausgeprägt ist auch der selbst berichtete nachhaltige Konsum. Dabei zeigt sich, dass die Erklärungskraft des Modells weit über der Erklärungskraft der soziodemografischen Informationen liegt ($R^2 = 0,57$ vs. $R^2 = 0,07$; Tabelle 90 im Online-Anhang).⁶⁷

⁶⁵ Dafür wurden aus allen zuvor aufgeführten möglichen Einflussfaktoren Skalenindizes gebildet. Für den Skalenindex „Nachhaltigkeitsbewusstsein“ wurden zwei Items rekodiert, sodass hohe Werte immer für hohes Nachhaltigkeitsbewusstsein stehen. Interne Konsistenz der Skalen (Cronbachs Alpha):

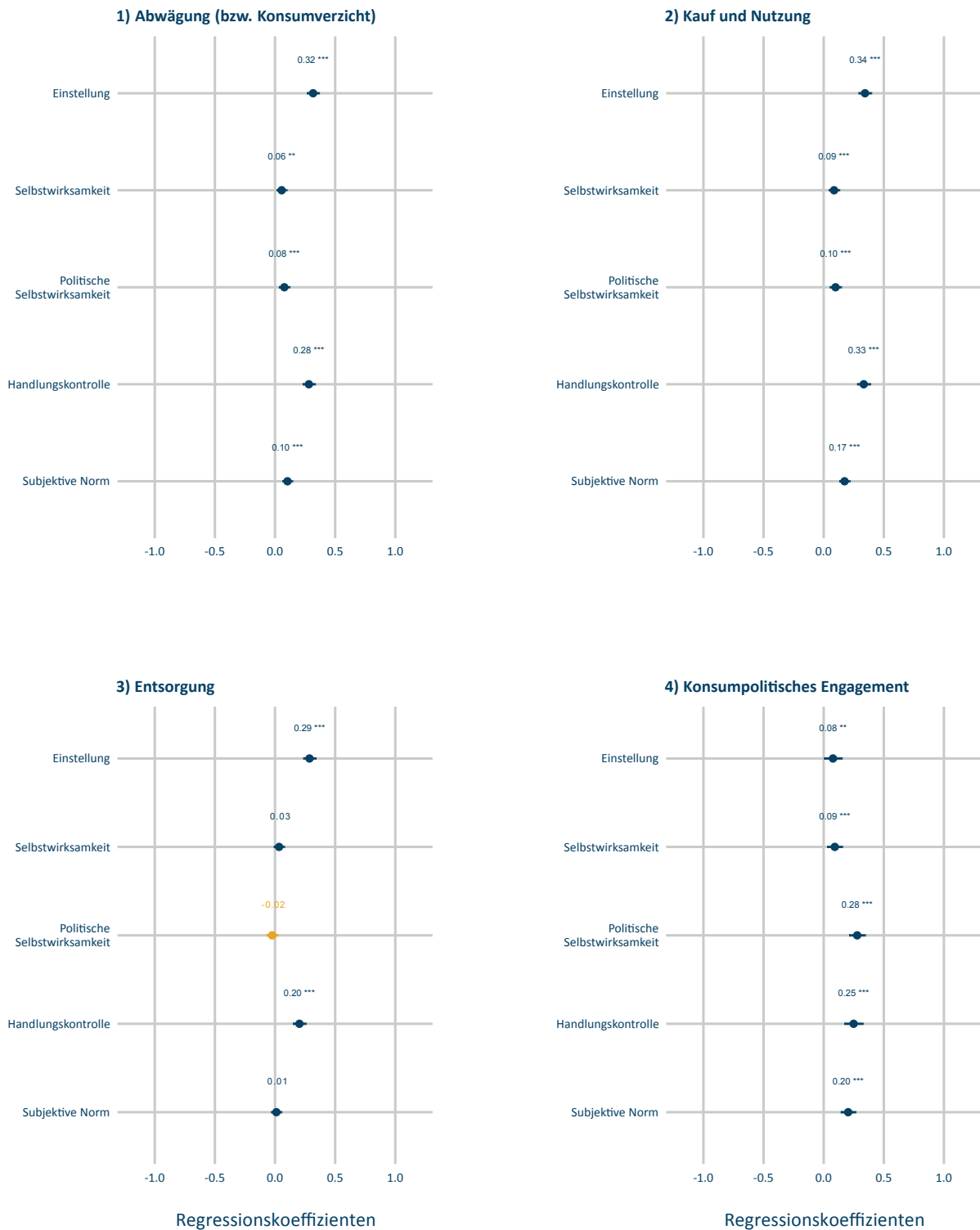
Nachhaltigkeitsbewusstsein = 0,9; Subjektive Normen = 0,9; Handlungskontrolle = 0,9; Selbstwirksamkeit = 0,9; Politische Selbstwirksamkeit = 0,8. ⁶⁶ Die Koeffizienten sind jedoch nicht als Kausalbeziehungen zu interpretieren, sondern lediglich als Zusammenhänge zwischen den Merkmalen und dem berichteten Konsumverhalten, nicht jedoch den Effekt, wenn ein Merkmal gezielt beeinflusst wird, wie es in einem Experiment der Fall wäre.

⁶⁷ Das R^2 ist ein Gütemaß für lineare Regressionsmodelle. Es gibt an, wie gut die unabhängigen Variablen dazu geeignet sind, die Varianz der abhängigen Variable zu erklären. Das R^2 liegt immer zwischen 0 und 1 und kann auch als prozentualer Anteil der erklärten Varianz interpretiert werden. Im vorliegenden Bericht wird ein korrigiertes R^2 verwendet, welches die Anzahl der einbezogenen unabhängigen Variablen berücksichtigt – schließlich können mehr Variablen zu einem höheren R^2 führen, ohne dass mehr Varianz erklärt wird (Backhaus et al., 2018, S. 77–79).

In Abbildung 42 sind die Zusammenhänge spezifisch für die verschiedenen Konsumphasen abgetragen. Es finden sich zunächst viele Gemeinsamkeiten, die generelle Ansatzpunkte für die Förderung des nachhaltigen Konsums bieten: Einstellungen (Nachhaltigkeitsbewusstsein) und Handlungskontrolle stehen mit allen vier Konsumphasen in einem positiven Zusammenhang. Kaufabwägung, Kauf und Nutzung sowie das Engagement stehen zusätzlich zu den Einstellungen und der Handlungskontrolle mit der (konsumpolitischen) Selbstwirksamkeit und subjektiven Norm in einem positiven Zusammenhang. Für Kaufabwägung, Kauf und Nutzung sowie Entsorgung zeigen die Einstellung und die wahrgenommene Handlungskontrolle den größten Einfluss (siehe Regressionskoeffizienten). Im Gegensatz dazu sind beim konsumpolitischen Engagement die konsumpolitische Selbstwirksamkeit, die Handlungskontrolle und die subjektive Norm die wichtigsten Einflussfaktoren.

Insgesamt lassen die Ergebnisse vermuten, dass die Einstellungen der Bevölkerung sowie die wahrgenommene Handlungskontrolle die wichtigsten Einflussfaktoren für nachhaltigen Konsum sind. Für nachhaltigkeitspolitische Akteure dürfte es deshalb beruhigend sein, dass die Einstellungen bereits eher positiv ausgeprägt sind (MW = 5,1). Eine Herausforderung könnten allerdings die relativ niedrigen Werte für die anderen Faktoren sein. Vor allem die subjektive Norm (MW = 3,5) sowie die konsumpolitische Selbstwirksamkeit (MW = 3,4) sind schwach ausgeprägt. Alle vier Einflussfaktoren könnten damit kritische Hürden für die Steigerung des nachhaltigen Konsums darstellen. Gleichzeitig ist der Einfluss der wahrgenommenen Handlungskontrolle auf den nachhaltigen Konsum am größten, die (konsumpolitische) Selbstwirksamkeit wurde in den Fokusgruppen besonders stark diskutiert. Eine Fokussierung von Maßnahmen auf diese Aspekte bietet sich damit an.

Abbildung 42 Einfluss der TPB-Merkmale auf nachhaltigen Konsum



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021. N = 2.010. Multiple OLS-Regression. Unstandardisierte Regressionskoeffizienten. Kontrollvariablen: Alter, Einkommen, politische Orientierung, Geschlecht, Bildungsniveau; Kontrollvariablen nicht dargestellt; Adj. R² jeweils von 1) bis 4): 0,56, 0,48, 0,31 und 0,35. *** p < 0,001, **p < 0,01, * p < 0,05. Positive Koeffizienten bedeuten, dass die jeweilige Konsumphase stärker ausgeprägt ist, je höher der Wert eines Merkmals ausfällt. Negative Koeffizienten bedeuten eine geringere Ausprägung der jeweiligen Konsumphase, je höher der Wert des Merkmals ausfällt (siehe dazu auch den Eintrag „Regressionsanalyse“ im Glossar).

3.3.5 Welche Rolle schreibt die Bevölkerung verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren in der Förderung nachhaltigen Konsums zu?

Neben individuellen Einflussfaktoren sind auch die Erwartungen der Bevölkerung an andere gesellschaftliche Akteure für den eigenen nachhaltigen Konsum relevant. Die Einflussmöglichkeiten verschiedener Akteure auf die Bekämpfung von Armut im globalen Süden wurde in Abschnitt 2.5 bereits diskutiert. Hier zeigte sich, dass die Einflussmöglichkeiten Einzelner im Vergleich zum Einfluss anderer Akteure als sehr gering eingeschätzt werden. Gleichzeitig lassen Forschungsergebnisse vermuten, dass nachhaltiger Konsum als ein Gebiet wahrgenommen wird, in dem Einzelne im Vergleich zu anderen Zielen der nachhaltigen Entwicklung viel bewirken können (siehe Einleitung, Kapitel 2; Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 6). In Kasten 14 wurde bereits auf das Dilemma eingegangen, dass der Einfluss auf globale nachhaltige Produktions- und Konsummuster begrenzt ist und diese weitreichend von Politik und Wirtschaft bestimmt werden. Beispielsweise kann der Staat durch Regulierung und Subventionen Produktion und Konsum aktiv gestalten. Daher stellt sich die Frage, ob die Bürger*innen diese Wechselwirkungen zwischen Politik und Wirtschaft beziehungsweise Produktion und Konsum sowie deren Auswirkungen auf das eigene Konsumverhalten wahrnehmen. Bei welchen Akteuren sehen die Bürger*innen Potenzial, nachhaltigen Konsum wirksam zu fördern, wem vertrauen sie diesbezüglich, und wird nachhaltiger Konsum wirklich als Bereich gesehen, in dem Einzelne viel bewirken können?

Selbstwirksamkeitszweifel als mögliche Hürde für nachhaltigen Konsum

Viele Teilnehmende der Fokusgruppendifkussionen sehen Politik und Wirtschaft in der Verantwortung, nachhaltigen Konsum zu fördern. Gleichzeitig trauen manche den politischen Akteuren nicht zu, sich der Wirtschaft gegenüber durchsetzen zu können oder zu wollen. Dies ist mit einer mehr oder weniger stark ausgeprägten Kapitalismuskritik verbunden (siehe Abschnitt 3.3.3).

„Ich weiß nicht, ob die Politik so viel Macht hat. Ich glaube, vor der Politik steht noch die Wirtschaft. Und solange wir dieses Denken haben – der Turbokapitalismus, immer größer, immer mehr, wir müssen nächstes Jahr Gewinn machen –, solange (...) wird sich daran nichts ändern (...).“

Ob der Beitrag von Individuen als ein realistischer Weg gesehen wird, die negativen Auswirkungen der Herstellung und des Verbrauchs von Gütern zu verringern, wird ganz unterschiedlich beurteilt (siehe Kasten 17).

Kasten 17 Selbstwirksamkeit als wichtiger Einflussfaktor in den Fokusgruppen

Ein Grund für die Zweifel an der eigenen Selbstwirksamkeit ist, dass nachhaltiger Konsum und dessen mögliche Auswirkungen als komplex und intransparent wahrgenommen werden.

„Ja, (...) aber wenn ich mir dann die Realität anschau, dann wird das sehr schnell fatalistisch (...), weil sich dann wieder diese Hilflosigkeit breitmacht. Und wenn man dann im Kleinen denkt, z. B. ich kaufe jetzt meine Secondhandklamotten oder ich kaufe jetzt von Demeter die Sachen in der Bio-Company, um dann wieder ein gutes Gefühl zu haben. Das ist dann schwierig und komplex, damit umzugehen.“

Ein Teil der Teilnehmenden äußerte vehemente Kritik an den wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen ihres Konsums. Sie empfinden eine gewisse Ohnmacht gegenüber globalen Unternehmen und zweifeln daran, dass nachhaltiger Konsum noch rechtzeitig einen ökologischen Kollaps der Erde verhindern kann.

„Es ist ja also hochkomplex, weil: Im Endeffekt ist ja die „Dritte Welt“ der Motor des Kapitalismus. Ohne die „Dritte Welt“, ohne die Ausbeutung können wir nicht dieses Niveau halten an Konsum, das wir gerade in den Industriestaaten praktizieren (...).“

Aus dieser Gesellschaftskritik heraus begründen sich starke Zweifel an der Wirksamkeit des eigenen Handelns für eine nachhaltige Entwicklung.

„Ich kann mich nicht mehr an die Zahl erinnern, aber es hieß irgendwie, dass Unternehmen an 60 Prozent der Umweltprobleme schuld sind. Das heißt, wie viel können wir machen, damit sich was ändert, wenn eigentlich doch die Unternehmer, die Konzerne, daran schuld sind?“

Andere Teilnehmende zeigen sich motiviert, nachhaltig zu konsumieren, und erkennen Handlungsoptionen, um Einfluss auf die gesellschaftlichen Gegebenheiten zu nehmen. Diese Teilnehmenden prägt ein starkes Gefühl der Selbstwirksamkeit. Direkt darauf angesprochen, sehen sie die Möglichkeit, durch ihr eigenes Handeln positive Impulse für die Länder des globalen Südens zu setzen, etwa durch gezieltes Kaufverhalten, ressourcensparenden Konsum, Boykott und politisches Engagement für eine nachhaltige EZ. In diesem Zusammenhang wird häufig die Meinung vertreten, dass positive Beispiele Wirkung zeigen. Einzelne meinten auch, dass politische Aktivitäten das Potenzial hätten, etwas zu verändern (zum Beispiel Wahlen, Proteste mittels vorgedruckter Briefe von Foodwatch).

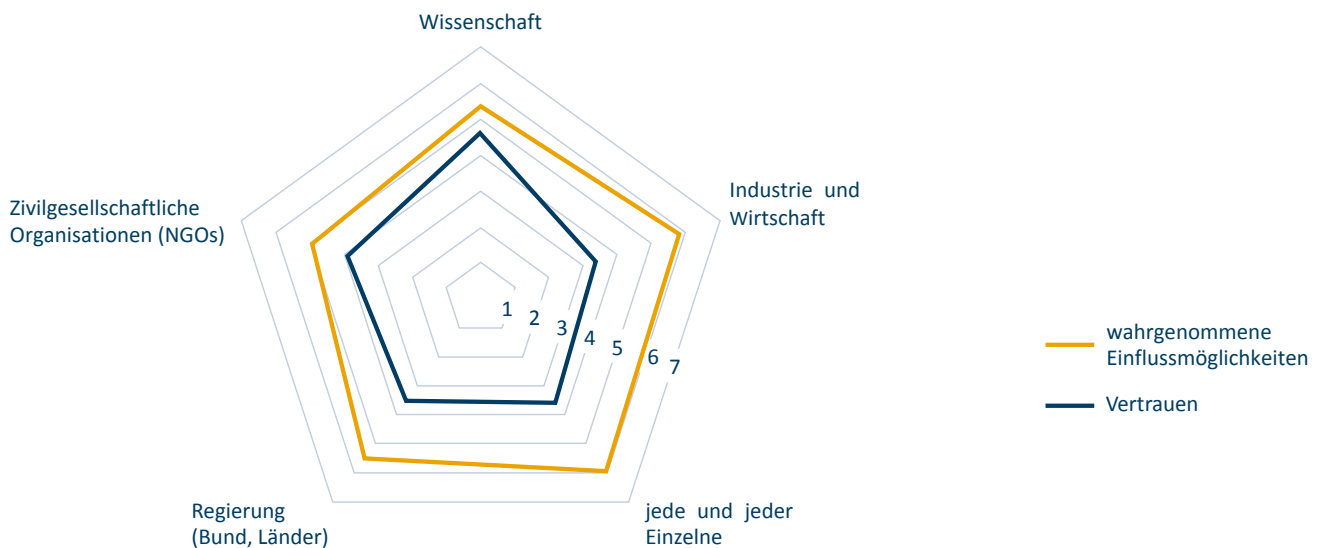
„Und ich denke auch (...), man lebt es vor, man spricht mit Freunden darüber und so weiter, gibt es an seine Kinder weiter und hofft, dass da bei dem einen oder dem anderen auch der Funke überspringt. Und es sollte wirklich auch mehr ins Bewusstsein, auch von der Politik in die Bevölkerung getragen werden und von anderen Verbänden und so weiter.“

Im Verlaufe der Diskussion näherten sich die Standpunkte der zwei Fraktionen ein wenig an.

Einzelpersonen und der Wirtschaft werden die größten Einflussmöglichkeiten zugeschrieben

In der Umfrage wurden die unterschiedlichen Zuschreibungen von Einflussmöglichkeiten sowie das Vertrauen in verschiedene Akteure, nachhaltigen Konsum zu fördern, systematisch erhoben.⁶⁸

Abbildung 43 Die Rolle gesellschaftlicher Akteure für nachhaltigeren Konsum



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021. N = 2.010. Mittelwert der Skala von 1 = „Stimme überhaupt nicht“ zu bis 7 = „Stimme voll und ganz zu“; Akteur „EU“ nicht abgebildet.

⁶⁸ Zusätzlich wurde folgende Frage gestellt: „Wer sollte Ihrer Meinung nach einen Beitrag dazu leisten, dass der Konsum nachhaltiger wird?“ Die Ergebnisse decken sich weitestgehend mit der „wahrgenommenen Einflussmöglichkeit“ und werden aus Gründen der Verständlichkeit hier nicht zusätzlich aufgeführt. Die konkrete Item-Formulierung findet sich in Tabelle 68 und 78 bis 80 im Online-Anhang.

Abbildung 43 zeigt, dass die Bevölkerung viel Einflussmöglichkeiten bei Wirtschaft, Regierung und Einzelpersonen sieht, während diesen Akteuren gleichzeitig wenig Vertrauen entgegengebracht wird, nachhaltigen Konsum auch tatsächlich zu fördern. Der Wissenschaft und den zivilgesellschaftlichen Akteuren wird diesbezüglich mehr vertraut, aber besonders Letzteren auch weniger Einflussmöglichkeiten zugesprochen. Auffallend ist, dass Einzelpersonen genauso viele Einflussmöglichkeiten zugeschrieben werden wie der Wirtschaft und mehr als den drei anderen Akteuren.

Zudem findet sich hier ein auffallender Unterschied zu der als sehr gering wahrgenommenen Einflussmöglichkeit von Einzelpersonen bezüglich der Bekämpfung globaler Armut (siehe Abschnitt 2.5).⁶⁹ Nachhaltiger Konsum ist also ein Teilbereich globaler Herausforderungen, in dem die Bevölkerung größere Einflussmöglichkeiten sieht als im übergeordneten Feld der Armutsbekämpfung. Diese Ergebnisse unterstreichen die Herausforderung, die in den Fokusgruppendifkussionen deutlich wurde: Das Vertrauen in politische und wirtschaftliche Akteure – aber auch in Einzelpersonen –, sich tatsächlich für nachhaltigen Konsum einzusetzen, fehlt. Dies könnte auch erklären, wieso sich die als hoch wahrgenommenen Einflussmöglichkeiten von Einzelpersonen nicht in hohen persönlichen Selbstwirksamkeitsüberzeugungen widerspiegeln: Inwiefern der/die Einzelne in einer Konstellation unterschiedlicher Abhängigkeiten tatsächlich persönlich nachhaltig konsumieren kann und welchen Beitrag eine einzelne Person durch nachhaltigen Konsum wirklich leisten kann, wird kritisch gesehen.

3.3.6 Welche konsumpolitischen Forderungen unterstützt die Bevölkerung?

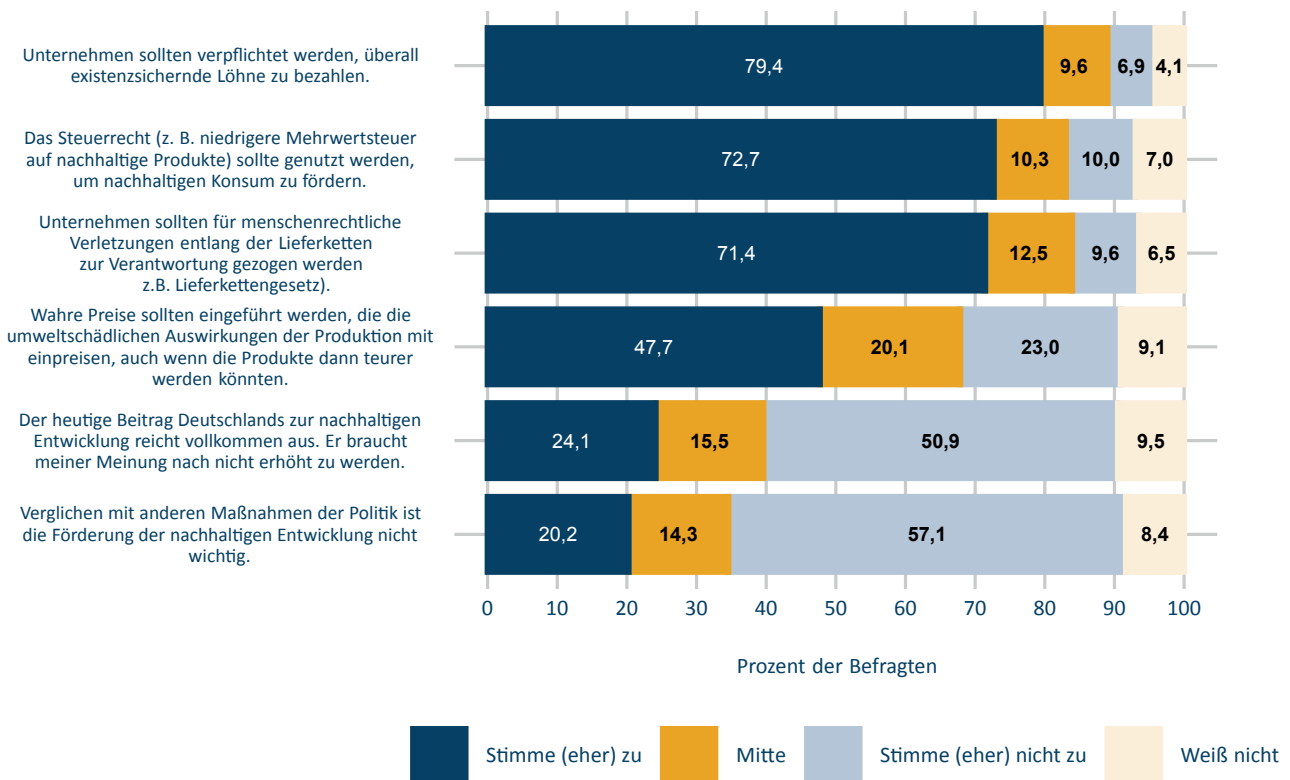
Die Wahrnehmung der Rolle verschiedener gesellschaftlicher Akteure führt schließlich zu der Frage, wie die Bevölkerung zu konkreten konsumpolitischen Forderungen steht. Wie gezeigt wurde, ist der direkte individuelle Einfluss einzelner Akteure begrenzt (siehe Kasten 14), weshalb die Bedeutung struktureller Maßnahmen, die von politischen Akteuren ausgehen, nicht vernachlässigt werden sollte. Obwohl die Bevölkerung, wie in Abschnitt 3.3.5 festgestellt wurde, der einzelnen Person hohe Einflussmöglichkeiten zuschreibt, findet sich zugleich große Zustimmung zu konsumpolitischen Forderungen (siehe Abbildung 44). Eine Verantwortungszuschreibung an den Einzelnen und an übergeordnete Akteure stehen also nicht im Widerspruch zueinander (siehe auch Hellbrück und Kals, 2012).

Die Bevölkerung unterstützt besonders konsumpolitische Forderungen, die Unternehmen und politische Akteure in die Pflicht nehmen

Besonders den Forderungen mit Bezug auf Unternehmen („Verpflichtung zur Zahlung existenzsichernder Löhne und Verantwortung für menschenrechtliche Verletzungen entlang der Lieferkette“) stimmen jeweils knapp drei Viertel der Befragten zu (Abbildung 44). Auch fiskalpolitische Regelungen wie ein Steuerrecht, das nachhaltigen Konsum fördert, findet viel Zustimmung (78 %). Den Eindruck, dass Deutschland schon genug für eine nachhaltige Entwicklung unternimmt oder dass Maßnahmen für nachhaltige Entwicklung nicht relevant sind, bestätigt die Mehrheit der Befragten hingegen nicht (höchstens 27 % Zustimmung). Auffällig ist, dass die Zustimmung zu dem Item, das die Folgen für die eigene Person aufzeigt (höhere Preise), deutlich geringer ist als für die Items, die die Verpflichtungen anderer Akteure betonen. Auch hier liegt die Zustimmung aber noch bei knapp 50 Prozent.

⁶⁹ Sie unterscheidet sich geringfügig, da die Frage für den spezifischen Kontext des nachhaltigen Konsums angepasst wurde.

Abbildung 44 Zustimmung zu konsumpolitischen Forderungen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021. N = 2.010.

3.3.7 Zusammenfassung

Nachhaltiger Konsum ist aus Sicht der Bevölkerung facettenreich und wird in vielen Bereichen bereits praktiziert – am meisten bei Nahrungsmitteln und in der Entsorgung. Außerdem zeigt sich in der Erhebung Potenzial bei den Befragten, ihren nachhaltigen Konsum noch zu steigern – insbesondere bei Kleidung. Vor allem die Textilbranche bietet für entwicklungspolitische Akteure relevante Anknüpfungspunkte, um EZ im Alltag der Menschen erfahrbar zu machen und die Bevölkerung für entwicklungspolitische Themen zu sensibilisieren. Zu denken ist etwa an die Arbeitsbedingungen oder den Umweltschutz in den Ländern des globalen Südens, in denen Kleidung für die Industriestaaten produziert wird.

Ältere sowie politisch links positionierte Menschen konsumieren nachhaltiger als jüngere und eher politisch rechts positionierte Menschen. Das größte Potenzial für stärkeren nachhaltigeren Konsum findet sich bei jüngeren, einkommensstarken und politisch links positionierten Personen. Da sowohl jüngere Personen als auch solche aus dem linken Spektrum in der Regel positiver gegenüber Entwicklungspolitik eingestellt sind (siehe Abschnitt 2.1), könnte die Verknüpfung von nachhaltigem Konsum und entwicklungspolitischen Themen besonders in diesen Gruppen auf Resonanz stoßen.

Die Bevölkerung ist zudem überzeugt, dass nachhaltiger Konsum dazu beitragen kann, entwicklungspolitische Herausforderungen zu bewältigen. Der Zusammenhang zwischen nachhaltigem Konsum und EZ wird allerdings eher erkannt, wenn das Thema durch externe Anstöße, beispielsweise entsprechende Nachfragen in den Fokusgruppendifkussionen, hervorgebracht wird.

Neben einem ausgeprägten Nachhaltigkeitsbewusstsein ist die wahrgenommene Handlungskontrolle der wichtigste individuelle Faktor für nachhaltigen Konsum der Bevölkerung. Aber auch (konsumpolitische) Selbstwirksamkeit und subjektive Normen sind relevant. Die als gering wahrgenommene Handlungskontrolle und (konsumpolitische) Selbstwirksamkeit stellen dabei eine Herausforderung dar.

Die Fokusgruppendifkussionen lassen vermuten, dass eine gewisse Politikverdrossenheit und ein Ohnmachtsgeföhl für die fehlende wahrgenommene Selbstwirksamkeit verantwortlich sein könnten. Dies zeigt sich auch darin, dass die Bürger*innen zwar ähnlich viel Einflussmöglichkeit beim Individuum wie bei der Wirtschaft (und mehr als bei der Regierung) sehen, gleichzeitig aber wenig Vertrauen in alle drei Akteure haben, dass sie diese Möglichkeiten auch geltend machen. Die Einschätzung ist also, dass diese Akteure zwar zu nachhaltigem Konsum beitragen können, dies aber vermutlich nicht tun werden.

Im Vergleich zur wahrgenommenen Einflussmöglichkeit auf die Bekämpfung von Armut (siehe Kapitel 2) wird der individuelle Einfluss auf nachhaltigen Konsum als größer wahrgenommen. Dies deckt sich mit den Ergebnissen des Meinungsmonitors Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 6), der gezeigt hat, dass die Bevölkerung bei SDGs mit Bezug zu Konsum (SDGs 7, 12, 13, 14, 15) größere individuelle Einflussmöglichkeiten sieht als bei anderen SDGs. Ein Aufzeigen von Möglichkeiten zum Selbstwirksamkeitserleben könnte deshalb einen Ansatzpunkt bieten, Bürger*innen zu nachhaltigem Konsum zu motivieren.

Durch eine Sensibilisierung zu nachhaltigem Konsum könnten Bürger*innen wiederum an entwicklungspolitisches Engagement herangeföhrt werden. Dabei besteht ein Balanceakt darin, individuelle Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen – gerade auch als alltagsnahen Bezugspunkt für entwicklungspolitische Einflussnahme – und zugleich eine realistischere Einschätzung der Verantwortung und Einflussmöglichkeiten anderer Akteure zu geben, um das Gefühl einer persönlichen Überforderung zu verhindern. Ein wichtiger Hebel, um Bürger*innen für nachhaltigen Konsum zu gewinnen, könnte darin liegen, ihnen nicht nur zu zeigen, wie sie mit dem eigenen individuellen Verhalten etwas verändern können, sondern auch Möglichkeiten zur politischen Einflussnahme zu vermitteln.

Die breite Zustimmung zu konsumpolitischen Forderungen zeigt nicht zuletzt, dass es ein starkes Mandat für politische Akteure gibt, sich verbindlich für nachhaltige Entwicklung einzusetzen. Die Bevölkerung unterstützt dabei besonders Forderungen, die Unternehmen und politische Akteure in die Pflicht nehmen. Für entwicklungspolitische Akteure bedeutet das, dass sie für ihre Anliegen in Bezug auf nachhaltigen Konsum ebenfalls auf breite Zustimmung hoffen können (siehe z. B. das Lieferkettengesetz).

3.4 Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen

Kasten 18 Zentrale Ergebnisse: Zusammenhänge zwischen verschiedenen Engagementformen

- In der Bevölkerung finden sich fünf entwicklungspolitische Engagementstypen: 1) *völlig Unengagierte* (22 %), 2) *marginal Engagierte* (44 %), 3) *informationsbezogen Engagierte* (22 %), 4) *verhaltensbezogen Engagierte* (9 %) und 5) *vollumfänglich Engagierte* (3 %; Daten aus dem AAT-Panel Juli 2018).
- Über alle zehn Erhebungswellen des AAT hinweg zeigt sich: Rund 80 Prozent der Bevölkerung Deutschlands engagieren sich entwicklungspolitisch nicht oder nur marginal.
- Die intensiv engagierten Engagementstypen *verhaltensbezogen* und *umfassend Engagierte* nehmen sich entwicklungspolitisch deutlich selbstwirksamer wahr als die übrigen drei Engagementstypen.
- Auf aggregierter Ebene sind die Anteile der Engagementstypen im Zeitverlauf relativ stabil; auf individueller Ebene bewegen sich die Befragten auch aus Engagementstypen heraus.
- *Völlig Unengagierte* und *marginal Engagierte* verbleiben mit größerer Wahrscheinlichkeit in ihrem Engagementstyp. Die engagierteren Engagementstypen weiten ihr Engagement aus oder verringern es, wechseln folglich im Zeitverlauf mit höherer Wahrscheinlichkeit den Engagementstyp.
- Die Analyse möglicher Einflussfaktoren zeigt: Mit einem Anstieg der entwicklungspolitischen Selbstwirksamkeit steigt auch das Engagement. Zudem korrespondiert ein höheres Ausmaß an Besorgtheit mit einer höheren Wahrscheinlichkeit, das Engagement zu steigern. Nachlassende Besorgtheit geht mit einer höheren Wahrscheinlichkeit einher, sich in geringerem Maße zu engagieren.

In den bisherigen Abschnitten dieses Kapitels wurden die verschiedenen Formen, in denen sich die Bevölkerung mit Entwicklungspolitik und globaler Armut auseinandersetzen kann, separat betrachtet. Die

Bürger*innen können jedoch aus zahlreichen Möglichkeiten des Engagements wählen und auch verschiedene Formen miteinander kombinieren. Daraus resultieren viele mögliche Engagementmuster. Um häufig vorzufindende Muster zu identifizieren, bieten sich Typologien an, welche die Bevölkerung in Gruppen einteilen, die sich untereinander möglichst klar in ihrem Engagement unterscheiden, innerhalb der Gruppe jedoch ein ähnliches Engagementmuster aufweisen. Der Vorteil einer solchen Typologie besteht darin, dass das komplexe Phänomen entwicklungspolitischen Engagements greifbarer wird. Der Aid Attitudes Tracker (AAT) bietet eine solche Typologie für alle zehn Erhebungswellen, sodass auch der Wechsel und Verbleib der Bürger*innen in einzelnen Engagementstypen analysiert werden kann.⁷⁰

3.4.1 Engagement für globale Entwicklung in Deutschland im Zeitverlauf

Gastbeitrag von Jennifer Hudson, David Hudson und Paolo Morini (Development Engagement Lab)

Eine der Grundannahmen, die den Bemühungen vieler Entwicklungsorganisationen um öffentliche Unterstützung zugrunde liegt, ist die Vorstellung einer „Engagement-Reise“ (*engagement journey*).⁷¹ Diesem Ansatz entsprechend, sollen Personen entlang eines Spektrums von Aktivitäten mit geringem bis hohem Aufwand zu entwicklungspolitischem Engagement bewegt werden. Auf diese Weise sollen sowohl die Bandbreite als auch die Intensität der Aktivitäten zur Bekämpfung der globalen Armut gesteigert werden. Dabei definieren die Organisationen ihre Zielgruppen auf der Grundlage von Erkenntnissen aus der Forschungsliteratur und richten ihre Kommunikation und ihre Aktivitäten darauf aus, die Bürger*innen stufenweise zu mehr Engagement zu führen (sogenannte *ladder of engagement*). Funktioniert dieses Modell für die deutsche Öffentlichkeit? Wie werden Menschen aktiv, um sich für die weltweite Armutsbekämpfung zu engagieren, und wie verändert sich dieses Engagement im Laufe der Zeit? Und welche Faktoren fördern das Engagement?

Während sich frühere Beiträge zum Engagement in der globalen Armutsbekämpfung auf die Einstellungen der Bevölkerung konzentrierten (Scotto et al., 2017; Heinrich et al., 2016; Paxton und Knack, 2011; van Heerde und Hudson, 2009), liegt der Schwerpunkt im Folgenden auf den verhaltensbezogenen Aspekten des Engagements (Hudson et al., 2020).

Um das verhaltensbezogene Engagement zu ermitteln, wird auf eine Batterie selbst berichteter Handlungen aus dem AAT zurückgegriffen (siehe Tabelle 92 im Online-Anhang), mit denen sich die Befragten im Bereich internationale Armut und Entwicklung engagieren können.⁷² Die Handlungen sind so konzipiert, dass sie die Idee einer „Leiter des Engagements“ in Bezug auf die Zeit und den Aufwand für die Durchführung jeder Handlung widerspiegeln. Zu den Handlungen mit geringerem Aufwand gehören informations- und kommunikationsbezogenes Engagement wie das Lesen, Anschauen oder Anhören themenbezogener Nachrichten oder die Diskussion mit Familie und Freund*innen. Handlungen mit mittlerem Aufwand sind beispielsweise eigene Beiträge zur Diskussion im Internet oder das Spenden an eine Entwicklungs- oder Wohltätigkeitsorganisation. Zu den Handlungen mit hohem Aufwand zählen die Kontaktaufnahme zu gewählten Mandatsträger*innen und ehrenamtliche Tätigkeiten im In- oder Ausland.

Die Daten dienen als Grundlage für eine latente Klassen-Analyse (*Latent Class Analysis, LCA*; siehe z. B. Collins und Lanza, 2010), mit der die deutsche Öffentlichkeit in fünf qualitativ unterschiedliche Engagementstypen eingeteilt wird. Mit anderen Worten: Die latente Messung erfasst unterschiedliche Arten oder Muster des Engagements und stellt somit keine rein quantitative Messung dar.

70 Es muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die im Folgenden genutzte Engagementstypologie nicht der im DEval-Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 7) entwickelten Einstellungstypologie entspricht.

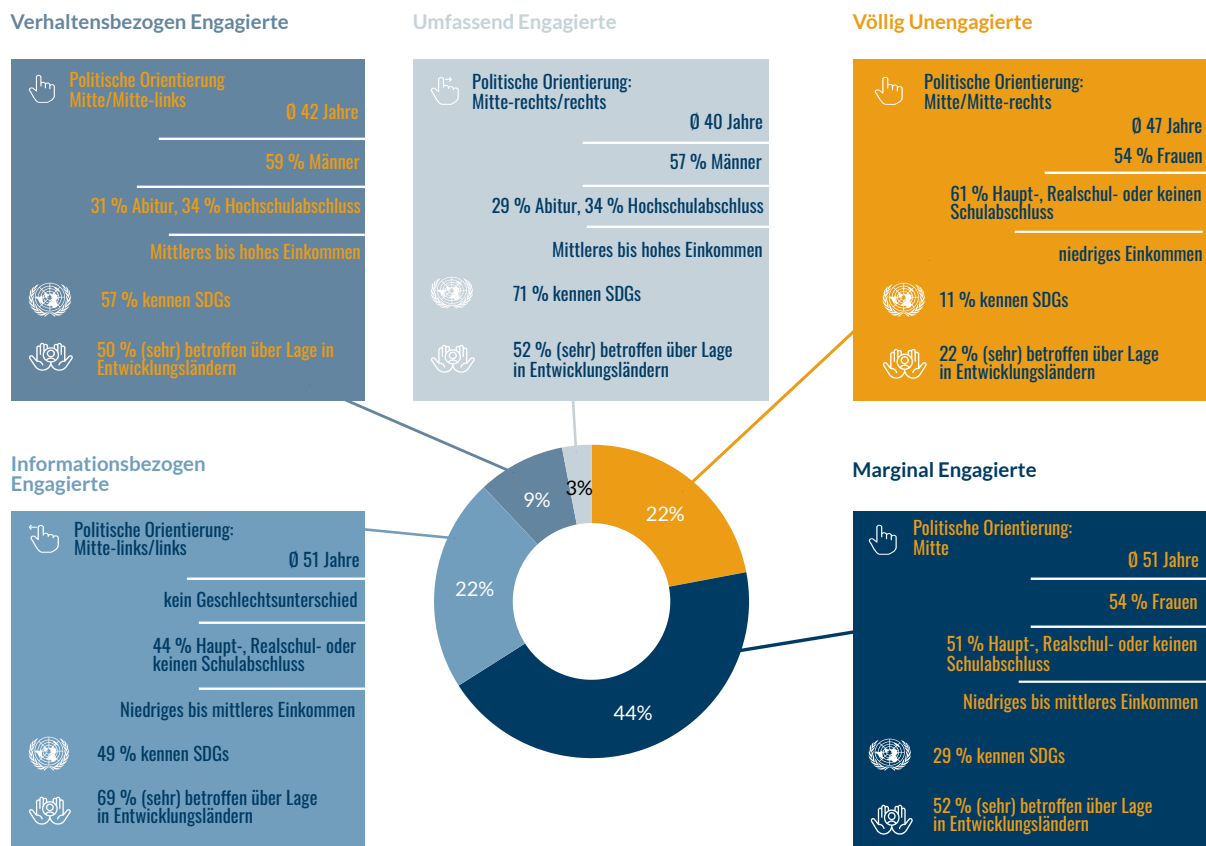
71 Dieser Beitrag basiert auf Hudson, J., Hudson, D., Morini, P., Stewart, M. und Clarke, H. (2020). 'Not one, but many publics: Public engagement with global development'. *Development in Practice*.

72 Dies umfasst Handlungen, die in ähnlicher Form auch im DEL abgefragt werden und die Grundlage für die Analysen in Abschnitt 3.1 bilden.

Kasten 19 Soziodemografie, politische Orientierung und Einstellungen der Engagementstypen

Abbildung 45 schlüsselt anhand der letzten AAT-Welle aus dem Juli 2018 die fünf Engagementstypen entlang zentraler soziodemografischer und politischer Merkmale sowie der in Kapitel 2 untersuchten entwicklungspolitischen Einstellungen auf.

Abbildung 45 Merkmale der fünf Engagementstypen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der AAT, Welle 10 (Juli 2018), N ≈ 6.000. Die zugrunde liegenden Kreuztabellen und Mittelwertvergleiche finden sich in Tabelle 4 im Anhang.

Hinsichtlich der soziodemografischen Merkmale sticht hervor, dass die Engagementstypen, die sich intensiver in der Entwicklungspolitik engagieren (*verhaltensbezogen* und *umfassend Engagierte*) über höhere Bildungsabschlüsse und höheres Einkommen verfügen. Typen, die sich nicht oder nur marginal engagieren (*völlig Unengagierte* und *marginal Engagierte*), verfügen tendenziell über niedrigere Bildungsabschlüsse und geringeres Einkommen. Diese Befunde entsprechen robusten Ergebnissen der Forschung zu bürgerschaftlichem Engagement (Simonson et al., 2022b) und politischer Beteiligung (Arriagada und Tesch-Römer, 2022; Burns et al., 2001; Solt, 2008; Verba et al., 1995). Daraus lassen sich zwei Schlüsse ziehen: Erstens bedarf es entsprechender Ressourcen (Brady et al., 1995), um sich entwicklungspolitisch zu engagieren. Zweitens kann angenommen werden, dass aufgrund der höheren Ressourcen (Bildung, Einkommen) der besonders Engagierten die Sichtweisen einer spezifischen Bevölkerungsgruppe mit größerer Wahrscheinlichkeit bei den entwicklungspolitischen Entscheidungstragenden ankommen, zum Beispiel durch persönliche Kontaktaufnahme, Kommunikation im Internet, aber auch als Vertreter*innen von NGOs (zur Diskussion um soziale Ungleichheit im Bereich der politischen Partizipation siehe z. B. Gallego, 2015; Schlozman et al., 2012). Umgekehrt dürften die entwicklungspolitischen Sichtweisen sozial Benachteiligter kaum zu den entwicklungspolitischen Entscheidungstragenden vordringen.

Auffällig ist auch, dass die intensiver Engagierten (*verhaltensbezogen* und *umfassend Engagierte*) im Schnitt jünger sind. Dies deckt sich mit den Befunden aus Abschnitt 3.1, die gezeigt haben, dass Jüngere beispielsweise häufiger Informationen teilen, sich für und in Organisationen engagieren oder entwicklungspolitisch partizipieren.

Die Daten zur politischen Orientierung deuten darauf hin, dass sich die *völlig Unengagierten* und *marginal Engagierten* politisch eher in der *Mitte* bis *Mitte-rechts* verorten. Bei den *informationsbezogen* oder *verhaltensbezogen* Engagierten findet sich eine Tendenz in Richtung *links* beziehungsweise *Mitte-links*. *Umfassend Engagierte* positionieren sich politisch durchschnittlich deutlich *rechts* der Mitte (\emptyset 5,6). Obgleich üblicherweise eine Selbsteinordnung im linken Spektrum mit positiveren Einstellungen zu Entwicklungspolitik einhergeht (siehe Kapitel 2), sind es Menschen mit konservativerer Orientierung, die sich besonders intensiv entwicklungspolitisch engagieren. Dies deckt sich zum Teil mit den Befunden zu organisationsbezogenem Engagement und politischer Partizipation in Abschnitt 3.1: Personen, die sich politisch (*Mitte*-)*rechts* einordnen, berichten verglichen mit der *Mitte* über ein höheres Engagement in diesen Bereichen. Zurückzuführen sein könnte das generell intensivere Engagement bei Personen, die politisch nach *rechts* tendieren, auf unterschiedliche moralische Überzeugungen in den politischen Lagern (siehe Kivikangas et al., 2021; Schneider et al., 2021a, Kapitel 5). Bei Menschen mit konservativeren Einstellungen könnte das Engagement stärker durch christlich motivierte Vorstellungen zur Unterstützung von Menschen, die von Armut und anderen Herausforderungen betroffen sind, bedingt sein. Möglicherweise herrscht aber auch die Ansicht vor, dass EZ-Maßnahmen nicht Aufgabe des Staates sind, sondern privat erbracht werden sollten (siehe Brooks, 2007).

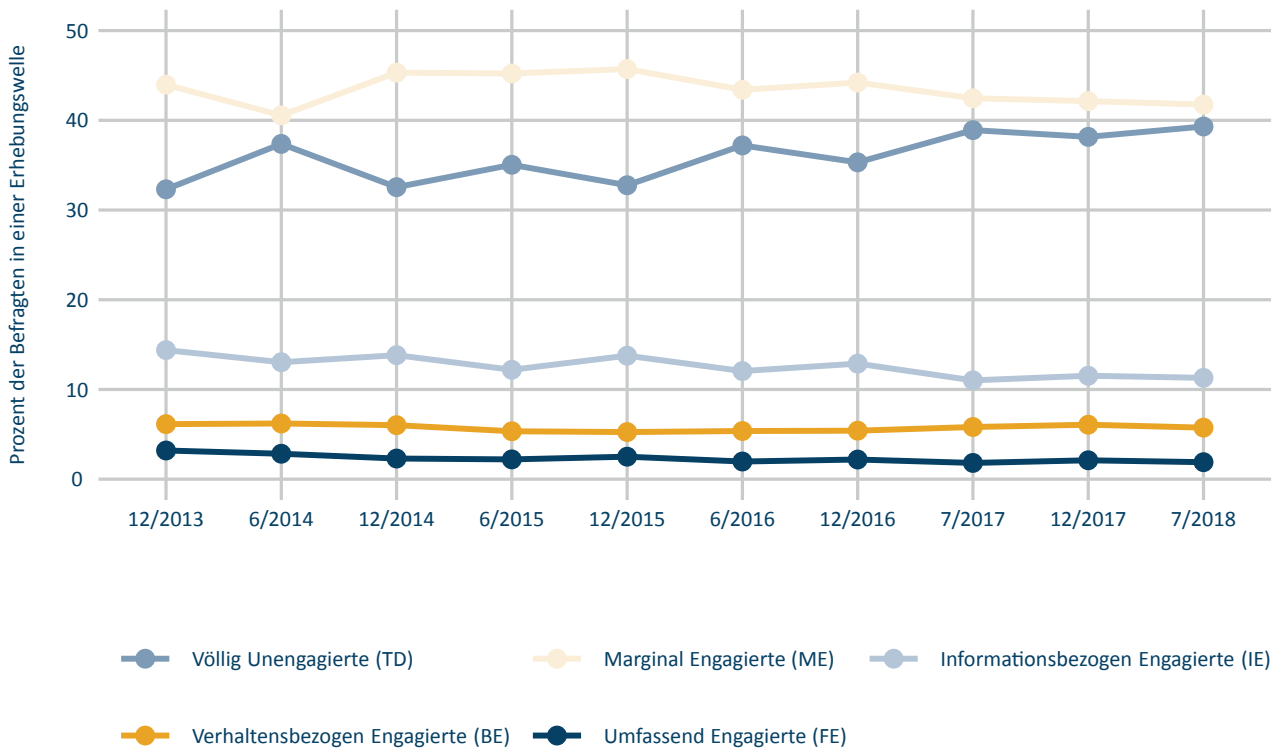
Bei den entwicklungspolitischen Einstellungen, die bereits in Kapitel 2 untersucht wurden, weisen die Engagementstypen ein konsistentes Muster auf. Dieses lässt sich wie folgt zusammenfassen: je intensiver das Engagement, desto positiver die Einstellungen und Wahrnehmungen zu Entwicklungspolitik.

Besonders herauszustellen ist die im Vergleich zu den übrigen drei Engagementstypen deutlich stärker wahrgenommene entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit bei den *verhaltensbezogen* und *umfassend Engagierten*. Hier dürfte ein wechselseitiger Zusammenhang von Ursache und Wirkung vorliegen: Einerseits könnten positive Einstellungen zu Entwicklungspolitik Engagement begünstigen, andererseits dürfte Engagement auch Einstellungen zu Entwicklungspolitik prägen (für ähnliche Befunde aus der politischen Partizipationsforschung siehe z. B. Gastil und Xenos, 2010; Quintelier und van Deth, 2014).

Interessant ist abschließend der Bekanntheitsgrad der SDGs: Bei den *umfassend Engagierten* geben rund 71 Prozent an, die SDGs zu kennen – unabhängig davon, ob sie wissen, worum genau es sich dabei handelt. Auch bei den *verhaltensbezogen* und *informationsbezogen Engagierten* fällt die Bekanntheit relativ hoch aus. Den *völlig Unengagierten* und *marginal Engagierten* sind die SDGs kaum bekannt. Dies bekräftigt den Befund aus Kapitel 2, dass die SDGs in Deutschland nur einem kleinen, eher an Entwicklungspolitik interessierten Teil der Bevölkerung bekannt sind.

In Abbildung 46 werden die fünf Engagementstypen und der Grad des Engagements der deutschen Öffentlichkeit im Zeitverlauf veranschaulicht (zu den Handlungen nach Engagementstyp siehe Abbildung 61 im Anhang). Der am stärksten engagierte und kleinste Engagementstyp – die *umfassend Engagierten* (*Fully Engaged, FE*) – macht im Durchschnitt weniger als 5 Prozent der deutschen Öffentlichkeit aus und führt eine Kombination aller 18 Handlungen durch, insbesondere jedoch die sehr aufwändigen und kostenintensiven Handlungen (z. B. Kontaktaufnahme mit gewählten Mandatsträger*innen, ehrenamtliche Tätigkeiten, Gründung von/Beitritt zu einer Organisation usw.). Die *verhaltensbezogen Engagierten* (*Behaviourally Engaged, BE*) umfassen etwas mehr als 5 Prozent der deutschen Öffentlichkeit und haben ein ähnliches Profil wie die *umfassend Engagierten*, sind im Schnitt aber etwas weniger aktiv. Die Größe dieser beiden Engagementstypen ist im Laufe der Zeit im Wesentlichen unverändert geblieben, was darauf hindeutet, dass dieses Niveau und diese Intensität des Engagements nur schwer zu steigern sind.

Abbildung 46 Engagementtypen in Deutschland im Zeitverlauf

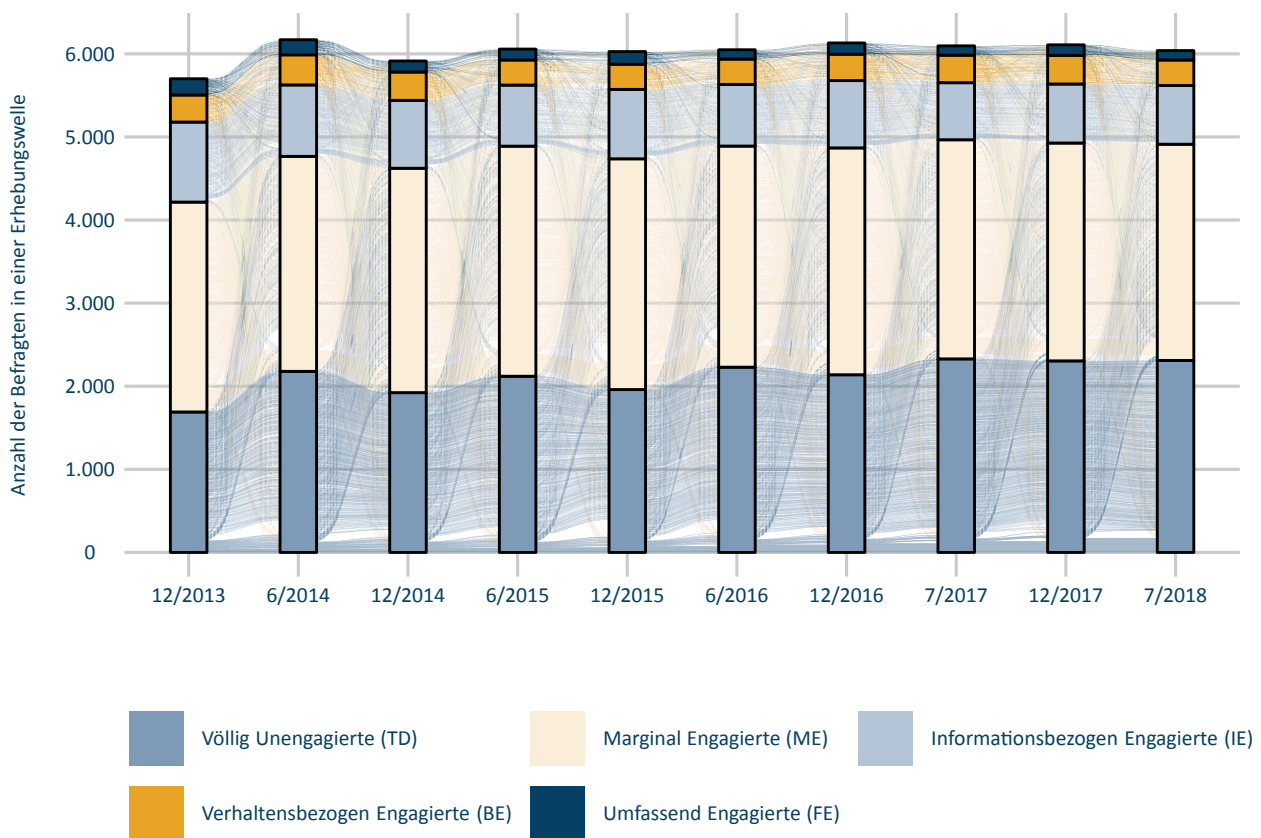


Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT-Panels Deutschland, Erhebungswelle 1–10 (2013–2018). N pro Welle \approx 6.000.

Der drittgrößte Engagementstyp – die *informationsbezogen Engagierten* (*Informationally Engaged, IE*) – umfasst zwischen 10 und 15 Prozent der deutschen Bevölkerung. Diese Gruppe engagiert sich in erster Linie durch Aktivitäten wie das Lesen, Anschauen oder Anhören von Nachrichten, das Teilen von Informationen in sozialen Medien oder durch Kommentare und eigene Beiträge im Internet. Zur zweitgrößten Gruppe – den *völlig Unengagierten* (*Totally Disengaged, TD*) – gehören 35 bis 40 Prozent der deutschen Öffentlichkeit. Dieser Typ engagiert sich, wenn überhaupt, nur sehr selten für das Thema globale Armut. Es handelt sich um die einzige Gruppe, bei der es im Laufe der Zeit größere Veränderungen gab. Im November 2013 machte diese Gruppe noch ein Drittel aller Befragten aus, im Juli 2018 waren es bereits fast 40 Prozent. Anders ausgedrückt: Fast vier von zehn Bürger*innen engagieren sich nur sehr selten im Bereich der weltweiten Armutsbekämpfung und Entwicklung. Der Typ der *marginal Engagierten* (*Marginally Engaged, ME*) schließlich ist die größte Gruppe (durchschnittlich 40–45 %) und weist das für Deutschland typischste Engagementniveau auf. Die *marginal Engagierten* setzen sich in erster Linie durch das Konsumieren von Nachrichten und Diskussionen im sozialen Umfeld mit weltweiter Armut und Entwicklung auseinander und engagieren sich – in geringerem Maße – durch Spenden an Entwicklungsorganisationen oder durch Aktivitäten im Hinblick auf den gezielten Kauf/Boykott von Produkten. Obwohl es in der Gruppe der *marginal Engagierten* einen Netto-Rückgang gegeben hat, ist die Veränderung im Laufe der vergangenen fünf Jahre gering.

Die Ergebnisse in Abbildung 46 zeigen, dass die relative Größe und die Struktur der Engagementstypen in Deutschland weitgehend konstant sind. Allerdings kann die Stabilität in der Gesamtschau erhebliche Veränderungen auf individueller Ebene kaschieren. So können Personen im Laufe der Zeit den Typ wechseln.

Abbildung 47 Entwicklung der Zugehörigkeit zu den Engagementtypen über die AAT-Wellen hinweg



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT-Panels Deutschland, Erhebungswelle 1–10 (2013–2018). N pro Welle ≈ 6.000 . Die Balken stellen die Befragten in den jeweiligen Engagementtypen pro Erhebungswelle dar. Die Fäden zwischen den Balken bilden wiederum die Wanderungen zwischen den Typen ab.

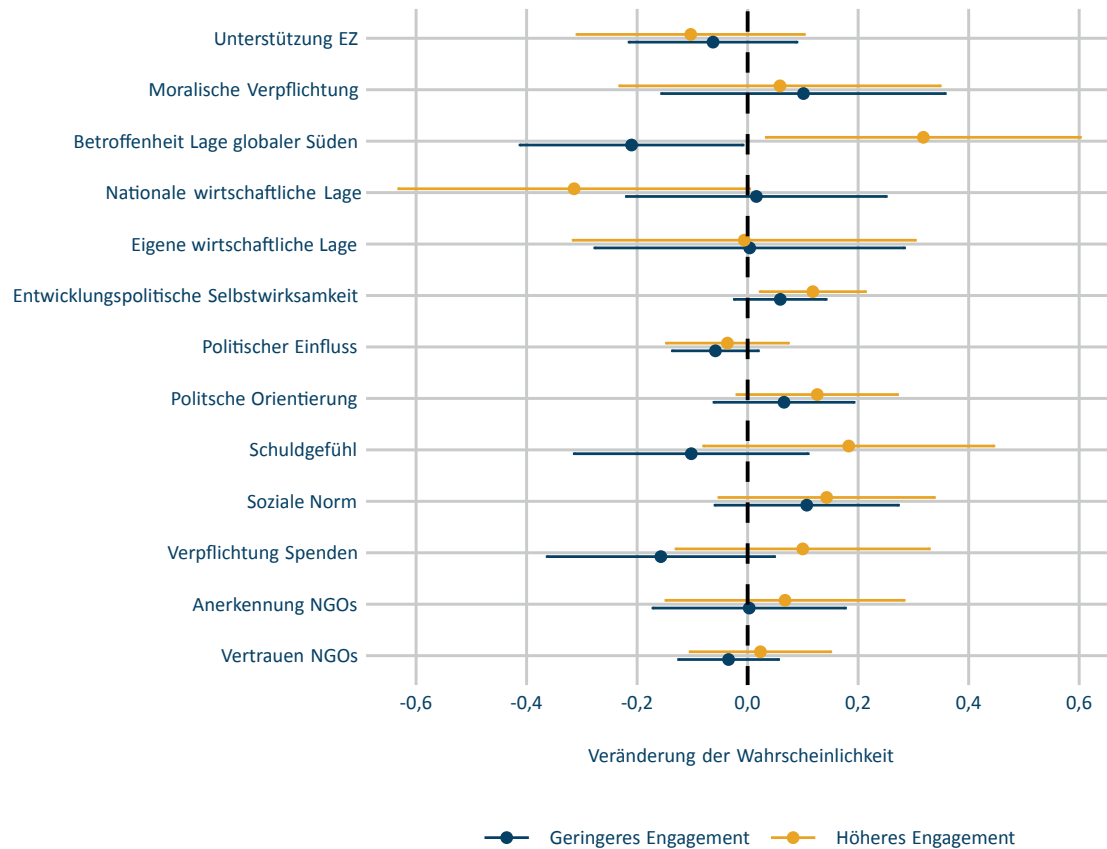
Abbildung 47 stellt anhand eines Mengen-Diagramms (Sankey-Plot) dar, wie sich die „Engagement-Reise“ auf individueller Ebene im Verlauf der zehn Erhebungswellen entwickelt hat, und zwar innerhalb der fünf Gruppen und gruppenübergreifend. Dabei zeigt sich, dass die Befragten in den beiden untersten Engagementtypen in der Regel über einen längeren Zeitraum hinweg in ihrem aktuellen Segment bleiben. Es gibt nur selten einen Wechsel von der Gruppe der *völlig Unengagierten* und *marginal Engagierten* in eine entwicklungspolitisch aktivere Gruppe. In den drei Gruppen mit dem höchsten Engagement – *umfassend*, *verhaltensbezogen* und *informationsbezogen Engagierte* – hingegen gibt es viel Bewegung: Die Befragten wechseln häufig zwischen den Gruppen. Dabei bewegen sie sich auf der *ladder of engagement* nicht, wie angenommen, stets nach oben, sondern sowohl auf- als auch abwärts.

Um die Stabilität der Gruppen zu beurteilen, bietet es sich an, die durchschnittlichen Übergangswahrscheinlichkeiten von einem Typ zum anderen zwischen zwei beliebigen Erhebungswellen zu betrachten (siehe Tabelle 5 im Anhang). Sowohl die *völlig Unengagierten* als auch die *marginal Engagierten* weisen Übergangswahrscheinlichkeiten von 0,67 auf. Das bedeutet, dass eine beliebige Person zwischen zwei Befragungswellen in 67 von 100 Fällen im Engagementtyp verbleibt. Dieser Wert sinkt auf 0,51 für die *informationsbezogen Engagierten*, 0,35 für die *verhaltensbezogen Engagierten* und 0,37 für die *umfassend Engagierten*. Somit besteht bei den Personen in den engagiertesten Gruppen die geringste Wahrscheinlichkeit, dass sie in ihrer Gruppe bleiben. Dies deutet darauf hin, dass die Befragten, die sich in hohem Maße engagieren, auch „verloren“ gehen können, denn das Engagement ist kein linearer Weg von Handlungen mit geringem Aufwand zu Handlungen mit hohem

Aufwand. Auch existieren keine effektiven „Schwellenwerte“ für die Zugehörigkeit zu einem Engagementstyp, die, wenn sie einmal überschritten wurden, beibehalten werden.

Wenn bekannt ist, welche Faktoren den Wechsel von einem Engagementstyp zu einem anderen beeinflussen, können entwicklungspolitische Akteure die jeweilige Gruppe gezielt ansprechen, um Engagement zu fördern und mehr Unterstützung durch die Öffentlichkeit zu erhalten. Anhand der Gruppe der *marginal Engagierten* – die in Deutschland die größte Gruppe bilden – wurde untersucht, warum sich Personen nach oben (mehr Engagement) oder nach unten (weniger Engagement) bewegen. Dabei wurde die abhängige Variable in Bezug zu folgenden Merkmalen gesetzt: Unterstützung von EZ; Einschätzung der eigenen und nationalen wirtschaftlichen Lage; nicht-nutzenbezogene Faktoren des Engagements (wie Moral, soziale Normen, Vertrauen in und Anerkennung für Wohltätigkeitsorganisationen), entwicklungspolitische und politische Selbstwirksamkeit; politische Orientierung auf der Links-rechts-Skala. Um Veränderungen im Engagement zu veranschaulichen, setzt die abhängige Variable das Engagement der Befragten in den Wellen $t = 1, 3, 5, 7, 9$ in Bezug zu ihrem Engagement in der jeweils folgenden Welle, also $t+1 = 2, 4, 6, 8, 10$. Die Variable nimmt in einer multinomialen logistischen Regression einen von drei Werten an (1 für diejenigen, die von den *marginal Engagierten* zu den *völlig Unengagierten* übergegangen sind, 0 für diejenigen, die dem gleichen Typ angehören und 2 für diejenigen, die von den *marginal Engagierten* in die Typen *informationsbezogen, verhaltensbezogen oder umfassend Engagierte* gewechselt sind – zusammengefasst in einer einzigen Kategorie „engagiert“).

Abbildung 48 zeigt den durchschnittlichen Einfluss der verschiedenen Faktoren auf die Veränderung des Engagements. Dabei wird deutlich, dass die Auswirkungen nicht symmetrisch oder konsistent sind: Was Menschen auf der *ladder of engagement* nach oben bringt (von *marginal engagiert* zu *engagiert*), bringt sie nicht unbedingt nach unten (von *marginal engagiert* zu *völlig unengagiert*). So ist beispielsweise die entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit – die Einschätzung einer Person, dass sie persönlich etwas zur Verringerung der Armut in armen Ländern beitragen kann – ein positiver und signifikanter Faktor für die Steigerung des Engagements (von den *marginal Engagierten* zu den *Engagierten*), aber es gibt keine entsprechende signifikante (und negative) Korrelation für den Wechsel von den *marginal Engagierten* zu den *völlig Unengagierten*. Werden alle übrigen Faktoren konstant gehalten, geht ein Anstieg der entwicklungspolitischen Selbstwirksamkeit mit einer um 22 Prozent größeren Chance einher, von der Gruppe der *marginal Engagierten* zu den *Engagierten* zu wechseln (verglichen mit einem Verbleib in der Gruppe der *marginal Engagierten*). Der einzige Faktor, der sowohl mit einem Auf- als auch einem Abstieg auf der *ladder of engagement* verknüpft ist, ist die Sorge um die Situation im globalen Süden: Ein höheres Ausmaß an Besorgtheit korrespondiert mit einer höheren Wahrscheinlichkeit, das Engagement zu steigern, nachlassende Besorgtheit geht mit geringerem Engagement einher. Konkret ausgedrückt: Unter Konstanthaltung der übrigen Faktoren steigt mit einem Anstieg der Besorgtheit die Chance, von den *marginal Engagierten* zu den *Engagierten* zu wechseln (im Vergleich zum Verbleib bei den *marginal Engagierten*), um 37 Prozent. Selbstwirksamkeit und Betroffenheit könnten folglich Ansatzpunkte für die Förderung des entwicklungspolitischen Engagements darstellen.

Abbildung 48 Einflussfaktoren für die Veränderung der Zugehörigkeit zu den Engagementstypen

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT-Panel Deutschland, Erhebungswelle 1–10 (2013–2018). N pro Welle ≈ 6.000 . N gültig = 1.870 (Personen die an allen Wellen teilgenommen haben und keine fehlenden Angaben aufweisen). Abgebildet sind die Ergebnisse einer multinomialen logistischen Regression. Die Punkte geben an, wie sich die Wahrscheinlichkeiten für den Übergang von den marginal Engagierten zu den völlig Unengagierten („verringert“) und von den marginal Engagierten zu den Engagierten (informationsbezogen, verhaltensbezogen oder umfassend Engagierte; „erhöht“) verändert, wenn sich die unabhängige Variable um eine Einheit verändert. Wenn die waagerechten Linien (95%-Konfidenzintervalle) die senkrechte Linie nicht überschreiten, ist der Einfluss einer Variablen statistisch signifikant. Die zugehörige Regressionstabelle findet sich in Tabelle 95 im Online-Anhang.

Die Daten des AAT zeigen, dass es entgegen der landläufigen Meinung kaum Anzeichen für einen Aufwärtstrend im *engagement journey* der deutschen Öffentlichkeit gibt: Acht von zehn Befragten zählen über alle zehn Wellen des AAT hinweg zu den *völlig Unengagierten* oder den *marginal Engagierten*. Auf aggregierter Ebene zeigen die Ergebnisse, dass das Engagementniveau relativ konstant ist und sich im Laufe der Zeit nur geringfügig verändert hat, insbesondere durch eine Zunahme der *völlig Unengagierten* von 32 auf 39 Prozent.⁷³ Die Stabilität der aggregierten Gruppen verdeckt jedoch Veränderungen auf individueller Ebene: Im Laufe der Zeit bewegen sich die Befragten aus Engagementgruppen heraus. Dabei sind in Deutschland – wie auch in Frankreich, Großbritannien und den USA (Hudson et al., 2020) – die am wenigsten engagierten Gruppen am stabilsten.

Mit anderen Worten: Die Personen in den Gruppen der *völlig Unengagierten* und der *marginal Engagierten* verbleiben mit größerer Wahrscheinlichkeit in dieser Gruppe. Die Gruppen der *informationsbezogen*, *verhaltensbezogen* und *umfassend Engagierten* sind dagegen weniger stabil, und die Befragten bewegen sich auf der *engagement ladder* sowohl nach oben als auch nach unten.

Dies sind wichtige Informationen für entwicklungspolitische Akteure, die um öffentliche Unterstützung werben. Die *marginal Engagierten* sind eine wichtige Zielgruppe für Entwicklungs-NGOs, nicht zuletzt aufgrund ihrer Größe und der finanziellen Auswirkungen, die sich durch Veränderungen ihres Spendenverhaltens ergeben könnten (siehe dazu Abschnitt 3.2). Die Mitglieder dieser Gruppe sind bereits entwicklungspolitisch aktiv, stehen den Ausgaben für EZ nicht übermäßig skeptisch oder kritisch gegenüber und fühlen sich zum Teil moralisch verpflichtet, Menschen im globalen Süden zu helfen (zu den Eigenschaften der Engagementstypen siehe Kasten 19 sowie Abbildung 61 im Anhang). Jede Bewegung in dieser Gruppe hin zu mehr Engagement wäre eine wichtige positive Veränderung in der Unterstützungslandschaft für globale Entwicklung. Wie sich jedoch gezeigt hat, ist es für Akteure schwer, sowohl die *marginal Engagierten* als auch die *völlig Unengagierten* zu mehr Engagement zu bewegen. Letzteres ist eine wesentlich größere Herausforderung, da diese Gruppe nicht dieselbe positive Einstellung zu EZ hat wie die *marginal Engagierten*.

Für die entwicklungspolitischen Akteure können die Erkenntnisse der Analysen bedeuten, dass sie sich von der Vorstellung eines linearen Engagementmodells von wenig hin zu mehr Engagement verabschieden und zu einem Modell übergehen müssen, das auch diejenigen anspricht, die ihr derzeitiges Engagement nicht ausweiten, sondern lediglich beibehalten wollen oder können.

4. IMPLIKATIONEN FÜR DIE ENTWICKLUNGSPOLITISCHE PRAXIS

Kasten 20 Implikationen für die entwicklungspolitische Praxis

1. Positive Einstellung gegenüber Entwicklungszusammenarbeit weiter stärken.
2. Politischen Kontext in Partnerländern in der öffentlichen Kommunikation vermitteln.
3. Selbstwirksamkeit der Bürger*innen steigern, um weitere Teile der Bevölkerung zu Engagement zu bewegen.
4. Wissenslücken zu EZ und nachhaltigem Konsum schließen.
5. Bedarfs- und altersgerechte Engagementangebote ausbauen.

Aus den dargestellten Befunden ergeben sich eine Vielzahl möglicher Implikationen für die Gestaltung der entwicklungspolitischen Kommunikations- und Bildungsarbeit, die Engagementförderung und die strategische Weiterentwicklung der EZ. Diese sind teilweise akteurs- oder sektorspezifisch. Im Folgenden werden ausgewählte akteursübergreifende Implikationen präsentiert.

4.1 Implikationen

IMPLIKATION 1: Positive Einstellung gegenüber Entwicklungszusammenarbeit weiter stärken

Die Daten zu den entwicklungspolitischen Einstellungen zeigen, dass die Bevölkerung Deutschlands der Entwicklungspolitik insgesamt positiv gegenübersteht. Auch die Corona-Pandemie hat – wie die sogenannte europäische Flüchtlingskrise 2015 (Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 9) – bislang keinen negativen Einfluss auf die öffentliche Meinung (Eger et al., 2022; Schneider et al., 2020, 2021a, 2021b). Insgesamt agieren staatliche und zivilgesellschaftliche entwicklungspolitische Akteure in Deutschland in einem ihrem Politikfeld wohlgesinnten Umfeld. Es besteht weiterhin ein starker gesellschaftlicher Konsens, dass EZ notwendig ist. Zwar unterstützen Bürger*innen, die sich politisch *links* verorten, die EZ stärker; ein parteipolitisch aufgeladenes Thema ist die Entwicklungspolitik in Deutschland – trotz zugespitzter Kritik der AfD an Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels oder zur Förderung der Gleichstellung der Geschlechter (AfD; siehe z. B. AfD Bundestagsfraktion, 2021) – jedoch bisher nicht.

Um diese solide Basis für die Unterstützung der EZ aufrechtzuerhalten, sind zwei Aspekte wichtig:

- Gerade im Kontext zunehmender kriegerischer Auseinandersetzungen und erheblicher globaler Fluchtbewegungen sollte EZ nicht auf ein Krisenverhinderungs- oder Fluchtbewältigungsinstrument reduziert werden. Mit Blick auf die Präferenzen der Bevölkerung ist es weiterhin wichtig zu berücksichtigen, dass die Bürger*innen auch eine moralische Verpflichtung gegenüber den Ländern des globalen Südens und die gemeinsame Bewältigung globaler Herausforderungen wie den Klimawandel als wichtige Motive für EZ ansehen.
- Die übergeordnete entwicklungspolitische Agenda, die an die Agenda 2030 mit ihren 17 SDGs anknüpft, sollte weiterhin von breiten Teilen der Bevölkerung getragen werden. Eine „feministische Entwicklungspolitik“, wie sie von der derzeitigen Bundesregierung verfolgt wird, ist möglicherweise weniger konsensfähig als der bisherige Ansatz und stellt gleichzeitig eine Herausforderung und eine Chance dar, mit der sich die „Meinungsmonitor“-Reihe in Zukunft weiter befassen wird.

Zugleich sind weiterhin nennenswerte Teile der Bevölkerung skeptisch hinsichtlich der Wirksamkeit von EZ-Maßnahmen. Hinzu kommt, dass die Bevölkerung mehrheitlich den Eindruck hat, mit Blick auf die Lage im globalen Süden nichts bewirken zu können. Dies kann als Ohnmachtsgefühl angesichts massiver globaler Herausforderungen interpretiert werden. Zwar sind die Einstellungen der Bevölkerung zur EZ im Zeitverlauf insgesamt relativ stabil; es kann aber nicht ausgeschlossen werden, dass die genannten Vorbehalte im Zuge der möglichen Verschärfung gesellschaftlicher Konflikte – wie sie etwa in Zusammenhang mit den Corona-Maßnahmen im Zeitraum 2020 bis 2022 oder den zunehmenden wirtschaftlichen Schwierigkeiten im Zuge des Ukraine-Krieges entstanden sind – aufgegriffen werden und auch die internationale Zusammenarbeit bei der Bewältigung globaler Herausforderungen zum Ziel öffentlicher Kritik wird.

IMPLIKATION 2: Politischen Kontext in Partnerländern in der öffentlichen Kommunikation vermitteln

Nach der (erneuten) Machtübernahme der Taliban in Afghanistan im August 2021 wurden die deutschen EZ-Mittel für das Land eingefroren.⁷⁴ Dieser „Exit“ aus Afghanistan findet – wie alle Exit-Prozesse (Lücking et al., 2021) – in Spannungsfeldern statt: Einerseits wird damit vermieden, zukünftig mit einer autokratischen Regierung wie den Taliban zusammenzuarbeiten. Andererseits sinkt der Einfluss der Bundesregierung sowohl mit Blick auf die Möglichkeiten, die akute Not der Bevölkerung zu lindern, als auch mit Blick auf die Chance, auf eine weniger autokratische Regierung und Verwaltung hinzuarbeiten.

Dieses Spannungsfeld zeigt sich auch in den Einstellungen der Bevölkerung zu Demokratie und Demokratieförderung in der EZ. Wenngleich die konkreten Vorstellungen, was Demokratie eigentlich ist oder sein sollte, auch in der Bevölkerung Deutschlands variieren (Niedermayer, 2009)⁷⁵, stufen weite Teile der Bevölkerung Demokratie und Demokratieförderung in der EZ als wichtig ein. Im Falle von Autokratisierungsprozessen in Partnerländern erachten es die Bürger*innen als sinnvoll, die entwicklungspolitische Zusammenarbeit an Bedingungen zu knüpfen und ihre konkrete Ausgestaltung an die Situation anzupassen. Dabei findet die Bevölkerung es wichtig, die Lage der Menschen im Partnerland und die Sicherung ihrer Grundbedürfnisse weiterhin zu berücksichtigen. Eine vollständige Beendigung der Zusammenarbeit in solchen Fällen stößt nur im äußeren rechten Spektrum auf relativ hohe Zustimmung.

Die Förderung von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit durch die EZ in Partnerländern findet in der Bevölkerung also Rückhalt. Für die entwicklungspolitische Strategiebildung und Politikvermittlung ist dies in Anbetracht globaler Autokratisierungstendenzen (Alizada et al., 2021; Boese et al., 2022; Schäfer und Zürn, 2021) ein wichtiges Signal. Zudem besteht die Meinung, dass die Bundesregierung im Falle von Autokratisierungstendenzen in den Partnerländern reagieren, dabei aber die Situation der Menschen vor Ort nicht außer Acht lassen sollte. Optionen, die der Bevölkerung in Deutschland vermittelt werden können, sind beispielsweise das sogenannte *by-passing* (also der Versuch, Mittel nicht über die Zentralregierung des Partnerlandes auszureichen, sondern multilaterale oder zivilgesellschaftliche Kanäle zu nutzen) oder das Knüpfen der Auszahlung von EZ-Mitteln an Bedingungen. Kurz gefasst: Es ist auch in solch komplizierten Situationen möglich aufzuzeigen, dass es der richtige Weg ist, die Bevölkerung in Partnerländern weiter zu unterstützen, statt die Zusammenarbeit ganz einzustellen. Hierfür ist es wichtig, dass die Öffentlichkeit den politischen Kontext in den Partnerländern kennt.

IMPLIKATION 3: Selbstwirksamkeit der Bürger*innen steigern, um weitere Teile der Bevölkerung zu Engagement zu bewegen

Die wahrgenommene entwicklungspolitische Selbstwirksamkeit ist ein wichtiger Faktor für das entwicklungspolitische Engagement der Bevölkerung. Sie fällt bei entwicklungspolitisch sehr aktiven Bürger*innen höher aus als bei weniger aktiven, und Personen, die sich als selbstwirksam wahrnehmen, steigern ihr Engagement eher (Abschnitt 3.4). Auch erweist sich die (politische) Selbstwirksamkeit als eine wichtige erklärende Variable für nachhaltigen Konsum (siehe auch Schneider und Gleser, 2018, Kapitel 5). Zudem zeigen die Analysen, dass Menschen, die ihren eigenen Einfluss auf die Lage in Ländern des globalen Südens als hoch einschätzen, auch staatliche entwicklungspolitische Maßnahmen eher unterstützen.

Die wahrgenommene (entwicklungspolitische) Selbstwirksamkeit ist in der Bevölkerung Deutschlands jedoch insgesamt gering ausgeprägt. Das heißt, die Bürger*innen haben mehrheitlich den Eindruck, dass sie an der Lage im globalen Süden nicht viel ändern können. Dies trifft auch auf die Selbstwirksamkeit in Bezug auf nachhaltigen Konsum beziehungsweise die Möglichkeit der Einflussnahme auf konsumpolitische Regelungen zu (Abschnitt 3.3.5). In den Fokusgruppendifkussionen hat sich gezeigt, dass die geringe Selbstwirksamkeit aufgrund der wahrgenommenen Komplexität und Intransparenz des Themas Nachhaltigkeit auch als Hürde für nachhaltigen Konsum gesehen wird und bis zu einem Ohnmachtsgefühl gegenüber globalen Unternehmen reicht.

⁷⁴ Siehe BMZ-Länderprofil Afghanistan: <https://www.bmz.de/de/laender/afghanistan> (zugegriffen am 08.02.2022).

⁷⁵ Einen aktuellen Überblick zum internationalen Forschungsstand zum Verständnis der Bürger*innen von Demokratie bieten König et al. (2022).

Die (entwicklungspolitische) Selbstwirksamkeit bietet folglich einen Ansatzpunkt, um das entwicklungspolitische und nachhaltigkeitsbezogene Engagement auch der bisher nicht aktiv engagierten Bürger*innen zu steigern. Möglich wären folgenden Maßnahmen:

1. **Niedrigschwellige Engagementangebote aufzeigen:** Damit sich nicht nur die „üblichen Verdächtigen“ engagieren und um entwicklungspolitisches beziehungsweise nachhaltigkeitsbezogenes Engagement auf breitere Bevölkerungsschichten auszuweiten, bietet es sich an, konkrete „kleine Schritte“ aufzuzeigen, die Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten (siehe z. B. OECD DevCom, 2016). So zeigt sich beispielsweise, dass die Selbstwahrnehmung als nachhaltig handelnde Person steigt, wenn die Nachhaltigkeit alltäglicher Handlungen wie Mülltrennung betont wird (z. B. Cornelissen et al., 2008). Auf die EZ übertragen, könnte beispielsweise nachhaltiger Konsum im Bereich Kleidung einen Ansatzpunkt bieten. Hier sieht die Bevölkerung nicht nur viel Potenzial, sondern auch eine starke Verbindung zur EZ. Entwicklungspolitische Akteure könnten den Konsum von Produkten aus diesem Bereich verstärkt mit dessen Beitrag für eine (globale) nachhaltige Entwicklung verknüpfen und so als Selbstwirksamkeitserfahrung erlebbar machen. Der „Grüne Knopf“ und das Textilbündnis sind Schritte in diese Richtung. Solche niedrigschwelligen Engagementangebote können auch die Hürde geringer zeitlicher Kapazitäten überwinden, die häufig als Hindernis für Engagement angegeben werden (Arriagada und Karnick, 2022). Allerdings können auch sie nicht garantieren, dass die Bürger*innen im Anschluss aufwändigere Engagementformen nutzen (siehe Abschnitt 3.4).
2. **Soziale Sichtbarkeit von Engagement nutzen:** Laut der Ergebnisse der Fokusgruppen-Diskussionen erleben sich Menschen dann als selbstwirksam, wenn sie andere für nachhaltigen Konsum gewinnen (siehe auch Hanss und Böhm, 2010). Die Wahrnehmung, dass nicht nur ein eigener Beitrag zur Nachhaltigkeit geleistet wird, sondern das eigene Handeln durch die Ausstrahlung auf andere eine erweiterte Wirkung erzielen kann, wirkt dabei motivierend. Diesen Aspekt in Bildungs- und Kommunikationsarbeit zu betonen, könnte einen wirksamen Hebel darstellen, die empfundene Selbstwirksamkeit zu steigern und andere Menschen zu entwicklungspolitischem Engagement zu bewegen.
3. **Kollektive Handlungsmöglichkeiten eröffnen:** Durch gemeinsame politische Partizipation und gemeinsames organisationsbezogenes Engagement können entwicklungs- und nachhaltigkeitspolitische Ziele vorangetrieben werden. Beispielsweise haben zivilgesellschaftliche Verbände das Lieferkettengesetz als konsumpolitische Forderung über einen langen Zeitraum eingefordert und so maßgeblich zu dessen Umsetzung beigetragen. Dies veranschaulicht: Wenn sich Einzelpersonen zusammenschließen, können sie mehr erreichen. Solche individuellen Beitragsmöglichkeiten zu kollektivem Handeln und vor allem die Wirkung kollektiven Handelns herauszustellen, könnte die als schwach empfundene politische Selbstwirksamkeit erhöhen und einem Gefühl der Ohnmacht entgegensteuern.⁷⁶

Niedrigschwellige Formen des Aktivismus im Internet und in den sozialen Medien (abwertend oft auch *clicktivism* oder *slacktivism* genannt; George und Leidner, 2019; Morozov, 2009) sollen an dieser Stelle nicht unreflektiert positiv dargestellt werden, schließlich kann ihnen unter anderem Oberflächlichkeit, Ablenkung von tatsächlichem Engagement, Anfälligkeit für Empörungswellen und Shitstorms sowie Manipulation durch gekaufte Klicks vorgehalten werden. Interessant ist trotzdem, dass in diesem Engagementfeld die oben genannten Punkte (Niedrigschwelligkeit, soziale Sichtbarkeit usw.) häufig umfassend umgesetzt werden. So wird der Aufwand des Engagements auf ein absolutes Minimum reduziert, die Möglichkeiten zum Teilen des Engagements im eigenen Netzwerk sind prominent dargestellt, und häufig suggerieren „Pegelstände“ der Beteiligung, dass nur noch vergleichsweise wenige weitere Unterschriften benötigt werden, um eine wichtige Schwelle kollektiven Handelns zu überschreiten.

⁷⁶ Dieses Phänomen wird beispielsweise unter dem Stichwort „kollektive Selbstwirksamkeit“ als eigenes Konstrukt in der Selbstwirksamkeitsforschung behandelt (siehe z. B. Lee, 2006; Kim, 2015).

IMPLIKATION 4: Wissenslücken zu EZ und nachhaltigem Konsum schließen

Das Wissen der Bevölkerung zu entwicklungspolitischen Themen ist weiterhin gering. So sind beispielsweise die SDGs noch immer weitgehend unbekannt; nur 8 Prozent der Bürger*innen geben an sie zu kennen und auch zu wissen, worum es sich dabei handelt. Globale Entwicklungen – etwa die Reduktion der Armut – werden massiv unterschätzt (siehe auch Rosling et al., 2018), gleichzeitig werden die Aufwendungen für entwicklungspolitische Zwecke stark überschätzt (Schneider und Gleser, 2018). Dieses Wissens- und Informationsdefizit ist per se kein Problem und vor dem Hintergrund geringer medialer Präsenz der Entwicklungspolitik (Schneider et al., 2021a) auch wenig überraschend. Die Ergebnisse dieses Berichts verdeutlichen jedoch, dass die Bürger*innen – und besonders der bisher nicht entwicklungspolitisch engagierte Teil der Bevölkerung – einen erheblichen, bisher ungedeckten Informationsbedarf haben. Dies betrifft beispielsweise die Vertrauenswürdigkeit von Spendenorganisationen oder die Nachhaltigkeit von Konsumgütern.

Vor diesem Hintergrund gilt es, niedrighschwellige Informationsangebote auszubauen. Ein mögliches, bereits vielfältig genutztes Angebot sind Siegel. Sie bieten einfach zu verarbeitende Informationen über das jeweilige Produkt oder die Organisation und können somit Klarheit über deren Nachhaltigkeit oder Vertrauenswürdigkeit schaffen.⁷⁷

Die Umfrageergebnisse zeigen beispielsweise, dass die Bürger*innen viele Siegel im Textilbereich kennen und diesen vertrauen. Analog hat ein Umfrageexperiment ergeben, dass ein Spendensiegel die Bereitschaft zu spenden zwar nicht unmittelbar erhöht, das Vertrauen in die zertifizierte Organisation aber steigert und die Organisation dadurch als wirksamer angesehen wird (siehe Adena et al., 2019; Vollen et al., 2017 für weitere Evidenz zum Effekt von Spendensiegeln). Niedrighschwellige Informationsangebote wie Siegel scheinen somit ein sinnvoller Weg, einfache Informationen über Qualität, Nachhaltigkeit und Vertrauenswürdigkeit zur Verfügung zu stellen.

Um den Bürger*innen einen Überblick über die zahlreichen Siegel zu bieten, wurde von der Bundesregierung die Plattform „Siegelklarheit“ eingerichtet. Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch, dass diese kaum bekannt ist. Um die Nutzung der Plattform zu steigern, sollte ihre Bekanntheit erhöht werden. Gleichzeitig sollten die auf der Plattform verfügbaren Informationen für die Bürger*innen leicht zugänglich sein. Ein Beispiel hierfür ist die bereits verfügbare App, die es erlaubt, Siegel zu scannen und anschließend Informationen über diese Siegel zu erhalten. Bisher (Stand März 2022) gibt es jedoch noch zahlreiche Siegel, die auf der Plattform entweder nicht hinterlegt oder noch nicht bewertet wurden.⁷⁸ Diese Lücken sollten zügig geschlossen werden.

Jenseits solcher spezifischen Maßnahmen sollten generelle Informationskampagnen nicht vernachlässigt werden. Diese sollten für globale nachhaltige Entwicklung werben und versuchen, auch Personen zu erreichen, die bisher mit geringerer Wahrscheinlichkeit von der Agenda 2030 und den SDGs gehört haben (zum Beispiele Ältere). Die SDG-Kampagne in Norwegen ist hierfür ein anschauliches Beispiel (siehe Kasten 5). In diesem Zusammenhang sollten auch kontinuierlich Ziele und Wirkungen der EZ, aber auch Herausforderungen und Fehlschläge transparent kommuniziert werden. Rigorose Evidenz über die Wirksamkeit der EZ kann hierfür einen Baustein darstellen (z. B. Krämer et al., 2021).

IMPLIKATION 5: Bedarfsgerechte Angebote schaffen, die Lebensphasen und verfügbare Ressourcen berücksichtigen

Die Ergebnisse dieses Berichts zeigen, dass es sowohl in den generellen Einstellungen zu Entwicklungspolitik als auch im entwicklungspolitischen Engagement in all seinen Facetten erhebliche Unterschiede in der Bevölkerung gibt. Besonders das Alter ist ein wichtiger Faktor dafür, wie sich Bürger*innen engagieren. So kommunizieren Jüngere häufiger über entwicklungspolitisch relevante Themen in sozialen Medien, partizipieren

⁷⁷ Erwähnt werden muss an dieser Stelle auch, dass Siegel ein Einfallstor für Manipulation und „Greenwashing“ bieten – beispielsweise wenn Unternehmen eigene Siegel und Zertifizierungen entwickeln, die lediglich Marketingzwecken dienen, ohne jedoch die Nachhaltigkeit von Produkten und Dienstleistungen zu belegen.

⁷⁸ Siehe https://www.siegelklarheit.de/siegelverzeichnis#/sort:rating_desc für einen Überblick über die auf der Plattform integrierten Siegel sowie das Vorhandensein einer Bewertung.

öfter politisch und sind vor allem häufiger organisationsbezogen engagiert. Ältere Menschen nutzen häufiger Spenden als Beitragsmöglichkeit. Auch im nachhaltigen Konsum zeigen sich interessante Unterschiede: So sind es aktuell besonders ältere Menschen, die nachhaltiger konsumieren, während jüngere Menschen stärker den Wunsch äußern, ihr Konsumverhalten nachhaltiger zu gestalten. Gleichzeitig veranschaulichen die längsschnittlichen Analysen (Kapitel 3.4), dass Engagement kein kontinuierlicher Prozess ist, der von einfachen Engagementformen zu aufwändigeren verläuft. Vielmehr ist die Mehrheit der Bevölkerung nicht oder nur marginal engagiert, und selbst jene, die stark engagiert sind, verbleiben nicht immer dauerhaft auf einem hohen Engagementniveau.

Vor diesem Hintergrund gilt es, die unterschiedlichen Zielgruppen passgenau anzusprechen beziehungsweise ihre Engagementbedürfnisse zu berücksichtigen. Da Jüngere beim Übergang in Ausbildung oder Studium, beim Berufseinstieg oder bei der Familiengründung ihr ehrenamtliches Engagement aufgrund von Zeitmangel häufig aufgeben (Arriagada und Karnick, 2022), könnte es sich bei dieser Altersgruppe anbieten, flexible, weniger zeitintensive Engagementangebote ohne dauerhafte Bindung zu schaffen. Gleichzeitig kann es als engagementpolitische Aufgabe gesehen werden, geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen, die es Bürger*innen erleichtern, sich zu engagieren und die es ihnen ermöglichen, ihr Engagement beispielsweise besser mit beruflichen Verpflichtungen zu vereinbaren.

Bei den Älteren besteht wiederum Potenzial, organisationsbezogenes Engagement auszuweiten. Der längerfristige Trend zeigt, dass sich Personen im Rentenalter seit 1999 unabhängig vom Themenfeld zunehmend häufiger engagieren (Simonson et al., 2022b, S. 79). Ein Einstiegspunkt zur Förderung des entwicklungspolitischen Engagements könnte es sein, Verbindungen zu Bereichen herzustellen, in denen sich Ältere häufig beziehungsweise häufiger als andere Altersgruppen engagieren, etwa der soziale oder kirchliche Bereich (Kausmann und Hagen, 2022). Gleichzeitig gehen künftig zunehmend Generationen in Rente, die selbst schon im Verlauf ihres Lebens entwicklungspolitisch engagiert waren und dieses Engagement während der Rente – mit mehr verfügbarer Zeit – möglicherweise wieder verstärken möchten, wenn ihnen zum richtigen Zeitpunkt eine entsprechende Möglichkeit begegnet.

4.2 Ausblick

Die nach wie vor grassierende Corona-Pandemie, eine sich zuspitzenden Klimakrise, die weitreichenden und unabsehbaren Folgen des Krieges in der Ukraine, die Notwendigkeit, die nachhaltige globale Entwicklung voranzutreiben: Die deutsche Entwicklungspolitik muss ihren Beitrag leisten, um diese globalen Krisen und Probleme gemeinsam mit der internationalen Staatengemeinschaft zu bewältigen. Damit dies gelingt, sind staatliche und zivilgesellschaftliche Akteure auf die Unterstützung der Bevölkerung angewiesen. Dies gilt sowohl für die öffentliche Meinung als auch für entwicklungspolitisches Engagement.

Es hilft in diesem Zusammenhang, die Einstellungen, das Engagement und das Wissen der Bevölkerung kontinuierlich zu beobachten, um entwicklungspolitische Strategien, Kommunikation und Bildungsarbeit evidenzbasiert einzusetzen. Der DEval-Meinungsmonitor kommt diesem Bedarf nach und wird auch in Zukunft über die öffentliche Meinung zu Entwicklungspolitik und EZ informieren. Der nächste Bericht ist für das Jahr 2024 geplant.

5. LITERATUR

- Ademmer, E. et al. (2019)**, *Comforting immigration critics? Public opinion toward development aid as a tool to reduce refugee inflows to Germany*, MEDAM Policy Brief, Vol. 2019, Nr. 1, Institut für Weltwirtschaft (IfW), Kiel.
- AfD-Bundestagsfraktion (2021)**, Frohnmaier/Bystron: *Steuerzahler entlasten, Entwicklungshilfe kürzen*, Pressemitteilung, 15. Juli 2021, <https://afdbundestag.de/frohnmaier-bystron-steuerzahler-entlasten-entwicklungshilfe-kuerzen/> (zugegriffen 15.06.2022).
- Adena, M. et al (2019)**, „Quality certification for nonprofits, charitable giving, and donor's trust: Experimental evidence“, *Journal of Economic Behavior und Organization*, Vol. 159, S. 75–100.
- Ajzen, I. (1992)**, „Theory of Planned Behavior“, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, Nr. 2, S. 179–211.
- Ajzen, I. und M. Fishbein (2005)**, „The Influence of Attitudes on Behavior“, in Albarracín, D. et al. (Hrsg.), *The Handbook of Attitudes*, Erlbaum, Mahwah, S. 173–271.
- Alhidari, I. S. et al. (2018)**, „Modeling the effect of multi-dimensional trust on individual monetary donations to charitable organizations“, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 47, Nr. 3, S. 623–644.
- Alizada, N. et al. (2021)**, *Autocratization turns viral. Democracy Report 2021*, Universität Göteborg, Varieties of Democracy Institute (V-Dem Institute).
- Alternative für Deutschland (2021)**, *Deutschland. Aber normal. Programm der Alternative für Deutschland für die Wahl zum 20. Deutschen Bundestag*, Berlin.
- Anders, M. (2018)**, *More bad news: Does the media really impact how the aid sector works?*, Devex, Washington D.C., <https://www.devex.com/news/more-bad-news-does-the-media-really-impact-how-the-aid-sector-works-92372> (zugegriffen 01.04.2022).
- Ansolabehere, S. et al. (2008)**, „The Strength of Issues: Using Multiple Measures to Gauge Preference Stability, Ideological Constraint, and Issue Voting“, *American Political Science Review*, Vol. 102, Nr. 2, S. 215–232.
- Arriagada, C. und N. Karnick (2022)**, „Motive für freiwilliges Engagement, Beendigungsgründe, Hinderungsgründe und Engagementbereitschaft“, in Simonson J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*, Springer VS, Wiesbaden, S. 125–150.
- Arriagada, C. und C. Tesch-Römer (2022)**, „Politische Partizipation“, in Simonson J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*, Springer VS, Wiesbaden, S. 263–289.
- Arvanitidis, P. (2017)**, „The concept and determinants of civic engagement“, *Human Affairs*, Vol. 27, Nr. 3, 252–272. <https://doi.org/10.1515/humaff-2017-0022>.
- Austgulen, M. H. (2016)**, „Environmentally Sustainable Textile Consumption – What Characterizes the Political Textile Consumers?“, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 39, Nr. 4, S. 441–466.
- Backhaus, K. et al. (2018)**, *Multivariate Analysemethoden: eine anwendungsorientierte Einführung*. 15. Auflage, Springer, Berlin/Dordrecht/London/New York.
- Bae, S.-S. und S. Kim (2016)**, „A Mile Wide and an Inch Deep: Analyzing Europeans' Attitudes toward Development Aid by Using a Multilevel Model“, *International Review of Public Administration*, Vol. 21, Nr. 3, 185–198.
- Baker, A. (2015)**, „Race, Paternalism, and Foreign Aid: Evidence from U.S. Public Opinion“, *American Political Science Review*, Vol. 109, Nr. 1, S. 93–109.
- Bandura, A. (1978)**, „Reflections on self-efficacy“, *Advances in behaviour research and therapy*, Vol. 1, Nr. 4, S. 237–269.

- Bauer, P. C. et al. (2017)**, „Is the left-right scale a valid measure of ideology?“, *Political Behavior*, Vol. 39, Nr. 3, S. 553–583.
- Bauhr, M. et al. (2013)**, „Does corruption cause aid fatigue? Public opinion and the aid-corruption paradox“, *International Studies Quarterly*, Vol. 57, Nr. 3, S. 568–579.
- Beierlein et al. (2014)**, *Political Efficacy Kurzsкала (PEKS)*, Zusammenstellung sozialwissenschaftlicher Items und Skalen (ZIS), GESIS, Mannheim, <https://doi.org/10.6102/zis34>.
- Bibbings, J. (2004)**, *A Sustainability Reward Card for Wales: Outcomes of a Seminar on the Netherlands*, Cardiff, Welsh Consumer Council.
- Blazina, C. (2022)**, *Americans at the ends of the ideological spectrum are the most active in national politics*, Pew Research Center, Washington D.C., <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2022/01/05/americans-at-the-ends-of-the-ideological-spectrum-are-the-most-active-in-national-politics/> (zugegriffen 01.04.2022).
- BMUV (2022)**, *Nachhaltiger Konsum*, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV), Bonn/Berlin, https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/umweltbewusstsein_2020_bf.pdf (zugegriffen 13.09.2022).
- BMU und UBA (2019)**, *Umweltbewusstsein in Deutschland 2018. Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage*, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) und Umweltbundesamt (UBA), Bonn/Berlin und Dessau, <https://www.umweltbundesamt.de/publikationen/umweltbewusstsein-in-deutschland-2018> (zugegriffen 13.09.2022).
- BMZ (2014)**, *Strategie zur Zusammenarbeit von Staat und Zivilgesellschaft in der Entwicklungspolitik der Post-2015-Welt*, BMZ-Strategiepapier 5 | 2014, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/resource/blob/23510/77ef48cb722cb50d048f7a484f16a31b/strategiepapier343-05-2014-data.pdf> (zugegriffen 14.12.2021).
- BMZ (2015)**, *Gemeinsam Viel(es) bewegen. Aktionsprogramm zum bürgerschaftlichen Engagement in der Entwicklungspolitik*, BMZ-Strategiepapier 6 | 2015, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/resource/blob/23520/1948e4f9c26fb7373049f825ad6ac815/strategiepapier355-06-2015-data.pdf> (zugegriffen 14.12.2021).
- BMZ (2019a)**, *Nachhaltige Textilien. Eine Frage der Verantwortung*, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/resource/blob/23386/3c059bab54b61bf149514ff7438a2ffe/materialie295-textilbuendnis-data.pdf> (zugegriffen 01.12.2021).
- BMZ (2019b)**, *Globalisierung gerecht gestalten. Faire Lieferketten in Deutschland und in einer globalisierten Welt – schützen Mensch, Natur und vor allem Millionen von Kindern vor Ausbeutung und Not*, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/resource/blob/30810/fac59b4a12a8244722603adab3c00928/globalisierung-gerecht-gestalten-faire-lieferketten-data.pdf> (zugegriffen 29.07.2021).
- BMZ (2020)**, *Gemeinsam weiter Zukunft denken. BMZ 2030*, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/de/entwicklungspolitik/reformkonzept-bmz-2030> (zugegriffen 01.12.2021)
- BMZ (2021a)**, *Umsetzung des Corona-Sofortprogramms. Corona besiegen wir nur weltweit oder gar nicht*, Stand Juni 2021, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin, <https://www.bmz.de/resource/blob/29628/1a263bfc2d20079561711202532464f4/corona-sofortprogramm> (zugegriffen 15.12.2021).
- BMZ (2021b)**, *Entwicklungshaushalt 2022 bleibt stabil, aber Finanzplanung muss dringend angepasst werden*, BMZ-Ticker, 24.3.2021, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ), Bonn/Berlin <https://www.bmz.de/de/aktuelles/entwicklungshaushalt-2022-bleibt-stabil-69830> (zugegriffen 15.12.2021).

- Bodenstein, T. und J. Faust (2017)**, „Who Cares? European Public Opinion on Foreign Aid and Political Conditionality“, *Journal of Common Market Studies*, Vol. 55, S. 955–973.
- Boese, V. A et al. (2022)**, *Autocratization Changing Nature? Democracy Report 2022*, Universität Göteborg, Varieties of Democracy Institute (V-Dem), Göteborg.
- Bohner, G. und M. Wänke (2009)**, „Attitudes and attitude change“, *Social Psychology*, Psychology Press, Hove.
- Bohnet, M. et al. (2018)**, *Die Struktur der deutschen öffentlichen Entwicklungszusammenarbeit. Hintergründe, Trends und Implikationen für das BMZ und andere Bundesressorts*, DIE Discussion Paper 15/2018, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (DIE), Bonn.
- Brady, H. E. et al. (1995)**, „Beyond SES: A resource model of political participation“, *American Political Science Review*, Vol. 89, Nr. 2, S. 271–294.
- Brooks, A. C. (2007)**, *Who really cares: The surprising truth about compassionate conservatism. America's charity divide – who gives, who doesn't, and why it matters*, Basic Books (AZ).
- Brössler, D. et al. (2022)**, *Kurz vor dem Bruch mit Bamako*, Sueddeutsche.de, 01.02.2022, München, <https://www.sueddeutsche.de/politik/mali-terror-frankreich-1.5519771> (zugegriffen 16.02.2022).
- Bruns, J. et al. (2017)**, *Die Identitären – mehr als nur ein Internet-Phänomen*, Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung, <https://www.bpb.de/politik/extremismus/rechtsextremismus/241438/die-identitaeren-mehr-als-nur-ein-internet-phaenomen> (zugegriffen 21.01.2022).
- Bryman, A. (2016)**, *Social Research Methods*, Oxford University Press, Oxford.
- Bundesregierung (2019)**, *Nationales Programm für nachhaltigen Konsum. Gesellschaftlicher Wandel durch einen nachhaltigen Lebensstil*, Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU), Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) und Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (Hrsg.), Berlin/Bonn, https://www.bmuv.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/nachhaltiger_konsum_broschuere_bf.pdf (zugegriffen 15.12.2021).
- Bundesregierung (2020)**, *Deutsche Nachhaltigkeitsstrategie. Weiterentwicklung 2021*. Bundesregierung der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.
- Bundesregierung (2021)**, *Deutsche Sustainable Finance-Strategie*. Bundesregierung der Bundesrepublik Deutschland, Berlin.
- Bundestag (2019)**, *AfD lehnt Agenda 2030 ab*, Berlin, https://www.bundestag.de/webarchiv/presse/hib/2019_09/659706-659706 (zugegriffen 01.04.2022).
- Bundestag (2022)**, *Stenografischer Bericht. 12. Sitzung*, Berlin, Freitag, den 14. Januar 2022, <https://dserver.bundestag.de/btp/20/20012.pdf#P.763> (zugegriffen 01.04.2022).
- Bundesumweltamt (2021)**, *Wirkungen veränderter Einkommen auf den Ressourcenverbrauch*, Dessau, https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/1410/publikationen/2021_12_08_texte_04-2021_einkommen_ressourcenverbrauch.pdf (zugegriffen 09.06.2022).
- Burns, N. et al. (2001)**, *The Private Roots of Public Action*, Harvard University Press, Cambridge.
- Carroll, R. und H. Kubo (2018)**, „Polarization and ideological congruence between parties and supporters in Europe“, *Public Choice*, Vol. 176, Nr. 1–2, S. 247–265.
- Chaudhry, S. et al. (2021)**, „Who Cares about Crackdowns? Exploring the Role of Trust in Individual Philanthropy“, *Global Policy*, Vol. 12, 45–58.
- Chouliaraki, L. (2010)**, „Post-humanitarianism: Humanitarian communication beyond a politics of pity“, *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 13, Nr. 2, S. 107–126.
- Collier, P. et al. (1997)**, „Redesigning Conditionality“, *World Development*, Vol. 25, Nr. 9, S. 1399–1407.
- Collins, L. M. und S. T. Lanza (2010)**, „Latent Class and Latent Transition Analysis: with Applications in the Social, Behavioral, and Health Sciences“, *Wiley series in probability and statistics*, Wiley, Hoboken, NJ.

- Cornelissen, G. et al. (2008)**, „Positive cueing: Promoting sustainable consumer behavior by cueing common environmental behaviors as environmental“, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 25, Nr. 1, S. 46–55.
- Csutora, M. (2012)**, „One More Awareness Gap? The Behaviour–Impact Gap Problem“, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 35, Nr. 1, S. 145–163.
- Czaplinska, A. (2007)**, „Building Public Support for Development Cooperation“, Instituto Complutense de Estudios Internacionales, Madrid.
- Darnton, A. und Kirk, M. (2011)**, *Finding Frames: New ways to engage the UK public in global poverty*. Bond, London. https://docs.wixstatic.com/ugd/e28f7a_81ad251d01bf4aaa9671e8a6f967eeb4.pdf (zugegriffen 15.12.2021).
- Dasandi, N. et al. (2021)**, „Human Rights Violations, Political Conditionality and Public Attitudes to Foreign Aid: Evidence from Survey Experiments“, *Political Studies*, <https://doi.org/10.1177/0032321720980895>.
- Deutscher Bundestag (2019)**, *AfD lehnt Agenda 2030 ab. Antrag – Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung*, 26.09.2019, Berlin, https://www.bundestag.de/webarchiv/presse/hib/2019_09/659706-659706 (zugegriffen 01.04.2022).
- Deutscher Spendenrat und GfK (2021)**, *Bilanz des Helfens 2020*, Berlin, <https://www.spendenrat.de/wp-content/uploads/Downloads/Bilanz-des-Helfens/bilanz-des-helfens-2021-deutscher-spendenrat.pdf> (zugegriffen 31.01.2022).
- Diekmann, A. und P. Preisendörfer (2001)**, *Umweltsoziologie: Eine Einführung*. Rowohlt, Reinbek.
- Dietrich, S. (2021)**, *States, Markets, and Foreign Aid*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Dreher, A. et al. (2012)**, „Aid Allocation by German NGOs: Does the Degree of Official Financing Matter?“, *The World Economy*, Vol. 35, Nr. 11, S. 1448–1472.
- Dutta, N. et al. (2013)**, „The Amplification Effect. Foreign Aid’s Impact on Political Institutions“, *Kyklos International Review for Social Sciences*, Vol. 66, S. 208–228.
- DZI und VENRO (2013)**, *Ethik in Spenden-Mailings*, http://www.dzi.de/wp-content/uploads/2012/05/DZI_VENRO_EthikMailings_2013.pdf (zugegriffen 31.01.2022).
- Eagly, A. H. und S. Chaiken (1993)**, *The Psychology of Attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers, New York.
- Easton, D. (1975)**, „A Re-assessment of the Concept of Political Support“, *British Journal of Political Science*, Vol. 5, Nr. 4, S. 435–457.
- Eger, J. et al. (2022)**, *COVID-19: Die Einstellungen der Bevölkerung zu entwicklungspolitischen Maßnahmen und zur Impfstoffverteilung*, DEval Policy Brief 2/2022. Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Erikson, R. S. und K. L. Tedin (2011)**, *American public opinion*, Longman, Boston.
- Escribà-Folch, A. et al. (2021)**, „The Effects of Autocratic Characteristics on Public Opinion toward Democracy Promotion Policies: A Conjoint Analysis“, *Foreign Policy Analysis*, Vol. 17, Nr. 1.
- Esping-Andersen, G. (1990)**, *The three worlds of welfare capitalism*, Princeton University Press, Princeton.
- Ethier, D. (2003)**, „Is Democracy Promotion Effective? Comparing Conditionality and Incentives“, *Democratization*, Vol. 10, Nr. 1, S. 99–120.
- Eurobarometer (2016)**, *The European Year for Development – Citizens’ Views on Development, Cooperation and Aid*. Europäische Kommission, Brüssel.

- Europäische Kommission (2021)**, *Zusammenfassende Länderanalyse. Spezial-Eurobarometer 512. EU-Bürger und Entwicklungszusammenarbeit. November-Dezember 2020*, Brüssel, Europäische Kommission, <https://europa.eu/eurobarometer/api/deliverable/download/file?deliverableId=75193> (zugegriffen 01.04.2022).
- Evans, G. et al. (1996)**, „Measuring left-right and libertarian-authoritarian values in the British electorate“, *British Journal of Sociology*, Vol. 47, Nr. 1, S. 93–112.
- Fairtrade (2020)**, *Zahlen und Daten zum Fairtrade-Konsum 2020*, Pressemitteilung Fairtrade e.V., 15. April 2020, <https://www.fairtrade-deutschland.de/service/presse/details/fairtrade-umsatz-steigt-auf-16-milliarden-3230> (zugegriffen 15.12.2022).
- Faust, J. (2016)**, „Entwicklungstheorien und Entwicklungspolitik“, in Lauth, H.-J. und C. Wagner (Hrsg.), *Politikwissenschaft: Eine Einführung*, Schöningh, Paderborn, S. 322–356.
- Faust, J. und M. M. Garcia (2014)**, „With or without Force? European Public Opinion on Democracy Promotion“, *Journal of Common Market Studies*, Vol. 52, Nr. 4, S. 861–878.
- Fitzpatrick J. und S. J. Mayer (2020)**, „Fokusgruppen“, in Borucki I. et al. (Hrsg.), *Handbuch Politische Kommunikation*, Springer VS, Wiesbaden, https://doi.org/10.1007/978-3-658-26242-6_50-1.
- Forum Fairer Handel (2020)**, *Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2020*, https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/dateien/publikationen/materialien_des_ffh/2020_Aktuelle-Entwicklungen_im_FH_web.pdf (zugegriffen 15.12.2021).
- Forum Fairer Handel (2021)**, *Aktuelle Entwicklungen im Fairen Handel 2021*, Köln, https://www.forum-fairer-handel.de/fileadmin/user_upload/Dateien/Publikationen_FFH/2021_aktuelle-entwicklungen-im-fh.pdf (zugegriffen 09.06.2022).
- Gangl, M. (2010)**, „Causal Inference in Sociological Research“, *Annual Review of Sociology*, Vol. 36, Nr. 1, S. 21–47.
- Gallego, A. (2015)**, *Unequal political participation worldwide*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Gastil, J. und Xenos, M. (2010)**, „Of Attitudes and Engagement: Clarifying the Reciprocal Relationship Between Civic Attitudes and Political Participation“, *Journal of Communication*, Vol. 60, Nr. 2, 318–343.
- Geiger, S. M. et al. (2018)**, „Measuring what Matters in Sustainable Consumption: An Integrative Framework for the Selection of Relevant Behaviors“, *Sustainable Development*, Vol. 26, Nr. 1, 18–33.
- George, J. und Leidner, D. (2019)**, „From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism“, *Information und Organization*, Vol. 29, Nr. 3, <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.001>.
- Gerber, U. und K. Kann (2019)**, „Wer spendet wie viel?“, *WISTA – Wirtschaft und Statistik*, Vol. 71, Nr. 6, S. 73–86.
- Goertz, S. (2021)**, „Identitäre Bewegung – Reichsbürger – Selbstverwalter. Eine aktuelle Analyse“, *SIAK-Journal – Zeitschrift für Polizeiwissenschaft und polizeiliche Praxis*, Vol. 1, S. 56–68.
- Goodman, S. (2008)**, „A Dirty Dozen: Twelve P-Value Misconceptions“, *Seminars in Hematology*, Vol. 45, Nr. 3, S. 135–140.
- Gravelle, T. B et al. (2017)**, „The structure of foreign policy attitudes in transatlantic perspective: Comparing the United States, United Kingdom, France and Germany“, *European Journal of Political Research*, Vol. 56, Nr. 4, S. 757–776.
- Gricevic, Z. et al. (2020)**, „Spenden in Deutschland – Analysen auf Basis des SOEP und Vergleiche mit anderen empirischen Studien“, *SOEP papers on Multidisciplinary Panel Data Research 1074*, https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.738864.de/diw_sp1074.pdf (zugegriffen 01.04.2022).

- Grimm, P. (2010)**, „Social Desirability Bias“, in Sheth, J. und N. Malhotra (Hrsg.), *Wiley International Encyclopedia of Marketing*, <https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem02057>.
- Grunwald, A. (2010)**, „Wider die Privatisierung der Nachhaltigkeit – Warum ökologisch korrekter Konsum die Umwelt nicht retten kann“, *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, Vol. 19, Nr. 3, S. 178–182.
- Hanss, D. und Böhm, G. (2010)**, „Can I make a difference? The role of general and domain-specific self-efficacy in sustainable consumption decisions“, *Umweltpsychologie*, Vol. 14, Nr. 1, S. 46–74.
- Heath, A. et al. (1994)**, „The Measurement of Core Beliefs and Values: The Development of Balanced Socialist/Laissez Faire and Libertarian/Authoritarian Scales“, *British Journal of Political Science*, Vol. 24, Nr. 1, S. 115–132.
- Heinrich, T. und Y. Kobayashi (2020)**, „How Do People Evaluate Foreign Aid To ‘Nasty’ Regimes?“, *British Journal of Political Science*, Vol. 50, Nr. 1, S. 103–127.
- Heinrich, T. et al. (2016)**, „Public opinion and foreign aid cuts in economic crises“, *World Development*, Vol. 77, S. 66–79.
- Hellbrück, J. und E. Kals (2012)**, *Umweltpsychologie*. Springer VS, Wiesbaden.
- Holden, E. (2004)**, „Towards sustainable consumption: do green households have smaller ecological footprints?“ *International Journal of Sustainable Development*, Vol. 7, Nr. 1, S. 44–58.
- Holdsworth, M. (2003)**, *Green choice: What choice? Summary of NCC research into consumer attitudes to sustainable consumption*, National Consumer Council, London.
- Hölig, S. und U. Hasebrink (2018)**, „Nachrichtennutzung und soziale Medien. Befunde aus dem Reuters Institute Digital News Survey 2018“, *Media Perspektiven* 12/2018, S. 574–582.
- Holyk, G. G. (2008)**, „Retrieval“, in Lavrakas, P. J. (2008), *Encyclopedia of survey research methods*, 761–762, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Hudson, D. und vanHeerde-Hudson, J. (2012)**, „‘A Mile Wide and an Inch Deep’: Surveys of Public Attitudes Towards Development Aid“, *International Journal of Development Education and Global Learning*, Vol. 4, Nr. 1, S. 5–23.
- Hudson, D. et al. (2019)**, „Making and Unmaking Cosmopolitans: An Experimental Test of the Mediating Role of Emotions in International Development Appeals“, *Social Science Quarterly*, Vol. 100, Nr. 3, S. 544–564.
- Hudson, J. et al. (2020)**, „Not one, but many publics: Public engagement with global development“, *Development in Practice*, Vol. 30, Nr. 6, S. 795–808.
- Jacquet, J. et al. (2014)**, „The ideological divide and climate change opinion: ‘top-down’ and ‘bottom-up’ approaches“, *Frontiers in Psychology*, Vol. 5, S. 1458.
- Jankowski, M. et al. (2019)**, „To adapt or to defend? Comparing position shifts among Bundestag candidates between 2013 and 2017“, *West European Politics*, Vol. 42, Nr. 4, S. 895–913.
- Jankowski, M. et al. (2022)**, „How stable are ‘left’ and ‘right’? A morphological analysis using open-ended survey responses of parliamentary candidates“, *Party Politics*, online first, <https://doi.org/10.1177/13540688211059800>.
- Jost, J. T. et al. (2009)**, „Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities“, *Annual Review of Psychology*, Vol. 60, Nr. 1, S. 307–337.
- Jungherr, A. (2019)**, „Kommunikation auf sozialen Netzwerkplattformen“, in Faas, T. et al. (Hrsg.), *Einstellungs- und Verhaltensforschung: Handbuch für Wissenschaft und Studium*, Nomos, Baden-Baden, S. 184–206.
- Kaplan, L. et al. (2020)**, *Verhalten im Fokus: wie eine verhaltenswissenschaftliche Perspektive Politikmaßnahmen in der Entwicklungszusammenarbeit verbessern kann*. Analysen und Stellungnahmen 3/2020. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (DIE), Bonn.

- Kastellec, J. P. und E. L. Leoni (2007)**, „Using Graphs Instead of Tables in Political Science“, *Perspectives on Politics*, Vol. 5, Nr. 4, S. 755–771.
- Kausmann C. und C. Hagen (2022)**, „Gesellschaftliche Bereiche des freiwilligen Engagements“, in Simonson J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*, Springer VS, Wiesbaden, S. 95–124.
- Kausmann C. und N. Karnick (2022)**, „Geldspenden und freiwilliges Engagement“, in Simonson J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*. Springer VS, Wiesbaden, S. 151–164.
- Kim, B. J. (2015)**, „Political efficacy, community collective efficacy, trust and extroversion in the information society: Differences between online and offline civic/political activities“, *Government Information Quarterly*, Vol. 32, Nr. 1, S. 43–51.
- Kivikangas, J. M. et al. (2021)**, „Moral foundations and political orientation: Systematic review and meta-analysis“, *Psychological Bulletin*, Vol. 147, Nr. 1, S. 55–94.
- König, P. D. et al. (2022)**, „Conceptualizing and Measuring Citizens’ Preferences for Democracy: Taking Stock of Three Decades of Research in a Fragmented Field“, *Comparative Political Studies*, online first, <https://doi.org/10.1177/00104140211066213>.
- Kornprobst, T. und A. Schwachula (2020)**, *Wie kann Entwicklungszusammenarbeit machtkritischer werden?*, Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (DIE), Bonn. https://www.die-gdi.de/uploads/media/Deutsches_Institut_fuer_Entwicklungspolitik_Kornprobst_Schwachula_16.11.2020.pdf (zugegriffen 01.04.2022).
- Kosack, S (2003)**, „Effective Aid: How Democracy Allows Development Aid to Improve the Quality of Life“, *World Development*, Vol. 31, Nr. 1, S. 1–22.
- Krämer et al. (2021)**, *Rigorous Impact Evaluation: Evidence generation and take-up in German development cooperation*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Krimmer, H. (2013a)**, *Freiwilligensurvey 2009: Bereichsauswertung „Entwicklungspolitisches Engagement“*, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Berlin. <https://www.ziviz.de/file/210/download?token=DyuAiGrq> (zugegriffen 29.07.2021).
- Krimmer, H. (2013b)**, *ZiviZ-Survey 2012: Bereichsauswertung „Internationale Solidarität“*, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Berlin. <https://www.ziviz.de/file/208/download?token=UnTSiUTu> (zugegriffen 01.04.2022).
- Larceneux F. et al. (2012)**, „Why Might Organic Labels Fail to Influence Consumer Choices? Marginal Labeling and Brand Equity Effects“, *Journal of Consumer Policy*, Vol. 35, Nr. 1, S. 85–104.
- Lee, F. L. F. (2006)**, „Collective Efficacy, Support for Democratization, and Political Participation in Hong Kong“, *International Journal of Public Opinion Research*, Vol. 18, Nr. 3, S. 297–317.
- Leininger, J. (2021)**, *Warum Deutschland jetzt erst recht Demokratie fördern sollte*, Die aktuelle Kolumne, 30.08.2021. Deutsches Institut für Entwicklungspolitik (DIE), Bonn.
- Likert, R. (1932)**, „A Technique for the Measurement of Attitudes“, *Archives of Psychology*, Vol. 22, Nr. 1, S. 5–55.
- Liebe, U. et al. (2016)**, „Preis, Moral und ethischer Konsum: Ein Feldexperiment mit Nachbefragung zum Kauf von ökologischen Produkten“, *Berliner Journal für Soziologie*, Vol. 26, Nr. 2, S. 201–225.
- Lücking, K. et al. (2021)**, *Exit-Prozesse in der Entwicklungszusammenarbeit*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Lumsdaine, D. H. (1993)**, *Moral Vision in International Politics. The Foreign Aid Regime 1949–1989*, Princeton University Press, Princeton.
- Maio, G. R. und G. Haddock (2009)**, „The Psychology of Attitudes and Attitude Change“, *Sage Social Psychology Program Series*, Sage, Los Angeles.

- McCright, A. M. et al. (2016)**, „Ideology, capitalism, and climate: Explaining public views about climate change in the United States“, *Energy Research and Social Science*, Vol. 21, S. 180–189.
- Milner, H. und D. Tingley (2010)**, „The political economy of US foreign aid: American legislators and the domestic politics of aid“, *Economics & Politics*, Vol. 22, Nr. 2, S. 200–232.
- Milner, H. und D. Tingley (2013)**, „Public Opinion and Foreign Aid: A Review Essay“, *International Interactions*, Vol. 39, Nr. 3, S. 389–401.
- Molenaers, N. et al. (2015)**, „Political conditionality and foreign aid“, *World Development*, Vol. 75, S. 2–12.
- Moosbrugger, H. und A. Kelava (2012)**, *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion*, Springer, Berlin/Heidelberg.
- Morozov, E. (2009)**, „The brave new world of slacktivism“, *Foreign Policy*, 19. Mai 2009.
- Mutz, D. C. (2011)**, *Population-based survey experiments*, Princeton University Press, Princeton.
- Niedermayer, O. (2009)**, „Bevölkerungseinstellungen zur Demokratie: Kein Grundkonsens zwischen Ost- und Westdeutschen“, *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, Vol. 40, Nr. 2, S. 383–397.
- Niño-Zarazúa, M. et al. (2020)**, *Effects of Swedish and International Democracy Aid*, EBA Report 2020:07, The Expert Group for Aid Studies (EBA), Sweden, https://eba.se/wp-content/uploads/2020/12/Rapport_2020_07_webb.pdf (zugegriffen 15.12.2021).
- Norwegian Ministry of Local Government and Modernisation und Norwegian Ministry of Foreign Affairs (2021)**, *Voluntary National Review 2021 Norway. Report on the Implementation of the 2030 Agenda for Sustainable Development*, https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/28233_Voluntary_National_Review_2021_Norway.pdf (zugegriffen 15.12.2021).
- OECD DAC (2021)**, *COVID-19 spending helped to lift foreign aid to an all-time high in 2020. Detailed Note*, OECD Development Assistance Committee, Paris. <https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-data/ODA-2020-detailed-summary.pdf> (zugegriffen 15.12.2021).
- OECD DevCom (2016)**, *Towards a DevCom Peer Learning Hub for SDG Communicators. Discussion note*, DevCom Annual Meeting, 9. –10. November 2016, Paris, <https://www.oecd.org/dev/pgd/DiscussionNote2016.pdf> (zugegriffen 15.12.2021).
- Oldendick, R. (2008)**, „Question Order Effects“, in Lavrakas, P. J. (Hrsg.), *Encyclopedia of Survey Research Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Partzsch, L. und L. Kemper (2019)**, „Cotton Certification in Ethiopia: Can an increasing demand for certified textiles create a ‘Fashion Revolution’?“, *Geoforum*, Vol. 99, S. 111–119.
- Partzsch, L. et al. (2019)**, „Cotton Certification in Sub-Saharan Africa: Promotion of environmental Sustainability or Greenwashing?“, *Global Environmental Change*, Vol. 57, <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2019.05.008>.
- Paul, J. et al. (2016)**, „Predicting green product consumption using theory of planned behavior and reasoned action“, *Journal of retailing and consumer services*, Vol. 29, S. 123–134.
- Paxton, P. und S. Knack (2011)**, „Individual and country-level factors affecting support for foreign aid“, *International Political Science Review* Vol. 33, Nr. 2, S. 171–192.
- Polak, J. T. et al. (2017)**, *Weltwärts-Freiwillige und ihr Engagement in Deutschland*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Priemer, J. et al. (2019)**, „Finanzierung der Zivilgesellschaft“, *Datenreport Zivilgesellschaft* Springer VS, Wiesbaden, S. 113–144.
- Priller, E. und Sommerfeld, J. (2005)**, „Wer spendet in Deutschland? Eine sozialstrukturelle Analyse“, Discussion Papers, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssaar-117288> (zugegriffen 31.01.2022).

- Quintelier, E. und J. W. van Deth (2014)**, „Supporting democracy: Political participation and political attitudes. Exploring causality using panel data“, *Political Studies*, Vol. 62, Nr. S1, S. 153–171.
- Raatz, S. (2016)**, *Entwicklung von Einstellungen gegenüber verantwortungsvoller Führung*, Springer, Wiesbaden.
- Rathbun, B. (2020)**, „Towards a dual process model of foreign policy ideology“, *Current Opinion in Behavioral Sciences*, Vol. 34, S. 211–216.
- Redaktionsnetzwerk Deutschland (2020)**, *Hamburger Getränkemarke spendet einen Euro für jeden Hasskommentar*, 16.10.2020, RND Redaktionsnetzwerk Deutschland, Hannover, <https://www.rnd.de/panorama/fritz-kola-spende-ein-euro-fur-jeden-hasskommentar-an-fluchtlingsprojekte-und-anti-rechts-initiative-CKHCPUEBOBDQ3AHKZFAUNKG664.html> (zugegriffen 31.01.2022).
- Riddell, R. (2007)**, *Does foreign aid really work?*, Oxford University Press, Oxford.
- Rock, M. T. (2009)**, „Corruption and Democracy“, *The Journal of Development Studies*, Vol. 45, Nr. 1, S. 55–75.
- Rosling, H. et al. (2018)**, *Factfulness*, Flatiron Books, New York.
- Sanne, C. (2002)**, „Willing Consumers – or locked-in? Policies for a sustainable consumption“, *Ecological Economics*, Vol. 42, Nr. 1–2, S. 273–287.
- Schäfer, A. und Zürn, M. (2021)**, *Die demokratische Regression*, Suhrkamp, Berlin.
- Schlozman, K. L. et al. (2012)**, *The Unheavenly Chorus*, Princeton University Press, Princeton.
- Schmidt, M. G. (2016)**, „Sozialstaat in der Vergleichenden Politikwissenschaft“, in Lauth, H. J. (Hrsg.), *Handbuch Vergleichende Politikwissenschaft*, Springer VS, Wiesbaden, S. 665–675.
- Schmitt-Beck, R. (2021)**, „Wahlpolitische Achterbahnfahrt. Wer wählte wen bei der Bundestagswahl 2021?“, *Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ)*, Bundeszentrale für politische Bildung (bpb), Bonn, Vol. 71, Nr. 47–49, S. 10–16.
- Schneider, S. H. et al. (2020)**, *Öffentliche Meinung zu internationaler Solidarität in der Corona-Pandemie*, DEval Policy Brief 4/2020, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Schneider S. H. (2021)**, „Die Einstellung der Bevölkerung zu Bürgerbeteiligung“, in Tausendpfund, M. (Hrsg.), *Empirische Studien lesen*, Springer VS, Wiesbaden, S. 135–169.
- Schneider, S. H. et al. (2021a)**, *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2021. Medieninhalte, Informationen, Appelle und ihre Wirkung auf die öffentliche Meinung*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Schneider, S. H. (2021b)**, „Does the COVID-19 pandemic threaten global solidarity? Evidence from Germany“, *World Development*, Vol. 140, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Schneider, S. H. et al. (2019)**, *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2019 – Medien, Mediennutzung und Berichterstattung zu weltweiter Armut*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Schneider, S. H. und S. H. Gleser (2018)**, *Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018: Einstellungen zu Entwicklungszusammenarbeit und nachhaltiger Entwicklung*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Schüller, M. (2021)**, „Nichts ist umsonst“, in Sangmeister, H. und H. Wagner (Hrsg.), *Verantwortung und Engagement von Unternehmen in der internationalen Zusammenarbeit*, Nomos, Baden-Baden, S. 133–149.
- Schultz, P. W. (2001)**, „The Structure of Environmental Concern: Concern for Self, other People, and the Biosphere“, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 21, Nr. 4, S. 327–339.
- Schulz-Sandhof, K. und B. Wilke (2021)**, „Sprunghafter Anstieg“, *Sozialwirtschaft*, Vol. 31, Nr. 4, 17–19.

- Schuman, H. und S. Presser (1996)**, *Questions and answers in attitude surveys: Experiments on question form, wording, and context*, Sage, Thousand Oaks, CA.
- Scotto, T. et al. (2017)**, „We spend how much? Framing foreign aid in the United States and Great Britain“, *Journal of Experimental Political Science*, Vol. 4, Nr. 2, S. 119–128.
- Seyfang, G. (2009)**, *The new Economics of sustainable consumption*, Palgrave Macmillan, Houndmills Basingstoke.
- Simonson J. et al. (2022a)**, „Einleitung: Zwanzig Jahre Deutscher Freiwilligensurvey“, in Simonson, J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*, Springer VS, Wiesbaden, S. 11–28.
- Simonson J. et al. (2022b)**, „Unterschiede und Ungleichheiten im freiwilligen Engagement“, in Simonson J. et al. (Hrsg.), *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Empirische Studien zum bürgerschaftlichen Engagement*, Springer VS, Wiesbaden, S. 67–94.
- Simonson, J. et al. (2022c)**, *Freiwilliges Engagement in Deutschland. Der Deutsche Freiwilligensurvey 2019*. Springer VS, Wiesbaden.
- Smith, B. et al. (2020)**, „How Internet Search Undermines the Validity of Political Knowledge Measures“, *Political Research Quarterly*, Vol. 73, Nr. 1, S. 141–155.
- Solt, F. (2008)**, „Economic inequality and democratic political engagement“, *American Journal of Political Science*, Vol. 52, Nr. 1, S. 48–60.
- Statistisches Bundesamt (2020)**, *Wirtschaftsrechnungen. Private Haushalte in der Informationsgesellschaft – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien*. Fachreihe 15, Reihe 4, Wiesbaden, https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/IT-Nutzung/Publikationen/Downloads-IT-Nutzung/private-haushalte-ikt-2150400207004.pdf?_blob=publicationFile (zugegriffen 01.04.2022).
- Statistisches Bundesamt (2022)**, *Verbraucherpreisindex und Inflationsrate*, Wiesbaden, https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/_inhalt.html (zugegriffen 15.06.2022).
- Stockmann, R. (2016)**, „Entwicklungsstrategien und Entwicklungszusammenarbeit“, in Stockmann, R. et al. (Hrsg.), *Entwicklungspolitik: Theorien – Probleme – Strategien*, De Gruyter Oldenbourg, Berlin/Boston, S. 425–616.
- Svardal, I. G. (2021)**, *Norad setter i gang årets største kampanje: Skal treffe 60 prosent av befolkningen med bærekraft*, KOM24, 27.9.2021, <https://www.kom24.no/2709211-baerekraft-baerekraftskommunikasjon/norad-setter-i-gang-arets-storste-kampanje-skal-treffe-60-prosent-av-befolkningen-med-baerekraft/391938> (zugegriffen 15.06.2022).
- Svensson, J. (1999)**, „Aid, Growth and Democracy“, *Economics & Politics*, Vol. 11, Nr. 3., S. 275–297.
- Tagesschau (2021)**, *Umstrittenes Vorhaben verabschiedet: Bundestag beschließt Lieferkettengesetz*, Tagesschau.de, 21.06.2021, Hamburg, <https://www.tagesschau.de/inland/lieferkettengesetz-109.html> (zugegriffen 15.06.2022).
- Tagesspiegel (2018)**, *Fünf Jahre nach „Rana Plaza“: Die Einsturz-Katastrophe war ein Weckruf*, Tagesspiegel, 24.08.2018, <https://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/fuenf-jahre-nach-rana-plaza-die-einsturz-katastrophe-war-ein-weckruf/21200276.html> (zugegriffen 15.06.2022).
- Taufique, K. M. R. et al. (2017)**, „The influence of eco-label knowledge and trust on pro-environmental consumer behavior in an emerging market“, *Journal of Strategic Marketing*, Vol. 25, Nr. 7, 511–529.
- Thøgersen, J. und F. Ölander (2002)**, „Human values and the emergence of a sustainable consumption pattern: A panel study“, *Journal of Economic Psychology*, Vol. 23, Nr. 5, 605–630.
- Thøgersen, J. (2010)**, „Country Differences in Sustainable Consumption: The Case of Organic Food“, *Journal of Macromarketing*, Vol. 30, Nr. 2, 171–185.

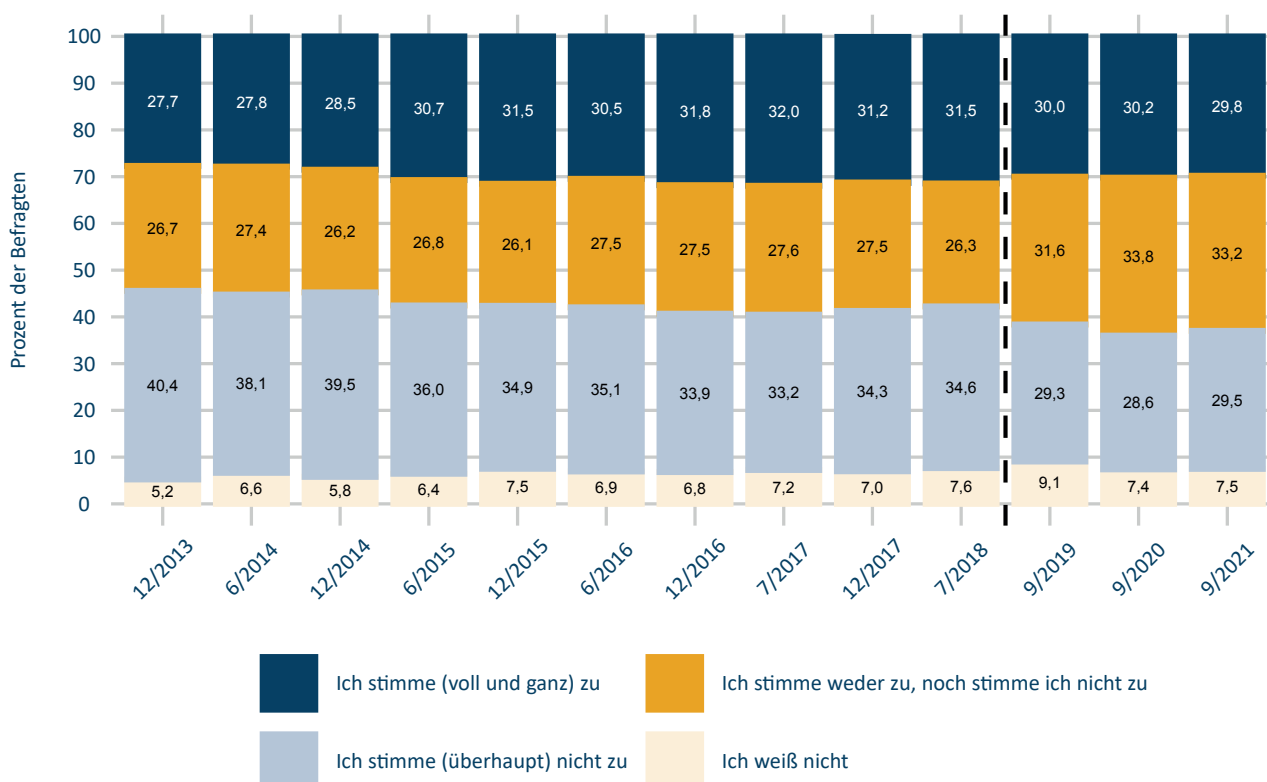
- Van der Meer, T. W. G. et al. (2009)**, „The Politicized Participant: Ideology and Political Action in 20 Democracies“, *Comparative Political Studies*, Vol. 42, Nr. 11, S. 1426–1457, <https://doi.org/10.1177/0010414009332136>.
- Van Deth, J. A (2014)**, „Conceptual map of political participation“, *Acta Politica*, Vol. 49, Nr. 3, S. 349–367.
- Van Heerde, J. und D. Hudson (2010)**, „The Righteous Considereth the Cause of the Poor? Public Attitudes towards Poverty in Developing Countries“, *Political Studies*, Vol. 58, Nr.3, S. 389–409.
- Vehrkamp, R. und W. Merkel (2019)**, *Populismusbarometer 2018*, Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.
- Verba, S. et al. (1995)**, *Voice and equality: Civic voluntarism in American politics*, Harvard University Press.
- Verbrugge, B. und H. Huyse (2020)**, „Civil Society Funding by OECD-DAC Governments: No more Politics as usual?“, *Development in Practice*, Vol. 30, Nr. 6, S. 751–762.
- Vereinte Nationen (2015)**, *Die Transformation unserer Welt: Die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung*, Resolution der UN-Generalversammlung, Nr. A/RES/70/1, New York.
- Vereinte Nationen (2019)**, *The future is now. Science for achieving sustainable development*, Vereinte Nationen, New York.
- Vereinte Nationen (2020)**, *Ziele für nachhaltige Entwicklung. Bericht 2020*, New York, <https://www.un.org/Depts/german/millennium/SDG%20Bericht%202020.pdf> (zugegriffen 15.12.2021).
- Vollan, B. et al. (2017)**, „Do campaigns featuring impact evaluations increase donations? Evidence from a survey experiment“, *Journal of Development Effectiveness*, Vol. 9, Nr. 4, S. 500–518.
- Weltbank (2015)**, *Weltentwicklungsbericht 2015: Menschliches Verhalten und Entwicklung*, https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/Newsroom/Aktuelles/News-Details_250688.html (zugegriffen 15.12.2022).
- Wenker, T. (2022)**, *Die Verteilung von Mitteln für die deutsche öffentliche Entwicklungszusammenarbeit*, Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval), Bonn.
- Wright, J. und Winters, M. (2010)**, „The politics of effective foreign aid“, *Annual Review of Political Science*, Vol. 13, S. 61–80.
- Yi, D. und J.-A. Tsang (2020)**, „The relationship between individual differences in religion, religious primes, and the moral foundations“, *Archive for the Psychology of Religion*, Vol. 42, Nr. 2, S. 161–193.
- Zaller, J. (1992)**, *The nature and origins of mass opinion*, Cambridge University Press, Cambridge.
- ZEIT (2021)**, *Müller: Unglück wie Rana Plaza darf sich nicht wiederholen*, Zeit.de, 24.04.2021, Hamburg, <https://www.zeit.de/news/2021-04/24/mueller-unglueck-wie-rana-plaza-darf-sich-nicht-wiederholen> (zugegriffen 15.12.2021).
- Zuell, C. und E. Scholz (2019)**, „Construct equivalence of left-right scale placement in a cross-national perspective“, *International Journal of Sociology*, Vol. 49, Nr. 1, S. 77–95.
- Zürcher, C. (2012)**, „Conflict, State Fragility and Aid Effectiveness: Insights from Afghanistan“, *Conflict, Security & Development*, Vol. 12, Nr. 5, S. 461–480.

6. ANHANG

6.1 Ergänzende Analysen Kapitel 2

Das Gefühl einer moralischen Verpflichtung nimmt unter den möglichen Motiven für EZ eine besondere Stellung ein, da es nicht den Nutzen für den eigenen Staat oder die eigene Person, sondern altruistisch die Lage der Menschen in den Ländern des globalen Südens in den Vordergrund stellt. Zugleich handelt es sich um eine wichtige erklärende Variable für die Unterstützung staatlicher EZ sowie entwicklungspolitischen Engagements (Hudson und van Heerde-Hudson, 2012; Schneider et al., 2021a, Kapitel 5). Auch in den Daten des DEL-Panels vom September 2021 korrelieren moralische Verpflichtung und Unterstützung der EZ hoch.⁷⁹ Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden ergänzend zu den Analysen in Abschnitt 2.3 vertieft auf das Gefühl einer moralischen Verpflichtung gegenüber den Menschen in den Ländern des globalen Südens eingegangen.

Abbildung 49 Gefühl der moralischen Verpflichtung im Zeitverlauf



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT (bis 7/2018) und des DEL (bis 9/2019). Die Aussage lautete: „Länder wie Deutschland sollten mehr Geld für Entwicklungszusammenarbeit zur Verfügung stellen, da dies moralisch gesehen richtig ist“. Antwortoptionen: 1 = „Ich stimme voll und ganz zu“, 2 = „Ich stimme zu“, 3 = „Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu“, 4 = „Ich stimme nicht zu“, 5 = „Ich stimme überhaupt nicht zu“.

Abbildung 49 zeigt: Jeweils etwa 30 Prozent bekundeten im September 2021 ein Gefühl der moralischen Verpflichtung, 30 Prozent taten dies nicht und 33 Prozent gaben eine neutrale Position an. Über die drei DEL-Erhebungswellen hinweg sind diese Anteilswerte stabil. Im Vergleich zum AAT deuten die Daten auf eine geringfügige positive Niveaushiftung hin, da der Anteil *stimme (überhaupt) nicht zu* um ca. 5 bis 6 Prozentpunkte abgenommen und der Anteil *weder noch* im Schnitt um etwa 5 bis 6 Prozentpunkte

⁷⁹ Korrelation $r = 0,58$; $p < 0,001$.

zugenommen hat (siehe senkrechte gestrichelte Linie).⁸⁰ Aufgrund der bereits angesprochenen Änderungen im Fragebogen beim Übergang zum DEL sollte diese Verschiebung jedoch zurückhaltend interpretiert werden (siehe Kasten 3).

Das Gefühl einer moralischen Verpflichtung fällt in der jüngsten Altersgruppe höher aus als in den drei älteren Gruppen. In der Altersgruppe *18 bis 29 Jahre* stimmen 39 Prozent der vorgelegten Aussage zu, in den Gruppen *30 bis 39, 40 bis 59 Jahre* und *60 Jahre und älter* sind es 27 bis 29 Prozent. Jüngere sprechen sich folglich stärker aus moralischen Gründen für eine Erhöhung der EZ-Mittel aus. Dies steht im Einklang mit der höheren generellen Unterstützung der EZ in dieser Altersgruppe (vgl. Abschnitte 2.1.2 und 2.1.3).

Wie bei zahlreichen anderen Einstellungsdimensionen spielt auch für das Gefühl einer moralischen Verpflichtung die politische Orientierung eine wichtige Rolle: Bei Personen, die sich *links* oder *Mitte-links* einordnen, ist die moralische Verpflichtung mit 57 beziehungsweise 44 Prozent hoch ausgeprägt, in den übrigen drei Gruppen mit Anteilswerten zwischen 22 Prozent in der Gruppe *Mitte-rechts* und 25 Prozent in der Gruppe *Mitte* hingegen deutlich geringer. Insgesamt deuten diese Muster darauf hin, dass im linken Spektrum moralische und altruistische Motive relevanter sind, wenngleich keine Aussage darüber getroffen werden kann, ob in konkreten Situationen individuelle oder nationale Eigeninteressen moralische Abwägungen in den Hintergrund treten lassen (siehe z. B. Heinrich und Kobayashi, 2020).

⁸⁰ Da im DEL einige Fragen aus dem AAT nicht mehr verfügbar sind, kann die Operationalisierung des Motivs „moralische Verpflichtung“ aus dem Meinungsmonitor Entwicklungspolitik 2018 (Schneider und Gleser, 2018) nicht fortgeführt werden. Während in der alten Studie ein Index aus drei Items berechnet wurde, wird im aktuellen Bericht auf ein Einzelitem zurückgegriffen.

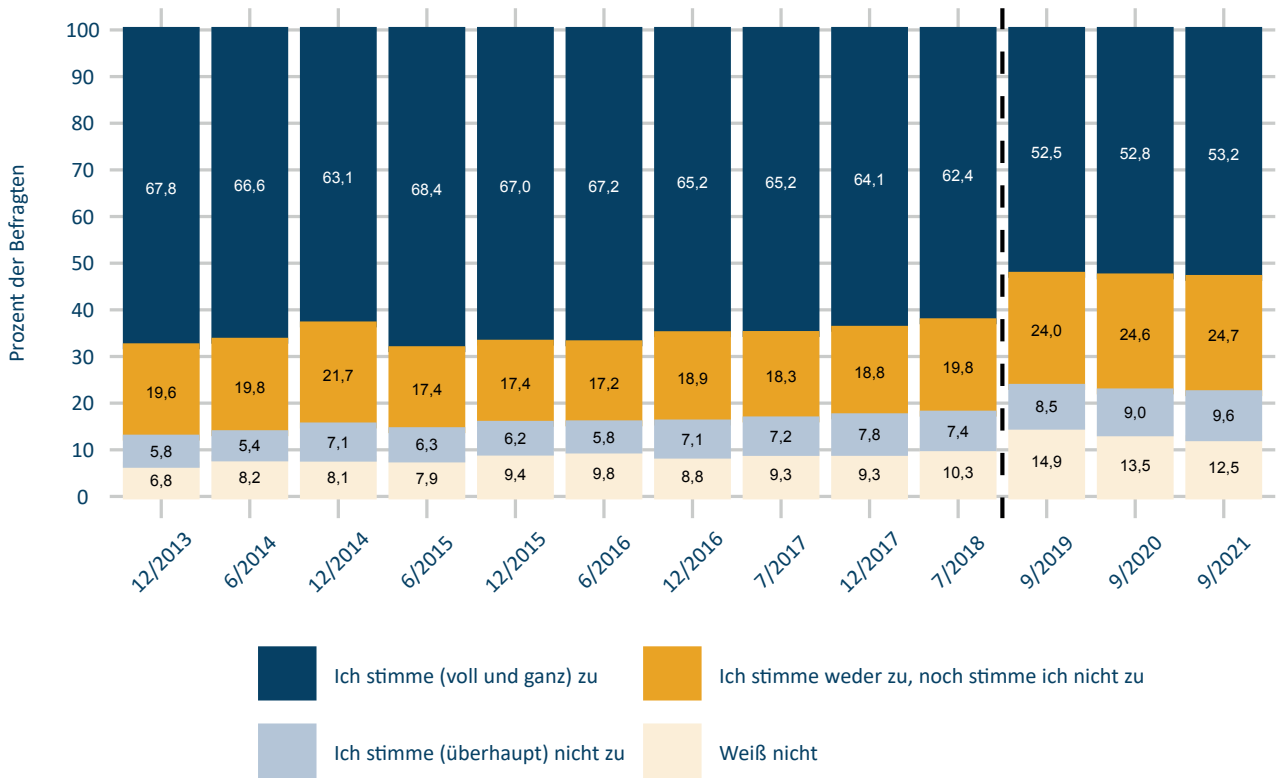
6.2 Anhang Kapitel 2

Abbildung 50 Wahrgenommene Einflussmöglichkeiten im Ländervergleich



Quelle: DEval, 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. Aufgrund der großen Stichproben fallen die Konfidenzintervalle sehr klein aus. Die Frage lautete: „Wie viel kann jeder der folgenden Akteure bei der Bekämpfung von Armut in armen Ländern Ihrer Meinung nach bewirken?“ Antwortoptionen: Skala 0 = „Kann überhaupt nichts bewirken“ bis 10 = „Kann sehr viel bewirken“.

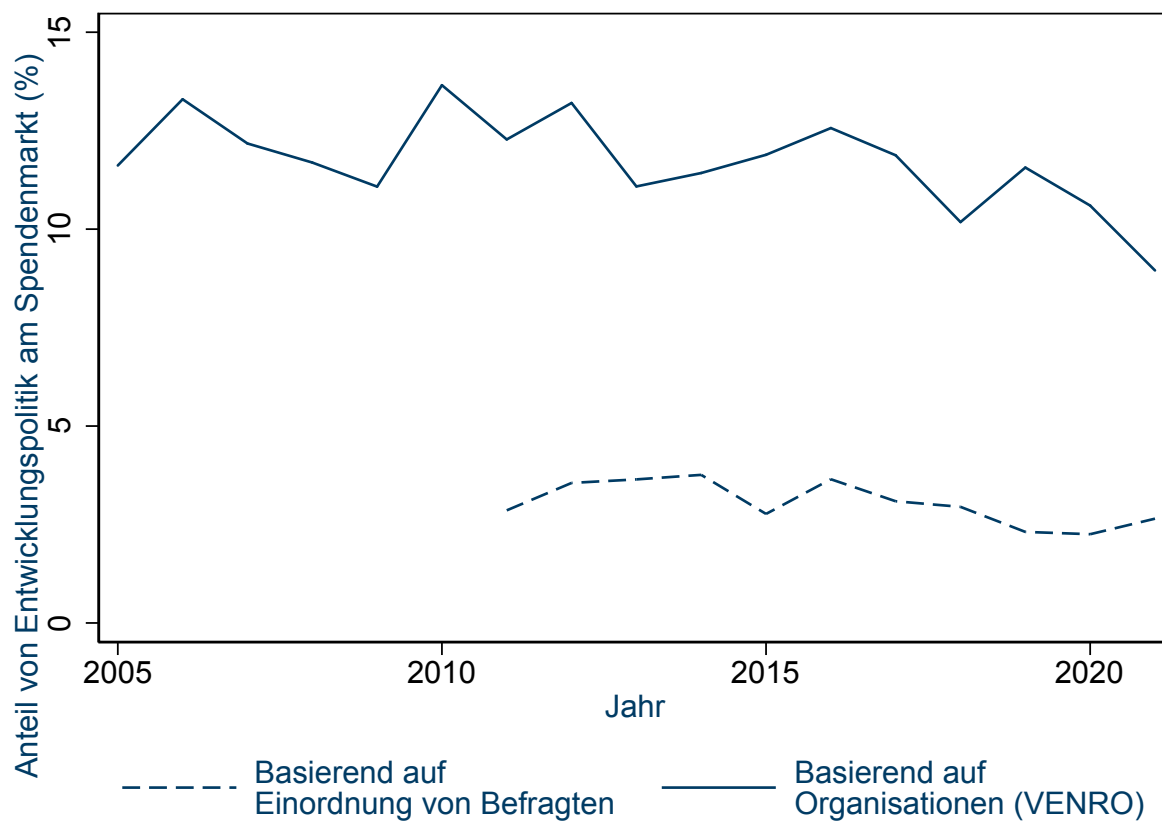
Abbildung 51 Korruption in den Ländern des globalen Südens aus Sicht der Bevölkerung



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des AAT (bis 7/2018) und des DEL (ab 9/2019). Die Aussage lautete: „Ein großer Anteil der deutschen Entwicklungszusammenarbeit landet in den Taschen korrupter Politiker in den Entwicklungsländern.“ Zustimmungsoptionen: 1 = „Ich stimme voll und ganz zu“, 2 = „Ich stimme zu“, 3 = „Ich stimme weder zu, noch stimme ich nicht zu“, 4 = „Ich stimme nicht zu“, 5 = „Ich stimme überhaupt nicht zu“. Für die Darstellung wurden die Kategorien 1 und 2 sowie 4 und 5 zusammengefasst.

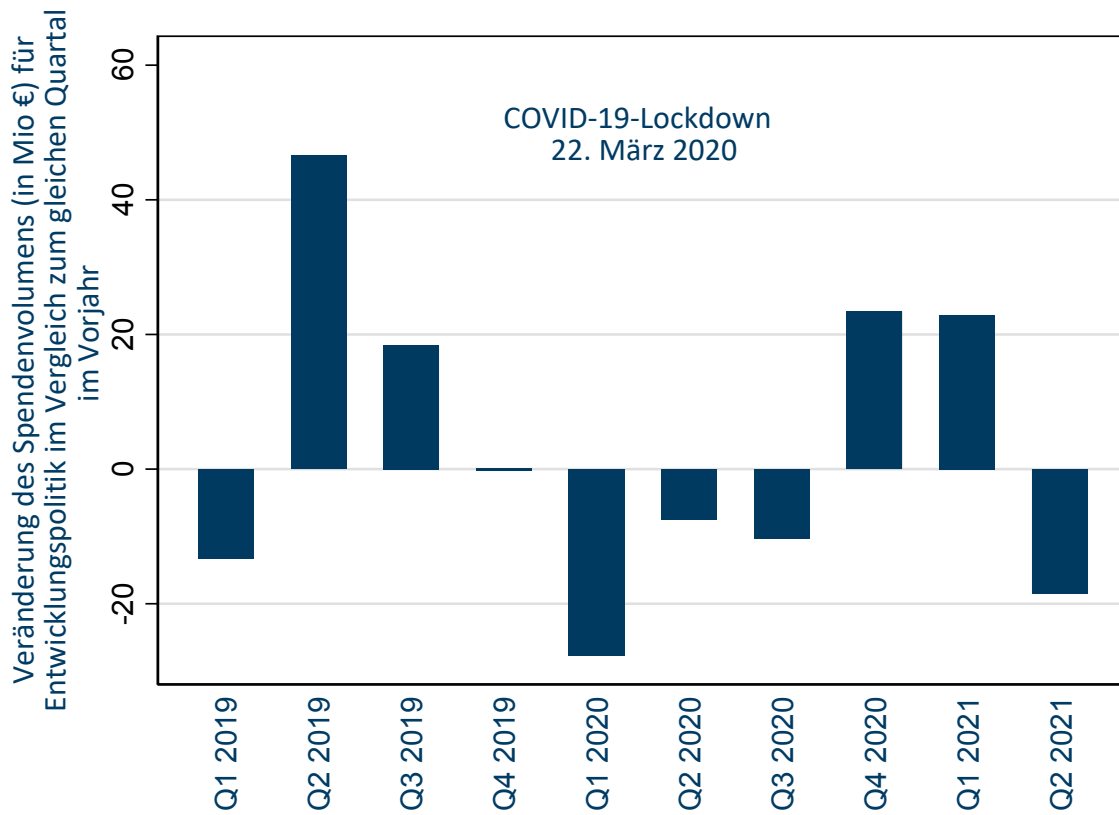
6.3 Anhang Abschnitt 3.2

Abbildung 52 Vergleich von Spendenkategorisierungen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK-Charity-Panels. Abgebildet ist das geschätzte jährliche Spendenvolumen für Entwicklungspolitik im Zeitraum 2005 bis 2020. Das GfK Charity Panel umfasst pro Jahr ca. 10.000 Personen. Als Spendende für Entwicklungspolitik werden alle Personen bezeichnet, die für eine entwicklungspolitische Organisation gespendet haben (siehe Kasten 9). Das Jahr 2021 ist nicht abgebildet, da für dieses Jahr keine vollständigen Informationen vorliegen und das jährliche Spendenvolumen somit nicht adäquat geschätzt werden kann. Die Einordnung durch die Befragten (gestrichelte Linie) erfolgt erst seit 2012.

Abbildung 53 Veränderung im quartalspezifischen Spendenvolumen für Entwicklungspolitik in den vergangenen drei Jahren



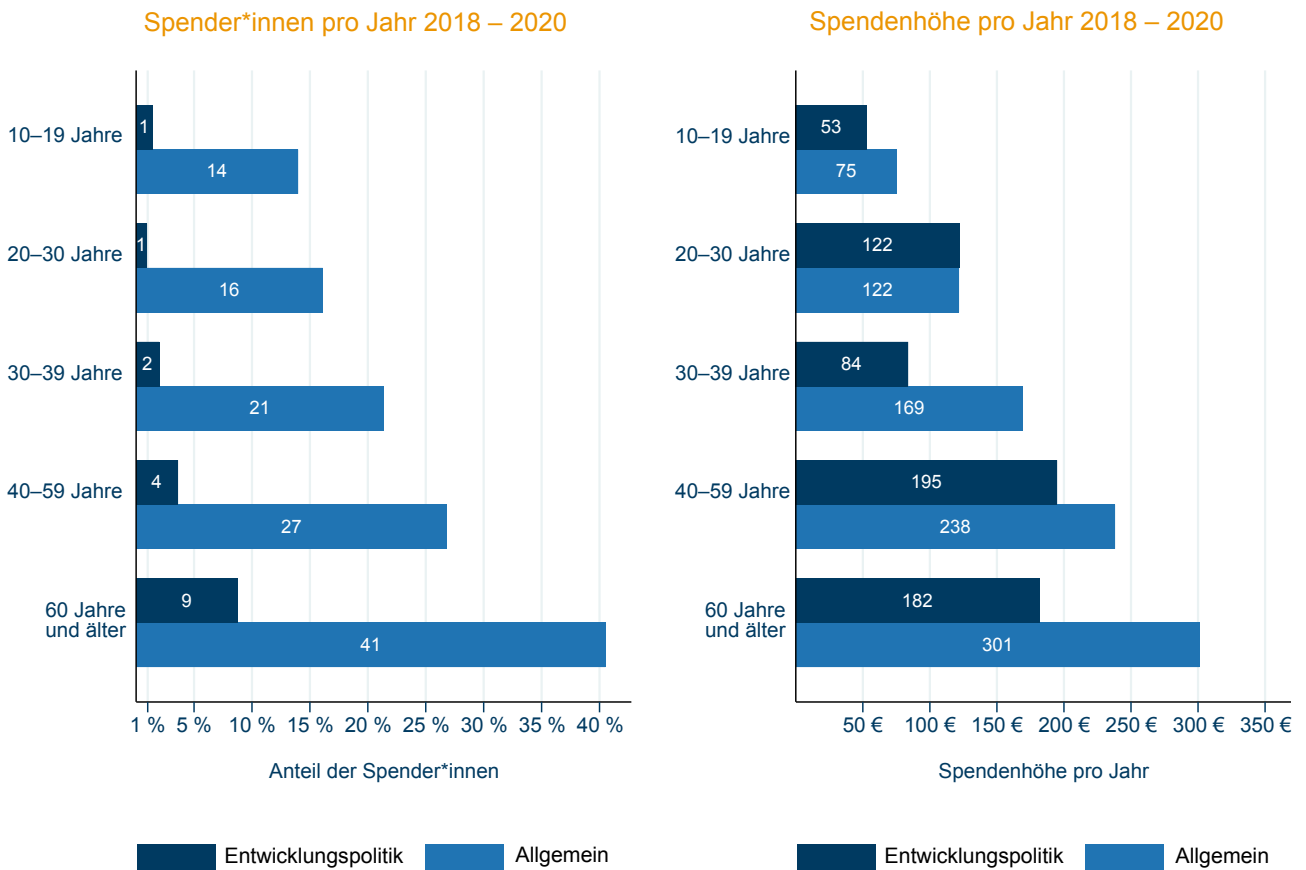
Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Abgebildet ist der Unterschied im Spendenvolumen für Entwicklungspolitik im Vergleich zum selben Quartal des Vorjahres. Das dritte Quartal 2021 wurde nicht berücksichtigt, da nur Daten bis August 2021 und somit nicht für das vollständige Quartal vorlagen.

Tabelle 2 Spendezweck (GfK Charity Panel)

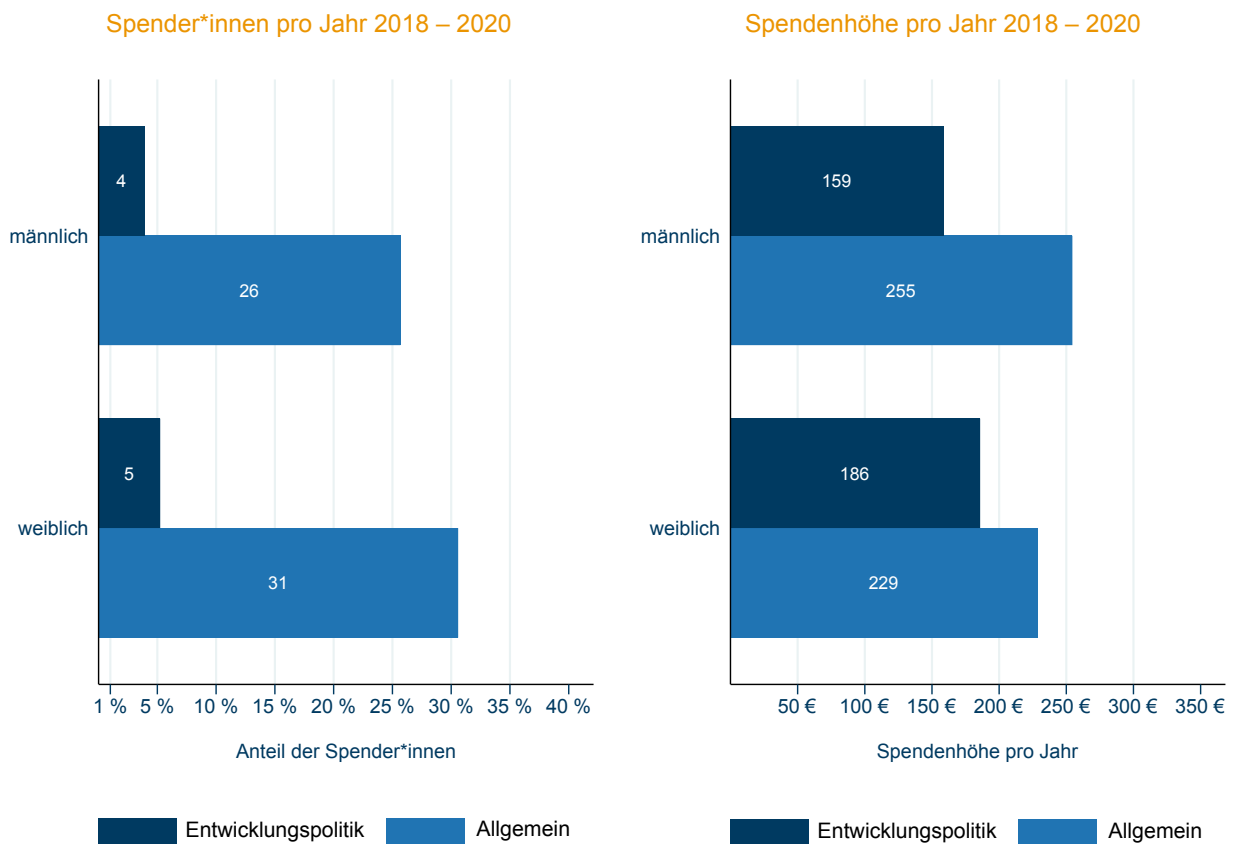
Spendenzweck	Anzahl der Nennungen	Anteil (in %)
Andere soziale Zwecke	15.547	4,73
Bildung	3.049	0,93
Denkmalpflege	3.111	0,95
Entwicklungshilfe	5.846	1,78
Hilfe für Kinder/Jugendliche	46.942	14,27
Hilfe für Kranke/Behinderte	15.405	4,68
Kirchliche/Religiöse Zwecke	40.561	12,33
Kunst/Kultur	2.559	0,78
Naturschutz/Umweltschutz	7.911	2,40
Ohne Angabe	121.465	36,92
Sofortige 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
Ohne Angabe	1.688	0,51

Quelle: DEval, eigene Darstellung.

Abbildung 54 Spendenverhalten nach Alterskategorien

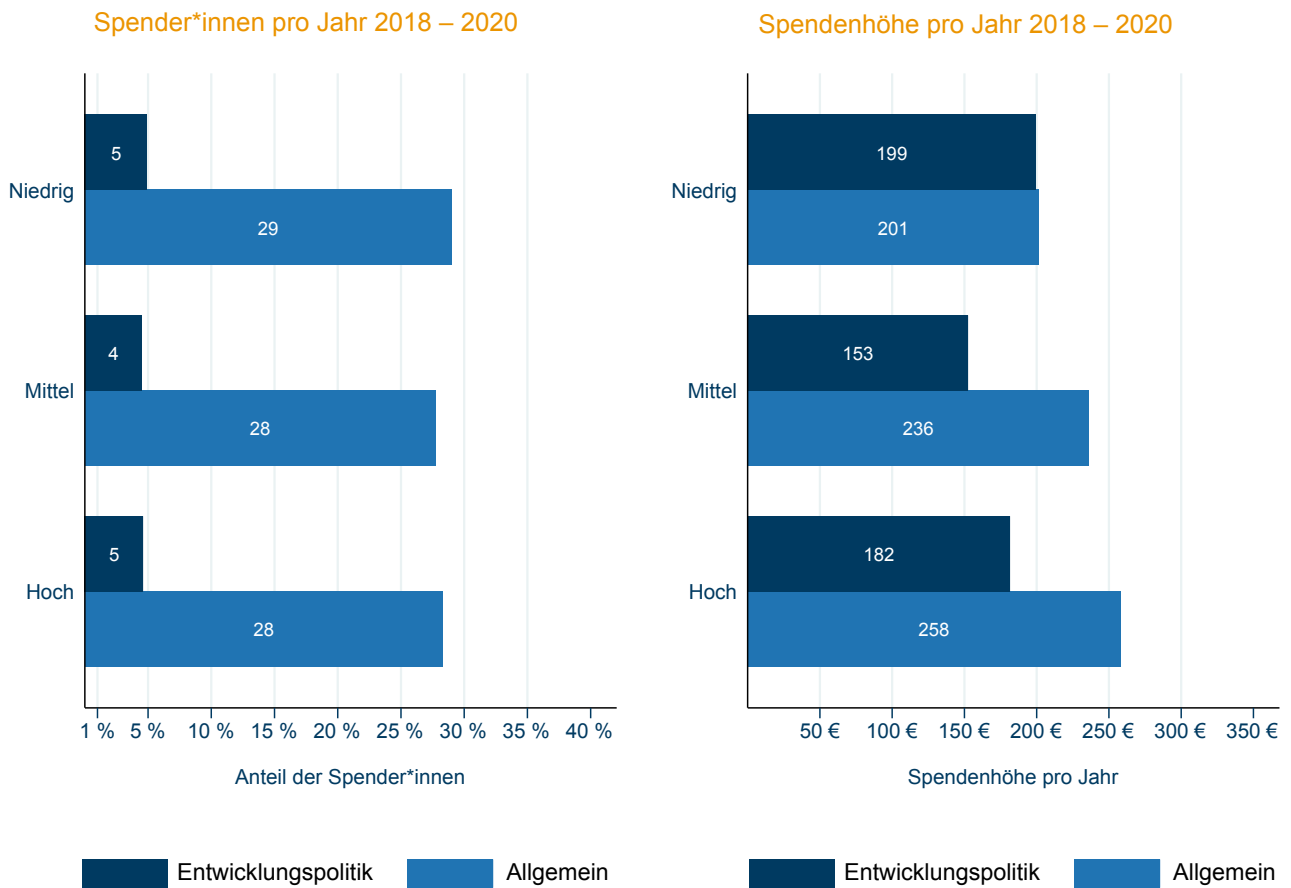


Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Der linke Teil der Abbildung zeigt den Anteil der Spendenden insgesamt und den Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik. Rechts ist das durchschnittliche jährliche Spendenvolumen der Spendenden abgetragen.

Abbildung 55 Spendenverhalten nach Geschlecht

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Der linke Teil der Abbildung zeigt den Anteil der Spendenden insgesamt und den Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik. Rechts ist das durchschnittliche jährliche Spendenvolumen der Spendenden abgetragen.

Abbildung 56 Spendenverhalten nach Bildungsniveau



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels. Der linke Teil der Abbildung zeigt den Anteil der Spendenden insgesamt und den Anteil der Spendenden für Entwicklungspolitik. Rechts ist das durchschnittliche jährliche Spendenvolumen der Spendenden abgetragen.

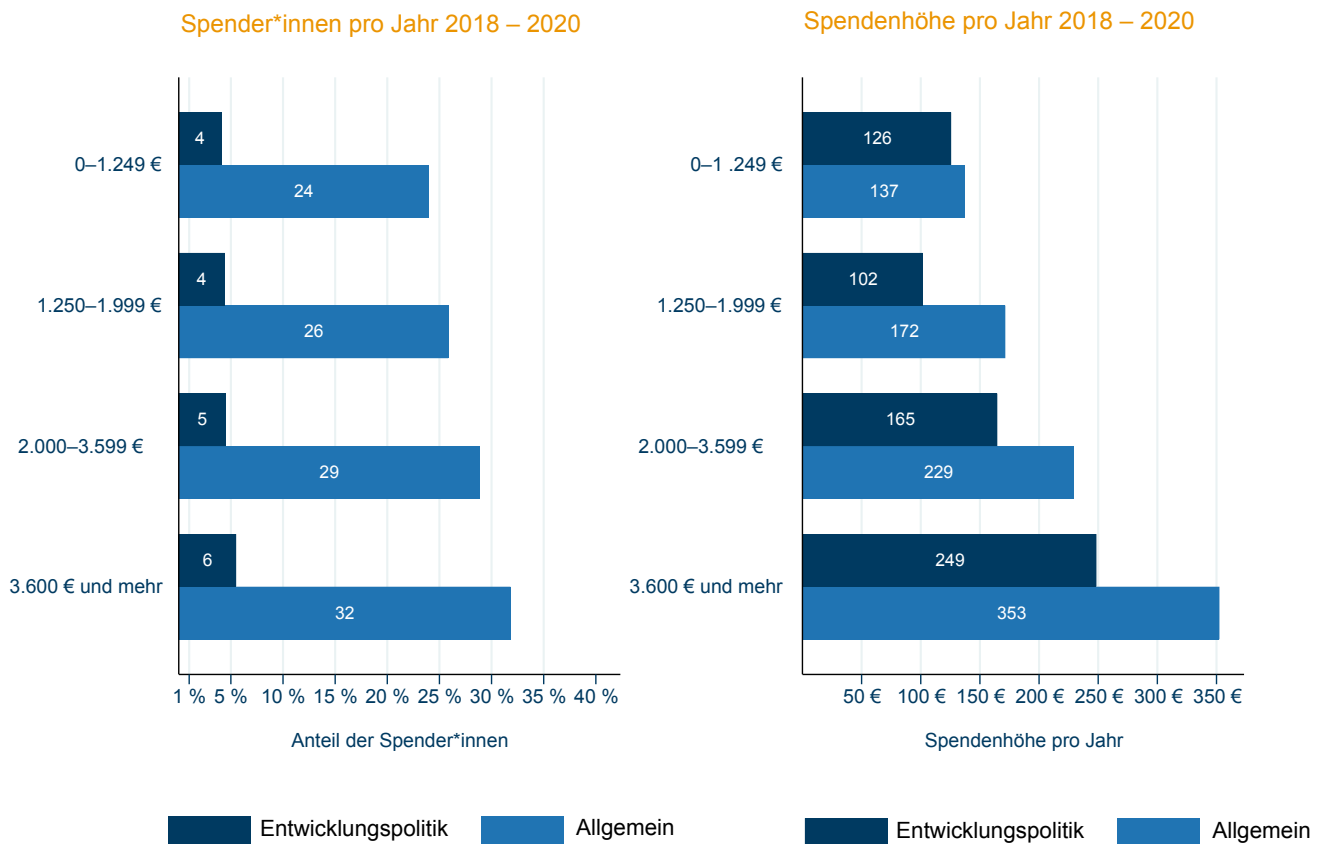
Abbildung 57 Spendenverhalten nach Einkommensniveau

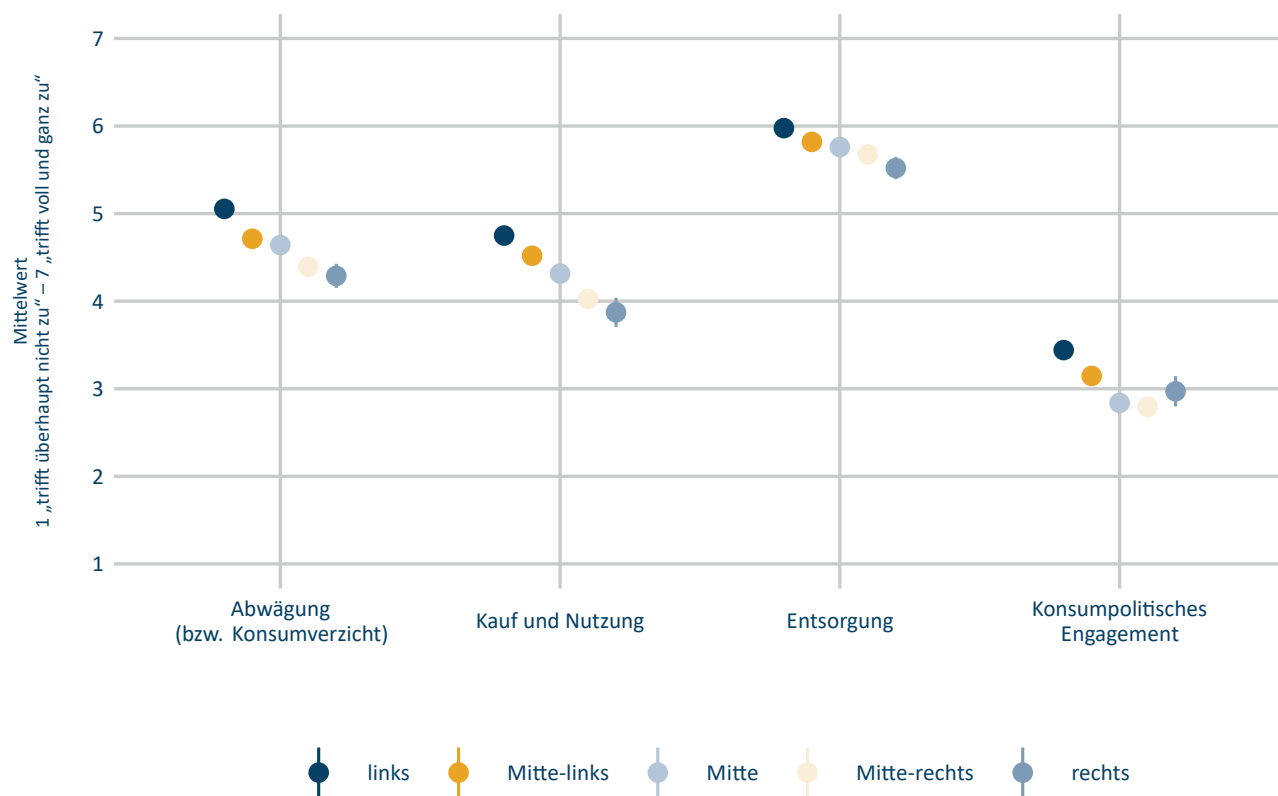
Tabelle 3 Spendenbereitschaft und Spendenverhalten

Aussage	„Ich bin grundsätzlich bereit, Geld für gemeinnützige Zwecke zu spenden.“					Gesamt
	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme eher nicht zu	Bin unentschieden	Stimme etwas zu	Stimme voll und ganz zu	
Alle Befragten	773	1.072	2.746	2.469	1.737	8.797
Anteil in %	9 %	12 %	31 %	28 %	20 %	
Spendende (27 %)	68	165	512	808	840	2.393
Anteil aller Spendenden %	3 %	7 %	21 %	34 %	35 %	
Nicht-Spendende (73 %)	705	907	2,234	1.661	897	6.404
Anteil an allen Nicht-Spendenden in %	11 %	14 %	35 %	26 %	14 %	
Ausschöpfungsquote	9 %	15 %	19 %	33 %	48 %	

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis des GfK Charity Panels, Sonderbefragung Januar 2021. Die Ausschöpfungsquote bezeichnet den Anteil der Personen mit der jeweiligen Spendenbereitschaft, der gespendet hat.

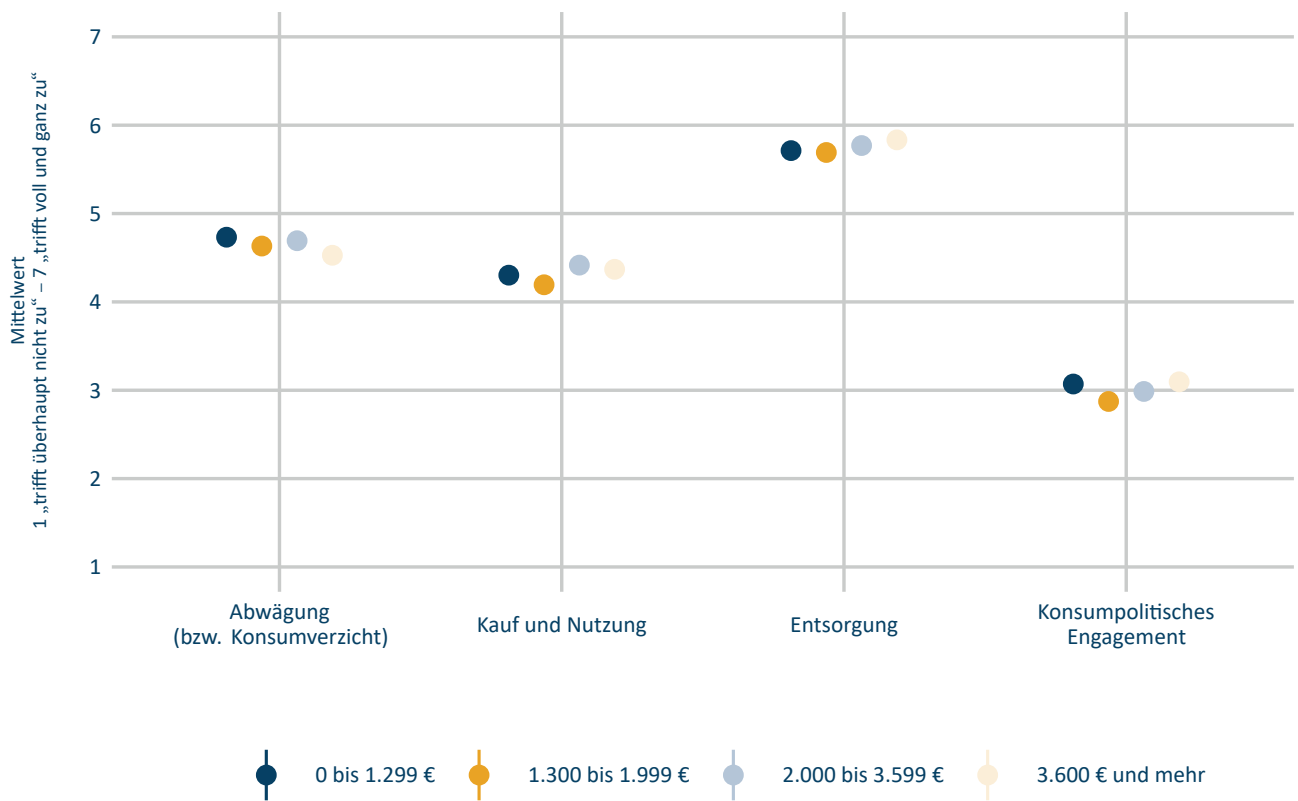
6.4 Anhang Abschnitt 3.3

Abbildung 58 Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und politischer Orientierung

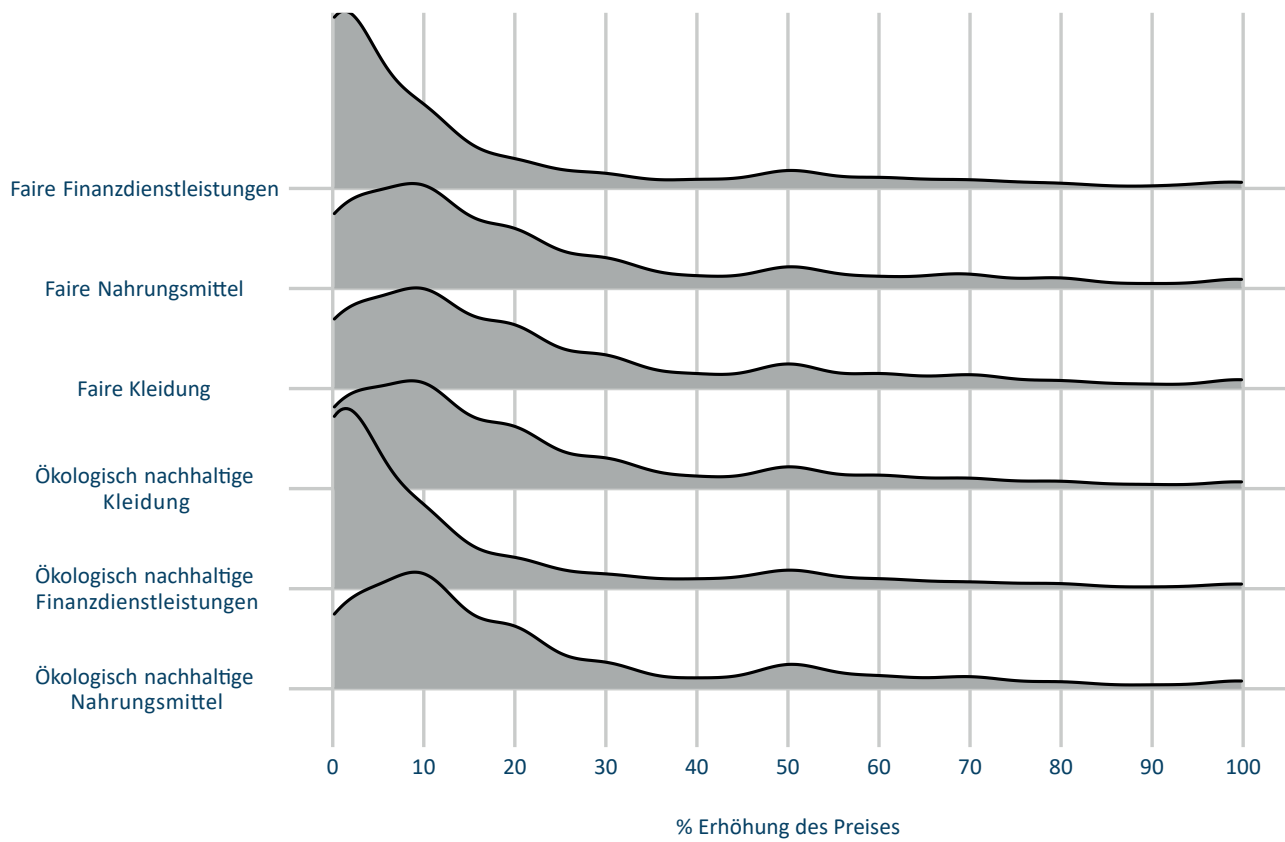


Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021, N = 2.010. Für die Kategorisierung der politischen Orientierung siehe auch Kasten 4.

Abbildung 59 Nachhaltiger Konsum je nach Konsumphase und Einkommensklasse



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch ResponDi im November 2021, N = 2.010.

Abbildung 60 Bereitschaft, in den verschiedenen Konsumbereichen mehr zu zahlen

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der Erhebung durch Respondi im November 2021, N = 2.010.

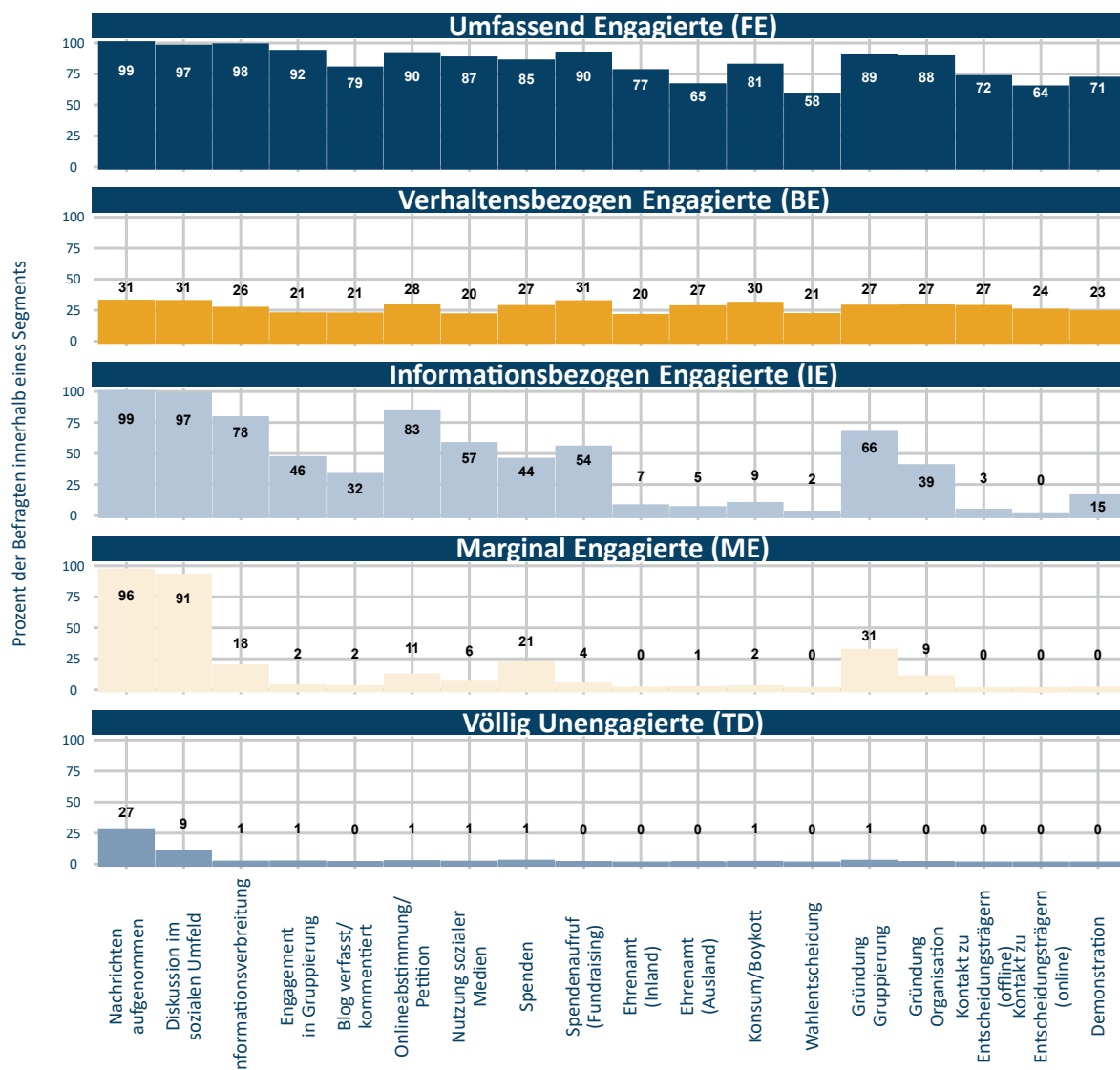
6.5 Anhang Abschnitt 3.4

Tabelle 4 Soziodemografische und einstellungsbezogene Merkmale der Engagementtypen

Merkmal	Völlig Unengagierte (TD)	Marginal Engagierte (ME)	Informationsbezogen Engagierte (IE)	Verhaltensbezogen Engagierte (BE)	Umfassend Engagierte (FE)
Anteil	22,3 %	43,7 %	21,6 %	9,1 %	3,3 %
Alter \bar{x}	47 Jahre	51 Jahre	51 Jahre	42 Jahre	40 Jahre
Geschlecht	Häufiger Frauen (54,1 %)	Häufiger Frauen (53,2 %)	Kein Unterschied (Männer: 49,1 %; Frauen: 50,9 %)	Häufiger Männer (58,9 %)	Häufiger Männer (56,8 %)
Bildung	Eher Haupt-/ Realschule/Kein Abschluss (61,2 %)	Eher Haupt-/ Realschule/ Kein Abschluss (51,4 %)	Etwas eher Haupt-/Realschule/ Kein Abschluss (43,8 %)	Eher Abitur (31,1 %), Hochschulabschluss (34,1 %)	Eher Abitur (28,5 %), Hochschulabschluss (33,8 %)
Einkommen	Eher niedriges Einkommen (36,0 %) oder keine Angabe (32,3 %)	Niedriges (33,5 %) bis mittleres Einkommen (28,9 %)	Niedriges (36,3 %) bis mittleres Einkommen (27,3 %)	Mittleres (29,9 %) bis hohes Einkommen (20,5 %)	Mittleres (34,4 %) bis hohes Einkommen (27,9 %)
Politische Orientierung (Skala 0 ‚links‘ bis 10 ‚rechts‘)	Mitte/Mitte-rechts (\bar{x} = 5,3)	Mitte (\bar{x} = 5,0)	Tendenz Mitte-links/links (\bar{x} = 4,5)	Tendenz Mitte-links/ Mitte (\bar{x} = 4,8)	Tendenz Mitte-rechts/ rechts (\bar{x} = 5,6)
Betroffenheit	Geringer Anteil „(sehr) betroffen“ (22,0 %)	Hoher Anteil „(sehr) betroffen“ (52,0 %)	Sehr hoher Anteil „(sehr) betroffen“ (68,7 %)	Hoher Anteil „(sehr) betroffen“ (50,1 %)	Hoher Anteil „(sehr) betroffen“ (52,3 %)
Moralische Verpflichtung	Geringer Anteil moralische Verpflichtung (11,0 %)	Durchschnittlicher Anteil moralische Verpflichtung (29,7 %)	Hoher Anteil moralische Verpflichtung (48,9 %)	Hoher Anteil moralische Verpflichtung (42,8 %)	Hoher Anteil moralische Verpflichtung (47,1 %)
EZ-Unterstützung	Sehr geringer Anteil großzügige Unterstützung (9,5 %)	Durchschnittlicher Anteil großzügige Unterstützung (20,7 %)	Hoher Anteil großzügige Unterstützung (37,8 %)	Hoher Anteil großzügige Unterstützung (35,2 %)	Hoher Anteil großzügige Unterstützung (40,4 %)
Wirksamkeit EZ	Hohe Anteile „(absolut) ineffektiv“ (31,5 %) / „weiß nicht“ (34,4 %)	Hoher Anteil „(absolut) ineffektiv“ (42,1%)	Geringer Anteil „(sehr) effektiv“ (13,0 %)	Etwas höherer Anteil „(sehr) effektiv“ (18,1 %)	Hoher Anteil „(sehr) effektiv“ (34,8 %)
Wahrgenommene Selbstwirksamkeit (Skala 0–10)	Sehr niedrige Selbstwirksamkeit (\bar{x} = 2,6)	Sehr niedrige Selbstwirksamkeit (\bar{x} = 2,6)	Niedrige wSelbstwirksamkeit (\bar{x} = 3,6)	Durchschnittliche Selbstwirksamkeit (\bar{x} = 4,8)	Leicht überdurchschnittliche Selbstwirksamkeit (\bar{x} = 5,7)
Bekanntheit SDGs	Sehr geringe Bekanntheit (10,7 %)	Geringe Bekanntheit (29,3 %)	Durchschnittliche Bekanntheit (48,6 %)	Etwas höhere Bekanntheit (56,7 %)	Hohe Bekanntheit (71,3 %)

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der AAT-Erhebungswelle 10, September 2018. N = 6.039. Gewichtete Daten. Die vollständigen Analysen finden sich in Abschnitt 2.4.3 im Online-Anhang. Einkommen: bis 29.999 EUR = niedrig; 30.000 bis 59.999 EUR = mittel; 60.000 EUR und mehr = hoch. Für die Bekanntheit der SDGs wurden 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“ addiert. Die Codierung der übrigen Merkmale entspricht den Codierungen in Kapitel 2.

Abbildung 61 Nutzung der verschiedenen Engagementformen in den Engagementtypen



Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der AAT-Erhebungswellen 1–10.

Tabelle 5 Übergangswahrscheinlichkeiten zwischen Engagementtypen

	Völlig Unengagierte (TD)	Marginal Engagierte (ME)	Informationsbezogen Engagierte (IE)	Verhaltensbezogen Engagierte (BE)	Umfassend Engagierte (FE)
Völlig Unengagierte (TD)	0,67	0,27	0,02	0,03	0,01
Marginal Engagierte (ME)	0,22	0,67	0,08	0,02	0
Informationsbezogen Engagierte (IE)	0,08	0,31	0,51	0,05	0,04
Verhaltensbezogen Engagierte (BE)	0,23	0,23	0,13	0,35	0,05
Umfassend Engagierte (FE)	0,13	0,1	0,29	0,12	0,37

Quelle: DEval, eigene Darstellung auf Basis der AAT-Erhebungswellen 1–10. Abgebildet sind die durchschnittlichen Wahrscheinlichkeiten für den Verbleib/Wechsel des Engagementtyps über alle zehn AAT-Wellen.

6.6 Projektmitarbeitende und Zeitplan

Tabelle 6 Evaluierungsteam

Name	Vorname	Funktion
Autor*innen		
Eger	Jens	Evaluator
Sassenhagen	Nora	Evaluatorin
H. Schneider	Dr. Sebastian	Teamleitung
Mitwirkende		
Becker	Simon	Studierender Beschäftigter
Faust	Prof. Dr. Jörg	Interner Peer Reviewer
Liebe	Prof. Dr. Ulf	Externer Peer Reviewer
Orth	Caroline	Projektadministration
Sarro	Luisa	Studierende Beschäftigte
Wolf	Dr. Kathrin	Interne Peer Reviewerin
Verantwortlich		
Bruder	Dr. Martin	Abteilungsleitung

Tabelle 7 Zeitplan der Studie

Zeitraumen	Aufgaben
4/2021–6/2021	Erstellung des Studienkonzepts
7/2021	Erste Referenzgruppensitzung und Überarbeitung des Studienkonzepts
8/2021–1/2022	Datenerhebung, Analysen, Verschriftlichung
2/2022–3/2022	Interner/externer Peer-Review
4/2022	Versand Berichtsentwurf
5/2022	Zweite Referenzgruppensitzung
05–06/2022	Überarbeitung des Berichtsentwurfs
07–09/2022	Lektorat, Layout