



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit



Bundesamt
für Naturschutz

Naturbewusstsein 2009

Kurzfassung



Kurzfassung

Im Auftrag des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit wurden 2009 erstmalig umfassend Daten zum Naturbewusstsein in der deutschen Bevölkerung erhoben. Im Mittelpunkt der Repräsentativbefragung standen Fragen nach dem Naturverständnis, nach Naturerfahrung und Naturverbundenheit, nach individueller und gesellschaftlicher Wertigkeit von Natur und Naturschutz sowie speziell nach den Einstellungen zur biologischen Vielfalt und ihrer Erhaltung. An der Studie nahmen 2.015 Personen ab dem vollendeten 18. Lebensjahr in allen Regionen Deutschlands teil. Die Befragten wurden anhand eines getesteten Frage-Sets zu grundlegenden Wertorientierungen und AlltagsEinstellungen, u.a. zu Arbeit, Partnerschaft, Familie, Freizeit und Konsum, den sogenannten Sinus-Milieus zugeordnet, um neben der soziodemographischen auch die soziokulturelle Perspektive zu erfassen. Die Interviews wurden im Juni und Juli 2009 durchgeführt. Die Stichprobe ist repräsentativ, sie bildet kontrolliert alle soziodemographischen Lagen und soziokulturellen Orientierungen ab.

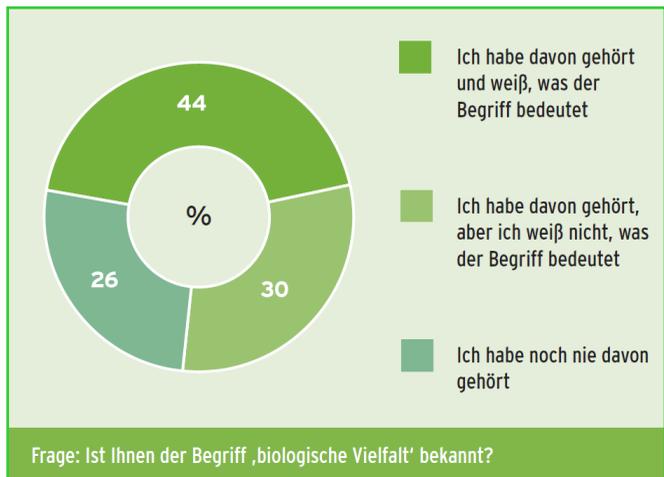
Die Studie belegt eine hohe Naturverbundenheit der Bevölkerung: Die Deutschen lieben die Natur.

Natur wird spontan vor allem mit als schön empfundenen Landschaften assoziiert. Der Schutz der biologischen Vielfalt und der Natur hat hohen gesellschaftlichen Stellenwert. Naturschutzmaßnahmen finden breite Unterstützung in der Bevölkerung. Ein starkes Motiv für den Schutz von Natur und biologischer Vielfalt ist die Verantwortung gegenüber künftigen Generationen. Wichtig sind auch die Gesundheits- und Erholungsfunktionen der Natur und der positive Beitrag der biologischen Vielfalt zu Wohlbefinden und Lebensqualität.

Die zentralen Ergebnisse der Studie sind im Einzelnen:

Relativ geringe Vertrautheit mit dem Begriff 'biologische Vielfalt'

Weniger als die Hälfte der Befragten kennt den Begriff 'biologische Vielfalt' und weiß der eigenen Aussage zufolge, was er bedeutet. Die Vertrautheit mit dem Begriff ist vor allem vom Bildungsgrad abhängig. Überwiegend wird darunter die Vielfalt



von Arten verstanden. Ein breiteres Verständnis des Begriffs 'biologische Vielfalt', einschließlich der Vielfalt von Lebensräumen und Genen, findet sich am ehesten bei Befragten aus den ostdeutschen Bundesländern.

Große persönliche und gesellschaftliche Bedeutung der biologischen Vielfalt

Nachdem alle Befragten darüber aufgeklärt wurden, was unter biologischer Vielfalt zu verstehen ist, zeigte sich, dass der großen Mehrheit die Bedrohung der biologischen Vielfalt durchaus bewusst ist. Zwei Drittel befürchten sogar, dass der Verlust an biologischer Vielfalt ihr eigenes Leben beeinträchtigen könnte. Das Problembewusstsein steigt mit Bildung und Einkommen. Dass die Deutschen der biologischen Vielfalt eine hohe Bedeutung beimessen, wird auch daran deutlich, dass drei Viertel der Befragten den Schutz der biologischen Vielfalt als eine vorrangige gesellschaftliche Aufgabe ansehen. Ebenso viele sprechen sich dafür aus, zu ihrer Erhaltung die Inanspruchnahme von Flächen für Siedlungen

und Verkehr zu reduzieren und ärmere Staaten finanziell zu unterstützen.

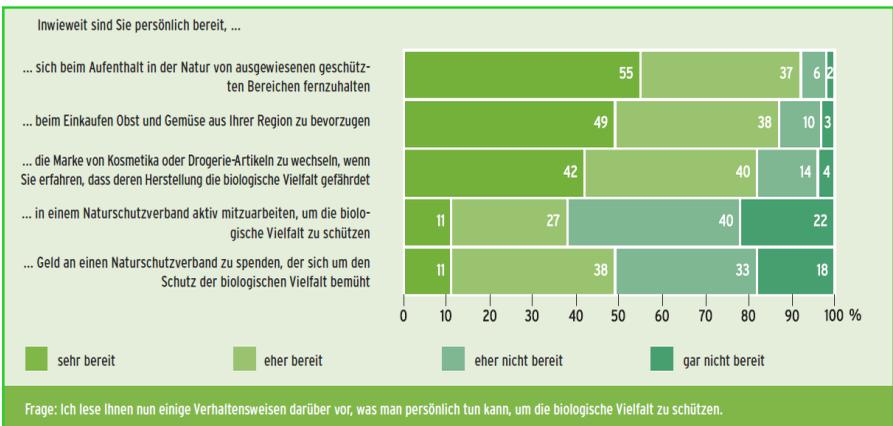
Hohe persönliche Handlungsbereitschaft zur Erhaltung der biologischen Vielfalt

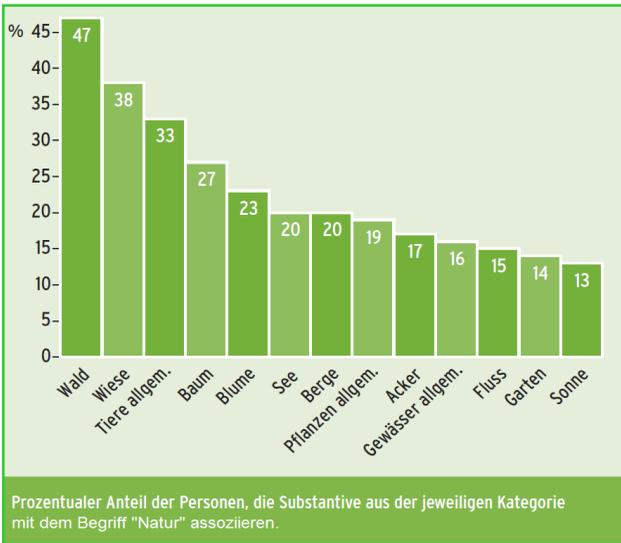
In der Bevölkerung gibt es eine hohe Bereitschaft, durch das eigene Handeln einen Beitrag zum Schutz der biologischen Vielfalt zu leisten. Bei relativ leicht umzusetzenden Handlungsweisen, wie geschützte Bereiche in der Natur nicht zu betreten, regionales Obst und Gemüse zu kaufen und Kosmetika zu bevorzugen, deren Herstellung die biologische Vielfalt nicht gefährdet, ist sie mit 80 bis 90 % am höchsten. Die Bereitschaft, selbst etwas zum Schutz der biologischen Vielfalt beizutragen, ist unter Gutgebildeten besonders hoch.

Positive Naturbilder und Assoziationen zu Natur

Natur bedeutet uns Stille, Entspannung und Erholung, sie ist der Gegenpol zum stressigen Alltag.

Naturbilder sind häufig Urlaubs- und Frei-





Hohe Wertschätzung der Natur

Natur ist in der Bevölkerung fast ausschließlich positiv besetzt. Sie wird von rund 95 % mit gutem Leben, Vielfalt, Gesundheit und Erholung verbunden. Nur wenigen Befragten bereitet die Natur Unbehagen und noch seltener wird sie als etwas Fremdes empfunden. Die Wertschätzung der Natur

zeitbilder. Die häufigsten spontanen Assoziationen zum Begriff 'Natur' sind Wald und Wiese, aber auch Tiere werden relativ oft genannt.

Mensch als Partner und Beschützer der Natur

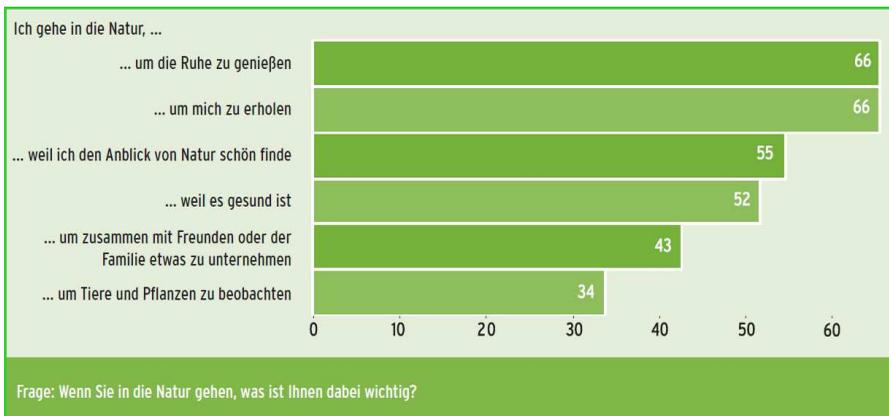
Für über 90 % der Befragten ist der Mensch Teil der Natur, zugleich ist es seine Pflicht, sie zu schützen. Die Zustimmung zu diesen Aussagen ist bei Älteren, Gutgebildeten und bei Gutverdienenden besonders hoch.

Das Verhältnis des Menschen zur Natur hat aus Sicht etlicher Befragter aber auch noch eine andere Seite: Rund ein Drittel schätzt die Natur als übermächtig ein. Sie kann für den Menschen gefährlich werden, ist robust und benötigt keinen Schutz. Ähnlich viele begreifen die Natur als Ressource, über die der Mensch frei verfügen kann.

nimmt mit dem Alter und dem Bildungsgrad zu. Sie ist außerdem in Ostdeutschland höher als im Westen. Die größte emotionale Distanz zur Natur zeigen Befragte mit einem niedrigen ökonomischen Status.

Starkes Interesse an der heimischen Natur

Die Mehrheit der Deutschen, rund 70 % der Befragten, äußert ein großes Interesse an der heimischen Natur. Die Hälfte würde auch gerne mehr über die Natur ferner Länder wissen. Das Interesse an Natur steigt mit dem Bildungsgrad und ist unter den Befragten aus Ostdeutschland weiter verbreitet. Über die heimische Tier- und Pflanzenwelt mehr oder weniger gut Bescheid zu wissen, sagen rund 60 % der Befragten von sich. Die Älteren (über 66 Jahre) liegen hier über dem Durchschnitt.



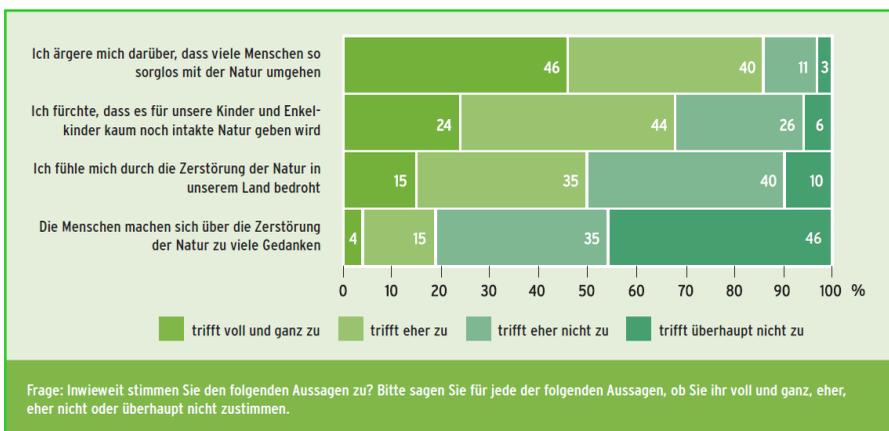
Regelmäßige Naturerfahrung, vor allem in Feld, Wald und Wiese

Rund 80 % der Deutschen sind eigenen Aussagen zufolge häufig draußen in der Natur. Sie verbinden damit aber nicht unbedingt vom Menschen weitgehend unberührte Natur: Häufig aufgesuchte Orte neben Wäldern, Feldern und Wiesen sind private Gärten sowie öffentliche Park- und Grünanlagen. Personen im Alter über 66 Jahre nennen häufiger als andere den (eigenen) Garten. Ruhe und ästhetisches

Erleben, Gesundheit und Erholung sind die wichtigsten Gründe, um in die Natur zu gehen. Von Älteren und Bessergebildeten werden sie überdurchschnittlich häufig genannt. Etwas mit Freunden zu unternehmen oder sich sportlich zu betätigen, ist für jüngere Befragte (unter 29 Jahren) öfter als für andere Anlass, in der Natur zu sein.

Sorge um die Natur und persönliche Betroffenheit durch die Naturzerstörung

Viele Deutsche machen sich Sorgen um



den Zustand der Natur. Mehr als zwei Drittel der Befragten befürchten, dass künftigen Generationen kaum noch intakte Natur hinterlassen wird. Der sorglose Umgang der Mitmenschen mit der Natur ist für 86 % der Befragten ein Ärgernis. Knapp die Hälfte der Deutschen fühlt sich durch die Zerstörung der Natur auch persönlich betroffen. Wie die allgemeine Besorgnis steigt auch die persönliche Betroffenheit mit dem Alter.

Zustimmung zur nachhaltigen Nutzung der Natur

Die Grundsätze einer nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen werden von rund 90 % der Deutschen akzeptiert: Die Vielfalt der Pflanzen und Tiere sowie ihrer Lebensräume darf nicht gefährdet werden, sie soll für künftige Generationen in gleichem Umfang zur Verfügung stehen, ihre Eigenart und Schönheit sollen erhalten bleiben. Mit der Natur sollte jeder und jede Einzelne sorgsam umgehen. Die Zustimmung zu diesen Aussagen nimmt mit dem Bildungsgrad und dem Alter zu, sie ist bei Frauen höher als bei Männern.

Hohe politische Priorität für den Schutz der Natur

Knapp 90 % der Deutschen bewerten den Naturschutz als wichtige politische Aufgabe. Rund die Hälfte der Befragten ist allerdings der Ansicht, dass die Anstrengungen für den Naturschutz in Deutschland ausreichen würden, und noch mehr Befragte stimmen der Aussage zu, dass der Naturschutz in wirtschaftlichen Krisenzeiten mit

weniger Geld auskommen müsse. Eine besonders hohe Bedeutung hat der Naturschutz im Segment der Hochgebildeten.

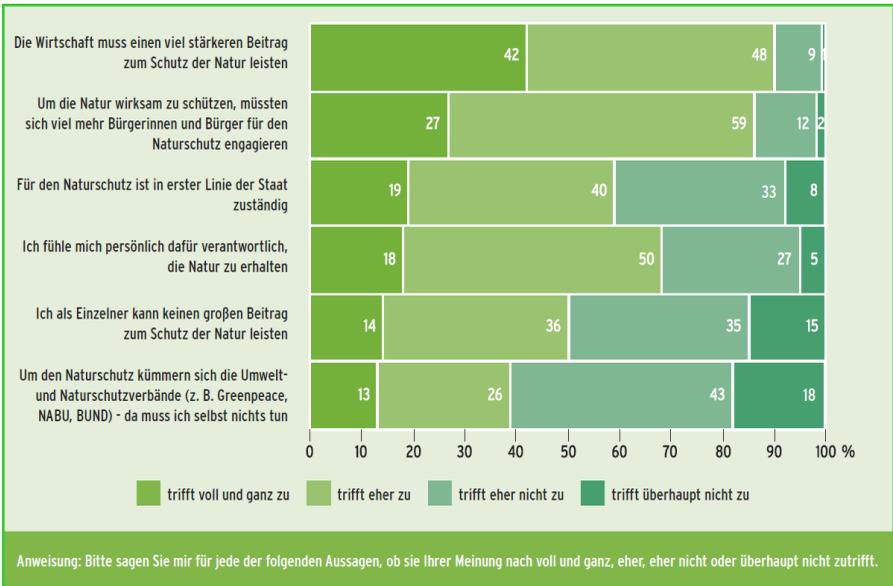
Erholung, Gesundheit und Generationengerechtigkeit als Gründe für den Naturschutz

Die Natur muss nach Ansicht der Deutschen vor allem erhalten werden, weil sie wichtig für die Erholung und Gesundheit des Menschen ist. Ein zweiter Grund, der ebenfalls von mehr als der Hälfte der Befragten genannt wird, ist die Verantwortung gegenüber zukünftigen Generationen. Ein eigenes Recht der Natur auf Existenz wird dagegen nur von rund einem Fünftel der Befragten als wichtiger Grund gesehen.

Gemeinsame Verantwortung für den Schutz der Natur

Wirtschaft und Staat, aber auch Bürgerinnen und Bürger müssen, so sieht es die große Mehrheit der Bevölkerung, ihren Beitrag zum Naturschutz leisten. Über zwei Drittel der Bevölkerung fühlen sich persönlich für den Schutz der Natur verantwortlich. Die Bereitschaft zur Verantwortungsübernahme ist bei Gutverdienenden und Befragten mit höheren Bildungsabschlüssen besonders hoch.

Aber auch bei denen, die eine eigene Verantwortung für den Schutz der Natur anerkennen, bedeutet dies nicht unbedingt, dass von ihnen alle oder zumindest viele Alltagsentscheidungen im Sinne des Naturschutzes getroffen werden. Zum einen wird der Schutz der Natur von vielen als gesellschaftliche Norm wahrgenommen und sie



antworten entsprechend, ohne zu tatsächlichen persönlichen Konsequenzen bereit zu sein. Zum anderen konkurriert der Schutz der Natur als Handlungsmotivation und -ziel mit anderen Motiven, wie Prestige, Komfort, Sparsamkeit und Bequemlichkeit.

Überwiegende Zustimmung zu Naturschutzmaßnahmen

Die grundsätzliche Akzeptanz von Maßnahmen zum Schutz der Natur ist hoch. Sie liegt bei allen in der Befragung genannten Maßnahmen zwischen 85 und 90 %. Die breiteste Zustimmung findet die Forderung, dass für jeden schädlichen Eingriff in die Natur vom Verursacher ein angemessener Preis zu zahlen ist. Es folgen strengere Vorschriften zum Schutz der Meere vor Überfischung, eine strengere Kontrolle bei der Einfuhr seltener Tiere und Pflanzen und das Verbot des Einsatzes gentechnisch

veränderter Organismen in der Landwirtschaft. Die Zustimmung zu den genannten Maßnahmen ist unter den Befragten mit hoher Formalbildung besonders hoch.

Unterschiedliche Einstellungstypen: von 'Naturschutzorientierten' bis zu 'Naturfernen'

Auch wenn positive Einstellungen zu Natur und biologischer Vielfalt überwiegen, lassen sich in der Bevölkerung doch unterschiedliche Einstellungsmuster bzw. Naturbewusstseinstypen identifizieren: Mit einem Bevölkerungsanteil von 33 % am weitesten verbreitet ist der Typ 'Naturschutzorientierte'. Für diesen hat die Natur eine hohe persönliche Bedeutung und ihr Schutz wird als wichtige gesellschaftliche Aufgabe angesehen. Eine ähnlich hohe Affinität zur Natur zeigt der zweitgrößte Typ 'Unbesorgte Naturverbundene' (21 %),

die Problemwahrnehmung in Bezug auf die Bedrohung der Natur ist allerdings deutlich geringer ausgeprägt. Die 'Nutzenorientierten' (19 %) haben ein relativ nüchternes Verhältnis zu Natur, sind aber durchaus mit ihr vertraut. Natur ist nicht besonders schutzbedürftig und darf durch den Menschen seinen Bedürfnissen entsprechend genutzt werden. 14 % der Deutschen, die 'Desinteressierten', haben lediglich eine schwache Bindung an die Natur, die Natur interessiert sie nicht und der Naturschutz ist ihnen weitgehend gleichgültig. Den 'Naturfernen' (13 %) als fünftem Einstellungstyp ist die Natur nicht nur fremd, sondern z. T. sogar mit negativen Gefühlen besetzt.

Höchste Naturverbundenheit in gut gebildeten Milieus mit hohem finanziellen Status

In den hoch gebildeten und gesellschaftlich gut gestellten Milieus der Etablierten, Postmateriellen und Konservativen ist die Bindung an die Natur den Äußerungen der Befragten zufolge besonders eng. In diesen Milieus ist auch die Bereitschaft, einen eigenen Beitrag zur Erhaltung der biologischen Vielfalt zu leisten, überdurchschnittlich hoch. Die im Vergleich zum Bevölkerungsdurchschnitt geringste Naturverbundenheit und größte lebensweltliche Entfremdung von der Natur lässt sich in dem jüngeren urbanen Milieu der Experimentallisten sowie in den modernen Unterschichtmilieus der Konsum-Materialisten und Hedonisten beobachten.

Distanz zur Natur geht offenbar vielfach einher mit sozialen Benachteiligungen.

Dies bedeutet zum einen, dass Personen, die aufgrund eines niedrigen Bildungsstandes und/oder Einkommens ohnehin kaum Anschluss halten können an den gesellschaftlichen Mainstream, in einem weiteren Aspekt dessen Normen nicht erfüllen können. Zum anderen wird ein distanzierteres Verhältnis zur Natur über die Erziehung an die Kinder weitergegeben, denen damit wie den Eltern eine wichtige Erfahrungswelt verschlossen bleibt.

Große Herausforderungen für die Naturschutzkommunikation

Die vorliegenden Ergebnisse bestätigen erstmals repräsentativ für die Gesamtbevölkerung die große Verbundenheit der Deutschen mit dem, was sie unter Natur verstehen. Sie zeigen aber auch, dass ein großer Teil der Bevölkerung keine sehr hohen Anforderungen an die Natürlichkeit ihrer 'Natur' stellt. Dass Natur auch dann wertvoll und schützenswert ist, wenn sie weniger ästhetisch ist und dass sie mehr ist als eine malerische Landschaft oder ein 'grünes Fleckchen' zur Erholung, dürfte als Wissen in vielen Köpfen vorhanden sein. Es ist aber fraglich, ob dies reicht, wenn es darum geht, Akzeptanz für Naturschutzmaßnahmen zu erreichen, die nicht der Erhaltung schöner Landschaftselemente oder sympathischer Tiere dienen oder die sogar eine (Erholungs-)Nutzung zu schützender Gebiete durch den Menschen ausschließen. Es sind außerdem Zweifel angebracht, dass die hohe Wertschätzung der Natur und die Anerkennung ihrer Schutzbedürftigkeit zu entsprechendem persönlichem Handeln führen. Ein großer Teil der

Bevölkerung fühlt sich zwar auch persönlich für den Schutz der Natur verantwortlich und äußert Bereitschaft, die Erhaltung der biologischen Vielfalt aktiv zu unterstützen, aber dies schlägt sich offensichtlich im tatsächlichen Handeln nicht in gleichem Maße nieder.

Die Kommunikation zu Natur und Naturschutz muss mit abgestuften Zielsetzungen dem jeweiligen Naturbewusstseinsstand und den realistischen Veränderungspotentialen in verschiedenen Bevölkerungsgruppen Rechnung tragen:

In **naturnahen Zielgruppen** (vor allem 'Naturschutzorientierte' und 'Unbesorgte Naturverbundene') stellen sich die folgenden Aufgaben:

- Das Naturverständnis muss vertieft werden, indem ein ökologisches Verständnis der Naturfunktionen und die ökonomische Bedeutung der Natur vermittelt werden. Die sozialen Funktionen der Natur, wie Gesundheit, Erholung, Ruhe und Entspannung, sind weithin bekannt und werden von der Mehrheit geschätzt. Anzustreben ist eine integrierte Darstellung der verschiedenen Funktionen der Natur, einschließlich der nachhaltigen Nutzung natürlicher Ressourcen.
- Die Wertschätzung von Natur ist zu stärken: Es gilt, den vergleichsweise hohen Stellenwert, den Natur in diesen Zielgruppen bereits hat, auszubauen und den Schutzgedanken zu stärken. Im Fall der 'Naturschutzorientierten' ist dafür nur wenig Aufwand notwendig, da sie bereits sensibilisiert

sind. Den 'Unbesorgten Naturverbundenen' ist stärker zu vermitteln, dass der Naturschutz wichtig ist und dass hierfür verstärkte Anstrengungen notwendig sind.

- Das gesellschaftliche Engagement und Verhaltensweisen zum Schutz der Natur sollten gefördert werden. In diesen Zielgruppen gibt es eine hohe Bereitschaft für naturschutzgerechtes Handeln. Doch die Kluft zwischen Einstellungen und tatsächlichem Verhalten ist auch hier groß.

Für **naturferne Zielgruppen** (vor allem 'Desinteressierte' und 'Naturferne', z. T. auch 'Nutzenorientierte') müssen in einem ersten Schritt positive Zugänge zur Natur geschaffen werden. Es sollte versucht werden,

- durch attraktive Angebote Jugendlichen und jungen Erwachsenen positive Naturerlebnisse zu ermöglichen;
- mit gezielten Angeboten für Familien möglichen Defiziten in der häuslichen Erziehung von Kindern im Hinblick auf Wertschätzung und Schutz der Natur zu begegnen; die Bildungsangebote in und außerhalb von Schulen und Kinderbetreuungseinrichtungen reichen nicht, so notwendig sie sind.

In beiden Fällen sollten die Bedürfnisse der Zielgruppen nach (spannenden) Erfahrungen in der Gruppe, nach Unterhaltung und Abwechslung im Vordergrund stehen.

Die in die Studie integrierte Perspektive der sozialen Milieus kann dabei helfen, wichtige Zielgruppen zu identifizieren und zielgruppengerechte Angebote zu gestalten.

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit (BMU)
Referat Öffentlichkeitsarbeit • 11055 Berlin
E-Mail: service@bmu.de
Internet: www.bmu.de

Bundesamt für Naturschutz (BfN)
Konstantinstraße 110 • 53179 Bonn

Text und Redaktion:

Dr. Silke Kleinhüchelkotten,
Dr. H.-Peter Neitzke (ECOLOG-Institut)

Dr. Jonna Kuchler-Krischun
(Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit)

Dr. Christiane Schell, Andreas Mues
(Bundesamt für Naturschutz)

Bildrechte:

Foto Titel: wetwater/photocase.com

Bezug der Studie

Die ausführliche Broschüre zur Studie, die Kurzversion, der wissenschaftliche Abschlussbericht und weitere Informationen können unter http://www.bfn.de/0309_kommunikation.html abgerufen werden.

Für die kostenlose Bestellung der Broschüre wenden Sie sich bitte an das

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz
und Reaktorsicherheit (BMU)

Postfach 30 03 61

53183 Bonn

E-Mail: bmu@broschuerenversand.de