

Bei den ersten Gedanken an eine bessere Welt wird vor allem beschrieben, was sich **äußerlich** ändern soll.

Keine Kriege	65 %
Eine saubere Umwelt	48 %
Weniger Armut	46 %
Eine intakte Natur	41 %
Mehr Gerechtigkeit	40 %
Weniger (Plastik-) Müll	32 %

» Eine bessere Welt bedeutet für mich ein besseres Konsumverhalten in Bezug auf Kleidung, Lebensmittel und allgemein gebräuchliche Gegenstände aus dem Alltag. Weniger großzügig kaufen und ausgeben und sich stattdessen etwas mit Verstand und Hintergrund kaufen. Weniger Essen wegschmeißen, sich Gedanken über die Auswirkungen auf die Umwelt machen, mehr Bio-Kleidung kaufen und fair-trade.

(GENERATION Z, 23 J.)

Die Dialoggruppen verbinden mit einer besseren Welt zunächst gesamtgesellschaftliche und umweltbezogene Themen. Themen, die sich auf das eigene Leben beziehen, z.B. eigenes Wohlbefinden und Gesundheit, Familienfrieden oder eigene Freizeit treten zunächst eher in den Hintergrund.

» Sobald ich bestimmte Gewohnheiten in meinem Alltag eingebaut habe, nehme ich sie als völlig normal wahr und könnte es mir anders auch gar nicht vorstellen. Klar ist manches anfangs noch ungewohnt und eventuell auch eine kleinere Herausforderung, trotzdem sehe ich es nicht als anstrengend, da ich es auch gern tue und mich mehr für eine bessere Welt einsetzen möchte.
(GENERATION Z, 23 J.)

Mit einer besseren Welt werden viele positive körperliche und geistige Zustände verbunden. Man würde sich glücklicher, gesünder, zufriedener fühlen – wäre also auch **innerlich** mit sich im Reinen.

Für **45%** der Baby-boomer (54-65 J.) ist die eigene Gesundheit einer der wichtigsten Aspekte einer besseren Welt.

Toleranz ist besonders den jungen Generationen wichtig, so **32%** der Generation Y (24-37 J.)

**Gibt es bereits etwas, was Sie zu einer besseren Welt beitragen?
Oder was würden Sie gerne noch tun?**

89% der Gesamtbevölkerung gibt an, dass sie durch die Nutzung von Mehrwegtaschen anstatt Plastiktüten zu einer besseren Welt beitragen. 68% kaufen überwiegend regionale Produkte. 51% nutzen vermehrt Fahrrad, Öffis oder Carsharing anstatt eigenem Auto. 48% kaufen überwiegend nachhaltig hergestellte Lebensmittel. 47% nutzen überwiegend Kosmetik ohne Tierversuche. 46% kaufen überwiegend fair hergestellte Lebensmittel. 44% nutzen überwiegend natürliche Reinigungsmittel.

BARRIEREN

WENN SIE GANZ EHRlich SIND, WAS HÄLT SIE DAVON AB, SELBST MEHR ZU EINER BESSEREN WELT BEIZUTRAGEN?



ZU TEUER



ZU WENIG ZEIT



ICH BIN ÜBERFORDERT UND WEISS OFT NICHT, WAS GUT IST UND WAS NICHT

IMPULSE

WAS WAR FÜR SIE DER AUS-SCHLAGGEBENDE IMPULS, ETWAS FÜR EINE BESSERE WELT ZU TUN?



BIN DURCH VERSCHIEDENE MEDIEN AUF DAS THEMA AUFMERKSAM GEWORDEN



BIN (Z. B. AUF REISEN) AUF SCHÖNE NATUR AUFMERKSAM GEWORDEN UND MÖCHTEN SIE GERNE ERHALTEN



HAB ANREGUNGEN AUS DEM EIGENEN UMFELD BEKOMMEN

MOTIVE

WAS WAR FÜR SIE DAS AUS-SCHLAGGEBENDE MOTIV, ETWAS FÜR EINE BESSERE WELT ZU TUN?



WEIL ICH DIE ERDE FÜR KOMMENDE GENERATIONEN ERHALTEN MÖCHTE



WEIL ICH IN EINER GERECHTEN WELT LEBEN MÖCHTE



WEIL ICH GESUND/GESÜNDER LEBEN MÖCHTE

Jüngere Dialoggruppen (v. a. bewusste Gen Z) haben Freude daran, etwas für eine bessere Welt zu tun. Diese Leichtigkeit möchten sie auch gerne auf ihre Peergroup übertragen und sie anregen, auch nachhaltiger zu handeln – motivierend, aber nicht bevormundend.

Die **älteren** Generationen (v.a. Babyboomer) sehen die äußere Welt stärker als eine Bedrohung an und legen größeren Wert darauf, sich ihre eigene bessere Welt zu erschaffen. Inneres Wohlbefinden, eigene Zufriedenheit und Gesundheit sind wichtig und begründen in erster Linie ihr Bemühen für eine bessere Welt.

» Wir dürfen auch den Spaß nie vergessen. Wir haben die Möglichkeit, selbst zu entscheiden und einen Weg einzuschlagen, der uns glücklich macht. Insbesondere, wenn es darum geht, in einer besseren Welt zu leben.
(M, GENERATION Z)

» Wir können doch Spaß daran haben, etwas dafür zu tun, in einer schöneren Welt zu leben und uns immer wieder erneut über Erreichtes freuen.
(M, GENERATION Z)