



Zwischenergebnisse

Juni 2021

online

- Rückblick
 - ❖ bisheriges Wissen und Erkenntnisse aus Umfragen bei der Zielgruppe der 15-24 jährigen
- Aktivitäten von youth codes
 - ❖ Erkenntnisse aus der Praxis der Gruppenarbeiten
 - ❖ Youth codes Website und Social Media Aktivitäten
- Weitere Vorhaben und Planungen (Comic WS im Sommer etc.)

Zur Erinnerung : unsere Zielsetzungen

„youth codes“ verfolgt mehrere ambitionierte Ziele:

- **Identifizierung geeigneter Methoden und Anreize um junge Personen emotional zu aktivieren**

erprobt: Umfragen, Social Media, asynchrone Kleingruppenarbeit im Miro; Zoom

- **Herausforderungen von morgen zu lösen** unter Einbindung von engagierten Jugendlichen und jungen Erwachsenen

herausgefunden: was Jugendliche als Herausforderungen sehen

- **Entwicklung von Ideen**, um die Mobilitätswende in Richtung klimaverträglicher Mobilität voranzutreiben

in Teams Lösungen erarbeitet



Bisherige Aktivitäten Rückblick

- 2 Repräsentative Erhebungen bei der Zielgruppe 15-24Jährige
 - Pre-Survey
 - AIM + Zusatzfragen
- Analyse anderer aktueller Jugendstudien
- Erhebung bei 136 Jugendlichen – inkl. Sinus Milieu Verortung Claudia Website, VCÖ Einreichung
- 5 Gruppen, die sich an verschiedenen Challenges beteiligen
 - Nominierung für den ÖGUT Umweltpreis
- laufende Social Media Aktivitäten
- Zwischenstand - abgeleitete Erkenntnisse

Aktivitäten - Rückblick

2 Repräsentative Erhebungen bei der Zielgruppe 15-24 Jährige

INTEGRAL Sinus Jugendmilieus - Mobilitätsmotti

„Durch die **verantwortungsbewusste** Wahl des Verkehrsmittels kann ich einen Beitrag für eine lebenswertere Umwelt leisten.“

Postmaterielle

Die vielseitig interessierte, kritische Intelligenz auf der Suche nach verantwortungsbewusster Selbstverwirklichung



„Warum woanders hin gehen, wenn es **daheim am schönsten** ist.“



Konservativ-Bürgerliche

Die Familien- & Heimatorientierten mit bewusst konservativem Lebensstil

„Nur in der Clique macht Fortbewegung **Spaß**.“

Hedonisten

Die spaß- & konsumorientierten Mainstreamverweigerer auf der Suche nach einer Lebensnische



Performer

Die optimistischen, globalisierungs-bejahenden Macher auf dem Weg zum beruflichen Erfolg



„Welches Verkehrsmittel ist egal, Hauptsache ich komme **effizient** voran.“

Digitale Individualisten

Die erfolgsorientierte Lifestyle-Elite auf der Suche nach unkonventionellen Erfahrungen



„**Flexibel** vorankommen und was erleben.“

© INTEGRAL

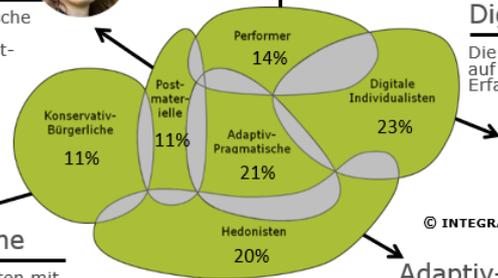
Adaptiv-Pragmatische

Der fleißige & familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft



„Wenn schon Fortbewegung nötig ist, dann im sicheren und komfortablen **Privat-Pkw**.“

Altersgruppe 14-29 Jahre – Stand 2020



INTEGRAL Sinus Jugendmilieus –

Kurzcharakteristik – berechnete Werte für die youth codes Altersgruppe 15-24 Jahre 2020

Altersgruppe 15-24 Jahre

Postmaterielle

Die vielseitig interessierte, kritische Intelligenz auf der Suche nach verantwortungsbewusster Selbstverwirklichung



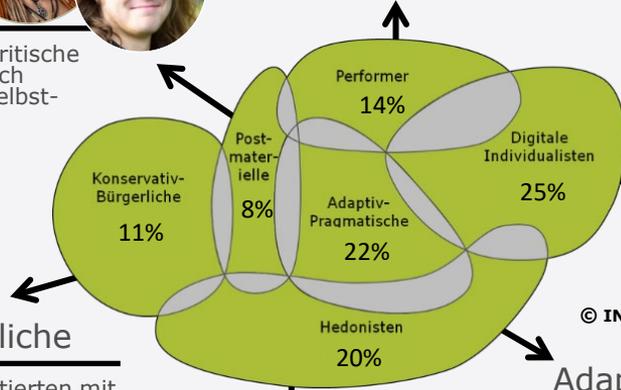
Performer

Die optimistischen, globalisierungsbejahenden Macher auf dem Weg zum beruflichen Erfolg



Digitale Individualisten

Die erfolgsorientierte Lifestyle-Elite auf der Suche nach unkonventionellen Erfahrungen



Konservativ-Bürgerliche

Die Familien- & Heimatorientierten mit bewusst konservativem Lebensstil

Hedonisten

Die spaß- & konsumorientierten Mainstreamverweigerer auf der Suche nach einer Lebensnische



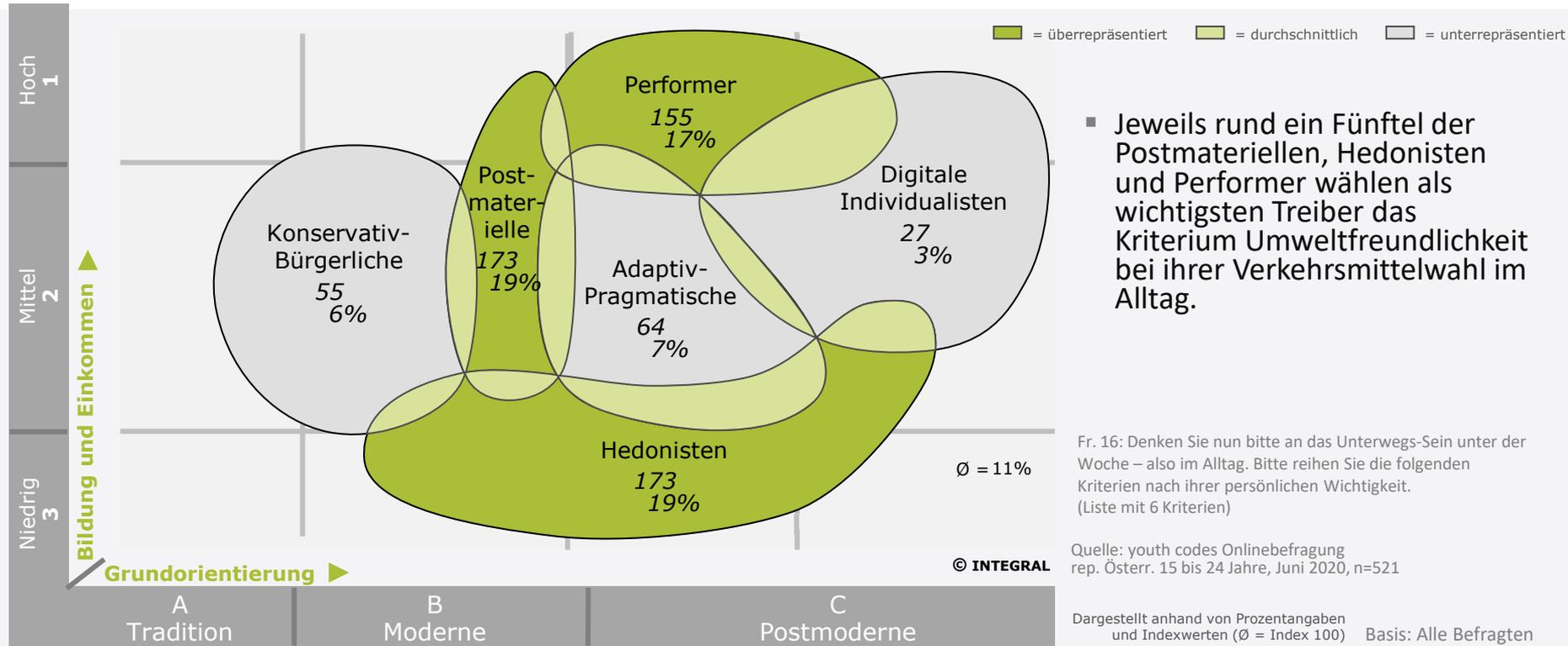
Adaptiv-Pragmatische

Der fleißige & familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft

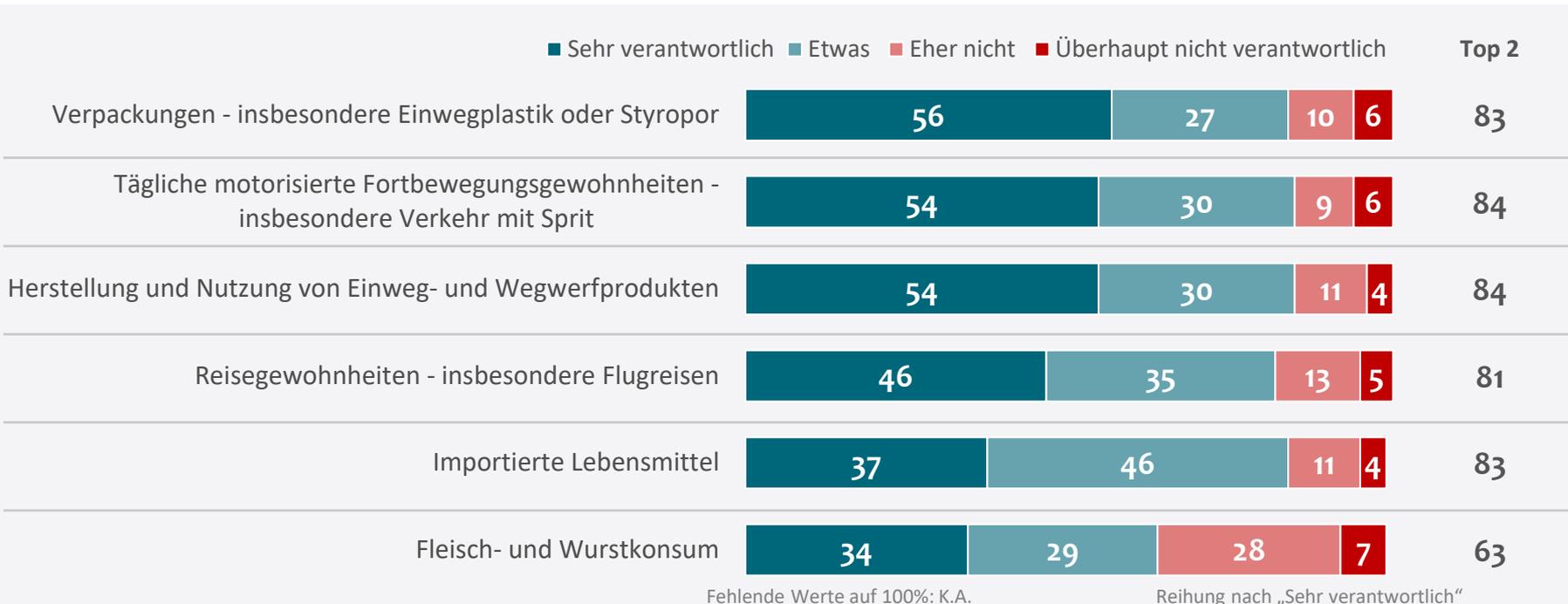


© INTEGRAL

Umweltfreundlich unterwegs sein – 1. Rang



Aspekt ist für den Klimawandel verantwortlich

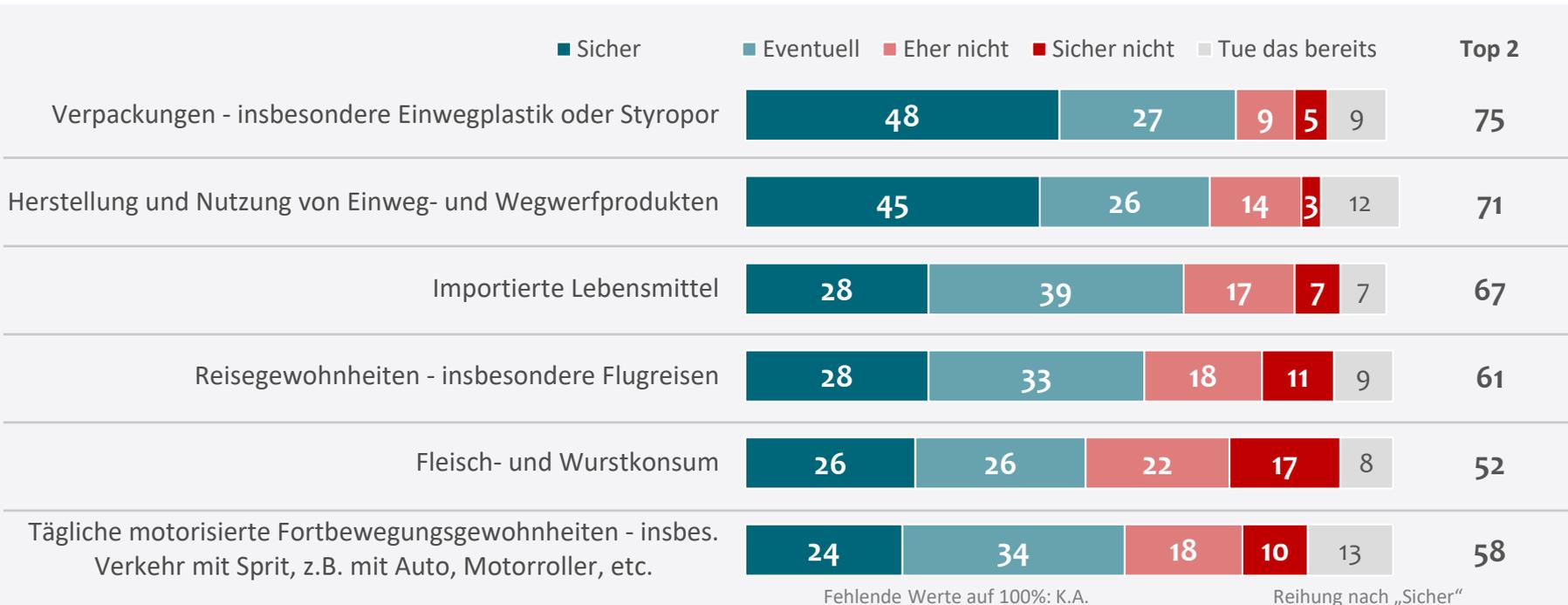


Quelle: youth codes im Rahmen des Austrian Internet Monitor AIM™, YC Zusatzfragen, Hybrid Interviews rep. Österr. 1.5 bis 24 Jahre, Dez. 2019 – Sept. 2020

Fr. YC2: Wie sehr sind, Ihrer Meinung nach, die folgenden Verhaltensweisen für den Klimawandel verantwortlich?

Basis: Alle Befragten YC, n=335

Würde ich ändern, um meinen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten



Quelle: youth codes im Rahmen des Austrian Internet Monitor AIM™, YC Zusatzfragen, Hybrid Interviews rep. Österr. 15 bis 24 Jahre, Dez. 2019 – Sept. 2020

Fr. YC4: Sind Sie bereit, die folgenden Gewohnheiten einzuschränken, um einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten?

Basis: Alle Befragten YC, n=335

Was wird 2025 Alltag sein?

➤ Wird sicher/ eher sicher eintreffen (Top2) einer 4-stufigen Skala

2025 werden...

1. ... die Fuß- und Radwege überall ausgebaut sein (75%)
2. ... viele Menschen zumindest 1-2 Tage von zu Hause arbeiten (73%)
3. ... junge Menschen vorwiegend Jobs mit Wohnmöglichkeiten in Nähe vom Arbeitsort suchen, sodass die tägl. Pendelzeiten gering sind (73%)
4. Unterricht von zu Hause problemlos möglich sein (68%)
5. ... deutlich mehr RadfahrerInnen und Fußgängerinnen unterwegs sein (66%)
6. 2025 wird es überall günstige Sharing-Autos und Sharing-Bikes geben (63%)
7. Im Jahr 2025 werden die Arbeitgeber Jobtickets oder Bonus zahlen (58%)
8. ... sich viele Fahrgemeinschaften junger Menschen gebildet haben (56%)
9. Wege vom Wohn- zu Ausbildungs-/Arbeitsort mit Muskelkraft zurückgelegt (43%)

Quelle: youth codes Onlinebefragung im Rahmen des AP3,
rep. Österr. 15 bis 24 Jahre, Juni 2020, n=521

Was wird 2025 Alltag sein?

➤ Betrachtung nach Milieus

Milieuspezifisch werden ...

von den abgefragten (nahen) Zukunftsbildern

Konservativ-Bürgerliche

Performer

Hedonisten

überproportional angesprochen

Quelle: youth codes Onlinebefragung im Rahmen des AP3,
rep. Österr. 15 bis 24 Jahre, Juni 2020, n=521

Kurzporträts

Postmaterielle

Vielseitig interessierte kritische Intelligenz auf der Suche nach verantwortungsbewusster Selbstverwirklichung

In Alltagsmobilität wichtig ist:

Umweltfreundlich unterwegs sein
Sicher unterwegs sein
Kostengünstig

Durchschnitt

Intensive Nutzung im Alltag:

Muskelkraft
ÖFFI
Klare Distanz zum Auto

Wichtige Aspekte:

- ... Politik soll Maßnahmen setzen
- ... Lebensgewohnheiten ändern
- ... Diskussionen rund um Klimawandel
- ... Belohnung/Anreize für klimaschonendes Verhalten

Performer

die optimistisch, globalisierungsbejahenden Macher auf dem Weg zu beruflichem Erfolg

In Alltagsmobilität wichtig ist:

Umweltfreundlich unterwegs sein
Fit sein/bleiben
Kostengünstig

Durchschnitt

Intensive Nutzung im Alltag:

Mitfahren/Fahrgemeinschaft
Muskelkraft
Klare Distanz zum Auto – ÖFFI Durchschnitt

Wichtige Aspekte:

- ... Belohnung/Anreize für klimaschonendes Verhalten
- ... Politik soll Maßnahmen setzen
- ... Lebensgewohnheiten ändern
- ... Diskussionen rund um Klimawandel

Kurzporträts

Individuelle Digitalisten

Die erfolgsorientierte Lifestyle-Elite auf der Suche nach unkonventionellen Erfahrungen

In Alltagsmobilität wichtig ist:

Schnell
Kostengünstig
Bequem haben



Intensive Nutzung im Alltag:

ÖFFI
Eigenes Fahrzeug, Muskelkraft – Durchschnitt
Nichtnutzer*innen von Sharing, Mitfahren/Fahrgemeinschaft.



Wichtige Aspekte:

- ... Politik soll Maßnahmen setzen
- ... Belohnung/Anreize für klimaschonendes Verhalten
- ... Lebensgewohnheiten ändern
- ... Diskussionen rund um Klimawandel

Hedonisten

Die spaß- & konsumorientierten Mainstream-verweigerer auf der Suche nach einer Lebensnische

In Alltagsmobilität wichtig ist:

Umweltfreundlich unterwegs sein
Schnell, fit, Kostengünstig, bequem Durchschnitt



Intensive Nutzung im Alltag:

Eigenes Fahrzeug
Mitfahren/Fahrgemeinschaft
Sharing



Wichtige Aspekte:

- ... Diskussionen rund um Klimawandel
- ... Belohnung/Anreize für klimaschonendes Verhalten
- ... Politik soll Maßnahmen setzen
- ... Lebensgewohnheiten ändern

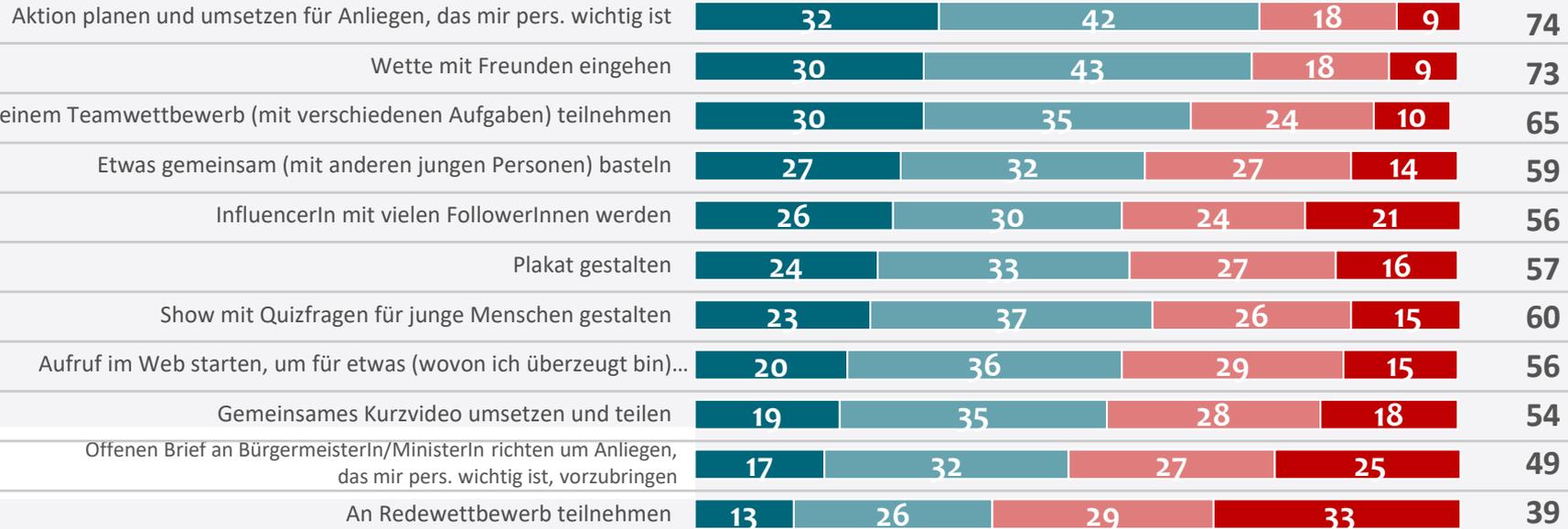


Attraktivität möglicher Freizeitaktivitäten

Würde mir *** Spaß machen

■ sehr viel ■ ein wenig ■ eher keinen ■ überhaupt keinen

Top 2



Reihung nach „Würde mir sehr viel Spaß machen“

Quelle: youth codes Onlinebefragung im Rahmen des AP3, rep. Österr. 15 bis 24 Jahre, Juni 2020, n=521

Fr. 13: Sie sehen hier eine Liste mit unterschiedlichen Aktivitäten. Wie sehr würde Ihnen die jeweilige Aktivität persönlich Spaß machen?

Basis: Alle Befragten

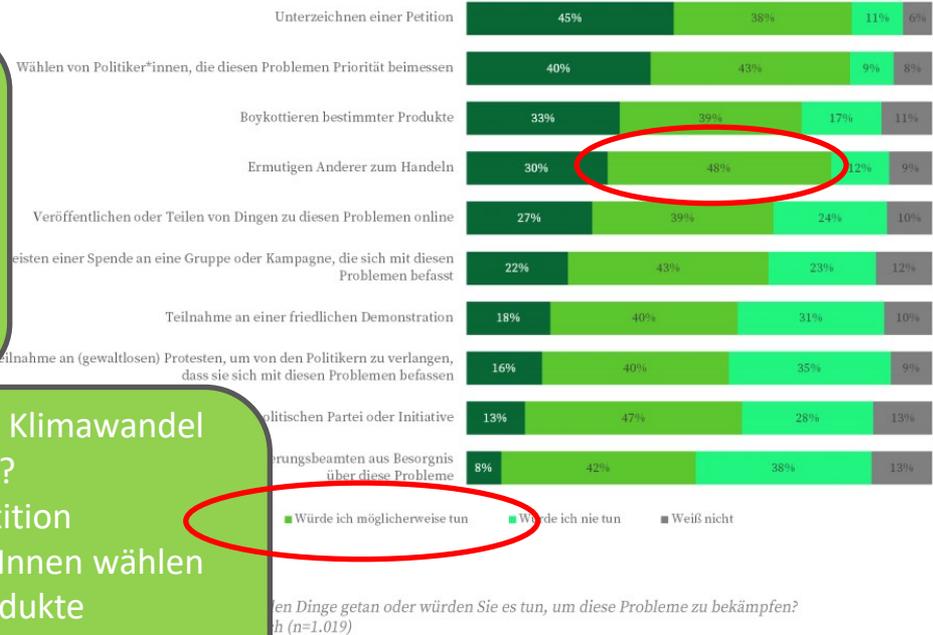
Aktivitäten - Rückblick

Analyse anderer aktueller Jugendstudien

Andere aktuelle Jugendstudien

Jugendstudie Südwind

Diagr. 6: Befragte, die Folgendes getan haben oder tun würden, um Klimawandel, Migration und klimabedingte Migration zu bewältigen



Jugend/Junge bis 35 Jahre
Verantwortlich ...

1. Wirtschaft/Industrie
2. Sie persönlich
3. nationale Regierung

Was wurde bereits getan um Klimawandel
und Migration zu bewältigen?

1. Unterzeichnen einer Petition
2. Entsprechende PolitikerInnen wählen
3. Boykott bestimmter Produkte
4. Ermutigung Anderer zum Handeln
5. Veröffentlichen/teilen von Dingen zu diesen Problemen online



Selbsteinschätzung (Quelle Medianet 11.06.2021 – ungesunde Lebensmittel)

Einfluss von Influencern auf Kaufentscheidungen

Idole auf Social Media

Was YouTube-Stars in ihren Videos zeigen, beeinflusst junge Menschen



Große auch positive Einflussmöglichkeiten

Akteure und Verantwortlichkeit in zwei unterschiedlichen Studien

Abbildung 9: Die wichtigsten Akteure im Umwelt- und Klimaschutz

Frage: Wer kann Deiner Meinung nach einen wichtigen Beitrag für den Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland leisten? Bitte wähle aus der folgenden Liste die drei Wichtigsten aus, die etwas für Umwelt- und Klimaschutz leisten können.



Repräsentative Befragung von 1.007 jungen Menschen im Alter von 14 bis 22 (Angaben in Prozent)

Quelle: Zukunft? Jugend fragen BMU Berlin

Diagr. 8: Wer ist in erster Linie für die Bekämpfung des Klimawandels verantwortlich?



Wer ist Ihrer Meinung nach in erster Linie für die Bekämpfung des Klimawandels verantwortlich?
is: Alle Befragten (n=22.377 in der EU23; n=1.019 in Österreich)

in wurde mit finanzieller
er Europäischen Union
inhalt dieser Publikation
in ipsoo verantwortlich
halten Informationen
notwendigweise die
Europäischen Union



Ko-finanziert durch die Europäische Union

Gefördert durch die

Österreichische Entwicklungs-zusammenarbeit



Zuständigkeit der Politik

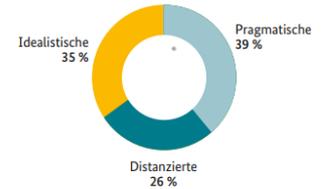
- Wann werden die Jungen ihre Komfortzone verlassen?
Was ist die Motivation dahinter?

Die
Politiker*innen
müssen
handeln ...

Fazit

Umwelt- und Klimaschutz zählt für junge Menschen neben sozialer Gerechtigkeit und dem Zustand des Bildungswesens derzeit zu den wichtigsten Problemen. Die Demokratie hat einen hohen Stellenwert für sie. Daraus ergibt sich auch eine hohe Erwartung junger Menschen an die (Umwelt-)Politik, ihren Aufgaben und Verpflichtungen nachzukommen.

Abbildung 1: Aufteilung der Befragten in drei Gruppen



Prozentwerte entsprechend der Anteile der Gruppen in der Repräsentativbefragung von 1.007 jungen Menschen

Jugendbeirat

Quelle: Zukunft? Jugend fragen BMU Berlin
<https://www.bmu.de/publikation/zukunft-jugend-fragen-umwelt-klima-politik-engagement-was-junge-menschen-bewegt/>

Aktivitäten - Rückblick

Youth codes - Social Media Aktivitäten
Instagram
Facebook
TikTok

Youth codes Aktivitäten – Social Media

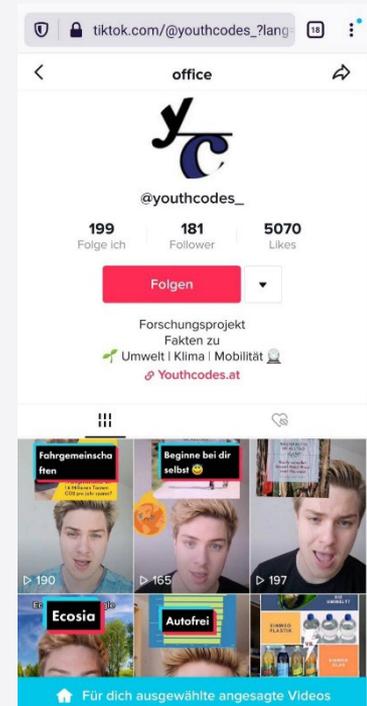
➤ Wusstest du, dass...



➤ Nachhaltig am Alltag



➤ A versus B was ist besser?

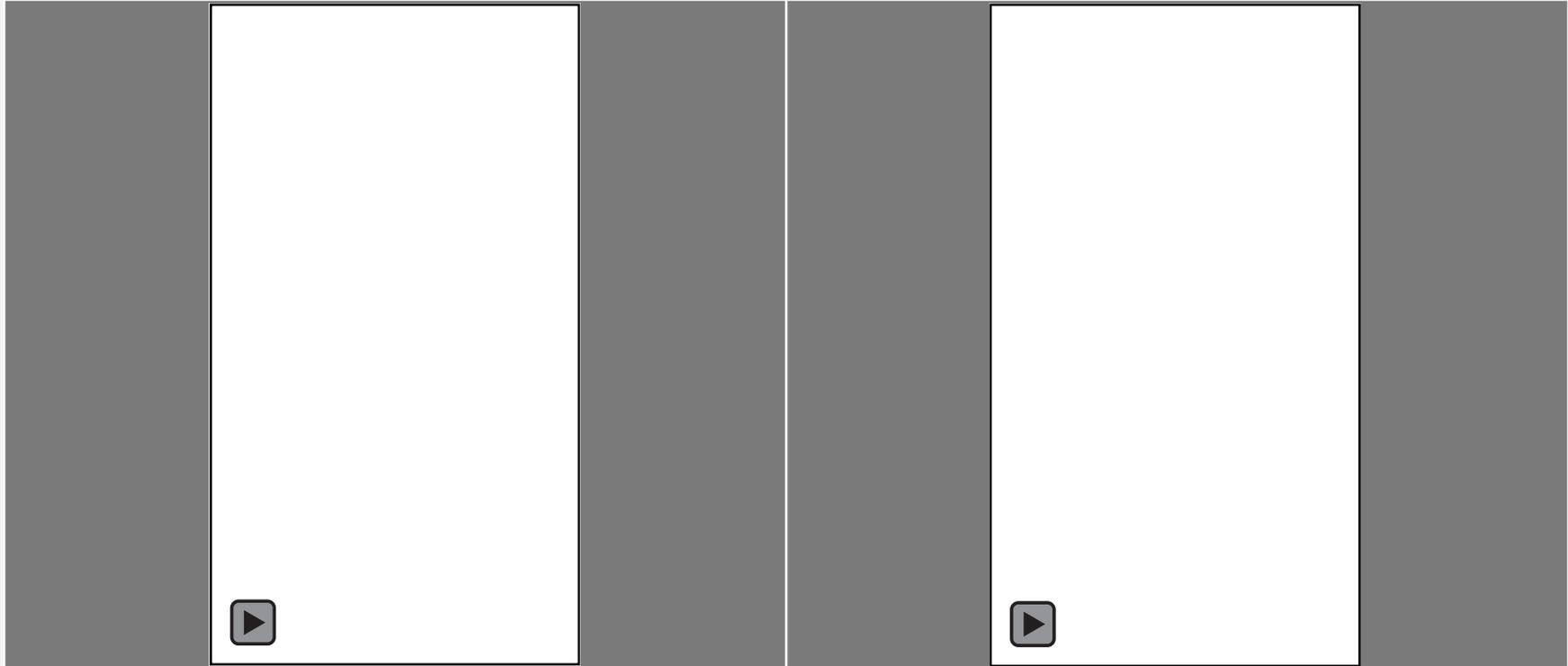


TOP 5 - TIKTOK

Datum	Post	Tiktok Aufrufe – kurz nach Posting	Tiktok Aufrufe – Status Quo
29.04.2021	Eigene Flasche mitnehmen statt PET Flaschen kaufen!	1001	36000
18.12.2020	Fortbewegungsgewohnheiten ändern	500	34500
19.03.2021	Kuhmilch vs. Pflanzenmilch	11000	18400
01.12.2020	Politik soll handeln und etwas gegen den Klimawandel tun	500	16600
19.12.2020	Lebensgewohnheiten ändern	3000	4868



Österreichs Jugendliche wollen Veränderung – Politik & Mobilität



Tipps der Teams – Veröffentlichung in Instagram, TikTok, Facebook

Datum	Post	Instagram - Impressionen	Tiktok - Aufrufe
12.04.2021	Bilde Fahrgemeinschaften statt alleine zu fahren! So kann man Kosten sparen & hat jemanden zum Plaudern!	106	626
14.04.2021	Verbringe Quality Time mit deinen FreundInnen draußen! Spaziergehen, gemeinsame Müllaktionen, im Park/am See chillen tut dir und der Umwelt gut!	90	768
16.04.2021	Entscheide dich dafür, kurze Wege zu Fuß zu gehen! ...dabei lassen sich gleichzeitig mühsame oder ewig aufgeschobene Telefonate erledigen. ;)	90	814
20.04.2021	Kaufe nur so viel ein, wie du wirklich brauchst .	78	22
22.04.2021	Verzichte auf das Auto und nutze die Zeit in den Öffis sinnvoll & abwechslungsreich. Z.B. mit Musik, lesen, häkeln, zeichnen, dösen, E-Mails checken, lernen, Hörbuch	91	773
05.06.2021	Beginne bei dir selbst , wenn du etwas verändern möchtest. Gehe z.B. kurze Strecken zu Fuß.	72	163
06.06.2021	Kaufe vermehrt Second Hand Ware statt Neuware. Z.B. Gewand oder Bücher.	46	196

Aktivitäten - Rückblick

Challenges – Aqruise + Vorbereitung

Vorbereitung der Challenges

- Akquirieren von Jugendlichen über LOI-Partner, Jugendvereine, Social Media zur Teilnahme an den Challenges -> Anmeldung erfolgte über die Webseite
- ➔ insg. 60 Anmeldungen
- Durchführung der ersten beiden Challenges zwischen Juli – September 2020

Anmeldung

Möchtest du Teil des Projekts werden und mitwirken?
Dann melde dich an.

Vorname *

Nachname *

Alter *

Teilnahme zwischen 15 und 24 Jahren möglich

Geschlecht *

Wie hast du von uns erfahren? *

E-Mail *

E-Mail

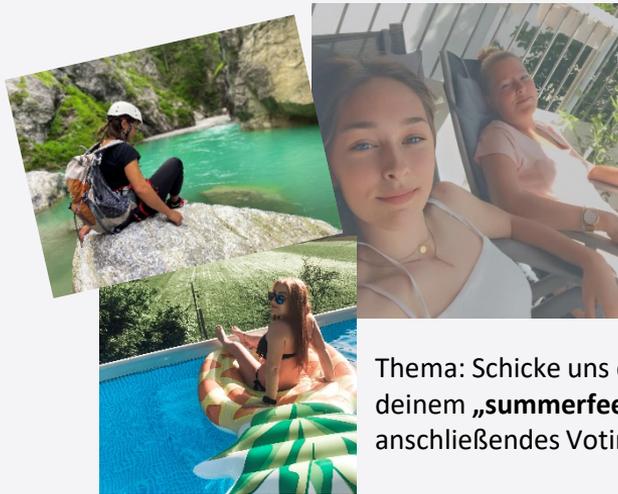
E-Mail bestätigen

Ich habe die Datenschutzbestimmung gelesen und akzeptiere sie.

Absenden

➤ Durchführung der ersten beiden Challenges zwischen Juli – September 2020

Fotochallenge



Thema: Schicke uns dein/e Foto/s zu deinem „summerfeeling 2020“ → anschließendes Voting auf Instagram

Videochallenge

1. Platz = Video „Müll“
 2. Platz = Video „Handy“
 3. Platz = Video „Comic“
- Voting durch Externe



Challenges

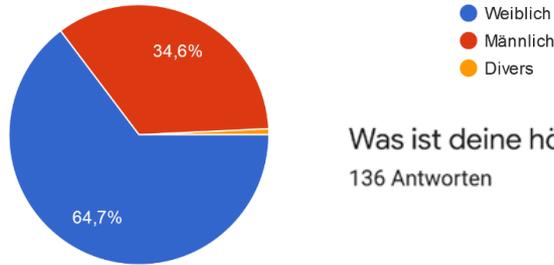
- Akquirieren von Jugendlichen von Dezember 20' - Jänner 21' über LOI-Partner, Jugendvereine, Social Media
- → insgesamt 136 TN, davon 101 Verortungen durch Integral

TOTAL	101
1 „Konservativ-Bürgerliche“	12
2 "Performer"	22
3 "Postmaterielle"	39
4 "Digitale Individualisten"	10
5 "Adaptiv Pragmatische"	12
6 "Hedonisten"	6

Absolut

Online Umfrage

Dein Geschlecht
136 Antworten



Was ist deine höchste Ausbildung?
136 Antworten



Online Umfrage

...

Teil I: Wie würdest du diese Personen-Paare einstufen? Du kannst pro Typ mehrere Antworten auswählen. *

*Mainstream = Geschmack der breiten Masse

KON-BÜM

TYP 1



langweilig,
Nerd
Umwelt-
bewusst

PMA

Typ 2



Umweltbewusst,
Konsumkritisch,
Kreativ

PER

Typ 3



Sportlich,
Mainstream,
Nerd

PRA

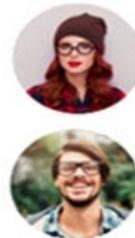
Typ 4



Mainstream,
Sportlich,

DIG

Typ 5



Cool, Kreativ,
Umweltbewusst

HED

Typ 6



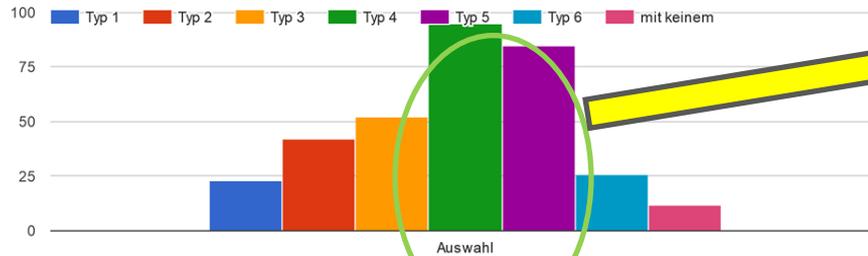
Kreativ,
Konsumkritisch,
Cool

Online Umfrage

Mit welchem der sechs Jugendtypen auf dem Foto möchtest du gerne befreundet sein und mehr Zeit verbringen? Du kannst mehrere Antworten auswählen.



Mit welchem der sechs Jugendtypen auf dem Foto möchtest du gerne befreundet sein und mehr Zeit verbringen? Du kannst mehrere Antworten auswählen.



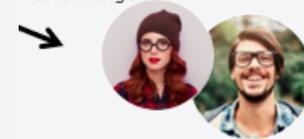
Adaptiv-Pragmatische

Der fleißige & familienorientierte moderne Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft



Digitale Individualisten

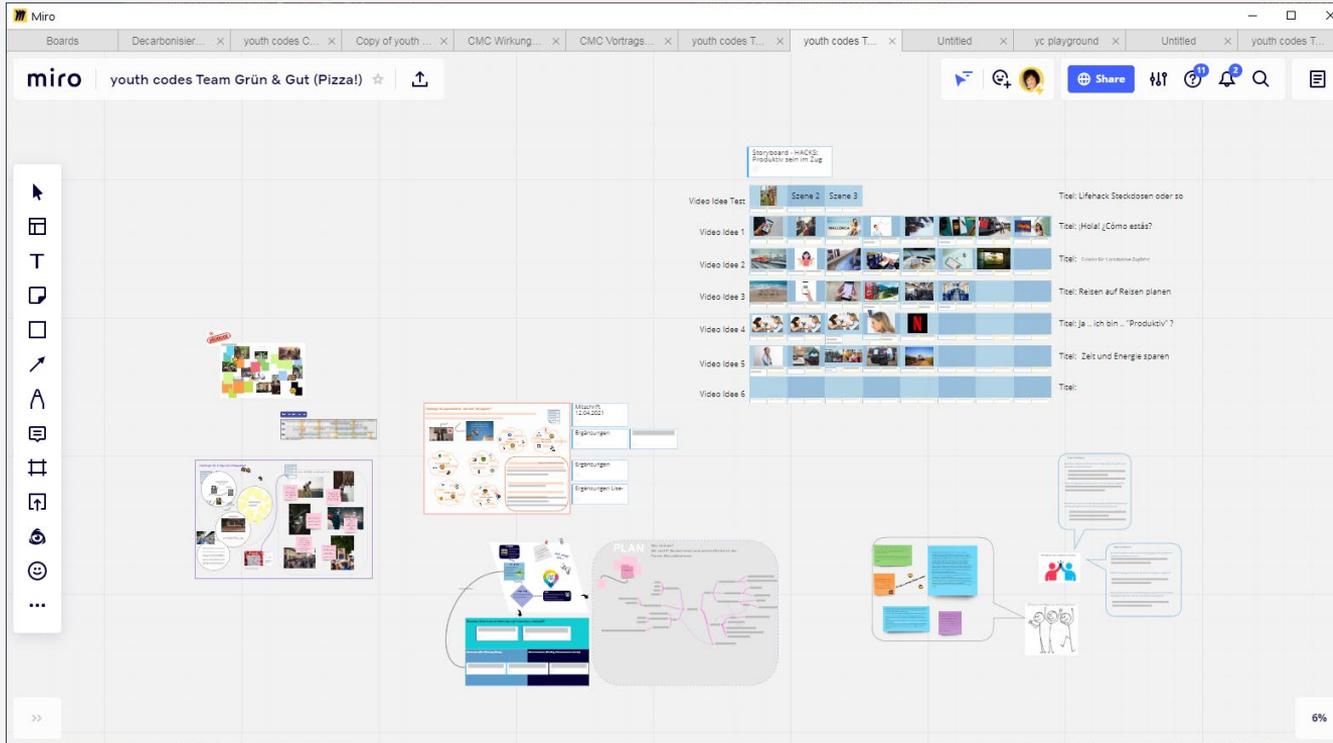
Die erfolgsorientierte Lifestyle-Elite auf der Suche nach unkonventionellen Erfahrungen



Aktivitäten - Rückblick

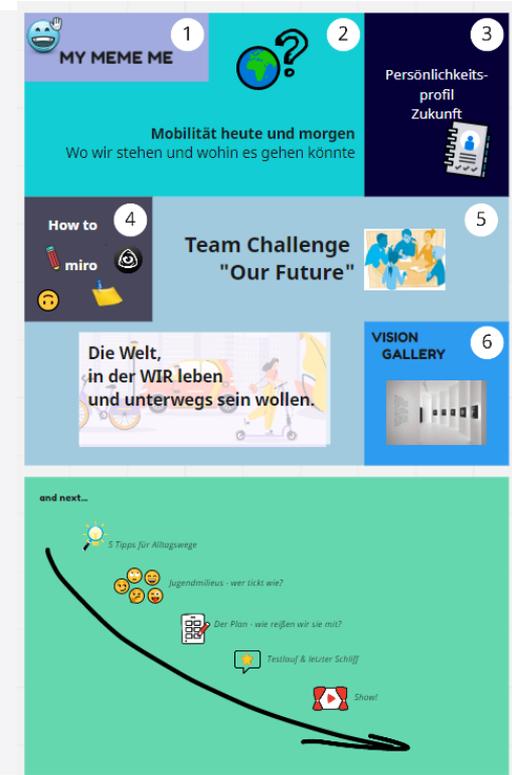
Challenges

Erkenntnisse aus der Praxis der Gruppenarbeiten



Erkenntnisse aus der Praxis der Gruppenarbeiten

- Konzept:
 - 6 Challenges für verschiedene Teams
- Ziel:
 - gemeinsam eine Strategie entwickeln, wie man ein bestimmtes Jugendmilieu für nachhaltigere Mobilität begeistern könnte
- Challenges:
 - gemeinsames Zukunftsbild (Austausch, Kennenlernen)
 - Tipps für Nachhaltigkeit (Reflexion, Eigenbeobachtung)
 - Jugendmilieu auswählen (Wissen, Hineinversetzen)
 - Strategie entwickeln (Inhalt, Form)
 - Strategie nach Feedback anpassen
 - Testen und für die Weiterverwendung aufbereiten



Potenziale und Grenzen der Aktivierung junger Menschen in COVID-19 Zeiten

➤ *Identifizierung geeigneter Methoden und Anreize um junge Personen emotional zu aktivieren*

- 136 Interessierte nach Ausfüllen des Fragebogens
- 38 Gruppenmitglieder aufgeteilt auf 5 Teams nach 1. online Challenge
- 5 Teams (tw. mit Nachnominierungen) bis zur letzten Challenge
→ diese sind allerdings hochmotiviert

Learnings:

- Online-Format für junge Menschen, die sich nicht kennen, extrem schwierig
→ mehr Zeit für Kennenlernen ermöglichen
- Zusage zu Terminen wird oft unverbindlich empfunden (Social Media Einfluss?)
- Monetäre Belohnung kein wirklicher Anreiz, z.T. sogar Barriere (ist das seriös?)
- Zeiträume zwischen Fragebogen, Terminvereinbarungen und Challenges zu lang

Do's & Don'ts

➤ Identifizierung geeigneter Methoden und Anreize um junge Personen emotional zu aktivieren

Was funktioniert:

- Kurze, in Fragen und Antworten gegliederte Infomails
- miro-Boards als gemeinsamer asynchroner Arbeitsplatz
- Bindung und Motivation aufbauen im direkten Austausch
- Anerkennung (auch über das Projektteam hinaus) ist wertvoller als Geld
- Framing mit „Wir“-Gefühl (wir Jugendliche brauchen/fordern/wollen, dass...)



Was weniger funktioniert:

- Teammitglieder aus sehr unterschiedlichen Sozialräumen/Milieus in einem Team

Entwickelte Konzepte



Get moving - wie sieht meine Traum App aus?

Wie wäre es, wenn wir gemeinsam eine Transport-App entwickeln, die nicht nur easy zu verwenden ist, sondern auch hilfreiche Benefits für uns generiert? Lust, uns dabei zu helfen? Dann stütz dich in unseren kurzen Fragebogen. ☺

Wie sieht dein momentanes Nutzungsverhalten von Öffis aus? Fährst du viel/wenig/gerne/nicht gerne? Was stört dich bis dato an den Öffis? Zu schlechte Anbindung, zu teuer? Sag mir deine Gründe, für deine Offi-Nutzung!

Your answer

Wie würdest du den generellen Aufbau der App am liebsten haben? Hast du eigene Wünsche/Ideen/Anregungen/Beschwerden?

- Rein informative App ohne Schick-Schnack
- App, welche Infos mit Spielen kombiniert, ala Packman, Super Mario oder man erfüllt Quests
- Eine App in der man mehrere Sachen vereint, z.B. Einkaufsliste schreiben, inkludierte Tauschbörse, zufällige Facts beim Öffnen der App
- Other:

Team: Die Zwiebeln

Zielgruppe: Adaptiv Pragmatische

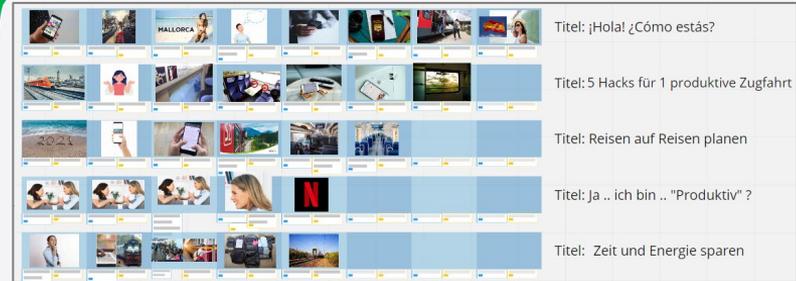
Idee: Nutzerbefragung für „Traum-Öffi-App“



Team: Die flexiblen Pragmatiker

Zielgruppe: Konservativ Bürgerliche

Idee: Werbeflyer für Fahrgemeinschaften



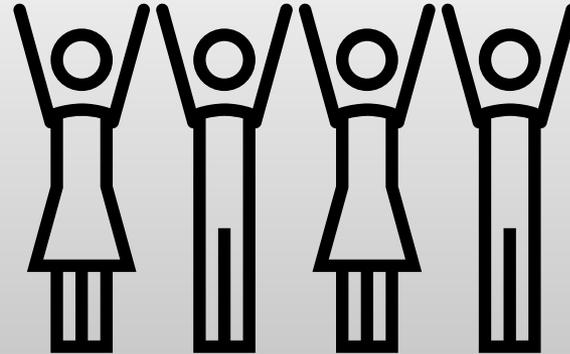
Team: Grün und Gut (Pizza!)

Zielgruppe: Digitale Individualisten

Idee: 5 Kurzvideos zum Thema „Produktiv sein im Zug“

Aktivitäten - Rückblick

Erfolge beflügeln



Nominierung für den ÖGUT Umweltpreis 2020



Planungen

- **Anerkennung** für die Arbeit der 5 Jugendteams
- **Comic WS** mit Jutta Pauschenwein (FH Joanneum Graz) am 20. Juli 2021
- **Social Media Aktivitäten** und Beobachtungen weiterführen + Twitter
- **Radiobeitrag** (eventuell zu umweltfreundlichem Reisen)
- Zusammenarbeit mit dem **Start-Up** - „traivelling“
- im Herbst **WS/Aktion** mit Student*innen der BOKU und der Angewandten
- Suche nach **Influencern**, die Videos oder Botschaften übernehmen möchten
- **Postsurvey - Evaluierung**
- **Publikation**

Gemeinsame Reflexion

- Worin genau liegt das Potenzial?
- Neue Formate und Tools wofür?
- Wer hat Interesse an den Ergebnissen/Erkenntnissen? Wie teilen? Wie in Diskurs treten?
- Konzentration auf umweltfreundliche Milieus als Multiplikatoren oder auf wenig umweltfreundliche Milieus?
- Politik + Jugendliche + Medien

youth codes



KONTAKT

Susanne Wolf-Eberl

Research & Data Competence

s.wolf-eberl@rdc.co.at

0664 42 40 438

www.youthcodes.at