

Deutscher Nachhaltigkeitspreis 2012

Kongress: Kommunen, 06.12.2012

Workshop IV: Zukunft entwerfen.
Wie Bürger in eine nachhaltige Stadt-
entwicklung eingebunden werden

Impulsvortrag:
Lebensstile und Soziale Milieus
in der Stadt der Zukunft

Michael Schipperges,
sociodimensions, Heidelberg



Urbane Lebensstile

Im Gegensatz zum allgemeinen Trend wächst die Bevölkerung der Großstädte.

Gleichzeitig wird die Stadtbevölkerung immer jünger.

Die jüngste Generation ist vor allem eine großstädtische Generation:

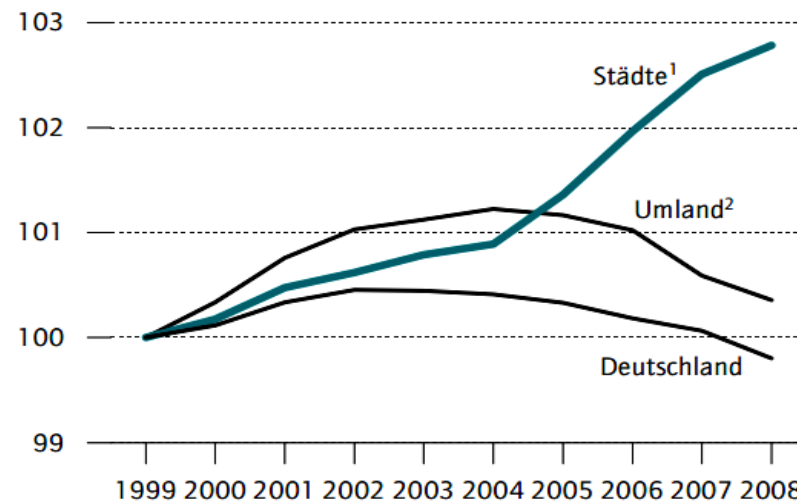
- gut gebildet
- flexibel und mobil
- multikulturell (hoher Migranten-Anteil)

1 = Städte mit über 500.000 Einwohnern

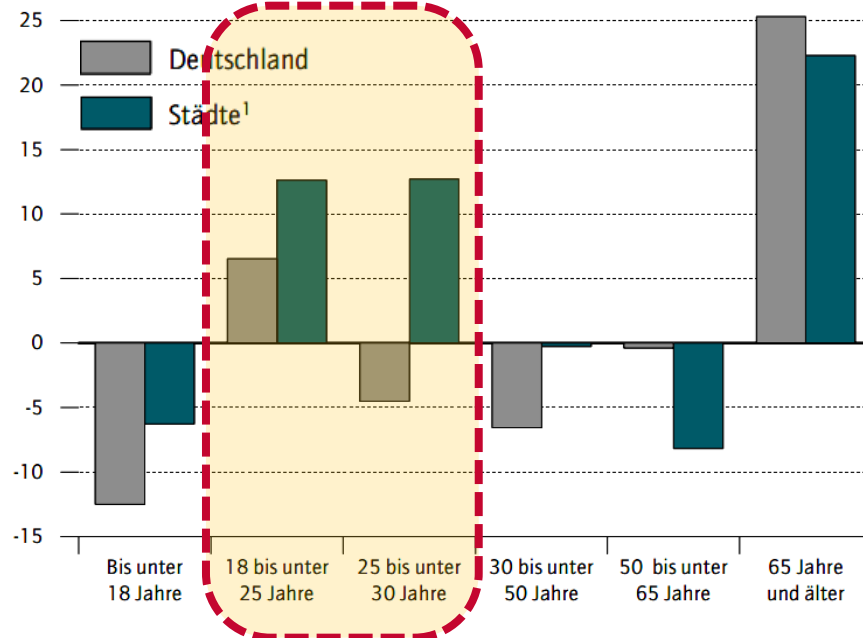
2 = Umland: Land- und Stadtkreise im Einzugsbereich der Kernstädte

Quelle: destatis, DIW Berlin, 2010

Bevölkerung in Deutschland (Index 1999 = 100)



Veränderung 1999 – 2008 nach Altersgruppen (in Prozent)



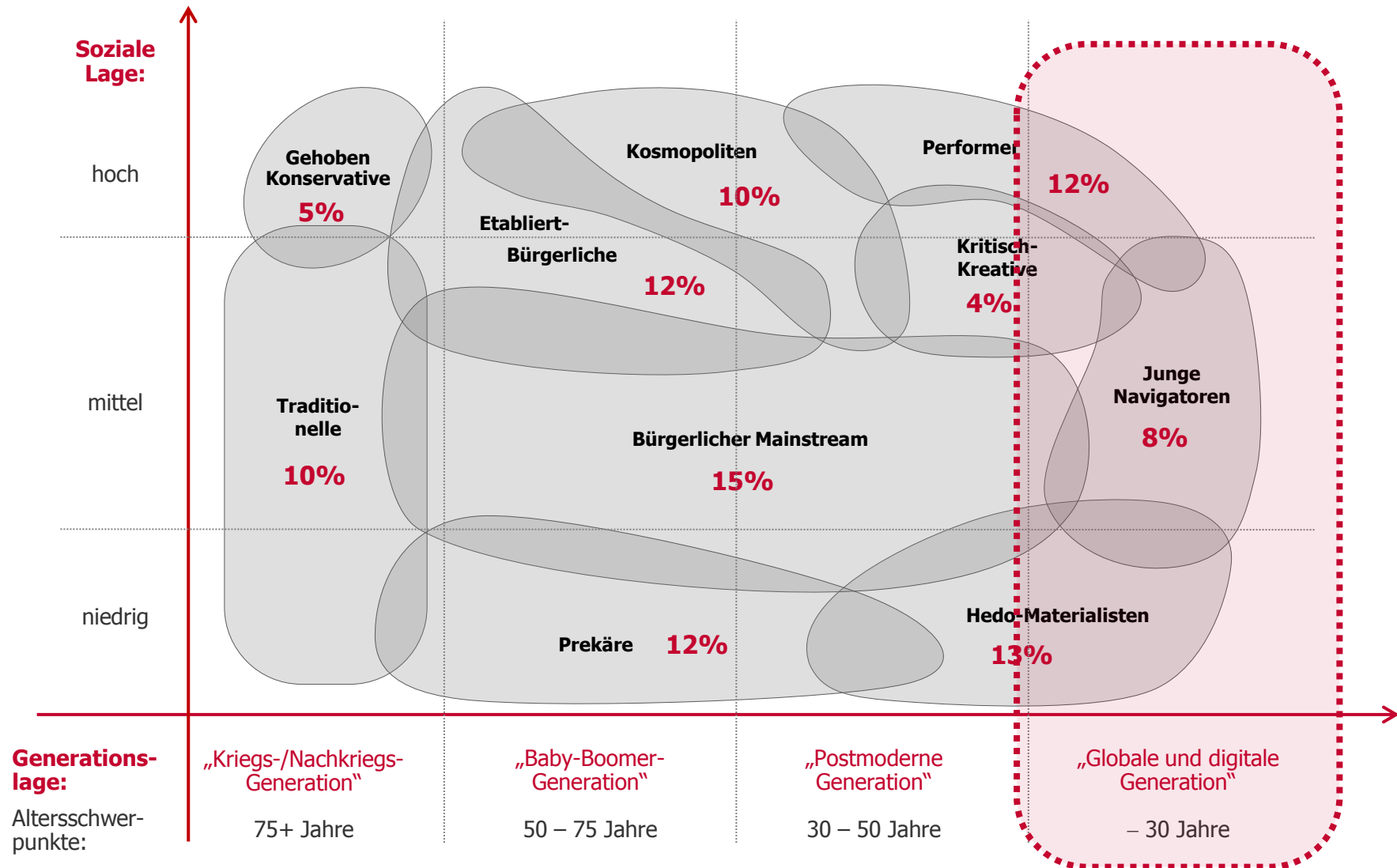
Generationswechsel



"Jede Generation bringt eine neue Gesellschaft hervor"

(Alexis de Toqueville)

Soziale Milieus in Deutschland



Junge Navigatoren (1)

Unter 30 Jahren.

Berufseinsteiger oder in Ausbildung.

Gute Formalbildung.

Sie sind *Digital Natives*, die globalisierte Welt ist für sie selbstverständlich.

Sie wollen ihren Platz in der Gesellschaft finden und wissen, dass sie sich dafür anstrengen müssen.

Sie sind mit Krisen groß geworden. Die Zukunft ist für sie grundsätzlich ungewiss und nicht planbar.

Sie suchen Verlässlichkeit und Verankerung.

Eine Familie (und stabile Beziehungen / Netzwerke) zu haben ist daher enorm wichtig.



Junge Navigatoren (2)

... und sie glauben **nicht**, dass die großen Zukunftsprobleme grundsätzlich **lösbar** sind;

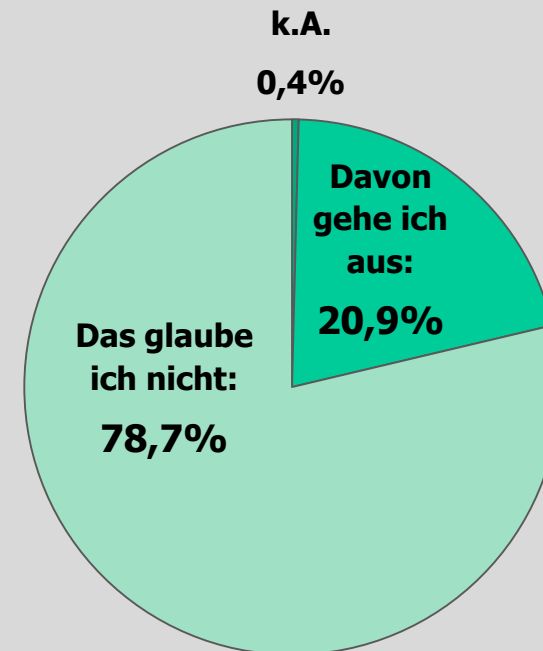
sie gehen aber davon aus, dass sie die Auswirkungen bewältigen können, wenn sie damit konfrontiert sind.

Sie erwarten eine Welt ohne Wachstum, und dass sie mit **weniger Wohlstand** als derzeit gewohnt auskommen werden müssen.

Es ist ihnen aber wichtig, auch in Zukunft einen zufriedenstellenden Lebensstandard zu haben – mit Fokus auf die **Basics**.

(Motto: "Weniger wird's eh' – wie mach' ich mehr draus?")

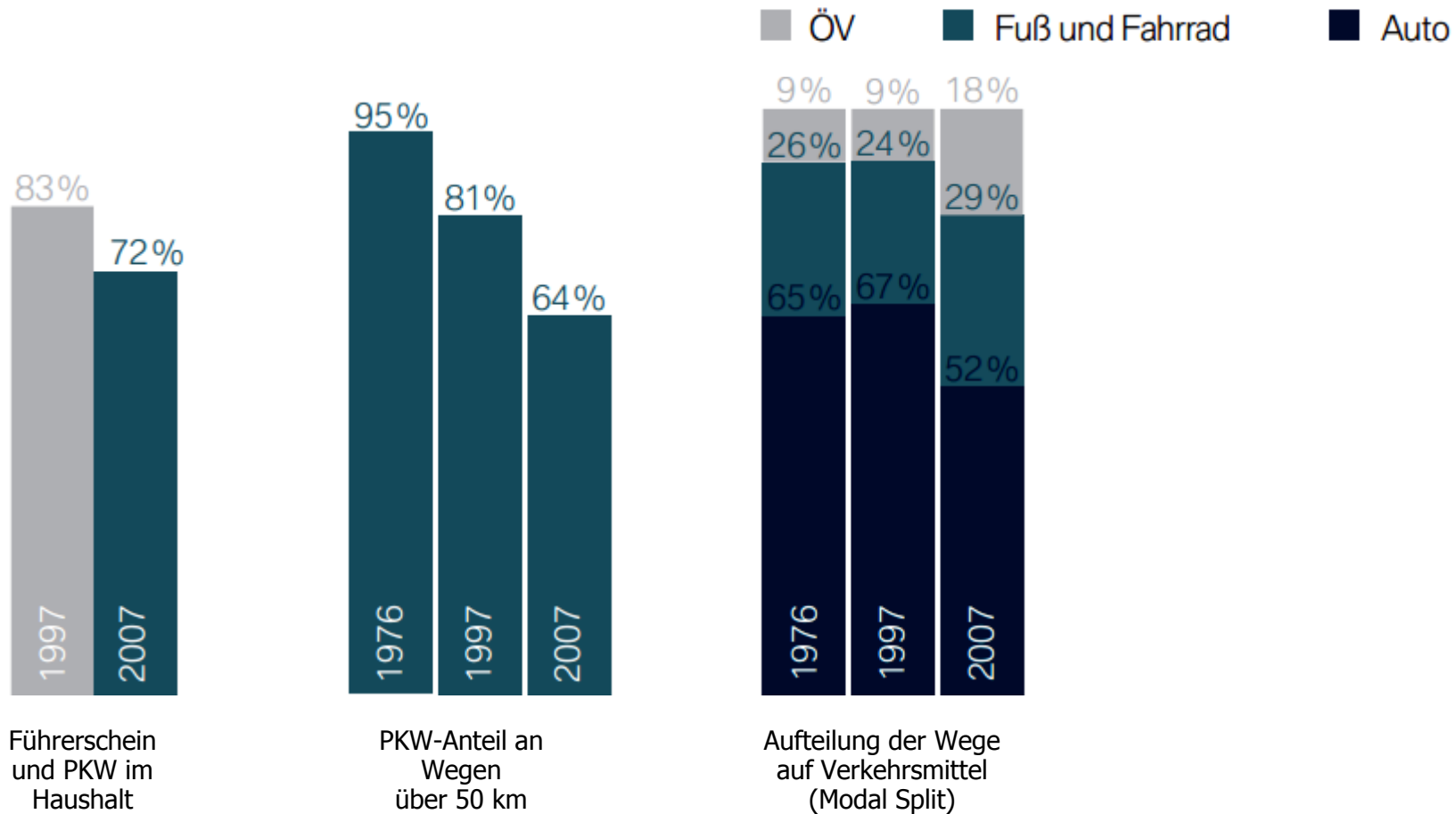
"Die derzeitigen Umweltprobleme lassen sich in den nächsten 30 Jahren lösen."



Online-Befragung von 30.000 Jugendlichen im Alter von 14 bis 29 Jahren.
Quelle: Pro7, Wuppertal Institut, 2011.

Junge Navigatoren

Beispiel: Mobilität (1)



Basis: Junge Erwachsene zwischen 20 und 29 Jahren.
 Quelle: Mobilität junger Menschen im Wandel, Institut für Mobilitätsforschung (ifmo), 2011

Junge Navigatoren

Beispiel: Mobilität (2)



Nutzung verschiedener Verkehrsmittel, Flexibilität wichtig, "Basic-Auto" etc.

Junge Navigatoren

"Nutzen-statt-Besitzen"-Treiber

- Große Internet-Affinität: Ausgangsbasis und Kommunikationsplattform für die Organisation gemeinschaftlicher Nutzung von Konsumgütern
- Hoher Grad sozialer Vernetzung, Interesse an Eingebunden-Sein in soziale Netzwerke (nicht nur, aber auch virtuell)
- Wunsch, flexibel zu sein, sich nicht festzulegen, sich immer wieder an veränderte Situationen anpassen können
- Weniger ausgeprägtes Verhältnis zu materiellem Eigentum und symbolischem Konsum
- Motto: "Weniger wird's eh' – wie mach' ich mehr draus?"

BAND 27

Nutzen statt Besitzen

Auf dem Weg zu einer ressourcenschonenden Konsumkultur

Eine Kurzstudie von Kristin Leismann, Martina Schmitt, Holger Rohn und Carolin Baedeker



Urbane Lebensstile / Junge Navigatoren

Die Stadtbevölkerung wird ...

- größer
- jünger
- besser gebildet
- weiblicher
- migrantischer
- multimodal mobil
- anspruchsvoller in Bezug auf Infrastruktur und Dienstleistungen
(z. B. Kinderbetreuung, Nahverkehr, Kultur- und Bildungsangebote, Product-Sharing-Möglichkeiten)



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

sociodimensions
Institute for Socio-cultural Research



Michael Schipperges
Sozial- und Marktforschung

Friedrich-Ebert-Anlage 60
D-69117 Heidelberg

Tel.: 06221 / 651 08 61
Fax: 06221 / 33 22 51

schipperges@sociodimensions.com
www.sociodimensions.com