Dr. Simon Morris-Lange
30.11.24

WER MACHT ZUKUNFT? – Wie junge Menschen die Welt von morgen mitgestalten (können)

Impulse aus der Engagement-Studie der Allianz Foundation

ALLIANZ FOUNDATION

The Movers of Tomorrow?

Wie junge Erwachsene in Europa die Zukunft gestalten

Länderbericht Deutschland

ALLIANZ FOUNDATION

Οι Διαμορφωτές του Αύριο;

Πως οι Νεαροί Ενήλικες στην Ευρώπη Οραματίζονται και Διαμορφώνουν το Μέλλον

Ελλάδα

ALLIANZ FOUNDATION

The Movers of Tomorrow?

O tym, jak młodzi dorośli w Europie kształtują i wyobrażają sobie przyszłość

Raport krajowy Polska

ALLIANZ FOUNDATION

I promotori del domani?

Come i giovani immaginano e si impegnano per il futuro

Country Report Italia

ALLIANZ FOUNDATION

The Movers of Tomorrow?

How Young Adults in Europe Imagine and Shape the Future

Country Report UK

ALLIANZ FOUNDATION

RESEARCH METHOD

PHASE 1: ONLINE FOCUS GROUPS

Five focus groups were conducted to gain an initial insight into how young adults view and shape the future. The guided discussions lasted 90 minutes each and were conducted online in the local language.

WHERE AND WHO?

Diverse group of 34 young adults (aged 18 to 39), i.e., 6 to 8 young adults per country

WHEN?

27 June – 4 July 2022

WHAT?

- Pressing social issues and leading actors
- Visions for an ideal society
- Scenario-building: What would it take to get there?
- Civic engagement: Actions taken, actions considered, drivers and barriers, perceived risks

PHASE 2: REPRESENTATIVE SURVEY

To validate the true-to-life input from the focus groups, a large-scale survey was carried out online. The survey sample mirrors the young adult populations in the five countries.

WHERE AND WHO?

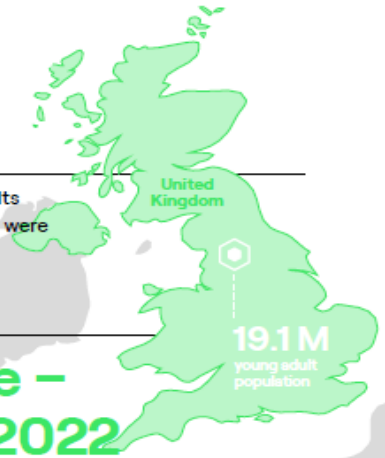
10,000 young adults (aged 18 to 39)

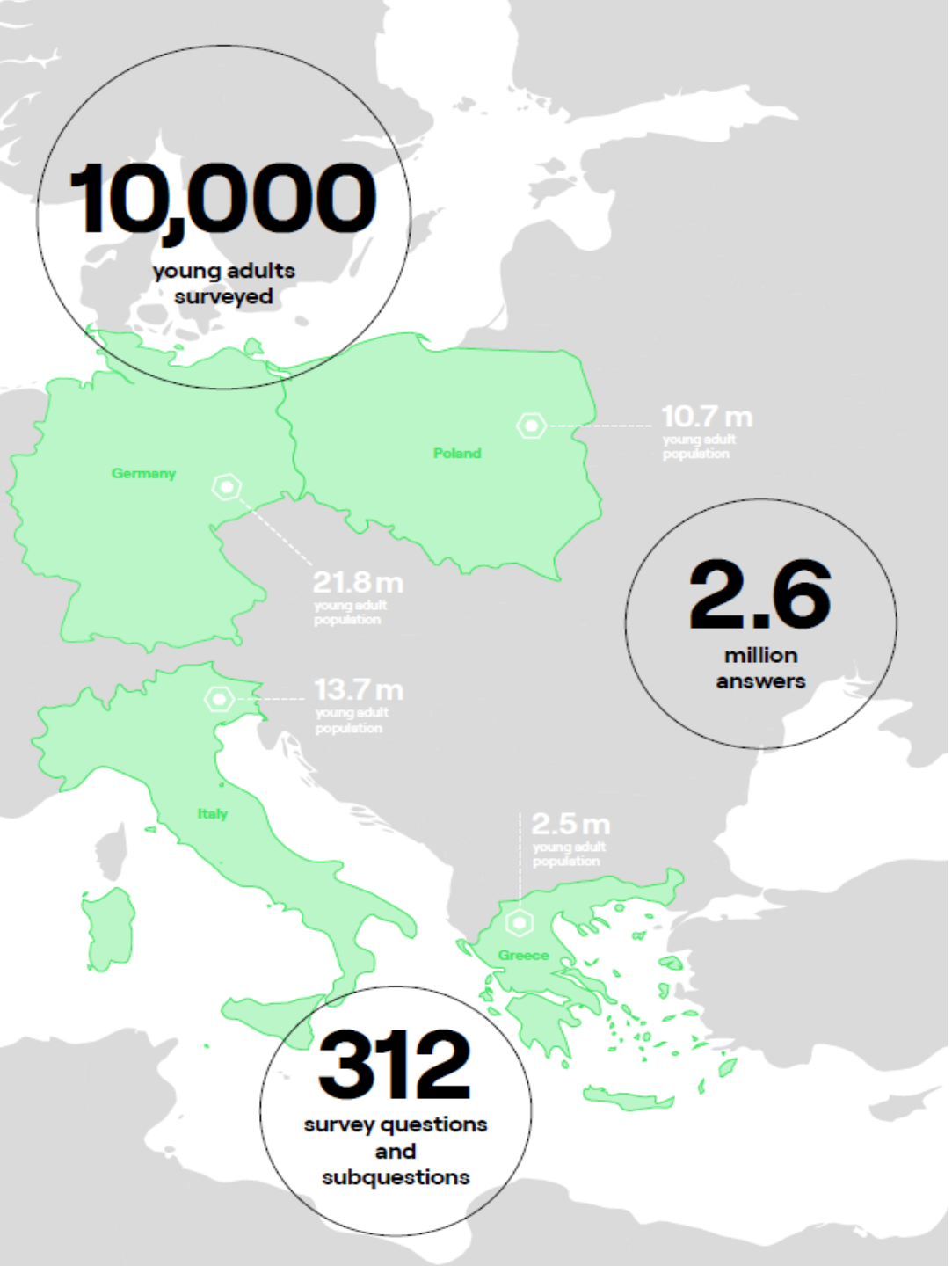
WHAT?

- Socio-demographic characteristics
- The future young adults want
- The future young adults expect
- Who will lead the way to a desirable future?
- Civic engagement: Actions taken, actions considered, drivers and barriers, perceived risks

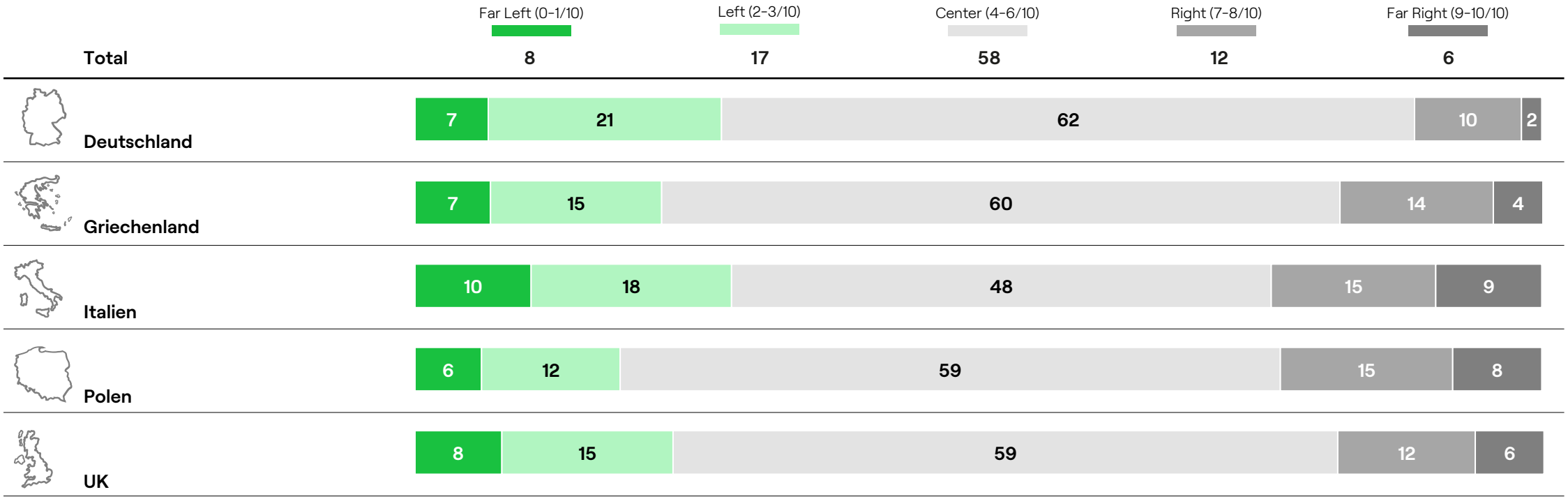
WHEN?

3 September – 7 November 2022





Unsere Stichprobe: Kein “liberal bias“



Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

1

Wie blicken junge Erwachsene in Deutschland in die Zukunft?

In Zeiten wie diesen verstehe ich, wenn Menschen zögern, Kinder zu bekommen.

81%

STIMMEN ZU

78%

76%

Deutschland

75%

Griechenland

82%

Italien

86%

Polen

81%

UK

Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

ALLIANZ FOUNDATION

Diskussion

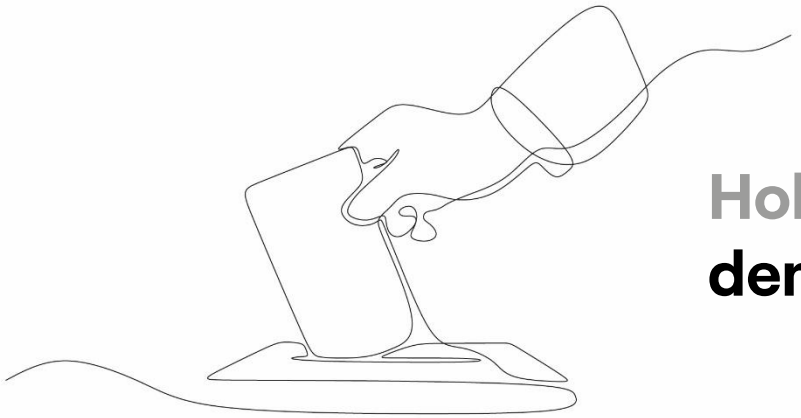
Was denkt ihr, woher das kommt?

Deutschland, wie wir es uns wünschen

69%

Top Prio:
sicher und stabile Preise

51%



Hohe Prio:
demokratisch

Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=2.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung in Deutschland

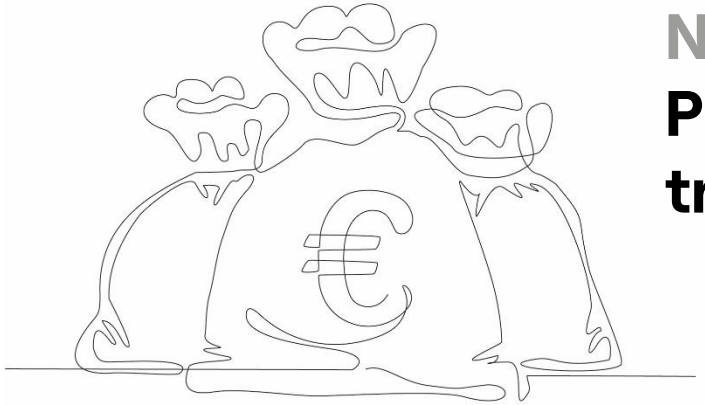
ALLIANZ FOUNDATION

Deutschland, wie wir es uns wünschen

50%

Hohe Prio:
klimafreundlich und sozial gerecht

25%



Nur punktuell Prio:
Privatvermögen, traditionelle Werte

Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=2.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung in Deutschland

ALLIANZ FOUNDATION

Zukunftsprognosen: “In zehn Jahren wird mein Land…”

…grüner, aber ungerechter.

…diverser, aber gespaltener.

…aufgerüstet, aber unsicherer.

ALLIANZ FOUNDATION

Wer weist den Weg in eine bessere Zukunft?

ALLIANZ FOUNDATION

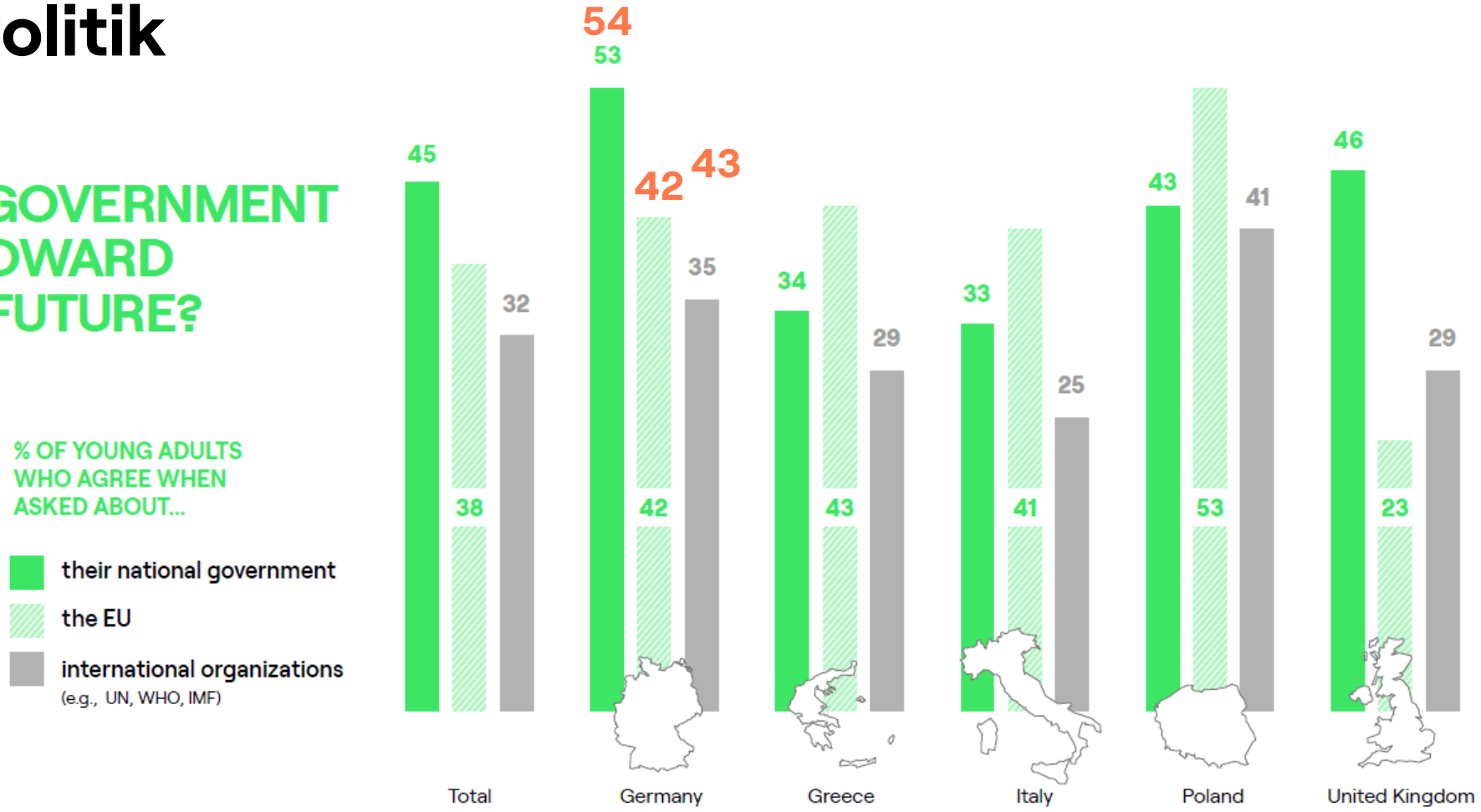
ALLIANZ FOUNDATION

Diskussion

Was denkt ihr: Wem vertrauen junge Menschen?

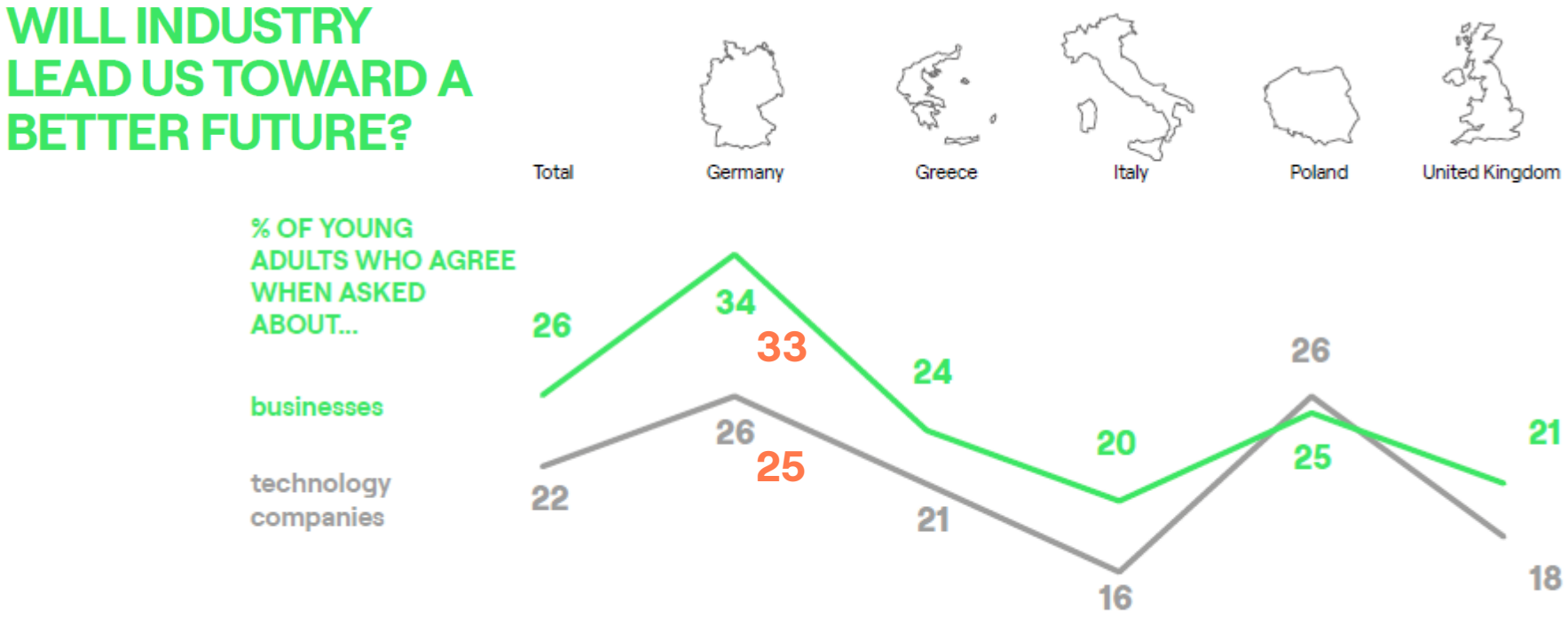
Wenig Vertrauen in die ‘Wegweiserqualitäten’ der Politik

WILL THE GOVERNMENT LEAD US TOWARD A BETTER FUTURE?



ALLIANZ FOUNDATION

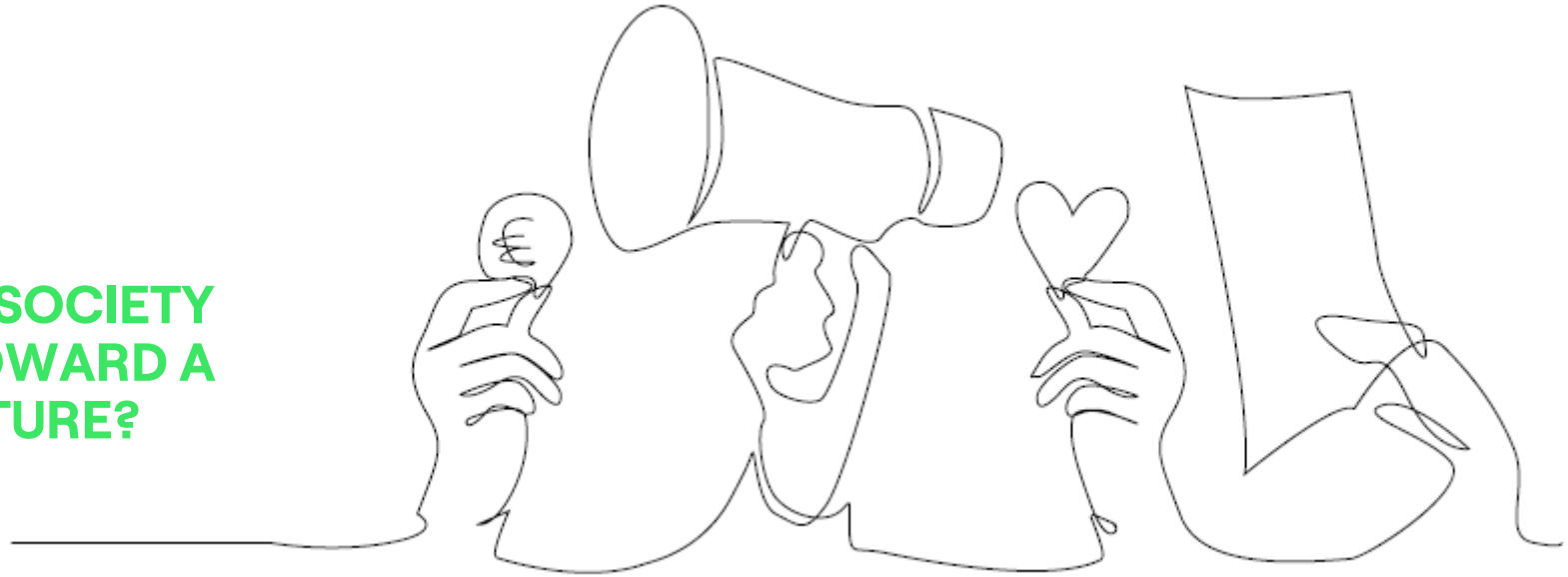
Und noch weniger in die der Wirtschaft



ALLIANZ FOUNDATION

Das Gleiche gilt für die organisierte Zivilgesellschaft

WILL CIVIL SOCIETY LEAD US TOWARD A BETTER FUTURE?



% OF YOUNG ADULTS WHO AGREE WHEN ASKED ABOUT...

ORGANIZED CIVIL SOCIETY	Total	Germany	Greece	Italy	Poland	United Kingdom
NGOs	21	18 21	25	20	24	24
Foundations and philanthropists	14	11 13	30	11	17	17
Religious groups and communities	9	9 11	10	4	8	13

ALLIANZ FOUNDATION

Wer weist den Weg in eine bessere Zukunft?

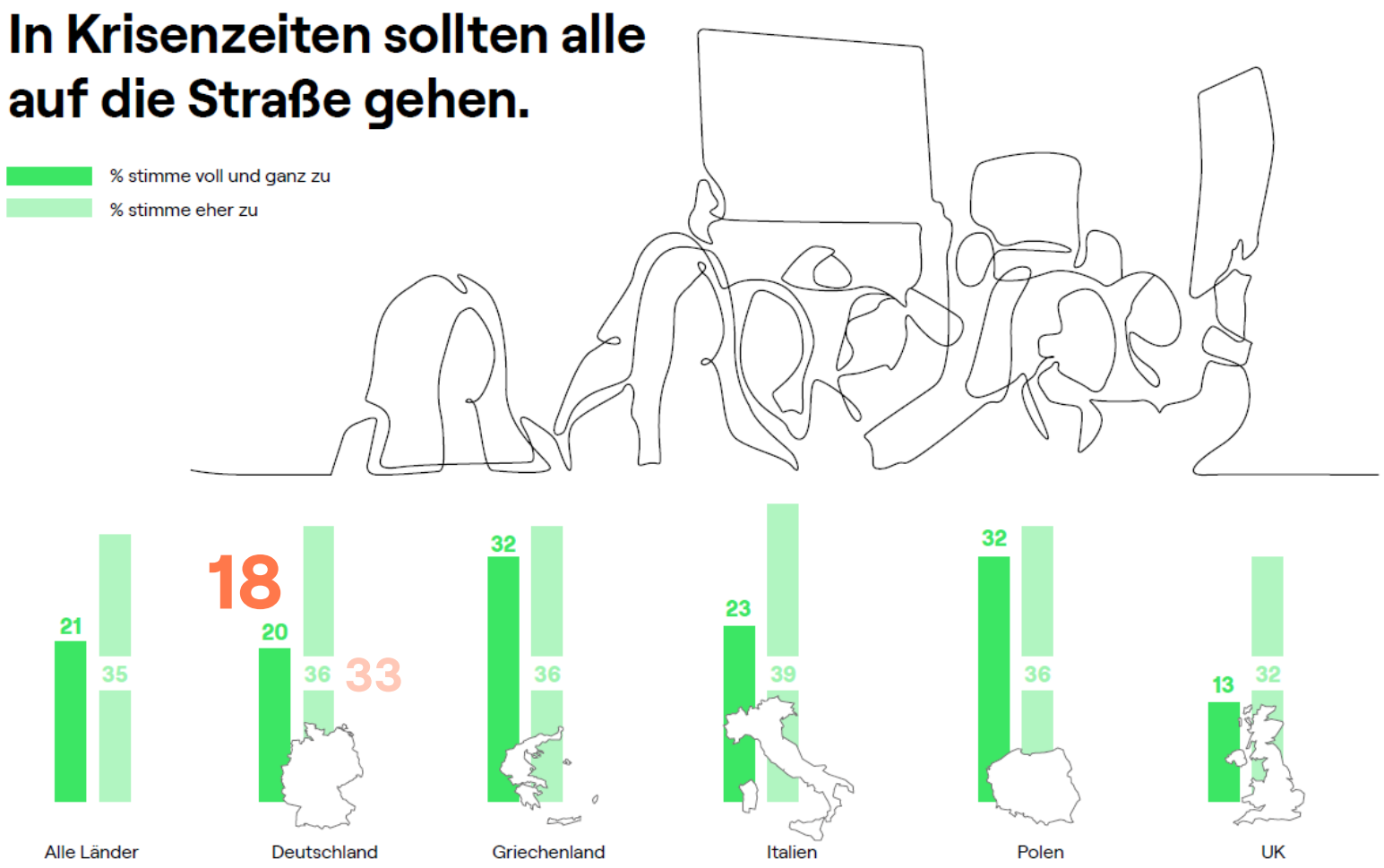
18- bis 24-Jährige

👍 **Influencer**
22%

ALLIANZ FOUNDATION

2
Wie engagieren sich Europas junge Erwachsene für eine lebenswerte Zukunft?

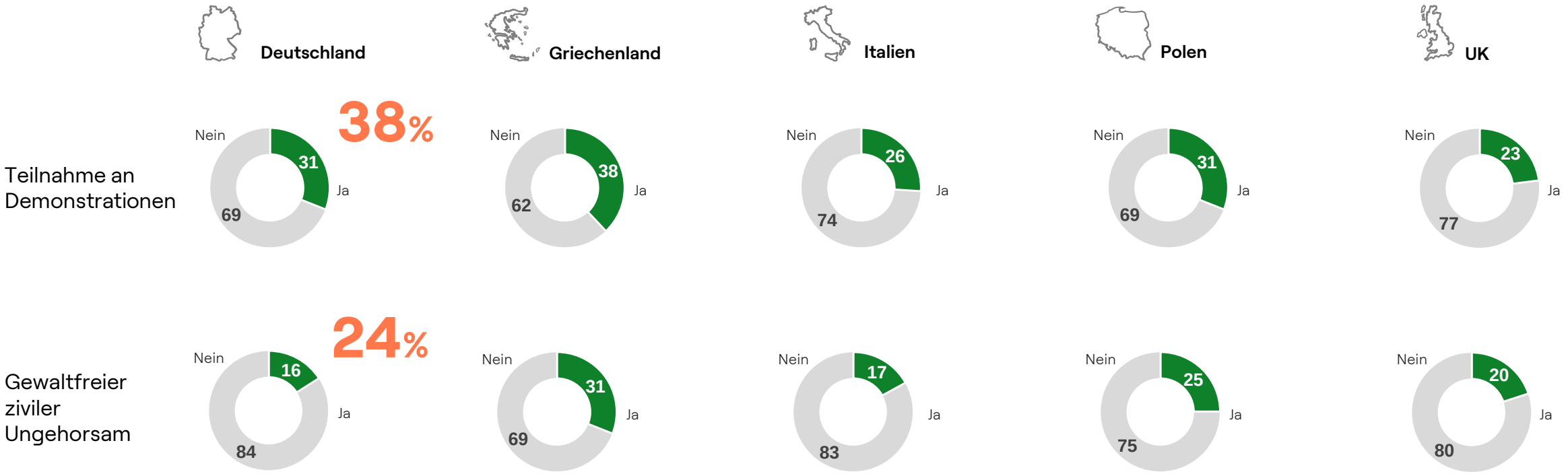
Viele sind dem Protest nicht abgeneigt



Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

Doch der aktive Teil ist deutlich kleiner

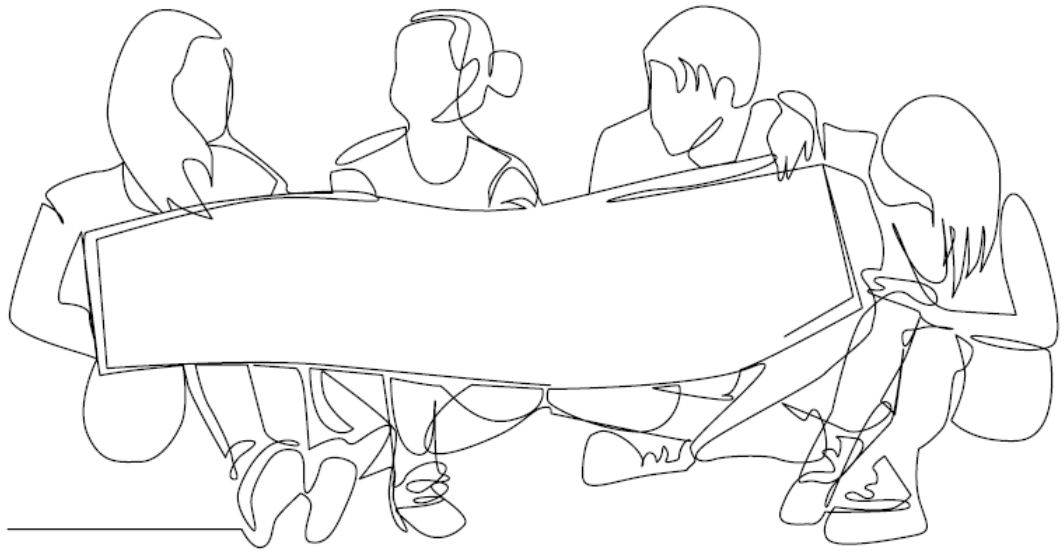


Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

Knapp 50%: Die ‘stille Reserve’ für kollektives Engagement

Wie viele junge Erwachsene in Deutschland sind bereits aktiv? Wie viele haben Interesse?



31% + 26% — **38% + 24%**
Protestaktionen

22% + 29% — **24% + 27%**
Bürgerinitiativen

16% + 20% — **24% + 23%**
Gewaltfreier ziviler Ungehorsam

bereits engagiert
nicht engagiert, aber interessiert

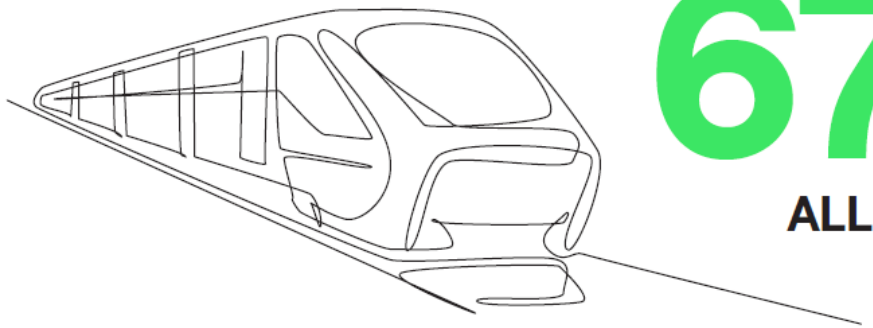
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=2.000, 18-bis-39-jährige Bevölkerung in Deutschland

ALLIANZ FOUNDATION

Demgegenüber: Viel individuelle Verhaltensänderung

Ich habe mein Reiseverhalten verändert.

(z. B. weniger Flugreisen machen)



67%
ALLE LÄNDER

70%
72%
Deutschland

70%
Griechenland

71%
Italien

70%
Polen

60%
UK

Ich habe...

79% 78%
DEUTSCHLAND
meinen Konsum reduziert.
(z. B. weniger Fleisch essen)

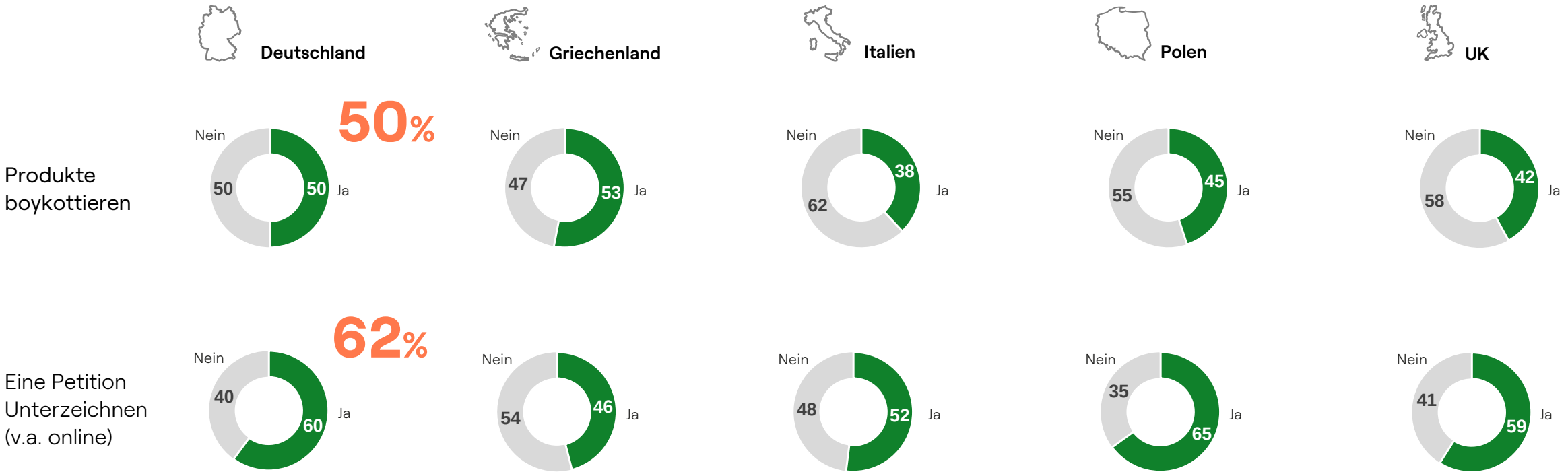
50% 50%
DEUTSCHLAND
umweltschädliche Produkte boykottiert.

65% 68%
DEUTSCHLAND
Geld- oder Sachspenden getätigt.

Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

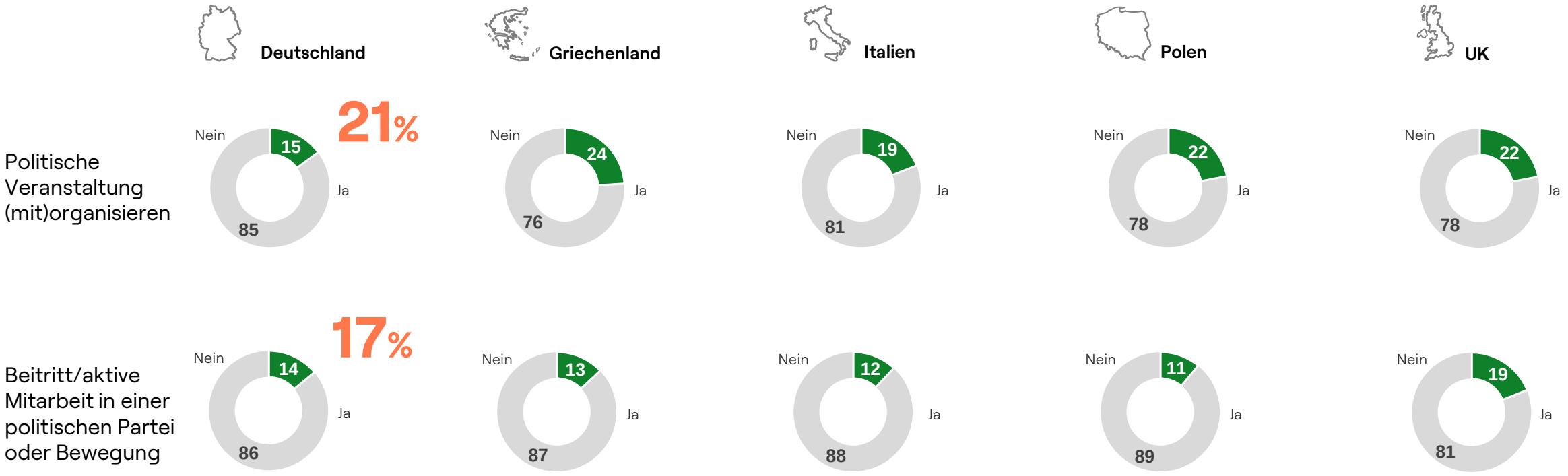
Engagement ist oft individuell & lebensweltnah



Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

Nur wenige engagieren sich in altbewährten politischen Strukturen

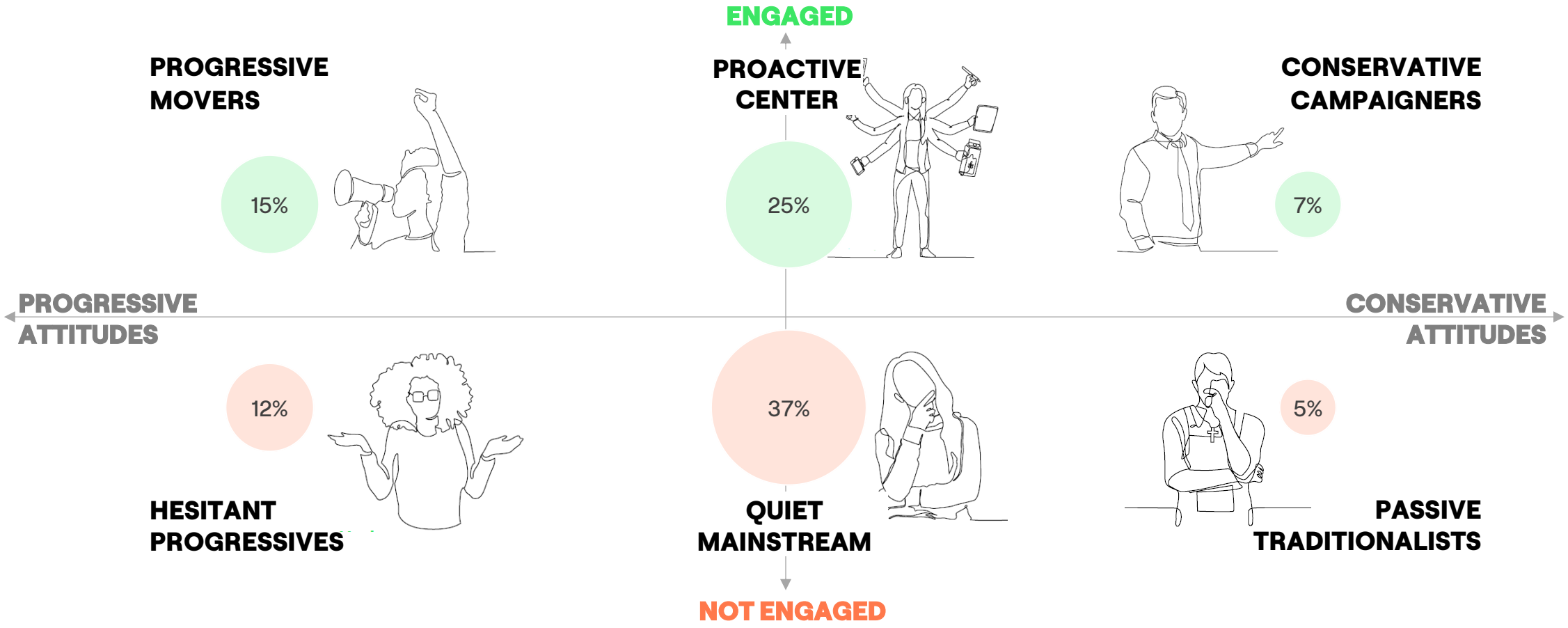


Alle Angaben in %
Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=10.000, 18- bis 39-jährige Bevölkerung

ALLIANZ FOUNDATION

Sechs Engagementtypen

Abgebildet: Prozentanteile in Deutschland



Quelle: Allianz Foundation (2023)
N=2.000, 18-bis-39-jährige Bevölkerung in Deutschland

ALLIANZ FOUNDATION

ALLIANZ FOUNDATION

Diskussion

Eurer Erfahrung nach: Was bringt junge Menschen zum Engagement? Was hält sie davon ab?

Hürden zum Engagement

Abgebildet: Prozentanteile in Deutschland

32% „Keine Zeit.“

30%

32%

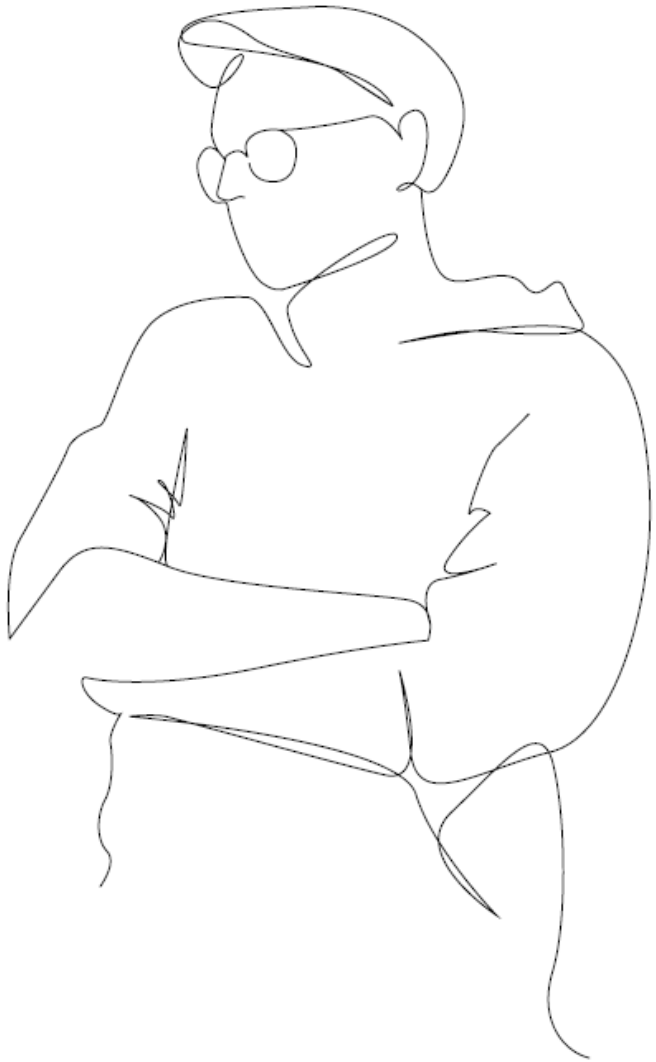
28%

„Keine Ahnung.“

65%

58%

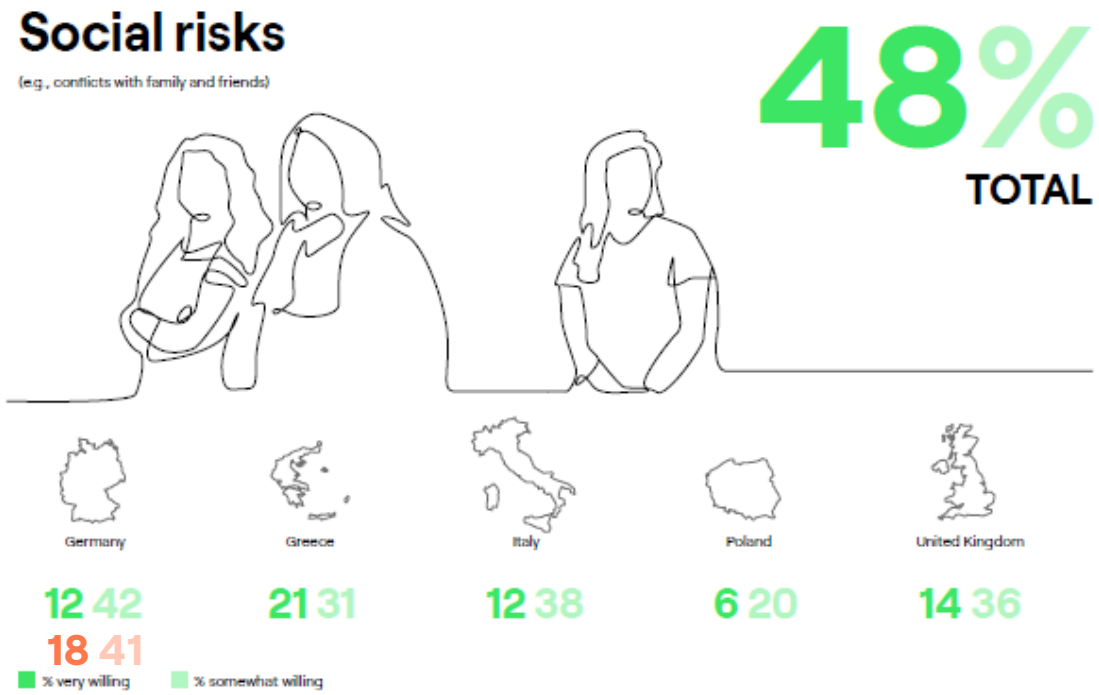
„Könnte riskant sein.“

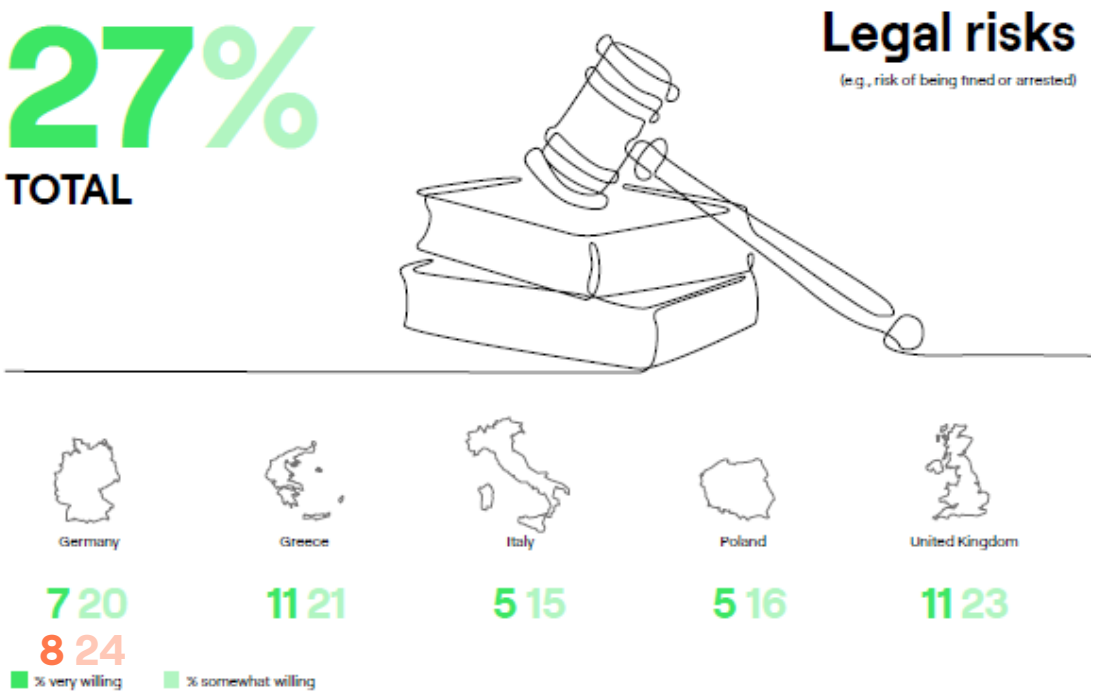


ALLIANZ FOUNDATION

Aber: Risiken schrecken nicht alle ab

Abgebildet: Prozentanteile derjenigen, die sich trotz sozialer und rechtlicher Risiken in Zukunft engagieren wollen.





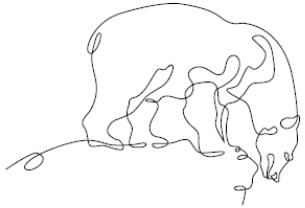
ALLIANZ FOUNDATION

Ausgangslagen für mehr Engagement

Lesehilfe: 60 Prozent derjenigen, die sich stark um Diskriminierung / Rassismus sorgen, sind bereits engagiert.

Climate change

(e.g., extreme weather events like heat waves, climate migration)



68%

OF THOSE ESPECIALLY CONCERNED HAVE ALREADY TAKEN ACTION

60%

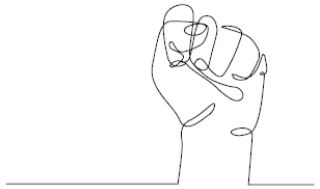
Discrimination and racism

65%

Dangerous diseases

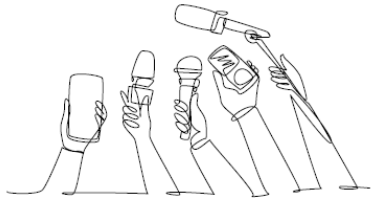
(e.g., COVID-19)

Political extremism



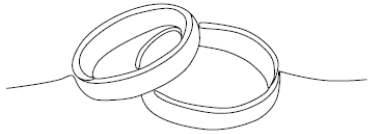
34%

Fake news and media manipulation



51%

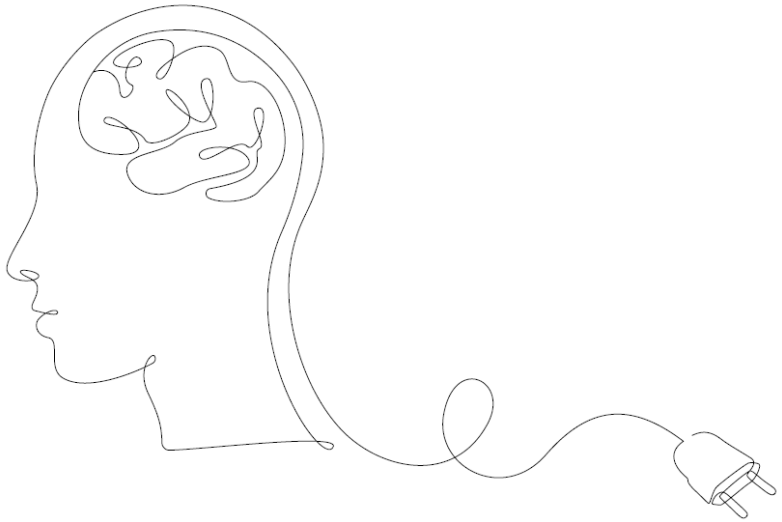
50%



Loss of traditional values

ALLIANZ FOUNDATION

Ausgangslagen für mehr Engagement
Ebenfalls zentral: Lerneffekte und Gemeinschaft

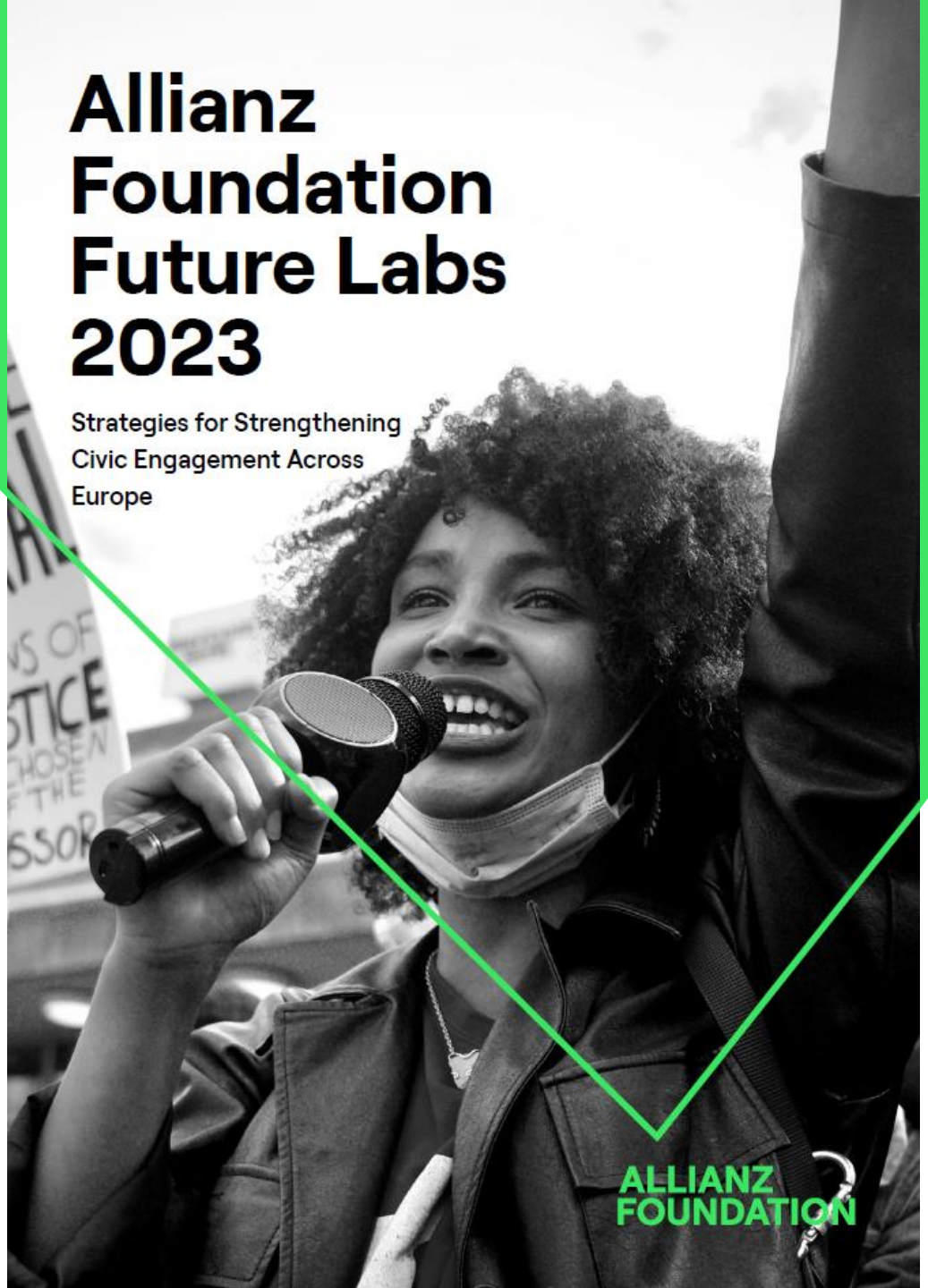


ALLIANZ FOUNDATION

3 Mobilisierungs-erfahrung aus dem europäischen Netzwerk der Allianz Foundation

Allianz Foundation Future Labs 2023

Strategies for Strengthening Civic Engagement Across Europe



ALLIANZ
FOUNDATION

The Future Labs

ALLIANZ
FOUNDATION

Für mehr Sichtbarkeit innerhalb ihrer Zielgruppe sollten soziale Bewegungen…

…zunächst die **Merkmale und Belange ihrer Zielgruppe bis ins Detail verstehen** und auf dieser Basis in die direkte Ansprache gehen.

…auf **klare und allgemein verständliche Botschaften** setzen. Informationsvermittlung und Ansprache sollten stets in einfacher Sprache und möglichst frei von Jargon und Fachausdrücken formuliert werden. Inspirierende Praxisbeispiele und persönliche Geschichten sollten gezielt zum Einsatz kommen.

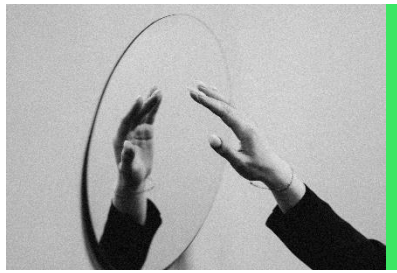
…Krisen als Chance nutzen. Krisenmomente wie das 2023er Erdbeben in der Südtürkei und Nordsyrien können emotional aufrütteln, mitunter sogar lähmen. Sie können aber auch eine Chance bieten, Zielgruppen zu mobilisieren. Siehe die diesjährigen Kundgebungen gegen rechts in Deutschland.

ALLIANZ FOUNDATION

Um ihre Zielgruppe direkt anzusprechen, sollten soziale Bewegungen…

…**die Zielgruppe dort aufsuchen, wo sie sich am ehesten aufhält**. Im Falle der Progressive Movers etwa auf Kundgebungen, in Bildungseinrichtungen oder in bestimmten Foren und Gruppen in den sozialen Medien. Sowie **zunächst sehr kleine und niedrigschwellige Mitwirkungsmöglichkeiten aufzeigen.**

…Spaß am Engagement vermitteln, zum Beispiel durch die Zusammenarbeit mit Kunst- und Kulturschaffenden, Biennalen, Festivals etc.



…der Zielgruppe proaktiv zeigen, dass ihr Handeln einen Unterschied macht. Selbst kleine Erfolge sollten gebührend gefeiert werden.

Diejenigen, die sich bereits engagieren, sollen ‚bei der Stange' gehalten werden, indem Führungsfiguren in sozialen Bewegung…

…voranschreiten – und gleichzeitig loslassen.

Andere zum Weitermachen zu ermutigen ist nicht nur eine Frage der Skalierung, sondern auch eine der langfristigen Lastenteilung.

…mentale Gesundheit priorisieren.

Führungsfiguren in sozialen Bewegungen sind angehalten, die dahingehende Resilienz ihrer Teams und ihrer aktiven Basis zu verbessern.

Plus: vieles steht und fällt mit wirksamer Vernetzung!

Anstatt übermäßig in die Gewinnung immer neuer Zielgruppen in Eigenregie zu investieren, sollten bestehende Netzwerkkontakte zu ‚echten' **Vertrauensnetzwerken** ausgebaut werden, um darüber Zugang zu entsprechenden Zielgruppen zu erhalten.

ALLIANZ FOUNDATION

Diskussion

Welche Daten und Informationen wären für eure Arbeit mit jungen Menschen besonders hilfreich?

Danke

Dr. Simon Morris-Lange
Head of Research
simon.morris-lange@allianzfoundation.org

ALLIANZ
FOUNDATION