



Klimajugend vs. Sofajugend

Jugendliche finden Relevanz und Identifikationsanker in Klimafrage –
Auswirkung auf politisches Engagement teilweise sichtbar

Projektteam

Cloé Jans: Leiterin operatives Geschäft

Lukas Golder: Co-Leiter

Katrin Wattenhofer: Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Laura Salathe: Wissenschaftliche Mitarbeiterin

Daniel Bohn: Projektmitarbeiter

Publikation: 11.04.2020, Sperrfrist bis zum Publikationstermin

Inhaltsverzeichnis

1	EINLEITUNG	4
1.1	Mandat und Ausgangslage.....	4
1.2	Stichprobe	5
2	BEFUNDE	8
2.1	Politisches Interesse und Relevanz der Politik.....	8
3	INFORMATIONSKANÄLE	11
4	POLITISCHES ENGAGEMENT	17
5	WAHLEN 2019	22
6	POLITISCHE BILDUNG	26
7	SYNTHESE	30
8	ANHANG	31
8.1	gfs.bern-Team.....	31
8.2	Team easyvote.....	33

1 Einleitung

1.1 Mandat und Ausgangslage

Der easyvote-Politikmonitor ist eine jährlich angelegte Befragung bei Schüler*innen der Sekundarstufe II. Im Auftrag des Dachverbands Schweizer Jugendparlamente (DSJ) wurden so 2019 zum fünften Mal über 1000 15- bis 25-Jährige zu ihren Präferenzen, Partizipationsformen und Haltungen im Zusammenhang mit Politik befragt.¹ Nebst Informationen über die Einschätzungen Junger zur Politik und aktuellen Ereignissen wie dem Klimastreik werden so auch wichtige Hinweise über die Arbeit von easyvote erhoben. Ziel ist es, sowohl die Produkte und Tätigkeiten von easyvote (Output) als auch die Wirkung der konkreten Kampagnen (Outcome) entlang der im easyvote-Modell definierten Faktoren zu evaluieren. Der Dachverband Schweizer Jugendparlamente (DSJ) verfolgt das Ziel, die Beteiligung junger Bürger*innen am politischen Prozess der Schweiz zu erhöhen. Zu diesem Zweck wurde gfs.bern 2014 mit der Durchführung einer Planungsstudie beauftragt, in deren Rahmen Schüler*innen repräsentativ für die gesamte Schweiz befragt wurden. Auf Basis der Resultate der Studie empfahl gfs.bern eine Reihe von Massnahmen als mögliche Ansätze für eine easyvote-Kampagne. Diese Empfehlungen flossen dann in die Gestaltung des easyvote-Modells zur Steigerung der formellen politischen Partizipation ein.

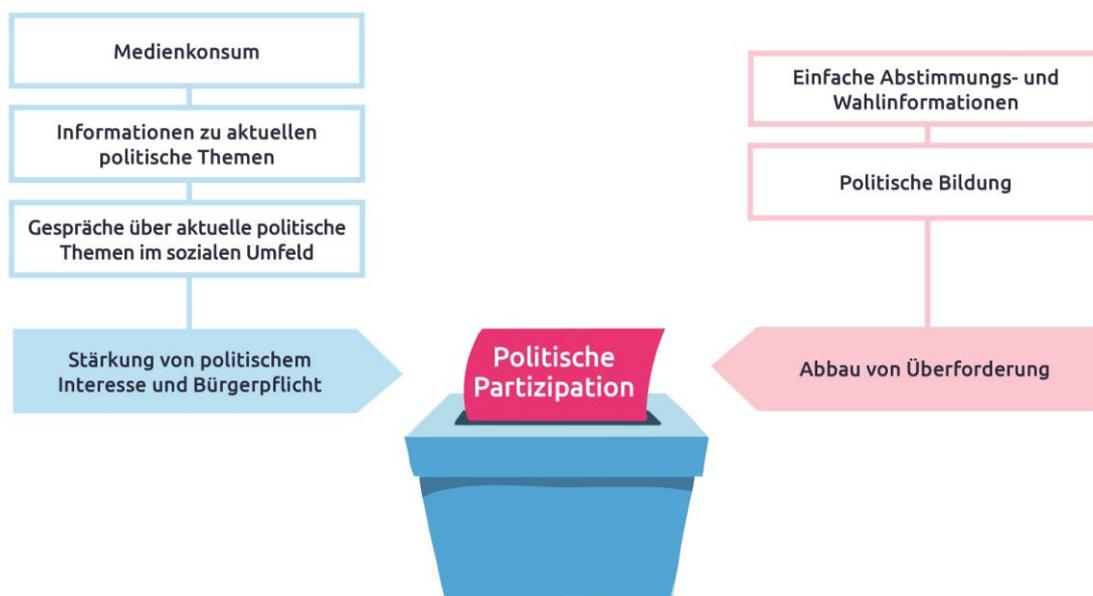


Das easyvote-Modell zur Steigerung der formellen politischen Partizipation identifiziert zwei Faktoren, die sich entscheidend auf die Beteiligungsbereitschaft auswirken.

Gemäss diesem Modell (vgl. Grafik 1 unten) gibt es insbesondere **ZWEI FAKTOREN**, welche die politische Partizipation entscheidend beeinflussen: Einerseits wirken sich ein erhöhtes politisches **INTERESSE** und das Gefühl, die Teilhabe am demokratischen Prozess sei eine **BÜRGERPFLICHT**, positiv auf die politische Partizipation aus. Andererseits wirkt sich die oft vorhandene **ÜBERFORDERUNG** mit der Entscheidungsfindung negativ auf die Teilnahme junger Erwachsener an Wahlen oder Abstimmungen aus. Mittels der Förderung von Gesprächen, politischer Bildung sowie der Verbreitung von einfachen und neutralen Informationen zu Abstimmungen und Wahlen möchte easyvote auf eine erhöhte Teilhabe junger Erwachsener zwischen 15 und 25 Jahren am politischen Prozess hinwirken.

¹ Befragung in den Jahren 2014, 2016, 2017, 2018 und 2019. 2015 wurde keine Befragung durchgeführt.

Grafik 1



1.2 Stichprobe

Die Basis für die Ziehung der einzelnen, zur Befragung eingeladenen Schulen bildet die offizielle Adressliste der Bildungsinstitutionen (Sekundarstufe II) des Bundesamtes für Statistik aus dem Bildungsjahr 2018/2019.

Um möglichst aussagekräftige Resultate zu erhalten, wurden gewisse regionale Schwerpunkte festgelegt, in denen eine minimale Anzahl Schulen befragt werden mussten. Es sind dies die folgenden Regionen respektive Schwerpunkte: Tessin (mind. 2), Aargau (mind. 2), Zürich (mind. 3) und Innerschweiz (mind. 1). Die übrigen 17 zu befragenden Schulen wurden nach dem Verteilschlüssel des Anteils Schüler*innen pro Kanton festgelegt. Dieser stellt unter anderem auch sicher, dass genügend Schulen in der Romandie befragt wurden.

Alle Schulen wurden zufällig pro Kanton gezogen, wobei 11 Schulen (zufällig) aus der Liste der teilnehmenden Schulen von 2018 gezogen wurden. Wollte sich eine Schule nicht an der Befragung beteiligen, wurde aus der Liste der Schulen mit demselben Profil (im selben Kanton) zufällig eine Ersatzschule gezogen. Während gfs.bern die Ziehung der Schulen und die Programmierung des Fragebogens vornahm, erfolgte die Kontaktierung und Organisation der Befragung durch easyvote. Die Resultate der insgesamt 1470 Befragten wurden in einem fünfstufigen Verfahren gewichtet:

1. **Gewichtung:** In einem ersten Schritt wurde die Stichprobe nach der sprachregionalen Verteilung der Wohnbevölkerung (15- bis 20-Jährige) aufgeschlüsselt und nach Geschlecht gewichtet.
2. **Gewichtung:** Die Basis für den zweiten Gewichtungsschritt stellt die Verteilung der Schüler*innen pro Kanton nach Gymnasium respektive Berufsschule dar. Die Gewichtungen 1 und 2 wurden vierfach wiederholt, um Randverteilungseffekte zu minimieren.

3. **Gewichtung:** Weiter wurde, sofern die Informationen vorlagen, innerhalb der Berufsschulen nach gewerblicher und kaufmännischer Schule unterschieden und gewichtet.
4. **Gewichtung:** Um sprachregionale Effekte beim Schultypus zu vermeiden, wurden Gymnasien respektive Berufsschulen nach Sprachregion gewichtet.
5. **Gewichtung:** Final wurde die Verteilung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (15- bis 20-Jährige) aufgeschlüsselt nach Geschlecht korrigiert, um durch vorangehende Gewichtungsschritte entstandene sprachregionale Verzerrungen zu korrigieren.

Die Zielgruppe von easyvote umfasst alle jungen Erwachsenen zwischen 15 und 25 Jahren. Mit 15 Jahren ist man zwar noch drei Jahre von der ersten offiziellen Abstimmungs- oder Wahlteilnahme entfernt, allerdings ist es aber auch das Alter, in dem ein Grossteil der jungen Erwachsenen in der Schweiz in die Sekundarstufe II eintritt. Sie werden dann in diesem Umfeld von Kindern zu mündigen Bürger*innen heranwachsen und ausgebildet. In der Planungsstudie 2014 stand die Befragung von Erstwähler*innen (16- bis 21-Jährige) im Vordergrund. Der vorliegende easyvote-Politikmonitor geht jedoch über das damalige Ziel einer Kampagnenplanungsstudie hinaus und will auch die Motive und Haltungen von jungen Erwachsenen im Zusammenhang mit der politischen Partizipation erheben. Zudem sollen die Instrumente von easyvote evaluiert werden. Um den easyvote-Politikmonitor möglichst aussagekräftig für die anvisierte Zielgruppe zu machen, wurde demnach beschlossen, die Stichprobe 2016 auf die 15- bis 25-Jährigen einzugrenzen. Dies gilt auch für die Befragung vom Oktober/November 2018. Da jedoch der Anteil der über 20-Jährigen, die sich in ihrer Ausbildung auf Sekundarstufe II befinden, gering ist, wurde in diesem Alterssegment nicht entlang der realen Verteilung in der Bevölkerung gewichtet.

Tabelle 1: Methodische Details

Auftraggeber	Programm easyvote, Dachverband Schweizer Jugendparlamente
Grundgesamtheit	15- bis 25-Jährige mit Wohnsitz in der Schweiz
Datenerhebung	online
Art der Stichprobenziehung	Klumpenauswahl (Zufallsauswahl der Schulen, Auswahl der Klassen, Befragung aller Schüler*innen der betreffenden Klassen)
Schichtung	nach ausgewählten Kantonen
Befragungszeitraum	24.10.–22.11.2019
Stichprobengrösse	Total Befragte CH N = 1470, n DCH 990, n FCH 404; n ICH 76
Stichprobenfehler	±2.4 Prozentpunkte bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit
Quotenmerkmale	Kanton und Schultyp
Gewichtungsverfahren	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ständige Wohnbevölkerung (15 bis 25 Jahre) als Basis für eine Gewichtung nach Alter/Geschlecht interlocked nach Sprachregion 2. Schultyp nach Kanton interlocked <p>Schritt 1 und 2 durch Randgewichtung in vierfachem Loop.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Detaillierter Schultyp nach Kanton (BE, ZH, VD) interlocked 4. Schultyp nach Sprachregion interlocked 5. Anzahl Schüler*innen nach Kanton 6. Ständige Wohnbevölkerung (15 bis 25 Jahre) als Basis für eine Gewichtung nach Alter/Geschlecht nur DCH 7. Schultyp nach Sprachregion interlocked
Befragungsdauer	Mittelwert 17 Minuten 49 Sekunden

©gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019

2 Befunde

2.1 Politisches Interesse und Relevanz der Politik

Während Individualismus und Selbstverwirklichung lange Zeit die primären Leit motive der Jugend dargestellt haben, orientiert sich die heutige Generation eher am Mainstream, an einem Wunsch nach Sicherheit und an einer gewissen Nähe zum Konventionellen. Der Umstand, in einer Zeit sozialisiert worden zu sein, in der die Welt scheinbar unübersichtlicher und unsicherer wird, hinterlässt bei den Bedürfnissen von Jungen Spuren. Bereits seit längerem war von der "apolitischen" Jugend die Rede und davon, dass "Schein" im Zeitalter von Social Media wichtiger ist als "Sein". Seit die Klimastreiks vor etwas mehr als einem Jahr begonnen haben, hat sich diese Diskussion fundamental verändert. Stattdessen wird darüber gestaunt, wie die Jugend die mediale und politische Agenda prägt und es geschafft hat, mit dem Klimawandel ein Thema zur ersten Priorität zu machen, das über Jahrzehnte als unvermittelbar galt.

Tatsächlich gibt eine Mehrheit von 54 Prozent aller befragten Schüler*innen an, dass der **KLIMAWANDEL** ein politisches Themengebiet ist, das sie persönlich interessiert. Damit steht die Umweltfrage eindeutig an erster Stelle. Im Vergleich zum letzten Befragungsjahr hat dieses Interesse der Jungen innerhalb des letzten Jahres weiter stark zugenommen.



Die Klimastreiks sind also nicht nur ein politischer Impuls, der von der Jugend ausgeht und in die Gesellschaft ausstrahlt, sondern führen sie auch zu einer weiteren Politisierung der Jugend.

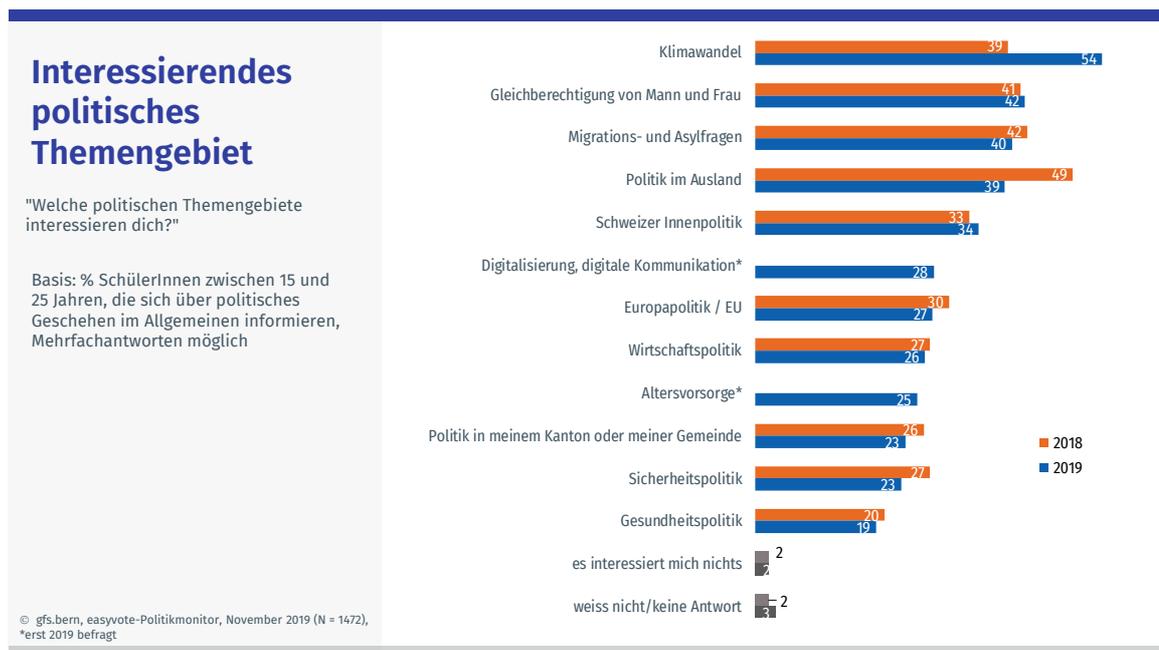
An zweiter Stelle steht das Interesse an der **GLEICHBERECHTIGUNG VON MANN UND FRAU**, dem zweiten Thema, das im letzten Jahr die Massen auf der Strasse bewegt hat. Im Vergleich zur Klimafrage ist in diesem Themenbereich jedoch trotz Frauenstreik kein Anstieg im Interesse der jungen Schweizer*innen zu verzeichnen. Dasselbe gilt für Migrations- und Asylfragen.

Deutlich eingebrochen ist das Interesse an **POLITIK IM AUSLAND**, das 2019 noch an erster Stelle stand. Die Befragungen der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass die befragten Schüler*innen politische Events im Ausland sehr wohl wahrnehmen und nichts wurde so oft als prägendes Ereignis genannt wie die Wahl und Präsidentschaft von Donald Trump. Die Kombination aus Klima- und Frauenstreik mit eidgenössischem Wahljahr hat die Aufmerksamkeit offensichtlich wieder etwas mehr nach innen verschoben.



Trotz dem Umstand, dass die Klimafrage das Verhältnis der Jugend zur Politik im letzten Jahr aufgemischt hat, wird ersichtlich, dass das Interesse an allen anderen Themen stagniert oder aber eher abnimmt. Das sinkende Interesse von jungen Schweizer*innen an politischen Fragen ist somit ebenfalls Teil der aktuellen Realität.

Grafik 2



Innerhalb unterschiedlicher Gruppen von Schüler*innen gibt es zuweilen beträchtliche Unterschiede im Interesse an politischen Themen. Einige Beispiele:

- In der Romandie ist das Interesse am Thema Gleichberechtigung deutlich höher als im Rest der Schweiz, dasselbe gilt für die Europapolitik. Dagegen interessiert sich kaum ein*e Schüler*in aus der Romandie für Gesundheitspolitik.
- Im Tessin stösst der Klimawandel auf deutlich weniger Interesse als Migrations- und Asylfragen.
- In der Deutschschweiz ist der Anteil junger Schweizer*innen, der sich für das Thema Digitalisierung und digitale Kommunikation interessiert, rund dreimal so hoch wie im Rest des Landes.
- Junge Frauen interessieren sich dreimal so häufig für das Thema Gleichberechtigung wie Männer. Auch der Klimawandel und Migrationsfragen interessieren Schülerinnen mehr als Schüler.
- Junge Männer interessieren sich deutlich mehr für Wirtschaftspolitik und für Digitalisierung als junge Frauen.
- Befragte in Berufsschulen finden Schweizer Innenpolitik und das Thema Altersvorsorge spannender als Maturand*innen, während sich letztere dafür viel mehr für Politik im Ausland und Gleichstellung interessieren.

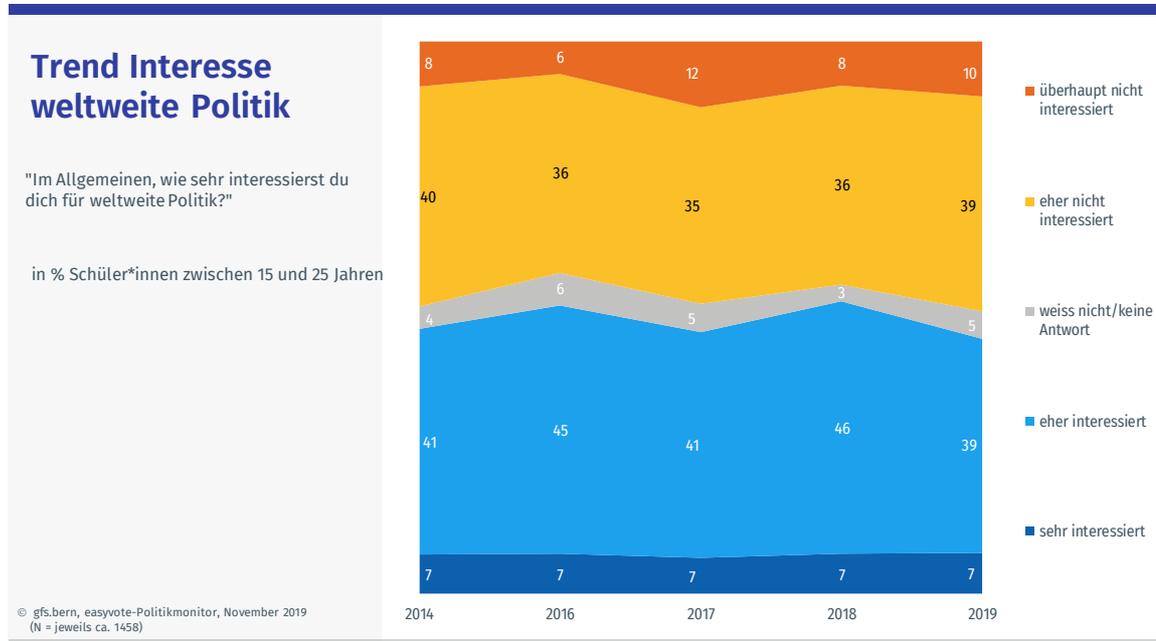
Tabelle 2: Interesse an politischen Themen nach Untergruppen

	Geschlecht		Sprachregion			Schultyp	
	Mann	Frau	Deutsch	Französisch	Italienisch	Berufsschule	Maturität
Politik im Ausland	42	35	41	39	11	35	48
Schweizer Innenpolitik	35	34	33	43	8	36	29
Europapolitik / EU	33	22	25	33	25	25	35
Migrations- und Asylfragen	33	46	38	41	59	37	47
Gleichberechtigung von Mann und Frau	23	63	37	55	36	38	51
Gesundheitspolitik	10	28	22	4	42	18	22
Politik in meinem Kanton oder in meiner Gemeinde	24	21	21	30	25	23	23
Sicherheitspolitik	24	21	26	12	28	23	23
Wirtschaftspolitik	32	20	26	28	22	26	28
Digitalisierung, digitale Kommunikation	34	21	35	12	12	28	26
Altersvorsorge	19	31	27	23	11	28	17
Klimawandel	49	59	55	52	45	50	65
weiss nicht/keine Antwort	3	4	3	3	6	3	2
es interessiert mich nichts	3	2	1	4	0	2	1

©gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019

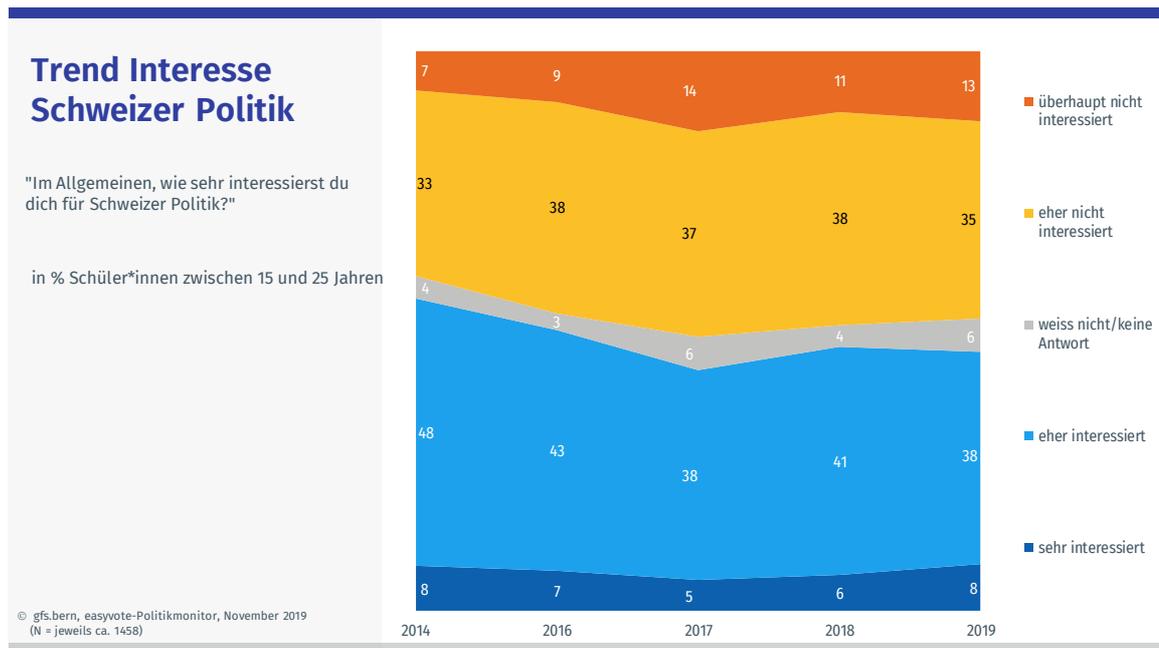
Im Allgemeinen interessiert sich knapp die Hälfte der befragten Schüler*innen sehr oder eher für weltweite Politik (46%). Dieser Anteil schwankt leicht über die fünf Befragungsjahre, bleibt aber ungefähr in derselben Grössenordnung.

Grafik 3



Das generelle Interesse an Schweizer Politik auf der anderen Seite hat zwischen 2014 und 2017 deutlich abgenommen, sich seither aber stabilisiert.

Grafik 4



3 Informationskanäle

Die Befragung zum easyvote-Politmonitor fand unmittelbar nach den eidgenössischen Wahlen 2019 statt: Gewählt wurde am 20. Oktober, Befragungsbeginn war der 24. Oktober. Die Wahlen waren demnach eine gute Gelegenheit, um die Schüler*innen zu ihrem Informationsverhalten im Zusammenhang mit politischen Ereignissen zu befragen.

Ein grosser Teil der politischen Sozialisation geschieht im engsten familiären Umfeld einer Person. Dementsprechend zählten die eigenen Eltern auch zu den wichtigsten Anlaufstellen für Informationen zu den Wahlen. Im Vergleich zu den bisherigen Befragungsjahren erreicht dieser "Informationskanal" 2019 einen neuen Höchstwert: Rund ein Drittel der Befragten gibt an, sich Informationen bei den eigenen Eltern geholt zu haben.

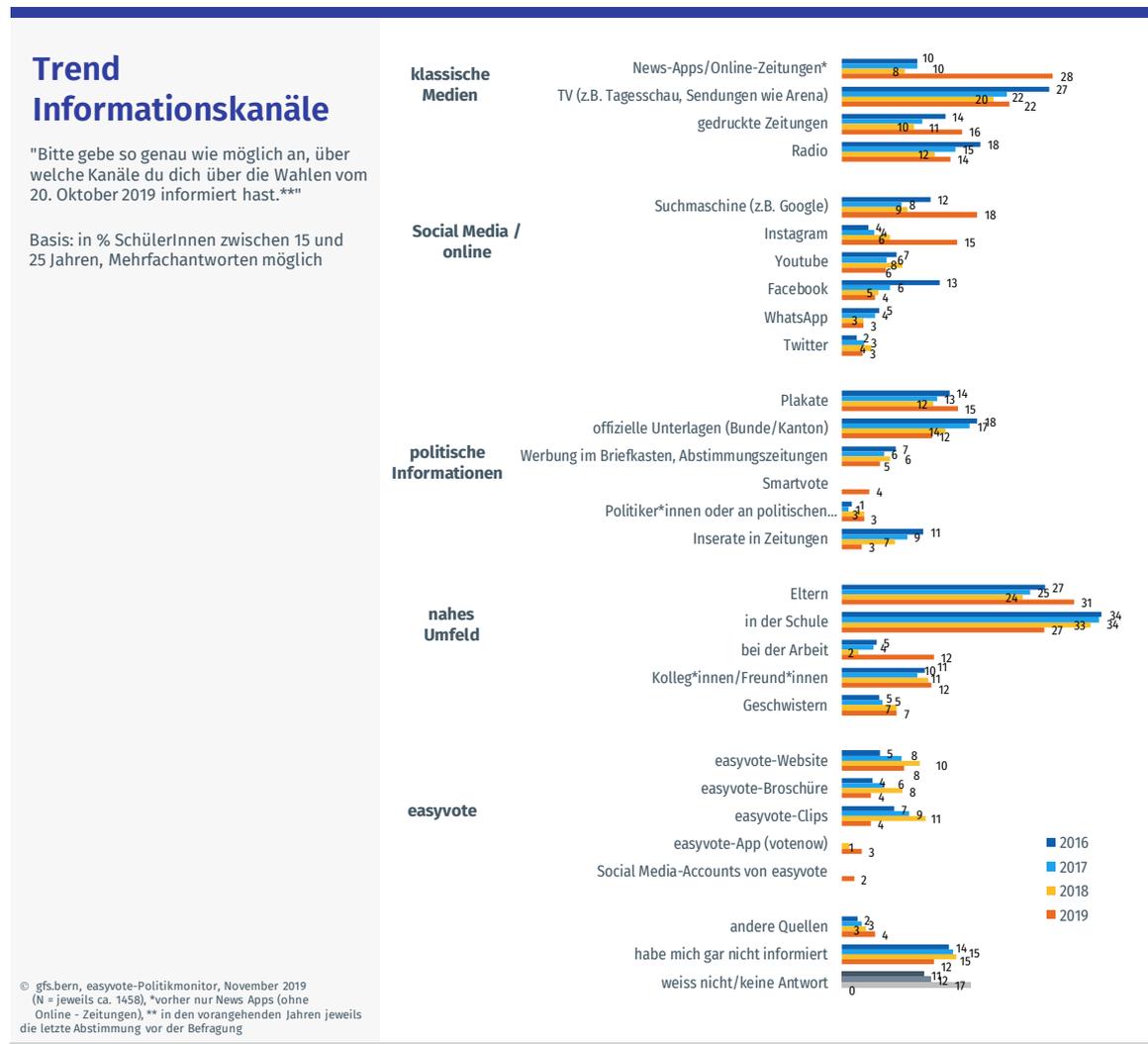
An zweiter Stelle folgen News-Apps und Online-Zeitungen, die offensichtlich wichtiger waren als die Schule (Platz 3). Im Vergleich zu vorangehenden Befragungswellen ist der Arbeitsplatz für die Wahlen 2019 eine wichtige Informationsquelle. Spannend ist, dass das restliche enge Umfeld, das über die Eltern hinausgeht, deutlich weniger im Vordergrund stand: Nur ungefähr jede*r zehnte Schüler*in informierte sich bei Freunden und Kolleg*innen (12%) und noch weniger bei den eigenen Geschwistern (7%).



Oder etwas anders gesagt: Die Suchmaschine ist als Informationskanal offensichtlich mehr als doppelt so wichtig wie der eigene Bruder oder die eigene Schwester.

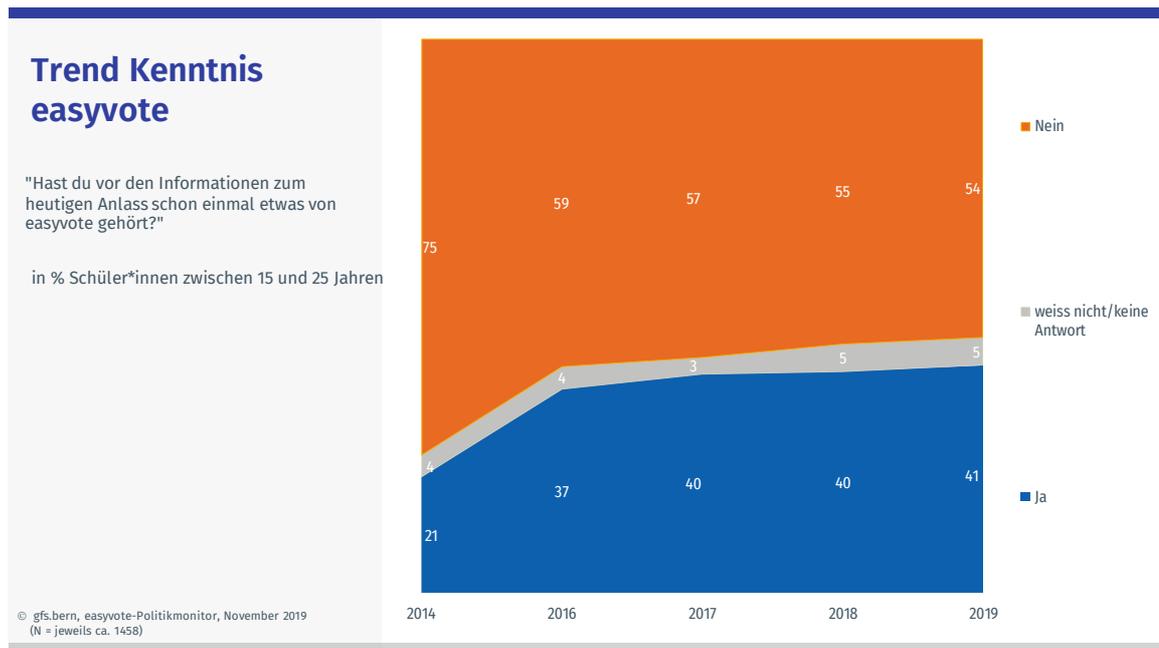
Im Bereich der Social Media macht sich eine klare Verschiebung weg von Facebook und hin zu Instagram bemerkbar. Die offiziellen Unterlagen von Bund und Kantonen ("Bundesbüchlein") als Informationsquelle verlieren über die Jahre eher an Wichtigkeit.

Grafik 5



Die Angebote von easyvote (Website, Broschüre, Clips, App und die Social Media Accounts) wurden von zwischen 8 Prozent (Website) und 2 Prozent (Social Media Accounts) der Schüler*innen als Informationskanäle verwendet. Insgesamt dürften die Angebote von easyvote bei Abstimmungen besser bekannt sein als bei Wahlen, was insbesondere am Jahresverlauf der Anzahl Personen zu sehen ist, welche Clips oder Broschüren nutzen. Die Kenntnis von easyvote insgesamt nimmt über die Jahre ebenfalls ganz leicht, aber stetig, zu.

Grafik 6



Von allen genutzten Informationsquellen werden nicht alle als gleich verständlich eingeschätzt. Während Politiker*innen oder politische Veranstaltungen zwar nicht von vielen als Informationskanäle genutzt werden, empfinden die Personen, die dies tun, sie als besonders verständlich. Dasselbe gilt im Grossen und Ganzen für die easyvote-Angebote. Fast alle Informationsquellen von easyvote werden als sehr verständlich angesehen. Social Media-Kanäle oder auch explizite Kampagnen-Unterlagen wie Plakate, Inserate oder Briefkasten-Werbung werden dagegen als weniger verständlich eingeschätzt.



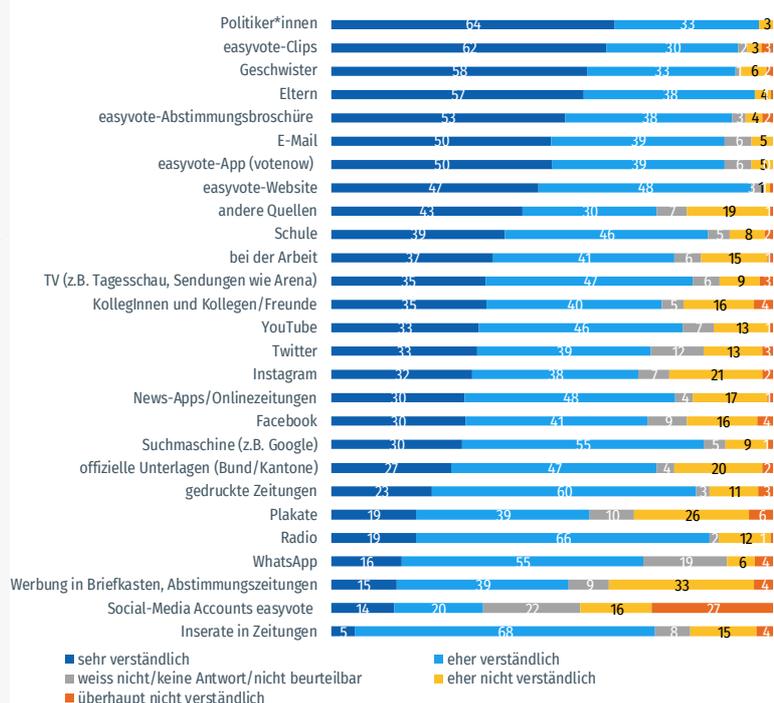
Alle vier Angebote von easyvote befinden sich unter den Top 10 der verständlichsten Informationsquellen.

Grafik 7

Verständlichkeit Informationsquellen

"Wie verständlich waren für dich die Informationsquellen, um dir deine eigene Meinung zu bilden?"

in % Schüler*innen zwischen 15 und 25 Jahren, welche mindestens eine Quelle genutzt und jeweilige Quelle genannt haben



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019
(n variabel zwischen 17 und 513)

Der sich langsam vollziehende Medienwandel weg von klassischen Medien hin zu "on-demand"-Medien, die ständig abrufbar News liefern und gezielten individuellen Präferenzen entsprechen, verändert auch das Informationsverhalten der Gesellschaft. Während die Vielfalt an Blogs, Kanälen, Zeitungen und Feeds eine Bereicherung sein kann, fällt häufig das "kuratierende" Element von Qualitätsmedien weg. Die Frage, was Fake News und was Real News sind, muss plötzlich jede Person für sich selber beantworten, statt dass dies die Aufgabe von Journalist*innen ist. Der "Trade-Off" zwischen mehr Informationsmöglichkeiten und weniger Klarheit über den Wahrheitsgehalt dieser Informationen wird von einer Mehrheit der Bevölkerung als negativ beurteilt.²

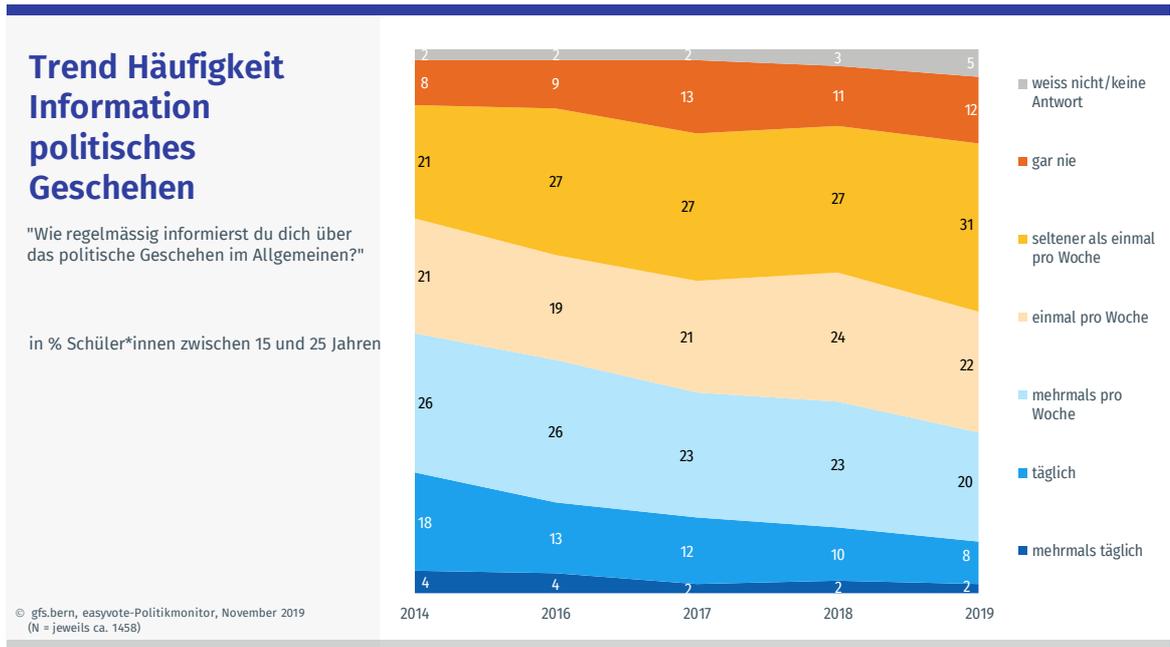


Insgesamt ist von zunehmender "News-Deprivation"³ die Rede, die besonders bei Jungen ausgeprägt ist. Die Ergebnisse des diesjährigen easyvote-Politikmonitors bestätigen diesen Trend weitgehend. Sogar in der relativ kurzen Zeitspanne seit 2014 macht sich eine Entwicklung hin zu einer geringeren Informationshäufigkeit bemerkbar.

² Siehe dazu auch Credit Suisse Fortschrittsbarometer 2020. Online: <https://cockpit.gfsbern.ch/de/cockpit/credit-suisse-progress-barometer-2019-globale-perspektive/>

³ Unter "News-Deprivierten" wird jener Teil der Bevölkerung verstanden, der durch einen weit unterdurchschnittlichen Nachrichtenkonsum auffällt.

Grafik 8

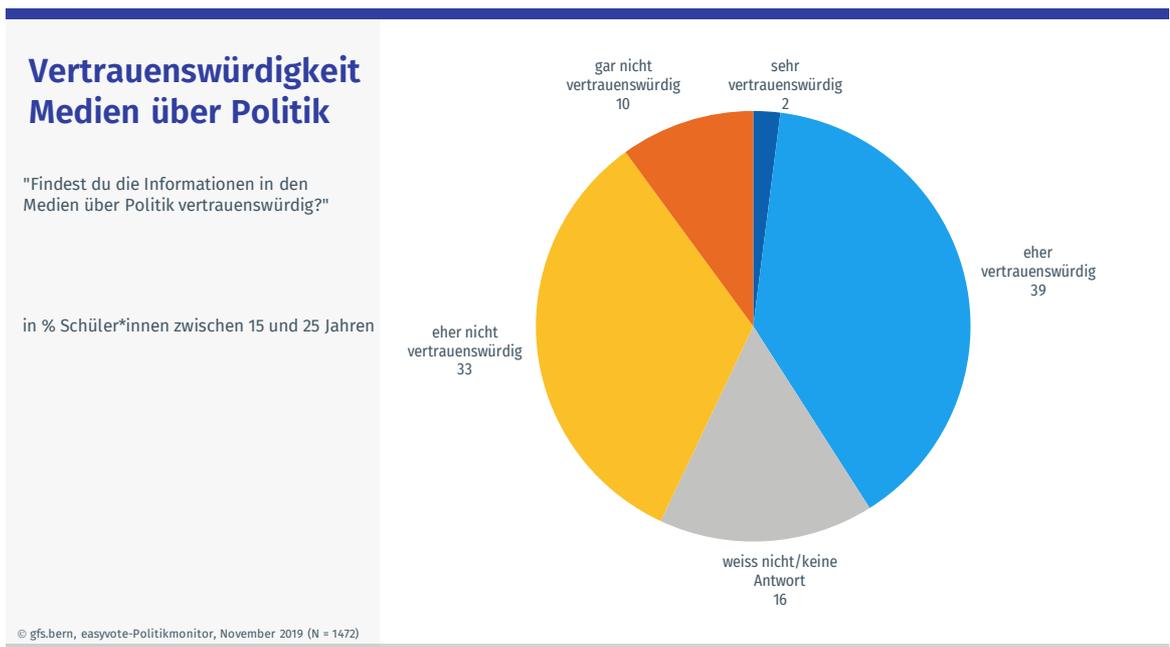


Der schwere Stand der Medien in der Bevölkerung zeigt sich auch am Vertrauen, das ihnen in der Bevölkerung im Zusammenhang mit politischer Berichterstattung entgegengebracht wird. Eine (wenn auch nur relative) Mehrheit von 43 Prozent der befragten Schüler*innen gibt an, Medien gar oder eher nicht als vertrauenswürdig zu empfinden. Dagegen haben 41 Prozent eher oder sehr hohes Vertrauen.



Besonders deutlich ist der Unterschied im Vertrauen gegenüber Medien zwischen Schüler*innen in Berufsschulen (37% sehr/eher vertrauenswürdig) vs. Schüler*innen in Gymnasien (50% sehr/eher vertrauenswürdig).

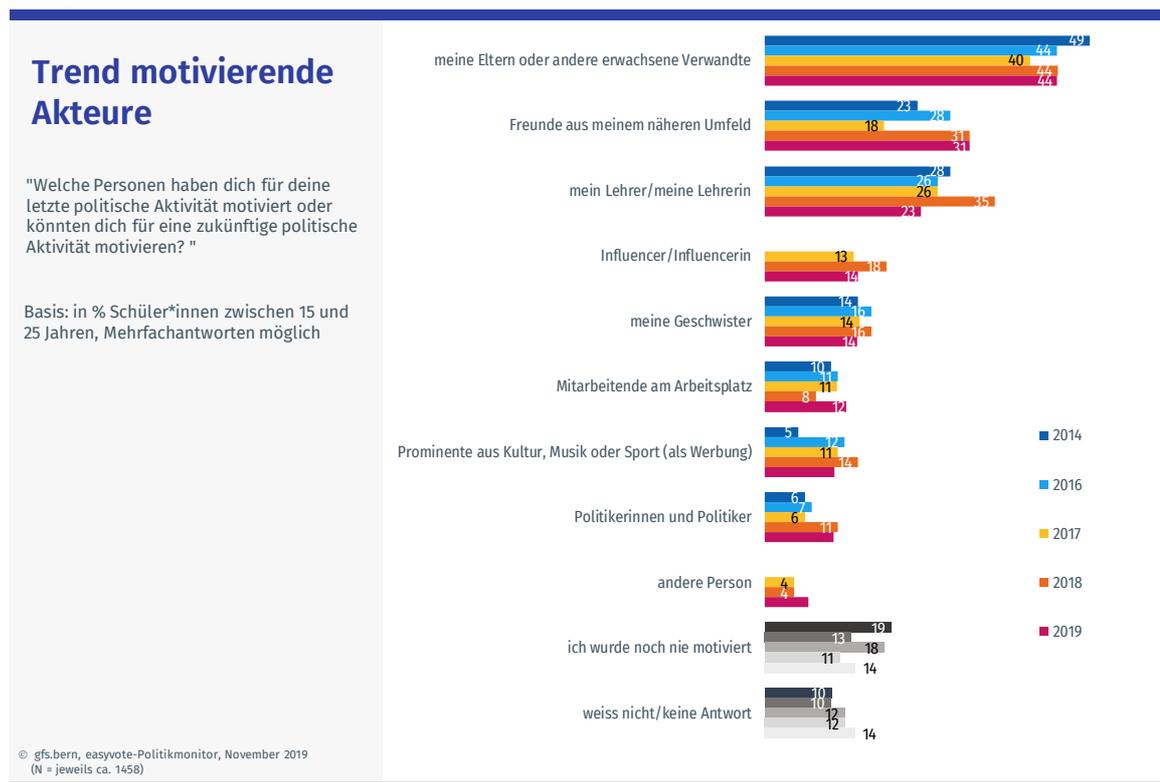
Grafik 9



Die Eltern waren nicht nur der wichtigste Informationskanal für die Wahlen im Oktober 2019, sie sind auch die Personengruppe, welche die befragten Schüler*innen im letzten Jahr am ehesten für eine politische Aktivität motivieren konnten. An zweiter Stelle folgen Freunde aus dem näheren Umfeld, an dritter Stelle Lehrer*innen.

Passend zum grossen Stellenwert von Social Media im Leben junger Schweizer*innen lassen sich immerhin 14 Prozent der Befragten von Influencer*innen zum politischen Engagement motivieren. Diese sind somit gleich wichtig wie auch Geschwister oder Mitarbeitende am Arbeitsplatz.

Grafik 10



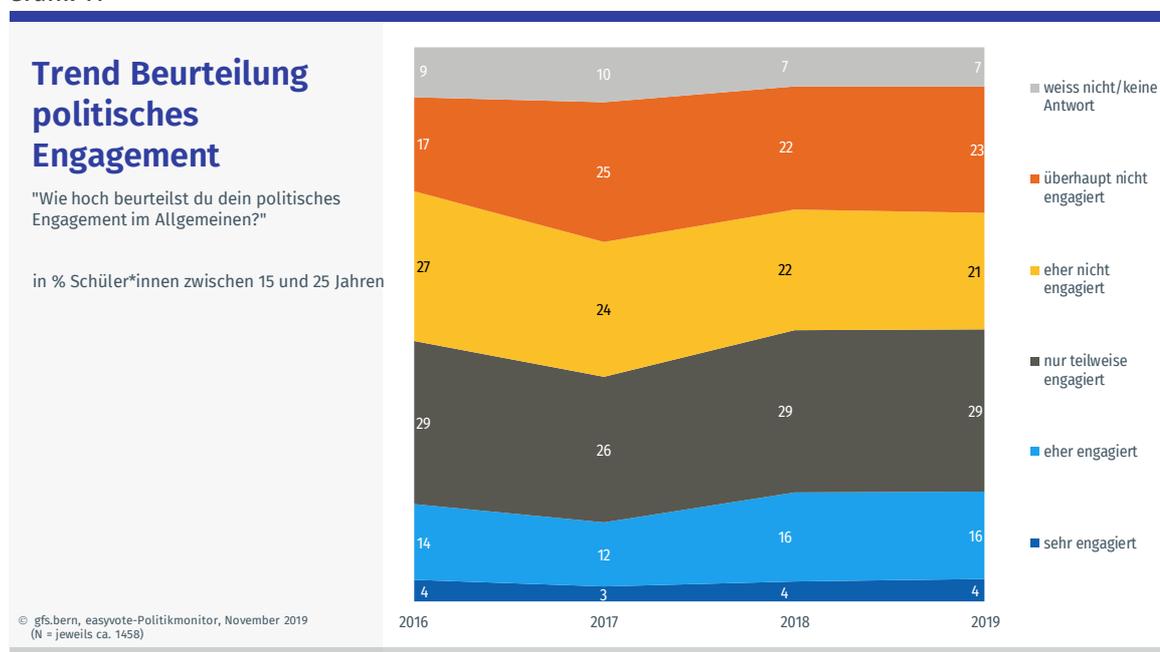
4 Politisches Engagement

Trotz dem, dass der Klimastreik als Jugendbewegung das Land im letzten Jahr geprägt hat, ist in der subjektiven Wahrnehmung des eigenen politischen Engagements 2019 kein grosser Unterschied zum letzten Befragungszeitpunkt zu erkennen. 2019 bezeichnen sich – wie 2018 auch – 20 Prozent der Befragten als sehr oder eher politisch engagiert.



Gestiegenes politisches Interesse an einzelnen Themen, wie dem Klimastreik, geht somit nicht automatisch mit einem erhöhten (wahrgenommenen) politischen Engagement einher.

Grafik 11

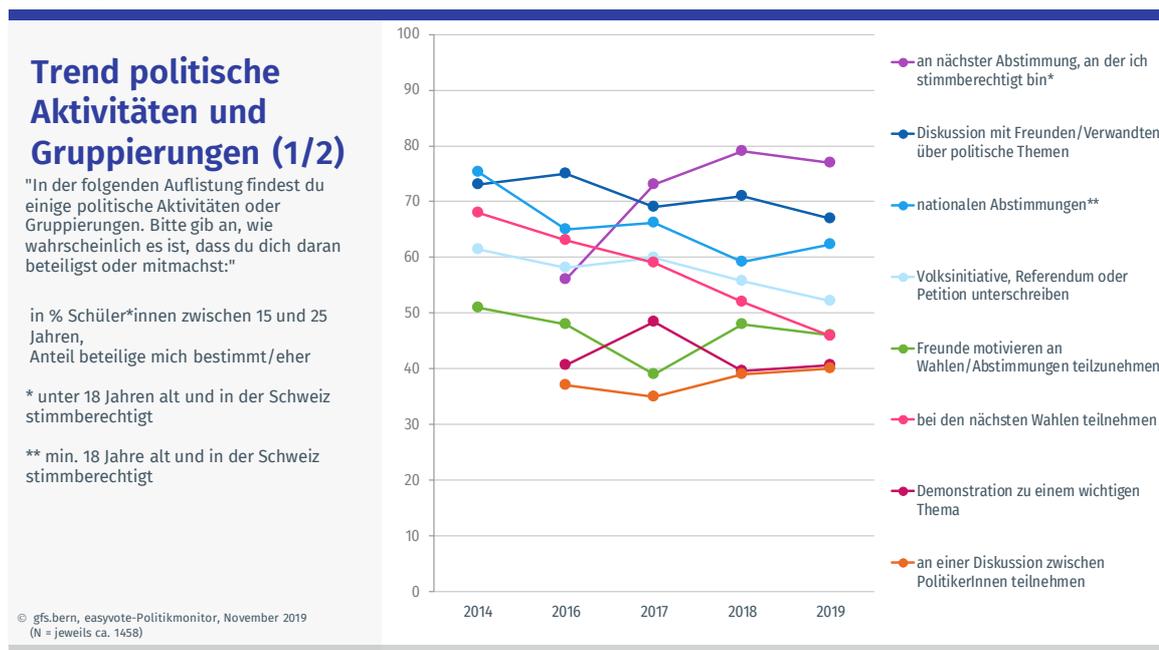


Eine Mehrheit von 77 Prozent der befragten Schüler*innen, die aktuell noch nicht stimmberechtigt sind, möchte sich an den ersten nationalen Abstimmungen beteiligen, sobald sie 18 Jahre alt sind. Nach einem deutlichen Anstieg 2016 bleibt dieser Wert in den letzten Jahren ungefähr konstant. Schüler*innen, die dagegen schon das Stimmrechtsalter erreicht haben, sind insgesamt weniger dazu geneigt, abzustimmen – und die Bereitschaft nimmt seit 2014 eher ab.

Ebenfalls abnehmend ist die Lust, sich an Diskussionen mit Freunden oder Verwandten über politische Themen zu beteiligen, Volksinitiativen oder Petitionen zu unterzeichnen und, trotz Wahljahr, an Wahlen teilzunehmen. Gaben 2014 noch 68 Prozent an, an Wahlen teilnehmen zu wollen, sind es 2019 lediglich erstmals nur eine Minderheit von 46 Prozent.

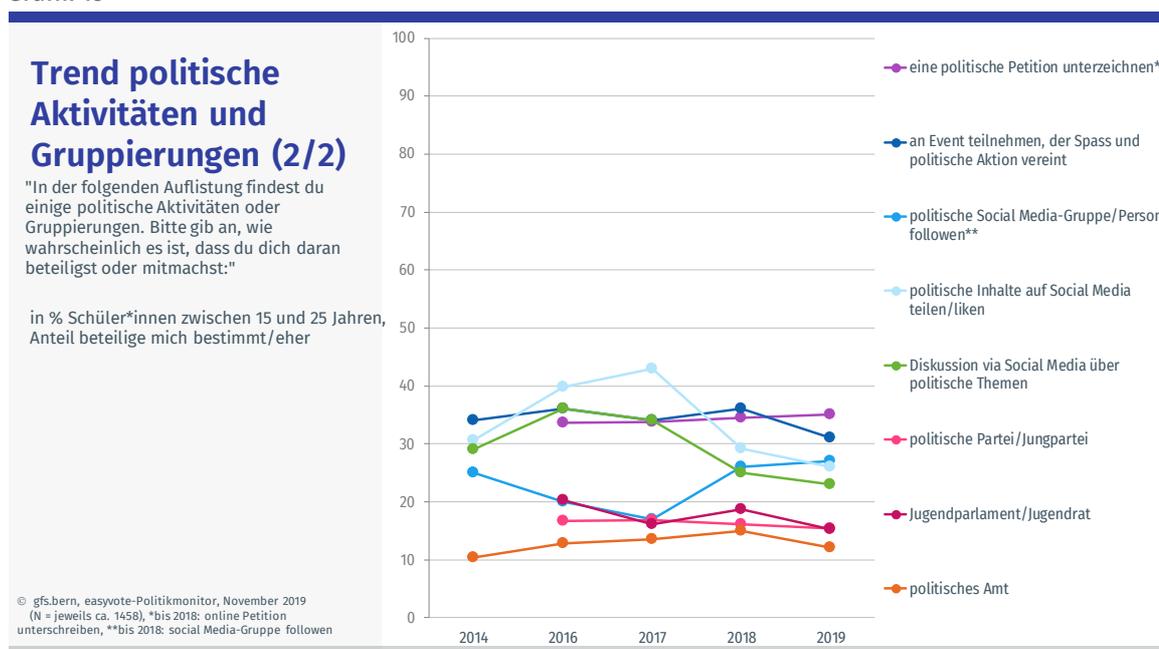
Politische Aktivitäten, die traditionellerweise eher breit abgestützt sind, sind somit in den letzten Jahren etwas unter Druck geraten.

Grafik 12



Bis 2017 gaben immer mehr Schüler*innen an, bereit zu sein, politische Inhalte auf Social Media zu teilen oder zu liken. Seit zwei Jahren nimmt dieser Anteil jedoch rasant ab, was auch mit der sinkenden Bedeutung von Facebook für die Zielgruppe der 15- bis 25-Jährigen zu tun haben dürfte. Facebook ist als Medium eher darauf ausgerichtet, neben Bildern auch schriftlichen Inhalt abzubilden und somit auch besser für die Kommunikation politischer Inhalte geeignet. Das ist bei Instagram, Snapchat oder TikTok, den Netzwerken, die bei Jugendlichen heute eher populär sind, weniger gut möglich.

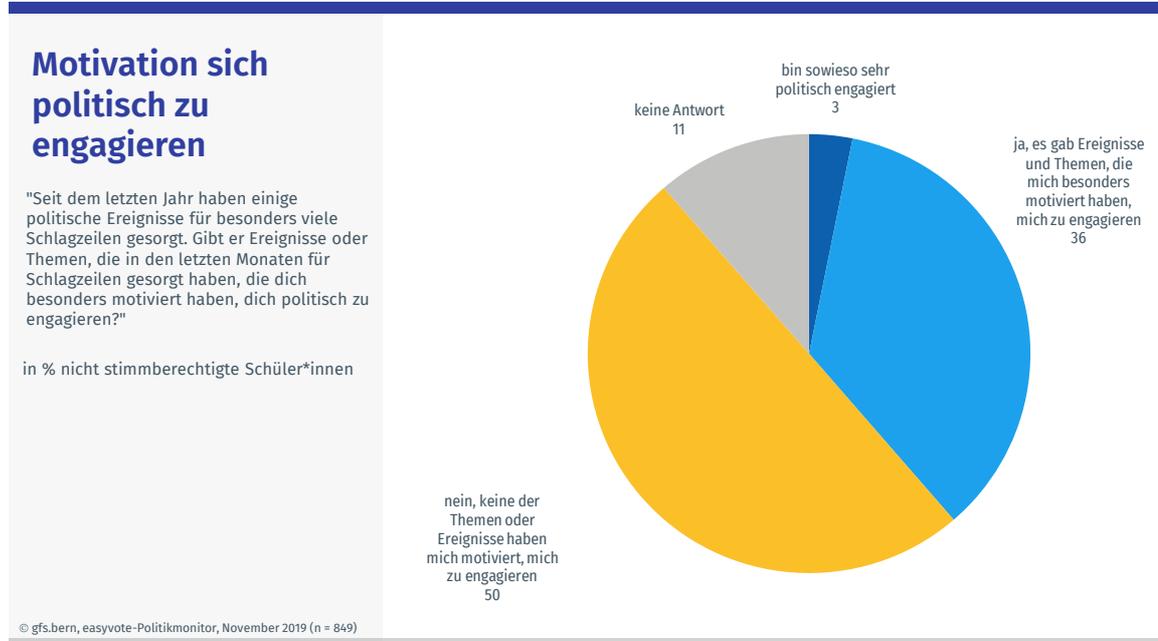
Grafik 13



Im Vergleich zu 2018 bezeichnen sich heute nicht mehr der befragten Schüler*innen als politisch engagiert. Ein relevanter Anteil von 36 Prozent derer, die noch nicht wählen

dürfen, sagt, dass es im letzten Jahr Themen und Ereignisse gegeben hat, die sie persönlich motiviert haben, sich politisch zu engagieren. 50 Prozent gaben dagegen an, dass sie kein Thema oder Ereignis im letzten Jahr dazu motiviert hat. Lediglich 3 Prozent bezeichnen sich als ohnehin politisch sehr engagiert. Das legt nahe, dass Themen wie der Klimawandel entscheidend waren, um das politische Engagement auf dem gleichen Niveau zu halten.

Grafik 14



Von den Schüler*innen, die im Oktober bereits wahlberechtigt waren, gaben 27 Prozent an, sowieso immer wählen oder abstimmen zu gehen. Ähnlich wie auch bei den Schüler*innen, die das Stimmrechtsalter noch nicht erreicht hatten, geben auch 30 Prozent der Schüler*innen ab 18 Jahren an, von bestimmten Themen und Ereignissen im letzten Jahr zum Wählen motiviert worden zu sein.

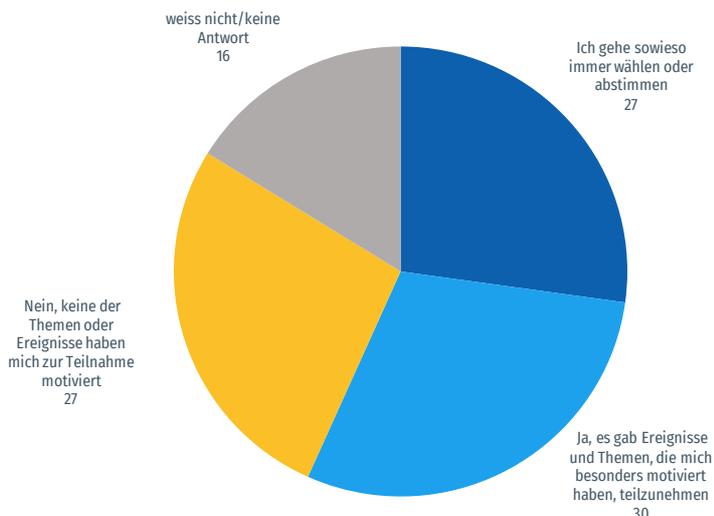
Der Vergleich zwischen der Gruppe der unter 18-Jährigen mit den Volljährigen zeigt, dass die Teilnahme an Wahlen offensichtlich niederschwelliger ist als die grundsätzliche Idee von politischem Engagement.

Grafik 15

Motivation Teilnahme Wahlen

"Seit dem letzten Jahr haben einige politische Ereignisse für besonders viele Schlagzeilen gesorgt. Gibt es Ereignisse oder Themen, die in den letzten Monaten für Schlagzeilen gesorgt haben, die dich besonders motiviert haben, bei den Wahlen 2019 mitzumachen? "

in % stimmberechtigte Schüler*innen



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019 (n = 849)

Der Klimastreik war das Ereignis, das mit Abstand am häufigsten als Motivation für die Teilnahme an Wahlen oder für das eigene politische Engagement genannt wurde. Von allen Schüler*innen, die sich zu aktuellen gesellschaftlichen Ereignissen motivieren liessen, wurde dieses als einziges von einer Mehrheit genannt. An zweiter Stelle folgt der Frauenstreik, der aber bereits deutlich weniger breit aufgestellt ist.

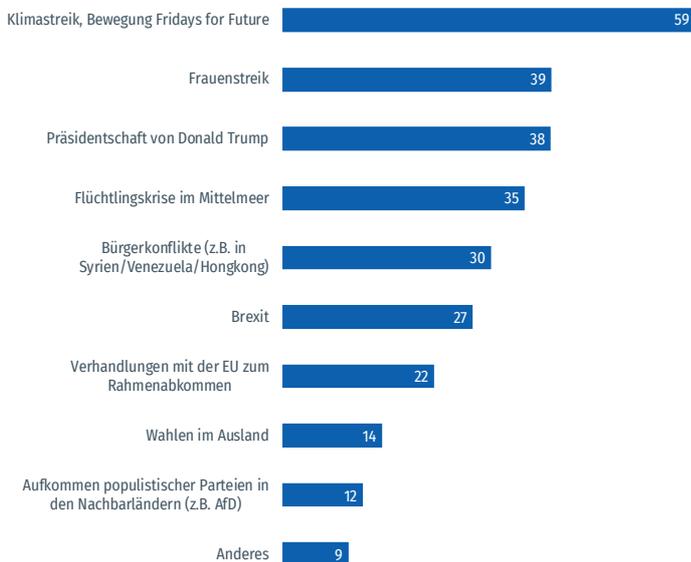
Grafik 16

Genannte Ereignisse

"Welches waren diese Ereignisse oder Themen?"

in % Schüler*innen zwischen 15 und 25 Jahren, welche durch Ereignis politisch motiviert wurden

Mehrfachantworten möglich



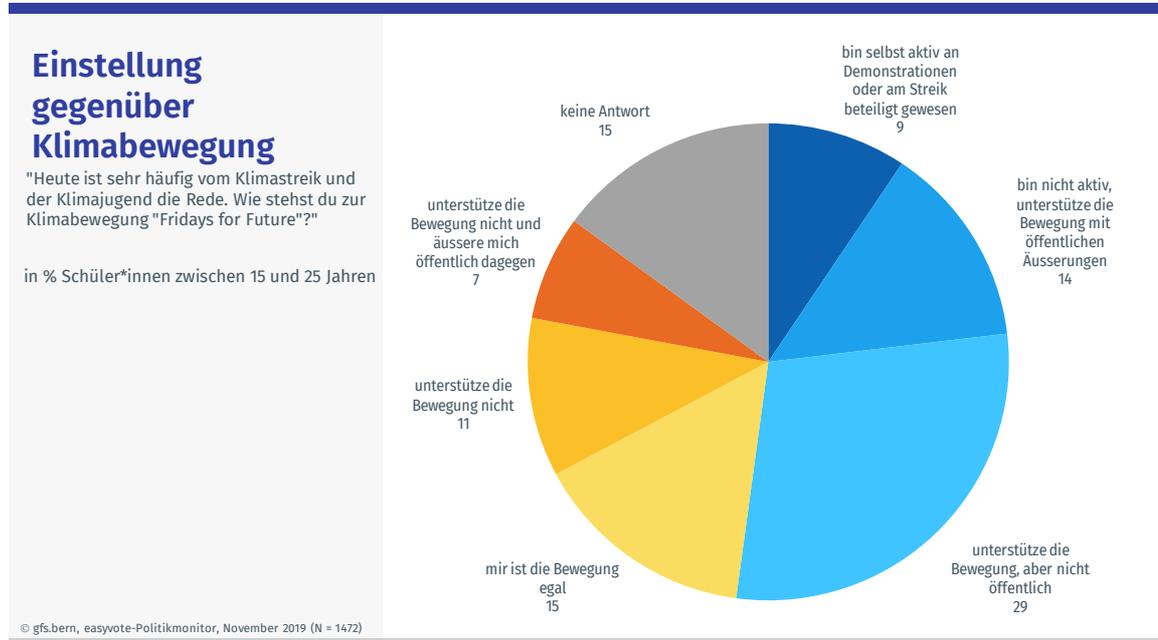
© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019 (n = 715)

Der Klimastreik wird von einer Mehrheit der Schüler*innen als etwas positives wahrgenommen. Deutlich weniger (9%) geben hingegen an, sich selber aktiv am Klimastreik beteiligt zu haben, oder die Bewegung immerhin mit öffentlichen Äusserungen aktiv unterstützt zu haben. Der grösste Teil der Befürworter*innen unterstützt die Bewegung zwar, tut dies jedoch nicht öffentlich (29%).

Auf der anderen Seite geben 15 Prozent an, dass ihnen die Bewegung egal sei und insgesamt 18 Prozent sprechen sich mehr oder weniger öffentlich gegen die Bewegung aus.

- In der Romandie geben 14 Prozent der Schüler*innen an, selber aktiv an den Demonstrationen beteiligt gewesen zu sein, im Tessin sind es 11 Prozent und in der Deutschschweiz 7 Prozent.
- Junge Frauen interessieren sich nicht nur mehr für das Klimathema, sie gehen auch eher auf die Strasse dafür als junge Männer (11% vs. 8%).
- Die Klimabewegung wird zwar breit getragen und findet bei rund der Hälfte der Schüler*innen Unterstützung, bleibt aber zugleich auch ein klar links geprägtes Phänomen: Bei Personen, die sich als links einstufen, haben 24 Prozent demonstriert, bei Schüler*innen mit einer Gesinnung, die in der Mitte anzusiedeln ist, sind es 6 Prozent und bei Jungen, die sich als rechts bezeichnen, nur noch 2 Prozent.
- Ebenfalls ein signifikanter Unterschied besteht je nach Schultyp: Schüler*innen der beruflichen Grundbildung waren zu 6 Prozent an Demonstrationen beteiligt, Gymnasiast*innen zu 20 Prozent.
- Zwar gibt es bezüglich der Demonstrationsteilnahme auch einen Unterschied zwischen jungen Schweizer*innen und Schüler*innen ohne Schweizer Pass, dieser ist jedoch nicht immens: 10 Prozent Schweizer*innen vs. 7 Prozent Schüler*innen ohne Schweizer Pass.

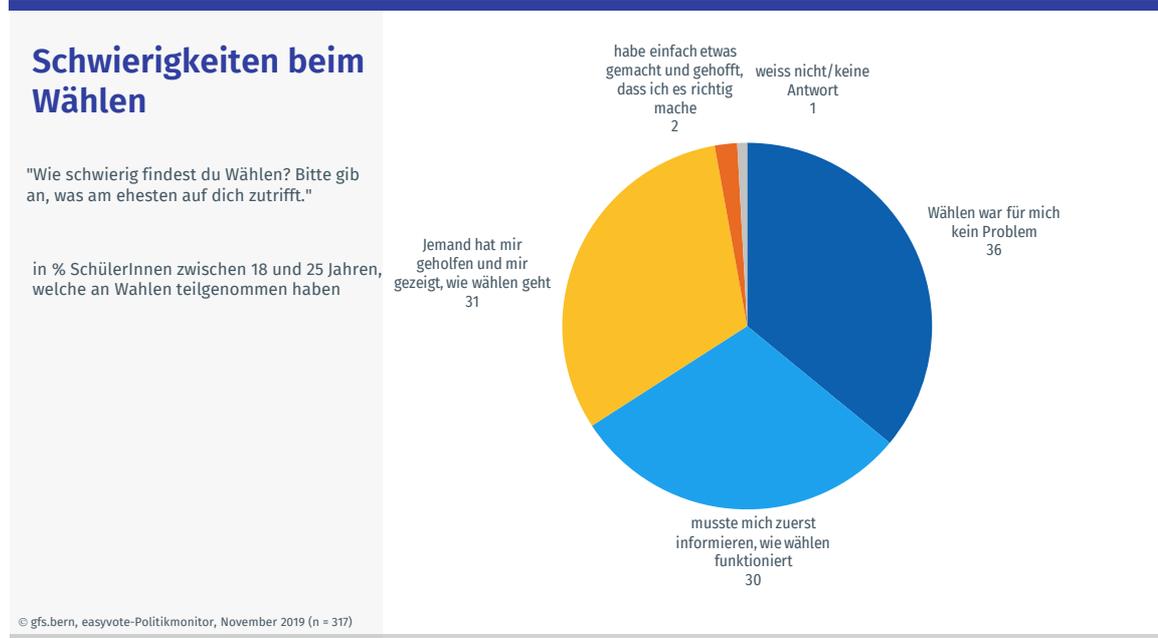
Grafik 17



5 Wahlen 2019

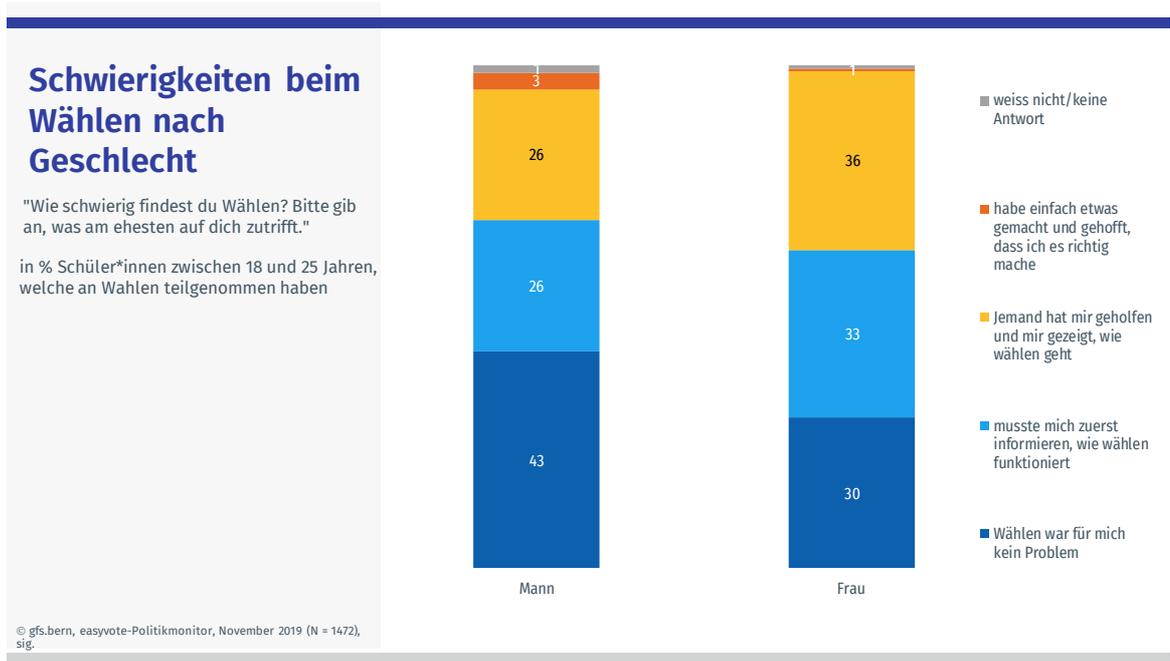
Für 36 Prozent der Schüler*innen, die bereits an den Wahlen 2019 teilnehmen konnten, war der Vorgang des Wählens kein Problem. Die restlichen 63 Prozent (1% weiss nicht/keine Antwort) hingegen mussten sich über den Wahlprozess informieren (30%), Hilfe besorgen (31%) oder haben einfach einmal etwas ausprobiert (2%).

Grafik 18



Zwischen Schüler*innen besteht ein signifikanter Unterschied in der Einschätzung der Schwierigkeit des Wählens. Ein gewisses Geschlechter-Stereotyp wird dabei durchaus bestätigt: 43 Prozent der jungen Männer gaben an, mit dem Wählen überhaupt kein Problem gehabt zu haben, während es bei den jungen Frauen 30 Prozent waren. Frauen gaben auch zu einem grösseren Anteil an, sich vorher informiert zu haben oder Hilfe von anderen in Anspruch genommen zu haben. Bei den Männern waren es drei Prozent, die "einfach einmal etwas gemacht haben", bei den Frauen war dies bei einem Prozent der Fall.

Grafik 19

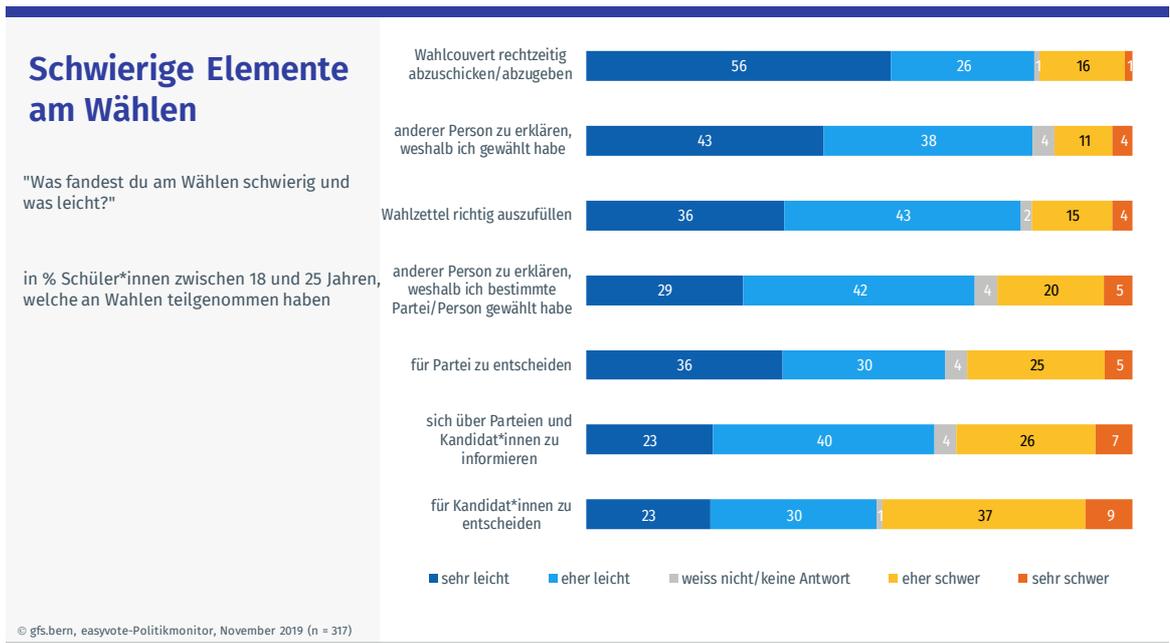


Von unterschiedlichen Elementen, die beim Wählen als Herausforderung gesehen werden, war es in den Augen der befragten Schüler*innen am schwersten, sich für Kandidat*innen und Parteien zu informieren und entscheiden. Der rein technische Aspekt des Wählens, wie den Wahlzettel richtig ausfüllen oder das Couvert rechtzeitig abzuschicken, ist hingegen nicht als grosses Problem wahrgenommen worden.



Die Personen, denen es sehr oder eher schwergefallen ist, sich für eine Partei oder Kandidat*innen zu entscheiden, gaben mehrheitlich an, sich zuerst informiert oder Hilfe geholt zu haben, indem sie sich von jemandem zeigen lassen haben, wie Wählen geht.

Grafik 20



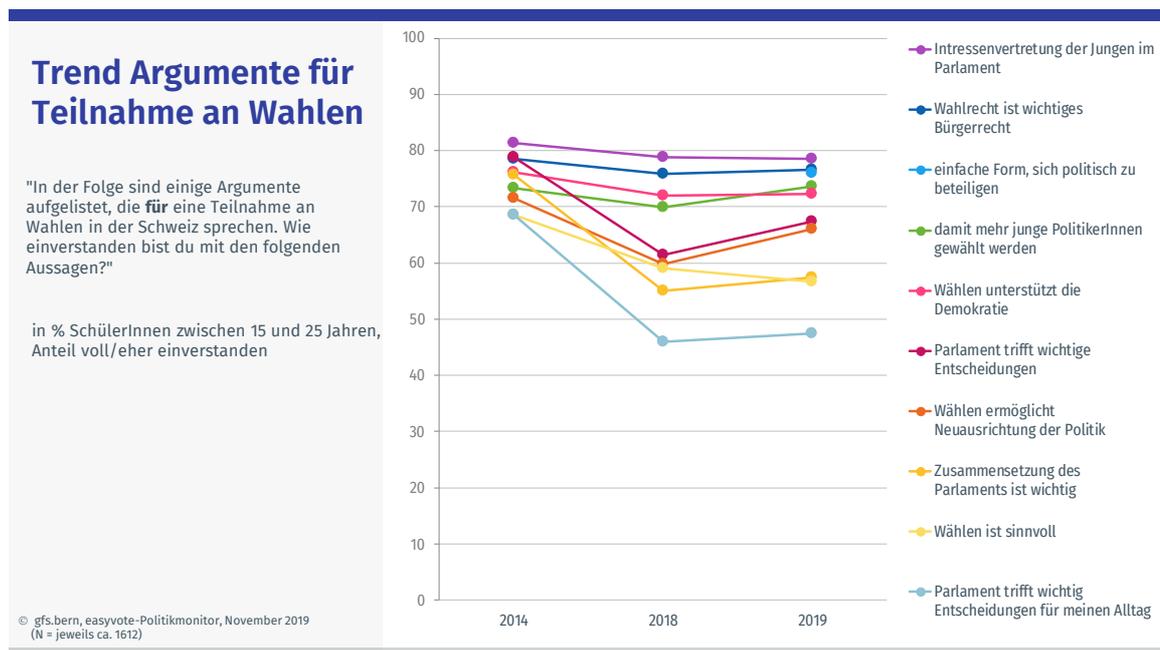
Es gibt zahlreiche Argumente, die in den Augen der Schüler*innen für die Teilnahme an Wahlen sprechen. Zum ersten Mal wurden diese Argumente beim ersten easyvote-Politikmonitor 2014 (mit Bezug auf die Wahlen 2015) abgefragt und dann 2018 und 2019 (mit Bezug auf die Wahlen 2019) wiederholt.

In allen drei Befragungen stand das Argument der Interessensvertretung Junger im Parlament an erster Stelle. Auch das Argument, dass Wählen ein wichtiges Bürgerrecht sei und eine einfache Form, sich politisch zu beteiligen darstellt, stösst über alle drei Befragungspunkte bei einer klaren Mehrheit auf Zustimmung.

Im Vergleich zum letzten Jahr stieg die Unterstützung für einige positive Aussagen, die unter Druck gerieten, wieder an – insbesondere dafür, dass das Parlament wichtige Entscheidungen treffen und Wählen eine Neuausrichtung der Politik erlauben würde.

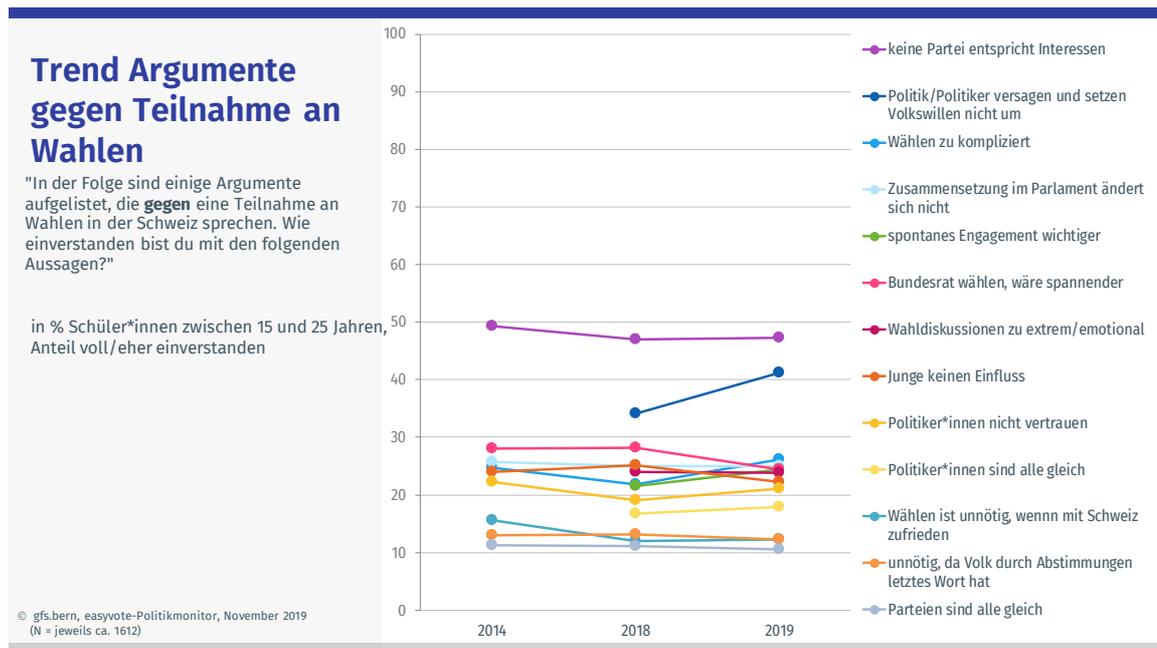
Es bleibt jedoch dabei, dass nur eine Minderheit der Meinung ist, dass das Parlament wichtige Entscheidungen für ihren persönlichen Alltag treffen würde. Dieser Befund ist deshalb besonders wichtig, weil es ein Schlaglicht auf die empfundene (fehlende) Relevanz der parlamentarischen Politik auf das Leben von jungen Schweizer*innen wirft. Es ist aber genau diese Relevanz, die eine entscheidende Zutat für die Beteiligung Junger an der Politik darstellt. Wer sich nicht betroffen fühlt, macht nicht mit. Hier bleibt also weiterhin viel Informations- und Aufklärungsarbeit zu leisten.

Grafik 21



Im Gegensatz zu den Argumenten für das Wählen, ist keines der Argumente gegen das Wählen mehrheitsfähig. Am meisten Zustimmung erhält die Aussage, keine Partei würde den eigenen Interessen entsprechen. Verglichen mit 2018 gewinnt vor allem die Aussage, Politik und Politiker*innen würden versagen und den Volkswillen nicht umsetzen, deutlich an Zustimmung. Alle anderen Argumente bleiben mehr oder weniger konstant und bei unter 30 Prozent Zustimmung.

Grafik 22



In einem Regressionsmodell wurde untersucht, welche effektive Wirkung einzelne soziodemografische Aspekte sowie die unterschiedlichen Ansichten zum Wählen auf die Teilnahme bei den Wahlen 2019 hatten. Wie es auch die Theorie zum politischen Verhalten festhält⁴ sind die soziodemografischen Eigenschaften einer Person stark für seine politische Prägung verantwortlich. In Übereinstimmung mit dieser Theorie hilft das Bildungsniveau des Elternhauses am besten bei der Erklärung, ob ein*e Schüler*in an den Wahlen im Oktober 2019 teilgenommen hat: Die Anzahl Bücher im Haushalt, die Schulbildung des Vaters und das politische Interesse der Eltern haben alle einen signifikanten Einfluss auf die Teilnahmewahrscheinlichkeit.

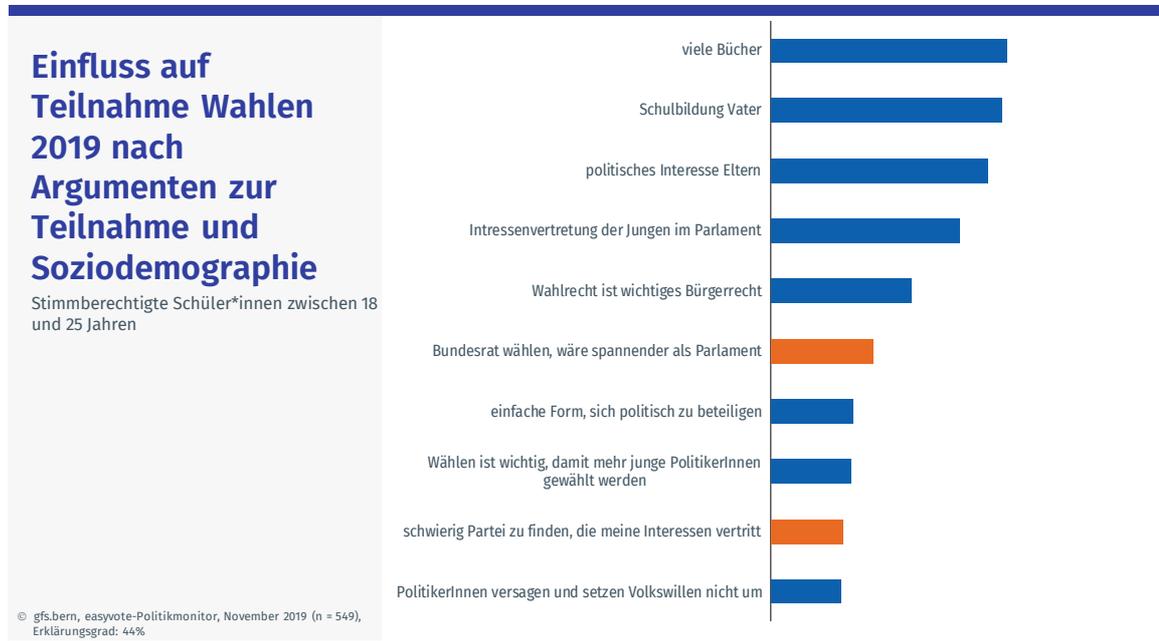
Die beiden Argumente, welche die grösste Zustimmung für eine Teilnahme an Wahlen generell geniessen (Wahlrecht als wichtiges Bürgerrecht und Interessensvertretung Junger im Parlament) treten auch im Regressionsmodell als zentrale Elemente auf: Wer diesen beiden Aussagen zustimmt, hat sich an den Wahlen im Oktober 2019 signifikant häufiger beteiligt. Oder anders gesagt: Diese beiden Argumente haben nicht nur eine hohe Zustimmung, sie sind auch besonders wirksam in Bezug auf die effektive Handlung des Wählens. Ebenfalls einen Einfluss hat die Überzeugung, dass wählen eine einfache Form der politischen Beteiligung darstellt, und dass dies eine Möglichkeit ist, mehr junge Politiker*innen ins Parlament zu bringen.

Spannend ist, dass die Zustimmung zum Argument des Politikversagens in der Regression nicht negativ anschlägt. Das heisst, Personen, welche der Meinung sind, Politiker*innen würden den Volkswillen nicht umsetzen, gingen nicht weniger, sondern sogar mehr an die Urne. Dies ist ein Hinweis darauf, dass Junge bei der Missachtung des Volkswillens nicht zwingend politikverdrossen werden, sondern die Gelegenheit eidgenössischer Wahlen wahrnehmen, um Politiker*innen, die ihren Job nicht gemacht haben, abzustrafen.

⁴ siehe dazu auch Dispositionsansatz gfs.bern

Die beiden Aspekte, welche sich negativ auf die Teilnahme an den Wahlen auswirken, sind die Zustimmung zur Aussage, dass es spannender wäre, den Bundesrat statt das Parlament zu wählen und dass es schwierig ist, eine Partei zu finden, welche die eigenen Interessen vertritt.

Grafik 23



Erläuterung: Die eingesetzte Methode der linearen Regression beschreibt das Vorhandensein des Einflusses von unabhängigen Variablen (hier: die Argumente für oder gegen die Teilnahme an Wahlen sowie soziodemografische Merkmale) auf eine abhängige Variable (effektive Teilnahme an den Wahlen 2019). Anhand der Farbe lässt sich unterscheiden, ob ein Element eher zu einer **Teilnahme (blau)** oder eher zu einer **Nicht-Teilnahme (orange)** führt. Je weiter oben ein Argument oder Merkmal aufgeführt ist und je länger der Balken ist, desto grösser ist der Einfluss auf die Teilnahme. Argumente, welche in der Grafik nicht erscheinen, haben keinen Einfluss. Das vorhandene Modell erklärt 44 Prozent der Varianz in der Teilnahme.

6 Politische Bildung

Sieben von zehn Schüler*innen in der Schweiz haben in der Schule oder im Rahmen ihrer Ausbildung Staatskundeunterricht erhalten oder das politische System der Schweiz behandelt. Auch Wirtschaftsfragen, das Weltgeschehen im Allgemeinen, tagesaktuelle politische Themen, Bundesratswahlen oder neu die Klimabewegung wurden in der Schule thematisiert. Genau die Hälfte der Befragten hat sich in der Schule bereits mit der Ausländer- und Asylpolitik auseinandergesetzt. Die restlichen Themen – darunter eidgenössische Abstimmungen und Parlamentswahlen – wurden dagegen lediglich bei einer Minderheit in der Schule thematisiert.

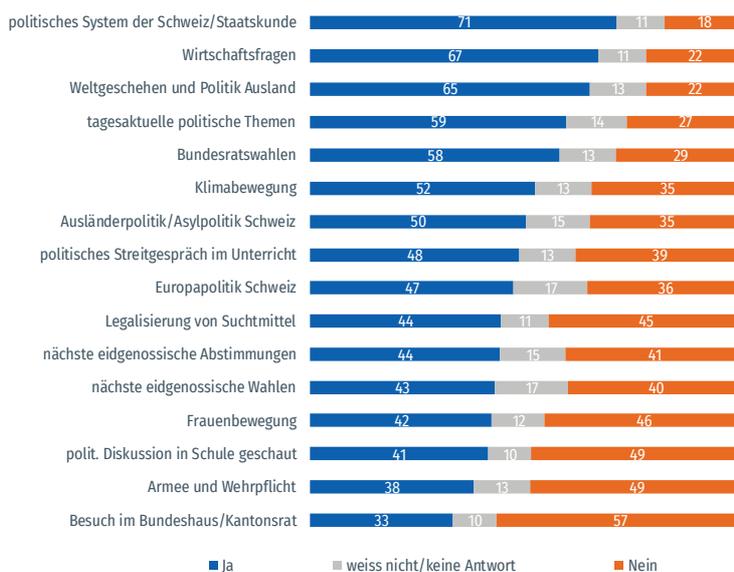
Von einem effektiven Besuch in einer Institution der Demokratie, wie dem Kantonsparlament oder Bundeshaus, berichtet ein Drittel der Schüler*innen.

Grafik 24

Schulische Themen und Aktivitäten

"Bitte gebe bei den nachfolgenden Themen oder Aktivitäten an, ob du sie in der Schule oder der Ausbildung bereits behandelt/gemacht hast oder nicht."

in % Schüler*innen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019 (N = 1472)

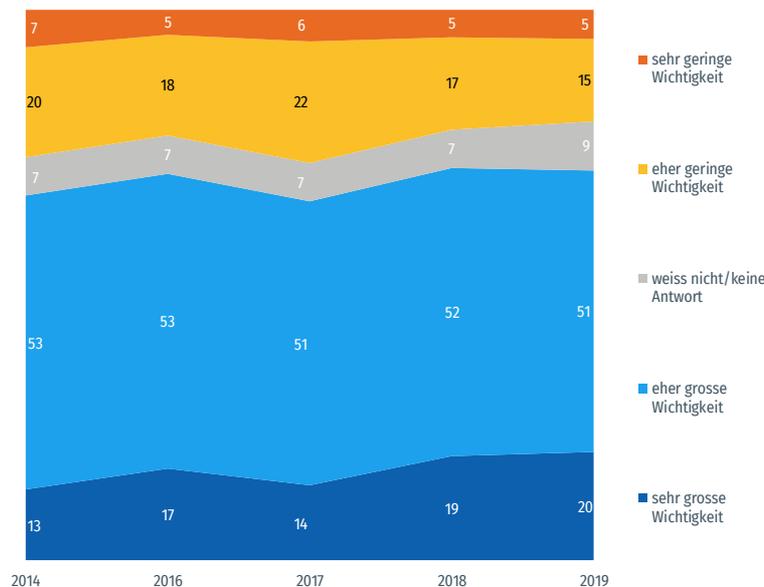
Obwohl – oder vielleicht genau weil – das Interesse an politischen Fragen und die Informationshäufigkeit über die letzten Jahre abgenommen hat, nimmt die wahrgenommene Wichtigkeit der politischen Bildung für die Schüler*innen über die Zeit zu. Heute finden 71 Prozent, der politischen Bildung sollte eine eher oder sehr grosse Wichtigkeit im Unterricht zugeschrieben werden. Im Jahr 2014 lag dieser Wert noch bei 66 Prozent.

Grafik 25

Trend Gewicht politische Bildung

"Wie wichtig soll die politische Bildung in der Schule sein?"

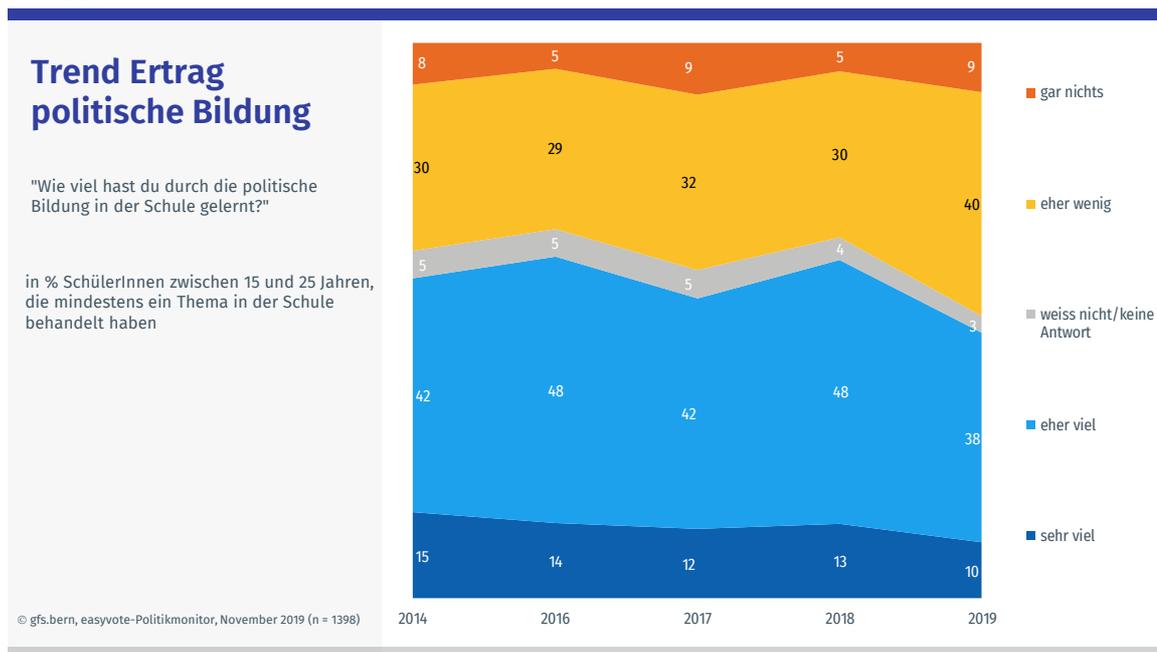
in % Schüler*innen zwischen 15 und 25 Jahren



© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019 (N = jeweils ca. 1458), * bis 2016: Welche Wichtigkeit sollte der politischen Bildung in der Schule zugesprochen werden?

Im Gegensatz zur empfundenen Wichtigkeit nimmt der wahrgenommene Ertrag der politischen Bildung im gleichen Zeitraum ab. Tatsächlich ist 2019 das erste Jahr, in dem lediglich eine (knappe) Minderheit der Meinung ist, sie hätten im Rahmen ihrer politischen Bildung sehr oder eher viel gelernt.

Grafik 26



Das Zusammenspiel zwischen zunehmender Wichtigkeit bei gleichzeitiger Abnahme in deren Wirksamkeit lässt Fragen nach der bedürfnisgerechten Ausrichtung der politischen Bildung in der Schule aufkommen. Um die effektiven Treiber hinter einer positiven Wahrnehmung der politischen Bildung wurde wiederum ein Regressionsmodell gerechnet. Von den 16 abgefragten Aktivitäten und Themen, die in Schulen behandelt wurden, schlugen fünf als signifikant in ihrem Einfluss auf die Wahrnehmung des Ertrags der politischen Bildung an. Wer politische Diskussionen mit Politiker*innen (wie z.B. easyvote-Polititalks) in der Schule geschaut hat oder selber politische Streitgespräche im Unterricht durchgeführt hat, empfand die politische Bildung auch als ertragreicher als Personen, welche diese Aktivitäten nicht gemacht haben.

Umgekehrt hat der Besuch im Bundeshaus oder Kantonsrat, die Besprechung der Bundesratswahlen oder die Thematisierung der Europapolitik in der Schule einen negativen Einfluss auf die Wahrnehmung der politischen Bildung.

Diese Ergebnisse legen nahe, dass das aktive Erleben oder "Üben" einer kontroversen politischen Debatte einen positiven Aspekt auf den Ertrag der politischen Bildung hat, während das Sprechen über Politik oder das passive Erleben als weniger hilfreich wahrgenommen wird.

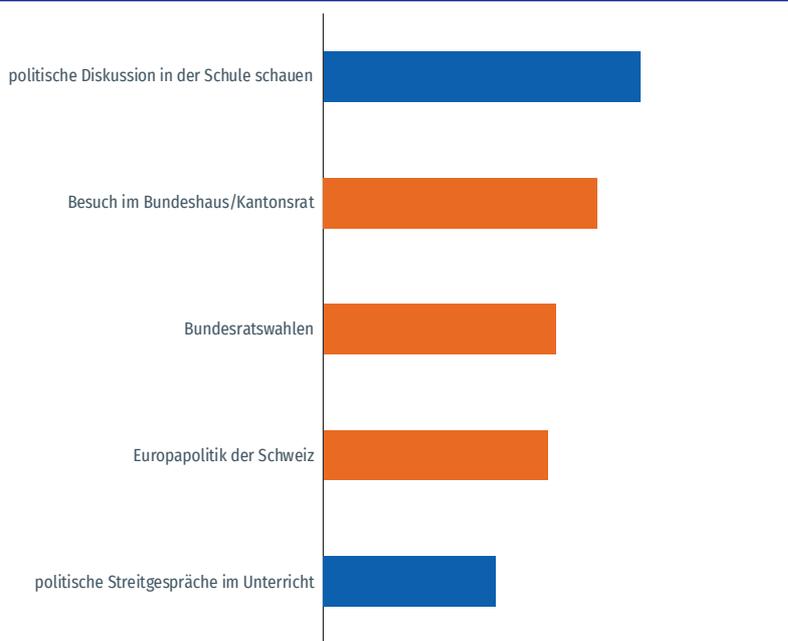
Nichtsdestotrotz – dieses Modell liefert erste Hinweise, der Erklärungsgehalt ist jedoch mit 17 Prozent der Varianz verhältnismässig gering. Es gibt also weitere Faktoren, die den wahrgenommenen Ertrag der politischen Bildung ebenfalls mit beeinflussen.

Grafik 27

Einfluss auf Ertrag politische Bildung nach behandelten Themen

SchülerInnen zwischen 15 und 25 Jahren

© gfs.bern, easyvote-Politikmonitor, November 2019 (N = 1472),
Erklärungsgrad: 17%



Erläuterung: Die eingesetzte Methode der linearen Regression beschreibt das Vorhandensein des Einflusses von unabhängigen Variablen (hier: schulische Themen und Aktivitäten, die zum Thema Politik gemacht wurden) auf eine abhängige Variable (Wahrnehmung Ertrag politische Bildung). Anhand der Farbe lässt sich unterscheiden, ob eine Aktivität/ein behandeltes Thema eher zu **positiven Wahrnehmungen der politischen Bildung (blau)** oder eher zu einer **negativen Wahrnehmung (orange)** führt. Je weiter oben ein Argument oder Merkmal aufgeführt ist und je länger der Balken ist, desto grösser ist der Einfluss auf die Teilnahme. Argumente, welche in der Grafik nicht erscheinen, haben keinen Einfluss. Das vorhandene Modell erklärt 17 Prozent der Varianz in der Teilnahme.

7 Synthese

In Thesenform fassen wir die Erkenntnisse des easyvote-Politikmonitors wie folgt zusammen:



Der Klimawandel schafft, was lange nur schwer vorstellbar war: Das Thema setzt einen Bezugsanker zur Politik und wirkt identitätsstiftend für eine ganze Generation. Andere Fragen beschäftigen auch, aber in deutlich weniger grossem Ausmass. Trotz des grossen Impacts der Klimabewegung und des Wahljahres ist kein klarer Anstieg des selbst zugeschriebenen politischen Engagements sichtbar. Dennoch bestehen klare Hinweise auf eine erhöhte Motivation durch konkrete Ereignisse, die über Klimafragen hinausgehen – der Frauenstreik, die Präsidentschaft von Trump oder EU-Fragen.



Die Informiertheit der Schüler*innen zu politischen Themen nimmt weiter ab. Die Wichtigkeit der Informationen im eigenen, direkten Umfeld (Stichwort Echokammer) nimmt dagegen zu. Es werden immer mehr "on demand" Medien konsumiert oder Zeit auf Plattformen wie Instagram verbracht, die direkt auf die Präferenzen von Individuen abzielen. Hinzu kommt ein relativ grosses Misstrauen gegenüber Medien und sinkende Informationshäufigkeit, was die Abkehr von linearen Medien unterstützt.



Wahlen werden als gestaltendes Element wahrgenommen und geschätzt. In den Augen der befragten Schüler*innen ist das Wählen aber auch mit gewissen Schwierigkeiten verbunden. Dabei geht es weniger um den Ablauf und den Vorgang des Wählens, sondern um die Entscheidung für eine Partei oder Person. Gerade wenn es um den Umgang mit den Herausforderungen des Wählens geht, bestehen zwischen den Geschlechtern durchaus Unterschiede.



Über die Zeit ist ein leichter Trend hin zu einer grösseren wahrgenommenen Wichtigkeit der politischen Bildung zu erkennen. Gleichzeitig nimmt der wahrgenommene Nutzen des politischen Unterrichts in der Schule ab. Die politische Bildung sollte in Zukunft vermehrt im Sinne eines aktiven Erlebens und Übens von Politik und politischer Auseinandersetzung gestaltet werden, weniger in Form von passivem Besprechen der Politik.

8 Anhang

8.1 gfs.bern-Team

LUKAS GOLDER

Co-Leiter und Mitglied des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management, Dozent an der ZHAW

✉ lukas.golder@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet

CLOÉ JANS

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

✉ cloe.jans@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Image- und Reputationsanalysen, Jugend- und Gesellschaftsforschung, Abstimmungen / Kampagnen / Wahlen, Issue Monitoring / Begleitforschung politische Themen, Medienanalysen, Gesundheitspolitische Reformen und Fragen, Qualitative Methoden

KATRIN WATTENHOFER

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

✉ katrin.wattenhofer@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden, Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen



LAURA SALATHE

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

✉ laura.salathe@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden,
Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen



DANIEL BOHN

Projektmitarbeiter, Fachinformatiker Anwendungsentwicklung

✉ daniel.bohn@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Quantitative und qualitative Datenanalyse, Datenaufbereitung,
Visualisierung

8.2 Team easyvote

Für das Zustandekommen des easyvote-Politikmonitors danken wir ganz speziell auch den folgenden Helferinnen und Helfern aus dem Team von easyvote:

NICO THOMA

Teamleiter easyvote-school

LARA TARANTOLO

Bereichsleiterin easyvote

JULIAN MERKEL

Mitarbeiter easyvote-school

ROBERT ROSENOW

Teamleiter Kundenberatung

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
+41 31 311 08 06
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

