

NACHHALTIGKEIT



✦	DANKSAGUNG	3
✦	EINLEITUNG	4
✦	AUFBAU UND ZUSAMMENSETZUNG DER ARBEITSGRUPPE UND DER UMFRAGE	5
✦	ANALYSE DER ERGEBNISSE IN 4 KAPITELN	6
	1) Allgemeine Infos zu den Teilnehmern	6
	2) Ernährung	10
	3) Konsum	16
	4) Mobilität	21
✦	FAZIT	23



DANKSAGUNG

Wir, der RDJ mit der AG Nachhaltigkeit, möchten uns bei allen 620 Personen herzlich für die Teilnahme an unserer Umfrage bedanken.

Außerdem danken wir sämtlichen Einrichtungen, die uns bei der Verbreitung dieser Umfrage über ihre sozialen Netzwerke sowie über alle anderen Wege unterstützt haben.

Ein großer Dank geht auch an den Terrenhof in St.Vith und an den Biomarkt Houtziplou in Eupen, welche uns jeweils einen Präsentkorb zur Verfügung gestellt haben, den zwei glückliche Teilnehmer unserer Umfrage per Auslosung gewinnen konnten.

Bei Pavonet bedanken wir uns auch ganz herzlich für die grafische Gestaltung dieser Broschüre.

Danke ebenfalls an den BRF und das Studio Néau (Jugendfunkt), die uns die Möglichkeit zu einem entsprechenden Interview gegeben haben.

Zu guter Letzt auch ein großes Dankeschön an das Ministerium der Deutschsprachigen Gemeinschaft, welches uns unter anderem bei der Durchführung der Umfrage finanziell unterstützt hat.



EINLEITUNG

✦ WAS IST DER RDJ?

Der Rat der deutschsprachigen Jugend ist der Zusammenschluss von Jugendlichen, Jugendorganisationen, Trägern der offenen und mobilen Jugendarbeit, Jugendinfozentren, Jungparteien und vielen weiteren Jugendeinrichtungen in ganz Ostbelgien.

Er bildet ebenfalls das Bindeglied zwischen Jugend und Politik und vertritt die Interessen der Jugendlichen, damit diese als aktiver Teil der Gesellschaft wahrgenommen werden.

Der RDJ ist das Sprachrohr der Jugendlichen in Ostbelgien. Er organisiert Veranstaltungen, Projekte und Dialoge mit und für Jugendliche und vertritt die Stimme der Jugend in verschiedenen Gremien, sei es in Ostbelgien, belgienweit oder auch auf europäischer Ebene.



✦ EIN WORT ZUR AG NACHHALTIGKEIT

Die Arbeitsgruppe zum Thema Nachhaltigkeit hat sich im Mai 2021 gegründet und besteht aus 7 ehrenamtlichen Mitgliedern, welche sich in unterschiedlichen Lebensabschnitten und beruflichen Situationen (von Studierenden bis Berufstätigen)

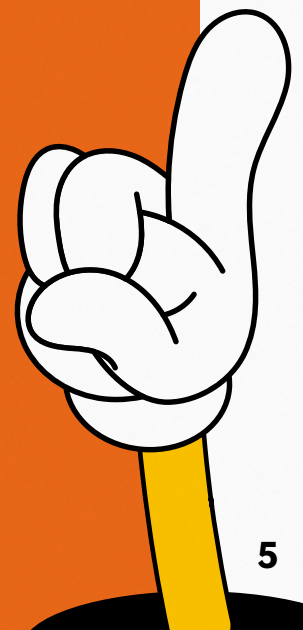
befinden. Demnach war der Austausch innerhalb der Treffen reichhaltig und spannend. Das Thema „Nachhaltigkeit“ wurde damals im Rahmen der Generalversammlung des RDJ angesprochen und als Priorität festgelegt.

AUFBAU UND ZUSAMMENSETZUNG

Das Thema „Nachhaltigkeit“ ist ebenso groß und umfassend, wie diffus. Es ist ein Oberbegriff, der Einfluss auf viele verschiedene Bereiche hat. Unsere Generalversammlung hat das Thema immer wieder hervorgehoben, nicht zuletzt nach der Umweltbewegung Greta Thunbergs. Ursprünglich wurden verschiedenste Möglichkeiten beleuchtet, wie man mit dem Thema als Ganzes umgehen kann. Wir haben jedoch festgestellt, dass es an relevanten Daten fehlt, um gültige Aussagen darüber zu treffen, wie ostbelgische Jugendliche zu Nachhaltigkeit stehen, was sie darüber wissen und welche Vorstellungen sie haben.

Daher haben wir uns dazu entschlossen, eine breit gefächerte Umfrage zu erstellen. Diese sollte einerseits verlässliche Aussagen ermöglichen und gleichzeitig auch Einblicke in die Wünsche, Ziele und Verbesserungsvorschläge der Jugendlichen geben. Unsere Zielgruppe waren Jugendliche zwischen 12 und 30 Jahren. Wir haben hierzu 620 ausgefüllte Fragebögen erhalten, wovon 30 Personen außerhalb der eigentlichen Alterszielgruppe liegen.

Die Fragen wurden alle in der Arbeitsgruppe gemeinsam ausgearbeitet. Ziel war es, einen Einblick in die Lebensrealitäten der Jugendlichen zu bekommen und zu erfahren, welches Wissen sie schon haben und wo es Verbesserungsbedarf gibt. Die AG hat versucht, alle wichtigen Bereiche abzudecken. Die Umfrage wurde über die Website Sosci Survey erstellt und durch Plakate mit einem beigefügten QR-Code an den Schulen verbreitet. Außerdem wurde sie über die verschiedenen sozialen Netzwerke sowie auch über die Website des RDJ veröffentlicht. Es hat ebenfalls ein Interview im BRF und in der Jugendfunk(t)-Sendung vom Gemeinschaftsradio Studio Néau zum Thema stattgefunden. Zudem haben viele Einrichtungen diese Umfrage auf ihren Instagram- und Facebookseiten geteilt. Somit konnte eine große Zahl an Jugendlichen erreicht werden.



ANALYSE DER ERGEBNISSE IN 4 KAPITELN



ALLGEMEINE INFOS ZU DEN TEILNEHMERN

An der Umfrage haben knapp 620 Jugendliche im Alter zwischen 12 und 35 Jahren teilgenommen, wobei für die Auswertung wichtig zu erwähnen ist, dass über 80% der Befragten noch zu Hause leben und somit größtenteils nicht eigenständig einkaufen, kochen oder mobil unterwegs sind.

Zusätzlich zu einigen sehr spezifisch gestellten Fragen, haben wir den Jugendlichen auch die Möglichkeit geben, konkrete Wünsche oder Anmerkungen zu äußern.

So wünschen sich fast 300 der befragten Jugendlichen mehr Unterstützung von der Politik. Einige befürworten eine stärkere Reglementierung, viele jedoch wünschen sich eine bessere Förderung von nachhaltigen Projekten sowie beim alltäglichen Leben. Der finanzielle Aspekt spielt natürlich auch eine große Rolle, denn viele junge Menschen möchten nachhaltiger leben, können es sich aber ganz einfach nicht leisten.

Laut unserer Umfrage betont mehr als die Hälfte (60%) der Jugendlichen, wie wichtig die Schulbildung ist, um das Engagement junger Menschen für die Umwelt zu fördern. Darüber hinaus sind 58% der Befragten der Meinung, dass ihre derzeitige (oder frühere) Schulbildung

nicht ausreichend ist, um in der Zukunft nachhaltige und umweltbewusste Entscheidungen treffen zu können. Das liegt daran, dass für 74% der Befragten die Umweltthemen nicht ausreichend (60%) oder gar nicht (14%) in ihrer Schulzeit behandelt wurden. Der Großteil der befragten Jugendlichen ist der Meinung, dass die Umwelterziehung im Rahmen des Schulunterrichts stärker thematisiert werden sollte.

Es wird deutlich, dass sich die Jugendlichen der Thematik durchaus bewusst sind, aber teils nicht über die entsprechenden Informationen verfügen oder diese im Rahmen der Schule nicht altersgerecht aufbereitet bekommen. Hier wird vor allem der Begriff „Medienkompetenz“ hervorgehoben. Die Aufnahme und korrekte Verarbeitung von Informationen, zum doch sehr breiten und teils spezifischen Thema Nachhaltigkeit, fällt vielen Jugendlichen schwer.

Es scheint dringend notwendig, politische Maßnahmen zu ergreifen, um den Stellenwert der Umweltbildung in den Bildungseinrichtungen zu erhöhen und zu stärken und zwar von frühester Kindheit an. Dadurch würde ein gesteigertes Bewusstsein und ein bewussterer Umgang mit unserer Umwelt, Region und dem Thema Nachhaltigkeit einhergehen.

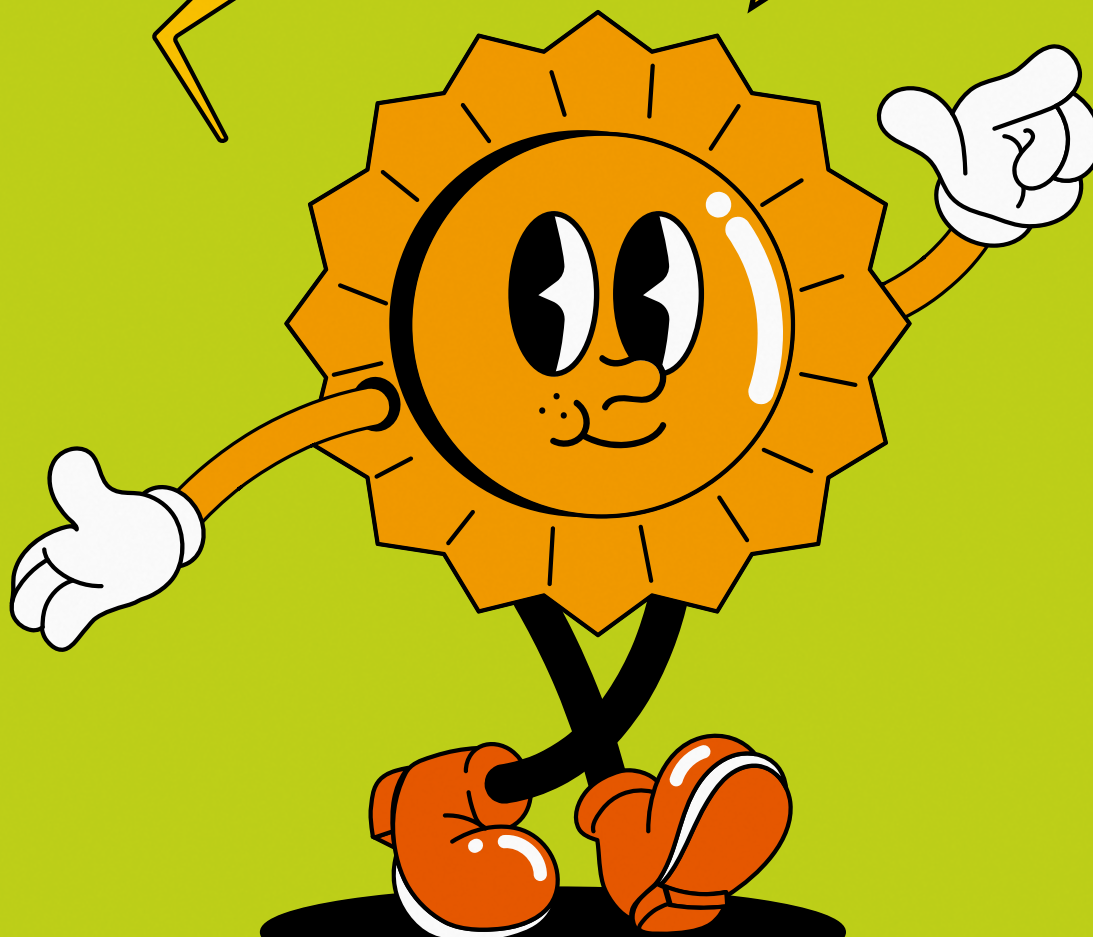


„Mehr Aufklärung in der Schule, wie und wo unsere alltäglichen Lebensmittel, Kleidung, Fortbewegungsmittel produziert werden, um so ein Bewusstsein zu schaffen statt wie aktuell einer Art Selbstverständlichkeit.“

„Ich hätte mir mehr Aufklärung zu dem Thema in der Schule gewünscht.“

„Von der Politik wünsche ich mir eine ernstere und konsequentere Umsetzung.“

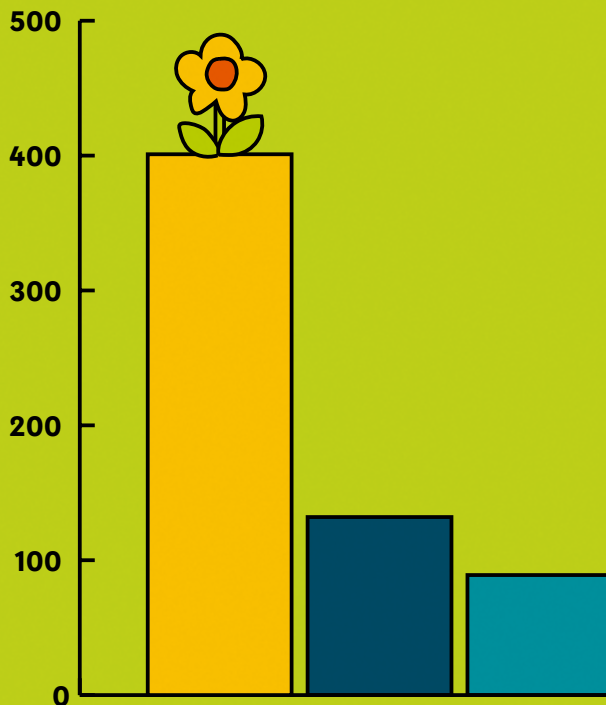
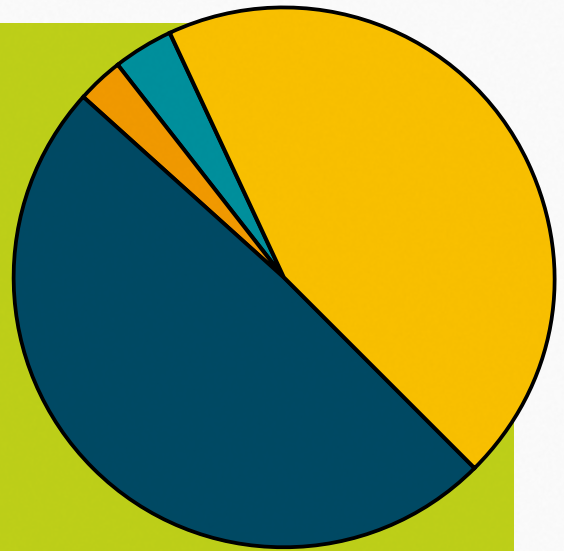
„Die Politik sollte viel mehr unternehmen, um Nachhaltigkeit zu fördern, z.B. Regelungen für Plastikverpackungen oder so.“





Die Teilnehmer nach Geschlecht

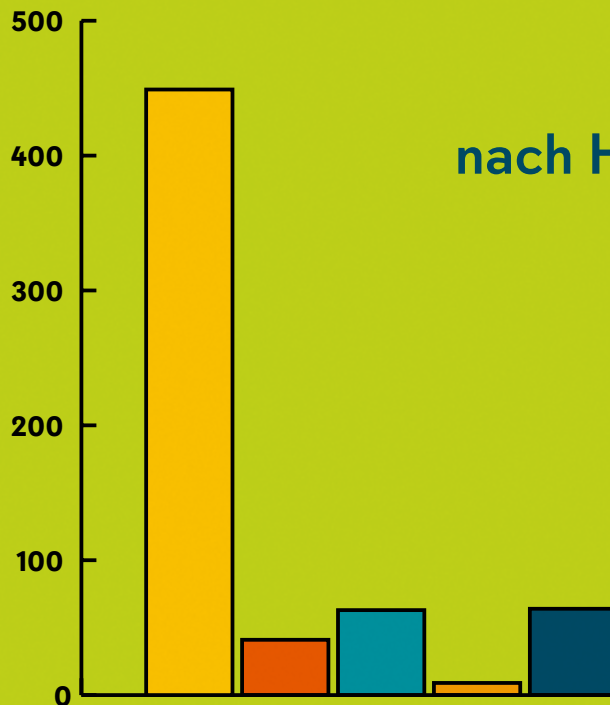
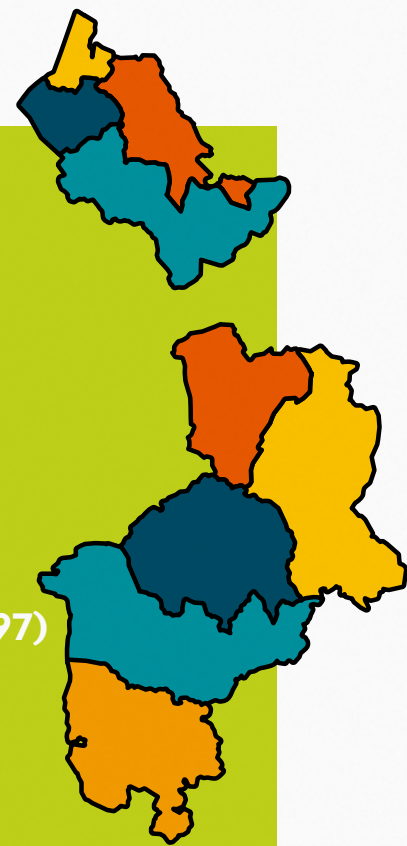
- ◆ Weiblich (305)
- ◆ Männlich (276)
- ◆ Weitere (18)
- ◆ Keine Angaben (21)



Die Teilnehmer nach Alter

- ◆ bis 16 (401)
- ◆ 17 - 22 (132)
- ◆ ab 23 (87)

Die Teilnehmer nach Gemeinde



Die Teilnehmer nach Hauptbeschäftigung



ERNÄHRUNG

Ernährung spielt in der heutigen Zeit, gerade auch in Bezug auf die Nachhaltigkeit, eine immer wichtigere Rolle. Viele assoziieren den Begriff der Nachhaltigkeit mit einer umweltbewussten oder sogar veganen Ernährung.

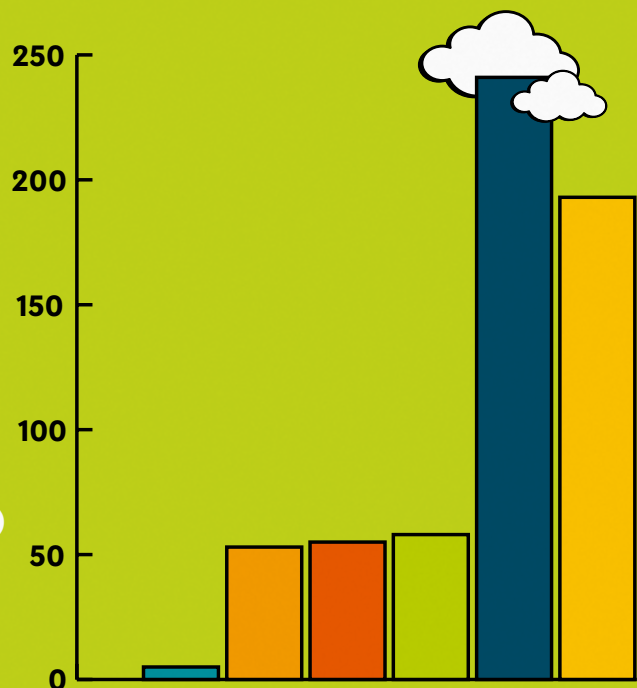
Bei der Umfrage ging es nicht nur um „Fleisch“ als solches. Wir haben explizit darauf hingewiesen, dass „Aufschnitt“ auch Fleisch ist. Vielen jungen Menschen ist nicht bewusst, dass eine Scheibe Schinkenwurst auf dem Brot ebenfalls bedeutet, dass sie Fleisch gegessen haben.

Einige Jugendliche haben angegeben, dass sie gerne häufiger vegetarisch essen würden, aber ihre Eltern einkaufen gehen und über den Essensplan entscheiden.

Weniger als 1% der Befragten ernährt sich vegan, wohingegen mehr als 31% der Befragten täglich Fleisch essen. Es bildet sich also ein starker Kontrast in Bezug auf den Fleischkonsum.

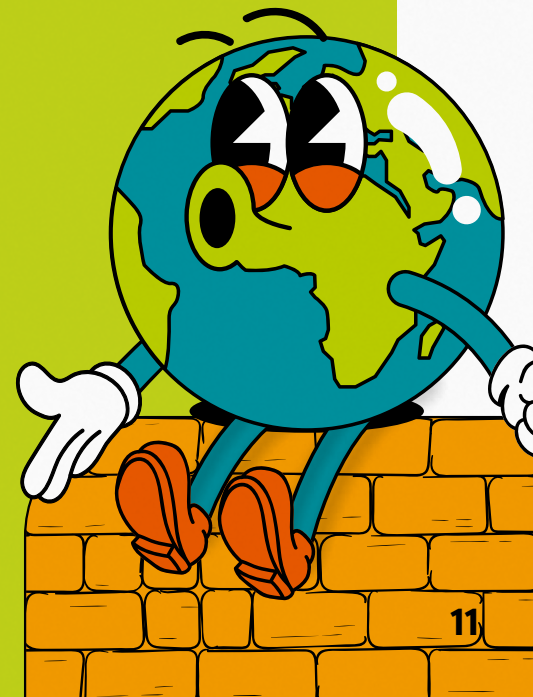
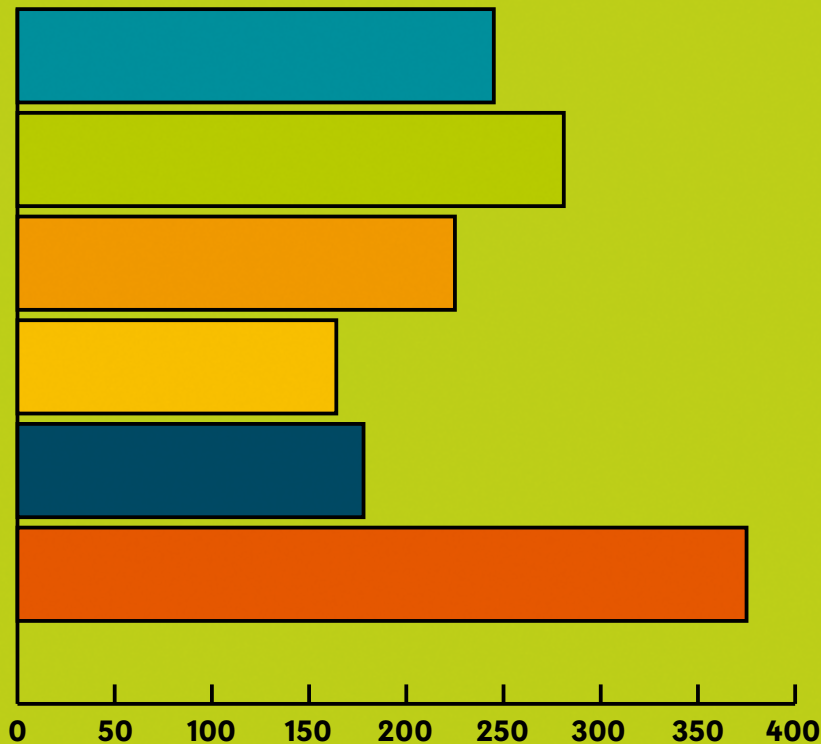
Ernährungsform der Teilnehmer

- ◆ Vegan (5)
- ◆ Vegetarisch (53)
- ◆ Selten Fleisch (55)
- ◆ 1x/Woche Fleisch (58)
- ◆ Mehrmals/Woche Fleisch (256)
- ◆ Täglich Fleisch (193)



Worauf achten die Teilnehmer beim Kauf ihrer Lebensmittel? (hier waren mehrere Antworten möglich)

- ◆ Bio oder ähnlich (245)
- ◆ Regional (281)
- ◆ Saisonal (225)
- ◆ Günstig (164)
- ◆ Verpackung (178)
- ◆ Frische Zutaten (375)





Worauf achten die Teilnehmer beim Kauf ihrer Produkte ?

Es stellt sich heraus, dass die Teilnehmer beim Einkauf darauf achten, dass sie frische Zutaten in ihren Einkaufskorb legen. Ebenfalls geht aus der Umfrage hervor, dass die Teilnehmer bei ihrem Einkauf vor allem darauf achten, dass ihre Einkäufe regional, saisonal und/oder biologisch angebaut sind. Das zeigt, dass es ein Mindestmaß an Bewusstsein für regionale und saisonale Produkte gibt. Wer regional und saisonal einkauft, trägt zu einer nachhaltigeren Gesellschaft bei. Außerdem stärkt es die hiesigen Produzenten, was wiederum Wirtschaftswachstum fördert. Fast 80% der Befragten geben außerdem an, dass sie wissen, dass sie in ihrer Gemeinde nachhaltige Lebensmittel einkaufen können.

Neben Faktoren wie Verpackung oder Preis wurden noch zusätzliche Faktoren genannt, die einen Einfluss auf das Kaufverhalten der Teilnehmenden haben. So wurden beispielsweise die

Tierhaltungsart, der Nutri-Score oder der Zuckergehalt genannt. Ebenfalls stellte sich heraus, dass die Teilnehmenden darauf achten, alle Einkäufe in nur einem Geschäft zu erledigen, damit man sich den Fahrtweg spart. Auch das ist ein Aspekt, der einen umweltbewussten Einkauf beeinflusst.

Aus den Ergebnissen der Umfrage ergab sich, dass einige der Befragten noch nicht selbst einkaufen gehen. Wenn man also als Jugendlicher seinen Sinn für Umweltbewusstsein schärfen möchte, jedoch keinen Einfluss auf den wöchentlichen Einkauf hat, dann ist es schwierig, gezielt nur regionale und saisonale Produkte zu konsumieren. Dementsprechend müssen Erziehungsberechtigte ebenfalls darüber aufgeklärt werden, dass regionale und saisonale Produkte umweltfreundlicher sind, als importierte nicht-saisonale Lebensmittel. Hier stehen natürlich auch die Kosten immer im Vordergrund.

	günstig	Qualit.	Marke	fair prod.	nachh.	lok. prod.	onl. verf.	s-h	reparierbar
Kleidung	215	490	273	173	126	60	134	130	76
Einrichtung	161	489	63	116	159	88	79	88	223
Hygieneartikel	195	422	165	163	193	63	41	11	17
Elektrogeräte	125	500	394	69	66	32	144	47	208
Hobbyzubehör	162	477	218	86	96	54	124	119	175



„Vegetarische Alternativen sind oft teurer als Fleisch, daher ist es als Studentin schwer für mich, vegetarisch einzukaufen/zu kochen.“

„In den Supermarktregalen sollten regionale und saisonale Artikel immer ganz vorne stehen und gut gekennzeichnet sein.“

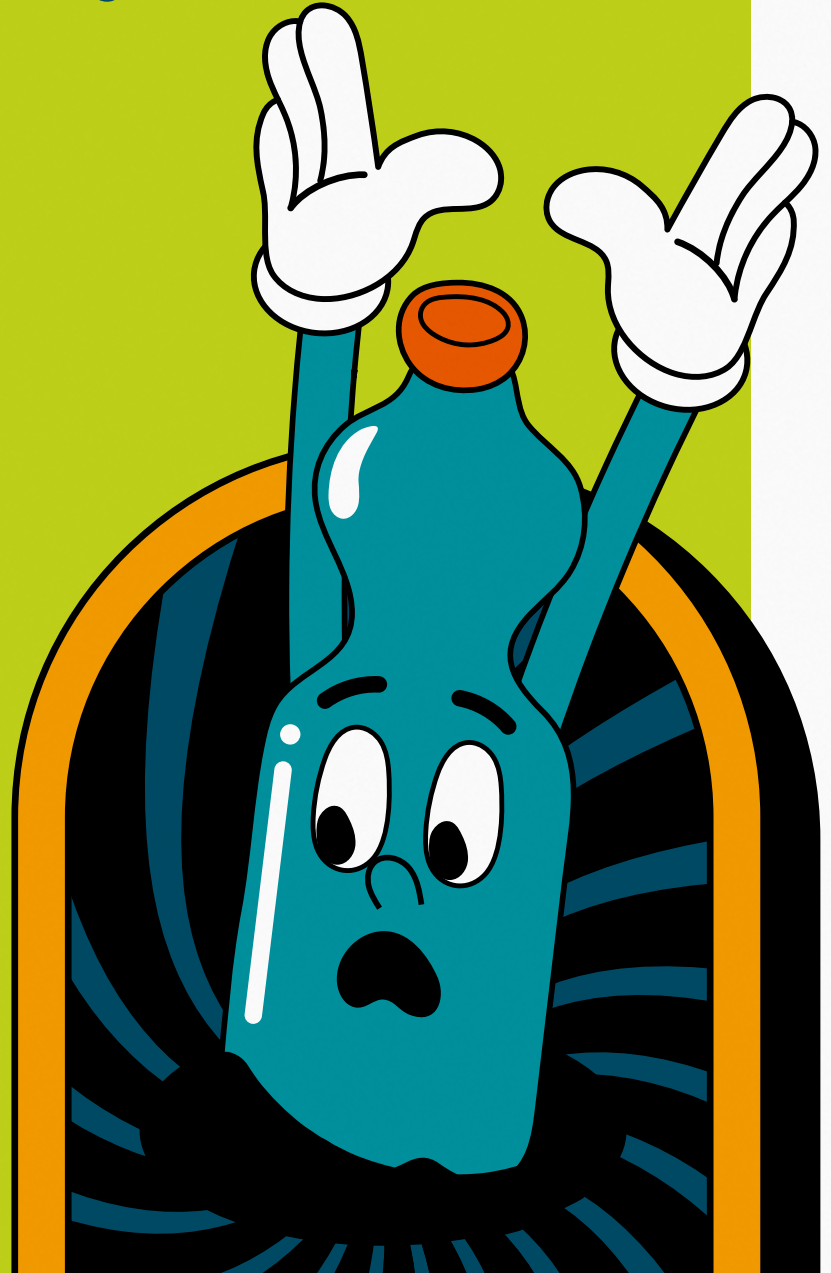
Würdest du im Restaurant Konzepte zur nachhaltigen Verpackung nutzen?

Die Jugendlichen wurden bei der Umfrage gefragt, ob sie ein nachhaltiges Konzept zur Verpackung in Restaurants nutzen würden. Die Idee dahinter ist simpel: Oft wird Essen in einer Plastikkdose, in Alufolie oder in Styropor verpackt, und das ist natürlich nicht nachhaltig!

Die Hälfte der Jugendlichen gab an, ein Konzept zur nachhaltigen Verpackung nutzen zu wollen. Weniger als ein Viertel würde dies nicht tun.

Somit kann man schlussfolgern, dass die Jugendlichen ein nachhaltiges Verpackungssystem in Restaurants befürworten und nutzen würden.

Interessant ist, dass die Jugendlichen vorgeschlagen haben, ein einheitliches Verpackungssystem zu nutzen. Das bedeutet, dass alle Restaurants in einem bestimmten Umkreis die gleichen Dosen anbieten würden. So könnte man seine benutzten Dosen in jedem beliebigen der dazugehörigen Lokale zurückgeben. Immer das nächstgelegene zu wählen, spart Zeit und Fahrtkosten.

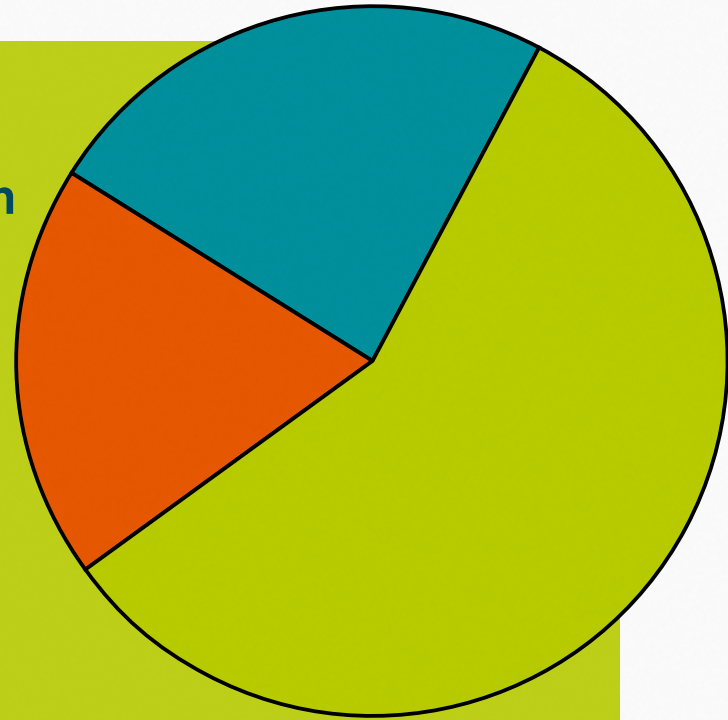


Würdest du im Restaurant Konzepte zur nachhaltigen Verpackung nutzen?

Nein (118)

Unter Bedingungen (148)

Ja (358)



Freie Textantworten - Synthese

„Bedingung: Sauberkeit.“

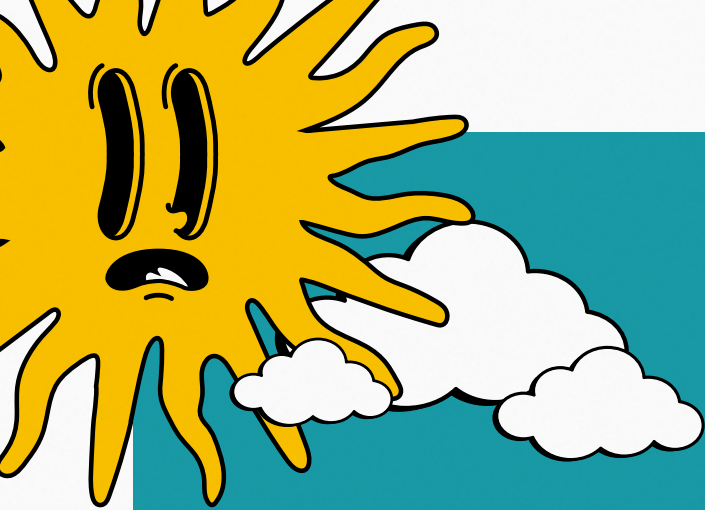
„Idee des Pfands gut.“
(bei Getränken)

„Wahl lassen.“
(zwischen Pfandsystem oder herkömmliches)

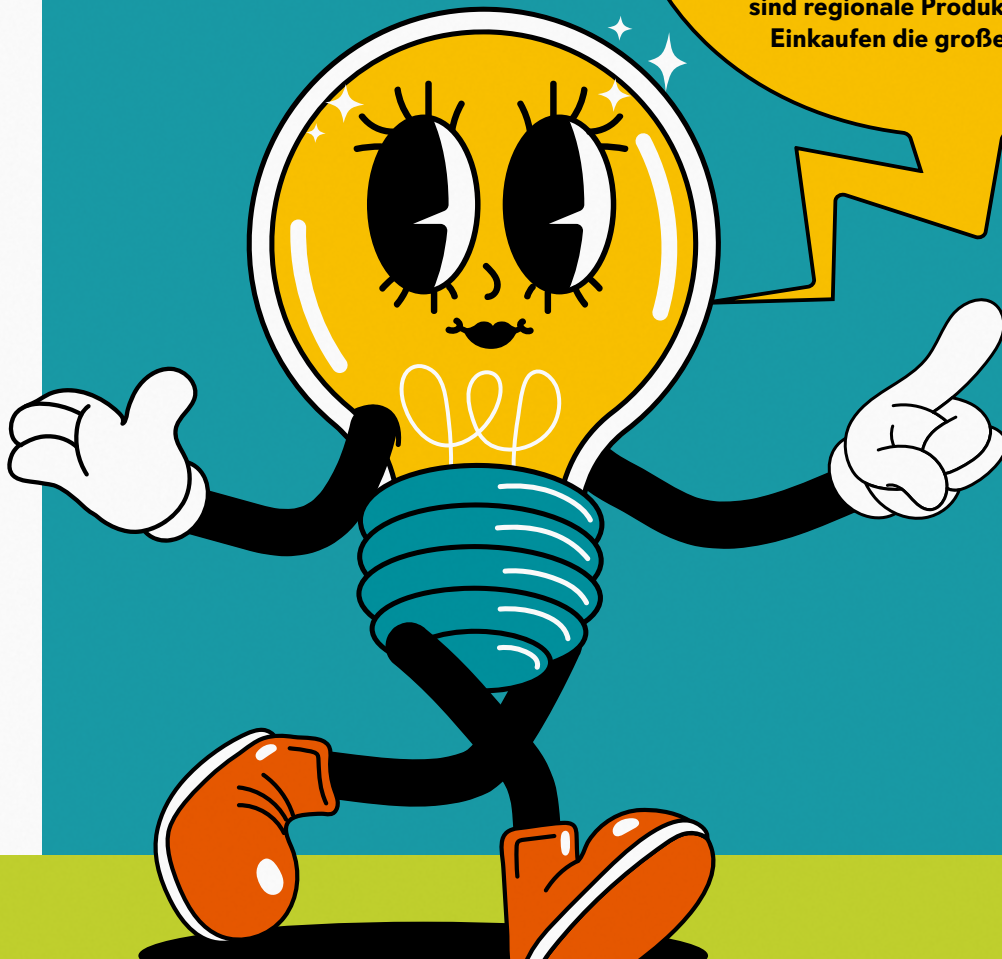
„Der Kauf von Essen darf dadurch nicht länger dauern/ komplizierter werden (denke ich, würde es ja eh nicht).“

„5€ ist ein wenig viel.“

„Nähe der Restaurants“
(Viele merken an, dass sie dafür nicht zu weit fahren möchten. Wenn mehrere Restaurants mitmachen würden, könnten sie es ja bei dem nächsten vorbei bringen.)



Unter Konsum verstehen wir allgemein das Verbrauchen von Lebensmitteln und anderen Artikeln sowie die Inanspruchnahme von Dienstleistungen. Heutzutage leben wir in einer Konsumgesellschaft, was bedeutet, dass wir alle viele verschiedene Bedürfnisse haben, die wir befriedigen möchten. Das ist zum einen nur durch finanzielle Gegenleistung möglich und zum anderen ist dafür auch vieles notwendig, was nicht im Sinne der Nachhaltigkeit ist. Um die gewünschten Waren für jeden in jeder Region zugänglich zu machen, fallen oft hohe Produktions- und Transportkosten an. Zudem ist die Herstellung sowie die Beförderung von einem Ort zum anderen in der Regel nicht besonders umweltfreundlich. Hier sind regionale Produktion und lokales Einkaufen die großen Stichworte.



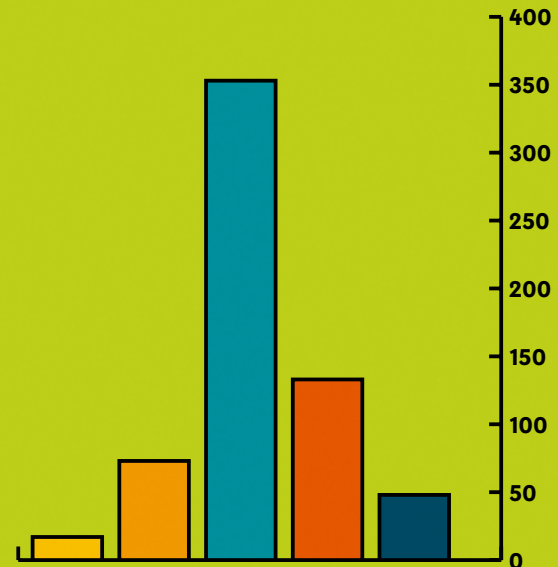
KONSUM

Von den Befragten wollte die AG wissen, was ihnen beim Kauf ihrer Produkte wichtig ist.

	günstig	Qualit.	Marke	fair prod.	nachh.	lok. prod.	onl. verf.	s-h	repa-rierbar
Kleidung	215	490	273	173	126	60	134	130	76
Einrichtung	161	489	63	116	159	88	79	88	223
Hygieneartikel	195	422	165	163	193	63	41	11	17
Elektrogeräte	125	500	394	69	66	32	144	47	208
Hobbyzubehör	162	477	218	86	96	54	124	119	175

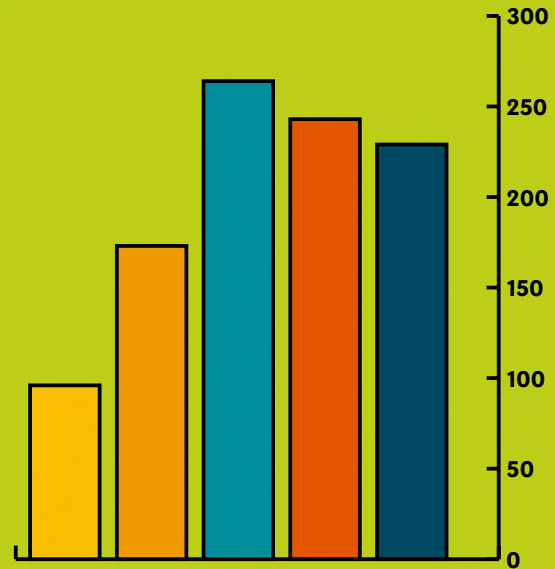
Wie oft bestellst du Produkte online?

- Nie (48)
- Jährlich (133)
- Monatlich (353)
- Wöchentlich (73)
- Täglich (17)



Warum bestellst du Produkte online?

- Bequemlichkeit (229)
- EH/Supermarkt nicht möglich (243)
- Lok. Geschäft nicht möglich (264)
- Günstiger (173)
- Sonstiges (96)



Worauf wird beim Einkauf geachtet ?

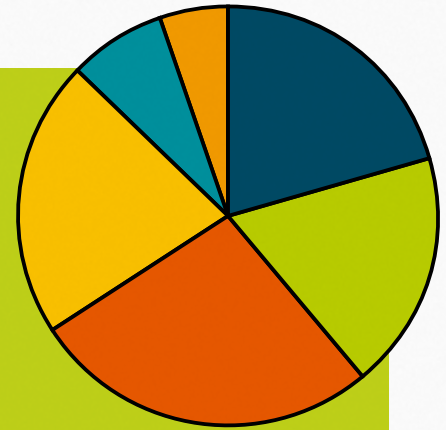
Deutlich erkennbar ist, dass die meisten der Befragten doch jeden Monat Produkte online bestellen. Dabei spielt nicht nur der Preis eine ausschlaggebende Rolle, sondern vielmehr die Bequemlichkeit. Die Leute bestellen aus praktischen Gründen im Internet oder auch, weil sie die gewünschten Artikel in den umliegenden Geschäften nicht erwerben können.

Bei allen fünf aufgeführten Kategorien (Kleidung, Einrichtung, Hygieneartikel, Hobbyzubehör und Elektrogeräte) legen die Jugendlichen am meistens Wert auf die Qualität der Produkte. Wo die Marke bei der Kleidung, dem Hobbyzubehör und den Elektrogeräten eine sehr wichtige Rolle spielt, ist dies bei den Hygieneartikeln und

der Einrichtung eher weniger wichtig. Hierbei interessieren sich die Befragten eher für den Nachhaltigkeitsaspekt der Konsumgüter.

Fast alle Teilnehmenden sind bereit, nachhaltiger einzukaufen, vorausgesetzt, die finanziellen Möglichkeiten sind gegeben. In der Realität sieht es jedoch so aus, dass sich viele die nachhaltigen Alternativen nicht leisten können.



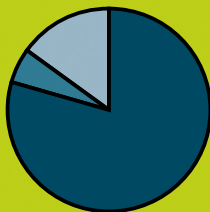


Wie lange hast du dein derzeitiges Smartphone schon?

- ◆ 0-6 Monate (129)
- ◆ 7 Monate - 1 Jahr (115)
- ◆ 1-2 Jahre (167)
- ◆ 2-3 Jahre (133)
- ◆ 3-4 Jahre (47)
- ◆ über 4 Jahre (32)

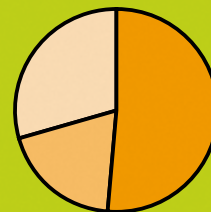
Relativ viele Jugendliche behalten ihr Smartphone länger als zwei Jahre, jedoch erwirbt ein Drittel fast jährlich ein neues Gerät.

Besteht in deiner Gemeinde die Möglichkeit, folgende Produkte nachhaltig einzukaufen?



Ernährung

- ◆ Ja (503)
- ◆ Nein (35)
- ◆ Weiß ich nicht (94)



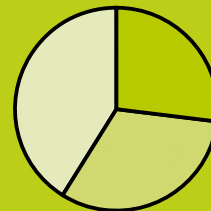
Hygieneartikel

- ◆ Ja (329)
- ◆ Nein (123)
- ◆ Weiß ich nicht (187)



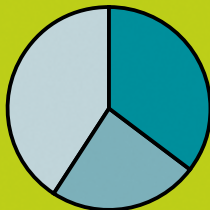
Kleidung

- ◆ Ja (240)
- ◆ Nein (172)
- ◆ Weiß ich nicht (231)



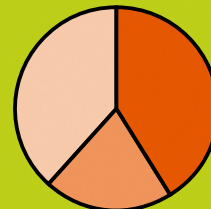
Elektrogeräte

- ◆ Ja (176)
- ◆ Nein (207)
- ◆ Weiß ich nicht (265)



Einrichtung

- ◆ Ja (226)
- ◆ Nein (152)
- ◆ Weiß ich nicht (260)

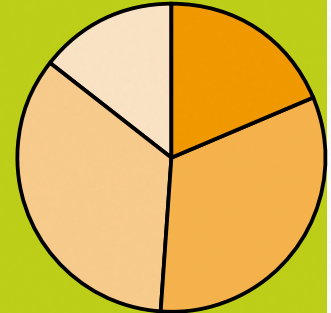


Hobbyzubehör

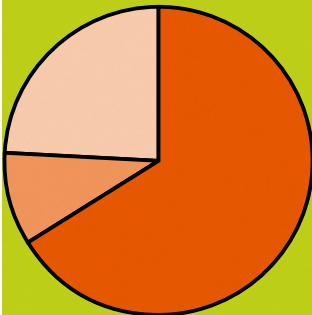
- ◆ Ja (264)
- ◆ Nein (132)
- ◆ Weiß ich nicht (244)

Wärst du bereit, mehr Geld für nachhaltige Produkte auszugeben und hättest du auch die finanziellen Möglichkeiten dazu? ✨

Bereit (116) ✨
 Bereit und finanzielle Möglichkeit (199) ✨
 Bereit und keine finanzielle Möglichkeit (212) ✨
 Nicht bereit (88) ✨



Besteht bei dir in der Nähe die Möglichkeit, nachhaltig einzukaufen? ✨

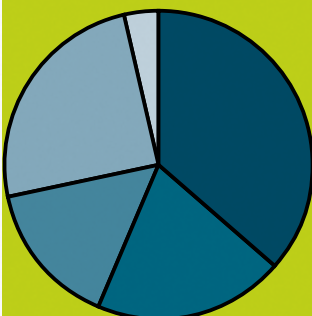
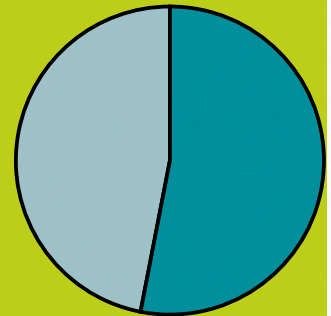


Ja (416) ✨
 Nein (61) ✨
 weiß nicht (150) ✨

Kaufst du secondhand ein? ✨

Was kaufst du secondhand? ✨

Ja (331) ✨
 Nein (290) ✨



Kleidung (225) ✨
 Einrichtung (123) ✨
 Elektrogeräte (94) ✨
 Hobbyzubehör (152) ✨
 Sonstiges (22) ✨



MOBILITÄT

Mobilität steht für Beweglichkeit. Frei nach dem Motto: Nur wer heutzutage mobil ist, kann am alltäglichen Leben teilnehmen und verschiedene Orte, Einrichtungen, Veranstaltungen, usw. besuchen. Hier beschränkt sich die Mobilität natürlich nicht auf den Arbeits- oder Schulweg, sondern bezieht sich auch auf das Reisen in andere Länder und Kulturen.

Gerade hier in Ostbelgien wird Jugendlichen Einiges geboten. Es gibt nicht nur viele kostenlose Veranstaltungen, sondern auch interessante (Freizeit-) Angebote wie Ausstellungen, Märkte oder Sportevents. Damit diese Angebote in vollem Umfang

genutzt werden können, muss es viel mehr nachhaltige Fortbewegungsmöglichkeiten geben. Die Busverbindungen sind oft nicht ausreichend ausgebaut und nur eingeschränkt nutzbar. Die meisten der hier betroffenen Menschen sind unter 18 Jahre alt und haben somit noch keinen Führerschein, geschweige denn ein eigenes Fahrzeug.

Im Folgenden sind die Jugendlichen zu ihren Gewohnheiten und Wünschen in Bezug auf die Mobilität befragt worden.

	so gut wie täglich	mehrmals/ Woche.	mehrmals/ Monat	seltener	gar nicht
Eigenes Auto	240	490	273	173	126
Eigenes Motorrad/Moped	21	489	63	116	159
ÖPNV	203	422	165	163	193
Fahrrad	69	500	394	69	66
Carsharing	7	0	0	0	0
Mitfahrgelegenheit	55	0	0	0	0

„Politik: Bessere Busverbindungen in der Eifel. Besonders an den Wochenenden und abends.“
(Wenn Bälle oder Feste stattfinden).

„Bikesharing und E-Roller wie in der Stadt finde ich super.“

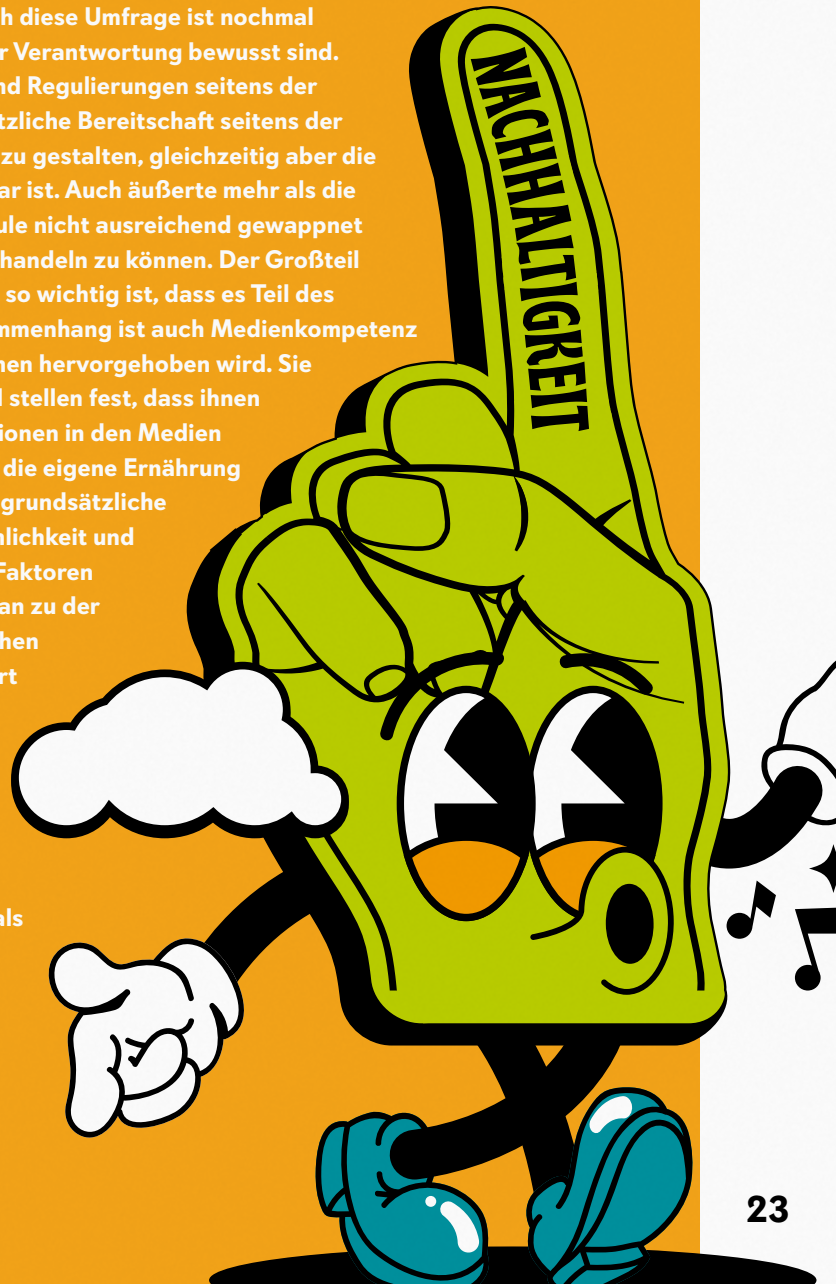
„Ohne Auto ist es in der Eifel nicht möglich, zu seinem Arbeitsplatz zu kommen. Die Verbindungen mit den öffentlichen Verkehrsmitteln sind nicht geeignet und die Wege für Fahrräder zu weit.“

„Für mich ist es keine Option auf das Auto zu verzichten. In Ostbelgien wird der öffentliche Nahverkehr niemals ein Auto ersetzen können.“



FAZIT

Das Thema „Nachhaltigkeit“ betrifft uns alle. Durch diese Umfrage ist nochmal deutlich geworden, dass junge Menschen sich ihrer Verantwortung bewusst sind. Dabei wünschen sie sich konkrete Umsetzungen und Regulierungen seitens der Politik. Daraus ist abzulesen, dass es eine grundsätzliche Bereitschaft seitens der Jugend gibt, die eigene Lebensweise nachhaltiger zu gestalten, gleichzeitig aber die Veränderung für den Einzelnen schwierig umsetzbar ist. Auch äußerte mehr als die Hälfte der Befragten, dass sie sich seitens der Schule nicht ausreichend gewappnet fühlt, beim Thema Nachhaltigkeit wirkungskräftig handeln zu können. Der Großteil der Jugendlichen ist der Meinung, dass das Thema so wichtig ist, dass es Teil des Unterrichtsprogramms sein sollte. In diesem Zusammenhang ist auch Medienkompetenz ein entscheidender Aspekt, der von den Jugendlichen hervorgehoben wird. Sie sind sich der Komplexität des Themas bewusst und stellen fest, dass ihnen eine korrekte Einordnung und Analyse der Informationen in den Medien schwerfällt. In Bezug auf den eigenen Konsum und die eigene Ernährung ist wenig überraschend festzustellen, dass es eine grundsätzliche Bereitschaft gibt, nachhaltiger zu agieren, Bequemlichkeit und Erschwinglichkeit jedoch die ausschlaggebenden Faktoren beim tatsächlichen Konsum sind. Auch hier kann man zu der Schlussfolgerung kommen, dass sich die Jugendlichen wünschen, dass ein nachhaltiger Konsum erleichtert wird. Nicht zuletzt wird nochmal ganz deutlich, dass das Auto in einer ländlichen Gegend wie Ostbelgien das wichtigste Fortbewegungsmittel bleibt und Zweifel bestehen, dass öffentliche Verkehrsmittel ausreichend Mobilität in Ostbelgien gewährleisten werden können. Der Ist-Zustand wird von den Jugendlichen jedenfalls als mangelhaft bewertet.





VERANTWORTLICHER HERAUSGEBER

RDJ – Rat der deutschsprachigen Jugend

Brauereihof 2 · B-4700 Eupen

Tel.: 087 / 56 09 79

Mail: info@rdj.be

www.rdj.be

Unternehmensnummer BE 0843.303.152

Gerichtsbezirk Eupen

Stand: Mai 2023

