

# Ergebnisbericht des Global Survey zu Nachhaltigkeit und den SDGs

Bekanntheit, Prioritäten, Handlungsbedarf

---



Hamburg im Januar 2020

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz  
und nukleare Sicherheit



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Ausführende Organisationen:



## INHALT

<b>I.</b>	Zusammenfassung der Ergebnisse und Handlungsempfehlungen	4
<b>II.</b>	Der Global Survey - Hintergrund, Motivation und Zielsetzung	11
<b>III.</b>	Methode und Vorgehen	12
	Multiplikatoren	13
	Social Media Kampagne	14
	Aufbau des Fragebogens	15
<b>IV.</b>	Übergreifende Statistiken	16
<b>V.</b>	Ergebnisse	18
	1. Bekanntheit der Sustainable Development Goals	18
	2. Persönliche Prioritäten	19
	3. Persönliches Verhalten	25
	4. Treiber des Wandels	27
	5. Nachhaltigkeit und SDGs in der Privatwirtschaft	29
	6. Nachhaltigkeit und SDGs in Politik und Verwaltung	34
	7. Nachhaltigkeit und SDGs in Bildung und Forschung	36
	8. Nachhaltigkeit und SDGs in der Zivilgesellschaft	38
<b>VI.</b>	Autoren und Danksagung	40
<b>VII.</b>	Anhang	41
	Vollständige Liste der Multiplikatoren	41
	Ergebnisse im Detail (Datentabellen)	45

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<b>Abbildung 1:</b>	<b>Die 18 Influencer des Global Survey</b>	<b>14</b>
<b>Abbildung 2:</b>	<b>Aufbau des Global Survey – Privatperson vs. Professional</b>	<b>15</b>
<b>Abbildung 3:</b>	<b>Antworten nach Geschlecht</b>	<b>16</b>
<b>Abbildung 4:</b>	<b>Verteilung der Antworten über 174 Länder</b>	<b>16</b>
<b>Abbildung 5:</b>	<b>Antworten nach Altersgruppen</b>	<b>17</b>
<b>Abbildung 6:</b>	<b>Antworten nach Bildungsabschluss</b>	<b>17</b>
<b>Abbildung 7:</b>	<b>Antworten nach Region</b>	<b>17</b>
<b>Abbildung 8:</b>	<b>Antworten nach Sektoren</b>	<b>17</b>
<b>Abbildung 9:</b>	<b>Bekanntheitsgrad der SDGs</b>	<b>18</b>
<b>Abbildung 10:</b>	<b>Persönliche Bedeutung der SDGs nach Region</b>	<b>19</b>
<b>Abbildung 11:</b>	<b>Bedeutung von SDG 5 nach Geschlecht</b>	<b>21</b>
<b>Abbildung 12:</b>	<b>Geschlechtergefälle nach Regionen gemäß WEF</b>	<b>22</b>
<b>Abbildung 13:</b>	<b>Bedeutung der SDGs nach Altersgruppen</b>	<b>23</b>
<b>Abbildung 14:</b>	<b>Netto-Wahrnehmung über die Entwicklung der SDGs in Deutschland</b>	<b>24</b>
<b>Abbildung 15:</b>	<b>Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im Alltag – global, in der EU und Deutschland</b>	<b>25</b>
<b>Abbildung 16:</b>	<b>Treiber für eine nachhaltige Entwicklung</b>	<b>27</b>
<b>Abbildung 17:</b>	<b>Treiber für eine nachhaltige Entwicklung in Deutschland</b>	<b>28</b>
<b>Abbildung 18:</b>	<b>Vertretene Branchen in der Privatwirtschaft</b>	<b>29</b>
<b>Abbildung 19:</b>	<b>Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs nach Branchen</b>	<b>30</b>
<b>Abbildung 20:</b>	<b>Relevanteste SDGs und dringlichste Maßnahmen für Unternehmen</b>	<b>31</b>
<b>Abbildung 21:</b>	<b>Relevanteste Partner zur Erreichung der SDGs</b>	<b>32</b>
<b>Abbildung 22:</b>	<b>Beitrag der Unternehmen zu den SDGs nach Regionen</b>	<b>32</b>
<b>Abbildung 23:</b>	<b>Fortschrittmessung und Zielsetzung bzgl. Nachhaltigkeit und SDGs nach Regionen</b>	<b>33</b>
<b>Abbildung 24:</b>	<b>Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs im politischen Sektor</b>	<b>34</b>
<b>Abbildung 25:</b>	<b>SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für Politik und Verwaltung</b>	<b>35</b>
<b>Abbildung 26:</b>	<b>Verbesserungsbedarf für Politik und Verwaltung in Bezug auf die SDGs</b>	<b>35</b>
<b>Abbildung 27:</b>	<b>Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs aus Sicht von Bildung und Wissenschaft</b>	<b>36</b>
<b>Abbildung 28:</b>	<b>SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für Bildung und Forschung</b>	<b>37</b>
<b>Abbildung 29:</b>	<b>Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs in der Zivilgesellschaft</b>	<b>38</b>
<b>Abbildung 30:</b>	<b>SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für die Zivilgesellschaft</b>	<b>39</b>
<b>Abbildung 31:</b>	<b>Wichtige Maßnahmen aus Sicht der Zivilgesellschaft</b>	<b>39</b>

# I.

## ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Im Jahr 2015 verabschiedete die UN Vollversammlung die Agenda 2030 mit den 17 Zielen für eine nachhaltige Entwicklung (UN Sustainable Development Goals, SDGs). Seitdem ist insbesondere auf Seite nationaler Regierungen wie auch auf supranationaler Ebene viel passiert – doch was davon nehmen die Menschen wahr? Und was bewegt sie, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht? Erstmals standen diese Fragen im Fokus einer weltweiten Umfrage, dem „Global Survey on Sustainability and the SDGs“ (Global Survey). Der Global Survey befragte im Zeitraum September 2018 bis Juni 2019 ca. 27.000 Teilnehmer aus 174 Ländern, die sowohl als Privatperson als auch als Vertreter/In der Politik, Wirtschaft, Wissen-

schaft und Forschung, Medien sowie der Zivilgesellschaft weltweit zur ihrer Meinung und ihren Erwartungen zum Thema Nachhaltigkeit und den SDGs.

Der Global Survey wurde von der Regierung der Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit) im Rahmen der „Exportinitiative Umwelttechnologien“ finanziert und von der auf Nachhaltigkeit spezialisierten Beratung Schlange & Co. (S&C) konzipiert und durchgeführt. Das Center for Business and the Environment (CBEY) der Yale University war als akademischer Partner für die wissenschaftliche Begleitung beauftragt.

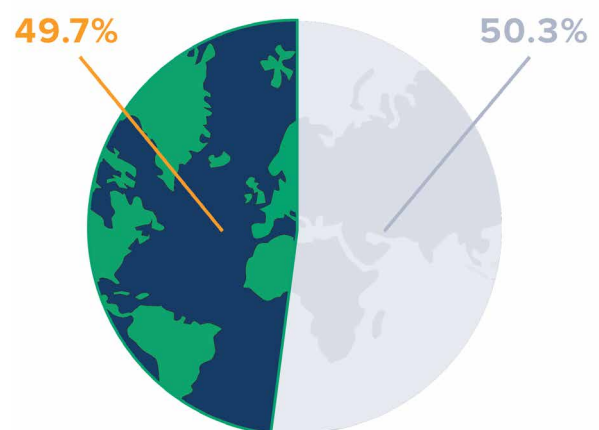
### ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG



## WESENTLICHE ERKENNTNISSE

### 1. Weniger als die Hälfte der Befragten weltweit kennt die SDGs.

Die SDGs bieten einen hervorragenden Orientierungsrahmen mit einem leicht verständlichen Vokabular (zumindest auf oberster Ebene der 17 SDGs), um durch das komplexe Thema „Nachhaltigkeit“ zu navigieren. Wohingegen der Begriff und die Bedeutung der „Nachhaltigkeit“ mittlerweile gut verbreitet sind, so ist dies leider nicht der Fall in Bezug auf die SDGs. Nur ein geringer Teil der Befragten ist mit den SDGs vertraut und weiß über ihre Bedeutung.



Der weltweite durchschnittliche Bekanntheitsgrad der SDGs liegt bei knapp 50% (Europäische Union: 56%; Deutschland: 46%). Der tatsächliche Kenntnisstand dürfte jedoch deutlich niedriger liegen, worauf der Bekanntheitsgrad innerhalb der Kontrollgruppe von nur 37% hinweist.

### 2. Maßnahmen zum Klimaschutz, hochwertige Bildung sowie Gesundheit und Wohlergehen haben höchste Priorität, wobei sich beim Thema Klimaschutz regionale Unterschiede ergeben.

Klimaschutz (SDG 13) ist das am häufigsten aufgeführte SDG von persönlichem Interesse, gefolgt von Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3) und Hochwertige Bildung (SDG 4). Diese Ergebnisse sind regional weitgehend konsistent. Allerdings werden in Afrika als besonders wichtige soziale Themen Bildung (SDG 4), Armut (SDG 1) und Hunger (SDG 2) genannt, die noch vor Klimaschutzmaßnahmen (SDG 13) rangieren.



### 3. Junge Menschen priorisieren Maßnahmen zum Klimaschutz, ältere Generationen eher Gesundheit, Bildung oder Biodiversität.

Junge Menschen bis 29 Jahre bewerten Klimaschutzmaßnahmen (SDG 13) mit der höchsten Priorität. Die Befragten zwischen 30-49 Jahren priorisieren Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3), Hochwertige Bildung (SDG 4) sowie Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12). Die Befragten ab 50 Jahren legen den Fokus mit SDG 14 (Leben unter Wasser) und SDG 15 (Leben an Land) eher auf Umweltaspekte.



### 4. Bei der Bewertung der Bedeutung der Geschlechtergleichstellung gibt es eine erhebliche Kluft zwischen den Geschlechtern und der regionalen Ausrichtung.

Weltweit bezeichnen über 31% der weiblichen Befragten die Gleichstellung der Geschlechter als SDG von unmittelbarer Bedeutung, verglichen mit etwa 15% der männlichen Befragten. Männliche Befragte sehen in diesem Ziel zudem bereits eine signifikant größere Verbesserung als weibliche Befragte.



## 5. Weltweit berücksichtigen die Befragten Nachhaltigkeit bei politischen Wahlen und kurzfristigen wirtschaftlichen Entscheidungen.

Die Mehrheit der Befragten weltweit berücksichtigt Nachhaltigkeit bei Konsumententscheidungen und bei der Ernährung (>50%), etwas weniger bei der Wahl von Transportmitteln und bei politischen Wahlen (jeweils 48%). Die Wahl des Arbeitgebers unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten liegt auf dem letzten Platz.



## 6. Die Befragten sehen alle Sektoren in der Verantwortung, eine nachhaltige Entwicklung voranzutreiben – allen voran jedoch Regierungen.

Auf die Frage „Von wem erwarten Sie, dass die Umsetzung der SDGs in Ihrem Land vorangetrieben wird?“ nennen die Befragten die Regierung vor dem Privatsektor, Forschungseinrichtungen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und den Medien.



## 7. Die SDGs in der Wirtschaft

---

Dringendster Handlungsbedarf sind aus Sicht der Wirtschaft die Themen Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12); Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) sowie Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9).

Die Mehrheit der Unternehmen setzt sich Ziele mit Bezug zu den SDGs. Der Fortschritt in Bezug auf die gesetzten Ziele wird jedoch noch ohne SDG-Bezug gemessen.

Die Bedeutung von Partnerschaften zwischen Unternehmen und Regierungen bzw. Politik und Verwaltung wird durch die Umfrageergebnisse untermauert. Befragte aus Politik und Verwaltung und der Privatwirtschaft nennen privatwirtschaftliche Akteure als wichtigste Partner.

## 8. Die SDGs in Politik und Verwaltung

---

Die in der Politik bzw. im öffentlich-rechtlichen Sektor tätigen Befragten schätzen den Bekanntheitsgrad von Nachhaltigkeit und den SDGs noch niedriger ein als Befragte in Unternehmen der Privatwirtschaft. Nur internationale politische Organisationen haben gemäß den Ergebnissen ein Bewusstsein für das Konzept der Nachhaltigkeit. Für alle anderen Bereiche fällt das Ergebnis negativ aus, einschließlich des SDG-Bekanntheitsgrads.

Die Befragten aus Politik und Verwaltung geben an, dass Nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) und Verantwortungsvolle

Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) sowie Klimaschutz (SDG 13) für ihren Sektor oberste Priorität haben.

Der dringlichste Handlungsbedarf wird in der Umsetzung von Nachhaltigkeit in der politischen Agenda gesehen, gefolgt von der Durchsetzung von Nachhaltigkeit, d. h. die Implementierung von Gesetzen und Vorschriften noch vor der eigentlichen Integration von Nachhaltigkeit in Gesetze und Vorschriften. In Deutschland steht die Durchsetzung von Nachhaltigkeit an erster Stelle.



## 9. Die SDGs in Bildung und Forschung

---

Die SDGs sind insgesamt in der Wissenschaft und Bildung eher unbekannt. Bemerkbar ist der sehr negative SDG-Bekanntheitsgrad, der den Vertretern der Wirtschaftswissenschaften beigemessen wird. Dies könnte ein Indikator dafür sein, dass die SDGs noch nicht ausreichend in den klassischen Wirtschaftsstudiengängen und -forschungsbereichen thematisiert werden.

Als SDGs mit hoher Priorität für Bildungs- und Forschungseinrichtungen werden ähnliche Ziele identifiziert wie in anderen Segmen-

ten, wobei Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) am höchsten bewertet werden, gefolgt von nachhaltigem Konsum und Produktion (SDG 12). Nicht überraschend wird hochwertige Bildung (SDG 4) als die dritthäufigste Antwort genannt.

Obwohl alle Sektoren die Bedeutung des SDG 17 – Partnerschaften zur Erreichung der Ziele als relativ niedrig einstufen, ist dies im Bereich Forschung und Bildung besonders bemerkenswert.

## 10. Die SDGs in der Zivilgesellschaft

---

Sowohl das Konzept der Nachhaltigkeit als auch die SDGs werden laut den Vertretern der Zivilgesellschaft als noch weitestgehend unbekannt eingeschätzt.

Die Priorisierung der SDGs durch die Befragten aus der Zivilgesellschaft spiegelt die Priorisierung der Politik und Verwaltung wider, bei denen Klimaschutz (SDG13) und verantwortungsbewusster Konsum und Produktion (SDG12) an erster Stelle stehen, gefolgt von hochwertiger Bildung (SDG4) und nachhaltigen Städten und Gemeinden (SDG11).

Vergleichbar mit den Vertretern aus Politik und der öffentlichen Verwaltung identifizieren die Befragten der Zivilgesellschaft eine Reihe von

Maßnahmen, die ihrer Ansicht nach wichtig sind, um auf die Erreichung der SDGs hinzuwirken (Abbildung 31). Die niedrigste Bedeutung wird dem Setzen eigener Agenda-Schwerpunkte zugewiesen, was darauf hindeutet, dass Teile der Zivilgesellschaft lediglich bereit sind, innerhalb bestehender Rahmen und Systeme zu arbeiten, anstatt neue Handlungsoptionen zu schaffen. Hingegen sieht die Mehrheit der Befragten weltweit die Aufgabe der Zivilgesellschaft darin, Kontrolle und Druck auf die Gesetzgebung und Wirtschaft auszuüben und somit als „Watchdog“ in der Gesellschaft zu agieren. Kontrolle und Druck auf die Wirtschaft wird innerhalb der EU sogar als noch bedeutender angesehen, als der auf die Gesetzgebung.

## Handlungsempfehlungen

---

Die Komplexität einer globalisierten Welt sowie die damit verbundenen Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung nehmen weltweit zu. Die 17 SDGs stellen in diesem Zusammenhang einen sehr hilfreichen Orientierungsrahmen für alle relevanten Akteure dar, allerdings sind sie bei der Bevölkerung nur wenig oder gar nicht bekannt.

Angesichts der Tatsache, dass Privatpersonen in ihrem alltäglichen Leben erheblich zu den Problemen der Nachhaltigkeit beitragen, sollten Anstrengungen unternommen werden, um das Individuum ausreichend zu sensibilisieren und ein verantwortliches Handeln zu fördern.

Eine breite und konsequente Aufklärungskampagne auf Grundlage der Agenda 2030 kann eine zielführende Maßnahme darstellen. Regierungen könnten in Kooperation mit Bildung, Wirtschaft, Zivilgesellschaft und Medien Initiativen in ihren Ländern gründen, welche geeignete Konzepte zur Verbreitung der SDGs mit praktischen Empfehlungen für den Alltag entwickeln und umsetzen.

Eine weitere Erkenntnis aus begleitenden Diskussionen zum Global Survey ist, dass die konkreten 169 Ziele nur schwer für die Bereiche Wirtschaft, Wissenschaft und Lehre nachvollziehbar sind, da sie sich inhaltlich fast ausschließlich an Regierungen richten. Dieser Mangel könnte dadurch behoben werden, dass zusätzliche Sektor spezifische Ziele, die den Beitrag des jeweiligen Bereichs benennen, formuliert werden.

## II. DER GLOBAL SURVEY – HINTERGRUND, MOTIVATION UND ZIELSETZUNG

---

Im Jahr 2015 verabschiedete die UN Vollversammlung die Ziele für eine nachhaltige Entwicklung (UN Sustainable Development Goals, SDGs). Seitdem ist viel passiert – doch was davon nehmen die Menschen wahr? Wie zufrieden sind sie mit den erzielten Fortschritten? Und was bewegt sie, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht?

Erstmals standen diese Fragen im Fokus einer weltweiten Umfrage, dem „Global Survey on Sustainability and the SDGs“ (Global Survey). Der Global Survey hat im Zeitraum September 2018 bis Juni 2019 ca. 27.000 Menschen weltweit zur ihrer Meinung und ihren Erwartungen zum Thema Nachhaltigkeit und den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen befragt.

Die Befragung richtete sich an Privatpersonen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung, Medien sowie der Zivilgesellschaft in allen Ländern der Welt. Ziel war es, die relevanten Herausforderungen in Bezug auf Umwelt, Soziales und Wirtschaft in den jeweiligen Ländern und Sektoren zu priorisieren und die Dringlichkeit des Handelns zu bestimmen. Darüber hinaus sollte die Leistung der Sektoren in den Ländern bewertet werden. Damit hat der Global Survey sowohl die individuelle Sicht der Menschen, als auch unterschiedlichste fachliche Perspektiven abgedeckt – ein bisher einmaliges Vorgehen.

Das Projekt wurde von der Regierung der Bundesrepublik Deutschland (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit) im Rahmen der „Exportinitiative Umwelttechnologien“<sup>1</sup> finanziert und von der auf Nachhaltigkeit spezialisierten Beratung Schlange & Co. (S&C), aus Hamburg konzipiert und durchgeführt. Die Yale University, d. h. das Yale Center for Business and the Environment (CBEY), war als akademischer Partner für die wissenschaftliche Begleitung, d. h. die Mitentwicklung des Fragebogens, die Bereitstellung der Befragungssoftware sowie die Datenauswertung, beauftragt.

Die Ergebnisse werden der breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht und Entscheidungsträgern der genannten Sektoren präsentiert, um Bewusstsein zu schaffen und notwendige Entscheidungen für eine nachhaltige Entwicklung zu initiieren und zu beschleunigen.

<sup>1</sup> BMU-Exportinitiative Umwelttechnologien: <https://www.bmu.de/themen/wirtschaft-produkte-ressourcen-tourismus/wirtschaft-und-umwelt/umwelttechnologien/exportinitiative/>

### III.

## METHODE UND VORGEHEN

---

Der Global Survey hatte das Ziel, so viele Menschen wie möglich aus allen Ländern der Welt und allen Sektoren und Altersgruppen zu erreichen, die über einen Internetanschluss verfügen. Um diese breite Zielgruppe zu erreichen, wurde die Befragung in 18 Sprachen über verschiedene Kanäle geteilt.

Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse aus 26.374 Antworten des Global Survey zusammen, die über drei parallel stattfindende Umfragen generiert wurden:

- I. Der offizielle Global Survey wurde von September 2018 bis Juni 2019 online durchgeführt und stand allen Menschen mit einem Internetzugang weltweit offen. Die globale Umfrage wurde durch mehr als 250 sogenannte „Multiplikatoren“ verbreitet.<sup>2</sup> Darüber hinaus wurde der Global Survey über Social-Media-Kanäle und über eine Social Media Kampagne mit Hilfe von 18 Influencern beworben. Der Global Survey wurde von Schlange & Co. betreut. Insgesamt wurden 18.079 Antworten über diesen Kanal generiert. Die Kapitel 5-8 dieses Berichts beruhen nur auf Daten des Global Surveys.
- II. Unter Studenten, Absolventen, Mitarbeiter und Lehrstühlen von 30 Business Schools des Global Network for Advanced Management (GNAM) wurde eine gleichlautende Umfrage durchgeführt, die in jeder Business School über offizielle Kanäle wie dem Dekan und Fakultätsmitgliedern verteilt wurden. Die GNAM-Umfrage war von Dezember 2018 bis Februar 2019 geöffnet. Die GNAM-Umfrage wurde vom Yale Center for Business and Environment verwaltet. Insgesamt 3.679 Antworten wurden darüber generiert.
- III. Das in Hamburg ansässige Marktforschungsunternehmens Appinio führte den Global Survey mit einem Panel von Teilnehmern in Deutschland und in ausgesuchten Ländern durch. Die Befragten wurden für ihre Teilnahme entschädigt. Sie dienten als Kontrollgruppe gegenüber den anderen Befragungen, die eine mögliche Verzerrung in der befragten Stichprobe aufweisen können, da sie über bestimmte Kanäle angesprochen wurden und sich bewusst zur Teilnahme entschieden. Die Panelteilnehmer wurden hingegen über Appinio ausgewählt und aktiv angesprochen. Insgesamt wurden 4.616 Antworten über das Appinio-Panel generiert.

<sup>2</sup> Eine Auflistung der Multiplikatoren der globalen Umfrage finden Sie im Anhang oder unter: <https://www.globalsurvey-sdgs.com/#about>

## Multiplikatoren

Der Global Survey wurde größtenteils über sogenannte Multiplikatoren bekannt gemacht, d. h. Einzelpersonen, Organisationen und Netzwerke aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und öffentliche Verwaltung, Zivilgesellschaft usw., die den Global Survey unterstützt haben, indem sie ihre Mitarbeiter, Mitglieder, Partner oder Social Media Follower zur Teilnahme eingeladen haben.

Mehr als 250 Organisationen<sup>3</sup> konnten als Unterstützer gewonnen werden, darunter

- **Ministerien der Deutschen Bundesregierung wie das Auswärtige Amt, das Bundesministerium für Bildung und Forschung,**
- **UN Organisationen wie die UN SDG Action Campaign, UNICEF Deutschland,**
- **Ausländische Botschaften in Berlin, wie z.B. aus Finnland, Ungarn, Portugal oder Norwegen**
- **Ca. ein Dutzend Nationale Netzwerke des UN Global Compact wie Ägypten, Ukraine oder Guatemala**
- **Kirchliche Einrichtungen wie die Evangelische Kirche in Deutschland**
- **Entwicklungsbanken wie die Asian Development Bank, DEG/KfW oder European Bank for Reconstruction and Development (EBRD)**
- **Unternehmen wie Allianz, EcoVadis, LANXESS, TÜV Rheinland oder Hapag-Lloyd**
- **NPOs/NGOs wie Teach First, Bridge International Academies, Dianova International, Kiva oder die NGO Major Groups der UN**
- **Universitäten, Hochschulen und akademische Netzwerke wie GNAM (Global Network for Advanced Management), das Center for Advanced Sustainability Management (at Cologne Business School) oder GUNi (Global University Network for Innovation), Waseda University, Fordham University**
- **Studentische Vereinigungen wie ESU (European Student Union), European Pharmaceutical Students' Association (EPSA), oikos International oder JADE (The European Conferederation of Junior Enterprises)**
- **Persönlichkeiten, wie Prof. Bob Eccles, Said Business School (Oxford University) und Peter Thomson, Special UN Envoy for the Ocean.**

<sup>3</sup> Eine Auflistung der Multiplikatoren der globalen Umfrage finden Sie im Anhang oder unter: <https://www.globalsurvey-sdgs.com/#about>

## Social Media Kampagne

Darüber hinaus wurde der Global Survey über eigene Social Media Kanäle (s. Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn) beworben. Im Rahmen einer Social Media Kampagne #17ThroughOurEyes wurden insgesamt 18 Influencer, d. h. international bekannte Personen des öffentlichen Lebens wie Schauspieler\*innen, Photographen und Photographinnen oder Blogger\*innen mit einer hohen Anzahl an Followern als Botschafter\*innen für den Global Survey und die SDGs gewonnen

(s. Abbildung 1; im Anhang findet sich eine Liste der 18 Influencer). Diese haben die Befragung sowie die Herausforderungen und Ziele einer nachhaltigen Entwicklung auf ihren Kanälen beworben und zur Teilnahme am Global Survey aufgerufen. Ziel der Kampagne war es, insbesondere junge Menschen für den Global Survey und die SDGs zu begeistern und damit eine andere Zielgruppe, fernab der klassischen Nachhaltigkeitsnetzwerke, zu erreichen.

**Abbildung 1: Die 18 Influencer des Global Survey**



## Aufbau des Fragebogens

Alle Umfragen befassten sich eingangs mit statistischen Fragen zu Land, Geschlecht, Alter und je nach Umfrage zu Beruf und Bildungsniveau. Es folgten Fragen zur Bedeutung von Nachhaltigkeit und den SDGs im privaten Leben, d. h. zur Bekanntheit der SDGs, zur Priorisierung und zur Bewertung des Fortschritts, zu Akteuren des Wandels und zur Entscheidungsfindung im Privatleben sowie zur Nachhaltigkeitsleistung der einzelnen Sektoren (s. Abbildung 2: I. Privatperson). Der zweite Teil richtete sich an die Person in ihrem beruflichen Kontext („Professional“). Hier wurde auf Ebene des Sektors bzw. der Organisation, in der die Person tätig ist, ebenfalls nach Bekanntheit, Priorisierung und Umsetzung der SDGs und Nachhaltigkeit gefragt (s. Abbildung 2: II. „Professional“). Dieser Teil der Befragung wurde nur über den Global Survey abgefragt, nicht über die weiteren Umfragen (d. h. nicht über GNAM sowie das Appinio-Kontrollpanel).

Alle Umfragen, mit Ausnahme der Kontrollumfrage in Deutschland, wurden online über die Befragungsplattform Qualtrics verwaltet. Die Befragten wurden darüber informiert, dass die aggregierten Ergebnisse der Studie veröffentlicht und weltweit verbreitet werden, und dass keine persönlichen Identifikationsdaten für die Forschung erfasst, offengelegt oder verwendet werden. Mit Ausnahme der Kontrollgruppe wurden die Befragten nicht für ihre Teilnahme am Global Survey entlohnt.

Der gesamte Satz der Umfrageantworten wurde bereinigt, um ungültige Antworten (z. B. wiederholte Einträge oder doppelte IP-Adressen) und Antworten zu entfernen, denen wichtige demografische Informationen fehlten (z. B. Region, Geschlecht, Alter usw.). Aufgrund von Rundungs- oder Deminimis-Kategorien können sich die Prozentsätze nicht in jedem Fall auf 100% summieren.

**Abbildung 2: Aufbau des Global Survey – Privatperson vs. Professional**

	I. Privatperson	II. „Professional“ *
Bekanntheit	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Verständnis zum Thema Nachhaltigkeit</li> <li>· Wahrnehmung der SDGs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wahrnehmung der SDGs im relevanten Sektor und in der eigenen Organisation</li> </ul>
Priorisierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Priorisierung der SDGs im entsprechenden Land</li> <li>· Bewertung des Fortschritts in der Umsetzung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Priorisierung der SDGs für den relevanten Sektor und für die eigene Organisation</li> <li>· Bewertung des Fortschritts in der Umsetzung</li> </ul>
Handlung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Nachhaltigkeit im Rahmen der täglichen individuellen Kaufentscheidungsfindung</li> <li>· Individuelle Wahrnehmung der Nachhaltigkeitsleistung in den relevanten Sektoren einschl. Verbesserungspotential und Verantwortlichkeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Maßnahmen zur Umsetzung der SDGs in der relevanten Organisation</li> <li>· Partnerschaften zur Umsetzung auf sektoraler Ebene</li> </ul>

\* = sektorspezifische Fragen für Individuen, die in Unternehmen, Politik, Wissenschaft und Bildung, Medien und Zivilgesellschaft tätig sind

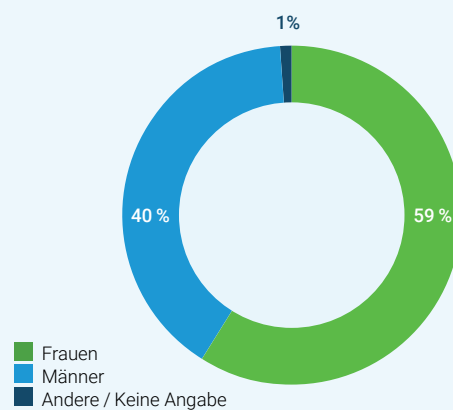
## IV. ÜBERGREIFENDE STATISTIKEN

Insgesamt wurden für diesen Bericht 26.374 Antworten aus aller Welt ausgewertet. Da nicht alle Befragten jede Frage beantworteten, beziehen sich die angegebenen Prozentsätze auf die Anzahl der eingegangenen Antworten pro Frage und nicht auf die Gesamtzahl der Befragten.

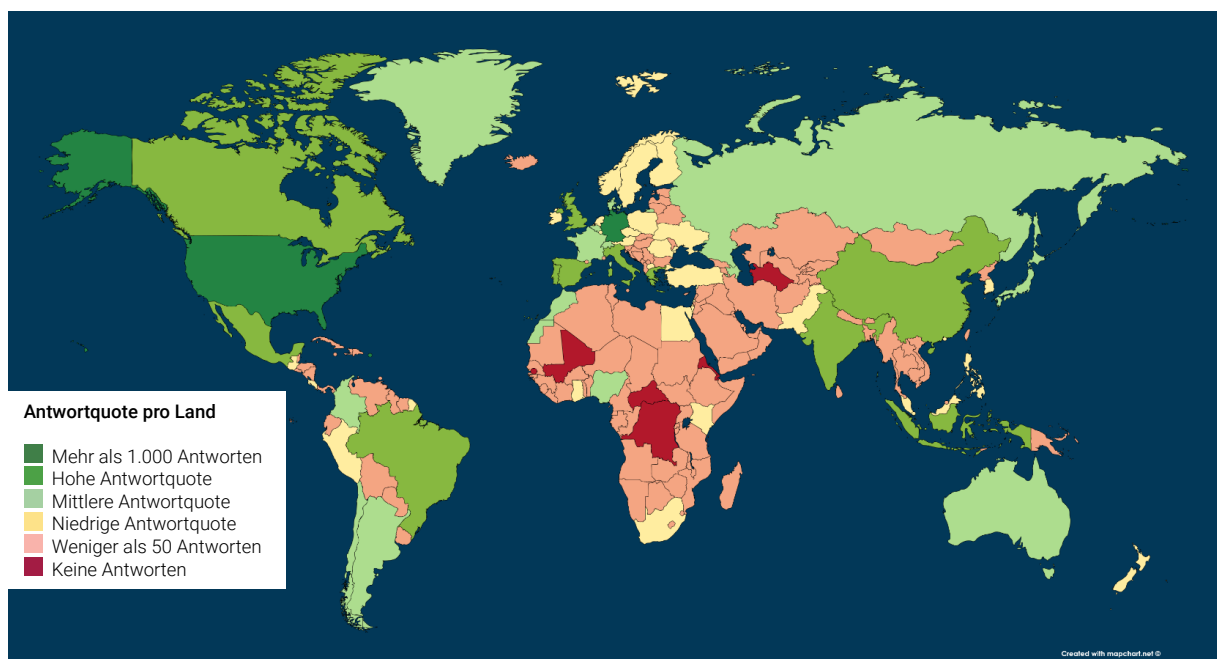
Die Mehrheit der Befragten ist weiblich (fast 60%), im Alter zwischen 20-39 Jahren (62%) und hat eine höhere Ausbildung absolviert (76%). Die Antworten wurden aus 174 Ländern erhoben, obwohl die Verteilung in den Regionen unterschiedlich ist. Die Mehrheit der Befragten kommt aus Europa (59%), gefolgt vom asiatisch-pazifischen Raum und Nordamerika (je 14%). Afrika und Südamerika sind mit jeweils 6% vertreten, der Mittlere Osten mit lediglich einem Prozent. Die Teilnehmer stammen überwiegend aus der Privatwirtschaft (29%). Darüber hinaus haben Vertreter

des gemeinnützigen und öffentlichen Sektors, aus Wissenschaft und Bildung, Kunst, Kultur und Medien sowie Studierende an der Befragung teilgenommen. Innerhalb der Privatwirtschaft ist der Dienstleistungssektor mit 22% am stärksten vertreten.

**Abbildung 3:  
Antworten nach Geschlecht**

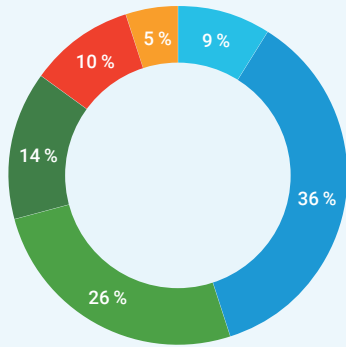


**Abbildung 4: Verteilung der Antworten über 174 Länder**



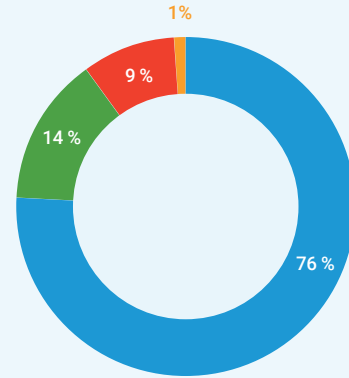


**Abbildung 5:**  
Antworten nach Altersgruppen



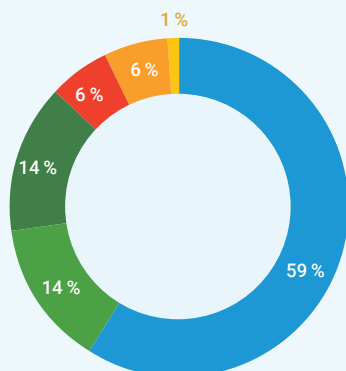
- Jünger als 20 Jahre
- 20-29 Jahre
- 30-39 Jahre
- 40-49 Jahre
- 50-59 Jahre
- 60 Jahre oder älter

**Abbildung 6:**  
Antworten nach Bildungsabschluss



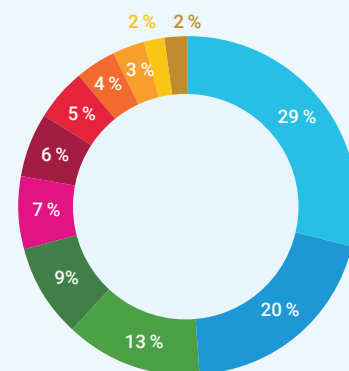
- Fachhochschule / Universität
- Gymnasium
- Sekundarschule, z. B. Realschule
- Grundschule

**Abbildung 7:**  
Antworten nach Region



- Europa
- Nordamerika
- Asien-Pazifik
- Afrika
- Südamerika
- Mittlerer Osten

**Abbildung 8:**  
Antworten nach Sektoren

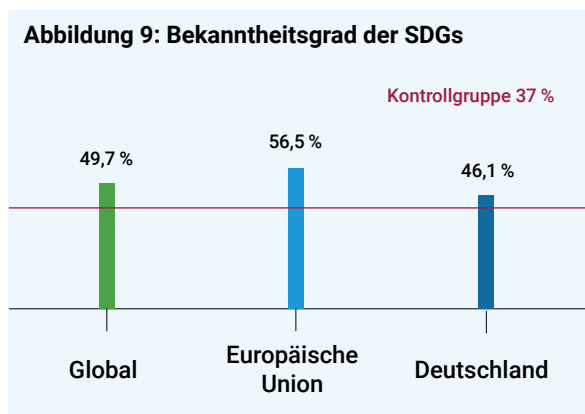


- Freie Wirtschaft
- Studierende/r
- Bildung und Forschung
- Andere
- Zivilgesellschaft
- Politik, einschließlich der öffentlichen Verwaltung
- Nicht arbeitend
- Kunst und Kultur
- Gemeinwohlorientierte Organisationen
- Medien
- Keine Angabe

## V. ERGEBNISSE

### 1. Bekanntheit der Sustainable Development Goals

Das Konzept der Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) ist weltweit bisher eher unbekannt. Der durchschnittliche Bekanntheitsgrad der SDGs liegt insgesamt bei knapp 50% (s. Abbildung 9). Innerhalb der Europäischen Union liegt der Bekanntheitsgrad etwas höher (56%), während er bei Befragten aus Deutschland mit 46% knapp unter dem Durchschnitt liegt. Der tatsächliche Kenntnisstand dürfte allerdings noch wesentlich niedriger sein, was durch den Bekanntheitsgrad von nur 37% innerhalb der Kontrollgruppe angedeutet wird.



Im Vergleich zu dem eher geringen Bekanntheitsgrad der SDGs geben 98% der Befragten an, den Begriff „Nachhaltigkeit“ zu kennen. Die Ergebnisse zeigen, dass die in den 17 SDGs beschriebenen Probleme zwar weitgehend bekannt sind, die Befragten jedoch nicht mit dem Rahmenwerk und Konzept der SDGs an sich vertraut sind.

Dies stellt sowohl eine Chance als auch eine Herausforderung für Regierungen, Unter-

nehmen und Bildungs- und Forschungseinrichtungen dar. Obwohl die SDGs für diese Institutionen von großem Wert sind, um ihre Maßnahmen und Kommunikation daran auszurichten, wird dies offensichtlich nicht immer erkannt bzw. umgesetzt. In der Praxis bedeutet dies, dass Unternehmen oder andere Organisationen, die um die Umsetzung von nachhaltigeren Strategien bemüht sind, sich nicht darauf verlassen können, dass ihre Stakeholder (wie z.B. Kunden) in der Lage sind, Aussage wie „Maßnahmen gegen den Klimawandel im Einklang mit Ziel 13 umsetzen“ in diesem Zusammenhang nachvollziehen können. Entsprechend haben Regierungen, Bildungs- und Forschungseinrichtungen aber auch Unternehmen die Pflicht, mit Nachdruck über den Wert der SDGs als Handlungsrahmen zu informieren, um somit gezielter ihre spezifischen Lösungsansätze zu entwickeln und umzusetzen. Ebenso sollten Regierungen und Organisationen der Zivilgesellschaft ihre Bemühungen wesentlich konsequenter auf die genannten drängendsten sozialen und ökologischen Bedürfnisse abstimmen.

Die SDG-Knowledge Plattform der Vereinten Nationen erklärt, dass die SDGs ein „gemeinsames Konzept für Frieden und Wohlstand“ sind und „niemand zurückgelassen wird“.<sup>4</sup> Wenn das Erreichen der 17 Ziele ein gemeinsames Handeln von Menschen auf der ganzen Welt voraussetzt, zeigt die Studie, dass noch viel Arbeit erforderlich ist, um die Wahrnehmung der SDGs zu schärfen. Nur dann ist gewährleistet, dass alle Sektoren gemeinsam in die gleiche Richtung gehen und zur Erreichung der Ziele beitragen.

<sup>4</sup> Deutsche Übersetzung, im Original „shared blueprint for peace and prosper“ und „leave no one behind“; <https://sustainabledevelopment.un.org/sdgs>

## 2. Persönliche Prioritäten für die Sustainable Development Goals

In der Umfrage wurden die Teilnehmer gefragt, welche sechs der 17 SDGs für „Sie und Ihre Familie von unmittelbarer Bedeutung sind“. Die sechs am häufigsten genannten SDGs weltweit sind in dieser Reihenfolge:

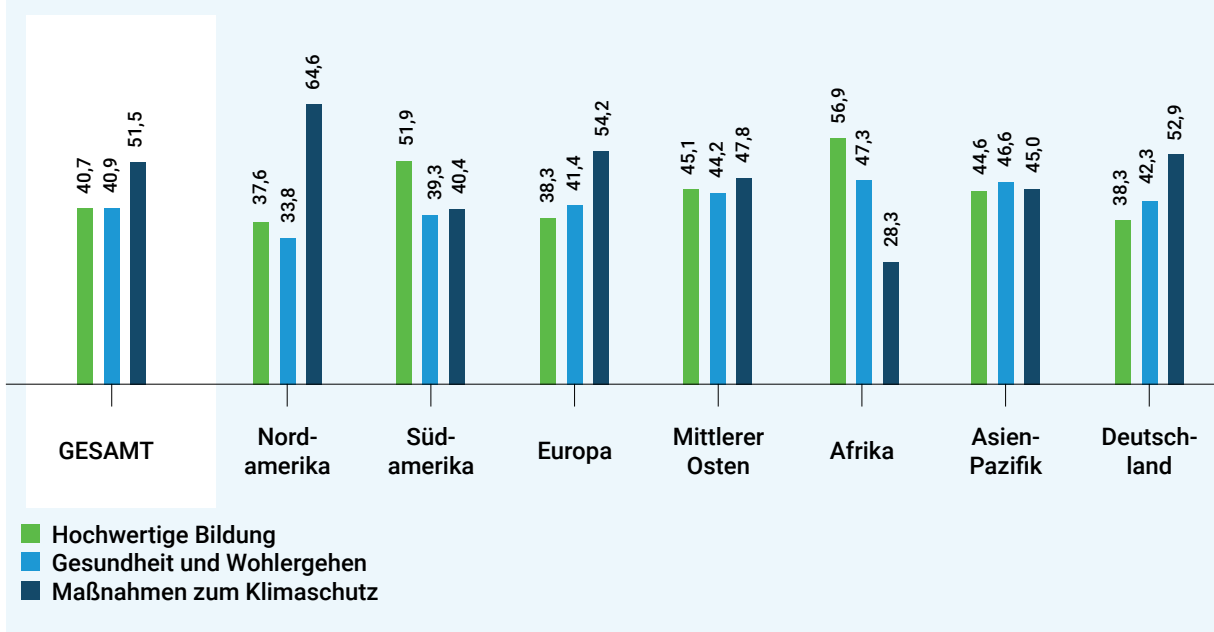
- **SDG 13 - Maßnahmen zum Klimaschutz**
- **SDG 3 - Gesundheit und Wohlergehen**
- **SDG 4 - Hochwertige Bildung**
- **SDG 15 - Leben an Land**
- **SDG 6 - Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen**
- **SDG 12 - Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster**

Diese Ergebnisse sind regional weitgehend konsistent, obwohl in Afrika Klimaschutzmaßnahmen (SDG 13) im Vergleich zu drängenderen sozialen Themen wie Bildung (SDG 4), Armut (SDG 1) und Hunger (SDG 2) tendenziell weniger häufig aufgeführt werden (s. Abbildung 10). In Südamerika und Asien-Pazifik steht SDG 13 an zweiter Stelle.



Klimaschutz (SDG 13) ist das am häufigsten aufgeführte SDG von persönlichem Interesse, gefolgt von Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3) und Hochwertiger Bildung (SDG 4).

**Abbildung 10:**  
Persönliche Bedeutung der SDGs nach Region (in Prozent)



Diese unterschiedliche Priorisierung ist im Kontext der Region durchaus nachvollziehbar: Trotz des Rückgangs der extremen Armut in den meisten Teilen der Welt erlebt Subsahara-Afrika das Gegenteil. Sollte sich diese Entwicklung wie bisher fortsetzen, werden bis 2030 neun von zehn Armen in Afrika leben.<sup>5</sup>

Befragte in Europa und Nordamerika zeigen sich dagegen in hohem Maße besorgt über den Klimawandel. Es ist davon auszugehen, dass die Sorge um den Klimawandel nur dann ein „Luxus“ sein kann, wenn keine unmittelbareren Ängste und Nöte wie wirtschaftlicher Wohlstand und sauberes Wasser und Luft bestehen. Einige Belege stützen diese Hypothese. Ein Abgleich der als persönlich relevant genannten SDGs eines Landes mit dessen Rang im Yale Environmental Performance Index (EPI)<sup>6</sup>, der die Wirksamkeit staatlicher Regierungen und Vorschriften zum Schutz der Umwelt misst, führt zu folgender Erkenntnis: Die Befragten, die in Ländern mit einem starken EPI-Rang leben, d. h. in einem Land mit wirksamen Regulierungen zum Umweltschutz, sorgen sich in der Regel um das Klima, während diejenigen mit einem niedrigen EPI-Rang größeres Interesse an sauberem Wasser zeigen. Eine ähnliche Beziehung ergibt sich, wenn das Pro-Kopf-BIP einer Nation gegenüber den persönlich relevanten SDGs festgelegt wird: Länder mit einem hohen Pro-Kopf-BIP priorisieren „Klimaschutzmaßnahmen“, während Länder mit einem niedrigen Pro-Kopf-BIP tendenziell „qualitativ hochwertige Bildung“ priorisieren.<sup>7</sup>

Die Ergebnisse stimmen weitestgehend mit den sechs wichtigsten Ergebnissen der MY World 2030-Umfrage zu den SDG-Prioritäten

überein.<sup>8</sup> MY World ist eine globale Bürgerbefragung der Vereinten Nationen zu den SDGs, die seit der Verabschiedung der Ziele im Jahr 2015 kontinuierlich zugänglich ist, um sicherzustellen, dass jeder Mensch sein Mitspracherecht bei der Erreichung der SDG haben kann.

Die Befragten der MY World 2030-Umfrage identifizieren Gesundheit, menschenwürdige Arbeit, Bildung und sauberes Wasser als Hauptprioritäten. Jedoch werden auch Armut und Gleichstellung der Geschlechter als hochrelevante Themen identifiziert. Die Ziele Klimaschutz und saubere Energie belegen in den Ergebnissen von MY World 2030 lediglich den 8. bzw. 13. Platz. Diese Diskrepanz kann auf die Entwicklung der persönlichen Bedeutung seit Beginn der MY World 2030-Umfrage im Jahr 2015 oder auf Unterschiede im regionalen Fokus zurückzuführen sein (die Antworten der Befragung von MY World 2030 konzentrieren sich zu einem Großteil auf Mexiko, während die Antworten des Global Survey überwiegend aus Europa und Nordamerika stammen).

Die Ergebnisse des Global Survey haben Relevanz für Regierungen, die den Klimawandel adressieren wollen. Demnach könnte es schwieriger sein, öffentliche Akzeptanz für Maßnahmen gegen den Klimawandel zu erhalten, wenn nicht gleichzeitig direktere ökologische und sozioökonomische Probleme angegangen werden.

Betrachtet man die persönlichen SDG-Prioritäten nach Geschlecht, so sind durchweg Unterschiede zu erkennen. SDG 5, das auf die Gleichstellung der Geschlechter abzielt, sticht jedoch besonders hervor.

<sup>5</sup> <https://www.dw.com/en/world-bank-report-poverty-rates-remain-high-in-africa/a-45926382>

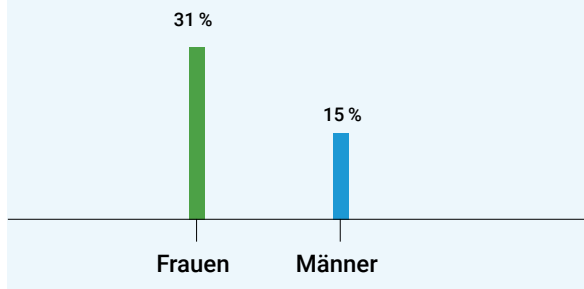
<sup>6</sup> <https://epi.envirocenter.yale.edu/>; In diesem Fall werden die Befragte der GNAM-Business Schools und Unternehmen ausgeschlossen, um potenzielle Beeinträchtigungen des wirtschaftlichen Wohlergehens zu beseitigen.

<sup>7</sup> Eine Ausnahme bilden die USA, die der Bildung Priorität einräumen, obwohl sie ein hohes Pro-Kopf-BIP aufweisen.

<sup>8</sup> MY World 2030 Ergebnisse, Zugriff am 21. August 2019 über: <http://about.myworld2030.org/results/>

**Abbildung 11:  
Bedeutung von SDG 5 nach Geschlecht**

Anteil der Frauen und Männer die SDG 5-Geschlechtergleichstellung als eines der Top-6 SDGs identifizieren



**Weltweit bezeichnen über 31% der weiblichen Befragten die Gleichstellung der Geschlechter als SDG von unmittelbarer Bedeutung, verglichen mit etwa 15% der männlichen Befragten. Männliche Befragte sehen in diesem Ziel zudem bereits eine signifikant größere Verbesserung als weibliche Befragte.**

Die Ergebnisse von MY World 2030 weisen ebenfalls auf einen Unterschied in der Bedeutung der Geschlechtergleichstellung hin, die jedoch weniger ausgeprägt ist. Laut MY World 2030 bewerten 52% der Frauen die Gleichstellung der Geschlechter als vorrangiges SDG im Vergleich zu 45% der Männer.

Bezüglich SDG 5 - Gleichstellung der Geschlechter zeigen sich ebenfalls erhebliche regionale Unterschiede. Für Befragte (sowohl männlich als auch weiblich) aus Australien, Europa und Nordamerika zählen die „Gleichstellung der Geschlechter“ zu den wichtigsten SDGs, wodurch das Ziel in diesen Regionen unter den ersten sechs landete. Dies spiegelt entsprechende nationale Trends wider, die die geschlechtsspezifische Disparität als ein kritisches soziales Problem identifizieren. Australische Bundesstaaten begannen beispielsweise bereits 1958 mit einer Gesetzgebung rund um das Thema Lohngleichheit, 2009 traten zudem Bundesgesetze in Kraft.<sup>9</sup> Das Vereinigte Königreich führte 2010 durch

den Equality Act ebenfalls Schutzmaßnahmen für gleiches Entgelt ein.<sup>10</sup> Seit 2017 sind Arbeitgeber mit mehr als 250 Beschäftigten aufgrund neuer Berichtsvorschriften zudem verpflichtet, das Lohngefälle innerhalb ihres Unternehmens offenzulegen. Europa ist zudem führend bei bezahltem Mutterschaftsurlaub.<sup>11</sup> Im Vergleich dazu wird die „Gleichstellung der Geschlechter“ nicht als eines der sechs wichtigsten SDGs für Befragte im asiatisch-pazifischen Raum, in Afrika oder in Südamerika eingestuft.

Die Gleichstellung der Geschlechter bleibt weltweit eine anhaltende Herausforderung. Laut dem Global Gender Gap Report des World Economic Forum (WEF) für 2018 gibt es weltweit ein geschlechtsspezifisches Gefälle von 32%. Dieses Gefälle soll das Ausmaß der geschlechtsspezifischen Unterschiede in den Bereichen politische Selbstbestimmung, wirtschaftliche Teilhabe und Chancen, Bildungsniveau sowie Gesundheit und Überleben erfassen.<sup>12</sup> Durchschnittlich ist der einzige Indikator, der im Laufe der Jahre eine marginale Verbesserung anzeigt, wirtschaftliche Teilhabe und Chancen. Laut World Economic Forum stellt sich das Geschlechtergefälle nach Regionen wie folgt dar:



<sup>9</sup> <https://www.willistowerswatson.com/en/insights/2018/10/finex-observer-pay-equity-across-the-globe>

<sup>10</sup> <https://www.uk.mercer.com/our-thinking/explaining-the-uk-gender-pay-gap-reporting-regulations.html>

<sup>11</sup> [https://www.oecd.org/els/soc/PF2\\_1\\_Parental\\_leave\\_systems.pdf](https://www.oecd.org/els/soc/PF2_1_Parental_leave_systems.pdf)

<sup>12</sup> [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2018.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2018.pdf)

**Abbildung 12:**  
**Geschlechtergefälle nach Regionen gemäß WEF**

Region	Geschlechtergefälle
Westeuropa	24%
Nordamerika	27%
Osteuropa und Zentralasien	29%
Lateinamerika und die Karibik	29%
Ostasien und Pazifik	32%
Globaler gewichteter Durchschnitt	32%
Sub-Sahara Afrika	34%
Südasien	34%
Mittlerer Osten und Nordafrika	40%

Der Mittlere Osten und Nordafrika weist mit 40% das höchste Geschlechtergefälle auf. Doch selbst in Westeuropa, der Region mit dem niedrigsten Gefälle von immerhin noch 24%, besteht weiterhin Handlungsbedarf. Neben der moralischen Notwendigkeit zur Überwindung dieses Geschlechtergefälles, können Lösungen in diesem Zusammenhang auch zu weiteren wirtschaftlichen als auch ökologischen Herausforderungen einen positiven Beitrag leisten. Allein in den USA könnte

die Gleichstellung männlicher und weiblicher Erwerbstätiger die Wirtschaft bis 2025 um US\$ 2,1 Billionen steigern.<sup>13</sup> Darüber hinaus nennt das Project Drawdown, welches 100 Lösungen zur Abwendung der globalen Erwärmung vorstellt, die Ausbildung von Mädchen und Familienplanung auf Platz sechs und sieben der wichtigsten Lösungen.<sup>14</sup> Dies verdeutlicht die Potenziale, die hinter der Erreichung des SDG 5 – Geschlechtergleichstellung, stehen. Natürlich ist eine umfassende Anerkennung des Problems erforderlich, bevor wirksame Maßnahmen ergriffen werden können.

Betrachtet man die persönlichen SDG-Prioritäten in Bezug auf das Alter (s. Abbildung 13), so zeigt sich, dass die jüngere Generation (bis 29 Jahre) Klimaschutzmaßnahmen (SDG 13) mit höchster Priorität bewerten. Dies spiegelt die aktuelle Debatte der Bewegungen wie Fridays for Future wider, bei denen sich insbesondere junge Menschen für Klimaschutz einsetzen. Die Befragten zwischen 30-49 Jahren priorisieren Gesundheit und Wohlergehen (SDG 3), Hochwertige Bildung (SDG 4) sowie Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12). Die Befragten ab 50 Jahren legen mit SDG 14 (Leben unter Wasser) und SDG 15 (Leben an Land) den Fokus eher auf Umweltaspekte.



<sup>13</sup> Die „Parität“ umfasst die Beteiligungsquoten und Sektoren, in denen Frauen beschäftigt sind.

Siehe: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/employment-and-growth/the-power-of-parity-advancing-womens-equality-in-the-united-states>

<sup>14</sup> <https://www.drawdown.org/solutions>; zum Zeitpunkt der Veröffentlichung waren nur 80 der 100 Lösungen eingestuft worden.

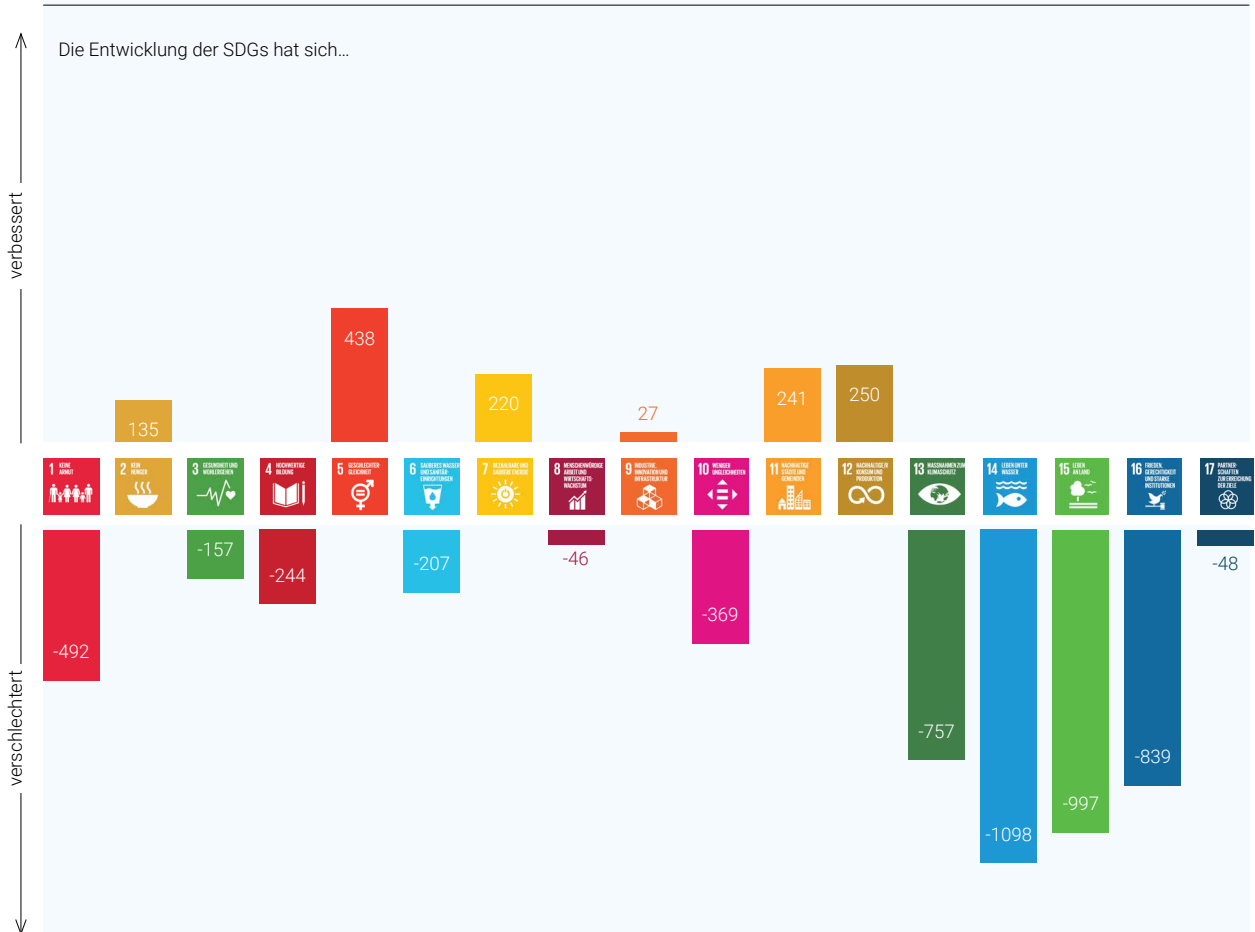
Abbildung 13: Bedeutung der SDGs nach Altersgruppen

			Jünger als 20	20-29	30-39	40-49	50-59	60 oder älter
	SDG1	Keine Armut	462	2023	1477	784	671	377
	SDG2	Kein Hunger	393	1882	1337	772	776	452
	SDG3	Gesundheit und Wohlergehen	636	3409	2512	1331	1001	445
	SDG4	Hochwertige Bildung	690	3719	2604	1326	913	517
	SDG5	Geschlechtergleichstellung	553	2579	1434	695	435	247
	SDG6	Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	464	2609	783	215	75	16
	SDG7	Bezahlbare und saubere Energie	534	2763	2005	1082	938	496
	SDG8	Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	351	2310	1663	884	595	244
	SDG9	Industrie, Innovation und Infrastruktur	125	1216	861	395	235	122
	SDG10	Weniger Ungleichheit	246	1494	1110	518	366	250
	SDG11	Nachhaltige Städte und Gemeinden	394	2569	1772	921	602	279
	SDG12	Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster	500	2946	2080	1131	889	439
	SDG13	Maßnahmen zum Klimaschutz	1041	5432	818	215	96	21
	SDG14	Leben unter Wasser	512	2274	1616	983	1025	558
	SDG15	Leben an Land	586	2731	1924	1136	1119	636
	SDG16	Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	509	2885	1779	1090	890	568
	SDG17	Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	89	514	358	230	191	122

Schließlich wurde die Wahrnehmung der Befragten dahingehend untersucht, ob die Entwicklung der einzelnen SDGs sich erkennbar „verbessert“ oder „verschlechtert“ hat. Um diese Ergebnisse darzustellen, wurde die Netto-Wahrnehmung als die Differenz zwischen positiven Stimmungen und negativen Stimmungen berechnet. Positive Werte deuten darauf hin, dass die Befragten wahrnehmen, dass sich die Situation verbessert hat, während negative Werte auf eine wahrgenommene Verschlechterung hinweisen.

Die Ergebnisse wurden aus dem deutschen Datensatz (dem größten Einzeldatensatz in der Stichprobe) als Richtwerte gebildet. Die Situation hinsichtlich einiger SDGs mit höchster Priorität unter den Befragten wird als negativ wahrgenommen, beispielsweise bezüglich SDG 3, SDG 4 und SDG 13. Die positivste Entwicklung wird SDG 5 – Geschlechtergleichstellung zugewiesen; die negativste SDG 14 – Leben unter Wasser, gefolgt von Leben an Land (SDG 15).

**Abbildung 14:**  
**Netto-Wahrnehmung über die Entwicklung der SDGs in Deutschland**





### 3. Persönliches Verhalten

Gefragt nach den Maßnahmen, die Individuen ergreifen, um nachhaltiger zu leben, geben die Befragten in erster Linie kurzfristige Transaktionen und politische Wahlen an (s. Abbildung 15). Die Mehrheit der Befragten weltweit berücksichtigt Nachhaltigkeit bei Konsumententscheidungen und bei der Ernährung (>50%), etwas weniger Nachhaltigkeit bei der Wahl von

Transportmitteln und bei politischen Wahlen (jeweils 48%). Ungefähr jeder Dritte berücksichtigt Nachhaltigkeit zudem bei finanziellen Entscheidungen, in der Erziehung oder der Wahl eines Energieversorgers. An letzter Stelle wird die Wahl des Arbeitgebers mit immerhin über 20% aufgeführt.

**Abbildung 15:**  
**Berücksichtigung von Nachhaltigkeit im Alltag – global, in der EU und Deutschland**

#### Kauf von Waren und Dienstleistungen



#### Ernährung



#### Politische Wahlen



#### Wahl des Transportmittels/Mobilität



#### Wahl des Energieversorgers



#### Erziehung



#### Finanzielle Entscheidungen



#### Freizeitaktivitäten



#### Wahl des Arbeitgebers



Vergleichbare Ergebnisse zeigen sich in der Europäischen Union und in Deutschland. Eine Aufschlüsselung der Daten nach Alter, Geschlecht und Bildung ist im Anhang dargestellt.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Nachhaltigkeitsaspekte bei kurzfristigen Transaktionen wie dem Kauf von Waren und politischen Wahlen stärker im Vordergrund stehen, auch wenn diese längerfristigen Auswirkungen haben können. Dahingegen ist Nachhaltigkeit bei längerfristigen vertraglichen Vereinbarungen wie der Wahl des Arbeitgebers vergleichsweise weniger wichtig.

Der Einfluss der Nachhaltigkeit auf kurzfristige Entscheidungen legt nahe, dass nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen eine erhebliche wirtschaftliche Chance darstellen. Ein Bericht der Business and Sustainable Development Commission aus dem Jahr 2017 gab an, dass das Erreichen der SDGs wirtschaftliche

Marktchancen in Höhe von US\$12 Billionen eröffnet.<sup>15</sup> Ein von der Weltwirtschafts- und Klimakommission veröffentlichter Bericht aus dem Jahr 2018 kommt zu dem Schluss, dass durch Klimaschutzmaßnahmen bis 2030 ein wirtschaftlicher Nutzen von US\$26 Billionen erzielt werden kann.<sup>16</sup> Verbraucher von heute sind ein Teil dieser Lösung, und Führungskräfte von morgen sollten bereit sein, diese Chance zu nutzen.

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit für politische Wahlentscheidungen ist ein klarer Aufruf an Regierungen, die Thematik stärker zu adressieren und an die Bürger zu kommunizieren. Die SDGs könnten, wenn Regierungen das öffentliche Bewusstsein wirksam schärfen, einen starken Rahmen bilden, um staatliche Maßnahmen als Reaktion auf die Nachhaltigkeitserwartungen der Öffentlichkeit zu fokussieren.



<sup>15</sup> Vali, N. (2017) More than philanthropy: SDGs are a \$12 trillion opportunity for the private sector, August 25, <https://www.undp.org/content/undp/en/home/blog/2017/8/25/More-than-philanthropy-SDGs-present-an-estimated-US-12-trillion-in-market-opportunities-for-private-sector-through-inclusive-business.html>

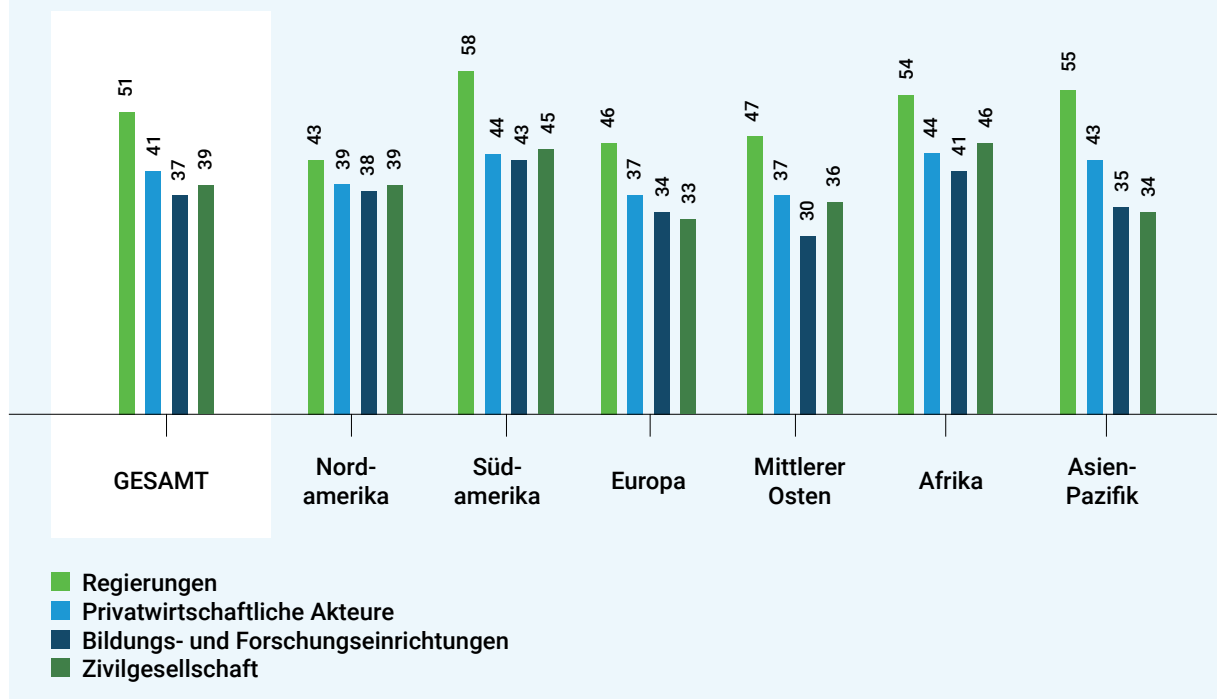
<sup>16</sup> Global Commission on the Economy and Climate (2018): Unlocking the Inclusive Growth Story of the 21st Century: Accelerating Climate Action in Urgent Times, <https://newclimateeconomy.report/2018/>

## 4. Treiber des Wandels

Auf die Frage „Von wem erwarten Sie, dass die Umsetzung der SDGs in Ihrem Land vorangetrieben wird?“ nennen die Befragten die Regierung vor dem Privatsektor, Forschungseinrichtungen, Nichtregierungsorganisationen

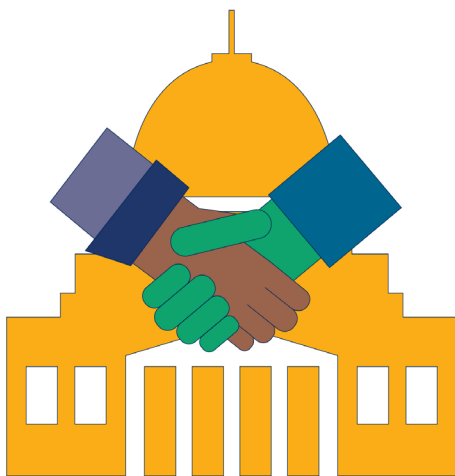
(NGOs) und den Medien. 51% der weltweit Befragten sahen Regierungen in der Vorreiterrolle (im Vergleich zu 41% für den Privatsektor, 37% Bildungs- und Forschungseinrichtungen und 39% Zivilgesellschaft).

**Abbildung 16:**  
Treiber für eine nachhaltige Entwicklung in Prozent



Die hohe Bedeutung der Regierungen wird vor allem durch die Umfrageergebnisse in Südamerika (58%), Asien (55%) und Afrika (54%) im Gegensatz zu Nordamerika (43%) und Europa (46%) geprägt. Dies deutet darauf hin, dass die Menschen in Regionen, in denen die Regierung ein höheres Maß an Kontrolle über die Wirtschaft hat, eher auf den staatlichen Sektor bauen. Insbesondere bei Befragten, welche die SDGs „sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen“ (SDG 6), „Maßnahmen zum Klimaschutz“ (SDG 13), „hochwertige Bildung“ (SDG 4) und „Gesundheit und Wohlbefinden“ (SDG 3) priorisieren, scheint die Erwartung an Regierungen vergleichsweise höher zu sein. Der Privatsektor ist für die restlichen 13 SDGs von marginal geringerer Bedeutung als Regierungen und für „verantwortungsbewussten Konsum und Produktion“ von gleicher Bedeutung (SDG 12). Die anderen Akteure stehen mit mehr oder weniger großem Abstand jeweils an dritter und vierter Stelle.

Ähnliche Ergebnisse zeigen sich bei der Betrachtung der Antworten aus Deutschland – auch hier führen Regierungen die Liste an und der Privatsektor wird etwas häufiger genannt als Bildungs- und Forschungseinrichtungen oder die Zivilgesellschaft (s. Abbildung 17).



**Abbildung 17:**  
**Treiber für eine nachhaltige Entwicklung in Deutschland in Prozent**

	Antworten aus Deutschland
Regierungen	31%
Privatwirtschaftliche Akteure	25%
Bildungs- und Forschungseinrichtungen	23%
Zivilgesellschaft	21%

Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten zur Erreichung der SDGs alle Bereiche der Gesellschaft (Regierung, Privatsektor, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Zivilgesellschaft) in einer aktiven Rolle sehen, wobei Regierungen eine deutliche Vorreiterrolle annehmen. Die Nennung aller Sektoren legt nahe, dass Partnerschaften zwischen diesen Akteuren Priorität haben sollten.

Im zweiten Teil der Befragung wurden die Teilnehmer zu Nachhaltigkeit und den SDGs in dem Sektor gefragt, in dem sie tätig sind. Die folgenden Abschnitte enthalten entsprechend nur die Ergebnisse der Antworten aus den Sektoren Privatwirtschaft, Politik und öffentliche Verwaltung, Bildung und Forschung sowie Zivilgesellschaft.

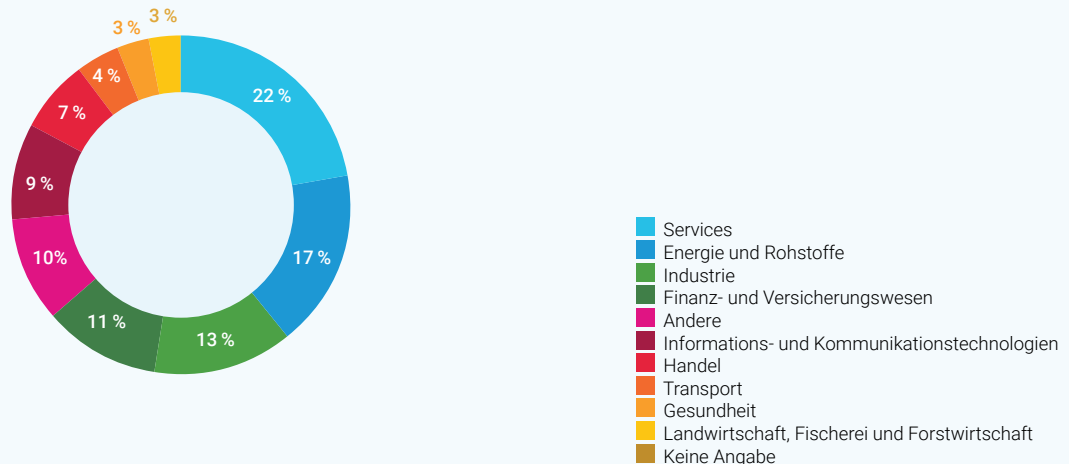
## 5. Nachhaltigkeit und SDGs in der Privatwirtschaft

Dieser Abschnitt wertet die Antworten der Privatwirtschaft aus, der sich 29% der Befragten zuordneten. Die Antworten verteilen sich über die folgenden Branchen (s. Abbildung 18).

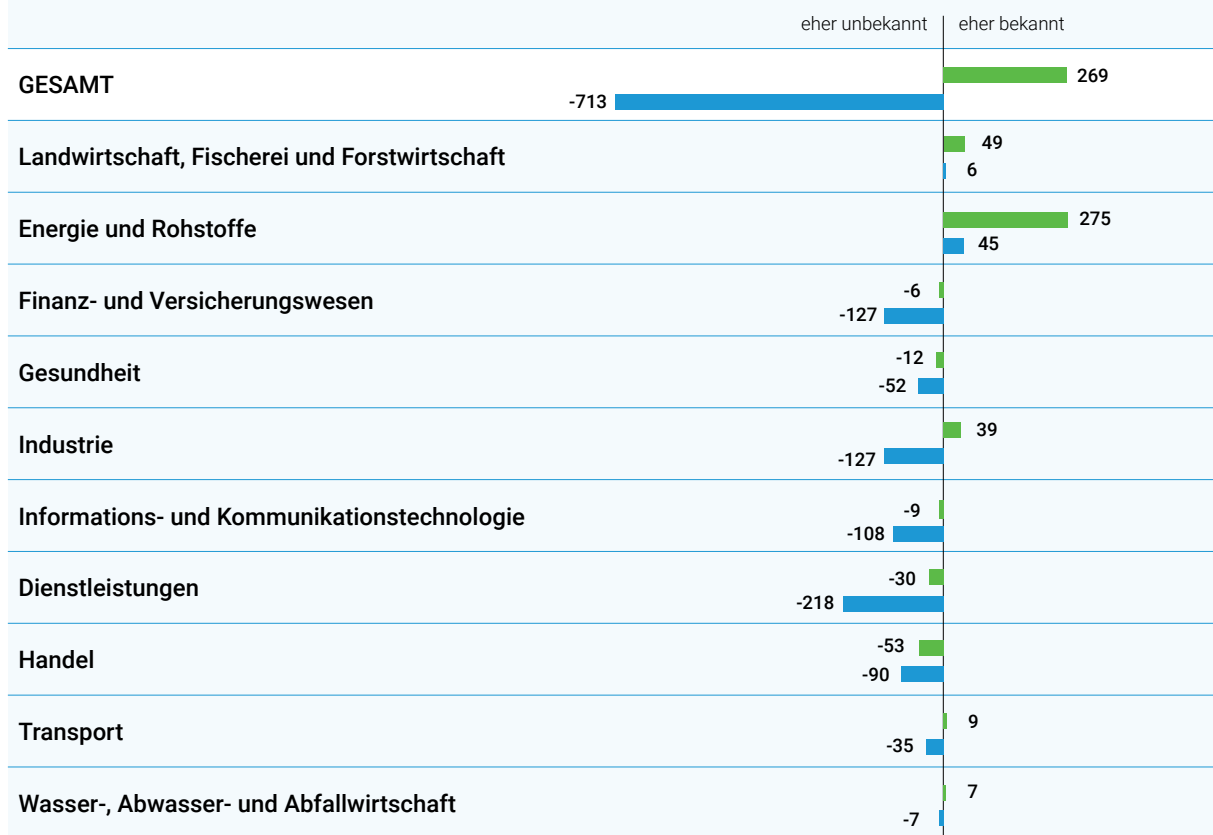
Die Befragten aus dem Sektor Privatwirtschaft schätzen das Bewusstsein von Unternehmen der Privatwirtschaft sowohl für Nachhaltigkeit als auch die SDGs im Vergleich zur persönlichen Kenntnis tendenziell als geringer ein. Auf persönlicher Ebene kennen beinahe alle Befragten das Konzept der Nachhaltigkeit bewusst und etwa die Hälfte die SDGs (vgl. Kapitel 1: Bekanntheit der Sustainable Development Goals). Um die Wahrnehmung innerhalb der Wirtschaft mit diesen Ergebnissen zu vergleichen, wurde nach dem vermuteten Bekanntheitsgrad in der Branche der Befragten gefragt und dieser Wert in einen Netto-

Bekanntheitsgrad (d. h. Summe aus positiver Bekanntheitsbewertung abzüglich der Summe negativer Bekanntheitsbewertungen) umgewandelt. Ein Bekanntheitsgrad von 50% würde demnach ungefähr einem Netto-Bekanntheitsgrad von Null entsprechen. Abbildung 19 zeigt, dass die Befragten die Bekanntheit von Nachhaltigkeit zwar insgesamt als positiv, jedoch für die Hälfte der Branchen als negativ und die der SDGs für fast jede Branche als negativ bewerten, d. h. der Großteil der Befragten schätzt den Bekanntheitsgrad der SDGs innerhalb der Branche, in der sie tätig sind, als sehr gering ein. Lediglich in den Branchen Landwirtschaft, Fischerei und Forstwirtschaft, Energie und Rohstoffe sowie Industrie nehmen die Befragten an, dass mehr als 50% ihrer Branche die SDGs kennt.

**Abbildung 18:**  
**Vertretene Branchen in der Privatwirtschaft**



**Abbildung 19:**  
**Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs nach Branchen**



Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft

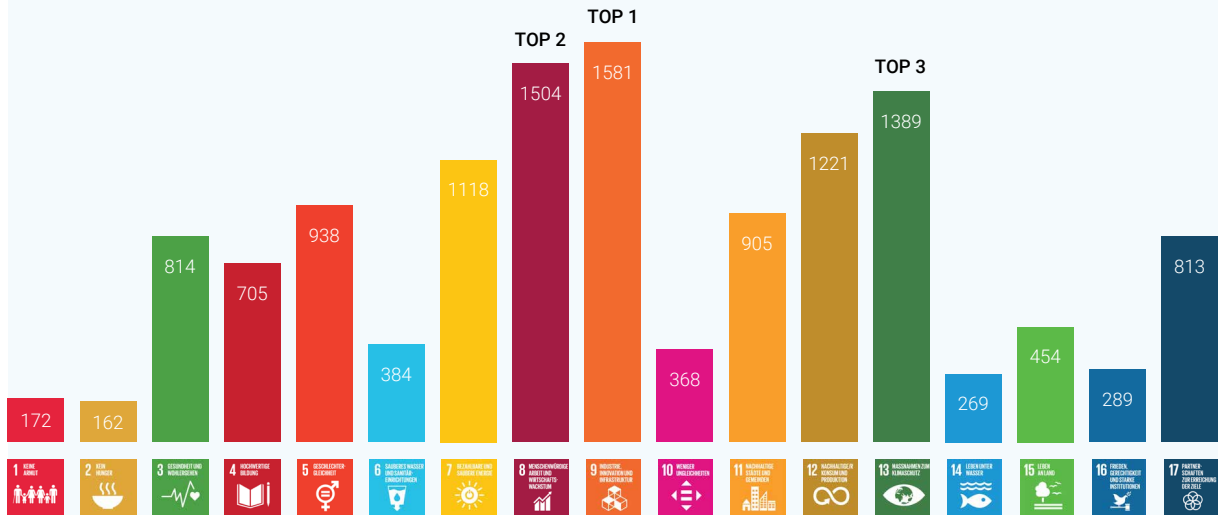
■ Netto-Bekanntheitsgrad für Nachhaltigkeit  
 ■ Netto-Bekanntheitsgrad für die SDGs

Auch wurde gefragt, welche SDGs in der Wahrnehmung der Befragten für Unternehmen die größte Bedeutung haben. Die Ergebnisse (s. Abbildung 20) weichen etwas von den persönlichen Prioritäten ab (vgl. Kapitel 2: Persönliche Prioritäten für die Sustainable Development Goals). Während Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) für Unternehmen weiterhin eine wichtige Priorität darstellen,

bewerten die Befragten Industrie, Innovation und Infrastruktur (SDG 9) und menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum (SDG 8) als wichtigste SDGs für Unternehmen. Dringender Handlungsbedarf wird, neben den priorisierten SDGs, ebenfalls im SDG 12 – Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster gesehen.

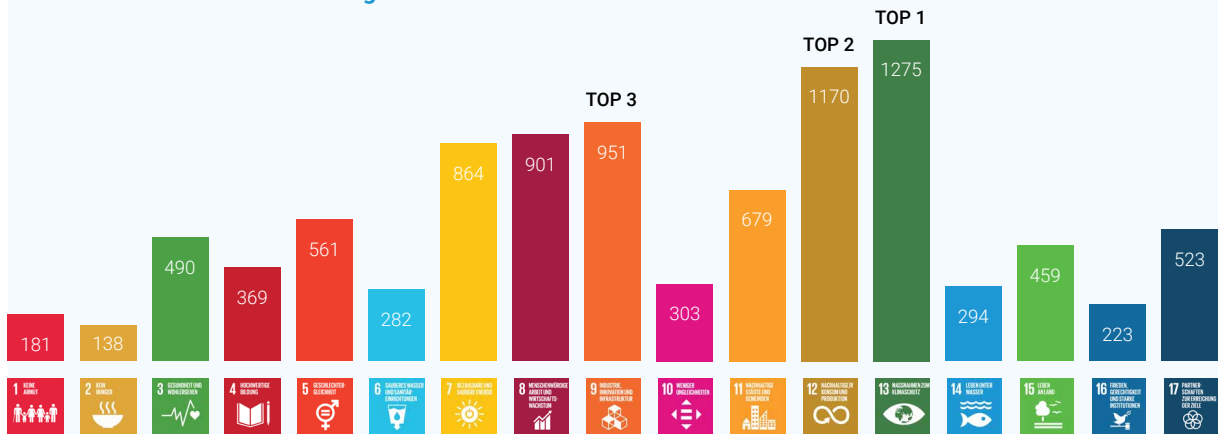
**Abbildung 20:**  
**Relevanteste SDGs und dringlichste Maßnahmen für Unternehmen**

**Welche SDGs sind für Ihr Unternehmen am relevantesten?**



Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft

**Welche SDGs erfordern die dringlichsten Maßnahmen?**



Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft

Die Bedeutung von Partnerschaften zwischen Unternehmen und Regierungen bzw. Politik und Verwaltung wurde durch zusätzliche Umfrageergebnisse untermauert. Befragte die angaben, in der Politik und Verwaltung oder einem Unternehmen tätig zu sein, nannten privatwirtschaftliche Akteure als wichtigste Partner. Mitarbeiter in Unternehmen nannten an zweiter Stelle nationale politische Akteure und Institutionen, während Mitarbeiter in

Politik und Verwaltung diverse andere Partner nannten, darunter andere nationale politische Akteure, Bildungs- und Forschungseinrichtungen, Zivilgesellschaft und Medien. Die Ergebnisse unterstreichen die Bedeutung der Wirtschaft als Partner zur Erreichung der SDGs, aber auch das Bewusstsein des Einzelnen für die Bedeutung von Partnerschaften außerhalb seines eigenen gesellschaftlichen Sektors.

**Abbildung 21:**  
**Relevanteste Partner zur Erreichung der SDGs**

Partnerschaft	Arbeitnehmer in Unternehmen (2.654 Antworten)	Arbeitnehmer in Politik und Verwaltung (596 Antworten)
Privatwirtschaftliche Akteure/Institutionen	65%	73%
Nationale politische Akteure	46%	56%
Internationale politische Akteure/Institutionen	32%	47%
Bildung und Forschungseinrichtungen	33%	63%
Zivilgesellschaft	30%	63%
Medien	21%	54%

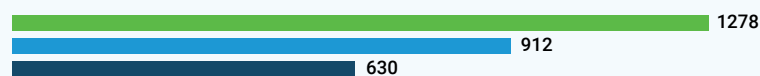
Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft und Politik und Verwaltung

Ein abschließender Datensatz gibt Aufschluss darüber, wie Unternehmen global, in der europäischen Union und in Deutschland zu den SDGs beitragen (s. Abbildung 22) und Ziele und Messgrößen festlegen (s. Abbildung 23).

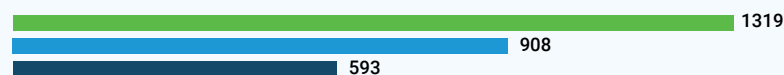
Hier wird deutlich: Unternehmen setzen sich Ziele mit Bezug zu den SDGs. Der Fortschritt in Bezug auf die gesetzten Ziele wird jedoch ohne SDG-Bezug gemessen.

**Abbildung 22:**  
**Beitrag der Unternehmen zu den SDGs nach Regionen**

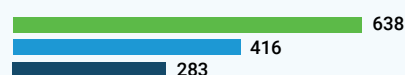
#### Waren und Dienstleistungen



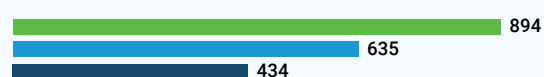
#### Verantwortungsvolles Wirtschaften



#### Philanthropie



#### Partnerschaften



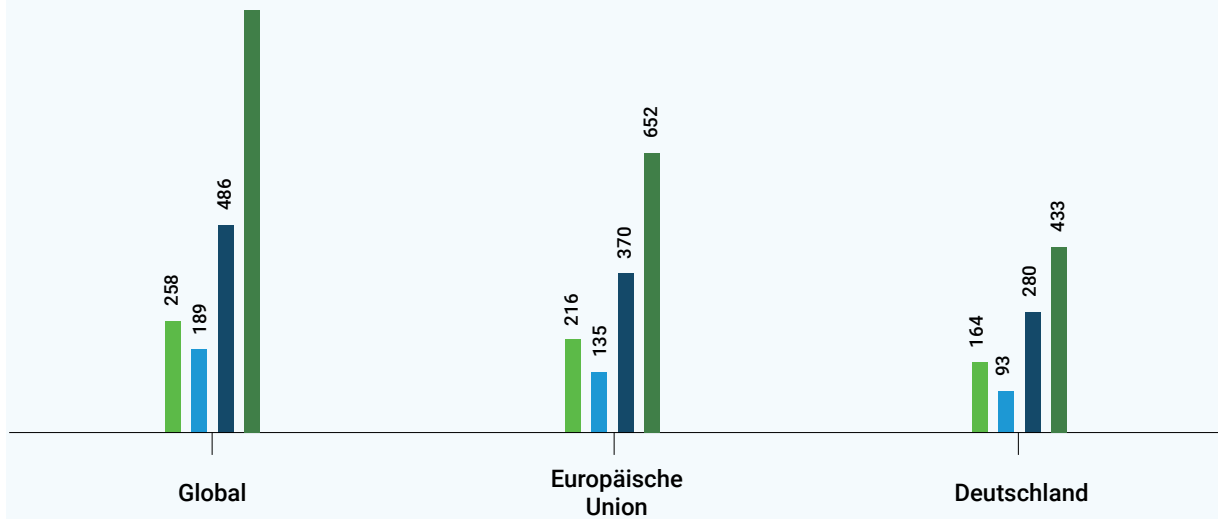
Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft

■ Global  
 ■ Europäische Union  
 ■ Deutschland

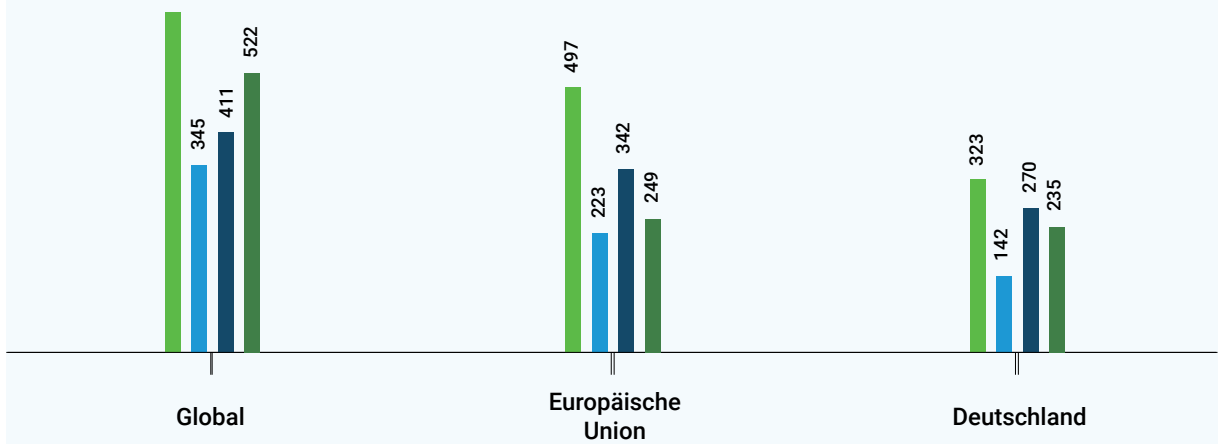


**Abbildung 23:**  
**Fortschrittmessung und Zielsetzung bzgl. Nachhaltigkeit und SDGs nach Regionen**

Hat Ihr Unternehmen Nachhaltigkeitsziele?



Misst Ihr Unternehmen Fortschritte bei relevanten Nachhaltigkeitsthemen?



- Ja, einschließlich der Leistung in Bezug auf die SDGs
- Ja, aber ohne SDG-Bezug
- Nein
- Ich weiß es nicht.

Antworten aus dem Sektor Privatwirtschaft

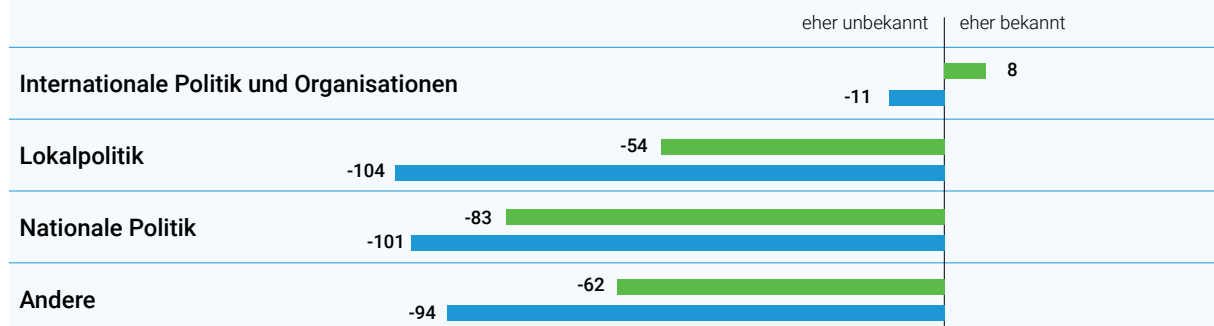
## 6. Nachhaltigkeit und SDGs in Politik und Verwaltung

Die in der Politik bzw. im öffentlich-rechtlichen Sektor tätigen Befragten schätzen den Bekanntheitsgrad von Nachhaltigkeit und den SDGs noch pessimistischer ein als Befragte in Unternehmen der Privatwirtschaft (vgl. Kapitel 5: Nachhaltigkeit und SDGs in der Privatwirtschaft). Die nach der gleichen Methode berechnete Netto-Bekanntheit im öffentlichen Sektor ist in Abbildung 24 aufgeführt. Nur internationale politische Organisationen haben gemäß den Ergebnissen ein positives Bewusstsein für das Konzept der Nachhaltigkeit. Für alle anderen Bereiche fällt das Ergebnis negativ aus, einschließlich des SDG-Bekanntheitsgrads.

Der geringe Bekanntheitsgrad der politischen Instanzen ist erstaunlich, richten sich die SDGs doch primär an nationale Regierungen und entsprechend auch lokale Institutionen. Hier wird noch einmal deutlich, dass auch in den Sektoren, die den Wandel zu einer nachhaltigen Entwicklung vorantreiben sollen (vgl. Kapitel 4: Treiber des Wandels), das Konzept der Nachhaltigkeit und der SDGs noch weitestgehend unbekannt ist bzw. als solches wahrgenommen wird.

Erwartungsgemäß unterscheidet sich die Priorisierung der SDGs innerhalb der Politik und Verwaltung gegenüber derer der Unternehmen. Die Befragten aus Politik und Verwaltung geben an, dass nachhaltige Städte und Gemeinden (SDG 11) und Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster (SDG 12) sowie Klimaschutz (SDG 13) für ihren Sektor oberste Priorität haben (s. Abbildung 25).

**Abbildung 24:**  
**Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs im politischen Sektor**

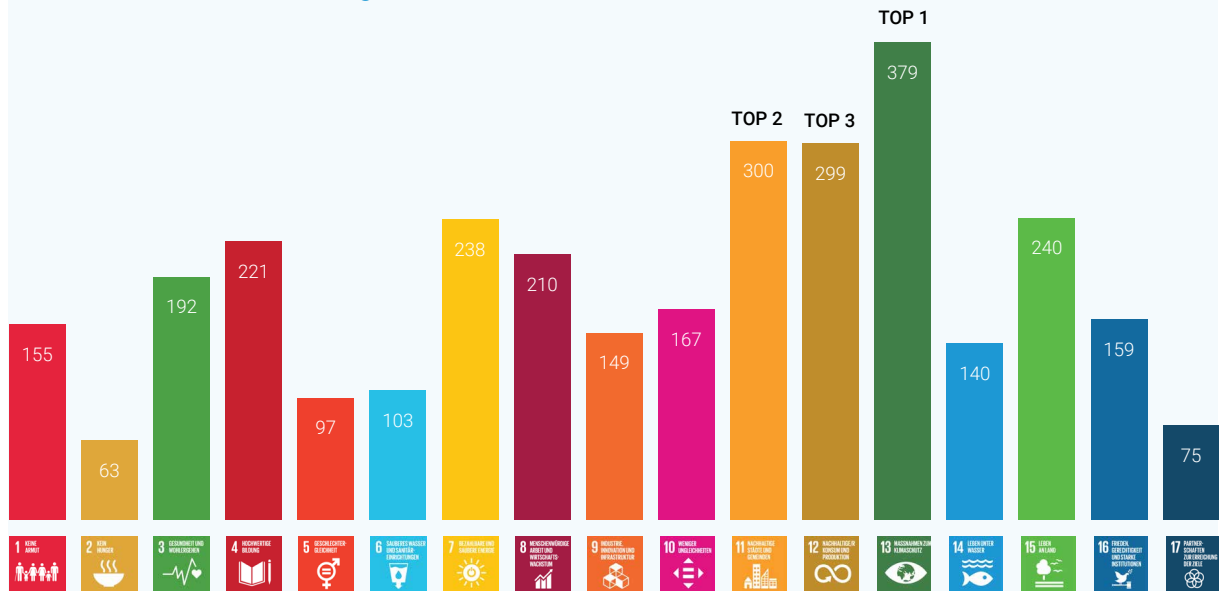


Antworten aus dem Sektor Politik und Verwaltung

■ Netto-Bekanntheitsgrad für Nachhaltigkeit  
■ Netto-Bekanntheitsgrad für die SDGs

**Abbildung 25:**  
SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für Politik und Verwaltung

Welche SDGs erfordern die dringendsten Maßnahmen?

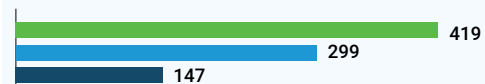


Antworten aus dem Sektor Politik und Verwaltung

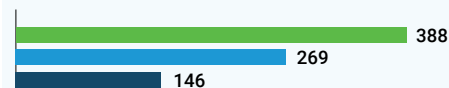
Zudem werden Maßnahmen, die nach Ansicht der Befragten zur Bewältigung der in genannten SDG-Prioritäten erforderlich sind, identifiziert. Der dringlichste Handlungsbedarf wird in der Umsetzung von Nachhaltigkeit in der politischen Agenda gesehen, gefolgt von der Durchsetzung von Nachhaltigkeit, d. h. die Implementierung von Gesetzen und Vorschriften, noch vor der eigentlichen Integration von Nachhaltigkeit in Gesetze und Vorschriften.

**Abbildung 26: Verbesserungsbedarf für Politik und Verwaltung in Bezug auf die SDGs**

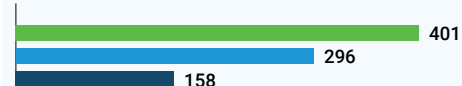
Umsetzung von Nachhaltigkeit in der politischen Agenda



Integration von Nachhaltigkeit in Gesetze und Vorschriften



Durchsetzung von Nachhaltigkeit (Gesetze und Vorschriften)



Andere



Antworten aus dem Sektor Politik und Verwaltung

- Global
- Europäische Union
- Deutschland

Die Option „Keine Notwendigkeit für Verbesserung“ wurde in keiner Region ausgewählt.

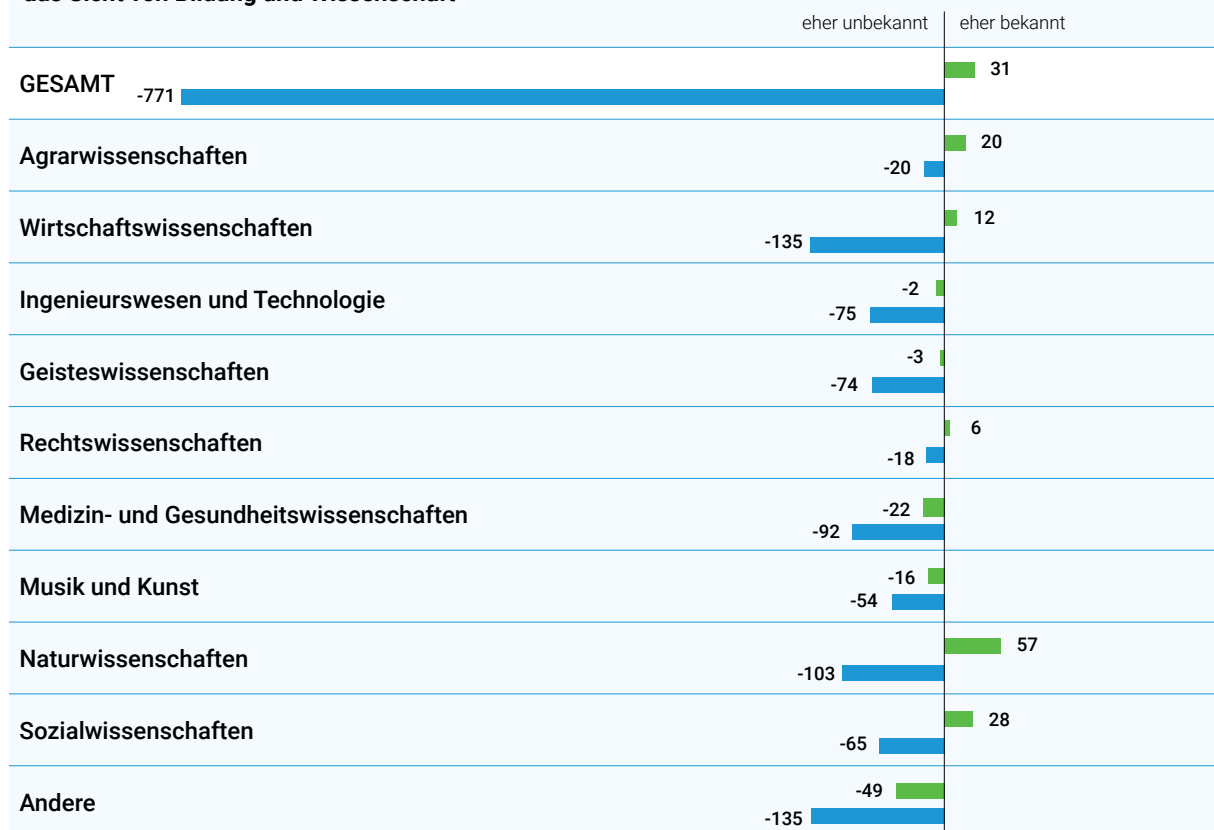
## 7. Nachhaltigkeit und SDGs in Bildung und Forschung

Die Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs wird durch Studierende und Vertreter der Wissenschaft vergleichbar zu Politik und Verwaltung und Unternehmen eingeschätzt. Im Allgemeinen ist der wahrgenommene Netto-Bekanntheitsgrad negativ, wobei das Bewusstsein für Nachhaltigkeit im Vergleich zu den SDGs etwas höher ist. Bemerkbar ist der sehr negative SDG-Bekanntheitsgrad, der den Wirtschaftswissenschaften beigemessen wird (-135). Dies könnte ein Indikator dafür sein, dass die SDGs noch wenig in den klassischen Studiengängen

und Forschungsbereichen der Wirtschaftswissenschaften thematisiert werden.

Als SDGs mit hoher Priorität für Bildungs- und Forschungseinrichtungen werden ähnliche Ziele identifiziert wie in anderen Segmenten, wobei Maßnahmen zum Klimaschutz (SDG 13) am höchsten bewertet werden, gefolgt von nachhaltigem Konsum und Produktion (SDG 12). Nicht überraschend wird hochwertige Bildung (SDG 4) als die dritthäufigste Antwort von Befragten aus der Wissenschaft genannt.

**Abbildung 27:**  
**Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs aus Sicht von Bildung und Wissenschaft**



Antworten aus dem Sektor Bildung und Wissenschaft

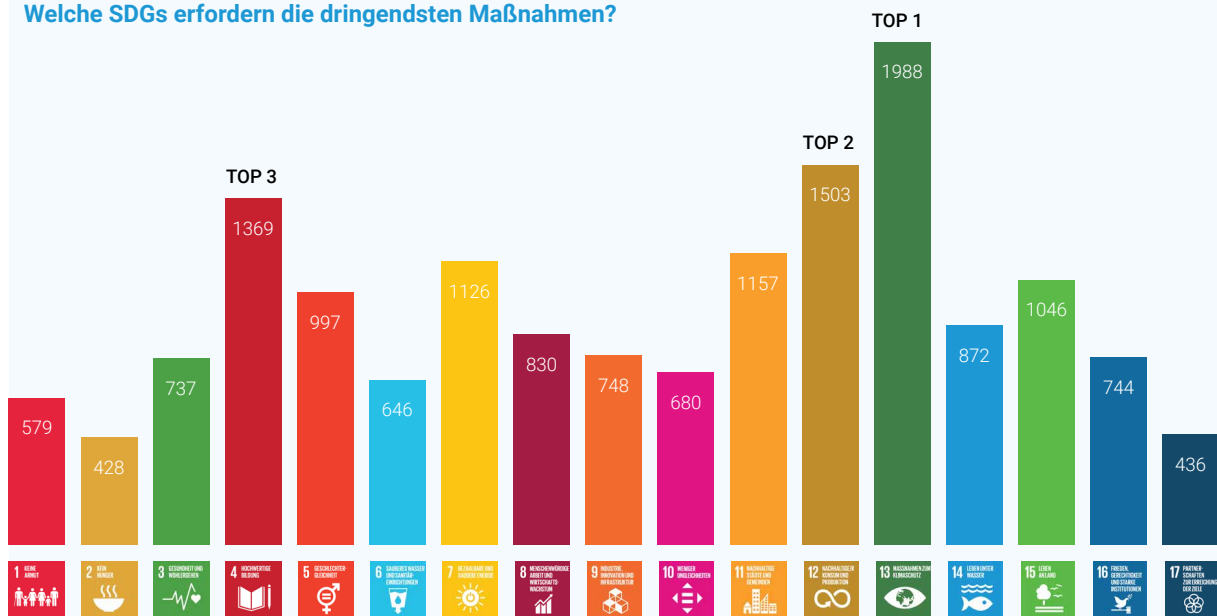
■ Netto-Bekanntheitsgrad für Nachhaltigkeit  
■ Netto-Bekanntheitsgrad für die SDGs

Obwohl alle Sektoren Partnerschaften zur Erreichung der Ziele (SDG 17) als relativ niedrig einstufen, ist dies im Bereich Forschung und Bildung besonders bemerkenswert. Erstens werden Forschungseinrichtungen als die wertvollsten Treiber zum Erreichen der SDGs durch den Aufbau von Partnerschaften – im Einklang mit SDG 17 – angesehen. Zweitens wird der fundamentale Wert der Partnerschaft von einigen der weltweit führenden Forschern, beispielsweise von Nicholas Christakis bis

Yuval Harari<sup>17</sup>, betont, dass großangelegtes kooperatives Verhalten sowohl ein bestimmendes Merkmal unserer Spezies, als auch ein wesentlicher Bestandteil unserer Fähigkeit ist, um große Herausforderungen wie die Erreichung der SDGs zu bewältigen. Es empfiehlt sich daher, die Rolle zu hinterfragen, die Bildungs- und Forschungseinrichtungen bei der Stärkung der Bedeutung von Partnerschaften für die Erreichung der SDGs spielen könnten.

**Abbildung 28:**  
**SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für Bildung und Forschung**

**Welche SDGs erfordern die dringendsten Maßnahmen?**



Antworten aus dem Sektor Bildung und Wissenschaft

<sup>17</sup> Relevante Publikationen: Christakis, N. A., & Fowler, J. H. (2009). Connected: The surprising power of our social networks and how they shape our lives. Little, Brown Spark; Harari, Y. N. (2014). Sapiens: A brief history of humankind. Random House.

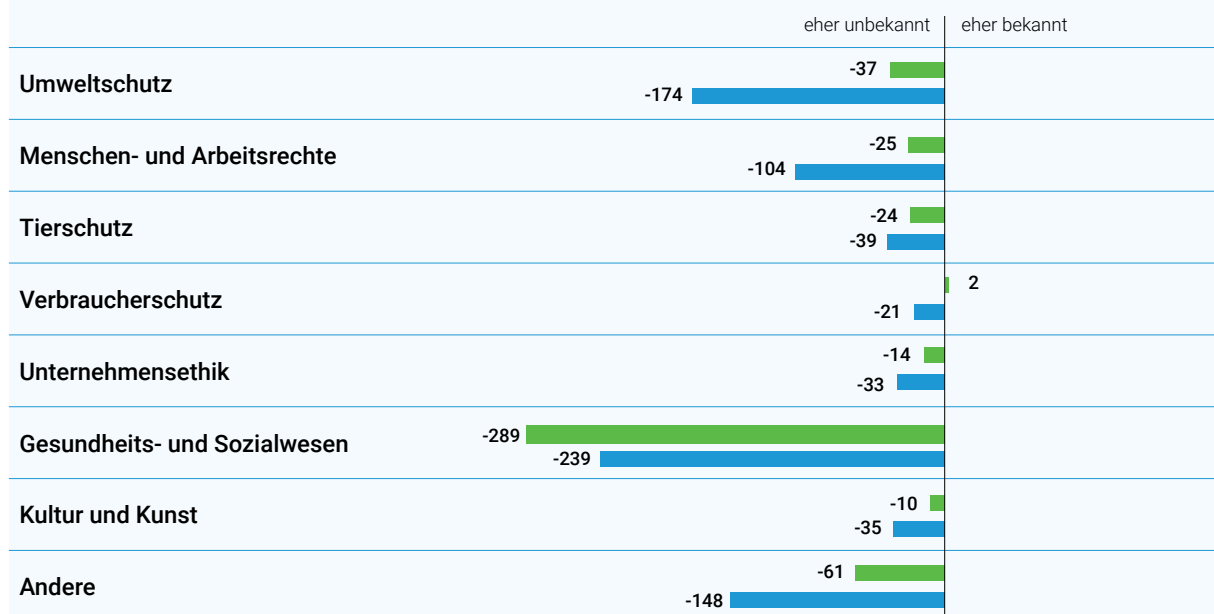
## 8. Nachhaltigkeit und SDGs in der Zivilgesellschaft

Sowohl das Konzept der Nachhaltigkeit als auch die SDGs werden laut den Vertretern der Zivilgesellschaft als noch weitestgehend unbekannt eingeschätzt. Von allen berechneten Bewertungen des Bekanntheitsgrads von Nachhaltigkeit und den SDGs in der Zivilbevölkerung wird nur eine Kombination – die Kenntnis über Nachhaltigkeit innerhalb der Vertreter der Verbraucherschützer – leicht positiv bewertet (s. Abbildung 29). Alle anderen vertretenen Tätigkeitsbereiche zeigen sowohl ein negatives Bewusstsein für Nachhaltigkeit als auch für die SDGs auf. Dieses Ergebnis

ist erstaunlich, da es sich hierbei um zivilgesellschaftliche Gruppen handelt, deren Tätigkeiten im Kern sowohl auf Nachhaltigkeit als auch auf die SDGs ausgerichtet sind.

Die Priorisierung der SDGs durch die Befragten aus der Zivilgesellschaft spiegelt die Priorisierung der Politik und Verwaltung wider, bei denen Klimaschutz (SDG13) und verantwortungsbewusster Konsum und Produktion (SDG12) an erster Stelle stehen, gefolgt von hochwertiger Bildung (SDG4) und nachhaltigen Städten und Gemeinden (SDG11).

**Abbildung 29:**  
Wahrgenommener Grad der Bekanntheit von Nachhaltigkeit und den SDGs in der Zivilgesellschaft

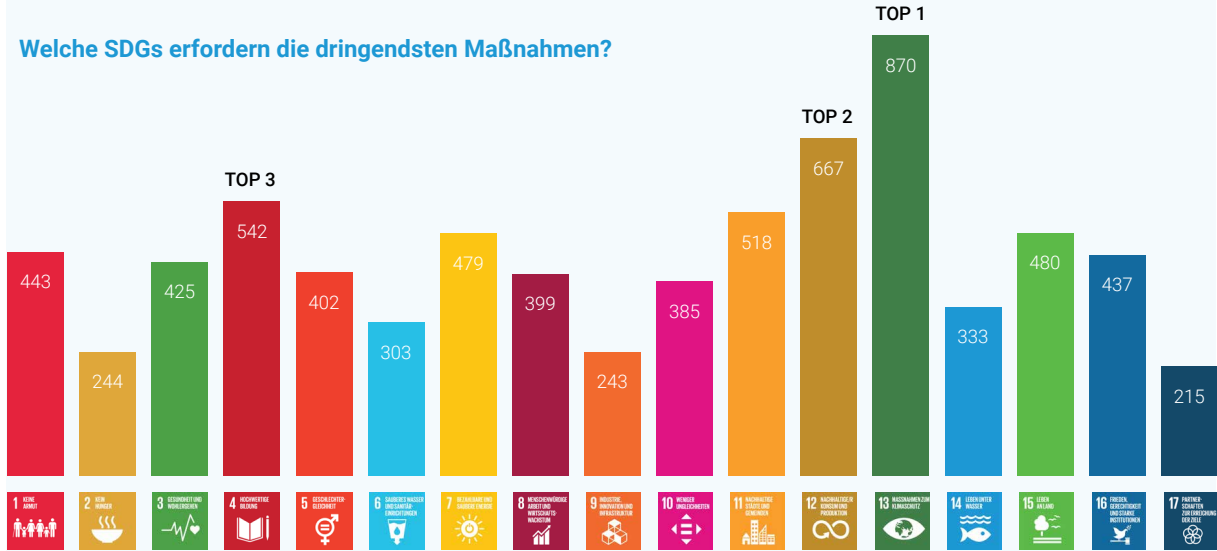


Antworten aus dem Sektor Zivilgesellschaft

■ Netto-Bekanntheitsgrad für Nachhaltigkeit  
■ Netto-Bekanntheitsgrad für die SDGs

**Abbildung 30:**  
SDGs mit dringendstem Handlungsbedarf für die Zivilgesellschaft

Welche SDGs erfordern die dringendsten Maßnahmen?

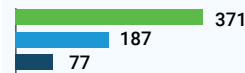


Antworten aus dem Sektor Zivilgesellschaft

Vergleichbar mit den Vertretern der Politik und öffentlichen Verwaltung identifizierten die Befragten der Zivilgesellschaft eine Reihe von Maßnahmen, die ihrer Ansicht nach wichtig sind, um auf die Erreichung der SDGs hinzuwirken (s. Abbildung 31). Die niedrigste Bedeutung wird dem Setzen eigener Agenda-Schwerpunkte zugewiesen, was darauf hindeutet, dass Teile der Zivilgesellschaft lediglich bereit sind, innerhalb bestehender Rahmen und Systeme zu arbeiten, anstatt neue Handlungsoptionen zu schaffen. Hingegen sieht die Mehrheit der Befragten weltweit die Aufgabe der Zivilgesellschaft darin, Kontrolle und Druck auf die Gesetzgebung und Wirtschaft auszuüben und somit als „Watchdog“ in der Gesellschaft zu agieren. Kontrolle und Druck auf die Wirtschaft wird innerhalb der EU sogar als noch bedeutender angesehen, als der auf die Gesetzgebung.

**Abbildung 31:**  
Wichtige Maßnahmen aus Sicht der Zivilgesellschaft

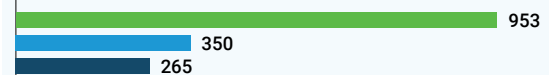
Eigene Agenda-Schwerpunkte setzen



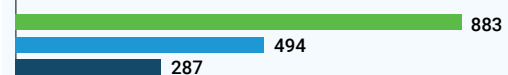
Öffentliche Kampagnen und Sensibilisierung



Kontrolle und Druck auf die Gesetzgebung



Kontrolle und Druck auf die Wirtschaft



■ Global  
■ Europäische Union  
■ Deutschland

Antworten aus dem Sektor Zivilgesellschaft

## VI. AUTOREN UND DANKSAGUNG

### Leitung der Studie und Umfragedesign

Theresa Frank, Schlange & Co.  
Joachim Schlange, Schlange & Co.  
Todd Cort, Yale Center for Business and the Environment

### Autoren des Ergebnisberichts

Theresa Frank, Schlange & Co.  
Todd Cort, Yale Center for Business and the Environment

### Bildquellen

Yale Center for Business and the Environment, S&C, Mapchart

### Danksagung

Wir danken dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit für die Finanzierung der Studie im Rahmen der „Exportinitiative Umwelttechnologien“. Ein großer Dank geht außerdem an die über 250 Multiplikatoren und die 18 Social Media Influencer, die zur Verbreitung der Umfrage maßgeblich beigetragen haben. Darüber hinaus bedanken wir uns bei allen Partnern, Unterstützern und Kollegen, die an der Vorbereitung, Durchführung und Auswertung des Global Survey beteiligt waren, insbesondere Prof. Dr. Todd Cort und sein Team (Yale Center for Business and the Environment), Kerstin Domin (domindesign), Thomas Fellingner (Netzgestaltung), Gregor Kuhlmann (Locolor), Sophie Wuppermann (Einfluss Consulting) und Jonathan Kurfess (Appinio).

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Umwelt, Naturschutz  
und nukleare Sicherheit



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



## VII. ANHANG

### Vollständige Liste der Multiplikatoren

#### Wissenschaft und Studierende

---

- Board of European Students of Technology (BEST) (EU)
- Cologne Business School (DE)
- European Pharmaceutical Students' Association (EPSA) (LU)
- European Students' Union (BE)
- FIA – Fundação Instituto de Administração (BR)
- Fordham Social Innovation Collaboratory (US)
- Global University Network for Innovation (ES)
- GNAM – Global Network for Advanced Management (US)
- GUNi – Global University Network for Innovation (ES)
- Hamburg School of Business Administration (DE)
- Institute for Sustainable Futures (AU)
- oikos Hamburg (DE)
- oikos International (CH)
- sneep e.V. (DE)
- Sustainability Week Switzerland (CH)
- Swiss Association of Student Organisations for Sustainability (ASOS) (CH)
- University of Oxford Saïd Business School (UK)
- Wilson Center Brazil Institute (BR)

#### Wirtschaft

---

- AB Enzymes (DE)
- Allianz (DE)
- Appinio (DE)
- B.C. Tuna Fishermen's Association (CA)
- BMW Group (DE)
- BNY Mellon (US)
- CSR HELLAS (GR)
- Datamaran (UK)
- EcoVadis (FR)
- Enablon (FR)
- Forward Ships (PT)
- Gexsi (DE)
- Gingko World (CH)
- Global Impact Grid (DE)
- Good Travel (NZ)
- Handelskammer Hamburg (DE)
- HanseMerkur (DE)
- Hapag-Lloyd (DE)
- hw.design (DE)
- IDOP Institut (HR)
- Impact Hub Candidate Hamburg (DE)
- Invest in Albania (AL)
- JADE – European Confederation of Junior Enterprises (BE)
- Kaleidoscope Futures (UK)
- Lablaco (FR)
- matera HUB (IT)
- Moringa Huile (DE)
- MTS Russia (RU)
- MTU (DE)
- öbu – Der Verband für nachhaltiges Wirtschaften (CH)
- Polarstern (CH)
- RWE (DE)
- SCHOTT AG (DE)
- SEAS NVE (DK)
- Shelton Group (US)
- Stiftung Mercator (DE)
- Sustainability Leadership Kosova (KO)
- Sustainable Brands (US)
- Sustainable Food Movement Greece (GR)
- SWIFT Networks (NG)
- Syngenta (CH)
- tbd\* Community (DE)
- ThistlePraxis Consulting (NG)
- TÜV Rheinland (DE)
- Vinyl Sustainability Council (US)
- Xwhy: Agency of Understanding (LT)

## Zivilgesellschaft

- 
- 1% for the Planet (US)
  - Action on SDGs Kenya Coalition (KE)
  - AIA International Foundation (INT)
  - Bye Bye Plastic Bags Global (IDN)
  - BBPB Algeria (DZ)
  - BBPB Bandung, Indonesia (ID)
  - BBPB Chiang Mai, Thailand (TH)
  - BBPB Jakarta, Indonesia (ID)
  - BBPB Malta (MT)
  - BBPB Myanmar (MM)
  - BBPB Nepal (NP)
  - BBPB Philippines (PH)
  - BBPB Singapore (SG)
  - Bridge Academies International (KE)
  - Brodoto (HR/RS)
  - China Youth Climate Action Network (CN)
  - Cotton Made in Africa (DE)
  - CRLDS - Centre for European Policy Studies Local and Regional Development (AL)
  - Deutsches Netzwerk Wirtschaftsethik (DE)
  - Dianova International (ES)
  - EarthGuardians (US)
  - EcoCare Waste Initiative (GH)
  - EcoKids (DE)
  - EcoKnights (MY)
  - EKD – Evangelische Kirche in Deutschland, Referat Nachhaltigkeit (DE)
  - Elizka Relief Foundation (GH)
  - European Environmental Bureau (EEB) (BE)
  - European Youth Forum (EU)
  - Fair Trade Campaigns (US)
  - Fern (BE/UK)
  - Foodity (GR)
  - Geneve Foundation for Medical Education and Research (CH)
  - Global Partnership for Sustainable Development Data (INT)
  - Green Cameroon (CR)
  - Haribon Foundation (PH)
  - Heinz Sielmann Stiftung (DE)
  - Hope Foundation e.V. (DE)
  - Hostelling International Brazil (BR)
  - Hunger Reduction International (SO)
  - Jane Goodall Institute New Zealand (NZ)
  - KIVA (US)
  - Le Pirol (DK)
  - Lead Glocal (NL)
  - MAAT For Peace, Development, and Human Rights (EG)
  - Misereor (DE)
  - NABU Nordrhein Westfalen (DE)
  - NGO Major Group (Global)
  - NGO Major Group West Africa
  - North American Association for Environmental Education (US)
  - NYDIS (US)
  - Pakistan Environmental Journalists (PK)
  - Peace Corps Zambia (ZM)
  - Plastic Bank (CA)
  - Say Hi to Sustainability (BR/NO)
  - Society for International Development (INT)
  - sociSDG (EU)
  - Sustainable Development Policy Institute (SDPI) (PK)
  - Sustainable Qatar (QA)
  - Sustainable Oman (OM)
  - Teach First Deutschland (DE)
  - The DO School (DE)
  - Youth Association for Development (PK)
  - Zero Waste Latvija (LV)
  - Zukunftsrat Hamburg (DE)

## Politik und Verwaltung (inkl. UN-Organisationen)

- 
- Asian Development Bank (PH)
  - Auswärtiges Amt (DE)
  - Behörde für Umwelt und Energie Hamburg (DE)
  - Bugesera District – Agriculture and Natural Resources Department (RW)
  - Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (DE)
  - Crowdafrica (GH)
  - DEG/KfW (DE)
  - European Bank for Reconstruction and Development – EBRD (GB)
  - GIZ (DE)
  - Global Compact Network Belgium (BE)
  - Global Compact Network Brazil (BR)
  - Global Compact Network Egypt (EG)
  - Global Compact Network Germany (DE)
  - Global Compact Network Guatemala (GT)
  - Global Compact Network Russia (RU)
  - Global Compact Network Switzerland (CH)
  - Global Compact Network Tanzania (TZ)
  - Global Compact Network Ukraine (UA)
  - International Institute of Sustainable Development (CA)
  - Kiribati National Tourism Office (KI)
  - Poverty Reduction Trust (ZW)
  - Sustainability Hub Norway (NO)
  - Sustainable Development Solutions Network (SDSN) (INT)
  - SustainAsia (HK)
  - UNDP Mauritius and Seychelles (MU)
  - UNDP Namibia (NA)
  - UNESCAP SDG Help Desk (TH)
  - UNICEF Germany (DE)
  - UN SDG Action Campaign (DE)
  - UN Secretary-General's Special Envoy for the Ocean (Global)
  - Verbraucherzentrale Bundesverband (DE)

## Die 18 Social Media Influencer des Global Survey

	Name	Land	Beruf	Instagram-Profil
SDG 1	Ayanda Borotho	Südafrika	SchauspielerIn, Autorin	ayandaborotho
SDG 2	Pinky Ghelani	Kenia, Indien	Medienpersönlichkeit	pinkyghelani
SDG 3	Amarna Miller	Spanien	Bloggerin, SchauspielerIn	amarnamiller
SDG 4	Ilaria Di Vaio Lanna	Italien	Bloggerin	divaioilaria
SDG 5	Xenia Tchoumitcheva	Schweiz, England	Influencerin	xenia
SDG 6	Johan Lolos	Belgien	Fotograf	lebackpacker
SDG 7	Olesya Rulin	USA, Russland	SchauspielerIn	olesyarulin
SDG 8	Gugu Gumedede	Südafrika	SchauspielerIn	itsgugugumedede
SDG 9	Shraddha Singh	England, Indien	Bloggerin	shrads
SDG 10	Luna Schweiger	Deutschland	SchauspielerIn	lunaxschweiger
SDG 11	Annika Victoria	Japan	Bloggerin	littlepineneedle
SDG 12	Doina Ciobanu	England, Republik Moldau	Influencerin	doina
SDG 12	The Van Effect	Spanien	Blogger	thevaneffect
SDG 13	Gürel Sahin	Deutschland	Fotograf	guerelsahin
SDG 14	Cristina Mittermeier	Mexiko	Fotografin	mittyy
SDG 15	Hannes Becker	Deutschland	Fotograf	hannes_becker
SDG 16	Louisa Dellert	Deutschland	Bloggerin	louisadellert
SDG 17	Mari Henud	Brasilien, Schweiz	Bloggerin	marihenud

## Ergebnisse im Detail (Datentabellen)

## Persönliche Bedeutung der SDGs nach Region

		Gesamt	Nord-amerika	Süd-amerika	Europa	Mittlerer Osten	Afrika	Asien Pazifik	Deutschland
SDG 1	Keine Armut	5716	736	554	2804	60	645	917	1372
SDG 2	Kein Hunger	5550	784	491	2983	53	459	780	1711
SDG 3	Gesundheit und Wohlergehen	10786	1228	643	6389	86	714	1726	3804
SDG 4	Hochwertige Bildung	10731	1366	849	5907	101	858	1650	3443
SDG 5	Geschlechtergleichstellung	5980	1058	366	3229	89	344	894	1393
SDG 6	Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	8003	1417	605	3963	82	571	1365	2164
SDG 7	Bezahlbare und saubere Energie	7578	1416	441	4077	62	398	1184	2214
SDG 8	Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	5908	759	563	2855	80	526	1125	1179
SDG 9	Industrie, Innovation und Infrastruktur	2887	403	233	1334	34	243	640	649
SDG 10	Weniger Ungleichheit	3659	621	275	1963	35	246	519	833
SDG 11	Nachhaltige Städte und Gemeinden	6498	1020	439	3614	67	284	1074	1712
SDG 12	Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster	7825	1307	413	5035	52	212	806	2630
SDG 13	Maßnahmen zum Klimaschutz	13573	2344	661	8369	107	427	1665	4754
SDG 14	Leben unter Wasser	6933	1530	335	4030	59	152	827	2186
SDG 15	Leben an Land	8084	1578	507	4666	74	267	992	2449
SDG 16	Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	7107	820	517	4183	86	457	1044	2345
SDG 17	Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	1489	237	103	726	16	125	282	329

### Persönliche Bedeutung der SDGs nach Geschlecht

		Männlich	Weiblich	Anderes / keine Angabe
SDG 1	Keine Armut	2454	3290	70
SDG 2	Kein Hunger	2153	3419	60
SDG 3	Gesundheit und Wohlergehen	3784	5483	100
SDG 4	Hochwertige Bildung	4079	5618	107
SDG 5	Geschlechtergleichstellung	1396	4463	104
SDG 6	Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen	3067	4910	76
SDG 7	Bezahlbare und saubere Energie	3197	4578	85
SDG 8	Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	2648	3348	55
SDG 9	Industrie, Innovation und Infrastruktur	1571	1365	24
SDG 10	Weniger Ungleichheit	1632	2306	67
SDG 11	Nachhaltige Städte und Gemeinden	2582	3897	77
SDG 12	Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster	2613	5316	84
SDG 13	Maßnahmen zum Klimaschutz	4502	8397	136
SDG 14	Leben unter Wasser	2126	4810	74
SDG 15	Leben an Land	2739	5348	88
SDG 16	Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen	3011	4127	73
SDG 17	Partnerschaften zur Erreichung der Ziele	682	806	14

## Berücksichtigung von Nachhaltigkeit nach Altersklasse

	Jünger als 20	20-29	30-39	40-49	50-59	60 oder älter
Kauf von Waren und Dienstleistungen	951	5181	3687	2038	1815	1007
Finanzielle Entscheidungen	411	2762	2141	1066	838	491
Wahl des Energieversorgers	508	2864	2230	1238	1153	702
Freizeitaktivitäten	477	2493	1716	1048	1006	587
Wahl des Arbeitgebers	203	2250	1696	724	459	150
Politische Wahlen	88	4454	3029	1738	1568	940
Erziehung	453	3214	1974	1457	1038	479
Wahl des Transportmittels/ Mobilität	897	4674	3123	1673	1430	808
Ernährung	1037	5444	3907	2170	1914	1093

## Berücksichtigung von Nachhaltigkeit nach Geschlecht

	Männlich	Weiblich	Anderes / keine Angabe
Kauf von Waren und Dienstleistungen	5190	9372	178
Finanzielle Entscheidungen	3285	4374	87
Wahl des Energieversorgers	3280	5387	97
Freizeitaktivitäten	2536	4711	98
Wahl des Arbeitgebers	2168	3272	71
Politische Wahlen	4507	7847	151
Erziehung	3496	5034	83
Wahl des Transportmittels/ Mobilität	4712	7815	159
Ernährung	5402	10041	168

## Impressum

Schlange & Co. GmbH  
Große Bergstraße 219  
D-22767 Hamburg

[kontakt@schlange-co.com](mailto:kontakt@schlange-co.com)  
[www.schlange-co.com](http://www.schlange-co.com)

**GLOBAL  
SURVEY**  
on Sustainability and the SDGs

