



STIFTERVERBAND

PETER SCHUBERT

ENGAGEMENT FÜR KLIMASCHUTZ IN DER ORGANISIERTEN ZIVILGESELLSCHAFT

Sonderauswertung des ZiviZ-Survey 2023



Im Auftrag von:

STIFTUNG
MERCATOR



STIFTERVERBAND

INHALT

1. Zentrale Ergebnisse	2
2. Einleitung: Klimaschutz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe	3
3. Methodik und Datengrundlage	4
4. Umfang und Formen des Engagements für Klimaschutz	5
5. Organisationsprofile im Überblick	8
6. Rechtsformen	9
7. Engagementfelder	10
8. Aktionsradius und regionale Verortung	12
9. Freiwillig Engagierte und bezahlte Beschäftigte	15
10. Finanzielle Ressourcen	17
11. Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Institutionen	19
12. Partizipation in politischen Prozessen	21
13. Engagementfelder im Fokus	23
13.1. Umwelt- und Naturschutz	23
13.2. Kultur	24
13.3. Sport	25
Literatur	27
Impressum	28

1. ZENTRALE ERGEBNISSE

Das vorliegende Papier analysiert den Umfang und die Formen des Engagements für Klimaschutz innerhalb der organisierten Zivilgesellschaft in Deutschland. Grundlage der Analysen ist der ZiviZ-Survey 2023, eine repräsentative Befragung von 12.792 Vereinen, Stiftungen und anderen zivilgesellschaftlichen Organisationen.

Vielfältiges Engagement für den Klimaschutz

Ein substanzieller Teil der zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland, konkret 31 Prozent, ist bereits aktiv in verschiedenen Formen des Klimaschutzengagements involviert, während weitere 12 Prozent planen, sich in naher Zukunft diesem wichtigen Thema zu widmen. Dieses Engagement reicht von Maßnahmen zur CO₂-Einsparung über Bildungsinitiativen bis hin zu politischen Aktivitäten.

Neu im Klimaschutz engagierte Organisationen setzen bei der Binnenperspektive an

Die Mehrheit der Organisationen konzentriert sich vorrangig auf die Einsparung von CO₂-Emissionen innerhalb der eigenen Organisation. Diese Binnenperspektive ist besonders ausgeprägt bei Organisationen, die sich erst kürzlich dem Klimaschutz zugewandt haben. Dies spiegelt eine Tendenz wider, zunächst interne Maßnahmen als Einstiegspunkt in ein umfassenderes Klimaengagement zu ergreifen, bevor weitere externe Aktivitäten entwickelt und umgesetzt werden.

Bildung, Sport und Kultur mit Schlüsselrollen in der Verbreitung des Klimaschutzengagements trotz geringer Ausgangsaktivität

Organisationen im Umwelt- und Naturschutz und im Bereich der gemeinschaftlichen Versorgungsaufgaben (hierzu zählen unter anderem Energiegenossenschaften) sind besonders häufig für den Klimaschutz engagiert. Engagement für den Klimaschutz sollte jedoch nicht als das ausschließliche Terrain von Umweltorganisationen begriffen werden. In vielen anderen Feldern – zum Beispiel im Sport, der Kultur oder der Bildung – sind Organisationen inzwischen umfangreich und kreativ für Klimaschutz engagiert und verknüpfen das Thema erfolgreich mit ihren Organisationszielen. Letztere Engagementfelder spielen aufgrund ihrer großen Organisationenzahlen wichtige Rollen bei der Verankerung des Themas in der Breite der Zivilgesellschaft: Unter den Organisationen, die sich neuerdings dem Klimaschutz widmen, verortet sich mehr als die Hälfte in einem der drei Bereiche.

Klimaschutzengagement ist mehrheitlich lokal verankert

Der kommunale Raum erweist sich als zentraler Aktionsbereich für zivilgesellschaftliches Engagement im Klimaschutz. Viele Organisationen sind vor allem lokal aktiv, pflegen Kooperationen auf kommunaler Ebene und beteiligen sich hier an politischen Prozessen. Diese Erkenntnis unterstreicht die Bedeutung lokaler Strukturen und Netzwerke für die erfolgreiche Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen und die Notwendigkeit, diese lokalen Aktivitäten als integralen Bestandteil einer gesamtgesellschaftlichen Klimaschutzstrategie zu betrachten.

Politisches Engagement häufiger „leise“ als „laut“

Für viele im Klimaschutz aktive Organisationen nimmt der direkte Austausch mit Politikerinnen und Politikern eine zentrale Rolle ein. Diese „leisere“ Form der politischen Betätigung ist verbreiteter als „lautere“ Formen eines politischen Engagements, etwa in Form einer Beteiligung an Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen.

2. EINLEITUNG: KLIMASCHUTZ ALS GESAMTGESELLSCHAFTLICHE AUFGABE

Problembeschreibung und Fragestellung

Der politische Wille zu ambitioniertem klimapolitischem Handeln und die erfolgreiche Umsetzung konkreter klimapolitischer Maßnahmen sind maßgeblich von einem breiten und dauerhaften gesellschaftlichen Rückhalt in der Bevölkerung abhängig.¹ In diesem Kontext spielen zivilgesellschaftliche Organisationen eine bedeutende Rolle. Sie ermöglichen Formen der politischen Partizipation und des Dialogs und betreiben Bildungs- und Informationsarbeit. Zivilgesellschaftliche Organisationen agieren dabei häufig lokal vor Ort und behandeln konkrete Probleme im direkten Lebens- und Erfahrungsraum der Bürgerinnen und Bürger. Sie können so einen wichtigen Beitrag zu Stärkung des gesellschaftlichen Rückhalts für politische Klimaschutzmaßnahmen leisten. Gleichzeitig entwickeln sie eigene Innovationen, schaffen Räume zur Erfahrung von Selbstwirksamkeit und setzen konkrete Maßnahmen zur Reduzierung ihres eigenen CO₂-Fußabdrucks um.

Das Projekt des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement und der Stiftung Mercator „Engagiert für Klimaschutz“ zeigt, dass sich inzwischen Organisationen aus ganz unterschiedlichen Handlungsfeldern wirksam für mehr Klimaschutz einsetzen.² Auch die Bewegung der Bürgerenergiegenossenschaften verdeutlicht exemplarisch die vielfältigen Mitgestaltungspotenziale in der Klimawende, die zivilgesellschaftliche Strukturen im kommunalen Raum ermöglichen.³ Die herausfordernde und komplexe Transformation hin zu einer klimaneutralen Gesellschaft erfordert die Einbindung von Akteuren aus allen gesellschaftlichen Sektoren – nicht nur von Staat und Wirtschaft.

Ein konzeptioneller Ansatz zur Differenzierung der vielfältigen Rollen dieser Organisationen im Klimaschutzkontext wurde von Kagan und Dodge (2023) entwickelt. Sie unterscheiden darin zwischen staatsnahen „Insiderstrategien“ und staatsfernen „Outsiderstrategien“, sowie zwischen Themenanwaltschaft und Implementierung. Insiderstrategien umfassen politische Interessenvertretung (zum Beispiel über den regelmäßigen Austausch mit Politikerinnen und Politikern) oder die Umsetzung staatlich geförderter Maßnahmen (zum Beispiel der Ausbau erneuerbarer Energien), während Outsiderstrategien sich auf die Anwaltschaft für Verhaltensänderungen der Bevölkerung und von Unternehmen (zum Beispiel Demonstrationen und Proteste) sowie auf direkte, unabhängige Interventionen (zum Beispiel Bildungs- und Sensibilisierungsarbeit) beziehen.⁴

Tabelle 01: Mechanismen zivilgesellschaftlichen Einflusses auf den Klimaschutz

	Themenanwaltschaft	Implementierung
Insiderstrategien	Politische Interessenvertretung	Umsetzung staatlich geförderter Maßnahmen
Outsiderstrategien	Advocacy/Anwaltschaft für Verhaltensänderung in Bevölkerung und von Unternehmen	Direkte, unabhängige Interventionen und Maßnahmen

Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Kagan und Dodge (2023)

Bislang fehlt jedoch eine umfassende Bestandsaufnahme zum Umfang und den Formen des Engagements für Klimaschutz zivilgesellschaftlicher Organisationen innerhalb der deutschen Zivilgesellschaft. Zum Beispiel gilt es besser zu verstehen, inwiefern auch themenfremde Organisationen (zum Beispiel Sportvereine, Kulturorganisationen etc.) beginnen, sich im Bereich des Klimaschutzes zu engagieren.

¹ Schubert et al. (2022)

² <https://www.b-b-e.de/projekte/engagiert-fuer-klimaschutz/>

³ Schubert et al. (2022)

⁴ Kagan & Dodge (2023)

Vor diesem Hintergrund geht das vorliegende Papier datenbasiert den folgenden Fragen nach:

1. Wie, in welchem Umfang und in welchen Bereichen engagieren sich zivilgesellschaftliche Organisationen für den Klimaschutz – und in welchen noch nicht?
2. Welche Organisationsmerkmale hängen mit einem Engagement für den Klimaschutz zusammen?

3. METHODIK UND DATENGRUNDLAGE

Datengrundlage dieser Studie ist der ZiviZ-Survey 2023. Der ZiviZ-Survey ist eine seit 2012 in regelmäßigen Abständen durchgeführte repräsentative Befragung zivilgesellschaftlicher Organisationen in Deutschland. Der Survey erfasst zentrale Strukturmerkmale der Organisationen sowie neue Handlungsfelder, Herausforderungen und Bedarfe. Die Ergebnisse liefern der Zivilgesellschaft, der Politik sowie der Zivilgesellschafts- und Engagementforschung wichtiges Orientierungswissen.

Berücksichtigt werden im ZiviZ-Survey vier Organisationsformen, in denen Engagement vordergründig stattfindet: eingetragene Vereine, gemeinnützige Kapitalgesellschaften (gUGs, gGmbHs, gAGs), gemeinwohlorientierte Genossenschaften und rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts. Aus einer zusammengestellten Grundgesamtheit werden Organisationen zufällig ausgewählt und zur Teilnahme an einer Onlinebefragung eingeladen. Teil der Grundgesamtheit in der jüngsten Erhebungswelle waren insgesamt 651.604 Organisationen, darunter 615.759 eingetragene Vereine, 14.540 gemeinnützige Kapitalgesellschaften, 1.939 gemeinwohlorientierte Genossenschaften und 19.366 Stiftungen bürgerlichen Rechts.

Am ZiviZ-Survey 2023 nahmen 12.792 Organisationen teil, darunter 10.708 Vereine, 671 gemeinnützige Kapitalgesellschaften, 209 Genossenschaften und 1.204 Stiftungen. Im Vorfeld der Analyse wurden die Daten nach Rechtsform und Vereine zusätzlich nach Bundesländern gewichtet. Detaillierte Informationen zur Methodik sind im Methodenbericht auf der Website www.ziviz.de/ziviz-survey zu finden. Auf der Website steht darüber hinaus der Fragebogen zum Download zur Verfügung. Im März 2023 wurde ein erster Trendbericht⁵ auf Grundlage der Daten veröffentlicht, im November 2023 der Hauptbericht.⁶

Tabelle 02: Studiendesign des ZiviZ-Surveys 2023 im Überblick

Grundgesamtheit	<ul style="list-style-type: none">• Eingetragene Vereine, gemeinnützige Kapitalgesellschaften, gemeinwohlorientierte Genossenschaften, rechtsfähige Stiftungen des bürgerlichen Rechts• Grundgesamtheit: 651.604 Organisationen
Stichprobenansatz	<ul style="list-style-type: none">• Stichprobe: 125.000 Organisationen• Disproportional nach Bundesland und Rechtsform geschichtete Zufallsstichprobe
Erhebungsmethode	<ul style="list-style-type: none">• Quantitativer Online-Fragebogen (Einladung zur Teilnahme erfolgte postalisch)
Erhebungssprachen	<ul style="list-style-type: none">• Deutsch, Englisch
Rücklauf	<ul style="list-style-type: none">• 12.792 Organisationen, Netto-Rücklaufquote: 12,6 Prozent• Fehlerspanne bei Konfidenzintervall von 95 Prozent: $\pm 0,9$ Prozent
Feldphase	<ul style="list-style-type: none">• 30. August – 30. September 2022
Gewichtung	<ul style="list-style-type: none">• Gewichtung aller Fälle nach Rechtsform• Zusätzliche Gewichtung von Vereinen nach Bundesland

⁵ Schubert, Tahmaz & Krimmer (2023)

⁶ Schubert, Kuhn & Tahmaz (2023)

4. UMFANG UND FORMEN DES ENGAGEMENTS FÜR KLIMASCHUTZ

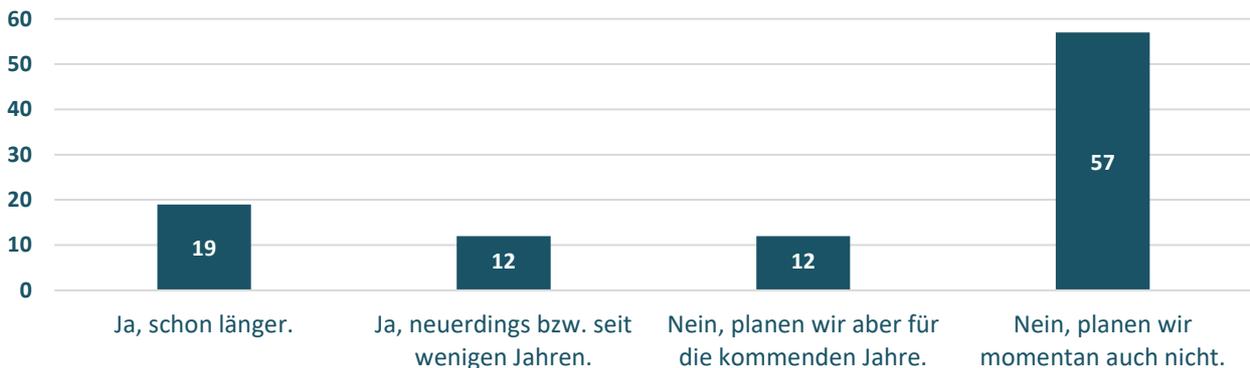
Der Fragebogen des ZiviZ-Survey 2023 enthielt zwei Fragen zum Engagement für Klimaschutz. Zunächst wurden alle Teilnehmenden gefragt: *Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz (Projekte, Maßnahmen zur CO₂-Einsparung, Öffentlichkeitsarbeit etc.)?*

- Ja, schon länger.
- Ja, neuerdings beziehungsweise seit wenigen Jahren.
- Nein, planen wir aber für die kommenden Jahre.
- Nein, planen wir momentan auch nicht.

Abbildung 01: Engagement für Klimaschutz in der organisierten Zivilgesellschaft

Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz?

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N = 12.442, gewichtet.

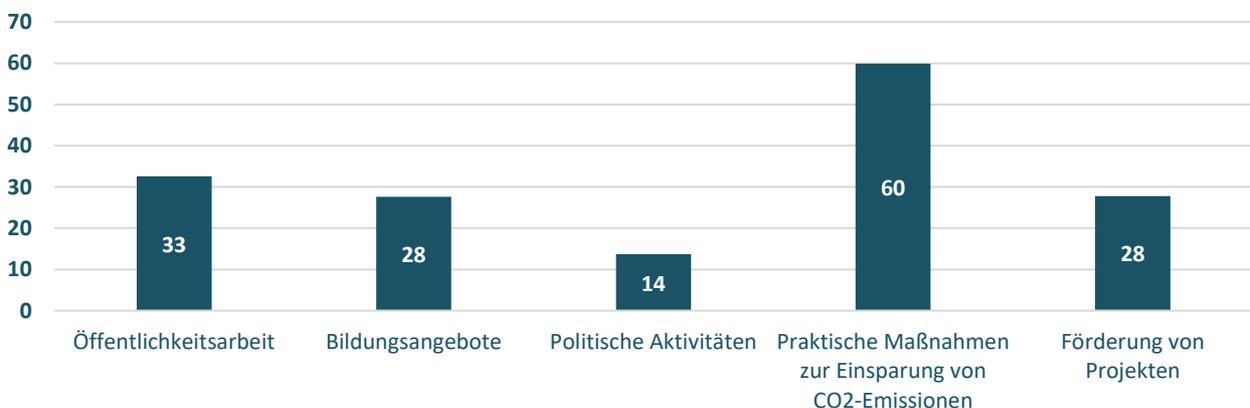
Eine weitere Frage erfasste dann die Formen des Engagements: *Falls ja, was umfasst die Arbeit Ihrer Organisation im Bereich des Klimaschutzes? [Mehrere Antworten sind möglich.]*

- Öffentlichkeitsarbeit (zum Beispiel Information, Kampagnen)
- Bildungsangebote (zum Beispiel Workshops, Seminare)
- Politische Aktivitäten (zum Beispiel Lobbyarbeit, Beteiligungsformate, Proteste etc.)
- Praktische Maßnahmen zur Einsparung von CO₂-Emissionen unserer Organisation (zum Beispiel weniger Reisen, Bau von Solaranlagen)
- Förderung von Projekten (Unterstützung der Vorhaben anderer)

Abbildung 02: Formen des Engagements für Klimaschutz in der organisierten Zivilgesellschaft

Falls ja, was umfasst die Arbeit Ihrer Organisation im Bereich des Klimaschutzes? (mehrere Antworten möglich)

Anteile in Prozent



Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N = 4.792, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- 31 Prozent der zivilgesellschaftlichen Organisationen befassen sich schon länger oder neuerdings mit dem Thema Klimaschutz, weitere 12 Prozent planen dies für die kommenden Jahre. Für über die Hälfte der Organisationen ist der Klimaschutz aber (noch) kein Thema (siehe Abbildung 1).
- Unter den 31 Prozent der für Klimaschutz engagierten Organisationen sind praktische Maßnahmen zur Einsparung von CO₂-Emissionen der eigenen Organisation die am weitesten verbreitete Engagementform. Doch auch in Form von Öffentlichkeitsarbeit, Bildungsangeboten und Projektförderungen bringen sich jeweils (knapp) ein Drittel der Organisationen ein.
- Politische Aktivitäten für den Klimaschutz sind im Vergleich zu den anderen Aktivitätsformen selten (14 Prozent). Bezogen auf die Gesamtzahl an zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland entspricht dies 4 Prozent. Vor dem Hintergrund einer Grundgesamtheit von schätzungsweise 650.000 Organisationen entsprechen 4 Prozent dennoch einer substantiellen Zahl von ca. 26.000 Organisationen.

Tabelle 03: Korrelation der klimaschutzbezogenen Aktivitäten

Was umfasst die Arbeit Ihrer Organisation im Bereich des Klimaschutzes? (mehrere Antworten möglich)
Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman

	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Öffentlichkeitsarbeit	—				
Bildungsangebote	0,249**	—			
Politische Aktivitäten	0,340**	0,199**	—		
CO ₂ -Einsparungen	-0,128**	-0,069**	-0,070**	—	
Förderung von Projekten	0,172**	0,118**	0,151**	-0,080**	—

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N = 4.792, gewichtet.

** Die Korrelation ist auf dem 0,01 Niveau statistisch signifikant.

Tabelle 04: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Dauer des Klimaschutzengagements

Was umfasst die Arbeit Ihrer Organisation im Bereich des Klimaschutzes? (mehrere Antworten möglich)
Anteile je Dauer des Klimaschutzengagements in Prozent

	Engagement für Klimaschutz	
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings
Öffentlichkeitsarbeit	40	20
Bildungsangebote	32	18
Politische Aktivitäten	18	8
Praktische Maßnahmen zur Einsparung von CO ₂ -Emissionen	55	62
Förderung von Projekten	29	19
Durchschnittliche Anzahl Aktivitätsformen	1,9	1,4

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N = 4.792, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Die Abfrage der klimaschutzbezogenen Aktivitäten erfolgte als Multiple-Choice-Frage, da manche Organisationen nicht nur eine der Aktivitätsformen nachgehen. Interessant ist hierbei die Analyse, ob und wie diese verschiedenen Aktivitätsformen miteinander in Beziehung stehen. Es zeigt sich, dass 60 Prozent der im Klimaschutz aktiven Organisationen lediglich eine Aktivitätsform angegeben haben, während 23 Prozent zwei und die verbleibenden 17 Prozent mehr als zwei Aktionsformen aufweisen.
- Ein Blick in Tabelle 3 offenbart, dass die Aktivitäten in unterschiedlichem Maße miteinander korrelieren. Diese Korrelationen wurden mithilfe des Rangkorrelationskoeffizienten nach Spearman ermittelt. Dieser Koeffizient misst die Stärke und Richtung einer Beziehung zwischen zwei Variablen. Tabelle 3 zeigt bei Öffentlichkeitsarbeit und politischen Aktivitäten einen Korrelationswert von 0,340**, was auf eine moderate positive Korrelation hinweist. Dies deutet darauf hin, dass Organisationen, die in der Öffentlichkeitsarbeit engagiert sind, tendenziell auch politisch aktiver sind.
- Tabelle 4 verdeutlicht die Unterschiede in den Aktivitätsprofilen beim Klimaschutz zwischen Organisationen, die sich bereits seit längerer Zeit beziehungsweise erst kürzlich diesem Thema widmen. Dabei treten vor allem zwei wesentliche Erkenntnisse zutage: Zum einen berichten Organisationen mit langjährigem Engagement im Klimaschutz im Durchschnitt über eine größere Vielfalt an Aktivitätsformen (siehe höhere durchschnittliche Zahl genannter Aktivitätsformen). Diese Gruppe umfasst mutmaßlich Organisationen, deren Zielsetzungen oft direkte Verbindungen zum Klimaschutz aufzeigen. Zum anderen zeigt sich, dass insbesondere bei den neu engagierten Organisationen Maßnahmen zur Reduktion von CO₂-Emissionen als Aktivitätsform prominenter vertreten sind. Dies suggeriert, dass diese Organisationen sich dem Klimaschutzthema häufig zunächst von einer internen Perspektive nähern, etwa durch die Bewertung ihres eigenen ökologischen Fußabdrucks.

5. ORGANISATIONSPROFILE IM ÜBERBLICK

Tabelle 5 zeigt in einem Überblick einige zentrale Unterschiede in den Organisationsmerkmalen über die vier verschiedenen Kategorien eines vorhandenen beziehungsweise nicht-vorhandenen Klimaschutzengagements hinweg. Die einzelnen Organisationsmerkmale werden in den folgenden Kapiteln näher analysiert.

Tabelle 05: Organisationsprofile

Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz?

		Engagement für Klimaschutz			
		Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Rechtsform	Häufigste Rechtsform in Kategorie ⁷	Vereine (93%)	Vereine (92%)	Vereine (94%)	Vereine (96%)
	Höchste Zustimmungsrates ⁸ nach Rechtsform	Genossenschaften (69%)	Kapitalgesellschaften (26%)	Kapitalgesellschaften (18%)	Stiftungen (59%) Vereine (58%)
Engagementfeld	Häufigste Engagementfelder in Kategorie	Bildung (21%) Sport (17%) Umwelt (14%)	Sport (28%) Bildung (19%) Kultur (15%)	Sport (26%) Bildung (18%) Kultur (15%)	Kultur (22%) Sport (21%) Bildung (16%)
	Höchste Zustimmungsrates nach Engagementfeld (Top 3)	Versorgungsaufgaben (55%) Umwelt (54%) Wirtschaftsverbände (35%)	Sport (16%) Soziale Dienste (15%) Bürgerinteressen (15%)	Soziale Dienste (16%) Gesundheitswesen (15%) Sport (14%)	Bevölkerungsschutz (70%) Kultur (69%) Freizeit (61%)
Gemeindegröße	Häufigste Gemeindegröße in Kategorie	Großstadt (35%)	Großstadt (36%)	Großstadt (33%)	Kleine Gemeinde (29%)
	Höchste Zustimmungsrates nach Gemeindegröße	Großstadt (22%)	Großstadt (14%)	Großstadt (13%)	Kleine Gemeinde (63%)
Aktionsradius	Häufigster Aktionsradius in Kategorie	Lokal vor Ort (59%)	Lokal vor Ort (67%)	Lokal vor Ort (68%)	Lokal vor Ort (69%)
	Höchste Zustimmungsrates nach Aktionsradius	Weltweit (36%)	Im Bundesland (16%)	In der Region (13%)	Lokal vor Ort (59%)
Anzahl Engagierte	Engagiertenzahl in Kategorie	Median = 15 Mittelwert = 317	Median = 20 Mittelwert = 72	Median = 15 Mittelwert = 43	Median = 10 Mittelwert = 40
	Höchste Zustimmungsrates nach Engagiertenzahl	Mehr als 100 (26%)	Mehr als 100 (25%)	31-40 (15%)	1-5 (67%)
Bezahlte Beschäftigte	Anteil mit bezahlten Beschäftigten in Kategorie	37%	43%	34%	19%
	Zustimmungsrates unter Organisationen mit Beschäftigten	26%	20%	15%	39%
Gesamteinnahmen	Gesamteinnahmen in Kategorie	Median = 20.000€ Mittelwert = 871.644€	Median = 28.823€ Mittelwert = 1.494.771€	Median = 13.000€ Mittelwert = 375.658€	Median = 5.600€ Mittelwert = 149.290€
	Höchste Zustimmungsrates nach Gesamteinnahmen	Mehr als 1 Mio. € (34%)	Mehr als 1 Mio. € (32%)	100.000 - 1 Mio. € (15%)	Bis 10.000€ (67%)

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

⁷ Als *Kategorie* wird in Tabelle 5 stets das vorhandene beziehungsweise nicht-vorhandene Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also spaltenweise zu interpretieren.

⁸ Als *Zustimmungsrates* wird in Tabelle 5 stets die Verteilung der jeweiligen Variable auf die vier Formen eines vorhandenen beziehungsweise nicht-vorhandenen Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also zeilenweise zu interpretieren.

6. RECHTSFORMEN

Umfang und Formen eines Engagements für den Klimaschutz variieren je nach Rechtsform der Organisation. Dies zeigen Tabellen 6 und 7.

Tabelle 06: Engagement für Klimaschutz nach Rechtsform

Welche Rechtsform hat Ihre Organisation? Anteile je Rechtsform in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Verein	19	12	12	58	100
Kapitalgesellschaft	30	26	18	26	100
Genossenschaft	69	12	9	11	100
Stiftung	19	13	10	59	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.442, gewichtet.

Tabelle 07: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Rechtsform

Welche Rechtsform hat Ihre Organisation? Anteile je Rechtsform in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Verein	33	27	14	59	27
Kapitalgesellschaft	29	38	9	77	20
Genossenschaft	38	14	14	81	30
Stiftung	25	24	9	55	52

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.792, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Tabelle 6 zeigt je Rechtsform die Häufigkeit eines Engagements für den Klimaschutz. So sind 19 Prozent der Vereine in Deutschland schon länger für den Klimaschutz aktiv, 12 Prozent neuerdings, 12 Prozent planen es künftig und 58 Prozent planen es nicht. Bei Stiftungen zeigt sich eine vergleichbare Verteilung. Unter Genossenschaften sind mit 69 Prozent besonders viele schon länger für den Klimaschutz aktiv, nicht zuletzt aufgrund der hohen Zahl an Energiegenossenschaften in Deutschland, unter denen die Förderung der Energiewende fester Bestandteil der Organisationsziele ist. Auch über die Hälfte der gemeinnützigen Kapitalgesellschaften sind schon länger oder neuerdings für Klimaschutz engagiert. Hierzu zählen insbesondere Organisationen der Sozialwirtschaft oder auch Bildungsträger, die einerseits häufiger als Vereine oder Stiftungen über professionelle Strukturen verfügen und andererseits durch den häufigen Besitz oder die Anmietung von Immobilien einen ökonomischen Anreiz zur Einsparung von Energiekosten haben (was den hohen Anteil dieser Organisationen mit Fokus auf CO₂-Einsparungen erklären kann, siehe Tabelle 7).
- Tabelle 6 zeigt die Häufigkeiten *je Rechtsform*. Zu einem vollständigen Bild gehört aber auch eine Betrachtung, wie sich die Antwort *je Kategorie eines vorhandenen oder nicht vorhandenen Klimaschutzengagements* auf die Rechtsformen verteilen. So sind unter den schon länger für den Klimaschutz aktiven Organisationen 93 Prozent Vereine, 4 Prozent Kapitalgesellschaften, 1 Prozent Genossenschaften und 3 Prozent Stiftungen. Diese Verteilung ist über alle vier Antwortkategorien nahezu identisch. Dies liegt an der insgesamt dominanten Zahl an Vereinen in Deutschland (94 Prozent aller zivilgesellschaftlicher Organisationen).
- Tabelle 7 zeigt, dass sich Vereine und Genossenschaften etwas häufiger als andere Organisationen politisch betätigen. Stiftungen bringen sich häufiger über Projektförderungen ein.

7. ENGAGEMENTFELDER

Umfang und Formen eines Engagements für den Klimaschutz variieren ebenfalls je nach dem Engagementfeld, in dem eine Organisation aktiv ist. Dies zeigen Tabellen 8 und 9.

Tabelle 08: Engagement für Klimaschutz nach Engagementfeld

In welchem Bereich ist Ihre Organisation überwiegend aktiv? Anteile je Engagementfeld in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Kultur	11	10	10	69	100
Sport	15	16	14	55	100
Freizeit und Geselligkeit	16	10	12	61	100
Wissenschaft und Forschung	27	13	8	53	100
Bildung und Erziehung	23	13	13	51	100
Gesundheitswesen	12	13	15	60	100
Soziale Dienste	17	15	16	53	100
Bevölkerungsschutz	9	9	11	70	100
Umwelt- und Naturschutz	54	10	6	31	100
Internationale Solidarität	33	8	8	50	100
Bürgerinteressen	32	15	14	40	100
Wirtschaftsverbände	35	13	10	42	100
Versorgungsaufgaben	55	14	6	25	100
Kirche und Religion	11	10	12	67	100
Medien	31	8	10	51	100
Sonstiges	17	8	9	66	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.359, gewichtet.

Tabelle 09: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Engagementfeld

In welchem Bereich ist Ihre Organisation überwiegend aktiv? Anteile je Engagementfeld in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Kultur	36	25	12	53	28
Sport	18	6	4	79	15
Freizeit und Geselligkeit	31	21	4	53	23
Wissenschaft und Forschung	44	43	11	46	35
Bildung und Erziehung	24	52	12	50	35
Gesundheitswesen	33	24	11	71	11
Soziale Dienste	23	26	10	78	18
Bevölkerungsschutz	19	5	3	63	29
Umwelt- und Naturschutz	64	37	27	46	41
Internationale Solidarität	46	37	34	49	62
Bürgerinteressen	54	23	45	43	34
Wirtschaftsverbände	55	30	42	48	34
Versorgungsaufgaben	46	18	33	58	28
Kirche und Religion	24	22	6	72	33
Medien	67	42	30	35	29
Sonstiges	39	18	28	52	27

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.750, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- In den Bereichen der gemeinschaftlichen Versorgungsaufgaben (55 Prozent) sowie des Umwelt- und Naturschutzes (54 Prozent) sind relativ betrachtet die meisten Organisationen schon länger für den Klimaschutz aktiv (siehe Tabelle 8). Zum Bereich der gemeinschaftlichen Versorgungsaufgaben zählen zum Beispiel Energiegenossenschaften, Bürgerinitiativen, Wohnungsgenossenschaften oder Organisationen in den Bereichen Verkehr und Mobilität. Im Umweltbereich ist auffällig, dass mit 31 Prozent ein substantieller Anteil der Organisationen auch künftig kein Engagement für den Klimaschutz plant. Erklären lässt sich dies mit der heterogenen Zusammensetzung des Engagementfeldes, zu dem neben jüngeren Klimaschutzinitiativen auch viele traditionelle Vereine zählen, wie Gartenbau-, Tierschutz- oder Anglervereine.
- Besonderer Bedeutung kommt in einer hier vorgenommenen Organisationszahlenbetrachtung den Bereichen Sport, Kultur und Bildung zu. 57 Prozent aller zivilgesellschaftlichen Organisationen in Deutschland verorten ihren Tätigkeitsschwerpunkt in einem dieser drei Bereiche. 9 Tabelle 8 zeigt, dass in jedem der drei Bereiche nur ein Bruchteil der Organisationen schon länger für den Klimaschutz aktiv ist (Sport 15 Prozent, Kultur 11 Prozent und Bildung 23 Prozent). Unter der Gesamtheit aller Organisationen, die sich schon länger für den Klimaschutz engagieren, entfallen aufgrund der großen Organisationszahlen trotzdem knapp die Hälfte der Organisationen auf einen der drei Bereiche: 21 Prozent verorten sich primär im Bereich Bildung, 17 Prozent im Sport und 11 Prozent in der Kultur. Weitere 14 Prozent ordnen sich dem Umweltbereich zu. Auch unter den Organisationen, die sich neuerdings dem Klimaschutz widmen, entfällt eine Mehrheit der Organisationen auf die drei Bereiche (Sport 28 Prozent, Bildung 19 Prozent und Kultur 15 Prozent). Diese Bereiche spielen aufgrund ihrer großen Organisationenzahlen wichtige Rollen bei der Verankerung des Themas in der Breite der Zivilgesellschaft – auch wenn sich innerhalb der Bereiche bislang nur ein verhältnismäßig kleiner Teil mit dem Klimathema befasst.
- Umweltorganisationen engagieren sich besonders häufig durch Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit für den Klimaschutz (64 Prozent der Umweltorganisationen, die sich im Klimaschutz engagieren) (siehe Tabelle 9). Besonders häufig politisch für den Klimaschutz engagiert sind Organisationen im Bereich der Bürger- und Verbraucherinteressen. Zu diesem Bereich zählen Verbraucherschutzvereine, Mieterschutzbünde, Bürgerstiftungen oder auch Stadtteilvereine. Doch auch Organisationen im Bereich der gemeinschaftlichen Versorgungsaufgaben sind häufig politisch engagiert. Diese operieren oft unter regulatorischen Rahmenbedingungen, so zum Beispiel Energiegenossenschaften unter einer langen Zeit für kleine Genossenschaften unattraktiven Ausgestaltung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes.¹⁰ Sportvereine (79 Prozent) und soziale Dienstleister (78 Prozent) befassen sich besonders häufig mit CO₂-Einsparungen der eigenen Organisationen, so zum Beispiel im Rahmen der Heizung von Sportstätten, Vereinsheimen, Kindergärten oder Altersheimen. Organisationen in der internationalen Solidarität bringen das Thema über Projektförderungen in die Breite (62 Prozent).

⁹ Schubert, Kuhn & Tahmaz (2023)

¹⁰ Schubert et al. (2022)

8. AKTIONSRADIUS UND REGIONALE VERORTUNG

Im ZiviZ-Survey wurden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer gefragt, in welchem geographischen Umfeld (von lokal vor Ort bis hin zu weltweit) ihre Organisation tätig ist. Tabellen 10 bis 12 zeigen, inwiefern dieser Aktionsradius mit dem Umfang und den Formen eines Engagements für den Klimaschutz zusammenhängt.

Tabelle 10: Engagement für Klimaschutz nach Aktionsradius

In welchem Umfeld ist Ihre Organisation aktiv? Anteile je Aktionsradius in Prozent

Engagement für Klimaschutz					Gesamt
Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht		
Lokal vor Ort (Gemeinde)	17	12	12	59	100
In der Region (Kreis/Bezirk)	21	13	13	53	100
Im Bundesland	23	16	12	49	100
Deutschlandweit	25	13	11	51	100
Europaweit	28	13	9	50	100
Weltweit	36	15	10	39	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.397, gewichtet.

Tabelle 11: Aktionsradius nach Engagement für Klimaschutz

In welchem Umfeld ist Ihre Organisation aktiv? Zustimmungssanteil pro Klimaschutz-Kategorie in Prozent

Engagement für Klimaschutz				
Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Lokal vor Ort (Gemeinde)	59	67	68	69
In der Region (Kreis/Bezirk)	43	43	42	37
Im Bundesland	16	17	14	11
Deutschlandweit	16	13	11	11
Europaweit	8	6	4	5
Weltweit	10	6	5	4

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.397, gewichtet.

Tabelle 12: Klimaschutzbezogene Aktivitäten je Engagementfeld

In welchem Umfeld ist Ihre Organisation aktiv? Anteile je Aktionsradius in Prozent

Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)					
Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten	
Lokal vor Ort (Gemeinde)	30	24	12	61	27
In der Region (Kreis/Bezirk)	35	28	15	63	26
Im Bundesland	37	36	17	64	24
Deutschlandweit	42	37	23	62	30
Europaweit	46	40	27	60	34
Weltweit	40	35	19	56	43

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.776, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Weltweit tätige Organisationen sind mit 36 Prozent am häufigsten schon länger für Klimaschutz engagiert, gefolgt von europaweit (28 Prozent) und deutschlandweit (25 Prozent) tätigen Organisationen (Tabelle 10). In einer Gesamtschau auf die organisierte Zivilgesellschaft in Deutschland machen diese überregional tätigen Organisationen allerdings eine Minderheit aus. Dies verdeutlicht Tabelle 11: Auch unter den schon länger für Klimaschutz engagierten Organisationen sind 59 Prozent lokal vor Ort aktiv – auch wenn sich auf lokaler Ebene nur etwa jede sechste Organisation schon länger mit Klimaschutz befasst (siehe 17 Prozent in Tabelle 10).
- Europa- (27 Prozent) und deutschlandweit (23 Prozent) agierende Organisationen sind etwas häufiger politisch für den Klimaschutz aktiv (siehe Tabelle 12). Bundes- und Europapolitik stehen damit mutmaßlich im Mittelpunkt ihres politischen Engagements. Dennoch ist die Mehrheit der politisch für den Klimaschutz aktiven Organisationen lokal verankert: 53 Prozent agieren auf lokaler Ebene, verglichen mit 25 Prozent auf bundesweiter Ebene, 14 Prozent auf Europaebene und 11 Prozent weltweit. Dies unterstreicht die bedeutende Rolle, die zivilgesellschaftliche Organisationen in der Kommunalpolitik spielen, trotz des Fokus einiger auf höhere politische Ebenen.

Auch die geographische Verortung der Organisation – im städtischen oder im ländlichen Raum – kann sich auf ein Engagement für den Klimaschutz auswirken. Tabellen 13 und 14 zeigen daher den Zusammenhang zwischen der Größe der Gemeinde, in der eine Organisation ihren Hauptsitz hat und dem Engagement für Klimaschutz.

Tabelle 13: Engagement für Klimaschutz nach Gemeindegröße

Wie viele Einwohnerinnen und Einwohner hat die Gemeinde/Stadt, in der Ihre Organisation ihren Hauptsitz hat?
Anteile je Gemeindegröße in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Kleine Gemeinde (Bis 4.999 Einw.)	15	10	11	63	100
Kleinstadt (5.000 bis 19.999 Einw.)	19	11	11	58	100
Mittelstadt (20.000 bis 99.999 Einw.)	20	13	12	56	100
Großstadt (100.000 und mehr Einw.)	22	14	13	51	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.398, gewichtet.

Tabelle 14: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Gemeindegröße

Wie viele Einwohnerinnen und Einwohner hat die Gemeinde/Stadt, in der Ihre Organisation ihren Hauptsitz hat?
Anteile je Gemeindegröße in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Kleine Gemeinde (Bis 4.999 Einw.)	28	14	8	62	28
Kleinstadt (5.000 bis 19.999 Einw.)	35	24	11	59	29
Mittelstadt (20.000 bis 99.999 Einw.)	33	30	14	59	28
Großstadt (100.000 und mehr Einw.)	34	36	19	60	27

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.775, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Das Engagement für den Klimaschutz zeigt eine Zunahme mit der Größe der Gemeinde oder Stadt, in der eine Organisation ihren Hauptsitz hat (siehe Tabelle 13). In kleinen Gemeinden berichten 15 Prozent der Organisationen von einem langjährigen Engagement im Bereich Klimaschutz, während dieser Anteil in Großstädten bei 22 Prozent liegt. Dieses Muster bestätigt sich hinsichtlich der neuerdings für den Klimaschutz engagierten Organisationen. Die Ursachen hierfür können vielschichtig sein. In größeren Städten ist der Anteil junger Menschen höher, die oft eine progressive Haltung zu Umwelt- und Klimafragen einnehmen und aktiv für deren Berücksichtigung in der gesellschaftlichen Agenda eintreten. In Städten ist zudem eine größere Zahl an Bildungsorganisationen ansässig, die Themen rund um Klima und Nachhaltigkeit leichter in ihre programmatische Arbeit integrieren können als klassische Freizeitorganisationen oder Sportvereine, die in ländlichen Räumen stärker präsent sind. Zuletzt verfügen städtische Organisationen deutlich häufiger über hauptamtlich Beschäftigte. Dies begünstigt eine kontinuierliche und professionelle Auseinandersetzung mit Klimaschutzthemen. Während in Großstädten 39 Prozent der Organisationen bezahlte Beschäftigte haben, sind es in Mittelstädten 31 Prozent, in Kleinstädten 23 Prozent und in kleinen Gemeinden lediglich 14 Prozent.
- In Großstädten sind Bildungsangebote (36 Prozent) und politische Aktivitäten (19 Prozent) als Formen des Klimaschutzengagements besonders stark ausgeprägt. Auch insgesamt zeigen die Ergebnisse in Tabelle 14, dass sich Organisationen in Städten im Schnitt über mehrere verschiedene Aktivitätsformen für den Klimaschutz engagieren als Organisationen in kleineren siedlungsstrukturellen Kontexten. Dies verdeutlicht, dass Organisationen in größeren urbanen Zentren ein breiteres Spektrum an Maßnahmen ergreifen, um auf den Klimaschutz aufmerksam zu machen und dazu beizutragen.

9. FREIWILLIG ENGAGIERTE UND BEZAHLTE BESCHÄFTIGTE

Tabellen 15 und 16 zeigen die Ergebnisse zum Zusammenhang zwischen der Zahl an freiwillig Engagierten in einer Organisation und einem Engagement für Klimaschutz. Als freiwillig Engagierte sind Personen zu verstehen, die freiwillig und unentgeltlich Aufgaben und/oder Ämter in der Organisation übernehmen. Jenseits von freiwillig Engagierten sind auch bezahlte Beschäftigte für zivilgesellschaftliche Organisationen eine wichtige Ressource, um „neue“ Themen wie ein Klimaschutzengagement aufzugreifen. Tabellen 17 und 18 zeigen daher im Anschluss den Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein mindestens einer bezahlten Kraft in der Organisation und einem Klimaschutzengagement.

Tabelle 15: Engagement für Klimaschutz nach Engagiertenzahl

Wie viele freiwillig Engagierte waren im Jahr 2021 in Ihrer Organisation aktiv? Anteile je Engagiertenzahl in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
1-5 Engagierte	15	8	10	67	100
6-10 Engagierte	16	10	11	63	100
11-20 Engagierte	21	13	12	54	100
21-50 Engagierte	21	15	13	51	100
Mehr als 50 Engagierte	24	19	13	44	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=11.212, gewichtet.

Tabelle 16: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Engagiertenzahl

Wie viele freiwillig Engagierte waren im Jahr 2021 in Ihrer Organisation aktiv? Anteile je Engagiertenzahl in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
1-5 Engagierte	30	32	13	56	36
6-10 Engagierte	36	29	13	51	32
11-20 Engagierte	37	26	13	57	29
21-50 Engagierte	28	23	12	67	22
Mehr als 50 Engagierte	32	31	17	73	19

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.292, gewichtet.

Tabelle 17: Engagement für Klimaschutz nach bezahlten Beschäftigten

Arbeiten in Ihrer Organisation bezahlte Beschäftigte? Anteile je Beschäftigung (ja/nein) in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Ja	26	20	15	39	100
Nein	16	10	11	63	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.404, gewichtet.

Tabelle 18: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach bezahlten Beschäftigten

Arbeiten in Ihrer Organisation bezahlte Beschäftigte? Anteile je Beschäftigung (ja/nein) in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Ja	32	36	16	72	21
Nein	33	23	12	53	32

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.780, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Die Wahrscheinlichkeit eines Engagements für den Klimaschutz steigt mit zunehmender Anzahl der freiwillig Engagierten in einer Organisation (siehe Tabelle 15). Dies gilt sowohl für ein bereits längerfristig als auch für ein erst seit wenigen Jahren betriebenes Klimaschutzengagement. Organisationen mit mehr als 50 Engagierten zeigen mit 24 Prozent am häufigsten ein langjähriges Engagement im Klimaschutz, verglichen mit nur 15 Prozent bei Organisationen mit 1 bis 5 Engagierten. Dies deutet darauf hin, dass eine größere Anzahl von Engagierten nicht nur eine breitere Basis für Unterstützung und Aktivitäten bietet, sondern auch die Kapazität für ein intensiveres und vielfältigeres Engagement im Bereich Klimaschutz erhöht.
- Doch auch unter großen Organisationen mit vielen Engagierten gibt es hinsichtlich eines Klimaengagements große Unterschiede zwischen den Engagementfeldern. Unter den Organisationen mit mehr als 50 Engagierten sind neben Sportvereinen (25 Prozent) besonders häufig auch Kulturorganisationen (15 Prozent) und Bevölkerungsschutzorganisationen (11 Prozent) zu finden. Wie Tabelle 8 bereits zeigte, ist im Bevölkerungsschutz (hierzu zählen insbesondere freiwillige Feuerwehren) das Klimaengagement aber gering ausgeprägt. Nur 28 Prozent der großen Organisationen mit mehr als 50 Engagierten sind im Bevölkerungsschutzbereich schon länger oder neuerdings mit dem Klimathema befasst. Große Sportvereine mit mehr als 50 Engagierten tun dies hingegen in 51 Prozent der Fälle.
- Organisationen mit einer höheren Zahl an Engagierten haben zudem einen stärker operativen Fokus in der Ausgestaltung ihres Klimaengagements (siehe Tabelle 16). Sie leisten häufiger Beiträge durch CO₂-Einsparungen, seltener hingegen durch die Förderung Dritter.
- Organisationen mit bezahlten Beschäftigten engagieren sich häufiger schon länger (26 versus 16 Prozent) oder neuerdings (20 versus 10 Prozent) für den Klimaschutz (siehe Tabelle 17). Vernachlässigt werden darf dabei aber wiederum nicht die Perspektive, dass es in der Zivilgesellschaft insgesamt mehr Organisationen ohne bezahlte Beschäftigte gibt (73 Prozent). Somit setzt sich die Kategorie der schon länger für den Klimaschutz engagierten Organisationen noch immer mehrheitlich aus Organisationen ohne Beschäftigte zusammen (63 Prozent). Auch unter den Organisationen, die sich künftig mit dem Klimathema befassen wollen, sind zwei Drittel rein auf Basis von Freiwilligkeit tätig.
- Innerhalb der großen Kategorie der Organisationen, die auch künftig keinen Klimaschutz planen, sind vier von fünf Organisationen (81 Prozent) rein ehrenamtlich tätig.
- Organisationen ohne bezahlte Beschäftigte engagieren sich etwas häufiger über die Förderung von Projekten, Organisationen mit Beschäftigten über Bildungsangebote und Maßnahmen der CO₂-Einsparung (siehe Tabelle 18). Deutliche Unterschiede mit Blick auf eine politische Betätigung zeigen sich weder hinsichtlich der Verfügbarkeit von Beschäftigten (Tabelle 18) noch der Zahl der Engagierten (Tabelle 16).

10. FINANZIELLE RESSOURCEN

Die finanziellen Ressourcen zivilgesellschaftlicher Organisationen variieren von wenigen Tausend Euro bis hin zu vielen Millionen Euro pro Jahr. Tabellen 19 und 20 zeigen, inwiefern Umfang und Formen eines Klimaschutzengagements mit den jährlichen Gesamteinnahmen einer Organisation (bezogen auf das Haushaltsjahr 2021) zusammenhängen.

Tabelle 19: Engagement für Klimaschutz nach Gesamteinnahmen

Wie hoch waren die Gesamteinnahmen Ihrer Organisation im Haushaltsjahr 2021?

Anteile je Einnahmekategorie in Prozent

	Engagement für Klimaschutz				Gesamt
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht	
Bis €10.000	15	8	10	67	100
€10.001 - €20.000	17	10	11	62	100
€20.001 - €100.000	23	17	13	47	100
€100.001 - €1 Mio.	32	19	15	34	100
Mehr als €1 Mio.	34	32	14	21	100

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=10.442, gewichtet.

Tabelle 20: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Gesamteinnahmen

Wie hoch waren die Gesamteinnahmen Ihrer Organisation im Haushaltsjahr 2021?

Anteile je Einnahmekategorie in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Bis €10.000	37	25	16	49	35
€10.001 - €20.000	28	19	8	61	30
€20.001 - €100.000	29	26	11	66	25
€100.001 - €1 Mio.	33	35	16	72	23
Mehr als €1 Mio.	32	39	15	81	18

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.003, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Tabelle 19 zeigt, dass das Engagement für den Klimaschutz mit den Gesamteinnahmen einer Organisation steigt. Organisationen mit Einnahmen von über 1 Million Euro weisen mit 34 Prozent das häufigste langjährige Engagement auf, gefolgt von solchen mit Einnahmen zwischen 100.001 Euro und 1 Million Euro (32 Prozent). Organisationen mit mehr als 100.000 Euro Einnahmen sind zu 25 Prozent Bildungsorganisationen, 16 Prozent Sportvereine und 16 Prozent soziale Dienstleister. Entsprechend sind große Organisationen auch häufiger in Form von Bildungsangeboten für den Klimaschutz aktiv (siehe Tabelle 20).
- Besonders von Interesse ist eine Betrachtung finanzstarker Organisationen, die sich über politische Aktivitäten für den Klimaschutz engagieren. Unter jenen politisch aktiven Organisationen mit einem Jahresbudget von mehr als 100.000 Euro entfallen wiederum ein erheblicher Anteil auf den Bildungsbereich (39 Prozent), gefolgt von Sport (20 Prozent) und sozialen Diensten (15 Prozent). Zu

diesen Bildungsorganisationen zählen zum Beispiel Kreis- und Stadtjugendringe oder Jugendwerke von Wohlfahrtsverbänden. Über die Hälfte dieser Organisationen gibt an, lokal vor Ort tätig zu sein.

- Weiterführende Analysen zeigen, dass Organisationen, die öffentliche Fördermittel und Zuwendungen von anderen Förderinstitutionen (wie Stiftungen) erhalten, häufiger für den Klimaschutz engagiert sind. Dies kann darauf hinweisen, dass Förderprogramme wichtige impulsgebende und ermöglichende Funktionen einnehmen können.

11. ZUSAMMENARBEIT MIT ANDEREN ORGANISATIONEN UND INSTITUTIONEN

Im Sinne eines Verständnisses von Klimaschutz als gesamtgesellschaftliche Aufgabe, ist die Zusammenarbeit zivilgesellschaftlicher Organisationen mit Akteuren aus anderen Sektoren wünschenswert. Tabellen 21 und 22 zeigen, inwiefern das Kooperationsverhalten einer Organisation mit einem Klimaschutzengagement zusammenhängt.

Tabelle 21: Engagement für Klimaschutz nach Ausmaß der Zusammenarbeit mit anderen Organisationen und Institutionen

Wie oft arbeitet Ihre Organisation mit den folgenden Organisationen und Institutionen zusammen? [mit Zusammenarbeit meinen wir Auftragsverhältnisse, Förderverhältnisse, Partnerschaften oder Netzwerke.]

Anteile je Klimaschutz-Kategorie in Prozent

		Engagement für Klimaschutz			
		Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Kommunalpolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	41	39	32	23
	Manchmal	23	26	27	22
	Selten/nie	36	35	41	55
Landespolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	16	13	9	5
	Manchmal	14	14	11	7
	Selten/nie	70	73	80	88
Bundespolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	7	7	4	2
	Manchmal	8	7	6	3
	Selten/nie	85	87	90	95
Privatwirtschaftliche Unternehmen	(Sehr) oft	28	28	23	17
	Manchmal	24	27	25	22
	Selten/nie	48	45	52	61

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.150/11.811/11.711/12.003 gewichtet.

Tabelle 22: Klimaschutzbezogene Aktivitäten nach Ausmaß der Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen und Institutionen

Wie oft arbeitet Ihre Organisation mit den folgenden Organisationen und Institutionen zusammen?

Anteile je Klimaschutz-Aktivität in Prozent

		Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
		Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Kommunalpolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	44	43	53	40	39
	Manchmal	24	22	21	25	22
	Selten/nie	32	35	26	35	39
Landespolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	19	22	28	14	15
	Manchmal	16	17	19	13	13
	Selten/nie	65	62	52	73	72
Bundespolitik/-verwaltung	(Sehr) oft	10	11	19	6	8
	Manchmal	11	12	13	8	8
	Selten/nie	80	77	68	86	85
Privatwirtschaftliche Unternehmen	(Sehr) oft	30	29	29	29	29
	Manchmal	23	21	20	26	25
	Selten/nie	47	50	51	45	46

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=4.576/4.418/4.356/4.523 gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Organisationen, die sich für den Klimaschutz engagieren, zeigen eine systematisch höhere Kooperationsbereitschaft mit anderen gesellschaftlichen Akteuren (siehe Tabelle 21). Diese zeigt sich auf lokaler Ebene in der Zusammenarbeit mit der Kommunalpolitik/-verwaltung, auf Landes- und Bundesebene, aber auch in der Zusammenarbeit mit privatwirtschaftlichen Unternehmen.
- Am häufigsten erfolgt eine Zusammenarbeit auf kommunaler Ebene: 41 Prozent der schon länger für Klimaschutz engagierten Organisationen arbeiten oft oder sehr oft mit der Kommunalpolitik/-verwaltung zusammen. Ein ähnliches Muster zeigt sich bei Organisationen, die neu im Bereich Klimaschutz aktiv sind (39 Prozent oft oder sehr oft) und bei jenen, die das Thema in den kommenden Jahren auf die Agenda setzen möchten (32 Prozent oft oder sehr oft). Dieser Befund unterstreicht die Rolle des kommunalen Handlungsraumes als besonders wichtige Ebene für Initiativen jeder Erfahrungsstufe und als Adressat politischer Forderungen.
- Die Zusammenarbeit mit Landes- und Bundespolitik beziehungsweise -verwaltung fällt vergleichsweise gering aus. Nur 16 Prozent der bereits länger im Klimaschutz engagierten Organisationen und 13 Prozent der neu engagierten Organisationen berichten über häufige Kooperationen auf Landesebene. Auf Bundesebene sind diese Zahlen noch geringer (jeweils 7 Prozent für langfristig und neu engagierte Organisationen). Ein beträchtlicher Teil der schon länger (28 Prozent) oder neuerdings (ebenfalls 28 Prozent) für den Klimaschutz engagierten Organisationen arbeitet häufig mit privatwirtschaftlichen Unternehmen zusammen. Im Klimakontext können solche Kooperationsbeziehungen zur Realisierung gemeinsamer Klimaschutzprojekte beitragen, ebenso wie zur Bereitstellung von Ressourcen und Fachwissen.
- Tabelle 22 bekräftigt den Befund, dass politische Aktivitäten besonders häufig auf kommunaler Ebene stattfinden. So kooperieren Organisationen, die politische Aktivitäten im Klimaschutz umsetzen, besonders häufig mit der Kommunalverwaltung/-politik (53 Prozent). Die Anteile der politisch für den Klimaschutz aktiven Organisationen mit Kooperationsbeziehungen auf Landes- und Bundesebene fallen geringer aus.
- Als Einschränkung sei hier darauf verwiesen, dass die Fragen zu Graden der Zusammenarbeit mit den verschiedenen gesellschaftlichen Akteuren allgemein und nicht explizit mit Blick auf Klimathemen erfragt wurde. Folglich lässt sich nicht präzise bestimmen, welche Anteile der kooperierenden Organisationen dies tatsächlich in Kontexten des Klimaschutzes tun.

12. PARTIZIPATION IN POLITISCHEN PROZESSEN

Zivilgesellschaftliche Organisationen können sich auf vielfältige Art und Weise in politische Prozesse einbringen, zum Beispiel über den direkten Austausch mit Politikerinnen und Politikern, über Stellungnahmen oder auch über die Beteiligung an Protesten. Tabellen 23 und 24 zeigen, inwiefern unterschiedliche Formen der Partizipation in politischen Prozessen mit einem Klimaschutzengagement zusammenhängen.

Tabelle 23: Formen politischer Betätigung nach Engagement für Klimaschutz

Bringt sich Ihre Organisation auf eine oder mehrere der folgenden Arten in politische Prozesse ein?

Anteile je Klimaschutz-Kategorie in Prozent

	Engagement für Klimaschutz			
	Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Austausch mit Politikerinnen und Politikern	46	40	30	19
Beteiligung an förmlichen Verfahren	25	23	16	8
Beteiligung an Demonstrationen und/oder Protestaktionen	15	8	6	3
Beteiligung an Unterschriftenaktionen	19	12	9	5
Netzwerk- und Verbandsarbeit	47	41	33	18
Kommunikation von politischen Forderungen/Positionen in der Öffentlichkeit	28	21	14	9

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N=12.270, gewichtet.

Tabelle 24: Klimaschutzbezogene Aktivitäten und Formen politischer Betätigung

Bringt sich Ihre Organisation auf eine oder mehrere der folgenden Arten in politische Prozesse ein?

Anteile je klimaschutzbezogener Aktivität in Prozent

	Klimaschutzbezogene Aktivitäten (mehrere Antworten möglich)				
	Öffentlichkeitsarbeit	Bildungsangebote	Politische Aktivitäten	CO ₂ -Einsparungen	Förderung von Projekten
Austausch mit Politikerinnen und Politikern	57	53	83	42	43
Beteiligung an förmlichen Verfahren	35	30	57	24	25
Beteiligung an Demonstrationen und/oder Protestaktionen	20	19	46	11	13
Beteiligung an Unterschriftenaktionen	24	24	48	15	18
Netzwerk- und Verbandsarbeit	57	60	76	46	41
Kommunikation von politischen Forderungen/Positionen in der Öffentlichkeit	40	34	74	24	28

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, N = 4.152, gewichtet.

Wesentliches in Kürze:

- Die Tabellen 23 und 24 setzen das Engagement für Klimaschutz mit den Formen politischer Betätigung zivilgesellschaftlicher Organisationen in Zusammenhang. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist, wie im vorigen Abschnitt zur Zusammenarbeit mit anderen Akteuren, darauf hinzuweisen, dass die unterschiedlichen Formen der politischen Beteiligung unabhängig vom Klimathema abgefragt wurden. Somit lässt sich nicht genau quantifizieren, wie viele Organisationen sich der unterschiedlichen Formen politischer Beteiligung zur dezidierten Verfolgung von Klimaschutzzielen bedienen.
- Dennoch legen die Ergebnisse in Tabelle 23 den Schluss nahe, dass für viele im Klimaschutz aktive Organisationen der direkte Austausch mit Politikerinnen und Politikern eine zentrale Rolle einnimmt. Grundsätzlich ist festzustellen, dass alle der abgefragten Formen politischer Beteiligung unter den im Klimaschutz aktiven Organisationen häufiger sind. „Lautere“ Formen der politischen Beteiligung, wie über Demonstrationen oder Unterschriftenaktionen, sind jedoch auch unter den im Klimaschutz aktiven Organisationen seltener als „leisere“ Formate, wie der Austausch mit Politikerinnen und Politikern.
- Diesen Befund stützt auch Tabelle 24. Organisationen, die sich durch politische Aktivitäten für den Klimaschutz einsetzen, sind in 83 Prozent der Fälle im Austausch mit Politikerinnen und Politikern. Dieses hohe Maß an direkter Interaktion unterstreicht die zentrale Rolle des Dialogs mit der Politik als Mittel, um Einfluss auf die Klimapolitik zu nehmen und wichtige Anliegen des Klimaschutzes vorzubringen. Politisch für den Klimaschutz engagierte Organisationen verfolgen aber fast ebenso häufig aktive Netzwerk- und Verbandsarbeit (76 Prozent) und die aktive Kommunikation politischer Forderungen in der Öffentlichkeit (74 Prozent). Der Aufbau von Netzwerken und Allianzen ist also ebenso häufig Teil der Organisationsstrategien wie die Beteiligung am öffentlichen Diskurs. Die Teilnahme an Demonstrationen ist damit verglichen etwas seltener.
- Eine Barriere für ein intensiveres politisches Engagement stellt die aktuelle Ausgestaltung des Gemeinnützigkeitsrechts dar, das der Einflussnahme auf tagespolitische Ereignisse durch gemeinnützige Organisationen Grenzen setzt und von einem substanziellen Teil der organisierten Zivilgesellschaft als Einschränkung ihres politischen Handelns wahrgenommen wird.¹¹ So zeigen weiterführende Datenanalysen, dass jede fünfte politisch für den Klimaschutz aktive Organisation sich gerne intensiver politisch engagieren würde, dabei aber Gefahren für den Status ihrer Gemeinnützigkeit sieht. Jede vierte dieser Organisationen berichtet zudem davon, dass ihre Engagierten und/oder Beschäftigten in den letzten 12 Monaten Beleidigung oder Diskreditierung aufgrund ihrer Arbeit erfahren haben.

¹¹ Schubert, Ens, & Tahmaz (2023)

13. ENGAGEMENTFELDER IM FOKUS

Abschließend sollen drei Engagementfelder genauer analysiert werden. Zunächst werden Organisationen im Bereich des Umwelt- und Naturschutzes betrachtet, deren satzungsgemäße Zwecke in vielen Fällen Klimaschutz beinhalten oder zumindest eine direktere Verbindung zu Klimaschutzthemen erlauben. Im Anschluss werden dann die Bereiche Sport und Kultur betrachtet, die jeweils besonders viele Organisationen umfassen, ein Klimaschutzengagement sich jedoch in der Regel nicht direkt aus dem Satzungszweck ergibt.

13.1. Umwelt- und Naturschutz

Tabelle 25: Profil des Engagementfeldes Umwelt und Naturschutz

Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz?

		Engagement für Klimaschutz (nur Umwelt- und Naturschutz)			
		Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Gemeindegröße	Häufigste Gemeindegröße in Kategorie ¹²	Kleine Gemeinde (29%)	Kleinstadt (31%)	Kleinstadt (41%)	Kleine Gemeinde (29%)
	Höchste Zustimmungsrate nach Gemeindegröße ¹³	Großstadt (60%)	Mittelstadt (15%)	Kleinstadt (8%)	Mittelstadt (29%)
Aktionsradius	Häufigster Aktionsradius in Kategorie	Lokal vor Ort (54%)	Lokal vor Ort (59%)	In der Region (53%)	In der Region (47%)
	Höchste Zustimmungsrate nach Aktionsradius	Weltweit (80%)	Lokal vor Ort (12%)	Weltweit (17%)	Deutschlandweit (58%)
Anzahl Engagierte	Engagiertenzahl in Kategorie	Median = 15 Mittelwert = 91	Median = 20 Mittelwert = 40	Median = 25 Mittelwert = 27	Median = 13 Mittelwert = 31
	Höchste Zustimmungsrate nach Engagiertenzahl	11-20 (59%)	Mehr als 50 (21%)	21-50 (11%)	1-5 (40%)
Bezahlte Beschäftigte	Anteil mit bezahlten Beschäftigten in Kategorie	24%	31%	44%	13%
	Zustimmungsrate unter Organisationen mit Beschäftigten	58%	9%	4%	35%
Gesamteinnahmen	Gesamteinnahmen je Kategorie	Median = 8.000 € Mittelwert = 98.863 €	Median = 4.993 € Mittelwert = 188.392 €	Median = 21.098 € Mittelwert = 211.473 €	Median = 10.951 € Mittelwert = 100.633 €
	Höchste Zustimmungsrate nach Gesamteinnahmen	100.000 - 1 Mio. € (63%)	100.000 - 1 Mio. € (15%)	Mehr als 1 Mio. € (29%)	10.000 – 20.000 € (58%)
Politische Betätigung	Häufigste Formen politischer Betätigung in Kategorie (Top 3)	Austausch mit PolitikerInnen (51%) Netzwerk- und Verbandsarbeit (50%) Kommunikation politischer Forderungen in Öffentlichkeit (28%)	Austausch mit PolitikerInnen (48%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (36%) Netzwerk- und Verbandsarbeit (34%)	Austausch mit PolitikerInnen (44%) Kommunikation politischer Forderungen in Öffentlichkeit (33%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (27%)	Austausch mit PolitikerInnen (24%) Netzwerk- und Verbandsarbeit (22%) Kommunikation politischer Forderungen in Öffentlichkeit (12%)

Quelle: ZiviZ-Survey 2023, gewichtet.

¹² Als *Kategorie* wird in Tabelle 25 stets das vorhandene beziehungsweise nicht-vorhandene Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also spaltenweise zu interpretieren.

¹³ Als *Zustimmungsrate* wird in Tabelle 25 stets die Verteilung der jeweiligen Variable auf die vier Formen eines vorhandenen beziehungsweise nicht-vorhandenen Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also zeilenweise zu interpretieren.

13.2. Kultur

Tabelle 26: Profil des Engagementfeldes Kultur

Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz?

		Engagement für Klimaschutz (nur Kultur)			
		Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Gemeinde- größe	Häufigste Gemeinde- größe in Kategorie ¹⁴	Großstadt (39%)	Großstadt (39%)	Kleine Gemeinde (34%)	Kleine Gemeinde (34%)
	Höchste Zustimmungs- rate nach Gemeinde- größe ¹⁵	Großstadt (16%)	Großstadt (14%)	Kleine Gemeinde (11%)	Kleine Gemeinde (75%)
Aktionsradius	Häufigster Aktionsradius in Kategorie	Lokal vor Ort (58%)	Lokal vor Ort (61%)	Lokal vor Ort (70%)	Lokal vor Ort (71%)
	Höchste Zustimmungs- rate nach Aktionsradius	Weltweit (30%)	Weltweit (19%)	Deutschlandweit (13%)	Lokal vor Ort (72%)
Anzahl Engagierte	Engagiertenzahl in Kate- gorie	Median = 15 Mittelwert = 253	Median = 20 Mittelwert = 67	Median = 15 Mittelwert = 29	Median = 12 Mittelwert = 27
	Höchste Zustimmungs- rate nach Engagierten- zahl	11-20 (34%)	21-50 (13%)	Mehr als 50 (15%)	6-10 (77%)
Bezahlte Beschäftigte	Anteil mit bezahlten Be- schäftigten in Kategorie	28%	32%	22%	21%
	Zustimmungsrate unter Organisationen mit Be- schäftigten	14%	14%	10%	63%
Gesamt-ein- nahmen	Gesamteinnahmen in Kategorie	Median = 16.000€ Mittelwert = 1.065.074€	Median = 14.000€ Mittelwert = 177.334€	Median = 8.879€ Mittelwert = 49.568€	Median = 4.500€ Mittelwert = 26.251€
	Höchste Zustimmungs- rate nach Gesamtein- nahmen	100.000 - 1 Mio. € (33%)	Mehr als 1 Mio. € (44%)	20.000 – 100.000 € (13%)	Bis 10.000€ (77%)
Politische Betätigung	Häufigste Formen politi- scher Betätigung in Kate- gorie (Top 3)	Netzwerk- und Verbandsarbeit (46%) Austausch mit PolitikerInnen (45%) Kommunikation politischer Forderungen in Öffentlichkeit (25%)	Netzwerk- und Verbandsarbeit (43%) Austausch mit PolitikerInnen (40%) Kommunikation politischer Forde- rungen in Öffentlichkeit (19%)	Netzwerk- und Verbandsar- beit (30%) Austausch mit PolitikerInnen (28%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (11%)	Austausch mit PolitikerInnen (16%) Netzwerk- und Verbandsar- beit (15%) Kommunikation politischer Forderungen in Öffentlich- keit (6%)

¹⁴ Als *Kategorie* wird in Tabelle 26 stets das vorhandene beziehungsweise nicht-vorhandene Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also spaltenweise zu interpretieren.

¹⁵ Als *Zustimmungsrate* wird in Tabelle 26 stets die Verteilung der jeweiligen Variable auf die vier Formen eines vorhandenen beziehungsweise nicht-vorhandenen Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also zeilenweise zu interpretieren.

13.3. Sport

Tabelle 27: Profil des Engagementfeldes Sport

Beschäftigt sich Ihre Organisation aktiv mit dem Thema Klimaschutz?

		Engagement für Klimaschutz (nur Sport)			
		Ja, schon länger	Ja, neuerdings	Nein, planen wir aber	Nein, planen wir auch nicht
Gemeindegröße	Häufigste Gemeindegröße in Kategorie ¹⁶	Kleine Gemeinde (33%)	Kleine Gemeinde (34%)	Kleine Gemeinde (32%)	Kleine Gemeinde (32%)
	Höchste Zustimmungsrates nach Gemeindegröße ¹⁷	Kleinstadt (16%)	Kleine Gemeinde (17%)	Großstadt (16%)	Mittelstadt (59%)
Aktionsradius	Häufigster Aktionsradius in Kategorie	Lokal vor Ort (68%)	Lokal vor Ort (78%)	Lokal vor Ort (70%)	Lokal vor Ort (73%)
	Höchste Zustimmungsrates nach Aktionsradius	Weltweit (32%)	Weltweit (22%)	In der Region (17%)	Lokal vor Ort (56%)
Anzahl Engagierte	Engagiertenzahl in Kategorie	Median = 25 Mittelwert = 47	Median = 25 Mittelwert = 93	Median = 20 Mittelwert = 82	Median = 11 Mittelwert = 47
	Höchste Zustimmungsrates nach Engagiertenzahl	Mehr als 50 (27%)	Mehr als 50 (25%)	Mehr als 50 (18%)	1-5 (83%)
Bezahlte Beschäftigte	Anteil mit bezahlten Beschäftigten in Kategorie	31%	41%	34%	15%
	Zustimmungsrates unter Organisationen mit Beschäftigten	19%	27%	20%	34%
Gesamteinnahmen	Gesamteinnahmen in Kategorie	Median = 28.504€ Mittelwert = 125.596€	Median = 35.464€ Mittelwert = 218.399€	Median = 25.000€ Mittelwert = 80.443€	Median = 8.294€ Mittelwert = 30.440€
	Höchste Zustimmungsrates nach Gesamteinnahmen	Mehr als 1 Mio. € (38%)	Mehr als 1 Mio. € (52%)	100.000 - 1 Mio. € (22%)	Bis 10.000€ (69%)
Politische Betätigung	Häufigste Formen politischer Betätigung in Kategorie (Top 3)	Netzwerk- und Verbandsarbeit (31%) Austausch mit PolitikerInnen (30%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (14%)	Netzwerk- und Verbandsarbeit (36%) Austausch mit PolitikerInnen (31%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (18%)	Austausch mit PolitikerInnen (18%) Netzwerk- und Verbandsarbeit (25%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (11%)	Netzwerk- und Verbandsarbeit (13%) Austausch mit PolitikerInnen (12%) Beteiligung an förmlichen Verfahren (5%)

¹⁶ Als *Kategorie* wird in Tabelle 27 stets das vorhandene beziehungsweise nicht-vorhandene Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also spaltenweise zu interpretieren.

¹⁷ Als *Zustimmungsrates* wird in Tabelle 27 stets die Verteilung der jeweiligen Variable auf die vier Formen eines vorhandenen beziehungsweise nicht-vorhandenen Klimaschutzengagement bezeichnet. Die Prozentwerte sind also zeilenweise zu interpretieren.

Wesentliches in Kürze:

- Das Engagementfeld des Umwelt- und Naturschutzes zeichnet sich durch seine vielfältige und breitgefächerte Zusammensetzung aus. Dieser Bereich umfasst ein breites Spektrum an Organisationen, darunter Tierschutz-, Tierhilfe- und Tierzuchtvereine, Imkerei- und Bienenschutzorganisationen, Vereine für Angelsport und Fischerei, Initiativen für Obstbau und Gartenpflege sowie Gruppen, die sich der Jagd, der Verschönerung der Heimat und dem Naturschutz widmen. Hinzu kommen verschiedene Naturschutzbünde, Bürgerinitiativen und -stiftungen, Klimaschutzinitiativen und Organisationen, die sich auf nachhaltige Entwicklung konzentrieren. In Bezug auf das Engagement im Bereich des Klimaschutzes zeigen sich innerhalb dieses Feldes deutliche Unterschiede. Mehr als die Hälfte der Organisationen, nämlich 54 Prozent, sind bereits seit längerem im Bereich des Klimaschutzes aktiv. Jedoch planen immer noch 31 Prozent der Organisationen auch in Zukunft kein Engagement in diesem Bereich (siehe Tabelle 8).
- Das Engagementfeld Kultur umfasst ebenfalls ein breites Spektrum unterschiedlicher Organisationstypen. Dazu zählen Chöre, Theater, Museen, Archive, Musik-, Heimat- und Traditionsvereine sowie Kulturfördervereine und -stiftungen. Kulturorganisationen befassen sich seltener als Umweltorganisationen mit dem Klimaschutz. 69 Prozent der Organisationen in diesem Feld plant auch künftig kein Engagement in diesem Thema. 11 Prozent sind schon länger für den Klimaschutz aktiv (siehe Tabelle 8).
- Im Sportbereich, der hauptsächlich aus lokal aktiven Vereinen verschiedenster Disziplinen (wie Fußball, Tennis, Turnen, Wassersport, Reiten, Schießsport, Angeln, Wandern oder Radfahren) besteht, ist das Engagement für den Klimaschutz ähnlich gering wie im Kulturbereich, mit nur einem kleinen Teil der Organisationen, der sich seit längerem (15 Prozent) oder kürzlich (16 Prozent) damit befasst (siehe Tabelle 8).
- Ein Vergleich der drei Engagementfelder in den Tabellen 25 bis 27 zeigt interessante Unterschiede, insbesondere hinsichtlich des Zusammenhangs zwischen der Größe der Organisationen, gemessen an Engagiertenzahl und Gesamteinnahmen, und ihrem Klimaschutzengagement. Während in den Bereichen Sport und Kultur ein positiver Zusammenhang besteht, zeigt sich im Umweltbereich kein solches Muster; Organisationen, die sich bereits länger für den Klimaschutz engagieren, weisen keine überdurchschnittlich hohen Gesamteinnahmen oder Engagiertenzahlen auf.
- Auffällig ist ferner, dass das Klimaschutzengagement stark in Großstädten verankert ist, mit einer Präferenz für lokale Aktivitäten. Im Sportbereich ist das Engagement für den Klimaschutz ebenfalls primär lokal orientiert, ist allerdings häufiger als im Kulturbereich in kleinen Gemeinden – und somit im ländlichen Raum – zu verorten.
- Unterschiede zeigen sich auch hinsichtlich gängiger Formen der politischen Beteiligung. Kulturorganisationen, die sich für den Klimaschutz einsetzen, weisen ähnliche Muster politischer Betätigung auf wie im Umweltsektor, jedoch mit einem stärkeren Fokus auf Netzwerkarbeit. Hier zeigt sich, dass Sportorganisationen, die sich klimaschutzbezogen engagieren, vor allem in Netzwerk- und Verbandsarbeit sowie im Austausch mit Politikerinnen und Politikern aktiv sind, allerdings mit insgesamt geringeren Zustimmungsraten im Vergleich zu den anderen beiden Sektoren.

LITERATUR

Kagan, J. A., & Dodge, J. (2023). The third sector and climate change: A literature review and agenda for future research and action. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 52(4), 871-891.

Schubert, P.; Benning, L.; Schlüter, R.; Krimmer, H. (2022). Die Energiewende als gesellschaftliche Transformation. Potenziale der Zivilgesellschaft nutzen. Berlin: ZiviZ im Stifterverband. <https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/energiegenossenschaften.pdf>

Schubert, P.; Tahmaz, B. & Krimmer, H. (2023). Zivilgesellschaft in Krisenzeiten: Politisch aktiv mit geschwächten Fundamenten. Berlin: ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_trendbericht.pdf

Schubert, P.; Kuhn, D. & Tahmaz, B. (2023b). Der ZiviZ-Survey 2023: Zivilgesellschaftliche Organisationen im Wandel – Gestaltungspotenziale erkennen. Resilienz und Vielfalt stärken. Berlin: ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/ziviz-survey_2023_hauptbericht.pdf

Schubert, P.; Ens, M. & Tahmaz, B. (2023c). Gefährdet politische Arbeit den Status der Gemeinnützigkeit? Berlin: ZiviZ im Stifterverband. https://www.ziviz.de/sites/ziv/files/politische_arbeit_und_gemeinnuetzigkeit.pdf

IMPRESSUM

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, der Entnahme der Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben vorbehalten. Verlag, Herausgeber und Autoren übernehmen keine Haftung für inhaltliche oder drucktechnische Fehler.

Herausgeber

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Baedekerstraße 1 . 45128 Essen
T 0201 8401-0 . mail@stifterverband.de
www.stifterverband.org

Redaktion

Dr. Peter Schubert
peter.schubert@stifterverband.de . T 030 322982-576

Empfohlene Zitierweise

Schubert, P. (2024). Engagement für Klimaschutz in der organisierten Zivilgesellschaft: Sonderauswertung des ZiviZ-Survey 2023. Berlin: ZiviZ im Stifterverband

Im Auftrag von:

STIFTUNG
MERCATOR