

5.3 Individuelle Einstellungen mit Blick auf ökonomische Fragen

Fenna Henicz, Nina Johanna Welsandt, Fabio Fortunati, Hermann Josef Abs & Esther Winther

Das folgende Unterkapitel gibt einen Einblick in die Befunde zur ökonomischen und nachhaltigkeitsbezogenen Selbstwirksamkeit sowie zu persönlichen Einstellungen der Schüler*innen mit Blick auf die Dimensionen von nachhaltigem Konsum.

5.3.1 Ökonomische Selbstwirksamkeit

Mit Blick auf die ökonomische Selbstwirksamkeit als das Vertrauen in die erfolgreiche Bewältigung herausfordernder ökonomischer Situationen (vertiefend vgl. Kapitel 3.5.1) zeigt sich ein heterogenes Bild. Wie die Schüler*innen ihre eigenen Fähigkeiten in Bezug auf ökonomische Handlungen einschätzen, scheint sich zwischen verschiedenen Handlungssituationen stark zu unterscheiden. Tabelle 5.3.1 zeigt den Anteil an Schüler*innen, die auf der vierstufigen Antwortskala (von 1= sehr gut bis 4= gar nicht gut) der Items zur ökonomischen Selbstwirksamkeit (Was denkst du, wie gut bist du darin, die folgenden Dinge zu tun) die Kategorien „sehr gut“ oder „gut“ gewählt haben (in %). Neben jedem Wert ist der Standardfehler der Populationsschätzung angegeben. Neben den Ergebnissen der vollständigen Stichprobe („Gesamt“) wurden die Werte verschiedener Gruppierungsvariablen gegenübergestellt. Als Gruppen werden das Geschlecht, der sozio-ökonomische Status (SES), der Hintergrund der Zuwanderungsgeschichte (ZWG)¹ sowie die Schulform angeführt. So können Hinweise auf Gruppenunterschiede mit Blick auf die untersuchten Variablen gewonnen werden.

Die Handlungssituationen, in denen die meisten Schüler*innen ihre Fähigkeiten im Mittel als hoch einschätzen, sind das Überblicken der eigenen finanziellen Situation (etwa 87 % der Schüler*innen) und das Erkennen und Einschätzen von Werbetricks (etwa 82 %). Auch mit Blick auf das Vergleichen von Preisen und das Erkennen von verdeckten Preiserhöhungen schätzen etwa 76 % der Schüler*innen ihre eigenen Fähigkeiten als hoch ein. Diese ökonomischen Situationen vereint, dass sie einen persönlich-finanziellen Bezug aufweisen und im Alltag der Jugendlichen eine persönliche Relevanz im Umgang mit den eigenen Finanzen und dem Konsumverhalten haben können. Das Berechnen von Rabatten traut sich hingegen nur knapp über die Hälfte der Schüler*innen sicher zu, obwohl auch diesen Handlungen zum Teil ein persönlich-finanzieller Bezug zugeschrieben werden könnte. Der geringste Anteil an Schüler*innen (etwa 48 %), die eine hohe Selbstwirksamkeitsüberzeugung berichten, zeigt sich für das Erklären von schwierigen wirtschaftlichen Themen (siehe Tabelle 5.3.1).

Ökonomische Selbstwirksamkeit unterscheidet sich je nach Situation

Hohe Selbstwirksamkeit bei Handlungen mit persönlich-finanziellem Bezug

Etwa die Hälfte der Schüler*innen traut sich das Berechnen von Rabatten und das Erklären von schwierigen wirtschaftlichen Themen zu

¹ Kapitel 3.6 beschreibt, wie die Variable ZWG für ECON 2022 gemessen wurde. Für die vorliegenden Analysen in Kapitel 5 wurden die verschiedenen Ausprägungen der Variable zusammengefasst: Ab einer Zuwanderungsgeschichte eines Elternteils gilt „mit ZWG“.

Tabelle 5.3.1: Häufigkeiten für die ökonomische Selbstwirksamkeit (in %)

	Anteil Schüler*innen für die Antwortkategorien „Sehr gut“ und „Gut“ der Skala für ökonomische Selbstwirksamkeit (Was denkst du: Wie gut bist du darin, die folgenden Dinge zu tun?)													
	Die eigenen Ausgaben und Einnahmen immer im Blick behalten		Über Handel und Konsum diskutieren		Werbetricks erkennen und einschätzen		Anderen schwierige wirtschaftliche Themen erklären (z.B. den Wirtschaftskreislauf)		Preise vergleichen und verdeckte Preiserhöhungen erkennen		Wirtschaftliche Kenntnisse bewusst einsetzen, um Entscheidungen (z. B. Abschluss einer Handy-Versicherung)		Rabatte in EURO und Prozent berechnen	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	87.2	(0.8)	66.5	(1.2)	82.1	(0.9)	48.2	(1.2)	76.3	(1.1)	62.5	(1.1)	52.2	(1.3)
Jungen	88.9	(1.1)	70.4	(1.6)	84.3	(1.0)	55.6	(1.6)	79.1	(1.4)	69.2	(1.4)	61.4	(1.5)
Mädchen	85.5	(1.2)	62.0	(1.8)	79.5	(1.5)	40.0	(1.7)	73.0	(1.6)	54.7	(1.8)	42.0	(1.7)
niedriger SES	84.8	(1.8)	63.5	(2.0)	78.0	(1.5)	47.1	(2.7)	74.9	(2.1)	63.5	(2.6)	52.8	(2.7)
mittlerer SES	87.4	(1.1)	66.7	(1.6)	82.6	(1.2)	47.3	(1.6)	77.0	(1.3)	61.6	(1.4)	51.1	(1.6)
hoher SES	89.9	(1.4)	71.5	(2.2)	87.4	(2.1)	52.1	(2.2)	77.3	(2.1)	65.0	(2.3)	54.8	(2.3)
ohne Zuwanderungsgeschichte	88.2	(1.2)	65.6	(1.6)	83.1	(1.3)	47.4	(1.5)	76.9	(1.5)	60.9	(1.5)	50.0	(1.7)
mit Zuwanderungsgeschichte	86.2	(1.1)	67.6	(1.8)	81.3	(1.3)	48.5	(1.9)	77.0	(1.4)	64.0	(1.6)	54.3	(2.0)
Förderschule	86.8	(4.3)	53.9	(8.7)	75.9	(8.1)	36.6	(7.4)	78.3	(3.4)	53.1	(9.6)	65.1	(1.6)
Hauptschule	82.7	(2.7)	64.8	(3.3)	71.6	(2.1)	51.9	(4.6)	67.8	(3.3)	66.4	(4.4)	63.1	(1.4)
Sekundarschule	82.0	(3.0)	63.6	(4.6)	79.0	(4.2)	55.1	(4.4)	77.1	(3.6)	63.0	(3.6)	58.2	(5.1)
Realschule	85.9	(1.6)	65.8	(2.4)	80.6	(2.1)	48.9	(2.2)	72.4	(2.2)	64.3	(2.1)	59.2	(4.6)
Integrierte Gesamtschule	85.8	(1.7)	66.3	(2.6)	78.9	(1.7)	48.2	(2.6)	74.2	(2.3)	62.1	(2.6)	51.1	(1.9)
Gymnasium	89.9	(1.4)	68.3	(1.9)	87.0	(1.6)	47.2	(1.8)	80.3	(1.7)	61.8	(1.6)	46.8	(1.8)

Zum Teil hohe Diskrepanz zwischen den Geschlechtern

Bei den Geschlechtern fällt auf, dass tendenziell mehr Jungen eine hohe ökonomische Selbstwirksamkeit berichten als Mädchen. Die Unterschiede zur Gruppe der Mädchen liegen dabei etwa zwischen 3 und 19 Prozentpunkten; je nach Handlungssituation variiert die Diskrepanz zwischen den Geschlechtern mit Blick auf ihre ökonomische Selbstwirksamkeit also stark. Am wenigsten scheinen sich die Geschlechter dabei in ihrem Vertrauen zu unterscheiden, ihre eigenen Ausgaben und Einnahmen zu überblicken (etwa 3 Prozentpunkte Unterschied), wohingegen sich der stärkste Unterschied in der Selbstwirksamkeitserwartung für die Berechnung von Rabatten zeigt (etwa 19 Prozentpunkte Unterschied). Mit Blick auf den SES als Gruppierungsvariable zeigt sich, dass die Gruppe mit hohem SES tendenziell die höchste Selbstwirksamkeit berichtet. Die größten Unterschiede zur Gruppe mit der niedrigsten Selbstwirksamkeit (hier: niedriger SES) zeigen sich für das Diskutieren über Handel und Konsum mit 8 Prozentpunkten und für das Erkennen und Einschätzen von Werbetricks mit etwa 9 Prozentpunkten. Zwischen den Gruppen mit und ohne ZWG scheint es keine nennenswerten Unterschiede mit Blick auf die ökonomische Selbstwirksamkeit zu geben. Der Vergleich der Schulformen zeigt für vier der Items als Gruppe mit dem höchsten Anteil an Schüler*innen mit einer hohen Selbstwirksamkeit das Gymnasium (siehe Tabelle 5.3.1, Spalten 1, 2, 3 und 5). Für die übrigen drei Items zeigt die Gruppe des Gymna-

Unterschiedlich hohe Diskrepanzen zwischen den Schulformen

siums teilweise mit der Förderschule die niedrigste Selbstwirksamkeit. Die Standardfehler für die Gruppe der Förderschule sind allerdings zum Teil hoch, sodass die Ergebnisse vorsichtig interpretiert werden sollten. Die Anteile mit hoher Selbstwirksamkeit für das Diskutieren über Handel und Konsum sowie für das bewusste Einsetzen von wirtschaftlichen Kenntnissen liegen bei den Schulformen etwa 5 Prozentpunkte auseinander (die Förderschule aufgrund der hohen Standardfehler ausgenommen). Hier zeigt sich die geringste Diskrepanz zwischen den Gruppen. Die höchste Diskrepanz findet sich bei der berichteten Selbstwirksamkeit für das Berechnen von Rabatten zwischen den Gruppen Gymnasium (etwa 47 %) und Förderschule (etwa 65 %). Auch für das Erkennen und Einschätzen von Werktricks variieren die Anteile mit hoher berichteter Selbstwirksamkeit stärker zwischen den Schulformen: Zwischen der Hauptschule mit dem geringsten Anteil an Schüler*innen mit hoher Selbstwirksamkeit und dem Gymnasium mit dem höchsten Anteil liegen etwa 15 Prozentpunkte.

Mit Blick auf die Berechnung von Rabatten in Euro und Prozent zeigt sich insgesamt trotz potenzieller alltäglicher Relevanz für die Schüler*innen eine geringere Selbstwirksamkeit als bei den übrigen Items mit persönlich-finanziellem Bezug sowie zwischen den Geschlechtern und zwischen den Schulformen hohe Gruppenunterschiede. Dieser Befund könnte einerseits ein Hinweis für generelle curriculare Entwicklungsbedarfe sein, da in den untersuchten Curricula der sprachlich-argumentative Zugang gegenüber dem mathematisch-analytischen Zugang zu Fachinhalten deutlich dominiert (vgl. Kapitel 2.3). Speziell die Unterschiede zwischen den Schulformen könnten hier curricular bedingt sein, da zum Beispiel in den Curricula der Haupt- und Realschulen häufiger Bezüge zu beruflich-unternehmerischen Inhalten hergestellt werden, als in denen für das Gymnasium und diese stärker den mathematisch-analytischen Zugang fokussieren (vgl. Kapitel 2.3).

Eine geringe Selbstwirksamkeitsüberzeugung kann andererseits im Kontext der instruktionalen Gestaltung herausgestellt werden und eine Implikation für Lehrkräfte geben, die Förderung von Selbstwirksamkeit bestimmter Gruppen von Schüler*innen stärker zu fokussieren.

Auffälligkeiten bei der Selbstwirksamkeit mit Blick auf mathematische Handlungen

Befunde des Schulformvergleichs geben möglicherweise Hinweise auf curriculare Entwicklungsbedarfe

5.3.2 Nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit

Für die nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit, also das Zutrauen in die eigenen Fähigkeiten mit Blick auf Handlungen, die den Einbezug von Nachhaltigkeit umfassen (vgl. Kapitel 3.5.1), zeigt sich im Vergleich zur ökonomischen Selbstwirksamkeit in der Gesamtbetrachtung für keine der Handlungen ein Anteil von über 75 % an Schüler*innen, die ihre Fähigkeiten als gut oder sehr gut einschätzen (siehe Tabelle 5.3.2). Der Itemstamm und das Antwortformat sind dabei identisch zu dem der ökonomischen Selbstwirksamkeit. Der höchste Anteil lässt sich für das Unterscheiden von nachhaltigen und nicht nachhaltigen Produkten finden (etwa 72 %). Die übrigen Items zeigen prozentuale Anteile zwischen etwa 56 % und 64 %.

Im Gegensatz zur ökonomischen Selbstwirksamkeit zeigen sich im Geschlechtervergleich für die nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit keine starken Diskrepanzen zwischen den beiden Gruppen: Der stärkste Unterschied liegt bei 7 Prozentpunkten zugunsten der Jungen, in Bezug auf die Selbstwirksamkeit etwas gegen Ressourcenverschwendung zu tun. Nachhaltige Entwicklung zu erklären, trauen sich auch mehr Jungen als Mädchen zu (etwa 6 Prozentpunkte

Im Vergleich zu ökonomischen Situationen tendenziell geringere Selbstwirksamkeit mit Blick auf Nachhaltigkeit

Weniger starke Diskrepanzen zwischen den Geschlechtern

Schüler*innen mit hohem SES berichten häufiger eine hohe Selbstwirksamkeit als Schüler*innen mit niedrigem SES

Unterschied). Für die Unterscheidung zwischen nachhaltigen und nicht nachhaltigen Produkten scheinen die beiden Gruppen sich ähnlich selbstwirksam zu fühlen (etwa 2 Prozentpunkte Differenz und damit der geringste Unterschied). Mit Blick auf den SES fällt auf, dass die Diskrepanzen zwischen den Schüler*innen mit niedrigem und hohem SES bei der überwiegenden Anzahl an Items zwischen etwa 12 und 15 Prozentpunkten zugunsten der Gruppe mit hohem SES liegen (siehe Tabelle 5.3.2, Spalten 1, 2, 3 und 4). Im Vergleich zeigt das letzte Item einen vernachlässigbaren Unterschied zwischen den Gruppen von einem Prozentpunkt. Die Gruppen mit und ohne ZWG zeigen Unterschiede von etwa 5 bis 8 Prozentpunkten zugunsten der Schüler*innen ohne ZWG bei drei Items (siehe Tabelle 5.3.2, Spalten 2, 3 und 4). Bei den Schulformen lässt sich für die überwiegende Anzahl an Items der höchste Anteil an Schüler*innen mit hoher Selbstwirksamkeit in der Gruppe des Gymnasiums finden. Dabei sind drei Items auffällig, bei denen hohe Unterschiede zwischen dem Gymnasium mit dem höchsten Anteil an hoher berichteter Selbstwirksamkeit und der jeweiligen Schulform mit dem geringsten Anteil (die Förderschule wurde hier aufgrund der hohen Standardfehler nicht berücksichtigt, daher jeweils Haupt- oder Sekundarschule) zu finden sind (siehe Tabelle 5.3.2, Spalten 2, 3 und 4).

Tabelle 5.3.2: Häufigkeiten der nachhaltigkeitsbezogenen Selbstwirksamkeit (in %)

	Anteil Schüler*innen für die Antwortkategorien „Sehr gut“ und „Gut“ der Skala für nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit									
	Nachhaltige Entwicklung erklären		Nachhaltige Produkte von nicht nachhaltigen Produkten unterscheiden		Etwas gegen Ressourcenverschwendung tun		Auswirkungen meines Konsums auf die Umwelt beim Einkauf einbeziehen		Auswirkungen meines Konsums auf andere Menschen beim Einkauf einbeziehen	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	57.6	(1.4)	72.2	(1.2)	56.2	(1.4)	63.7	(1.1)	58.4	(1.3)
Jungen	60.6	(1.8)	71.3	(1.6)	59.5	(1.9)	62.0	(1.4)	59.9	(1.4)
Mädchen	54.3	(1.7)	73.5	(1.7)	52.5	(1.9)	65.7	(1.7)	57.1	(1.7)
niedriger SES	52.8	(2.2)	64.6	(2.0)	49.6	(2.2)	56.0	(1.8)	58.5	(2.2)
mittlerer SES	57.5	(1.7)	73.5	(1.6)	56.6	(1.8)	65.0	(1.6)	59.4	(1.7)
hoher SES	64.6	(2.5)	78.8	(2.2)	64.3	(2.6)	71.0	(2.5)	57.9	(2.8)
ohne Zuwanderungsgeschichte	56.6	(1.9)	75.1	(1.5)	58.8	(1.8)	67.3	(1.4)	58.4	(1.7)
mit Zuwanderungsgeschichte	59.1	(1.8)	69.0	(1.8)	53.7	(1.6)	59.8	(1.6)	57.9	(1.9)
Förderschule	46.7	(20.5)	70.3	(3.4)	44.1	(20.1)	47.0	(6.1)	53.2	(8.6)
Hauptschule	57.6	(4.5)	67.3	(2.8)	48.0	(5.9)	59.8	(1.7)	59.1	(3.3)
Sekundarschule	55.5	(3.5)	61.8	(1.9)	60.0	(4.0)	56.6	(3.6)	59.0	(3.7)
Realschule	56.4	(1.8)	71.8	(1.8)	53.5	(2.9)	62.2	(1.8)	58.6	(2.8)
Integrierte Gesamtschule	56.2	(2.7)	66.1	(2.3)	52.7	(2.1)	58.4	(2.1)	59.6	(1.7)
Gymnasium	59.9	(2.5)	78.3	(2.2)	61.2	(2.2)	70.0	(1.9)	57.8	(2.4)

5.3.3 Relevanz für nachhaltige Konsumententscheidungen und Produktionsbedingungen

Die Tabellen 5.3.3 bis 5.3.6 zeigen die Anteile an Schüler*innen, die für die in Kapitel 3.5.1 beschriebenen und in Kapitel 4.4.1 validierten Dimensionen nachhaltiger Konsumententscheidungen und Produktionsbedingungen eine hohe Relevanz berichten. Da für diese Items aus dem Testinstrument die Antwortmöglichkeiten über einen Schieberegler (von 0%= gar nicht wichtig bis 100%= sehr wichtig) operationalisiert wurden, sind die Abstufungen der Antwortmöglichkeiten auf die Fragen, wie wichtig den Schüler*innen bestimmte Aspekte von nachhaltigem Konsum sind, hier deutlich ausdifferenzierter (13-stufige Antwortskala) als bei den Items des Fragebogens. Um die Relevanz abzubilden, die Schüler*innen nachhaltigen Konsumententscheidungen zuschreiben, wurden jeweils drei Perzentile gebildet, die die Verteilung der Antworten in drei Gruppen teilt, die jeweils eine niedrige, mittlere oder hohe Relevanz repräsentieren. Die Interpretation der Befunde weicht von der bisherigen Darlegung der Befunde ab, da stets für jedes Item das oberste Perzentil präsentiert wird. Somit umfasst die Darstellung immer etwa 30 % der Schüler*innen und es lässt sich bspw. keine Aussage darüber treffen, welches Item die höchste Relevanz aufweist. Abbildung 5.3.1 zeigt die Items der sozialen Dimension am Ende der dritten Testunit.

Betrachtung des obersten von drei Perzentilen: Relevanz für nachhaltige Konsumententscheidungen

The screenshot shows a digital assessment interface. At the top, there is a header with the logo 'ECON 2022' and the text 'Ökonomische Bildung - Untersuchung zur Ausgangslage in Jahrgang 8'. Below the header is a navigation bar with buttons numbered 1 to 8, where button 3 is highlighted in orange. The main content area is titled 'Die Projektarbeit Einstellungen' and contains a question: 'Gütesiegel geben Konsument*innen Auskunft über die Herstellungsbedingungen von Produkten. Wie wichtig oder unwichtig sind Dir die folgenden Aspekte? Schiebe den Regler jeweils auf die für Dich passende Position.' Below this is a sub-question: 'Wie wichtig ist Dir persönlich, dass bei der Herstellung eines Produktes...'. A table lists five aspects with sliders set to 0%:

... die Menschenrechte der Arbeitnehmer*innen eingehalten werden?	0%	100%
... keine Kinderarbeit eingesetzt wird?	0%	100%
... Arbeitnehmer*innen nicht diskriminiert werden?	0%	100%
... keine Arbeitnehmer*innen zur Arbeit gezwungen werden?	0%	100%
... Arbeitnehmer*innen fair bezahlt werden?	0%	100%

At the bottom right of the interface is a green button labeled 'Aufgabe beenden' with a right-pointing arrow.

Abbildung 5.3.1: Beispiel für die Items aus Instrumentarium 2 mit Schieberegler

Die folgenden vier Tabellen fokussieren stärker auf die Gruppenunterschiede als auf Unterschiede zwischen den Items. Für die Relevanz, die die Schüler*innen nachhaltigen Konsumententscheidungen und Produktionsbedingungen beim Kauf von Produkten zuschreiben, zeigen sich zum Teil Unterschiede zwischen den Dimensionen.

Nachhaltige Konsumententscheidungen: Dimensionen scheinen für Gruppen zum Teil unterschiedlich relevant

Für die ökologische Dimension zeigt sich im Geschlechtervergleich, dass für die überwiegende Anzahl an Items tendenziell mehr Mädchen eine höhere Relevanz berichten als Jungen (siehe Tabelle 5.3.3). Die höchste Diskrepanz zeigt sich

zwischen den Geschlechtern bei der Relevanz für die Herstellung von Produkten ohne Umweltverschmutzung sowie für die umweltverträgliche Verpackung von Produkten. Hier liegen die Mädchen etwa 8 bzw. 7 Prozentpunkte über den Jungen. Die rohstoffschonende Herstellung von Produkten scheint hingegen mehr Jungen wichtiger zu sein: Hier zeigt sich ein Unterschied von etwa 5 Prozentpunkten gegenüber den Mädchen.

Tabelle 5.3.3: Oberstes Perzentil der Schüler*innen mit hoher Relevanz für die ökologische Dimension (in %)

	Anteil Schüler*innen mit Angabe von hoher Relevanz der Skala für ökologisches Konsumbewusstsein (Wie wichtig ist dir persönlich, dass ein Produkt ...)									
	... aus recyclingfähigen Materialien besteht?		... sich umweltschonend entsorgen lässt?		... umweltverträglich verpackt ist?		... rohstoffschonend hergestellt wird?		... ohne Umweltverschmutzung hergestellt wird?	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	34.7	(1.1)	32.8	(1.1)	31.0	(1.2)	30.7	(1.0)	34.0	(1.2)
Jungen	33.0	(1.5)	31.5	(1.4)	27.9	(1.5)	32.5	(1.2)	30.4	(1.6)
Mädchen	36.4	(1.7)	33.9	(1.5)	34.5	(1.7)	27.8	(1.6)	37.7	(1.9)
niedriger SES	28.3	(2.0)	26.3	(2.2)	22.9	(1.8)	24.2	(1.9)	29.8	(1.9)
mittlerer SES	38.5	(1.6)	35.6	(1.3)	33.9	(1.3)	33.7	(1.3)	36.3	(1.6)
hoher SES	45.7	(3.1)	45.8	(2.7)	45.4	(3.3)	41.8	(2.9)	44.8	(3.2)
ohne Zuwanderungsgeschichte	41.0	(1.3)	39.4	(1.3)	38.1	(1.9)	37.5	(1.5)	39.1	(1.9)
mit Zuwanderungsgeschichte	33.1	(1.6)	30.0	(1.8)	28.1	(1.5)	28.3	(1.4)	32.8	(1.4)
Förderschule	25.5	(2.2)	23.0	(2.2)	21.9	(12.2)	28.7	(6.2)	27.1	(15.5)
Hauptschule	29.5	(2.1)	24.5	(3.6)	26.5	(5.1)	23.8	(4.1)	32.0	(3.9)
Sekundarschule	23.8	(2.2)	23.1	(2.9)	19.8	(4.5)	22.2	(2.8)	25.3	(4.1)
Realschule	30.5	(2.2)	30.2	(2.5)	26.9	(1.9)	26.9	(2.2)	32.4	(2.8)
Integrierte Gesamtschule	30.5	(1.7)	28.5	(2.0)	26.0	(1.7)	28.1	(1.3)	28.0	(1.8)
Gymnasium	42.8	(1.9)	40.6	(1.8)	39.8	(2.3)	36.9	(1.9)	41.3	(2.0)

Niedriger SES und eine ZWG gehen mit geringerer Relevanz für ökologische Aspekte einher

Tendenz erkennbar: Relevanz steigt mit der Höhe des angestrebten Bildungsabschlusses

Zwischen den Gruppen des SES zeigt sich konsistent für alle Items der ökologischen Dimension, dass bei den Schüler*innen mit geringem SES der geringste Anteil vorliegt, der den ökologischen Aspekten beim Kauf von Produkten eine hohe Relevanz zuschreibt. Die Gruppe mit hohem SES weist dabei die höchsten Anteile an Schüler*innen auf, denen diese Aspekte wichtig sind. Die Diskrepanzen zwischen diesen beiden Gruppen betragen dabei mindestens 15 Prozentpunkte, im Falle der umweltverträglichen Verpackung sogar etwa 22 Prozentpunkte. Mit Blick auf die Gruppierungsvariable ZWG zeigt sich für alle Items der ökologischen Dimension eine höhere Relevanz für die Schüler*innen ohne ZWG. Die Unterschiede betragen etwa zwischen 6 und 10 Prozentpunkte, wobei die höchsten Diskrepanzen die umweltschonende Entsorgung und umweltverträgliche Verpackungen betreffen (siehe Tabelle 5.3.3, Spalten 2 und 3). Die Gymnasiast*innen sind die Gruppe, die im Schulformvergleich allen ökologischen Aspekten die höchste persönliche Relevanz zuschreibt und dabei deutlich höhere Werte zeigt als die jeweils folgende Gruppe (siehe Tabelle 5.3.3). Es zeigt sich die Tendenz, dass die Relevanz je nach der Höhe des angestrebten Bildungsabschlusses ansteigt: Die geringsten Anteile zeigen sich überwiegend in den Gruppen der Förder- und

Sekundarschulen und teilweise Hauptschulen, wobei diese Schularten teilweise hohe Standardfehler aufweisen. Die höchste Diskrepanz zwischen Schulformen zeigt sich mit 20 Prozentpunkten zwischen dem Gymnasium und der Sekundarschule bei der Relevanz der umweltverträglichen Verpackung eines Produkts.

Soziale Aspekte der Herstellung von Produkten scheinen den Schüler*innen in der Gesamtbetrachtung wichtig zu sein: Vor allem für den Aspekt, keine Kinderarbeit bei der Herstellung einzusetzen, zeigt sich ein Anteil von etwa 50 % an Schüler*innen, die eine hohe Relevanz berichten. Hier ließen sich keine etwa gleich großen Perzentile bilden, weil die Anzahl der Schüler*innen mit einer hohen Relevanz besonders hoch ist, während die mittlere Relevanz unterrepräsentiert ist (siehe Tabelle 5.3.4).

Vermeidung von Kinderarbeit scheint für Schüler*innen besonders wichtig zu sein

Tabelle 5.3.4: Oberstes Perzentil der Schüler*innen mit hoher Relevanz für die soziale Dimension (in %)

	Anteil Schüler*innen mit Angabe von hoher Relevanz der Skala für soziales Konsumbewusstsein (Wie wichtig ist dir persönlich, dass bei der Herstellung eines Produktes ...)									
	... die Menschenrechte der Arbeitnehmer*innen eingehalten werden?		... keine Kinderarbeit eingesetzt wird?		... Arbeitnehmer*innen nicht diskriminiert werden?		... keine Arbeitnehmer*innen zur Arbeit gezwungen werden?		... Arbeitnehmer*innen fair bezahlt werden?	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	32.6	(1.4)	50.0	(1.4)	29.7	(1.4)	31.6	(1.2)	37.8	(1.3)
Jungen	30.8	(1.8)	47.5	(2.0)	26.4	(1.4)	30.0	(1.4)	33.0	(1.6)
Mädchen	35.1	(1.6)	52.6	(1.7)	33.8	(1.4)	33.6	(1.7)	43.4	(1.6)
niedriger SES	30.3	(1.8)	48.8	(2.1)	32.9	(2.1)	31.5	(2.1)	43.0	(2.0)
mittlerer SES	35.7	(1.8)	54.3	(1.8)	31.4	(1.4)	33.7	(1.4)	39.4	(1.6)
hoher SES	39.3	(2.2)	58.8	(2.6)	30.8	(2.2)	37.9	(2.4)	41.0	(2.2)
ohne Zuwanderungsgeschichte	37.5	(1.8)	58.6	(1.8)	31.3	(1.5)	34.4	(1.6)	39.1	(1.5)
mit Zuwanderungsgeschichte	31.8	(1.7)	48.9	(1.7)	32.1	(1.3)	32.5	(1.4)	42.5	(1.4)
Förderschule	20.3	(10.3)	25.2	(8.6)	15.8	(9.5)	18.2	(3.5)	23.0	(12.9)
Hauptschule	28.4	(2.4)	36.5	(4.3)	28.2	(3.9)	27.8	(3.7)	36.8	(2.3)
Sekundarschule	29.7	(4.9)	43.5	(6.4)	32.7	(5.9)	33.1	(5.7)	40.6	(6.1)
Realschule	30.5	(2.5)	49.9	(2.9)	32.5	(2.4)	31.8	(2.0)	41.2	(2.7)
Integrierte Gesamtschule	27.5	(2.3)	44.7	(2.2)	27.2	(2.2)	27.4	(2.4)	33.9	(2.8)
Gymnasium	39.5	(2.6)	58.7	(2.5)	31.1	(1.6)	36.0	(1.9)	39.9	(1.6)

Hier zeigt sich im Vergleich der Geschlechter, dass die Jungen bei allen Items die geringsten Anteile für eine hohe Relevanz ausmachen. Die Unterschiede zu den Mädchen machen hier bis zu 10 Prozentpunkte aus. Der Vergleich der Gruppen mit unterschiedlichem SES zeigt für die soziale Dimension leichte Abweichungen zur ökologischen Dimension: Die höchste Diskrepanz zwischen den Gruppen mit niedrigem und hohem SES zeigt sich bei der Frage nach dem Einsatz von Kinderarbeit mit etwa 10 Prozentpunkten (siehe Tabelle 5.3.4). Die Gruppen unterscheiden sich also nicht so stark, wie bei den Einstellungen der ökologischen Dimension. Teilweise betragen die Unterschiede unter 5 Prozentpunkte, wohingegen der geringste Unterschied innerhalb der ökologischen Dimension 15 Prozentpunkte beträgt. Für die ZWG als Gruppierungsvariable zeigt sich ein ähnliches Bild: Die Unterschiede sind hier bei drei Items vergleichsweise gering (etwa

Geringere Unterschiede zwischen den Gruppen des SES und der ZWG für die soziale Dimension als für die ökologische Dimension

Gymnasium zeigt meist die höchsten berichteten Anteile an hoher Relevanz

1 bis 3 Prozentpunkte). In der Gruppe ohne ZWG scheint die Relevanz für soziale Aspekte bei der Herstellung von Produkten dabei tendenziell höher zu sein. Der größte Unterschied zwischen den Gruppen lässt sich mit 10 Prozentpunkten beim Einsatz von Kinderarbeit finden. Im Vergleich der Schulformen zeigt sich, dass das Gymnasium bei der überwiegenden Anzahl der Items die Gruppe mit dem höchsten Anteil an Schüler*innen ist, die den Aspekten eine hohe Relevanz zuschreiben. Zwei Items zeigen die höchsten Anteile in der Sekundar- und der Realschule, wobei die Gruppe der Sekundarschule erhöhte Standardfehler aufweist (siehe Tabelle 5.3.4, Spalten 3 & 5). Die Förderschule ist für alle Items die Schulform mit den geringsten Anteilen an Schüler*innen, wobei auch hier die Standardfehler teils stark erhöht sind und die Interpretation erschweren. Die höchste Diskrepanz unter den Schulformen lässt sich in Bezug auf den Einsatz von Kinderarbeit zwischen dem Gymnasium und der Gesamtschule finden (etwa 22 Prozentpunkte).

Kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern mit Blick auf den Konsum innerhalb der eigenen Mittel

Der Konsum innerhalb der eigenen Mittel als eine Facette der ökonomischen Dimension nachhaltigen Konsums (vgl. Kapitel 3.5.1 sowie 4.4.1) zeigt im Geschlechtervergleich eher geringe Unterschiede zwischen den beiden Gruppen. Die Mädchen zeigen dabei tendenziell höhere Anteile für eine hohe Relevanz, allerdings betragen die Unterschiede nur bis zu 3 Prozentpunkte (siehe Tabelle 5.3.5).

Tabelle 5.3.5: Oberstes Perzentil der Schüler*innen mit hoher Relevanz für die ökonomische Dimension: Konsum innerhalb der eigenen Mittel (in %)

	Anteil Schüler*innen mit Angabe von hoher Relevanz der Skala für den Konsum innerhalb der eigenen Mittel (Wie wichtig ist dir persönlich, Produkte zu kaufen, ...)					
	... die dich finanziell nicht stark belasten?		... ohne dass du dich dafür in Zukunft einschränken musst?		... ohne dass du dich dadurch langfristig verschuldest?	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	32.4	(1.0)	35.0	(1.1)	33.6	(0.9)
Jungen	30.6	(1.5)	33.7	(1.3)	33.0	(1.3)
Mädchen	34.3	(1.3)	36.4	(1.5)	34.2	(1.3)
niedriger SES	32.7	(2.0)	32.3	(2.1)	29.1	(2.2)
mittlerer SES	35.0	(1.6)	38.0	(1.6)	36.1	(1.3)
hoher SES	38.2	(2.1)	45.1	(2.8)	45.1	(1.9)
ohne Zuwanderungsgeschichte	33.5	(1.3)	40.1	(1.7)	38.9	(1.6)
mit Zuwanderungsgeschichte	35.5	(1.7)	35.5	(1.6)	32.8	(1.5)
Förderschule	16.4	(6.6)	19.7	(3.1)	16.1	(2.8)
Hauptschule	29.1	(4.4)	24.5	(4.1)	23.6	(5.5)
Sekundarschule	26.0	(3.6)	25.5	(3.9)	28.0	(2.5)
Realschule	27.9	(2.5)	31.4	(3.3)	29.5	(2.1)
Integrierte Gesamtschule	28.9	(1.9)	29.1	(1.5)	26.0	(1.8)
Gymnasium	39.8	(1.6)	45.3	(1.7)	44.8	(1.4)

Für diesen Teil der ökonomischen Dimension berichten die Gruppen mit aufsteigendem SES zunehmende Relevanz. Dabei unterscheiden sich die Gruppen mit niedrigem und hohem SES mit bis zu 16 Prozentpunkten voneinander (siehe Tabelle 5.3.5, Spalte 3). Im Vergleich der Gruppen mit und ohne ZWG zeigen sich Unterschiede von 5 bzw. 6 Prozentpunkten bei zwei Items zugunsten der Schüler*innen ohne ZWG. Der Schulformvergleich identifiziert für alle Items das Gymnasium mit den höchsten Anteilen an Schüler*innen mit Angabe von hoher Relevanz. Die Diskrepanzen zur Schulform mit dem nächsthöheren Anteil an Schüler*innen betragen etwa zwischen 10 und 15 Prozentpunkte. Insgesamt zeigen sich hier leichte Tendenzen für eine aufsteigende Relevanz mit aufsteigendem angestrebtem Bildungsabschluss (siehe Tabelle 5.3.5).

Zunehmende Relevanz mit aufsteigendem SES

Gymnasiast*innen berichten deutlich höhere Relevanz als andere Schulformen

Der genügsame Konsum als die zweite Facette der ökonomischen Dimension nachhaltigen Konsums (vgl. Kapitel 3.5.1 sowie 4.4.1) zeigt unter den Schüler*innen mit hoher Angabe von Relevanz ähnliche Anteile zwischen den Geschlechtern (siehe Tabelle 5.3.6). Mit Blick auf das Ausleihen von Produkten zeigt sich ein höherer Anteil bei den Mädchen (etwa 5 Prozentpunkte).

Tabelle 5.3.6: Oberstes Perzentil der Schüler*innen mit hoher Relevanz für die ökonomische Dimension: Genügsamer Konsum (in %)

	Anteil Schüler*innen mit Angabe von hoher Relevanz der Skala für genügsamen Konsum (Wie wichtig ist dir persönlich, ...)									
	... nur Produkte zu kaufen, die du wirklich brauchst?		... nur Produkte zu kaufen, die du wirklich nutzt?		... nur Produkte zu kaufen, die keine Luxusprodukte sind?		... ein Produkt von Freunden oder Bekannten auszuleihen anstatt es zu kaufen?		... ein Produkt mit anderen zu teilen anstatt es selbst zu besitzen?	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	29.5	(1.1)	30.2	(1.3)	36.1	(1.0)	31.5	(1.0)	29.8	(1.0)
Jungen	29.4	(1.5)	29.4	(1.7)	35.3	(1.3)	29.3	(1.4)	29.4	(1.1)
Mädchen	29.6	(1.6)	31.3	(1.3)	36.5	(1.5)	34.1	(1.5)	30.1	(1.6)
niedriger SES	32.4	(2.1)	32.5	(2.0)	40.0	(1.9)	32.8	(1.9)	32.1	(1.9)
mittlerer SES	30.7	(1.7)	32.5	(1.8)	38.7	(1.7)	34.4	(1.2)	32.5	(1.4)
hoher SES	33.6	(2.1)	31.3	(2.4)	39.0	(1.7)	35.0	(2.9)	31.0	(1.9)
ohne Zuwanderungsgeschichte	28.9	(1.5)	30.2	(1.7)	37.6	(1.5)	34.7	(1.2)	31.6	(1.2)
mit Zuwanderungsgeschichte	34.7	(1.6)	34.3	(1.6)	39.1	(1.6)	33.3	(1.5)	32.1	(1.6)
Förderschule	17.5	(2.9)	15.9	(6.5)	20.8	(4.1)	21.1	(3.9)	23.0	(3.9)
Hauptschule	31.4	(3.2)	28.4	(2.9)	36.8	(4.5)	36.3	(4.5)	36.2	(4.6)
Sekundarschule	25.2	(4.3)	24.6	(4.2)	28.6	(2.7)	27.6	(4.1)	25.0	(2.9)
Realschule	25.7	(2.1)	31.1	(1.9)	36.2	(2.5)	29.3	(2.4)	28.0	(2.8)
Integrierte Gesamtschule	28.7	(2.2)	26.5	(2.5)	37.7	(2.2)	31.2	(1.9)	32.0	(2.0)
Gymnasium	33.4	(1.9)	34.8	(2.4)	37.0	(1.6)	33.6	(1.5)	29.5	(1.3)

Bei der Betrachtung des SES als Gruppierungsvariable zeigen sich keine starken Unterschiede zwischen den Schüler*innen mit unterschiedlichen Gruppenzugehörigkeiten bei der überwiegenden Anzahl der Items. Für den Vergleich der Schüler*innen mit und ohne ZWG zeigen sich ebenfalls geringe Diskrepanzen zwischen den Gruppen. Die höchsten Unterschiede lassen sich für den Kauf von Produkten, die wirklich gebraucht bzw. genutzt werden zugunsten der Gruppe mit ZWG identifizieren (etwa 6 bzw. 4 Prozentpunkte; siehe Tabelle 5.3.6,

Produkte zu leihen oder zu teilen scheint für Hauptschüler*innen am relevantesten zu sein

Spalten 1 & 2). Im Schulformvergleich zeigt sich kein konsistentes Muster der zugeschriebenen Relevanz über die Items hinweg: Das Gymnasium zeigt tendenziell hohe Anteile an Schüler*innen, allerdings ist der Abstand zu der Schulform mit dem nächsthöheren Anteil bei keinem Item hoch. Beim Leihen oder Teilen von Produkten zeigt die Hauptschule die höchsten Anteile an Schüler*innen, denen dies wichtig ist. Insgesamt zeigt die Hauptschule für diese Dimension überwiegend höhere oder gleich hohe Anteile wie bspw. die Realschule. Die Förderschule zeigt die geringsten Anteile an Schüler*innen, die genügsamem Konsum eine hohe Relevanz zuschreiben. Die höchste Diskrepanz von etwa 19 Prozentpunkten zeigt sich zwischen der Förderschule und dem Gymnasium bezüglich der Relevanz, ein Produkt nur zu kaufen, wenn es auch genutzt wird.

5.3.4 Ökonomische Dimension: Maßvoller Konsum

Unterschiede und Vergleichbarkeit der Skalen für die ökonomische Dimension aus Test und Fragebogen

Für die Items des maßvollen Konsums zeigen sich zunächst in der Gesamtbeurteilung hohe Zustimmungswerte der Schüler*innen. Die Form der Darstellung der Befunde unterscheidet sich zwar zwischen den Items aus dem Test (Instrumentarium 2) und dem Fragebogen (Instrumentarium 3) und erschwert den Vergleich der Antworten der Schüler*innen. Auch bei gleicher Darstellung könnten aber Abweichungen auftreten, weshalb mögliche Gründe dafür kurz beleuchtet werden sollen.

Folgende Faktoren könnten dazu beitragen, dass sich Unterschiede im Grad der Zustimmung zu den Items der ökonomischen Dimension ergeben:

- Die unterschiedliche Formulierung der Fragen („... würde ich es nur kaufen, wenn ...“ versus „wie wichtig ist es dir, nur Produkte zu kaufen ...“) könnte unterschiedliches Antwortverhalten zur Folge haben.
- Durch die unterschiedlichen Antwortskalen (vierstufige Likert-Skala versus Schieberegler von 0–100 % mit zugrunde liegenden 13 Stufen) könnten sich unterschiedliche Antwortpräferenzen erklären lassen.
- Durch die vorgelagerten Items aus Instrumentarium 1 (inhaltliche Testitems) oder Instrumentarium 3 (Fragebogenitems) könnten Priming-Effekte entstehen, die das Antwortverhalten beeinflussen könnten.
- Dadurch, dass die Teilnahme am Test obligatorisch, die Teilnahme am Fragebogen hingegen nur mit einer Einverständniserklärung der Eltern möglich war, kommt es zu verschiedenen Stichprobenumfängen sowie zu abweichenden Zusammensetzungen der Stichproben. Daher können auch die Gruppenunterschiede variieren.

Zustimmung zu den Items für maßvollen Konsum ist generell hoch

Die höchste Zustimmung findet sich hier für die Aussage, dass ein Produkt nur gekauft wird, wenn es auch wirklich genutzt wird, auch wenn eine Person es sich finanziell leisten könnte (etwa 90 % der Schüler*innen stimmen dieser Aussage „stark“ oder „eher“ zu). Der Unterschied zu dem Item mit der geringsten Zustimmung („Auch wenn ich mir ein Produkt finanziell leisten könnte, würde ich es nur kaufen, wenn mich die Ausgaben dafür finanziell nicht stark belasten“) beträgt 8 Prozentpunkte (siehe Tabelle 5.3.7).

Tabelle 5.3.7: Häufigkeiten der ökonomischen Dimension: Maßvoller Konsum (in %) (Instrument 3)

	Anteil Schüler*innen für die Antwortkategorien „Stimme stark zu“ und „Stimme eher zu“ der Skala für maßvollen Konsum (Auch wenn ich mir ein Produkt finanziell leisten könnte, würde ich es nur kaufen, wenn ...)									
	... ich dieses Produkt auch wirklich brauche		... ich dieses Produkt auch wirklich nutze		... mich die Ausgaben dafür finanziell nicht stark belasten		... ich mich dadurch langfristig nicht verschulde		... ich mich dadurch in der Zukunft nicht einschränken muss	
	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)	%	(SE)
Gesamt	87.6	(0.9)	90.3	(0.7)	81.7	(0.9)	82.6	(1.0)	83.5	(0.9)
Jungen	88.0	(1.1)	89.7	(0.8)	81.3	(1.3)	80.9	(1.4)	82.0	(1.3)
Mädchen	87.4	(1.1)	90.8	(1.1)	82.8	(1.2)	84.4	(1.3)	85.2	(1.2)
niedriger SES	89.8	(1.3)	89.1	(1.3)	79.7	(1.7)	79.6	(2.0)	80.4	(1.7)
mittlerer SES	86.5	(1.0)	89.9	(0.9)	81.2	(1.2)	82.6	(1.2)	84.2	(1.2)
hoher SES	88.2	(2.0)	92.8	(1.4)	85.7	(1.5)	86.2	(1.6)	86.0	(1.7)
ohne Zuwanderungsgeschichte	86.0	(1.2)	90.1	(1.0)	81.8	(1.2)	84.4	(1.1)	85.0	(1.2)
mit Zuwanderungsgeschichte	89.4	(1.2)	90.7	(1.0)	81.7	(1.2)	81.3	(1.5)	82.1	(1.4)
Förderschule	83.0	(9.6)	79.9	(3.1)	79.4	(3.6)	75.4	(10.4)	76.3	(3.7)
Hauptschule	91.2	(3.2)	89.0	(2.3)	80.7	(2.9)	77.1	(4.0)	77.5	(4.4)
Sekundarschule	86.7	(4.3)	86.4	(3.5)	79.2	(2.6)	79.4	(2.6)	80.4	(3.3)
Realschule	89.4	(1.5)	88.8	(1.5)	79.5	(2.6)	81.1	(1.8)	82.2	(2.8)
Integrierte Gesamtschule	87.2	(1.4)	91.0	(1.3)	78.8	(1.7)	78.8	(2.8)	79.7	(2.0)
Gymnasium	86.9	(1.5)	91.7	(1.3)	85.3	(1.2)	87.1	(1.0)	88.0	(1.0)

Die Zustimmungen zwischen den Gruppen im Geschlechtervergleich zeigen überwiegend keine starken Unterschiede zwischen den Jungen und den Mädchen. Zwischen den Gruppen mit unterschiedlichem SES zeigt sich bei der überwiegenden Anzahl an Items die Tendenz, dass mit zunehmendem Status auch eine erhöhte Zustimmung zu erkennen ist. Dabei liegen die Gruppen mit der niedrigsten und höchsten Zustimmung höchstens etwa 7 Prozentpunkte auseinander. Schüler*innen mit und ohne ZWG weisen ähnlich hohe Zustimmungswerte für maßvollen Konsum auf. Der Schulformvergleich zeigt für vier der fünf Items die Förderschule als die Schulform mit der geringsten Zustimmung, allerdings sind auch hier zum Teil erhöhte Standardfehler zu finden. Bei einem Item liegt der Anteil an Schüler*innen der Gesamtschule mit hoher Zustimmung noch unter dem Wert der Förderschule. Das Gymnasium zeigt überwiegend die meisten Zustimmungswerte, bei einem Item zusammen mit der Gesamtschule. Ein Item zeigt die Hauptschule als Gruppe mit dem höchsten Anteil an Zustimmung (siehe Tabelle 5.3.7). Es lässt sich also unter den Schulformen kein konsistentes Muster erkennen.

Gymnasium zeigt am häufigsten hohe Zustimmungswerte

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich mit Blick auf die Selbstwirksamkeit der Schüler*innen Unterschiede je nach Handlungssituation zeigen. Die nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit ist insgesamt tendenziell etwas weniger stark ausgeprägt als die Ökonomische. Für beide Bereiche zeigen die Jungen stärkeres Zutrauen in ihre Fähigkeiten als die Mädchen, wobei sich für die nachhaltigkeitsbezogene Selbstwirksamkeit geringere Diskrepanzen zwischen den Geschlechtern erkennen lassen. Schüler*innen mit hohem SES berichten tendenziell

Erkennbare Tendenzen in den Befunden zur Selbstwirksamkeit und den Einstellungen

häufiger eine hohe Selbstwirksamkeit, vor allem als Schüler*innen mit niedrigem SES. Die Gruppen mit und ohne ZWG zeigen kaum nennenswerte Diskrepanzen. Der Vergleich der Schulformen stellt das Gymnasium überwiegend als die Gruppe mit mehr Schüler*innen heraus, die eine hohe Selbstwirksamkeit berichten. Für die ökonomischen Handlungssituationen fällt allerdings auch auf, dass das Gymnasium teilweise die niedrigsten Anteile mit hoher Selbstwirksamkeit aufweist. Unter den Schulformen lassen sich zum Teil starke Unterschiede zwischen den Gruppen mit dem höchsten und dem niedrigsten Anteil an Schüler*innen feststellen, die eine hohe Selbstwirksamkeit berichten.

Für die Relevanz für nachhaltige Konsumententscheidungen und Produkteigenschaften zeigt sich für die ökologische und soziale Dimension, dass tendenziell mehr Mädchen eine hohe Relevanz berichten als Jungen. Für die ökonomischen Dimensionen zeigen sich keine starken Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Für die ökologische und soziale Dimension und den Konsum innerhalb der eigenen Mittel zeigen sich Tendenzen für eine höhere Relevanz mit aufsteigendem SES. Schüler*innen mit ZWG scheinen ökologische Aspekte weniger wichtig zu sein, also Schüler*innen ohne ZWG; für die soziale Dimension sind diese Tendenzen weniger stark ausgeprägt. Mit Blick auf die Schulformen zeigt sich, dass das Gymnasium häufig den höchsten Anteil an Schüler*innen umfasst, die eine hohe Relevanz berichten. Zum Teil ist eine Tendenz für eine höhere Relevanz mit steigender Höhe des angestrebten Bildungsabschlusses erkennbar, teilweise zeigen sich keine konsistenten Muster unter den Schulformen.