



#DUISBURGVONMORGEN

Erwartungen junger Menschen
an das Leben in der Großstadt



DVV

DUISBURGER VERSORGUNGS-
UND VERKEHRSGESELLSCHAFT MBH



Inhalts- verzeichnis

0
2



VORWORT	04
<hr/>	
1 DIE DVV: KURZVORSTELLUNG	08
<hr/>	
2 DAS VORGEHEN: METHODIK DER STUDIE	10
<hr/>	
3 DIE ERGEBNISSE: IM KURZÜBERBLICK	14
<hr/>	
4 DIE ERGEBNISSE: IM DETAIL	
KLIMA & UMWELT	22
MOBILITÄT & INFRASTRUKTUR	46
LEBEN & ARBEITEN	54
<hr/>	
5 FAZIT	64

Liebe Leserinnen und Leser,

Duisburg ist auf einem guten Weg in die Zukunft. Ich bin davon so fest überzeugt, weil sich sehr viele Menschen in unserer Stadt auf verschiedenste Weise engagieren. Füreinander, für ihre Nachbarschaft, für die ganze Stadt. Das macht mich stolz und zuversichtlich. Duisburg hat so viel zu bieten, aber das Beste sind die Menschen, die unsere Stadt mit Leben füllen.

Es ist vor allem die junge Generation, die mutig nach vorne tritt und sich – zuletzt auch lautstark – Gehör verschafft, um ihre Interessen zu vertreten. Wir alle sollten diese jungen Menschen hören, ihre Wünsche und Forderungen ernst nehmen und mit ihnen einen offenen und ehrlichen Austausch führen. Nur gemeinsam werden wir das Beste für unser Duisburg erreichen.

Deshalb bin ich der Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft (DVV) sehr dankbar, dass sie den Dialog mit der jungen Generation auch

über die Studie #duisburgvonmorgen angestoßen und angenommen hat. Wir stehen in Duisburg vor entscheidenden Weichenstellungen in großen Stadtentwicklungsprojekten mit enormer Strahlkraft. Dass die DVV als der Infrastrukturdienstleister in unserer Stadt das Gespräch mit den Menschen intensiviert, die künftig dort leben und arbeiten, ist ein starkes und das richtige Zeichen.

Mit der Studie haben wir wichtige Erkenntnisse gewonnen, was der Generation U30 wichtig ist und wo sie die Prioritäten setzt. Einige Ergebnisse sorgen sicherlich für eine Überraschung. Vor allem aber liefern sie uns allen und gerade denen, die unsere Stadt aktiv gestalten, bedeutende Hinweise. Denn sie geben einen Kompass, was die Generation U30 von der Stadt der Zukunft erwartet.

Ihr



SÖREN LINK
OBERBÜRGERMEISTER DER STADT DUISBURG

„Duisburg hat so viel zu bieten, aber das Beste sind die Menschen, die unsere Stadt mit Leben füllen.“



„Den jungen Menschen ist wichtig, dass Duisburg für das wahrgenommen wird, was es ausmacht: Herzlichkeit, Vielfalt und Toleranz.“

Liebe Leserinnen und Leser,

was wünschen sich junge Menschen für ihre Zukunft? Welche Themen liegen ihnen am Herzen? Was ist aus Sicht junger Erwachsener für das Leben in der Großstadt wichtig?

Diesen Fragen sind wir gemeinsam mit dem Meinungsforschungsinstitut forsa in dem Studienprojekt #duisburgvonmorgen auf den Grund gegangen.

Denn eins ist klar: Für die Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH (DVV) ist es als großer Infrastrukturanbieter wichtig zu wissen, wie die nächste Generation tickt. Junge Menschen, die sich jetzt in der Schule, Ausbildung oder am Anfang ihres Berufslebens befinden, sind die Entscheiderinnen und Entscheider der Zukunft. Sie werden die Stadt von morgen prägen und gestalten. Ihre Meinung wird in Politik und Wirtschaft aber häufig zu wenig gehört. Deshalb war es für uns so wichtig, den direkten und offenen Dialog mit jungen Menschen zu suchen.

Für uns als kommunaler Konzern im Bereich der öffentlichen Daseinsvorsorge ist die Meinung von Jugendlichen und jungen Erwachsenen ein guter Indikator, wie wir uns fit für die Zukunft machen und unsere Infrastruktur, unsere Angebote und Dienstleistungen so aufstellen, dass sie den Bedürfnissen der Menschen gerecht werden – denn die Bürgerinnen und Bürger der Stadt Duisburg stehen für uns immer im Mittelpunkt unserer Arbeit. Dafür brauchen wir authentisches Feedback und ehrliche Kritik. Und lassen Sie mich so viel

vorwegnehmen: Damit haben die jungen Menschen, die an der Studie beteiligt waren, nicht gespart. Dabei waren die Diskussionen aber immer fair und konstruktiv und haben spannende Erkenntnisse erbracht. Für dieses rege Engagement möchte ich allen Beteiligten an dieser Stelle herzlich danken!

Ein Ergebnis, das mich besonders berührt hat: Den jungen Menschen ist wichtig, dass Duisburg für das wahrgenommen wird, was es ausmacht: Herzlichkeit, Vielfalt und Toleranz. Dieser Wunsch spricht mir aus tiefstem Herzen.

Die Studie war für uns ein erster wichtiger Schritt, um den Dialog mit der Generation U30 in Duisburg anzustoßen. Wir möchten auch weiter mit jungen Menschen und Ihnen allen im Austausch bleiben und so zusammen an einem lebens- und liebenswerten #duisburgvonmorgen arbeiten.

Ergänzend zu dieser Publikation finden Sie alle Informationen zum Projekt im Internet auf der Website www.duisburgvonmorgen.de sowie auf unseren Social-Media-Kanälen auf Instagram und Facebook (jeweils [@duisburgvonmorgen](https://www.instagram.com/duisburgvonmorgen)), auf denen Sie gerne mit uns zum Studienprojekt und zu anderen Themen, die Ihnen wichtig sind, diskutieren können.


Viel Freude bei der Lektüre

Ihr

1

Die DVV: Kurzvorstellung

0
8

 <p>> 30 Gesellschaften</p>	 <p>> 4.350 Beschäftigte</p>	 <p>1.8 Mrd. Euro Umsatz</p>
--	---	--

DVV: DAS INFRASTRUKTUR- UNTERNEHMEN FÜR DUISBURG

Die Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH (DVV) ist ein Multidienstleistungskonzern in den Bereichen Versorgung, Mobilität, IT-Dienstleistungen und Services. Zum Konzern gehören über 30 Gesellschaften mit mehr als 4.350 Beschäftigten, darunter sind auch rund 100 Auszubildende der verschiedensten kaufmännischen und handwerklichen Fachrichtungen. Die DVV zählt damit zu den großen Arbeitgebern in Duisburg und trägt entscheidend zur Bereitstellung einer leistungsfähigen Infrastruktur in der Großstadt mit rund 500.000 Einwohnerinnen und Einwohnern bei. 2020 erwirtschaftete der Konzern einen Umsatz von 1,8 Milliarden Euro.

Zum DVV-Konzern gehört auch die Stadtwerke Duisburg AG, die seit mehr als 160 Jahren die Menschen der Stadt an Rhein und Ruhr mit Strom, Wärme und Wasser versorgt. Die Stadtwerke Duisburg erzeugen und vertreiben Strom, Wärme und Trinkwasser, bieten verschiedene innovative Energiedienstleistungen an und organisieren mit einer eigenen Energiehandelsgesellschaft auch für andere Versorger den Einkauf von Energie. Mit 425 Beschäftigten erwirtschaftete das Unternehmen 2020 Umsatzerlöse in Höhe von etwa 1,6 Milliarden Euro. Die Netze Duisburg GmbH ist als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Stadtwerke Duisburg der lokale Verteilnetzbetreiber und plant, baut und betreibt mit 680 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Versorgungssparten Strom, Gas, Wasser und Fernwärme mehr als 10.000 Kilometer Versorgungsleitungen in der Stadt.

Im Geschäftsfeld Mobilität betreibt die Duisburger Verkehrsgesellschaft AG (DVG) seit über 135 Jahren den öffentlichen Personennahverkehr in Duisburg. Knapp 60 Millionen Fahrgäste sind jährlich in mehr als 100 Bussen und 57 Bahnen unterwegs. Innerhalb des mehr als 500 Kilometer umfassenden Streckennetzes legt die DVG für ihre Fahrgäste zwischen den 735 Haltestellen im Jahr mehr als 14 Millionen Kilometer zurück. 2020 erwirtschaftete die DVG mit 760 Beschäftigten einen Umsatz in Höhe von 110,6 Millionen Euro.

Den wachsenden Anforderungen an die digitale Infrastruktur in der Stadt und in der Region begegnet der DVV-Konzern mit der DCC Duisburg CityCom GmbH (DCC). Der kommunale IT- und Telekommunikationsdienstleister mit seinen mehr als 180 Beschäftigten realisiert Anschlüsse an das Highspeed-Breitbandnetz, schnellen Datentransfer und Speicherlösungen, VoIP-Telefonie und die Vernetzung von Standorten. Dafür betreibt die DCC am Standort in Duisburg mehrere zertifizierte Hochverfügbarkeitsrechenzentren sowie ein eigenes Highspeed-Breitbandnetz mit einer Länge von 225 Kilometern, das stetig ausgebaut wird und über Carrier-Anbindungen in Düsseldorf und Frankfurt am Main verfügt.

0
9



2

Das Vorgehen: Methodik der Studie

1
0

Das Erkenntnisinteresse des Studienprojekts #duisburgvonmorgen ist es, die Meinung junger Erwachsener zu relevanten Zukunftsthemen besser einschätzen zu können. Dies ist zum einen aus einer übergreifenden gesellschaftspolitischen Perspektive wichtig, da die Jugendlichen und jungen Erwachsenen von heute die Entscheiderinnen und Entscheider von morgen sind und die Zukunft des Landes prägen werden. Zum anderen liegt es im Interesse der DVV und ihrer Tochtergesellschaften als Unternehmen der öffentlichen Daseinsvorsorge, die Meinung der Menschen in Duisburg zu relevanten Zukunftsfragen kennenzulernen, um so Rückschlüsse für die Angebote und Dienstleistungen der DVV ziehen zu können.

DIE ZIELGRUPPE: „GENERATION U30“

Als Erstes wurde definiert, wer die Zielgruppe der Studie sein sollte: die Altersgruppe von 16 bis 29 Jahren. Am unteren Rand ist man mit 16 zwar noch nicht volljährig, aber erwachsen genug, um auf kommunaler Ebene zu wählen und damit bei wichtigen Zukunftsthemen mitzuentscheiden. Gleichzeitig stehen Jugendliche in diesem Alter vor wichtigen Weichenstellungen, was die Wahl der Ausbildung und des späteren Berufs betrifft. Am oberen Rand der Altersgruppe haben viele junge Erwachsene schon erste oder mehrere Schritte im Arbeitsleben getan und konkrete Vorstellungen im Hinblick auf ihre berufliche und private Zukunft entwickelt oder verwirklicht.

KONKRETISIERUNG ZENTRALER INHALTE

Nach der Definition von Erkenntnisinteresse und Zielgruppe wurden relevante Themen und Inhalte der Studie festgelegt. Diese speisten sich aus drei Quellen:

- Megatrends als zentrale Treiber globaler, nationaler und kommunaler gesellschafts- und wirtschaftspolitischer Entwicklungen (Quelle: Zukunftsinstitut, Megatrend-Map, 2020)
- Aktuelle DVV-Themen (Quelle: DVV-Zukunftsprogramm „DVVision“, 17 konzernrelevante Themen, 2019)
- Relevante kommunale Themen (Quelle: u. a. kommunale Medien wie WAZ, RP, NRZ)



3

**Themenfelder wurden
auf Basis der DVV
relevanten Megatrends
definiert**

Die Megatrends dienten als Basis für die Entwicklung der übergeordneten Handlungsfelder. Hierbei wurde eine Eingrenzung auf für die DVV relevante Megatrends vorgenommen: Energie, Arbeiten und Mobilität. Ergebnis war die Definition der drei Themenfelder „Klima & Umwelt“, „Mobilität & Infrastruktur“ sowie „Leben & Arbeiten“.

Die relevanten Subthemen aus der Schnittmenge von Megatrends, DVVision und kommunalpolitischer Agenda wurden jeweils einem der drei Themenfelder zugeordnet. Aus der Fülle der Themen wurden in einem letzten Schritt diejenigen ausgewählt, bei denen man davon ausgehen kann, dass sie im Alltag der Zielgruppe eine Rolle spielen und ohne große Vorkenntnisse bekannt sind.

Im ersten Themenfeld, „Klima & Umwelt“, lag der Schwerpunkt auf Fragestellungen rund um die Bedeutung von Klima- und Umweltschutz. Im zweiten Themenfeld, „Mobilität & Infrastruktur“, wurde der Fokus auf Themen rund um die Mobilität in der Großstadt gelegt. Im dritten Themenfeld, „Leben & Arbeiten“, ging es um Erwartungen an die Arbeit sowie das Leben in der Großstadt.

Auf dieser Grundlage wurde der Fragebogen für die forsa-Befragung entwickelt. Er bestand aus 15 geschlossenen und offenen Fragen. Die Ergebnisse aus der Umfrage wurden in Workshops aufgegriffen. Der Fragebogen kann unter www.duisburgvonmorgen.de abgerufen werden.

1
1

UMSETZUNG DER STUDIE: VORGEHEN IN DREI SCHRITTEN

Schritt 1: repräsentative Bevölkerungsumfrage

Die Umsetzung der Studie #duisburgvonmorgen erfolgte in mehreren Schritten. Zunächst war es wichtig, eine Datenbasis zu schaffen, um repräsentative Aussagen zu den Prioritäten junger Erwachsener ableiten zu können. Um valide Schlussfolgerungen zu ziehen, wurde die Zielgruppe nicht nur in Duisburg, sondern in allen NRW-Großstädten ab 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern befragt. So erreichte man eine belastbare Stichprobengröße. Zusätzlich wurde die restliche Bevölkerung ab 30 Jahren einbezogen, um mehr über mögliche Unterschiede zwischen älteren und jüngeren Befragten zu erfahren. In Summe waren 1.004 Personen Teil der forsa-Umfrage, davon 402 aus der Altersgruppe 16 bis 29 Jahre. In der Fachsprache bezeichnet man das als „disproportionale Stichprobe“. Das bedeutet, dass eine bestimmte Gruppe in einer Befragung Übergewichtet wird. Bei der vorliegenden Studie wurde der Anteil der 16- bis 29-Jährigen auf insgesamt 402 Befragte übersteuert. Für ein repräsentatives Gesamtergebnis wird der Anteil der 16- bis 29-Jährigen auf ihren tatsächlichen Anteil in der Gesamtbevölkerung heruntergewichtet. Demzufolge werden deren Antworten im Gesamtergebnis nicht „überbewertet“. Trotzdem liegen den Ergebnissen weiterhin die Antworten von über 400 Befragten der jungen Zielgruppe zugrunde und sie sind somit entsprechend belastbar.

Die Umfrage wurde im Juni 2021 vom Marktforschungsinstitut forsa mit einem Mixed-Mode-Ansatz durchgeführt. Mixed Mode bedeutet, dass die Befragung sowohl online als auch telefonisch, mit Fokus auf mobilen Anschlüssen, erfolgt. So erreicht man möglichst viele Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer.

Schritt 2: qualitative Zukunftsworkshops

In einem zweiten Schritt wurden die Umfrageergebnisse mit jungen Erwachsenen aus Duisburg in Zukunftsworkshops diskutiert und mit Blick auf die Stadt konkretisiert. An den Workshops nahmen 49 unter 30-Jährige aus Duisburg teil. Davon waren 27 männlich und 22 weiblich, 19 unter 20 Jahre alt und 30 Personen 20 bis 29 Jahre alt. Bei den Zukunftsworkshops wurden die Ergebnisse der Umfrage vorgestellt und dann in Kleingruppen vertieft.

Der Aufruf zur Teilnahme an den Workshops erfolgte über die neu aufgesetzten Kanäle von #duisburgvonmorgen auf Instagram und Facebook (@duisburgvonmorgen). Zudem wurden in Duisburg ansässige Jugendorganisationen wie Jugendclubs, politische Jugendorganisationen, Umweltverbände, Ausbildungs- und Studierendenorganisationen sowie Sport- und Freiwilligenvereinigungen angesprochen. Ziel war es, ein möglichst breites Spektrum an Beteiligten einzubeziehen. Für die Teilnahme an einem Workshop konnten sich junge Erwachsene aus Duisburg per E-Mail bewerben. Die Workshops fanden Ende September 2021 im Smart City Duisburg Innovation Center in Duisburg statt. Pro Workshop erhielten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer jeweils eine Aufwandsentschädigung.

Die Ergebnisse der Workshops sind nicht repräsentativ, sondern rein qualitativ. Es handelt sich dabei um ein Meinungsbild aus Duisburg, das mit den quantitativen Umfrageergebnissen abgeglichen werden und diese ergänzen sollte.

REPRÄSENTATIVE FORSA-UMFRAGE DURCH COMPUTERGESTÜTZTE TELEFONINTERVIEWS SOWIE REPRÄSENTATIVES ONLINE-PANEL FORSA.OMNINET

Disproportionale Stichprobe

- Insgesamt 1.004 Befragte ab 16 in NRW-Großstädten ab 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern
- Davon 402 Personen aus der Altersgruppe 16–29 Jahre (= unter 30-Jährige)
- Für ein repräsentatives Gesamtergebnis wurde der Anteil der 16–29-Jährigen ihrem tatsächlichen Anteil in der Gesamtbevölkerung entsprechend gewichtet
- Teilnahme von 46 Personen aus Duisburg, davon 19 der Altersgruppe 16–29 Jahre (nicht statistisch auswertbar)

- Alle Ergebnisse beziehen sich auf die befragten 16–29-Jährigen; andere Altersgruppen werden farblich ausgewiesen:

Unter 30-Jährige
Über 30-Jährige

1.6. – 18.6.2021

Befragungszeitraum

+/- 3 %

Fehlertoleranz

An 100 %

fehlende Prozentpunkte
= „weiß nicht“

Schritt 3: Gesamtauswertung

In einem dritten Schritt wurden die Ergebnisse ausgewertet. Dabei wurden die Erkenntnisse aus der quantitativen Umfrage mit den Ergebnissen der Workshops verglichen, um Zustimmungen und Abweichungen festzustellen. Die im Text integrierten Zitate stammen aus den Workshop-Diskussionen, sind aber anonymisiert und sollen beispielhafte Einzelstimmen aus den Workshops illustrieren. Bei den diskutierten Themen gab es teilweise klare Tendenzen, allerdings handelt es sich aufgrund der Anzahl der Teilnehmenden weiterhin nur um ein Stimmungsbild. Die repräsentativen Schlussfolgerungen können allein aus der forsa-Umfrage gezogen werden.

Umsetzungspartner des Projekts war die Düsseldorfer Beratungsagentur Deekeling Arndt/AMO sowie das Marktforschungsinstitut forsa mit Sitz in Berlin.

1
2

1
3



Schritt 1
repräsentative
Bevölkerungsumfrage



Schritt 2
qualitative
Zukunftsworkshops



Schritt 3
Gesamt-
auswertung

3

Die Ergebnisse: im Kurzüberblick

1
4

Schritt eins der Studie #duisburgvonmorgen war die repräsentative Umfrage, die in allen NRW-Großstädten ab 100.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Juni 2021 vom Meinungsforschungsinstitut forsa durchgeführt wurde. Die Ergebnisse der Umfrage mit über 400 jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 29 Jahren wurden in einem zweiten Schritt in Zukunftsworkshops mit knapp 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Duisburg diskutiert und für die Stadt konkretisiert.

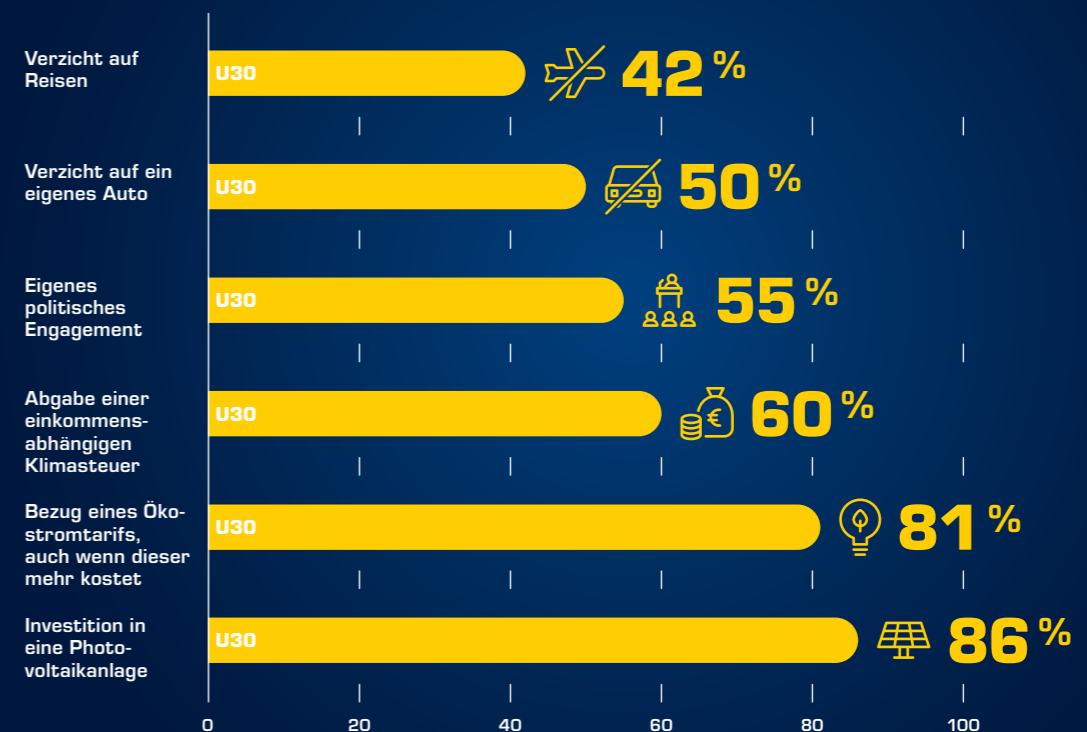
THEMENFELD KLIMA & UMWELT:

Laut forsa-Umfrage ist für mehr als neun von zehn der jungen Erwachsenen Klima- und Umweltschutz die wichtigste Aufgabe für die Städte. Die Befragten wären bereit, selbst etwas für das Klima zu tun, zum Beispiel durch den Abschluss eines Ökostromtarifs, auch wenn dieser mehr kostet (81 Prozent). Mehr als die Hälfte könnte sich vorstellen, sich politisch für den Klimaschutz starkzumachen. Die Ergebnisse zeigten jedoch auch deutlich: Das Engagement hat klare Grenzen. Auf ein eigenes Auto würde nur die Hälfte der Befragten verzichten und beim Reisen wären nur rund vier von zehn Befragten bereit, Abstriche zu machen.

Beim Thema Klima bestätigen die Duisburgerinnen und Duisburger den Trend aus der Befragung: Klimaschutz ist auch hier ein sehr wichtiges Thema für die jungen Erwachsenen. Die Zukunftsworkshops machten gleichzeitig deutlich, dass das konkrete Engagement für den Klimaschutz sehr unterschiedlich ausgeprägt ist. Manche der Beteiligten sind sehr aktiv, zum Beispiel indem sie Fahrrad fahren, durch politisches Engagement oder durch den Verzicht auf tierische Produkte. Andere Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind bislang eher zurückhaltend, wären aber bereit, ihr Verhalten zu ändern, wenn zum Beispiel Bahntickets oder Bio-Produkte günstiger wären.

1
5

Bereitschaft, einen eigenen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

Ähnlich sieht es beim Thema Mobilität aus. Viele der an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen wären bereit, auf ein eigenes Auto zu verzichten, wenn der öffentliche Nahverkehr eine bessere Alternative darstellen würde.

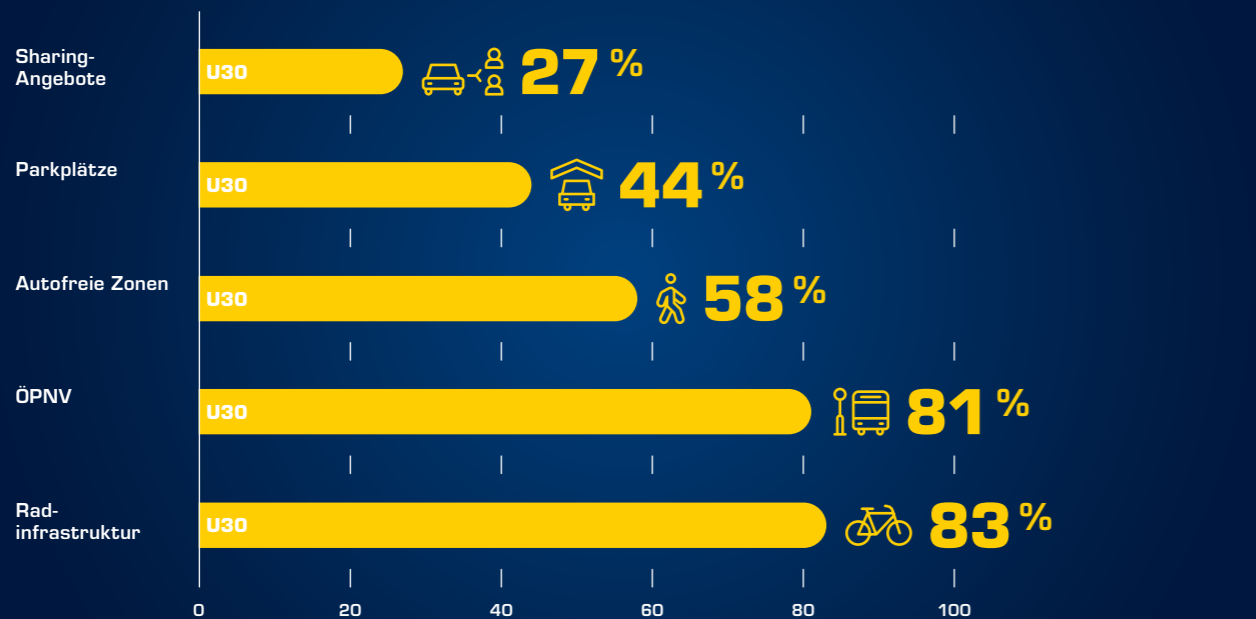


Große Bereitschaft, auf ein eigenes Auto zu verzichten

Ein weiterer Wunsch vieler der beteiligten jungen Erwachsenen aus der Generation U30: Der Klimaschutz müsse durch gezielte Informationen noch mehr Aufmerksamkeit bekommen. Denn während das Thema, auch durch Bewegungen wie Fridays for Future, für junge Menschen geradezu omnipräsent sei, spiele es für ältere Menschen häufig keine große Rolle. Um eine breite Veränderung zu erzeugen, müsse das Thema mehr und positiver kommuniziert werden.

1
6

Wichtigste Aspekte für die zukünftige Verkehrsausstattung:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

Was würde den ÖPNV attraktiver machen?

Top-3-Antworten



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

Mit Blick auf den öffentlichen Nahverkehr waren den von forsa befragten jungen Erwachsenen günstigere Preise und eine bessere Taktung am wichtigsten. Bei den Workshops wurden die Themen Ticketpreis und Taktung intensiv diskutiert. Viele wünschten sich günstigere Preise, insbesondere für junge Menschen, und den Einsatz von mehr Bussen und Bahnen zu den Stoßzeiten, zum Beispiel zu Schulbeginn und -schluss.

1
7

THEMENFELD MOBILITÄT & INFRASTRUKTUR:

Befragt nach Wünschen für die zukünftige Verkehrsausstattung waren den unter 30-jährigen NRW-weit der öffentliche Nahverkehr und die Radinfrastruktur mit großem Abstand am wichtigsten. Dahinter folgten die Themen autofreie Zonen, Parken in der Stadt und Sharing-Angebote.

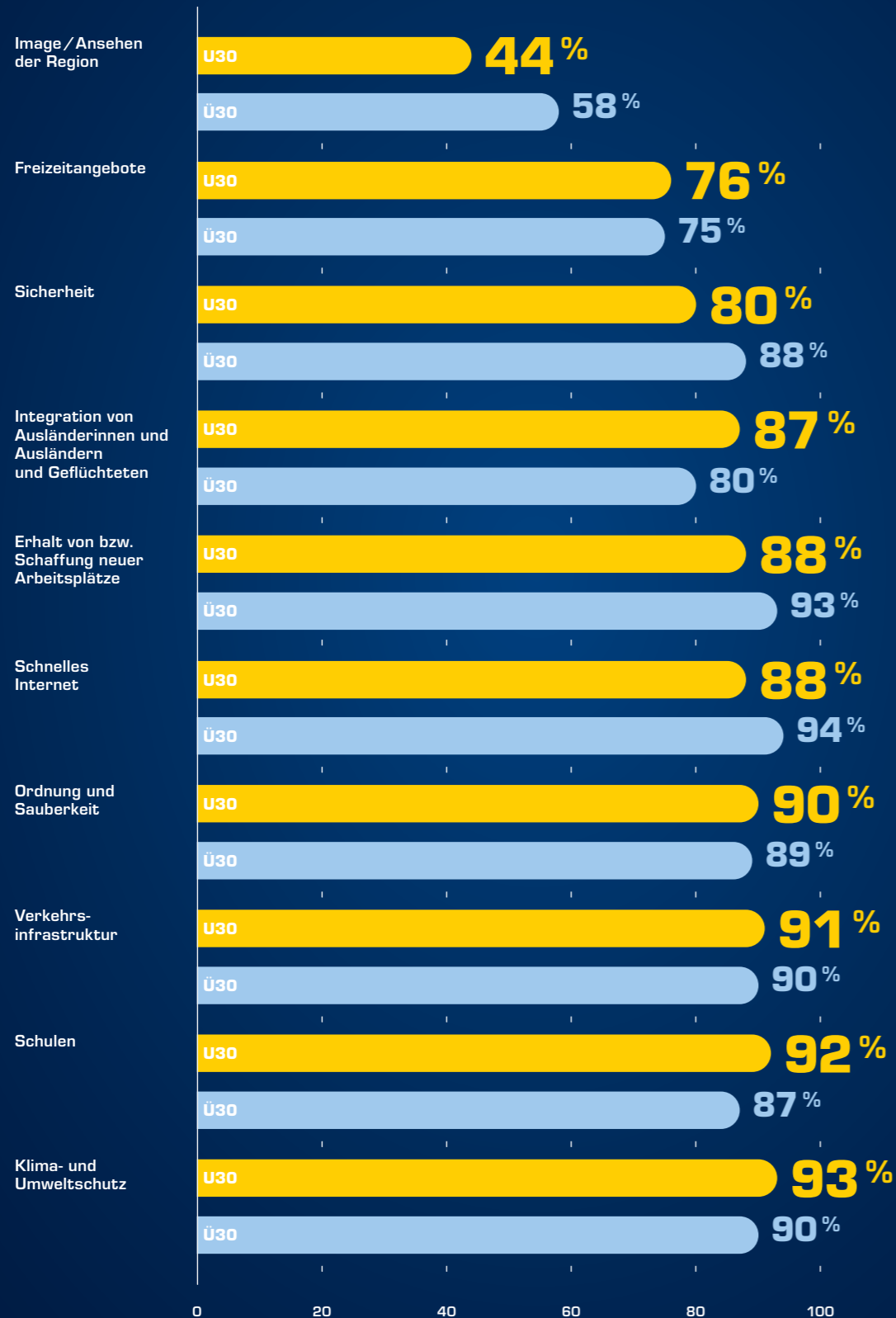


Nur 2% nutzen täglich oder mehrmals pro Woche Sharing-Angebote

Das qualitative Meinungsbild aus den Workshops bestätigte die NRW-Trends. Ein Diskussionsschwerpunkt lag auf dem Wunsch nach einer besseren Radinfrastruktur, da bestehende Radwege häufig zu schlecht ausgebaut seien. Zudem forderten viele der Beteiligten, dass die Interessen zwischen verschiedenen Verkehrsteilnehmenden besser ausgeglichen werden und weniger Fokus auf Autos liegen sollte. Viele sahen autofreie Zonen als große Chance, um mehr Raum für Busspuren und Radfahrende zu schaffen und damit insgesamt die Lebensqualität in den Städten zu erhöhen.

Die forsa-Umfrage zeigt, dass Sharing-Angebote kaum regelmäßig genutzt werden: Nur zwei Prozent fahren damit täglich oder mehrmals pro Woche. Ein Viertel der Befragten wünscht sich dennoch mehr Angebote. Bei den Zukunftswshops war die Offenheit gegenüber Sharing-Angeboten groß. Viele forderten jedoch weniger Kleinteiligkeit und eine bessere Übersicht über die bestehenden Angebote.

Wichtigste Aufgaben für Städte: (Sehr) Wichtig



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / gelb = Zielgruppe unter 30 Jahren / hellblau = Zielgruppe über 30 Jahren

THEMENFELD LEBEN & ARBEITEN:

NRW-weit war das Ergebnis der Umfrage eindeutig: Fast 80 Prozent der Befragten sind zufrieden mit ihrem Wohnort. Nur 20 Prozent würden lieber woanders wohnen, wenn sie es sich aussuchen könnten. Bei den Workshops war eine hohe regionale Verwurzelung erkennbar, auch wenn viele der Teilnehmenden konkrete Herausforderungen für die Stadt sahen.

Bei den Workshops fanden die NRW-Trends große Zustimmung. Insbesondere besteht im Bildungsbereich großer Nachholbedarf, vor allem mit Blick auf die digitale Ausstattung der Schulen. Intensiv wurde auch über das Thema Freizeitgestaltung diskutiert. Viele meinten, dass Duisburg im Vergleich zu den nahegelegenen Großstädten weniger attraktive Angebote bietet.

Die wichtigsten Aufgaben für Städte sind aus Sicht der Befragten NRW-weit Klimaschutz, Schulen, Verkehrsausstattung sowie Sauberkeit (jeweils rund 90 Prozent).

Die Schaffung neuer sowie der Erhalt bestehender Arbeitsplätze war auch bei den Workshops ein wichtiges Thema. Angesichts der steigenden Herausforderungen durch Klimawandel und Globalisierung müssten Unternehmen von Seiten der Politik beim Wandel Richtung Nachhaltigkeit unterstützt werden. Auch müsse die Stadt noch mehr für die Anwerbung neuer Unternehmen und Start-ups tun.

~ 90 %
halten Klimaschutz, Schulen, Verkehrsausstattung sowie Sauberkeit für die wichtigsten Aufgaben der Städte



Mit Blick auf das Thema Arbeit hat die forsa-Umfrage ergeben, dass im Job vor allem nette Kolleginnen und Kollegen, gute Bezahlung, Sicherheit und Work-Life-Balance zählen. Bei den Workshops standen die Themen Flexibilität und Work-Life-Balance im Vordergrund, Sicherheit und Bezahlung wurden als sekundär eingestuft.

Prioritäten für die Arbeit der Zukunft:



Nette Kolleginnen und Kollegen



Gute Bezahlung



Sicherer Arbeitsplatz



Work-Life-Balance

Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren



Die Ergebnisse: im Detail

4

Themenfeld Klima & Umwelt

Wie wichtig sind jungen Erwachsenen Klima- und Umweltschutz? Und was würden sie konkret in ihrem Alltag dafür tun? Diese Leitfragen bildeten den Kern der quantitativen Befragung und der Diskussion in den Workshops – Fragen, die auch die DVV und ihre Tochterunternehmen bewegen, zum Beispiel die Stadtwerke Duisburg, für die Ressourcenschonung und Klimaschutz eine wichtige Rolle spielen.

BEREITSCHAFT ZU ENGAGEMENT

Das Klima zu schützen, ist aus Sicht der befragten unter 30-Jährigen die zentrale Aufgabe für Städte: 93 Prozent der von forsa Interviewten gaben an, dass Städte im Bereich Klima- und Umweltschutz mehr tun müssen. Ein klares Statement. Die Umfrage zeigte eines zudem deutlich: Die Generation U30 ist selbst auch bereit, einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Konkret können sich knapp neun von zehn jungen Menschen vorstellen, in eine Photovoltaikanlage zu investieren, rund acht von zehn würden einen Ökostromtarif abschließen, auch wenn dieser mehr kostet; sechs von zehn könnten sich eine Klimaschutzsteuer vorstellen, die einkommensabhängig erhoben wird. In der Befragung zeigt sich ein Unterschied zwischen den Generationen: Bei den über 30-Jährigen stimmen jeweils rund zehn Prozent weniger diesen Aussagen zu. Das Thema Klimaschutz ist eines der wenigen, bei denen es in der Umfrage signifikante Differenzen zwischen den Altersgruppen sowie Frauen und Männern gab. Daher wird in der Ergebnisauswertung ansonsten nicht auf Unterschiede eingegangen, sie sind jedoch in vielen Grafiken farblich ausgewiesen.

~ 9 von 10

würden in eine Photovoltaikanlage investieren



55%

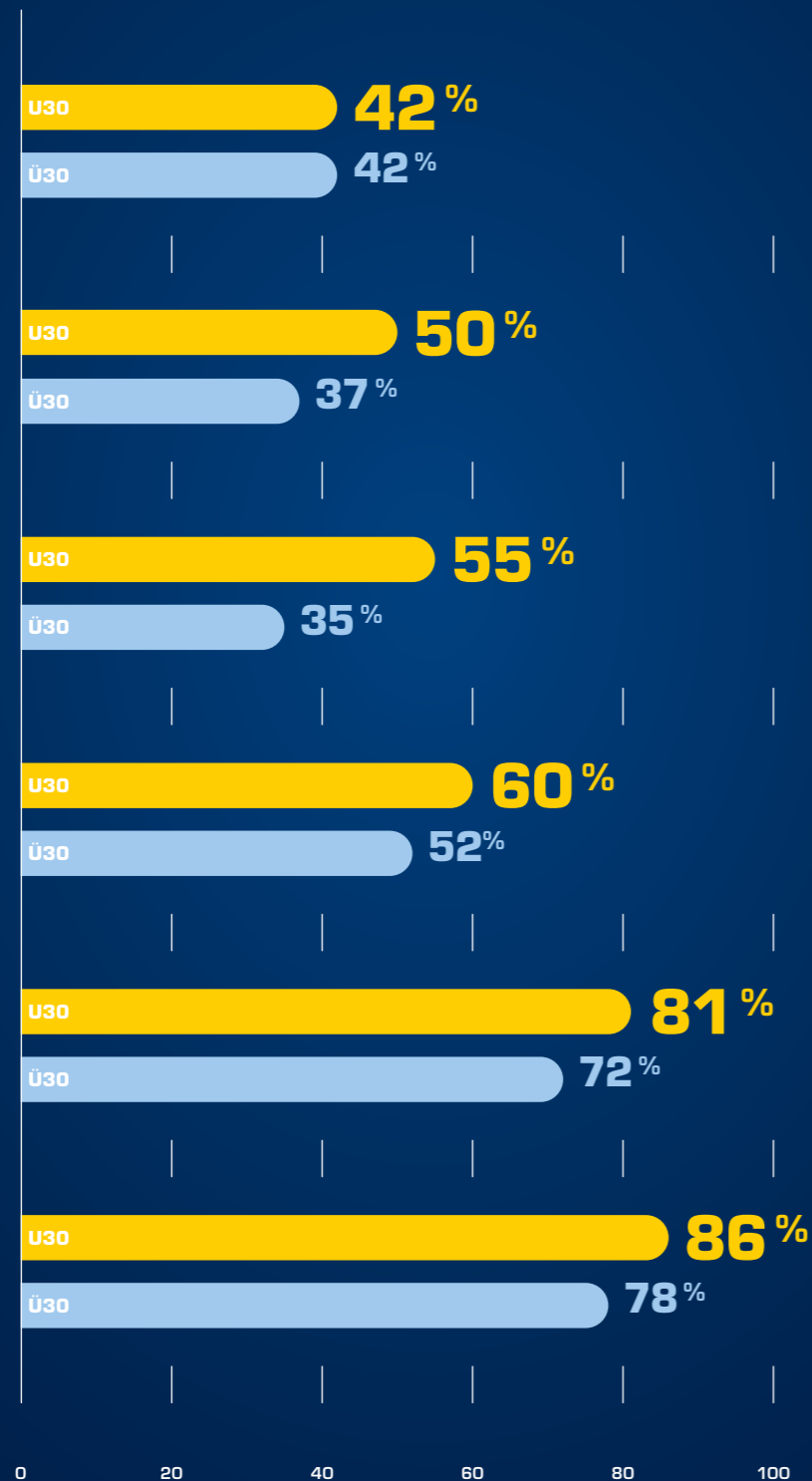
könnten sich vorstellen, sich politisch für den Klimaschutz zu engagieren



Auch mit Blick auf politisches Engagement in puncto Klimaschutz liegen die jungen Menschen vorn: 55 Prozent der befragten 16-29-Jährigen können sich vorstellen, sich politisch für den Klimaschutz starkzumachen – zum Beispiel bei Fridays for Future. In der Gruppe der über 30-Jährigen sind es mit 35 Prozent deutlich weniger. Unterscheidet man in der Altersgruppe von 16 bis 29 Jahren zwischen jungen Männern und Frauen, zeigen sich die Frauen engagierter: Sie liegen mit 59 Prozent sieben Prozentpunkte vor den Männern.

Die Umfrageergebnisse zeigen jedoch auch, dass die Bereitschaft zu Engagement für den Klimaschutz Grenzen hat. Nur die Hälfte der Befragten wäre bereit, auf ein Auto zu verzichten, und beim Reisen würden nur rund vier von zehn Abstriche zugunsten von Klima und Umwelt machen.

Bereitschaft, einen eigenen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten: (Auf jeden Fall / eher bereit)



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DWV-Konzerns / gelb = Zielgruppe unter 30 Jahren / hellblau = Zielgruppe über 30 Jahren

2
4

2
5

KLIMASCHUTZ: WICHTIGES THEMA FÜR DUISBURG – MUSS ABER MIT DEM ALLTAG VEREINBAR SEIN

Konkret auf Duisburg geblickt, ist Klimaschutz für die meisten der jungen Erwachsenen, die an den Workshops beteiligt waren, ein sehr wichtiges Thema. Viele der Teilnehmenden sind bereit, ihr Verhalten zu ändern. „Ich tue einiges in meinem Alltag für den Klimaschutz, obwohl es anstrengend ist. Zum Beispiel ernähre ich mich vegan und fahre fast nur mit dem Rad“, so eine Schülerin aus Duisburg. Andere Beteiligte sagten, dass ihnen das Thema zwar wichtig sei, sie aber in ihrem Alltag nicht viel dafür tun würden. „Es ist schwierig, gewohntes Verhalten zu verändern“, meinte ein Student aus Duisburg.

Wie schon die forsa-Umfrage ergeben hatte, machte auch das qualitative Stimmungsbild bei den Workshops deutlich, dass sehr viele junge Erwachsene nicht auf Reisen verzichten würden, um Klima und Umwelt zu schonen. Viele der Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer könnten sich jedoch vorstellen, möglichst umweltschonend zu verreisen. „Ich würde nicht komplett auf Reisen verzichten, aber mit der Bahn fahren, statt zu fliegen“, sagte ein Jugendlicher. Dafür sei es auch wichtig, dass Bahn- im Vergleich zu Flugtickets günstiger würden. Eine junge Frau machte klar, dass sie nicht bereit wäre, sich beim Reisen einzuschränken: „Gerade für junge Menschen ist Reisen doch total wichtig, um andere Kulturen und Menschen kennenzulernen.“

42% würden für das Klima auf Reisen verzichten

Das Angebot und vor allem der Preis entscheiden aus Sicht der jungen Erwachsenen in den Workshops, ob man im Alltag zu klimafreundlichen Optionen greift. Solange zum Beispiel nachhaltige Produkte teurer wären, würde es keine Veränderung geben. „Am Schluss ist bei vielen Themen doch der Preis entscheidend. Man muss sich das auch leisten können.“ Zudem muss Klimaschutz im Alltag einfach umsetzbar und effektiv sein.

Eine fiktive Klimaschutzabgabe, die erhoben würde, um die Umstellung in Richtung Klimaneutralität zu finanzieren, wäre aus Sicht der meisten Mitwirkenden eine unkomplizierte Maßnahme, um die notwendigen Investitionen zu schultern. Dieses Stimmungsbild deckt sich mit der forsa-Befragung, bei der sechs von zehn Befragten der Idee zustimmten. Die Abgabe müsste jedoch einkommensabhängig erhoben werden und dürfte Schwächere in der Gesellschaft nicht belasten. „Klimaschutz muss sozial gerecht umgesetzt werden“, so ein Teilnehmer.

Solange Fliegen so günstig ist, wird sich nichts ändern.

Bei Mobilität entscheidet ganz einfach der günstigste Preis. Und danach die Bequemlichkeit.



AUF DIE STRASSE FÜR MEHR KLIMASCHUTZ?

Laut forsa-Umfrage sind 55 Prozent der Befragten bereit, sich politisch für den Klimaschutz zu engagieren. Die Diskussionen bei den Workshops vermittelten den Eindruck, dass bei den meisten Beteiligten politisches Interesse besteht, sich aber nur wenige aktiv engagieren. Jedoch gab es bei allen Workshops immer einige Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die sich politisch für den Klimaschutz starkmachen, zum Beispiel bei Demonstrationen oder in politischen Jugendorganisationen. „Politisches Engagement ist für mich das wichtigste Mittel, um Veränderungen herbeizuführen“, sagte ein junger Duisburger.

Mit Blick auf die Wirkung von Demonstrationen war das Stimmungsbild gemischt. Viele finden zum Beispiel Fridays for Future sehr wichtig, um breite Aufmerksamkeit für das Thema zu schaffen. Andere hinterfragten den Effekt. „Ich würde nicht bei Fridays for Future mitmachen. Ich glaube auch nicht, dass das viel bewirkt“, so ein Schüler aus Duisburg. Viele waren aber bereit, sich anders zu engagieren – sei es durch die Unterstützung von Online-Petitionen, den Austausch auf Social Media oder Diskussionen mit Familie und Freunden.

55 %

könnten sich eigenes politisches Engagement für den Klimaschutz vorstellen



NACHHALTIGKEIT ALS DAS „NEUE NORMAL“

Klimafreundliche Produkte, wie zum Beispiel Ökostrom, sollten das „neue Normal“ werden, so die Meinung vieler Workshop-Teilnehmenden. „Ich verstehe nicht, warum Strom aus Braunkohle günstiger ist als Sonnenstrom“, so ein junger Berufstätiger. Viele der jungen Erwachsenen teilten die Einschätzung, dass Preise für Dienstleistungen und Produkte den Klimaschaden stärker berücksichtigen sollten. „Der Klimaschaden müsste einfach beim Preis inkludiert werden, zum Beispiel beim Reisen oder Autofahren. Dann würden sich viele sicherlich zweimal überlegen, ob sie mit dem Flugzeug fliegen oder einen Verbrenner fahren“, so eine Studentin.

AUTO VOR ALLEM PRAKTISCHE NOTWENDIGKEIT

Laut forsa-Umfrage ist die Hälfte der Befragten bereit, auf ein eigenes Auto zu verzichten. Damit ist Autofahren neben Reisen ein Thema, bei dem Verzicht keine leichte Entscheidung zu sein scheint. Die Workshops lassen einige Vermutungen zu, warum das so ist: Viele der an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen wären grundsätzlich bereit, auf ein Auto zu verzichten, allerdings bietet der öffentliche Nahverkehr aus ihrer Sicht für sie keine adäquate Alternative, vor allem wegen Umsteigezeiten und Taktung. „Ich brauche mit Bus und Bahn doppelt so lange zur Arbeit wie mit dem Auto“, sagte eine junge Erwachsene aus Duisburg. „Ich würde auch in der Stadt nicht auf ein Auto verzichten. Das braucht man, um mobil und vor allem flexibel zu sein“, ergänzte eine Studentin. Auch hier deckt sich das Stimmungsbild aus den Workshops mit der forsa-Umfrage, laut der nur 50 Prozent der Befragten für die Umwelt auf ein Auto verzichten würden.

Allerdings sehen viele der Diskutierenden ein Auto vor allem als praktische Notwendigkeit: „Ein Auto als Statussymbol finde ich einfach nur peinlich“, formulierte ein Workshop-Teilnehmer. Gleichzeitig gab es bei allen Workshops einige Stimmen, die betonten, dass ein eigenes Auto für sie mehr als nur eine praktische Bedeutung hat: „Für mich persönlich sind der Führerschein und das erste eigene Auto wichtige Meilensteine. Das möchte ich mir nicht nehmen lassen“, sagte ein Schüler aus Duisburg. Ein junger Berufstätiger ergänzte: „Für mich bedeutet ein Auto auch Spaß und ist einfach nice to have.“

50 %

würden für die Umwelt auf ein eigenes Auto verzichten



MEHR INVESTITION IN DEN KLIMASCHUTZ NOTWENDIG

Viele der an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen wünschen sich, dass die Stadt noch mehr für Klima- und Umweltschutz tut. Ihnen ist wichtig, dass die Politik in Duisburg den Rahmen setzt und mit einem guten, effizienten Klimaschutzkonzept vorangeht. „Ich möchte das Gefühl haben, dass meine Stadt einen Plan hat, wo's beim Klimaschutz langgehen soll“, fasste es eine Teilnehmerin zusammen. Die jungen Erwachsenen nannten auch konkrete Beispiele für städtische Investitionen: Bushaltestellen und öffentliche Gebäude begrünen und erneuerbare Energien ausbauen. Auch müsste die Forschung noch konsequenter gefördert werden. „Das neue Wasserstoffzentrum ist ein guter Anfang. Solche Projekte muss es noch viel mehr in Duisburg geben“, sagte ein Schüler.

Einigen Teilnehmerinnen und Teilnehmern war es wichtig, dass die Stadt bei öffentlichen Ausschreibungen mehr auf Nachhaltigkeit als auf den Preis achten sollte. „Warum erwartet man von uns, dass wir mehr für Ökostrom zahlen, wenn die Städte immer die billigsten Angebote nehmen?“, wunderte sich ein junger Duisburger.

Aus Sicht der von forsa befragten jungen Erwachsenen sind mehr Klima- und Umweltschutz die wichtigsten Aufgaben für Städte. Dass Duisburg mehr für den Klimaschutz tun muss, liegt auch für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops auf der Hand – und zwar unabhängig davon, wie voll die Kassen der Stadt sind. Hier war das Stimmungsbild in den Diskussionen eindeutig. Ein Nichtstun werde sich durch Spätfolgen rächen, davon sind viele an den Workshops Beteiligte aus der Generation U30 überzeugt. „Die Stadt muss heute handeln, sonst wird es später noch teurer“, meinte eine Jugendliche.

Der Klimaschaden von Produkten sollte im Preis sichtbar werden.



WUNSCH NACH UNTERSTÜTZUNG FÜR INDUSTRIEUNTERNEHMEN

Viele der Workshop-Teilnehmenden betonten, dass es wichtig sei, dass die kommunale Politik Unternehmen bei ihrem Weg hin zu Klimaneutralität unterstützt. Arbeitsplätze müssten erhalten bleiben, gleichzeitig müsse aber eine Veränderung stattfinden: „Die Hochöfen in Duisburg sollten mit grünem Strom betrieben werden“, so die Meinung einer Studentin.

Die jungen Erwachsenen sind zu großen Teilen überzeugt, dass ein Wandel gelingen kann – verbunden mit großen wirtschaftlichen Chancen. „Öffentlicher Klima- und Umweltschutz kann auch ein Jobmotor sein“, sagte ein anderer Teilnehmer.

93%



sehen Klimaschutz als wichtigste Aufgabe für Städte an

KLIMABEWUSSTSEIN IN JUNGER GENERATION GRÖßER

Viele der an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen gehen davon aus, dass Klimaschutz für ältere Menschen weniger wichtig ist als für die junge Generation. Es fehle ein Bewusstsein für die Bedeutung des Themas, auch weil Ältere im Gegensatz zu jungen Menschen damit weniger in Berührung kämen. „Für uns ist Klimaschutz durch die Schule und die sozialen Medien allgegenwärtig. Wir sind damit groß geworden“, sagte ein Workshop-Teilnehmer. „Die Älteren betrifft es ja auch viel weniger“, ergänzte eine Schülerin. Einige der Diskutierenden ärgerten sich über das anscheinend fehlende Interesse vieler älterer Menschen. „Die haben die Einstellung: ‚Nach uns die Sintflut.‘ Das ist doch nicht fair“, so eine junge Frau. Eine andere Teilnehmerin fände es gut, wenn die Stimme der Jüngeren in der Politik stärker berücksichtigt und das Wahlalter gesenkt werden würde.

Andere junge Erwachsene zeigten Verständnis dafür, dass Bewegungen wie Fridays for Future vor allem von jungen Menschen vorangetrieben würden. „Ich sehe da keinen Generationenkonflikt“, stellte eine Schülerin klar. „Ältere haben häufig durch Beruf und Familie einfach keine Zeit für Klimaschutz und halt andere Prioritäten“, fügte ein anderer Teilnehmer hinzu.

Duisburg sollte der erste Standort für grünen Stahl werden.



Wir brauchen bessere Aufklärung für Klimaschutz. Je sichtbarer die Informationen sind, desto mehr werden sie auch genutzt.



MEHR INFORMATION UND AUFKLÄRUNG NOTWENDIG

Gerade weil für viele Menschen das Thema Klimaschutz nicht so präsent sei, wäre es aus Sicht vieler an den Workshops Beteiligter wichtig, mehr zum Klimaschutz zu informieren. „Die Stadt müsste viel mehr Aufklärung machen, wie sich der Einzelne für mehr Klimaschutz engagieren kann“, so ein Teilnehmer. „Ich finde auch“, fasste eine junge Duisburgerin ihre Meinung zusammen, „die Stadt hat hier eine Bringschuld. Die meisten Menschen haben in ihrem Alltag keine Zeit, sich durch ein Dickicht an Informationen zu wühlen, die Stadt muss hier viel mehr und besser informieren.“

Die meisten der an den Workshops mitwirkenden jungen Erwachsenen sind sich sicher, dass der Wandel hin zur Klimaneutralität nur durch politische Entscheidungen gelingen kann. Trotzdem ist das Engagement einzelner Menschen oder Gruppen wichtig, um Aufmerksamkeit für das Thema zu schaffen und eine Vorwärtsbewegung auszulösen. „Um die Klimawende zu schaffen, braucht es eine Massenbewegung“, sagte ein Student.

Viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Workshops forderten, das Thema Klimaschutz anders zu kommunizieren. Weniger mit Fokus auf Zwang oder Verzicht, sondern als Chance: „Ich finde, dass Klimaschutz positiver rüberkommen muss“, brachte es ein Schüler aus Duisburg auf den Punkt.



Klimaschutz sollte viel positiver rüberkommen.





Eindrücke aus den Workshops

SMART CITY DUISBURG INNOVATION CENTER
ENDE SEPTEMBER 2021

3
0



← Diskutiert wurde in drei Kleingruppen.



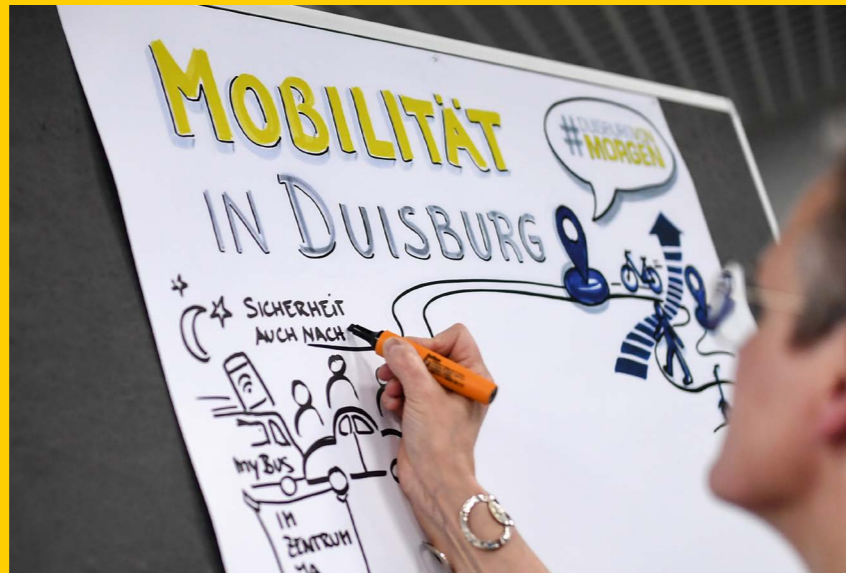
3
1

Im Rahmen des Projekts #duisburgvonmorgen veranstaltete die DVV an drei Abenden Ende September 2021 qualitative Workshops. Dabei wollte sie mit jungen Erwachsenen aus

dem gesamten Stadtgebiet ins Gespräch kommen. Die große Frage dahinter: Welche Erwartungen hat die junge Generation an ein modernes Duisburg?

Zur Teilnahme aufgerufen hatte die DVV alle interessierten jungen Duisburgerinnen und Duisburger über die sozialen Medien.

→
Die Illustratorin Antje Rieder hielt Eindrücke aus den Diskussionen in Echtzeit fest.



„Für Klimaschutz muss sich auch auf regulativer Ebene was ändern, zum Beispiel durch eine stärkere Förderung des ÖPNV.“



3
2

←
Die Diskussionen fanden im Smart City Duisburg Innovation Center in drei Kleingruppen statt, die jeweils einem Thema zugeordnet waren: „Klima & Umwelt“, „Mobilität & Infrastruktur“ sowie „Leben & Arbeiten“. Nach jeweils 30 Minuten wechselte die Gruppe, so dass alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer sich zu jedem Thema austauschen konnten.



3
3



Leben & Arbeiten in Duisburg

74%

denken, dass sie in fünf Jahren wahrscheinlich noch in derselben Stadt wohnen.



Wichtigste Aufgaben für Städte:

Klimaschutz, Schulen & Verkehrsinfrastruktur



Ebenfalls wichtig: Ordnung und Sauberkeit, schnelles Internet und neue Arbeitsplätze



Weniger wichtig: Image der Stadt



Wichtig im Job:



nette Kolleg:innen, gute Bezahlung, Sicherheit, und Work-Life-Balance



viel ... gute Verkehrsanbindung und kurze Wege

#DUISBURGVONMORGEN

3
4



Die Diskussionen verliefen immer lebhaft, manchmal auch kontrovers, aber stets freundlich und respektvoll.

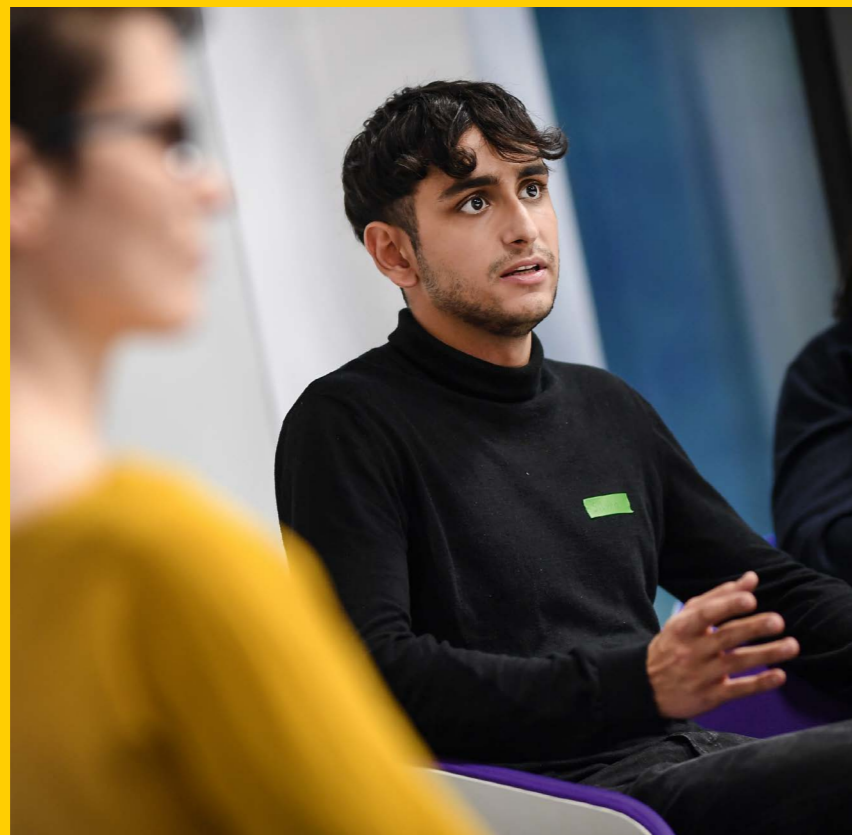


3
5



Die Teilnehmenden konnten die Umfrageergebnisse priorisieren.

„Ich wünsche mir einen stärkeren Ausgleich zwischen den Interessen verschiedener Verkehrsteilnehmenden.“



←

Die Kernergebnisse der Umfrage wurden auf Postern zusammengefasst.

→

Im Plenum wurden die Teilnehmenden von der DVV begrüßt.





In einer Kleingruppe wurde zum Thema „Klima & Umwelt“ diskutiert.

„Ich finde Homeoffice sehr praktisch, das Büro bleibt für mich trotzdem wichtig.“



„Ich würde weniger Auto fahren, wenn der ÖPNV eine bessere Alternative bieten würde.“

4
0



4
1



← Mit roten, gelben und grünen Smileys konnten die Teilnehmenden die Ergebnisse bewerten.

Die drei Zukunftswerkshops waren Teil des Projekts #duisburgvonmorgen. Sie bilden den qualitativen Gegenpart zur NRW-weiten Befragung von rund 400 jungen

Erwachsenen durch das Meinungsforschungsinstitut forsa. Die Ergebnisse der Befragung wurden in den Workshops diskutiert und speziell für Duisburg reflektiert.

Aufgrund der Teilnehmerzahl handelt es sich dabei um ein qualitatives Stimmungsbild. Repräsentative Aussagen können nur aus der NRW-weiten Umfrage gezogen werden.



Die an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen aus der Generation U30 sparten nicht mit Kritik, blieben aber stets konstruktiv.



4
2



„Duisburg hat viel mehr zu bieten, als man auf den ersten Blick sieht.“



4
3



Die Illustratorin fasste zentrale Eindrücke auf Postern zusammen. Für die eindrucksvolle Visualisierung erntete Antje Rieder bei jedem Workshop großen Applaus.

Die Ergebnisse der drei Arbeitsgruppen wurden nach Abschluss der dritten Runde im Plenum vorgestellt und mit allen diskutiert.

Danach endeten die Workshops nach zweieinhalb Stunden intensiver Beteiligung aller Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus der Generation U30.



4

Themenfeld Mobilität & Infrastruktur

4
6

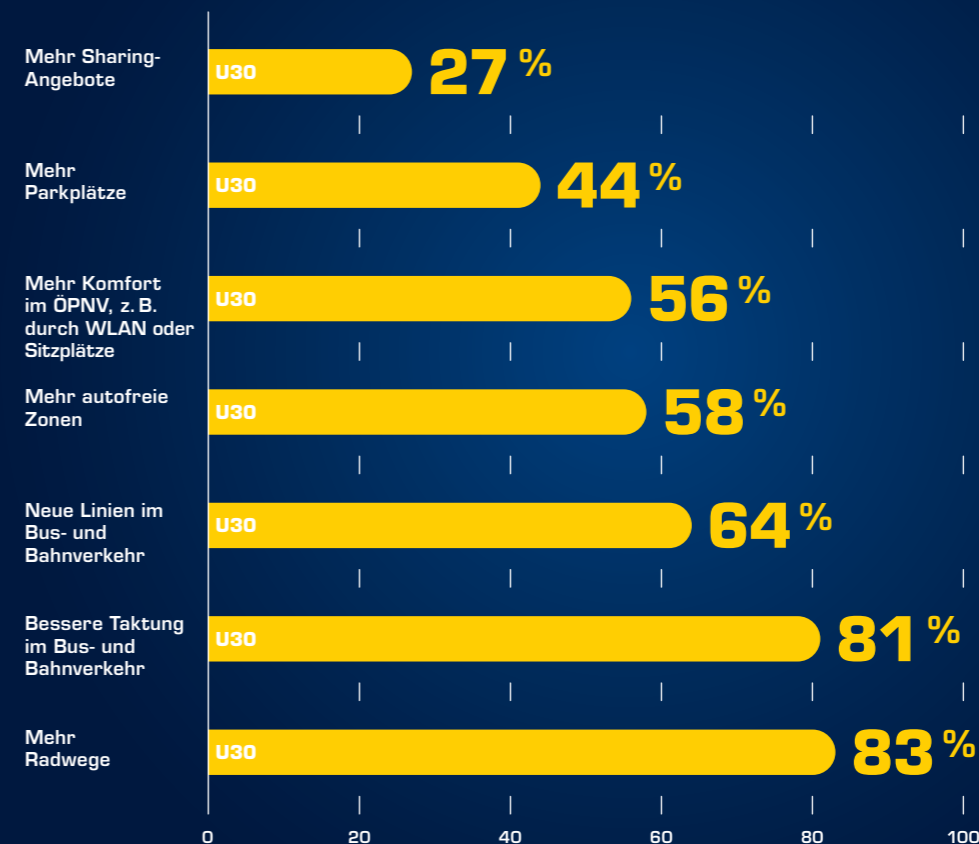
Die DVG befördert mit ihren Bussen und Bahnen rund 170.000 Personen am Tag. Der öffentliche Nahverkehr dient nicht nur der individuellen Mobilität, sondern ist ein wichtiger Beitrag zum Klimaschutz. Um den ÖPNV attraktiver zu machen und so noch mehr Menschen dafür zu begeistern, ist es für die DVV wichtig zu wissen, was sich junge Menschen für die zukünftige Verkehrsausstattung und Mobilität in der Großstadt wünschen. Diese und weitere Aspekte stehen daher im Zentrum des Themenfelds.

FOKUS AUF FAHRRAD UND ÖFFENTLICHEM NAHVERKEHR

Wenn es um eine bessere Verkehrsausstattung in der Großstadt geht, standen für die von forsa befragten unter 30-Jährigen die Themen öffentlicher Nahverkehr und Radinfrastruktur mit großem Abstand an erster Stelle. Jeweils über 80 Prozent sehen hier das größte Verbesserungspotenzial. 58 Prozent wünschen sich mehr autofreie Zonen. Dahinter liegen das Parken in der Stadt und das Thema Sharing (44 Prozent und 27 Prozent).

Auch bei den Zukunftswerkshops wurde viel über die Fahrradinfrastruktur diskutiert. Eine Tendenz, die sich in den Diskussionen abzeichnete, war, dass viele der vorhandenen Radwege nicht sicher genug seien. „Die sind oft grausam: teilweise breit, dann wieder schmal, mit vielen Wurzeln, löchrig und alt“, beschrieb eine Studentin den Zustand. Zudem seien mehr Schnellstrecken für Fahrräder sinnvoll. „Wir brauchen Radachsen, um schnell durch die Stadt zu kommen. Gerade auf der Nord-Süd-Strecke“, wünschte sich ein junger Berufstätiger.

Verbesserungsvorschläge für die Verkehrsausstattung in der eigenen Stadt:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

4
7

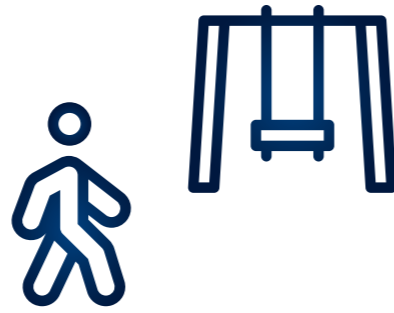
MEHR BALANCE ZWISCHEN DEN VERKEHRSTEILNEHMENDEN

Bei der zukünftigen Verkehrsplanung sollte mehr auf ein faires Miteinander aller Verkehrsteilnehmenden geachtet werden. Der Fokus sollte nicht hauptsächlich auf den Interessen von Autofahrenden liegen. „Wir brauchen eine andere Balance zwischen Auto und Rad. Dazu müssen wir an viel mehr Stellen den Radstreifen auf die Straße verlegen“, meinte eine Schülerin.

Auch die Ampelschaltung sollte sich nicht nur nach Autos richten. Dies ist nach Meinung vieler an den Workshops Beteiligter heute häufig der Fall. Genauso müssten bei der Erneuerung von Straßen Radwege immer mitgedacht werden. „Das Absurde ist oft: Die Straße wird neu gemacht, aber der Radweg bleibt alt. Es bräuchte eine Pflicht, den Radweg ebenso zu erneuern“, fasste es ein junger Mann aus Duisburg zusammen.

58%

wünschen sich mehr autofreie Zonen in Innenstädten



AUTOFREIE ZONEN ALS CHANCE FÜR DIE VERKEHRSWENDE

58 Prozent der NRW-weit befragten jungen Erwachsenen wünschen sich mehr autofreie Zonen. Bei den Workshops wurde die Idee autofreier Zonen sehr intensiv diskutiert. Autofreie oder autoarme Zonen wären aus Sicht vieler junger Erwachsener, die bei den Workshops mitdiskutiert haben, der Hebel für eine schnelle Verkehrswende. „Autofreie Zonen schaffen den Raum, damit wir Radwege und ÖPNV überhaupt attraktiv ausbauen können. Duisburg ist sehr eng, ohne autofreie Zonen fehlt einfach der Platz“, sagte eine junge Berufstätige. In der Stadt würden so nicht nur Treibhausgase verringert, sondern auch neue Räume für Aktivitäten mit Kindern, die Gastronomie und Veranstaltungen geschaffen – ein Plus für die Lebensqualität. Ein anderer Mitwirkender ergänzte: „Reine Autostraßen oder Parkplätze sind doch verschwendeter Raum. Mit autofreien Zonen können wir Städte interessanter gestalten. Die vermitteln ein anderes Gefühl.“

Einzelne junge Erwachsene kritisierten in den Workshops die Idee autofreier Zonen: „Autofreie Zonen sind ja wünschenswert, aber ich befürchte zu viele Einschränkungen“, sagte eine Schülerin. Viele forderten einen Mittelweg: „Die Autos sollten nicht verbannt werden. Lieber Tempo 30 mit intelligenter Ampelschaltung und einer besseren Infrastruktur für das Rad“, wünschte sich eine junge Frau. Ebenso brauche es Lösungen für Menschen, die beruflich in die Innenstadt pendeln und auf das Auto angewiesen sind: „Autofreie Zonen ja. Aber dafür müssen wir dann alternative Parkmöglichkeiten schaffen, wie Park and Ride mit den entsprechenden Busverbindungen“, wünschte sich ein junger Berufstätiger.

Mit autofreien Zonen könnten wir richtig Leben schaffen: für Bars, Clubs, Restaurants, spielende Kinder.

Der Süden ist zu schlecht angebunden. Mobilität darf sich nicht nur auf die Innenstadt beschränken.

Viele der an den Workshops beteiligten U30-Jährigen wünschten sich eine höhere Schnelligkeit: „Teilweise bin ich mit dem Bus zehn bis 20 Minuten langsamer, als wenn ich mit dem Auto fahren würde“, sagte eine junge Duisburgerin. Auch Klimafreundlichkeit war für viele der Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer wichtig: „Wir müssen die Busse jetzt endlich auf Elektro oder Wasserstoff umrüsten. Die fahren alle noch mit Verbrenner“, sagte eine Schülerin.

Sehr häufig wurde auch die Anbindung von Außenbezirken angesprochen sowie die regionale Integration von Duisburg innerhalb von Ruhrgebiet und Rheinland. „Der ÖPNV sollte weniger für jede Stadt, sondern regionsübergreifend konzipiert werden“, wünschte sich ein Student aus Duisburg.

Aus Sicht vieler der an den Workshops teilnehmenden jungen Erwachsenen sollte der öffentliche Nahverkehr noch mehr Serviceleistungen anbieten, zum Beispiel in Form von digitalen Anzeigetafeln an den Haltestellen und WLAN. „Ich wünsche mir WLAN und Ladestationen in allen Bussen und Bahnen“, so eine Workshop-Teilnehmerin.

KONKRETE VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE FÜR DEN ÖPNV

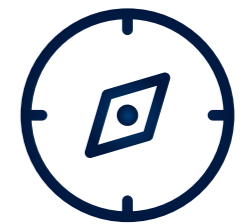
Mit Blick auf den öffentlichen Nahverkehr waren den von forsa befragten jungen Erwachsenen günstigere Preise und eine bessere Taktung am wichtigsten (72 Prozent). Für sechs von zehn geht es um mehr Tempo im ÖPNV. Ein Drittel der Befragten wünscht sich kürzere Wege zur nächsten Haltestelle.

Bei den Workshops wurden die Themen Ticketpreis und Taktung viel diskutiert. „Die Preise im ÖPNV sollten günstiger sein, vor allem für junge Menschen“, sagte ein Workshop-Teilnehmer. „Die Abo-Tickets sind zu sehr mit Hürden behaftet und teilweise auch zu teuer. Für Azubis kostet das 70 Euro“, sagte eine Auszubildende. Gleichzeitig gaben viele der jungen Erwachsenen zu bedenken, dass der Handlungsspielraum für viele Kommunen eingeschränkt sei: „Für den ÖPNV bräuchten wir eigentlich ein ‚365-Tage-Ticket‘. Aber das ist für die Städte gar nicht finanzierbar. Da muss der Bund ran“, fasste ein Student aus Duisburg seine Meinung zusammen.

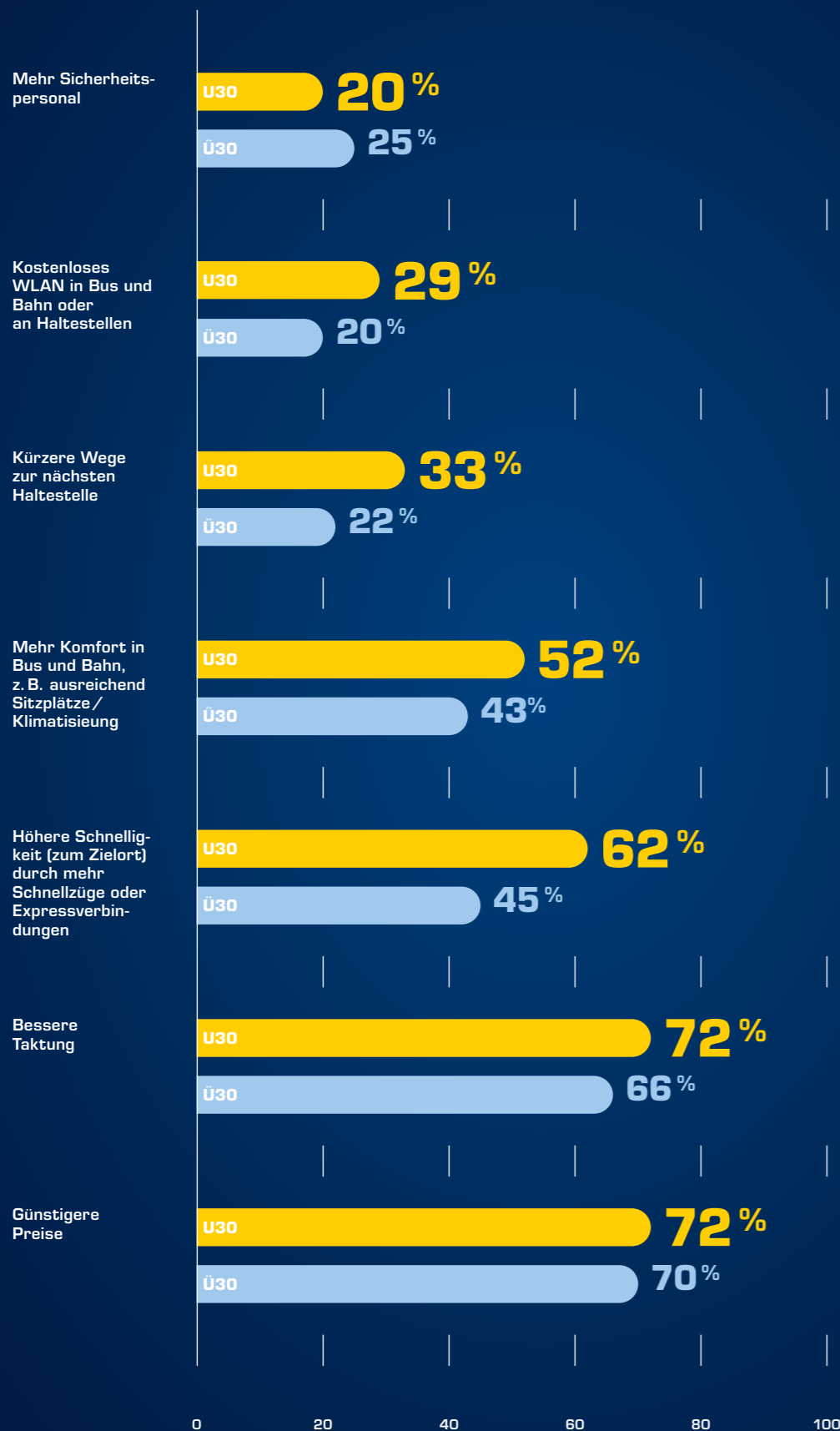
Mit Blick auf die Taktung gab es ein mehrheitlich differenziertes Stimmungsbild. „In der Innenstadt ist die Taktung okay“, meinte ein Jugendlicher. Probleme gebe es aber vor allem zu den Stoßzeiten, insbesondere für Schülerinnen und Schüler.

> 80%

sehen im ÖPNV und in der Radinfrastruktur das größte Verbesserungspotenzial

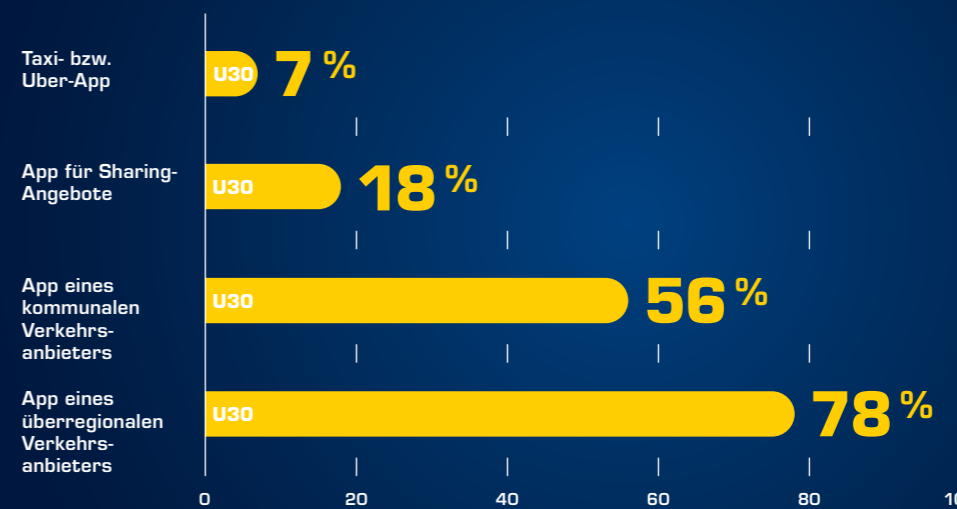


Steigerung der Attraktivität von Bus und Bahn:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / gelb = Zielgruppe unter 30 Jahren / hellblau = Zielgruppe über 30 Jahren

Welche Mobi-App wird genutzt?



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

MOBILITÄTS-APPS – EINGESCHRÄNKT SINNVOLL

Mit Blick auf Mobilitäts-Apps (Mobi-Apps) zur Fahrtenplanung zeigten in der forsa-Befragung unter 30-jährige eine größere Affinität als Ältere. Ein Drittel nutzt regelmäßig Mobi-Apps, bei den über 30-jährigen tun dies nur 15 Prozent.

80 Prozent der jungen Mobi-App-Userinnen und -User nutzen die App eines überregionalen Verkehrs-anbieters, 56 Prozent die eines kommunalen. Knapp 20 Prozent verwenden die Anwendungen für Sharing-Angebote. Am wichtigsten ist den Befragten bei Mobi-Apps, dass sie Informationen in Echtzeit enthalten und verschiedene Verkehrsmittel berücksichtigen.

Bei den Workshops gab es ein gemischtes Meinungsbild mit Blick auf Mobi-Apps. Vor allem forderten die meisten der Teilnehmenden, dass Apps Informationen bündeln müssten. „Ich habe keine Lust, auf fünf verschiedene Apps zu schauen. Es braucht eine App, die alles zusammenführt“, fasste es ein Jugendlicher in einem der Workshops zusammen. Es fehle häufig eine gute Übersicht: „Aus meiner Sicht mangelt es an Aufklärung. Was können die Apps? Wie helfen sie mir, mich in der Stadt intelligenter fortzubewegen?“, sagte ein junger Erwachsener.

~ 80% nutzen die App eines überregionalen Anbieters



Für andere schufen lokale Mobi-Apps kaum Mehrwert. „Wenn ich wissen will, wie ich am besten von A nach B komme, nutze ich Google Maps und nicht die VRR- oder die Bahn-App“, fasste eine Schülerin ihre Meinung zusammen.

GROSSE OFFENHEIT FÜR SHARING-OPTIONEN

Die forsa-Umfrage zeigt, dass Sharing-Angebote kaum regelmäßig genutzt werden: Nur zwei Prozent nutzen sie täglich oder mehrmals pro Woche. Rund ein Viertel der Befragten wünscht sich dennoch mehr Angebote. Das legt die Vermutung nahe, dass die bestehenden Angebote am Bedarf vorbeigehen.

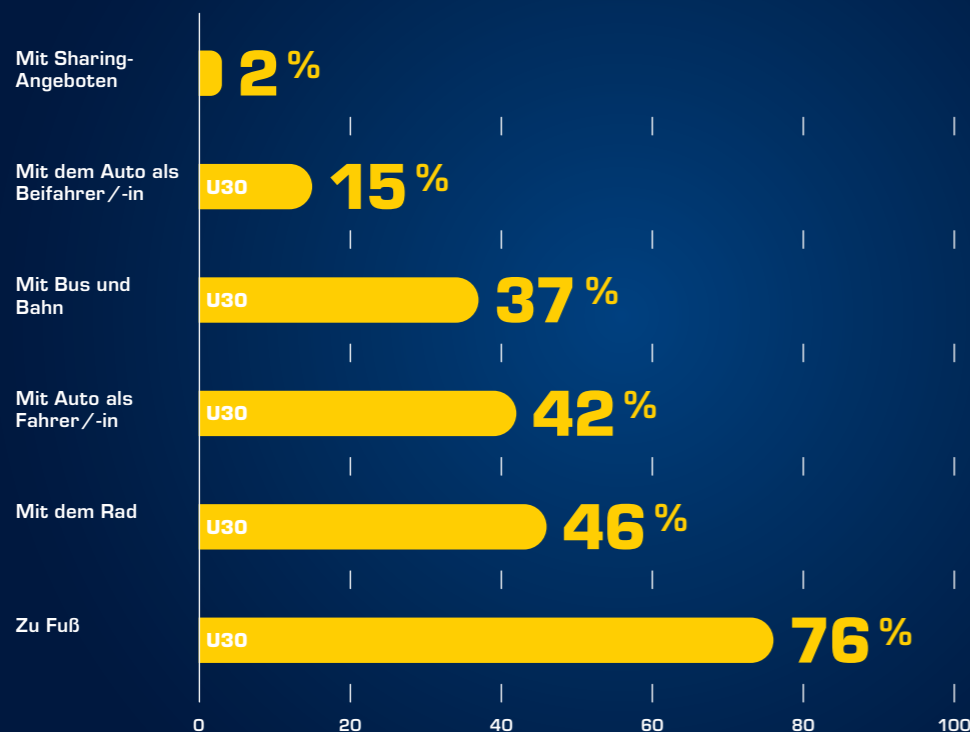
27 %
wünscht sich mehr bzw. bessere Sharing-Angebote

Bei den Zukunftswerkshops war die Offenheit gegenüber Sharing-Angeboten groß. „Klar, Sharing ist die Lösung für die Verkehrswende“, sagte ein junger Erwachsener. Gleichzeitig werden in der Sharing-Praxis viele Hürden gesehen, wie zum Beispiel die dezentrale Umsetzung und fehlende Informationen. „Sharing-Angebote sind zu kleinteilig, wenig koordiniert, wenig durchschaubar. Die Hürde, das zu nutzen, ist dadurch hoch“, fasste es eine junge Duisburgerin zusammen. Zudem, so die Meinung von vielen der Beteiligten aus der Generation U30, seien Sharing-Angebote meist zu teuer.

Die verschiedenen Sharing-Optionen, wie Roller, Fahrräder, On-Demand-Busse oder Autos, wurden unterschiedlich bewertet. Viele der Beteiligten sahen E-Roller kritisch: „Sharing verbinde ich immer mit E-Rollern, die irgendwo rumliegen und die Umwelt verschmutzen“, sagte eine Schülerin aus Duisburg. „E-Scooter sind ein Freizeit-Angebot, aber keine Lösung für die Mobilität im Alltag“, meinte ein anderer Teilnehmer.

5
2

Häufigste Fortbewegungsmöglichkeiten in der eigenen Stadt: (Täglich / mehrmals)



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

Die Sharing-Angebote sind doch nur auf die Innenstadt beschränkt. In der Peripherie ist kein Angebot da, auf das man sich im Alltag verlassen wollen würde.



Das qualitative Meinungsbild mit Blick auf Rad- oder Auto-Sharing war insgesamt positiver. „Rad-Sharing ist eigentlich super, vor allem für kurze Strecken“, sagte ein junger Mann. In Summe sei das Angebot aber nicht breit genug. „An vielen zentralen Punkten der Stadt gibt es keine Sharing-Räder. Dann kann das Konzept auch nicht funktionieren.“

Die Diskussion mit Blick auf Auto-Sharing ging in eine ähnliche Richtung: „Car-Sharing ist wirklich unterentwickelt in Duisburg. Warum gibt es da nicht ein besseres Angebot?“, wunderte sich eine Studentin. Wichtig sei es auch, die Angebote nicht nur auf die Innenstadt zu beschränken, sondern auch entfernte Stadtteile einzubeziehen. Für On-Demand-Bus-Angebote wie „myBUS“ gab es viele positive Stimmen. Hier fehle es aber an Informationen. „myBUS ist ein super Angebot, aber einfach zu wenig bekannt. Man müsste dafür mehr Werbung machen“, sagte ein Schüler.

In Summe wünschten sich viele der Mitwirkenden mehr Informationen zu Sharing. „Man hat zu wenig Information, wie das funktioniert“, sagte ein Diskussionsteilnehmer. Viele an den Workshops beteiligte junge Erwachsene schlugen vor, Sharing-Angebote in Abos zu integrieren. „Man sollte die Sharing-Angebote mit dem DVG-Ticket verbinden. Das würde einen echten Anreiz schaffen“, meinte eine Teilnehmerin.

MEHR INTEGRIERTE ANSÄTZE GEFORDERT

Ob mit Blick auf den öffentlichen Nahverkehr, Radwege, Sharing-Konzepte oder Apps: Insgesamt bemängelt das Gros der an den Workshops Teilnehmenden, dass es zu viele verschiedene Angebote gibt. Viele wünschen sich mehr integrierte und übergreifende Ansätze. Zum Beispiel könne eine zentrale App bei der Verkehrsplanung helfen: mit einem Überblick über alle Angebote und den notwendigen Informationen, zum Beispiel zu Verspätungen.

Nur 2 %
nutzen Sharing-Angebote täglich oder mehrmals pro Woche



5
3

4

Themenfeld Leben & Arbeiten

5
4

Was sind die wichtigsten Zukunftsaufgaben, die Städte heute angehen müssen? Wie stellen sich junge Erwachsene die Arbeit in Zukunft vor? Und welche Rolle spielt Digitalisierung in ihrem Leben? Diese und weitere Themen wurden im dritten Themenfeld besprochen – wichtige Aspekte für die DVV und ihre Tochterunternehmen, zum Beispiel für die DCC, die den Glasfaserausbau in der Stadt vorantreibt.

IN DER REGION STARK VERWURZELT

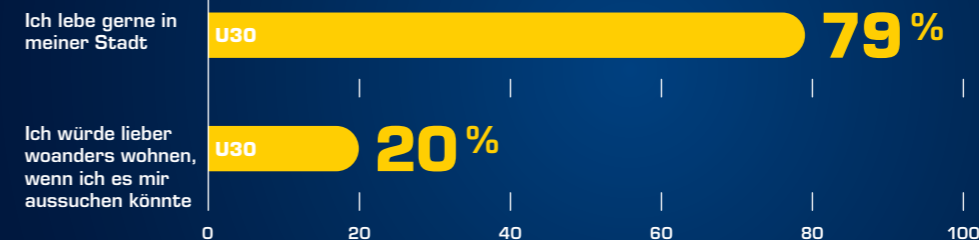
NRW-weit war das Ergebnis der Umfrage eindeutig: Fast 80 Prozent der Befragten sind zufrieden mit ihrem Wohnort. Nur 20 Prozent würden lieber woanders wohnen, wenn sie es sich aussuchen könnten.

Viele der von forsa Befragten haben auch mit Blick auf die Zukunft ein klares Meinungsbild. Drei Viertel der Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer denken, dass sie in fünf Jahren auf jeden Fall oder wahrscheinlich noch in derselben Stadt wohnen werden. Als Gründe werden der Beruf, Lebensqualität, Verwurzelung in der Region und Immobilieneigentum genannt. Beruf und Ausbildung sind umgekehrt auch die beiden wichtigsten Faktoren, warum junge Menschen wegziehen würden. Zehn Prozent der Befragten nennen negative Entwicklungen in ihrer Stadt als Grund, in eine andere Stadt zu ziehen.

Bei den Zukunftswerkshops war das Meinungsbild nicht eindeutig. Für viele der beteiligten unter 30-Jährigen lag das Thema zu sehr in der Zukunft. „Ich weiß jetzt noch nicht, wo ich in fünf Jahren wohnen werde“, sagte eine junge Frau aus Duisburg. Andere der an den Workshops Beteiligten sahen sich mittelfristig nicht mehr in der Stadt, vor allem aus persönlichen Gründen. „Ich würde gerne in eine größere Stadt ziehen oder im Ausland leben“, so eine Teilnehmerin. Ein Schüler sagte: „Ich möchte woanders studieren und dann auch umziehen.“

5
5

Zufriedenheit mit dem Wohnort:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

50%
würden aus
beruflichen Gründen
die eigene Stadt
verlassen

Junge Menschen mit starken Wurzeln in der Region fanden sich in jedem Workshop. „Wenn ich Duisburg verlasse, bleibe ich zumindest in der Region. Die Nähe zur Familie ist mir schon wichtig.“ Für einige wenige war jetzt schon klar, dass Duisburg langfristig Heimat und Wohnort bleiben wird. „Duisburg ist meine Stadt. Auch wenn ich woanders studiere und dort dann wohne, komme ich auf jeden Fall zurück“, so eine Schülerin.

Duisburg ist Liebe auf den zweiten Blick. Man muss die Stadt kennenlernen, dann findet man auch schöne Ecken.



DIFFERENZIIERTER BLICK AUF DUISBURG

Trotz allgemein starker Bindung an die Stadt gingen die Meinungen bei der aktuellen Lebensqualität von Duisburg auseinander. Bei einem Alleinstellungsmerkmal der Stadt waren sich jedoch viele einig: die gradlinige Mentalität der Duisburgerinnen und Duisburger. „Duisburg ist typisch Ruhrgebiet. Die Menschen gehen offen aufeinander zu und sagen, was Sache ist“, sagte ein Teilnehmer. Auch die große kulturelle Vielfalt wurde von den meisten positiv bewertet: „Die Stadt ist sehr vielfältig. Hier leben Menschen aus allen Ländern, da fühlt man sich nicht wie ein Fremder.“

Gleichzeitig sahen einige aber auch Herausforderungen. „Die Stadtteile sind sehr unterschiedlich. Es wäre gut, wenn für die Problemviertel mehr getan würde“, so eine junge Duisburgerin. Ein anderer Teilnehmer ergänzte: „Man muss schon unterscheiden zwischen dem Süden und Orten wie Hochfeld und Marxloh. Das sind völlig verschiedene Welten.“

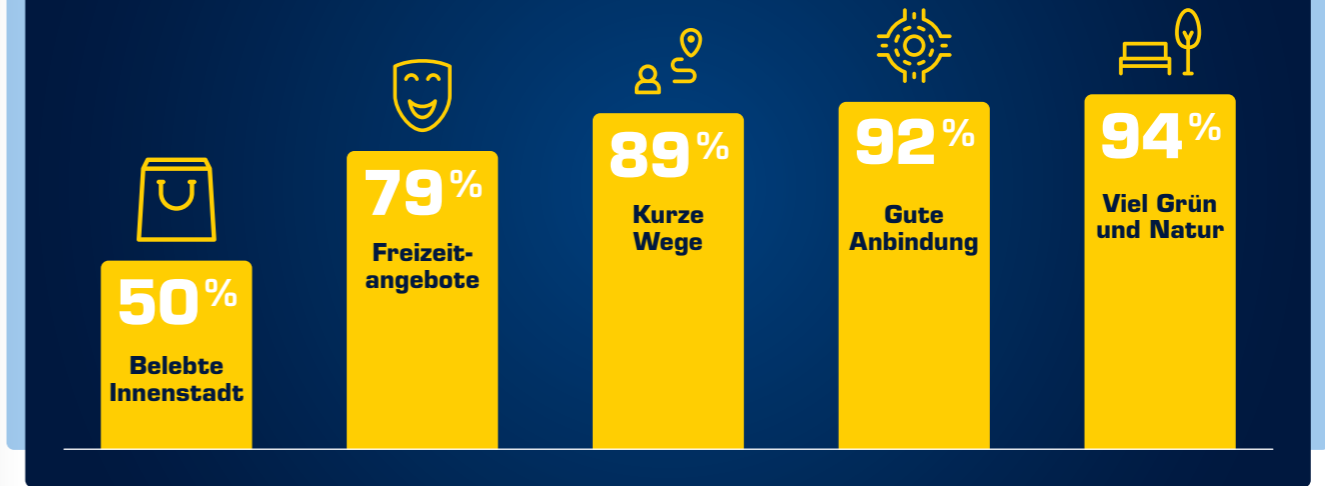
5
6

Gründe, in fünf Jahren nicht mehr in derselben Stadt zu wohnen:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

Prioritäten am Wohnort:



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

STÄDTISCHES GRÜN UND ATTRAKTIVE FREIZEITANGEBOTE WICHTIG

Schon die forsa-Umfrage hat ergeben, dass den unter 30-Jährigen an ihrem Wohnort vor allem viel Grün, eine gute Verkehrsanbindung und kurze Wege wichtig sind. Auf Freizeitangebote legen knapp acht von zehn Befragten großen Wert. Eine belebte Innenstadt mit Einkaufsmeile spielt nur für die Hälfte der Befragten eine wichtige Rolle.

Mit Blick auf die vorhandenen Parks gab es immer wieder Stimmen, die sich wünschten, dass die Parks sauberer werden müssten. Manche Beteiligte attestierten ein fehlendes Umweltbewusstsein. „Viele Leute haben überhaupt kein Gefühl für Sauberkeit. Da kann die Stadt auch nichts machen“, so ein Teilnehmer. Andere an den Workshops beteiligte junge Erwachsene waren mit den vorhandenen Parks zufrieden: „Duisburg ist viel grüner, als ich vorher erwartet hatte“, sagte eine Studentin.

Bei den Workshops gab es große Zustimmung zu den Umfrageergebnissen. Sehr vielen der Beteiligten sind attraktive Freizeitangebote wichtig, vor allem für junge Menschen. Hier sahen einige der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch Verbesserungspotenzial. Insbesondere abends habe die Stadt wenig zu bieten. „Duisburg ist nachts wirklich eine Geisterstadt“, meinte eine junge Frau, die an einem der Workshops beteiligt war.

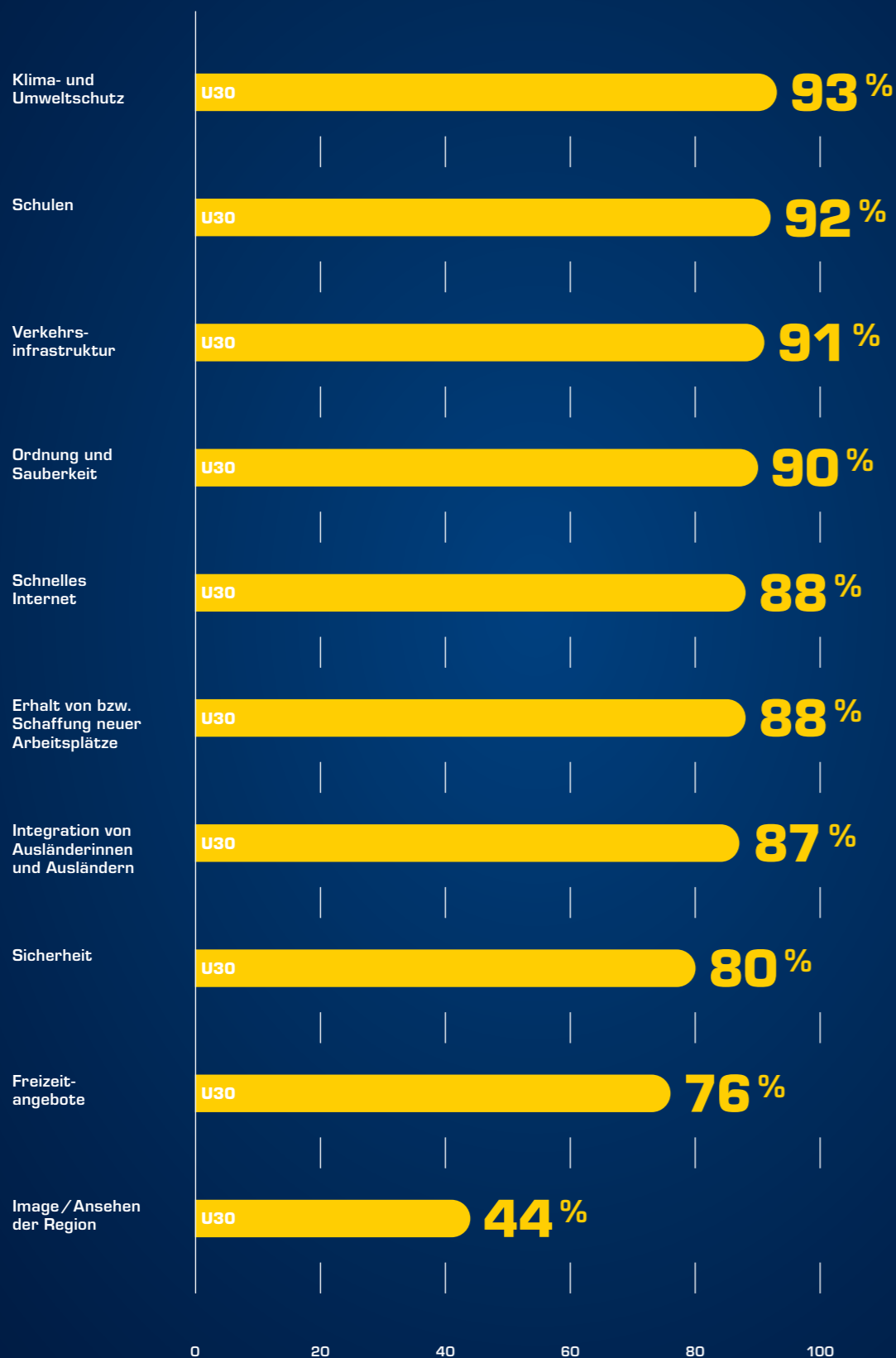
Neben einem abwechslungsreichen Nachtleben seien auch Outdoor-Angebote wichtig, wie zum Beispiel Mehr- generationenspielflächen. Wie bei der forsa-Befragung waren für viele an den Workshops beteiligte U30-Jährige moderne Grünflächen und Fassadenbegrünung wichtig: „Wir brauchen mehr Bäume und Grünflächen in der gesamten Stadt. Dann sieht es sauberer aus und die Luftqualität wird besser.“

79%
legen auf
Freizeitangebote
großen Wert



5
7

Wie wichtig ist es aus Ihrer Sicht, dass in Ihrer Stadt für die folgenden Bereiche mehr getan wird? (Sehr /Wichtig)



Quelle: Forsa Juni 2021 im Auftrag der DVV / gelb = Zielgruppe unter 30 Jahren

BILDUNG UND DIGITALISIERUNG WICHTIGSTE AUFGABEN

Klima- und Umweltschutz, Schulen und die Verkehrsinfrastruktur sind laut forsa-Umfrage für die Befragten NRW weit die Top-Aufgaben der Großstädte. Nachgeordnet sind Themen wie das Image der Region.

Bei den Workshops gab es eine insgesamt große Zustimmung zu den Umfrageergebnissen. Auch hier liegen Klimaschutz und Verbesserungen in der Verkehrsinfrastruktur als sehr wichtige Aufgaben für Duisburg weit vorn. Der Schwerpunkt der Diskussion lag bei den Workshops jedoch auf den Themen Bildung und Digitalisierung.



Bei den Diskussionen sagten viele der Teilnehmenden, dass sie im Bildungsbereich Nachholbedarf sehen: „Viele Schulgebäude sind alt und marode“, meinte ein Schüler. Eine moderne Ausstattung der Schulen ist aus Sicht vieler Workshop-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer Voraussetzung für eine sozial gerechte Bildung. „Es gibt ein großes Gefälle bei der Ausstattung der Schulen. Das verstärkt die sozialen Unterschiede.“ Eine Schülerin ergänzte: „Bildung ist enorm wichtig, damit es gerechter wird. Eigentlich müsste man die Schulen stärker durchmischen.“

Bildung ist doch die Basis für alles andere.

Auch bei der digitalen Ausstattung der Schulen gingen die Diskussionen in eine ähnliche Richtung. „Beim WLAN in der Schule ist es ein Glücksspiel, ob es den ganzen Tag hält“, so ein Jugendlicher aus Duisburg. „Die digitale Ausstattung an den Schulen ist schwach. Wir nutzen noch Overhead-Projektor und Kassetten“, ergänzte ein Schüler aus seinem Schulalltag.

WUNSCH NACH EINEM POSITIVEREN DUISBURG-BILD

Anders als bei der forsa-Umfrage war es sehr vielen jungen Erwachsenen aus Duisburg sehr wichtig, dass das Image der Stadt besser wird. Viele halten Duisburg in der Außenwahrnehmung für unterschätzt. „Wenn die Leute Duisburg hören, denken sie nur an Marxloh. Die Stadt hat aber mehr zu bieten“, so ein Teilnehmer. Eine andere junge Erwachsene sagte: „Es gibt die Klischee-Ecken in Duisburg, wie den Hauptbahnhof. Aber es gibt mindestens genauso viele schöne Ecken.“

Vielen jungen Menschen, die bei den Workshops mitmachten, ist es wichtig, dass die positiven Seiten von Duisburg mehr wahrgenommen werden. Im Zentrum: die offene Mentalität, die kulturelle Vielfalt oder die zentrale Lage in NRW. „Die geografische Lage zwischen Rheinland und Ruhrgebiet ist super.“

Für ein besseres Image der Stadt forderten viele der an den Workshops Beteiligten, dass Politik und Unternehmen mehr für die Wahrnehmung der Stadt tun. Andere Teilnehmerinnen und Teilnehmer störte das Image nicht.

Es gibt viele Potenziale, wie die Seidenstraße, den Binnenhafen und Start-ups. Aber auch viel Konkurrenz mit Düsseldorf oder Essen.

6
0

ZUKUNFTSFESTE AUFSTELLUNG DES WIRTSCHAFTSSTANDORTS

Auch mit Blick auf die Wirtschaft in Duisburg halten viele der Teilnehmenden das Image der Stadt für einen Schlüssel. „Warum sollten Unternehmen nach Duisburg kommen, wenn Düsseldorf und Essen direkt in der Nähe sind? Da hilft das schlechte Image nicht weiter.“

Insgesamt waren viele der jungen Diskutierenden der Meinung, dass Duisburg als Wirtschafts- und Industriestandort durch seine lange Historie viel zu bieten hat. Angesichts wachsender Herausforderungen, zum Beispiel mit Blick auf Klimaneutralität, müsse jedoch viel für eine Modernisierung des Standorts getan werden. Vor allem sollten die Geschäftsmodelle von Unternehmen nachhaltiger aufgestellt werden: „Unklar ist für mich, wie wir die ‚alte Industrie‘ überwinden. Hier muss was passieren“, so eine Teilnehmerin. Zudem müsse der Standort attraktiver für Investoren, Start-ups und Unternehmen aus dem IT- und Tech-Bereich werden: „Duisburg ist jetzt ein starker Wirtschaftsstandort, aber so muss es auch bleiben. Wir brauchen eine stärkere Förderung und mehr Anreize für Start-ups und neue Unternehmen“, so die Meinung eines Studenten aus Duisburg.

HOHE ANSPRÜCHE AN DIE ARBEIT

Ein angenehmes Arbeitsumfeld, Sicherheit, gute Bezahlung und Work-Life-Balance sind für neun von zehn der von forsa Befragten relevante Faktoren. Für sieben von zehn der befragten unter 30-Jährigen sind Aufstiegschancen relevant. Weniger als die Hälfte der Befragten findet Homeoffice sehr wichtig oder wichtig (49 Prozent).

Auch bei den Workshops diskutierten die jungen Erwachsenen über viele Aspekte, die ihnen beim Arbeiten wichtig sind. Am häufigsten genannt wurde eine gute Work-Life-Balance: „Work-Life-Balance bedeutet für mich Freizeit trotz Vollzeit“, sagte eine junge Berufstätige aus Duisburg. „Die Verbindung von Freizeit und Arbeit muss für mich stimmen. Das ist dann auch wichtiger als das Gehalt“, so ein anderer Teilnehmer.

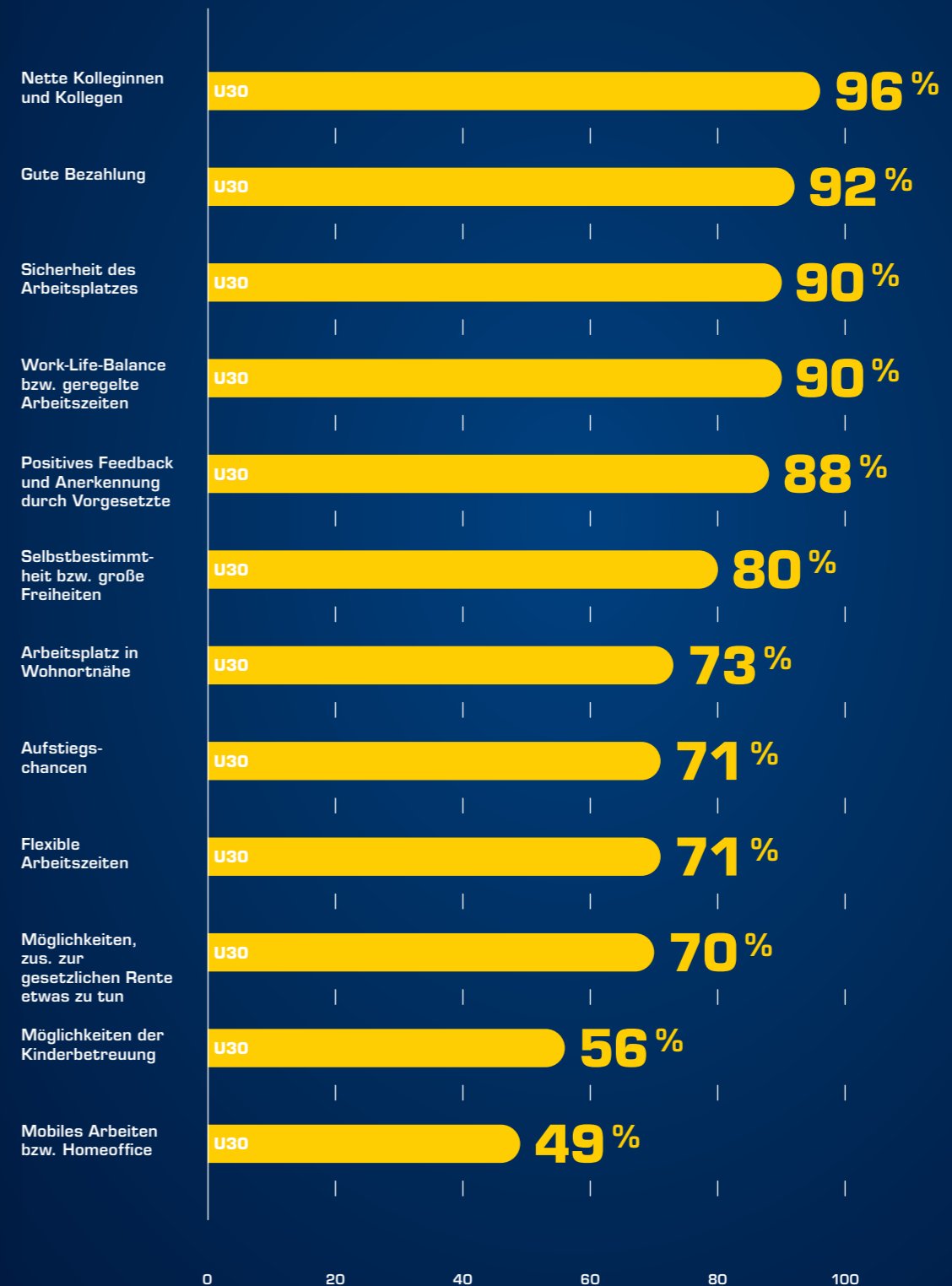
BÜRO WICHTIGER ORT DES AUSTAUSCHES

Das Stimmungsbild bei den Workshops legte nahe, dass viele der beteiligten jungen Erwachsenen gerne tagesweise im Homeoffice arbeiten, für viele das Büro aber weiterhin wichtig bleibt. „Homeoffice ist sehr praktisch. Das Büro ist aber wichtig für den sozialen Austausch. Eine Art Teilzeit-Modell könnte ich mir hier gut vorstellen“, sagte ein junger Erwachsener aus Duisburg.

Andere wichtige Aspekte sind nette Kolleginnen und Kollegen, eine offene Arbeitskultur sowie Karrieremöglichkeiten. „Aufstiegschancen sind für mich sehr wichtig. Dabei geht es um Perspektiven und ganz einfach die Motivation“, so ein junger Mann aus Duisburg. Bezahlung und Sicherheit sind auch wichtige Themen, im Vergleich zu den anderen Aspekten spielen sie aber nur eine sekundäre Rolle – so die qualitative Einschätzung aus den Workshops.

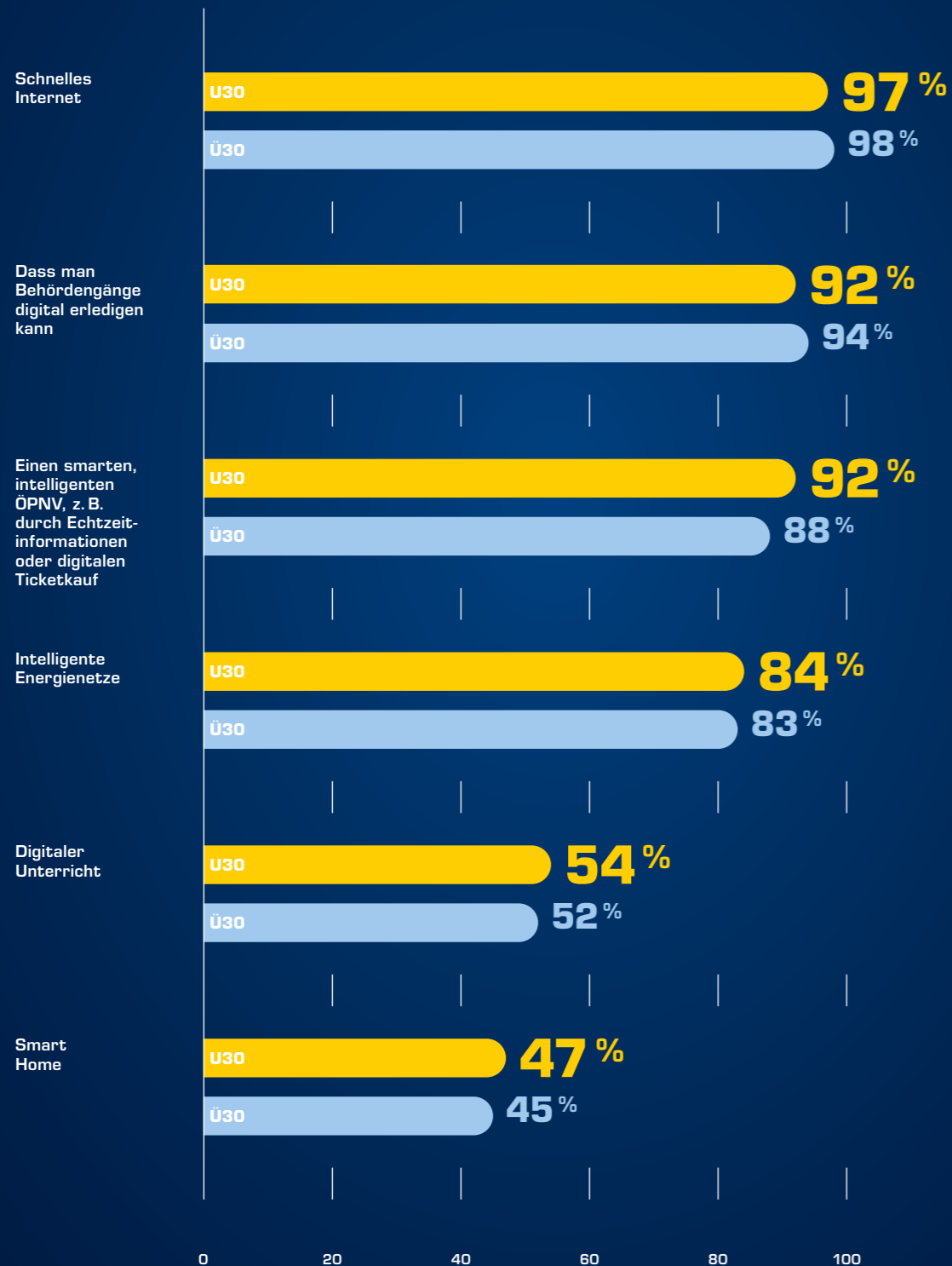


Prioritäten für die Arbeit der Zukunft:



6
1

Wie gut finden Sie die folgenden Aspekte, die durch Digitalisierung ermöglicht werden? (Sehr / Eher gut)



Quelle: Forsa Juni 2021 im Auftrag der DVV / gelb = Zielgruppe unter 30 Jahren / hellblau = Bevölkerung über 30 Jahren

DIGITALISIERUNG: VORAUSSETZUNG FÜR EIN GUTES LEBEN

Mit Blick auf positive Aspekte der Digitalisierung waren den Befragten bei der forsa-Umfrage vor allem schnelles Internet (97 Prozent), die Digitalisierung der Verwaltung (92 Prozent) und ein smarterer ÖPNV (92 Prozent) wichtig. Digitaler Unterricht war nur aus Sicht von 54 Prozent der Befragten unter 30-Jährigen ein positiver Aspekt.

Auch bei den Workshops erwarteten viele der Beteiligten größere Anstrengungen von Politik und Wirtschaft mit Blick auf das städtische Internet: „Wir brauchen flächendeckendes, schnelles Internet, und zwar überall. Allein auf dem Weg zum Workshop hatte ich zimal keine Internetverbindung“, sagte eine Studentin aus Duisburg.

Ebenso sahen viele Nachholbedarf bei der Digitalisierung der Verwaltung. Diese gelte es voranzutreiben, damit die Verwaltung unkomplizierter wird. Zudem sollten städtische Akteure vermehrt die sozialen Medien als Informationsdienst nutzen. „Die Angebote sind zu kompliziert“, fasste ein Jugendlicher aus Duisburg seine Meinung zusammen. Eine andere Teilnehmerin ergänzte: „Wir brauchen digitale Informationsangebote – niederschwellig, mehrsprachig und am besten mit einer App mit zentralem Login.“

Mit Blick auf den Mehrwert, den Digitalisierung im Alltag bietet, stand aus Sicht der an den Workshops beteiligten jungen Erwachsenen vor allem Zeitersparnis im Vordergrund: „Gute digitale Angebote erleichtern uns allen das Leben und sparen Zeit“, fasste es ein Workshop-Teilnehmer zusammen.

97 %
der 30-Jährigen ist schnelles Internet wichtig



Quelle: forsa, Juni 2021, im Auftrag des DVV-Konzerns / Zielgruppe unter 30 Jahren

5

Fazit

Die Ergebnisse der Befragung von über 400 jungen Menschen NRW-weit und von drei Workshops mit knapp 50 jungen Erwachsenen in Duisburg zu verdichten, ist nicht einfach. Die Fülle der diskutierten Themen ist groß, die Meinungen vielfältig, die Breite an Ideen enorm. Trotzdem zeigte sich im Dialog eine Grundrichtung der Wünsche und Vorstellungen der jungen Menschen.

KLARE VORSTELLUNGEN FÜR DIE ZUKUNFT

Was im Rahmen des Studienprojekts besonders positiv aufgefallen ist: die große Offenheit der jungen Menschen, sich auf ganz unterschiedliche, teils auch komplexe Themen einzulassen und über neue Ideen und Ansätze zu diskutieren, ob im Bereich Klimaschutz, Mobilität oder mit Blick auf das Leben in der Großstadt.

Deutlich ist dabei aber auch geworden: Die große Offenheit ist mit klaren Erwartungen verbunden. Die an der Studie beteiligten jungen Menschen wünschen sich Maßnahmen und Angebote, die ihren Bedürfnissen entsprechen, die durchdacht und praxistauglich sind – zum Beispiel mit Blick auf Sharing-Angebote, die weniger kleinteilig und nutzerfreundlicher sein sollten.

KLIMASCHUTZ: DIE ZENTRALE ZUKUNFTSAUFGABE

In puncto Klimaschutz gibt es eine klare Erwartung von Seiten der jungen Menschen, mehr zu tun. Sie wünschen sich, dass Duisburg mit gutem Beispiel vorangeht, effektive Lösungen entwickelt und Menschen motiviert, sich individuell für den Klimaschutz zu engagieren.

MODERNE MOBILITÄT FÜR MEHR KLIMASCHUTZ

Ein zentraler Hebel, um das Klima zu schützen und Duisburg als Standort attraktiver zu machen, ist der Bereich Mobilität. Auch hier haben die jungen Menschen klare Erwartungen. Sie wünschen sich mehr autofreie Zonen und eine neu gedachte Verkehrsplanung, um mehr Balance zwischen den Verkehrsteilnehmenden herzustellen und die Verkehrswende voranzubringen. Zudem setzen sie auf einen leistungsfähigen und nutzerfreundlichen ÖPNV sowie smarte Sharing-Angebote – für die kurze Strecke oder die Anbindung der Peripherie.

NACHHALTIG AUFGESTELLTER WIRTSCHAFTS-STANDORT DU

Mit Blick auf die Transformation Richtung Klimaneutralität war es den jungen Menschen wichtig, dass Duisburg ein starker Wirtschaftsstandort bleibt – durch nachhaltig aufgestellte Industrieunternehmen und die Ansiedlung neuer innovativer Unternehmen und Start-ups.

SMARTE DIGITALISIERUNG FÜR DAS LEBEN IN DER GROSSSTADT

Freilich spielen innovative Lösungen auch beim Thema Digitalisierung eine wichtige Rolle. Auch hier haben wir ein klares Statement der Generation U30 erhalten: Ihr sind schnelles Internet und gute digitale Angebote wichtig – als eine zentrale Voraussetzung für moderne Bildung, eine smarte Verwaltung und einen kundenfreundlichen ÖPNV.

SCHLÜSSELERKENNTNISSE AUS DVV-SICHT

Das Ziel der Studie war es, die Wünsche und Vorstellungen junger Menschen zu wichtigen Zukunftsthemen besser kennenzulernen und, insbesondere durch die Workshops, den Dialog mit jungen Erwachsenen in Duisburg anzustoßen. Beides ist durch das Studienprojekt gelungen.

Außerdem wollen wir weiterhin mit den jungen Menschen im Dialog bleiben und offen sein für ihre Ansichten, Meinungen und Wünsche. Wir als DVV können die zentralen Aufgaben für #duisburgvonmorgen nicht allein lösen, denn insbesondere die Transformation Richtung Klimaneutralität ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Wir leisten als der zentrale Infrastrukturanbieter in Duisburg in vielen Teilen aber einen wichtigen Beitrag, um #duisburgvonmorgen zukunftsfest aufzustellen. Das betrifft die Themen Klimaschutz, Mobilität, Wirtschaft und Digitalisierung. Hier haben wir von den jungen Erwachsenen vieles mitgenommen.

Dabei geht es konkret um die folgenden Punkte, die wir künftig in unserer Strategie berücksichtigen:



#duisburgvonmorgen soll ...



... beim Klimaschutz mit gutem Beispiel vorangehen, effektive Lösungen schaffen und die Menschen unterstützen, sich individuell für den Klimaschutz einzusetzen.



... den Menschen einen leistungsfähigen und nutzerfreundlichen ÖPNV sowie smarte Angebote bieten — insbesondere durch die Verknüpfung verschiedener innerstädtischer Verkehrsmittel.



... schnelles Internet und gute digitale Angebote bereitstellen — als eine wichtige Voraussetzung für moderne Bildung, eine smarte Verwaltung und einen kundenfreundlichen ÖPNV.



... attraktive Arbeitsplätze bieten — mit Fokus auf Work-Life-Balance, einem positiven Arbeitsklima und Entwicklungsmöglichkeiten.



... für das wahrgenommen werden, was es ausmacht: Herzlichkeit, Vielfalt und Toleranz.



Impressum

6
8

Duisburger Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH

Bungertstraße 27
47053 Duisburg
T 0203 604-0
F 0203 604-2900
E info@dvv.de

Konzernkommunikation

Ingo Blazejewski, Leiter Konzernkommunikation

Studienkonzept und Durchführung

Deekeling Arndt/AMO, Düsseldorf

Redaktion und Designkonzept

Deekeling Arndt/AMO, Düsseldorf

Durchführung Umfrage

forsa, Berlin

Fotografie

Daniel Tomczak, DVV

Druck

docupoint rhein-ruhr, Ratingen

