

# Grüne Brille

Mythos Natur steigert Umfragewerte

Rainer Brämer

## Natur subjektiv

Studien  
zur Natur-Beziehung  
in der Hochzivilisation

natursoziologie.de 2/2011  
grünebrille

### Das Wichtigste in Kürze

- Die im Vergleich zum realen Verhalten hohen Zustimmungsquoten zu natursensiblen Statements erwecken den Verdacht eines normativ inspirierten mentalen Naturbonus.
- Tatsächlich verdoppeln sich die positiven Bewertungen des Natursports Wandern und des Naturmerkmals Stille im nachträglichen Vergleich von Freizeit- und Naturstudien.

### Hang zur Naturverklärung auch in der „Naturbewusstseinsstudie“

In der ersten amtlichen „Naturbewusstseinsstudie“ des Jahres 2009 kommen die Deutschen extrem gut weg. Gleich auf der ersten Seite heißt es als Resümee aus zahlreichen erfreulichen Befragungsergebnissen: „Die Deutschen lieben die Natur ... Natur ist in der Bevölkerung fast ausschließlich positiv besetzt.“<sup>1</sup>

Ein ähnliches Bild zeichnet bereits seit 1997 der „Jugendreport Natur“. Die naturbezogenen Wertindikatoren erscheinen geradezu verdächtig hoch geladen, was schon 1997 zum Report-Titel „Naturverklärung“ und der dazugehörigen Kernthese vom „Bambi-Syndrom“ Anlass gab. Als bewusst überzogener Schlüsselindikator hierfür fungiert seither die Feststellung „Natur ist immer gut“, die regelmäßig von zwei Dritteln bis drei Vierteln der Befragten bejaht und nur von rund 5% ausdrücklich verneint wird. Offenkundig erscheint Natur auf dieser sehr allgemeinen Ebene der Mehrheit der Zeitgenossen in einem einseitigen Licht, das nur die positiven Seiten beleuchtet, während die negativen Seiten – sei es aus mangelnder Erfahrung oder medialer Verfremdung – im Schatten bleiben.

Den Autoren der Naturbewusstseinsstudie sind angesichts des „fast durchweg positiven“ Naturbildes offenbar ebenfalls Bedenken gekommen. Der Schutz der Natur ist ihren selbstkritischen Überlegungen zufolge offenbar in einem Maße zur gesellschaftlichen Norm geworden,

---

<sup>1</sup> Herausgegeben vom Referat Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit Berlin und dem Bundesamt für Naturschutz Bonn 2010, hier S.11

dass beim „Themenkomplex ‘Natur und Naturschutz‘ Antwortverzerrungen auftreten“ könnten, „d.h. es werden möglicherweise Antworten gegeben, die der wahrgenommenen sozialen Norm, nicht aber der eigenen Meinung entsprechen“.<sup>2</sup> Das Stichwort Natur wirkt gleichsam wie eine Art rosarote oder besser grüne Brille, die alles, was damit in Verbindung gebracht wird, in gesteigertem Maße wertvoll macht.

Hierfür liefert die amtliche Studie im Zusammenhang mit der Klärung des vorherrschenden Begriffsverständnisses von „Natur“ eine weitere Ursache. Mit der offenen Frage „Sagen Sie mir bitte spontan, welche Eigenschaftswörter Ihnen beim Wort ‚Natur‘ einfallen“, wurden gezielt Bewertungen herausgefordert, die denkbar einseitig ausfielen. Am häufigsten fiel das Wort „schön“. Zu den darüber hinaus „oft“ gegebenen Antworten gehörten neben „grün“ Adjektive aus den Kategorien „bunt/farbig/farbenfroh“, „hell/sonnig/warm/“ und „gesund/wohltuend“. „Häufig“ wurde darüber hinaus der Komplex „ruhig/still/leise“ und „beruhigend/entspannend“ angesprochen. Natur ist auf der emotionalen Ebene für die Mehrheit der Bevölkerung offenbar eine Art Paradies, ein „Psychotop“ für gestresste Seelen.<sup>3</sup>

Damit erfährt die Größe „Natur“ im Wertehorizont der Deutschen gleich eine doppelte Überhöhung zu einem regelrechten Mythos: durch gesellschaftlich-moralische Normen aus dem Bereich des Naturschutzes und persönliche Genusserfahrungen aus dem Bereich Freizeit. So sehr sich also die Auftraggeber der Naturbewusstseinsstudie über die Naturliebe der Deutschen freuen können - ganz so ernst kann man die empirischen Belege dafür nicht nehmen.

Bleibt die spannende Frage: In welchem Maße schießen die wohlmeinenden Antworten zum Thema Natur über das Ziel hinaus? Eine Ahnung von der Größenordnung liefert der nachträgliche Vergleich der Ergebnisse zweier unterschiedlich gerahmter Serien von Jugendstudien. Sowohl die Reihe „Jugendreport Natur“ (JRN) als auch die Jugendstudien Wandern (JSW) enthalten nämlich Items zu den Themen „Stille“ und „Wandern“, die einerseits in ein Themenfeld „Natur“, andererseits in das Feld „Freizeit und Wandern“ eingebunden sind. Wenn die Ergebnisse studienbedingt auseinanderfallen, so könnte das ein Indiz für eine differierende Ausstrahlung der Oberthemen sein:

Jugendstudie Wandern		Jugendreport Natur	
Naturzuwendung im Vergleich (%)			
	JSW	JRN	
Jahr	Ich wandere gern	Das gefällt mir in der Natur gut: Stille	Am Wald liebe ich die Stille
1996	34		
1997			82
2000			83
2002	28		
2003			73
2005	11	35	
2007	17	35	
2010			70
Schnitt	23	45	77

<sup>2</sup> Ebenda S. 15

<sup>3</sup> Ebenda S. 30

Da dieser Vergleich nicht systematisch angelegt war, sondern erst nachträglich ins Auge fiel, haften ihm aus methodischer Sicht zwangsläufig Mängel an:

- Die Ergebnisse stammen jeweils aus unterschiedlichen Jahren.
- Beim Thema Wandern zeichnet sich in den letzten Jahren eine unterschiedlich weit fortgeschrittene Trendwende ab.
- Die Frageformulierungen zum Stichwort Stille sind nicht identisch, sondern nur sinn- gleich, insofern Wald nach Ausweis aller empirischen Studien als Symbolträger für Natur fungiert.<sup>4</sup>

Andererseits weichen die Antwortquoten immer in derselben Richtung und so stark vonei- nander ab, dass man den Effekt nur schwer übersehen kann. In erster Näherung scheint die Umbettung der Items vom Oberthema Freizeit zum Oberthema Natur die Zustimmungsquoten zu verdoppeln. Wie stichhaltig dieser Befund tatsächlich ist und ob man daraus eine Regel für natursensible Fragen machen kann, wäre einer systematischeren Untersuchung wert.

---

<sup>4</sup> Mehr hierzu in der Studie „Ruhe und Ordnung“ in der Rubrik „Natur im Wertehorizont“