



Rabobank

Bewusst wie!

Schulstart: Bildungsförderung der Kinder liegt den Deutschen am Herzen

FRANKFURT — 26. August 2021. Bessere Bildungsmöglichkeiten für Kinder – dieses Thema treibt Großeltern in Deutschland um, wie der „Rabobank Food Navigator“ zeigt. Mehr als ein Drittel der über 65-Jährigen würden ihr Geld am liebsten in die Bildungsförderung von Kindern investieren. Auch im Bundesdurchschnitt liegt die Bildungsförderung bei dieser Frage an der Spitze – gemeinsam mit einem anderen sehr aktuellen Thema.

SCHULSTART 2021

**JEDER 3.
WÜRDEN IN DIE
BILDUNG DER
KINDER
INVESTIEREN.**



Wenn Sie mit Ihrem angelegten Geld etwas in der Welt bewegen könnten, was würden Sie sich am ehesten wünschen?



Für viele Bundesländer sind die Sommerferien bereits vorbei, weitere starten in den kommenden Wochen ins neue Schuljahr. Doch wie sieht es mit den Bedingungen für Schüler, Schülerinnen und Lehrkräfte aus, wie sehr wird Corona weiter das Geschehen beeinflussen? Dass die Pandemie bereits Schwachpunkte der Bildungssysteme offengelegt hat, vor allem in puncto Online-Unterricht, zeigt der aktuelle Bildungsmonitor 2021 der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM). Die aktuellen Bedingungen gingen demnach zulasten der Bildungsgerechtigkeit und betreffen vor allem die Kinder und Jugendlichen, die es ohnehin schwerer haben. Das komplette Ausmaß der Bildungsdefizite wird sich wohl erst in den kommenden Jahren zeigen.

Dass dies die Deutschen nicht kalt lässt, zeigt auch der „Rabobank Food Navigator“: Die Förderung der Bildung von Kindern ist vielen Befragten ein Anliegen – aktuell gibt ein Drittel (**31,2 Prozent**) bei der Frage „Wenn Sie mit Ihrem angelegten Geld etwas in der Welt bewegen könnten, was würden Sie sich am ehesten wünschen?“ an, am ehesten in Bildungsmaßnahmen investieren zu wollen. Maßnahmen zum Klimaschutz stehen ebenfalls ganz weit oben: **30,3 Prozent** möchten ihr Geld in Klimaprojekten investiert sehen. Dass sich dies in besonderer Weise auch für die nachfolgenden Generationen auszahlen kann, zeigt der erste Klima-Risiko-Index für Kinder von UNICEF und der Fridays for Future-Bewegung. Demnach bedrohen der Klimawandel und daraus resultierende Umweltbelastungen und -bedrohungen durch Dürre, Unwetter und Überschwemmungen auch weltweit die Bildungsmöglichkeiten für Kinder.

Grundsätzlich befürworten **40,2 Prozent** der Deutschen, dass mit ihrem angelegten Geld etwas Gutes in der Welt bewegt werden kann, während **36,1 Prozent** dies ablehnen.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Rabobank

Großeltern möchten in Bildung investieren, die junge Generation bevorzugt Umweltprojekte

Die Bildungsförderung für Kinder liegt vor allem den Älteren am Herzen. Die über 65-Jährigen liegen bei dieser Frage mit **35,6 Prozent** mit Abstand an der Spitze. Die 30- bis 39-Jährigen sowie die 40- bis 49-Jährigen liegen mit **31,2** und **31,1 Prozent** auf Platz 2 und 3.

Die junge Generation dagegen bewegt am stärksten das Thema Umwelt. Ein Großteil (**41,0 Prozent**) der 18- bis 29-Jährigen möchte sein angelegtes Geld in Maßnahmen zum Klimaschutz investiert sehen, gefolgt vom Schutz von Wäldern (**33,0 Prozent**) und der Bekämpfung von Armut (**24,6 Prozent**). In Bildungsförderung investieren möchten dagegen nur **22,6 Prozent**. Das zeigt auch der direkte Vergleich von Studenten und Rentnern: Während ersteren der Klimaschutz am wichtigsten ist (**61,5 Prozent**), liegen die Rentner mit **33,6 Prozent** bei der Bildungsförderung an der Spitze.

Der Osten sieht mehr Bedarf bei der Bildungsförderung als der Westen

Der Rabobank Food Navigator zeigt: Der Wunsch, in Bildungsförderung für Kinder zu investieren, ist im Osten mit **34,0 Prozent** etwas höher als im Westen (**30,4 Prozent**) – bei den Bundesländern jedoch liegt Hamburg an der Spitze, wo mehr als ein Drittel (**34,9 Prozent**) der Befragten Investitionsbedarf sieht, gefolgt von Mecklenburg-Vorpommern (**34,7 Prozent**) und Thüringen (**34,1 Prozent**). In Bayern dagegen sehen die Befragten die Prioritäten woanders. Hier möchte nur ein Viertel der Befragten (**25,5 Prozent**) sein Geld in Bildungsförderung angelegt sehen, während sich **31,0 Prozent** für Maßnahmen zum Klimaschutz entschieden.

Das könnte damit zusammenhängen, dass Bayern im Deutschlandvergleich bereits gut aufgestellt ist: Im Bildungsmonitor 2021 rangiert der Freistaat erneut auf Platz 2. Interessant hier der Vergleich zu Sachsen: Obwohl im Bildungsmonitor auf Platz 1, möchten die Befragten laut Rabobank Food Navigator trotzdem am ehesten in die Bildungsförderung für Kinder investieren (**32,8 Prozent**) – mit großem Abstand vor anderen Themen wie einem verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen (**23,5 Prozent**), der Bekämpfung von Armut (**22,8 Prozent**) und dem Schutz von Wäldern (**21,9 Prozent**). In Bremen dagegen, dem Schlusslicht im Bildungsmonitor, entscheiden sich die meisten Befragten für das Investment in den Klimaschutz (**34,0 Prozent**), danach folgt mit **31,1 Prozent** die Bildung.

Für die Erhebung der Daten kooperiert die Rabobank mit **Civey**, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland. Die Umfragen zu den vier Fokusthemen **Verantwortungsvolle Produktion, Effiziente und effektive Lieferketten, Bewusster Konsum** und **Banking for Food** sind repräsentativ und werden online durchgeführt. Dafür wurden seit dem 11. März 2021 schon mehr als 21.500 TeilnehmerInnen befragt. Die Stichprobengröße liegt bei über 5.000 Personen.

Die Details der Civey-Studienergebnisse schicken wir auf Anfrage gerne zu. Einfach eine E-Mail an rabobank@fischerappelt.de senden. Die Ergebnisse sind unter der Quellenangabe „Civey/Rabobank“ frei zur Veröffentlichung.

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de



Banking for Food

Die genossenschaftliche Rabobank investiert gemäß ihrem Leitgedanken „Banking for Food“ in zukunftsweisende Projekte, die Lösungen für die globale Herausforderung der Ernährungssicherheit bieten. Zu den tragenden Säulen dieser Aktivitäten gehört neben dem Zugang zu Wissen und einem internationalen Netzwerk die Unterstützung mit finanziellen Mitteln. Jährlich fließen seitens der Rabobank dafür weltweit mehr als 65 Milliarden Euro in Unternehmen im Agrar- und Lebensmittelsektor.

Der „Rabobank Food Navigator“

Der Rabobank Food Navigator gewährt tiefe Einblicke in das Bewusstsein der Deutschen zum Thema Lebensmittel. Damit liefert die Rabobank gemäß ihrem Leitbild „Growing a better world together“ neue Impulse im Umgang mit Ressourcen und zu Fragen der Agrarwirtschaft sowie der Lebensmittelproduktion und -sicherheit. Per interaktiver Deutschlandkarte liefert die Rabobank Insights, wie deutsche Verbraucher aktuelle Themen rund um verantwortungsvolle Lebensmittelproduktion, effiziente und effektive Lieferketten und bewussten Konsum bewerten. Die Daten werden regelmäßig von Civey erhoben, einem der führenden Unternehmen für digitale Markt- und Meinungsdaten in Deutschland.

Pressekontakt

Rabobank Presseservice
Laura Maria Kämz
fischerAppelt, relations GmbH
rabobank@fischerappelt.de

Presseservice

Laura Maria Kämz | fischerAppelt, relations GmbH | Tel. +49 (0)30 726 146 239 | Fax +49 (0)30 726 146 710, Schönhauser Allee 148 | 10435 Berlin | Deutschland, www.fischerAppelt.de