

Generation Fragezeichen

Junge Menschen leben in einem zunehmend dystopisch anmutenden Umfeld verwirrender Zukunftsaussichten. Über allem steht ein neues, überdimensionales Fragezeichen: Wie überlebt die Welt? Wie also ticken die Jungen von heute – eine Bestandsaufnahme in zehn Punkten.

VON KLAUS PUCHLEITNER
MITARBEIT: ELENA CRISAN





1 WAS HAT DIE PANDEMIE MIT DEN JUNGEN GEMACHT?

Vertrauen erschüttert. Was die Pandemie mit den Jungen gemacht hat? Komplexe Frage, einfache Antwort: nichts Gutes. In erster Linie fühlen sich junge Menschen in der Pandemie allein gelassen. „Zwei Jahre haben das Vertrauen der Jungen in die Zukunft erschüttert“, sagt Sozialforscherin Martina Zandonella vom Sora-Institut. 69 Prozent der Jugendlichen, also mehr als zwei Drittel, werfen den Entscheidungsträgern vor, dass im Umgang mit der Pandemie in Schulen, Universitäten und Bildungseinrichtungen generell „viel schiefgelaufen“ ist. Schlimmer noch, die meisten der Jungen sehen sich als Hauptopfer des Virus: Mehr als 70 Prozent sind der Überzeugung, dass sie die wesentlichen Folgen der Pandemie tragen müssen, etwa über den Abbau der Schulden, die die Politik bei der Corona-Bekämpfung künftigen Generationen hinterlässt. Vier von fünf Jungen sind der Überzeugung, die Politik habe ihre Interessen außen vor gelassen – und tue das noch immer. Und mehr als jeder zweite Jugendliche stimmt der Ansicht zu, einer „verlorenen Generation“ anzugehören. „So kann es nicht weitergehen“, bringt Sora-Expertin Zandonella die zentrale Botschaft der Jungen an Politik und Gesellschaft auf den Punkt.

Bereits zu Beginn der Pandemie litten die Jungen: Rund 40 Prozent berichteten schon 2020 von einer Verschlechterung ihrer psychischen Gesundheit – bei den Älteren waren das nur 27 Prozent. Und es trifft, wie so oft, die Ärmeren härter als die finanziell Bessergestellten: Bei jungen Menschen, deren Einkommen nicht oder nur knapp zum Leben reicht, sprachen nach Pandemieausbruch sogar 61 Prozent von psychischen Gefährdungen. „Entlang der sozioökonomischen Ressourcen sind klare Unterschiede erkennbar“, heißt es ein wenig geschraubt im entsprechenden Studienbericht des Sora-Instituts.

Im vergangenen März berichtete die Weltgesundheitsorganisation dann, dass Angstzustände und Depressionen im ersten Jahr der Pandemie weltweit um 25 Prozent zugenommen haben. Die Jungen ziehen daraus ihre Schlüsse: Sie achten immer besser auf ihre psychische Gesundheit. So hat jüngst eine Reihe junger Spitzensportlerinnen angekündigt, ihre Karriere aufgrund von Stress vorerst einmal unterbrechen zu wollen. Einfach Pause machen, wenn alles zu viel wird: Für junge Menschen ist das eine gute Option. Von der Gesellschaft fordern sie gerade in Pandemiezeiten ein, dass sie das unterstützt. ▶

2 WIE SCHAUEN DIE JUNGEN IN DIE ZUKUNFT?

Generation Dauerkrise. Im vergangenen März wollte Ö3 es genau wissen – und befragte mit dem Sora-Institut 24.000 Menschen im Alter zwischen 16 und 26 Jahren. 44 Fragen legten die Sozialforscher den Jungen vor. Mit einem in Sachen Zukunftsglauben zunächst schockierenden Ergebnis. „Mehr als die Hälfte dieser Altersgruppe sieht sich selbst als Generation Dauerkrise, die von einem Ausnahmezustand in den nächsten taumelt“, bestätigt Sora-Sozialforscherin Zandonella. Pandemie, Krieg, Inflation – all das hinterlässt bei den Jungen Spuren und deformiert ihre Einstellung zu sich selbst, zur Welt und zu ihrer Rolle darin. Trotz allem gibt es auch Hoffnung: Immerhin 46 Prozent der Befragten sehen sich wider alle krisenhaften Erscheinungen auch als „Generation Aufbruch“. Allerdings zeigt sich auch unter Jungen soziale Gespaltenheit: In der Regel interpretieren nur junge Menschen ohne finanzielle Sorgen, mit guter Ausbildung bei relativer psychischer Gesundheit und mit für sie wahrnehmbarer gesellschaftlicher Unterstützung durch Ältere ihre Rolle inmitten stürmischer Zeiten als eine Manifestation von Chancen. Gut versorgte Jugendliche aus akademisch gebildeten Elternhäusern sind überzeugt, mit den Krisen zurande kommen zu können. Lehrlinge oder Pflichtschulabsolventen sehen sich überfordert und haben, wenig überraschend, viel schwerer an den Härten des Krisenlebens zu tragen.

Die größten Zukunftsängste junger Menschen schürt der Krieg, mehr als 80 Prozent sehen sich davon negativ beeinflusst. Aus der jüngsten Vergangenheit erschüttert immer noch die Pandemie das Vertrauen der Jungen. 69 Prozent gehen davon aus, dass ihre Ausbildung während der Lockdowns und dazwischen gelitten hat und das nachhaltige Auswirkungen auf Jobaussichten und Karrieren haben wird. Vor allem das Gefühl, von der Gesellschaft mit den Pandemieauswirkungen allein gelassen worden zu sein, trübt den Glauben an die Zukunft. Und über all dem hängt wie ein mächtiger dunkler Schatten das Thema Klimawandel und alles, was damit zusammenhängt. Wenig Grund für die Jungen also derzeit, positiv in eine Zukunft zu schauen, die einen dystopischen Beigeschmack bekommen hat. Was bleibt, so resümieren die Sora-Sozialforscher, ist „eine große Sehnsucht, sich wieder einmal weniger Sorgen machen zu müssen und das Leben etwas mehr genießen zu können, einfach jung sein zu können“. Kryptischer Zusatz: „Mit allem, was dazugehört.“

Sora-Sozialforscherin Zandonella: „Die Generation Dauerkrise taumelt von einem Ausnahmezustand in den nächsten.“



3 WIE INFORMIEREN SICH DIE JUNGEN?

Use the News. Früher einmal, als die heute um die 50-Jährigen sich im jugendlichen Alter befanden, war die Nachrichtenwelt vergleichsweise einfach: In der Früh lieferte die Tageszeitung die Neuigkeiten von gestern an den Frühstückstisch, am Abend gab es TV-News auf einem, zwei oder maximal ein paar wenigen Kanälen. Dazwischen Mittagsnachrichten im Radio. Heute gibt es News immer und überall, zu jeder Zeit, an jedem Ort, in jeder erdenklichen Form. Eine permanente Überforderung. Nie



dpa-Chef Kropsch: „Medienbranche muss stärker auf die Jungen zugehen.“

traf das Postulat „overnewsed, but underinformed“ mehr zu als heutzutage.

Wie junge Menschen mit dieser Nachrichtenflut umgehen, wie, wo und wie oft sie sich informieren und vor allem bei wem – das untersuchte vergangenes Jahr im deutschsprachigen Raum detailliert erstmals die „#UseTheNews-Studie“ der deutschen Leibniz-Gemeinschaft, einer Art Dachorganisation von rund hundert Forschungsinstituten. Das Ergebnis ist für die Medienwelt ernüchternd: Rund die Hälfte

der Jungen und jungen Erwachsenen hält es schlicht und einfach für unwichtig, sich über aktuelle Ereignisse zu informieren. Sie interessiert mehr, was in ihrem direkten Umfeld vorgeht. Was auf nationaler und internationaler Bühne passiert, ist ihnen egal. Nur 46 Prozent konsumieren einmal oder mehrmals pro Woche journalistische Nachrichtenangebote. 56 Prozent widmen sich hingegen Nachrichten, die auf nicht journalistischen Kanälen verbreitet werden – also auf den Social Media, durch Influencer – oder die einfach vom Hörensagen durch Bekannte kommen. Stichwort Social Media: 59 Prozent aller Jungen informieren sich laut einer Untersuchung des Sora-Instituts auf Instagram, 36 Prozent auf Facebook, 28 Prozent per WhatsApp und immerhin noch zwölf Prozent auf Twitter.

„Nachrichten journalistischer Prägung sind bei jungen Menschen nicht mehr von entscheidender Bedeutung“, schließen die Studienautoren in ihrem Fazit. Stattdessen ist Liken und Kommentieren in. Peter Kropsch, ehemaliger Geschäftsführer der Austria Presse Agentur und nunmehriger Vorsitzender der Geschäftsführung der Deutschen Presse-Agentur, sagt zu diesen Ergebnissen: „Sie zeigen, dass die Medienbranche stärker auf junge Menschen zugehen muss.“ Auch eine Bildungsschere geht weiter auf: Je gebildeter die Jungen, desto eher fragen sie journalistische News nach und vertrauen ihnen auch. Die Prägung durch das Elternhaus scheint eine Rolle zu spielen. Wer von den Eltern gelernt hat, dass auf den Frühstückstisch auch eine Zeitung gehört, der hält es, einmal erwachsen geworden, in seinem Haushalt ebenso. Auch wenn die Nachrichten nicht mehr auf Papier stehen sondern auf einem Tablet-Screen. „Anbieter journalistischer Nachrichtenformate stehen vor der Herausforderung, sich ihre Relevanz neu erkämpfen zu müssen“, schließt dpa-Chef Kropsch daraus. ▶

GOLD RICHTIG PLATZIERT.

TV. ONLINE. MOBILE. DOOH. ADVANCED TV.

Um Ihre Zielgruppe zu erreichen, verfügen wir über themenspezifische TV Umfelder, hochwertige und datengetriebene Online Lösungen, kreative mobile Werbemöglichkeiten, ein äußerst reichweitenstarkes und programmatisch buchbares DOOH Netzwerk und innovative Formate im Bereich Advanced TV.

Ihre Markenbotschaft auf jedem Screen.
Zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, für die passende Zielgruppe.

sales.at@goldbach.com | +43 1 370 88 08 0



GOLDBACH

www.goldbach.com

4 WIE REDEN DIE JUNGEN?

Erfindung von Germanisten. Nein, „wyld“ ist nicht das neue „krass“. Immer im Spätherbst, wenn die Liste der Kandidaten für das Jugendwort des Jahres publik wird, erhalten die älteren Generationen, meist für exakt eine Artikellänge, einen kurzen Einblick in die Welt der Jungen. Wie reden sie, wie sieht ihre Sprache aus? Ungefähr so: viele unbekannte Streamer, zu viele Anglizismen. Ein rascher Blick auf www.urbandictionary.com, eine Art Trendwörterbuch für die Sprache der Jungen, bestätigt das. Eigentlich ganz amüsant. Reden die Jungen wirklich so? Tun sie, den meisten von ihnen ist vertraut, was dort steht.

In den vergangenen Pandemie Jahren sammelten junge Menschen gemeinsame Erfahrungen. Sie waren räumlich voneinander isoliert, doch online verbunden. Virtuell ist es einfacher, Freunde mit ähnlichen Interessen zu finden, als etwa im Klassenzimmer. Das entwickelt die Sprache, die man spricht. Subgruppen formen sich, jede mit ihrem eigenen Slang. Da ist vieles möglich, so kann eine Subgruppe etwa einen Teil der neuen Jugendwörter im Alltag gebrauchen und den Rest möglicherweise belächeln. Sagt Ihnen zum Beispiel „no front“, „slay“ oder „smash“ etwas? Diese Ausdrücke entstehen aus der Lebensrealität der Jungen – genauso wie jede Generation zuvor einst die Sprache mit neuen Begriffen geprägt hat. Kurz gesagt: Sprache ist dynamisch. Sie ist ständig im Wandel. Neue Begriffe verdrängen die alteingesessenen nicht, sie erweitern vielmehr den Wortschatz. Nur jene Wörter, die von niemandem mehr benutzt werden, gehen unter – aber



Germanist Muhr: „Jugendsprache, das ist eine aufgebauschte Geschichte.“

dafür ist die Jugendsprache nicht allein verantwortlich. „Man spricht von Jugendsprache, doch das ist eine etwas aufgebauschte Geschichte“, ist Robert Muhr überzeugt. Er ist Assistenzprofessor im Ruhestand für Germanistik an der Grazer Karl-Franzens-Universität und verantwortlich für die jährliche Kür des „Worts des Jahres“. Muhr beschäftigt sich auch intensiv mit dem Sprachgebrauch der Jungen. Der Terminus „Jugendsprache“ sei eine Erfindung der Germanisten, sagt er. Das Besondere an ihr: Sie entsteht in städtischen Agglomerationen und wird zumeist von kleineren Gruppen unter sich verwendet, also als „In-Group-Sprache“. In Österreich ist Wien so ein Ort, wo Jugendsprache immer wieder neu entsteht und von dort aus ins Land zieht. Wie Germanist Muhr im Jahr 2019 auf die Einsendung von „Ok, Boomer“ als Kandidat für das Wort des Jahres reagiert hat? Mit Humor, er sagte: „Man hat mir erklärt: „Du bist schon wirklich alt.““ Zur Erklärung empfiehlt sich das Nachschlagen auf Wikipedia, dort steht zu „Ok, Boomer“: „Eine Phrase, die sich im Laufe des Jahres 2019 zu einem Internet-Meme entwickelte. Sie wird verwendet, um als stereotyp angesehenen Ansichten der Babyboomer-Generation zurückzuweisen und sich über diese lustig zu machen.“ Alles klar, ihr Boomer da draußen?



Prochazka von Rat auf Draht: Parasoziale Beziehungen ersetzen echte Freundschaften.

5 WIE NUTZEN DIE JUNGEN DIE SOCIAL MEDIA?

WhatsApp für Junge, Facebook für Ältere. Briefe schreiben? War vorgestern. Miteinander reden? Gestern vielleicht noch. Die Jungen von heute kommunizieren zu einem wesentlichen Teil über die Social Media. Dort erzählen sie einander ihre Geschichtchen, dort holen sie sich Rat, dort wird virtuell getratscht, heutzutage eben: „gechattet“. WhatsApp und YouTube sind die beliebtesten Plattformen. Das zeigt der aktuelle „Jugend-Internet-Monitor 2022“ der Initiative Saferinternet.at. 96 Prozent der befragten Jugendlichen zwischen elf und 17 Jahren, also fast alle, nutzen WhatsApp als Diskussionsdrehscheibe. YouTube ist mehr für Informationen und Unterhaltung zuständig, Instagram (81 Prozent), Snapchat und TikTok (jeweils 70 Prozent) sowie Facebook und der Facebook Messenger sind hingegen inzwischen mehr etwas für die Oldies unter den Jungen – erst wer 24 und älter ist, nutzt diese vergleichsweise althergebrachten Social-Media-Kanäle.

Vor allem während der Pandemie hat der Zug zur virtuellen Nähe unter den Jungen Fahrt aufgenommen. Onlinerealität und digitale Freunde halfen den in Lockdowns und Schulschließungen verfangenen jungen Menschen über ihre Einsamkeit hinweg. „Parasoziale Beziehungen“ nennt das Elke Prochazka, Psychologin des Telefon-Hilfsdienstes „Rat auf Draht“ – eine Art einseitige Freundschaft, ähnlich wie imaginäre Freunde. Folgt man in seiner eigenen Einsamkeit Influencern, entsteht das Gefühl, dass diese zum tatsächlichen Freundeskreis gehören, während der reale langsam verkümmert. Viel von diesem Sozialverhalten ist den Jungen geblieben.

Wecker, Terminkalender, Nachrichtendienst, Shoppingberatung. Das Smartphone liefert den Jungen heute jene Fülle an Informationen und Reizen, die sie brauchen. Zur Überforderung ist es da nur ein kleiner Schritt. Der Schlüssel, damit umzugehen, sei, sagt Prochazka, das Smartphone und die dazugehörigen Dienstleistungen so zu nutzen, dass sie einen Mehrwert darstellen, ohne zur Belastung zu werden. „Dabei kommt es darauf an, in welchen Social-Media-Bubbles die Jugendlichen unterwegs sind“, weiß die Psychologin.

Ob sich die Nutzung der Social Media schädlich oder bestärkend auf Junge auswirkt, hänge einerseits von deren Selbstwertgefühl, andererseits von einem digitalen Umfeld ab, das sich in Selbstakzeptanz übt. Was immer das heißt. Sicher scheint: Die Social Media als Hauptkommunikationsvehikel zu nutzen, wie das heutzutage die meisten Jungen tun, kann gefährliche Folgen haben.

6 WIE ARBEITEN DIE JUNGEN?

Mehr Life statt Balance. Vor den Jungen breitet sich eine Welt aus, die zum größeren Teil nur mehr aus Unsicherheiten besteht. Alles ist im Wandel, alles rotiert. Pandemie, Klimakrise, Teuerung und was sonst derzeit noch so über die Gesellschaft hereinbricht, spült alte Sicherheiten weg und transportiert stattdessen ein permanentes Gefühl des Gefordertseins ins Bewusstsein nicht nur junger Menschen. Aber eben besonders junger Menschen. Das hat Auswirkungen auch auf den Arbeitsmarkt. Und vor allem auf die Art und Weise, wie die Jungen heutzutage ans Thema Arbeiten herangehen.

Überstunden bis zum Gehtnichtmehr, Tretmühle und mit Mühen gepflasterte Karrierewege sind out, das sind Überbleibsel aus einer anderen Zeit. Berufseinsteiger erwarten sich heute von ihrem ersten Arbeitsplatz mehr als eben nur Arbeit ohne Ende. Man könnte wohl sagen: Das Leben ist ohnehin schon hart genug, da wollen sie auch ein wenig genießen. Das ändert vieles. „Unternehmen sind gezwungen, ihre Haltungen zu ändern“, sagt Sabina Prochaska, die Vorsitzende der Bundesjugendvertretung. „Von den Jungen unbegrenzte Flexibilität einzufordern und im Gegenzug schlechte Löhne zu zahlen, das funktioniert immer weniger.“ Was die Jungen stattdessen wollen? Eine Work-Life-Balance, in der das Pendel deutlich zugunsten von Life ausschlägt, kurz gesagt: mehr Life als Work. Aber wohl auch mehr Life als Balance. Außerdem mehr Homeoffice, neue Arbeitsmodelle, weniger dogmatische Chefs und viele Freiheiten. Die Vier-Tage-Arbeitswoche, vor wenigen Jahren für Unternehmer noch ein striktes No-Go, ist für die Jungen von heute fast schon eine Selbstverständlichkeit im Anforderungsprofil, das ein neuer Job erfüllen muss.

„Der Job ist jungen Menschen schon noch wichtig“, sagt Jugendvertreterin Prochaska. Doch über allem, vor allem über den anderen Lebensbereichen, steht er nicht mehr. Wenn Arbeit nicht mit Familie, Freunden, Hobbys, ehrenamtlichen Engagements und Ähnlichem vereinbar ist, interessiert sie die Jungen nicht. Ob das nun gut oder schlecht ist und wohin das führt, darüber streiten die Experten. Die Bundesjugendvertretung (BJV), in Österreich die gesetzliche Interessenvertretung von Kindern und Jugendlichen, will jedenfalls eine generelle Arbeitszeitverkürzung, mehr Flexibilität der Arbeitgeber und generell mehr Verständnis für junge Menschen. „Das käme der gesamten Gesellschaft zugute und würde zu höherer Motivation der Jungen führen“, ist BJV-Chefin Sabina Prochaska überzeugt.

Zukunftsforscher Tristan Horx hat dazu seine ganz eigenen Ansichten, er plädiert in seinem neuen Buch „Sinnmaximierung“ für eine grundlegende Revolution des Produktivitätsverständnisses. Nicht mehr den Faktor Zeit sollen Arbeitgeber demnach als Indikator für eine Bewertung der Produktivität heranziehen, sondern schlicht den Output. „Die Reduktion der Arbeitszeit ist nicht als Faulheit der Gesellschaft zu verstehen, sondern eine Angleichung an die Produktivitätsrealität“, sagt Horx.



JUNGE MEINUNGEN: WAS JUNGE MENSCHEN ZU VIER BRENNENDEN FRAGEN DER ZEIT SAGEN.

IMPFFEN ODER NICHT?

1/3 der österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen ist laut einer Untersuchung des Instituts für Jugendkulturforschung Coronaimpffgegner.

PUTIN MIT SANKTIONEN ENTGEGENTRETEN ODER NICHT?

39 % der Jungen unter 29 wollen die Sanktionen gegen Putins Russland verschärfen (20 Prozent) oder wie bisher fortführen (19 Prozent). 13 Prozent wollen sie lockern, 17 Prozent ganz abschaffen. Damit gehen die Jungen etwas strenger mit Russland ins Gericht als die Generation vor ihnen, fand eine repräsentative Hajek-Umfrage für ATV und profil vor einem Monat heraus.

DEMOKRATIE ODER ANDERE STAATSFORM?

60 % der Jungen zwischen 16 und 26 in Österreich sind überzeugte Demokraten. Allerdings: Immerhin 34 Prozent zeigen sich anfällig für ein autoritäres oder zumindest illiberales Demokratieverständnis. Und sechs Prozent lehnen laut einer Sora-Studie die Demokratie überhaupt ab. Nicht viel anders als bei den Erwachsenen.

KANN DIE WELT ÜBERLEBEN?

71 % der Jungen, die in Deutschland von der TUI Stiftung im Rahmen ihrer jährlichen Jugendstudie befragt wurden, glauben das tendenziell nicht. Sie sagen, das geht nur, wenn Politik und Gesellschaft kompromissbereit zusammenarbeiten. Ein Indiz dafür, dass das der Fall sein könnte, sehen die Jungen derzeit eher nicht.

Zukunftsforscher Horx:
„... eine Reduktion der
Arbeitszeit nicht als
Faulheit der Gesellschaft
missverstehen.“

7 WELCHE JOBS WOLLEN DIE JUNGEN?

Leisure is Pleasure. Viel Grund zum Jubeln hat der Verband Österreichischer Entsorgungsbetriebe ja üblicherweise nicht, Abfallwirtschaft ist auch im grundsätzlich mülltrennungsfreundlichen Österreich ein harter Job. Daher war das Ergebnis einer Studie dem VOEB kürzlich eine euphorische Aussendung über die APA wert: 70 Prozent aller befragten Jugendlichen wollen einen „Green Job“ – also einen Arbeitsplatz, der nachhaltig, umweltfreundlich und klimasicher ist, eben generell grün. Der Verband der Entsorgungsunternehmen sieht sich da naturgemäß voll im Trend und als Arbeitgeber für die Jungen gefragt. „Unsere Branche ist für die Millennials und die Generation Z besonders attraktiv“, frohlockt Gabriele Jüly, die VOEB-Präsidentin.

Wenn sie sich da nur nicht zu früh freut. Denn der Wille, der Umwelt im Job etwas Gutes zu tun, ist die eine Sache. Die andere lässt sich in

einem einfachen Satz zusammenfassen: Leisure ist für die Jungen Pleasure. Hart arbeiten, wie das vielleicht bei vorangegangenen Generationen eine Selbstverständlichkeit war, um es zu etwas zu bringen, das wollen die Jungen von heute nicht mehr so wirklich. Sie legen mehr Wert auf Selbstverwirklichung, Freunde, Familie und Hobbys. „Leisure is Pleasure“, diesen Namen hat das Institut für Jugendkulturforschung sogar einer eigenen Studie aus dem Jahr 2021 zum



Abfallentsorgerin Jüly: „Unsere Branche ist für die Jungen besonders attraktiv.“

Berufs- und Freizeitverhalten junger Menschen zwischen 16 und 26 Jahren gegeben. 75 Prozent der Jugendlichen ist Freizeit den Studienergebnissen nach „sehr wichtig“, Arbeit und Beruf sind es nur für 30 Prozent. Selbstbestimmtheit steht – wenig tauglich für ein Auskommen mit traditionell denkenden Chefs im Berufsleben – über allem. Dem Satz „Ich will nicht nach Vorschrift und Plan leben, sondern tun, was mir gerade Spaß macht“, stimmen 72 Prozent der Jungen zu. Gar 90 Prozent sind zufrieden, wenn sie ihr Privatleben haben. Arbeit und Verantwortung gegenüber einem Arbeitgeber kommen da gar nicht mehr vor. Zwar wollen 82 Prozent der 16- bis 26-Jährigen „sich selbst beweisen, dass sie erfolgreich sein können“. Doch Erfolg definiert sich für sie eben kaum über beruflichen Aufstieg, eher schon über ein funktionierendes Privatleben mit Spaß, Spiel und Spannung. Da sind die Jungen ziemlich konsequent, fast schon gnadenlos: Dem „Randstad Workmonitor 2022“ nach würden mehr als die Hälfte der 18- bis 34-Jährigen ihren Job kündigen, wenn die Stelle sie daran hindert, das Leben zu genießen. Ungefähr 40 Prozent der Generationen Y und Z geben an, schon einmal gekündigt zu haben, weil die Arbeit nicht zum Privatleben gepasst hat.

Davon abgesehen haben sich die Stereotype bei den Berufswünschen inzwischen einigermaßen verschoben. Friseurin, Automechaniker oder Kindergärtnerin wollen die Jungen heute kaum mehr werden. Kurioserweise

verorten sie ihre Wunschberufe dort, wo es immer noch viel Leistung braucht, um hinzukommen: Junge Frauen, so fand das deutsche Profiling Institut jüngst heraus, wollen am liebsten Ärztin, Lehrerin, Managerin oder Anwältin werden. Die Wunschberufe junger Männer sind Ingenieur, Manager, Arzt oder Informatiker. Auch Profisportler wären Junge ganz gerne. Bei den ganz Jungen ist es nicht viel anders: In Deutschland sehen sich die meisten 15-jährigen Mädchen einmal als Ärztin, die Buben als IT-Spezialist.

8 WIE KONSUMIEREN DIE JUNGEN?

Online und Shoppingcenter. Geht es ums Einkaufen, hat der Familien- und Freundeskreis bei den Jungen seine Deutungshoheit verloren. Influencer legen jungen Menschen heute deren Kaufentscheidungen nahe. Sie kauen vor, was beim Shopping Sache ist, die Jungen beten nach und kaufen. Entweder im Shoppingcenter, des Einkaufserlebnisses wegen, oder zumeist überhaupt gleich online. Vor allem der Eventcharakter, den moderne Einkaufstempel bieten, zieht die Jungen in die Malls der Vorstädte. „Live-Shopping, also Werbung und Verkauf von Produkten über Influencer im Livestream oder eben im Shoppingcenter, liegt im Trend“, weiß Rainer Will, Geschäftsführer des österreichischen Handelsverbands. Auch das Bewerben von Produkten via TikTok sei bei den Jungen ein vogue. In Innenstadtgeschäfte und Boutiquen gehen sie eher nicht mehr.

Eine Studie, die der Handelsverband 2021 gemeinsam mit dem Institut MindTake Research durchführte, zeigt: Mehr als die Hälfte der Jugendlichen nutzt die Social Media, um Produktinformationen zu sammeln, bevor gekauft wird. Und 74 Prozent folgen bei der Kaufentscheidung dann dem Rat ihnen persönlich völlig unbekannter Influencer. Schaut man genau hin, zeigt sich auch, warum Facebook derzeit so viel Geld in sein Metaverse-Projekt steckt und versucht, damit Jugendliche zurück auf die Plattform zu locken: Immerhin mehr als ein Drittel der Jungen kann sich vorstellen, demnächst im Metaverse auf Einkaufstour zu gehen, sobald sich echte Möglichkeiten dazu bieten.

Und das Geld sitzt dabei durchaus locker. „Im Vergleich zu älteren Generationen lösen Teuerung und Krisensituationen bei den Jungen noch am wenigsten Pessimismus und Kaufzurückhaltung aus“, sagt Branchenexperte Will vom Handelsverband. Die Gründe dafür will er jedoch lieber nicht genauer interpretieren.



Die Jungen kaufen gerne von Influencern im Livestream beworbene Produkte, weiß Handelsverbandschef Will.

Die Generation Z fährt auf _____ und _____ ab.

Lückenlos informiert mit dem
neuen Dialog Marketing Report.

Jetzt kostenlos downloaden
und effizienter werben!



Zusammenbringen,
was zusammengehört.





9 WIE SEHEN DIE JUNGEN DIE WELT?

Bye-bye, Politik. Wenn es etwas gibt, auf das junge Menschen so gut wie gar nichts mehr geben, dann ist das die Politik. Nur mehr sechs Prozent der 16- bis 26-Jährigen fühlen sich von ihr vertreten. Zu diesem alarmierenden Ergebnis kommt die schon erwähnte gemeinsame Umfrage von Ö3 und dem Sora-Institut aus dem vergangenen März.

Politische Versäumnisse, wohin man schaut – und die Jungen scheuen sich nicht, sie anzusprechen. Ökonomische Ungleichheit, Pflege, Gleichberechtigung, Klimawandel, überall sehen die Jungen dramatische Fehlleistungen der Politik. „So kann es nicht mehr weitergehen“, war einer der häufigsten Sätze, welche die Autoren der Befragung zu hören bekamen. 71 Prozent der Jungen sehen die Wirtschaft und die Gesellschaft ganz generell in der Verantwortung, 69 Prozent die Politik. Das Bild, das die Jungen ganz allgemein vom Zustand der Welt haben, ist tendenziell beängstigend. Hauptkritikpunkt: Die Verantwortlichen, das sind in der Regel die Älteren, verdrängen die großen Zukunftsthemen. Die Jungen wollen sie zurück auf der Tagesordnung haben. Die Welt hat für sie einen dystopischen Beigeschmack bekommen. Nicht einmal einer von zehn jungen Menschen fühlt sich von der Politik vertreten, geschweige denn gehört. Zukunftsthemen werden aufgeschoben, Geschlechterklischees als immer noch praktiziertes überflüssiges Erbe von gestern empfunden, und das Agieren der Gesellschaft weitestgehend als Lippenbekenntnis abgetan. Die Jungen wollen Gleichberechtigung und Vielfalt und bekommen ihrer Empfindung nach von Gesellschaft und Politik stattdessen nur Dauerbaustellen angeboten.

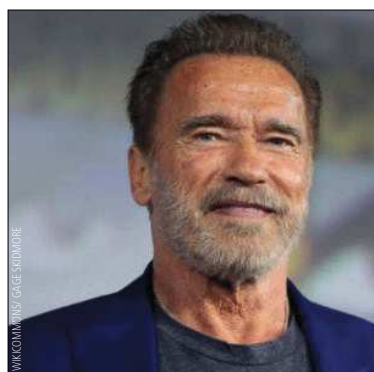
Krieg, Klimakrise, hohe Wohn- und Lebenshaltungskosten, Terrorismus, die Schere zwischen Arm und Reich, soziale Unruhen oder Alltagsrassismus – das Bild, das die Welt derzeit für die Jungen abgibt, ist ein verstörendes. Zu beobachten ist als Folge dieser oft komprimierten Bedrohungen von außen, dieses Anstürmens der Welt auf das Sicherheits- und Geborgenheitsbedürfnis junger Menschen, eine Hinwendung zu deren engerer Umgebung.

10 WEM VERTRAUEN DIE JUNGEN NOCH?

Die Helden ums Eck. Man glaubt es kaum, aber traut man einer Studie des Instituts für Jugendkulturforschung, spielen unter den Jungen zusehends alte Werte wie Ehrlichkeit, Charakterstärke, Mut und Ehrgeiz eine Rolle. Doch Werte hin, Vertrauen her – die Jungen brauchen wen, an dem sie sich orientieren können. Da feiern altgediente Vorbilder derzeit ein Comeback, an die niemand mehr so richtig geglaubt hat. Nicht Leinwandstars aus der glitzernden Bling-Bling-Welt des Kinos und der roten Teppiche sind den Jungen neuerdings Vorbild, sondern mehr die fassbaren Helden ums Eck. Die Jungen suchen sich ihre Role Models wieder im eigenen Umfeld, sogar in der eigenen Familie. Und rekrutieren die Charaktere, denen sie nacheifern, neuerdings aus dem Kreis ihrer Mütter, Väter, Großeltern, Freunde und Geschwister. Eine Pendelbewegung dazu gibt es auch: Die aktuellen Antihelden der Jungen kommen aus der Politik und aus der ihrerseits noch relativ jungen Glamour-Welt der Influencer. Politiker sind heutzutage für niemanden mehr ein Vorbild. Und den Influencern folgt man zwar, aber

man nimmt sie weniger ernst als noch vor einigen Jahren. „Inszenierung der reinen Oberfläche ohne Substanz war gestern“, kommentiert man das beim Institut für Jugendkulturforschung.

Die Wiener Jugendforscher haben ein Ranking der Vorbilder Jugendlicher von heute erstellt, eine Liste von Menschen, denen der Nachwuchs Vertrauen schenkt. Überraschung: Ganz oben stehen zwei Identifikationsfiguren, die unterschiedlicher nicht sein könnten: Martin Luther King und



Als Vorbild ausgesiegt: Eiche Arnie. Statt ihm eifern Junge lieber Greta Thunberg nach.

Greta Thunberg. Mit Respektabstand folgt Nationalsozialisten-Opfer Anne Frank. Und dann geht es aber doch nicht ganz ohne banale Stars ab: Im Spitzenfeld der Vorbilder finden sich auch zwei Sport-Superstars – Fußballer Neymar und Tennisspieler Dominic Thiem. Außerdem, auch das ganz im Stil früherer Generationen von Jugendlichen, zwei Protagonisten des internationalen Musikbusiness: Ed Sheeran und Billie Eilish. Nicht mehr unter den Topvorbildern für junge Menschen: Action-Star Arnold Schwarzenegger, der sich den Ruf bei den Jungen wohl während seiner Zeit als Politiker ruiniert hat. Da hilft selbst Eiche Arnies aktuelles Engagement für eine bessere Umwelt nichts mehr.

Was die Jugend eint, ist ein gemeinsamer großer Wunsch: nach mehr Ehrlichkeit. Und, seltsam genug, denkt man an die Zusammenstöße bei Protesten früherer Zeiten: Wenn es eine staatliche Institution gibt, der die Jungen zumindest noch halbwegs vertrauen, dann ist das – ausgerechnet die Polizei. Noch besser schneidet da nur, trotz Corona, das staatliche Gesundheitssystem ab: Dem vertrauen laut einer Studie des Instituts für Jugendkulturforschung immerhin 71 Prozent der österreichischen Jugendlichen. ■