



4. Bericht zur Lage der Jugend

- ▶ **Teil A / Jugendradar – Teil B / Prävention**
- ▶ **Themenschwerpunkt: Jugend in der Informationsgesellschaft**



4. Bericht zur Lage der Jugend

Jugendradar: Die Ziele

- ▶ **Einblick in die alltäglichen Lebenswelten der österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen**
- ▶ **Grundlage für eine kontinuierliches Forschungsinstrument**



4. Bericht zur Lage der Jugend

„Widersprüche gibt's keine ...“

Von Skandaljugend nichts zu spüren und doch irritiert die Mentalität:



- ▶ **Extreme Suche nach Orientierung + extremes Streben nach Individualität gehören zusammen**
- ▶ **Frühe Selbständigkeit und harmonischer Alltag in der Herkunftsfamilie sind kein Widerspruch**
- ▶ **Selbstverwirklichung und Authentizität schließen Leistung nicht aus**
- ▶ **Aufbegehren ist „out“ – auch wenn die Erwachsenen die Anliegen der Jugend (noch immer) nicht recht verstehen**

Jugend im Zeitalter der „additiven Identität“

4. Bericht zur Lage der Jugend

Fünf Trends

- Trend 1:** Weg von der Orientierung an Lebenserfahrung (der Elterngeneration), hin zur Orientierung an lebensweltlicher Erfahrung annähernd Gleichaltriger
- Trend 2:** Verweigerung gegenüber Zuordnungsverpflichtungen nicht nur im institutionellen Bereich, sondern auch in informellen Formen der Gemeinschaft (Freundschaftsbeziehungen, Szenen)
- Trend 3:** Suche nach dem Authentischen im Sinne von „in sich Stimmigen“ – jede/r entscheidet selbst, was für sie/ihn stimmig ist
- Trend 4:** Der Allgemeinkonsens, was gesellschaftliches Engagement bedeutet, löst sich auf
- Trend 5:** Ein „Dialog der Generationen“ wird nicht von offenen Konflikten, sondern von einer Summe kleiner Missverständnisse blockiert – besonderen Stellenwert haben Alltagskultur und Kommunikation

Freunde, Clique und Familie



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Jugend und Individualisierung



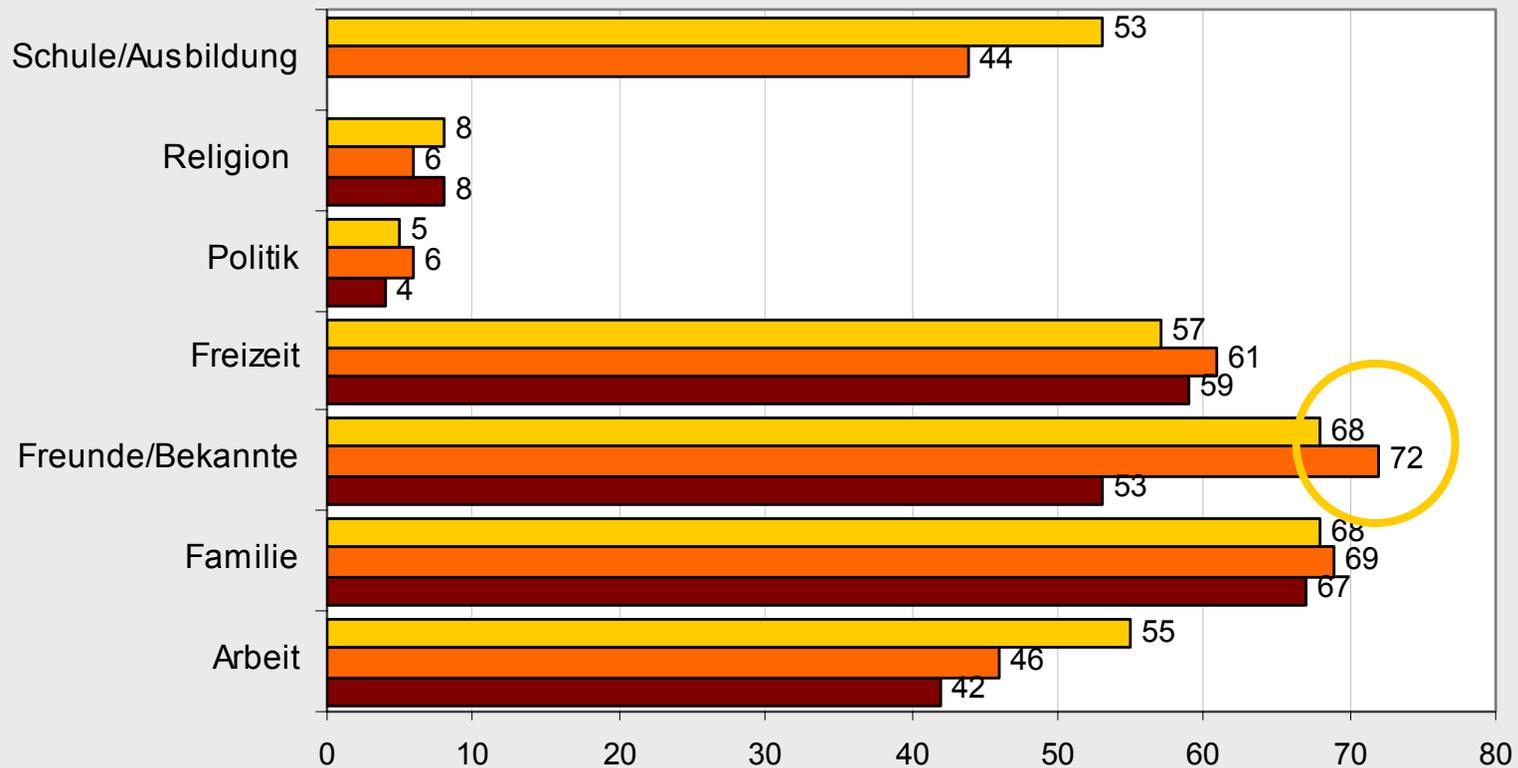
Gute FreundInnen zu haben, ist für 3 von 4 Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 Jahren ein sehr wichtiges Lebensziel.

- ▶ **von sozialer Verinselung keine Spur**
- ▶ **ausgeprägte Primärgruppenorientierung: FreundInnen und Familie im Zentrum**
- ▶ **Selbstsozialisation in den „Peer-groups“**
- ▶ **FreundInnen als wichtigste Gesprächs- und FreizeitpartnerInnen im Jugendalter**
- ▶ **Orientierung an lebensweltlicher Erfahrung**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Sehr wichtige Lebensbereiche: Freunde auf anhaltend hohem Niveau

Sehr wichtige Lebensbereiche der 16- bis 24-Jährigen:
Entwicklung 1990 bis 2003 (Angaben in Prozent)



■ Jugend-Wertestudie 1990 ■ Jugend-Wertestudie 2000 ■ Jugendbericht 2003

4. Bericht zur Lage der Jugend

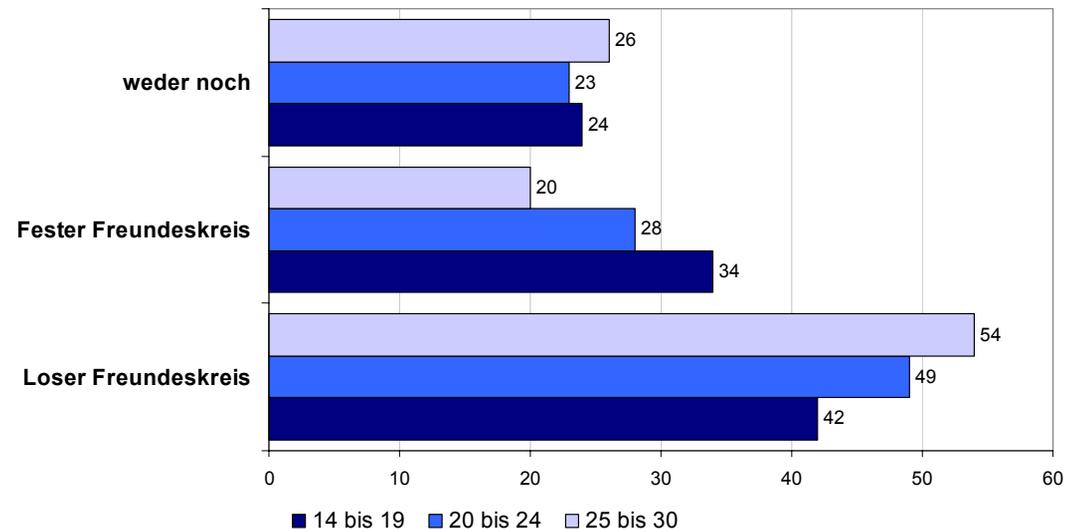
Die „Gesellschaft der Gleichaltrigen“

▸ **Jugendliche haben in der Regel mehrere sehr gute FreundInnen**
(durchschnittlich 4 bis 5 sehr gute FreundInnen)

▸ **Die Mehrheit ist in einen Freundeskreis integriert – lose Freundeskreise entsprechen dem Zeitgeist!**

▸ **Jugendliche haben erstaunlich große Bekannnteskreise: durchschnittlich 50 bis 60 Personen**

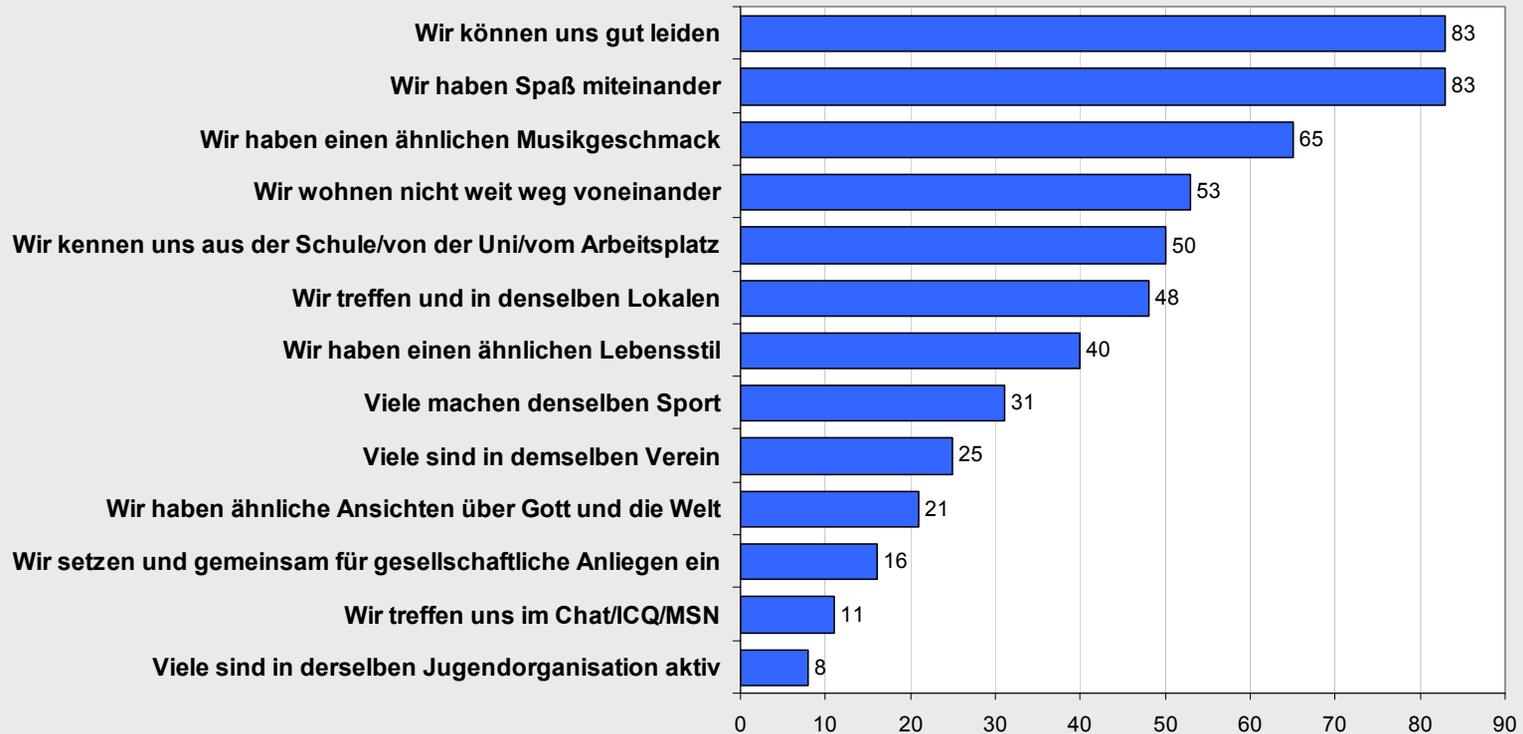
Cliquenorientierung nach Alter (Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Die Cliques der 14- bis 19-Jährigen

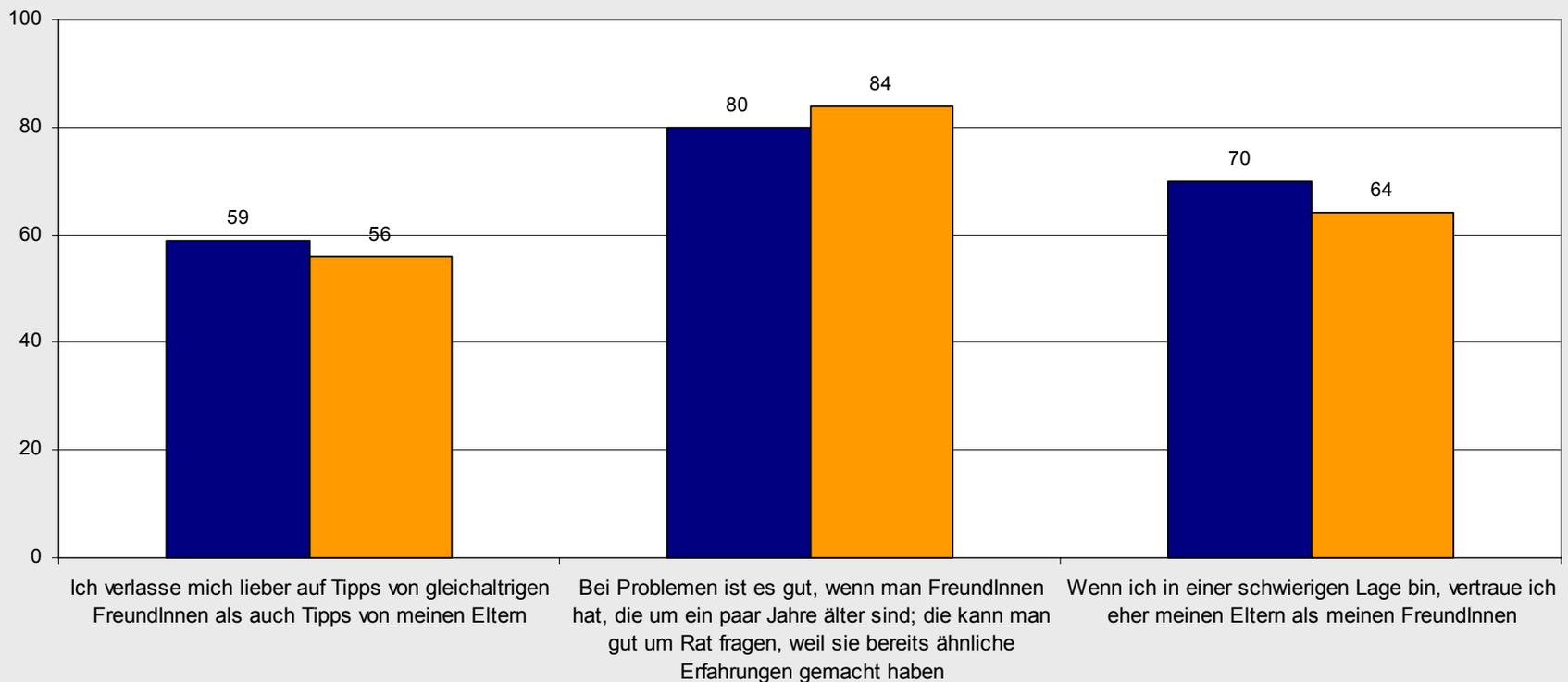
Bindungsfaktoren in den Cliques der 14- bis 19-Jährigen
(Basis: Befragte, die in einer Clique sind; Angaben in %)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Ansprechpersonen bei Anliegen und Problemen

AnsprechpartnerInnen der 14- bis 19-Jährigen nach Geschlecht
(Top 2 Boxes: "stimme sehr / eher zu"; Angaben in Prozent)



■ 14 bis 19 männlich ■ 14 bis 19 weiblich

4. Bericht zur Lage der Jugend

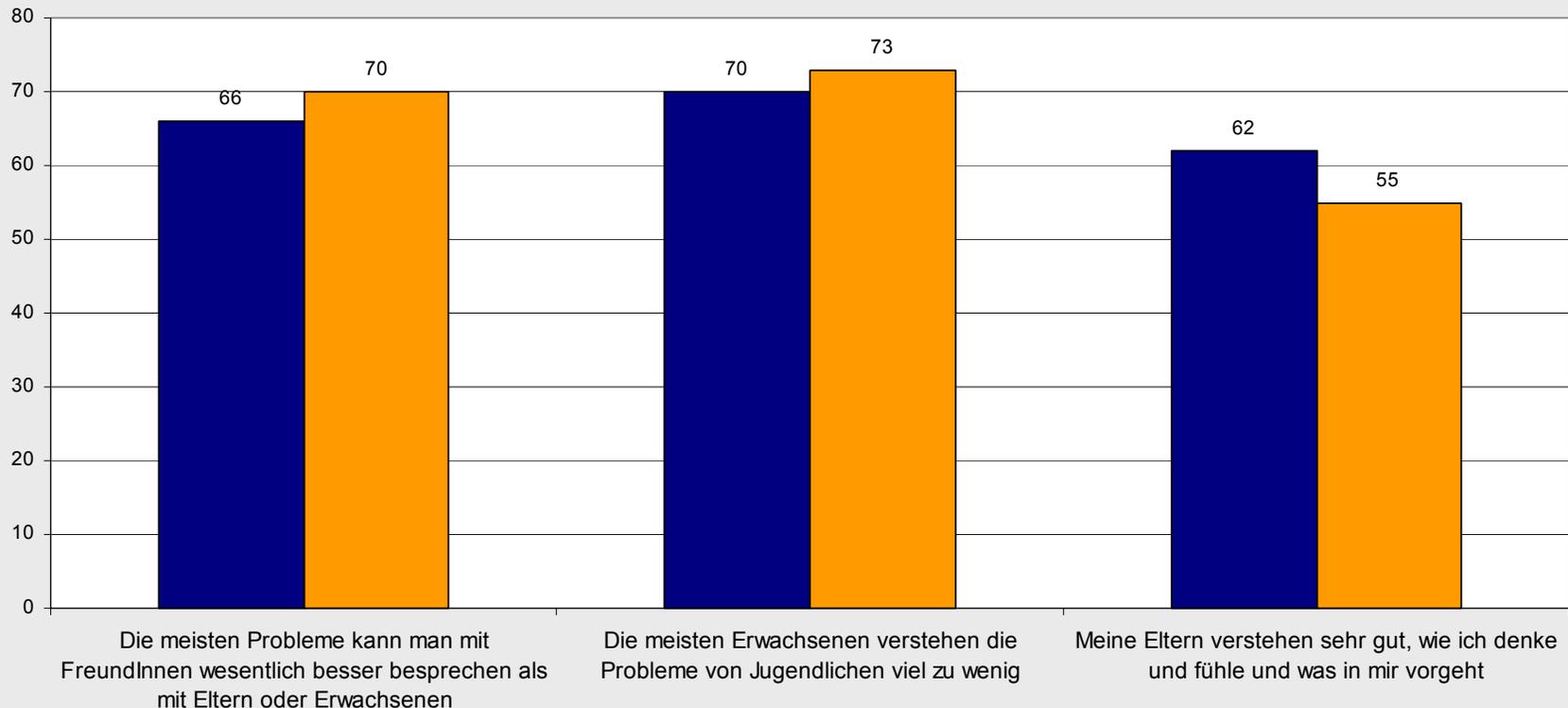
Das Phänomen „Selbstsozialisation“

- ▶ **Das Alltagswissen und die Handlungsstrategien der Elterngeneration** haben aufgrund des beschleunigten kulturellen Wandels für die **Bewältigung des jugendlichen Alltags nur mehr punktuelle Relevanz.**
- ▶ **Selbstsozialisation als Konsequenz** – vor allem in Zusammenhang mit Erwerb von Medienkompetenz, alltagskulturellen Praxen und jugendkulturellen Werten und Normen.
- ▶ **Bei wirklich schwierigen Problemen gilt nach wie vor: „Der Papa wird schon richten!“** – Eltern als klassische „trouble-shooter“
- ▶ Wenn man sich nicht an die eigenen Eltern wenden will oder auch wenn sie nicht weiterhelfen können, gilt: **Fachleute kontaktieren (professionelle Hilfe!)**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Die Generationenbeziehung – entspannt, aber dennoch optimierbar

Beurteilung Erwachsener in Bezug auf ihr Verständnis für Jugendliche: 14- bis 19-Jährige nach
Geschlecht (Top 2 Boxes: "stimme sehr / eher zu"; Angaben in Prozent)



■ 14 bis 19 männlich ■ 14 bis 19 weiblich

Freizeit zu Beginn des 3. Jahrtausends



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Musik, Medien, Peers: Eckpfeiler des Freizeitmix

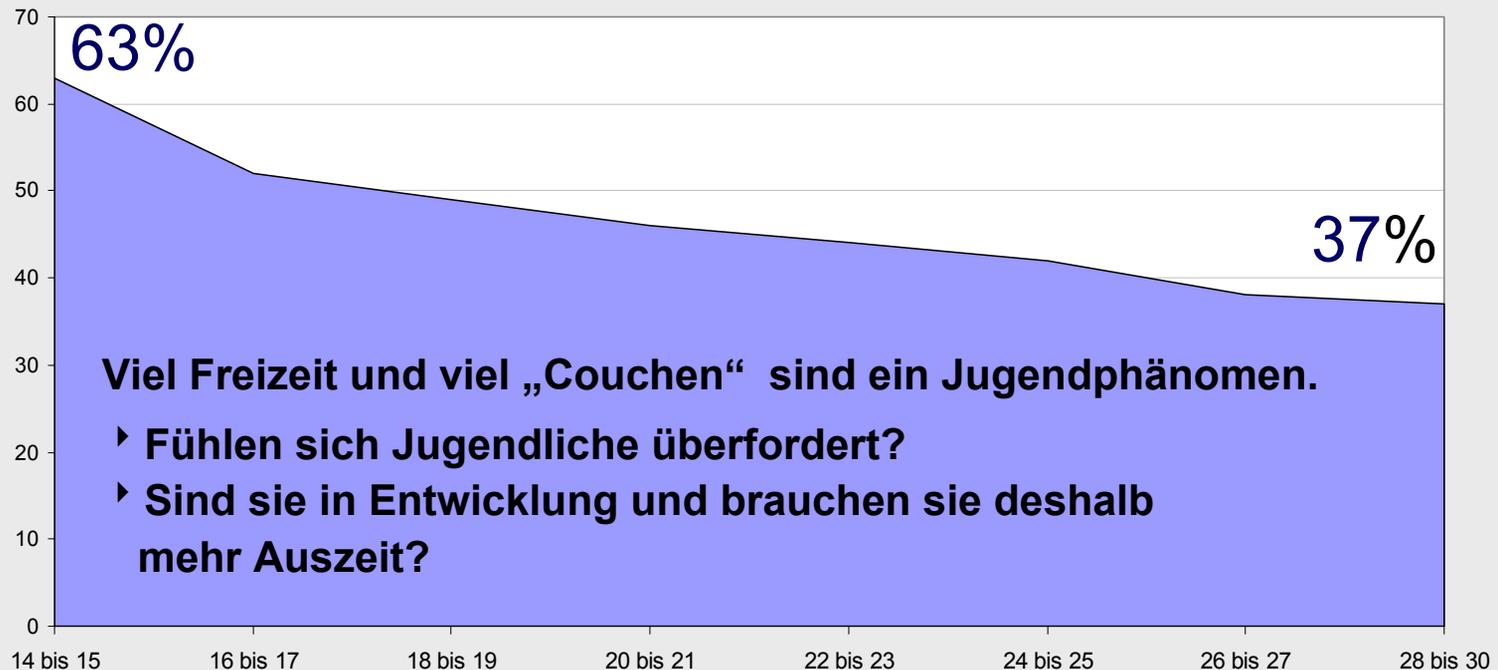
- ▶ **Rd. 7 von 10 Jugendlichen im Alter von 14 bis 19 hören in ihrer Freizeit sehr häufig Musik**
- ▶ **Rd. 6 von 10 Jugendlichen treffen sich sehr häufig mit ihren FreundInnen**
- ▶ **Rd. 4 von 10 Jugendlichen „couchen“ in ihrer Freizeit sehr häufig – Freizeitgestaltung bedeutet nicht automatisch Aktivität!**



4. Bericht zur Lage der Jugend

„Freizeitstress – nein danke ...“

Viel Freizeit als sehr wichtiges Lebensziel: Altersgruppen im Vergleich (Angaben in Prozent)

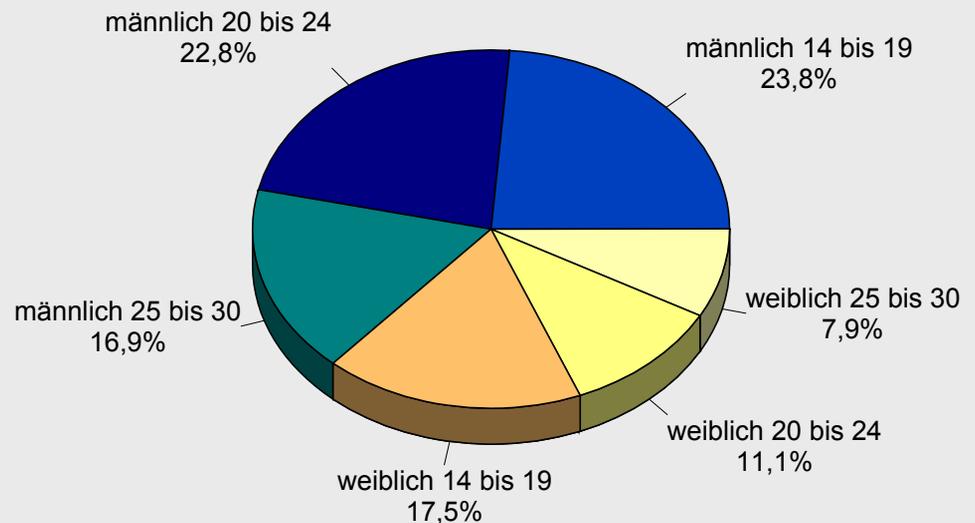


4. Bericht zur Lage der Jugend

Jugendkultur als Freizeitwelt und Leitkultur

- ▶ **8 von 10 Mädchen und Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren finden eine oder mehrere Szenen cool oder sympathisch („AJOs“)**
- ▶ **Selbstdefinition über Szenezugehörigkeit ist jung & männlich; hoher Anteil von Internet-IntensivnutzerInnen (InnovatorInnensegment mit höherer Bildung)**

Altersspezifische und geschlechtsspezifische Verteilung im Segment der Szenezugehörigen



4. Bericht zur Lage der Jugend

Individualisierte Freizeitgestaltung im Trend

- **Individualisierte Freizeitgestaltung**
- **selbstgestaltete „Freiräume“ statt geschützter Schonräume**
 - **Angebote der außerschulischen Jugendarbeit für Zielgruppen, die an der kommerziellen Freizeitkultur nicht teilnehmen wollen/können**



Rund jedeR 5. Jugendliche im Alter von 14 bis 19 Jahren geht zumindest öfters ins Jugendzentrum.

4. Bericht zur Lage der Jugend

Wo man das Freizeitangebot verbessern bzw. verbreitern könnte ...

- ▶ **Jugendzentren:** 9% der 14- bis 19-jährigen Mädchen und 6% der 14- bis 19-jährigen Burschen würden gerne ins Jugendzentrum gehen, haben aber keine Möglichkeit
- ▶ **Konzerte und Musik-Events:** 29 % der 14- bis 19-jährigen Mädchen und 23% der 14- bis 19-jährigen Burschen würden gerne Konzerte und Musik-Events besuchen, haben aber keine Möglichkeit
- ▶ **Gratis-Proberäume:** 15% der 14- bis 19-jährigen Mädchen und 19% der 14- bis 19-jährigen Burschen würden gerne einen Gratisproberaum nutzen
- ▶ **Sportveranstaltungen/-events:** 10% der 14- bis 19-jährigen Mädchen und 14% der 14- bis 19-jährigen Burschen würden gerne Sportveranstaltungen/-events



Lebenseinstellung und Werte



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Lebensziele & Werte der Patchwork-Generation

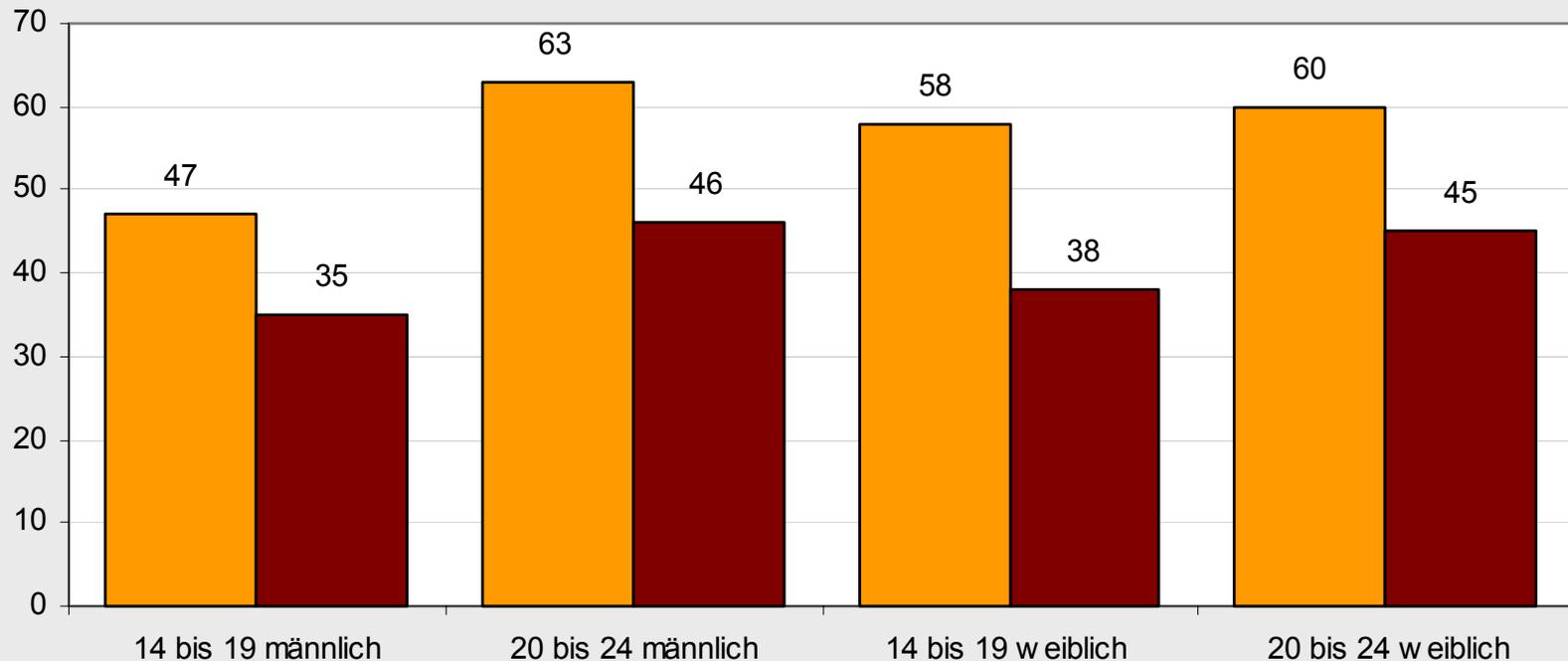
- ▶ **Die Werte der Jugend sind stabiler als viele vermuten**
 - ▶ **nicht auf Konfrontationskurs zu den Wertewelten der Elterngeneration**
 - ▶ **aber auch nicht so prinzipientreu wie die Elterngeneration**
- ▶ **Basiswerte sind:**
 - ▶ **gute FreundInnen zu haben**
 - ▶ **ein harmonisches Familienleben**
 - ▶ **Spaß im Leben/Lebensgenuss**
 - ▶ **ein Beruf, der Spaß macht**
 - ▶ **Sicherheit – allgemein und im speziellen ein sicherer Arbeitsplatz**
 - ▶ **Ausbildung und Arbeit werden wichtiger; Leistung und Authentizität liegen im Trend**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Authentizität im Trend

"Ich mag keine Poser - echt sein ist wichtig":

Top Box - Vergleich Fessel Jugendstudie 2000 / Jugendbericht 2003 (Angaben in Prozent)

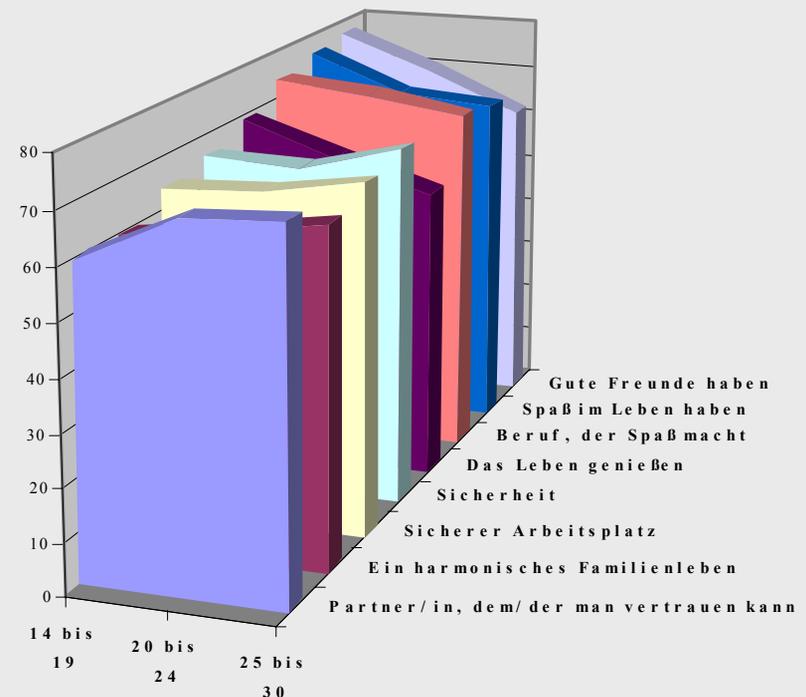


■ 2003: trifft genau ■ 1999: trifft genau

4. Bericht zur Lage der Jugend

Geht der Zeitgeist in Richtung sozial unauffällig, angepasst und unengagiert?

- **Breiter Konsens im Bereich der Top-Lebensziele: auf der Suche nach (verloren gegangenen) Sicherheiten, einem angenehmen Leben/Spaß und Harmonie**
- **Für die Mehrheit kein Thema: Engagement für soziale und/oder politische Themen.**
- **Und auch das Interesse für Politik ist bei Jugendlichen anhaltend gering.**





4. Bericht zur Lage der Jugend

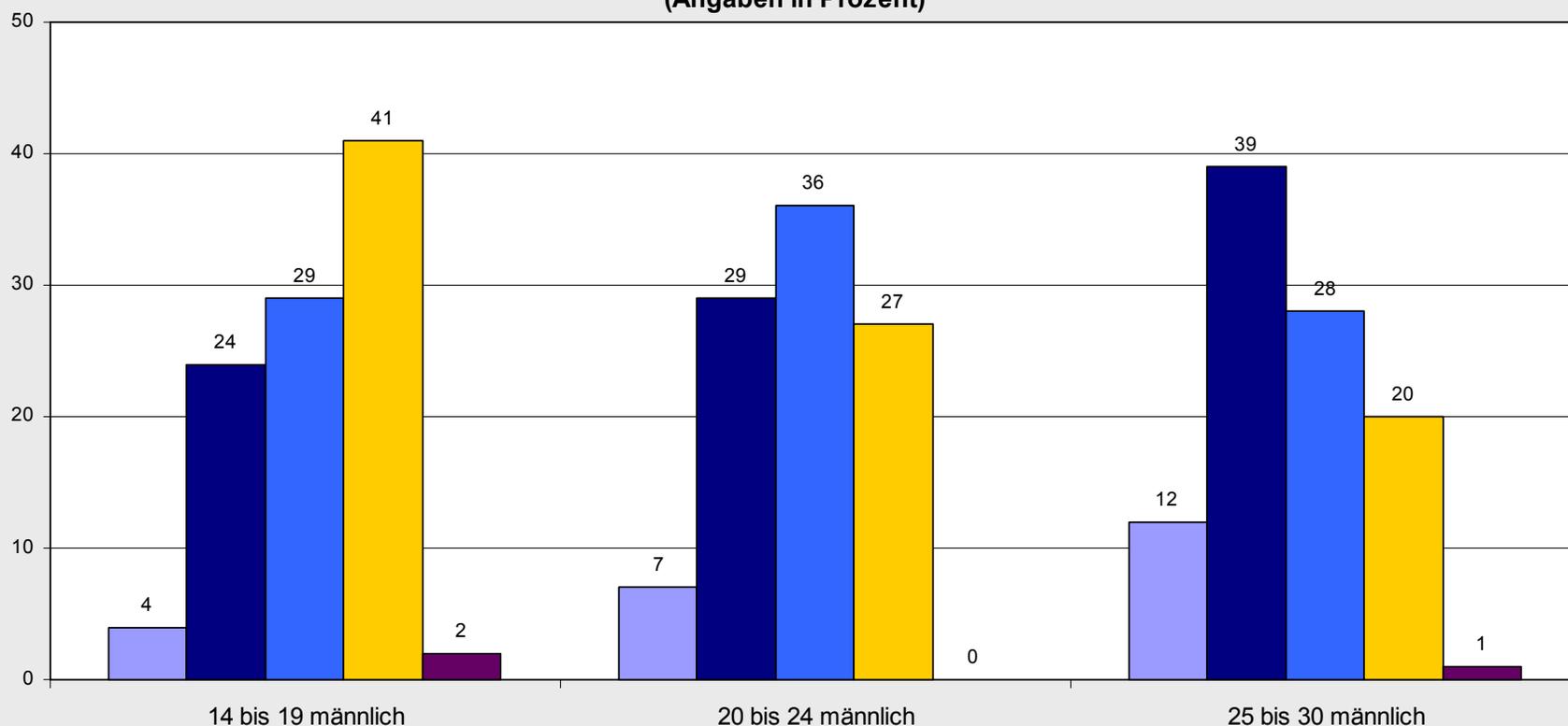
Was bedeutet Engagement für Jugendliche?

- ▶ **Gesellschaftliche Individualisierung führt zu einem Nebeneinander von traditionellem und a-traditionellem / individualisiertem Engagementbegriff**
 - ▶ Engagement in traditionellem Sinne (weltanschaulich motiviertes Engagement) findet in Institutionen statt
 - ▶ A-traditioneller Engagementbegriff steht im Zeichen gesellschaftlicher Individualisierungsprozesse und findet in der Schule, im Beruf, in der Nachbarschaft, in selbstorganisierten Gruppen oder in den Aktivitäten von Einzelpersonen einen Ort
- ▶ **WICHTIG: Wenn Gestaltungsmöglichkeiten wahrgenommen werden, führt das nicht automatisch zu Mitgestaltung !**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Politikinteresse der Burschen und jungen Männer

Politikinteresse: Burschen und junge Männer im Altersgruppenvergleich
(Angaben in Prozent)

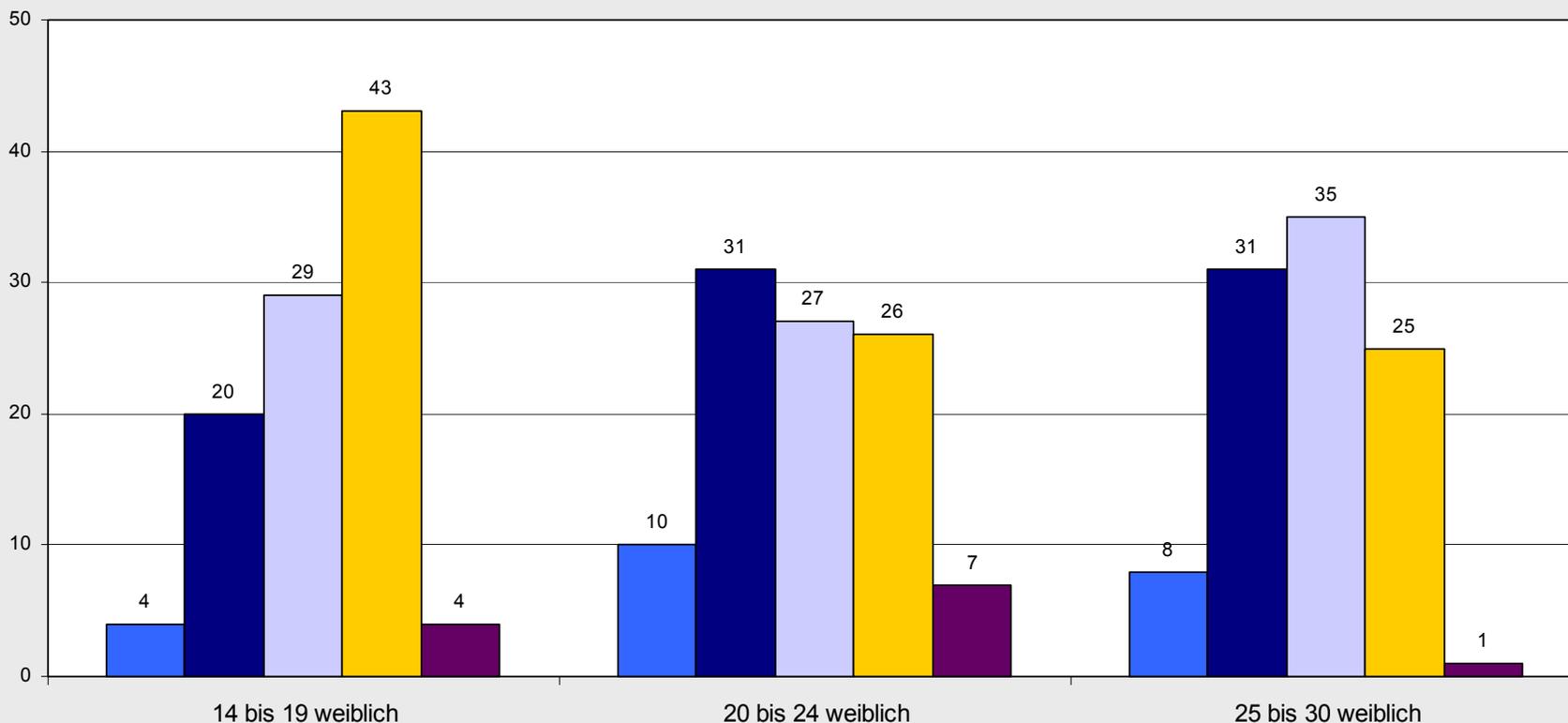


■ interessiert mich sehr ■ interessiert mich etwas ■ interessiert mich kaum ■ interessiert mich gar nicht ■ kann nicht sagen

4. Bericht zur Lage der Jugend

Politikinteresse der Mädchen und jungen Frauen

Politikinteresse: Mädchen und junge Frauen im Altersgruppenvergleich
(Angaben in Prozent)

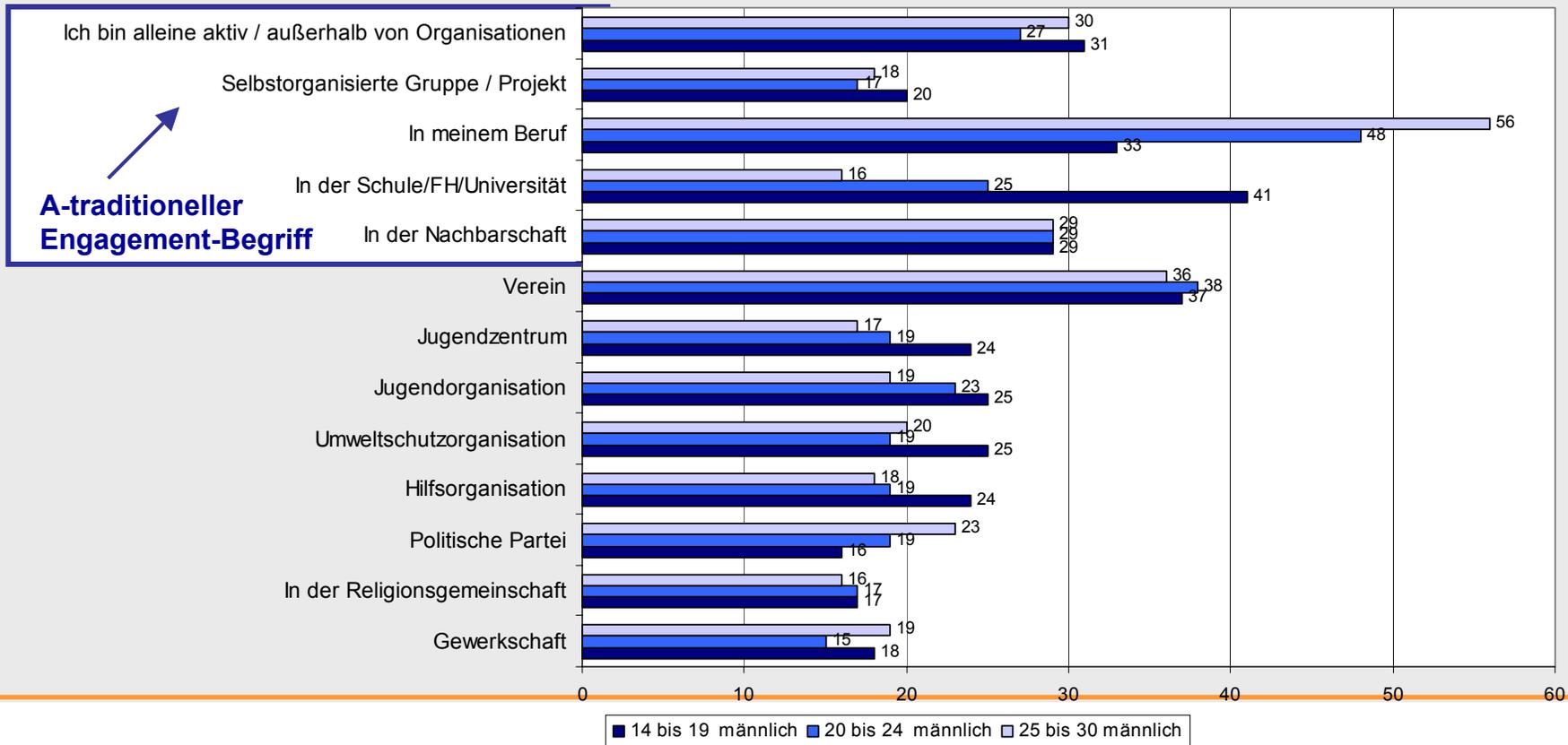


■ interessiert mich sehr ■ interessiert mich etwas ■ interessiert mich kaum ■ interessiert mich gar nicht ■ kann nicht sagen

4. Bericht zur Lage der Jugend

Wo Burschen und junge Männer Beteiligungsmöglichkeiten sehen

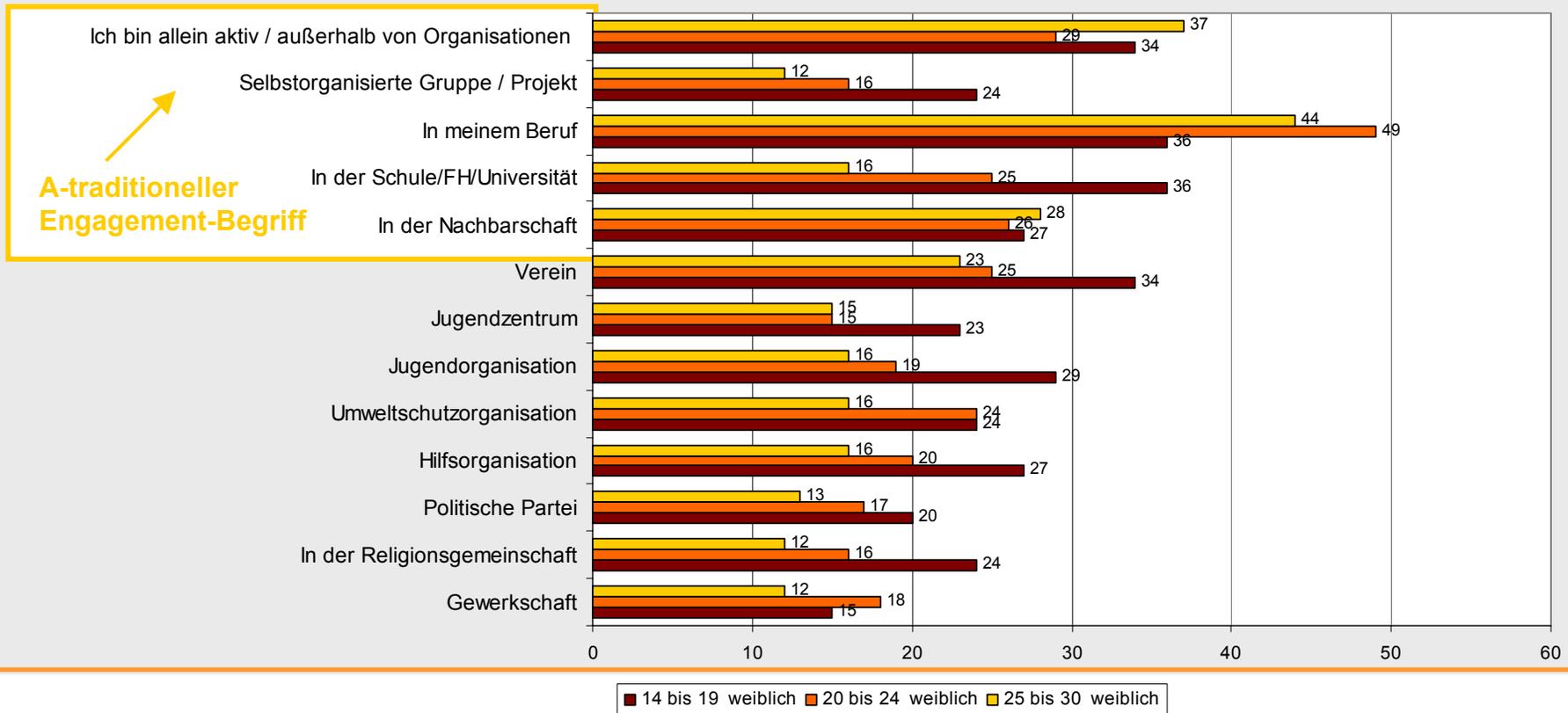
Wahrgenommene Möglichkeit, gesellschaftlich zu aktiv sein und seine Ansichten zur Geltung zu bringen:
Burschen und junge Männer im Altersgruppenvergleich (Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Wo Mädchen und jungen Frauen Beteiligungsmöglichkeiten sehen

Wahrgenommene Möglichkeit, gesellschaftlich zu aktiv sein und seine Ansichten zur Geltung zu bringen: Mädchen und jungen Frauen im Altersgruppenvergleich (Angaben in Prozent)



Legale und illegale Drogen



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Alkoholkonsum bei jungen ÖsterreicherInnen

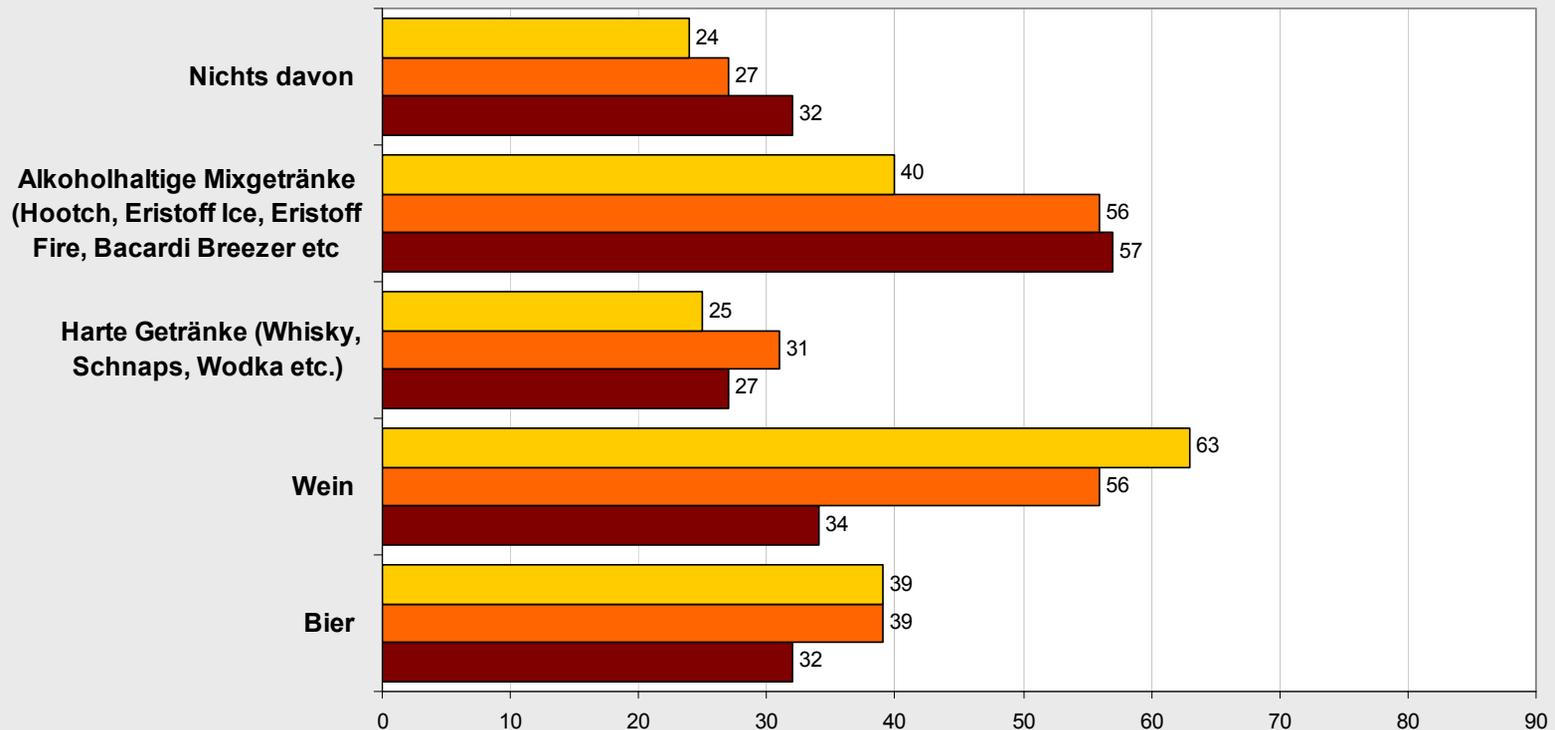
- ▶ **Generelle Tendenz: weibliche Jugendlichen passen sich in ihrem gelegentlichen Alkoholkonsum den männlichen Alterskollegen an!**
- ▶ **Alkoholische Mixgetränke sind für Jugendliche unter 19 Jahren neben Bier das „Einstiegsgetränk“.**
- ▶ **Regelmäßigen Konsum alkoholhaltiger Getränke ist nach wie vor ein „männliches“ Phänomen.**



4. Bericht zur Lage der Jugend

Alkoholkonsum: Die Mädchen und jungen Frauen holen auf!

Zumindest gelegentlicher Konsum alkoholhaltiger Getränke: Mädchen und junge Frauen im Altersgruppenvergleich (Angaben in Prozent)

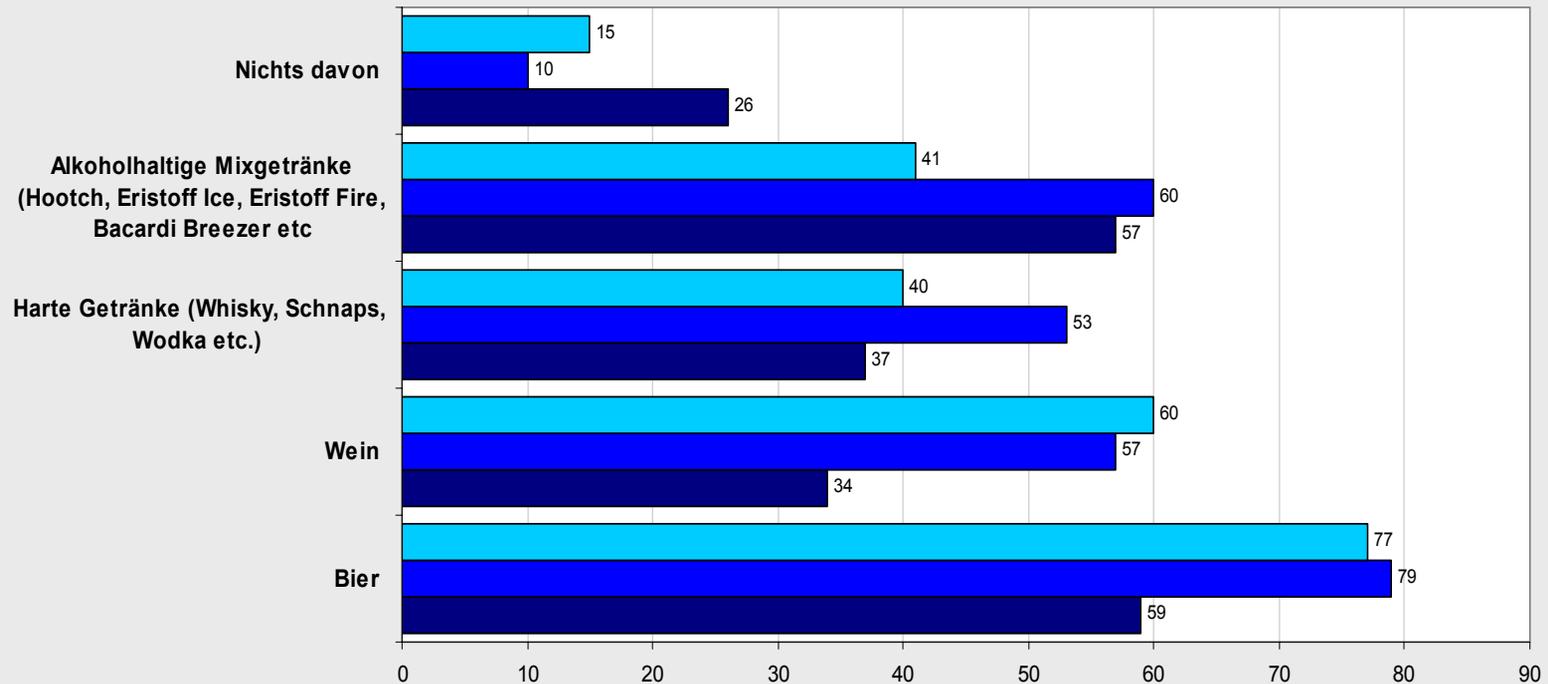


■ 14 bis 19 weiblich ■ 20 bis 24 weiblich ■ 25 bis 30 weiblich

4. Bericht zur Lage der Jugend

Alkoholkonsum – für Burschen und junge Männer die Normalität

Zumindest gelegentlicher Konsum alkoholhaltiger Getränke: Burschen und junge Männer im Altersgruppenvergleich (Angaben in Prozent)

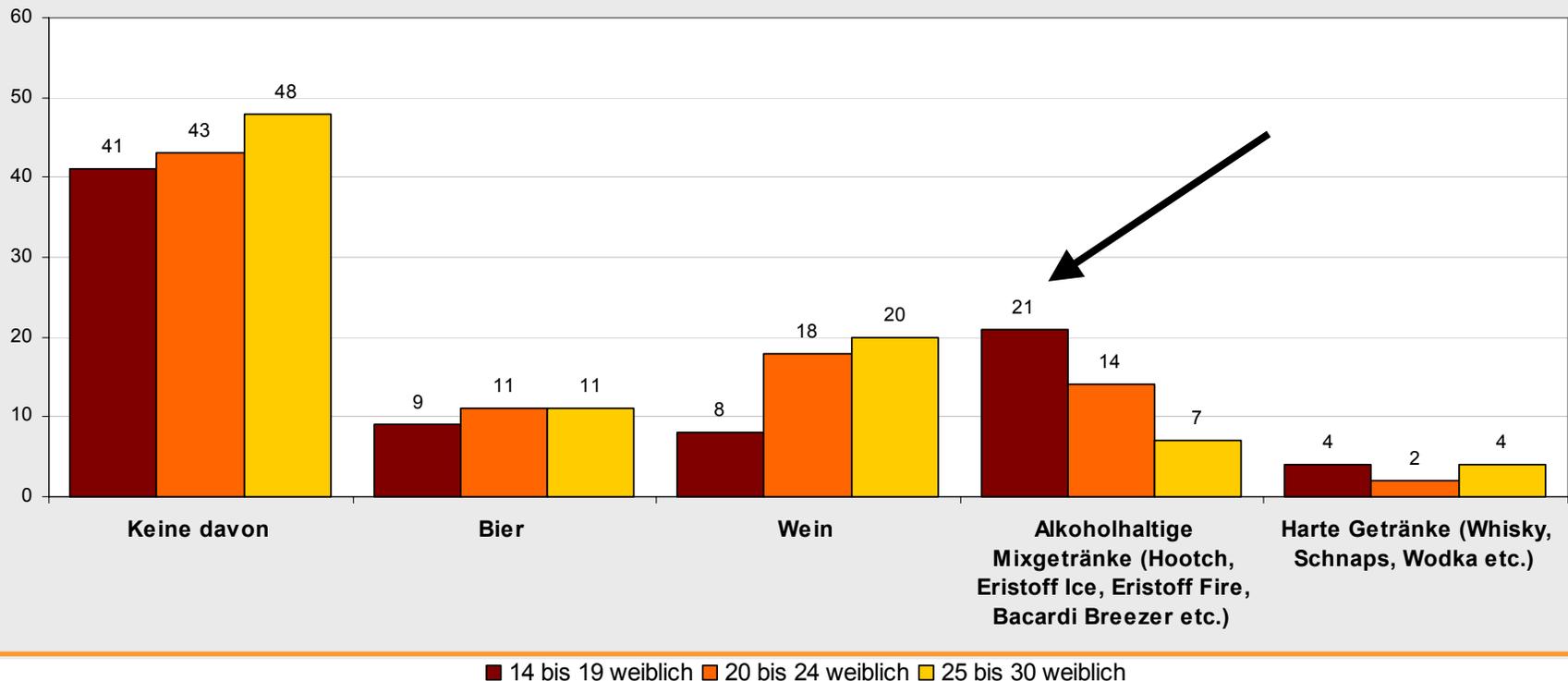


■ 14 bis 19 männlich ■ 20 bis 24 männlich ■ 25 bis 30 männlich

4. Bericht zur Lage der Jugend

Regelmäßiger Alkoholkonsum von Mixgetränken mit zunehmendem Alter geringer

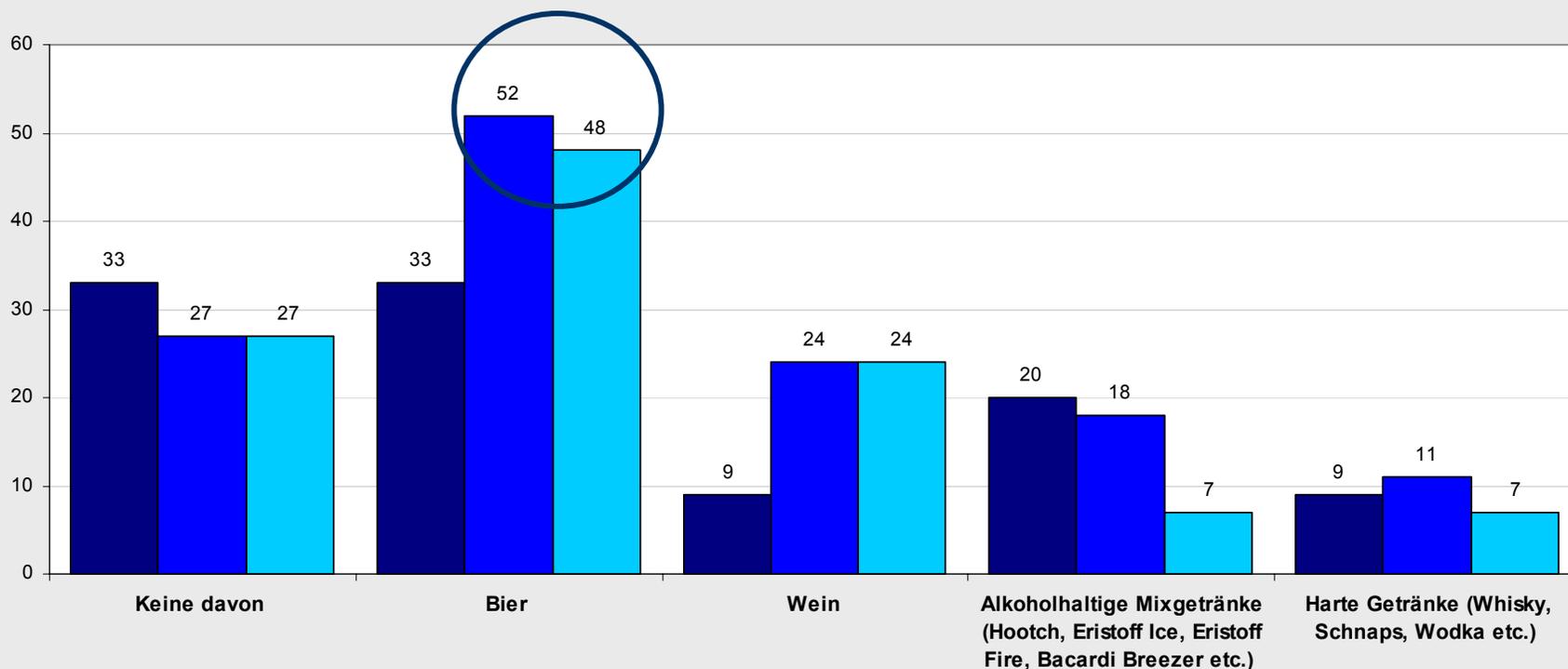
Regelmäßiger Konsum alkoholischer Getränke: Mädchen und junge Frauen im Altersgruppenvergleich (Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Bier - für Männer die Normalität

Regelmäßiger Konsum alkoholhaltiger Getränke: Burschen und Männer im Altersgruppenvergleich
(Angaben in Prozent)

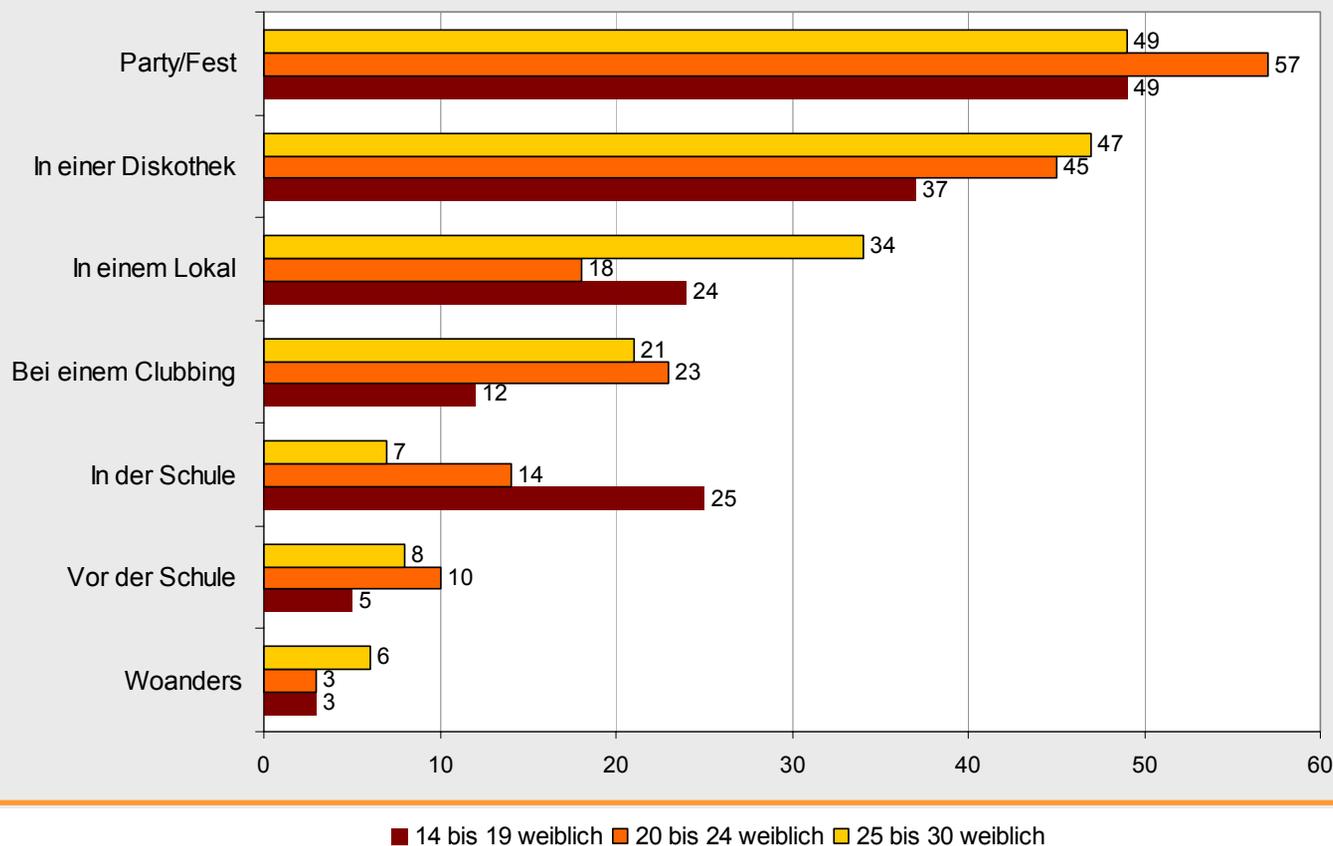


■ 14 bis 19 männlich ■ 20 bis 24 männlich ■ 25 bis 30 männlich

4. Bericht zur Lage der Jugend

Drogen sind „überall“ zu bekommen...

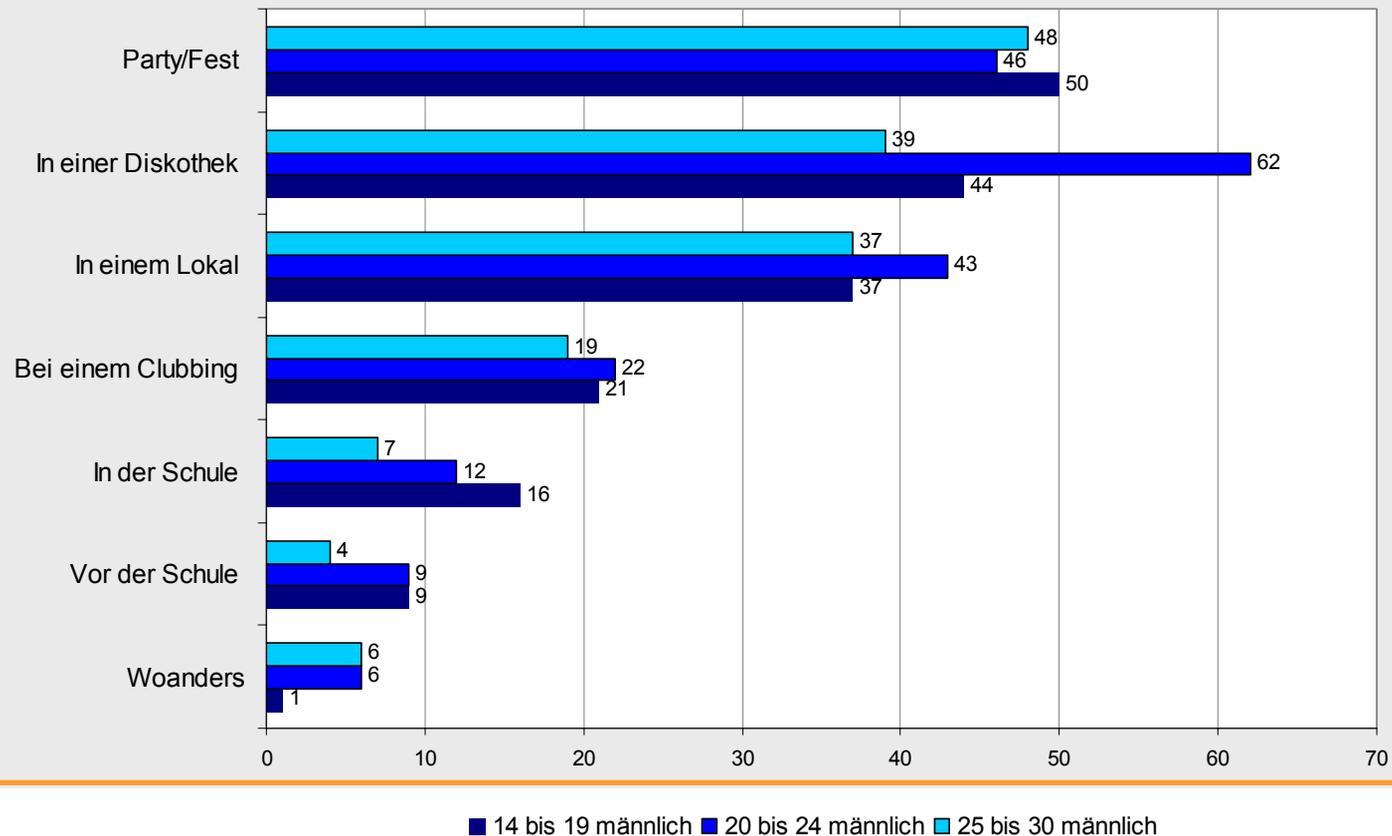
"Wo hat man schon einmal versucht, Ihnen illegale Drogen anzubieten?"
(Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Drogen sind „überall“ zu bekommen...

"Wo hat man schon einmal versucht, Ihnen illegale Drogen anzubieten?"
(Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

- ▶ **Teil B / Prävention in der außerschulischen Jugendarbeit**



4. Bericht zur Lage der Jugend

Prävention in der Jugendarbeit: Die Ziele

Zwei Kernfragen:

- ▶ **Wie sieht präventive Jugendarbeit in Österreich heute aus?**
- ▶ **Welche Rahmenbedingungen benötigt präventive Jugendarbeit?**



4. Bericht zur Lage der Jugend

Prävention in der Jugendarbeit: Die Ergebnisse

- ▶ **Jugendarbeit hat eine Reihe von Aufgaben zu erfüllen - Präventionsarbeit ist eine davon!**
- ▶ **Viele Einrichtungen machen präventive Jugendarbeit, aber häufig fühlen sich die MitarbeiterInnen überfordert.**
- ▶ **Von Seiten der außerschulischen JA werden daher verstärkt Angebote für Qualifizierungen gewünscht.**
- ▶ **ExpertInnen der Prävention wollen mit der außerschulischen Jugendarbeit kooperieren, um Jugendliche auch außerhalb der Schule mit niederschweligen Angeboten anzusprechen.**
- ▶ **Aber: Derzeit fehlen noch Vermittlungsinstanzen zwischen Jugendarbeit und Präventionsarbeit (z.B. Koordinations-einrichtungen).**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Gefährungspotentiale und Prävention aus der Sicht der Jugend

- ▶ **Die größten Gefährdungen werden in bezug auf (legale und illegale) Drogen und Gewalt wahrgenommen.**



- ▶ **Bei Problemen wenden sich Jugendliche vorzugsweise an Personen, die Erfahrung haben und denen sie vertrauen.**
- ▶ **Personen aus dem sozialen Umfeld sind ihre ersten Ansprechpartner.**
- ▶ **Präventive Arbeit mit Peers scheint interessant – allerdings eher aktiv als passiv.**



4. Bericht zur Lage der Jugend

Themenschwerpunkt: Jugend in der Informationsgesellschaft



4. Bericht zur Lage der Jugend

„Medien-Kids“ haben ein schlechtes Image

Fast jede/r kennt die gängigen Klischees ...

- ▶ **sozial isolierte Einsiedlerkrebse**
- ▶ **pummelige Computer-Nerds**
- ▶ **mediensüchtige junge Menschen ohne Realitätssinn**
- ▶ **aggressive Computerspiele-Freaks**

Das umfangreiche Datenmaterial des 4. Bericht zu Lage der Jugend räumt mit Vorurteilen auf und schafft Grundlagen für die Entwicklung innovativer Konzepte im Jugendschutz, in der Jugendinformation und –beratung und in der Jugendpolitik

Man kann nicht nicht kommunizieren, schon gar nicht im Informationszeitalter ...



- **Medien als „Info-Maschinen“**
 - **Medien als Freizeitfaktor**
 - **Medien als Motor der sozialen Kommunikation**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Es war einmal ...

**Robert Lembkes „Heiteres
Beruferaten“ – gemütliches
Beisammensein beim Fernsehabend
mit Eltern und Verwandten ...**



Heute ist alles anders

- **Das Internet wird dem Kühlschrank immer ähnlicher und auch sonst ist nichts so, wie es früher einmal war**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Medien & Technologien im jugendlichen Alltag

1. „Massenmedien“, also Fernsehen, Radio und – wenn auch weniger bedeutend – Tageszeitungen: „kommunikative Basisinfrastruktur“

- Unterhaltung, tagesaktuelle Information und Nutzung aus reiner Gewohnheit

2. „Peer-Medien“: Special-Interests als kommunikative Infrastruktur für lifestyleorientierte „Kulturgemeinschaften“

- JedeR dritte 14- bis 19-Jährige liest regelmäßig Musikmagazine
- Ressource für persönliche Kommunikation

3. Neue Technologien – vor allem Internet

- Technologien verlängern die Reichweiten von Gespräche
- Internet-Intensivnutzer(Innen) sind jung, männlich, höher gebildet
- Neue Chancen – neue Probleme

4. Bericht zur Lage der Jugend

Erstmals Motive für Mediennutzung erhoben und Nutzungsprofile erstellt

1. Internet – ein „Lean-forward-Medium“

- ist informativ und macht Spaß – vor allem aus Sicht der Jüngeren (Informations- und Unterhaltungswert gleich hoch bewertet!)

2. TV – ein „Lean-back-Medium“

- bei den Jüngeren höherer Prozentsatz Nutzung zwecks Unterhaltung und aus Gewohnheit
- bei den Älteren vergleichsweise mehr informationsorientierte NutzerInnen

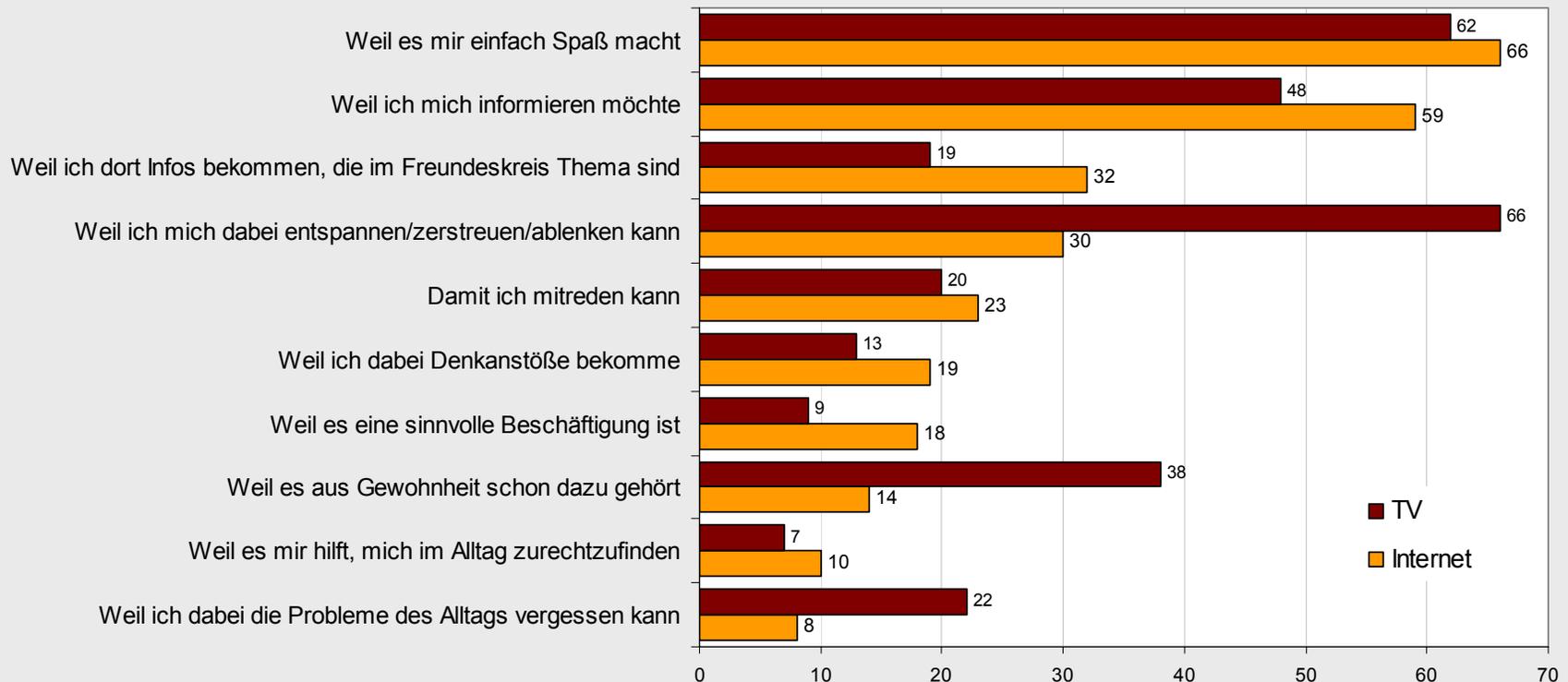
3. Magazine, die sich an jugendkulturellen Themeninteressen orientieren, sind klassische „Peer-Medien“

- Information, Unterhaltung und Gesprächsstoff im Freundeskreis
- Hohes Involvement!

4. Bericht zur Lage der Jugend

Fernsehen und Internet im Nutzungsvergleich

Nutzungsmotive 14- bis 19-Jähriger: Internet und TV im Vergleich
(Basis: regelmäßige NutzerInnen nach Selbsteinschätzung, Angaben in Prozent)

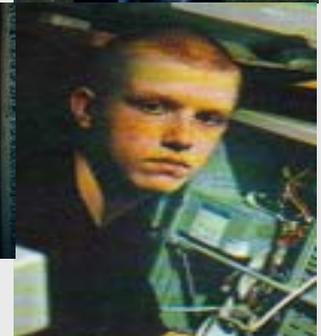


4. Bericht zur Lage der Jugend

Altersbezogene Unterschiede in der freizeitorientierten Mediennutzung

Von den Jüngeren stärker genutzt:

- ▶ alles, was mit dem **Computer** zu tun
- ▶ alles, was mit **Internet** zusammenhängt (surfen, chatten, downloaden)
- ▶ alles, was mit **Spielen** zusammenhängt (Computer- & Videospiele, Spiele am Handy)
- ▶ und natürlich: **Kino**



Jugend und neue Technologien: Zwischen instrumenteller Nutzung und subversiver Aneignung



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Zwei Typen von Technologie-NutzerInnen

1. „User“ suchen einen pragmatischen Zugang

- nutzen Technologie als „Werkzeug“

2. „Freaks“ entwickeln einen eher spielerischen Zugang

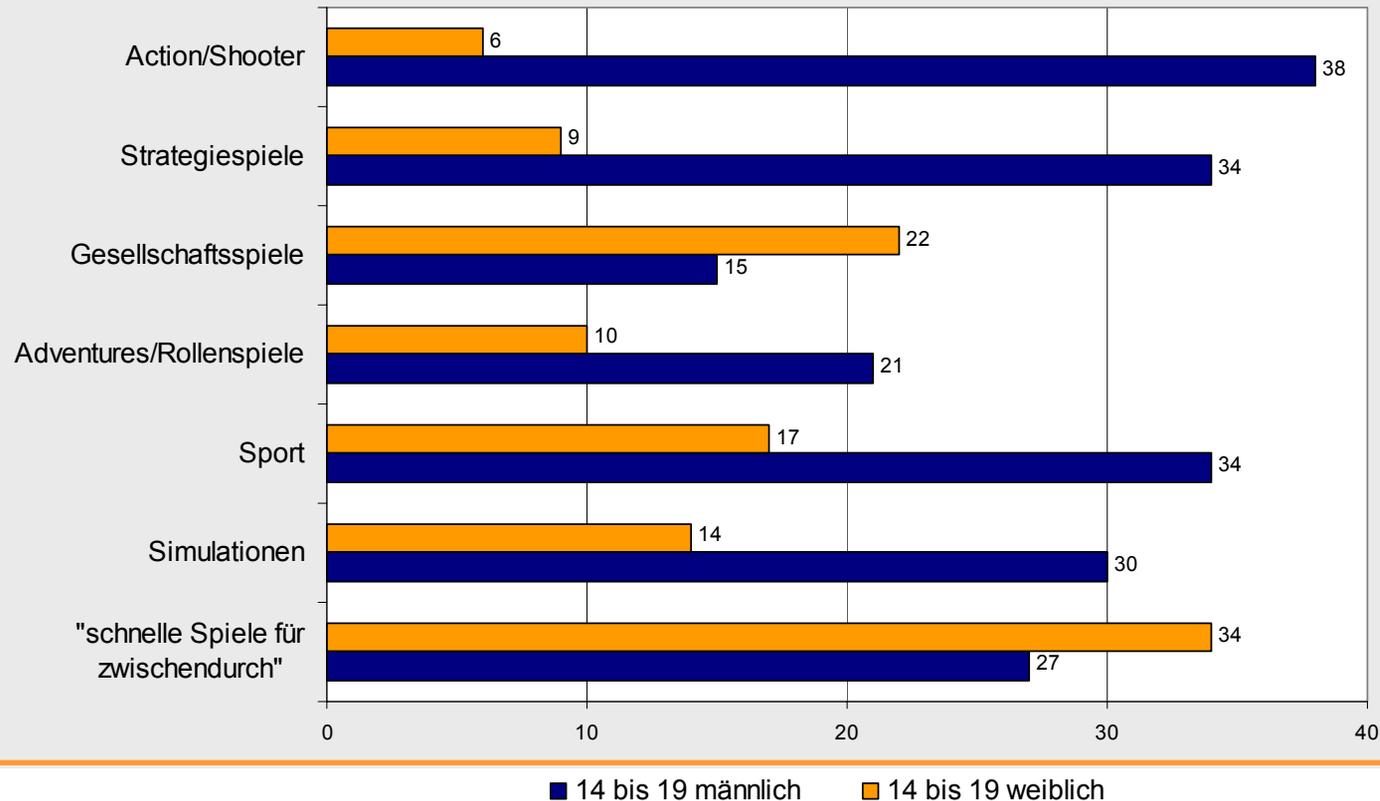
- verbinden Techniknutzung mit Erlebnisorientierung und machen jugendkulturelle Aneignungsweisen zur Grundlage für interessensspezifische „Communities“

Männliche User sind Meister darin, beide Zugänge in einer Person zu verbinden: pragmatische User in Ausbildung und Beruf, Freaks in der der Freizeit

4. Bericht zur Lage der Jugend

Burschen spielen andere Spiele als Mädchen

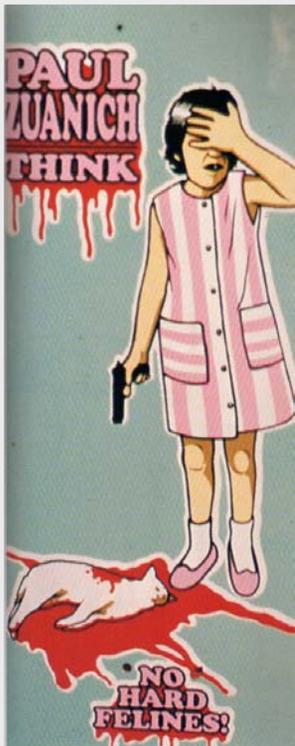
Nutzung von Spielgenres: 14- bis 19-Jährige nach Geschlecht
("spiele des öfteren"; Basis: Befragte, die die Genres kennen, Angaben in Prozent)



4. Bericht zur Lage der Jugend

Kommunikation quer zum Mainstream

Dem Teufel die Seele verkauft ...



- ▶ Ein T-Shirt mit dem Aufdruck „Ich habe dem Teufel meine Seele verkauft und alles, was ich dafür bekomme, ist dieses lausige T-Shirt“ als PR-Gag von World Industries – die Christliche Koalition geht auf die Barrikaden.

„Oppositionelle Lesarten“
machen Spaß!



4. Bericht zur Lage der Jugend

**Eine Frage, die viele beschäftigt:
Wie wirken „böse“ Spiele?**

Wer die Wirkungsfrage beantworten will, darf nicht fragen

- Wie wirkt dieses Spiel bzw. diese Skateboardgrafik auf mich?

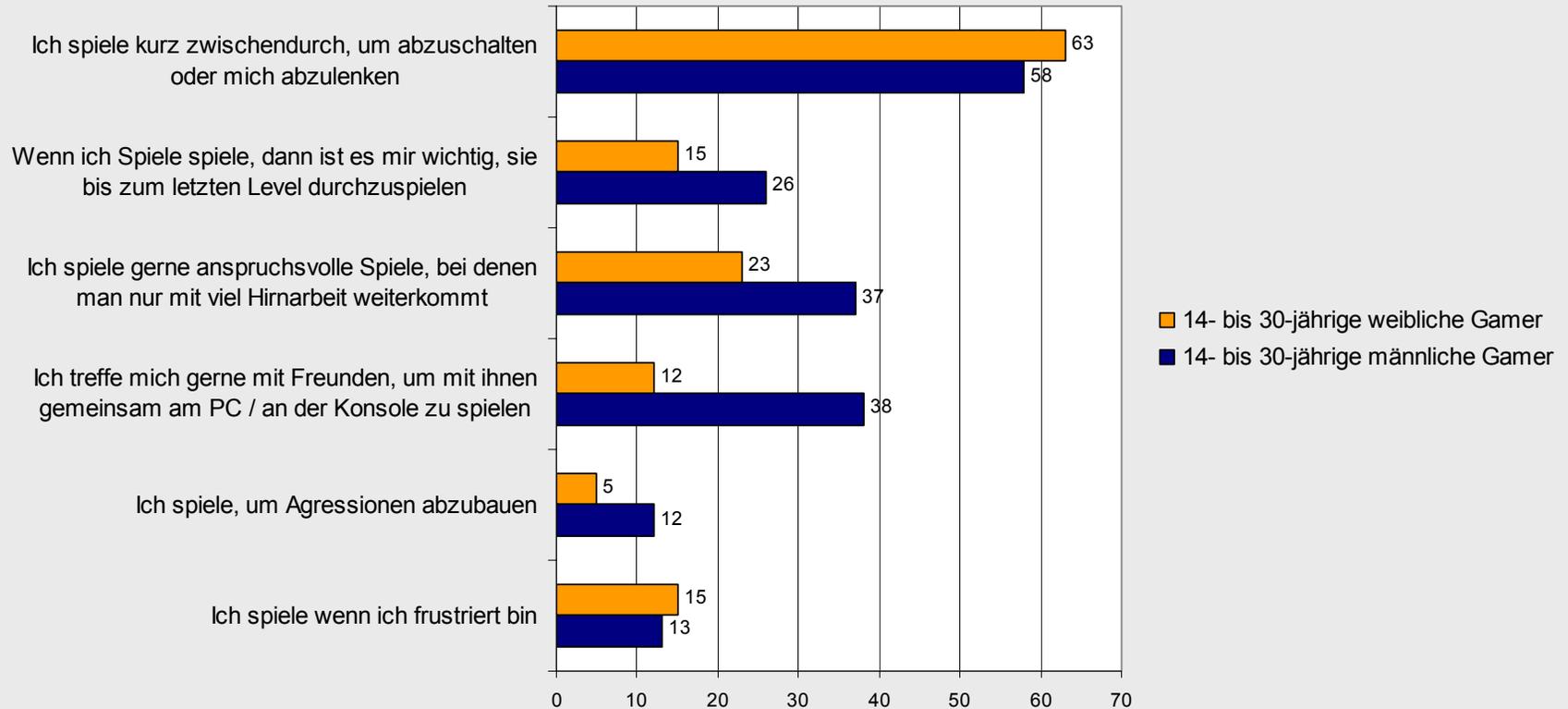
sondern muss fragen

- Warum nutzt dieser Jugendliche gerade dieses Spiel? Warum liest er gerade dieses Skateboard-Magazin? (Nutzungsmotive)
- Und ganz wichtig: Was bedeutet dieses Spiel bzw. diese Skateboard-Grafik für ihn? (Framing)

4. Bericht zur Lage der Jugend

Spielermotive: Entspannung, Sozialkontakte, Flow-Gefühl

Spielermotive von männlichen und weiblichen Gamern im Vergleich
(Angaben in Prozent)



Technologie-Infrastruktur und Erwerb von Anwendungskompetenz



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

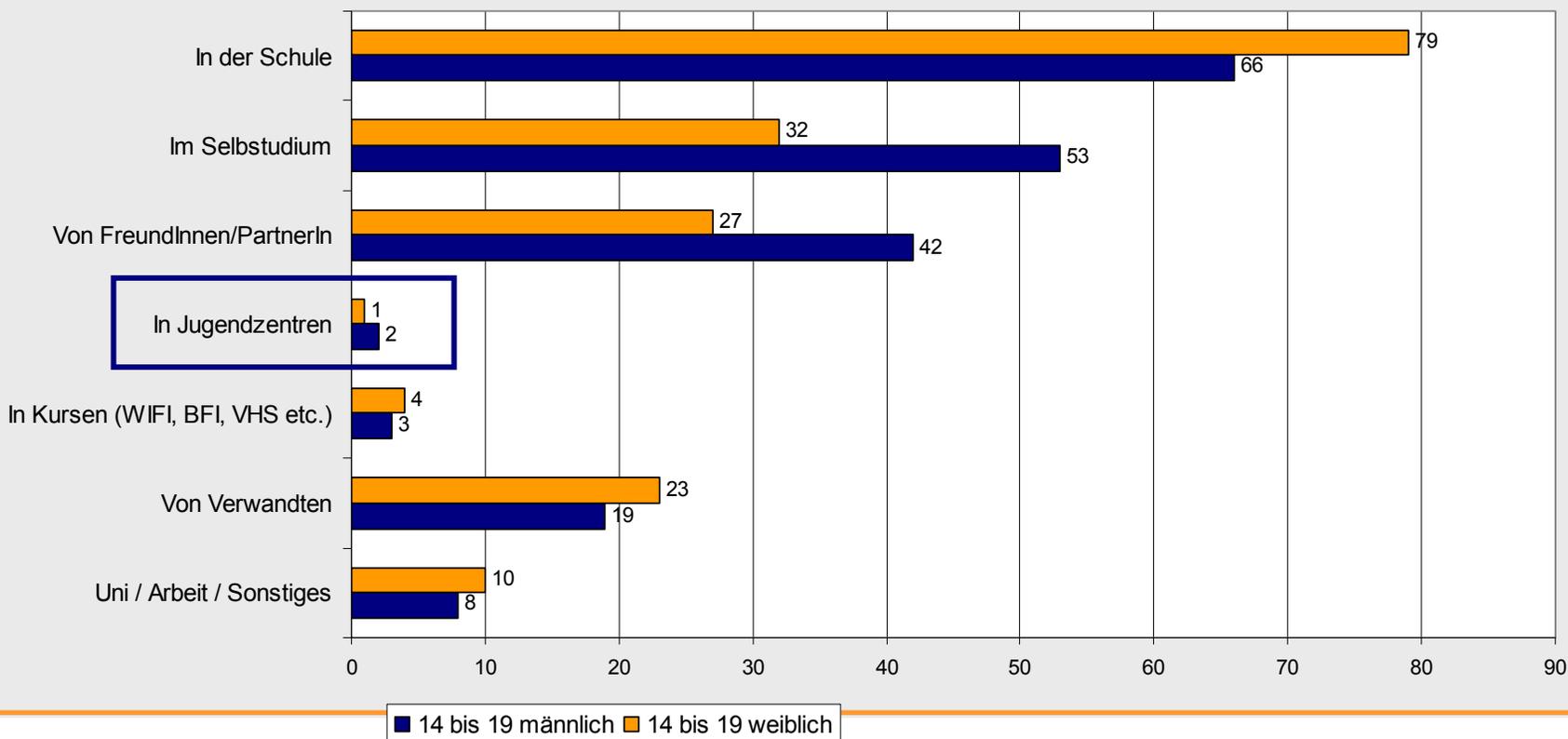
Burschen verfügen über bessere PC-Infrastruktur

- ▶ **82% der 14- bis 19-jährigen Burschen leben in einem Haushalt mit PC; 47% haben einen eigenen Computer**
- ▶ **76 % der 14- bis 19-jährigen Mädchen leben in einem Haushalt mit PC, jedoch nur 33% der Mädchen haben einen eigenen PC**
 - ▶ **Mädchen eignen sich Anwendungskompetenz vorrangig in der Schule an**
 - ▶ **Burschen lernen den Umgang mit dem PC in der Schule, im Selbststudium und in der Interaktion mit Freund(Inn)en**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Zentrale Rolle der Schule beim Kompetenzerwerb

Erlernen von Anwendungskompetenz: 14- bis 19-jährige User nach Geschlecht
(Angaben in Prozent)



Informationskultur und Informationshabitus der Jahrtausendwende-Jugend



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Die Informationskultur der Jugend ist anders ...

- ▶ **Regel Nr. 1: Die wichtigen Infos holt man sich von FreundInnen, aus Peer-Medien („Special-Interests) und dem Internet!**
- ▶ **Regel Nr. 2: Subjektive Sichtweisen von „Insidern“ ist tausend mal mehr Wert als objektives „Outsidertum“!**
- ▶ **Regel Nr. 3: Information und Unterhaltung sind kein Widerspruch!**
- ▶ **Regel Nr. 4: Informationen, die nicht jeder anbietet – kompetent vorselektiert, damit man sich trotz „Information-Overflow“ zurecht finden kann!**

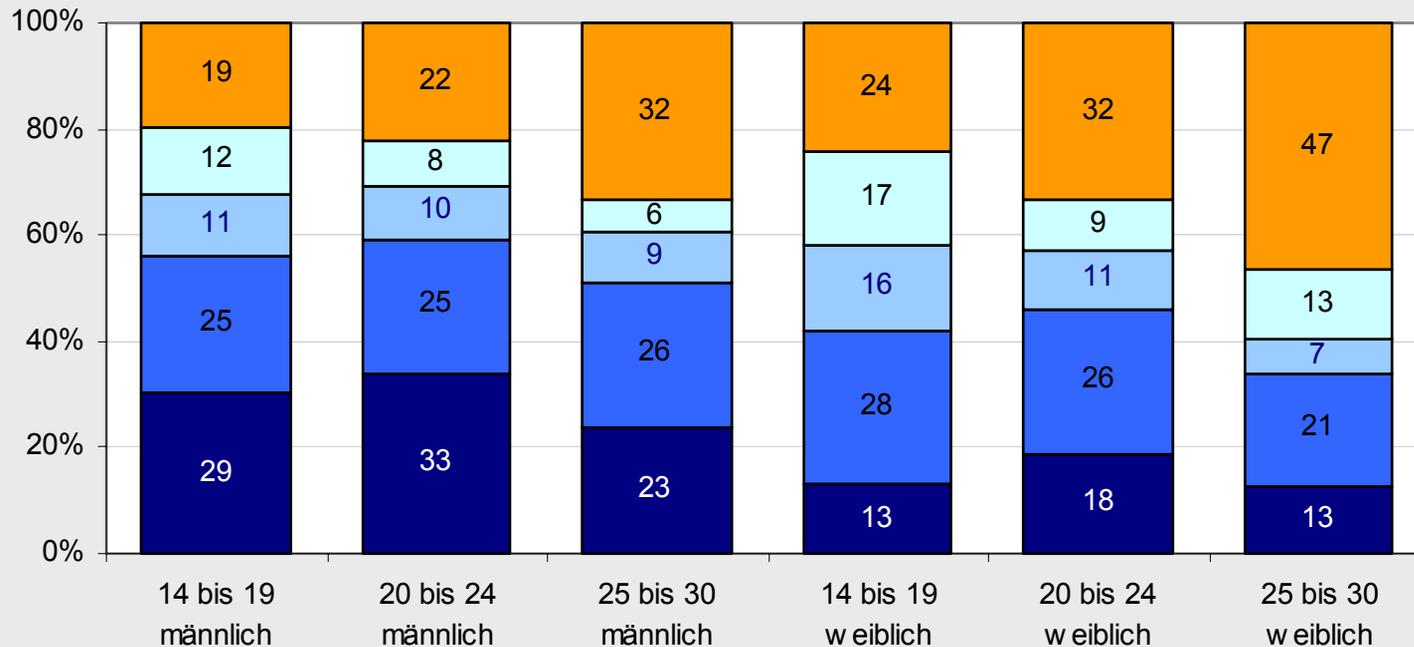


- ▶ **Internet wird immer wichtiger!**
Aber Achtung: Man erreicht damit immer noch nicht jede/n.

4. Bericht zur Lage der Jugend

Internet-Intensivnutzer sind jung und männlich

Häufigkeit der Internetnutzung: Burschen/junge Männer und Mädchen/junge Frauen im Vergleich

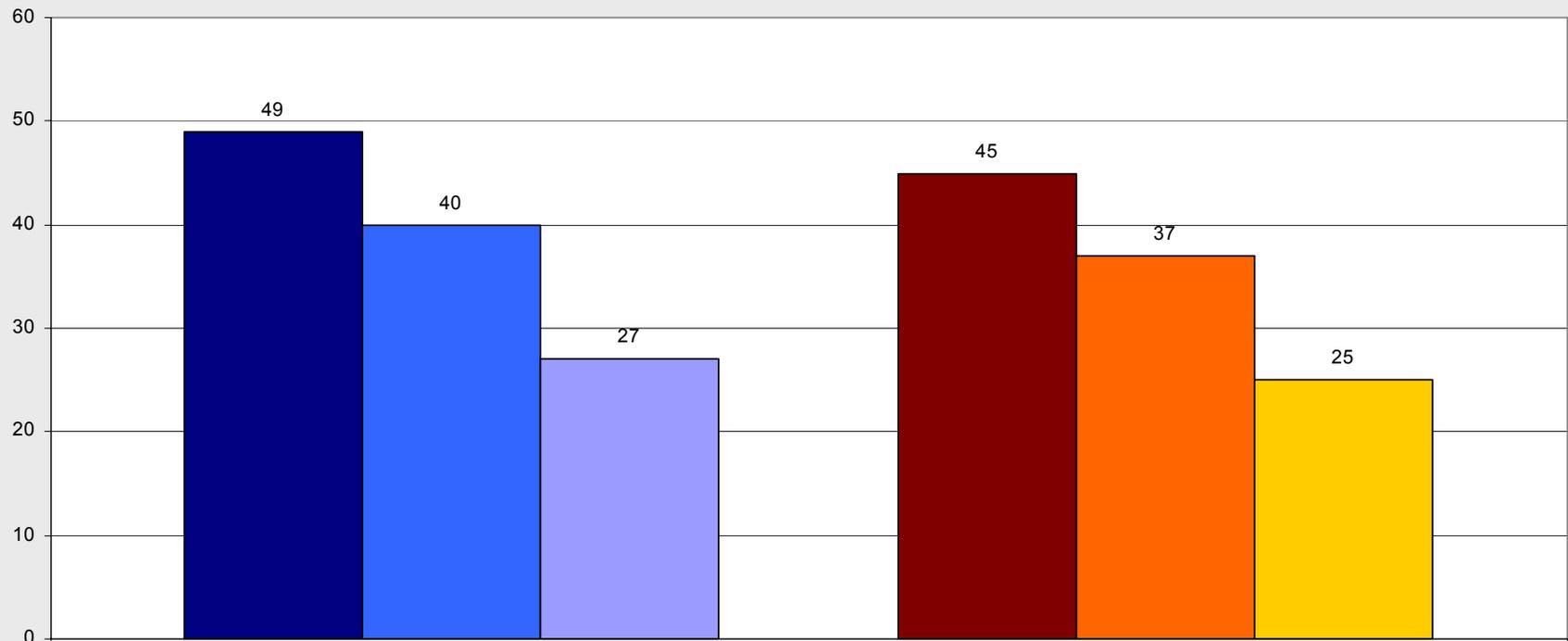


■ täglich ■ mehrmals pro Woche ■ einmal pro Woche ■ mehrmals pro Monat ■ seltener

4. Bericht zur Lage der Jugend

Soziale Funktionen neuer Technologien

"Bei E-Mail und SMS fällt es mir leichter, Dinge zu sagen, die ich im persönlichen Gespräch nicht sagen würde": Top 2 Boxes - "stimme voll und ganz / eher zu" (Angaben in Prozent)



■ 14 bis 19 männlich ■ 20 bis 24 männlich ■ 25 bis 30 männlich ■ 14 bis 19 weiblich ■ 20 bis 24 weiblich ■ 25 bis 30 weiblich

▸ **Die große Frage:**

Welche **Konsequenzen** hat das für die
Jugendinformations- und Beratungsarbeit?



Zielgruppenkommunikation, Information und Beratung: Some Basics ...



4. Bericht zur Lage der Jugend: Jugendradar

4. Bericht zur Lage der Jugend

Themen, die für Jugendliche interessant sind

**Von erfolgreichen „Jugend-Medien“ abschauen
oder aus den Freizeit- und Wertedaten ableiten ...**

Ein paar Beispiele:

- **Freizeit: Musik & jugendkulturelle Themen on Top**
 - **Ausbildung wird wichtiger**
- **Job(perspektiven) wären schön – Nebenjobs bessern das Freizeitbudget auf**
- **Ausgeprägte Serviceorientierung – Dienstleistungsgesellschaft!**

Wichtig:

- 1. Der Kommunikationskanal muss zur Zielgruppe passen!**
- 2. Der Inhalt und der Stil müssen stimmen!**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Nadine (14)

Freizeit: „Ich treff mich gern mit Freunden, geh gern fort und auf Konzerte. Welche Musik ich hör? Na so die FM4-Ecke ...“

Szene: „ein bisschen Snowboard – aber nicht so richtig ...“

Was sie sich vom Jugendinfo wünscht

„So eine Zeitung wie den U-Bahnexpress – mit Politik für Jugendliche. Politik würde mich, glaub ich, interessieren, aber wenn ich die ZIB schaue, dann verstehe ich die Hälfte nicht. Die Begriffe, die die verwenden ... Das ist nur was für Erwachsene.“



4. Bericht zur Lage der Jugend

Womit man bei Jugendlichen sonst noch punktet

1. „Credibility“ – glaubwürdig und authentisch rüber kommen

- ▶ niemals anbieten
- ▶ sich nicht um jeden Preis verkaufen wollen

2. „Expertness“ – Expertenstatus

- ▶ Diejenigen, die über etwas reden/schreiben, haben persönliche Erfahrungen in diesem Bereich und wissen daher, worum es geht
- ▶ Lebensweltorientierung spielt größere Rolle als Orientierung an Lebenserfahrung
- ▶ Fachwissen bzw. fachlicher Expertenstatus bei sensiblen/ problemorientierten Themen

3. Kulturelle / lebensstilistische Kompatibilität

4. Kontextualisierte Information, die nicht überall zu haben sind

4. Bericht zur Lage der Jugend

Die Sprache der Zielgruppe sprechen ...



- ▶ **Die Jugendarbeit hat viele verschiedene Zielgruppen.**
 - ▶ In jedem Zielgruppensegment gibt es unterschiedlich Interessierte, Motivierte, Engagierte.
 - ▶ Alle wollen anders angesprochen werden.
- ▶ **Jugendliche für Themen gewinnen bedeutet Aktivitätsprofile erstellen und Zielgruppen segmentieren.**

4. Bericht zur Lage der Jugend

Aktivitätsprofile & Zielgruppensegmentierung



4. Bericht zur Lage der Jugend

Imagearbeit ist wichtig

**Die Jugendarbeit braucht ein klareres Profil –
Assoziationen bleiben schwach !**

**„Welche Begriffe passen am besten zu Betreuer/in im
Jugendzentrum oder Jugendorganisation“?**

- **genannt werden Rat, Freizeitgestaltung und
Hilfestellung – allerdings von nur je 13%!**

**Zum Vergleich: ▸ Stärkste Assoziationen zu „Mutter“:
64% Vertrauen, 54% Sicherheit, 53% Verständnis, 52% Rat,
52% Hilfestellung; ▸ Stärkste Assoziationen zu
„Freundeskreis“: 72% Spaß, 54% Freizeitgestaltung,
44% Vertrauen, 41% Verlässlichkeit, 38% Rat**



**Man kann nicht nicht kommunizieren,
schon gar nicht im Informationszeitalter ...**



4. Bericht zur Lage der Jugend

- ▶ **Teil A / Jugendradar – Teil B / Prävention**
- ▶ **Themenschwerpunkt: Jugend in der Informationsgesellschaft**

