



BUNDESMINISTERIUM FÜR SOZIALE SICHERHEIT
GENERATIONEN UND KONSUMENTENSCHUTZ

4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich

Teil A: Jugendradar 2003

KURZFASSUNG

**Im Auftrag von:
Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen
und Konsumentenschutz**

erstellt von
SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H. und
jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung

Wien, 2003

Der 4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich, Teil A: Jugendradar 2003, wurde im Auftrag des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz, Abteilung Jugendpolitik, erstellt.

Für den Inhalt verantwortlich:

Dr. Klaus Nemetz

Mag. Petra Michl

SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H.

Dr. Beate Großegger

MMag. Manfred Zentner

jugendkultur.at – Institut für Jugendkulturforschung

Kontaktadressen

SPECTRA Marktforschungsges.m.b.H.

Brucknerstraße 3-5

A-4020 Linz

jugendkultur.at – Institut für

Jugendkulturforschung

Bauernmarkt 6/5

A-1010 Wien

Eigentümer und Herausgeber:

Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (BMSG)

- Sektion V

1010 Wien, Franz Josefs-Kai 51

Druck:

Hausdruckerei BMSG

Alle Rechte vorbehalten. Auszugsweise Veröffentlichungen sind mit Quellenangabe gestattet.

4. BERICHT ZU LAGE DER JUGEND / TEIL A: JUGENDRADAR: KURZFASSUNG

Eine repräsentative Panoramastudie zu Lebenswelten, Einstellungen und Werten 14- bis 30-jähriger Österreicher/innen

1. Das Studiendesign

Die Erhebung richtet sich in Form einer Befragung an insgesamt n=1.549 Zielpersonen, repräsentativ für die österreichischen Jugendlichen im Alter von 14 bis 30 Jahren. Die Stichprobe wurde als Quoten-Stichprobe (Geschlecht, Alter, Ausbildung / Berufsstand, Bundesland, Ortsgröße) angelegt. Als Basis für die Quoten-Stichprobenbildung wurden die aktuellsten Zahlen der österreichischen Bevölkerungsstatistiken herangezogen.

Um zu gewährleisten, dass die Ergebnisse der einzelnen Bundesländer auf einer Mindestfallzahl von n=100 Jugendlichen basieren, wurde die Stichprobe für die Bundesländer Burgenland, Kärnten, Salzburg, Tirol und Vorarlberg disproportional aufgestockt. Um trotz dieser „Asymmetrie“ die Repräsentanz der Ergebnisse sicher zu stellen, wurde die disproportionale Rohstichprobe auf die Grundgesamtheit zurückgewichtet. Bei der Gewichtung handelte es sich um eine Zellgewichtung.

Die Befragung wurde face-to-face von insgesamt 215 geschulten, kontrollierten *SPECTRA* InterviewerInnen durchgeführt. Die Feldarbeit fand in der Zeit vom 10. Februar bis 14. März 2003 statt. Die durchschnittliche Dauer einer Befragung betrug 64 Minuten. Die Berichtslegung erfolgte durch *jugendkultur.at / Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung*.

2. Bezugspersonen Jugendlicher und junger Erwachsener

Die heutige Jugendgeneration ist in eine Zeit hineingeboren, in der jeder und jede Einzelne aufgefordert ist, sich eine eigene „soziale Heimat“ aufzubauen. Jugendliche, die unter Bedingungen der Individualisierung heranwachsen, beginnen schon früh damit, sich über die Beziehung zu nahestehenden Menschen eine kleine Welt zu schaffen und ihr Leben auf diese Art und Weise zu ordnen und zu stabilisieren.

Bis ins frühe Jugendalter ist die Familie das wichtigste soziale Bezugssystem. Dann gewinnen die FreundInnen im Alltag der Jugendlichen immer mehr an Bedeutung. Vor allem in der Freizeit treten die Jugendlichen aus dem familialen Ambiente heraus und orientieren sich an den „Peers“, ohne dabei jedoch die enge emotionale Bindung an die Herkunftsfamilie zu verlieren.

⇒ **Jugendliche und junge Erwachsene leben in einer Gesellschaft der Gleichaltrigen und pflegen vielfältige Sozialkontakte**

Gute FreundInnen spielen im Alltag der jungen Österreicher/innen eine große Rolle. Gute FreundInnen zu haben, wird in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen von den Mädchen als wichtigstes und von den Burschen als immerhin zweitwichtigstes Lebensziel genannt.

Jugendliche und junge Erwachsene haben im Durchschnitt 4 bis 5 sehr gute FreundInnen, denen sie vertrauen und auf die sie sich verlassen können, wobei Burschen und junge Männer in ihren Freundschaftsbeziehungen deutlich stärker an geschlechtshomogenen Freundschaften orientiert sind als Mädchen und junge Frauen.

Die Mehrheit der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen ist in einen festen oder zumindest losen Freundeskreis eingebunden. Nur rund ein Viertel aller Befragten geht zur Gruppenbildung auf Distanz und ist in keinen Freundeskreis integriert.

Jugendliche und junge Erwachsene trennen generell sehr scharf zwischen guten FreundInnen und eher unverbindlichen Bekanntschaften. FreundInnen sind für sie wichtige Vertrauenspersonen und zugleich wichtige FreizeitpartnerInnen, Bekannte sind hingegen einfach nur Leute, mit denen man sich in der Freizeit gelegentlich trifft, um Spaß zu haben.

Trotz dieser wahrgenommenen Unverbindlichkeit in der Beziehung zu ihren Bekannten haben Jugendliche und junge Erwachsene beachtlich große Bekanntenkreise, die im Durchschnitt 50 bis 60 Personen umfassen.

⇒ **Die Cliquenorientierung ist im Jugendalter am größten**

Ein Drittel der 14- bis 19-Jährigen ist eigenen Angaben zufolge in einen festen Freundeskreis bzw. eine Clique integriert; weitere 42% sind in einer losen Gruppe von FreundInnen.

Im Jungerwachsenenalter nimmt die Cliquenorientierung stetig ab, die Orientierung an losen Freundeskreisen gewinnt hingegen an Bedeutung.

Cliquen entstehen, indem sich junge Leute zusammenfinden, die sich gegenseitig sympathisch finden: Rund 8 von 10 Jugendlichen, die in einer Clique sind, charakterisieren ihr Cliquenleben allem voran mit „wir können uns gut leiden“ und „wir haben Spaß miteinander“.

Weitere wichtige Bindungsfaktoren in den Cliquen der 14- bis 19-Jährigen sind: jugendkulturelle Themeninteressen – allem voran die Musik, fixe Treffpunkte, räumliche Nähe sowie ein ähnlicher Lebensstil.

Gemeinsame Mitgliedschaft in einer Jugendorganisation oder in einem Verein, aber auch ähnliche Wertorientierungen und gemeinsames gesellschaftspolitisches Engagement spielen aus der Sicht der cliquenorientierten 14- bis 19-Jährigen bei der Cliquenbildung eine nachrangige Rolle.

Generell zeigt sich, dass die Cliquen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht strikt altershomogen sind. Sie sind also nicht Gleichaltrigengruppen im engen Sinne, sondern „Peer-Cliquen“, in denen gemeinsame Interessen und Alltagserfahrungen unter annähernd Gleichaltrigen Gruppenidentität stiften und zu denen grundsätzlich auch (etwas) Jüngere und (etwas) Ältere Zugang finden – freilich unter der Voraussetzung, dass sie die in der Clique gemeinschaftsstiftenden Interessen teilen.

Diejenigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die in einen festen Freundeskreis eingebunden sind, orientieren sich großteils an nur einem festen Freundeskreis.

⇒ **Bei den Eltern wohnen ist attraktiv**

Nicht nur Jugendliche, auch junge Erwachsene wohnen noch zu einem erstaunlich hohen Prozentsatz bei einem oder beiden Elternteilen. Insbesondere bei den jungen Männern ist zuhause bei den Eltern wohnen populär.

6 von 10 jungen Männern im Alter zwischen 20 und 24 Jahren leben eigenen Angaben zufolge nach wie vor bei einem oder beiden Elternteilen und genießen dennoch alle Privilegien der postadoleszenten Selbständigkeit.

⇒ **Die Eltern erfüllen eine „Trouble-shooter-Funktion“**

Tipps für den (jugendlichen und jungerwachsenen) Alltag holen sich Jugendliche und junge Erwachsene in erster Linie von gleichaltrigen FreundInnen.

Bei alltäglichen Problemen wenden sich Jugendliche und junge Erwachsene am ehesten an FreundInnen, die um ein paar Jahre älter sind.

In wirklich schwierigen Situationen kontaktieren sie vorzugsweise ihre Eltern und suchen dort Rat und Unterstützung.

⇒ **Über 50% der jungen Österreicher/innen erleben den Erziehungsstil ihrer Eltern als partizipativ**

Jugendliche und junge Erwachsene zeichnen im großen und ganzen ein sehr positives Bild ihrer Eltern. Die eigenen Eltern werden von den 14- bis 30-Jährigen größtenteils liberal wahrgenommen. Das Gesprächsklima in der Familie wird als offen beschrieben. Der Erziehungsstil wird partizipativ erlebt, d.h. die Eltern geben ihren Kindern die Möglichkeit mitzureden und das Familienleben aktiv mitzugestalten.

Die Mehrheit der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen vertritt die Ansicht, dass sich die eigenen Eltern gut in sie einfühlen können und wissen, was in ihnen vorgeht.

Der Erwachseneneneration stehen vor allem die Jüngeren eher ambivalent gegenüber. Zwar meinen 44% der 14- bis 19-jährigen Mädchen und 48% der 14- bis 19-jährigen Burschen, dass Erwachsene auf die Probleme Jugendlicher im allgemeinen sehr gut eingehen. Rund 3 von 4 Mädchen und 7 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren sind jedoch der Ansicht, dass die meisten Erwachsenen die Probleme Jugendlicher viel zu wenig verstehen.

3. Freizeit zu Beginn des dritten Jahrtausends

Die Freizeit hat bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen generell großen Stellenwert. Freizeit bedeutet Freiraum. Sie schafft einen Ausgleich zum eher trocken erlebten Schul- und Berufsalltag.

FreundInnen sind die wichtigsten FreizeitpartnerInnen der Jugendlichen. Aber auch Musik und Medien stehen unmittelbar im Zentrum des jugendlichen Freizeitgeschehens. Außerhäusliche Freizeitaktivitäten und Identifikation mit populären Jugendkulturen haben vor allem in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen Bedeutung. Die Verlagerung des jugendlichen Freizeiterlebens weg von der Herkunftsfamilie hin zu den Peers steht großteils im Zeichen der Abnabelung von den Eltern und markiert einen wichtigen Schritt im Prozess des Selbständigwerdens Jugendlicher.

Die Freizeitorientierung ist vor allem bei den Jüngeren sehr stark ausgeprägt. Mit steigendem Alter werden andere Prioritäten gesetzt und die subjektive Bedeutung der Freizeit nimmt stetig ab.

In der Altersgruppe der 14- bis 15-Jährigen nennen 63% der Befragten, viel Freizeit zu haben, als ein für sie persönlich sehr wichtiges Lebensziel. Bei den 28- bis 30-Jährigen sehen hingegen nur mehr 37% viel Freizeit als persönlich sehr wichtiges Lebensziel an.

⇒ Musik, Medien und Freizeitgestaltung mit FreundInnen sind feste Bestandteile der Freizeitgestaltung

Die Freizeitgestaltung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen charakterisiert sich durch eine bunten Mischung aus selbstorganisierten Aktivitäten, Nutzung von Angeboten der Freizeitindustrie und ganz entspanntem „Nichts-Tun“.

Die von 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen am häufigsten ausgeübten Freizeitaktivitäten, Musik hören, Radio hören, Fernsehen und außerhäusliche Freizeitgestaltung mit FreundInnen, sind weitgehend „unisex“, das heißt, sie werden von weiblichen und männlichen Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu annähernd gleichen Prozentsätzen fest in den persönlichen Freizeitalltag integriert.

In weniger dominanten Bereichen der Freizeitgestaltung zeigen sich aber nach wie vor in sehr traditioneller Weise geschlechtsspezifische Unterschiede. Mädchen telefonieren, beschäftigen sich mit Mode („Styling“ und „Outfit“), machen gemeinsam mit ihren FreundInnen einen Einkaufsbummel und führen gerne Gespräche oder diskutieren Probleme. Burschen und junge Männer beschäftigen sich hingegen gern mit technischen Medien, Sport sowie technologiegestützten Spielen.

⇒ **Musik ist nach wie vor Kristallisationspunkt der jugendlichen Freizeit- und Konsumkultur**

Musik spielt eine zentrale Rolle in der jugendlichen Freizeitkultur. In der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen ist Musik hören bei Mädchen und Burschen die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität. Konzerte und Musikevents sind in dieser Altersgruppe besonders attraktiv: 3 von 10 Jugendlichen besuchen sehr häufig oder zumindest öfters Konzerte oder Musikevents und weitere 29% der Mädchen und 23% der Burschen dieser Altersgruppe würden gerne auf Konzerte gehen, beklagen aber, dass sie keine Möglichkeit dazu haben.

Auch Musikmagazine spielen in der Freizeitgestaltung der 14- bis 19-Jährigen eine nicht unbedeutende Rolle. Rund ein Drittel der Befragten liest regelmäßig Musikmagazine.

⇒ **8 von 10 Jugendlichen sympathisieren mit Jugendszenen**

Die Jugendkultur präsentiert sich heute großteils als mehrheitsfähige jugendliche Freizeitkultur. Das macht sie für Jugendliche und junge Erwachsene auf breiter Ebene sympathisch.

Die Identifikation mit Jugendszenen ist im klassischen Jugendalter besonders groß. 8 von 10 Mädchen und Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren sympathisieren mit mindestens einer Jugendszene oder finden eine oder mehrere Jugendszenen interessant. Nur 2 von 10 Befragten aus der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen haben eigenen Angaben zufolge keinerlei Jugendkulturaffinität.

Im Jungerwachsenenalter verliert die Identifikation mit der Jugendkultur an Bedeutung und die Sympathie für Jugendszenen geht vor allem bei jungen Frauen deutlich zurück.

⇒ **Der Trend geht in Richtung individualisierte Freizeit(gestaltung)**

Angebote der außerschulischen Jugendarbeit spielen in der Freizeitgestaltung der österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine untergeordnete Rolle.

Ca. 10% der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen engagieren sich eigenen Angaben zufolge in ihrer Freizeit sehr häufig oder zumindest öfters in einer Jugendorganisation. Jugendzentren haben in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen größere Bedeutung: Rund ein Fünftel der 14- bis 19-Jährigen gibt an, in der Freizeit sehr häufig oder zumindest öfters ins Jugendzentrum zu gehen.

4. Medien und IK-Technologien¹ im jugendlichen Alltag

Die heutige Jugend- und Jungerwachsenengeneration ist von frühem Kindesalter an mit einem breiten medialen Angebotsspektrum konfrontiert und geht dementsprechend souverän mit Medien um. Mit großer Selbstverständlichkeit navigiert sie durch die mediale Vielfalt. Selbstbewusst bastelt sie sich aus dem breiten Angebot, das sie umgibt, einen an den eigenen Bedürfnissen orientierten, individuellen Medienmix, in dem klassische Massenmedien wie Radio und TV ebenso Platz finden, wie interessensspezifische Zielgruppenmedien oder das boomende Medium „Internet“.

Radio und Fernsehen sind für Jugendliche und junge Erwachsene klassische „Alltagsmedien“; unabhängig von Alter, Geschlecht und auch unabhängig vom Bildungsniveau werden sie von der Mehrheit der jungen Österreicher/innen in den täglichen Medienmix integriert.

Die Tageszeitung hat ein „erwachsenes“ Image und wird im Jugendalter sowohl von Mädchen als auch von Burschen weniger genutzt.

Zielgruppenmedien, die sich an bestimmten Alters- oder Lebensstilsegmenten orientieren, wie etwa Jugendzeitschriften, Comics, Musik-, Funsports- oder PC-/Spielemagazine sind vor allem im Jugendalter eine wichtige Informationsquelle bei Themen, die in den Gleichaltrigengruppen beschäftigen.

¹ IK-Technologien bzw. IKT wird als Kurzform für „Informations- und Kommunikationstechnologien“ verwendet.

⇒ **Einen eigenen Computer zu besitzen, ist für Mädchen noch immer weniger selbstverständlich als für Burschen**

47% der 14- bis 19-jährigen Burschen besitzen einen eigenen PC; bei den Mädchen sind es 33%. Mädchen sind in der privaten Computernutzung demnach deutlich stärker als Burschen darauf angewiesen, den PC der Eltern oder den PC eines Geschwisterteils mitbenutzen zu dürfen.

Auch im Bereich des Erwerbs von Anwendungskompetenz bestehen nach wie vor deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Mädchen und junge Frauen haben den Umgang mit dem Computer zum überwiegenden Teil in der Schule gelernt. Bei den Burschen und jungen Männern spielt im Zusammenhang mit dem Erwerb von Computerkenntnissen neben der Schule auch das Selbststudium und die Interaktion mit computerinteressierten FreundInnen eine Rolle.

⇒ **Computer- und Konsolenspielkulturen sind männlich dominiert**

Burschen und junge Männer spielen zu einem deutlich höheren Prozentsatz als Mädchen und junge Frauen am Computer oder an der Konsole. Darüber hinaus spielen männliche „Gamer“ häufiger als weibliche „Gamer“ und sie spielen vor allem auch andere Spiele.

Mädchen und junge Frauen spielen vorzugsweise „schnelle Spiele für zwischendurch“ sowie Gesellschaftsspiele, Burschen und junge Männer spielen hingegen am häufigsten „Action/Shooter“, „Strategie-“ und „Sportspiele“.

Auch hinsichtlich der Funktion des Spiels zeigen sich geschlechtsspezifische Unterschiede. Für männliche „Gamer“ bedeuten Computer- und Konsolenspiele vor allem eine Herausforderung, zugleich aber auch Entspannung.

Bei den weiblichen „Gamern“ steht hingegen der Entspannungs- bzw. Unterhaltungsfaktor klar im Vordergrund.

⇒ **Neue Kommunikationstechnologien revolutionieren die private Kommunikation**

Immer mehr Jugendliche und junge Erwachsene integrieren neue, technologievermittelte Formen der Kommunikation in ihre Alltagskommunikation. Handy, Computer und Internet

sind zu einem vergleichsweise unspektakulären Teil des jugendlichen Alltags geworden. Egal ob es darum geht, ein Treffen zu fixieren, mit FreundInnen über größere räumliche Distanzen in Kontakt zu bleiben, kundzutun, was einem momentan gerade durch den Kopf geht, oder ob man einfach Lust auf ein Gespräch hat – Informations- und Kommunikationstechnologien bilden in den kommunikativen Repertoires der Jahrtausendwendejugend ein zentrales Standbein.

Die bei österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen am weitesten verbreiteten Formen neuen, technologiegestützten Kommunizierens sind SMS, E-Mail und Chatten.

ICQ, Online-Rollenspiele, aber auch das Posten von Beiträgen in Newsgroups oder Internet-Foren sind nicht nur weit weniger bekannt, sondern sie werden auch nur von einer Minderheit der österreichischen Jugendlichen und jungen Erwachsenen ins persönliche Kommunikationsrepertoire integriert.

⇒ **E-Mail wird als Möglichkeit gesehen, Freundschaften über Distanzen aufrecht zu erhalten**

Vor allem die unter-25-Jährigen sehen in der E-Mail-Kommunikation eine Chance, Freundschaften über größere räumliche Distanzen aufrechtzuerhalten. Rund 8 von 10 Befragten stimmen der Aussage „E-Mail ist für mich eine tolle Möglichkeit, auch mit FreundInnen, die weit weg sind, in Kontakt zu bleiben“ voll und ganz oder zumindest eher zu.

⇒ **Das Internet wird von Jugendlichen sowohl als Informations- als auch als Unterhaltungsmedium geschätzt**

Seit Mitte der 1990er Jahre ist ein rapider Bedeutungsanstieg des Mediums „Internet“ zu verzeichnen. Vor allem im Bereich der privaten Internet-Infrastruktur sind die jährlichen Zuwachsraten enorm. Ob in der Schule, beim Studium oder in der Arbeit – Internet ist als „Werkzeug des Alltags“ für viele nicht mehr wegzudenken. Und auch als Freizeitfaktor gewinnt das Netzmedium zunehmend an Bedeutung.

Für regelmäßige InternetnutzerInnen, die mindestens mehrmals pro Woche online gehen, bedeutet Internetnutzung Information und zugleich Spaß.

Rund zwei Drittel der regelmäßigen InternetnutzerInnen gehen online, weil sie sich informieren wollen; ebenso viele nutzen das Internet, weil es ihnen ganz einfach Spaß macht. Ein Drittel der regelmäßigen NutzerInnen geht online, um sich zu entspannen. Für je rund ein Viertel der regelmäßigen NutzerInnen liefert das Internet Informationen, die im Freundeskreis Thema sind und die es ihnen ermöglichen mitzureden.

Generell wird der Spaß- bzw. Unterhaltungsfaktor des Internet von jüngeren InternetnutzerInnen höher bewertet. Deutlich mehr 14- bis 19-jährige als 25- bis 30-jährige InternetnutzerInnen geben an, dass sie ins Internet gehen, weil es ihnen ganz einfach Spaß macht.

Allerdings ist unterhaltungsorientierte Internetnutzung mit einer unterhaltungsorientierten Nutzung anderer populärer Medien wie etwa Fernsehen kaum zu vergleichen. Das Internet ist nämlich – im Gegensatz zum Fernsehen – kein „Lean-back-Medium“, bei dem man sich bequem zurücklehnen und entspannen kann. Internet ist vielmehr ein „Lean-forward-Medium“, das Aktivität seitens seiner NutzerInnen fordert. Spaß und Entspannung sind hier also aktiv besetzt.

Mädchen und junge Frauen haben im Bereich der Internetnutzung während der letzten Jahre gewaltig aufgeholt. Dennoch ist in allen Altersgruppen der Prozentsatz der IntensivnutzerInnen, die täglich online gehen, bei den Burschen und jungen Männern höher als bei den Mädchen und jungen Frauen.

5. Weltanschauungen und Werte

Jugendliche und junge Erwachsene leben im Zeitalter des „Sinnbastelns“. Sie sind mit einer Vielzahl von weltanschaulichen Orientierungsmustern konfrontiert. Werte stehen zur Wahl. Weltanschauungen werden nicht mehr ausschließlich von den traditionellen Institutionen, Kirche und Politik, vermittelt, sondern sie formieren sich immer öfter in individualisierten Prozessen.

Der Zugang der Jahrtausendwendejugend zu Lebensanschauungen und Werten ist alles in allem ein pragmatischer.

Die heutige Jugendgeneration ist in der Freizeitgesellschaft aufgewachsen. Für sie ist es daher normal, das eigene Leben zu genießen. Doch das bedeutet für sie nicht, dass Spaß im Leben und Lebensgenuss auf Kosten anderer gehen muss.

Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind zwar nicht die ProtagonistInnen jener „Ellbogengesellschaft“, von der heute häufig die Rede ist, sie sind aber auch nicht immer so engagiert und altruistisch, wie es sich viele wünschen.

Eigenverantwortlichkeit und Selbständigkeit stehen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen hoch im Kurs. Macht und Einfluss liegen im Ranking der sehr wichtigen Lebensziele auf den unteren Rangpositionen. Trotz ausgeprägter Leistungsorientierung ist Karriere für die Mehrheit der Jugendlichen und jungen Erwachsenen kein absolut vorrangiges Lebensziel.

⇒ **Lebensgenuss, ein Beruf, der Spaß macht, und Sicherheit sind die wichtigsten Lebensziele der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen**

FreundInnen, Freizeit und Familie markieren die für 14- bis 30-jährige Österreicher/innen wichtigsten Lebensbereiche.

In den persönlichen Lebensperspektiven der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen ganz oben rangieren ein Beruf, der Spaß macht, Lebensgenuss (Spaß im Leben haben), gute FreundInnen, einen Partner/eine Partnerin, dem/der man vertrauen kann, sowie Sicherheit (ganz allgemein und insbesondere Arbeitsplatzsicherheit).

⇒ **Authentizität, aber auch Leistungsorientierung liegen im Trend**

Die Jugend- und Jungerwachsenengeneration geht immer mehr auf Distanz zu smarten „Fassadenmenschen“. Rund 2 von 3 Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 14 bis 30 Jahren geben an, dass die Aussage „Ich mag keine Poser – echt sein ist wichtig“ ihre persönliche Einstellung ganz genau trifft. Sie artikulieren also eine klare Präferenz für „echte“, ehrliche Menschen, die sich in zwischenmenschlichen Beziehungen so geben, wie sie sind, die bereit sind, für das, was sie denken und tun, einzustehen und die zielstrebig, geradlinig und dennoch fair ihren eigenen Weg gehen.

Neben ihrer Vorliebe für das Authentische geben sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen aber auch sehr leistungsorientiert: Nahezu jedeR zweite Jugendliche und junge Erwachsene gibt an, dass sich die Aussage „Es ist wichtig im Leben Leistung zu bringen“ genau mit der persönlichen Lebenseinstellung deckt.

6. Konsum

Im Konsumverhalten der jungen Österreicher/innen zeigen sich deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede. Insgesamt neigen Mädchen und junge Frauen stärker als Burschen und junge Männer zu kompensatorischem Konsum und gehen einkaufen, wenn sie Probleme haben und sich ablenken wollen. Für Mädchen und junge Frauen ist „Shopping“ darüber hinaus eine attraktive Freizeitaktivität.

Bei der Auswahl der Artikel/Produkte, die sie kaufen, sind Mädchen und junge Frauen häufig impulsgesteuerter als Burschen und junge Männer.

7. Berufsorientierung junger Österreicher/innen

Berufstätigkeit hat für die überwiegende Mehrheit der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen einen zentralen Stellenwert in den persönlichen Lebensperspektiven: Einen Beruf haben, der Spaß macht, wie auch Arbeitsplatzsicherheit zählen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen zu den wichtigsten Lebenszielen. Karriere wird hingegen eher nachrangig eingestuft.

Von einem Beruf erwarten sich Jugendliche und junge Erwachsene nicht nur Existenzsicherung, sondern auch eine interessante Tätigkeit, die man im großen und ganzen gern macht und die den eigenen Qualifikationen entspricht, ein gutes Arbeitsklima sowie nette KollegInnen.

⇒ **Persönliches Interesse, Arbeitsplatzsicherheit und Zufall bestimmen die Berufswahl**

Bei Lehrlingen und berufstätigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind persönliches Interesse, Arbeitsplatzsicherheit, aber auch Zufall die wichtigsten Faktoren, die die Berufswahl maßgeblich beeinflussen.

In der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen spielt darüber hinaus die Berufsinformation während der Schulzeit eine bedeutende Rolle bei der Berufswahl.

⇒ **Die Geschlechtsspezifische Segmentierung der Arbeitsmarktes setzt sich in der Jugend- und Jungerwachsenengeneration fort**

Branchenbezogen tendieren Mädchen und junge Frauen nach wie vor häufig zu so genannten Frauenberufen, während Burschen und junge Männer in männliche Berufsfelder einsteigen.

„Gesundheits- und Sozialberufe“ ist das derzeit populärsten Berufsfeld bei Mädchen und jungen Frauen, die den Berufseinstieg noch vor sich haben. Aber auch die klassischen Branchen „Tourismus/Gastronomie“ und „Handel“ spielen in den Berufsperspektiven zukünftiger Berufseinsteigerinnen eine Rolle.

Vor allem für höher gebildete Mädchen und junge Frauen ist auch ein Berufseinstieg in den Bereichen „Marketing und Werbung“ sowie „Geld-, Kredit- und Versicherungswesen“ eine Option.

Bei den Burschen und jungen Männern sind vor allem der technikaffine IKT-Bereich und der EDV-Sektor populär. „Tourismus/ Gastronomie“, „Industrie“, „Bauwesen“ und „Dienstleistungen“ belegen im Ranking der Berufseinstiegswunschbranchen bei den nicht-erwerbstätigen Burschen und jungen Männern die Plätze 2 bis 5.

⇒ **Die 25- bis 30-Jährigen zeigen geringere Bereitschaft zu beruflicher Mobilität als die unter-25-Jährigen**

Beruflicher Mobilität stehen Jugendliche und junge Erwachsene ambivalent gegenüber. Im kleinräumigen Bereich scheinen sie mit Mobilität kein Problem zu haben: Regelmäßig vom Wohnort zum Arbeitsplatz zu pendeln ist für die Mehrheit durchaus vorstellbar. Wenn es allerdings darum geht, den Wohnort zu wechseln, um am Arbeitsmarkt bestehen zu können, ist vor allem in der Altersgruppe der ab-25-Jährigen die Mobilitätsbereitschaft gering.

Während in der Altersgruppe der unter-25-Jährigen rund 6 von 10 Burschen und jungen Männern und rund 5 von 10 Mädchen und jungen Frauen bereit wären, den Wohnort zu wechseln, um am modernen Arbeitsmarkt zu bestehen, kommt das in der Altersgruppe der 25- bis 30-jährigen nur für 41% der Männer und 36% der Frauen in Frage.

8. Gesellschaftspolitisches Engagement

37% der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen interessieren sich eigenen Angaben zufolge sehr oder zumindest eher für Politik. 30% haben überhaupt kein Interesse an Politik. 20% der Burschen und jungen Männer und 16% der Mädchen und jungen Frauen sehen in politischen Parteien eine Plattform für gesellschaftliches Engagement.

Die distanzierte Haltung gegenüber der Institutionenpolitik ist bei Mädchen und jungen Frauen generell stärker ausgeprägt als bei Burschen und jungen Männern.

Das Interesse an der Politik ist bei jungen Erwachsenen generell größer als bei Jugendlichen.

⇒ **Gesellschaftliches Engagement findet häufig außerhalb der politischen Institutionen statt**

Engagement und Politikinteresse stehen bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen nicht notwendigerweise in einem direkten Zusammenhang. Engagement findet aus der Sicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen häufig auch außerhalb der politischen Institutionen statt.

Allem voran wird das berufliche Umfeld als gesellschaftspolitisches Handlungsfeld wahrgenommen. Am zweithäufigsten werden Vereine genannt: Für 37% der Burschen und jungen Männer, jedoch nur für 27% der Mädchen und jungen Frauen sind Vereine eine Möglichkeit, gesellschaftlich aktiv zu sein.

20% der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sehen in Einrichtungen der außerschulischen Jugendarbeit, also Jugendorganisationen und Jugendzentren, für sich selbst Möglichkeiten, gesellschaftlich aktiv zu sein.

32% der 14- bis 30-jährigen Österreicher/innen vertreten die Ansicht, dass man auch außerhalb von Institutionen gesellschaftlich aktiv sein kann.

DETAILAUSWERTUNG „MÄDCHEN UND JUNGE FRAUEN“: KURZFASSUNG

I. Bezugspersonen der Mädchen und jungen Frauen

Mädchen und junge Frauen sind kommunikativ und in ihren Beziehungen zu nahestehenden Menschen gesprächsorientiert. Sie haben viele verschiedene Bezugspersonen: angefangen bei den FreundInnen, über die Eltern bis zu den Geschwistern.

Bei alltäglichen Problemen suchen die Mädchen und jungen Frauen vorzugsweise bei ihren FreundInnen Rat und Unterstützung. In schwierigen Situationen sind jedoch über alle Altersgruppe hinweg die Eltern für sie die erste Anlaufstelle.

Die Mehrheit der Mädchen und jungen Frauen ist der Ansicht, dass ihre Eltern sehr gut verstehen, wie sie denken, was sie fühlen und was in ihnen vorgeht.

⇒ **Mädchen und junge Frauen entwickeln einen sehr harmonieorientierten Familienbegriff**

Unabhängig vom Alter messen Mädchen und junge Frauen der Familie einen hohen Stellenwert bei. Rund 8 von 10 jungen Österreicherinnen bezeichnen Familie als einen persönlich sehr wichtigen Lebensbereich. Rund 2 von 3 Mädchen und jungen Frauen nennen ein harmonisches Familienleben als persönlich sehr wichtiges Lebensziel.

Die Assoziationen zu Familie sind größtenteils idyllisch: Familie bedeutet für Mädchen und junge Frauen in erster Linie Vertrauen, Sicherheit und Harmonie.

⇒ **FreundInnen sind die wichtigsten Freizeit- und GesprächspartnerInnen der 14- bis 19-jährigen Mädchen**

Im Jugendalter sind FreundInnen die wichtigsten Freizeit- und GesprächspartnerInnen der Mädchen: Rund 6 von 10 Mädchen im Alter von 14 bis 19 Jahren (61%) unternehmen in ihrer Freizeit sehr häufig etwas gemeinsam mit ihren FreundInnen. Rund 4 von 10 Mädchen im Alter von 14 bis 19 Jahren (42%) diskutieren sehr häufig mit ihren

FreundInnen und/oder besprechen Probleme mit den FreundInnen. Rund 3 von 10 Mädchen im Alter von 14 bis 19 Jahren (33%) treffen sich mit ihren FreundInnen sehr häufig auch zuhause.

⇒ **4 von 10 jungen Frauen im Alter von 20 bis 24 Jahren wohnen noch im elterlichen Haushalt**

Mit einem oder beiden Elternteilen zusammen zu leben, ist im Jugendalter für die überwiegende Mehrheit der Mädchen die normale Wohnform. Doch auch im Alter von 20 bis 24 Jahren wohnen noch rund 4 von 10 jungen Frauen bei einem oder beiden Elternteilen.

In der Altersgruppe der 25- bis 30-jährigen Frauen gewinnt der gemeinsame Haushalt mit dem Partner an Bedeutung.

II. Freizeit der Mädchen und jungen Frauen

Musik, Medien, Menschen – das sind die zentralen Bestandteile der Freizeitgestaltung bei Mädchen und jungen Frauen.

Vor allem die Jüngeren verbringen einen Großteil ihrer Freizeit mit gleichaltrigen FreundInnen. Gemeinsame Freizeitgestaltung mit den Eltern spielt im Freizeitverhalten der Mädchen hingegen eine untergeordnete Rolle.

Angebote der außerschulischen Jugendarbeit werden nur von einer Minderheit freizeitorientiert genutzt.

⇒ **Mädchen und junge Frauen sind in der Freizeitgestaltung nicht ausschließlich erlebnisorientiert**

Für Mädchen und junge Frauen muss Freizeit nicht unbedingt mit Erlebnissen verbunden sein. Sie genießen es durchaus, mit FreundInnen oder auch dem Partner lange Gespräche zu führen. Wenn ihnen etwas im Kopf herum spukt, wenn sie etwas beschäftigt, möchten sie mit Menschen, die ihnen nahe stehen, darüber sprechen. Und wenn es sich dabei um Probleme handelt, versuchen sie, im Gespräch eine Lösung zu finden.

Ausruhen, faulenzern und relaxen hat vor allem bei den Jüngeren in der Freizeitgestaltung großen Stellenwert.

⇒ **Musik ist ein wichtiges Freizeitthema der 14- bis 19-jährigen Mädchen**

Musik hören ist bei 14- bis 19-jährigen Mädchen die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität. Aber auch Konzerte und Musikevents sind für Mädchen überaus attraktiv: 3 von 10 Mädchen besuchen eigenen Angaben zufolge sehr häufig oder zumindest öfters Konzerte oder Musikevents und weitere 3 von 10 würden das gerne machen, beklagen aber, dass sie keine Möglichkeit dazu haben.

Ein Drittel der 14- bis 19-jährigen Mädchen liest regelmäßig Musikmagazine, um sich über die Bands und Musikstile, für die sie sich interessieren, zu informieren.

⇒ **8 von 10 Mädchen sympathisieren mit Jugendszenen**

Jugendkultur ist Freizeitkultur und stößt vor allem bei den 14- bis 19-jährigen Mädchen auf große Sympathie. 8 von 10 Mädchen im Alter 14 bis 19 Jahren geben an, dass sie eine oder mehrere Jugendszenen attraktiv finden. Nur 2 von 10 Mädchen artikulieren keinerlei Jugendkulturaffinität.

Im Jungerwachsenenalter verliert die Jugendkultur als Identifikationsressource bei den jungen Frauen an Bedeutung.

III. Medien und IK-Technologien im weiblichen Alltag

Fernsehen und Radio sind für die überwiegende Mehrheit der Mädchen und jungen Frauen fester Bestandteil des persönlichen Alltags. Über alle Altersgruppen hinweg sehen rund 3 von 4 jungen Österreicherinnen täglich fern und hören täglich Radio.

Die Tageszeitung spielt im weiblichen Medienmix eine eher geringe Rolle. Nur 2 von 10 Mädchen im Alter von 14 bis 19 Jahren und 4 von 10 jungen Frauen ab 20 Jahren lesen täglich Zeitung.

Jugendzeitschriften und Musikmagazine decken vorrangig Themeninteressen der 14- bis 19-jährigen Mädchen ab. Sie werden gelesen, weil Zeitschriftenlesen den Mädchen ganz

einfach Spaß macht, aber auch, um sich über Themen zu informieren, über die im Freundeskreis gesprochen wird.

Funspots- und PC-/Spielemagazine stoßen bei den Mädchen auf eher geringes Interesse.

⇒ **Internet wird immer wichtiger – Mädchen und junge Frauen haben aber noch immer Aufholbedarf**

Im Bereich der Internetnutzung haben Mädchen und junge Frauen während der letzten Jahre gewaltig aufgeholt. Dennoch zählt bislang nur eine Minderheit zu den IntensivnutzerInnen, die täglich online gehen.

Vor allem bei den 25- bis 30-jährigen Frauen ist das Internet weit davon entfernt, ein Alltagsmedium zu sein: Rund jede Zweite (48%) nutzt das Netzmedium eigenen Angaben zufolge noch immer zuwenig oder gar nicht.

⇒ **Jede dritte 14- bis 19-Jährige besitzt einen eigenen PC**

Die Mehrheit der Mädchen und jungen Frauen lebt heute in einem Haushalt mit PC. 33% der 14- bis 19-jährigen Mädchen, 48% der 20- bis 24-jährigen Frauen und 39% der 25- bis 30-jährigen Frauen haben eine eigenen PC, den nur sie allein benutzen.

Computer sind aus Ausbildung, Arbeit, aber auch aus den Freizeitwelten der Mädchen und jungen Frauen nicht mehr wegzudenken.

Die Schule spielt eine wichtige Rolle in Hinblick auf die Vermittlung von computer-/programmbezogener Anwendungskompetenz.

IV. Weltanschauungen und Werte

Einen Beruf haben, der Spaß macht, einen sicheren Arbeitsplatz haben, gute FreundInnen, einen Partner, dem sie vertrauen können, ein harmonisches Familienleben, Spaß und Lebensgenuss, aber auch Eigenverantwortlichkeit und eine große Portion Sicherheit – Mädchen und junge Frauen wollen vieles zugleich. In ihren Lebenszielen spiegeln sich zutiefst menschliche Bedürfnisse, die in Richtung Sicherheit, Orientierung und emotionale Geborgenheit weisen.

⇒ **14- bis 19-jährige Mädchen wollen das Leben genießen**

Zwei Drittel der 14- bis 19-jährigen Mädchen nennen „das eigene Leben genießen“ als persönlich sehr wichtiges Lebensziel. Für jede zweite 14- bis 19-Jährige ist viel Freizeit zu haben ein sehr wichtiges Lebensziel. Viele Kontakte zu anderen Menschen zu haben, wird von mehr als der Hälfte der 14- bis 19-jährigen Mädchen als sehr wichtiges Lebensziel genannt.

⇒ **Mädchen und junge Frauen legen Wert auf Leistung und Authentizität**

Die Prinzipien der Leistungsgesellschaft stoßen bei den jungen Österreicherinnen großteils auf positives Echo. Jede zweite unter-25-Jährige sagt: „Es ist wichtig, im Leben Leistung zu bringen – dieser Satz trifft meine Lebenseinstellung genau.“

Darüber hinaus legen Mädchen und junge Frauen Wert auf ehrliche, authentische Menschen; „Poser“, also Leute, die nicht authentisch sind, sind generell unbeliebt.

V. Konsum

Einen Einkaufsbummel zu machen, hat für Mädchen und junge Frauen Freizeitwert. Mädchen und jungen Frauen haben Spaß daran, durch Einkaufsstraßen und Boutiquen zu flanieren. Sie gehen Bummeln, um des Bummels wegen, und nicht primär, um bestimmte Konsumartikel, die sie dringend benötigen, zu kaufen. „Shopping“ wird von ihnen als „Freizeitaktivität“ gesehen.

Bummeln Gehen erfüllt bei Mädchen und jungen Frauen aber auch noch eine andere wichtige Funktion. Der Einkaufsbummel ist für viele eine Möglichkeit zu Frustrationsabbau: Jede zweite junge Österreicherin tendiert dazu, negative Alltagserfahrungen mit Konsum zu kompensieren.

⇒ **Taschengeld wird für Kleidung, Ausgehen und Handy ausgegeben**

Im Jugendalter, wo die Mädchen großteils noch nicht über ein eigenes Erwerbseinkommen verfügen, sind sie auf Taschengeld von den Eltern angewiesen.

Ausgegeben wird das Taschengeld vorzugsweise für Kleidung, Ausgehen und Handy. Aber auch Kinobesuche, Kosmetikprodukte und Essen und Trinken werden über das Taschengeld finanziert.

VI. Berufsorientierung und Berufsperspektiven

Die Erwerbsbeteiligung von Mädchen und jungen Frauen ist während der letzten Jahrzehnte enorm gestiegen. Für die jungen Österreicherinnen ist es heute großteils selbstverständlich, eine Berufsausbildung abzuschließen und berufstätig zu sein.

Bei einem Beruf legen Mädchen und junge Frauen auf gute Bezahlung und Arbeitsplatzsicherheit wert. Ebenso wichtig ist ihnen, dass die berufliche Tätigkeit, der sie nachgehen, interessant ist, Spaß macht und ihren Fähigkeiten entspricht, dass sie mit netten KollegInnen zusammenarbeiten und dass das Arbeitsklima gut ist.

Auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist bei den Mädchen und jungen Frauen in allen Altersgruppen ein Thema. Rund jede Zweite findet es besonders wichtig, dass sich die Berufstätigkeit mit Familie/Familienleben vereinbaren lässt.

⇒ **Die Berufswahl wird von persönlichem Interesse, Arbeitsplatzsicherheit und Zufall bestimmt**

In der Gruppe der Lehrlinge und berufstätigen jungen Frauen gibt rund jede Zweite an, den Beruf, den sie derzeit ausübt, aus persönlichem Interesse gewählt zu haben. Jede fünfte unter-25-Jährige und sogar jede vierte 25- bis 30-jährige Frau, die im Berufsleben steht, nennt Arbeitsplatzsicherheit als einen ausschlaggebenden Grund für die Berufswahl. Erstaunlich hohen Einfluss auf die Berufsentscheidung hat auch der Faktor „Zufall“. In der Gruppe der weiblichen Lehrlinge und weiblichen Berufstätigen gibt immerhin rund jede Fünfte an, dass sich ihre Berufswahl zufällig ergab.

⇒ **Berufsorientierung in der Schule spielt in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen eine wichtige Rolle**

3 von 10 weiblichen Lehrlingen und berufstätigen Mädchen im Alter von 14 bis 19 Jahren, geben „Berufsinformation in der Schule“ als einen der ausschlaggebenden Gründe für ihre Berufswahl an.

Im Jungerwachsensegment spielt die schulische Berufsinformation bei der Berufswahl der jungen Frauen eine deutlich geringere Rolle. Mit ein Grund dafür mag sein, dass schulische Berufsorientierung in den letzten Jahren verstärkt zum Thema geworden ist.

⇒ **Mädchen und junge Frauen tendieren nach wie vor zu so genannten „Frauenberufen“**

Mädchen und junge Frauen entscheiden sich in ihrer Berufswahl nach wie vor häufig für traditionell weibliche Berufsfelder bzw. so genannte „Frauenberufe“.

In der Gruppe der Lehrlinge und Berufstätigen sind bei den 14- bis 19-jährigen Mädchen der Handel, der Dienstleistungssektor sowie Gastronomie und Tourismus die wichtigsten Branchen. Bei den berufstätigen jungen Frauen in der Altersgruppe der ab-20-Jährigen sind der Dienstleistungs- und der Gesundheits- und Sozialbereich die beliebtesten Branchen.

Auch bei zukünftigen Berufseinsteigerinnen sind Gesundheits- und Sozialberufe enorm populär. Neben dem Gesundheits- und Sozialbereich und den klassischen Branchen „Tourismus/Gastronomie“ und „Handel“ ist – vor allem für höher gebildete Mädchen und junge Frauen – aber auch ein Berufseinstieg in den Bereichen „Marketing und Werbung“ sowie „Geld-, Kredit- und Versicherungswesen“ eine Option.

⇒ **Die jungen Österreicherinnen haben ein ambivalentes Verhältnis zu beruflicher Mobilität**

Die Mehrheit der Mädchen und jungen Frauen wäre bereit, regelmäßig zwischen Wohnort und Arbeitsplatz zu pendeln, um am Arbeitsmarkt zu bestehen.

Die Bereitschaft, aus beruflichen Gründen den Wohnort zu wechseln, ist hingegen deutlich geringer: Jede zweite unter-25-Jährige und nur rund ein Drittel der 25- bis 30-jährigen Frauen wäre bereit, den Wohnort zu wechseln, um am modernen Arbeitsmarkt zu bestehen.

Die Vorstellung, für ein Jahr oder länger in einem anderen Land der EU zu arbeiten, ist vor allem für Mädchen und junge Frauen unter 25 Jahren und insbesondere für Schülerinnen und Studentinnen attraktiv.

VII. Gesellschaftspolitisches Engagement

Jedes vierte 14- bis 19-jährigen Mädchen interessiert sich eigenen Angaben zufolge sehr oder zumindest ein wenig für Politik.

In der Altersgruppe der 20- bis 30-Jährigen bekunden 4 von 10 jungen Frauen Interesse für Politik.

⇒ **Gesellschaftspolitisches Engagement findet aus der Sicht der Mädchen und jungen Frauen auch außerhalb der Institutionen statt**

Mädchen und junge Frauen sehen im nicht-institutionellen Bereich eher Beteiligungsmöglichkeiten als in den traditionellen Institutionen. Vor allem im Berufsleben, aber auch in der Nachbarschaft oder in der Schule entdecken die Mädchen und jungen Frauen Möglichkeiten für persönliches Engagement.

Auch allein aktiv zu werden, wird von den jungen Österreicherinnen als wichtige Form der Beteiligung genannt.

Wenn es um Engagement in einem institutionellen Rahmen geht, bieten aus der Sicht der Mädchen und jungen Frauen am ehesten Vereine die Möglichkeit, eigene Ideen einzubringen. Aber auch Jugendorganisationen, Umweltschutz- und Hilfsorganisationen sowie Jugendzentren werden als Plattformen für Engagement wahrgenommen.

Die Partizipationsmöglichkeiten in politischen Parteien, Religionsgemeinschaften und in Gewerkschaften schätzen Mädchen und junge Frauen eher gering ein.

Die bei aktiv-engagierten Mädchen und jungen Frauen populärste Form der Beteiligung in institutionellem Rahmen ist Engagement in Hilfs- und Umweltschutzorganisationen.

DETAILAUSWERTUNG „BURSCHEN UND JUNGE MÄNNER“: KURZFASSUNG

I. Bezugspersonen der Burschen und jungen Männer

Burschen und junge Männer messen den FreundInnen, den Eltern und auch den Geschwistern in ihrem persönlichen Alltag generell einen hohen Stellenwert bei.

Vor allem bei kleineren Problemen suchen sie bei ihren FreundInnen Rat und Unterstützung. In schwierigen Situationen wenden sich die Burschen und jungen Männer hingegen vorzugsweise an ihre Eltern.

⇒ **Das Familienbild der Burschen und jungen Männer ist harmoniezentriert**

2 von 3 Burschen und jungen Männern bezeichnen Familie als für sie persönlich sehr wichtigen Lebensbereich. Mehr als die Hälfte sieht in einem harmonischen Familienleben ein persönlich sehr wichtiges Lebensziel.

Die subjektiv hohe Bedeutung, die die Familie für Burschen und junge Männer hat, ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sie Familie als Ort der sozialen und emotionalen Geborgenheit verstehen. Familie bedeutet für sie im idealen Fall Harmonie. Mutter und Vater werden von ihnen mit Begriffen wie Vertrauen, Sicherheit, Rat und Hilfe, Verlässlichkeit und – vor allem die Mütter – mit Verständnis assoziiert.

Rund 6 von 10 Burschen und jungen Männern sind der Ansicht, dass ihre Eltern sehr gut verstehen, was sie denken, fühlen und was in ihnen vorgeht.

⇒ **FreundInnen sind die wichtigsten FreizeitpartnerInnen im Jugend- und Jungerwachsenenalter**

Burschen und junge Männer messen den FreundInnen in ihrem persönlichen Alltag generell hohe Bedeutung bei. Für die überwiegende Mehrheit ist es ein sehr wichtiges Lebensziel, gute FreundInnen zu haben.

Im Jugend- und Jungerwachsenenalter sind die FreundInnen die wichtigsten FreizeitpartnerInnen der jungen Österreicher. In der Altersgruppe der unter-25-Jährigen unternehmen rund 6 von 10 Burschen und jungen Männern in ihrer Freizeit sehr häufig etwas gemeinsam mit ihren FreundInnen.

⇒ **6 von 10 jungen Männern im Alter von 20 bis 24 Jahren leben noch bei den Eltern**

Zuhause bei den Eltern zu wohnen, ist für junge Österreicher auch im Jungerwachsenenalter noch attraktiv: 6 von 10 jungen Männern im Alter von 20 bis 24 Jahren leben im elterlichen Haushalt (also bei einem oder beiden Elternteilen).

Erst bei den ab-25-jährigen Männer verliert das Zuhause-bei-den-Eltern-Wohnen an Bedeutung.

II. Freizeitorientierung und Freizeitgestaltung

Freizeit hat bei den Burschen und jungen Männern großen Stellenwert. Freizeit bedeutet Freiraum. Sie schafft einen Ausgleich zum eher trocken erlebten Schul- und Berufsalltag.

Musik (hören), Fernsehen und Radio (hören) sind Fixpunkte in der Freizeitgestaltung der Burschen und jungen Männer. Gemeinsame Freizeitaktivitäten mit FreundInnen haben bis ins Jungerwachsenenalter zentralen Stellenwert.

Eltern spielen als FreizeitpartnerInnen in der Freizeitgestaltung der Burschen und jungen Männer kaum eine Rolle.

Auch Angebote der außerschulischen Jugendarbeit haben in der Freizeitgestaltung der Burschen und jungen Männer geringen Stellenwert.

⇒ **14- bis 19-jährige Burschen sind die Protagonisten der Freizeitgesellschaft**

In der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen ist die Freizeitorientierung besonders hoch: Rund 6 von 10 Burschen nennen, viel Freizeit zu haben, als persönlich sehr wichtiges Lebensziel.

Problemorientierte Diskussionen spielen im Freizeitrepertoire der Burschen und jungen Männer eine untergeordnete Rolle. Lieber neue Leute kennen lernen als Probleme bereden – das scheint vor allem bei den Jüngeren das Motto zu sein. Die Freizeit wird in erster Linie erlebnisorientiert gestaltet. Dennoch hat auch entspanntes „Nichts-Tun“ im Freizeitalltag der 14- bis 19-jährigen Burschen großen Stellenwert.

⇒ **Musik steht im Zentrum des Freizeiterlebens der 14- bis 19-jährigen Burschen**

Im Jugendalter hat die Musik im Freizeitalltag hohen Stellenwert. Musik ist Thema in den Gleichaltrigengruppen. Musik ist Ausgangspunkt für jugendkulturelle Konzert-, Event- und Partykulturen.

Bei den 14- bis 19-jährigen Burschen ist Musik hören die am häufigsten ausgeübte Freizeitaktivität. Konzerte und Musikevents haben in dieser Altersgruppe besondere Attraktivität: 3 von 10 Burschen gehen sehr häufig oder zumindest öfters auf ein Konzert oder Musikevent; ein Viertel der Burschen würde gerne Konzerte oder Musikevents besuchen, hat dazu aber keine Möglichkeit.

⇒ **8 von 10 Burschen sympathisieren mit Jugendszenen**

Vor allem in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen ist die Identifikation mit der Jugendkultur hoch.

8 von 10 Burschen im Alter 14 bis 19 Jahren finden eine oder mehrere Jugendszenen attraktiv. Nur 2 von 10 Burschen zeigen keinerlei Jugendkulturaffinität.

III. Medien und IK-Technologien im männlichen Alltag

Als Kinder der viel zitierten Mediengesellschaft haben die Burschen und jungen Männer Fernsehen und Radio großteils fest in ihren täglichen Medienmix integriert. Die Tageszeitung hat deutlich geringeren Stellenwert.

Themenspezifische Zielgruppenmagazine („Special Interests“) spielen vor allem bei den 14- bis 19-jährigen Burschen eine Rolle. Jeder dritte 14- bis 19-Jährige liest regelmäßig

Musikmagazine, Funsportmagazine oder Comics. Über 40% der 14- bis 19-jährigen Burschen lesen regelmäßig PC-/Spielemagazine.

⇒ **Die Internet-IntensivnutzerInnen sind jung und männlich**

Das Internet wird im Alltag der Burschen und jungen Männer immer wichtiger. Die Zahl der Intensivnutzer wächst.

Rund 3 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren (29%) gehen täglich online. Und auch in der Altersgruppe der 20- bis 24-Jährigen hat bereits ein Drittel der jungen Männer das Internet fix in die tägliche Mediennutzung integriert.

⇒ **Jeder zweite 14- bis 19-Jährige besitzt einen eigenen Computer**

Burschen und junge Männer verfügen großteils über eine gute private Computerausstattung: 4 von 5 Burschen und jungen Männern unter 25 Jahren leben in einem Haushalt mit einem oder mehreren PCs.

Rund jeder zweite 14- bis 19-Jährige hat einen eigenen Computer, den nur er benutzt. In der Altersgruppe der 20- bis 24-jährigen Männer besitzen sogar zwei Drittel der Befragten einen eigenen PC.

Computerkenntnisse werden von den Burschen und jungen Männern großteils in der Schule, im Selbststudium oder in der Interaktion mit computerinteressierten FreundInnen erworben.

⇒ **Computer- und Konsolenspiele sind eine Domäne männlicher Jugendlicher**

Für männliche Jugendliche sind Computer- und Konsolenspiele heute fester Bestandteil der jugendlichen Unterhaltungs- und Freizeitkultur. Nicht die nüchterne Technikanwendung steht für sie im Vordergrund. Sondern ganz im Gegenteil: der Spaß- und Unterhaltungsfaktor.

Die 14- bis 19-jährigen Burschen bilden das Kernsegment der Gamer-Szene. Die bei ihnen populärsten Spielgenres sind „Shooter“. Aber auch Sport-Spiele, Kriegs-/Strategiespiele, Simulationen oder „schnelle Spiele für zwischendurch“ werden gern und oft gespielt.

IV. Weltanschauungen und Werte

Ein Beruf der Spaß macht, FreundInnen, Lebensgenuss, Sicherheit (allgemein und insbesondere Arbeitsplatzsicherheit), aber auch ein harmonisches Familienleben liegen in der persönlichen Prioritätenliste der Burschen und jungen Männer ganz oben.

Eine Partnerin zu haben, der man vertrauen kann, sowie eigenverantwortlich zu leben und zu handeln, wird im Jungerwachsenenalter wichtiger.

Authentizität und Leistung hat über alle Altersgruppen hinweg bei Burschen und jungen Männer hohen Stellenwert.

⇒ **Die 14- bis 19-jährigen Burschen setzen auf Spaß im Leben**

Spaß im Leben zu haben, ist ein Privileg der Jugend: 8 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren erklären Spaß im Leben zu einem persönlich sehr wichtigen Lebensziel.

Die Erlebnisorientierung ist in den persönlichen Lebensperspektiven dieser Altersgruppe besonders ausgeprägt. 7 von 10 Burschen wollen das Leben genießen. 6 von 10 Burschen ist, viel Freizeit zu haben, sehr wichtig. Und 4 von 10 Burschen nennen, viele Kontakte zu anderen Menschen zu haben, als sehr wichtiges Lebensziel.

V. Konsum

Einkaufen gehen ist aus der Sicht der Burschen und jungen Männer eine „weibliche“ Freizeitbeschäftigung. Sie finden zwar durchaus, dass einkaufen Spaß macht. Dennoch hat der Einkaufsbummel im männlichen Freizeitrepertoire im Vergleich zu den Mädchen und jungen Frauen nur geringen Stellenwert.

Burschen und junge Männer sehen sich eher als rationale Käufer, denn als Impulskäufer. Dessen ungeachtet hat jeder vierte 14- bis 30-jährige Österreicher schon einmal Dinge gekauft, die er später gar nicht benutzt hat.

⇒ **Taschengeld wird für Handy, Ausgehen, Kinobesuche und Tonträger ausgegeben**

Burschen, die noch über kein eigenes Erwerbseinkommen verfügen, sind auf Taschengeld von den Eltern angewiesen. Am häufigsten wird das Taschengeld für das

Handy, Ausgehen, Kinobesuche und Tonträger (CDs, LPs, MCs) ausgegeben. Kleidung wird hingegen eher selten vom Taschengeld gekauft.

VI. Berufsorientierung und Berufsperspektiven

Den Burschen und jungen Männern ist an einem Beruf vor allem gute Bezahlung und Arbeitsplatzsicherheit wichtig. Sie haben den Anspruch, dass ihnen der Beruf Spaß macht und dass die Tätigkeit, die sie ausüben, interessant ist und ihren Qualifikationen entspricht. Ebenso legen sie auf ein gutes Arbeitsklima und Zusammenarbeit mit netten KollegInnen Wert.

Vor allem in den jüngeren Altersgruppen geben sich die Burschen und jungen Männer in ihren Erwartungen gegenüber dem Beruf auch karrierebewusst: In der Altersgruppe der unter-25-jährigen gibt rund jeder Zweite an, dass ihm gute Aufstiegsmöglichkeiten bei einem Beruf persönlich besonders wichtig sind.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist für die Mehrheit der Burschen und jungen Männer kein vorrangiges Anliegen: 32% der 14- bis 19-Jährigen, 44% der 20- bis 24-Jährigen und 37% der 25- bis 30-Jährigen halten es bei einem Beruf für besonders wichtig, dass er sich mit Familie/Familienleben vereinbaren lässt.

Auch Teilzeitjobs sind in den beruflichen Perspektiven der Burschen und jungen Männer kein Thema.

⇒ **Persönliches Interesse und Arbeitsplatzsicherheit sind die wichtigsten Kriterien bei der Berufswahl**

In der Gruppe der männlichen Lehrlinge und berufstätigen jungen Männer nennen rund 4 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren und 5 von 10 jungen Männern ab 20 Jahren persönliches Interesse als ausschlaggebenden Grund für ihre Berufswahl.

Für rund 3 von 10 Burschen und jungen Männern war Arbeitsplatzsicherheit ein wichtiges Kriterium bei der Berufswahl.

Der Berufsinformation in der Schule kommt vor allem in der Altersgruppe der 14- bis 19-Jährigen eine wichtige Rolle: In der Gruppe der männlichen Lehrlinge und berufstätigen

Burschen geben 36% an, dass die Berufsinformation während der Schulzeit ihre Berufswahl entscheidend beeinflusst habe.

⇒ **Industrie, Bauwesen und technologienahe Berufe dominieren die Berufswahl der Burschen und jungen Männer**

Branchenbezogen sind die Burschen und jungen Männer in ihrer Berufswahl nach wie vor eher traditionell. In der Gruppe der Lehrlinge und berufstätigen jungen Erwachsenen sind Industrie und Bauwesen klassisch männliche Berufsfelder, ebenso wie der IKT-Sektor und der EDV-Bereich.

In der Gruppe der Nicht-Erwerbstätigen ist insbesondere in den jüngeren Altersgruppen der IKT- und EDV-Sektor derzeit populär. „Tourismus/Gastronomie“, „Industrie“, „Bauwesen“ und „Dienstleistungen“ belegen im Ranking der Berufseinstiegswunschbranchen bei den nicht-erwerbstätigen Burschen und jungen Männern die Plätze 2 bis 5.

⇒ **Unter-25-jährige Burschen und junge Männer zeigen größere Bereitschaft zu beruflicher Mobilität als die 25- bis 30-Jährigen**

Wenn es nötig ist zu pendeln, um am modernen Arbeitsmarkt zu bestehen, hat die Mehrheit der Burschen und jungen Männer damit kein Problem. 6 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren und rund 7 von 10 jungen Männern ab 20, wären durchaus bereit, regelmäßig zwischen dem Wohnort und dem Arbeitsplatz zu pendeln.

In der Altersgruppe der unter-25-Jährigen wären rund 6 von 10 Burschen und jungen Männern auch bereit, aus beruflichen Gründen den Wohnort zu wechseln. Die 25- bis 30-jährigen Männer geben sich hingegen weniger mobilitätsfreudig: Nur 4 von 10 wären bereit, den Wohnort zu wechseln, um am modernen Arbeitsmarkt zu bestehen.

Die Option, für ein Jahr oder länger in einem anderen Lande der EU zu arbeiten, ist vor allem für die Jüngeren attraktiv. 7 von 10 Burschen im Alter von 14 bis 19 Jahren können sich einen berufsbedingten EU-Auslandsaufenthalt vorstellen.

VII. Gesellschaftspolitisches Engagement

Im Jugendalter zeigen die Burschen nur sehr geringes Interesse für Politik. Mit steigendem Alter wächst jedoch das Politikinteresse bei jungen Männern und der Prozentsatz der politisch Nicht-Interessierten nimmt deutlich ab.

Bei den 14- bis 19-Jährigen Burschen geben 41 Prozent an, sich für Politik gar nicht zu interessieren. Bei den 25- bis 30-jährigen Männer zählen nur mehr 20% zur Gruppe der Nicht-Interessierten.

⇒ **Nicht-institutionalisierte Formen des Engagements sind bei Burschen und jungen Männern am beliebtesten**

Wenn es um institutionalisierte Formen der Beteiligung geht, sehen Burschen und junge Männer vor allem in Vereinen eine Möglichkeit, sich aktiv einzubringen. Auch Umweltschutz- und Hilfsorganisationen werden als Plattformen gesehen, die es ermöglichen, eigene Anliegen zur Geltung zu bringen. In politischen Parteien, Religionsgemeinschaften und Gewerkschaften werden die Partizipationsmöglichkeiten geringer eingeschätzt.

Insgesamt sind nicht-institutionalisierte Formen des Engagements bei den Burschen und jungen Männern deutlich beliebter als institutionalisierte Formen der Beteiligung. Außerhalb von Institutionen sehen sie vor allem im Beruf bzw. in der Schule und in der Nachbarschaft die Möglichkeit zu Partizipation.

Diejenigen Burschen und jungen Männer, die zur Gruppe der Engagierten zählen, sind vor allem in der Schule, an der Uni oder im Beruf aktiv. Engagement in Institutionen hat bei Burschen und jungen Männern deutlich geringeren Stellenwert als nicht-institutionalisierte Formen des Engagements.