

Medieninformation, 4.4.2013

Manche wollen mehr Sicherheit, manche mehr Erlebnis und Abenteuer – aber alle Jugendmilieus arrangieren sich mit einer komplexen Welt

INTEGRAL und T-FACTORY präsentieren die Sinus-Milieu-Jugendstudie 2013

Erstmals wurde in Österreich eine detaillierte Untersuchung jugendlicher Lebenswelten auf der Basis der Sinus-Milieus® durchgeführt. Aus 50 teilweise mehrstündigen Explorations mit jungen ÖsterreicherInnen sowie 1.500 Onlineinterviews, repräsentativ für die 14- bis 29-jährigen, ergibt sich ein vielschichtiges Bild der Alltagswirklichkeiten junger Menschen.

Jugendliche unter Druck

Die Jugendlichen werden mit widersprüchlichen Erwartungen konfrontiert. „Nutze alle Möglichkeiten, mache etwas aus dir, erfinde dich täglich neu“ ruft man ihnen zu. Die Ideologie der unbegrenzten Möglichkeiten trifft jedoch auf allzu reale Grenzen, auf beschränkte Mittel und Möglichkeiten, auf Orientierungslosigkeit und Unsicherheiten aufgrund des Fehlens verbindlicher Wertvorstellungen.

Die Krisenerfahrungen der letzten Jahre führten zu einer Verschärfung dieses Konflikts. Die Überkomplexität und Unkontrollierbarkeit gesellschaftlicher Prozesse wird breit diskutiert, der Auftrag an die Jugendlichen, sich initiativ und selbstbewusst zu definieren, wird aber auch angesichts der Krise nicht abgeschwächt. In der Folge dieser Krisenerfahrungen kommt es zu einem Rückbezug auf die alten, sicheren Werte wie Fleiß, gute Manieren, Pflichtgefühl und Leistungsbereitschaft. Aber nur wenige Jugendliche wollen wirklich zurück in die gute, alte Zeit. Die meisten verwenden die alten Werte als eine Art Rückhalt auf dem Weg in eine individuelle Zukunft, die vom Imperativ der Selbstverwirklichung bestimmt ist.

„Die Jugend“ gibt es nicht

„Die österreichische Jugend gibt es nicht“, sagt Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL Marktforschung. „Unsere Lebensweltanalyse hat klar ergeben, dass wir zwischen sechs Jugendmilieus unterscheiden müssen, die unterschiedliche Strategien im Umgang mit gesellschaftlichen Unsicherheiten und Widersprüchen entwickelt haben.“

So stürzen sich die Jugendlichen des Milieus der **Digitalen Individualisten** (18 %) in offensives Experimentieren und kreative Welterkundung und verspüren die Gewissheit, aufgrund ihrer guten Ausbildung und der sozialen Kontakte ihrer Eltern schon einen guten Platz in der Gesellschaft zu finden. Die **Adaptiv-Pragmatischen** Jugendlichen (18 %) dagegen, deren Eltern oft die Mitte der Gesellschaft repräsentieren, reagieren auf die unsicheren Verhältnisse mit defensivem Sicherheitsstreben, orientieren sich am Machbaren, sind besonders flexibel, fleißig und anpassungswillig. Die spontanen, emotionalen, in erster Linie in der Gegenwart lebenden **Hedonisten** (21 %), die oft aus benachteiligten sozialen Schichten stammen, verweigern sich den Werten des Mainstreams und suchen sich eine Überlebensnische in einer manchmal als feindselig empfundenen Welt. Für die **Konservativ-Bürgerlichen**, die immerhin noch 17 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen umfassen, ist Selbstdisziplin wichtiger als Selbstentfaltung; sie beharren auf der alten Ordnung, sind familien- und heimatbewusst und pflegen einen bewusst konser-

vativen Lebensstil. Und wenn auch die ganze Welt über Komplexität und Verwirrung klagt, den Optimismus der karriereorientierten **Performer** (15 %) kann nichts und niemand brechen. Auch sie kommen normalerweise aus guten sozialen Verhältnissen und sind überzeugt, sich in der globalen Welt gut behaupten zu können. Bleibt die kleine Gruppe der **Postmateriellen** (10 %), die sich gegen den Zeitgeist stemmen und Materialismus und Konsum sehr kritisch sehen.

Persönlicher Optimismus und gesellschaftlicher Pessimismus

65 % der jungen ÖsterreicherInnen schauen persönlich optimistisch in die Zukunft, während nur 23 % optimistisch in Hinblick auf die gesellschaftliche Entwicklung sind. Der persönliche Optimismus ist quasi „Pflicht“, das positive Denken gehört zum Lebensprogramm, während sich im gesellschaftlichen Pessimismus die allgemeinen Klagen über Überkomplexität, Krisen, Korruption etc. spiegeln. Interessant sind aber die milieuspezifischen Differenzierungen. Die **Performer** sind persönlich deutlich am optimistischsten, da sie sich gute Chancen auf eine berufliche Karriere und gute Verdienstmöglichkeiten ausrechnen. Die **Hedonisten** dagegen, die oft eine niedrige Schulbildung haben bzw. arbeitslos sind, markieren den pessimistischen Gegenpol und sehen geringe Chancen für ihre Zukunft. Während die **Konservativ-Bürgerlichen** unverdrossen und optimistisch auf die alten Werte und einen geradlinigen Lebensweg setzen, haben die **Adaptiv-Pragmatischen** zu oft von ihren Eltern gehört, dass sie deren Lebensstandard nur schwer halten können und sind entsprechend weniger optimistisch. Die **Postmateriellen** sind persönlich zwar relativ optimistisch, aber bezüglich der gesellschaftlichen Entwicklung noch deutlich negativer gestimmt als die anderen Jugendlichen.

Die Parteien finden in unterschiedlichen Milieus Resonanz

Politisches Interesse im herkömmlichen Sinn ist bei den jungen ÖsterreicherInnen ein Minderheitenprogramm. Gerade noch die gesellschaftlich engagierten Postmateriellen und die global bzw. international gestimmten Performer interessieren sich für politische Prozesse und Parteien. Die anderen Milieus sind primär auf ihr Nahumfeld, ihre Familie, Freunde und berufliche Interessen bezogen. Das schließt allerdings Engagement nicht aus, speziell dort, wo es persönliche Anknüpfungspunkte gibt, bei „Projekten“, z.B. bei Hilfeleistungen für von Unglück betroffene Familien.

Klare Parteienpräferenzen gibt es nicht. Zwar würden 16 % am ehesten Grün wählen, SPÖ (14 %), FPÖ (13 %) und ÖVP (12 %) folgen aber gleich dahinter. Das Team Stronach würde auf immerhin auf 6 % kommen, für die Piraten würden sich 4 % entscheiden. Im Milieuvvergleich zeigen sich aber deutliche Affinitäten. Die **Grünen** haben einen klaren Schwerpunkt bei den kritischen Postmateriellen, sprechen aber auch den Lifestyle der Performer an. Zur **SPÖ** fühlen sich am ehesten die Hedonisten hingezogen (die allerdings eine relativ geringe Wahllust aufweisen), auch die Digitalen Individualisten können sich teilweise für sozialdemokratische Ideen erwärmen. Die **ÖVP** hat ihren Schwerpunkt bei den Konservativ-Bürgerlichen und den (neukonservativen) Adaptiv-Pragmatischen; ihr Leistungsbegriff scheint aber auch für manche Performer attraktiv. Die **FPÖ** ist klar die Partei der um ihre Zukunftsstellung besorgten Adaptiv Pragmatischen; auch manche, von der Politik enttäuschte Konservativ-Bürgerliche können sich mit ihr anfreunden. Interessanterweise fühlt sich auch ein Teil der Digitalen Individualisten durch das Politikangebot der FPÖ, speziell durch das Auftreten von Strache angesprochen. Die Milieuaffinitäten für das **Team Stronach** weisen darauf hin, dass dessen Politikangebot sehr unterschiedlich interpretiert wird: Manche Konservativ-Bürgerlichen sehen darin ihre Werte, ein Teil der Hedonisten schätzt die Totalopposition zur herrschenden Politik, manche Postmaterielle erwarten sich eine Neuausrichtung der politischen Kultur. Und schließlich könnte ein glaubwürdiges Angebot der **Piraten** v.a. die Digitalen Individualisten, aber auch Performer und Postmaterielle motivieren.

Nicht alle Jugendlichen schätzen das Internet und soziale Netzwerke

Auch wenn „die Jungen“ immer wieder als „Digital Natives“ bezeichnet werden, muss diese Aussage deutlich differenziert werden. Zwar verbringen die jungen ÖsterreicherInnen im Durchschnitt 275 Minuten pro Tag mit dem Internet und jeder zweite verwendet mehrmals täglich soziale Netzwerke (v.a. Facebook). Aber gerade an letzterem lassen sich die großen Unterschiede zwischen den Jugendmilieus festmachen. **Konservativ-Bürgerliche** und **Postmaterielle** standen Facebook und Co. schon von vornherein äußerst skeptisch gegenüber. Für **Performer** ist v.a. das Informationsangebot im Internet relevant, Facebook und andere soziale Netzwerke werden von ihnen zielorientiert, zur beruflich relevanten Vernetzung eingesetzt. **Hedonisten** suchen nach Spiel und Unterhaltung, schätzen die Gewinnspiele auf Facebook und posten gern. **Adaptiv-Pragmatische** nutzen soziale Netzwerke, um in kontinuierlichem Kontakt mit ihrem Freundeskreis zu bleiben. Nur für die **Digitalen Individualisten**, die auch insgesamt die meiste Zeit im Internet verbringen, sind soziale Netzwerke in jeder Hinsicht ein integraler Bestandteil ihrer Alltagsorganisation.

Die Sinus-Milieu Jugendstudie 2013: Veranschaulichung jugendkulturellen Alltagslebens

„Die Sinus-Milieu Jugendstudie 2013 bietet für all jene, die mit jungen Zielgruppen kommunizieren wollen, eine realistische und lebensnahe Vorlage, vor deren Hintergrund sie ihre strategischen und taktischen Annäherungsversuche an das Zielpublikum entwickeln und planen können“ sagt dazu Bernhard Heinzlmaier, Geschäftsführer von T-Factory. Die Studie zeigt nicht nur auf, wie Jugendliche denken und welche Werte ihnen wichtig sind, sondern stellt auch dar, wie sie ihre Grundwerte im Alltag symbolisch-kulturell zum Ausdruck bringen. Jedes Sinus-Milieu hat eine typische Art sich zu kleiden, hat seine Musik, seinen speziellen Wohnstil, sein eigentümliches Konsumverhalten etc. Alles das thematisiert die Sinus Jugend-Studie 2013, aber nicht abstrakt-theoretisch, sondern in der gleichen konkreten und direkten Unmittelbarkeit, wie sich die Jugendlichen in ihren Kulturen selbst ausdrücken. Wir sehen von Jugendlichen angefertigte Collagen und Texte, Bilder ihrer Wohn- und Arbeitsräume, sehen, wie sie gekleidet sind, hören ihre Musik.

Fotos zur Pressekonferenz finden Sie unter
<https://fotodienst.presstext.com/album/3190>

Über INTEGRAL und T-FACTORY

INTEGRAL ist ein Full Service Institut und Anbieter maßgeschneiderter Marktforschungslösungen, von der Datenerhebung bis zur Lieferung handlungsrelevanter Informationen und Empfehlungen. Im August 2009 wurde INTEGRAL Mehrheitseigentümer des Heidelberger SINUS-Instituts und bietet - in enger Kooperation mit den deutschen Kollegen - nun auch in Österreich das komplette Leistungsspektrum von SINUS an.

T-FACTORY ist ein auf die Erforschung der Lebenswelten der Jugendlichen und jungen Erwachsenen spezialisiertes Marktforschungsinstitut. Seit dem Jahr 1999 ist T-FACTORY mit einer Niederlassung in Hamburg auch in Deutschland vertreten. Ebenso lange erscheint in Österreich und Deutschland regelmäßig die Trendstudie TIMESCOUT, mit der das Denken und Handeln junger Trendsetter zugänglich gemacht wird.

Web: www.integral.co.at; www.tfactory.com

Rückfragehinweis:

Integral Markt- und Meinungsforschung
Mohsgasse 1
1030 Wien

Tel + 43 1 79 91 994-0
Fax + 43 1 79 91 994-18

Dr. Bertram Barth
bertram.barth@integral.co.at
Mag. Sandra Cerny
sandra.cerny@integral.co.at

T-FACTORY Trendagentur
Alserbachstr. 18 / 7. Stock
1090 Wien

Tel + 43 1 595 25 66
Fax + 43 1 595 25 66-20

Mag. Bernhard Heinzlmaier
bernhard.heinzlmaier@tfactory.com
Evelyn Nozsicska
en@tfactory.com