

Medieninformation, 25.9.2014

Konservativ, individualistisch oder adaptiv-pragmatisch – Wohin entwickelt sich unsere Gesellschaft ?

INTEGRAL und T-FACTORY präsentieren die Sinus-Milieu- Jugendstudie 2014

Zum zweiten Mal haben INTEGRAL und T-FACTORY in Österreich eine detaillierte Untersuchung jugendlicher Lebenswelten auf der Basis der Sinus-Milieus® durchgeführt. Aus 32 teilweise mehrstündigen Explorations mit jungen ÖsterreicherInnen sowie 1.000 Onlineinterviews, repräsentativ für die 14- bis 29-jährigen, ergibt sich ein vielschichtiges Bild der Alltagswirklichkeiten junger Menschen.

Die Generation der Krisenerfahrungen

Die Sinus-Milieu-Jugendstudie beschreibt Jugendliche, deren prägende Jahre in die Zeit nach 2000 fallen. Für diese Generation werden Bezeichnungen wie „Generation Y“, „Pragmatische Generation“, „Generation Maybe“ usw. verwendet. Ihre Wertesozialisation ist durch eine Reihe von Krisenerfahrungen und Unkontrollierbarkeiten geprägt, vom Platzen der Dot-Com Blasen, über 9/11 bis hin zur Finanz- und Wirtschaftskrise und dem islamistischen Terror. Über all diese Krisen wird ausführlich diskutiert, alle Medien sind voll davon, die Zukunft erscheint bedrohlich und schwer vorhersehbar.

Zum ersten Mal seit dem zweiten Weltkrieg gibt es nun eine Jugend, die damit rechnen muss, den Wohlstand ihrer Eltern nicht halten zu können. Eine Jugend, die vor einer Überfülle von Optionen und gleichzeitig vor einer schwer vorhersehbaren und ständig problematisierten Zukunft steht. Die mit unterschiedlichsten schweren und zum Teil unlösbaren Krisen konfrontiert wird – und dennoch scheint alles irgendwie weiter zu gehen. Jugendliche reagieren auf dieses Spannungsfeld zum Teil mit Pragmatismus und Flexibilität. Sie konzentrieren sich auf ihr persönliches Wohlergehen und zeigen sich weniger an den großen Themen Modernisierung und internationaler Entwicklung interessiert. Und sie sind offenbar sehr widersprüchlich.

Der „Durchschnittsjugendliche“ ist widersprüchlich

Die „Durchschnittsjugendlichen“ werden als coole Lifestyle-Kids oder angepasste Streber, als engstirnige Egoisten oder hemmungslose Partytiger, als harmoniesüchtige Neo-Spießbürger, rücksichtslose Karrieristen und konservative Benimmfanatiker beschrieben. „Der Durchschnitt hilft uns nicht weiter“, meint dazu Bertram Barth, Geschäftsführer von INTEGRAL Marktforschung. „Diese Manie, die Jugendlichen als einen einzigen Typus zu fassen, verwischt die unterschiedlichen Werte und Erfahrungen, auf die Jugendliche für ihre Positionierung in der Welt zurückgreifen.“

Die Differenzierung nach Sinus-Milieus zeigt unterschiedliche Grundorientierungen auf

Die Sinus-Milieu Jugendstudie 2013 hat sechs Jugendmilieus identifiziert, die in der aktuellen Studie bestätigt wurden. Drei davon greifen auf ältere gesellschaftliche Werte zurück:

- Die **Konservativ-Bürgerlichen**, die zwar an Bedeutung verlieren, aber immer noch 16 % der Jugendlichen und jungen Erwachsenen umfassen, beharren auf der „alten Ordnung“. Sie sind familien- und heimatbewusst und pflegen einen bewusst konservativen Lebensstil.
- Die **Postmateriellen** (10 %) halten an dem „Sein statt Haben“ der 1970er Jahre fest, stemmen sich gegen den Zeitgeist und wollen sich in sozialer und gesellschaftlicher Verantwortung verwirklichen.

- Die **Performer** (15 %) pflegen den Globalisierungsoptimismus der 1990er Jahre. Sie sind überzeugt, dass sich die Welt durch Internationalisierung ständig zum Positiven weiterentwickelt, und dass sie als ICH-AGs für sich selbst das Beste herausholen können.

Zwei der Jugendmilieus sind die eigentlichen **Zukunftsmilieus** und werden auch größtmäßig deutlich gewinnen. Sie leiten ihre Werte primär aus den aktuellen Erfahrungen mit Optionenvielfalt, Krisen und Überkomplexitäten her:

- Die Jugendlichen des Milieus der **Digitalen Individualisten** (19 %) sehen die aktuellen Möglichkeiten positiv und zeichnen sich durch offensives Experimentieren und aktive, kreative Welterkundung aus.
- Die **Adaptiv-Pragmatischen** Jugendlichen (18 %) dagegen reagieren auf die unsicheren Verhältnisse mit defensivem Sicherheitsstreben, orientieren sich am Machbaren, sind besonders flexibel, fleißig und anpassungswillig.

Schließlich gibt es noch die **Hedonisten** (22 %), die oft aus benachteiligten sozialen Schichten stammen und sich den Werten des Mainstreams in eskapistischer Momentbezogenheit verweigern.

Die Zukunftsmilieus verändern unsere Gesellschaft

So unterschiedlich die beiden Zukunftsmilieus der Digitalen Individualisten und der Adaptiv-Pragmatischen auch sein mögen, sie sind die eigentlichen Krisenkinder und haben etwas Gemeinsames gelernt: Dass es keinen Sinn hat, langfristige Perspektiven zu entwickeln, wenn sowieso morgen wieder alles ganz anders sein kann. Dass die großen Entwürfe und Pläne immer wieder an der komplexen Realität scheitern. Dass es daher vernünftiger ist, sich auf die unmittelbare Zukunft und auf das persönliche Nahumfeld zu konzentrieren. Diese Milieus sind durchaus leistungsbereit und strengen sich an, gute Bildungsabschlüsse und berufliche Kompetenzen zu erwerben. Ihnen geht es aber immer um einen absehbaren, konkreten, persönlichen Nutzen. Diese ideologiefreie und pragmatische Haltung erfasst noch nicht einmal die Hälfte der Jugendlichen, wird aber in Zukunft immer stärker werden und unsere Gesellschaft gründlich verändern.

Die Arbeitswelt wird zunehmend von skeptischen „Ego-Taktikern“ bestimmt

Aufgrund der demographischen Veränderungen wird es zunehmend schwieriger, ausreichend gut qualifizierte neue Mitarbeiter zu rekrutieren: Der Kampf um die besten Köpfe hat schon begonnen. Dabei stehen viele Arbeitgeber hilflos vor den neuen Erwartungen der jungen Mitarbeiter.

Die Vorstellungen vom Berufsleben der sechs Sinus-Milieus sind durchaus sehr unterschiedlich; nach wie vor überwiegen die traditionellen Haltungen:

- **Konservativ-Bürgerliche** sind die klassischen, tüchtigen Arbeitnehmer: Fleißig und pflichtbewusst, legen sie viel Wert auf geregelte Arbeitsformen.
- **Performer** sind die Karrieristen: Der Beruf ist ihr Leben, sie ordnen ihrer Karriere ganz klar das Privatleben unter
- Die **Postmateriellen** wollen eine sinnvolle, verantwortungsvolle Arbeit, mit der sie sich selbst entfalten können
- Auch die hedonistische Haltung ist nicht neu: Für die **Hedonisten** ist die Arbeit ein notwendiges Übel – sie wollen möglichst wenig Energien in der Arbeit verschwenden, sondern sie lieber für ihre Freizeitaktivitäten einsetzen

Aber die Zukunftsmilieus der Digitalen Individualisten und Adaptiv-Pragmatischen werden neue Anforderungen definieren. Für beide Zukunftsmilieus ist die Arbeit kein Selbstzweck. Sie sehen ihren Arbeitgeber grundsätzlich skeptisch, glauben an keine Versprechungen von langfristiger Karriere und schauen eher auf ihre unmittelbaren, greifbaren

Vorteile. Für beide ist eine klare Eingrenzung der Arbeit wichtig – d.h. Überstunden sollen auf jeden Fall die Ausnahme, nicht die Regel sein. Die Vereinbarkeit der Arbeitsanforderungen mit den persönlichen Interessen ist zentral für die langfristige Loyalität mit dem Arbeitgeber.

Allerdings gibt es auch deutliche Unterschiede zwischen den beiden Milieus:

- Die **Digitalen Individualisten** betrachten den Job als kreatives Projekt zur Weiterentwicklung. Sie sind durchaus ehrgeizig und einsatzbereit und haben eine hohe Bereitschaft zur ständigen Weiterbildung. Die berufliche Tätigkeit ist aber nur ein „Projekt“ unter anderen; für die anderen Projekte benötigen sie ihre Freizeit. Der Arbeitgeber muss ihnen abwechslungsreiche und herausfordernde Aufgaben/ Projekte zur Verfügung stellen und Flexibilität bezüglich Arbeitszeit, -ort und -prozesse bieten.
- Die **Adaptiv-Pragmatischen** investieren Energie in ihre Ausbildung zur beruflichen Chancenmehrung. Sie streben Sicherheit, nicht unbedingt Karriere an. Sie wollen eine solide Basis für das, was eigentlich für sie zählt: Nämlich ihre Familie und ihr Freundeskreis. - Adaptiv-Pragmatische brauchen klare Strukturen sowie positive, emotional besetzte Beziehungen zu Kollegen und Vorgesetzten.

Die neue Lust am Teilen

Die Einstellungen zum Besitz haben sich verändert. Für mehr als die Hälfte der Jugendlichen ist zielgerichtete Nutzung anstelle von Besitz zumindest für einige Bereiche vorstellbar. Das betrifft speziell Filme, Bücher, Musik oder Werkzeuge, aber auch komplexere Angebote wie Wohnungs- oder Car-Sharing sind von Interesse. Die früher wichtigen Symbole für Wohlstand und Etablierung (wie z.B. das Privatauto) werden inzwischen von vielen Jugendlichen sehr rational und skeptisch betrachtet; für sie treten die Kosten-/ Nutzenüberlegungen in den Vordergrund. Aber auch hier sind die milieuspezifischen Differenzierungen relevant:

- Für **Postmaterielle** liegt das Teilen aufgrund ihrer Werteorientierung ohnedies nahe.
- Vor allem die **Performer** und die **Digitalen Individualisten** legen Wert auf Effizienz und Flexibilität – was für die Nutzung der Sharingangebote spricht.
- Die Kosten spielen speziell für die **Hedonisten** eine große Rolle, auch das fördert die Nutzung von Sharingangeboten.
- Die Digitalisierung fördert die flexible Verfügbarkeit von Sharingangeboten; besonders für die **Digitalen Individualisten** ist die unkomplizierte Nutzungsmöglichkeit Voraussetzung für die Inanspruchnahme entsprechender Services.

Der weitere Einstellungswandel zum Besitz, die zunehmende Nutzungsconvenience von Sharingangeboten aufgrund der Digitalisierung sowie auch zunehmender Kostendruck (etwa durch die Verteuerung des motorisierten Individualverkehrs) werden in Zukunft Sharingangebote noch attraktiver machen.

Die Sinus-Milieu Jugendstudie 2014: Veranschaulichung jugendlicher Lebenswelten und Anleitung zur jugendgerechten Kommunikation

Die Sinus-Milieu Jugendstudie 2014 beschreibt detailliert die Alltagswelten der sechs Jugendmilieus und erläutert ihre Kommunikationsweisen. „Wer Jugendliche und junge Erwachsene erreichen möchte, muss ihre Sprache sprechen und adäquate Codes verwenden. Wir zeigen auf, welche Symbole und welche Argumente für die verschiedenen Milieus relevant sind und wie jugendmilieuspezifische Kommunikation optimiert werden kann“, sagt dazu Bernhard Heinzlmaier, Geschäftsführer von T-Factory.

Fotos zur Pressekonferenz finden Sie unter
<https://fotodienst.presstext.com/album/3385>

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

T-FACTORY Trendagentur
Alserbachstr. 18 / 7. Stock
1090 Wien
Tel + 43 1 595 25 66
Fax + 43 1 595 25 66-20

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

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