

Wie ticken Jugendliche 2016?

Lebenswelten von Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren in Deutschland

SINUS:akademie



deutsche kinder- und jugendstiftung

VDV Akademie



Bildquelle: iStock

Adaptiv-Pragmatische

Der leistungs- und familienorientierte moderne
Mainstream mit hoher Anpassungsbereitschaft

- › Anpassungs- und Kompromissbereitschaft, Orientierung am Machbaren;
- › versuchen, ihren Platz in der Mitte der Gesellschaft zu finden;
- › sehen sich als verantwortungsbewusste Bürgerinnen und Bürger, die dem Staat später nicht auf der Tasche liegen wollen;
- › grenzen sich deutlich von Menschen mit geringer Leistungsbereitschaft ab;
- › möchten im Leben viel erreichen, sich Ziele setzen und konsequent, fleißig und selbständig verfolgen;
- › treffen vorausschauende und sinnvolle Entscheidungen;
- › Ziel: bürgerliche „Normalbiografie“ und Wohlstand, jedoch kein übertriebener Luxus;
- › ausgeprägtes Konsuminteresse, jedoch mit „rationaler Regulation“;
- › verbinden mit Kultur in erster Linie Unterhaltungs-, Erlebnis- und Entspannungsansprüche;
- › orientieren sich am populären Mainstream.

Konservativ-Bürgerliche

Die familien- und heimat-orientierten Bodenständigen
mit Traditionsbewusstsein und Verantwortungsethik

- › halten an der bewährten gesellschaftlichen Ordnung fest;
- › betonen eher Selbstdisziplinierung als Selbstentfaltung;
- › geringe Lifestyle-Affinität und Konsumneigung;
- › kein Interesse, sich über Äußerlichkeiten zu profilieren;
- › Selbstbeschreibung: unauffällig, sozial, häuslich, heimatnah, gesellig und ruhig, erwachsen und vernünftig;
- › stellen die Erwachsenenwelt nicht in Frage, sondern versuchen schnell einen Platz darin zu finden;
- › wünschen sich eine plan- und berechenbare „Normalbiografie“;
- › Ehe und Familie gelten als Grundpfeiler der Gesellschaft.

Bildquelle: Pixabay / iStock

Bildquelle: iStock



Prekäre

Die um Orientierung und Teilhabe bemühten Jugendlichen mit schwierigen Startvoraussetzungen und Durchbeißermentalität

- › schwierigste Startvoraussetzungen (Bildungsferne, Erwerbslosigkeit, Einkommen an oder unterhalb der Armutsgrenze im Elternhaus etc.);
- › bemüht, die eigene Situation zu verbessern;
- › Gefühl strukturell oder selbst verbauter Chancen sowie Angst vor geringen Teilhabemöglichkeiten sind dominant;
- › geringe Affinität zum Lifestyle-Markt;
- › Wunsch nach Zugehörigkeit und Anerkennung, danach, „auch mal etwas richtig gut zu schaffen“;
- › zentraler Stellenwert von Familie im Werteprofil, häufig idealisiertes Bild;
- › finden die Gesellschaft unfair und ungerecht;
- › anfällig gegenüber rechtspopulistischen Klischees und extremen politischen Positionen;
- › geringe Aufstiegsperspektiven evozieren das Gefühl, dass sich Leistung nicht lohnt oder münden in unrealistische Zukunftsträume (Fußballstar, Musiker o.ä.).

Bildquelle: Pixabay / iStock



Materialistische Hedonisten

Die freizeit- & familienorientierte Unterschicht mit ausgeprägten markenbewussten Konsumwünschen

- › konsum- und markenorientiert: Marken werfen in ihren Peer-Kontexten Anerkennung ab;
- › wichtige Werte: Harmonie, Zusammenhalt, Treue, Hilfsbereitschaft, Ehrlichkeit und Anstand;
- › Ablehnung von Kontroll- und Autoritätswerten;
- › möchten Spaß und ein „gechilltes Leben“ haben;
- › Shoppen, Party, Geld und Urlaub sind die coolsten Sachen der Welt;
- › Freundeskreis steht für Fun und Action;
- › Berührungspunkte mit Vandalismus, Aggressivität und Drogenkonsum in Alltagserzählungen;
- › Eltern und Familie als zentraler Bezugspunkt für Geborgenheit und Sicherheit;
- › sehr distanziert gegenüber Hochkultur; in der Regel kaum Berührungspunkte im Alltag;
- › orientieren sich klar am Mainstream.

Bildquelle: flickr /
Paramore_emojfanatic / iStock

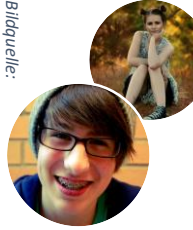


Experimentalistische Hedonisten

Die spaß- & szeneorientierten Nonkonformisten mit Fokus auf Leben im Hier und Jetzt

- › wollen ungehinderte Selbstentfaltung: möchten das Leben in vollen Zügen genießen, Grenzen überschreiten und Regeln brechen;
- › legen großen Wert auf kreative Gestaltungsmöglichkeiten und Andersartigkeit;
- › möchten mit ihrer Werthaltung (bewusst) anecken und provozieren;
- › finden Routinen langweilig;
- › geringste Affinität zu typisch bürgerlichen Werten;
- › distanzieren sich von Mainstream und klassischer Hochkultur;
- › lieben das Subkulturelle und „Undergroundige“, große Affinität zu Jugendszenen;
- › teilweise frühes Interesse an subkulturellem Nightlife sowie Konsum von Alkohol, Zigaretten und weichen Drogen;
- › bemühen sich, immer mehr Freiräume von den Eltern zu „erkämpfen“, um Freizeit unabhängig gestalten zu können.

Bildquelle:
flickr / Firesam1 / Pixabay



Sozialökologische

Die nachhaltigkeits- und gemeinwohl-orientierten Jugendlichen mit sozialkritischer Grundhaltung und Offenheit für alternative Lebensentwürfe

- › zentrale Pfeiler ihres Wertegerüsts: Demokratie, Gerechtigkeit, Umweltschutz und Nachhaltigkeit;
- › sind sehr altruistisch motiviert und am Gemeinwohl orientiert;
- › möchten andere von ihren normativen Ansichten überzeugen („Sendungsbewusstsein“);
- › hoher normativer Anspruch an den eigenen Freundeskreis; suchen „Niveau und Tiefe“;
- › Distanz zu materialistischen Werten, Kritik an der Überflusgesellschaft;
- › bildungsaffin: Wunsch nach Wissens- und Horizonterweiterung überwiegt den Spaßfaktor;
- › aufgeschlossen gegenüber anderen Kulturen, lehnen Rassismus ab;
- › fortschrittsskeptisch;
- › vielfältige Freizeitinteressen;
- › kulturell sehr breit interessiert (auch Hochkultur), v.a. an Kunst und Kultur mit einer sozialkritischen Message.

Bildquelle: iStock



Expeditive

Die erfolgs- & lifestyle-orientierten Networker auf der Suche nach neuen Grenzen und unkonventionellen Erfahrungen

- › streben nach Balance zwischen Selbstverwirklichung, Selbständigkeit, Hedonismus auf der einen und Leistungswerten wie Zielstrebigkeit, Ehrgeiz, Fleiß auf der anderen Seite;
- › flexibel, mobil, pragmatisch;
- › möchten ihren Erfahrungshorizont ständig erweitern: nicht an-, sondern weiterkommen;
- › geringe Kontroll- und Autoritätsorientierung;
- › Selbstbeschreibung: urbane, kosmopolitische „Hipster“, interessant, einzigartig, eloquent, stilbewusst und stilsicher;
- › ausgeprägtes Marken- und Trendbewusstsein;
- › bildungsaffin: informieren sich sowohl bewusst in der Freizeit als auch en passant;
- › auf der Suche nach vielfältigen kulturellen Erfahrungsräumen, z. B. modernes Theater, Kunst, Malerei;
- › streben in den öffentlichen Raum, in angesagte Locations, dorthin, wo die Musik spielt, wo die Leute spannend und anders sind.

Vertiefungsthemen

- › Digitale Medien und digitales Lernen
- › Mobilität
- › Umweltschutz, Klimawandel, kritischer Konsum
- › Liebe und Partnerschaft
- › Glaube und Religion
- › Geschichtsbilder
- › Nation und Nationalität
- › Flucht und Asyl

Ansprechpartner

Forschung: Dr. Marc Calmbach

Tel. 030 20613098-11

marc.calmbach@sinus-institut.de

Vorträge, Workshops, Beratung: Peter Martin Thomas

Tel. 06221 8089-66

info@sinus-akademie.de



Das Buch zu Studie

Softcover 53,49€

ISBN 978-3-658-12532-5

Digital: Open-Access

 SpringerLink