

Wie ticken Jugendliche?

Sinus-Milieustudie U27

Dr. Marc Calmbach

Sozialwissenschaftliche Lebensweltanalysen
von Sinus Sociovision

ISBN 978-3-88916-285-4 | ISBN 978-3-7761-0215-4
689 Seiten



Stichprobe

- drei untersuchte Alterssegmente N
 - 9-13-Jährige 20 Fälle
 - 14-19-Jährige 56 Fälle
 - 20-27-Jährige 56 Fälle
- alle katholisch; gleiche Geschlechterverteilung, Stadt-Land-Streuung, Befragung in unterschiedlichen Regionen Deutschlands, Anteilsgleichheit Ost/West
- Quantifizierung der Milieuverteilung: N=2.400 Fälle

Datenmaterial

- Transkripte der ca. zweistündigen narrativen und biographischen Einzelinterviews
- „Hausarbeiten“:
 - *Das gibt meinem Leben (mehr) Sinn*
 - *Das wäre die ideale Religion/Kirche für mich*
- Fotos der Jugendzimmer & Erläuterungen der Befragten zu ihrem unmittelbaren Wohnumfeld
- Memos der Interviewer
- quantitative Repräsentativdaten (Milieuverteilung, Medianutzung)

Untersuchungsschwerpunkte

- Grundorientierung (v.a. Wertorientierungen)
- Lebensstil (typische Verhaltensweisen, Gewohnheiten, Medienaffinität)
- Musikvorlieben (quantitativ-repräsentativ)
- Medianutzung: Print, TV, Online (quantitativ-repräsentativ)
- Vergemeinschaftung (zentrale Bezugsgruppen)
- Religion und Kirche (subjektive Bedeutung von und Einstellung in Bezug auf Kirche/ Religion/ Glaube)
- Engagement (politisches und soziales Interesse und Engagement)
- Lebensziele und Zukunftsaussichten
- Kulturelles Kapital (Distinktion, kulturelle Orientierung)

Lebenswelten von Jugendlichen 14-19 Jahre

Soziale Lage und Grundorientierung

Hohe Bildung (Gymnasium) 1	Soziale Lage Bildung						
Mittlere Bildung (Realschule) 2							
Geringe Bildung (Hauptschule) 3							
	Grundorientierung Alltagsbewusstsein, Lebensstil, Lebensziele						
Soziale Lage	Ein-Ordnung <i>Ein moralisch gutes Leben führen; Anerkennung und soz. Einbettung; sicher und überlegen sein durch Klarheit und Entschiedenheit; sich nützlich und angenehm zeigen</i>	Geltung <i>Teilhaben an Lifestyle-Trends; modisch und modern sein, aber normal bleiben; das Leben heute genießen; Zukunft planen u. ankommen</i>	(Anders) Sein <i>Aufbrechen, etwas entdecken, anders und authentisch sein; eine starke und richtige Position finden; Kritik und Widerstand</i>	Adaptive Navigation <i>Eigene Chancen und Optionen suchen: offen und ehrgeizig, pragmatisch und flexibel sein; sich vielfältig andocken, wo es nützt</i>	Selbst-Exploration <i>Eigene neue Wege gehen, kreatives, mediales und synästhetisches Spielen mit Formen und Bedeutungen: neue (eigene) Perspektiven auf sich u. Welt (er)finden</i>		
Alters-spezifische Orientierung							
Grund-orientierung	A Traditionelle Werte <i>Pflichterfüllung, Sicherheit, Ordnung Selbstkontrolle</i>	I B II Modernisierung <i>Materialismus, Genuss, Individualisierung, Postmaterialismus Selbstverwirklichung</i>	I C II Neuorientierung <i>Multioptionalität, Experimentierfreude, Leben in Paradoxien Selbstmanagement</i>				

© Sinus Sociovision 2008

Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

Lebenswelten von Jugendlichen 14-19 Jahre

Grundorientierung

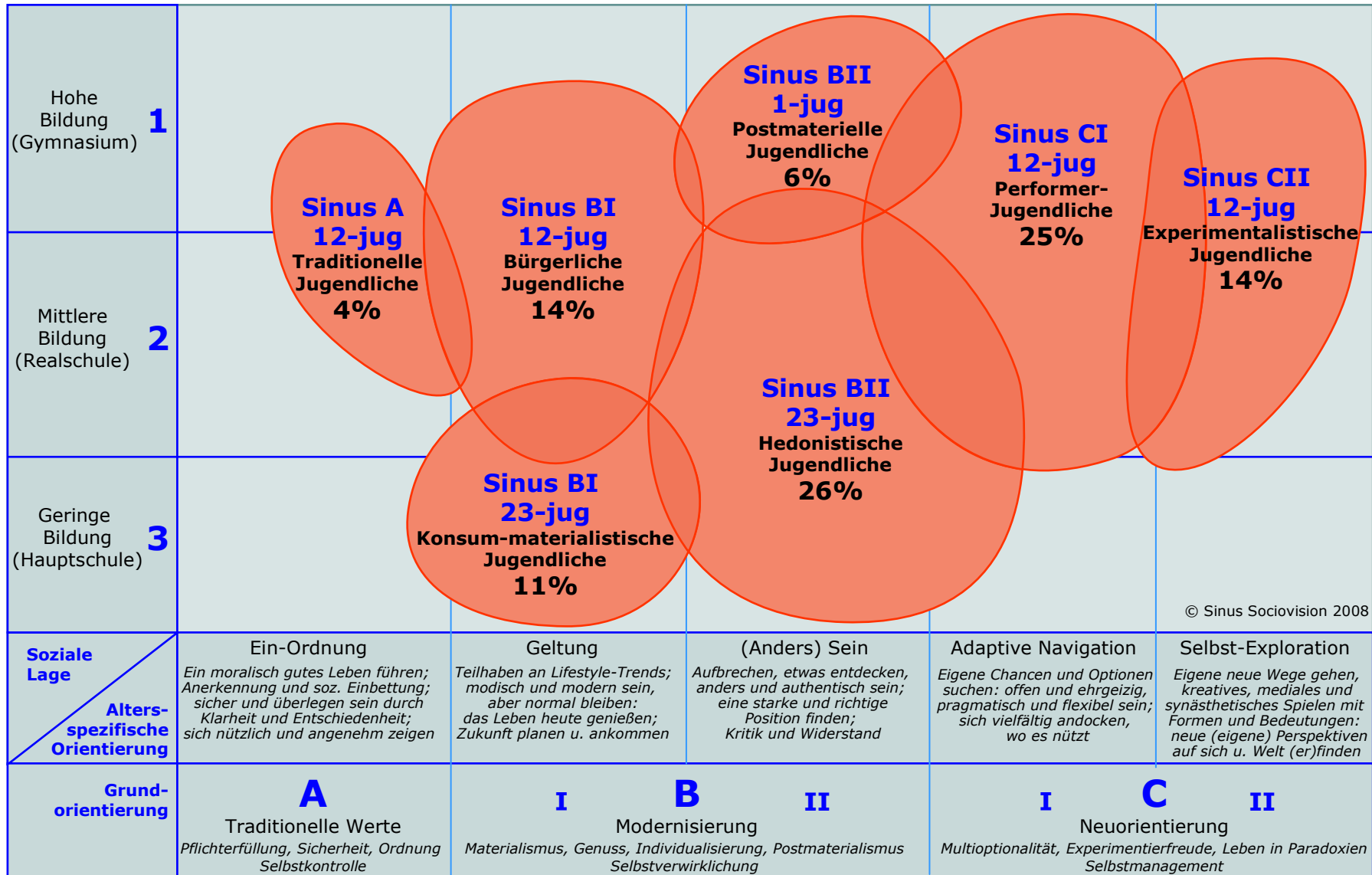
Hohe Bildung (Gymnasium)	1 Ein-Ordnung <i>Ein moralisch gutes und sicheres Leben führen;</i>	Geltung <i>Teilhaben an Lifestyle-Trends; modisch und modern</i>	(Anders) Sein <i>Aufbrechen, etwas entdecken, anders und</i>	Adaptive Navigation <i>Eigene Chancen und Optionen suchen: offen</i>	Selbst-Exploration <i>Eigene neue Wege gehen, kreatives,</i>
Mittlere Bildung (Realschule)	2 <i>Anerkennung und soziale Einbettung; sicher und überlegen sein durch Klarheit und Entschiedenheit; sich nützlich und</i>	<i>sein, aber normal bleiben: das Leben heute genießen; Zukunft planen und ankommen</i>	<i>authentisch sein; eine starke und richtige Position finden; Kritik und Widerstand</i>	<i>und ehrgeizig, pragmatisch und flexibel sein; sich vielfältig andocken, wo es nützt</i>	<i>mediales und synästhetisches Spielen mit Formen und Bedeutungen: neue (eigene)</i>
Geringe Bildung (Hauptschule)	3 <i>angenehm zeigen</i>				<i>Perspektiven auf sich u. Welt (er)finden</i>
Soziale Lage Alters-spezifische Orientierung	Ein-Ordnung <i>Ein moralisch gutes Leben führen; Anerkennung und soz. Einbettung; sicher und überlegen sein durch Klarheit und Entschiedenheit; sich nützlich und angenehm zeigen</i>	Geltung <i>Teilhaben an Lifestyle-Trends; modisch und modern sein, aber normal bleiben: das Leben heute genießen; Zukunft planen u. ankommen</i>	(Anders) Sein <i>Aufbrechen, etwas entdecken, anders und authentisch sein; eine starke und richtige Position finden; Kritik und Widerstand</i>	Adaptive Navigation <i>Eigene Chancen und Optionen suchen: offen und ehrgeizig, pragmatisch und flexibel sein; sich vielfältig andocken, wo es nützt</i>	Selbst-Exploration <i>Eigene neue Wege gehen, kreatives, mediales und synästhetisches Spielen mit Formen und Bedeutungen: neue (eigene) Perspektiven auf sich u. Welt (er)finden</i>
Grund-orientierung	A Traditionelle Werte <i>Pflichterfüllung, Sicherheit, Ordnung Selbstkontrolle</i>	I B II Modernisierung <i>Materialismus, Genuss, Individualisierung, Postmaterialismus Selbstverwirklichung</i>	I C II Neuorientierung <i>Multioptionalität, Experimentierfreude, Leben in Paradoxien Selbstmanagement</i>		

© Sinus Sociovision 2008

Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

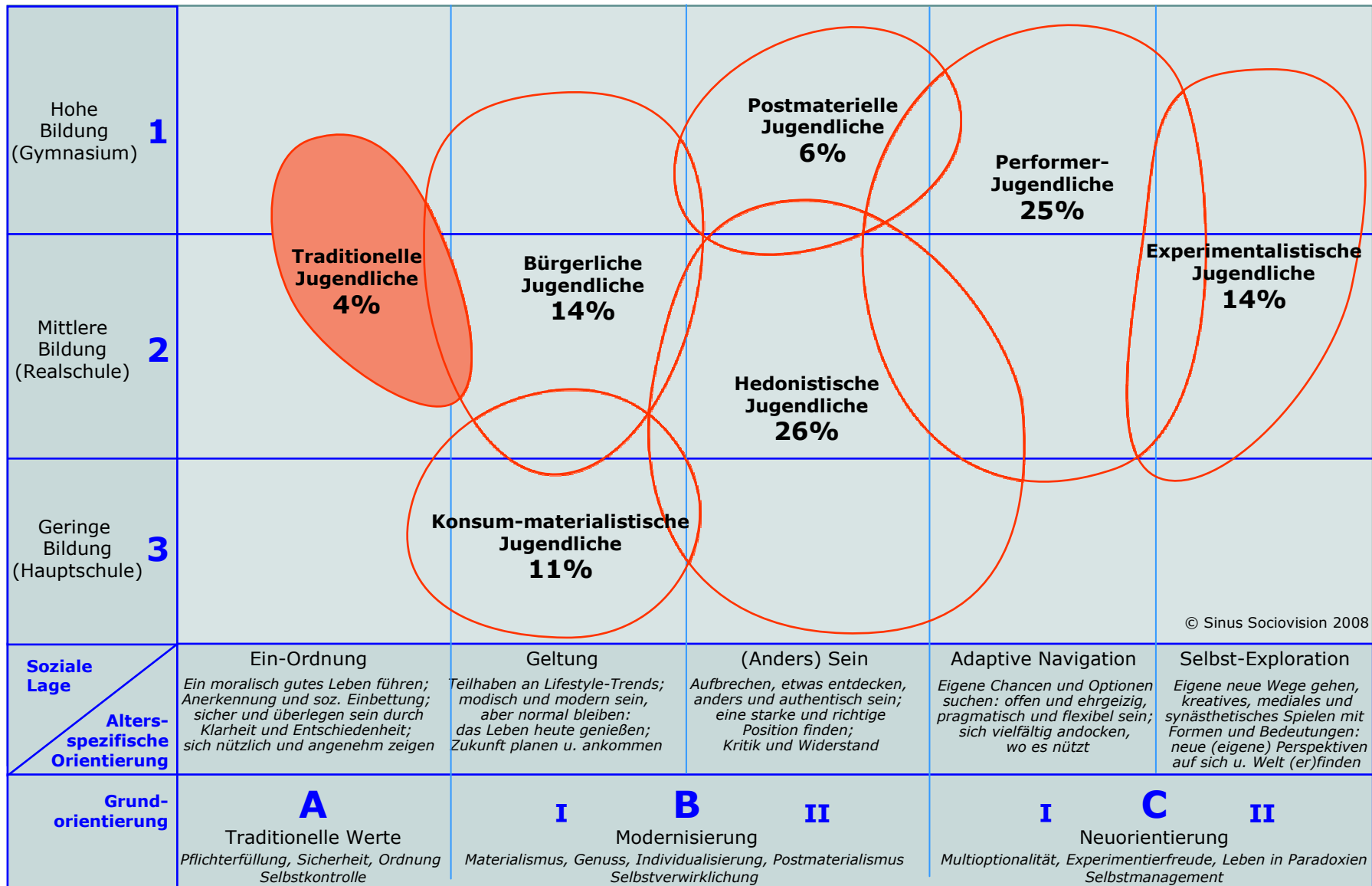
Lebenswelten von Jugendlichen 14-19 Jahre

Soziale Lage und Grundorientierung



Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

Traditionelle Jugendliche



Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

Traditionelle Jugendliche

*„Ja, heiraten und Kinder kriegen.
Das ist für mich wirklich das, was
ich am Liebsten machen würde“*

Paradigmatische Fragen:

- Was ist moralisch gut?
- Was wird von mir erwartet?
- Wo gehöre ich hin?

Traditionelle Jugendliche

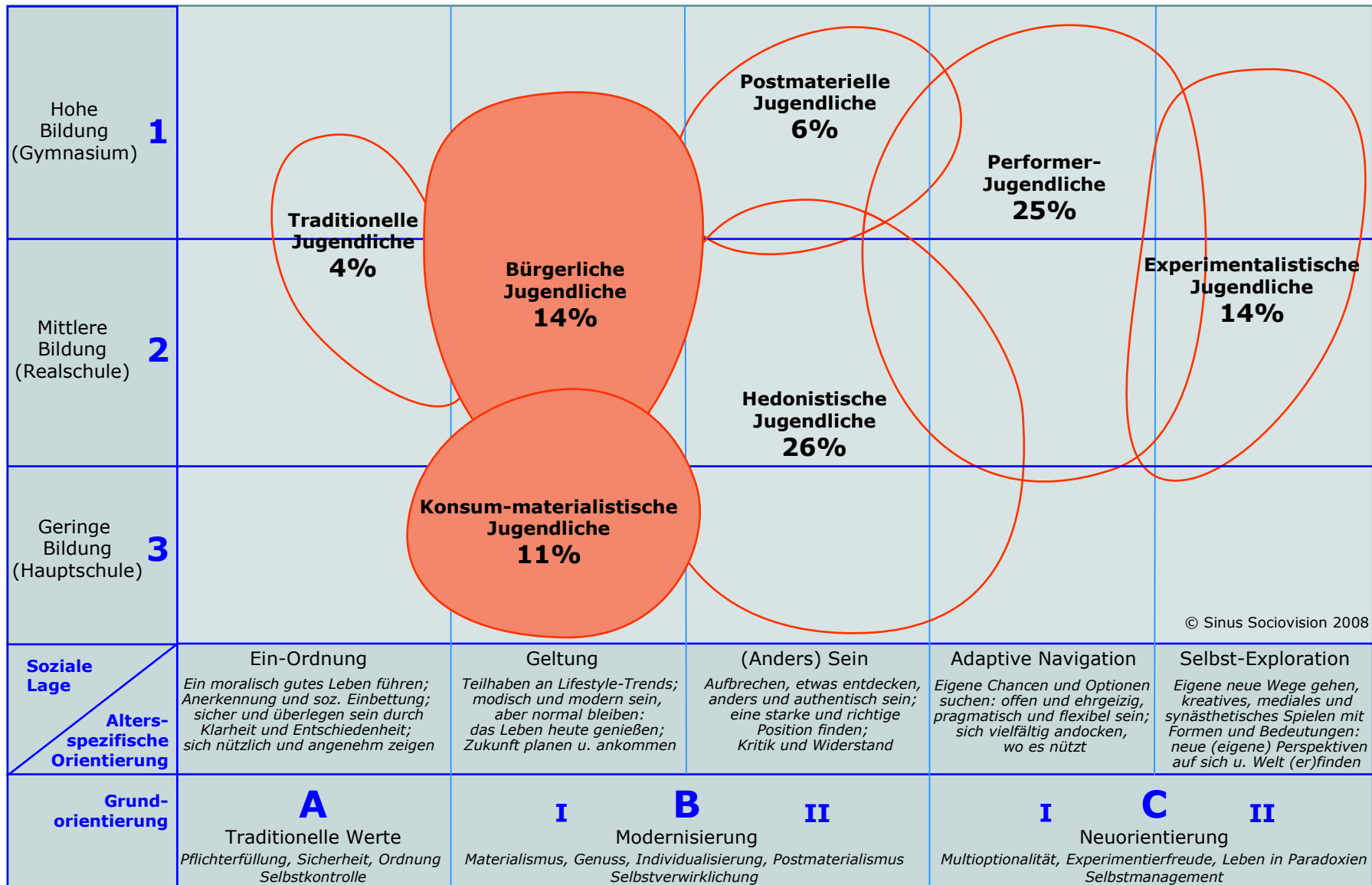
- **Anteil: 4%** (Bevölkerung: 19%)
entwickelt sich zu einem Minderheitenmilieu

The image shows a Sinus Milieu grid with a red oval highlighting the 'Traditionelle Jugendliche' group. The grid is divided into three education levels (High, Medium, Low) and six social types (A-F). The highlighted group is in the 'High Education' row and 'Type A' column.

Hohe Bildung (Diplomaten)	1					
Mittlere Bildung (Fachkräfte)	2					
Geringe Bildung (Vollzeitarbeiter)	3					
Soziale Basis	Ein-Ordnung Ein zentraler, gut definierter Lebens- und Arbeitsort mit klaren Regeln und Strukturen.	Geltung Traditionelle Werte und Normen sind verbindlich und werden von allen akzeptiert.	(Andere) Sein Andere sind nicht gleich, aber alle haben ihren Platz in der Ordnung.	Adaptive Navigation Klare Regeln und Strukturen werden akzeptiert und genutzt, um sich in der Ordnung zu bewegen.	Radikal-Exploration Klare Regeln und Strukturen werden akzeptiert und genutzt, um sich in der Ordnung zu bewegen.	
Soziale Orientierung	A	I B	II	I C	II	
	Traditionelle Werte Hochachtung, Ansehen, Ehrung	Mehrfachwertung Mehrfachwertung, Anerkennung, Anerkennung	II	Rechenwertigkeit Mehrfachwertung, Anerkennung, Anerkennung	II	

- **Lebensweltliches Basismotiv:**
 - ein moralisch gutes und beruflich erfolgreiches Leben führen
 - Verantwortung übernehmen; eine Familie gründen, solide werden
 - Anerkennung und soziale Einbettung
 - sicher und überlegen sein
 - nützlich und angenehm sein
- **Reproduktionslogik:**
 - übernehmen außenorientiert von der Erwachsenenwelt, was das richtige (im) Leben ist
 - Loyalität, Prinzipientreue, Disziplin, Dauerhaftigkeit, Sicherheit sind wichtige Bausteine
 - die vorfindbare Erwachsenenwelt ist grundsätzlich in Ordnung; der Einzelne muss darin seinen Platz finden.
 - neigen zu Rezepten (was sich bewährt hat, wird fortgesetzt)

Mainstream-Milieus



Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

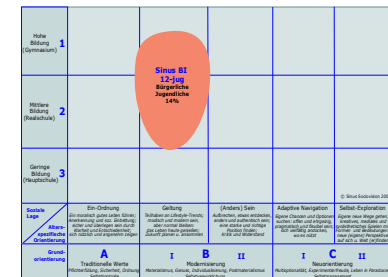
Bürgerliche Jugendliche

*„Vielleicht, dass ich studiere, und später mal heirate und eine Familie habe. Also nichts Spektakuläres (...)
Also eigentlich eher was Normales.“*

Paradigmatische Fragen:

- Wo gehöre ich hin?
- Was kann ich erreichen?

Bürgerliche Jugendliche



- **Anteil: 14%** (Bevölkerung: 15%)

- **Lebensweltliches Basismotiv:**

- teilhaben und genießen von Lifestyle-Trends, Medien- und Warenwelt
- aber auch die eigene Zukunft planen, sein Leben aus- und einrichten
- ankommen, aber noch nicht „gesetzt“ sein
- modisch und modern sein, aber normal bleiben
- etwas erreichen wollen, um später abgesichert zu sein

- **Spannung zwischen Augenblicks-Genuss und Zukunfts-Geltung, zwischen Tradition und Moderne**

Konsum-materialistische Jugendliche

„Ich hätte gerne ein Leben mit einem guten, normalen Job, Familie, Freunde. Ein normales Leben mit Liebe und Gemütlichkeit (...) Also nicht, wie es hier ist.“

Paradigmatische Fragen:

- Wer ist 'in'?
- Was haben die anderen?
- Wo gibt es das günstig?
- Wie komme ich hier raus?

Konsum-materialistische Jugendliche

- **Anteil: 11%** (Bevölkerung: 12%)

- **Lebensweltliches Basismotiv:**

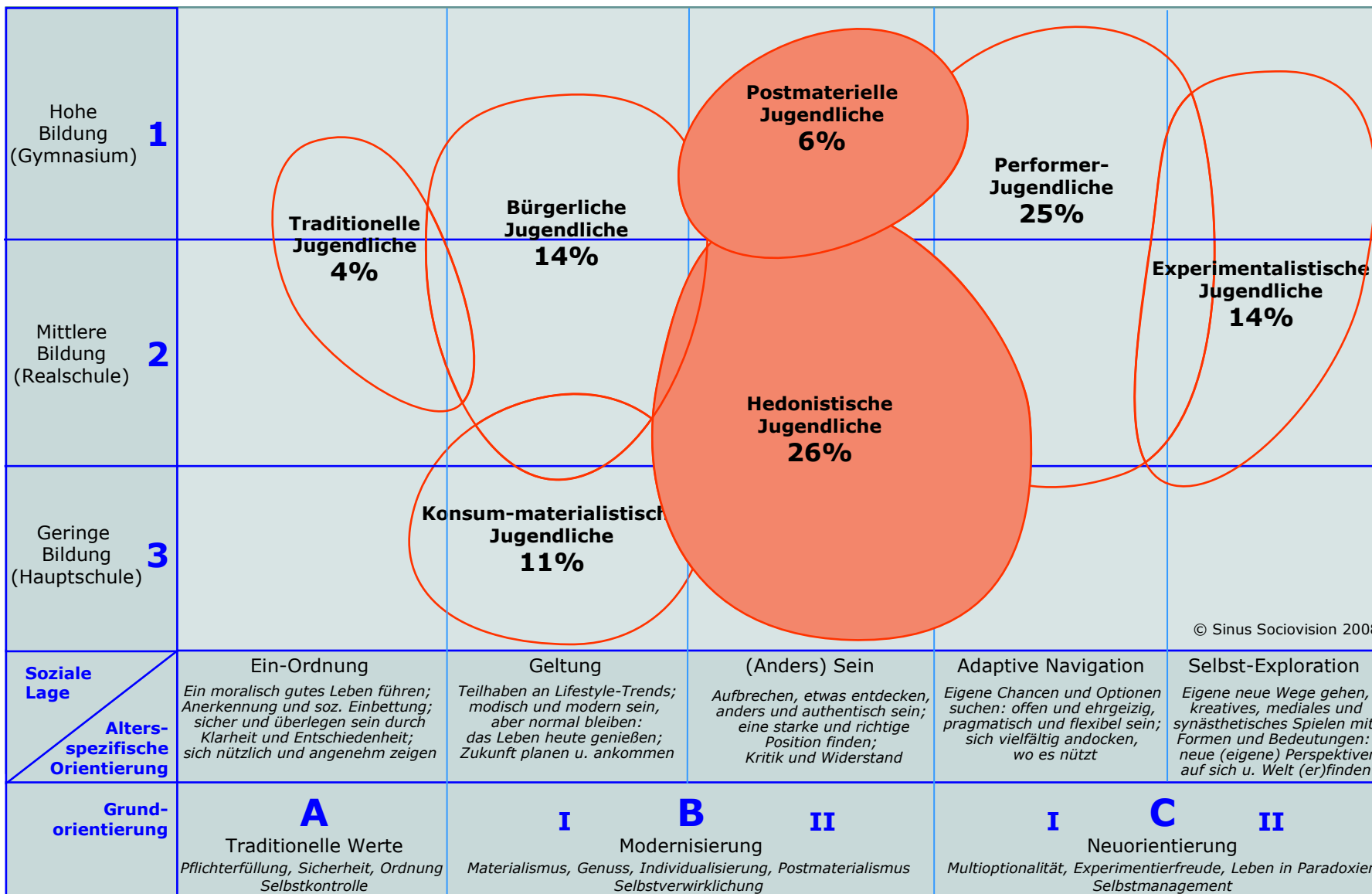
- Anschluss und Akzeptanz suchen
- Verarbeitung und Kompensation von Ausgrenzung durch frühere Schulfreunde
- sich selbst versorgen und organisieren
- sich auf die eigenen Eltern häufig nicht verlassen können
- Herauskommen aus dem elterlichen Umfeld
- es einmal besser haben
- Modemarken als signifikante Symbole für Modernität, Prestige und Teilhabe

- ***Gesellschaftliche Teilhabe/mithalten können***

Hohe Bildung (Gymnasien)	1					
Mittlere Bildung (Hauptschule)	2					
Geringe Bildung (Hauptschule)	3					
Soziale Lage Wohlfühlbereich		Die Ordnung	Gehung	(Andere) Sein	Adaptive Navigation	Selbst-Exploration
Grundorientierung		A Traditionelle Werte Hierarchie, Autorität, Ordnung Stabilität	I B II Modernisierung Materialismus, Genuss, Individualität und Individualität	I B II Modernisierung Materialismus, Genuss, Individualität und Individualität	I C II Neomodernisierung Multiculturalität, Experimentierfreude, Leben in Wahrnehmung	

Sinus B1
Konsummaterialistische Jugendliche
11%

Die "widerspenstigen" Milieus



Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

Postmaterielle Jugendliche

*„Ich würde wirklich am Ort
helfen und sehen, dass das
verbessert wird und so.
(...) das gibt meinem Leben Sinn.“*

Paradigmatische Fragen:

- Was ist wahr?
- Wie kann ich bewusst leben?
- Was will ich leben?
- Was ist ungerecht in der Welt?

Hedonistische Jugendliche

„Ja, ich mache halt nicht Dinge, nur dass andere mich toll finden oder so. Ich mache das, was ich denke. Und wenn es jemanden nicht passt, dann hat er Pech gehabt.“

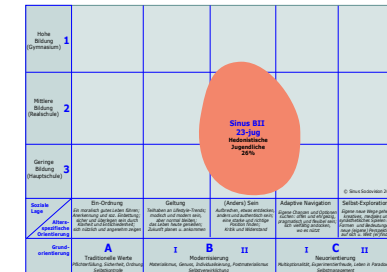
Paradigmatische Frage:

–Wer ist angepasst, wer nicht?

Hedonisten

■ Anteil: 26% (Bevölkerung: 11%)

- **das größte Jugendmilieu**
- bei jungen Erwachsenen sinkt der Anteil wieder auf 16%
- ein Teil bewahrt dieses Mentalitätsmuster; bei einem anderen Teil wird das Muster durch andere Orientierungen wieder überlagert

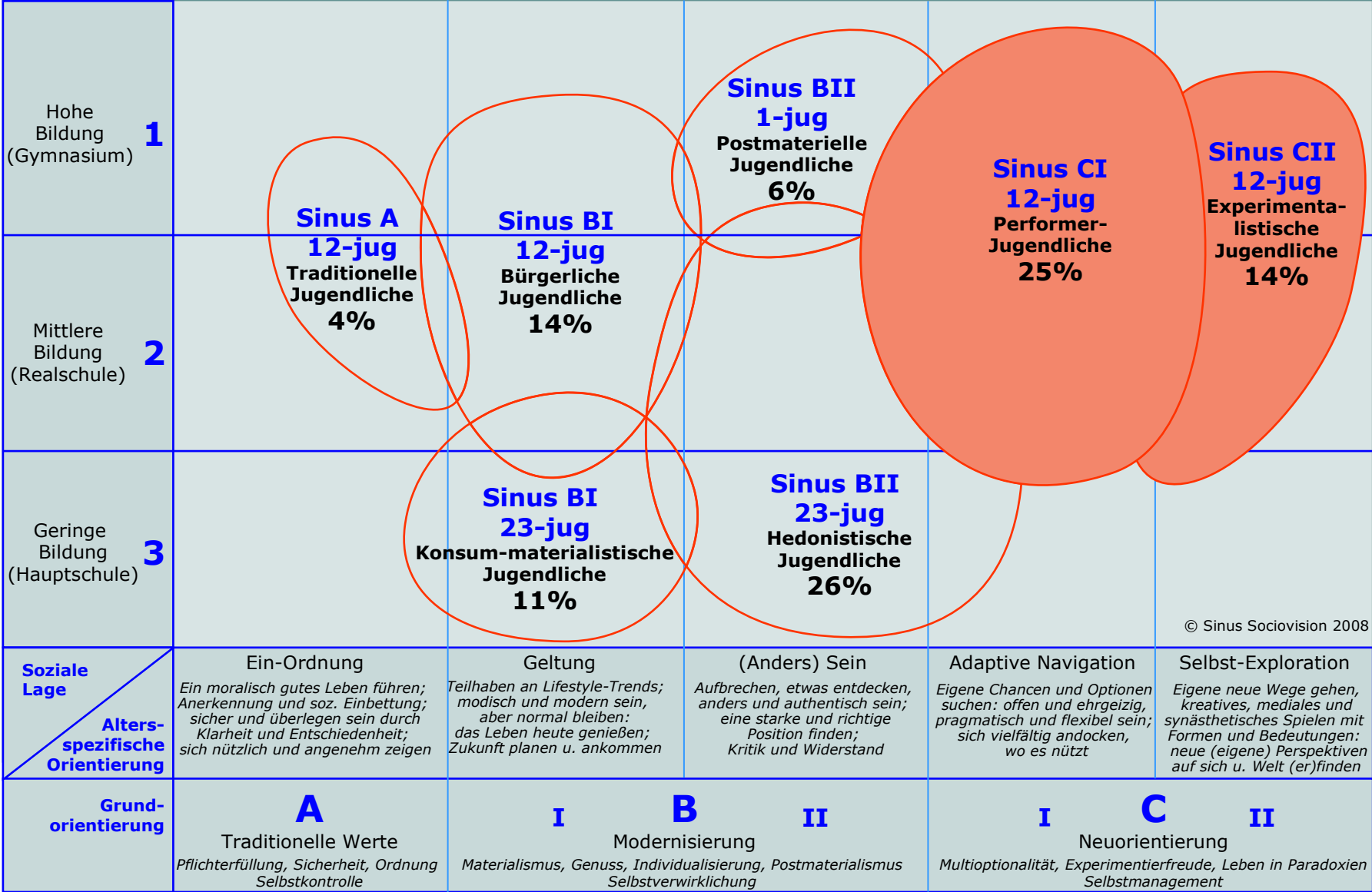


■ Lebensweltliches Basismotiv:

- sich, soweit möglich, nicht dressieren lassen
- sich Refugien für unprogrammiertes Leben bewahren
- pendeln zwischen Sphären der Selbst- und Fremdbestimmung (durch Lehrer, Vorgesetzte)
- Distanzierung

■ **Distanzierungs-/Abgrenzungslogik**

Die postmodernen Milieus



Quelle: Sinus Sociovision; Basis: 2.400 Fälle

Moderne Performer

*„Ich setze mir Ziele
und erreiche sie
dann auch.“*

Paradigmatische Fragen:

- Was kann ich erreichen?
- Von wem und womit kann ich profitieren?
- Wer ist spannend?

Moderne Performer

- **Anteil: 25%** (Bevölkerung: 10%)

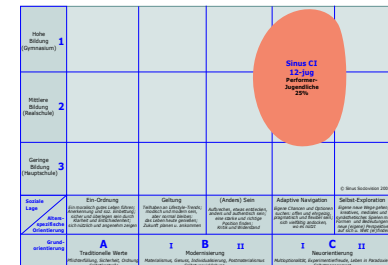
Dieses Milieu wird wachsen!

- mit 25% das zweitgrößte Jugendmilieu
- legen ihr Mentalitätsmuster beim Übergang in das Erwachsenenalter nicht ab (23%)

- **Lebensweltliches Basismotiv:**

- frühes Erreichen erster Etappenziele als Erster
- sich diverse Optionen offen halten
- offen und ehrgeizig, pragmatisch und flexibel sein
- sich vielfältig andocken, wo es nützt
- sich selbst modellieren und optimieren
- pragmatische Marktperspektive

- ***multioptionales Selbstmanagement***



Experimentalistische Jugendliche

„Also ich will so viel leben wie möglich. Mir ist es wichtig, dass ich jeden Tage neue Sachen entdecke und kennenlernen kann und möglichst wenig außen vor lasse.“

Paradigmatische Fragen:

- Wer könnte ich noch sein?
- Wie kann man das anders sehen?
- Was hat es (so) noch nicht gegeben?

Experimentalistische Jugendliche

- **Anteil: 14%** (Bevölkerung: 8%)
Dieses Milieu wird wachsen!

- **Lebensweltliches Basismotiv:**

Paradoxie und Synästhesie

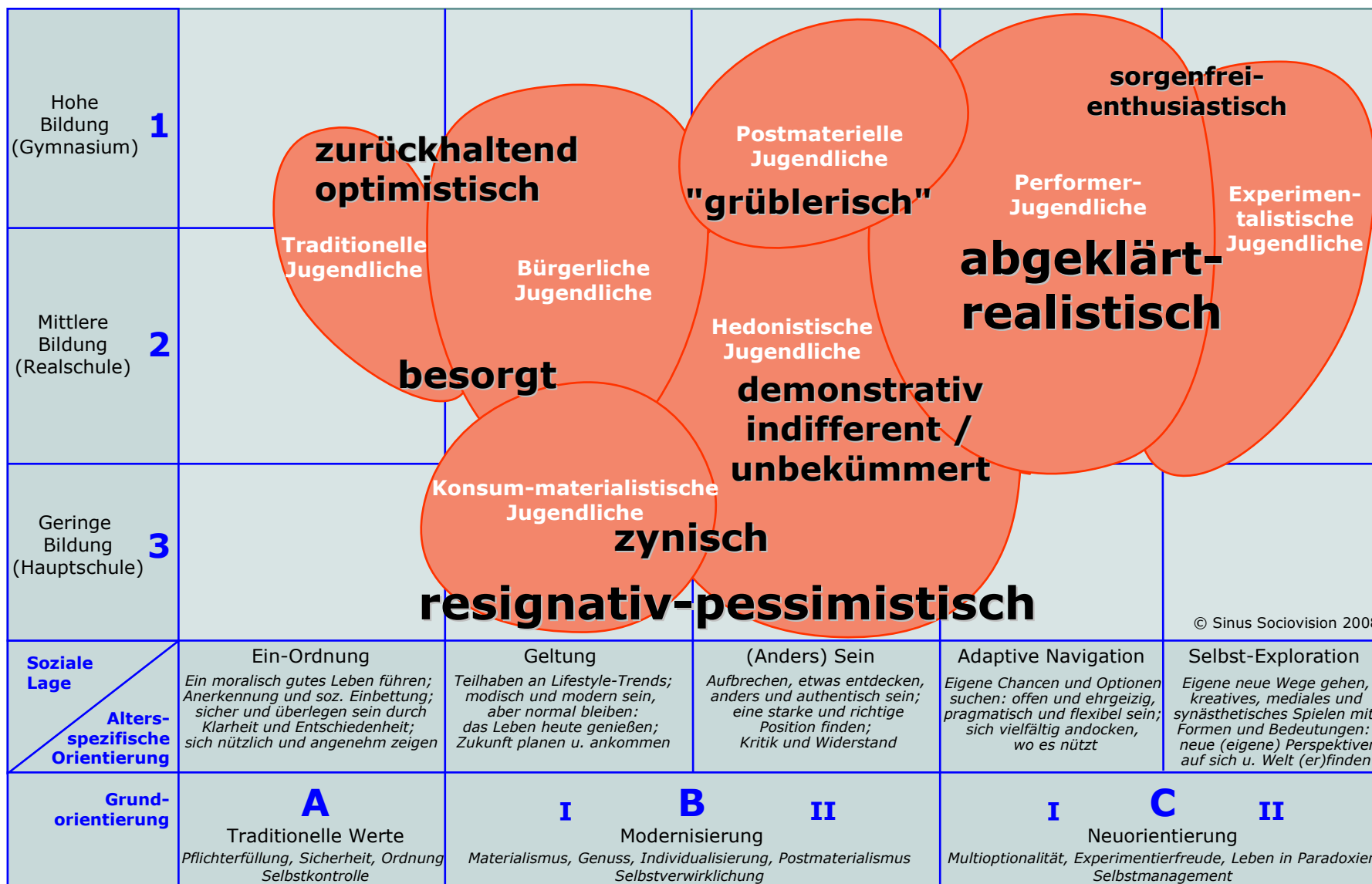
- exotisch-exzentrische Selbsterfahrungen machen
- fremde Welten erkunden
- Widersprüche suchen/provozieren und „Logiken“ aufheben

- **Kreationslogik:**

- neue Perspektiven (er)finden
- Bindungen nur "bis auf Weiteres"
- Neues entwickeln und ausprobieren, Altes neu kombinieren
- keine Ritualisierung von erfolgreichen Dingen
- Abwehr/Ignoranz gegenüber gesamtgesellschaftlichen Konzepten, Weltanschauungen oder Ethik

Höhe Bildung Gymnasium	1					<p>Sinus C11 12-Jährige Experimentalistische Jugendliche 14%</p>
Mittlere Bildung Hauptschule	2					
Geringe Bildung Hauptschule	3					
Soziale Lage Arbeitslosenquote		Ein-Ordnung Für einen guten Lohn arbeiten wollen, aber keine Lust auf Arbeit, wenn kein Geld zu verdienen ist.	Gefühl Möchte die Arbeit machen, macht aber nicht viel, weil man nicht viel verdient.	(Änderung) Sinn Arbeitslos sein, macht mich traurig, aber ich will nicht mehr arbeiten, weil ich keine Lust habe.	Adaptive Navigation Sich anpassen und überleben, wenn man nicht mehr arbeiten kann.	Selbst-Exploration Sich ausprobieren und neue Erfahrungen sammeln, auch wenn man nicht mehr arbeiten kann.
Sozialstruktur		A Traditionelle Werte Hilfsbereitschaft, Ehrlichkeit, Ordnung	I B II Moderne Werte Individualismus, Genuss, Individualismus, Autonomie	I C II Moderne Werte Individualismus, Genuss, Individualismus, Autonomie	I C II Moderne Werte Individualismus, Genuss, Individualismus, Autonomie	

Wie blicken Jugendliche in die Zukunft?



Quelle: Sinus Sociovision

SINUS Sociovision GmbH
Ezanvillestr. 59
69118 Heidelberg

Dr. Marc Calmbach
Researcher & Consultant
Tel: 06221 – 80 89 32
marc.calmbach@sociovision.de

© Copyright by Sinus Sociovision GmbH, Heidelberg

Das vorliegende Werk ist urheberrechtlich geschützt. Kein Teil davon darf ohne schriftliche Einwilligung der Sinus Sociovision GmbH in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden. Zitate und Nachdrucke, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung und Quellenhinweisen gestattet.

Sinus Sociovision GmbH
Ezanvillestraße 59 / D-69118 Heidelberg
Postfach 251265 / D-69080 Heidelberg

HRB 2922 Heidelberg
Geschäftsführer:
Dorothea Nowak, Berthold Flaig

Telefon: +49 (0) 6221-8089-0 / Telefax: +49 (0) 6221-8089-25
E-mail: sinus@sociovision.de
Web: <http://www.sociovision.com>
<http://www.sinus-milieus.de>