



Sharing in jugendlichen Lebenswelten

Mag. Katharina Prohaska

Wien, 2015

Foto-Credits: Daniel Wisniewski, Fenja Eisenhauer, Freyja Schimkus, Tobias Mittmann / www.jugendfotos.at

© Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstraße 18 / 7. OG / 1090 Wien
Tel. +43 / (0)1 / 532 67 95
E-Mail: jugendforschung@jugendkultur.at

Inhalt

I.	Lebensweltliche Bedeutung von Sharing für Jugendliche	2
II.	Motive für Sharing	3
III.	Unterschiedliche Bereiche der Share Economy und deren Bedeutung für Jugendliche	5
IV.	Argumente für Sharing auf einen Blick	9
V.	Probleme und Nachteile von Sharing aus Sicht der Jugendlichen	10

Literatur

Autorinnen-Info

Institut für Jugendkulturforschung – about

Sharing in jugendlichen Lebenswelten

Mag. Katharina Prohaska

I. Lebensweltliche Bedeutung von Sharing für Jugendliche

Mit dem Begriff Sharing wird in erster Linie dessen deutsche Übersetzung *Teilen* assoziiert. Im alltäglichen Verständnis verbinden Jugendliche damit primär das Teilen von materiellen Gegenständen mit anderen Menschen, sowie das Aus- und Verborgenen von privatem Eigentum. Ferner wird der Weiterverkauf von gebrauchten Dingen, beispielsweise dem Prinzip eines Flohmarktes folgend, mit dem Begriff Sharing verbunden. Aber auch das *Teilen von Inhalten im Internet* fällt unter Sharing. Ein wesentlicher Aspekt des Mediums Internet besteht in der Interaktivität. Die NutzerInnen können frei entscheiden und wählen, welche Dienste, Angebote und Informationen sie nutzen möchten. Gleichzeitig bietet das World Wide Web seinen NutzerInnen die Möglichkeit, selbst aktiv zu werden, so dass es bei keiner alleinigen RezipientInnenrolle bleibt. Inhalte und Wissen werden im Vergleich zu anderen Medien durch den Rezipienten/die Rezipientin nicht mehr nur ausschließlich konsumiert, sondern auch selbst verbreitet und aktiv mitgestaltet (vgl. Hoffmann 2003, S. 173). In diesem Kontext ist bei Jugendlichen vor allem das soziale Netzwerk *Facebook* von Bedeutung. Sharing bedeutet hierbei, andere Menschen am eigenen Leben teilhaben zu lassen sowie Inhalte und Wissen publik zu machen und mit anderen Personen zu teilen.

Wie eine qualitative Exploration des Instituts für Jugendkulturforschung zum Thema Sharing zeigt, gibt es unterschiedliche Motive und Beweggründe, um sich für Share Economy zu interessieren und diese auch aktiv zu nutzen.

Qualitative Exploration: Sharing in jugendlichen Lebenswelten

Datenbasis: acht fokussierte Interviews mit jugendkulturorientierten Jugendlichen aus Wien, Berlin und Hamburg – durchgeführt im Sommer/Herbst 2014

Datenauswertung: mit MaxQDA

Words of relevant mouth: Words of relevant mouth sind authentische Aussagen Jugendlicher, die deren lebensweltliche Sicht offenlegen und damit anschaulich machen, warum Jugendliche so handeln, wie sie es tun.

II. Motive für Sharing

➡ Motiv 1: „Mobilität“

Sharingangebote, welche die eigene Mobilität fördern beziehungsweise erleichtern, finden großen Anklang bei den Befragten. Das trifft insbesondere auf Fortbewegungsmittel zu. Vor allem das Teilen und/oder temporäre Ausleihen von *Autos* (etwa *car2go*) wird sehr gerne angenommen und als sinnvoll beurteilt. Aber auch andere Verkehrsmittel, welche zur Flexibilität und Mobilität beitragen, wie *Fahrräder* (etwa *Citybikes*), werden im Rahmen von Sharingangeboten gerne genutzt.

Versteht man Mobilität im weiteren Sinne, stößt auch das *Sharing von Wohnraum* auf Interesse. Insbesondere das Couchsurfing hat hierbei einen großen Stellenwert. Bei Couchsurfing handelt es sich um ein Gastfreundschaftsnetzwerk, bei welchem die Mitglieder eine Website nutzen, um eine kostenlose Privatunterkunft auf Reisen zu finden oder selbst eine Unterkunft anbieten. Couchsurfing wird einerseits als eine ausgezeichnete Möglichkeit erlebt, die „ganze Welt bereisen zu können“ und, auf dem Prinzip der Gastfreundschaft basierend, sich den Wohnraum zeitweise mit anderen Menschen teilen zu können, ohne für eine Unterkunft zahlen zu müssen. Andererseits bietet Couchsurfing die Möglichkeit, anderen Personen einen Aufenthalt in der eigenen Stadt beziehungsweise eigenen Umgebung zu ermöglichen.

➡ Motiv 2: „Nachhaltigkeit“

Ein weiteres wichtiges Motiv für Sharing ist Nachhaltigkeit. Dinge weiterzugeben, wieder zu verwenden und/oder mit anderen zu teilen wird durch Sharingangebote ermöglicht. In diesem Zusammenhang wird Sharing als eine sinnvolle und unterstützenswerte Alternative zu „Verschwendung“, „Beharren auf Privateigentum“ und der „Wegwerfgesellschaft“ erlebt. Konkret bezieht sich dies vor allem auf das Sharing von *Autos, Kleidung und Lebensmitteln*.

Nico, 21 Jahre: „Bei Essen fällt mir gerade ein, da ist auch so eine Seite im Internet, wenn man in den Urlaub fährt und jemand hat noch den Kühlschrank voll: dann kann man das Essen abholen kommen. Das finde ich super, dass man alles versucht gemeinschaftlicher aufzuteilen und nachhaltiger, nicht alles wegschmeißen.“

Web-Tipps:

www.foodsharing.at

www.foodsharing.de

Wie findest du zum Beispiel den Kleiderkreisel?

Anna, 16 Jahre: „Der Kleiderkreisel ist ja, dass man mit anderen Leuten Kleider tauschen kann. Das finde ich persönlich sehr cool, weil ansonsten würde ich meine alten Kleider einfach in den Altkleidercontainer schmeißen, weil Second-Hand-Läden haben so ein kompliziertes Prinzip, da kommt es drauf an, ob sie verkauft werden und es könnte sogar sein, dass man am Ende draufzahlt. Es gibt seit längerem schon die Shoppingbörse auf Facebook, da kann man auch seine eigenen Sachen draufstellen und verkaufen. Da trifft man sich dann einfach mit den Leuten in der Stadt und verkauft es.“

Web-Tipps:

www.kleiderkreisel.at

www.kleiderkreisel.de

Findest du Sharing besser als etwas selber zu besitzen?

Anna, 16 Jahre: „Das kommt drauf an. Es ist schonender für die Umwelt, weil man Kleidung nicht einfach wegschmeißt, sondern tauscht. Du kriegst auch was für deine alte Kleidung, anders als wenn du die Kleidung einfach wegwirfst. Ich persönlich finde es besser.“

➔ Motiv 3: „Kostensparnis“

Sharing bedeutet häufig auch eine Kostensparnis. Vor diesem Hintergrund wird Sharing in bestimmten Bereichen ebenfalls gerne genutzt. Dinge etwa, welche nicht unbedingt besessen werden müssen, zurzeit unleistbar sind und/oder bei denen es ausreicht, sie temporär zu nutzen, werden gerne geshared. Dies trifft vor allem beim *Carsharing*, *Wohnraumsharing* und im Bereich *Filme und Games* zu. Wenn relativ wenig Geld zur Verfügung steht und gewisse Dinge einfach nicht leistbar sind, wird hier auf die temporäre Nutzung und eine damit einhergehende finanzielle Ersparnis zurückgegriffen.

Lena, 24 Jahre: „Gerade auch das Carsharing finde ich eine total super gute Idee. (...) Und Auto ist ja auch so eine Sache, die sehr teuer werden kann.“

Web-Tipps:

www.car2go.com

www.carsharing24/7.com

Paul, 27 Jahre: „Sobald man genug verdient, zahlt es sich ja nicht mehr aus, diese Sachen zu stehlen oder zu borgen.“

➔ Motiv 4: „zeitlich begrenzte Nutzung“

Das Konzept des kurzzeitigen Konsums und der zeitlich begrenzten Nutzung gewisser Produkte oder Gegenstände ist der Idee des Sharing immanent. Insofern scheint es für eine positive Einstellung gegenüber Sharing und einer aktiven Nutzung von Sharingangeboten wichtig zu sein, dass es sich dabei um Dinge handelt, bei welchen eine zeitlich begrenzte oder einmalige Nutzung ausreicht, um befriedigend zu wirken. Dies macht Sharing offenbar insbesondere in Bereichen wie *Filme, Games, Autos* und teilweise bei *Kleidung und Büchern* interessant.

Petra, 18 Jahre: „Man kann ja auch im Internet Filme ausborgen. Bei Musik finde ich das nicht gut, bei Filmen ist es praktisch, weil die schau' ich nur einmal an (...).“

Grundsätzlich lässt sich sagen, dass Dinge, welche häufig, regelmäßig und wiederholt genutzt werden, weniger gerne geshared werden. Vor allem werden aber Dinge, welche besonders am Herzen liegen, weniger gerne mit anderen Menschen geteilt oder verborgt. Privateigentum, welches einem besonders wichtig ist, wird am ehesten im privaten Umfeld (etwa mit FreundInnen) geshared.

Nico, 21 Jahre: „Ja, natürlich gibt es Privateigentum, das ist für die Eigentumsfrage wichtig. Es gibt schon Sachen wie meine Gitarre, die will ich nicht aus den Händen geben. Das ist Meines, aber sonst bin ich für solche Konzepte relativ offen.“

III. Unterschiedliche Bereiche der Share Economy und deren Bedeutung für Jugendliche

III.1 Medien: Musik, Filme, Games, Bücher

Bei Musik wird das Sharingprinzip von den in die qualitative Exploration des Instituts für Jugendkulturforschung einbezogenen Jugendlichen eindeutig am problematischsten erlebt. Musik stellt für sie scheinbar einen Bereich des Lebens dar, auf welchen immer wieder und uneingeschränkt Zugriff genommen werden möchte. Das bedeutet, dass Musik, die gefällt, für unbestimmte Zeit verfügbar sein sollte. Dazu, wie und in welcher Form Musik vorhanden sein soll, gibt es unterschiedliche Auffassungen. Auffallend ist jedoch, dass diesen Jugendlichen wichtig ist, Musik in einer physischen, nicht-digitalen Version zu besitzen. Hierbei sollte Musik etwa in Form von CDs oder Schallplatten, in jedem Fall aber „zum Angreifen“ vorhanden sein. Insofern ist die temporäre Nutzung von Musik wenig reizvoll und die Idee des Musiksharing wird kaum bis gar nicht

angenommen. Auch in digitaler Form sollte Musik für uneingeschränkte Nutzung verfügbar sein.

Marco, 22 Jahre: „Früher hat man sich eine Schallplatte gekauft, hat sich das Cover genau angeschaut. Sie haben auch einen eigenen Geruch gehabt, man wusste von wo sie herkommen. Man hat mit der Platte mehr anfangen können. Man hat sich das Cover noch angeschaut, mache ich auch mit den CDs. Aber heutzutage geht es nur noch um das digitale Downloaden. Dann kommen die ganzen Helden her und hören es in irgendeiner Reihenfolge (...). Das Gesamtwerk wird gar nicht geschätzt.“

Filme haben für die in die Exploration einbezogenen Jugendlichen nicht den gleichen Stellenwert wie Musik. Sie müssen nicht unbedingt im eigenen Besitz und in einer materiellen Form vorhanden sein. Bei Filmen reicht häufig der einmalige Genuss aus. Insofern werden Sharingkonzepte bei Filmen als sinnvoller erachtet als bei Musik. Einzig ein paar ausgewählte Lieblingsfilme möchte man in nicht-digitaler Version zuhause haben, um sie öfter konsumieren zu können.

Bei Games hängt die Bewertung von Sharingkonzepten sehr stark von der Art der Spiele und auch der Spielintensität der NutzerInnen ab. Für Jugendliche, welche grundsätzlich kaum spielen, sind Sharingangebote im Bereich Games eher vorstellbar, als für richtig hartgesottene Player.

Ähnlich wie bei Musik möchten spielbegeisterte Jugendliche ihre Lieblingsspiele auch besitzen und nicht bloß ausleihen. Alte Klassiker unter den Computerspielen, Kultspiele oder auch Spiele aus der Kindheit, mit welchen bestimmte Erinnerungen verbunden werden, sollten jedenfalls im eigenen Besitz sein. Bei sehr zeitaufwändigen Spielen, beispielsweise bei Rollenspielen, erscheint es den meisten Jugendlichen ebenfalls wenig sinnvoll, sich die Spiele nur für einen gewissen Zeitraum gegen Bezahlung ausleihen zu können, da dies Zeitdruck beim Spielen bedeuten würde.

Sharingkonzepte im Bereich Games sind für die Jugendlichen dann reizvoll, wenn es sich dabei um Spiele handelt, welche zum einen weniger zeitintensiv sind und zum anderen einem schnellen Wandel unterliegen. Das heißt Spiele, bei welchen in schnellen und regelmäßigen Abschnitten Neuerungen und neue Versionen auf den Markt kommen, sind für den zeitlich begrenzten Konsum und damit für Sharingkonzepte interessant. Ebenfalls eignen sich nach Meinung der befragten Jugendlichen Sharingangebote bei Spielen, welche als „weniger interessant“ eingestuft werden und bei welchen es folglich ausreicht, diese nur „einmal durchzuspielen“.

Web-Tipp: Sharing Medien

www.netflix.com

III.2 Mobilität: Carsharing

Carsharing bedeutet eine kurzfristige Nutzung von Autos. Die Autos werden von unterschiedlichen Carsharing-AnbieterInnen zur Verfügung gestellt und können zeitlich begrenzt ausgeliehen werden. Aber auch die Organisation von Fahrgemeinschaften fällt unter die Kategorie Carsharing (vgl. ADAC [Online], S. 1). Carsharing wird durchwegs positiv aufgenommen und bewertet. Insbesondere beim Carsharing spielt der finanzielle Aspekt eine wesentliche Rolle. Ein eigenes Auto ist häufig nicht leistbar und so bieten Carsharing-Konzepte trotzdem die Möglichkeit, mobil zu sein. Dies macht Carsharing für Jugendliche, welche sich kein eigenes Auto leisten können oder wollen, besonders interessant. Auch der umweltschonende Aspekt macht eine gemeinschaftliche Nutzung von Autos reizvoll. Denn wozu ist es nötig, die gleiche Strecke mit unterschiedlichen Autos zu fahren, wenn man sich auch eines teilen kann?

Web-Tipp: CarsharinganbieterInnen

www.carsharing.de

www.zipcar.at

www.carsharing247.com

www.mitfahrgelegenheit.at

www.mitfahrgelgenheit.de

III.3 Wohnraum: Gastfreundschaftsnetzwerke

In Gastfreundschaftsnetzwerken erklären sich die Mitglieder bereit, Wohn- und Schlafraum für eine bestimmte Zeit zur Verfügung zu stellen. Geteilt und verliehen werden Privatunterkünfte. Hierbei gibt es unterschiedliche Modelle. Zum Beispiel bietet die Onlineplattform Airbnb Privatunterkünfte beziehungsweise -zimmer an, für welche die NutzerInnen einen gewissen, vorher vereinbarten Preis bezahlen. Netzwerke, wie Couchsurfing, basieren zur Gänze am Prinzip der Gastfreundschaft und sind unentgeltlich. Es werden Reisenden und Gästen für eine bestimmte Zeit die „Couch“ beziehungsweise ein Schlafplatz zur Verfügung gestellt. Für Jugendliche bietet Couchsurfing somit eine gute Möglichkeit, günstig zu reisen und gleichzeitig neue Leute kennen zu lernen. Basis hierfür ist gegenseitiges Vertrauen in der Community sowie,

dass man von der Idee der Gastfreundschaft grundsätzlich überzeugt ist. Beim Housesharing werden Häuser oder Wohnungen gegenseitig für einen gewissen Zeitraum getauscht und verliehen.

Web-Tipp: Gastfreundschaftsnetzwerke

www.airbnb.at
www.houseshare.com
www.couchsurfing.org

III.4 Essen und Kleidung

Beim Sharing von Essen und Kleidung spielt sehr oft der Nachhaltigkeitsgedanke eine wichtige Rolle. Wertvolle Dinge wie Nahrungsmittel sollen nicht einfach weggeschmissen, sondern weitergegeben werden. Somit soll Überproduktion und Verschwendung entgegen gewirkt werden. In Internetplattformen wie foodsharing.at/de bieten die registrierten Mitglieder „Essenskörbe“ an, welche dann (in der Regel) umsonst vom Besitzer abgeholt werden können.

Bezogen auf Sharing bei Kleidung gibt es Internetseiten wie etwa kleiderkreisel.at/de, welche ähnlich einem Second-Hand-Shop organisiert werden. Die User bieten Kleidung zum gegenseitigen Tausch und zur Weitergabe an. Sharing von Kleidung trifft jedoch bei den befragten Jugendlichen auf wenig Interesse. Dies vor allem aus dem Grund, dass Hemmungen bezüglich dem Tragen von bereits genutzter Kleidung bestehen.

Web-Tipp: Sharing von Essen und Kleidung

www.foodsharing.at
www.foodsharing.de
www.kleiderkreisel.de

III.5 Talente, Fähigkeiten und Wissen: Talentsharing und „trade skills“

Auch Talente, Fähigkeiten, Wissen und Dienstleistungen werden gegenseitig zur Verfügung gestellt. Hierfür gibt es bestimmte Internetplattformen wie beispielsweise lets-share.de auf welchen jeder/e sein/ihr Wissen und seine/ihre Fähigkeiten anbieten und gegen andere „Talente“ oder auch Sachleistungen von anderen Personen eintauschen kann.

In letzter Zeit wird viel über Sharing geredet, kannst du mit diesem Begriff etwas anfangen?

Nico, 21 Jahre: „Ja, das Teilen von Inhalten oder so was im Internet – finde ich eine coole Sache, weil man viele Leute erreicht.“

Marie, 24 Jahre: „(...) Oder trade skills, wo man Fähigkeiten tauscht: Zum Beispiel einer kann gut vegetarisch kochen, dann bietet der einen Workshop zum vegetarisch Kochen an. Und die Leute, die kommen, bringen ein gutes Bier mit oder eine Überraschung. Oder man braucht ein Flickband für das Fahrrad und jemand bringt es. Man kann angeben, was für Sachen man braucht, und dafür gibst du dein Wissen weiter. Das ist meistens koordiniert in Form von einer Homepage und einem kleinen Team, die das ein bisschen besorgen und Räumlichkeiten beschaffen.“

Web-Tipp: Talentsharing

www.lets-share.de

IV. Argumente für Sharing auf einem Blick

Was für Sharing spricht...

➔ **Politische Überzeugung**

Die Sharing Economy stellt für viele Jugendliche eine Alternative zur Wegwerf- und Konsumgesellschaft dar. Typischen Problemen unsere Gesellschaft wie Überproduktion, Verschwendung und Umweltbelastung werden innerhalb der Sharing-Community häufig Ideale wie gemeinschaftliche Nutzung, Wiederverwendung, Borgen und Teilen gegenübergestellt.

➔ **Finanzielle Ersparnis**

Die Nutzung von Produkten und Dienstleistungen aus der Sharing-Economy stellt eine Kostenersparnis dar. Wenn Dinge zurzeit unleistbar sind oder nicht unbedingt besessen werden müssen wird gerne auf Sharing zurückgegriffen, was die Sharing-Economy gerade für junge Menschen interessant macht.

➔ **Limitierung und Verknappung**

Real erlebte Verknappung bestimmter Güter und Dienstleistungen ist ebenfalls ein Argument für die Sharingkultur. Wohnraum etwa, wird als ein immer teurer und knapper werdendes Gut erlebt, so dass gemeinschaftliche Wohnformen eine Möglichkeit darstellen, mit den realen Gegebenheiten (etwa am Wohnungsmarkt) umzugehen.

➔ **Neue Leute treffen**

Sharing-Communities basieren auf gegenseitigem Vertrauen und ermöglichen es, mit anderen, gleichgesinnten Menschen ungezwungen in Kontakt zu kommen und neue Leute kennen zu lernen.

V. Probleme und Nachteile des Sharing aus Sicht der Jugendlichen

Obwohl Sharingkonzepte bei Jugendlichen zum größten Teil auf Aufgeschlossenheit und Interesse stoßen, werden nicht nur die positiven Seiten der Sharing-Economy gesehen, sondern gegenwärtige Entwicklung mitunter auch sehr kritisch betrachtet. Hauptkritikpunkte sind der Missbrauch der Sharing-Economy zu kommerziellen Zwecken, ein relativ hochschwelliger Zugang und ungewisse Qualitätsstandards.

➔ Kritikpunkt 1: Kommerzialisierung der ursprünglichen Idee

Die Sharingidee basiert auf Werten wie gegenseitiges Vertrauen, gemeinschaftliche Nutzung und Teilen statt Besitzen. Mit diesem Selbstverständnis stellt die Sharing-Community grundsätzlich eine Alternative zu kapitalistischer Logik des Konsums dar. Die Jugendliche beklagen jedoch eine Ökonomisierung des Sharing-Gedankens, die heute zumindest in gewissen Bereichen zu beobachten ist: Sowohl Firmen als auch Privatpersonen versuchen, im Rahmen der Sharing-Economy Profite zu erwirtschaften; somit wird der ursprüngliche Sharinggedanke missbraucht.

Paul, 27 Jahre: „(...) Also wenn ich zuviel Gewand (Anm. Kleidung) habe, dann nehme ich das mit zur Gruft (Anm. Anlaufstelle für obdachlose Menschen) und gebe das ab. Wenn ich Essen zuviel habe, dann suche ich mir in der Nähe irgendetwas und werde das dort persönlich abliefern. Damit das dort landet, wo ich es haben will. Und diese Plattformen sind nicht schlecht, aber das ist der schmale Grat. (...) Bei Essen, da ist es schwieriger, weil es verderblich ist. Wenn jemand zu viele Äpfel hat, warum sollte nicht einer kommen und weiterverkaufen? Da braucht nur irgendein Gewiefter kommen. Den Leuten geht es immer schlechter und die suchen sich ganz kreative Wege, um Geld zu machen. (...)“

➔ Kritikpunkt 2: ungerechte Verteilung

Kritisch angemerkt wird darüber hinaus, dass Güter, welche innerhalb der Sharing-Community verteilt werden, nicht den wirklich bedürftigen Menschen innerhalb der Gesellschaft zugute kommen. Aus Gründen der Kostenersparnis nutzen unterschiedlichste Gruppen die Sharing-Economy und eben auch jene, welche sich die Dinge auch auf konventionellem Wege leisten könnten.

➔ Kritikpunkt 3: Ungewisse Qualitätsstandards

Man kann nie wissen, was man tatsächlich bekommt. Obwohl gegenseitiges Vertrauen einen Grundpfeiler der Sharing-Community darstellt, bleibt es letztendlich immer mit einem gewissen Risiko verbunden, was und vor allem in welcher Qualität getauscht, verschenkt oder verliehen wird. Ein Beispiel hierfür wäre foodsharing: Nahrungsmittel

sind verderblich und bei privaten Anbietern lassen sich Hygienestandards nur sehr schwierig bis kaum überprüfen.

Literatur:

ADAC: Car-Sharing, online verfügbar unter: URL: http://www.adac.de/_mmm/pdf/Standpunkte_CarSharing_58318.pdf [Stand 2014-12-09]

Hoffmann, Bernward: Medienpädagogik. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Paderborn: Schöningh, 2003, 1. Auflage.

Autorinnen-Info:

Mag. Katharina Prohaska studierte Bildungswissenschaft an der Universität Wien und der Friedrich Schiller Universität in Jena mit den Schwerpunkten Sozial- und Medienpädagogik. Ihre Diplomarbeit verfasste sie zu dem Thema „Armut und Öffentlichkeit - die Darstellung von Armut in populären Fernsehformaten“.

Nach dem Studium war sie als Mitarbeiterin der Jugendhilfe und Jugendberatung e.V. im Bereich der Suchthilfe in Frankfurt/Main tätig. Anschließend arbeitete sie als Beraterin und Trainerin in der Erwachsenenbildung im arbeitsmarktpolitischen Kontext in Wien. Im Herbst 2014 absolvierte sie ein Research-Training in der Jugendtrendforschung des Instituts für Jugendkulturforschung, im Rahmen dessen sie auch vorliegendes Dossier verfasste.

Forschungsinteressen von Katharina Prohaska sind: Armut/ Kinder- und Jugendarmut, Drogen/Sucht, Jugend und Medien, Bildung und Bildungsbenachteiligung;

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung für Non-Profits und Social-Profits. Das Leitungsteam des Instituts ist seit eineinhalb Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Jugendforschung tätig.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die die Alltagskulturen Jugendlicher und junger Erwachsener erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Jugendforschung auf hohem Niveau.

Wir sind spezialisiert auf:

- repräsentative Jugendumfragen → face-to-face, telefonisch sowie online
- qualitative Jugendstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen, Online-Forendiskussionen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugendarbeit und Jugendforschung
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung

Das Institut für Jugendkulturforschung deckt ein breites Themenspektrum ab: von Themen der klassischen Jugendforschung wie Jugend und Werte, Freizeit, Politik, Arbeitswelt und Beruf, Mediennutzung etc., über Themen der Jugendarbeitsforschung bis hin zur Jugendkultur- und Trendforschung.

Tel: +43 (1) 532 67 95

Fax: +43 (1) 532 67 95 - 20

<http://www.jugendkultur.at>

E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at