



Expert-Flash: Die Fußfasser

Zielgruppe „junge Erwachsene“ — drei Fragen an [generationlab](#)-
Leiterin Dr. Beate Großegger

Wien, 2018

Foto-Credits: Foto-Credits: Pixabay / generationlab-Seminar-Flyer „Wege aus der Krise“ / Pixabay

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

Die Fußfasser

Drei Fragen an generationlab-Leiterin Dr. Beate Großegger

Sind junge Erwachsene heute anders als früher?

Ja, durchaus und das auch aus gutem Grund. Heute bestimmen Multi-Optionalität und ein Mangel an fixen Orientierungspunkten für persönliche Zukunftsplanung die Lebensrealitäten junger Erwachsener. Das ist ein wesentlicher Grund dafür, dass junge Erwachsene die Dinge in der Welt anders sehen und mit wichtigen Lebensfragen anders umgehen als ihre Vorgängergenerationen.

Typisch für die heutige Jungerwachsengeneration ist, dass Lebensplanung zwar theoretisch als wichtiges und interessantes Thema gesehen wird, dass aber trotzdem nicht geplant wird – zumindest nicht so, wie die schon etwas älteren Semester sich das vorstellen. Diese Generation neigt zu flexiblem Optionenmanagement und sagt: „Lebensplan haben wir keinen, wir schauen einfach mal, was kommt.“ Wir beobachten hier eine gewisse Angst vor der Uneinschätzbarkeit der Konsequenzen getroffener Wahlentscheidungen, denn das Szenario der Multi-Optionalität bedeutet natürlich immer auch: „Vieles ist möglich, aber fast nichts ist mehr fix!“

Die viel gepriesene Multi-Optionalität wird von jungen Erwachsenen heute also nicht nur als Chance begriffen. Sie wird sehr oft als Überforderungsszenario erlebt. Die Qual der Wahl ist etwas, das vor allem in der Phase des Fußfassens, wo es darum geht, sich zu etablieren – beruflich wie auch privat –, sehr stark erlebt wird. Viele junge Menschen fühlen sich von der Vielfalt der Möglichkeiten richtig erschlagen: Sie können zwar wählen, haben aber keine Ahnung, was sie wählen sollen, weil sie nicht wissen, was sie selber eigentlich überhaupt wollen. Diese Generation, die mit der heute nahezu sämtliche Lebensbereiche erfassenden Multi-Optionalität aufgewachsen ist, tut sich ungemein schwer, Prioritäten zu setzen und realistische Perspektiven für die eigene Biographie zu entwickeln. Manch einer wünscht sich daher heute eingeschränkte Wahloptionen, die einen klaren, sicheren Weg für die eigene Biographie versprechen, statt noch mehr Möglichkeiten.

Welche wichtigen Lebensthemen beschäftigen die „Generation Y“ ganz besonders? Und gibt es dabei Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen?

Die „Generation Y“ träumt, wie wohl wir alle, von einem guten Leben. Dazu gehört für sie Existenzsicherheit – ins Lebenspraktische gewendet, bedeutet das in der Regel einen halbwegs guten Job, der den Lebensunterhalt garantiert. Wichtig ist aber auch ein Mindestmaß an biographischer Stabilität plus die richtige Dosis Ablenkung von den Zumutungen, die der Alltag beschert. Das gilt für alle Bildungsgruppen. Wenn wir genauer hinsehen, beobachten wir aber durchaus auch Unterschiede, vor allem zwischen jungen Erwachsenen, die eine Lehre abgeschlossen und sich beruflich bereits etabliert haben, und Studierenden, aber auch Jungakademikerinnen und Jungakademikern, die, zumindest was ihre beruflichen Lebenskonzepte betrifft, häufig noch auf der Suche sind.

Erstere sind, weil sie bereits erwerbsintegriert sind, in so mancher Hinsicht früher dran: Stichwort „eigene Wohnung“, „eigenes Auto“ oder auch „private Zukunftsvorsorge“. Dennoch ticken sie völlig anders als der typische „Mid-Ager“. Für sie gilt: Alles unter einen Hut bringen – Job, Partnerschaft, Familie, Freunde, Spaß. Sie zeigen eine hedonistische Lebensorientierung und stehen auch dazu. Selbstbewusst sagen sie: „So lange wir jung sind, wollen wir das Leben genießen.“

„Jung sein und das Leben genießen“ ist eines der stärksten Bindeglieder zwischen jungen Erwachsenen mit höherer Bildung und jungen Erwachsenen mit mittlerer formaler Bildung. Ansonsten überwiegen die Unterschiede. In den bildungsnahen Milieus mangelt es an pragmatischem Realismus, der viele junge Menschen, die sich mit einer soliden Lehrausbildung bereits eine Existenz geschaffen haben, typisch ist. Bei den Bildungsnahen fehlt häufig der Realitätssinn und überzogene Erwartungen bestimmen den Blick auf die persönliche Zukunft: Die Hoffnungen sind hier sehr oft größer als das, was das Leben realistischerweise zu bieten hat.

Junge Erwachsene der „Generation Y“ werden häufig auch als Hoffnungsträger für die Wirtschaft und die Gesellschaft dargestellt. Es heißt, sie seien ganz besonders flexibel, selbstständig und eigeninitiativ. Was sagt das [generationlab](#) dazu?

Dass die „Generation Y“ durch Selbstständigkeit und ein hohes Maß an Eigenverantwortung brilliert, ist eine sehr populäre These, die sich mit soliden Forschungsdaten allerdings nicht untermauern lässt. Besonders gilt das für diejenigen, die man in der öffentlichen Debatte unter dem Titel „Bildungseliten“ diskutiert. Gerade sie brauchen, wie unsere aktuelle generationlab-Studie

Nachkriegsboomer vs. Generation Y: Zukunftsorientierung als Teil generationenspezifischer Lifestyles zeigt, öfter, als man glaubt, klare Vorgaben und Regeln, um in der hyperkomplexen, unsicheren Welt, in der sie Fuß fassen müssen, festen Tritt zu finden.

In der biographischen Phase des Fußfassens geht es für junge Erwachsene darum, ihr Leben in den Griff zu bekommen und trotz mangelnder Planungsgrundlagen stimmige Wege in die persönliche Zukunft zu finden. Sie selbst erleben dies als Herausforderung. Und auch all jene, die mit ihnen und für sie arbeiten, sind mit neuen Herausforderungen konfrontiert. Gefragt ist die Quadratur des Kreises, denn die „Generation Y“ braucht Vorgaben, eben weil Vorgaben Sicherheit geben und Sicherheit in der Welt, in der sich die Fußfasser etablieren müssen, rar geworden ist. Man darf ihnen diese Vorgaben aber nicht so einfach als Vorgabe präsentieren, sondern muss sie geschickt als Service für individuelle Lebensgestaltung verkaufen. Denn eines ist klar: Auch wenn die „Generation Y“ sich nach einem sicheren Rahmen sehnt, reagiert sie zugleich sehr empfindlich auf alles, was ihr mit einem autoritärem „Ohne-wenn-und-aber“ vor die Nase gesetzt wird.

Die Situation ist durchaus widersprüchlich: Einerseits sind Selbstmanagement und Self-Care in der „Generation Y“ große Themen, insbesondere in der Gruppe bildungsnahe junger Erwachsener. Andererseits sind aber gerade diese jungen Leute oft unbeholfen und in scheinbar banalen Alltagsdingen auf Unterstützung angewiesen, was sie zu einer Zielgruppe für trendige Angebote wie beispielsweise die Aloe-App macht. Aloe steht unter dem Motto „Gentle self-care reminders, from yourself“ und bietet sozusagen Hilfe zur Selbsthilfe. „Self-Care 2.0“, wie wir sie hier beobachten, ist nur eine weitere Facette des Zeitgeistes, die deutlich macht, dass die biographische Phase des Fußfassens von jungen Menschen heute ganz anders erlebt wird als früher.

Zur Person:

Dr. Beate Großegger ist Mitbegründerin und stv. Vorsitzende des Instituts für Jugendkulturforschung in Wien und leitet seit 2001 die Forschungsabteilung des Instituts, seit 2016 darüber hinaus das vom Institut für Jugendkulturforschung ins Leben gerufene [generationlab](#). Beate Großegger ist seit 1996 in der angewandten Sozialforschung tätig. Sie gilt über die Grenzen Österreichs hinaus als Expertin für Jugend und Generationen.

Weitere Infos unter: <https://jugendkultur.at/institut/team/beate-grossegger/>

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.OG – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus das [generationlab](#) mit Forschung, Fortbildung und Beratung zu Generationenfragen.

Das Institut für Jugendkulturforschung verfolgt einen lebensweltlichen Forschungsansatz und bedient sich neben quantitativer Verfahren auch erprobter qualitativer Methoden, die Alltagskulturen optimal erschließen. Die Kombination von interpretativen und statistischen Verfahren ermöglicht angewandte Sozialforschung auf hohem Niveau. Das Leitungsteam des Instituts ist seit mehr als zwei Jahrzehnten erfolgreich in der angewandten Sozialforschung tätig.

Wir sind spezialisiert auf:

- Repräsentativumfragen → face-to-face sowie online
- qualitative Jugend- und Intergenerationenstudien → fokussierte und problemzentrierte Interviews, Gruppendiskussionen, teilnehmende Beobachtungen
- Praxisforschung → summative und formative Evaluationen, Kreativ-Workshops, Werbemittel- und Homepage-Abtestungen, Mystery Checks
- triangulative Studien-Designs → Kombination verschiedener Erhebungs- und Auswertungsverfahren, um umfassende Antworten auf die zu untersuchenden Fragestellungen zu erhalten
- Trendmonitoring
- Generationenanalyse und -beratung
- Entwicklung empirisch begründeter Typologien als Tool der Zielgruppensegmentierung und strategischen Maßnahmenplanung
- Vertiefende Analysen: Sekundärauswertung, Interpretation und daran anschließende Strategieberatung zu den Ihnen im Haus vorliegenden Studien

Für weitere Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung: Wir freuen uns auf Ihren Anruf!