



Mag nicht, weiß nicht, kann nicht Was tun gegen Motivationsprobleme?

Kurzexpertise von Dr. Beate Großegger

Wien, 2019

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: bgrossegger@jugendkultur.at

© Sämtliche Inhalte unterliegen dem Urheberrecht.

Für auszugsweise Wiederveröffentlichung wenden Sie sich bitte an studien@jugendkultur.at oder direkt an Beate Großegger – bgrossegger@jugendkultur.at

Mag nicht, weiß nicht, kann nicht Was tun gegen Motivationsprobleme?

Beate Großegger

Bildung gilt in unserer Gesellschaft als wichtige Investition in die Zukunft. Jugendliche wissen das wohl. Und doch sehen sie Schule und Ausbildung oft nur als lästige Pflicht, die es zu erfüllen gilt. Vielen mangelt es an Motivation.

Was tun gegen Motivationsprobleme? Wie lassen sich junge Menschen motivieren? An welcher Schraube kann man drehen, damit Jugendliche im Schulunterricht und in der Lehrausbildung Anregung finden, sich in Wissens- und Kompetenzbereiche zu vertiefen, fachbezogene Skills zu erwerben, sich selbst in Hinblick auf persönliche Stärken und Schwächen (besser) einzuschätzen und am Lernen vielleicht sogar Spaß zu finden? Das sind Fragen, die der Jugendforschung häufig gestellt werden. Einfache Antworten gibt es hier jedoch nicht, da junge Menschen keine in sich homogene Masse bilden, sondern sehr unterschiedlich ticken und auf vielfältige Motivationsfaktoren unterschiedlich ansprechen. Allerdings gibt es ein paar Schlüsseleigenschaften, die für die heutige Jugendgeneration typisch sind und, die zu kennen, unverzichtbar ist, um Motivationsproblemen effektiv gegenzusteuern.

Die heutige Jugend tickt pragmatisch und sucht den persönlichen Nutzen

Die Jugend-Werteforschung zeigt eines ganz deutlich: Die heutige Jugend denkt pragmatisch. Ultimative Erlebniskicks, die nicht selten mit lifestyletauglichen Irrationalitäten verbunden werden, sind für die Teilzeitwelt „Freizeit“ reserviert. Andernorts, also beispielsweise in Schule und Ausbildung, geben sich junge Menschen verblüffend nüchtern. Was für sie zählt, ist der persönliche Nutzen: Wenn der Nutzen klar und das Nutzenversprechen für den bzw. die Jugendliche attraktiv ist, lassen sie sich motivational auf eine Sache ein. Pragmatische Orientierung am Nutzenkalkül ist jedoch nicht das Einzige, was die junge Generation Z auszeichnet. Sie ist zugleich auch eine eher ungeduldige und wenig monotonietolerante Generation.

Die jungen Menschen, über die wir hier sprechen, sind in der Mehrheit nicht große PhilosophInnen, sondern Nützlichkeitsaspekte abwägende PraktikerInnen. Und: Sie handeln lieber, als still dem Frontalunterricht zu lauschen. Geht es nach ihnen, sollte Lernen möglichst schnell zu Lernerfolg führen. Das spricht für thematisch gut gegliederte, überschaubare Lehr-Lern-Einheiten und handlungsorientierte Ansätze in der Unterrichtspraxis, wie sie heute bereits vielfach Anwendung finden. Und es spricht vor allem auch für projektbezogenes Lernen in Praxisgemeinschaften, das mit einem konkreten und für die Jugendlichen auch persönlich relevanten Nutzenversprechen verbunden wird.

Die pragmatische Generation Z mit Nutzenversprechen zu motivieren, klingt plausibel und im Grunde sehr einfach, aber dieser Ansatz hat auch seine Tücken. Er funktioniert nämlich nur dann, wenn es gelingt, von den eigenen Nutzenüberlegungen Abstand zu nehmen und darauf einzugehen, was aus lebensweltlicher Sicht der Jugendlichen in der jeweiligen Situation einen konkreten Nutzen hat. Jugendliche sehen den persönlichen Nutzen möglicherweise völlig woanders als wir Erwachsene.

Das kognitive Motivationsmodell nach Heckhausen und Rheinberg liefert hierfür interessante Anknüpfungspunkte. Angekurbelt wird Motivation vor allem dann,

- wenn die Jugendlichen für sich gewisse Gestaltungsmöglichkeiten erkennen (d.h. wenn sie die Frage „Ist das Ergebnis durch die Situation bereits festgelegt?“ mit Nein, die Frage „Kann ich das Ergebnis durch eigenes Handeln beeinflussen?“ hingegen mit Ja beantworten), und
- wenn die Folgewirkungen aus Sicht der Jugendlichen für sie persönlich wichtig und vor allem auch positiv sind (d.h. wenn sie die Frage „Sind mögliche Folgen für mich wichtig?“ sowie die Frage „Ist zu erwarten, dass das Ergebnis auch positive Folgewirkungen für mich hat?“ in beiden Fällen mit Ja beantworten).

Motivation lässt sich hier als Ergebnis eines inneren Frage-Antwort-Spiels verstehen und ist unmittelbar mit der Überlegung verbunden, was für Jugendliche in der konkreten biographischen Situation und im gegebenen Setting einen Nutzen hat. In der Praxis der Berufsorientierung lässt sich daran beispielsweise sehr gut anknüpfen, um gemeinsam mit den Jugendlichen bereits im Vorfeld der Berufsausbildung Motivationslagen auszuloten. Aber auch für partizipative Entwicklung zielgruppenorientierter Anreizsysteme für Lehrlinge und junge Berufstätige liefert dieses Konzept gute Orientierungspunkte, um gemeinsam mit jungen Menschen zu definieren, was dazu beiträgt, dass sie motivational dranbleiben, aber auch um herauszufinden, was im konkreten Kontext für sie einen Nutzen bedeutet, um in der Kommunikation mit Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine für die Zielgruppe nachvollziehbare Argumentation dieses Nutzens aufbauen zu können.

Bildung als Investition in die Zukunft ist für Teenager ein schwaches Argument

Im Zusammenhang mit Regelschulunterricht wird häufig mit dem Nutzenversprechen „Bildung ist eine wichtige Investition in die Zukunft“ gearbeitet. Das ist eine Botschaft, die bei Eltern, die um das zukünftige Wohl ihrer Kinder besorgt sind, gut funktioniert. Bei Kids und Jugendlichen greift das Argument im Regelfall aber zu kurz. Warum ist leicht erklärt. Die Zukunft, von der hier die Rede ist, ist für Pre-Teens und Teenager noch viel zu weit weg, als dass sie emotional involvieren und im Hier-und-Jetzt einen Motivationsschub bewirken könnte. Was bleibt also?

Eine Möglichkeit ist, sich mit Leistungs-, Status- und Anschlussmotiven der Jugendlichen näher zu beschäftigen, und zwar mit Leistungs-, Status- und Anschlussmotiven in ihren unterschiedlichen

Ausdrucksformen und konkret bezogen auf Schule und Ausbildung. Die vom Institut für Jugendkulturforschung aktuell durchgeführte Studie Motivation to Succeed setzt hier an und zeigt für den Bereich der Leistungsmotivation, dass

- Jugendliche in Leistungssituationen allem voran auf positive Selbstverstärkung setzen, um die eigene Motivation anzukurbeln. Daher legen sie die Messlatte in Sachen „persönliche Leistungsziele“ lieber nicht zu hoch, denn ambitionierte Ziele bergen immer auch die Gefahr des Scheiterns. Und mit Scheitern umgehen zu können sowie aus Fehler zu lernen, ist eine Kompetenz, die der Generation Z weitgehend fehlt.
- Jugendliche definieren Leistungsziele lieber auch nicht selbst, sondern verlassen sich darauf, dass Erwachsene für sie Leistungsziele definieren, die erreichbar sind, um sie so vor Misserfolgserlebnissen zu schützen – PädagogInnen, aber auch Eltern wirken hier in einer Art Coaching-Funktion.
- Und die Jugendlichen erwarten sich Feedback von ihren LehrerInnen und AusbilderInnen, und zwar aus unterschiedlichen Gründen: Junge Menschen mit hoher Leistungsorientierung motiviert Feedback, indem es informativ in Bezug darauf wirkt, wie sie sich im jeweiligen Fachbereich weiterentwickeln können. Für junge Menschen mit schwächer ausgeprägter Leistungsorientierung wirkt Feedback hingegen vor allem als Ausdruck von Aufmerksamkeit und Anerkennung selbstwertstärkend und motivierend.

Um auch längerfristig motiviert am Ball zu bleiben, suchen Jugendliche – quasi als Turbo für die Selbstmotivation – eine Bühne, um zu performen. Selbst bei hoch intrinsisch Motivierten beobachten wir einen Trend weg von reiner Aufgabenorientierung hin zu Performance – das ist neu.

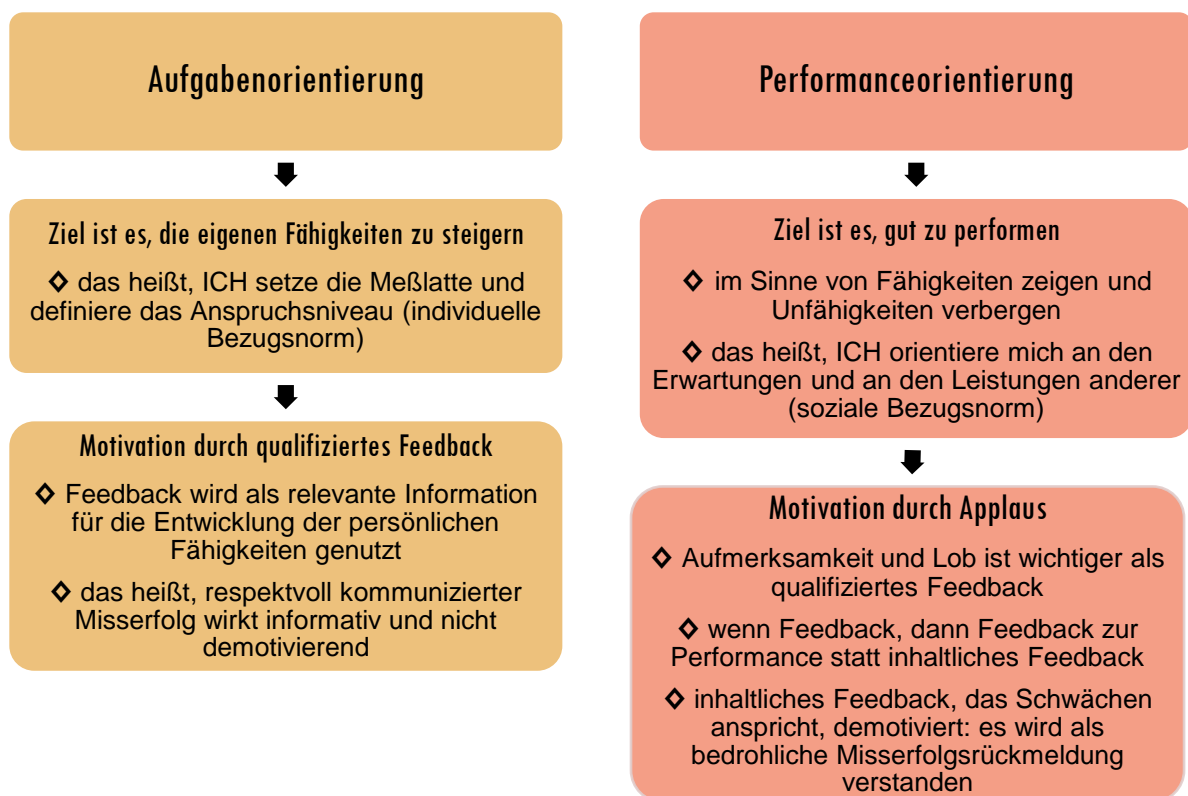
Intrinsische Motivation 2.0: Der Trend geht weg von Aufgabenorientierung und hin zu Performance

Leistung galt über lange Zeit als sicherer Weg zum Erfolg. Heutzutage reicht es meist aber nicht mehr aus, einfach nur gute Leistung zu bringen. Man muss die Leistung auch verkaufen können. In den Sozialwissenschaften sprechen wir in diesem Zusammenhang von einer performativen Ökonomie.

Jugendliche kennen diesen Fachbegriff natürlich nicht. Und doch wissen sie um die hohe Bedeutung erfolgreicher Performance und trainieren das Performen bereits früh: in den Jugendkulturen und ebenso in der Schule und Berufsausbildung. Dies führt, wie Motivation to Succeed: die Jugendstudie zeigt, zu einer Verschiebung der Motivationslagen: weg von hoher Aufgabenorientierung hin zu Performanceorientierung.

Aufgabenorientierte und Performanceorientierte repräsentieren zwei grundsätzlich verschiedene Motivationstypen:

- Für junge Menschen mit ausgeprägter Aufgabenorientierung sind selbst formulierte Leistungsziele das Maß der Dinge. Sie streben danach, sich in einem Fachbereich persönlich weiterzuentwickeln, wobei qualifiziertes Feedback, das Informationen liefert, was zu tun wäre, um sich zu steigern, als Motivationsfaktor für sie sehr wichtig ist.
- Junge Menschen mit ausgeprägter Performanceorientierung zielen hingegen auf einen optimalen und, wenn nötig, eben auch optimierten Auftritt, um den Erwartungen anderer zu entsprechen, im Wettbewerb mit anderen zu bestehen und von den jeweils relevanten Bewertungsinstanzen Applaus für die eigene Performance zu bekommen.



Institut für Jugendkulturforschung (2019): Motivation to Succeed – die Jugendstudie: Textkommentar

Auch Status- und Anschlussmotive sind für Motivation relevant

Leistungsmotivation ist ein grundsätzlich sehr komplexes Phänomen. Für die Praxis bedeutet das, dass junge Menschen über unterschiedliche Dimensionen der Leistungsmotivation angesprochen werden können. Und ganz ähnlich verhält es sich mit zwei weiteren wichtigen Motivationsfaktoren, nämlich „Status“ und „soziales Miteinander/Anschluss“.

Auch bei Status- und Anschlussorientierung zeigt unsere aktuelle Studie Motivation to Succeed verschiedene Anknüpfungspunkte, um junge Menschen motivational zu unterstützen. Und sie macht im Zusammenhang mit der motivationalen Grundausstattung der Jugendlichen auch auf die für konkrete Motivationsstrategien wichtigen Unterschiede zwischen den Bildungsgruppen und Geschlechtern aufmerksam. Darüber hinaus zeigt sie eines deutlich: Wer sich in der Schule oder in der Lehrstelle wohlfühlt und das soziale Miteinander positiv erlebt, gibt sich leistungsorientierter.

Weniger ist mehr: Eltern setzen Kids und Jugendliche oft unbeabsichtigt unter Leistungsdruck

So wichtig es ist, dass Jugendliche in der Schule und Ausbildung mit entsprechender Motivation bei der Sache sind, die Erwachsenenengesellschaft sollte nicht den Fehler machen, junge Menschen mit überzogenen Erwartungen zu überfordern. Wir müssen Wege finden, um Jugendliche in Bezug auf fachliches Wissen, aber auch menschlich für die Zukunft rüsten, und zwar so, dass wir ihre Ressourcen nicht erschöpfen, lange bevor diese Zukunft beginnt.

Tatsache ist, dass sich der Blick der Erwachsenen auf das Thema Zukunft über die Jahre verändert hat. Die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts war mit einem sehr positiven Zukunftsbild verknüpft: Der Begriff „Zukunft“ war eng mit Fortschritt verbunden – in technologischer, aber auch zivilisatorischer Hinsicht. In den späten 2010er Jahren zeigt sich das Thema „Zukunft“ hingegen in einen umfassenden Risikodiskurs eingebettet. Vor allem die Bildungsschichten sind verunsichert, was dies für die persönlichen Zukunftschancen ihrer Kinder bedeuten wird. Und das ist letztlich auch der Grund, warum sie ihre Kinder vielfach zu mehr Ambitionen, mehr Leistung und wettbewerbsorientiertem Denken drängen und dabei völlig vergessen, dass diese möglicherweise darunter leiden.

Man muss sich die Situation der heute Heranwachsenden vergegenwärtigen. Das Leben der Kids und Jugendlichen wird immer schneller und in gewisser Weise auch härter. In der Schule und in der Arbeitswelt steigt das Tempo – viele empfinden dies als Druck. Im Privaten gilt „always on“ zu sein als der neue Standard. Abschalten fällt schwer, „digitaler Stress“ ist beinahe allgegenwärtig. Bildungshoffnungen überambitionierter Eltern tun dann noch das Ihre. Ab einem gewissen Punkt tendieren viele Kids und Jugendliche dazu, die Leistungserwartungen ihrer Eltern zu verinnerlichen, und setzen sich damit selbst unter Druck. Dies bleibt nicht ohne Folgen für das Wohlbefinden der Kids und Jugendlichen und hat letztlich auch Konsequenzen für das soziale Klima, vor allem in den Schulen. Plötzlich sind die SchulkollegInnen nämlich nicht mehr primär Mitmenschen, sondern sie werden zu MitbewerberInnen. Die Frage „Kann ich mithalten oder bin ich vielleicht sogar besser, beliebter, hübscher als andere?“ rückt bedenklich stark in den Vordergrund. Ein offenes aufeinander Zugehen und ein von gegenseitiger Wertschätzung geprägtes soziales Miteinander werden dadurch erschwert.

All das erleben Kids und Jugendliche als Herausforderung, wobei diese Herausforderung sehr schnell in ein konkretes Belastungsszenario kippen kann. Stressbedingte Beschwerden sind heute bereits im Pre-Teens-Alter ein Thema. Kids und Jugendliche sprechen ganz offen darüber. Wie lässt sich dem gegensteuern?

Das Konzept des Bildungsmoratoriums ist aktueller denn je

So wichtig es ist, junge Menschen gut auf die Bedarfe der Arbeitswelt von morgen vorzubereiten und sie mit möglichst allen Kompetenzen und Skills auszustatten, die die neue Arbeitswelt beruflich erfolgreichen jungen Erwerbstätigen zukünftig abverlangen wird, wir sollten nicht vergessen, dass das Teenageralter Raum und vor allem auch Zeit für Entwicklung braucht. Das in der öffentlichen Debatte etwas aus der Mode gekommene Konzept „Jugend als Bildungsmoratorium“ scheint in diesem Zusammenhang aktueller denn je. In Alltagssprache übersetzt bedeutet „Jugend als Moratorium“, die Lebensphase „Jugend“ nicht mit Anliegen der Erwachsenenwelt zu überfrachten, sondern auch und gerade Freiräume für ein Experimentieren, Wachsen und Werden zu schaffen.

Engagierte Schulen, Lehrbetriebe, aber auch die außerschulische Jugendarbeit können hier einen für junge Menschen persönlich wie auch gesamtgesellschaftlich wichtigen Beitrag leisten, indem sie mit Bezug zum Konzept des Bildungsmoratoriums einen Grundstein legen, damit die nachrückende Generation ausgestattet mit berufsrelevanter Qualifikation, aber auch menschlich reif und motiviert in die Zukunft gehen kann.

Mehr zum Thema und umfassende Detailergebnisse bietet Ihnen [Motivation to Succeed: die Jugendstudie](#).

Das Studienpaket „Motivation to Succeed“ ist direkt über das Institut für Jugendkulturforschung erhältlich: **Chartsband mit ausführlicher grafischer Aufbereitung der Ergebnisse und Tabellen (50 Seiten) plus ausführlicher Textkommentar (40 Seiten)** – gerne nehmen wir Ihre **[Bestellung](#)** entgegen!

Forschung, Fortbildung & Beratung

Neben Forschung zu aktuellen Jugendthemen bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisnahe Fortbildung und Beratung. Gerne entwickeln wir für Sie ein konkret auf Ihre Fragestellungen abgestimmtes Fortbildungs- oder Beratungsangebot; Preise auf Anfrage.

Nutzen Sie die Expertise des Instituts für Jugendkulturforschung, wir freuen uns auf [Ihre Anfrage](#)!

Motivation to Succeed: die Jugendstudie

Studien-Steckbrief

- ↳ **Repräsentativ-Umfrage unter 14- bis 18-jährigen:** Quotenstichprobe: n=400, rep. für 14- bis 18-jährige; drei geschlossene Fragen zu Wohlfühlfaktor, Leistungs-, Anschluss- und Statusmotivation sowie leistungsorientiertem Substanzkonsum
- ↳ **Lebensweltextploration zur qualitativen Vertiefung:** zwei Fokusgruppen, fünf Tiefeninterviews
- ↳ **Themen:** Wohlfühlfaktor: Noten für die Schule & den Ausbildungsplatz – Leistungs-, Anschluss- und Statusmotivation – Leistungsdruck und soziale Erwartungen – leistungsorientierter Substanzkonsum: Hirndoping & Soft-Enhancement



- Ich bestelle das Studienpaket „Motivation to Succeed: die Jugendstudie 2019“ im PDF-Format zum Preis von Euro 890,00 exkl. USt.** Das Studienpaket beinhaltet folgende Leistungen:
 - ↳ Ausführlicher Textkommentar: 40 Seiten
 - ↳ Ausführlicher Chartsband mit allen Detailgrafiken: 50 Seiten
 - ↳ Tabellenband mit folgenden Breaks: 14 bis 18 Jahre gesamt, weiblich/männlich, Ausb. mit Matura/ohne Matura, Wohlfühlfaktor hoch/niedrig, leistungsorientierter Substanzkonsum/Non-User
- Vorträge, Motivation-to-Succeed-Workshops und Beratung:** Preise auf Anfrage

Bestellformular bitte vollständig ausgefüllt mailen an: studien@jugendkultur.at.
 Zahlungskonditionen: 100% bei Bestellung. Lieferung nach Zahlungseingang.

Institution/Firma:
Vor- und Zuname:
Straße/PLZ/Ort:
E-Mail:	Telefon:
Datum:	Unterschrift:

Autorinnen-Info: Dr. Beate Großegger

Beate Großegger ist Mitbegründerin und stv. Vorsitzende des Instituts für Jugendkulturforschung in Wien und leitet seit 2001 die Forschungsabteilung des Instituts sowie seit 2016 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; zahlreiche Fachpublikation und universitäre Lehraufträge.

Aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Werte und sozialer Wandel, Mediennutzung und Zielgruppenkommunikation, New Work, Generationenforschung sowie qualitative Methoden in der Motivforschung

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

Kontakt: bgrossegger@jugendkultur.at

Institut für Jugendkulturforschung

Alserbachstraße 18/7.0G – 1090 Wien

Seit 2001 bietet das Institut für Jugendkulturforschung praxisrelevante Jugendforschung. Seit 2016 betreibt das Institut darüber hinaus ein 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, telefonisch 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
- Sekundär(daten)-Analysen und Expertisen zu allen Kernthemen der Jugend- und Generationenforschung
- 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

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

Phone: +43 (1) 532 67 95

Web: <http://www.jugendkultur.at>

E-mail: jugendforschung@jugendkultur.at

E-Mail: generationlab@jugendkultur.at