

Die moderne junge Frau: Wie ist sie wirklich?

Politik und Marketing bemühen sich seit Jahren um zeitgemäße Bilder der „modernen jungen Frau“ und scheitern dennoch häufig am Selbstverständnis von Mädchen und jungen Frauen wie auch an deren Lebensrealitäten. Das Institut für Jugendkulturforschung hat junge Österreicherinnen daher in einer bundesweiten Repräsentativstudie erstmals direkt gefragt, wie sie sich eine „moderne junge Frau“ vorstellen, und wir wollten zudem auch wissen, mit welchen Werten sie sich identifizieren. Das Ergebnis: Selbstbestimmt sein und das Leben genießen sind Grundpfeiler der Lebensphilosophien junger Frauen in den 2010er Jahren:

- 91% der jungen Frauen im Alter von 16 bis 29 Jahren können sich gut mit Menschen identifizieren, die Entscheidungen nicht anderen überlassen, sondern selbst entscheiden, wo es in ihrem Leben lang geht. Und immerhin 81% zählen sich zu jener Gruppe von Menschen, die sich nicht gerne etwas vorgeben lassen, sondern Aktivitäten selbst planen und auswählen.
- 86% stehen dazu, dass sie Spaß haben wollen. Und 91% sagen, sie seien jenen Leuten, denen es wichtig ist, das Leben zu genießen, selbst sehr ähnlich.
- In Bezug auf Gesellschaftspolitik zeigt sich ein Widerspruch zwischen deklarierten Werten und alltäglichem Handeln: Während sich immerhin 62% der jungen Österreicherinnen sehr stark mit Menschen identifizieren, die meinen, dass die „Völker der Welt in Harmonie zusammenleben sollten“, zählt sich nur ein Drittel der jungen Frauen zu jenen, die auch selbst aktiv etwas für Frieden und Harmonie zwischen allen Gruppen tun.

Was verstehen junge Österreicherinnen unter einer „modernen jungen Frau“?

Bittet man Mädchen und junge Frauen, eine „moderne junge Frau“ in ein paar kurzen Worten zu beschreiben, zeigt sich, dass die „moderne junge Frau“ allem voran als handlungsfähige, öffentliche Akteurin gesehen wird. Die jungen Österreicherinnen skizzieren zwei Grundtypen, die aus der Welt des Privaten selbstbewusst heraustreten:

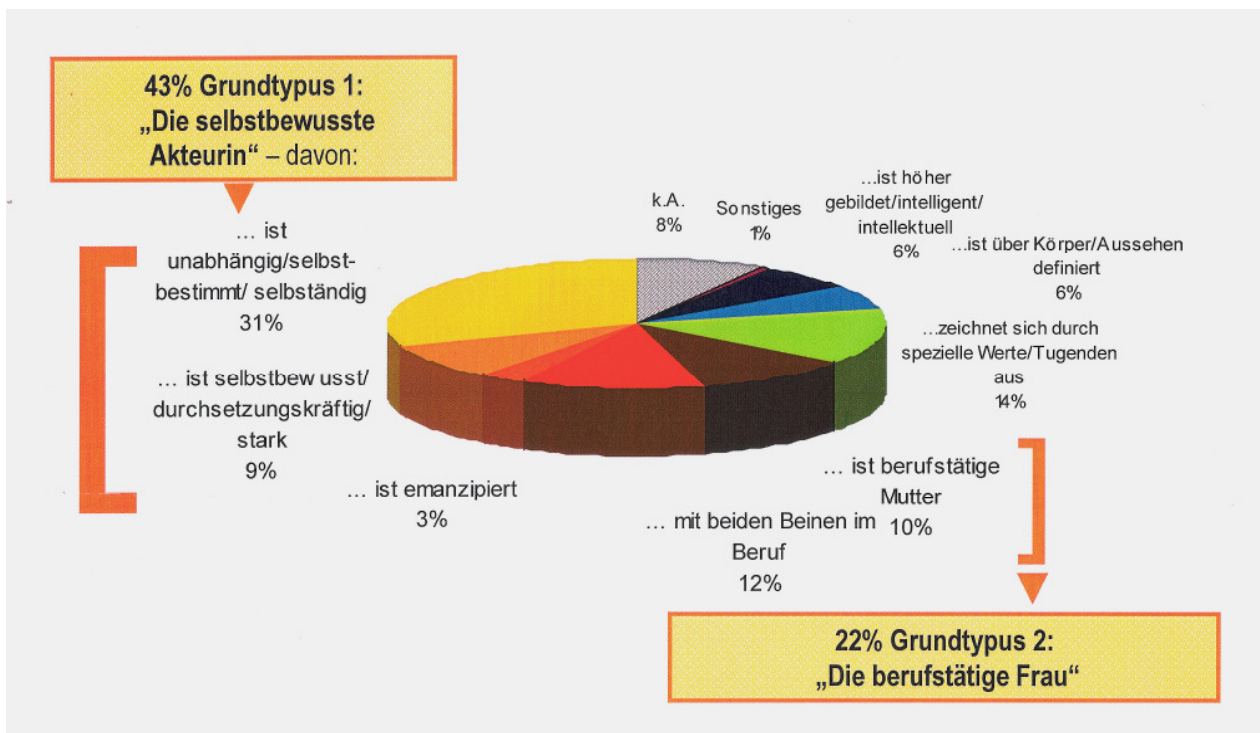
- 43% der 16- bis 29-jährigen jungen Österreicherinnen zeichnen das Bild einer selbstbewussten Akteurin, die intellektuell unabhängig ist, sich als eigenständig positioniert, selbstbestimmt agiert und teils auch sehr durchsetzungsfähig auftritt (im bildungsnahen Segment mit Ausbildung mit Matura sind es 46,4%, im Segment mit

Ausbildung ohne Matura 40%). Bei politisch links orientierten jungen Frauen ist dieses Bild der unabhängigen jungen Frau mit 53% Nennungen besonders stark verankert.

- Knapp jede vierte junge Österreicherin im Alter von 16 bis 29 Jahren definiert die „moderne junge Frau“ in aller erster Linie über Erwerbsintegration: 22% der jungen Österreicherinnen denken an eine junge Frau, die im Berufsleben steht und sich klar über ihre berufliche Qualifikation definiert oder aber als junge Mutter Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen versucht (im bildungsnahen Segment sind es 26,5%, im Segment „Ausbildung ohne Matura“ immerhin 19,1%).

Grafik 1: Die „moderne junge Frau“ aus Sicht 16- bis 29-jähriger Österreicherinnen

Frage: Wie würdest du persönlich eine „moderne junge Frau“ in ganz kurzen Worten beschreiben?
(Offene Frage – vercodet nach erstem Statement)



Institut für Jugendkulturforschung (2011): Zukunftsängste – Frauenbild – Werte, rep. für 16- bis 29-jährige, n=500

14% der jungen Österreicherinnen meinen darüber hinaus, eine „moderne junge Frau“ würde sich durch spezielle Werte und Eigenschaften wie beispielsweise „sozial/engagiert“,

„spontan/flexibel“, „tolerant/weltoffen“, „zielorientiert/diszipliniert“ oder hilfsbereit und freundlich auszeichnen. Intellekt wie auch (gutes) Aussehen werden nur von jeweils rd. 6% der Mädchen und jungen Frauen als primäres Charakteristikum einer „modernen jungen Frau“ genannt.

Selbstkonzepte der weiblichen Jugend differieren nach Bildung

In den gebildeten Mittelschichten haben junge Frauen von der Bildungsexpansion der letzten Jahrzehnte ungemein profitiert. Das heißt, sie sind nicht nur gut ausgebildet, sie sind – eben weil sie gut ausgebildet sind – auch durchaus selbstbewusst und haben den Anspruch, die erworbenen Bildungsabschlüsse im Berufsleben auch zu verwerten. Mit anderen Worten: Sie wollen einen interessanten Job finden, der Entwicklungsmöglichkeiten bietet, und sie möchten für gute Arbeit auch entsprechend entlohnt werden.

Jenseits des bildungsnahen Milieus ist die Situation ein wenig anders. Hier haben wir es mit jungen Frauen zu tun, die eher auf der gesellschaftlichen VerliererInnenseite stehen. Wie die aktuelle Jugendstudie des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt, herrscht bei Mädchen und jungen Frauen mit niedriger und mittlerer formaler Bildung ein hohes Maß an Verunsicherung bei gesellschaftlichen und politischen Fragen und Themen der Zeit. Kompensiert wird diese Verunsicherung häufig durch betont erlebnisorientierten Konsum, aber auch durch Rückzug in private Beziehungswelten.

Vor allem mit formal niedrigen Bildungsabschlüssen und schlechtem ökonomischen Background haben junge Frauen heute kaum Chancen, die soziale Stufenleiter emporzusteigen und sich in der Gesellschaft Anerkennung zu holen. In bildungsfernen Milieus wird Anerkennung von jungen Frauen daher weniger in der Erwerbsarbeitswelt und im öffentlichen Leben, sondern in den privaten kleinen Welten gesucht. Die Sehnsucht nach einer fixen Beziehung, die über eine traditionelle Rollenverteilung klar geregelt ist, spielt hier ebenso mit hinein wie ein verklärter Blick auf die Sicherheit und Stabilität einer eigenen Kleinfamilie. Bei jungen Frauen aus bildungsfernen Milieus ist heute ein lebensstilistisch zwar „modernisiertes“, hinsichtlich rollenspezifischer Kernwerte aber alles in allem nach wie vor sehr traditionelles Rollenverständnis zu beobachten.

Im Hinblick auf Geschlechterarrangements ist zu bemerken, dass vor allem abseits bildungsnaher Milieus die junge Männerwelt mit dem Frauen-Typus der unabhängigen, selbstbewussten Akteurin wenig anfangen kann: Während im bildungsnahen Segment zumindest rund jeder vierte junge Mann bei einer „modernen jungen Frau“ zuallererst an eine unabhängige, selbstbestimmte Akteurin denkt, sind es, wie die „Jugendstudie 2011“ des Instituts für Jugendkulturforschung zeigt, in der Gruppe der jungen Männer in/mit Ausbildung ohne Matura lediglich 9%.

Detaildaten zum Schwerpunktthema des aktuellen Pressedienstes sind im Tabellenband der vom Institut für Jugendkulturforschung als Eigenstudie durchgeführten repräsentativen „Jugendstudie 2011: Zukunftsängste, Frauenbild, Werte“ nachzulesen.

- ➔ Der Tabellenband ist zum Preis von Euro 390.-- über das Institut für Jugendkulturforschung zu beziehen.
- ➔ Unser Special für all jene, die die Studienergebnisse mit unseren ExpertInnen diskutieren und in Bezug auf ihre Relevanz für Zielgruppenarbeit ausloten möchten: **„Jugendstudie 2011: Zukunftsängste, Frauenbild, Werte“ im Kombi-Paket – Inhouse-Präsentation der Ergebnisse, Datenband plus Präsentationsfolien in elektronischer Form** zum Preis von Euro 990.-- (exkl. Reisekosten); Sie geben uns Ihre Wunschtermine bekannt und wir kommen entweder zu Ihnen ins Haus oder freuen uns auf Ihren Besuch bei uns am Institut für Jugendkulturforschung.
- ➔ Bestellformulare und Studiensteckbrief finden Sie im Anhang.

Für den Inhalt verantwortlich: Dr. Beate Großegger
bgrossegger@jugendkultur.at

Der Pressedienst des Instituts für Jugendkulturforschung versteht sich als Service für die Jugendarbeit und wird vom Vorstand des Instituts für Jugendkulturforschung aus Eigenmitteln finanziert.

Wir freuen uns, wenn Sie unseren Pressedienst in Ihrer Arbeit verwenden, ersuchen Sie aber, die Quelle korrekt zu zitieren: Pressedienst des Instituts für Jugendkulturforschung, Ausgabe 30 vom 1.8.2011

Datenband zur Jugendstudie 2011

Studiensteckbrief:

- ➔ Eigenstudie des Instituts für Jugendkulturforschung
- ➔ Repräsentativumfrage unter 16- bis 29-jährigen ÖsterreicherInnen, n=500
- ➔ Befragung: telefonisch
- ➔ Stichprobe: Quotenstichprobe – quotiert nach Alter, Geschlecht und Bildung
- ➔ standardisierter Fragebogen: 2 geschlossene, 1 offene Frage
- ➔ Themen: Zukunftsängste – Bild der „modernen jungen Frau“ (offene Frage vercodet) – Selbstbild und Werte

Jugendstudie 2011: Zukunftsängste – Frauenbild – Werte



Repräsentativumfrage unter 500 Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 16 bis 29 Jahren

Institut für Jugendkulturforschung
Alserbachstr. 18/7. OG, 1090 Wien
jugendforschung@jugendkultur.at

Credits: Stefan Franke, Christof, der Does, Heinz, Hanna Urschler, Sebastian Fechtup – www.jugendpresse.org



Ich bestelle Exemplar(e) des Tabellenbandes der „Jugendstudie 2011“ zum Preis von Euro 390.- (zzgl. 20% USt.) mit folgenden Breaks:

- Basis-Breaks: 16- bis 29-jährige gesamt; männlich/weiblich; 16-19, 20-24, 25-29, Bildung/Ausbildung mit Matura, Bildung/Ausbildung ohne Matura
- Sonderauswertung junge Frauen: 16- bis 29-jährige weiblich gesamt; Altersgruppen weiblich 16-19, 20-24, 25-29; Bildung/Ausbildung weiblich: mit Matura, ohne Matura
- Sonderauswertung junge Männer: 16- bis 29-jährige männlich gesamt; Altersgruppen männlich 16-19, 20-24, 25-29; Bildung/Ausbildung männlich: mit Matura, ohne Matura
- Zusatzbreak bei Zukunftsängsten und Frauenbild: Parteipräferenz rechts/konservativ; Parteipräferenz links; Kohortenvergleich 2005 und 2011 bei Zukunftsängsten

Bestellformular bitte vollständig ausgefüllt faxen an +43/(0)1/532 67 95 20 oder mailen an jugendforschung@jugendkultur.at Zahlungskonditionen: 100% bei Bestellung. Lieferung innerhalb von 7 Tagen nach Zahlungseingang.

Institution:

Vor- und Zuname:

Straße/PLZ/Ort:

E-Mail: Telefon:

Datum: Unterschrift:

Jugendstudie 2011 im Kombi-Paket: Inhouse-Präsentation + Datenband + plus Präsentationsfolien in elektronischer Form

Unser Special für all jene, die die Ergebnisse der „Jugendstudie 2011“ gerne mit unseren ExpertInnen diskutieren möchten:

- ➔ **Inhouse-Präsentation, Präsentationsfolien in elektron. Form plus Tabellenband** der „Jugendstudie 2011: Zukunftsängste, Frauenbild, Werte“ zum Preis von Euro 990.-
- ➔ Sie geben uns Ihre Wunschtermine bekannt und wir kommen entweder zu Ihnen ins Haus oder freuen uns auf Ihren Besuch bei uns am Institut für Jugendkulturforschung.

Bestellung: Kombi-Paket „Jugendstudie 2011“

Ich bestelle das Kombi-Paket der „Jugendstudie 2011“ zum Preis von Euro 990.- (exkl. 20% Ust., exkl. etw. Reisespesen); Leistungen:

I. Tabellenband der „Jugendstudie 2011“ mit folgenden Breaks:

- Basis-Breaks: 16- bis 29-jährige gesamt; männlich/weiblich; 16-19, 20-24, 25-29, Bildung/Ausbildung mit Matura, Bildung/Ausbildung ohne Matura
- Sonderauswertung junge Frauen: 16- bis 29-jährige weiblich gesamt; Altersgruppen weiblich 16-19, 20-24, 25-29; Bildung/Ausbildung weiblich: mit Matura, ohne Matura
- Sonderauswertung junge Männer: 16- bis 29-jährige männlich gesamt; Altersgruppen männlich 16-19, 20-24, 25-29; Bildung/Ausbildung männlich: mit Matura, ohne Matura
- Zusatzbreak bei Zukunftsängsten und Frauenbild: Parteipräferenz rechts/konservativ; Parteipräferenz links; Kohortenvergleich 2005 und 2011 bei Zukunftsängsten

II. Inhouse-Präsentation plus Diskussion der Studienergebnisse mit einem unserer Experten/einer unserer Expertinnen (Dauer: ca. 1,5 Std.)

III. Präsentationsfolien zur Studienpräsentation in elektronischer Form

Meine/unsere Wunschtermine für die Studienpräsentation:

Bestellformular bitte vollständig ausgefüllt faxen an +43/(0)1/532 67 95 20 oder mailen an jugendforschung@jugendkultur.at Zahlungskonditionen: 100% bei Bestellung. Lieferung des Tabellenbandes innerhalb von 7 Tagen nach Zahlungseingang.

Institution:

Vor- und Zuname:

Straße/PLZ/Ort:

E-Mail: Telefon:

Datum: Unterschrift: