

17. SHELL JUGENDSTUDIE



JUGEND 2015

Prof. Dr. Mathias Albert
Prof. Dr. Klaus Hurrelmann
Prof. Dr. Gudrun Quenzel
TNS Infratest Sozialforschung



Hamburg, im Oktober 2015

DIE SHELL JUGENDSTUDIE

Seit 1953 beauftragt Shell unabhängige Wissenschaftler und Institute mit der Erstellung von Studien, um Sichtweisen, Stimmungen und Erwartungen von Jugendlichen in Deutschland zu dokumentieren. Die Shell Jugendstudie präsentiert nicht nur eine Sicht auf die Jugend von heute, sondern gibt auch gesellschaftspolitische Denkanstöße. Als Langzeitberichterstattung ermöglicht sie es, Entscheidern eine Grundlage für gesellschaftliches und politisches Handeln bereitzustellen.

Damit zeichnet die Shell Jugendstudie nach, auf welche Weise junge Menschen in Deutschland mit Herausforderungen umgehen und welche Verhaltensweisen, Einstellungen und Mentalitäten sie dabei herausbilden.

Die 17. Shell Jugendstudie untersucht, unter welchen politischen und sozialen Bedingungen Jugendliche heute aufwachsen und wie sie sich dabei eine Persönlichkeit erarbeiten. Die Studie bildet die Vielfalt der jugendlichen Lebenswelten ab und arbeitet gleichzeitig heraus, wie sich junge Menschen heute von vorherigen Generationen unterscheiden.

DIE PRAGMATISCHE GENERATION – ENTWICKLUNG EINER GENERATIONSGESTALT

Die aktuelle Shell Jugendstudie wird auch von der Frage geleitet, wie sich die Einstellungen junger Menschen in den vergangenen Jahren verändert haben.

Pragmatisch und unideologisch – so charakterisierte die **Shell Jugendstudie 2002** die Jugend, die sehr individuell einen Platz in der Gesellschaft suchte und optimistisch war, diesen auch zu erreichen. Auffällig war eine Neuorientierung der Werte weg von den „postmaterialistischen“, mit Selbstverwirklichung und Lebensgenuss verbundenen Orientierungen, hin zu einer Synthese dieser Orientierungen mit eher traditionellen Vorstellungen, zu denen beispielsweise Wohlstand, Fleiß, Ordnung und Sicherheit zählen.

Die **Shell Jugendstudie 2006** stellte die Kontinuität dieser pragmatischen Grundhaltung und Lebensgestaltung fest. Gleichzeitig wurden jedoch starke Ängste und Unsicherheiten bei den Jugendlichen beobachtet, ob sie den angestrebten Platz in der Gesellschaft erreichen würden und ob sie ihr Leben so gestalten könnten, wie sie es sich wünschten.

Zur Zeit der **Shell Jugendstudie 2010** herrschte bei den Jugendlichen weiterhin eine pragmatische Grundhaltung, Druck- und Angstgefühle verloren an Bedeutung. Im Gegenzug blickten die Jugendlichen optimistischer in die persönliche Zukunft. Leistungsorientierung und die Suche nach individuellen Aufstiegsmöglichkeiten im Verbund mit einem ausgeprägten Sinn für soziale Beziehungen fielen auf. Bei einigen der jüngsten Befragten zeigten sich ein Abrücken vom Fokus auf das eigene Leben und das engere private Umfeld sowie ein wachsendes politisches Interesse.

Bei der Konzipierung der **Shell Jugendstudie 2015** stellte sich die Frage, ob sich diese Öffnung hin zu gesellschaftlichen Themen fortsetzt und falls ja, in welche Richtung sie sich entwickelt.

JUGEND 2015 – EINE PRAGMATISCHE GENERATION IM AUFBRUCH

Die 17. Shell Jugendstudie widmet sich erstmals einer Generation, die vollständig im wiedervereinigten Deutschland aufgewachsen ist. Kalter Krieg und Mauerfall, prägende Elemente beim Aufwachsen vorangegangener Generationen, kennt die junge Generation heute nur aus Erzählungen. Doch muss auch diese heranwachsende Generation in einer von Krisen gekennzeichneten Welt ihren Platz finden.

Neben den politischen und wirtschaftlichen Dimensionen konstituieren aber weiterhin Familie, Freundeskreis und Schule oder andere Ausbildungseinrichtungen die Erfahrungswelt der Jugend. Aus diesem Grund stehen die Haltungen der Jugendlichen zu diesen Lebenswelten ebenso im Fokus der Studie wie ihre persönlichen zentralen Werte.





Die junge Generation in Deutschland zeichnet sich durch eine pragmatische Haltung gegenüber Schule und Beruf, Familie und Freundeskreis aus. Die Jugendlichen passen sich den Gegebenheiten an, Chancen wollen sie nutzen. Sie wünschen sich ebenso Sicherheit wie auch positive soziale Beziehungen. Dazu gehört auch die Bereitschaft, sich im persönlichen Umfeld für die Belange von anderen oder für das Gemeinwesen zu engagieren.

Gleichzeitig wird die junge Generation experimentierfreudig: Ihre Haltung geht über eine nüchterne Erfolgsorientierung hinaus. Eher folgt sie idealistischen Vorstellungen. Sie will zupacken, umkrempeln, neue Horizonte erschließen und ist bereit, dabei auch ein Risiko eingehen. Die junge Generation in Deutschland 2015 kann deshalb als „Generation im Aufbruch“ bezeichnet werden.

Jugendliche interessieren sich wieder mehr für gesellschaftspolitische aktuelle Themen. Daraus resultiert ein stärker werdendes Bedürfnis, an Gestaltungsprozessen mitzuwirken. Ihr Wunsch nach Vereinbarkeit von Arbeit, Freizeit und Familie ist stark ausgeprägt. Dabei geht es vor allem um planbare und verlässliche Rahmenbedingungen. Der (künftige) Beruf soll sicher sein und ein selbstständiges Leben ermöglichen. Aber junge Menschen suchen im künftigen Beruf zugleich eine selbstbestimmte, sinnvolle und gesellschaftlich nützliche Tätigkeit.

OPTIMISMUS STEIGT WEITER

Der Optimismus der Jugendlichen in Deutschland ist ungebrochen: 61 Prozent der Jugendlichen blicken optimistisch in die eigene Zukunft, das sind noch einmal mehr als im Jahr 2010 sowie 2006. Jugendliche aus der sozial schwächsten Schicht allerdings teilen diese steigende Zuversicht nicht. Wie schon 2010 äußert sich nur ein Drittel von ihnen optimistisch zur eigenen Zukunft. In der oberen Schicht hingegen zeigen sich drei Viertel optimistisch – deutlich mehr als 2010.

Positiv fällt auf, dass erstmals seit den 1990er Jahren eine Mehrheit der Jugendlichen auch die gesellschaftliche

Zukunft optimistisch beurteilt. 52 Prozent der Jugendlichen blicken heute zuversichtlich in die Zukunft der Gesellschaft. Auch hier spielt die soziale Herkunft eine starke Rolle: Jugendliche aus der oberen Schicht sind mit fast 60 Prozent am optimistischsten gestimmt, Jugendliche aus der unteren Schicht mit 42 Prozent deutlich seltener.

BILDUNG BLEIBT ZENTRALES THEMA

Weniger zuversichtlich sind junge Menschen, was ihre Bildungs- und Berufsziele angeht. Jugendliche, die die Schule ohne Abschluss verlassen, haben schlechtere Chancen, einen Ausbildungsplatz zu finden und anschließend eine geregelte Erwerbstätigkeit aufzunehmen. Doch auch Jugendliche mit Schulabschluss können häufig nicht die ursprünglichen Berufswünsche verwirklichen. Aktuell erwarten fast drei Viertel, ihre Berufswünsche umsetzen zu können – ein gutes Viertel allerdings nicht. Unter Auszubildenden und bei Studierenden sind sich rund vier Fünftel (sehr) sicher, die eigenen beruflichen Wünsche verwirklichen zu können. Die soziale Herkunft spielt hierbei eine zentrale Rolle: Jugendliche aus der unteren Schicht (46 %) sind deutlich weniger zuversichtlich, was die Realisierbarkeit der beruflichen Wünsche angeht, als Jugendliche aus der oberen Schicht (81 %).

JUGEND WILL FLEXIBLE ARBEITSFORMEN UND SICHERHEIT

Jugendliche haben heute sowohl höhere Bildungs- und Berufsaspirationen als auch höhere Ansprüche an ihre Arbeitgeber. Sie wünschen sich Berufe mit interessantem und erfüllendem Tätigkeitsprofil, aber auch Flexibilität und die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie. Gleichzeitig ist für 95 Prozent der Jugendlichen ein sicherer Arbeitsplatz (sehr) wichtig. Über 90 Prozent der Jugendlichen meinen, dass Familie und Kinder bei der Arbeit nicht zu kurz kommen dürfen; 59 Prozent stimmen dieser Aussage sogar „sehr“ zu. Für rund vier Fünftel der Jugendlichen ist es wichtig, dass sie ihre Arbeitszeit kurzfristig an ihre Bedürfnisse anpassen können. Drei Viertel möchten in

Teilzeit arbeiten können, sobald sie Kinder haben. Die Karriereorientierung tritt hinter die Vereinbarkeit von Arbeit und Leben und die Planbarkeit der Berufstätigkeit zurück.

Junge Frauen sind dabei im Schnitt noch fordernder als Männer. Gleichzeitig ahnen die Jugendlichen aber, dass es in der Berufswelt um diese Wünsche eher schlecht steht. Die Hälfte hält die Work-Life-Balance für schwer erreichbar, ebenso viele fürchten, dass ihnen wegen ihrer (späteren) Berufstätigkeit zu wenig freie Zeit bleiben wird.

Erwartungen an die Berufstätigkeit

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

Und nun noch eine allgemeine Frage zu Arbeit und Beruf. Was müsste Dir eine berufliche Tätigkeit bieten, damit Du zufrieden sein kannst?

Einen sicheren Arbeitsplatz



Möglichkeiten, eigene Ideen einzubringen



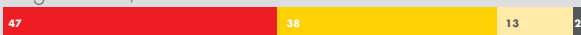
Möglichkeiten, etwas zu tun, das ich sinnvoll finde



Genügend Freizeit neben der Berufstätigkeit



Möglichkeiten, etwas Nützliches für die Gesellschaft zu tun



Das Gefühl, anerkannt zu werden



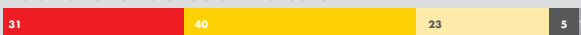
Gute Aufstiegsmöglichkeiten



Ein hohes Einkommen



Viele Kontakte zu anderen Menschen



Möglichkeit, sich um andere zu kümmern



Das Gefühl, etwas zu leisten



Angaben in %

Shell Jugendstudie 2015 TNS Infratest Sozialforschung

derzeit nur 64 Prozent aller Jugendlichen Kinder, 2010 waren es 69 Prozent. Bei männlichen Jugendlichen ist dieser Trend stärker ausgeprägt als bei weiblichen Jugendlichen. Ältere Jugendliche verspüren 2015 einen geringeren Kinderwunsch als noch vor fünf Jahren bei den damals jüngeren Mädchen und Jungen der gleichen Jahrgänge.

Die soziale Herkunft spielt beim Kinderwunsch ebenfalls eine Rolle. Während drei Viertel der Jugendlichen aus der oberen Schicht angaben, sich Kinder zu wünschen, waren es aus der Unterschicht nur etwas mehr als die Hälfte. Dies deutet darauf hin, dass insbesondere junge Menschen aus den unteren Schichten starke Zweifel hegen, angesichts unsicherer Chancen auf dem Arbeitsmarkt sowohl eine gute Kindererziehung als auch eine sichere Berufslaufbahn verwirklichen zu können.

FAMILIE ALS HÖCHSTES GUT

Die eigene Familie hat für Jugendliche nach wie vor einen hohen Stellenwert. Hier findet eine große Mehrheit von ihnen den notwendigen Rückhalt und die positive emotionale Unterstützung auf dem Weg ins Erwachsenenleben. Mehr als 90 Prozent der Jugendlichen pflegen ein gutes Verhältnis zu ihren eigenen Eltern.

Fast drei Viertel würden ihre eigenen Kinder ungefähr so oder genauso erziehen, wie sie selbst erzogen wurden. Dieser Wert hat seit 2002 stetig zugenommen. Bei den Jugendlichen aus der unteren Schicht ist diese Zustimmung jedoch erneut am geringsten.

STIEGENDES POLITIKINTERESSE ABSEITS ETABLIERTER PARTEIEN

Immer mehr Jugendliche zeigen politisches Interesse. Im Vergleich zu 30 Prozent im Jahr 2002 bezeichnet sich 2015 41 Prozent als „politisch interessiert“. Mit dem politischen Interesse ist auch die Bereitschaft zur eigenen Beteiligung an politischen Aktivitäten verbunden. Die etablierten Parteien profitieren davon jedoch nicht, die Politikverdrossenheit bleibt hoch. Jugendliche bringen den Parteien wenig Vertrauen entgegen, genauso wie großen Unternehmen, Kirchen und Banken. Das größte Vertrauen genießen Polizei, Gerichte sowie Menschenrechts- und Umweltschutzgruppen.

Männliche Jugendliche sind häufiger an Politik interessiert als weibliche. Fast sechs von zehn Jugendlichen haben sich schon einmal an einer oder mehreren politischen Aktivitäten beteiligt. An der Spitze stehen dabei der Boykott von Waren aus politischen Gründen und das Unterzeichnen von Petitionen. Online-Petitionen sind beliebter als Unterschriftenlisten. Jeder Vierte hat bereits an einer Demonstration teilgenommen und 10 Prozent engagieren sich in einer Bürgerinitiative.

KINDERWUNSCH GEHT WEITER ZURÜCK

Vieles deutet darauf hin, dass sich die Sorge um die schwierige Vereinbarkeit von Arbeit und Privatleben auch auf den Kinderwunsch auswirkt. Insgesamt wünschen sich

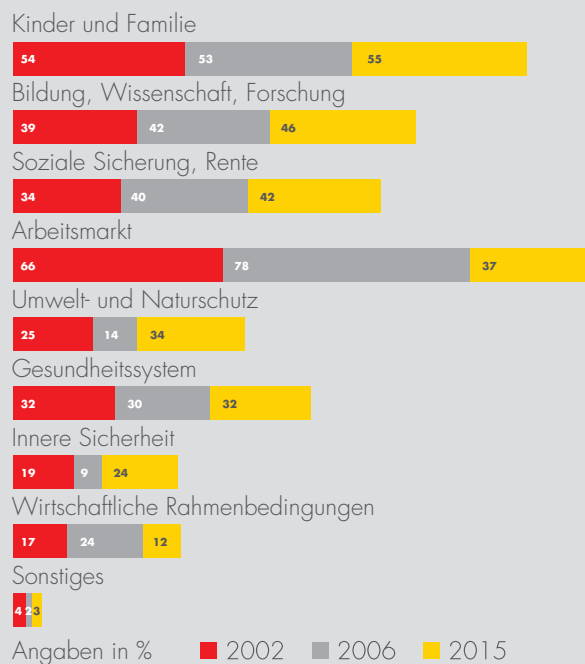




Die wichtigsten gesellschaftlichen Prioritäten

Jugendliche im Alter von 12 bis 25 Jahren

„In welchen der folgenden Bereiche müssen wir besonders aktiv werden?“ Bis zu drei Nennungen



Shell Jugendstudie 2015 TNS Infratest Sozialforschung

ANGST VOR FREMDENFEINDLICHKEIT STÄRKER ALS ANGST VOR ZUWANDERUNG

Nur 29 Prozent der Jugendlichen fürchten sich vor Zuwanderung, aber 48 Prozent haben Angst vor Ausländerfeindlichkeit (2010: 40 Prozent). Demgegenüber sind die Jugendlichen offener gegenüber Zuwanderung geworden. 2002 plädierten 48 Prozent der Jugendlichen, 2006 sogar 58 Prozent, dafür, die Zuwanderung nach Deutschland zu verringern. 2015

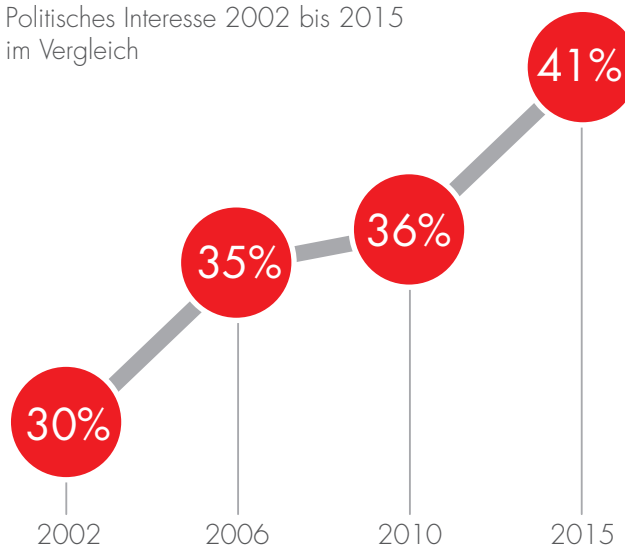
unterstützen nur noch 37 Prozent der Jugendlichen diese Aussage. Allerdings lassen sich markante Ost-West-Unterschiede ausmachen. Während 35 Prozent der Jugendlichen aus den westlichen Bundesländern die Aussage unterstützen, die Zuwanderung nach Deutschland zu reduzieren, sind es in den östlichen Bundesländern (inklusive Berlin) 49 Prozent.

SORGENVOLLER BLICK AUFS WELTGESCHEHEN

Die gestiegene Terrorgefahr und der Konflikt in der Ukraine sind im Bewusstsein der Jugendlichen präsent. Fürchteten sich 2010 nur 44 Prozent der Jugendlichen vor Krieg in Europa, ist die Zahl bis 2015 sprunghaft auf 62 Prozent angestiegen. Drei Viertel haben Angst vor Terroranschlägen. Für Deutschland wünschen sich die Jugendlichen in der internationalen Politik eine wichtige vermittelnde, aber keine eingreifende Rolle.

INTERESSE AN POLITIK STEIGT

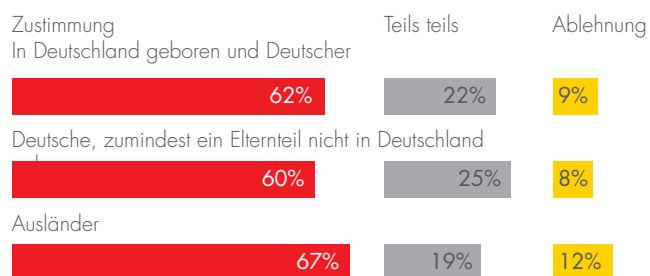
Politisches Interesse 2002 bis 2015 im Vergleich



Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren

DEUTSCHLAND ALS VORBILD

Jugend ist stolz auf Deutschland, aber nicht nationalistisch



Basis: Jugendliche von 12 bis 25 Jahren

ONLINE, ABER MISSTRAUISCH

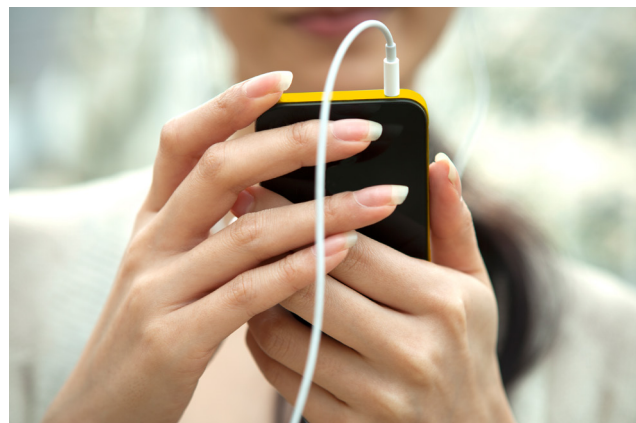
Im Jahr 2015 ist die Online-Vollversorgung Wirklichkeit geworden: 99 Prozent der Jugendlichen haben Zugang zum Internet. Sie nutzen im Durchschnitt 2,3 Zugangskanäle wie beispielsweise Smartphone oder Laptop/Notebook. Zudem ist die junge Generation immer länger im Netz: Durchschnittlich 18,4 Stunden verbringen die Jugendlichen wöchentlich online, noch 2006 waren es weniger als 10 Stunden.

Gleichzeitig sind die Jugendlichen über die Problematik der Datennutzung im Internet informiert und sehen diese auch kritisch. Mehr als vier Fünftel von ihnen glauben, dass große Konzerne wie Google und Facebook mit ihren Nutzern und deren Daten viel Geld verdienen. Obwohl mehr als die Hälfte der Jugendlichen angibt, häufig oder gar sehr häufig Facebook zu nutzen, fällt das Vertrauen in dieses Unternehmen sehr gering aus.

STABILES WERTESYSTEM

Freundschaft, Partnerschaft und Familie stehen bei den Mädchen und Jungen an erster Stelle. 89 Prozent finden es besonders wichtig, gute Freunde zu haben, 85 Prozent, einen Partner zu haben, dem sie vertrauen können, und 72 Prozent, ein gutes Familienleben zu führen.

Stabil ist auch die Wertewelt junger Menschen. 64 Prozent der Jugendlichen legen großen Wert auf Respekt vor Gesetz und Ordnung. Wichtiger als in vorangegangenen Studien ist den Befragten 2015 die Bereitschaft zum umweltbewussten Verhalten. Dagegen verloren materielle Dinge wie Macht oder ein hoher Lebensstandard eher an Bedeutung. Die Mehrheit findet den erstmals erfragten Wert „Die Vielfalt der Menschen anerkennen und respektieren“ wichtig.



ZUR METHODIK

Die 17. Shell Jugendstudie stützt sich auf eine repräsentativ zusammengesetzte Stichprobe von 2.558 Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren aus den alten und neuen Bundesländern, die von Infratest-Interviewern zu ihrer Lebenssituation und ihren Einstellungen und Orientierungen persönlich befragt wurden. Die Erhebung fand auf Grundlage eines standardisierten Fragebogens im Zeitraum von Anfang Januar bis Mitte März 2015 statt. Im Rahmen der qualitativen Studie wurden zwei bis dreistündige vertiefende Interviews mit 21 Jugendlichen dieser Altersgruppe durchgeführt.

HERAUSGEBER

Deutsche Shell Holding GmbH, Hamburg

ANSPRECHPARTNER

Shell Deutschland
External Relations
Suhrenkamp 71-77, 22335 Hamburg
Tel.: 040/6324-5290
E-Mail: shellpresse@shell.com

WEITERE INFORMATIONEN

Infografiken und Material zum Download unter www.shell.de/jugendstudie

AUTOREN:

Prof. Dr. Mathias Albert
Prof. Dr. Klaus Hurrelmann
Prof. Dr. Gudrun Quenzel
in Arbeitsgemeinschaft mit TNS Infratest
Sozialforschung, München:
Ulrich Schneekloth
Dr. Thomas Gensicke
Ingo Leven
Hilde Utzmann

Die 17. Shell Jugendstudie ist im Fischer Taschenbuch Verlag unter dem Titel „Jugend 2015“ erschienen und im Buchhandel erhältlich (ISBN 978-3-596-03401-7, € 19,99).