

Internet setzt globale Trends, löst aber die lokalen Probleme nicht

Credit Suisse Jugendbarometer

Das Wichtigste in Kürze internationaler Teil



Die Wirtschaft beeinflusst das Lebensgefühl der Jugend in Brasilien, den USA und der Schweiz

Erstes Credit Suisse Jugendbarometer

Im Auftrag des bulletin der Credit Suisse, 2010

1. Wichtigstes in Kürze

1.1. Auftrag und Methode

Das erstmals durchgeführte Credit Suisse Jugendbarometer soll einen Einblick in die Lebensweise und Ansichten der 16- bis 25-jährigen EinwohnerInnen der USA, Brasiliens und der Schweiz geben. Lebensstile, Hoffnungen, Trends, Beruf und Zusammenleben und vertieft das Kommunikationsverhalten sind Teil der ausführlichen Fragestellungen. Wegen der hohen Online-Affinität der Jungen wurde die Befragung online durchgeführt. Aufgrund der neuartigen Befragung und der spezifischen Methodenwahl in den Ländern handelt es sich beim Credit Suisse Jugendbarometer 2010 um einen Testlauf, den wir in Zukunft sowohl inhaltlich wie methodisch anpassen können.

Die Online-Befragungen selbst fanden zwischen August und Oktober 2011 statt. Die Auswertung umfasst 987 befragte EinwohnerInnen der USA zwischen 16 und 25 Jahren, 761 entsprechende Personen aus Brasilien und 1011 aus der Schweiz. Die Auswertungen basieren auf einem gewichteten File, womit die Struktur der Stichprobe bezüglich Geschlecht und Alter (USA) respektive bezüglich Geschlecht, Ausbildung und Sprachregion (CH) optimiert wurde.

Für den Ländervergleich beschränken wir uns auf die auffälligen Parallelen und Unterschiede.

1.2. Zentrale Befunde

In allen drei Ländern gehört die Familie respektive Partnerschaft zu den wichtigsten Orientierungen im Leben. Des Weiteren gibt es gewichtige Unterschiede.

In den USA sind Werte, die mit der Selbstverwirklichung im Zusammenhang stehen, besonders hoch geschätzt. Absolut zentral ist, das Leben in vollen Zügen zu geniessen. Die amerikanischen Jugendlichen wünschen sich besonders, als Persönlichkeit respektiert zu werden, und wollen bei aller Genussorientierung auch besonders verantwortungsbewusst leben und handeln.

In Brasilien gilt eine gute Aus- und Weiterbildung als äusserst erstrebenswert. Auch der spannende Beruf ist hier wichtiger als in der Schweiz oder den USA. Religiös-spirituelle Werte und vor allem der Umweltschutz sind für die Lebensführung der BrasilianerInnen im Vergleich zu den USA und der Schweiz besonders wichtig. In Brasilien mischen sich materielle Ziele mit ethischen Zielen stark, was ein spezifisches Muster der Grundorientierung in Brasilien ausmacht.

In der Schweiz haben wir sechs verschiedene Wertmuster beschrieben, wobei im internationalen Vergleich insgesamt Familie, Partnerschaft und Freunde besonders hoch gewichtet werden und der Beruf und Ausbildung einen hohen Stellenwert geniessen. Ethische Werte wie in Brasilien aber auch individualistische Werte wie in den USA sind etwas weniger im Zentrum.

Tabelle 1:

Die fünf wichtigsten Probleme nach Ländern

Rang	USA	Brasilien	Schweiz
1	Terrorismus	Korruption	AusländerInnen/Integration
2	(Jugend-)Arbeitslosigkeit	(Jugend-)Arbeitslosigkeit	(Jugend-)Arbeitslosigkeit
3	Benzin-/Erdölpreis	Gesundheitsfragen	Altersvorsorge
4	Gesundheitsfragen	Altersvorsorge	Umweltschutz/Klima
5	Schul- und Bildungswesen	pers. Sicherheit/Kriminalität	Rassismus

© gfs.bern, Credit Suisse Jugendbarometer, August bis Oktober 2010

Die wahrgenommenen Problemlagen unterscheiden sich auch deutlich nach Ländern, wenn man das zweitwichtigste Problem in allen drei Ländern – die Jugendarbeitslosigkeit – ausblendet. Auffallend drückend sind die Probleme in Brasilien mit der Korruption, was in diesem Land mit besonders hohen Anteilen einher geht, welche oft ein Staatsversagen feststellen. Die AmerikanerInnen sorgen sich besonders um Terrorismus und auch der Benzinpreis drückt die Stimmung. In der Schweiz stehen Probleme mit AusländerInnen zuoberst und der Rassismus ist ebenfalls eine der Hauptsorgen.

Obwohl sich bei den Grundorientierungen und bei den Sorgen klare länderspezifische Unterschiede ergeben, dominieren bei den Trends die Gemeinsamkeiten. Dies zeigt sich besonders klar bei gelebten Trends, jenen Elementen also, welche gleichzeitig als im Trend betrachtet wie auch selbst von der Jugend gelebt werden.

Wenn man vom vermuteten Dauerbrenner des italienisches Essens absieht, so sind Kommunikationsinstrumente die wichtigsten gelebten Trends. E-Mail, Musik runterladen, Fernsehen und Fernsehserien gehören hierzu. In den USA ist Facebook hier bereits sehr weit oben, während Facebook in den anderen beiden Ländern zwar auch zu den am meisten attestierten Trends gehört, aber (noch) nicht so verbreitet genutzt wird. Umgekehrt wird SMS in den USA noch nicht so stark genutzt wie in den beiden anderen Ländern.

Tabelle 2:

Die gelebten Top-10-Trends in allen drei Ländern

Top-Trend	USA: Rang	Brasilien: Rang	Schweiz: Rang
Italienisches Essen	1	3	2
E-Mail	2	1	3
Fernsehen	3	10	(11)
Facebook	4	--*	--*
Fernsehserien anschauen	5	8	10
Sich selbst sein	6	5	5
Gesunde Ernährung mit Fleisch	7	7	--
Musik runterladen	8	2	9
Modische, günstige Kleidung	9	6	6
Fast Food	10	--	--
Wellness	--	4	--
SMS	--	6	1
Filme runterladen	--	8	--
Private Parties besuchen	--	9	--
Ferien im Ausland	--	--	4
Sport allgemein	--	--	7
Öffentlicher Verkehr	--	--	8

© gfs.bern, Credit Suisse Jugendbarometer, August bis Oktober 2010

--: Angaben nur bis Rang 11 / Facebook: auch in BR und CH sehr verbreitet ein Trend, wird aber noch weniger genutzt – in BR wegen Orkut.

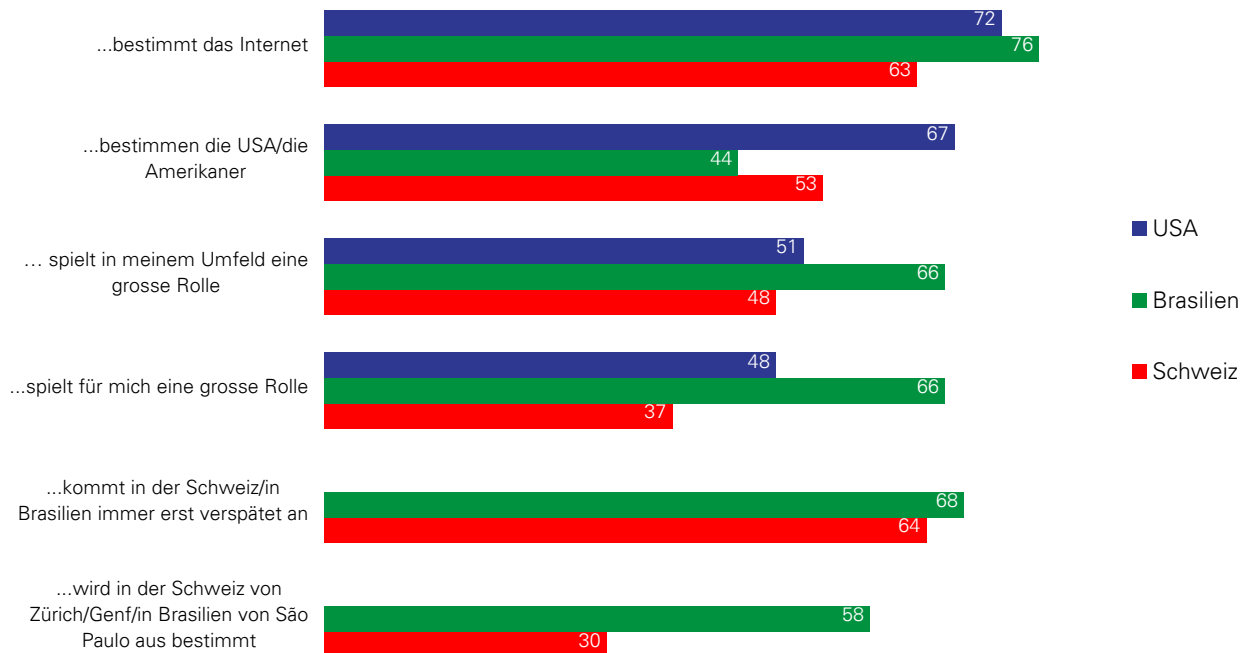
Zu den Gemeinsamkeiten gehört auch die Einschätzung, dass Trends über das Internet bestimmt werden – in allen drei Ländern wird das noch stärker unterstützt als die Aussage, dass Trends von den USA gesetzt werden.

Grafik 1:

Einschätzungen zu Trends allgemein

"Stimmen Sie diesen Aussagen zu? Was IN oder was OUT ist ..."

in % EinwohnerInnen zwischen 16 und 25 Jahren (Anteil voll und ganz/eher addiert)



© gfs.bern, Jugendbarometer, August bis Oktober 2010 (N USA = 987 / N BR = 761 / N CH = 1011)

Schliesslich lässt sich festhalten, dass die Jugend in allen drei Ländern in Berufsfragen sehr zielstrebig ist. Karriere gehört zu den Berufszielen, wobei man bereit ist, für die Karriere viel zu investieren – in Form von Praktika, Auslandsaufenthalt oder Flexibilität ganz generell.

Grafik 2:

Ländervergleich Aussagen zur persönlichen Ausbildungs- und Berufssituation (1)

"Hier einige Aussagen zu Ihrer persönlichen Ausbildungs- und Berufssituation. Bitte kreuzen Sie an, ob diese für Sie persönlich zutreffen oder nicht."

Karriere "Ich will im Beruf Karriere machen."

Flexibilität "Ich bin sehr flexibel, was meine Arbeit betrifft."

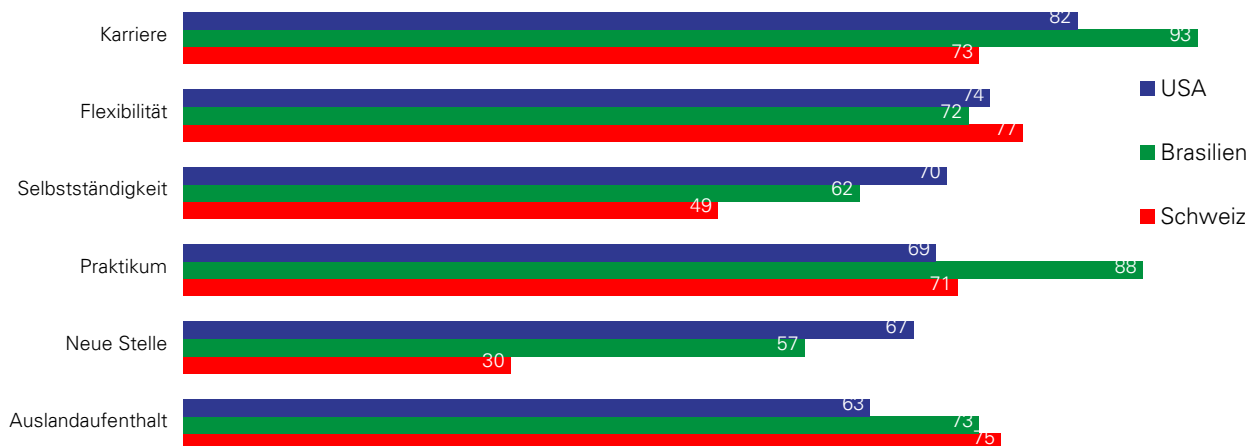
Selbstständigkeit "Ich möchte später einmal selbständig werden."

Praktikum "Ich bin bereit, für meine Berufschancen ein Praktikum zu machen."

Neue Stelle "Ich schaue mich nach einer neuen Stelle um."

Auslandsaufenthalt "Ich bin bereit, für meine Berufschancen einen Auslandsaufenthalt zu machen."

in % EinwohnerInnen zwischen 16 und 25 Jahren (Anteil sehr/eher addiert)



© gfs.bern, Jugendbarometer, August bis Oktober 2010 (N USA = 987 / N BR = 761 / N CH = 1011)

Umgekehrt sind deutlich mehr junge SchweizerInnen mit ihrer Berufs- oder Ausbildungssituation glücklich als in den übrigen Ländern. Schweizer können eher ihren Berufstraum realisieren und in der Schweiz wird deutlich weniger als in den anderen Ländern ein langer Kampf ausgemacht, um etwas Passendes zu finden. Die wirtschaftliche Situation erscheint damit in Brasilien und in den USA viel schwieriger. In den USA drückt die Wirtschaftskrise und in Brasilien ist trotz des verbreiteten individuellen Optimismus die strukturelle wirtschaftliche Situation weiterhin für viele eine grosse Hürde für die eigenen Berufsziele.

Diesen Erkenntnissen folgend haben wir Befunde formuliert, die wir für die Diskussion der Ergebnisse und als Grundlage für die Analyse des weiteren Verlaufs der Studienreihe verwenden möchten.

Befund 1

Die Jugend in den USA orientiert sich am ehesten an individuell-nationalen Werten, wo Genuss und Selbstverwirklichung besonders wichtig ist. In Brasilien dominiert ein ethischer Sozialliberalismus, wo die Arbeit, aber auch kollektive Werte wie die Umwelt besonders hoch gehalten werden. Die Schweizer Jugend ist am ehesten mit sicherheitsbetontem Materialismus umschrieben, wo verlässliche Menschen im eigenen Umfeld und Sicherheit im Beruf einen besonders hohen Stellenwert geniessen. Die Kultur sowie die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen haben neben den eigenen Erfahrungen eine besonders starke und entsprechend unterschiedliche Wirkung auf die Grundhaltungen.

Befund 2

In allen drei Ländern setzt die elektronische Kommunikation mit dem Internet als Schaltzentrale die entscheidenden Trends. Die Kommunikationsformen definieren die heutige Jugend mehr als alles andere. Trotz unterschiedlicher Grundorientierungen unterscheiden sich Strömungen, Lebensweisen und Trends kaum. Unterschiede, die sich hier noch zeigen, sind weitgehend zufällig oder durch materielle Möglichkeiten bestimmt.

Befund 3

Die Sorgen und Probleme sind weiterhin an Landesgrenzen und die nationale Agenda gebunden, wenn man von der Angst vor Arbeitslosigkeit einmal abieht. Terrorismus und prekäre Verhältnisse im Job und bei den Finanzen beschreiben die Sorgen der Jugend in den Vereinigten Staaten. Korruption, Kriminalität und erhebliche Kritik am politischen System treibt die brasilianische Jugend um. Das Zusammenleben mit Ausländern und tendenziell auch mit der älteren Generation bereitet in der Schweiz besonders Schwierigkeiten.

Befund 4

Im Bereich Ausbildung und Beruf finden sich ähnliche Vorstellungen aber unterschiedliche Realitäten. Die Jugend in allen drei Ländern ist klar ziel- und karriereorientiert und bereit, dafür viel zu investieren. In der Schweiz ist die Berufssituation am meisten entspannt, weil hier die strukturelle oder die konjunkturelle Situation besser ist als in den beiden anderen Ländern.

Befund 5

Die Jugend in den USA, Brasilien und der Schweiz profitiert vom hohen Pragmatismus und von grosser Flexibilität. Dank einer effizienten Informationsverarbeitung wird sie die Achterbahnfahrt der globalisierten Wirtschaft mit weniger Schwindel überstehen als die Älteren. Zurzeit wirkt die Wirtschaftskrise in Amerika aber besonders nach.

1.3. gfs.bern-Team



LUKAS GOLDER

Senior-Projektleiter, Mitglied der Geschäftsleitung, Politik- und Medienwissenschaftler

Schwerpunkte:

Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Medienwirkungsanalysen, Abstimmungen, Wahlen. Modernisierung des Staates. Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und auf Internet



CLAUDE LONGCHAMP

Verwaltungsratspräsident und Vorsitzender der Geschäftsleitung gfs.bern, Verwaltungsrat gfs-bd, Politikwissenschaftler und Historiker, Lehrbeauftragter der Universitäten Zürich und St. Gallen und an der Zürcher Hochschule Winterthur

Schwerpunkte:

Abstimmungen, Wahlen, Parteien, politische Kultur, politische Kommunikation, Lobbying, öffentliche Meinung, Rassismus, Gesundheits- und Finanzpolitik

Zahlreiche Publikationen in Buchform, in Sammelbänden, wissenschaftlichen Zeitschriften



MARTINA IMFELD

Projektleiterin, Politikwissenschaftlerin

Schwerpunkte:

Statistische Datenanalyse, Medienanalysen, Visualisierung



JONAS PHILIPPE KOCHER

Projektassistent, Student der Politikwissenschaft an der Universität Bern

Schwerpunkte:

Statistische Datenanalyse, EDV- und Befragungs-Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierung



STEPHAN TSCHÖPE

Datenanalytiker/Programmierer, Student der Politikwissenschaft an der Universität Bern

Schwerpunkte:

Komplexe Datenanalytik, EDV- und Befragungs-Programmierungen, Hochrechnungen, Parteienbarometer, Visualisierung



SILVIA-MARIA RATELBAND-PALLY

Administration

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration



SIMON LANZ

Praktikant, BA Politikwissenschaft

gfs.bern
Hirschengraben 5
Postfach 6323
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax + 41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch