

Noch nie haben so viele Jugendliche gejobbt: für Kleidung und das Handy  
Zwei Drittel wollen einfach das Leben genießen, politisches Engagement ist out  
Ausgeprägt ist die Sehnsucht nach Freunden, Stabilität und Geborgenheit

# „Ego-Generation“ mit Herz sucht gute Freunde und Geld

Oona ist 16, besucht ein Gymnasium in Wien und steht auf Basketball, Snowboarden und Shopping. Sie geht gern weg, mag die Red Hot Chili Peppers und kommt gut mit ihrem Taschengeld aus. Alex ist 17, ebenfalls Gymnasiast, und er spielt Basketball mit Oona. Er geht gerne ins Kino, chattet mit seinen Freunden und steht auf Sport.



Österreichs Jugendliche waren noch nie so reich, sie sind als Konsumenten-Zielgruppe für Wirtschaft und Werbung so interessant wie nie zuvor. Sie hatten noch nie so viele Chancen, Freizeit- und Ausgehmöglichkeiten wie heute. Eltern waren nie zuvor toleranter, und Jugendliche waren nie pragmatischer, ichkonzentrierter, geforderter als heute. Das sind nur einige der Aussagen aus dem „4. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich“, der dem STANDARD exklusiv vorliegt. Ein Vorurteil? Wohl kaum – die Studie wurde von „jugendkultur.at“, dem Institut für Jugendkulturforschung und Kulturvermittlung und dem Linzer Marktforschungs-Institut „Spectra“ durchgeführt – im Auftrag des Generationen-Ministeriums. 1549 Jugendliche und junge Erwachsene wurden zu allen Themen interviewt, die sie selbst betreffen.

Die genannten Ergebnisse sind aber nur ein Teil der Wahrheit. Der andere Teil lautet: Noch nie haben so viele 14- bis 19-Jährige neben Schule und Ausbildung gejobbt: für coole Kleidung, CDs, Kino, Konzerte – und natürlich fürs eigene Handy. Das Leben ist teuer – selbst wenn man noch

zu Hause bei den Eltern wohnt (wie neun von zehn Jugendlichen). Das Handy ist auch der Grund, warum sehr viele Jugendliche noch vor ihrer Volljährigkeit Schulden haben – ein neues Massenphänomen. Die vielen Möglichkeiten der globalisierten Welt, vor allem, was die Berufswahl betrifft, empfinden Jugendliche oft als „Qual der Wahl“. Jeder muss auf sich selbst schauen, nach dem Motto „Hilf dir selbst, sonst hilft dir niemand“.

Zwei Drittel der Jugendlichen sagten, sie möchten vor allem ihr Leben genießen, viel Freizeit und gute Freunde haben – den „Sinn des Lebens“ zimmern sie sich selbst, kaum eine(r) will sich dauerhaft für ein „höheres Ziel“ engagieren, womöglich in der Politik.

Trotzdem wäre es falsch, die „heutige Jugend“ als total egoistisch und oberflächlich abzuqualifizieren. Denn die Sehnsucht nach Sicherheit, Stabilität und Geborgenheit ist sehr stark – und erfüllt wird sie vor allem im Freundeskreis. Die Familie als „sehr wichtiger Lebensbereich“ kommt oft erst an zweiter Stelle. Dort hat sie aber ihren fixen Platz. So wie bei Oona: Die

wohnt gerne zu Hause und findet ihre Familie eigentlich meistens okay. Aber wenn sie die wirklich wichtigen Dinge besprechen will, klemmt sie sich hinter den Computer – und chattet, was anliegt. Zum Beispiel mit Alex.

Oona und Alex sind zwei von 576.870 Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren, denen DER STANDARD ab sofort zwei Wochen lang in jeder Ausgabe einen Schwerpunkt widmet. Vor allem die Jungen werden erfahren, was sie selbst betrifft: welche Musik gerade angesagt ist, wo sie coole und billige Klamotten kaufen können, welche Lokale angesagt sind – und wohin sie sich wenden können, wenn sie Sorgen plagen oder sie sich einfach engagieren wollen. Täglich werden Jugendliche ihre Meinung sagen.

derStandard.at und der SCHÜLERSTANDARD liefern eigene Beiträge, Chatforen und Sonderaktionen – nachzulesen unter <http://derStandard.at/Jugend>. (stui)

**AM MONTAG:  
Wie Jugendliche Geld ausgeben, die Schuldenfalle**



Oona, 16, und Alex, 17: Zwei von 576.870 österreichischen Jugendlichen, die gerne relaxen, weggehen, Musik hören – und jede Menge Herausforderungen zu bewältigen haben. Foto: Corn

## Pragmatisch, praktisch, klug

Eine „Ego-Generation“ wachse heran, sagt der Jugendforscher Bernhard Heinzlmaier im Gespräch mit Petra Stuiber. Revolution sei passé, es regiere die Anpasstheit. Gleichzeitig steige aber der Leistungsdruck: im Beruf, im Privatleben – und auch im Körperbewusstsein.



Jugendforscher Bernhard Heinzlmaier: Körperkult statt Aufbegehren. Foto: Corn

STANDARD: Wie ist die heutige Jugend?

Heinzlmaier: Sie ist wertkonservativ und sehr anpassungsfähig. Sie ist ziemlich intelligent und versucht anders zum Ziel zu kommen – nicht mit Revolution, sondern mit intelligenten Strategien. Ein Beispiel: Die Jungen gehen nicht unüberlegt mit einem Vorgesetzten auf Konfrontationskurs – sie halten sich zurück und denken: Ich warte mal ab, meine Zeit kommt schon.

STANDARD: Warum revoltieren sie nicht?

Heinzlmaier: Das politische System hat eine so große Integrationskraft, dass die Streitkulturen gescheitert sind. Und diese Generation ist sehr wach, sie sieht, was bei Revolten herauskommt: Der, welcher aufbegehrt, ist am Ende der Verlierer.

STANDARD: Also eine Generation der Pragmatiker?

Heinzlmaier: So ist es: Sie sehen vielleicht ausgeflippt aus, sind aber pragmatisch und wertkonservativ...

STANDARD: Ticken Jugendliche und junge Erwachsene ähnlich oder gleich?

Heinzlmaier: Es gibt gravierende Unterschiede. Jugendliche, vor allem, wenn sie noch zu Hause bei den Eltern wohnen, sind viel unbeschwerter in allen Dingen. Junge Erwachsene erleben mit ihrer Integration in die Erwachsenenwelt auch deren Probleme und Sorgen: eigenes Einkommen, eigene Wohnung, eigenes Leben in jeder Hinsicht. Das merkt man übrigens auch im Körperbewusstsein.

STANDARD: Was bedeutet das?

Heinzlmaier: Die über 20-Jährigen legen einen überbetonten Wert auf alles, was mit Fitness zu tun hat – das autonome, in sich gekehrte Abplagen mit dem eigenen Körper ist hier sehr stark: Man läuft, man trainiert an Geräten. Es geht darum, einen guten, repräsentativen Body zu haben. Der ist wichtig, um akzeptiert zu werden, sowohl im privaten als auch im beruflichen Leben. Die Jugendlichen sehen das viel lockerer: Für sie ist Sport

STANDARD: Wie kann man Jugendliche trotzdem bewegen, sich politisch zu engagieren?

Heinzlmaier: Indem man relativ konservative Inhalte in flippiges Design kleidet. Sie mögen alles, was irgendwie solide ist und Stabilität vermittelt, auch mit guten Manieren – alles andere ist zumeist ein wenig suspekt. Wie kann ich meine individuellen Spielräume nutzen, wie komme ich vorwärts, welche Möglichkeiten habe ich und wer unterstützt mich dabei? Das sind die zentralen Fragen, die muss Politik beantworten.

STANDARD: Sie forschen auch in Deutschland – gibt es Unterschiede zwischen Jugendlichen aus Ost und West?

Heinzlmaier: Ja – die ganz jungen „Ossis“ sind oft sehr viel tougher und zielstrebigere als junge „Wessis“. Der erste Schock über Materialismus und Konkurrenz im westlichen Kapitalismus ist längst vergangen. Die jungen gebildeten „Ossis“ sind heute vielfach die besseren Kapitalisten.

**ZUR PERSON:** Bernhard Heinzlmaier (43) arbeitet als Jugendforscher in Deutschland und Österreich. Gemeinsam mit der von ihm mit begründeten „T-Factory“ erforschte er Befindlichkeiten und Gewohnheiten vieler Jugendgenerationen.

### 14–19-Jährige

Lebensziele		Mehrfachnennungen möglich	
Mädchen	76 %	Beruf, der Spaß macht	
Buben	80 %	Spaß im Leben haben	
wichtigste Bezugsperson (Kumpel)		Paarbeziehung	
Mädchen	76 %	Freundin	40 %
Buben	89 %	Freund	22 %
		Freundin	36 %
		Freund	18 %
Freizeitgestaltung			
Mädchen	73 %	Musikhören	
Buben	72 %	Musikhören	
PC-Besitz			
Mädchen	33 %	eigener PC	
Buben	47 %	eigener PC	
Mediennutzung			
Mädchen	72 %	Fernsehen	
Buben	78 %	Fernsehen	
Printmedien-Nutzung			
Mädchen	47 %	Jugendzeitschriften	
Buben	43 %	PC- und Spielmagazine	
Taschengeld			
Mädchen	50 %	erhalten maximal 100,- Euro im Monat	
Buben	50 %	erhalten maximal 75,- Euro im Monat	
Macht Shoppen Spaß?			
Mädchen	55 %	macht sehr viel Spaß	
Buben	18 %	macht sehr viel Spaß	

# Die verlorene Generation im Kaufrausch

*Einkaufen ist für Kids weltweit Freizeitgestaltung, Ablenkung, Fluchtmöglichkeit – bis zur Sucht. Für die Konsumgüterindustrie sind unter 19-Jährige deswegen eine wichtige Zielgruppe, denn noch nie hatte eine jugendliche Generation so viel Geld in den Händen wie heute.*

Leo Szemeliker

„Here we are now, entertain us!“  
Nirvana: „Smells Like Teen Spirit“

1991: Kurt Cobain drehte mit seiner Band Nirvana die Musikindustrie weltweit um, ohne dass noch ein Internet im Spiel war. Für die damalige Jugend prägte der US-Autor Douglas Coupland auch einen Namen: Generation X, ohne Namen und auf der Suche nach ihrem Platz in der Geschichte. Aber auch die Markenartikelindustrie erkannte: Hier gab es endlich weltweit einheitlich gültige Codes, über die sich trefflich Produkte – von Turnpatschen über schwedische Möbel bis zu Energygetränken – verkaufen ließen. Mit Erfolg. Heute sind die meisten der damaligen Teens und Twens gerade mitten in ihrer Quarterlife-Krise, verheiratet, geschieden und/oder im Job (un)glücklich. Und ihre Wohnungen sind voll gestopft mit Zeug.

Doch dann kam die „Generation @“. Die Musikindustrie ist nun nicht aus künstlerischen Gründen in einem Dilemma, sondern, weil Millionen Kids MP3-Files aus dem Netz saugen und nicht daran denken, dafür zu bezahlen.

„Vor zwei Jahren, glaub ich.“  
Karim (17) über seinen letzten CD-Kauf.

„Downloaden gilt als cool, trotzdem ist es Diebstahl geistigen Eigentums. Ich weiß, bei den Jungen werden wir das Be-

**Shopping funktioniert besser als das unberechenbare Leben: Für einen fixierten Betrag als Einsatz bekommt man auch etwas zurück, und wenn es nur Waren mit eingebautem Verfall sind.**

Foto: Corn

hatten. Trotzdem schwer voraussagbar für die Konzerne.

Die renommierte deutsche Werbeagentur Springer & Jacoby betitelte deswegen eine Jugendstudie unlängst mit „Generation Lost“ – weil sich die Jugendlichen heutzutage völlig anarchisch informieren und dementsprechend Kaufentscheidungen treffen.

„Jugend von heute, die Zukunft von morgen, mit ihren Freunden in der Innenstadt, beim Bummeln und Shoppen, wie ihre Alten, nur andere Klamotten und mehr Taschengeld.“  
Blumfeld: „Jugend von heute“

33 Prozent der Mädchen zwischen 14 und 19 Jahren verdienen laut der Jugendstudie im Auftrag des Sozialministeriums eigenes Geld, 58 Prozent bekommen Taschengeld, beim Rest ist beides der Fall. Bei den Buben sieht dies ähnlich aus. Die Höhe des Taschengeldes nimmt mit dem Alter zu.

Laut der Studie bekommen die Mädchen mehr Taschengeld, nämlich jede zweite 100 Euro. Bei den Buben hat die Hälfte der 14- bis 19-Jährigen 75 Euro zur Verfügung. Bei den Mädchen erhält etwa ein Drittel keinen Fixbetrag. Knapp ein Fünftel der Burschen handelt mit den Eltern variable Beträge aus.

„Das hab' ich in den 80ern in Schilling bekommen.“ Ein Generation-Xer.

„Ich bekomm' 100 Euro pro Monat. Und komm' sehr gut

aus damit. Irgendwann muss man anfangen, mit Geld umzugehen, sonst wird man das nie lernen.“  
Corinna (16)

„Wenn ich frag', krieg' ich was. Und was übrig bleibt, geb' ich zurück. Mir ist das so lieber. So schaut man mehr aufs Geld.“  
Sabine (16)

Die Mädchen geben weiterhin ihr Geld am liebsten für Mode aus, gefolgt von Ausgehen, Kino, Handy, Kosmetik.

„Es ist mir schon sehr wichtig, modisch angezogen zu sein. Ich will gut aussehen. Das war vor zwei Jahren noch nicht so interessant.“  
Marielis (16)

Die Burschen zahlen am meisten für ihr Handy, weiters für Fortgehen, Kino, CDs – danach erst folgt Kleidung.

„Ich hasse einkaufen. Ich versuche, das möglichst lange hinauszuzögern. Aber dann geb' ich schon gern das Geld aus.“  
Markus (21)

Der so genannte „demonstrative“ Konsum, also der bewusste Kauf von imagestarken Marken, ist laut Studie bei unter 14-Jährigen sehr hoch, da die sich von den Kindern abheben wollen. Danach bricht die „Markenfixiertheit“ etwas ein, die Kombination von „No-na-

mes“ mit teureren Sachen gilt als cooler.

„Seit einem Jahr schau' ich überhaupt nicht mehr auf Marken. Früher war ich Skater, da hast nicht zum H & M gehen brauchen.“  
Daniel (16)

Die Studie sah sich auch den „kompensatorischen“ Konsum an – einkaufen, um sich von Problemen mit Eltern, Schule oder in der Liebe abzulenken. „Kaufsucht“ ist das passende Stichwort. In der Studie wird belegt, dass jugendliche Mädchen sich eingestehen, tendenziell vom Alltag zum Shopping zu flüchten.

Auch das schlechte Gewissen nach manchen Käufen ist höher als bei gleichaltrigen Burschen. Die seien aber beileibe nicht vor Kaufsucht gefeit, so die Studienautoren.

Der Schluss: Einkaufen als Freizeitgestaltung sei wichtig, das Fliehen vor Problemen werde dabei auch zugegeben. Der Unterschied zu Twens: Diese hätten einfach mehr Möglichkeiten zur Flucht.

„Alles dreht sich ums Poppen, un wenn sie mal floppen, kompensieren sie's durch Sneakersshoppen.“  
Schönheitsfehler: „Hip Hop ist“

## Party und Pensionsvorsorge

Unrealistisch, Witz fehlt, unglaubliche Sprache: Werbung für Junge ist heikles Terrain

Harald Fidler

Wien – Den jungen Mann kennt man aus Print, Funk und Fernsehen: Anselm Wagner schiebt sich für die Bank Austria Creditanstalt dritte Zähne über die eigenen. Um seinen Altersgenossen klar zu machen, dass es nicht nur um Party geht, sondern auch um Pensionsvorsorge abseits der Geherschen Kinderwünsche.

Fühlt sich Anselm Wagner eigentlich von solcher Werbung angesprochen? Welche Werbung schafft das? Was nervt? Der Berliner Darsteller bittet um Bedenkzeit, vergisst

das Mail erst einmal und antwortet dann doch nicht.

Werbung wurscht als Konsument? Keineswegs.

Mit Sprüchen wie „Ned geschert sein“ und „Weidersogn“ wirbt der Wiener Nike-Store seit kurzem. Userkommentar unter [derStandard.at/Etat](http://derStandard.at/Etat), dem Onlinedienst für Werbung und Medien: „bis jetzt habe ich alle meine sportartikel von nike gekauft dank dieser kampagne wird sich das ab sofort ändern.“ Ein anderer: „Nike macht tolle Werbung – aber nicht in Österreich.“

Ein Trost: 70,8 der jungen Konsumenten hält „nervende“ Werbung nicht vom Kauf des jeweiligen Produkts ab. Sagt zumindest eine Umfrage der Münchner Agentur Youngcom unter 2500 13- bis 20-jährigen Deutschen.

Was nervt an Werbung? Fühlt sich die junge Zielgruppe zum Beispiel „nicht für voll genommen“, vor allem die unter 20-Jährigen. Auch unglaubliche Sprache stört. Viel mehr aber noch „unrealistische Darstellung der Jugendwelt“. Mit Abstand am meisten missfällt ihnen Werbung aber, wo ihr Witz fehlt.

Gehört Werbung also zum Unterhaltungsprogramm? Nicht zwingend: Fast jeder zweite von Youngcom Befragte wechselt das Programm, wenn sie auf dem Schirm auftaucht. Das ist auch Selbstschutz: Ein durchschnittli-

cher 18-Jähriger in den USA hat schon zumindest 300.000 Werbespots gesehen, berichtet das Branchenblatt *Horizont*.



Leonita, 16, lernt Bürokauffrau, jobbt auch im Solarium. Foto: Corn

### Sparen für die Wohnung

Ich verdiene ungefähr 700 Euro im Monat. Meine Eltern bekommen mein ganzes Geld, weil ich noch zu Hause wohne. Sie geben mir aber wieder, was ich brauche. Das meiste gebe ich für Kleidung aus. Am liebsten kaufe ich bei Mango und Zara, nicht nur für mich, sondern auch für meine drei kleinen Geschwister und meinen Freund. Natürlich spare ich, weil ich sobald wie möglich mit meinem Freund zusammenziehen will. Ich habe einen Bausparvertrag und ein Sparkonto. Zum Weggehen habe ich wenig Lust.

**MORGEN:**  
Internet, Handy: Wie Jugendliche kommunizieren



Teil 2  
Jugend in Österreich

wusstsein nicht schaffen. Aber legale Alternativen kommen, ich gebe mich noch nicht geschlagen.“  
Hannes Eder (35), Universal Music Austria.

In den vergangenen Jahren entwickelte sich eine selbstbewusste Mischung aus Konsumverweigerung und Shoppingvergnügen – das Ganze mit mehr Geld, als Jugendliche je zuvor zur Verfügung

## Immer mehr Junge bankrott

Ein Fünftel der verschuldeten Österreicher sind unter 25

Eva Stanzl

Wien – Immer mehr junge Menschen verschulden sich bis über beide Ohren. Von jenen, die 2002 eine Schuldnerberatung aufsuchten, waren 21 Prozent unter 25 Jahren alt. Im Jahr davor waren es 17,2 und 1996 nur 5,6 Prozent, erfuhr der STANDARD von der Bundesjugendvertretung. Es handelt sich dabei nicht etwa um kleine Beträge, sondern um Rückstände von rund 30.000 Euro: „Diese Jugendlichen sind bankrott“, sagt Jugendvertretung-Geschäftsführer Bernd Lunglmayr.

Schuldnerberater orten die Gründe dafür vor allem in gelockerten Kredit- und Leasingbedingungen. Mit dem Einver-

ständnis ihres Erziehungsberechtigten können bei manchen Banken bereits 14-Jährige ihr Girokonto überziehen. „Die Jungen lernen sehr früh, mehr auszugeben, als sie einnehmen, weil die Banken an den Zinsen verdienen wollen“, betont Ferdinand Herndler von der Schuldnerberatung für prophylaktische Sozialarbeit in Linz. Die Möglichkeit, das Konto zu überziehen, nähre die Illusion, dass „alles irgendwie geht und möglich ist“. Viele der Verschuldeten unter 25 haben gleich mehrere überzogene Konten, plus einen Kredit und ein Leasingauto. „Leasing wird nicht als Kredit verstanden, weil das Auto als Sicherheit hergenommen wird“, sagt

Herndler, „und daher auch Leuten angeboten wird, die keinen Kredit (mehr) bekommen.“ Die größte Schuldenfalle bei den Jungen sind aber Handys. Die Summe der unbezahlten Handyrechnungen hat mittlerweile Versandhausschulden überrundet.

33 Prozent der verschuldeten jungen Leute sind arbeitslos. Von den Beschäftigten fallen jene mit einem Arbeiterlohn am leichtesten in die Überschuldung, gefolgt von allein erziehenden Müttern und Vätern mit Unterhaltspflicht. Überraschend: Das Durchschnittseinkommen der bankrotten Jungen, die die Schuldnerberatung aufsuchen, ist mit 1071,78 Euro einigermassen hoch.

### TIPPS

[www.schulden.at](http://www.schulden.at)  
[www.schuldnerberatung.at](http://www.schuldnerberatung.at)  
Verein für prophylaktische Sozialarbeit in Linz,  
Tel.: (0732) 77 77 34  
Schuldnerberatung der Stadt Wien, Tel.: (01) 330 87 35  
KWH-Schuldnerberatung, Tel.: (01) 218 27 90

[www.jugendvertretung.at](http://www.jugendvertretung.at)  
Bundesjugendvertretung,  
Wien, Tel.: (01) 214 44 99

[www.werbeakademie.at](http://www.werbeakademie.at)  
[www.creativclub.at](http://www.creativclub.at)  
Infos und Links über Werbung: [derStandard.at/etat](http://derStandard.at/etat)

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/Jugend](http://derStandard.at/Jugend)

# Kommunikation per Knopfdruck

**Kaum ein Kommunikationsmittel hat das Leben von Jugendlichen dermaßen verändert wie das Handy. SMS als Ausdrucksform einer schnellen Jugendkultur ist nicht mehr wegzudenken.**

Gregor Kucera

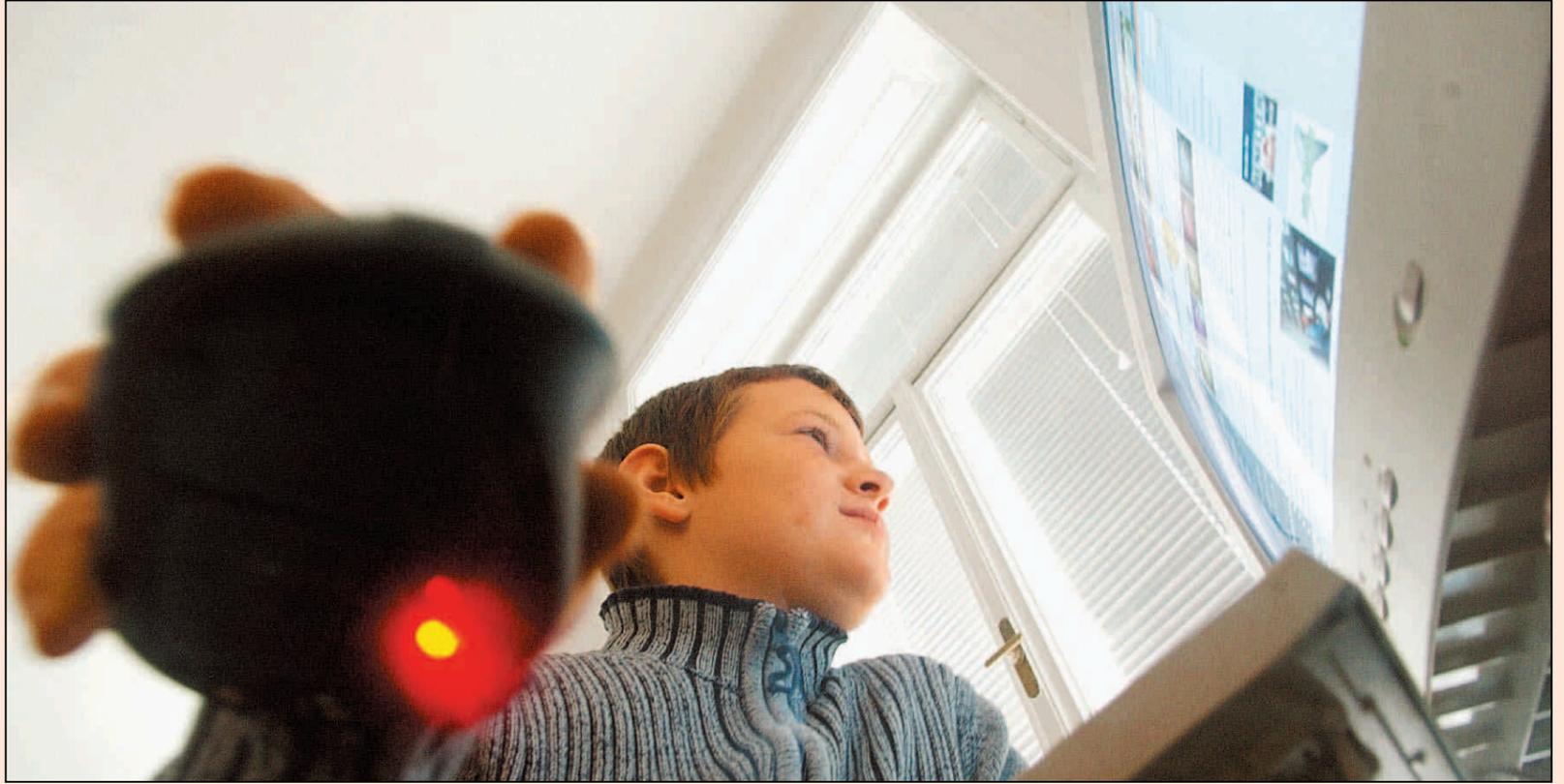
**Wien** – In der U-Bahn erklingt der neueste MTV-Hit als polyfoner Klingelton aus dem Lautsprecher des mit Logos und Covers personalisierten Farbdisplay-Handys. Kaum aus der Schule heraus, melden sich schon die ersten Freunde beim 16-jährigen Christopher. Wie der Tag so war, ob das gemeinsame Computerspielen wie geplant stattfindet, wie es so geht? Dazwischen noch schnell einige SMS und eine Grußkarte an die Freundin mittels MMS verschickt, und die Freizeit kann beginnen.

Fast zwei Drittel der 14- bis 19-Jährigen verschicken jeden Tag zumindest ein SMS (Shot Message Service), und schon sechs von zehn Jugendlichen interessieren sich für MMS (Multimedia Messaging Service). Doch wer glaubt, dass Jugendliche einander weniger sehen, weil sie so viel schreiben, irrt. Jugendliche planen nämlich vor allem ihre Verab-

redungen über SMS oder MMS. Aber auch für viele andere Anwendungen finden Teens diese nonverbale Kommunikation nützlich. Zu diesen Ergebnissen

kommt das Mobilfunkbarometer des Mobilfunkproviders One vom Oktober.

In Österreich telefonieren derzeit knapp sieben Millionen Menschen mit einem Handy. Neun von zehn Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren können sich ein Leben ohne den polyfon klingelnden Begleiter gar nicht mehr vorstellen. Die schnelle und einfache Kommunikation mittels SMS gehört für viele Jugendliche zur täglichen Routine. Da verwundert es nicht, dass bei einer Zahl von weltweit 366 Milliarden verschickten SMS im Jahr 2002 das Wort „simsen“ als Verb des Begriffes „SMS-Kommu-



**Stundenlang im Internet: Die Mädchen suchen zielorientiert Themen und Informationen, die Buben meistens surfen. Surfen ist eine der Hauptbeschäftigungen. Der eigene PC und das eigene Handy haben die Kommunikation unter Jugendlichen maßgeblich verändert.**

Foto: Corn

nikation“ in den Duden aufgenommen wurde.

Im Windschatten des anhaltenden SMS-Booms steigt auch das Interesse an MMS. Fand letzten Sommer nicht ganz ein Fünftel MMS interessant, so ist es jetzt schon rund ein Drittel aller befragten Handybesitzer. Höher ist das Interesse freilich auch hier bei den Jugendlichen, von denen sich rund doppelt so viele für MMS begeistern.

Generell verwenden Jugendliche SMS und MMS aber nicht nur häufiger, sie haben auch ein viel breiteres Nutzungsspektrum als Erwachsene. Sie verwenden die Non-Voice-Kommunikation vor allem zur Planung von Verabredungen und um zu erfahren, was andere gerade machen. Rund ein Drittel verschickt Nachrichten, um selbst welche zu bekommen oder will damit einfach mitteilen, wie es geht.

Auch SMS-Dienste werden verstärkt vor allem für allgemeine Nachrichten, zum Downloaden von Logos oder Klingeltönen sowie für persönliche Informationen wie Kontostand, eingegangene E-Mails oder Ähnliches genutzt.

Nahezu alle befragten Jugendlichen sind davon überzeugt, dass „ihresgleichen“ mehr Nachrichten mit dem Handy verschicken, und fast genauso viele meinen, dass Erwachsene SMS und MMS eher unpraktisch finden. Einig sind sich Jugendliche und Erwach-

sene in der Einschätzung, dass SMS oder MMS vorwiegend nur dann von Erwachsenen benutzt werden, wenn sie nicht mit einem Telefonat stören wollen.

Laut Austrian Internet Monitor vom 2. Quartal 2003 haben Jugendliche nach wie vor

mehr Wertkarten- als Vertragshandys. Mehr als die Hälfte (58 Prozent) nutzen die Prepaid-Modelle der Provider, 40 Prozent haben Vertragshandys und drei Prozent der Jugendlichen sogar beides.

Taschengeld und andere finanzielle Zuwendungen, etwa

von Großeltern, werden in Wertkarten oder die Bezahlung der Gesprächsgebühren investiert. Vielfach sind es auch die Eltern, die als Vertragskunden bei einem Provider gemeldet sind – das Mobiltelefon wird aber vom Nachwuchs genutzt.



Teil 3  
Jugend in Österreich

## Gespannte Buben, entspannte Mädchen

Internet gehört für die Jugendlichen zum Alltag – und das stundenlang

Dagmar Buchta

Ob surfen, mailen oder chatten, Musik hören oder Games spielen: Österreichs junge Generation stellt in allen Bereichen laut Mediaanalyse 2003 die größte Usergruppe dar. 80 Prozent der Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren sind zumindest einmal wöchentlich im Netz, 50 Prozent sogar täglich. Im Vergleich dazu: Lediglich 27 Prozent der Gesamtbevölkerung gehen täglich online.

Die meisten Jugendlichen sitzen stundenlang vor dem Computer. Und kommunizieren mit ihren Freunden übers Internet: Der tägliche Versand von E-Mails gehört für 66 Prozent der Jugendlichen zum Alltag. In Chats, Newsgroups und Foren sind sie mit 45 Prozent fast viermal so oft vertreten wie die Erwachsenen. Musikhören und -herunterladen

übers Internet gehört für sie zum Alltag.

Obwohl Österreichs Jugendliche zwischen 14 und 19 bezüglich des Geschlechts beinahe zu gleichen Teilen als User vertreten sind, differieren Art und Dauer der Internetnutzung beträchtlich, wie aus dem Bericht zur Lage der Jugend in Österreich 2003 hervorgeht. Allgemein gilt: Mädchen sind zwar öfter online, jedoch im Durchschnitt nur eine halbe Stunde. Bei den Burschen dagegen benutzen 15 Prozent das Netz täglich, zwölf Prozent sind sogar länger als vier Stunden online. Nicht immer zur Freude der Eltern: Bei 70 Prozent der Mädchen und 62 Prozent der Burschen wird die Dauer von den Eltern beeinflusst.

Der geschlechtsspezifische Unterschied beginnt bereits beim PC-Besitz. Während fast die Hälfte der männlichen Ju-

gendlichen einen eigenen Computer besitzt, ist es bei den Mädchen nur jede Dritte. Dies hängt möglicherweise mit dem Vorurteil zusammen, dass Technik nach wie vor als „männlich“ gilt und besonders Väter ihren Söhnen eher einen PC schenken als ihren Töchtern. Mädchen werden auf den Familiencomputer verwiesen – um damit in erster Linie zielgerichtet zu lernen.

In diesem Zusammenhang fällt auch der unterschiedliche Erwerb von Computerkompetenz und die Einstel-

lung zum Medium Internet auf. Die Mehrheit der Burschen gelangt durch einen spielerischen Umgang, oft gemeinsam mit Freunden, zu einschlägigen Kenntnissen. Im Vergleich dazu haben Mädchen ihre Fähigkeiten zum überwiegenden Teil in der Schule erworben. Sie stehen dem Internet prinzipiell kritischer gegenüber und schätzen primär die Möglichkeit der sozialen Interaktion durch E-Mails, Chatten und Foren sowie die gezielte Suche nach Informationen. Burschen sehen das Internet vorwiegend als virtuellen Abenteuerspielplatz. Bei Buben sind Action-, Strategie- und Sportsielespieler, Mädchen bevorzugen dagegen Gesellschaftsspiele. Dabei verdeutlicht auch die Funktion der Spiele geschlechtsspezifische Differenzen: Burschen suchen Spannung, Mädchen Entspannung.



Filip, 18, Schüler und Computerprofi mit Anspruch.  
Foto: Corn

### Generation im Internet

Wir haben daheim sieben Workstations, mir gehört ein Laptop und ein PC. Früher habe ich dauernd gesurft, jetzt arbeite ich nur noch für die Schule am Computer. Fast jeder in meiner Klasse hat einen Computer, auch die Lehrer verlangen, dass wir daheim im Internet recherchieren. Ich chatte nie, das finde ich nicht intelligent. MP3 ist total ein Thema, ich lade mir die Musik seit Jahren runter. Ich habe zwei Handys, ohne ist es unvorstellbar. Einmal pro Woche lese ich Zeitung, regelmäßig aber Fachzeitschriften.

## Beim Zeitunglesen schon fast erwachsen

Die Mär von der Couchkartoffel: Jugendliche verbringen viel weniger Zeit vor TV

Doris Priesching

**Wien** – Null Bock auf Zeitung, dafür endlos lange vor dem Fernseher abhängen? Es ist ein weit verbreitetes, nichtsdestotrotz hoffnungslos verfälschendes Vorurteil, mit dem sich der Jugendliche von heute herumschlagen muss.

Tatsächlich lesen junge Leute zwischen 14 und 24 Jahren weniger Tageszeitungen als die Gesamtbevölkerung. Die Differenz fällt jedoch geringer als vermutet aus: 66 Prozent der 14- bis 24-Jährigen haben in Österreich laut Mediaanalyse regelmäßig eine Tageszeitung in der Hand. Der Anteil an der Gesamtbevölkerung liegt im Vergleich dazu bei rund 77 Prozent. In ihren Vorlieben unterscheiden sich die Kids ebenso wenig von den Großen:

Kronen Zeitung liegt vor Kleine Zeitung und Kurier, danach folgen STANDARD und Presse.

Insgesamt lesen Junge heute zwar weniger Tageszeitung als noch vor fünf Jahren, und zwar um 14,5 Prozent. Das Phänomen trifft allerdings nicht nur Jugendliche, sondern die Gesamtbevölkerung und entspricht gar einem ein wenig europaweiten Trend.

Bei Zeitschriften und Magazinen deckt der News-Verlag den Jugendmarkt praktisch zur Gänze ab: News, tv media und e-media dominieren eindeutig. Politische Magazine unterscheiden sich wie im Fall von profil oder Falter wenig vom Bevölkerungsschnitt.

Ihre ganz speziellen Themeninteressen decken Jugendliche mit Musik-, Sport-, PC-/Spielemagazine oder Comics ab. Jugendzeitschriften

wie Bravo, RennbahnExpress oder Mädchenspezifische Titel wie Mädchen werden laut Jugendradar vor allem von den Jüngeren gelesen. Später verlieren diese „Special Interests“ an Bedeutung.

### ORF turnt ab

Ungeachtet des Internetbooms stehen TV und Radio an vorderer Stelle. Die Gruppe der „Couchpotatoes“ lässt sich unter den 14- bis 24-Jährigen dennoch nicht festmachen. 70 Prozent der Bevölkerung sitzt pro Tag mindestens 15 Minuten vor dem Fernseher, bei den Jugendlichen sind es gerade 53 Prozent. Auch wenn sie selbst „Fernsehen“ gleich nach „Musikhören“ als liebste Freizeitbeschäftigung angeben.

Öffentlich-rechtliches TV hat unter Österreichs Jugend

einen schweren Stand. Trotz leidenschaftlicher Versuche, mit Formaten wie „Starmania“ oder „Dismissed“ junge Leute vor den Fernseher zu locken, sehen 41 Prozent ORF-Programme, insgesamt sind es 62 Prozent.

Beim Radio werden die Jungen ihrem Ruf gerecht: Sie sind die Innovativeren, lassen sich schneller auf neue Angebote ein: 29,9 Prozent schalten bereits regelmäßig Private ein, 22,5 Prozent ORF-Radios, hauptsächlich Ö3 und FM 4.

Dass Jugendliche mitunter an „ernsthaften Themen“ interessierter sind, als das so manche Studie glauben machen möchte, zeigt der Rücklauf auf die STANDARD-Jugendserie: 3694 Schülerinnen und Schüler nutzten die Möglichkeit eines kostenlosen STANDARD-Kurzabos.

### MORGEN:

Wie Jugendliche ihre Freizeit verbringen, First Love

### TIPPS

[www.media-analyse.at](http://www.media-analyse.at)  
<http://www.jugendkultur.at/>  
<http://mediaresearch.orf.at/>

<http://www.rbx.at>  
<http://www.bravo.de>  
<http://www.maedchen.de>

<http://starmania.orf.at>  
<http://fm4.orf.at>  
<http://www.mtv.de>

<http://edonkey2000.com>  
<http://valve.com>  
<http://www.ea.com>  
<http://www.ubisoft.de>  
<http://kazaa.com>  
<http://icq.com>

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/Jugend](http://derStandard.at/Jugend)

# Fun, Fun, Fun: Partys und Basketballstars

**Burschen suchen in ihrer Freizeit mehr „Action“ als Mädchen und stehen vor allem auf Sport.**

**„Musik hören“ rangiert bei Mädchen ganz oben.**

**Plus: was Sophie (12) und Jakob (15) meinen.**

**Und welche Fotos die STANDARD-Sportredaktion ausdrückt, wenn Schüler auf Besuch kommen.**

Was haben Jugendliche mit Erwachsenen gemeinsam? Ihre Einstellung zum Thema Freizeit: „Freizeit ist vor allem Spaß haben“, sagen 14- bis 19-Jährige genauso wie 30-Jährige, behauptet das „Jugendradar 2003“ im „vierten Bericht zur Lage der Jugend in Österreich“. Auffällig ist allerdings, dass für Jugendliche die Freizeit wesentlich wichtiger zu sein scheint als für Ältere – offenbar als Ausgleich und Entspannung zum eher trocken und trist erlebten Alltag in Schule und Beruf.

Mädchen verbringen ihre Freizeit entweder intensiv mit Freundinnen und Freunden daheim, in Lokalen oder auf Partys – oder zumindest in Kommunikation mit diesen: via Internet-Chat, SMS oder Handy. Oder sie ziehen sich total zurück, zum Musikhören, Lesen und Faulenzen.

Freizeit muss für Mädchen nicht unbedingt auch „Action“ bedeuten. Gefragt, welche Aktivitäten ihnen zum Thema „Freizeitgestaltung“ spontan einfallen, nannten 73 Prozent der Mädchen vor allem „Musik hören“, dann „Radio hören“ (63 Prozent), „mit Freundinnen etwas unternehmen“ (61 Prozent). Erst an vierter Stelle kam „Fernsehen“. „Lokale besuchen“ oder „mit dem Partner etwas unternehmen“ hat bei den 14- bis 19-Jährigen eher untergeordnete Bedeutung. Noch unwichtiger scheint, wenn man den Statistiken glaubt, das Betreiben von Sport zu sein: Nur 23 Prozent der Mädchen gaben „selbst Sport betreiben“ als eine ihrer Freizeitbeschäftigungen an.

Etwas anders verhält es sich bei den Burschen: Für sie ist

„Action“ in der Freizeit enorm wichtig. 36 Prozent der 14- bis 19-Jährigen gaben im „Jugendradar“ an, dass sie „sehr häufig Sport betreiben“. Dass das Interesse an so genannten Fun- oder Trendsportarten oft größer ist als an klassischem Sport, bestätigen auch die Kollegen aus der STANDARD-Sportredaktion. Sie bekommen regelmäßig Besuch von Schulklassen, diese Besuche enden stets damit, dass die Schüler sich Fotos ausdrücken lassen. Auch dabei fällt das geringere Interesse der Mädchen sowie die Tatsache auf, dass weder Fußballer noch Skifahrer am begehrtesten sind, sondern – von Anna Kournikowa einmal abgesehen – Basketballstars aus der NBA und Beachvolleyballer.

Sophie (12) ist vergleichsweise sehr sportlich, betreibt zweimal pro Woche Taekwondo, dazu kommt eine Reitstunde. Was ihr am Sport gefällt? „Man wird stärker.“ Freilich ist ihr anderes wichtiger, der Sport kommt nach Lesen und Musikhören an dritter Stelle. Anders sieht's bei Jakob (15) aus, er kickt aus Leidenschaft, vor allem im Turnunterricht („leider nur noch zwei Stunden in der Woche“), im Sommer wird auch Rad gefahren und geschwommen. „Sport steht für mich in der Freizeit klar an erster Stelle.“

Burschen zwischen 14 und 19 sind – nicht nur beim Sporteln – sehr auf das eigene Geschlecht konzentriert, viel mehr als Mädchen, die auch gerne mit „guten Freunden“ vom anderen Geschlecht unterwegs sind. „Mit dem Partner etwas unternehmen“ ist für Burschen dieser Altersgruppe weniger wichtig als für Mädchen. (fri, stui)



**Zweimal pro Woche ausgehen ist üblich, und erst wenn man richtig lang ausbleibt, gilt das auch als Ausgehen. Angesagt sind „chillige“ Lokale, in denen man entspannt abhängt, oder doch Lokale zum Abtanzen, wie hier das „Flex“.** Foto: Corn



Teil 4  
**Jugend in Österreich**

## „Immer noch besser als Fernsehen“

**Ausgehen bedeutet lange Wegbleiben – Abhängen, Musikhören, Abfüllen**

Thomas Rottenberg

**Wien** – Die Kinder, meint Max, nerven. „Heutzutage“, sagt er, könne man „nirgendwo mehr hingehen, ohne über Kinder zu stolpern“. Max ist 16. Er macht eine Lehre in Salzburg und lebt am Wochenende in Wien. Die Kinder wären aber überall. Egal ob in der Großstadt, der Landeshauptstadt oder in der kleinen Gemeinde, in der er arbeitet: „Die sind zwölf oder 14 Jahre alt, machen Ärger, vertragen nichts.“

Das Erstaunen darüber, dass Kinder hochprozentig abgefüllt werden, zeige nur, wie ahnungslos Erwachsene seien: „Das Jugendschutzgesetz? Interessiert niemanden. Wenn du wo drinnen bist, kriegst du alles. Bis in die Früh.“ Auch wenn Wirte das Gegenteil betonen. Ausgehen wäre anders auch gar nicht möglich: Vor 22 Uhr, erklärt der 16-Jährige, sei „nirgendwo was los“. Egal ob in den von ihm und seiner Clique bevorzugten Lokalen und Clubs oder in Discotheken.

Zweimal pro Woche ausgehen sei „normal“. Am liebsten in „chillige“ Lokale, „wo man abhängen kann und die Musik gut, aber nicht zu laut ist“. Oder eben – wo es keine Teenie-Kneipen gibt – in die Disco. „Da ist zwar oft eine aggressive Stimmung, aber immer noch besser als Fernsehen daheim“, referiert Maximilian. Der Lehrling aus Wien mit Ausbildungsplatz in der Provinz, bestätigt der Jugendforscher Manfred Zentner vom Trend- und Jugendforschungsbüro t-Factory, läge im Trend: Abhängen und Freunde treffen sei bei Jugendlichen der wesentlichste Grund auszugehen – und bei der Wahl der Lokale stehe die Qualität der Musik im Vordergrund.

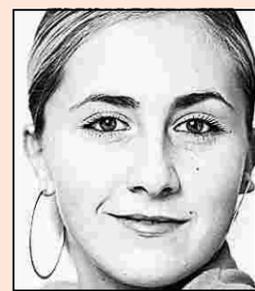
Unter „Ausgehen“, so der Jugendforscher, verstünden Jugendliche „ab 13“ durchwegs langes Wegbleiben. Über das „wie lange“ herrsche Uneinigkeit: „Dass schon Zwölfjährige noch nach Mitternacht unterwegs sind, ist bekannt –

wie verbreitet das mittlerweile ist, wissen wir nicht genau.“ Und Jugendschutzbestimmungen, so der Experte, „sind eben nur so effizient, wie sie exekutiert werden“.

Ganz so, beteuert Alexander Knechtsberger, stimme der Abfüllvorwurf aber nicht: Bei seinen „Teensparties“, die der als „Doc LX“ seit 1991 auf Großevents spezialisierte Platzhirsch unter den Kid-Clubbern mittlerweile speziell für Zwölf- bis 15-Jährige organisiert, „gilt striktes Alkoholverbot“. Und auch sonst sei sein Personal angewiesen, all zu jung wirkenden Besuchern keinen Alkohol auszuschenken. Nachsatz: „Aber dann geht halt einer, der älter ausschaut, an die Bar.“ In der Re-

gel, bestätigt Knechtsberger, gebe ein Jugendlicher pro Abend 20 bis 30 Euro aus. „Wir haben das mehrfach ausprobiert: Was man mithat, wird ausgegeben.“

Während im urbanen Bereich auch kleinere Lokale von diesen Ausgeh- und Konsumgewohnheiten profitieren, treibe aber am Land das Fehlen von Alternativen und der Mangel an Mobilität Jugendliche fast zwingend in Großraumdiscotheken, erklärt Manfred Zentner. Wenn da die „Nachtschicht“, die größte Discothekenkette in Österreich, potenzielle Werbekunden damit umgarnt, 50 Prozent der Jugendlichen Österreich als Kunden zu haben, „glaube ich das gerne – wo sollen Jugendliche denn hin, wenn die Zubringerbusse nur dorthin fahren?“ In den Städten, betont Maximilian, sei das „wirklich besser. Da kann man sich zwischen Highschoolparty und Flex entscheiden – und dort kommen dann auch keine Kinder rein.“



Maja, 15, HAK-Schülerin, geht oft weg, achtet auf ihren Ruf. Foto: Corn

### Nicht täglich einen anderen

Ich gehe vor allem am Wochenende weg, meistens in dieselben Lokale, da trifft man immer die selben Leute und hört die selbe Musik. Ich gehöre nicht zu den Mädchen, die den Typen jeden Abend wechseln. Da muss man aufpassen, weil sonst ist man gleich eine Hure. Die meisten Typen haben aber jeden Abend eine andere, mit der schlafen sie dann auf dem Klo in der Disco oder am Kahlenberg. Ich chatte täglich mit meiner Clique. Mit Burschen verstehe ich mich besser. Mädchen sind oft eifersüchtig.

#### MORGEN:

Welche Musik gehört wird, welche Sprachcodes es gibt, in welchen Szenen verkehrt wird

#### TIPPS

[www.bewegung.ac.at](http://www.bewegung.ac.at)  
[www.interface.or.at](http://www.interface.or.at)  
[www.jugendzentren.at](http://www.jugendzentren.at)

Herzklopfen: 0800/20 60 60  
Rat auf Draht: 147  
herzklopfen@netway.at  
www.first-love.at  
www.firstlove-salzburg.at  
www.firstlove.at  
First Love Donauspital SMZ-Ost: (01) 28 80 20. Für Mädchen: Freitag (16:00–19:00), für Buben: jeden 1. Freitag im Monat Jugendberatung in Wien: (01) 369 89 88

JugendsexualberaterInnen in Schulen Tel. (01) 328 66 30

Alle Beiträge der Serie, Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/Jugend](http://derStandard.at/Jugend)

## Die ersten Schmetterlinge im Bauch

**Hälfte der 16- bis 17-Jährigen hat „das erste Mal“ hinter sich – Sexklischees stressen Teenies**

Lisa Nimmervoll  
Bettina Reicher

Julia war 14, als sie „es“ zum ersten Mal probierte. Na ja, ganz so überdrüber aufregend war es nicht, aber „natürlich schon schön – auch weil es der Freund ist und nicht nur wegen dem Sex an sich“, sagt die Wiener Schülerin zwei Jahre nach dem „ersten Mal“.

Thomas ist 17, lebt in Salzburg und hat noch mit keinem Mädchen geschlafen, findet das aber auch nicht sonderlich bemerkenswert oder gar stigmatisierend. Früher oder später wird es auch bei ihm und seiner Freundin so weit sein, dass sie miteinander schlafen.

Julia und Thomas sind mit ihren sexuellen Erfahrungen typisch für ihre Generation: „Mit 16 oder 17 Jahren hat die Hälfte der Jugendlichen das erste Mal hinter sich oder andersrum: den ersten Sex noch

vor sich“, sagt Jugendsexualberaterin Bettina Weidinger, die unter [herzklopfen@netway.at](mailto:herzklopfen@netway.at) mit einem Kollegen pro Monat 400 E-Mails von Teenagern zum Thema Liebe, Sex und Verhütung beantwortet, aber auch in Schulen kommt. „Das Wissen, wie es geht, haben alle. Vor allem aus Medien und Fernsehen und vom Freundeskreis“, schildert die Mitautorin der Studie „Das erste Mal“ ihre Beratungserfahrungen. Womit sie oft zu tun habe, sei viel eher das „Zurechtrücken von Sexklischees und Bildern, die die Jugendlichen aus ihren Infoquellen bekommen“. Denn das, was die Teenies im TV (Buben beziehen auch viel Fehlinformation aus Pornos) zu sehen bekommen, „macht wahnsinnigen Stress. Denn die Jugendlichen glauben daran: Was ich auf den Bildern sehe, das ist echt.“

Dann meinen viele, so Weidinger, „wenn sie beim ersten Mal nicht das volle Programm machen, sind sie nichts oder nicht gut genug. Dieser Stress vor dem ersten Mal ist größer geworden.“ Sie rät dann: „Sex ist kein Konsum-Event, für den man vorher den halben Sexshop aufkaufen muss.“ Das Thema Verhütung nehmen die Teenies relativ ernst: „Fast alle Jugendlichen verhüten beim ersten Mal. Meistens mit Kondom, viele wechseln dann auf die Pille.“ Allerdings gilt Verhütung noch immer als Frauensache. Vor allem, weil das Kondom irgendwem zu einer Art „Vertrauensfrage“ stilisiert wurde. Es nicht zu nehmen/fordern symbolisiere auch das Vertrauen in die Treue in der Beziehung, die die Jugendlichen sehr hochhalten. Sexualität unter dem Aids-Aspekt zu diskutieren hält Weidinger für falsch: „Zu

viel Panik ist schlecht. Sorglosigkeit ist auch schlecht.“ Persönliche Beratung gibt es auch in den 13 First-Love-Ambulanzen. Die erste entstand auf Initiative von Gynäkologie-Primar Werner Grünberger in der Rudolfstiftung in Wien. Rund 1000 Teenager nutzen das jugendadäquate Angebot: „Anonym, kostenlos, zeitlich und räumlich von den Erwachsenen getrennt.“ Hauptsächlich fragen Mädchen um Verhütungsmittel (ohne Krankenschein von den Eltern) oder eine gynäkologische Erstuntersuchung.

Viele bevorzugen das Telefon: „Rat auf Draht“-Leiterin Michaela Cirka berichtet von 25.000 Anrufen im Jahr 2002 allein zum Thema Sex. Ansonsten gilt wohl eines ganz besonders: Aller Anfang ist schwer. Oder wie die 16-jährige Julia meint: „Es wird immer besser mit der Zeit.“

# „Ohne Musik geht gar nichts“

**Musik dient Jugendlichen als emotionaler Gebrauchsgegenstand. Sie gilt als Dauerthema im Freundeskreis, als Identifikationsfläche und Kommunikator. Sie funktioniert privat und öffentlich zugleich und aus dem Internet downgeloadet ist sie auch noch gratis.**

Karl Fluch

„Everyone deserves music, sweet music.“ Michael Franti & Spearhead

Popmusik ist in unserem Alltag omnipräsent. Sie signalisiert Jugend, Zeitgemäßes. Sie ist ein Gebrauchsgegenstand und dankbarer Bedürfniserfüller. Pop bietet (fast) jedem etwas. Und (fast) jeder bedient sich nach Lust und Laune bei seinem mannigfaltigen Fundus. Vor allem Jugendliche. Bei aller Austauschbarkeit ist die subjektive Auswahl genau begründbar. Denn für Teenager dient Musik vor allem als Katalysator für Gefühle. Als solche wird sie ausgesucht und eingesetzt.

Ob es um Zorn, Freude oder melancholische Stimmungen geht, Musik begleitet Teenager in jeder Lebenslage, übersetzt Bedürfnisse, formuliert Gedanken und bietet damit Identifikationsflächen. Für die 20-jährige Studentin Susa ist Musik deshalb „eine schöne Art, Emotionen auszudrücken“.

Bernadette, 16: „Musik wirkt auf mich entspannend, langsame Lieder können mich auch traurig machen.“

Musik nimmt im Alltag von

Jugendlichen den dominierenden Platz ein: Bernadette, hört „ständig Musik, außer in der Schule“. Die 13-jährige Viki „den ganzen Tag lang“. Max, 18, meint: „Ohne Musik geht gar nichts“, und Susa kann sich „ein Leben ohne Musik nicht vorstellen“.

Stilistisch gibt man sich vielfältig und weitgehend tolerant: Von der Ö3-Hitparade, Starmania über FM4, HipHop bis zu Ethno und Jazz wird alles gehört. Grunge genauso wie R'n'B oder Pop. Techno findet Bernadette „zu primitiv“, von Volksmusik kriegt sie Kopfweh: „Immer dieses ‚Herzlein-Gesinge‘ ist blöd“. Auch Viki findet Volksmusik und Schlager einfach „Wäh!“.

Besonderen Stellenwert besitzt Musik als sozialer Faktor. Sie ist Dauerthema im Freundeskreis und wird oft und gerne gemeinsam gehört. Dabei tauscht man Hintergrundinformationen aus. Man geht mit Freunden auf Konzerte, Partys und zu Clubbings und räumt dabei der Musik auch einen

Stellenwert als zwischenmenschliche Orientierungshilfe ein: „Wenn man jemanden noch nicht so gut kennt, ist über Musik reden hilfreich, weil es ein Bild von jemandem liefert“, meint Susa.

Ob Musik noch jene Sprengkraft zwischen Eltern- und Kindergeneration besitzt wie früher, bezweifelt Max: „Meine Eltern hören ja auch Rockmusik und gehen manchmal auf Konzerte. Nur Techno können sie nicht leiden. Sonst ist es ihnen egal, was für Musik ich höre.“

## Elvis und MTV

Diese Gelassenheit ist kein Wunder. Schließlich ist die Generation Elvis mittlerweile pensioniert und selbst MTV als televisionäres Synonym immer während der Jugend ist mit über 20 Jahren längst im familienfähigen Alter. Wie unterscheidet sich Max von seinen Eltern? Schulterzucken, ein Blick an sich selbst hinunter und ein Grinsen: „Vom Outfit her, da stöhnen sie oft.“

Wie viel Geld Jugendliche für Musik ausgeben, ist für sie schwer zu beziffern. Das Downloaden von MP3-Files aus dem Internet erleichtert den Zugang jedoch wesentlich und schafft die Möglichkeit,

Geld für Gewand, Handy und zum Ausgehen umzuleiten.

Als wesentliche Informationsquellen in Sachen Sound gelten Sender wie MTV, Viva und Gotv. Daneben vertraut man auf Bewährtes aus dem Printbereich: Von *Bravo*, *Popcorn* bis zum *Rolling Stone*, den man beim Papa mitliest, reicht der Bogen. Vertiefende Infos stammen meist aus dem Internet. Richtige Idole findet in der Musik trotzdem keiner der vom STANDARD Befragten. Zwar hängen in den meisten Jugendzimmern Poster von Popstars, Idole – auch nicht außerhalb der Musik –, sind allerdings nicht dabei. Max kann sich zwar vorstellen, „dass jemand Hermann Maier bewundert“, er selbst kommt ohne Idol aus.

Viki liebäugelt kurz mit Eminem, relativiert das allerdings sofort in „aber nicht wirklich“. Bernadette: „Vom Anziehen her sind Popstars schon ein Einfluss, vom Verhalten her nicht.“



Musik nimmt im Alltag von Jugendlichen den dominierenden Platz ein. Für Teenager dient Musik vor allem als Katalysator für Gefühle. Musik begleitet in jeder Lebenslage, übersetzt Bedürfnisse und bietet damit Identifikationsflächen. Foto: Corn

## Die Szene vermittelt Geborgenheit

Eine Musikrichtung verkörpert auch eine bestimmte Lebenseinstellung

Eva M. Bachinger

„Ich bin HipHopper. Mit Leib und Seele.“ Der 18-jährige Yusuf zögert nicht lange, wenn es darum geht, sich zu einer Jugendszene zu bekennen. Wie viele andere ist er auf der Suche nach dem Authentischen: In der HipHop-Szene zählt es, „real“ zu sein, sein eigenes Ding durchzuziehen.

Heutige Jugendszenen sind Leitkulturen für Jugendliche, sind als unhierarchische Netzwerke beschreibbar. Sie schaffen selbst gestaltete Freiräume: Selbstverwirklichung mit einer bestimmten Musik, einem bestimmten Outfit, mit Gleichgesinnten, mit einer bestimmten Lebensphilosophie.

Beate Großegger, wissenschaftliche Leiterin am Institut für Jugendkulturforschung in Wien, betont, dass Jugendszenen „einen zentralen Stellenwert“ für 14- bis 19-Jährige haben. Ab 19 lässt die Bindung nach. Die breite Masse orientiert sich dann an anderen Themen.

Sich einer bestimmten Szene zugehörig zu fühlen und sich klar zu deklarieren falle Burschen leichter als Mädchen, erklärt Großegger. Mädchen sind da vorsichtiger. Der

Anteil derer, die eine eindeutige Positionierung einnehmen und eine Szenekultur ganz leben, ist kleiner als der Anteil der Sympathisanten. Der „harte“ Kern einer Szene hat zumindest einen großen Teil seines Lebens der eigenen Szene verschrieben.

Im Durchschnitt sind Jugendliche in drei bis vier Szenen unterwegs. Viele Jugendliche übernehmen einzelne Elemente aus mehreren Szenen: Das Outfit etwa, oder die bevorzugte Musik. „Für die meisten ist ein Mix aus verschiedenen Jugendstilen typisch“, so die Soziologin Natalia Wächter vom Österreichischen Institut für Jugendforschung (ÖIJ).

Heute dominieren die breiten Freizeitkulturen vor politisch positionierten Szenen. „Da Musik die beliebteste Freizeitbeschäftigung der Jugendlichen ist, führt der Weg in eine bestimmte Jugendszene oftmals über die bevorzugte Musikrichtung“, so Wächter. Eine Musikrichtung verkörpert auch eine bestimmte Lebenseinstellung. Auch in eigentlich sportorientierten Jugendszenen (Skater, Snowboarder) spiele die Musik eine wichtige Rolle.

Ein wichtiger Aspekt heutiger Jugendszenen ist auch der globale. Die Szene endet nicht an der Stadtgrenze, sondern es gibt sie auch in New York, London. Und doch gibt es eine regionale Anbindung. Innerhalb der Szene, mit Gleichgesinnten erfahren die Jugendlichen auch Rückhalt. Laut der österreichischen Jugendwertestudie 1990–2000 hat sich bei den Werteinstellungen der 14- bis 24-Jährigen gezeigt, dass die Bedeutung von Freunden in den letzten Jahren gestiegen ist. „Die Szene vermittelt Aufgehobenheit, Geborgenheit in kultureller Hinsicht“, so die Jugendforscherin Großegger.

Das wichtigste Kennzeichen der gegenwärtigen Jugendkultur ist, dass eine Unzahl von verschiedenen Jugendszenen existieren. Eine genaue Abgrenzung ist oft nicht möglich. Die Jugendkulturen der 70er- und 80er-Jahre wurden als Subkulturen bezeichnet, heute spricht man von Jugendszenen.

**Musikorientierte Szenen:** HipHop, Techno, Punk, Gothic, Metal, Dancehall, House, Brit Pop usw.

**Sportorientierte Szenen:** Snowboard, Skateboard, Freeclimber, Surfer, Mountainbiker, Inline-Skater usw.

**Computer- und medienorientierte Szenen:** Chattergemeinschaften, SMS-Spiele usw.

**Ideologisch orientierte Szenen:** Autonome, Neonazis, Veganer, engagierte Christen, Tierbefreier, Globalisierungskritiker.

**Fankulturen:** Das sind zum Beispiel Fußballfans, Boy- und Girlgroup-Fans. (eba)



Astrid, 18, Schülerin, hört viel Musik, hat aber keine Idole. Foto: Corn

## Alles wird vermischt

Ich höre viel Musik, ganz unterschiedliches. Mir gefällt sowohl HipHop als auch R'n'B. Ich selbst habe keine Stars als Idole, ich weiß aber, dass viele welche haben: Christina Aguilera oder irgendwelche DJs. Im engeren Freundeskreis haben alle einen ähnlichen Musikgeschmack, aber es macht auch nichts, wenn man auf etwas anderes steht. Alles vermischt sich. Die Casting-Shows sind auch wichtig, man quatscht oft über die Kandidaten. CD habe ich schon jahrelang keine gekauft. Ich lade mir alles runter.

## Immer noch cool und geil

Jugendsprache galt schon immer als wichtige Form der Abgrenzung von den Alten

Eva M. Bachinger  
Nina Brlica

Die Sprache der Jugend, der Slang und die harten Kraftausdrücke geben den Erwachsenen immer wieder Anlass zum Naserümpfen. Tatsächlich verwenden aber auch Erwachsene viele teils regional unterschiedliche Ausdrücke, die einst einer so genannten Jugendsprache entsprangen. Etwa „Pallawatsch“, „hackeln“ und „Kauderwelsch“.

Der deutsche Sprachwissenschaftler Hermann Ehmann beschäftigt sich schon seit vielen Jahren mit der Sprache der Teens und Twens. Sein erstes

„Lexikon der Jugendsprache“ erschien 1991, zehn Jahre später die Aktualisierung. Seines Erachtens hat sich in diesem Jahrzehnt puncto Jugendsprache hauptsächlich der Wortschatz verändert, wobei Evergreens wie „cool“, „mega“, „total“ und „gaga“ weiterhin bestehen.

Die in den 80er- und 90er-Jahren extrem beliebten Anglizismen haben den Charakter des Besonderen verloren. Sie sind eher schon wieder aus der Mode – mit Ausnahme von Internetusern. Die Veränderungen gehen schneller, Spezifika von Chat- und SMS-Kommunikation gehen in die

Alltagssprache über, inklusive Abkürzungen wie zum Beispiel „lol“ (laughing out loud), erklärt Florian Menz vom Institut für Sprachwissenschaft.

Die neuen Medien haben einen großen Einfluss. SMS-Botschaften werden eingesetzt, um sich selbst darzustellen und um Freundschaften zu pflegen. „Sie sind unglaublich höflich. Trotz der Kürze fehlt nie eine Begrüßung oder ein Abschiedsgruß“, stellt die Jugendforscherin Ingrid Kromer dazu fest. Einen Sprachverfall sieht sie nicht. „Es geht nicht um richtig oder falsch, sondern nur um die Botschaft. Sie verlernen dadurch ganz si-

cher nicht die Rechtschreibung, die deutsche Sprache.“

Als wichtigste Funktion von Jugendsprache bezeichnet Florian Menz die Abgrenzung. „Wie jeder Jargon dient auch die Jugendsprache dazu, sich von anderen Gruppierungen der Gesellschaft zu unterscheiden.“ Für Ehmann steht der Protestaspekt als Gegenpol zu sprachlichen und gesellschaftlichen Normen eindeutig im Vordergrund. Der Aspekt der Glaubwürdigkeit besagt, dass Sprache authentisch klingen, passen muss. Deshalb misslingen sprachliche Anbiederungsversuche von Erwachsenen.

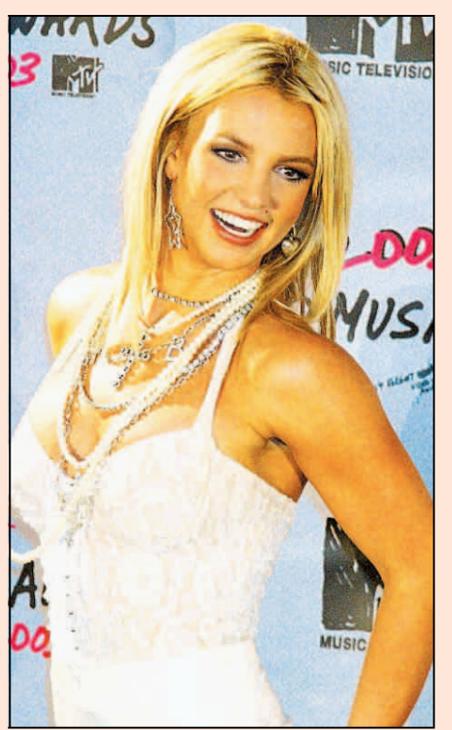
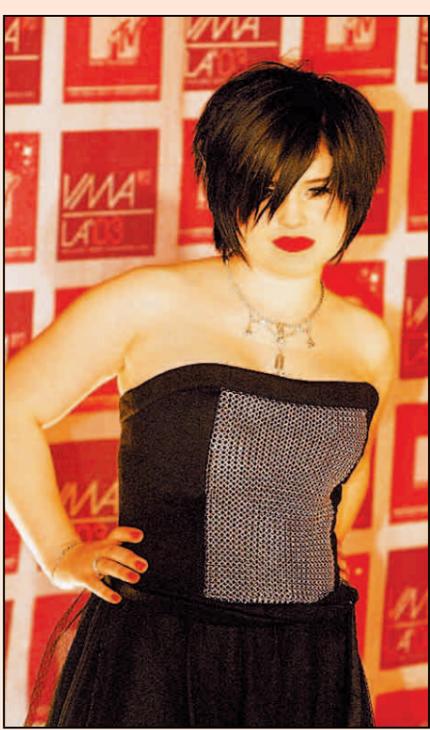
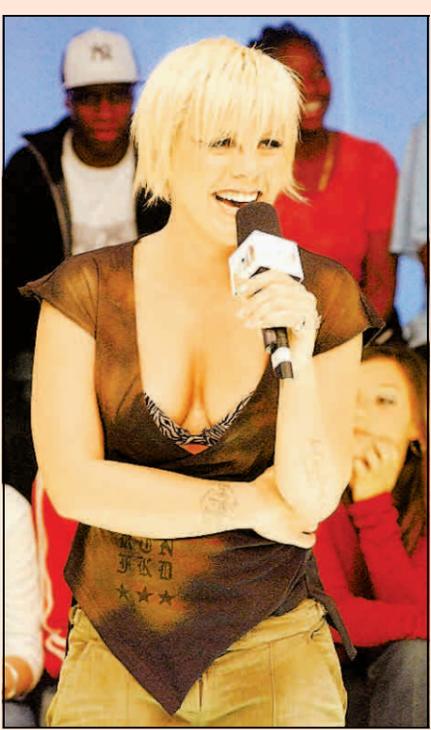
## TIPPS

[www.musicdownload.aon.at](http://www.musicdownload.aon.at)  
[www.napster.com](http://www.napster.com)  
[www.edonkey2000.com/](http://www.edonkey2000.com/)  
[www.winmx.com](http://www.winmx.com)  
[www.morpheus.com](http://www.morpheus.com)  
[www.slsk.org/](http://www.slsk.org/)  
[www-kazaa.com](http://www-kazaa.com)

[www.jugendkultur.at](http://www.jugendkultur.at)  
[www.jugendvertretung.at](http://www.jugendvertretung.at)  
[www.oeij.at](http://www.oeij.at)  
[www.jugendzentren.at](http://www.jugendzentren.at)

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/Jugend](http://derStandard.at/Jugend)

**MORGEN:**  
Pop und Mode – welche Marken gekauft werden



Was die Stars anziehen, ist auch für die zumeist jugendlichen Fans relevant – erst recht, wenn der Auftritt bei einem der Musiksender ausgestrahlt wird, wie hier bei den Music-Awards auf MTV. Gut im Bild von links nach rechts: Pink in Blond, Kelly Osbourne in Schwarz, Madonna und Christina Aguilera im kessen Duett und Britney Spears in Weiß. Fotos: EPA (3), Reuters

# Aus den richtigen Turnpatschen kippen

Die Platzierung einer Marke in der richtigen Szene zur richtigen Zeit entscheidet darüber, ob Schuhe, Pullis oder Hosen bei Jugendlichen als cool oder peinlich gelten. Doch wie genau diese Mechanismen funktionieren, wissen die Marketingexperten selbst nicht immer.

Thomas Rottenberg

Wien – Wenn schon lügen, dann ordentlich. Und die beste Lüge ist die, von der nicht einmal der Lügner weiß. Deshalb kann sich Manfred Zentner das Schmunzeln nicht verkneifen, wenn er erklärt, dass „nur 20 Prozent der Jugendlichen ehrlich sind“. Denn, so der Jugendforscher von der Trendforschungsagentur T-Factory, nur jeder fünfte Jugendliche stehe dazu, beim Modekauf markenbewusst zu kaufen. Schließlich vergesse fast jeder die wichtigste Frage: „Was ist eigentlich keine Marke?“ Sogar als kritischer oder gar den Markenwahn ablehnender Konsument, erläutert Zentner, „muss ich sehr bewusst darauf achten, das Richtige zu kaufen“.

Die richtige Marke – also auch die richtige Nichtmarke, zumindest aber nicht die falsche Marke – am Körper zu tra-



Jugend in Österreich

gen sei für die Definition jugendlicher Identität, die Festlegung, ob und wo man dazugehört oder wo man auf keinen Fall dabei sein wolle, von immanenter Bedeutung. Kein Wunder also, dass internationale Markenartikel viel Geld und Hirnschmalz investieren, ihre Produkte so zu positionieren, dass sie auch angenommen und getragen werden.

Stars, die mit der „richtigen“ Marke ausgestattet werden, sind da nur ein Puzzel-

stein im Markenplatzierungsspiel. Denn: Wie das Trendsetten genau geht und warum manche Dinge funktionieren und andere gnadenlos floppen, gibt Marktforschern immer noch Rätsel auf. Zentner: „Wenn wir Trendsetter und Early Adopters befragen, wissen wir, was das nächste große Mainstreamding sein wird. Über das Warum können wir nur Mutmaßungen anstellen.“

Als etwa der Turnschuhhersteller Puma – derzeit in Sneakerfragen das angesagteste Label überhaupt – vor einiger Zeit versuchte, über den Rapper Puff Daddy in der Hip-Hop-Szene Fuß zu fassen, scheiterte das Unterfangen jämmerlich. Als allerdings DJs und Opinionleader der um einiges kleineren Drum&Bass-Szene begannen, Puma-Patschen (vor allem im Retro-Design) anzuziehen, ging das Ding auf wie Germteig. Und wer einen trendbewussten 15-Jährigen heute beim Schuhkauf am Puma-Regal vorbeilotsen will, kann dem Jugendlichen auch gleich anbieten, in Zukunft mit Birkenstock-Schlappfen aufzutreten.

Studien können, müssen aber nicht helfen: Nach einer vom Sportartikelkonzern Nike im Frühjahr 2003 veröffentlichten Studie des Wiener Telemark-Marketing-Institutes, in der gefragt wurde, welche Marke derzeit die coolste überhaupt sei, rangiert der Swoosh mit 6,8 Prozent deutlich vor Levis (6,5 Prozent), Diesel und Puma (je 3,7 Prozent) und Adidas (3,4 Prozent). Bei Turnschuhen führt Nike demnach souverän (45,7 Prozent) vor Adidas (43,7 Prozent) und Puma (acht Prozent).

## Kopf-an-Kopf-Rennen

Nicht ganz, aber in den wesentlichen Details doch anders sieht das die von Zentners T-Factory regelmäßig durchgeführte „Trendscout“-Erhebung unter 900 Jugendlichen: Auch dort führt Nike unter den angesagten Marken, vor Adidas und Puma (siehe Grafik). Geht es um die tatsächliche Nutzung, sieht die Sache anders aus: Nike und Adidas liefern sich hier ein Kopf-an-Kopf-Rennen, verlieren aber Terrain. Puma liegt zwar dahinter, legt aber im Vergleich zum Vorjahr zu.

Dass alles Geld und zielgerichtetes Marketing nichts nutzen, eine Marke zu platzieren, erklärt Zentner gerne am Beispiel von Tommy Hilfiger: Dem ursprünglich für die wei-

ße Golfplatz-Mittelschicht Mode produzierenden Modemacher passte es nämlich gar nicht ins weltanschauliche Konzept, als schwarze Gettokids mit Hilfiger-Klamotten zuerst in Klubs und dann in Videos auftauchten. Der Ärger verflog aber, als der Firmenchef sah, was dann passierte: Die junge (weiße) Mittelschicht folgte brav und in nie für möglich geglaubten Scharen den Vorgaben der Trendsetter aus den (schwarzen) Gettos. Dass seine Mode so gut wie nie ihren Weg auf Yachten oder Golfplätze findet, verschmerzt Hilfiger mittlerweile locker. Außerdem ist er in allerbesten Gesellschaft: Wer einen Jugendlichen fragt, für welche Sportart er denn seine neuen Puma-Böck verwenden will, wird höchstgradiges Unverständnis ernten.

## Was gekauft wird

H&M	67 %
Adidas	50 %
Nike	48 %
Levis	43 %
Puma	41 %
Esprit	32 %
Zara	30 %
Divided	29 %
Diesel	26 %
Mango	25 %
C&A	22 %
Gap	22 %
Miss Sixty	21 %
Calvin Klein	21 %
Bennetton	21 %

Quelle: Timescout; Foto: APA

## Was angesagt ist

Nike	63 %
Adidas	61 %
Puma	59 %
Miss Sixty	59 %
Levis	57 %
Calvin Klein	56 %
H&M	55 %
Diesel	54 %
Hilfiger	52 %
Boss	51 %



DER STANDARD

## Das Gegenteil von Verkleiden

Viva-Chefeinkleider Ralf Geerken über die Schnelligkeit von Trends



Köln/Wien – Ganz genau, gibt Ralf Geerken zu, wisse er eigentlich auch nicht, wie das funktioniert. Ob jetzt zuerst der Trend auf der Straße und in den Klubs zu erkennen sei und erst dann in die diversen Magazine und TV-Sender hüpfte, oder ob es doch umgekehrt laufe, könne er auch nach zehn Jahren als Chefeinkleider beim Popsender Viva nicht sagen.

Im Gegenteil, so der Mitdreißiger, werde es immer schwerer, Trends vorherzusehen, rechtzeitig einzufangen und dabei auch noch glaubwürdig zu bleiben: „Es ist heute nicht mehr so leicht, den Leuten Appetit zu machen wie noch vor ein paar Jahren“, sagt der „Teamleiter Face & Style“ des Clipsenders. „Fashion und Music sind ein Flow. Was man da vor allem braucht, ist eine subtile Wahrnehmung für Kleinigkeiten.“

Es liegt an Leuten wie Geerken, wenn TV-Moderatoren optisch und styletechnisch gut und glaubwürdig aus dem Schirm steigen. Und mag es bei irgendeinem TV-Magazin noch durchgehen, wenn die Sprechpuppe – je nach Zielgruppe – die falschen Turnschuhe zum richtigen Shirt trägt, wäre das bei einem Popsender unverzeihlich: Die Credibility eines TV-Popanchors hängt nicht zuletzt davon ab, wie authentisch er oder sie wirkt. Ein Job für Profis – und nichts, wo man Zufällen zu viel Spielraum lassen dürfte.

Videoclips, Videoclips und nochmals Videoclips, dazu das gängige Dutzend interna-

tionaler Lifestyle-Gazetten und regelmäßige Besuche auf Mode- und Sportmessen seien wesentliche Teile des Einmal-eins seines Teams. Aber auch Klubbesuche, Fachwissen in Mode-, Kunst- und Filmgeschichte und Experimentierfreude „mit dem Gefühl dafür, was geht“, sei Voraussetzung, um zu wissen, was der Stand der modischen Dinge ist – und sein wird.

## Bruce Lee bei Madonna

„Wenn Clips Anleihen aus Karate-B-Movies nehmen, müssen wir wissen, wer da was ist. Und auch, was da noch kommen könnte.“ Wenn Madonna Bruce Lee auf der Brust trägt, wäre es zu spät, mit der Suche zu beginnen.

Die Frage, ob ein teeniemassenkompatibler Moderator trendtechnisch eher „mittendrin“ oder „ganz weit vorn“ dabei sein sollte, sei eine der schwierigsten überhaupt. Nicht nur, weil ein Moderator, der schon den übernächsten Trend präsentiert, in modischen Codes kommuniziert, denen das Publikum (noch) nicht folgen kann.

Denn TV-Styling ist „Naturaliensponsoring im klassischen Sinn“, erklärt Geerken:

Die Händler, egal ob große Kette oder aus dem eigenen Wohnzimmer agierender T-Shirt-Drucker, stellen dem Sender textile Kontingente zur Verfügung. Trägt ein Moderator dann den Turnschuh X, tut der Handel gut daran, die Schuhe ziemlich zeitgleich im Sortiment zu haben. „Wir wissen vom Feedback der Seher, dass die Aufmerksamkeit da sehr hoch ist.“

Der Sender, erklärt Geerken, arbeite auf regelmäßiger Basis mit 40 bis 50 Marken und Firmen zusammen. Teils gehe man auf die Firmen zu, teils träten die Brands an den Sender heran. Es sei dann Sache seines Departements, aus dem Textilberg Mischungen zusammenzustellen, die nicht nur dem Typ des Moderators („Einkleiden ist das Gegenteil von Verkleiden“), dem Charakter der Sendung („Hip Hop ist was anderes als Metall“) und dem Sendeplatz entsprechen, sondern auch „realistisch“ sind: „Wir versuchen, unsere Moderatoren so anzuziehen, wie sich auch die Kids kleiden. Also zwei, drei Markenartikel und der Rest kann dann durchaus von H&M sein.“ Denn zu aufwändig gestylte Moderatoren wären unglaubwürdig – ungefähr so wie ein perfektes Styling: „Wichtig ist, dass die Moderatoren normal rüberkommen. Da dürfen sie gar nicht so perfekt aussehen, wie Models in Hochglanzmagazinen. Das müssen immer noch Menschen sein, ganz real. Sonst glaubt man ihnen auch die Mode nicht.“ (rott)

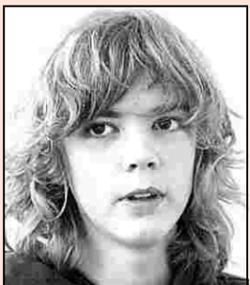


Gegen Marken: Emeli, 16, Modeschule in der Herbststraße. F.: Cremer

## Kaufe nicht nach Marke

Man steckt die Leute so und so schon nach ihrem Aussehen und ihrer Kleidung genug in Schublade. Ich kaufe meine Kleidung nicht danach, ob es eine Marke ist. Mir geht es darum, ob mir der Schnitt gefällt oder die Farbe. Meinen Burton-Rucksack habe ich, weil die Qualität stimmt.

Wobei Marken manches Mal unumgänglich sind, zum Beispiel wenn man Sport betreibt und Snowboarden geht. Viele kaufen sich auch Markenprodukte, weil sie zeigen wollen, dass sie mehr Geld als andere haben.



Martin, 13, vom BRG 19 steht auf gute Markenware. Foto: Cremer

## Trage gerne Fred Perry

Ich kaufe Marken nicht – wenn, lasse ich sie mir schenken, vor allem weil sie so teuer sind. Bei T-Shirts ist es eher egal, aber bei Pullovern und Polohemden gibt es schon große Unterschiede in der Qualität. Die Naht – nur als Beispiel – verfuselt nicht so leicht.

Ich trage gerne Fred Perry-Polos, auch weil mir das Logo sehr gefällt. Was ich nicht mag, sind Sachen, auf denen das Emblem viel zu groß drauf ist. In der Schule kaufen viele immer die neueste Mode, ich suche lieber nach Sachen, die mir gefallen.

MORGEN:  
Welche Mode Jugendliche einkaufen und tragen



Irene, 15, Schülerin: „Sonst kaufe ich nur bei H&M, aber ich habe einen Zara-Gutschein geschenkt bekommen. Viel habe ich dort aber nicht gefunden: ein Top. Und Socken für zehn Euro – so teure Socken würde ich sonst nie kaufen.“



Angelo, 17, Orgelbauer: „Meine Timberlands kosten beim Footlocker 120 Euro. Sie sind übrigens die gleichen, die auch Thomas gerade trägt.“  
Thomas, 15, Lehrling: „Für die Diesel-Hose habe ich bei Bernhart 90 Euro bezahlt. Sonst trage ich vor allem H&M, aber manchmal ist es wichtig, wirklich coole Sachen dazu zu tragen. Diesel zum Beispiel.“



Teil 7

Jugend in Österreich

## Empirie des Sackerls

Ein Blick in die Modeeinkaufstaschen von Jugendlichen

Ulli Koscher (Fotos)  
Thomas Rottenberg

Wien – Manchmal braucht man keine Studie. Aber das merkt man erst, wenn die Stu-

dien längst gelesen ist. Dabei würde ein Nachmittag auf der Mariahilfer Straße genügen: „Was hast du dir gerade gekauft?“, fragte der STANDARD ebendort. Und schon vor der

Beschau des Inhalts bestätigte der bloße Blick auf die Sackerln eines: In Sachen Textilkauft regiert H&M. Unangefochten.

Einen Kleiderkasten ohne H&M kann sich kein jugendlicher vorstellen. Kein Wunder: Als der schwedische Konzern 1994 über Österreich kam, waren die Teenager von heute im Volksschulalter – und die Uniformen des Alltags wurden noch von den Eltern gekauft.

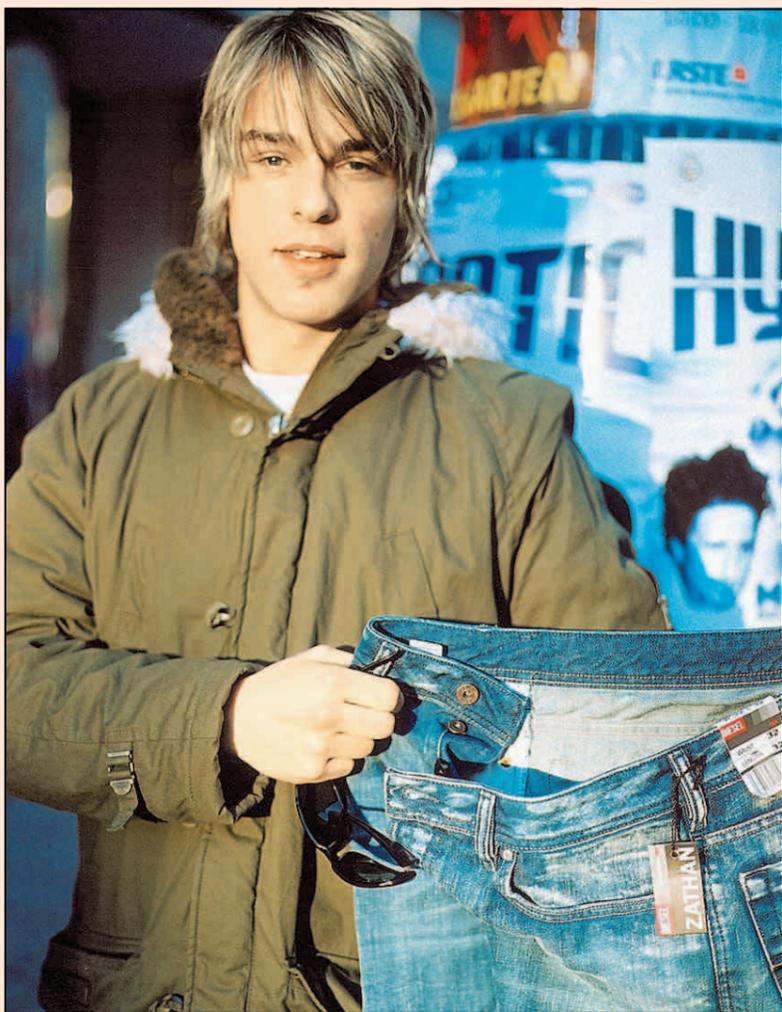
Das weiße Sackerl mit der roten Schrift ist heute das demokratische Modefundament. Textile Grundversorgung. Erst das, was an weiteren Beutesäcken dazukommt, gibt Aufschluss darüber, in welcher Einkommens-, Ausbildungs- oder Jugendkulturschicht sich der oder die Sackerlträgerin im Alltag bewegt: Testimonial-Beutel von mittelteuren Ketten (Zara, Jones, Mango, Springfield), Flagshipstores (Nike, Benetton, Diesel), Schuhläden (Footlocker) oder mit Designerzeug bestückte Geschäfte (Gil, Bernhart) verraten – vor allem in Kombination miteinander – meist mehr über Geschmack und modische Affinität des Publikums, als dieses von sich aus erzählen würden.

Und auch welche Beutel man nicht zeigt, sagt einiges aus. Über das Image mancher der Handelshäuser: Peek&Cloppenburg-Tragtaschen sieht man – trotz einschlägiger Angebote – kaum in jugendlichen Händen. Und C&A-Sackerln werden meist schnell im Rucksack verstaut. Oder in einem anderen Sackerl.

Matthias, 22, selbstständig: „160 Euro für die Jeans von Diesel sind sicher viel Geld. Aber darum geht es nicht. Man macht eben mit, was die Mode vorgibt. Und mir geht es um den Spaß, nicht ums Geld.“ (nicht im Bild: Matthias' Freundin, 19: „Ich bin noch Studentin. Da kann ich mir was anderes als H&M zurzeit nicht leisten.“)



Clarissa (links) und Karin, beide 20, beide Studentinnen: „Den Rock haben wir gerade bei Mango gefunden. 42 Euro sind dafür zwar eigentlich viel zu viel – aber es musste einfach sein. Auch wenn es unvernünftig ist.“



Christine, 15, Schülerin: „Mein Nietenarmband hat 15 Euro gekostet. Als Punk bin ich komische Blicke gewohnt.“ Phillip, 17, Lehrling: „Das Shirt hat 19 Euro gekostet. Was wir anziehen, ist wichtig, weil es unsere Einstellung zeigt.“



Katharina, Ines und Claudia (v. re.), 20, Studentinnen: „Wir wollten Halloweenkostüme kaufen, haben aber bei Esprit Jeans und Pullis gefunden. Designer sind uns zu teuer – am schönsten sind aber die Blumen, die bei einem Shop gerade verteilt werden.“

MONTAG:

Politisches Engagement  
in der Schule  
Jugendliche ohne Arbeit  
und wo es noch Jobs gibt

IHRE Gesundheitsinfo  
www.gesundesleben.at



Ernährungs-Hotline

0810-810 227

(Ortsstarif, Mo-Fr 9-15h)

FONDS GESUNDES ÖSTERREICH

# Für Ideale nicht über Leichen gehen

**Jugendliche wenden sich immer mehr Organisationen abseits der politischen Institutionen zu. Doch mangelt es weder an der Bereitschaft, sich zu engagieren, noch an politischem Interesse. Was fehlt, sind Partizipationsmöglichkeiten.**

Louise Beltzung  
Isabella Hager

„Ich bin gegen viele verschlossene Türen gerannt, habe aber auch viele aufgemacht“, erzählt Gregor Schütze über seine Erfahrungen als Bundessprecher der Schülerunion. Obwohl sich, laut der österreichischen Jugendwertestudie 2000, nur elf Prozent der Jugend „sehr stark“ für Politik interessieren, stehen Jugendliche Gesellschaftspolitik nicht gleichgültig gegenüber.

Dass das Interesse und Engagement seit zehn Jahren stagniert, geht aus dem „Jugendradar 2003“, dem „vierten Bericht zur Lage der Jugend in Österreich“ hervor. Politischen Institutionen wird zunehmend misstraut und engagierte Jugendliche wenden sich in erster Linie Organisationen abseits der Politik zu.



Jugend in Österreich

Elisabeth (17) bestätigt das: „Politiker sind für mich uninteressant weil sie unglaublich unwürdig sind. Schülerorganisationen sind aber wichtig, weil sie etwas verändern können.“

Im Bereich Schule besteht zwischen der SP-nahen Schülerorganisation AKS (Aktion kritischer Schüler) und der VP-nahen Schülerunion nicht besonders viel Handlungsspielraum. In Zukunft soll es

aber auch eine FP-nahe Schülerorganisation geben, verspricht Michael Klug, Bundesschülervertreter vom RFJ (Ring freiheitlicher Jugend).

Themenschwerpunkte der AKS liegen oft weit von schulspezifischen Anliegen entfernt. So kämpft sie etwa für eine gerechtere Globalisierung, gegen Rassismus oder setzen sich für Gleichberechtigung ein. Die Schülerunion hingegen beschränkt sich auf bildungspolitische Themen, wie etwa das Programm der Ganztagschule, gegen die sie sich einsetzt.

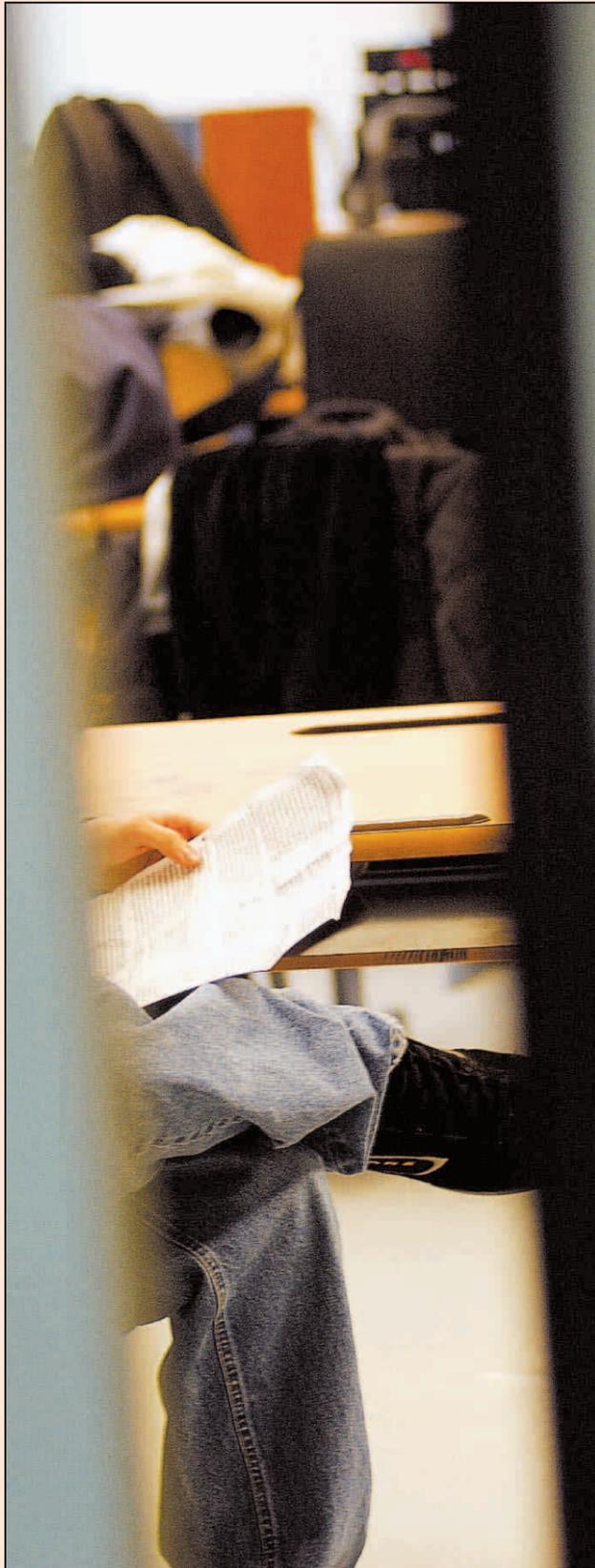
## Linksruck an Schulen

Seit der letzten Bundesschülervertretungswahl im September stellt die AKS erstmals mit einer Zweidrittelmehrheit das gesamte Bundesschülervertretungspräsidium. „Man kann ganz klar von einem Linksruck sprechen, weil unter uns Jugendlichen auch das soziale Bewusstsein gestiegen ist und die Jugendlichen immer offener werden“, meint Laurin (17). Laut Klug könne von einem Linksruck keine Rede sein. Der Sieg der AKS ist für ihn ein Zeichen,

dass „die Schülerunion das letzte Jahr verschlafen hat“. Sie hätte es verabsäumt, „ihre eigenen Leute wachzuhalten“.

Momentan steht der Bundesschülervertretung das Recht zu, Gesetzesbeschlüsse anzuhören und Gesetzesvorlagen einzubringen. Doch auch dies biete Schülern nicht genug Partizipationsmöglichkeit, beklagt sich Schütze: „Die Schülermeinung muss noch viel mehr Gehör finden und einbezogen werden.“

An Motivation fehle es jedenfalls nicht. Denn: „Jugendliche wollen ihren Standpunkt einbringen. Jeder muss seinen eigenen Weg finden, seine Forderungen umzusetzen. Politischer Hickhack, der auf ideologischen Grundsätzen beruht, ist unnötig“, meint Schütze. Für ihn sei seine Linie immer klar gewesen: „Nicht mit dem Kopf durch die Wand.“ Gleicher Meinung ist Schülerin Lydia (18): „Jugendliche haben natürlich nach wie vor ihre Ideale. Allerdings sind sie nicht mehr bereit, dafür über Leichen zu gehen.“ Für andere, wie Bundesschulsprecherin Romana Brait, bleibt Engagement ein Kampf.



Jugendliche halten von politischen Organisationen wenig. Aktiv sind sie in schulischen Interessenvertretungen. Foto: Corn

## „Engagement ist ein Kampf“

**„Jugendliche müssen ihre Stimme erheben, um gehört zu werden“, meint Bundesschulsprecherin Romana Brait gegenüber dem SCHÜLERSTANDARD. Mit Louise Beltzung und Isabella Hager sprach sie über Engagement, den Linksruck und einen Schulterchluss mit der Schülerunion.**

DER STANDARD: Kann man von einem Linksruck der Jugendlichen sprechen?

**Romana Brait:** Die Jugendlichen sind jedenfalls kritischer geworden. Sie lassen sich nicht mehr alles gefallen und sind bereit, ihre Stimmen zu erheben. Ich sehe auch eine klare Abneigung der Bildungspolitik gegenüber.

STANDARD: Weshalb, konzentriert sich die AKS nicht nur auf schülerspezifische Themen?

**Brait:** Schüler werden nicht nur von der Schule beeinflusst, sondern auch von der Gesellschaft. Man kann beides

nicht voneinander trennen, die Schule bildet schließlich die nächste Gesellschaft aus.

STANDARD: Ist die AKS als eine Schülerorganisation der SPÖ anzusehen?

**Brait:** Das glaube ich nicht. Die AKS hat schließlich einen schulischen Schwerpunkt. Aber wir haben viele gemeinsame Themen mit der Sozialistischen Jugend, SJ, da wir beide linke Jugendorganisationen sind. Wir sind insofern unabhängig, als wir unsere Inhalte selbst bestimmen können. Finanziert werden wir von der SPÖ.

STANDARD: Warum gibt es keinen Schulterchluss mit der Schülerunion?

**Brait:** Die Schülerunion beschränkt sich nur auf Bildungsthemen. Sie unterstützt zwar prinzipiell unsere Forderungen, wie Gleichberechtigung, ist aber nicht bereit, aktiv etwas dafür zu unternehmen. Daran scheitert es leider. Bei Themen wie Schule und Wirtschaft, wo die AKS ganz klar sagt, dass die Schule öffentlich bleiben und vor dem Eingreifen der Wirtschaft geschützt werden muss, spalten sich unsere Wege auch. Da können wir nicht zusammenarbeiten, weil es klare ideologische Grenzen gibt.

STANDARD: Glaubst du, dass ihr etwas bewirken könnt?

**Brait:** Ja, sonst würde ich es nicht machen. Wir müssen gehört werden, denn wir haben Rechte. Man muss sich organi-



„Die Jugendlichen sind kritischer geworden“, meint Romana Brait. Foto: APA

sieren, viele Stimmen werden besser gehört als nur eine.

STANDARD: Was sagst du Schülern, die resigniert haben?

**Brait:** Ich ermutige sie, weiterzukämpfen. Je mehr man sich für etwas einsetzt, umso realistischer wird ein Ziel. Aber Engagement ist bei Jugendlichen ein Kampf.

### ZUR PERSON:

Romana Brait von der Aktion kritischer Schüler (AKS), geb. 1986, besucht das BG Stockerau und ist seit September Bundesschulsprecherin.

MORGEN:  
Jugendsprecher und  
Nachwuchs der Parteien

### TIPPS

#### Die schulischen Interessenvertretungen im Überblick:

[www.schuelerunion.at](http://www.schuelerunion.at)  
[www.aks.at](http://www.aks.at)  
[www.rfj.at](http://www.rfj.at) (Schülerorganisation im Entstehen)

#### Die wichtigsten Links zu Jugendbeschäftigung und Ferienjobs:

[www.ams.or.at/jobroom](http://www.ams.or.at/jobroom)  
[www.akzente.net/ferialjob](http://www.akzente.net/ferialjob)  
[www.aha.or.at/fjb/](http://www.aha.or.at/fjb/)  
[www.infoeck.at/content/jobben/](http://www.infoeck.at/content/jobben/)  
[www.yourrights.at/](http://www.yourrights.at/)

#### Zu Auslandspraktika berät:

[www.ams.or.at/eures/](http://www.ams.or.at/eures/)

#### Alle Beiträge der Serie, Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/jugend](http://derStandard.at/jugend)

## Bewerbung schon jetzt

Wer im kommenden Sommer einen Ferienjob ergattern will, der sollte sich rechtzeitig darum bemühen: Schon jetzt führen viele Unternehmen Listen von Schülern und Studenten, die sich für eine Feriarbeit interessieren. Zu früh anfragen schadet nicht – so bekommt man wenigstens Bescheid, ob und wann es überhaupt eine Chance gibt.

In der Steiermark haben Gemeinden begonnen, leichte Arbeiten für Schüler unter dem Motto „Mein erstes Geld von der Gemeinde“ auszuschreiben. Angeboten werden Ferienjobs oft über den „Buschfunk“, also über persönliches Weitersagen. Weitere Möglichkeiten für Ferienjobs kann man über das Arbeitsservice finden – oder aber auch über die Jobbörsen, die von Jugendberatungsstellen in den Bundesländern eingerichtet werden – heuer waren es allein in Salzburg 1400 bei der Jugendberatung Akzente. (cs)

## Arbeitssuche immer härter

Unqualifizierte chancenlos – aber auch Lernen nutzt nicht immer

Conrad Seidl

Wer jetzt noch keine Lehrstelle hat, hat schlechte Karten: 2414 Angebote an Lehrplätzen wies die Statistik des Arbeitsservice AMS mit Ende Oktober aus, 303 (oder 11,2 Prozent) weniger als vor einem Jahr. Dem standen 5352 vorgemerkte Arbeitslose unter 19 Jahren gegenüber.

Gewerkschaftsjugend-Vorsitzender Jürgen Eder geht davon aus, dass heuer 13.000 Jugendliche eine Lehrstelle suchen, aber nicht finden.

Just als diese Zahlen in der Vorwoche veröffentlicht wurden, kam die nächste Hiobsbotschaft. Wer sich mangels Lehrstelle entschließt, erst einmal weiterzulernen und ein Studium anzugehen, hat deswegen nicht unbedingt bessere Chancen: Auch für Akademiker ist es derzeit schwierig, einen Arbeitsplatz zu finden. Pro Jahr endet für rund 97.000 Jugendliche die Schulpflicht, machen 39.000 die Matura – und der Großteil macht irgendeine Ausbildung weiter. Oft aus Mangel an Alternativen.

Denn in fast allen Unternehmen wurden in den letzten

Jahren die Strukturen „verschlankt“ – dieselbe Arbeit wurde auf weniger Personen verteilt, allfällige Schwankungen im Arbeitsanfall, die früher durch Leerläufe in weniger arbeitsintensiven Zeiten gepuffert wurden, sind weitgehend ausgeschaltet worden. Daher nehmen Unternehmen nicht mehr „auf Vorrat“ Personal auf – die Ausbildung von Lehrlingen für einen möglichen (aber nicht sicheren) späteren Bedarf ist stark eingeschränkt worden. Die Gewerkschaftsjugend, die sich auch als Vertretung der arbeitssuchenden Jugend sieht, fordert daher eine von den Betrieben unabhängige Ausbildungsmöglichkeit, die bis zum Lehrabschluss führen soll.

Was für Absolventen der Pflichtschule gilt, die eine Lehrstelle suchen, gilt in ähnlicher Weise auch für die 7175 als arbeitslos vorgemerkten Akademiker (die allerdings nicht alle frisch vom Studium kommen): Früher hat die öffentliche Hand als Arbeitgeber eine große Rolle gespielt – aber der rigorose Sparkurs der letzten Jahre hat dazu geführt, dass kaum noch neue Akademikerposten ange-

boten werden. Am schlimmsten erwischt es freilich jene, die selbst mit der Pflichtschule Schwierigkeiten hatten.

„Als ich in den Siebzigerjahren begonnen habe, hat es immer noch etwa sieben Prozent jedes Geburtsjahrgangs gegeben, die ohne irgendeine weitere Ausbildung gearbeitet haben – zum Reifenanstecken oder für andere Hilfsarbeiten hat es irgendwie gereicht. Aber diese Jobs gibt es heute kaum mehr“, erinnert sich der Berufsschullehrer Manfred Klopff.

Weil es aber immer weniger Hilfsarbeiterjobs gibt, drücken junge Leute, die momentan (oft entwicklungsbedingt) gar nicht zum Lernen motiviert sind, die Schulbank. Oder drängen in Lehrberufe, von denen sie sich ebenfalls rasch überfordert fühlen.

Dauerlösung ist das keine, sagt Klopff: „Da kommen Leute in die Berufsschule, die die Grundrechnungsarten nicht beherrschen.“ Und die würden dann in eine berufliche Sackgasse geführt – obwohl die Geburtsjahrgänge kleiner werden: „Unternehmen selektieren beinahe von denen, die da sind, die Besten.“



Ingrid, 17, Landesschülervertreterin und Politik-kritisch. Foto: Corn

## Junge sollen mitreden

Ich habe mich schon immer für Politik interessiert, das habe ich aus meinem Elternhaus. Ich war zum ersten Mal mit 14 Klassensprecherin, dann Schulsprecherin. Die haben mich nicht gewählt, weil ich das beliebteste Mädchen war, sondern weil ich mich einsetze und ausdrücken kann. Jetzt bin ich Wiener Landesschülervertreterin. Ich kenne viele Jugendliche, die sich engagieren wollen. Aber die Politik arbeitet über unsere Köpfe hinweg, wir haben oft das Gefühl, was die machen, hat mit uns nichts zu tun.

# „Ewiges Hocharbeiten macht natürlich viel weniger Spaß“

**Studierendenvertreter und NGO-Mitarbeiter sind als Nachwuchspolitiker sehr gefragt. Aber auch in den Jugendparteien kann man sich erste Sporen verdienen. ÖVP und FPÖ setzen verstärkt auf Tradition in der Rekrutierung ihrer Mitarbeiter: die akademischen Männerbünde.**

Peter Mayr  
Karin Moser

Eva Konrads Alltag ist seit einiger Zeit etwas komplizierter geworden. Zwei Tage die Woche ist für die 23-Jährige noch immer Studieren angesagt, die restliche Zeit wird allerdings ihrer neuen Aufgabe gewidmet: Die Tirolerin ist Bundesrätin der Grünen.

Ihr Einstieg ins Politikerleben ist typisch für den Weg, den viele Grünen-Politiker genommen haben. Sie kommt aus der Studentenpolitik. Konrad ist Mitglied der Grünen Alternativen Studierenden (GRAS) und war ÖH-Vorsitzende an der Universität Innsbruck. Dass der Nachwuchs sehr stark aus diesem Bereich kommt, bestätigt auch Bundesgeschäftsführer Franz Floss im STANDARD-Gespräch.

## „69er-Generation“

Er sieht aber auch Potenzial bei den vielen NGO, mit denen man zusammenarbeitet. So kommt beispielsweise Parteivizechefin Eva Glawischnig aus der Umweltorganisation Global 2000. Geht es nach Floss, so wird ab nächstem Jahr besonders um neue Mitglieder geworben. Eine „Generationen- und Jugendkampagne“ für die Anliegen der unter 35-Jährigen, speziell für die „69er-Generation“, wurde Anfang November von Glawischnig gestartet.



Dass man als Jungpolitikerin bei den Grünen besonders gute Chancen hat, erklärt sich Eva Konrad mit der flachen Hierarchie ihrer Parteien. Konrad: „Ewiges Hocharbeiten macht natürlich viel weniger Spaß. Kritische Geister werden so ja auch nicht unbedingt gefördert.“

Bei den Freiheitlichen kann der Einstieg ins Leben eines Jung-Blauen stark vom Wohnort abhängen: Während in Wien viele Junge (Männer) via Burschenschaft zur Partei kommen, nennt Robert Stelzl, Geschäftsführer der Freiheitlichen Akademie, für andere Länder unterschiedliche Zugangstrends. In Kärnten etwa würden „speziell durch die Person Haider“ viele Jugendliche zur FPÖ kommen. Zudem habe dort die Partei einen ganz anderen „Schick“ als in Wien.

Bundesweit kümmert sich der Ring Freiheitlicher Jugend (RFJ) um den Parteienwachstum: Die Vorfeldorganisation unter der Obmannschaft von Johann Gudenus hat zwischen 12.000 und 13.000 Mitglieder. Das Durchschnittsalter beträgt 16 Jahre, „es gibt allerdings auch schon Zwölfjährige beim RFJ“, sagt Gudenus. Sein Ziel ist es, eine Art Korrektiv gegenüber der FPÖ zu sein, wobei der Obmann dennoch das „sehr gute Verhältnis“ betont. FP-nahes Trockentraining bietet zudem die Freiheitliche Akademie mit Fortbildung für alle Altersstufen an. Mitgliedspflicht gibt es dabei keine. Innerhalb der Akademie konstituiert sich das Collegium Scala, ein Programm, welches vor allem von

Studenten und Akademikern genützt wird, als „Kaderschmiede“ der FPÖ.

Ein Blick auf die SP-Führung genügt, um zu wissen, woher der Nachwuchs kommen kann: zum Beispiel aus der Sozialistischen Jugend (SJ). SP-Vorsitzender Alfred Gusenbauer war SJ-Chef, ebenso wie Klubobmann Josef Cap, Bundesgeschäftsführerin Doris Bures engagierte sich ebenfalls in der SJ. 66.000 Mitglieder zählt die SJ, die ihre Eigenständigkeit stets betont.

Auch inhaltlich ist man nicht immer auf Linie. So macht sich der derzeitige SJ-Chef Andreas Kollross für die Abschaffung des Bundesheeres stark. Eine andere Möglichkeit, in die Politik einzutauchen, ist auch hier der Weg über die Studierendenvertretung. Wiens Bürgermeister Michael Häupl kam aus dem Verband Sozialistischer StudentInnen Österreichs (VSSÖ), wie auch Norbert Darabos – heute Bundesgeschäftsführer neben Bures.

## Männerbündler

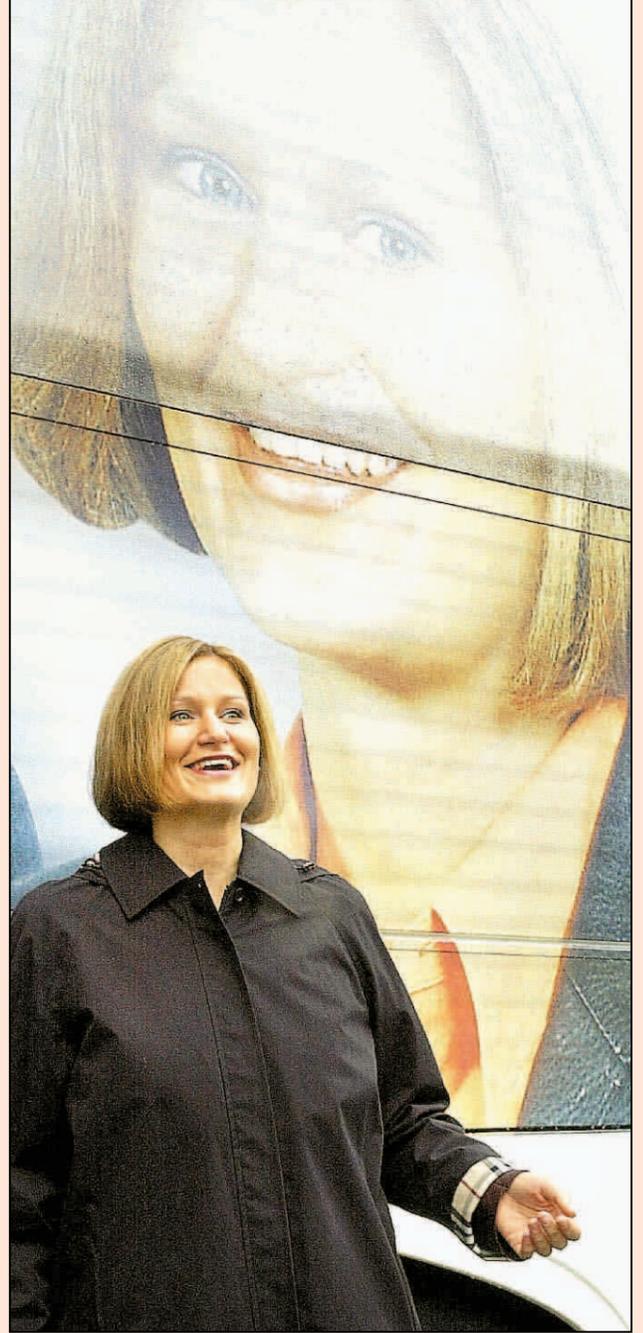
In der ÖVP setzt man wieder auf Altbewährtes: den Cartellverband (CV). Der Männerbund dient immer schon als wichtige Personalreserve. CV und Mittelschülerkartellverband (MKV) zusammengenommen kommt man auf über 30.000 Mitglieder. Da wichtige VP-Politiker farbtragend sind, wie etwa die Landeshauptleute aus Tirol, Oberösterreich und Salzburg, ist es kaum verwunderlich, dass in

ihren Vorzimmern ebenfalls viele Cartellbrüder sitzen – etwa Hans Magenschab (Bajuvaria), Pressesprecher von Bundespräsidenten Thomas Klestil, der auch Mitglied in der gleichen Verbindung ist.

Dabei gäbe es eine eigene Jugendtruppe in der ÖVP. Silvia Fuhrmann ist nicht nur Jugendsprecherin ihrer Partei (siehe unten stehende Geschichte) sondern auch Obfrau der Jungen ÖVP. Ihre Organisation, die JVP, hat rund 100.000 Mitglieder, deren Altersdurchschnitt bei 23,5 Jahren liegt. Die Teilorganisation der Bundespartei versteht sich jedoch nicht als Kaderschmiede zukünftiger „Parteibonzen“, sondern setzt ihren Schwerpunkt im Bereich Persönlichkeitsbildung.

Umfassender die Eigendefinition einer weiteren ÖVP-Vorfeldorganisation: Die Politische Akademie hat sich das Motto „Modern Politics“ auf ihre Fahnen geheftet und versteht sich selbst als Plattform zur Aus- und Weiterbildung sowie zu Reflexion und Diskussion gesellschaftsrelevanter Themen.

Seit kurzem können interessierte Jugendliche auch die neu gegründete „C3-Akademie“ besuchen. Deren Schwerpunkt nach Eigendefinition: Die „Schulung engagierter Jugendlicher im Bereich von Politik und Kommunikation“. Einer der Leiter der Akademie ist VP-Klubmitarbeiter Markus Figl. Er kommt – wie könnte es anders sein – aus dem Cartellverband.



Mit 22 die Jüngste im Nationalrat: Silvia Fuhrmann, Chefin von rund 100.000 Junge-ÖVP-Mitgliedern. Foto: APA

## Streit ums richtige Wahlalter

Die SPÖ will es am Donnerstag wieder einmal versuchen: Sie bringt einen Antrag auf Senkung des Wahlalters auf 16 Jahre im Nationalrat ein. Die Chancen damit durchzukommen, stehen allerdings denkbar schlecht. Denn schon bei der ersten Plenarsitzung Ende September nach der Sommerpause hatten SPÖ und Grüne die Absenkung gefordert.

Vergeblich. Vor allem die ÖVP hat sich bisher immer wieder gegen ein Absenken der Altersgrenze ausgesprochen. Bei den Freiheitlichen ist man auf Gemeindeebene für eine Senkung. Bei allen anderen Wahlen will man jedoch den Status quo beibehalten.

Derzeit können 16-Jährige nur in den Bundesländern Kärnten, Burgenland und Steiermark auf Gemeinderatsebene wählen. In Wien ist die Wahlaltersenkung für die nächsten Wahlen 2006 bereits auf Schiene gebracht.

Etwas gesenkt wurde das Wahlalter für Bundeswahlen aber dennoch: Erster und gleich einstimmiger Nationalratsbeschluss der Parlamentsparteien nach der Sommerpause war eine geänderte Stichtagsregelung für Wahlen, nach der das aktive (18) und auch das passive (bei Bundespräsidentenwahlen 35 Jahre) Wahlalter nicht mehr schon zu Jahresbeginn sondern erst am Wahltag erreicht werden muss. (red)

Durchschnittsalter aller Abgeordneten:	48,7 Jahre
ÖVP	48,5 Jahre
SPÖ	49,5 Jahre
FPÖ	48,1 Jahre
Grüne	45,5 Jahre

Die jüngsten Abgeordneten nach Parteien:
Silvia Fuhrmann geb. 3. Juli 1981 silvia.fuhrmann@oevp.at
Elisabeth Grossmann geb. 25. November 1968 elisabeth.grossmann@westnet.at
Elmar Lichtenegger geb. 25. Mai 1974 elmar.lichtenegger@fpoe.at
Eva Glawischnig geb. 28. Februar 1969 eva.glawischnig@gruene.at

DER STANDARD

## Jugendsprecher, das unbekannte Wesen

Die Jugend hat vier engagierte Vertreter im Parlament – und weiß es vielleicht gar nicht

Petra Stuibner

Eines haben die Jugendsprecher der vier Parlamentsparteien gemeinsam: Sie sind, zumindest in eigener Sache, ehrlich. So geben Silvia Fuhrmann (ÖVP), Gabriele Heinisch-Hosek (SPÖ), Elmar Lichtenegger (FPÖ) und Sabine Mandak (Grüne) einmütig zu, dass sie wohl den meisten Jugendlichen weder namentlich noch „als Gesicht“ bekannt sind. Mandak schätzt, dass „maximal ein Prozent wissen, dass ich die grüne Jugendsprecherin bin“. Heinisch-Hosek sieht das ähnlich. Fuhrmann gibt zu bedenken, dass „nur knapp 50 Prozent überhaupt wissen, wer der Bundeskanzler ist – warum sollten sie also mich kennen?“ Und Lichtenegger merkt an, „dass sie es cool finden, dass ich Sportler bin, aber weniger cool, dass ich auch in der Politik bin“.

Was haben Jugendsprecher eigentlich zu tun? Sie vertreten bei den Nationalratssitzungen, im Familienauschuss und auch sonst bei politischen Anlässen die „Anliegen der Jugend“. Und woher wissen sie, welche Anliegen das sind? Vor allem „durch das persönliche Gespräch“, wie die vier betonen.

Dass „die Jugend“, aber primär natürlich junge Erwachsene, für Parteien ein interessantes Wählerpotenzial darstellen, beweist die Bevölkerungsstatistik: 2,8 Millionen Österreicher, oder 35 Prozent, sind zwischen 0 und 30 Jahre alt; rund eine Million ist zwischen 20 und 30 Jahre alt. Vordergründige Stimmenfang-Interessen weisen die Jugendsprecher freilich weit von sich. Vielmehr wollten sie die Anliegen der Jugend durchsetzen, sagen die Sprecher.

Nicht zufällig meinen sie damit aber auch Themen, die in der eigenen Partei populär sind. Das heißt bei Lichtenegger: „Junge Menschen, die vor wichtigen Lebensentscheidungen stehen, Vorbild zu sein“; bei Heinisch-Hosek „junge Leute mitbestimmen lassen“. Fuhrmann versteht darunter „gute Ausbildung, guter Job, Sicherheit und später dann eine Familie“; und Sabine Mandak will erkannt haben, dass „Zukunftssicherung, Globalisierung und Frieden wichtige Themen sind“. Für die Senkung des Wahlalters sind fast alle – nur Fuhrmann, die Jüngste, ist „skeptisch“. Sie will Jugendliche nicht „zwangsbeglücken“.

Auffällig ist, dass ÖVP und FPÖ bei ihren Jugendsprechern wohl auf den „Faktor Identifikation“ setzen: Mit Lichtenegger vertritt ein Spitzensportler die Interessen der Jugend, der auch schon einmal mit Nacktfotos für Aufsehen sorgte und freimütig zugibt, dass ihn viele Jugendliche „einfach als Sportler gut“ finden. Umso unangenehmer war daher für ihn der jüngst aufgetauchte Dopingverdacht, den er sich mit verunreinigten Nahrungsergänzungsmitteln eingehandelt hat – umso emsiger arbeitet er an seiner Rehabilitation, Stichwort „Vorbildwirkung“.

Auf ein blitzblankes Image noch ohne Brüche kann dagegen Silvia Fuhrmann verweisen. Mit 22 ist sie die jüngste Abgeordnete im Parlament. „Entdeckt“ wurde sie vom ehemaligen JVP-Obmann Werner Amon, der sie auch zu seiner Nachfolgerin machte. Im letzten Wahlkampf stellten sie Wolfgang Schüssels Wahlkampfspezialisten in die erste Reihe, weil alle Umfragen besagten, dass die ÖVP vor allem

bei Jungwählern punkten könne (was dann auch geschah). Silvia Fuhrmann geht sehr pragmatisch an die Politik heran: Sie sagt, sie wolle gar nicht durch aufmüpfiges Benehmen oder unkonventionelle Kleidung auffallen: „Warum soll ich bei wichtigen Verhandlungen nicht ein Kostüm anziehen, wenn ich dadurch mehr

erreiche?“ Auf Jugendevents gehe sie aber „sicher nicht im Businesslook. Es ist komisch genug, wenn mich Leute sehen, die drei Jahre jünger sind als ich.“

Dass sie gesiezt werden, empfinden gestandene Politikerinnen wie Heinisch-Hosek oder Mandak nicht als seltsam. Dass sie wesentlich älter sind als die Klientel, die sie vertreten, stört nicht: „Politische Überzeugungen sind keine Altersfrage“, meint SP-Sprecherin Heinisch-Hosek. „Wichtig ist, dass man sich nicht anbiedert“, so Mandak. Sie kenne sich zwar „nicht gut in der Szene aus, aber das haben mir Jugendliche noch nie übel genommen“.



Domenica, 17, findet nicht alles von der FPÖ blöd. Foto: Corn

## Parlament ein Kindergarten

Ich würde schon gerne wählen können. Leider gleicht das Parlament einem Kindergarten: Die bekriegen sich, schlafen ein, können nicht diskutieren. Es ist doch zum Beispiel nicht so, dass die blaue Partei nur blöde Sachen sagt. Aber das ist verpönt, wenn man das sagt, meinen gleich alle, man ist ein Nazi. Dabei habe ich nichts gegen Ausländer, nur manchmal fühle ich mich bedroht. Ich glaube aber, dass ich die Roten wählen würde – so wie meine Familie. Schwarz eher nicht, obwohl ich Jungschar-Leiterin bin.

**MORGEN:**  
Wie (un)politisch die Jugend ist

## TIPPS

**Parteijugend:**  
[www.junge.oevp.at](http://www.junge.oevp.at)  
[www.sjoe.at](http://www.sjoe.at)  
[www.rfj.at](http://www.rfj.at)  
[www.gaj.at](http://www.gaj.at)

**Studierende:**  
[www.vsstoe.at](http://www.vsstoe.at)  
[www.aktionsgemeinschaft.at/](http://www.aktionsgemeinschaft.at/)  
[www.rfs.at](http://www.rfs.at)  
[www.gras.at](http://www.gras.at)  
[www.ksv.at](http://www.ksv.at)  
[www.fachschaftsliste.at](http://www.fachschaftsliste.at)

**andere Seiten:**  
[www.oegj.at](http://www.oegj.at)  
[www.oecv.at](http://www.oecv.at)

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/Jugend](http://derStandard.at/Jugend)

# „Ich möchte einfach etwas bewegen“

Die „Generation pragmatisch“ interessiert sich kaum für Politik und engagiert sich so wenig, dass Hilfsorganisationen Nachwuchssorgen haben, klagen die einen. Andere kennen nur engagierte Junge – man müsse nur Spannendes bieten.

Eva Linsinger

„Guten Tag, wissen Sie, was in Ihrer Zahnpasta drinnen ist?“ – Die meisten Passanten, die über den Wiener Stephansplatz eilen, wissen es nicht. Viele wollen es gar nicht wissen, lassen Katrin Aiterwegmair mit ihren Broschüren stehen. Davon lässt sich die 18-jährige Schülerin nicht beirren. Sie schiebt ihre Zahnpasta-Aktions-Kleidung – Schlafmantel, Handtuch als Kopfbedeckung – zurecht und stellt ihre Frage dem nächsten.

Wie Katrin wuseln etliche Jugendliche über den Stephansplatz, manche begleitet von einer Riesenzahnpastatube. „Auf Chemie in Kosmetik aufmerksam machen“ wollen sie. Sie, das ist JAG, die erste Greenpeace-Jugendgruppe.

„Ich möchte einfach etwas bewegen“, begründet Katrin ihr Engagement. Umweltsachverständer wie Biodiversität kommen ihr locker über die Lippen, wenn sie über ihre Arbeit bei JAG schwärmt.

Jugendliche, die sich nicht für Politik interessieren? Die kennt Silvia Ehrenreich nicht. Sie kennt nur junge Aktivistinnen wie Katrin – wenig Wunder, Ehrenreich koordiniert bei Greenpeace die Kinder und Jugendgruppen. 350 Kinder-Greenteams gibt es, aus einem „zu alt“ gewordenen Greenteam entstand die erste Jugendgruppe, weitere stehen in den Startlöchern. Dabei, sagt Ehrenreich, „machen wir keine Werbung für die Gruppen, sonst würde ich untergehen.“

Die Gruppen pulsieren – wenn man sie eigenständig arbeiten lässt und nicht bevormundet.“

## Politik im Privaten

Jugendforscher Manfred Zentner glaubt das nicht ganz: „Parteien und Umweltgruppen sagen, dass sie für Junge attraktiv sind und täuschen vor, dass alles toll ist.“ Studien zeichnen ein anderes Bild: Die „Generation pragmatisch“ engagiert sich für Persönliches, nicht für gesellschaftliche Ziele. „Fleiß und Ehrgeiz“ steigen in der Werteskala, „Umwelt“

Mit Schlafmantel und Handtuch zur Zahnpasta-Aktion: Die Jugendgruppe von Greenpeace weist auf Chemie in Kosmetika hin. Weil Engagement einfach wichtig ist, wie Katrin sagt – allen Unkenrufen über die unpolitische Jugend zum Trotz.

Foto: Corn



sackt wie „Soziales“ ab. Nur neun Prozent sind in Gruppierungen aktiv, etablierte Organisationen (also eigentlich alle) werden oft als zu erwachsen abgelehnt.

„Ich war in der Amnesty-Ortsgruppe. Außer mir waren alle über 40 und kannten sich ewig, da habe ich nicht hingepasst“, erzählt die 20-jährige Studentin Susa. Sie und ihr Wohngemeinschaftskollege Peter halten andere Formen

von Engagement für wichtig: „Wir sind politisch beim Einkaufen, EZA-Kaffee etwa. Oder bei der Wahl der Verkehrsmittel und des Urlaubslandes. Es ist auch Engagement, mit einem Schwarzen auf ein Bier zu gehen.“ Frei nach '68 hält Magda (21) das Private für politisch: „Politik ist, wie ich mit Menschen umgehe. Wozu muss ich da wo Mitglied sein?“ Anna (18) war Mitglied, als Landesschulsprecherin bei der AKS (Aktion Kritischer Schüler). Sie hat die Zeit genossen, sagt sie, „auch weil mich die AKS auf Themen wie Feminismus gebracht hat“, aber derzeit will sie „das Imeigenen-Saft-Schmoren bei einer Gruppe nicht“. Später vielleicht wieder, woanders.

Jedes Jahr eine Studie, jedes Jahr Alarm: „Junge interessieren sich nicht für Politik!“ Auch Jugendforscher Manfred Zentner verfasst solche Studien – will aber den Alarm ein wenig relativieren: „Das Interesse Junger an Politik bleibt seit Jahren mit rund zehn Prozent konstant niedrig – im Vergleich zu dem, was Erwachsene sagen. Es ist aber möglich, dass Erwachsene höheres Interesse vorheucheln.“ Oder gehen Erwachsene demonstrieren? Eben, zum Beispiel gegen den Irakkrieg waren vor allem Junge auf der Straße.

Das ändert nichts am Befund Zentners: „Politik ist für Jugendliche einfach nicht greifbar, daher ist das Interesse an Politik am Abnehmen. Das ist auch ein Vermarktungsproblem, weil Jungen zu wenig klar gemacht wird, dass es um ihre Lebenswelt geht.“ Die Gründe dafür sieht Zentner einerseits in einer bewussten Abwendung von der Erwachsenenwelt: „Was bleibt den Jungen denn heute, bei den vielen Berufsjugendlichen, noch übrig, um besonders zu sein?“ Andererseits werden Parteien, soziale oder ökologische Gruppierungen als „zu erwachsene und zu etablierte Faserschmeichler“ abgelehnt, weil man dort ohnehin nichts erreichen könne.

Das sei nicht unveränderbar, Parteien und Organisationen können sehr wohl etwas tun, um Junge für Politik zu interessieren, ist Zentner überzeugt: Erstens müsse man „klar und verständlich“ zei-

gen, um welche Themen es geht und welche Folgen diese für Junge haben. Der nächste Schritt sei, zu verdeutlichen, dass man mitmachen könne, ohne Mitglied zu werden: „Man muss völlig neue kurzfristige Beteiligungen zulassen.“ Der dritte (und schwierige) Schritt sei, Ergebnisse rasch umzusetzen.

So könne man wieder Interesse für Politik wecken – wobei das wieder relativ sei: „Die 68er-Generation gilt als politisch, dabei waren damals nie mehr als drei Prozent der Jungen auf der Straße. Jetzt sind aber etliche davon Politiker. Von den wenigen Prozent, die heute bei Attac sind, werden auch einige Karriere machen. Wenn dann im Jahr 2030 der erste Minister, der bei Attac war, angelobt wird, wird man der Jugend von 2030 vorwerfen – die tolle Jugend von 2003 mit ihrer Attac-Bewegung, die war halt noch politisch.“ (eli)

Thomas, 17, engagiert sich für Menschenrechte.

Foto: Corn

## Der erste Attac-Minister relativiert alles

Jugendforscher Zentner will Befunde über „unpolitische Jugend“ nicht überbewerten

Das ist auch ein Vermarktungsproblem, weil Jungen zu wenig klar gemacht wird, dass es um ihre Lebenswelt geht.“ Die Gründe dafür sieht Zentner einerseits in einer bewussten Abwendung von der Erwachsenenwelt: „Was bleibt den Jungen denn heute, bei den vielen Berufsjugendlichen, noch übrig, um besonders zu sein?“ Andererseits werden Parteien, soziale oder ökologische Gruppierungen als „zu erwachsene und zu etablierte Faserschmeichler“ abgelehnt, weil man dort ohnehin nichts erreichen könne.

Das sei nicht unveränderbar, Parteien und Organisationen können sehr wohl etwas tun, um Junge für Politik zu interessieren, ist Zentner überzeugt: Erstens müsse man „klar und verständlich“ zei-

gen, um welche Themen es geht und welche Folgen diese für Junge haben. Der nächste Schritt sei, zu verdeutlichen, dass man mitmachen könne, ohne Mitglied zu werden: „Man muss völlig neue kurzfristige Beteiligungen zulassen.“ Der dritte (und schwierige) Schritt sei, Ergebnisse rasch umzusetzen.

## Nachwuchsprobleme

Das spürt auch das Rote Kreuz. „Wir haben Sorgen wegen unseres Nachwuchsproblems, vor allem im städtischen Bereich ist es immer

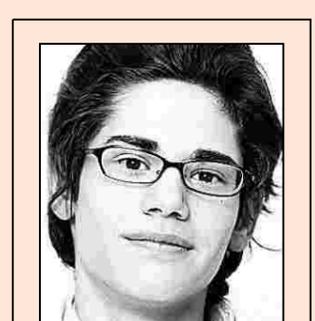
schwieriger, junge Freiwillige zu finden“, beklagt Generalsekretär Wolfgang Kopetzky den Wertewandel: „Früher war es selbstverständlich, sich zu engagieren. Heute müssen sich Organisationen bemühen, Engagierte zu finden.“ Daher hat das Rote Kreuz seit kurzem eine eigene Jugendservicestelle. Die Tierschützer von Vier Pfoten haben Vier Pfötchen und so weiter – und alle hoffen, so Junge anzuziehen.

Thomas, 17, engagiert sich für Menschenrechte.

Foto: Corn

schwieriger, junge Freiwillige zu finden“, beklagt Generalsekretär Wolfgang Kopetzky den Wertewandel: „Früher war es selbstverständlich, sich zu engagieren. Heute müssen sich Organisationen bemühen, Engagierte zu finden.“ Daher hat das Rote Kreuz seit kurzem eine eigene Jugendservicestelle. Die Tierschützer von Vier Pfoten haben Vier Pfötchen und so weiter – und alle hoffen, so Junge anzuziehen.

Thomas, 17, engagiert sich für Menschenrechte.



Thomas, 17, engagiert sich für Menschenrechte. Foto: Corn

## Nazis regen mich total auf

In meiner Familie war Politik immer schon ein Thema. Meine Eltern sind eher links-grün orientiert. Ich bin schon als kleines Kind beim Fackelzug gegen Rassismus mitgegangen. Mit 13 war ich selbst auf meiner ersten Demo, auch gegen Rassismus. Das betrifft mich total, wenn Menschenrechte verletzt werden, und Nazis regen mich total auf. Ich find's blöd, wenn Leute bei Schülerdemos nur mitgehen, weil sie dann frei haben. Es ist Blödsinn, dass Junge unpolitisch sind. Leider wird kaum über Politik geredet.

## Die rechte Szene ist im Westen attraktiv

Provokation als Motiv für Skinheads, rege Kontakte mit Deutschland

Nein, er wolle nicht einzelne Schultypen diskreditieren, sagt Wolfgang Neugebauer, Leiter des Dokumentationsarchivs des Österreichischen Widerstandes. Aber Tatsache sei: „Schüler höherer Schulen, von AHS oder BHS, haben starke demokratisch-antifaschistische Grundhaltungen. An solchen Schulen gibt es viele Projekte zur Aufarbeitung des Nationalsozialismus. Bei Hauptschülern oder an Polytechnischen Lehrgängen stößt rechtes Gedankengut aber auf gewisse Sympathie.“

Das hänge einerseits, analysiert Neugebauer, mit Informationsdefiziten zusammen, da an diesen Schultypen für politische Bildung wenig Zeit

bleibe, andererseits mit latenter Ausländerfeindlichkeit und Lust zur Provokation.

Letzteres Motiv nennt auch der Verfassungsschutzbericht des Innenministeriums als einen Hauptgrund für die seit Jahren konstante Zahl jugendlicher Skinheads. Vor allem in den westlichen Bundesländern ist die Skinheadszene aktiv und lebt auch von regen Kontakten mit Deutschland.

## Einstieg Skin-Musik

Als „Einstiegsdroge“ in die Skinheadszene, sagen die Verfassungsschutzschützer im Innenministerium, fungiere die Subkultur – das Outfit und die Skin-Musik. Auch daher komme Skinhead-Konzerten große

Bedeutung für die Szene zu, einerseits als Musikaustauschbörse, andererseits zum Kontaktaufbau und Informationsaustausch. Einige Hundert, manchmal bis zu 1000 Besucher kommen zu derartigen Konzerten in den Westen, auf denen Lieder wie „Six Million“ gesungen werden. Diese Zahl der Konzertbesucher soll nicht über die Größe der österreichischen Szene täuschen – viele reisten aus Deutschland an. Zu der größten Veranstaltung in Wien, der Demo gegen die Wehrmachtsausstellung auf dem Heldenplatz im Frühjahr, kamen etwa 150 Skins und Rechtsextreme, einer wurde nach dem Verbotsgesetz verurteilt.

Trotz der überschaubaren Größe warnt Neugebauer davor, die „rechte Szene zu unterschätzen“. So bemerkt er etwa „neue Aktivitäten im Burschenschaftsbereich“, zum Beispiel revisionistische Vorträge. Dabei spiele auch der Ring Freiheitlicher Jugend eine Rolle, etwa bei der Kranzniederlegung am Grab des NS-„Fliegerhelden“ Walter Nowotny. Ebenfalls neu in der Szene sei die Vermengung des Feindbildes Israel mit dem Feindbild USA, auffallend etwa in der Debatte um den Irakkrieg. Dieser Punkt, so Neugebauer, sei auch der einzige, in dem sich „rechts- und linksextreme Szene treffen“: „Das ist die neue Gefahr.“ (eli)

**MORGEN:**  
Suche nach Sinn – Woran Jugendliche glauben

## TIPPS

Umweltorganisationen:  
[www.greenpeace.at](http://www.greenpeace.at)  
[www.global2000.at](http://www.global2000.at)  
[www.vier-pfoten.at](http://www.vier-pfoten.at)  
[www.wwf.at](http://www.wwf.at)

Menschenrechts- und Jugendorganisationen:  
[www.sos-mitmensch.at](http://www.sos-mitmensch.at)  
[www.amnesty.at](http://www.amnesty.at)  
[www.zara.or.at](http://www.zara.or.at)  
[www.initiative.minderheiten.at](http://www.initiative.minderheiten.at)  
[www.helpinghands.at](http://www.helpinghands.at)  
[www.rotekreuz.at](http://www.rotekreuz.at)  
[www.caritas.at](http://www.caritas.at)  
[www.oebjr.at](http://www.oebjr.at)  
[www.attac.org](http://www.attac.org)

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derStandard.at/jugend](http://derStandard.at/jugend)

# Das Kreuz mit dem lieben Gott

Seit 1990 hat sich die Zahl der jugendlichen Kirchgänger halbiert. Mit Gott haben sie wenig am Hut, und Religionen werden als Setzkästen angesehen, aus denen man moralische und ethische Versalien zu individuellen Glaubensrichtungen zusammenfügt.

Samo Kobenter  
Peter Mayr

Die Klage über die Gottlosigkeit der Jugend war vermutlich eine der ersten, die auf der Welt je gehört wurden – und ist nachdrücklich dokumentiert: Aus keiner Epoche unserer Zivilisation fehlt es an schriftlichen Belegen, dass die Jugend die alten Götter nicht mehr ehre und überhaupt Anstand und Sitte verloren hätte.

In diese Rubrik des Jammers mag der Wiener Religionswissenschaftler Adolf Holl erst gar nicht hineingreifen. Was er über die Jahre hinweg an jugendlichen beobachtet hat, will er in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext gestellt wissen. Dass Religion und Glauben heute einen geringeren Stellenwert haben, sei evident. Eine besondere Spezialität der Jugend sei das allerdings nicht, meint Holl: „In den wohlhabenden Ländern haben wir ja den Karneval zur Regel gemacht. Die Spaßkultur ist eine solche Geschichte, und mein Eindruck ist, dass wir – solange es ökonomisch noch geht – einen Karnevalsondergleichnis haben. Ein Fest jagt das andere, die Welt als Fest – und in dieser Welt bewegen sich die Jugendlichen natürlich mit Vergnügen. Sie haben ihre Rituale in einer Weise, von der sich das alte Rom nichts hat träumen lassen.“

Die eskapistische Grundtendenz sei dabei ebenso unübersehbar wie die Schwierigkeit der etablierten Kirchen, diese Fluchtbewegung aufzufangen: „Was die Jugendlichen wirklich wollen, ist dem Alltag, der Arbeitsfront und Eintönigkeit zu entfliehen.“

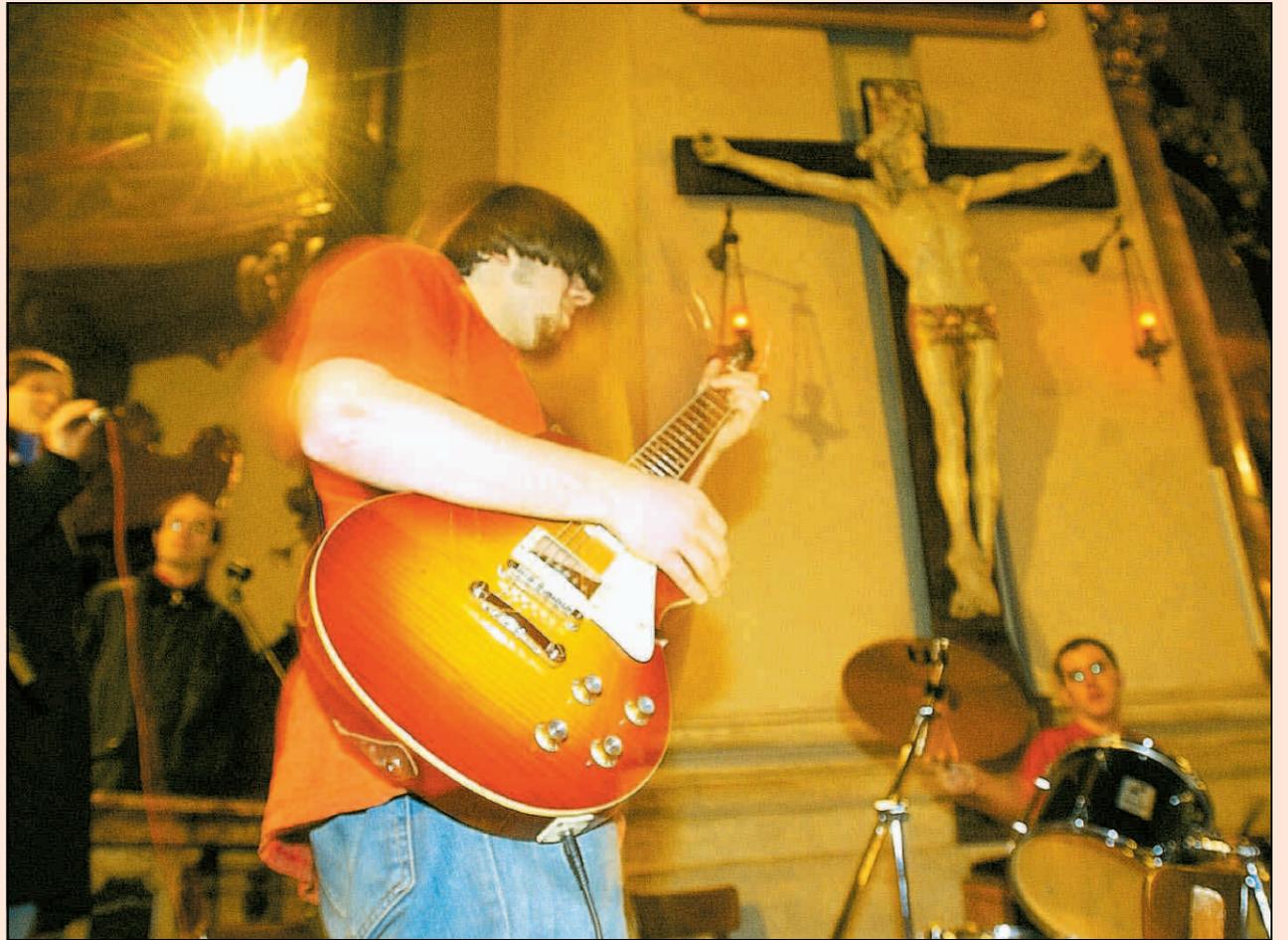
Dass sie einem Muttergottesbild oder einem Gekreuzigten nichts mehr abzugewinnen vermögen, liegt darin, dass sie ein unglaubliches Konkurrenzangebot zur Verfügung haben, in dem sie sich ausleben können, in dem sie eine Respektlosigkeit zelebrieren können, die in der Tat karnevalesk ist. Die haben eine Hetz', unterhalten sich gern, und das werden sie wohl dürfen, weil so lustig ist das Leben ja auch nicht für sie. Also probieren sie, ihren Spaß zu haben, und der hat natürlich mit der ernsthaften, altreligiösen Kultur nichts mehr am Hut.“

## Jugend meidet Kirche

Laut der jüngsten Jugendwertestudie aus dem Jahr 1999/2000 bezeichnen sich 42 Prozent der Jugendlichen in Österreich als „religiöse Menschen“ (1990 waren es noch 51 Prozent). Der Anteil der Jugendlichen, die jeden Sonntag den Gottesdienst besuchen, hat sich von 1990 bis 2000 halbiert. Auch das Bild des christlichen Gottes wird blasser: An die Stelle des Glaubens an einen persönlichen Gott (20 Prozent) tritt die Vorstellung eines unpersönlichen göttlichen Wesens oder eines abstrakten höchsten Prinzips (50 Prozent).

Jugendliche würden sich „ihre spirituelle Welt selbst einrichten“ – seien „Religionskomponisten“, erklärt der Pastoraltheologe Paul Zulehner: „Religiosität ist etwas Eingewobenes in das Grundgefühl des modernen Lebens. Es ist eine Art sanfte Begleitmusik.“

Man orientiere sich an christlichen Traditionsfragen, habe aber durchaus auch „Respekt vor den buddhistischen oder hinduisti-



Gott und Musik statt Gott oder Musik: Dass die Jugend in der Kirche der Glaubensstärkung nachgeht, ist eher eine Ausnahme in der Spaßgesellschaft. Dennoch ist das Bedürfnis nach Orientierung ungebrochen. Foto: Corn



Jugend in Österreich

schen Traditionen“. Religionskomponisten seien durchaus geneigt zu experimentieren und suchen das spirituelle Abenteuer – im Satanismus oder exotischeren Formen der Esoterik. Die traditionelle Kirche werde als Fremdbestimmung abgelehnt – genauso wie politische Parteien.

Chancen für die Institution Kirche sieht er dennoch: Generell gehe die „Institutionenallergie“ langsam zurück, weil die Zahl jener wachse, denen die „hoheinsame Freiheit“ zunehmend riskant erscheine. Zulehner weist auch auf eine soziale Komponente hin, die bei zunehmender Entsolidarisierung an Bedeutung gewinnt: „Die Kirche hat nach wie vor die Konnotation, dass sie einige unverzichtbare Spielregeln des gesellschaftlichen Lebens erhält – wie zum Beispiel Solidarität.“

## Drum prüfe, wer sich bindet

### Beratungsstelle für Sektenfragen hilft Angehörigen wie Betroffenen

Über 600 Anfragen von Betroffenen pro Jahr – Tendenz weiter steigend. Die Beratungsstelle für Sektenfragen ist immer mehr gefragt.

Vor fünf Jahren gegründet und dem Sozialministerium zugeordnet, beraten und informieren die sechs Mitarbeiter über so genannte „Sekten“ und religiöse Gruppen. Jedes Jahr wird Auskunft über 300 Organisationen gegeben. Wobei, so Beratungsstellenleiter German Müller, nicht jede gleich gefährlich ist.

Die Information sei trotzdem wichtig, denn: „Wenn man genauer hinschauen würde, ginge man nicht gleich jeder Idee auf den Leim.“ Man

könnte sie prüfen und hinterfragen, wie hilfreich sie tatsächlich ist. Kritisches Denken, Umgang mit sozialen Gefügen, diskutieren können und mit Frustration umgehen zu lernen, seien einige Grundelemente für einen Schutz vor Sekten. Und das, so Müller, müsse man von Kindheit an lernen: „Prävention beginnt nicht erst im Alter von 14.“

Dass Jugendliche besonders gefährdet sind, sieht Müller nicht: „Die Zielgruppe von Sekten sind eher Erwachsene.“ Junge Menschen seien vor allem dann betroffen, wenn die Eltern konvertieren oder aber in einer Familie aufwachsen, die bereits Anhänger ei-

ner Gruppierung ist. Als Kennzeichen für Strukturen von so genannten „Sekten“ nennt er unter anderem drei Punkte: ein Führer an der Spitze, eine steile Hierarchie, die von den Anhängern kritikal angenommen wird, sowie eine rezeptartige Ideologie, die als einzig gültige Wahrheit präsentiert wird.

Die Beratungsstelle bietet zwar Hilfe für Aussteiger an, wichtigster Faktor in diesem Zusammenhang sei aber das persönliche Umfeld. Müller: „Wichtig ist, den Kontakt zu halten. Anstatt die Gruppe zu kritisieren, sollte man besser nachfragen, denn das Interesse für eine Gruppe ist häufig Ausdruck eines Symptoms – dahinter liegen Bedürfnisse.“

Seit längerem spielt die Esoterik hier eine sehr große Rolle. Das würden auch die vielen Anfragen an die Beratungsstelle beweisen. Eine Untersuchung, die von der Gesellschaft gegen Sekten- und Kultgefahren und der Uni Wien durchgeführt und Mitte des Jahres präsentiert wurde, zeigt diesen Boom auch bei der Jugend. So sind sich 80 Prozent der 2400 befragten Jugendlichen sicher, dass die Sterne ihr Leben beeinflussen. (pm)

## „Auf der Suche nach Raum“

Sinn im Leben finden, Antworten im Glauben: Auch heute noch sei das ein zentrales Anliegen junger Menschen, meint Elmar Walter, Theologe und Diözesansekretär bei der Katholischen Jugend.



STANDARD: Was bedeutet Glauben für die Jugendlichen?

Walter: Glauben ist für Jugendliche etwas sehr Buntes und ist breit gefächert. Dazu gehören unter anderem esoterische Glaubensvorstellungen wie zum Beispiel Glaube an Naturgeister, Kontaktaufnahme mit Toten, Hellsehen, Heilkräfte von Steinen, Astrologie, Telepathie, der Glaube an Reinkarnation und vieles andere mehr. Der christliche Glaube spielt nach wie vor eine Rolle, aber bei weitem nicht mehr in der Bedeutung wie noch vor Jahren.

STANDARD: Unterscheiden die Jugendlichen zwischen Glauben und Religion?

Walter: Ja. Zunehmend haben Jugendliche Probleme mit Institutionen – das betrifft auch die Kirchen. Gleichzeitig steigt die Religiosität. Damit ist sie aber auch schwerer fassbar. Wie religiös oder gläubig sind Jugendliche? Immer wie-

der machen wir die Erfahrung bei unseren Angeboten (zum Beispiel: „link.lose.live“, Orientierungstage, <http://www.katholische-jugend.at>), dass junge Menschen auch heute noch auf der Suche nach Sinn in ihrem Leben sind und Antworten im Glauben suchen.

STANDARD: Mit welchen Problemen kommen Jugendliche zur Ihnen?

Walter: Jugendliche sind auf der Suche nach Raum. Ohne Zwang, ohne Zweck, ohne Leistungsdruck. Wir sehen es als eine unserer Hauptaufgaben, ihnen dieses Raum zu öffnen oder ihnen diese Räume zur Verfügung zu stellen. Das ist im wörtlichen wie im übertragenen Sinn gemeint. Diese Räume ermöglichen Jugendlichen ihre altersgemäßen Probleme zu artikulieren, sie an- und auszusprechen und sich damit zu beschäftigen. Liebe, Sexualität, Partnerschaft sind

genauso Thema wie Freundschaft, Gemeinschaft, soziales Engagement und Schul- und Generationsprobleme.

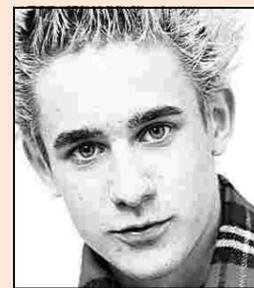
STANDARD: Was erwarten Jugendliche von der Kirche, der Seelsorge?

Walter: Eine lebensnahe Beschäftigung mit ihrer Lebenssituation. Jugendliche wollen ernst genommen sein mit ihren Fragen, Sorgen und auch Ängsten. Wegbegleiter sind gefragt, solche die ausleuchten, Widerstand bieten, da stehen oder weitergehen,

Zeugnis geben oder schweigend zuhören, jung geblieben oder klug geworden sind, menschliche und übermenschliche.

STANDARD: Wie verhält sich das Interesse der Jugendlichen an der Religion? Ist es eher zunehmend oder abnehmend?

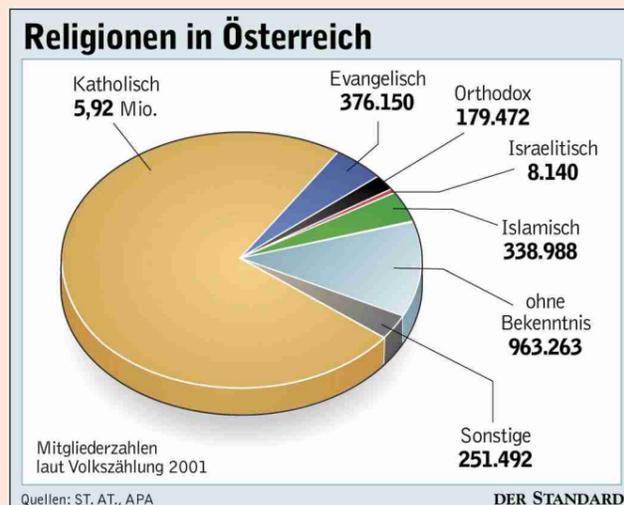
Walter: Das Interesse der Jugendlichen an der Religion (und das betrifft alle) ist nicht abnehmend, zunehmend ist vielmehr der Vertrauensverlust institutionellen Religionen gegenüber.



Lukas ist 16, spielt Rugby, glaubt nicht an Gott. Foto: Corn

### Nicht zum Anfassen

Ich glaube nicht an Gott, weil ich an nichts glauben kann, was man nicht anfassen oder sehen kann. Ich halte nicht viel von der Kirche, aus dem Glauben der Leute Politik zu machen und Profit zu schlagen, ist keine gute Sache. Ich bin zwar katholisch, weil mich meine Eltern als Baby eigentlich genötigt haben – also die haben mich taufen lassen. Aber ich musste nicht zur Firmung, und zum Religionsunterricht muss ich auch nicht mehr. Mit 19 trete ich aus. Meine Freunde sind auch nicht gläubig.



### TIPPS

Bundesstelle für Sektenfragen: Wollzeile 12/2/19, 1010 Wien, (01) 513 04 60, E-Mail: [bundesstelle@sektenfragen.at](mailto:bundesstelle@sektenfragen.at)

Gesellschaft gegen Sekten- und Kultgefahren: Obere Augartenstraße 26–28, 1020 Wien, (01) 332 75 37 [sektinfo@aon.at](mailto:sektinfo@aon.at) <http://sektinfo.org>

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derstandard.at/Jugend](http://derstandard.at/Jugend)

MORGEN:  
Über Schönheitskult und Süchte

# Junge Männer unter Schönheitszwang

Jugendliche investieren viel Zeit in ihr Aussehen – und zunehmend unterliegen auch Burschen dem Zwang zur Ästhetik. Sich von Erwachsenen optisch abzugrenzen wird immer schwieriger. Und fest steht: Wer den Körnernormen nicht entspricht, hat's schwer.

Martina Salomon

Wien – „Puh, das nervt, wenn Erwachsene auf jugendlich machen“, ächzt Jakob (15) in der hippen Abteilung eines Kaufhauses. Tatsächlich: 40- bis 50-Jährige tragen die neuesten Boxerstiefeln in den abgedrehtesten Farben, und unter kurzen Tops glänzt gelegentlich ein kleines Piercing am nicht mehr ganz taufrischen Bauchnabel. „Man macht sich ein bissl lächerlich bei den Jugendlichen, wenn

man sich ihrer Kultur zu sehr anbietet“, weiß Beate Großegger vom Institut für Jugendkulturforschung [jugendkultur.at](http://jugendkultur.at). „Vor allem, wenn man ihren Jargon imitiert.“

Jugendliche verwenden sehr viel Energie für ihr Aussehen. Es gilt als Bereich, in dem man selbst „gestalten“ kann. Selbst plastischen Eingriffen, etwa einer kleineren Nasenoperation, ist man zunehmend weniger abgeneigt. Die Klientel der Schönheitschirurgie wird immer jünger. Wo-

bei auch das männliche Geschlecht neuerdings ästhetischen Zwängen unterworfen ist. Bisher betraf das hauptsächlich Mädchen. Mittlerweile ist es nicht mehr ungewöhnlich, wenn sich 14-jährige Burschen die Haare färben.

Im Rahmen der im Auftrag des Sozialressorts erstellten, aktuellen Jugendstudie sagen rund drei Viertel der weiblichen und die Hälfte der männlichen Befragten, dass sie „sehr viel“ oder „eher viel“ Zeit für die Pflege ihres Körpers aufwenden. Junge Frauen betrachten ihre äußere Erscheinung selbstkritischer als Männer (siehe Grafik).

Modische Vorbilder finden sie in der Populärkultur: Sänger, der Musiksender mtv, Jugendzeitschriften, eventuell auch Starmania. Die Jungen versuchen, optisch einen „individuellen Stilmix“ zu finden. Provozieren ist dabei nicht mehr unbedingt angesagt – und auch schwieriger geworden. Die Generationenkluft ist nicht nur beim Outfit geschrumpft, das Verhältnis ist relativ entspannt.

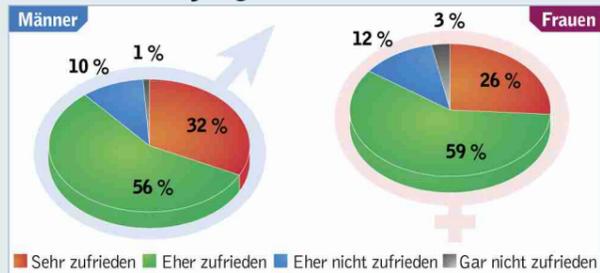
Doch untereinander sind Junge oft gnadenlos, sollte jemand nicht dem gängigen Schönheitsideal entsprechen. „Wenn man so ein pummeliges Buberl ist, hat man es nicht leicht“, sagt Großegger. Innerhalb einer Clique wird man akzeptiert – etwa auch Behinderte –, sagt die Forscherin. Doch das Kennenlernen ist schwierig. „Wahnsinnig offen geht man nicht auf Leute zu, die ein bissl anders sind. Der erste Eindruck zählt.“

Doch die Zahl dieser „anderen“, nämlich Übergewichtigen, nimmt derzeit stark zu,



Aussehen ist wichtig, Provokation nicht unbedingt angesagt. Der Körper wird „gestaltet“ – und gern hergezeigt, siehe Love-Parade. Foto: Reuters

## Wie wohl sich junge Leute in ihrer Haut fühlen



## ... und was sie dafür tun

	Männer (%)	Frauen (%)
Auf die Kleidung achten	59	75
Deos verwenden	53	70
Parfum verwenden	27	63
Zum Friseur gehen	42	62
Schminken	3	58
Auf die Figur achten	32	57
Körper regelmäßig eincremen	11	55
Haare färben	16	52
Körperhaare entfernen/enthaaren	11	51
Auf gesunde Ernährung achten	39	50
Sport betreiben	57	44
Maniküre	9	40
Selbst Frisuren ausprobieren	9	39
Auf das Rauchen verzichten*	30	38
Auf Alkohol verzichten*	24	34
Pediküre	7	29
Ins Solarium gehen	10	21
Diät halten	7	20
Gesunde Schuhe tragen	18	17
Piercings tragen	9	17
Bodypainting, Tattoos	11	15
Massage	7	14
Ins Fitnessstudio gehen	17	13
Rasieren/Bartpflege	67	10
Zur Kosmetikerin gehen	2	10
Aftershave verwenden	45	3

Quelle: Spectra, jugendkultur.at \*) weitgehend verzichten Basis: 774 DER STANDARD

wie Ernährungsmediziner Kurt Widhalm von der Uniklinik Wien berichtet. Gleichzeitig steige aber auch die Zahl der Magersüchtigen – und ein neues Phänomen ist, dass auch Burschen davon betroffen sind. „Das hat es früher nicht gegeben.“ Widhalm sieht Magersucht als „Reaktion auf die Wohlstandsgesellschaft“, jedenfalls als ernsthafte psychiatrische Erkrankung. Manchmal führe sogar bei Dicken eine zu rigide Therapie in die Magersucht.

Insgesamt wünscht er sich mehr Augenmerk auf die über-

gewichtigen Jugendlichen. „Sie sind oft viel mehr ge-kränkt, als wir wahrhaben wollen.“ Schlechte Noten in Turnen für Dicke zum Beispiel hält er für kontraproduktiv. Das sei ja wohl nicht gerade motivierend, um Freude an der Bewegung zu entwickeln. Turnen sollte überhaupt nicht benotet werden.

Schulbuffets prinzipiell auf Radieschen und Karotten umzustellen, fände Widhalm als nicht zielführend. „Es gibt auch nach wie vor viele Magere, die durchaus eine Schokolade nötig hätten.“



Jugend in Österreich

## Das Manifest eines kollektiven Traums

Diktierte Schönheitsideale im Wortgefecht beim 7. Schülertalk im Siemens Forum Wien

Louise Beltzung

„Kleidung wird für Menschen gemacht – anscheinend jetzt nicht mehr“, kritisierte Schülerin Lisa beim 7. Schülertalk zum Thema „Schönheitswahn: mit gutem Aussehen zum Erfolg?“. In der brisanten Podiumsdiskussion, moderiert von Bettina Reicher und Isabella Hager vom SCHÜLERSTANDARD, zeigten viele der 400 Jugendlichen im Publikum Unverständnis gegenüber der herrschenden Werbepraxis. Warum werben „perfekte Menschen“, nackt, für Milchprodukte? „Es ekelt uns

doch nicht vor normalen Menschen“, so Gymnasiast Peter.

Ideale diktiert von der Werbebranche? Max Palla, Leiter der Werbeagentur Palla, Koblinger Proximity relativierte die Vorwürfe: „In Kirchen oder auf Bildern von Herrschaftshäusern sind die dargestellten Menschen immer schön.“ Bilder seien, so die Schüler, nicht mehr als die „Manifestation eines kollektiven Traums“. Problematisch werde es, wenn man Werbung mit Realität verwechselt. „Schönheit wird mit Erfolg und Glück verwechselt“, sagte Christine Bischof, Leiterin der

Wiener Essstörungshotline. Laut dem plastischen Chirurgen Jörg Knabl streben seine Patienten nicht nach Extremen. „Sie wollen zu einer durchschnittlichen Normalität gelangen.“ Podiumsgast „Niddl“ von Starmania wollte daraufhin wissen, was Knabl für diese Norm an ihr ändern würde? Die Antwort blieb aus.

Aufsehen erregten die Voraussetzungen, die laut Andrea Weidler, Chefin des Wiener Modellsekretariats, ein weibliches Model erfüllen muss: eine Mindestgröße von 1,72 und ein maximaler Hüftumfang von 90 Zentimetern. Protesten aus dem Publikum entgegenete sie mit der Erklärung, es gebe für bestimmte Jobs bestimmte Voraussetzungen. „Ein Formel-1-Fahrer sollte klein sein, ein Sumo-Ringer nicht weniger als 150 Kilo wiegen“, verteidigte auch Palla. Gefragt sei bei Werbung eben das Besondere. Zustimmung zeigte Schülerin Martina: „Ich sehe täglich normale Menschen. In der Werbung kann ich endlich perfekte sehen.“



Nadine, 14, hat nur ein einziges Mal versucht, nichts zu essen. F: Corn

## Als mollig verarscht

Die Schwester meiner Oma hat vor kurzem zu mir gesagt, ich hätte fette Hüften. Ich war geschockt und habe den ganzen nächsten Tag nichts gegessen. Aber ich hab's wieder aufgegeben. Manche essen zwei, drei Tage nichts, bevor sie auf eine Party oder sonst wohin gehen. Die Buben in unserer Schule verarschen die molligen Mädchen. Die älteren Leute versuchen auch, total jung auszusehen. Es ist komisch, wenn eine 30-Jährige dasselbe T-Shirt hat wie ich. Dann ziehe ich es nicht mehr an.

## MORGEN:

Thomas Klestil und Niki Lauda über ihre Jugend

## TIPPS

Sozialmedizinische Drogenberatungsstelle Ganslwirt, 1060 Wien, Esterházygasse 18/Ecke Gumpendorferstraße, Tel.: (01) 586 04 38 [ganslwirt@vws.or.at](mailto:ganslwirt@vws.or.at) <http://www.vws.or.at> Erreichbar: 0-24 h

Streetwork, Verein Wiener Sozialprojekte, Sozialer Stützpunkt: 1010 Wien, Kärntner- und Seitzgasse, Ausg. Sezzession, links

Infos zur Fettsucht: <http://www.infoline.at/adipositas/praevaenz-kindesalter.htm>

Alle Beiträge der Serie sowie Chats und Sonderaktionen gibt es auf [derstandard.at/Jugend](http://derstandard.at/Jugend)

## Alk, Drugs und der Blues im Alltag

Wodkamischung als Einstiegsdroge – Drogenkonsum ist kein jugendspezifisches Problem

Eva M. Bachinger

Unter 28 für den Jugendgesundheitsbericht 2002 befragten Ländern nehmen österreichische Jugendliche beim Alkoholkonsum einen Spitzenrang ein: Platz sieben.

23 Prozent der 15- bis 24-jährigen Mädchen und fast doppelt so viele Burschen (39 Prozent) trinken zumindest wöchentlich Bier, Wein oder Hochprozentiges.

„Wir leben in einer Kultur, die den Alkohol akzeptiert. Das geht schon von den Eltern und Erwachsenen aus, aber auch von den Gastwirten, die an Jugendliche ausschenken“, meint Reingard Spannring vom Österreichischen Jugendforschungsinstitut. Der Alkoholkonsum bei Jugendlichen hat vor allem bei den 15-Jährigen zugenommen. Das Einstiegsalter ist früher.

Bei Jugendlichen, erzählt Ingrid Kromer, Projektleiterin

des Jugendgesundheitsberichtes 2002, werde gezielt für Alkohollimonaden (Mischungen Wodka/Limonade) geworben: „Diese Mischungen sind Einstiegsdrogen. Wir wissen, dass Alkohol die Droge Nummer eins ist. Trotzdem haben wir dann Werbekampagnen mit coolen Logos, die eindeutig auf Jugendliche abzielen.“

Auch durch die frustrierenden Erfahrungen am Arbeitsmarkt greifen Jugendliche mehr zur Flasche. „Wir können es nicht ganz auf Problemfamilien reduzieren, sondern es hat auch damit zu tun, dass viele Jugendliche keine berufliche Perspektive haben“, so Spannring.

## Ecstasy als Modedroge

„Wieso ist alles blau, wenn ich in den Spiegel schaue? Ich kann nicht mehr mich sehen, sondern nur noch blaue Wellen.“ Mit Fragen wie diesen ist Sophie Lachout, Leiterin des

Projektes CheckIT bei einem Rave-Event konfrontiert. Das Team bietet jugendlichen Konsumenten synthetischer Drogen wie Ecstasy eine Analyse ihrer Drogen, Information und Beratung vor Ort an. „Das scheint eine besonders hohe Dosis gewesen zu sein. Es können die Wahrnehmungsfelder so aufgeweitet werden, dass das Gehirn die Reize in die normale Lebenswelt nicht mehr integrieren kann“, erklärt die Psychologin.

Internationale Untersuchungen weisen darauf, dass sich Konsumenten synthetischer Drogen nicht als traditionelle Drogenkonsumenten verstehen. CheckIT erreicht die Jugendlichen über eine objektive Information. Das Konzept geht auf: In einer Rave-Nacht gibt es 300 Klientenkontakte und 80 Analysen.

Ingrid Kromer vom Institut für Jugendforschung (ÖJF): „Der Konsum von Heroin und

Kokain ist stabil oder rückläufig. Die Modedrogen sind Cannabis und Ecstasy.“ 31 Prozent der 14- bis 29-Jährigen in Österreich haben Erfahrungen mit Cannabis. Der Konsum „härterer“ Drogen ist deutlich seltener, ein Anstieg ist nicht zu verzeichnen. Der Konsum von Ecstasy stellt die wesentlichste Veränderung dar.

Uwe Hincziza von CheckIT schätzt, dass ein Prozent seiner drogensüchtigen Klienten Jugendliche sind. „Die Schwelle zu harten Drogen ist hoch. Es gehört schon einiges dazu, harte Drogen auf Dauer zu nehmen.“

Alle sind sich einig: Der Drogenkonsum sei nicht ärger geworden. „Drogenkonsum ist kein jugendspezifisches Problem“, meint Reingard Spannring. „Die Gesellschaft schaut sich aber gerne nur ein Problem an und schiebt es auf die Jugend. Und die ist dann die böse Jugend.“

# Damals, als ich 14 war . . .

*Thomas Klestil, Arabella Kiesbauer, Niki Lauda und Monica Weinzettl: Vier „Promis“ erzählen im STANDARD, wie sie ihre Jugend erlebt haben, was für einen Ärger sie hatten, was sie daraus gemacht haben und warum trotzdem das aus ihnen geworden ist, was sie heute darstellen. Die Schulzeit haben alle vier nicht in bester Erinnerung.*



*Bundespräsident Klestil schildert seine Fast-Karriere als Straßenbahner. Die Moderatorin Kiesbauer beichtet ihre heimlichen Ausflüge in die Disco. Der Unternehmer Lauda erzählt vom ersten Mal mit der Köchin seines Großvaters. Und die Schauspielerin Weinzettl spricht von ihren Vorstellungen: mindestens an die Burg.*



Thomas Klestil, Bundespräsident

## „Sich nichts dreinreden lassen“

Als ich meinen 14. Geburtstag beging, 1946, war der 2. Weltkrieg nur etwas mehr als ein Jahr vorbei. Wien war von Bomben zerstört und viele meiner Klassenkameraden hatten entweder Hab und Gut oder Familienangehörige verloren. Oder beides. Auch einer meiner Brüder ist im Krieg gefallen. Für die Mehrzahl von uns Kindern war es weniger die Zukunft, die uns interessierte, sondern die Frage, ob wir ausreichend Mehl bekommen würden, um Brot zu backen. Eine schlimme Armut hatte weite Teile der Menschen in den Städten erfasst. Halt bot mir in dieser schweren Zeit ein „Jugendclub“, der von einem Salesianerpater, Friedrich De Bray, betrieben wurde, wo Kinder und Jugendliche auch Zusammengehörigkeitsgefühl und soziale Verantwortung lernen konnten.

Da mein Vater schon 1942 verstorben war, musste meine Mutter für uns Kinder alleine sorgen. Das hat mich – ich war der Jüngste – sehr beeindruckt und mir gezeigt, zu welchen Leistungen eine aufopfernde Liebe fähig ist. Ein anderes Erlebnis hat meinen Berufsweg wohl nachhaltig geprägt: Ich wurde unter großen Mühen meiner Mutter aufs Gymnasium in die Hagenmüllergasse geschickt. Und dort stürzte ich eines Tages den Unterricht – wie Kinder eben so sind. Da fragte mich der Professor, was mein Vater beruflich gewesen wäre. Ich antwortete: „Straßenbahner“. Darauf der Lehrer: „Dann wirst halt auch Straßenbahner, da hast du hier in der Schule nichts verloren.“

Vielleicht fasste ich damals den Entschluss, jenen Weg einzuschlagen, den ich gegangen bin. Für mich ist heute noch klar, dass man zwar nicht aus Trotz oder Wut einen bestimmten Beruf wählen soll, aber sich ganz bestimmt nicht dreinreden lassen muss, wenn man von



einer Entscheidung für sein Leben überzeugt ist. Es kommt nie ausschließlich darauf an, was man macht, ganz wichtig ist, wie man handelt. Die Art, wie jemand seinen Lebensweg geht, ist entscheidend. Und vielleicht ist das für unser Zusammenleben so wichtige Fairplay ein Geheimrezept für ein zufriedenes Leben.

Wir leben nicht alleine, sondern immer im Verband mit anderen Menschen. Das bedeutet aber auch, dass nicht nur einer seinen Kopf durchsetzen kann, sondern alle gemeinsam sinnvolle Lösungen finden müssen. Ich hoffe und wünsche der heutigen Jugend, dass sie engagiert an einer offenen und solidarischen Gesellschaft arbeiten kann.

*Thomas Klestil wurde am 4. November 1932 in Wien geboren. Nach dem Studium, das er 1957 mit dem Doktor der Handelswissenschaften abschloss, trat er in das Bundeskanzleramt ein. Er war unter anderem Botschafter in Washington. Seit 1992 ist Klestil Bundespräsident, 1998 wurde er für weitere sechs Jahre gewählt.*

Fotos: privat, Hendrich



Arabella Kiesbauer, Moderatorin

## „War ein richtiger Kotzbrocken“

Meine schlimme Phase begann mit etwa 14, 15 Jahren. Ich war sehr gut in der Schule, aber ich bin immer wieder ausgebüchst. Kaum war meine Großmutter im Bett, bin ich wieder aufgestanden, habe mich angezogen und bin ab in die Disco. Ich habe mir dort die Nächte um die Ohren geschlagen. Meine Eltern wussten nichts davon. Als Eltern bezeichne ich übrigens meine Großmutter und meine Mutter, bei denen ich aufgewachsen bin.

Die wirklich schwierige Phase kam später, mit 17, 18, wo ich immer konträr zu dem eingestellt war, was meine Eltern gesagt haben und wollten. Ich wollte immer das Gegenteil. Das ging so weit, dass mich meine Großmutter mit 18 auch einmal von zu Hause rausgeworfen hat.

Wenn man zu studieren anfängt, hat man plötzlich nicht mehr diesen strengen Stundenplan, da beginnt das freie Leben, und da habe ich es ein bisschen übertrieben mit Weggehen und so. Heute muss ich sagen, ich war damals ein richtiger Kotzbrocken.

Ich habe dann wieder zu Hause gewohnt, ich war auch reumütig. So weit ging die Freiheitsliebe dann doch nicht. Ich habe gesehen, dass es nicht nur von den Annehmlichkeiten her zu Hause schön ist, sondern auch von diesem Gefühl, das einem die Eltern ja immer geben – dass es schön ist, dass ich da bin.

Politik war damals kein Thema. Und was den Lebensstil meiner Eltern betrifft – der war schon sehr unkonventionell. Ich musste mich nicht dagegen auflehnen, weil es so spießig bei uns zu Hause gewesen wäre, das war es nämlich nicht. Das war immer schon ein freigeistig denkendes Milieu und Umfeld, das ich da kennen gelernt habe. Mein Auflehnen war ein ganz normales Auflehnen generell gegen irgendjemanden, das muss ja in der Pubertät so sein. Da sind die Eltern die ersten Opfer.

Karrierepläne hatte ich als Jugendliche keine. Schule fertig machen war das einzige Thema. Nach der Matura habe ich Publizistik und Theaterwissenschaft studiert. Ich habe meine Diplomarbeit zwar geschrieben, aber ich habe die Diplomprüfung nie gemacht. Das habe ich noch im Hinterkopf, es geht ja nur um den Titel, der mir jetzt noch fehlt. Ich bin zwar im Herzen Wienerin und Österreicherin, aber so wichtig ist mir das auch wieder nicht, dass die Leute Frau Magister zu mir sagen.

Das mit meiner Fernsehkarriere ging ganz schnell. Zu Beginn meines Studiums habe ich beim ORF vorgesprochen, habe diese Castings gemacht, dann hat es wieder ein halbes Jahr gedauert und dann stand ich das erste Mal vor einer Kamera.

*Arabella Kiesbauer wurde am 8. April 1969 in Wien geboren. Bereits während ihrer Studienzeit hatte Kiesbauer erste Kontakte zum Fernsehen. 1991 startete sie in München beim Privatsender Pro Sieben. 1994 erhielt sie ihre eigene Talkshow: „Arabella“. Binnen weniger Monate avancierte sie zu einer der populärsten Moderatorinnen des deutschen Fernsehens. Im ORF präsentiert sie „Starmania“.*

Fotos: privat, ORF



Niki Lauda, Unternehmer

## „Gas geben und sonst nichts“

Mit 14, 15 Jahren war ich gerade in der ärgsten Pubertätsphase. Nichts gelernt und immer durchgefliegen. Ich war in Wien im RG 19. Ich war innerhalb meiner eigenen Welt, ich war sicher kein einfaches Kind. Ich hab' natürlich dauernd Wickel zu Hause gehabt, weil ich nie in die Schule gehen wollte. Die Schule war die ärgste Quälerei – für mich und meine Eltern. Ich habe nur versucht, mich da irgendwie durchzuschwindeln.

Autofahren war schon damals für mich ein Thema, das hat schon mit zehn begonnen. Es gab ein VW Käfer Cabrio, das habe ich mir selber um 1500 Schilling gekauft, da war ich elf. Mit dem bin ich beim Großvater und bei der Großmutter am Privatgelände herumgezogen. Die Eltern haben nichts dagegen gehabt, weil sie eh' nichts davon bemerkt haben. Ich bin damit gesprungen, bis oben die Stoßdämpfer herausgekommen sind. Der Käfer war übrigens das gleiche Baujahr wie ich, 1949. Den hatte ich drei Sommer lang, dann war er endgültig hin. Danach gab's kein eigenes Auto mehr, nur Autos von Eltern oder Cousins.

Karrierepläne hatte ich damals überhaupt noch nicht. Die Laufbahn, die ich später eingeschlagen habe, war noch nicht einmal in der entferntesten Vorstellung. Durch das dauernde Autofahren, das mir eben so viel Spaß gemacht hat, war für mich mit 18 klar, es einmal zu probieren. Und deswegen kam

dann der Mini Cooper. Den Mini hab' ich zusammengehaut, der hat nicht mir gehört, da habe ich dann das Wrack kaufen müssen. Das Geld hat mir meine Großmutter vorgestreckt, das war die einzige Hilfe. Mit dem Führerschein ging

das Rennfahren los. Am Anfang waren das die Bergrennen. Außer Autofahren gab es dann kein anderes Thema mehr für mich.

Was Frauen betrifft, gab's einen Frühstart. Mit 13 hat mich schon die Köchin meines Großvaters mehr oder weniger vergewaltigt. Da war ich dann relativ flexibel unterwegs. Freundinnen waren immer da, alleine war ich fast nie. Das waren aber längere Beziehungen, gleich von Anfang an. Die erste Beziehung zu einem Mädchen hat drei Jahre gedauert, die nächste sieben Jahre.

Die Drogengefahr war damals wesentlich geringer als heute, die Geschlechtskrankheiten waren milderer Art. An Gefahren gab's damals nur Alkohol, und da ist mir eh gleich schlecht geworden.

Meine Eltern habe ich damals mit einem gefälschten Maturazeugnis beschwindelt. Das hab' ich ihnen von der Weite gezeigt. Eine Grundausbildung kann ich aber nur jedem empfehlen. Das ist heute sicher wichtiger als damals. Wenn du überhaupt keine Ausbildung hast, dann hast du es heute wirklich schwer. Ich hab' mich halt gleich zum Rennfahren entwickelt, und da war nur eines gefragt: Gas geben und sonst nichts.

*Andreas Nikolaus Lauda wurde am 22. Februar 1949 in Wien geboren. Lauda war gleich dreimal Weltmeister der Formel 1, gründete 1979 die Lauda Air, an der sich die AUA 1993 beteiligte. 2001 übernahm die AUA zur Gänze Laudas Anteile. Mit „Nikifly“ startet Lauda nun sein nächstes Projekt als selbstständiger Airliner.*

Fotos: privat, Newald



Monica Weinzettl, Schauspielerin

## „Schulterpolster und Adam Ant“

Die Schule habe ich als Zeitverschwendung gesehen. Sicher war, dass ich den pythagoräischen Lehrsatz in meinem Leben nie mehr brauchen würde, ich wollte ja Schauspielerin werden. Das war schon ab meinem vierten Lebensjahr klar. Mit 14 Jahren habe ich mich am Reinhardt-Seminar vorgestellt, man sagte mir, ich soll dann mit 18 wiederkommen. Das finde ich heute noch ungerecht. Wenn jemand mit 14 Jahren Bäcker werden will, kann er ja auch mit einer Lehre beginnen. Bald darauf habe ich bei Herwig Seeböck privaten Schauspielunterricht bekommen.

Mein Leben habe ich mir gut vorstellen können: Nach dem Besuch einer etablierten Schauspielschule folgt ein Engagement an einem renommierten Theater – mindestens an der Burg. Am Theater hat mich immer beeindruckt, dass man Menschen von ihren Problemen ablenken kann, wenn man sie für ein paar Stunden in eine andere Welt eintauchen lässt. Meine Intention war nie, berühmt zu werden und auf der Straße erkannt zu werden. Damit hatte ich am Anfang recht zu kämpfen. Ich habe mir nie ausgemalt, dass ich einmal mit Film etwas zu tun haben könnte und war viel zu feig, mir das vorzustellen, was mit mir beruflich letztendlich passiert ist.

Ich habe oft daran gedacht, was wohl im Jahr 2000 mit mir sein würde. Dass ich – in meiner damaligen Vorstellung – schon sehr alt sein würde (33) und zumindest zwei Kinder, Mann, Hund und ein Wochenendhaus haben würde.

Mit 14 jedoch empfand ich Familie als einen unerträglichen Zustand. In dem Alter, wo man weder Fisch noch Fleisch ist, sind die Eltern arm. Im Nachhinein betrachtet waren meine Oldies tapfer und ich bin froh, dass sie mich nicht an eine Wand geklatscht haben.

Für die Pferderomantik meiner Mitschülerinnen hatte ich wenig übrig, mit Burschen verstand ich mich besser. Auch in der Liebe hat sich in diesem Alter einiges verändert. Mit 14 sagte man noch, „wir gehen miteinander“, mit 16 hatte man einen Freund. Und da war ein gehöriger Unterschied. Musik war nicht das Wichtigste für mich, ich war – das ist mir heute schwer peinlich – Fan von Adam Ant; das war der mit dem Isolierband auf der Nase. Ich kann es nur damit rechtfertigen, dass Adam Ant und ich am gleichen Tag Geburtstag feiern. Außerdem war ich froh, jemanden gefunden zu haben, den die anderen nicht leiden können.

Einem Modediktat habe ich mich nicht unterworfen, sondern habe meine Kleider selbst genäht. Meine Mutter wollte mich zwar damit nicht außer Haus lassen, meine Kreationen waren modisch echt gewagt. Den schlechten Modegeschmack der 80er-Jahre konnte ich mühelos toppen: durch noch größere Schulterpolster.

*Monica Weinzettl, am 3. 11. 1967 in Wien geboren, debütierte nach der Schauspielausbildung mit klassischen Rollen im Seeböck-Ensemble, wechselte zum Kabarett und schuf 1993 im Schlabarettprogramm „Mahlzeit“ die Frau Knackal, mit der ihr in der Sitcom „MA 2412“ der Durchbruch im Fernsehen gelang. Weinzettl ist begeisterte Motorradfahrerin und testet das neueste Gerät regelmäßig für das Magazin „Reitwagen“.*



IHRE Gesundheitsinfo  
www.gesundesleben.at



Ernährungs-Hotline

0810-810 227

(Ortsarif Mo-Fr 9-15h)

FONDS GESUNDES ÖSTERREICH

# Die Generation der Identitäts-Switcher

Die Kinder der „zweiten Generation“, deren Eltern nach Österreich zugewandert sind, haben einen schwierigen Balanceakt zwischen zwei Kulturen zu meistern.

Lisa Nimmervoll

Melek ist 17 Jahre alt. Sie geht in Wien ins Gymnasium, hört Popmusik, liest gern, trifft Freunde und will einmal Psychologie oder Jura studieren. Manchmal findet sie ihre Eltern etwas zu streng – wie jeder Teenie. Und Melek trägt seit einem Jahr ein Kopftuch: „Aus Überzeugung.“ Ihre Mutter, in Österreich aufgewachsene Türkin, trägt es auch, die Schwestern (zehn und zwölf) „noch nicht“. Ihr Bruder (sechs) wird, wenn er so alt ist wie sie, „sicher mehr Freiheiten haben“. Als Österreicherin, so Melek, „fühle ich mich nicht wirklich. Ich habe beide Kulturen in mir, aber die eine, die türkische, doch mehr.“



Traditionelles Kopftuch und hippe Kulttasche – kein Widerspruch für junge muslimische Frauen in Österreich. Foto: Corn

Diese Spannung kennen wohl viele Migrantenkinder in Österreich. „Sie leben eigentlich in zwei Kulturen und wechseln zwischen ihren Identitäten“, sagt Brunhilde Scheuringer, Soziologieprofessorin an der Uni Salzburg. Eine ihrer Studien über Migrantenkinder an der Haupt-

schule Hallein zeigte „doch ziemlich große Unterschiede“. Deutlich größere zwischen türkischen und österreichischen Kids, weniger große zu Exjugoslawien. „Die kulturelle Distanz zum türkischen Kulturkreis ist offenbar sehr groß.“ Es gelte: „Sprachkenntnisse schützen vor Isolation.“

Isolation oder teilweise bewusste Abgrenzung beobachtet auch Peter Nöbauer, Leiter von „Back on Stage – Favoriten“, einem Streetwork-Projekt des Vereins Wiener Jugendzentren: „Es wird sehr viel unter sich geblieben.“ Nöbauers Team ist zuständig „für alle Jugendlichen, die sich im

öffentlichen Raum bewegen“ – und das sind „bis zu 70 Prozent Zuwandererkinder, größtenteils aus der Türkei und Exjugoslawien“. „Back on Stage“ holt die Teenager in verschiedenen Wiener Bezirken nach dem Konzept der „mobilen Jugendarbeit“ ([www.mobilejugendarbeit.at](http://www.mobilejugendarbeit.at)) dort ab, wo sie

sich hauptsächlich aufhalten: „In Parks, U-Bahn-Stationen, Gemeindebau-Höfen, aber auch in Wettbüros, da es dort keinen Konsumzwang gibt.“

Dass Migrantenkinder mehr auf der Straße sind, resultiere aus kulturellen Traditionen des Herkunftslands der Eltern, aber auch mangelnden (finanziellen) Ressourcen, andere Jugendangebote zu nutzen: etwa Internet daheim.

Das Verhältnis ausländische Buben zu Mädchen, die ihre Freizeit im öffentlichen Raum verbringen, sei 70 zu 30. Wie von Melek für ihren Bruder erwartet, sieht Nöbauer auch, dass vor allem muslimische Mädchen „nicht so viel dürfen wie Buben. Wir merken einen Umbruch, wenn sie 14, 15 Jahre alt werden. Dann sieht man die Mädchen weniger bei unseren Aktivitäten.“

Buben wiederum „dürfen mehr, haben aber oft auch mehr Verantwortung, wenn sie auf die Schwester ‚aufpassen‘ müssen.“ Auch Nationalismus spiele zwischen den Kids eine Rolle. Dafür „ist Religion in keinster Weise ein Problem“, sagt Nöbauer.

## Anstemmen gegen das Heidi-Klischee

Nina Brlica

Katrin ist in Waizenkirchen, einem kleinen Ort im oberösterreichischen Bezirk Grieskirchen, aufgewachsen, wo man sich kennt und grüßt. „Heute lebe ich mit meinem Freund in Wien“, erzählt die Zwanzigjährige: „Ich genieße die Großstadt mit allen Angeboten genauso wie die erholsamen Besuche zu Hause, wo ein schöner Garten und gutes Essen warten. Eines Tages ziehe ich vielleicht wieder aufs Land.“

Der Salzburger Kommunikationswissenschaftler Kurt Luger stellte in einer Studie über die Lebenssituation der Jugendlichen am Land eine fortgeschrittene Urbanisierung aufgrund von Wirtschaftsentwicklung, Medien und modernen Kommunikationstechniken fest. Diese Urbanisierung zumindest in den Köpfen führte auch zu einer Jugendkultur, die in Vereinen und „Szenen“, eigentlich typisch städtischen Erscheinungsformen, ausgelebt wird.

„Die Berglandjugend unterscheidet sich also erheblich von landläufigen Heidi-Klischees, von den rotwangigen Buben und unschuldigen Mädchen der Heimatfilme, die früher in Kinos gezeigt wurden“, hält Luger fest.

Eine deutsche Studie aus dem Jahre 2001 von Iris Eisenbürger und Waldemar Vogelsang ortet die Landjugendlichen im Spannungsfeld zwischen Tradition und Moderne, zwischen Dorfverbundenheit und Mobilität und zwischen örtlichen Vereinen und selbst gewählten Cliquen und Jugendszenen. „Sie müssen sich zum einen mit Traditionen der Elterngeneration und historischen Überbleibseln in ihrer dörflichen Umgebung auseinander setzen – vor allem der sozialen Kontrolle durch Nachbarschaft und dörfliche Öffentlichkeit – und zum anderen mit globalen Veränderungsprozessen, der Dynamik der Arbeitswelt und der medialen Durchdringung des Alltags.“

Gemeinsam ist der Jugend überall jedenfalls die Priorität von Freunden und Cliquen und gemeinsamen Unternehmungen. Aber im ländlichen Raum spielen institutionalisierte Formen der Freizeit eine wichtigere Rolle, wobei nach wie vor Sportvereine am beliebtesten sind. Mit deutlichem Abstand folgen Mitgliedschaften in freiwilligen Hilfsorganisationen, Musikvereinen oder kirchlichen Gruppen.

Das Zeitalter nicht hinterfragter Autorität ist auch auf dem Land längst vorbei. Viele Landjugendliche zeigen sich unzufrieden über Arbeitsplatzmangel und Freizeitangebot und einige sind durchaus der Meinung, dass sich das „wahre Leben“ in der Stadt abspielt.

Dennoch stellten sowohl Luger als auch Eisenbürger und Vogelsang geringe Migrationsbereitschaft und starke Bleibeorientierung fest. Die Vorteile der ländlichen Lebenswelt wie Überschaubarkeit, Eingebundensein, intakte Umwelt und Brauchtumpflege überwiegen offenbar die Nachteile. „Die Stereotypen von Landeiern und Dorfdeppen gehören endgültig der Vergangenheit an“, meinen Eisenbürger und Vogelsang. „Heute leben Landjugendliche durch erhöhte Mobilität in mehreren Welten, wohnen aber nur in einer.“

0 800 700 767  
www.upc.at

more movies

UPC Digital TV + PREMIERE  
100 Tage gratis! \*

UPC Digital TV Das sind die neuesten Top Movies auf Knopfdruck, mehr als 90 Fernsehprogramme inklusive PREMIERE Austria mail über TV, interaktive Spiele, über 40 Audio-Musikkanäle und vieles mehr.

\* Bei Neuanmeldung von UPC Digital TV und PREMIERE Austria zahlen Sie 10€ kein Monatsentgelt. Gültig in verkabelten Häusern in Wien bis 31.12.2003 bei 12-Monatsbindung und monatlichem Einziehungsauftrag, wenn der bestellte Dienst in den letzten 6 Monaten nicht bezogen wurde.

UPC Digital TV and more and more and mor

Am Montag: Interview mit Bestsellerautor Florian Illies und Reaktionen auf die Serie

entertainment communication information

U C  
Telekabel

# Mit Golf und Nutella ins Altenwohnheim

**Florian Illies, Autor von „Generation Golf“, glaubt, dass seine Generation auch im Alter nicht auf Nutella verzichten will. Von der heutigen Jugend sieht er T-Shirt-bedingt „mehr Bauch“, viel Pragmatismus und gesunden Menschenverstand bei „maximaler Freiheit“, sagte er zu Peter Mayr und Lisa Nimmervoll.**

**Florian Illies fährt noch immer Golf, isst noch immer Nutella, nur Lindenstraße will er nicht mehr sehen. In seinem neuen Buch „Generation Golf 2“ erzählt er von seinen Altersgenossen, die endlich kapiert haben, dass es für das Leben kein Navigationssystem gibt. Aber Umwege erhöhen die Ortskenntnisse. Und im Übrigen gilt: „We are still confused, but on a higher level.“**

Foto: Corn



kommt in zehn Jahren nochmals eine Stufe dazu. Überraschend ist aber: Die Jungen sind trotzdem bürgerlich, pragmatisch, eher konservativ. Früher gab die Haarlänge Aufschluss über die Parteizugehörigkeit usw. Solche Dinge funktionieren nicht mehr. Offensichtlich setzt sich in so einer maximalen Freiheitssituation mehr und mehr das durch, was man den gesunden Menschenverstand nennt. Heute wird eher versucht, etwas Gutes herauszuholen – aber ohne extremen Egokult.

**STANDARD: Warum waren die 80er, wie Sie schreiben, das langweiligste Jahrzehnt? Wurde es danach spannender?**

**Illies:** Ich bin aufgewachsen mit einem wahnsinnigen Minderwertigkeitskomplex über mein Leben, das sich noch nicht den Namen Biografie zu geben traute, wenn man sich verglich mit den Lehrern, die erzählten, wo sie in Nicaragua gekämpft haben oder welche Straßenschlachten sie geschlagen haben und wie viele Frauen sie gehabt haben. Das war das Gegenmodell zu uns. Man guckt auf sich selbst und fühlt sich plötzlich biografisch etwas minderbemittelt.

**STANDARD: Welche Rolle spielt die Politik?**

**Illies:** Den Jüngeren fehlt die Auseinandersetzung mit den Eltern, dieser Widerstand, den wir hatten. Wenn einem die Eltern sagen, du studierst das nicht, dann war man herausgefordert zu sagen, doch, ich will trotzdem Kunstgeschichte studieren, auch wenn wir seit 400 Jahren Juristen in der Familie haben. Heute kann man studieren, was man will.

**STANDARD: Sie schreiben, die Generation Golf hat viel Zeit vor dem Fernseher verbracht und „Big Brother“ geschaut. Heute wollen alle Superstar werden. Wie deuten Sie das?**

**Illies:** Zur Zeit von „Big Brother“ haben wir alle sehr viel gearbeitet und das Faulenzen an diese Gestalten delegiert, die dort auf dem Sofa lagen. Heute mag das keiner mehr anschauen, das Flätzen auf dem Sofa, weil leider sehr viele zwangsweise dazu verurteilt sind, selbst zu Hause tagsüber auf dem Sofa zu sitzen. Durch die Wirtschaftskrise hat



sich das Gefühl stärker durchgesetzt, dass man etwas dafür tun muss, um nach vorne zu kommen. Da passen Sendungen wie „Deutschland sucht den Superstar“ oder „Starmania“ doch ganz wunderbar ins Programm. Es geht plötzlich um das sonst so geschmähte Leistungsprinzip, kombiniert mit Starkult.

**STANDARD: Welche drei Dinge werden von der Generation Golf bleiben?**

**Illies:** Der Golf, glaube ich schon. Wir werden die erste Generation sein, die dafür sorgt, dass in den Altenwohnheimen Nutella im Schrank steht – und wir werden die sein, über die man sagen wird: „Wer hätte das gedacht?“

## ZUR PERSON

**Florian Illies (32)** begann seine journalistische Karriere mit einem Volontariat bei der *Fuldaer Zeitung*. Er studierte Kunstgeschichte und landete 1997 bei der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung (FAZ)* im Feuilleton. Zwei Jahre später wurde er Leiter der „Berliner Seiten“ der *FAZ*, dann Chef des Feuilletons der *FAZ-Sonntagszeitung*. 2000 veröffentlichte er das Buch „Generation Golf. Eine Inspektion“, das über 52 Wochen auf der *Spiegel*-Bestsellerliste stand. Im Jahr darauf folgte „Anleitung zum Unschuldigen sein“. Sein neues Buch heißt „Generation Golf 2“. Jüngstes Projekt: Illies ist Herausgeber von *Monopol – Magazin für Kunst und Leben*, das im Frühjahr 2004 erstmals erscheint. (nim)

## Junge geraten unter Druck

Die Senioren werden das Sagen haben – politisch und wirtschaftlich

Conrad Seidl

So viele junge Leute wie in diesem Jahrzehnt wird es so bald nicht mehr geben: Zwar wächst die Zahl der 14 bis 17-Jährigen bis zum Jahr 2008 noch leicht (von 379.000 im Jahr 2001 auf dann 394.000) – aber schon 2020 wird diese Gruppe der Jugendlichen wieder auf 331.000 (minus 16 Prozent) geschrumpft sein. Im Jahr 2050 werden gar nur

mehr 285.000 Jugendliche in Österreich leben.

Woher man das weiß? Die jüngste Bevölkerungsprognose der Statistik Austria kann sich zu einem großen Teil auf die Daten von bereits lebenden Menschen stützen: Die Kinder, die heuer geboren worden sind, werden eben im Jahr 2020 im typischen Jugendlichenalter sein. Und: Heuer sind weniger Kinder geboren worden als im Vorjahr – in den ersten neun Monaten gab es einen Geburtenrückgang um 1,2 Prozent.

Wenn es nicht eine starke (und aus heutiger Sicht überraschende) Zuwanderungswelle gibt, dann wird es im Jahr 2020 nur rund 75.000 17-Jährige geben. Und weil ja zumindest die potenziellen Mütter schon geboren sind, lässt sich auch mit ziemlicher Sicherheit sagen, dass die Zahl der jungen Leute auch in Zukunft nicht steigen wird.

Das hat drastische Folgen für das gesellschaftliche Zusammenleben – Folgen, die weit über die in den letzten Jahren diskutierten Probleme der Pensionsversicherung hinausgehen, sagt Werner Beutelmeyer vom Linzer *market*-Institut: „Da entsteht eine undynamische, feige, alte Gesellschaft – im ‚Altersheim Österreich‘ werden die Jungen von den Alten allein mengenmäßig niedergedrückt.“

Weil die demografische Macht sich noch stärker in der demokratischen Macht (alle Senioren dürfen wählen, Jugendliche aber erst ab 18) niederschlägt, könnten die Senioren die Anliegen der Jugend in Wahlen niederstimmen. 2015 wird jeder vierte Österreicher über 60 sein, 2050 werden es 36 Prozent sein.

Das bedeutet nach Beutelmeyers Analyse nicht nur eine politische Verschiebung – die Politiker werden auf Pensionisten hören. Auch das Wirtschaften wird sich ändern: „Da gehen Mut und Wettbewerbskraft verloren. Die Älteren werden ihr Geld für Fernreisen ausgeben, aber nicht für die Schaffung von Wohnraum – und sie werden einen enormen Anpassungsdruck auf die Jungen ausüben.“

**STANDARD: Mit welcher Generation haben wir es jetzt zu tun?**

**Illies:** Ich sehe auf den ersten Blick viel mehr von ihr, vor allem in der Bauchregion – bei den Frauen immer. Diese sehr kurzen T-Shirts unterscheiden sie deutlich von den Frauen, die ich damals kannte. Oder wenn ich sehe, wie lange man abends ausgehen darf – dabei dachten wir schon, dass wir alles durften.

**STANDARD: Dürfen die Kids heute wirklich mehr als die Golfer?**

**Illies:** Ihre Freiheit ist maximal. Aber wahrscheinlich

Die verlorene Generation? Wer hat denn eine Generation verloren? Wir sind doch alle da!

Ich denke, die Jugend von heute wird auch aus Fehlern lernen, sollte sie welche machen. Gegen den Konsum finde ich nichts Schlimmes zu sagen, vorausgesetzt, man verschuldet sich nicht schon in dem frühen Alter und verbaut sich so die Zukunft. Viel gefährlicher empfinde ich die Handysucht und die damit verbundenen Telefonrechnungen. Aber warum die Jugend verurteilen – wir haben „damals“ auch unsere Fehler gehabt. *Elisabeth P.*

Ich finde nicht, dass die „heutige Jugend“ sich grundlegend anders verhält als jene vor 20 Jahren. Ich erkenne sehr ähnliche „Muster“. Auch ich habe mit 14, 15 geglaubt, dass ich nicht ohne bestimmte Markenartikel leben kann, ein Jahr darauf habe ich auf diese gepiffen. *Christa H.*

Man soll nicht so viel über „die Jugend“ jammern. Diese Zeit zwischen 14 und 20 ist

## REAKTIONEN

eine ganz besondere, und Sinn der Sache ist wohl, dass man als Jugendlicher gar nicht so sehr will, dass einen die Erwachsenen „verstehen“, sondern man macht sein Ding und das ist schon o.k. Jeder kommt mal an den Punkt, wo man gewisse Tatsachen einsehen muss, die man als Erwachsener dann anders sieht. *Harald König*

Es wird immer auf die Jugendlichen geschimpft. Die heute 14- bis 19-Jährigen sind das Ergebnis der Erziehung ihrer Eltern. Und das sind die, die sich angeblich „befreit“ haben von den bösen grauslichen konservativen Vorgaben. *Rosa Stahl*

Pseudojugendkultur. So ist es, die gesamte Jugendkultur basiert auf einem Weichspülerabklatsch diverser Elemente früherer Zeiten. Als HipHop würde ich das, was heute von der breiten Masse derer, die sich als HipHop-Fans bezeichnen, gehört wird, kaum noch bezeich-

nen, ebenso wenig wie in den anderen „Szenen“.

*Christian Mathias Sand*

Ich denke nicht, dass ich mehr Erfolg habe, nur weil ich Markenklamotten an habe. Ein gutes Aussehen definiert sich über den Gesamteindruck, es hängt nicht davon ab, ob der durch Markenketten oder Zehn-Q-Wäsche aufpoliert wird. *Jovencito*

Die Kids haben nicht nur das Gefühl, dass die Politiker über ihre Köpfe hinweg bestimmen, sondern das ist auch so! Ich finde es super, dass es ab den nächsten Landtagswahlen in Wien das Stimmrecht für Jugendliche ab 16 geben wird!

*wilde starke frau*

Ich frage mich, wie man gegen das revoltieren soll, von dem man selbst abhängig ist. Wenn man in einer Konsumgesellschaft aufgewachsen ist, in der gepredigt wird, dass man mit Geld alles machen kann und einem alle

Wege offen stehen, wenn man brav lernt und seine Ziele verfolgt und man tagtäglich seine Probleme durch Konsum verdrängt, dann ist es doch ein Ding der Unmöglichkeit, dagegen zu revoltieren. Man müsste sich zuerst loslösen, trennen, eine „Konsum-Entziehungskur“ machen. Dann würde man vielleicht erkennen, dass es auch noch andere Werte gibt, wahre Werte, für die es sich lohnt zu leben. *armin larndorfer*

Ganz ohne Konsum geht es nicht, aber man kann sich von solchen Gütern lösen, die man nicht wirklich braucht. Als Beispiel kann man Handys anführen. Muss es wirklich das neueste, schönste, tollste sein, oder geht es auch, wenn man sich auf die „wahre“ Funktion des Handys (Telefonieren) zurückbesinnt und weiter das Nokia 3210 verwendet?

*thePeacemaker*

Spaß = Jugend. Ob mit oder ohne Geld. Der Spaß vergeht einem sowieso, wenn man älter wird. Also wenn es nicht mehr Spaß macht, bist du alt. *funny ghost*