

Selbststudium

Auszubildende als Teil der sich ändernden Gesellschaft

Im Seminar wollen wir diskutieren, inwiefern Ausbilder die Verantwortung für Auszubildende ihres Betriebes tragen. Dazu gehört es immer, dass Ausbilder Vorbild für ihre Auszubildenden sind, sie und ihre Situation verstehen und sich in sie hineinversetzen können. Das kennen Sie unter dem Stichwort der „Empathie“.

Allerdings prägen die Veränderungen der Gesellschaft eine heranwachsende Generation immer nachhaltig. Junge Menschen sind ein Spiegel ihrer Zeit.

Wir stellen Ihnen im unteren Bereich Ausschnitte aus zwei führenden Jugendstudien zur Verfügung und bitten Sie, sich diese im Vorfeld des Seminars durchzuarbeiten.

Bitte überlegen Sie dabei, was junge Menschen heute besonders ausmacht.

Textquelle 1)

Auszüge aus der Shell-Jugendstudie:

Shell Deutschland GmbH (Hg.) (2024):

Jugend 2024. Pragmatisch zwischen Verdrossenheit und gelebter Vielfalt.

Weinheim; Basel: Beltz.

Schneekloth, Ulrich ; Wolfert, Sabine:

Werteorientierungen.

In: ebenda, S. 128-129.

Seit 20 Jahren messen wir den sogenannten Wertekanon der Jugendlichen in Deutschland. Seit dieser Zeit hat er sich tendenziell in Richtung „post-materialistisch“ idealistische Orientierung verschoben. Dies findet auch darin seinen Ausdruck, dass sich seit 2015 die Orientierung an einer *Bewussten Lebensführung* als stabiles neues Wertemuster herausgebildet hat. Nach den Ergebnissen der aktuellen Shell Jugendstudie sind bei einem Teil der jungen Menschen inzwischen wieder verstärkt materialistische Werteorientierungen sowie die Betonung von Traditionen und Konventionen im Aufwind. Dies hat bislang aber nicht dazu geführt, dass ihnen eine bewusste Lebensführung weniger wichtig wäre. Im Gegenteil: für die Mehrheit der Jugendlichen bleiben diese Werteorientierungen relevant und maßgeblich.

Die Werteorientierungen differenzieren sich bei den jungen Menschen zunehmend aus, zum Teil entwickeln sie sich auch auseinander. Einige Jugendliche vertreten dezidierte Vorstellungen hinsichtlich einer nachhaltigen und aus ihrer Sicht diskriminierungsfreieren Gesellschaft; einem anderen Teil sind stattdessen eher eigennützige materialistische Werte wichtig. Auch bei den Debatten um sogenannte progressive bzw. „woke“ Themen gehen die Haltungen zum Teil deutlich auseinander. Kirche und Religiosität verlieren hingegen generell weiter an Bedeutung.

Allerdings haben diese Trends bislang nicht dazu geführt, dass Jugendliche ihre grundsätzlichen Werte und Überzeugungen in den vergangenen Jahren substanziell geändert hätten. Wir sehen nach wie vor eine eher pragmatisch orientierte Generation. Die große Mehrheit ist bereit, sich in hohem Maße an Leistungsnormen zu orientieren und hegt gleichzeitig den Wunsch nach stabilen sozialen Beziehungen im persönlichen Nahbereich. Die jungen Menschen versuchen, sich den Gegebenheiten in Beruf und Gesellschaft so anzupassen, dass sie mögliche Chancen, die sich auftun, ergreifen können. Mehr und bewusster als bislang nehmen sie die Zukunftsfragen wahr und auch ihr Wille, eigene Ansprüche zu artikulieren und sich dafür Gehör zu verschaffen, nimmt weiter zu. Dabei kristallisieren sich allerdings stärker als noch in den letzten

drei Jahrzehnten auch solche Haltungen und Positionen heraus, die konträr zueinander stehen und die sich als nicht sofort vermittelbar erweisen. Die junge Generation differenziert sich und kann deshalb noch weniger als bislang unter ein einheitliches und allgemeingültiges Generationenbild subsumiert und einsortiert werden.

Schneekloth, Ulrich ; Albert, Mathias:
Jugend und Politik.
In: ebenda, S. 100.

Die vielfältigen Krisen der Welt sind politisch bei den Jugendlichen angekommen. Sie spielen eine Schlüsselrolle dafür, dass sich Jugendliche heute stärker für Politik interessieren als noch vor wenigen Jahren und sich auch deutlich stärker über Politik informieren. Jugendliche verfallen aber ob dieser vielfältigen Krisen mitnichten in eine Art „Krisen-Modus“, sondern setzen dem bei aller Besorgnis und persönlicher Betroffenheit einen pragmatischen Optimismus entgegen, der sich sogar in einer leicht gestiegenen Zuversicht über die Zukunft der Gesellschaft ausdrückt.

Wir hatten in der Shell Jugendstudie 2019 davor gewarnt, eine in der öffentlichen Debatte wahrgenommene politische Polarisierung vorzeitig und pauschal auf die Jugend zu beziehen. Bei der Untersuchung von Affinitäten bzw. Distanzen zu populistischen Denkweisen konnten wir eine eindeutige Polarisierung bei den kosmopolitisch sowie den nationalpopulistisch orientierten Jugendlichen feststellen, die aber zusammen nur etwa ein Fünftel aller Jugendlichen ausmachen.

In der Shell Jugendstudie 2024 lässt sich zwar kein Rückgang der Affinität zu autokratisch-autoritären Einstellungen und den damit oftmals einhergehenden populistischen Argumentationsmustern feststellen, die Verbreitung extremistischer Einstellungen ist sogar noch etwas angestiegen. Auch beim Thema Klimaschutz zeichnet sich ab, dass sich die Haltungen der jungen Menschen stärker differenzieren. Nichtsdestotrotz ist es nach wie vor nicht zutreffend, von einer großflächigen politischen Polarisierung bei den Jugendlichen zu sprechen. Die Jugendlichen interessieren sich stärker für Politik, sie informieren sich mehr über politische Vorgänge und sie positionieren sich eindeutiger. Die Mehrheit hat, trotz der erheblichen und auch gravierenden Kritik, einen positiven Blick auf die Möglichkeiten, die ihnen vom Staat und der Gesellschaft und damit der Demokratie in Deutschland geboten werden. Sie haben Vertrauen in sich selbst und darin, ihre Zukunft selbst gestalten zu können.

Leven, Ingo ; Quenzel, Gudrun ; Moll de, Frederick:
Berufswelt und Arbeitsmarkt im Wandel:
Junge Menschen auf dem Weg in ihre berufliche Zukunft.
In: ebenda, S. 211-212.

Generation Z und Arbeitsmotivation: Ein differenziertes Bild

In den letzten Jahren wurde in der Öffentlichkeit – auf vielen Fachtagungen etwa ebenso wie in den Medien – intensiv über die sogenannte Generation Z diskutiert und ihr eine abnehmende Arbeitslust und mangelnde Leistungsbereitschaft zugeschrieben. Diese Behauptungen lassen sich jedoch durch die Daten der Shell Jugendstudie nicht bestätigen.

Von einer generellen Arbeitsunlust oder dem Wunsch nach kürzeren Arbeitszeiten und einer Work-Life-Balance mit viel „Life“ und wenig „Work“ ist wenig zu spüren. Zwei Drittel der Jugendlichen sind bereit, viel zu arbeiten, wenn sie dadurch mehr Geld verdienen können.

Gleichzeitig bestätigt sich jedoch die Vermutung, dass junge Menschen heute mehr Flexibilität von ihrem Arbeitgeber im Hinblick auf die Arbeitszeiten und Homeoffice erwarten. So wünschen sich 80% der Jugendlichen ihre Arbeitszeit kurzfristig an die eigenen Bedürfnisse anpassen zu können. Eine offenkundige Folge der Corona-Pandemie ist der mittlerweile stark verbreitete Wunsch, berufliche Aufgaben auch und häufig am heimischen Arbeitsplatz erledigen zu können. Feste Arbeitszeiten werden nur von knapp über der Hälfte der jungen Menschen befürwortet. Arbeitgeber müssen hohe Flexibilität beweisen, wenn sie diese jungen Menschen für sich gewinnen wollen.

Insgesamt zeigen die Beobachtungen, dass wir bei der Beurteilung von Leistungsbereitschaft und Arbeitslust ein sehr differenziertes Bild zeichnen müssen.

Textquelle 2)

Mit der JIM-Studie (Jugend, Information, (Multi-) Media) erhebt der Medienpädagogische Forschungsverband Südwest nun schon seit mehr als zwei Jahrzehnten jährlich eine Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.

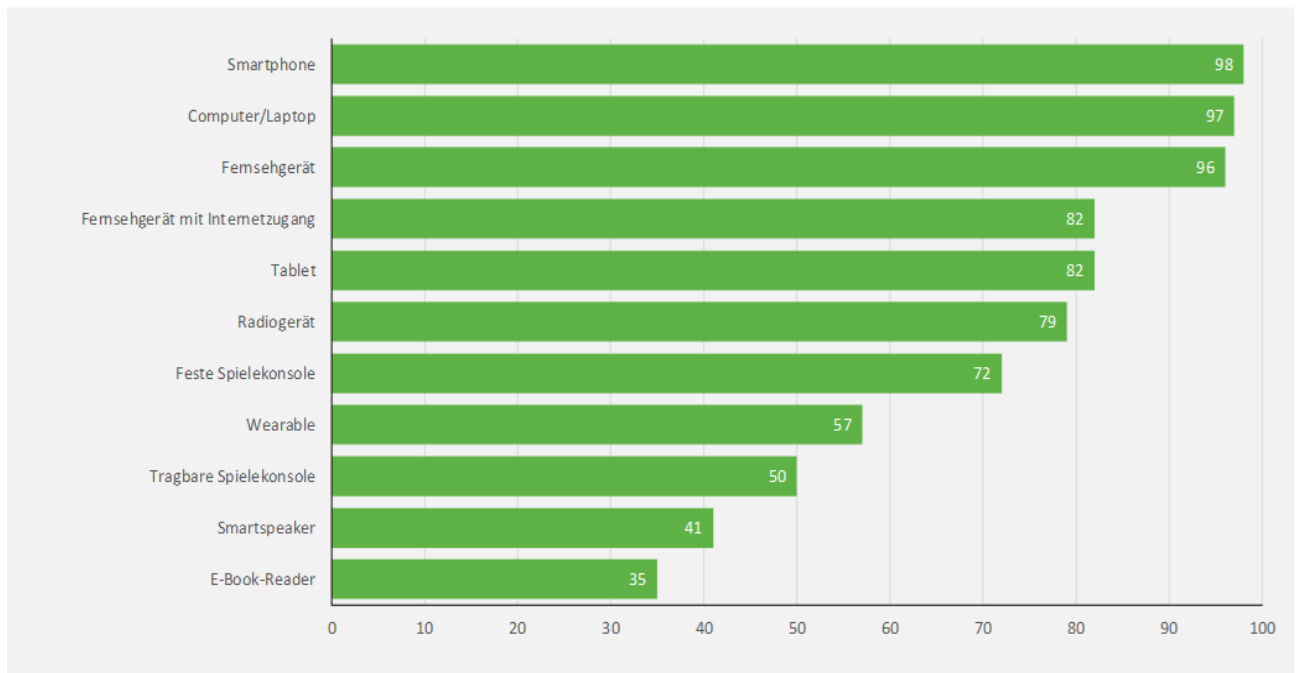
Im weiteren Text sind Auszüge aus dieser Studie zusammengefügt. Wenn Sie sich für die komplette Studie interessieren, sehen Sie bitte im Internet unter www.mpfs.de nach. Hier finden Sie auch die Studien der letzten Jahre. Die Befragung von 2024 unterscheidet sich in einigen Fragen von letzten Jahren; es wurden neue Fragen hinzugefügt. Deshalb sind auch die Auszüge etwas umfangreicher, als bisher bei der BGHM gezeigt.

Für die JIM-Studie 2024 wurde aus der Grundgesamtheit der in Deutschland lebenden deutschsprachigen Jugendlichen im Alter von zwölf bis 19 Jahren eine repräsentative Stichprobe von 1.200 Jugendlichen befragt. Die Untersuchung erfolgte im Zeitraum zwischen dem 05. Juni 2024 und dem 14. Juli 2024. Sie wurde auf dem Gebiet der kompletten Bundesrepublik telefonisch oder online durchgeführt.

Medienzugänge Jugendlicher im Haushalt

Die Haushalte, in denen Zwölf- bis 19-Jährige aufwachsen, verfügen über eine Vielzahl an unterschiedlichen Mediengeräten. In nahezu jedem Haushalt gibt es Smartphones, Computer/Laptops und Fernsehgeräte. Weit verbreitet ist auch der Besitz von Fernsehgeräten mit Internetzugang (82 %), Tablets (82 %), Radiogeräten (79 %) und festen Spielekonsolen (72 %). Ein Anstieg in der Verbreitung ist im Vergleich zum Vorjahr bei Wearables wie beispielsweise Smartwatches (57 %, 2023: 52 %) und bei tragbaren Spielekonsolen (50 %, 2023: 43 %) zu erkennen. Zwei Fünftel der Familien verfügen über Smartspeaker und ein Drittel über E-Book-Reader. Eine Tageszeitung haben 39 Prozent der Haushalte abonniert.

Mediengeräte im Haushalt 2024



Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent; Basis: alle Befragten, n=1.200
online unter <http://www.mpfs.de>

Freizeitaktivitäten

Jugendliche verbringen ihre nicht-mediale Freizeit am häufigsten mit dem Treffen von Freunden und sportlichen Aktivitäten. Knapp zwei Drittel der Zwölf- bis 19-Jährigen gehen diesen Tätigkeiten regelmäßig nach, das heißt täglich oder mehrmals pro Woche.

Im Vergleich zum Vorjahr haben regelmäßige Treffen mit Freunden (65 %) um fünf Prozentpunkte abgenommen, nachdem dieser Wert nach der Corona-Pandemie zunächst wieder deutlich angestiegen war (2023: 70 %, 2022: 73 %, 2021: 63 %). Im Gegensatz dazu haben regelmäßige Familienunternehmungen zugenommen (+6 PP).

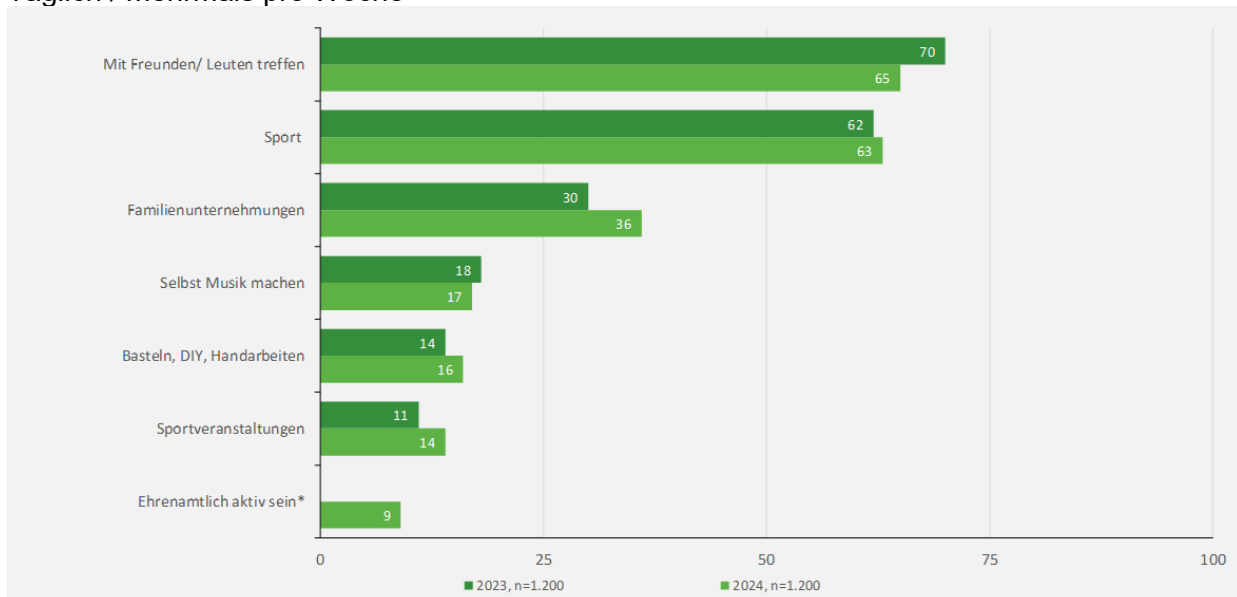
Für jüngere Jugendliche spielen die Aktivitäten im Kreis der Familie eine größere Rolle als für ältere (12-15 Jahre: 42 %, 16-19 Jahre: 30 %).

Jede*r sechste Jugendliche ist regelmäßig musikalisch aktiv oder widmet sich Bastel-/DIY-/Handarbeiten. Jede*r Siebte besucht mehrmals pro Woche Sportveranstaltungen und neun Prozent üben regelmäßig eine ehrenamtliche Tätigkeit aus.

Bei den Jungen haben Sport (68 %, Mädchen: 58 %) und der Besuch von Sportveranstaltungen (16 %, Mädchen: 11 %) einen höheren Stellenwert als bei den Mädchen. Bei Mädchen stehen Basteln (24 %, Jungen: 8 %) und Musizieren (20 %, Jungen: 15 %) höher im Kurs.

Freizeitaktivitäten 2024 – Vergleich 2023

Täglich / mehrmals pro Woche



Quelle: JIM 2024, JIM 2023, Angaben in Prozent, Basis: alle Befragten, n=1.200

Manche Freizeitaktivitäten spielen in der wöchentlichen Struktur der Zwölf- bis 19-Jährigen eine untergeordnete Rolle, finden jedoch in Abständen von bis zu einem Monat regelmäßig statt. Dazu gehören Bastelarbeiten und der Besuch von Sportveranstaltungen, die jeweils von der Hälfte der Befragten zumindest monatlich ausgeübt werden. Mit 60 Prozent basteln die Zwölf- bis 13-Jährigen deutlich häufiger als die 18- bis 19-Jährigen (49 %).

Die Relevanz von Partys nimmt dagegen mit steigendem Alter zu (12-13 Jahre: 20 %, 18-19 Jahre: 60 %). Im Vergleich zum Vorjahr gehen mehr Jugendliche mindestens einmal pro Monat in Leih-Büchereien/Bibliotheken (+6 PP). Dieser Anstieg wird vor allem bei den 18- bis 19-Jährigen deutlich (30 %, 2023: 19 %). Ein Drittel betätigt sich jeden Monat selbst musikalisch und drei von zehn engagieren sich ehrenamtlich.

Eine Kirche oder einen Gottesdienst besuchen 29 Prozent der Befragten, was einem leichten Anstieg gegenüber 2023 (24 %) entspricht. Rock- und Pop-Konzerte werden von 11 Prozent der Jugendlichen monatlich besucht.

Medienbeschäftigung in der Freizeit

Das Smartphone bleibt auch in diesem Jahr das wichtigste Mediengerät in der Freizeitgestaltung von Jugendlichen – nahezu alle Befragten nutzen es mindestens mehrmals pro Woche. Geht es um konkrete Medientätigkeiten, stehen die Internetnutzung (96 %) und das Musikhören (93 %) an erster Stelle der regelmäßigen Aktivitäten.

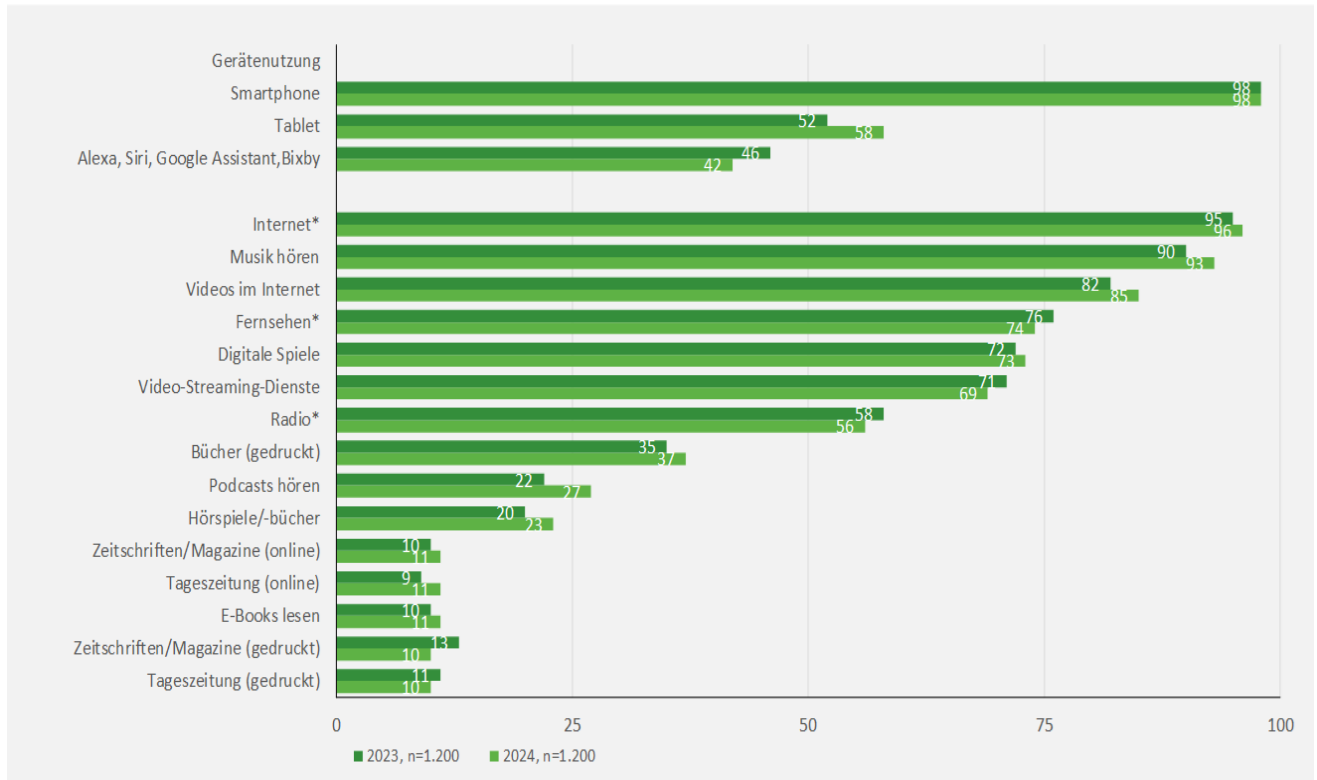
Videos auf Internet-Plattformen wie YouTube werden von 85 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen regelmäßig angesehen. Knapp drei Viertel der Befragten sehen mindestens mehrmals pro Woche fern und spielen digitale Spiele. Video-Streaming-Angebote wie Netflix oder Prime Video werden von 69 Prozent genutzt.

Die regelmäßige Nutzung von Tablets ist im Vergleich zu 2023, entsprechend dem leichten Anstieg beim Tabletbesitz, um sechs Prozentpunkte auf 58 Prozent gestiegen.

56 Prozent hören mindestens mehrmals in der Woche Radio und zwei Fünftel nutzen einen Sprachassistenten wie Alexa, Siri, Google Assistant oder Bixby. Über ein Drittel der Jugendlichen liest regelmäßig gedruckte Bücher und etwa ein Viertel hört sich Podcasts

und Hörspiele an. Die Podcastnutzung ist damit im Vergleich zum Vorjahr leicht angestiegen (+5 PP). Jeweils eine*r von zehn Jugendlichen liest E-Books sowie gedruckte und digitale Zeitschriften und Zeitungen.

Medienbeschäftigung in der Freizeit 2024 - Vergleich 2023/Täglich/mehrmals pro Woche –



Quelle: JIM-Studie 2024, Angaben in Prozent, *egal über welchen Verbreitungsweg, Basis: alle Befragten, n=1.200
online unter <http://www.mpfs.de>

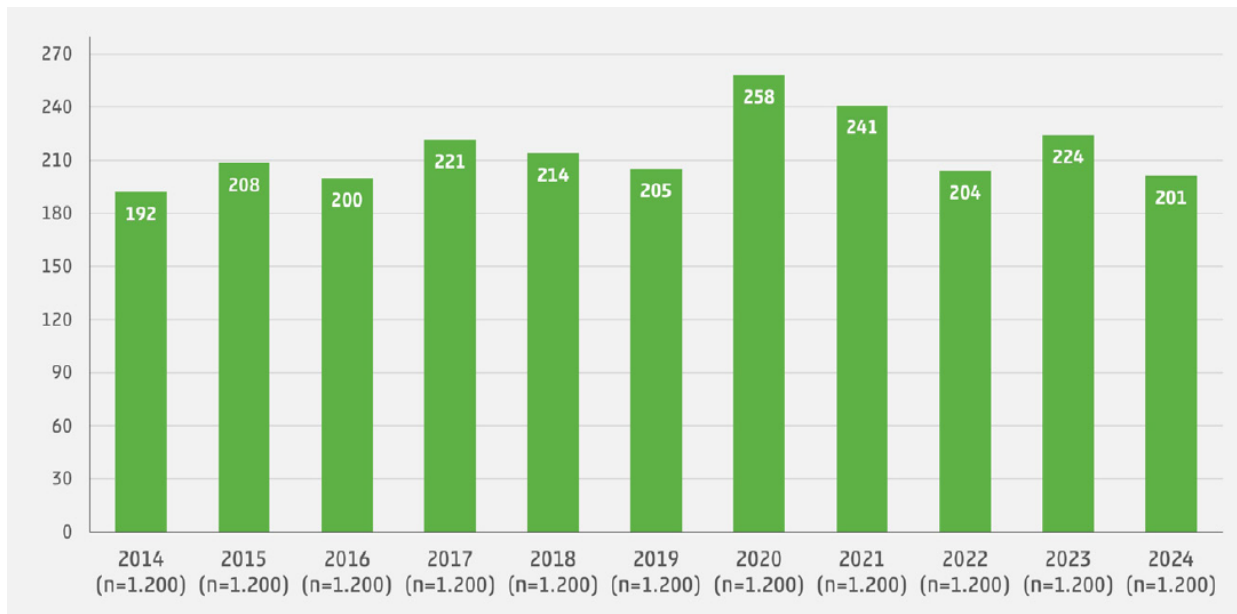
Mit Blick auf die täglichen Mediengewohnheiten lässt sich festhalten, dass keine andere Tätigkeit so fest im Alltag der Jugendlichen verankert ist, wie die Nutzung eines Smartphones (93 %). Damit einhergehend gehört auch die Internetnutzung für 90 Prozent der Befragten zu den täglichen Aktivitäten. Für sieben von zehn Jugendlichen gehört das Musikhören zum Alltag. Mit 55 Prozent schauen sich mehr Zwölf- bis 19-Jährige als im Vorjahr täglich Online-Videos an (+6 PP). Dagegen sinkt tägliches Fernsehen auf 39 Prozent (2023: 45 %). 38 Prozent spielen täglich digitale Spiele und 37 Prozent nutzen täglich ein Tablet. Drei von zehn Jugendlichen nutzen Streamingdienste und hören Radio. Ein Viertel nutzt Sprach-assistenten und etwa eine*r von zehn liest täglich Bücher, hört Podcasts und Hörspiele. Kaum Relevanz haben im Alltag von Jugendlichen hin-gegen Zeitungen und Zeitschriften sowie E-Books.

Ein beträchtlicher Teil des Lebens von Jugendlichen spielt sich im Internet ab. Die meisten von ihnen bewegen sich online beinahe so selbstverständlich wie offline. So nutzen neun von zehn Jugendlichen täglich das Internet (2023: 88 %). Weitere sieben Prozent nutzen es zumindest mehrmals in der Woche und nur zwei Prozent nutzen es seltener. Von den 1.200 befragten Zwölf- bis 19-Jährigen gab niemand an, das Internet überhaupt nicht zu nutzen. In der jüngsten Altersgruppe ist der Anteil der täglichen Internetnutzer*innen um sechs Prozentpunkte gestiegen und erreicht damit fast das Niveau der ältesten Jugendlichen (12–13 Jahre: 87 %, 18–19 Jahre: 93 %). Die weiblichen Befragten sind etwas häufiger täglich online als die männlichen Befragten (Mädchen: 93 %, Jungen: 87 %).

Der Blick auf die Online-Nutzungszeit in der letzten Dekade zeigt, dass sie sich derzeit auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau befindet. Während der Corona-Pandemie in den Jahren

2020 und 2021 stieg die Online-Nutzung stark an, ging jedoch bereits 2022 wieder auf das Niveau vor der Pandemie zurück. Nachdem der Wert im letzten Jahr zwischenzeitlich gestiegen war, hat sich der Wert nun um 23 Minuten verringert und liegt aktuell im Durchschnitt bei 201 Minuten täglicher Online-Zeit.

Entwicklung tägliche Onlinenutzung 2014 -2024



Quelle: JIM 2014-JIM 2024, Angaben in Minuten;

Basis: alle Befragten, n=1.200

Die weite Verbreitung von Apps und die ausgeprägte Onlineaktivität sind Indikatoren für den hohen Stellenwert, den das Internet für die Jugendlichen besitzt. Allerdings kann die ständige mobile Erreichbarkeit zu Überforderung und Frustration führen. Unter dem Titel „Überdruß digitaler Kommunikation“ wurde die Zustimmung der Befragten zu Aussagen über die permanente Vernetztheit erfasst. Mit zwei Dritteln der Zwölf- bis 19-Jährigen stimmt die Mehrheit der Aussage zu, regelmäßig länger am Handy zu sein, als es geplant war (2023: 61 %). Um ungestört zu schlafen, schalten drei Fünftel der Jugendlichen ihr Handy nachts aus oder in den Flugmodus. Ebenso viele genießen es, Zeit offline und ohne Handy zu verbringen (2023: 53 %). Jeweils vier von zehn Jugendlichen fühlen sich bei den Hausaufgaben durch das Handy abgelenkt und gelegentlich von den vielen Nachrichten genervt (2023: 36 %). Die Ansicht, dass digitaler Kontakt mit persönlichen Treffen vergleichbar sei, hat im Vergleich zu 2023 um acht Prozentpunkte zugenommen und liegt aktuell bei 38 Prozent. Eine ähnliche Zahl von Jugendlichen stimmt den Aussagen zu, dass sie bewusst das Handy auch mal ausschalten (2023: 33 %) und dass es in der Familie häufig zu Diskussionen über die Handynutzung kommt. Ein Drittel hat Angst etwas zu verpassen, wenn sie nicht erreichbar sind (2023: 37 %) und ein Viertel fühlt sich von den vielen Möglichkeiten sozialer Medien überfordert (2023: 18 %).

Im Rahmen der JIM-Studie 2024 wurden die Jugendlichen auch erstmals zu ihrem generellen Interesse am Thema KI befragt. Über die Hälfte der Zwölf- bis 19-Jährigen gibt an, sich für das Thema zu interessieren (sehr interessiert/interessiert). Bezogen auf die Teilgruppen lässt sich eine ähnliche Tendenz beobachten wie bei der Bekanntheit von Chat GPT. Jungen sind stärker interessiert als Mädchen und ab 14 Jahren gewinnt die Thematik an Relevanz.

Zukunftsperspektiven

Junge Menschen stehen heute vor einer Vielzahl komplexer Herausforderungen. Ihre Lebensrealität ist geprägt von Globalisierung, Krisen und Kriegen, dem Klimawandel und ständigen technologischen Veränderungen. Vor diesem Hintergrund wurden neben all den Fragen zum Medienumgang erstmals zwei offene Fragen (Mehrfachnennung) zu den persönlichen Zukunftsperspektiven gestellt. Auf welche Dinge freuen sich Jugendliche, wenn sie an die Zukunft der nächsten Jahre denken? Welche Sorgen treiben sie um?

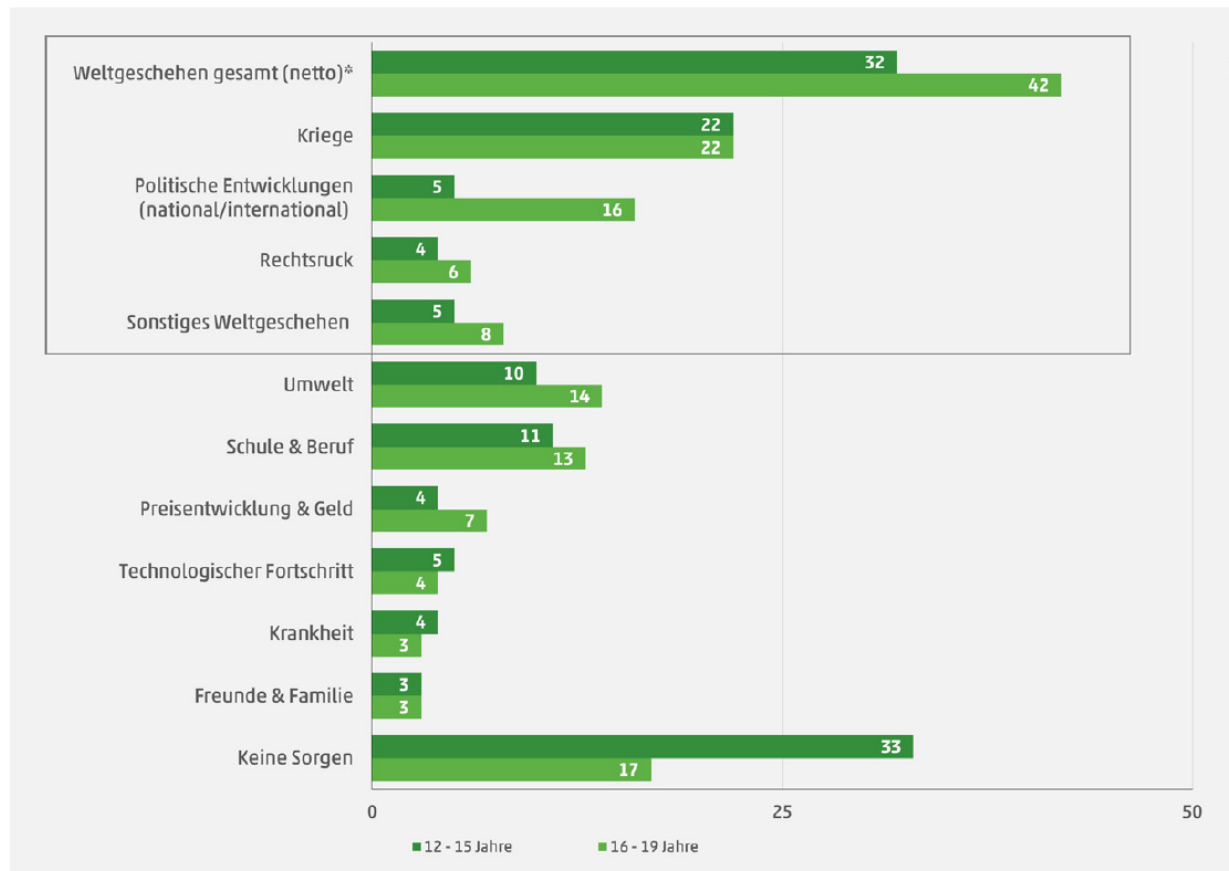
Schaut man auf die Dinge, auf die sich die Zwölf- bis 19-Jährigen freuen, dann wird am häufigsten das Thema „Bildung/Ausbildung“ (25 %) genannt. Der Schulabschluss wird dabei als wichtiger Meilenstein betrachtet, um den Start ins Erwachsenenleben einzuläuten. Einige Jugendliche sind gespannt darauf, eine Lehre oder ein Studium zu beginnen, andere verbinden ihren Abschluss damit, endlich eigenes Geld zu verdienen oder ins Ausland reisen zu können. Bei einem Fünftel der Befragten steht vor allem die eigene Persönlichkeitsentwicklung im Vordergrund. Hierzu zählt die Aussicht auf einen (guten) Job und Karrieremöglichkeiten. Die Jugendlichen wollen selbständig sein, freuen sich darauf allein (ohne Familie) zu leben, zu arbeiten und eigenes Geld zu verdienen. Einige erwarten auch, dass sich mit der Volljährigkeit ihre Rechte und Möglichkeiten erweitern. Das Thema der finanziellen Unabhängigkeit und persönlichen Weiterentwicklung wird häufig genannt.

Für 14 Prozent der Zwölf- bis 19-Jährigen besteht auch große Vorfreude auf kurzfristigere Ziele. Sie freuen sich auf ihren nächsten Urlaub, auf die Schulferien und auf Reisen mit ihren Freund*innen. Für acht Prozent der Befragten ist das Thema „Mobilität“ ein wichtiger Aspekt. Der Wunsch nach einem Führerschein – sei es für Auto, Motorrad oder Mofa – bedeutet für viele Vorfreude auf die Möglichkeit, unabhängig zu sein und zu reisen. Rund sieben Prozent äußern sich positiv über das Thema „Freundschaft/Partnerschaft“. Wichtige Aspekte sind hier die gemeinsame Zeit mit Freund*innen (und auch der Familie), das Reisen mit Freund*innen, die Hoffnung auf eine gute Beziehung oder die Gründung einer eigenen Familie. Ebenso viele begründen ihre Freude auf die Zukunft mit neuen oder weiteren technologischen Entwicklungen und hoffen auf eine bessere Digitalisierung in Schulen, eine bessere Vernetzung von Geräten und eine effektivere Nutzung von Handys zum Lernen. Aber auch Entwicklungen im Bereich KI werden hier genannt.

Zukunftsperspektiven: Sorgen der Jugendlichen

Zukunftsperspektiven: Sorgen

– ohne Antwortvorgabe, Mehrfachnennungen, Auswahl –



Quelle: JIM 2024, Angaben in Prozent, *mind. eine Nennung zu Kriege, politische Entwicklungen, Rechtsruck, sonstiges Weltgeschehen, Basis: alle Befragten, n=1.200

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (Hg.): JIM-Studie 2024. online unter:
<http://www.mpfs.de>

Letzter Zugriff: 01.07.2025