



TNS Infratest
Politikforschung

Generation Y

August 2015

Eine Studie von TNS Infratest Politikforschung
im Auftrag des Bundespresseamtes / BPA

Ihr Ansprechpartner:

Oliver Sartorius

030 / 533 22 204

Berlin, August 2015
315 108692



Generation Y

Untersuchungsanlage

Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 25 bis 34 Jahren

Stichprobenanlage: Quotenstichprobe aus Online Access Panel

Erhebungsverfahren: Computergestützte Online-Interviews (CAWI)

Erhebungszeitraum: 29.06. bis 12.07.2015

Fallzahl: 765 Interviews

Fehlertoleranz: 1,5* bis 3,6** Prozentpunkte
* bei einem Anteilswert von 5 Prozent
** bei einem Anteilswert von 50 Prozent

Institut: TNS Infratest Politikforschung

Ihr Ansprechpartner: Oliver Sartorius
+49 (0)30 533 22 204
oliver.sartorius@tns-infratest.com

Inhalt

1	Überblick zu den Ergebnissen der Studie	4
2	Vorbemerkungen.....	6
3	Beschreibung der Zielgruppe	7
3.1	Soziodemografie.....	7
3.2	Familiärer Hintergrund	8
3.3	Verhältnis zu den Eltern	12
4	Beruf und Karriere	15
4.1	Berufstätigkeit und beruflicher Hintergrund	15
4.2	Einstellungen zum Thema Beruf und Karriere.....	18
5	Privatleben.....	22
5.1	Partnerschaft.....	22
5.2	Kinder und Erziehung	24
6	Lebensgefühl.....	32
7	Zukunftsperspektiven	34
8	Gesellschaft	38
8.1	Politik, Partizipation und Engagement.....	38
8.2	Einstellungen zu Europa	42
8.3	Digitale Welt.....	45
8.4	Hoffnungen und Befürchtungen.....	47

1 Überblick zu den Ergebnissen der Studie

- Die Generation Y in Deutschland ist in eher **behüteten Verhältnissen** aufgewachsen: Die eigene Kindheit und Jugend wird von den 25-34jährigen überwiegend als Familienzeit mit vielen gemeinsamen Aktivitäten wahrgenommen, obwohl die große Mehrheit ihrer **Mütter berufstätig** gewesen ist. Dies gilt insbesondere für Ostdeutschland. Der materielle Wohlstand war vergleichsweise hoch, insbesondere bei hoher Bildung bzw. hohem Einkommen der Eltern.
- Das **Verhältnis zu den eigenen Eltern** – die in der Regel beide noch leben – **ist sehr gut**, man unterstützt sich gegenseitig im Alltag. Die Eltern der Generation Y stehen ihren Kindern häufig mit Rat und gelegentlich auch mit finanzieller Unterstützung zur Seite.
- Die 25-34jährigen haben eine **gute schulische und berufliche Ausbildung** und sind in hohem Maße erwerbstätig. Zwei Drittel arbeiten Vollzeit, weitere 14% (ganz überwiegend Frauen) in Teilzeit. Die Arbeitslosenquote ist mit 3% ausgesprochen niedrig. Die Erwerbstätigen haben knapp 9 Jahre Berufserfahrung und waren im Schnitt bereits für 2,6 Arbeitgeber tätig. Die durchschnittliche Verweildauer in einer Firma liegt bei 3,3 Jahren – die Generation Y zeigt damit eine **hohe berufliche Flexibilität**.
- In Bezug auf die eigene berufliche Entwicklung legt die Generation Y in ihrer aktuellen Lebensphase (Familienplanung) besonderen Wert auf Planungssicherheit (angemessenes Einkommen, Arbeitsplatzsicherheit) und eine ausgewogene Work-Life-Balance (Vereinbarkeit Familie und Beruf, flexible Arbeitszeiten). Eine steile berufliche **Karriere ist ihnen weniger wichtig**, Spaß an der Arbeit sowie berufliche Anerkennung haben für sie einen größeren Stellenwert.
- Die Zielgruppe hat eine **pragmatische und durchaus selbstbewusste Einstellung** zum Berufsleben: Flexibilität und die Beherrschung moderner Technik sind selbstverständlich, Entgrenzung von Arbeit und Freizeit wird zunehmend als Normalzustand erlebt. Kennzeichnend ist auch ein großes **Vertrauen in das Leistungsversprechen** unserer Gesellschaft. Allerdings werden die Ansprüche in Bezug auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf nur unzureichend erfüllt. Auch klafft aus Sicht der Gruppe in Bezug auf Einkommen und Anerkennung im Job eine vergleichsweise große Lücke zwischen Anspruch und Wirklichkeit.
- Die 25-34jährigen verfügen im Schnitt über ein monatliches Haushalts-Nettoeinkommen von ca. 2.400 Euro bei einer Haushaltsgröße von durchschnittlich 2,4 Personen. Zwei Drittel der Zielgruppe haben schon in eine zusätzliche private Altersvorsorge investiert. Die Generation Y **fühlt sich in ihrem Leben relativ gut abgesichert** (6.0 auf einer Skala von 1 bis 10).
- Die große Mehrheit der 25-34jährigen ist **verheiratet** oder lebt in einer festen Partnerschaft. Bezüglich der Aufteilung der Hausarbeit gibt es zwar deutliche Wahrnehmungsunterschiede zwischen Männern und Frauen, die aber kaum zu Unzufriedenheit oder Konflikten führen.
- Gut jeder Dritte hat eigene **Kinder**. Im ländlichen Raum ist der Anteil größer als in den urbanen Zentren. In Bezug auf die Kinderanzahl klafft allerdings zwischen Wirklichkeit (Ø 0,54 Kinder) und Wunsch (Ø 2 Kinder) eine erhebliche Lücke. Als **Voraussetzungen** für Kinder nennen die Befragten eine funktionierende Partnerschaft, Sicherheitsaspekte (Arbeit, Finanzen, Unterstützung) sowie idealerweise eine gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

- Die **Erziehungsarbeit** liegt auch bei der Generation Y nach wie vor hauptsächlich bei den Frauen. Dabei sehen die 25-34jährigen kaum Widersprüche zwischen der Vermittlung von **Sekundärtugenden** (gute Manieren, Respekt, Disziplin) und **postmaterialistischen Werten** (freie Entfaltung und Selbstbestimmtheit der Kinder) als Erziehungsziel. Bei der Erziehungsmethode wird jedoch eindeutig auf Liebe und Zuneigung statt auf Strenge gesetzt. Mehrheitlich orientiert sich die Generation Y bei der Kindererziehung damit am **Vorbild der eigenen Eltern**.
- Neben dem dominierenden Aspekt der finanziellen Absicherung weist die Generation Y eine **starke hedonistische Prägung** auf – den Motiven „das eigene Leben genießen“ und „sich schöne Dinge leisten können“ wird eine hohe Bedeutung zugeschrieben. Eine altruistische bzw. soziale Orientierung fällt dagegen deutlich ab. Vergleichsweise wichtig sind zudem **liberale Motive**, wie Freiheit und Unabhängigkeit, Selbstverwirklichung oder Toleranz. Klassische Erfolgsmaßstäbe wie „Ruhm“ oder Durchsetzungsstärke spielen nur eine stark untergeordnete Rolle. Das alles deutet auf eine **gewisse Selbst-Bezogenheit** der Zielgruppe hin.
- Die Generation Y hat ein **positives Bild von Deutschland** in Bezug auf den Lebensstandard und die Wirtschaftskraft. Dem steht jedoch ein stark angeschlagenes Vertrauen in die Politik gegenüber, so dass man eine **erhebliche politische Entfremdung** konstatieren muss, die ihren Niederschlag auch in einer geringen Wahlbeteiligung findet. So verwundert es kaum, dass – wenn überhaupt – vor allem Formen niedrigschwelliger politischer Partizipation (z.B. Information und Diskussion über Politik) auf breitere Resonanz stoßen.
- Die Zielgruppe fühlt gegenüber Europa bzw. der EU keine besonders starke Verbindung, die nationale Identität steht klar im Vordergrund. Die **Europäische Union** wird zwar als Idee akzeptiert, in der praktischen Umsetzung aber **stark kritisiert**. Positive Aspekte der Mitgliedschaft werden nur eingeschränkt zur Kenntnis genommen. Die politische Entfremdung schlägt in hohem Maße auf die europäische Ebene durch bzw. wird von ihr verstärkt.
- **Digitale bzw. soziale Medien prägen den Alltag**. Sie sind aus dem Leben der „digital natives“ nicht mehr wegzudenken und dringen weiter in alle Lebensbereiche vor. Die Risiken (Datenschutz, Beschleunigung, soziale Isolation) sind den 25-34jährigen durchaus bewusst, werden aber billigend in Kauf genommen. Die positiven Aspekte der Technologie dominieren eindeutig die Wahrnehmung. Das Internet wird zudem – ganz in der Tradition der Piratenpartei – auch als **technisches Hilfsmittel zur politischen Emanzipation und Beteiligung** gesehen.
- Der **persönlichen Zukunft** blicken die 25-34jährigen **zuversichtlich**, selbstbewusst und gelassen entgegen. Der Blick auf die Zukunft der eigenen Generation insgesamt ist dagegen eher zwiespältig. Eine klare Mehrheit glaubt, dass der soziale Aufstieg in Deutschland heute schwieriger ist, als dies noch für die eigenen Eltern der Fall war.
- Im Hinblick auf die Entwicklung Deutschlands in der näheren Zukunft zeigen die „digital natives“ ein großes **Vertrauen in technologische Lösungen**, gleichzeitig aber eine große **Skepsis gegenüber der gesellschaftlichen Entwicklung**. Insbesondere die Entwicklung von Aspekten, die den gesellschaftlichen Zusammenhalt betreffen (Funktionieren der Politik, Integrationsfähigkeit der Gesellschaft, demografischer Wandel, Alterssicherung, Verhältnis von Arm und Reich), werden von dieser (stark selbstbezogenen) Generation recht negativ wahrgenommen.

2 Vorbemerkungen

Die Generation Y hat in den Medien und in der Öffentlichkeit den Ruf, einerseits pragmatisch und unpolitisch zu sein, wird andererseits aber auch als optimistisch und selbstbewusst bis hin zu egoistisch beschrieben. Die Zielgruppe gilt als formal gut ausgebildete und als technikaffine Generation, die auch wesentlich durch das Internet und digitale Kommunikation sozialisiert ist. Beruflicher Karriere ordnet diese Generation nicht alles unter, die so genannte Work-Life-Balance hat angeblich einen besonderen Stellenwert. Aufgrund von Terroranschlägen, einer wachsenden Anzahl militärischer Konflikte und Kriegen im direkten Umfeld der EU und nicht zuletzt der europäischen Wirtschafts- und Finanzkrise mit hoher Jugendarbeitslosigkeit in zahlreichen europäischen Ländern ist von der Zielgruppe bisweilen auch als „Krisenkinder“ die Rede. Die weitesten Definitionen der Generation Y umfassen dabei die Jahrgänge 1977 bis 1998.

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde die Zielgruppe bewusst stärker auf die heute ca. 25 bis 34jährigen (Jahrgänge 1980 bis 1990) zugespielt. Dies hat den entscheidenden Vorteil, dass die beobachtete Bevölkerungsgruppe deutlich an Homogenität in Bezug auf ihre Lebenssituation gewinnt. In dieser Dekade sind die zu Befragenden bereits in die Berufsphase eingetreten oder stehen zumindest kurz davor. Themen wie Familienplanung und Kinder gewinnen an Aktualität.

Forschungsleitende Themen bzw. Fragenkomplexe zu dieser Zielgruppen-Studie waren u.a.:

- Welche Wertvorstellungen sind der Generation Y besonders wichtig?
- Welchen Stellenwert haben Beruf und Karriere?
- Welchen Blick hat die Zielgruppe auf den Themenkomplex Familie, Partnerschaft und Kinder?
- Wie ist ihr persönliches Lebensgefühl?
- Wie sieht die Generation Y ihre persönlichen bzw. gesellschaftlichen Zukunftsaussichten?
- Welche politischen Einstellungen und Erwartungen prägen die Zielgruppe?
- Welche Hoffnungen und Befürchtungen beschäftigen die „Krisenkinder“ mit Blick auf die Zukunft?

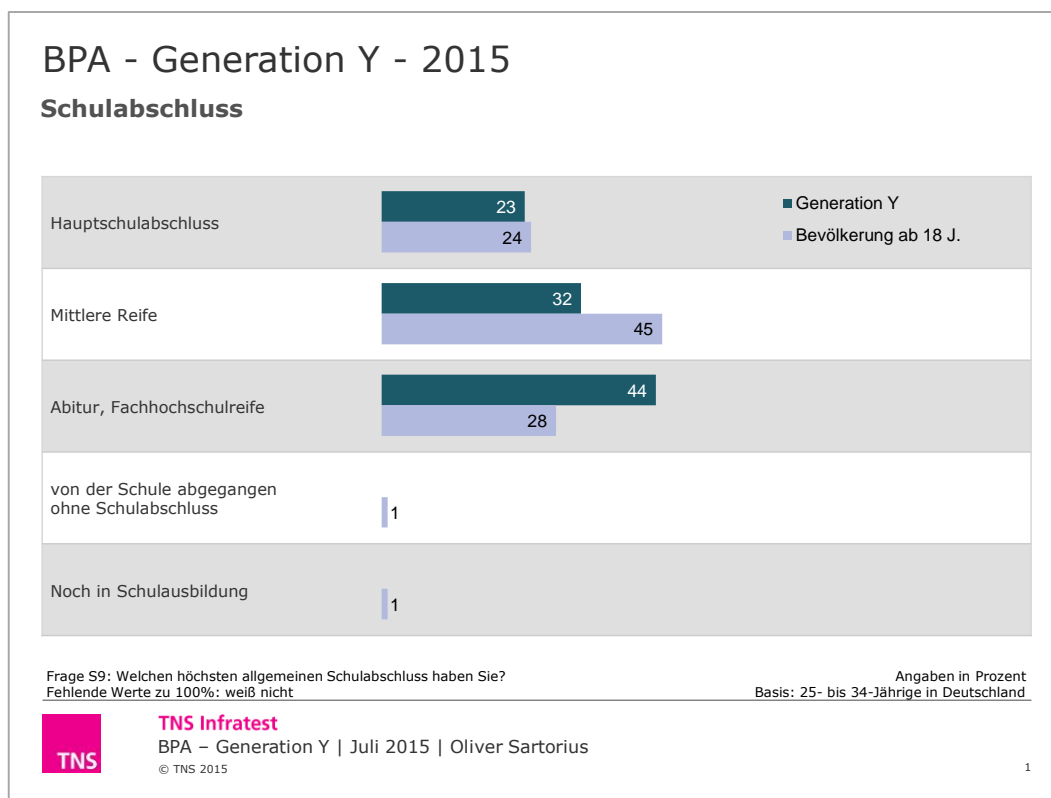
Da es sich um die erste Generation handelt, die mit dem Internet aufgewachsen ist und deswegen häufig auch als Generation der „digital natives“ bezeichnet wird, erschien es methodisch naheliegend, die Befragung online durchzuführen. Die Zielgruppe weist eine ausgesprochen hohe Online-Affinität auf¹ und erfüllt damit eine Grundvoraussetzung für ein repräsentatives Abbild. Wie bei allen Online-Studien wurde aufgrund einer fehlenden adäquaten Auswahlgesamtheit auf eine Quotenstichprobe zurückgegriffen, die im Rahmen eines so genannten Online Access Panels realisiert wurde.

¹ Laut (N)Onliner-Atlas 2014 der Initiative D21 betrug die Internet-Penetration bei den 20-29jährigen 98,1% und bei den 30-39jährigen 94,3%. Für die Zielgruppe kann sie damit als gesättigt angesehen werden. Allerdings korreliert das Merkmal Online-Nutzung relativ stark mit dem Merkmal Bildung. Damit formal niedrig Gebildete in der Stichprobe nicht unterrepräsentiert werden, wurden die Befragten nach den Merkmalen Alter, Geschlecht, Bildung und Region quotiert. Als Referenzgröße dienten dazu Angaben aus dem aktuellen Mikrozensus.

3 Beschreibung der Zielgruppe

3.1 Soziodemografie

Die befragten 25-34jährigen sind im Durchschnitt 29,5 Jahre alt, verteilen sich also gleichermaßen auf den jeweiligen Teil der zwanziger (25-29 Jahre: 50%) bzw. dreißiger Dekade (30-34 Jahre: 50%). In der Altersgruppe stehen geringfügig mehr Männer (51%) etwas weniger Frauen (49%) gegenüber.



Die Generation Y ist vergleichsweise gut formal ausgebildet: Fast jeder Zweite (44%) hat das Abitur bzw. verfügt über eine (Fach-)Hochschulreife. Jeder Dritte (32%) hat einen mittleren **Schulabschluss** gemacht und knapp jeder Vierte (23%) hat einen Hauptschulabschluss erreicht. Nur Einzelne sind ganz ohne Abschluss von der Schule abgegangen (unter 0,5%). Damit haben in der Generation Y deutlich mehr Menschen die Hochschulreife als in der wahlberechtigten Bevölkerung ab 18 Jahre (28%).

In einem Haushalt der Generation Y leben **durchschnittlich 2,4 Personen**. Wenn keine Kinder im Haushalt leben sind es durchschnittlich 1,9 Personen, mit Kindern 3,4. Wer eine feste Partnerschaft hat kommt auf eine Haushaltsgröße von 2,7 Personen, ohne feste Partnerschaft liegt diese bei 1,7. Je größer die Einwohnerzahl der Gemeinde, desto geringer fällt die durchschnittliche Haushaltsgröße aus: Familien mit Kindern leben häufiger auf dem Land, Singles eher in den urbanen Zentren.

Anders als man vielleicht erwarten würde, sind die Angehörigen der Generation Y in den Großstädten mit über 100 TSD **Einwohnern** nicht überrepräsentiert, sondern entsprechen diesbezüglich in etwa

dem Anteil der Gesamtbevölkerung. Vielmehr sind sie überdurchschnittlich häufig in Städten mittlerer Größe zwischen 20 und 100 TSD Einwohnern anzutreffen. In kleinen Gemeinden unter 20 TSD Einwohnern sind sie entsprechend unterrepräsentiert.

3.2 Familiärer Hintergrund

Der familiäre Hintergrund kann häufig eine prägende Wirkung entfalten und sich so spürbar auf Einstellungen, Werte und Verhaltensmuster von einzelnen Menschen aber auch Gruppen auswirken. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden eine ganze Reihe derartiger Variablen erhoben, um entsprechende Einflüsse auf die Generation Y analysieren zu können.

Etwa jeder sechste Befragte im Alter von 25 bis 34 Jahren (17%) hat nach eigenen Angaben einen **Migrationshintergrund**, d.h. dass die befragte Person selbst bzw. ihre Eltern oder Großeltern nach 1945 nach Deutschland zugewandert sind. Da der Anteil von Menschen mit Migrationshintergrund an der Gesamtbevölkerung in Deutschland auf mittlerweile 21% geschätzt wird, müssen wir davon ausgehen, dass der hier gemessene Anteil für die Generation Y methodenbedingt etwas unterschätzt wird.² Erwartungsgemäß ist der Anteil an Migranten unter den jüngeren Jahrgängen größer als unter den älteren (25-29: 18%, 30-34: 15%) und im Westen der Republik höher als im Osten (18% vs. 13%). 25 bis 34jährige mit Migrationshintergrund sind häufiger weiblich (54%, Nicht-Migranten: 48%) und häufiger nicht-erwerbstätig (36%, Nicht-Migranten: 18%).

Die Prägung durch die eigenen Eltern zeigt sich in besonderem Maße am Beispiel des formalen Bildungsgrades: (Auch) Für die Generation Y ist ein deutlicher Zusammenhang zwischen dem eigenen Schulabschluss und dem Schulabschluss der Eltern nachweisbar – je höher der formale Bildungsgrad der Eltern, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass auch das Kind einen hohen formalen Bildungsgrad erreicht. Haben beide Eltern keinen oder einen einfachen Schulabschluss, so beträgt der Anteil der 25-34jährigen mit Abitur bzw. Hochschulreife 30%. Hat zumindest ein Elternteil einen mittleren Schulabschluss, dann steigt der Anteil auf 42%, bei einem Elternteil mit höherem Schulabschluss auf 67% und bei beiden Elternteilen mit höherem Schulabschluss sogar auf 76%. Umgekehrt sinkt mit zunehmendem formalen Bildungsgrad der Eltern die Wahrscheinlichkeit kontinuierlich, die Schule nicht oder „nur“ mit einem Hauptschulzeugnis abzuschließen.

² Die Mitgliedschaft im Online Access-Panel, aus dem heraus die Stichprobe rekrutiert wurde, setzt ausreichende deutsche Sprachkenntnisse voraus. Menschen mit Migrationshintergrund ohne entsprechende Sprachkenntnisse wären allerdings auch über die meisten anderen Methoden nicht erreichbar, es sei denn, man würde fremdsprachige Interviewer bzw. Fragebögen einsetzen. Entsprechend ist davon auszugehen, dass die Befragten mit Migrationshintergrund in unserer Stichprobe zumindest in sprachlicher Hinsicht überdurchschnittlich gut in die deutsche Gesellschaft integriert sind.

BPA - Generation Y - 2015

Eigener Schulabschluss nach Schulbildung der Eltern

	Beide kein/ einfacher Schulabschluss	1 x mittlerer, 1 x kein/ einfacher Schulabschluss	Beide mittlerer Schulabschluss	Ein Elternteil höherer Schulabschluss	Beide höherer Schulabschluss
Haupt- oder Volksschul- abschluss	45	16	16	6	7
Mittlere Reife	24	43	42	27	17
Abitur, Fachhoch- schulreife	30	42	42	67	76

Frage 24: Welchen höchsten Schulabschluss hat(te) Ihr Vater?
Frage 25: Und welchen höchsten Schulabschluss hat(te) Ihre Mutter?
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht

Angaben in Prozent
Basis: 25- bis 34-Jährige in Deutschland



TNS Infratest
BPA – Generation Y | Juli 2015 | Oliver Sartorius
© TNS 2015

39

Immerhin belegen die heute 25-34jährigen, dass es trotz solcher ungleichen Ausgangsbedingungen durchaus möglich ist, einen höheren Schulabschluss zu erreichen. So hat annähernd jeder Dritte der Generation Y einen solchen „Bildungsaufstieg“ geschafft, obwohl die eigenen Eltern allenfalls einen einfachen Schulabschluss haben. Von gleichen Bildungschancen ist die Generation Y dennoch noch relativ weit entfernt.

Ein interessanter Zusammenhang zeigt sich zwischen der Ortsgröße und dem Bildungshintergrund: Für die Väter und Mütter der Generation Y gilt, dass die Wahrscheinlichkeit eines höheren Schulabschlusses mit zunehmender Einwohnerzahl des (heutigen) Wohnorts steigt und umgekehrt die Wahrscheinlichkeit eines niedrigen Schulabschlusses mit sinkender Einwohnerzahl zunimmt. Geht man davon aus, dass die Mehrzahl der Generation Y sich in Bezug auf die Einwohnerzahl ihres Wohnorts nicht von der Wohnortwahl ihrer Eltern unterscheidet, dann sind die Bildungschancen der Elterngeneration in Großstädten offenbar deutlich besser gewesen als die Bildungschancen im ländlichen Raum. Für die Generation Y selbst zeigt sich dieser Zusammenhang zwischen Ortsgröße und Schulabschluss immer noch, allerdings in abgeschwächter Form.

Während die Väter der heutigen Generation Y nach der eigenen Schulzeit ganz überwiegend in Vollzeit berufstätig waren (88%) zeigt sich für die Mütter ein deutlich differenzierteres Bild: Von diesen war nur knapp die Hälfte (47%) die meiste Zeit voll berufstätig. Etwa jede Vierte (26%) arbeitete dagegen überwiegend in Teilzeit und knapp jede Fünfte (19%) war schwerpunktmäßig als Hausfrau tätig.

BPA - Generation Y - 2015

Erwerbstätigkeit der Eltern

	Gesamt		Westdeutschland		Ostdeutschland	
	Vater	Mutter	Vater	Mutter	Vater	Mutter
in Vollzeit erwerbstätig	88	47	90	42	82	69
in Teilzeit erwerbstätig	1	26	1	29	1	16
arbeitslos	1	2		1	4	6
Hausmann/ Hausfrau		19		23		2
Rentner/in	2	1	2	1	2	1
Sonstiges	2	1	2	1		

Frage 26: War Ihr Vater nach seiner Schulzeit überwiegend/ die meiste Zeit...

Frage 27: Nun zu Ihrer Mutter: War sie nach ihrer eigenen Schulzeit überwiegend/ die meiste Zeit ...

Fehlende Werte zu 100%: keine Angabe

Angaben in Prozent
Basis: 25- bis 34-Jährige in Deutschland



TNS Infratest

BPA – Generation Y | Juli 2015 | Oliver Sartorius

© TNS 2015

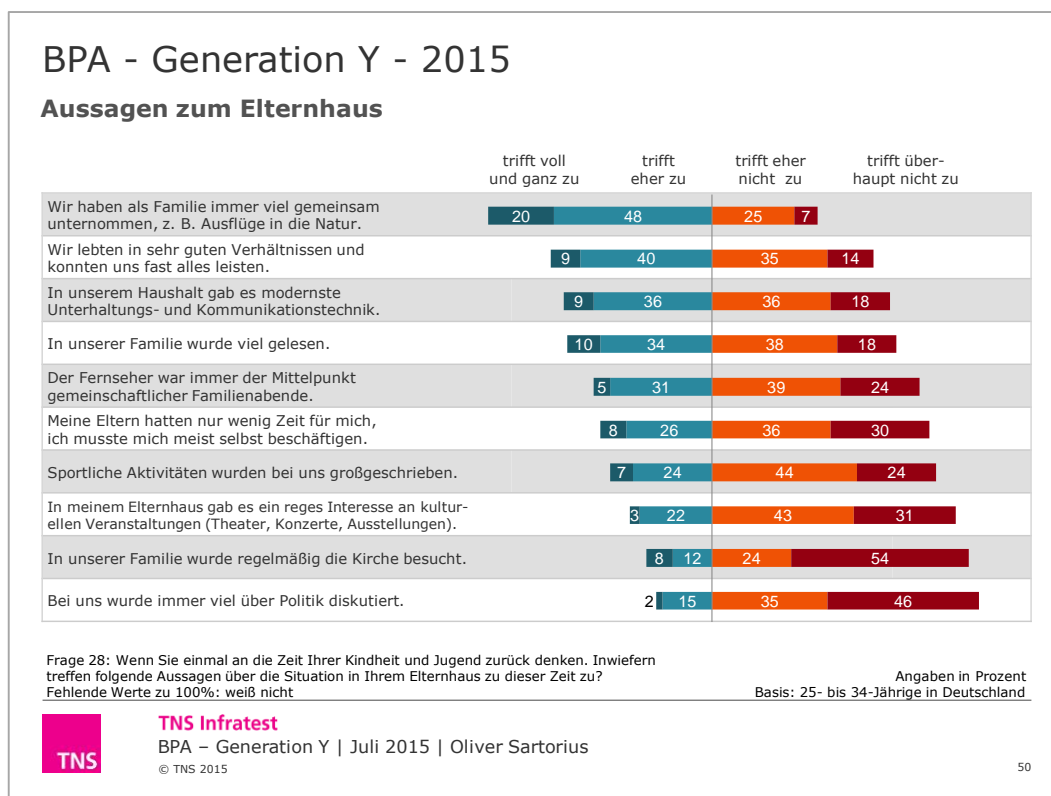
41

Deutliche Unterschiede bezüglich der Berufstätigkeit der Eltern zeigen sich zwischen West- und Ostdeutschland. Die ostdeutschen Väter der heute 25-34jährigen waren zwar ebenso wie die westdeutschen Väter ganz überwiegend in Vollzeit erwerbstätig (82%), allerdings zeigt sich bei Ihnen ein deutlich erhöhter Anteil an Langzeitarbeitslosen (4%) – also vermutlich vor allem Personen, die in der Nachwendezeit ihren Job verloren und auf dem Arbeitsmarkt des vereinten Deutschlands keine Perspektive mehr hatten. Zudem fällt bei den ostdeutschen Vätern der KA-Anteil auf diese Frage deutlich höher aus als bei westdeutschen (11% vs. 5%), wohinter sich möglicherweise weitere Langzeitarbeitslose verbergen. Das andere Gesellschaftssystem der DDR mit Beschäftigungsanspruch und gut ausgebauter Kinderbetreuung spiegelt sich aber insbesondere in Bezug auf die Tätigkeit der Mütter der Generation Y. Die ostdeutschen Mütter waren nach ihrer Schulzeit in deutlich höherem Umfang in Vollzeit erwerbstätig als westdeutsche Mütter (69% vs. 42%). Umgekehrt waren sie seltener überwiegend in Teilzeit beschäftigt (16% vs. 29%) bzw. nur in Ausnahmefällen die meiste Zeit als Hausfrau tätig (2% vs. 23%). Entsprechend waren in der Nachwendezeit dann auch ostdeutsche Mütter sehr viel stärker als westdeutsche von Langzeitarbeitslosigkeit betroffen (6% vs. 1%).

Knapp jeder Vierte der Generation Y ist Einzelkind (23%), drei Viertel haben dagegen Geschwister. Für diejenigen, die Geschwister haben, liegt die durchschnittliche Anzahl bei 1,8 (bezogen auf alle Befragte inklusive der Geschwisterlosen liegt der Wert bei 1,3). Interessanter als die absolute Zahl ist der Zusammenhang zwischen durchschnittlicher Anzahl an Geschwistern und eigenem Schulabschluss. Danach haben formal niedrig Gebildete (2,3) im Durchschnitt mehr Geschwister als Befragte mit mittlerem Schulabschluss (1,8) oder höherer formaler Bildung (1,6). Berücksichtigt man den Effekt der Bildungsprägung (s.o.), dann scheinen die Befunde zu bestätigen, dass die Geburtenrate der Eltern mit höherer formaler Bildung geringer ausgefallen ist. Angehörige der

Generation Y mit Migrationshintergrund haben geringfügig mehr Geschwister (2,0) als Befragte ohne Migrationshintergrund (1,8).

Neben Bildung und Berufstätigkeit der eigenen Eltern und Anzahl der Geschwister prägt Menschen natürlich auch, wie sie die eigene Kindheit und Jugend bzw. die familiäre Situation in dieser Zeit erlebt haben.



Mehr als zwei Drittel der Befragten (68%) erinnern sich daran, dass man in der eigenen Kindheit als Familie viel gemeinsam unternommen hat. Kindheit und Jugend wird also in starkem Maße als **Familienzeit** wahrgenommen, entsprechend stark ist ihr Einfluss. Nur eine Minderheit (33%) betont, dass die Eltern nur wenig Zeit hatten und man sich entsprechend viel selbst beschäftigen musste. Vor allem Eltern mit geringerem Bildungsgrad haben offenbar weniger Zeit für ihre Kinder gefunden.

Knapp die Hälfte der Zielgruppe lebte nach eigener Einschätzung in sehr guten Verhältnissen (49%), in denen es an nichts mangelte und man sich fast alles leisten konnte. Das gilt in ähnlicher Weise auch für modernste Unterhaltungs- und Kommunikationstechnik (45%). Dabei ist im Westen der Republik das Gefühl, dass man sich fast alles leisten konnte, deutlich ausgeprägter (52%) als im Osten (40%). Beide **materiellen Aspekte** korrelieren positiv mit dem Bildungsgrad (und damit wohl mit dem Einkommen) der Eltern.

Als prägende Familienbeschäftigung spielte trotz überwiegend guter Haushaltsausstattung mit moderner Kommunikationstechnik Lesen in der Erinnerung eine größere Rolle (44%) als Fernsehen (36%). Hier zeigt sich allerdings ein deutlicher Bildungseffekt. Sowohl in Bezug auf den eigenen Schulabschluss als auch auf den der Eltern gibt es einen deutlich positiven Zusammenhang mit der

Vermittlung von Lesekompetenz. Der umgekehrte Effekt zeigt sich für das Fernsehen als Mittelpunkt gemeinsamer Familienabende, allerdings ist der Zusammenhang weniger stark ausgeprägt. Unklar muss dabei bleiben, inwieweit hier Vorstellungen der sozialen Erwünschtheit die Befragungsergebnisse verzerren. Plausibel erscheint, dass das Medium Fernsehen für den jüngeren Teil der Zielgruppe bereits an Funktion als Leitmedium eingebüßt hatte (25-29 Jahre: 32%, 30-34 Jahre: 39%).

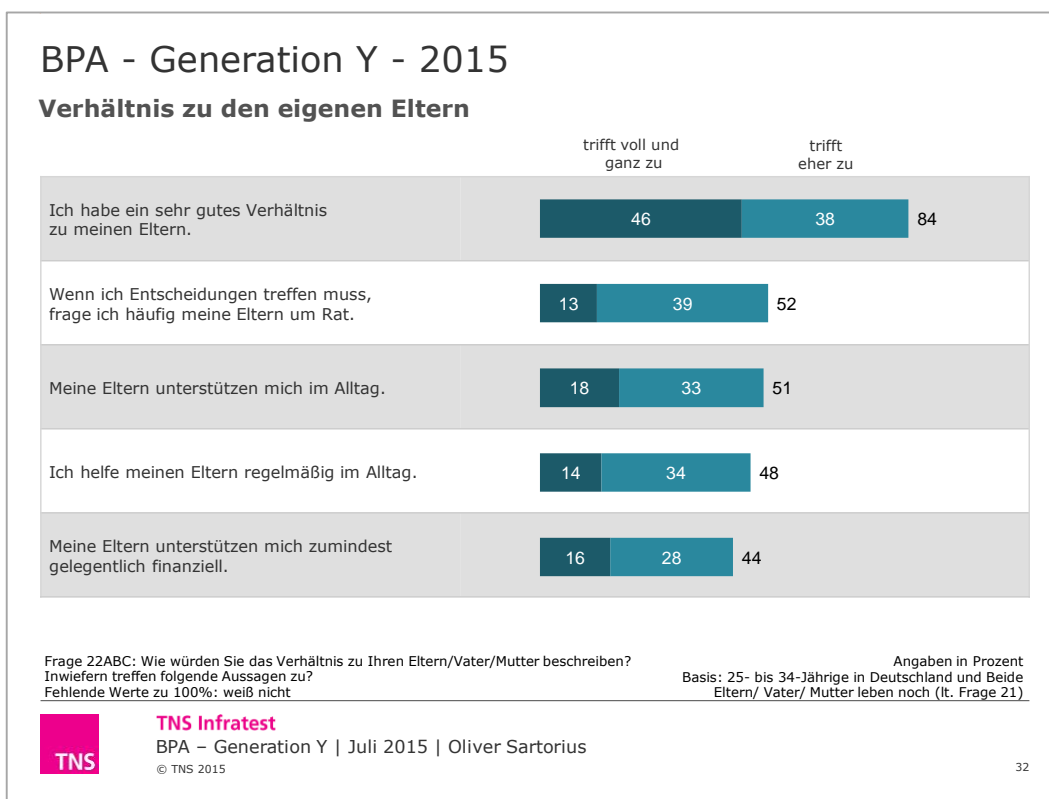
Bei immerhin jedem Dritten (31%) spielten sportliche **Aktivitäten** eine große Rolle in der eigenen Kindheit bzw. Jugend. Nur jeder Vierte (25%) erlebte zuhause ein reges Interesse an kulturellen Veranstaltungen. Noch etwas weniger (20%) wurden durch regelmäßige Kirchenbesuche geprägt. Und politische Diskussionen und Debatten waren nur bei einer Minderheit (18%) mehr oder weniger regelmäßig Bestandteil des Familienlebens.

Politische Diskussionen, **kulturelle** Orientierung aber auch **sportliche** Aktivitäten hängen vergleichsweise stark mit dem Schulabschluss der Eltern zusammen. Dabei gilt, je höher der Bildungsgrad der Eltern, desto verbreiteter waren politische, kulturelle und sportliche Aktivitäten. Wie stark die kindlichen Erfahrungen das spätere Leben prägen, zeigt sich am Beispiel des politischen Interesses: Wer sich heute stark für Politik interessiert, der hat mit hoher Wahrscheinlichkeit bereits im eigenen Elternhaus politische Debatten erlebt (46%). Wer dagegen derzeit keinerlei Interesse am politischen Diskurs zeigt, bei dem wurde auch schon in der Kindheit kaum über Politik diskutiert (5%).

In religiöser Hinsicht klafft eine deutliche West-Ost-Lücke: Der regelmäßige Kirchengang war immerhin noch in jedem vierten Haushalt im Westen (24%) ein Thema, spielte im Osten aber so gut wie keine Rolle (8%). Auch für Migranten spielt das Thema **religiöse Prägung** eine etwas stärkere Rolle als für Nicht-Migranten (27% vs. 19%).

3.3 Verhältnis zu den Eltern

Bei mehr als vier von fünf 25-34jährigen leben noch beide Elternteile (83%). Bei jedem Neunten (11%) ist der Vater bereits verstorben, bei jedem Fünfundzwanzigsten die Mutter (4%). Bereits Vollwaisen sind lediglich 1% der Generation Y. Auffällig ist ein gewisser Zusammenhang mit dem eigenen Schulabschluss: Befragte mit höherer formaler Schulbildung (87%) haben eine höhere Wahrscheinlichkeit, dass beide Elternteile noch leben als Befragte mit mittlerer (81%) oder niedriger Bildung (79%). Umgekehrt steigt mit sinkendem Bildungsgrad die Wahrscheinlichkeit, dass nur die Mutter noch lebt. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass Kinder von alleinerziehenden Müttern schlechtere Bildungschancen haben. Dieser Befund korrespondiert auch mit dem Haushaltsnetto-Einkommen.



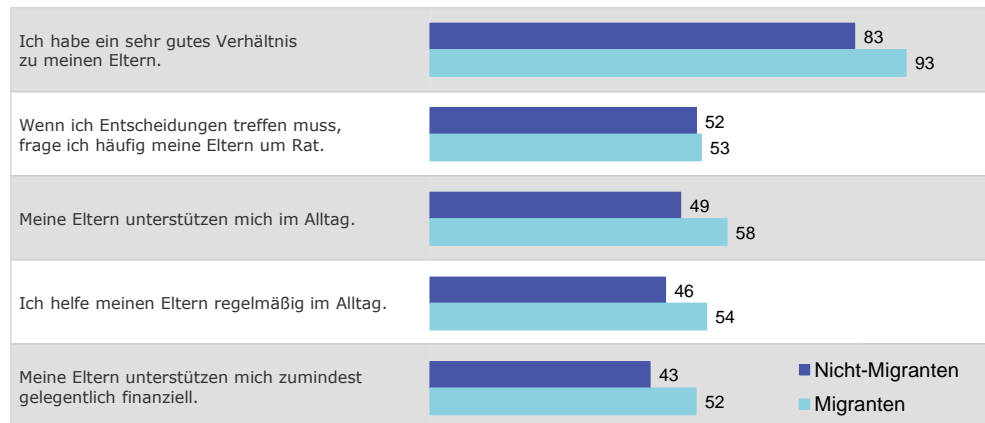
Der Großteil der Generation Y beschreibt ihr **Verhältnis zu den eigenen Eltern** heute als sehr gut. Fast jeder Zweite empfindet diese Aussage als voll und ganz (46%), fast vier von Zehn zumindest als eher zutreffend (38%). Das Verhältnis zwischen Eltern und Kindern scheint geprägt von gegenseitiger Wertschätzung: Für jeden zweiten 25-34jährigen sind die eigenen Eltern häufig Ratgeber bei wichtigen Entscheidungen (52%). Genauso viele haben das Gefühl, dass ihre Eltern sie im Alltag unterstützen (51%) und sie zumindest gelegentlich auch finanziell unterstützen (44%). Umgekehrt hilft fast jeder Zweite seinerseits den eigenen Eltern im Alltag (48%).

Die Detailanalyse zeigt, dass insbesondere Arbeitslose (83%) bzw. Nicht-Erwerbstätige (57%) zumindest gelegentlich von ihren Eltern finanziell unterstützt werden. Das gilt insofern auch für Befragte mit einem niedrigen Haushaltsnetto-Einkommen von unter € 1.500 im Monat (56%). Interessant ist auch, dass die Bindung zu den eigenen Eltern größer scheint, wenn die befragten 25-34jährigen nicht in einer festen Partnerschaft leben: Singles werden stärker von den Eltern im Alltag unterstützt (58% vs. mit Partner: 48%), helfen aber ihrerseits den eigenen Eltern stärker im Alltag (56% vs. mit Partner: 45%). Die fehlende feste Partnerschaft wird offenbar zumindest teilweise durch die Intensivierung der Eltern-Beziehung kompensiert.

Zudem zeigt sich, dass die gegenseitige Unterstützung von Kindern und Eltern umso stärker ausfällt, je stärker die Befragten gesellschaftlich engagiert sind – und zwar sowohl in Richtung der Eltern als auch aus Richtung der Eltern. Dabei muss zunächst ungeklärt bleiben, ob das intensivere gesellschaftliche Engagement Wirkung oder Ursache der Beziehung zu den eigenen Eltern ist.

BPA - Generation Y - 2015

Verhältnis zu den eigenen Eltern



Frage 22ABC: Wie würden Sie das Verhältnis zu Ihren Eltern/Vater/Mutter beschreiben?
Inwiefern treffen folgende Aussagen zu?

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/ trifft eher nicht zu/ trifft überhaupt nicht zu

Angaben in Prozent
Basis: 25- bis 34-Jährige in Deutschland deren beide Eltern/ Vater/ Mutter noch leben/ lebt (lt. Frage 21)



TNS Infratest

BPA – Generation Y | Juli 2015 | Oliver Sartorius

© TNS 2015

43

Auffällig ist zudem, dass Migranten ihr Verhältnis zu den eigenen Eltern spürbar besser beschreiben als Nicht-Migranten. Sie empfinden die Unterstützung ihrer Eltern stärker – unabhängig davon ob materiell oder immateriell – und helfen ihrerseits den eigenen Eltern regelmäßiger im Alltag. Lediglich im Hinblick auf die Eltern als Ratgeber unterscheiden sie sich nicht von den übrigen Befragten ihrer Generation.

4 Beruf und Karriere

4.1 Berufstätigkeit und beruflicher Hintergrund

Vier von fünf Befragten der Generation Y sind **berufstätig**: Zwei Drittel arbeiten in Vollzeit (67%), etwa jede(r) Siebte in Teilzeit (14%). Die Arbeitslosenquote liegt mit 3% ausgesprochen niedrig. Etwa jeder Dreizehnte (8%) bleibt als Hausfrau bzw. -mann zuhause und jeder Fünfundzwanzigste studiert (4%). Die restlichen 5% verteilen sich auf Auszubildende (1%), Absolventen eines freiwilligen sozialen bzw. ökologischen Jahres (unter 0,5%) und sonstige **Tätigkeiten** (4%). Damit unterscheidet sich die Generation Y nur in einem Punkt deutlich von der wahlberechtigten Bevölkerung ab 18 Jahren: Sie hat eine spürbar höhere Erwerbsquote, die bei der Gesamtbevölkerung durch einen entsprechenden Anteil an Rentnern und Pensionären (ca. 30%) ausgeglichen wird.

Die Detailanalyse zeigt allerdings deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede: Frauen arbeiten 3,5mal so häufig in Teilzeit wie Männer (21% vs. 6%). Zudem scheint es so gut wie keine männlichen Vertreter der Generation Y zu geben, die sich als „Hausmann“ bezeichnen (unter 0,5%). Diese Kategorie ist damit fast ausschließlich von Frauen belegt (15%). Der zu erwartende Zusammenhang zwischen formaler Bildung und Erwerbstätigkeit zeigt sich auch in der vorliegenden Erhebung: Je höher der Bildungsgrad, desto geringer sind die Anteile an Arbeitslosen bzw. Hausfrauen/-männern.

Drei Viertel der Generation Y haben eine abgeschlossene **Berufsausbildung** (73%). Jeder Elfte (9%) hat (zusätzlich) auch eine Meister-, Techniker- oder Fachwirtprüfung bestanden. Jeder Siebte (14%) verfügt über einen Hochschulabschluss in Form eines Universitäts- oder Fachhochschulabschlusses, weniger als 0,5% haben (zudem) promoviert. Jeder zehnte der 25-34jährigen gibt an, (noch) über keinerlei beruflichen Abschluss zu verfügen. Dazu zählt vermutlich die große Mehrheit der Studierenden (4%) und möglicherweise auch ein Teil der Hausfrauen bzw. -männer (8%). Denn Befragte ohne berufliche Ausbildung sind stark überdurchschnittlich in der Gruppe der Nicht-Erwerbstätigen vertreten (24% vs. Erwerbstätigen-Anteil: 7%).

Drei von vier Mitgliedern der Generation Y sind als Angestellte beschäftigt (77%), als Arbeiter stuft sich knapp jeder Siebte ein (15%) und jeder Zwanzigste geht einer **Berufstätigkeit** als Beamter nach (5%). Als Selbständige oder Freiberufler sind knapp 3% der Generation Y tätig, weniger als 0,5% entfallen jeweils auf Landwirte bzw. mithelfende Familienangehörige. Die Detailanalyse bestätigt die Erwartung, dass Arbeiter gehäuft unter Befragten mit niedrigerem (27%) und auch mittlerem Bildungsabschluss (20%) sowie im Osten Deutschlands (20%) anzutreffen sind. Die Wahrscheinlichkeit einen Beamtenstatus zu erreichen, steigt dagegen mit zunehmendem formalem Bildungsgrad.

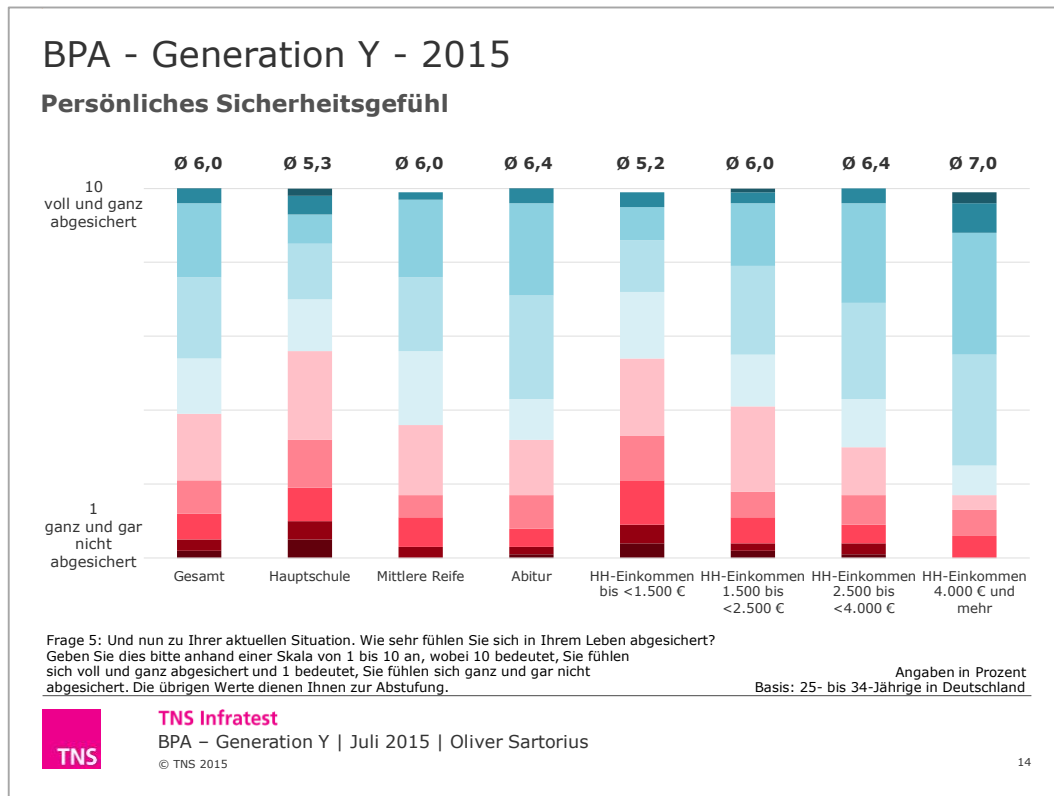
Im Durchschnitt gehen die erwerbstätigen 25-34jährigen seit 8,6 Jahren einer hauptberuflichen Tätigkeit nach. Dieses Merkmal korrespondiert natürlich zunächst einmal mit dem Alter: Jüngere Erwerbstätige (25-29J.: 6,5 Jahre) haben weniger **Berufserfahrung** als ältere (30-34J.: 10,5 Jahre). Es zeigt sich ebenfalls ein positiver Zusammenhang zwischen Einkommen und Berufserfahrungsjahren: Je höher das (Haushalts-Netto-)Einkommen, desto länger sind die Erwerbstätigen bereits hauptberuflich aktiv.

Unter den Arbeitern und Angestellten verfügt jeder Siebte (14%) der 25-34jährigen lediglich über einen **befristeten Arbeitsvertrag**. Befristungen und damit unsichere Verhältnisse in Bezug auf Lebens-, Karriere- und Familienplanung treten häufig auf bei Geringverdienern (27%) und damit Teilzeitbeschäftigten (26%), Personen mit niedrigem eigenem Schulabschluss (25%) und bei einer vergleichsweise kurzen Berufstätigkeit von unter 5 Jahren (30%).

Insgesamt sind die 25-34jährigen Beschäftigten bereits durchschnittlich für 2,6 Arbeitgeber tätig gewesen. Die **Anzahl der Arbeitgeber** verteilt sich dabei relativ gleichmäßig: Gut jeder Dritte hat erst für einen Arbeitgeber gearbeitet (36%), etwa jeder Vierte für zwei (26%) und fast vier von Zehn für 3 oder mehr Arbeitgeber (38%). Die Detailanalyse zeigt, dass die Anzahl der Arbeitgeber zunächst in Abhängigkeit von der Dauer der beruflichen Aktivität abhängt: Erwerbstätige mit weniger als 5 Jahren Berufserfahrung hatten bislang erst 1,9 Arbeitgeber, bei 5-10 Jahren sind es 2,4 und bei über 10 Jahren bereits 2,9 Arbeitgeber. Zudem ist die berufliche Mobilität in den Großstädten (2,8 Arbeitgeber) deutlich stärker ausgeprägt, als in kleinen Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohnern (2,3), was mit dem Angebot an Stellen zusammenhängen dürfte. Interessant ist auch der deutliche Zusammenhang mit dem eigenen Schulabschluss: Je niedriger dieser ausfällt, desto größer ist die Anzahl an Arbeitgebern – was auf überdurchschnittlich kurze (befristete) bzw. saisonale Arbeitsverhältnisse schließen lässt. Bezogen auf alle Erwerbstätigen der Generation Y liegt die durchschnittliche Verweildauer bei einem Arbeitgeber damit bei 3,3 Jahren.

Etwa jeder fünfte Befragte hat keine Angaben zum eigenen **Haushaltsnettoeinkommen** gemacht (19%). Die übrigen 25-34jährigen verfügen im Durchschnitt über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.407 €. Im Westen (2.515 €) liegt das Einkommen nach wie vor signifikant über dem Einkommen im Osten (2.009 €). Auf Haushaltsebene fallen die Unterschiede zwischen den Geschlechtern dann nicht ganz so stark aus, wie sie auf persönlicher Ebene zu erwarten wären (Gender Pay Gap): Männer verfügen danach über ein HHNE von 2.532 €, Frauen dagegen nur über 2.264 €. Bildung wirkt sich sehr stark auf das Haushaltsnetto-Einkommen der Generation Y aus – die Werte liegen zwischen 1.864 € für Hauptschulabsolventen und 2.703 € für Befragte mit Abitur bzw. Hochschulreife. Auch die Anzahl der Berufserfahrungsjahre hat erwartungsgemäß einen positiven Einfluss auf das Haushaltsnettoeinkommen. Nach Haushaltsgröße haben mit durchschnittlich 2.737 € Zwei-Personen-Haushalte das höchste Einkommen, was auf viele Fälle von Doppel-Einkommen ohne Kinder im Haushalt zurückzuführen sein dürfte (so genannte „DINKS“ = Double Income No Kids).

Die Generation Y ist sich der Notwendigkeit zusätzlicher **privater Altersvorsorge** offensichtlich sehr bewusst. Die 25-34jährigen haben sich bereits in hohem Maße um eine zusätzliche private Altersvorsorge gekümmert: Fast zwei Drittel (64%) geben an, dass sie in entsprechende Zusatzversicherungen wie Riester-Rente, (Kapital-)Lebensversicherung und ähnliche Finanzprodukte investieren bzw. investiert haben. Je größer das Haushaltsnetto-Einkommen, desto höher ist auch die Quote der privaten Altersvorsorge. Entsprechend sind Erwerbstätige besser abgesichert als Nicht-Erwerbstätige (68% vs. 43%) und mit zunehmendem Alter, Berufserfahrung (und damit Einkommen) steigt auch der Anteil derjenigen, die privat für das Alter vorsorgen. Migranten haben diesbezüglich eine geringere Vorsorgequote als Nicht-Migranten (54% vs. 66%).



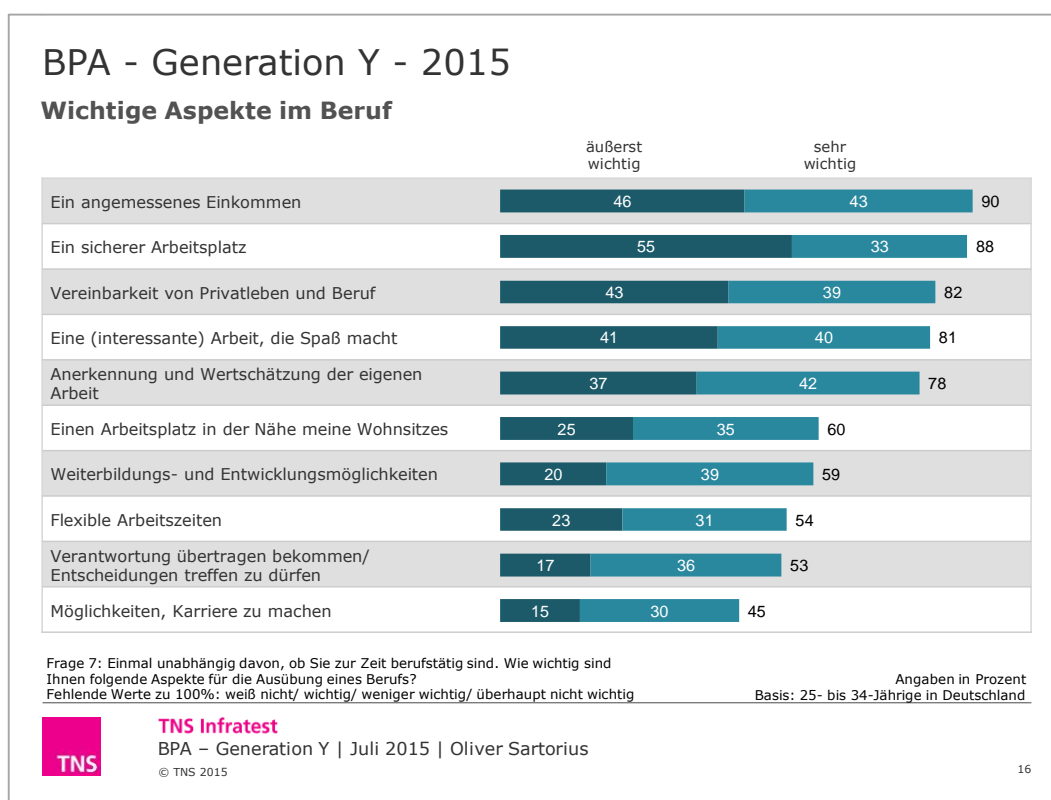
Auf einer Skala von 1 bis 10, wobei 10 bedeutet, dass man sich voll und ganz **abgesichert fühlt** und 1 bedeutet, dass man sich ganz und gar nicht abgesichert fühlt, verorten sich die 25-34jährigen alles in allem bei einem Wert von 6,0. Sie haben zwar nicht unbedingt das Gefühl vollkommener Sicherheit, neigen aber mehrheitlich dazu, sich als gut oder eher gut abgesichert zu fühlen.

Bei diesem Absicherungs-begriff, der grundsätzlich mehrere Dimensionen beinhalten kann, assoziieren die Befragten offenbar in hohem Maße **finanzielle Sicherheit**. Zumindest korreliert das subjektive Sicherheitsgefühl in starkem Maße mit dem Haushaltsnetto-Einkommen: Je geringer das Einkommen, desto geringer fällt auch das subjektive Sicherheits-Empfinden aus. Personen in Haushalten mit einem HHNE von unter 1.500 € kommen alles in allem nur auf ein Absicherungsgefühl von 5,2, während der Wert bei einem HHNE von 4.000 € und mehr auf 7,0 ansteigt. Da das Einkommen seinerseits spürbar vom persönlichen Bildungsgrad abhängt, ist es nicht überraschend, dass sich ein entsprechend positiver Zusammenhang auch mit dem formalen Bildungsgrad manifestiert. Vor diesem Hintergrund verwundert es auch nicht, dass sich Beamte innerhalb der Zielgruppe mit einem Wert von 7,4 am besten abgesichert fühlen. Bei dieser Gruppe kommt zum überdurchschnittlichen Einkommen bzw. zur überdurchschnittlichen Bildung noch verstärkend die Sicherheit des Arbeitsplatzes hinzu.

Für die weitere Analyse unterscheiden wir zwischen drei Teilgruppen mit hohem (8,2), mittlerem (5,8) und niedrigem persönlichen Sicherheitsgefühl (2,5).

4.2 Einstellungen zum Thema Beruf und Karriere

Bei der Berufswahl stehen für die Generation Y Sicherheitsaspekte klar im Vordergrund: Für neun von zehn 25-34jährigen sollte das Einkommen angemessen sein (90%), um finanzielle Sicherheit zu gewährleisten. Die Sicherheit des Arbeitsplatzes ist dabei kaum weniger wichtig (88%). Hier zeigt sich ein deutlicher Wunsch nach zumindest mittelfristiger **Planungssicherheit**, um sich auch auf andere Aspekte des Lebens konzentrieren zu können.



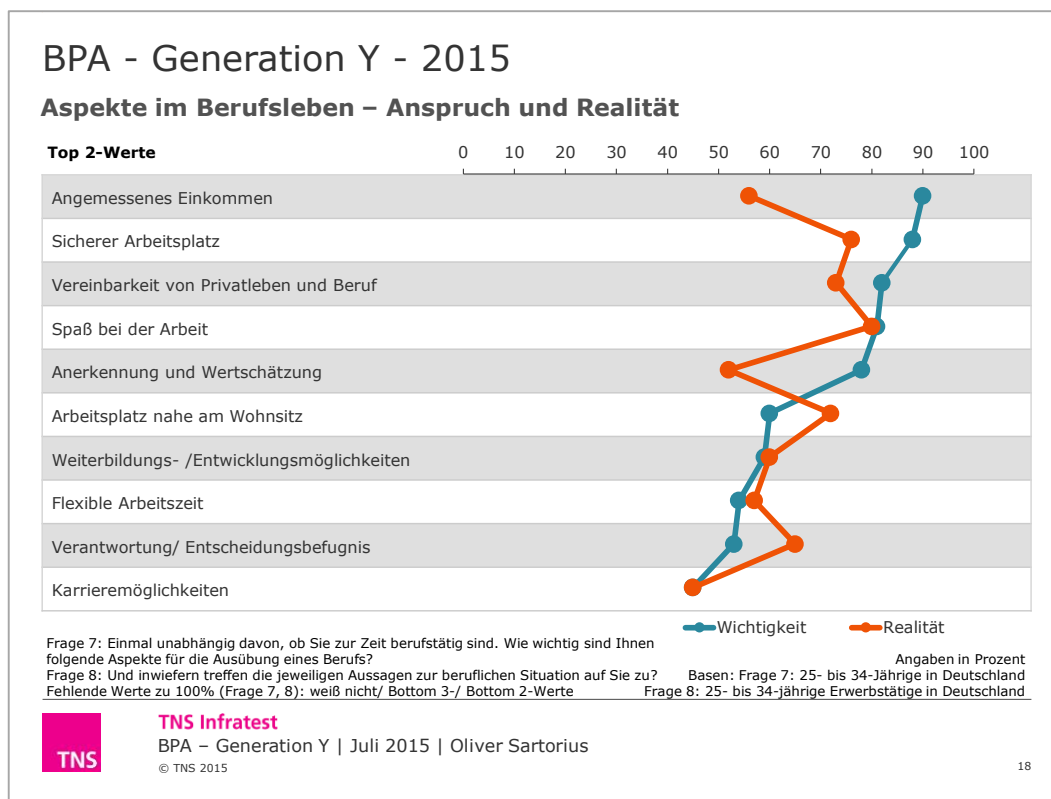
Denn das Privatleben ist für die Generation Y ein überaus wichtiger Aspekt: Der Wunsch Privatleben, also Familie, Freunde und Freizeit, und Beruf in eine gute **Work-Life-Balance** zu bringen, spielt bei mehr als vier von fünf 25-34jährigen eine äußerst oder sehr wichtige Rolle (82%). Dazu zählen auch ein Arbeitsplatz in der Nähe des eigenen Wohnsitzes (60%), um lange Pendelfahrten zu vermeiden, sowie flexible Arbeitszeiten (54%), um auf die individuellen Anforderungen des Alltags reagieren zu können.

Die Möglichkeit, **Karriere zu machen**, steht dagegen nicht im Vordergrund und ist für nicht einmal jeden Zweiten besonders wichtig (45%). Auch Aspekte, die für die eigene Karriere nützlich sind und mittel- bis langfristig auch stark mit einer hohen Arbeitsplatzzufriedenheit korrelieren, wie Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten (59%) oder die Übertragung von Verantwortung und die Freiheit, möglichst selbständig Entscheidungen zu treffen (53%), sind vergleichsweise weniger wichtig.

Stattdessen spielt für die Generation Y eine große Rolle, dass ihr die Arbeit **Spaß** macht (81%) und sie dadurch Wertschätzung und **Anerkennung** erfährt (78%) – also, dass sie grundsätzlich Erfüllung in ihrer beruflichen Tätigkeit findet.

Der Blick auf die Teilgruppen zeigt, dass sich die bereits Erwerbstätigen unter den 25-34jährigen in keinem der abgefragten Aspekte signifikant von der Zielgruppe insgesamt unterscheidet. Im Osten der Republik wird die Arbeitsplatzsicherheit wichtiger (Ost: 94% vs. West: 87%), Karriereaspekte dagegen weniger wichtig (Ost: 40% vs. West: 47%) eingestuft. Für Frauen der Generation Y spielt die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben (wie für berufstätige Frauen insgesamt) eine größere Rolle als für Männer (w: 86% vs. m: 78%), Karriereziele sind dagegen weniger ausgeprägt (w: 38% vs. m: 52%). Mit zunehmender Berufserfahrung verliert der Aspekt der Weiterbildung an Bedeutung (<5J: 62%, 5-10J: 59%, 10+J: 57%), der Wunsch nach mehr Freiheitsgraden im Beruf (<5J: 51%, 5-10J: 54%, 10+J: 56%) und nach besserer Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben steigt dagegen tendenziell an (<5J: 75%, 5-10J: 81%, 10+J: 84%).

Wenn man aber nicht nur nach der Wichtigkeit von beruflichen Aspekten fragt, sondern auch danach, wie gut diese tatsächlich im Rahmen der eigenen beruflichen Tätigkeit erfüllt werden, dann lässt sich ermitteln, in welchen Punkten aus Sicht der Zielgruppe berufliche Aspekte gut erfüllt werden und wo sich subjektiv besonders große **Diskrepanzen** auf tun.



Danach empfindet die Generation Y offenbar gerade bei den Aspekten, die Ihnen besonders wichtig sind, eine große Lücke zwischen ihrem Anspruch und der gefühlten Realität: Das gilt in besonderer Weise für ein angemessenes Einkommen, welches zwar für 90% besonders wichtig ist, mit dem sich aber 56% zufrieden zeigen. Mit anderen Worten: Im Hinblick auf das eigene Einkommen ist die

Diskrepanz zwischen Anspruch und Realität mit 34 Prozentpunkten am größten. Auch in Bezug auf den zweit- bzw. drittichtigsten Aspekt zeigen sich Zufriedenheitsdiskrepanzen, wenngleich diese nicht so groß ausfallen. Mit der Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes zeigen sich drei Viertel (76%) der Zielgruppe zufrieden, die Diskrepanz beträgt entsprechend -12 Prozentpunkte. Ähnliches gilt für die Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf (73% zufrieden, Diskrepanz: -9 Prozentpunkte).

Eine vergleichsweise große Diskrepanz zeigt sich auch in Bezug auf das Gefühl einer ausreichenden Anerkennung für die geleistete Arbeit. Obwohl dieser Punkt für fast vier von Fünf besonders wichtig ist, zeigt sich gerade einmal jeder Zweite zufrieden (52%, Diskrepanz: - 26 Prozentpunkte).

Hinsichtlich der Aspekte Spaß bei der Arbeit (-1 Prozentpunkt), Karrieremöglichkeiten (+/- 0 Prozentpunkte), Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten (+1 Prozentpunkt) sowie flexible Arbeitszeiten (+3 Prozentpunkte) stimmen Erwartungshaltung und Erfüllung auf aggregierter Ebene überein.

In Bezug auf die Nähe der Arbeit zur eigenen Wohnung (+12 Prozentpunkte) und auch bezüglich der Freiheit, Verantwortung im Job zu übernehmen und Entscheidungen zu treffen (+12 Prozentpunkte) ist die Generation Y alles in allem mehr als zufrieden.

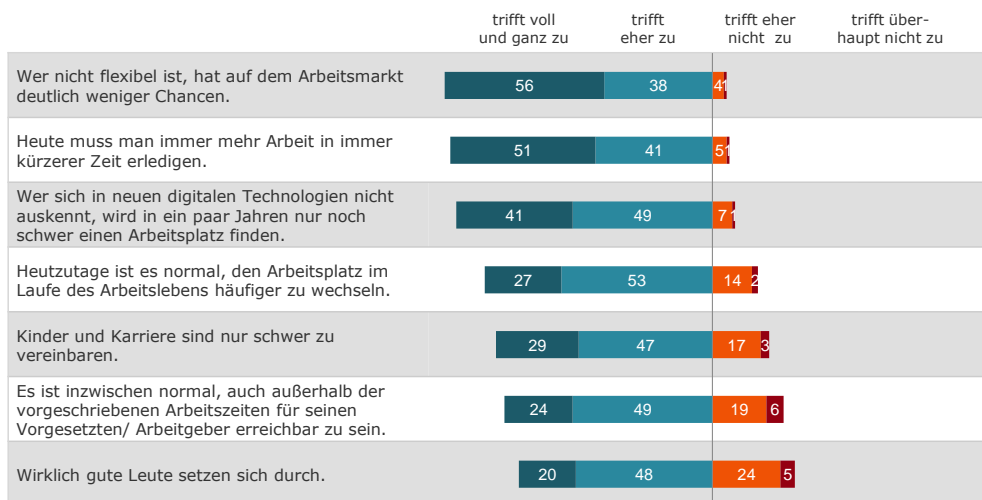
Die Detailanalyse zeigt, dass ein höherer persönlicher Schulabschluss im späteren Berufsleben in vielerlei Hinsicht zu mehr Zufriedenheit führt: Befragte mit Hochschulreife empfinden eine bessere Work-Life-Balance, arbeiten häufiger flexibel und erhalten mehr Freiheitsgrade und umfangreichere Qualifizierungsmöglichkeiten in ihrer Tätigkeit. Befristete Arbeitsverträge wirken sich auf fast alle beruflichen Aspekte negativ aus, insbesondere natürlich auf die gefühlte Arbeitsplatzsicherheit (befristet: 34% vs. nicht-befristet: 82%). Die Höhe des eigenen (Haushalts-Netto-)Einkommens hängt – wenig überraschend – stark mit der gefühlten Einkommenszufriedenheit zusammen: Je höher das zur Verfügung stehende Einkommen, desto größer die Zufriedenheit mit dem monetären Aspekt der eigenen beruflichen Tätigkeit. Migranten haben häufig weniger Spaß an ihrer Arbeit als Nicht-Migranten (73% vs. 81%) und konstatieren auch weniger Anerkennung (47% vs. 53%).

Die **Einstellung**, die die Generation Y **zum Berufsleben** hat, lässt sich offenbar besonders gut mit dem Wort „pragmatisch“ beschreiben:

So konstatieren die 25-34jährigen fast einmütig, dass berufliche **Flexibilität** heutzutage eine Grundvoraussetzung ist, um auf dem Arbeitsmarkt erfolgreich zu sein. Mehr als neun von Zehn stimmen einer solchen Aussage voll und ganz (56%) oder eher (38%) zu. Auch andere Aspekte der modernen, flexiblen Arbeitswelt sind für die meisten Befragten offenbar eine Selbstverständlichkeit: So teilen neun von zehn „Digital Natives“ die Meinung, dass die Beherrschung digitaler Technologien bald Grundvoraussetzung für die meisten Jobs sein werde (91%). Zudem wird es ganz überwiegend als normal empfunden, den Arbeitsplatz im Laufe des Erwerbslebens häufiger zu wechseln (80%) – was angesichts des Umstands, dass die befragten Erwerbstätigen im Durchschnitt bereits 2,6mal ihren Arbeitgeber gewechselt haben, nicht wirklich überrascht. Neben geistiger und räumlicher Flexibilität, wird auch die zunehmende Entgrenzung von Arbeit und Freizeit immer mehr als Normalzustand wahrgenommen: Außerhalb der vorgeschriebenen Arbeitszeiten für den Arbeitgeber erreichbar zu sein empfindet jeder Vierte als völlig normal (24%) und jeder Zweite als eher normal (49%).

BPA - Generation Y - 2015

Aussagen zum Beruf



Frage 6: Wir haben hier einige Aussagen zum Beruf gesammelt. Bitte geben Sie an, inwiefern die jeweilige Aussage Ihrer Meinung nach zutrifft.
Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht

Angaben in Prozent
Basis: 25- bis 34-Jährige in Deutschland



TNS Infratest
BPA – Generation Y | Juli 2015 | Oliver Sartorius
© TNS 2015

15

Die Generation Y konstatiert in hohem Maße eine **Verdichtung von Arbeit**: Mehr als neun von zehn 25-34jährige stimmen der These voll und ganz (51%) bzw. tendenziell (41%) zu, dass man heutzutage immer mehr Arbeit in immer kürzerer Zeit erledigen muss. Leistungsbelastung und hohe Ansprüche an die Flexibilität der Beschäftigten führen dann dazu, dass die Generation Y große Schwierigkeiten darin sieht, Beruf und Familienplanung in Einklang zu bringen – Kinder und Karriere gelten als nur schwer miteinander vereinbar (76%). Dies ist umso bemerkenswerter, als dass dies in den Augen der Zielgruppe der dritt wichtigste Aspekt beruflicher Tätigkeit ist.

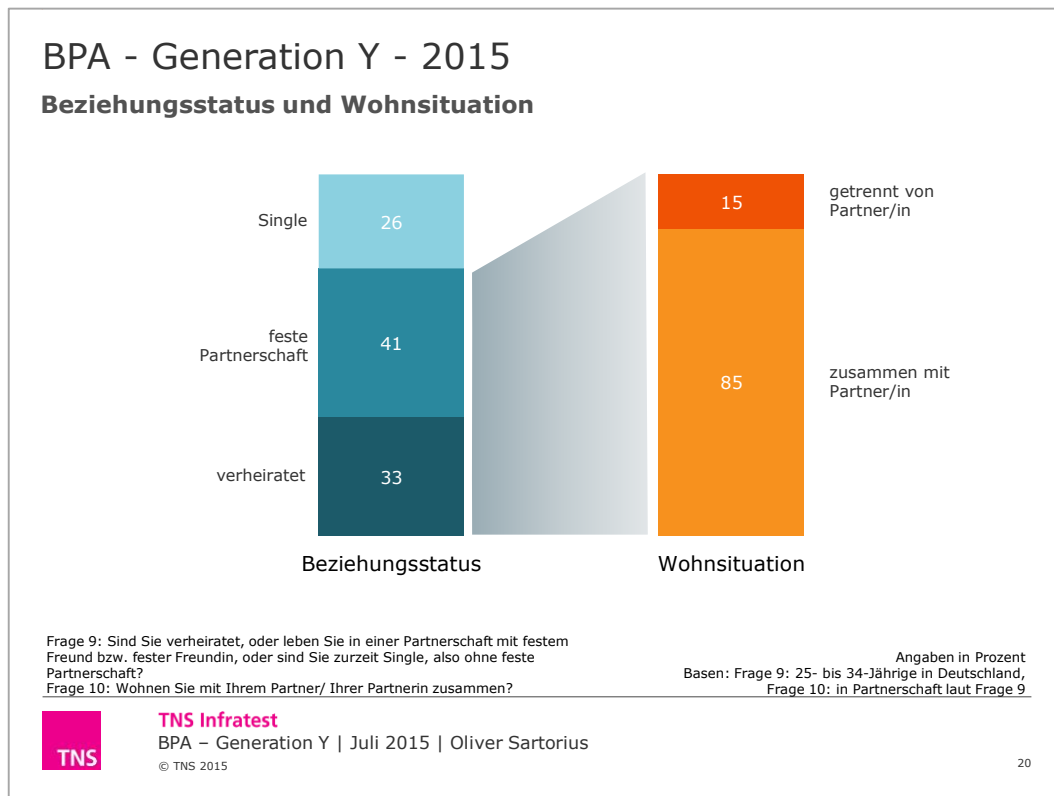
Die pragmatische Einstellung der Generation Y spiegelt sich nicht zuletzt darin, dass sie immer noch ein starkes Vertrauen in das **Leistungsversprechen** unserer Gesellschaft hat. Mehr als zwei Drittel teilen die Auffassung, dass sich wirklich gute Leute durchsetzen eher (48%) oder sogar voll und ganz (20%).

Die Teilgruppen-Analyse offenbart bezüglich der abgefragten Aussagen kaum Unterschiede. Insgesamt entsteht ein Bild von der Generation Y als pragmatische Altersgruppe, die vergleichsweise wenig(er) Wert auf Karriere legt und der finanzielle Sicherheit, Spaß und Anerkennung, sowie Freizeit und Familie wichtig(er) sind. Dabei machen sich die 25-34jährigen aber überhaupt keine Illusionen, dass die Ansprüche an Flexibilität im Berufsleben weiter steigen werden. Die hohe gefühlte Arbeitsbelastung kann angesichts des vergleichsweise geringen Karrierewunsches, dem gefühlten Mangel an Anerkennung im Beruf und der Diskrepanz bezüglich der Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben zu einem kritisch-distanzierten Verhältnis zur eigenen beruflichen Tätigkeit führen und die Generation in ihrer Fokussierung auf andere Lebensaspekte tendenziell noch bestärken. Positiv dürfte sich dagegen der mehrheitliche Glaube an Leistungsversprechen und Leistungsgerechtigkeit auswirken.

5 Privatleben

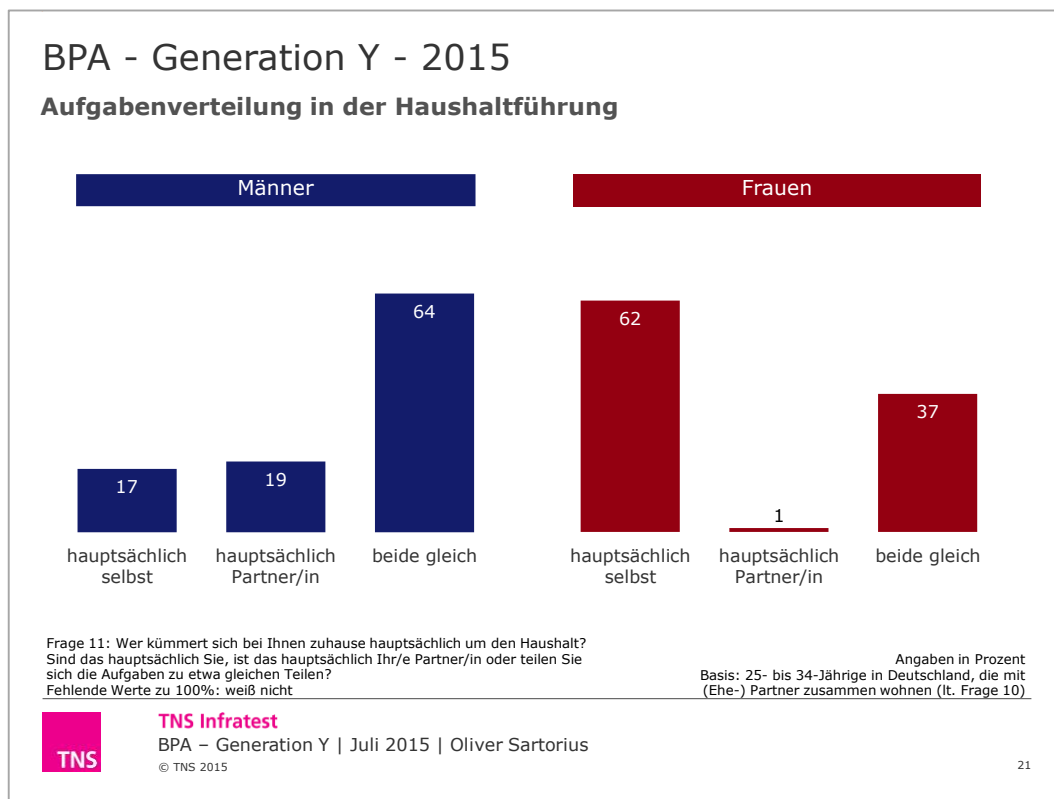
5.1 Partnerschaft

Etwa drei Viertel der Generation Y sind verheiratet (33%) oder leben in einer Partnerschaft mit festem Freund bzw. fester Freundin (41%). Jede(r) vierte 25-34jährige bezeichnet sich dagegen selbst als Single (26%). Männer dieser Altersgruppe geben häufiger als Frauen an, Single zu sein (32% vs. 19%), während Frauen häufiger als Männer verheiratet sind (40% vs. 26%). Befragte mit Migrationshintergrund sind häufiger verheiratet (44% vs. Nicht-Migranten: 31%), während Nicht-Migranten häufiger in fester Partnerschaft ohne Trauschein leben (43% vs. Migranten: 31%). Beim Single-Anteil zeigen sich keine Unterschiede zwischen Migranten und Nicht-Migranten.



Die allermeisten 25-34jährigen, die in einer festen Partnerschaft leben, wohnen auch mit ihrem Partner bzw. ihrer Partnerin zusammen unter einem Dach (85%). Lediglich 15% haben keine gemeinsame Wohnung.

Von den gemeinsam Lebenden beanspruchen vier von Zehn die Haushaltsführung für sich selbst (42%), jeder zweite führt an, dass man sich die Aufgaben mit dem Partner / der Partnerin zu etwa gleichen Teilen teile (49%) und gerade einmal jeder Elfte räumt ein, dass sich vor allem der Partner bzw. die Partnerin um den Haushalt kümmert.



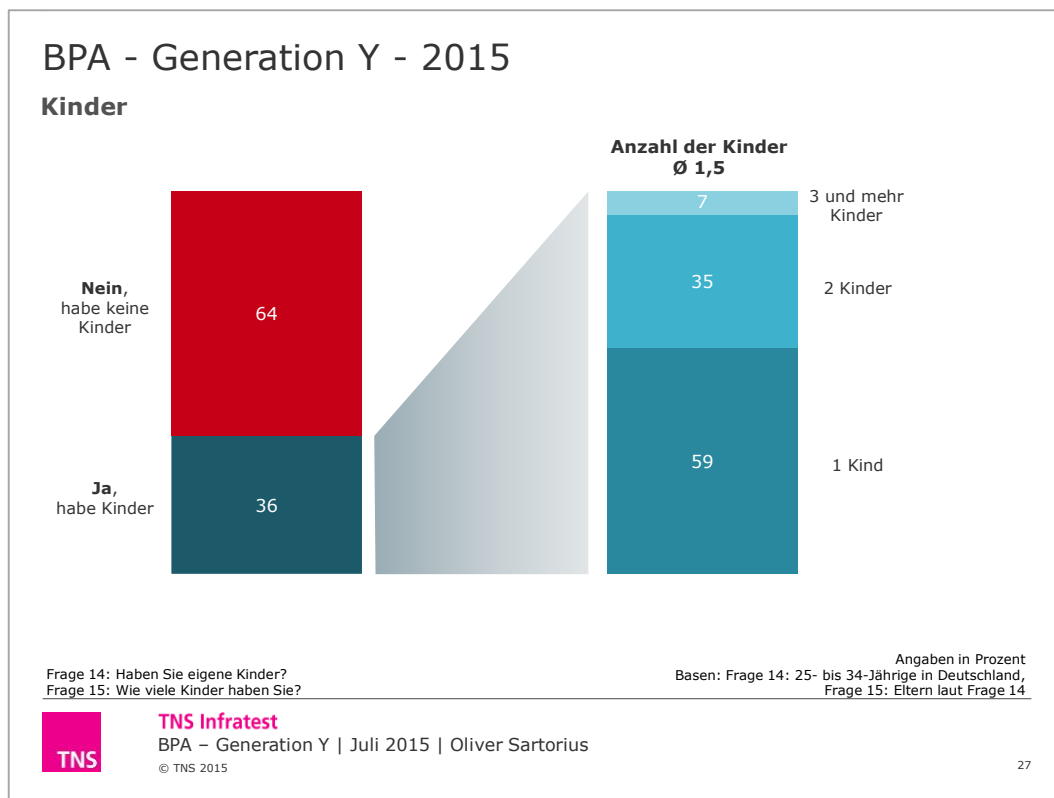
Dabei zeigen sich zwischen Männern und Frauen der Generation Y fundamentale Wahrnehmungsunterschiede desselben Sachverhalts. Während zwei Drittel der Männer überzeugt davon ist, die Aufgaben im Haushalt mit der Partnerin (bzw. dem Partner) zu etwa gleichen Teilen zu erledigen (64%), sind fast genauso viele Frauen davon überzeugt, dass vor allem sie sich um die Hausarbeit kümmern (62%). Immerhin jeder fünfte Mann (19%) gesteht ein, dass er selbst nur wenig zur Hausarbeit beiträgt, während umgekehrt kaum eine Frau den Eindruck hat, dass ihr Partner (bzw. ihre Partnerin) zuhause den Hauptteil der Arbeit übernimmt (1%).

Wer mit einem Partner zusammenlebt und nicht erwerbstätig ist, kümmert sich mit deutlich höherer Wahrscheinlichkeit um den Haushalt (66% vs. gesamt: 42%).

Trotz dieser großen Wahrnehmungsunterschiede sind jedoch beide Geschlechter mehrheitlich mit dieser Aufgabenverteilung zufrieden. Dies gilt insbesondere für die Männer, von denen vier von Fünf (82%) keinen Anlass zur Unzufriedenheit sehen. Jeweils 8% der Männer sagen, dass sie sich gern selbst mehr um den Haushalt kümmern würden, bzw. umgekehrt, dass sie es gut fänden, wenn sie mehr Arbeit an ihre(n) Partner(in) abgeben könnten. Bei den Frauen äußert sich zwar auch noch eine Zwei-Drittel-Mehrheit zufrieden mit ihrer Rolle (66%), immerhin fast drei von Zehn (28%) würden sich jedoch eine größere Unterstützung seitens ihres Partners (ihrer Partnerin) wünschen. Lediglich 3% (!) der Frauen würden sich gern selbst (noch) mehr um den Haushalt kümmern.

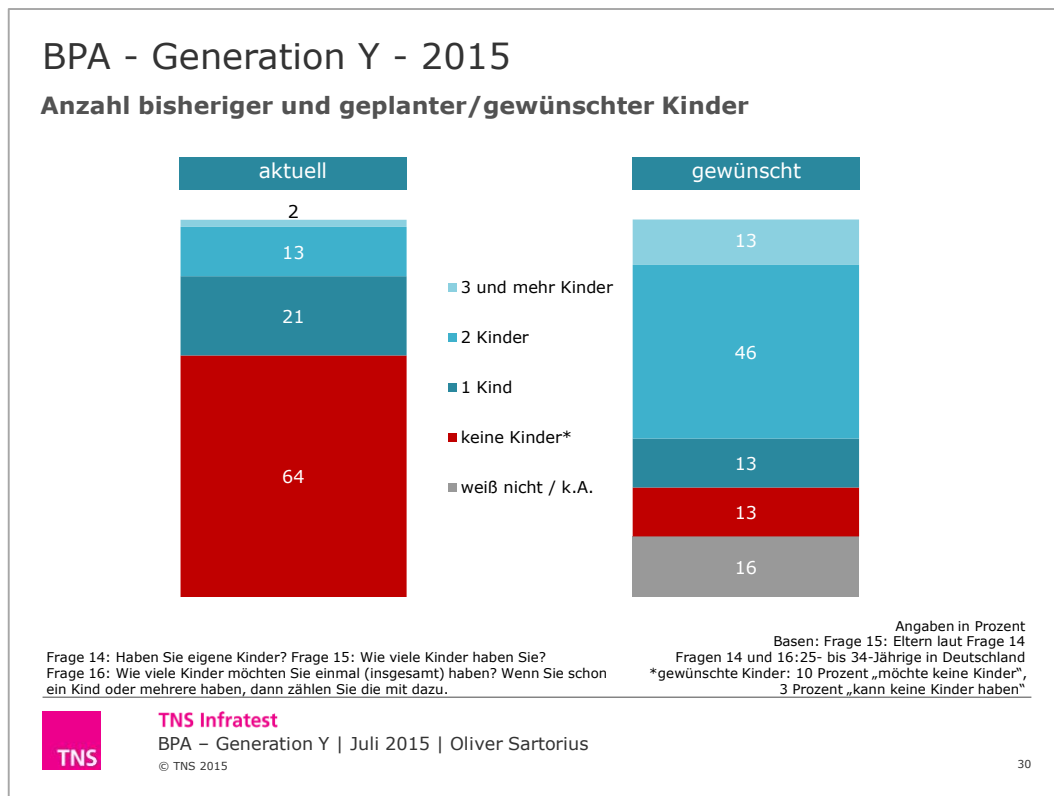
5.2 Kinder und Erziehung

Gut jede(r) Dritte der Generation Y hat eigene Kinder (36%). Bei den 30-34jährigen sind es bereits 42%, im jüngeren Segment der 25-29jährigen hat dagegen nur knapp jeder Dritte bereits Kinder (30%). Überdurchschnittlich häufig geben Frauen (48%), Nicht-Erwerbstätige (60%) und Teilzeit-Beschäftigte (62%) an, dass sie Kinder haben. Hier zeigt sich ein deutlich negativer Zusammenhang zwischen den Auswirkungen von Kindern auf die Erwerbchancen von jungen Müttern. Ebenfalls ein deutlicher Zusammenhang zeigt sich zwischen dem persönlichen Schulabschluss und der Kohortenfertilitätsrate: Je niedriger der formale Bildungsgrad ausfällt, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die befragte Person bereits Kinder hat. Auffällig ist zudem, dass der Anteil an Befragten mit Kindern mit zunehmender Gemeindegröße abnimmt: In Großstädten mit über 100.000 Einwohnern ist der Anteil der Eltern deutlich geringer (29%) als in mittleren (39%) oder kleinen Gemeinden mit unter 20.000 Einwohnern (42%). Auch 25-34jährige Migranten sind bereits etwas häufiger Eltern (41%) als gleichaltrige Befragte ohne Migrationshintergrund (35%).



Im Durchschnitt haben die Eltern innerhalb der Generation Y 1,5 Kinder. Bezogen auf alle 25-34jährigen – also auf die gesamte Kohorte – ergibt dies einen Wert von **0,54 Kindern pro Befragten**. Auch bei der Anzahl der Kinder zeigt sich ein Zusammenhang mit dem formalen Bildungsgrad. Je höher der Schulabschluss, desto geringer die Anzahl der Kinder: Von den befragten Eltern mit Hochschulreife haben 67% nur ein Kind, bei mittlerem Abschluss sind es 57% und bei einem Hauptschulabschluss haben „nur“ 52% der Eltern genau ein Kind. Migranten dieser Altersgruppe haben nicht nur häufiger, sondern auch mehr Kinder: Im Durchschnitt kommen befragte Eltern mit Migrationshintergrund auf 1,8 Kinder, Eltern ohne Migrationshintergrund dagegen auf 1,4 Kinder.

Zwischen der aktuellen und der gewünschten Kinderzahl der Generation Y offenbaren sich allerdings erhebliche Diskrepanzen. So ist die vergleichsweise niedrige Zahl von durchschnittlich 0,54 Kindern pro Befragten kein Ausdruck mangelnden Kinderwunsches, sondern muss auf andere Ursachen bzw. Umstände zurückzuführen sein. Denn die befragten 25-34jährigen äußern, dass sie sich im Schnitt 2 Kinder wünschen würden.

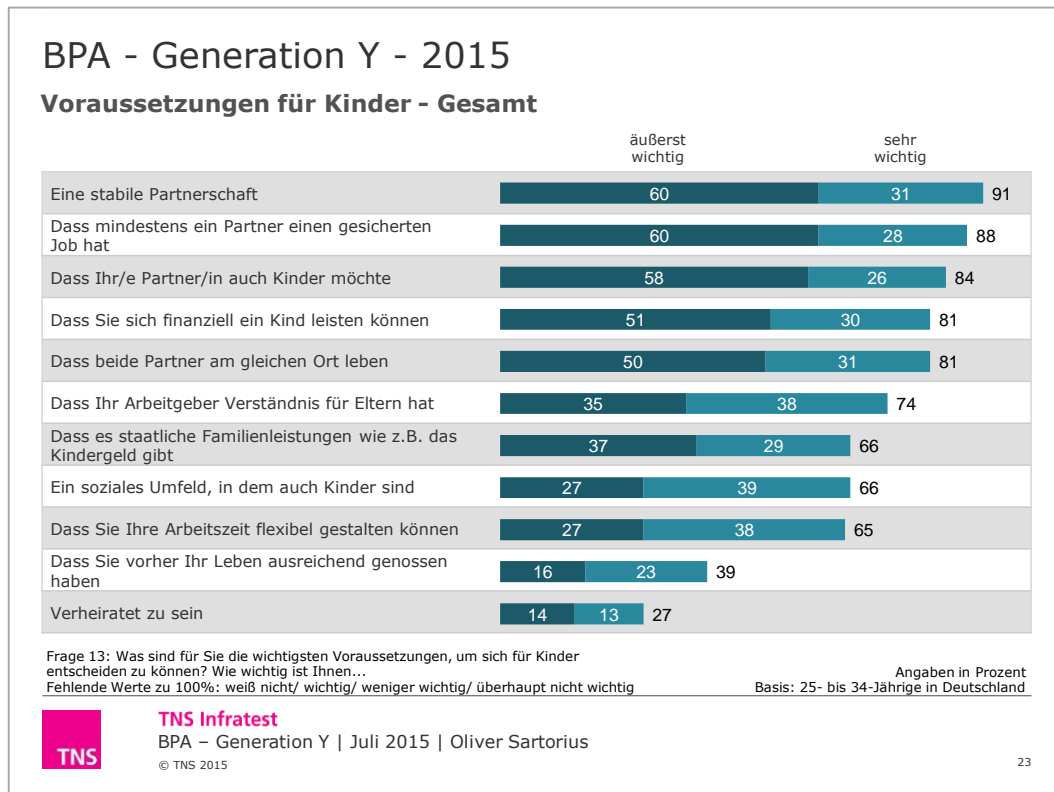


Besonders groß fällt die Soll-Ist-Diskrepanz übrigens bei Befragten aus, deren Eltern beide einen höheren Bildungsabschluss haben bzw. hatten. In dieser Teilgruppe haben nur 27% der Befragten Kinder, die Anzahl fällt mit 1,3 Kindern pro befragtem Elternteil deutlich unterdurchschnittlich aus, der Kinderwunsch ist hingegen mit 2,3 Kindern besonders ausgeprägt. Besonders interessant ist deswegen, welche Hindernisse diese Gruppe in Bezug auf Elternschaft und Kinder wahrnimmt, zumal angesichts von Alter und Kinderwunsch der Zielgruppe davon auszugehen ist, dass die Kinderplanung bei vielen der Befragten noch nicht abgeschlossen ist.

Voraussetzungen für Kinder

Die wichtigsten Voraussetzungen, um sich für Kinder zu entscheiden, sind für die Generation Y vor allem eine funktionierende Partnerschaft und finanzielle Sicherheit. Die **Partnerschaft** sollte - als wichtigste Voraussetzung - zunächst vor allem stabil (91%) sein. Für mehr als acht von zehn 25-34jährigen ist es äußerst (58%) oder sehr wichtig (26%), dass der Partner bzw. die Partnerin auch Kinder möchte. Für geringfügig weniger spielt auch eine große Rolle, dass beide Partner am gleichen Ort leben (81%). Verheiratet zu sein ist dagegen nur für eine Minderheit eine äußerst (14%) oder sehr wichtige (13%) Voraussetzung, sich für Kinder zu entscheiden.

Sehr großen Einfluss auf die Entscheidung für Kinder haben auch **Sicherheitsaspekte**: So empfinden es fast neun von zehn 25-34jährigen als äußerst (60%) oder sehr wichtig (28%), dass mindestens ein Partner einen gesicherten Job hat. Mehr als acht von Zehn ist zudem wichtig, dass man sich ein Kind auch finanziell leisten kann (81%). Zusätzliche Unterstützung und damit wichtige Voraussetzung für Kinder bieten in den Augen von immerhin zwei Dritteln der Generation Y staatliche Familienleistungen, wie z.B. das Kindergeld (66%).



Eine wichtige Rolle spielt zudem die Einschätzung des eigenen Arbeitsumfelds – also vor allem das Thema **Vereinbarkeit von Familie und Beruf**: Drei von Vier der Zielgruppe wünschen sich Arbeitgeber, die Verständnis für die Situation von Eltern aufbringen (74%), und immerhin zwei Drittel halten flexible Arbeitszeiten für hilfreich (65%), um den Familienalltag organisieren zu können.

Auch noch einen wichtigen Einfluss hat das **soziale Umfeld**: Zwei Drittel wünschen sich, dass ihre Familie in einem Umfeld lebt, in dem es viele andere Kinder gibt (66%): Offenbar wünschen sie sich nicht nur Spielgefährten für die eigenen Kinder, sondern hoffen auch auf mehr Verständnis bei Nachbarn, Vermietern etc. für die eigene Lebenssituation.

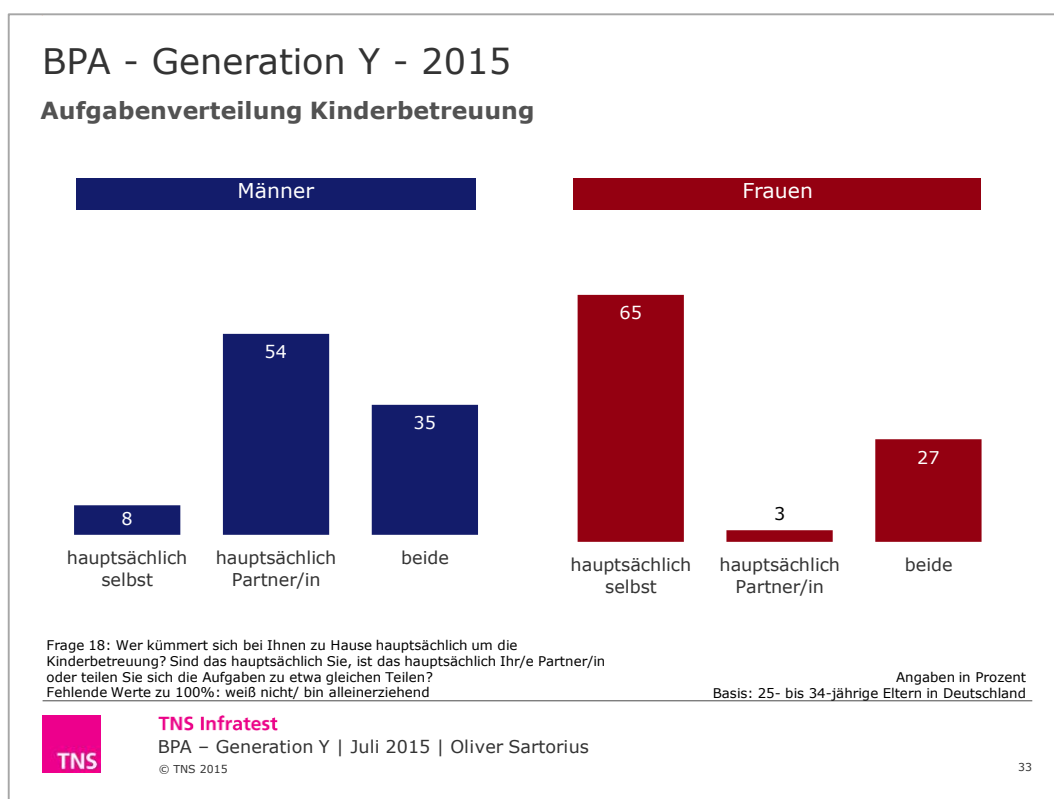
Nur für eine Minderheit ist von Bedeutung, ob man das eigene Leben vorher ausreichend genossen hat. Immerhin vier von zehn halten diesen Aspekt für äußerst (16%) oder sehr wichtig (23%) – ein Indiz, dass **Hedonismus** auf Teile der Generation Y einen großen Einfluss ausübt.

Die Detailanalyse zeigt im Hinblick auf die Voraussetzungen für Kinder einige interessante Besonderheiten: So ist es im Westen der Republik immer noch von größerer Bedeutung, verheiratet zu sein, als im Osten (30% vs. 13%). Besonderen Wert wird aber bei Befragten mit

Migrationshintergrund auf einen Trugschein gelegt (41%). Für Befragte mit niedriger formaler Bildung wie auch mit unterdurchschnittlichem Einkommen sind staatliche Leistungen wie z.B. Kindergeld spürbar wichtiger (insg. 66%, Hauptschulabschluss: 75%, HHNE 1.500-2.500 EURO: 74%). Ähnliches gilt für ein soziales Umfeld, in dem es viele Kinder gibt. Für Frauen sind Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf wie z.B. flexible Arbeitszeiten (w: 73% vs. m: 57%) oder ein Arbeitgeber, der für Eltern Verständnis zeigt (w: 77% vs. m: 71%) von deutlich größerer Relevanz als für Männer – häufig sind es ja immer noch Frauen, die in Teilzeit arbeiten und sich primär um Haushaltsführung und Kindererziehung kümmern.

Kinderbetreuung

Bei den Befragten der Generation Y, die bereits (ein) Kind(er) haben, kümmert sich in der Mehrheit der Fälle hauptsächlich die Frau um die Kinderbetreuung: Zwei Drittel der Mütter geben an, dass hauptsächlich sie sich um die Kinder kümmern (65%), bei den Vätern verweist mehr als jeder Zweite in dieser Angelegenheit auf seine Partnerin (54%). Dass Männer hauptverantwortlich die Aufgabe der Kinderbetreuung übernehmen, ist dagegen die große Ausnahme: Gerade einmal 8% der Väter reklamieren dies für sich, aus der Perspektive der Frauen sind es sogar nur 3%. Zudem sind Frauen ca. 5mal so häufig alleinerziehend als Männer (w: 5% vs. m: 1%).



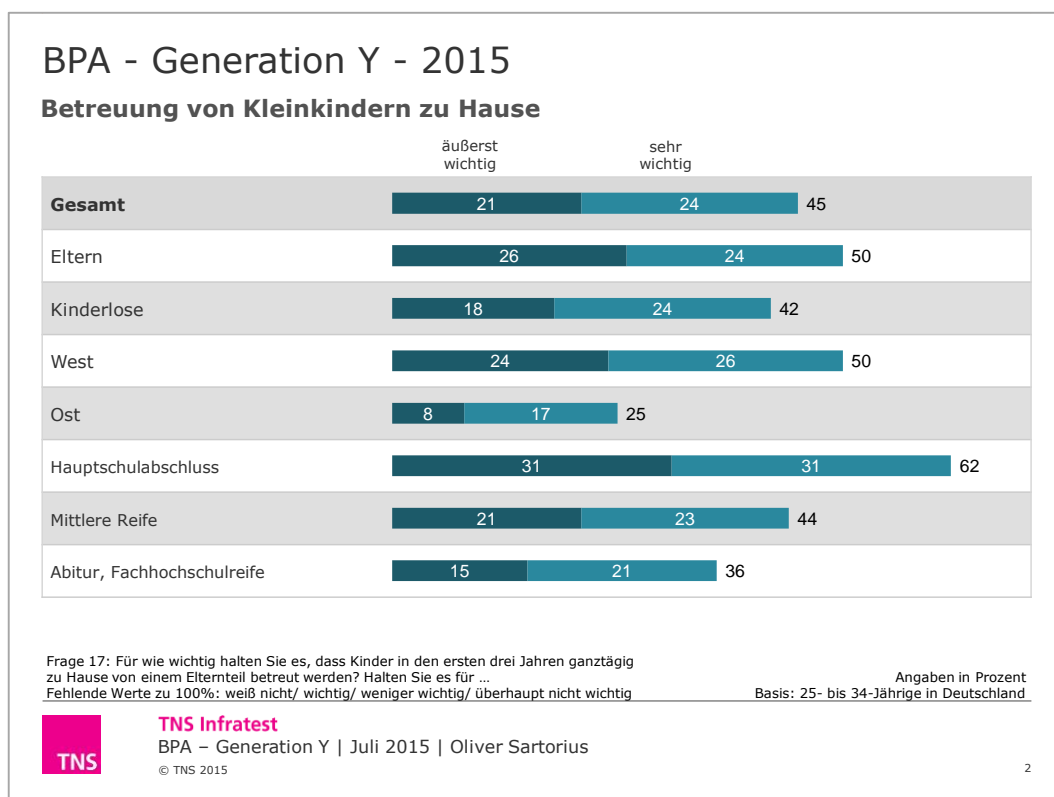
Immerhin gibt fast ein Drittel (30%) der 25-34jährigen Eltern an, dass sie ihre Kinder zu etwa gleichen Teilen betreuen. Der Anteil der Väter (35%), die diese Einschätzung haben, liegt allerdings leicht über dem Anteil der Frauen (27%), die diese Wahrnehmung teilen.

Generell übernehmen eher Nicht-Erwerbstätige (78%) als Erwerbstätige (30%) die Rolle der Kinderbetreuung. Überdurchschnittlich oft handelt es sich bei der Erwerbstätigkeit dann um eine Teilzeitbeschäftigung (50%).

Trotz dieser ungleichen Aufgabenverteilung gibt es zwischen Vätern und Müttern offenbar weitgehend Konsens in der Frage der Kinderbetreuung: Jeweils drei von vier Vätern (74%) wie Müttern (78%) äußern sich mit dieser Rollenverteilung zufrieden. Die klassischen Rollenbilder entfalten also auch in der Generation Y eine hohe Wirksamkeit. Wenn so etwas wie Unzufriedenheit herrscht, dann richtet sich die Erwartungshaltung eindeutig an die Väter: Jeder vierte Vater gibt an, dass er sich gerne selbst mehr um die Kinderbetreuung kümmern würde (23%) und immerhin jede fünfte Mutter äußert auch einen entsprechenden Wunsch (18%). Dass eine solche Erwartungshaltung gegenüber den Müttern quasi nicht existent ist, liegt daran, dass sich diese in der Regel ja bereits schwerpunktmäßig um die Kinderbetreuung kümmern.

Betreuung ausschließlich zu Hause?

Hinsichtlich der Frage, ob Kinder in den ersten drei Jahren ganztägig zu Hause von einem Elternteil betreut werden sollten, gibt es stark unterschiedliche Wahrnehmungen innerhalb der Generation Y. Insgesamt hält diesen Punkt knapp jeder Zweite **aller** 25-34jährigen für äußerst (21%) oder sehr wichtig (24%). Jeder Dritte ist gegenteiliger Auffassung und befindet diesen Aspekt für weniger (22%) oder überhaupt nicht wichtig (9%).

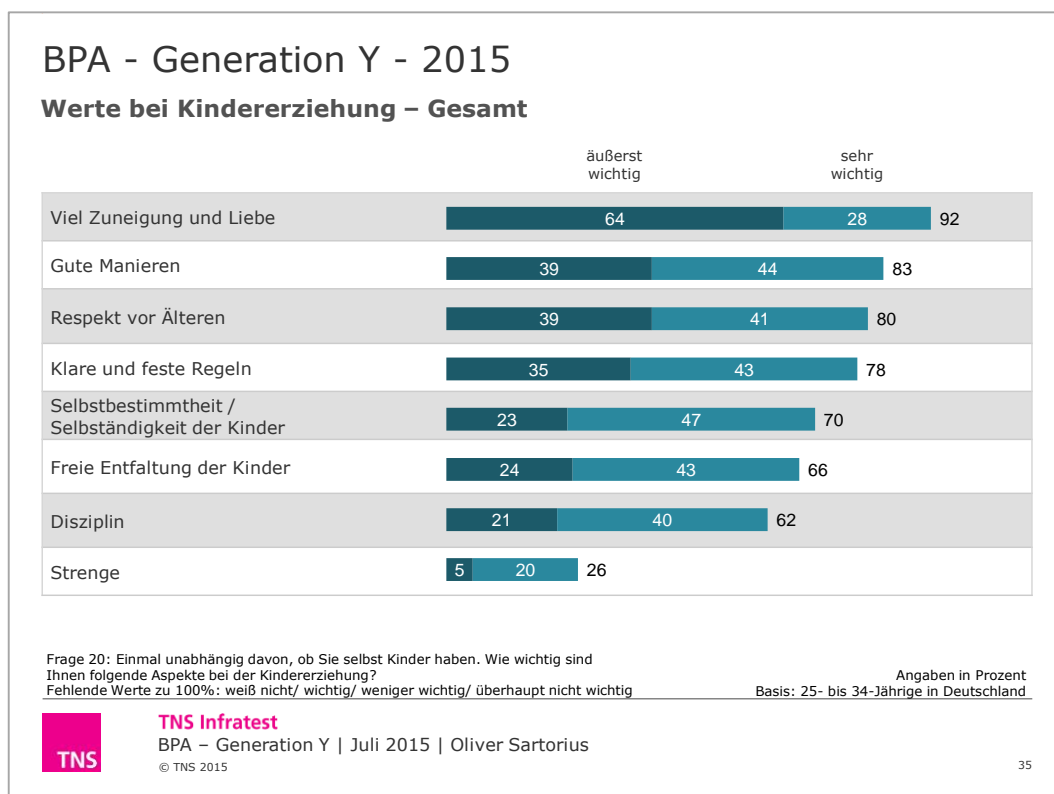


In der Bewertung dieser Frage zeigen sich große Unterschiede zwischen **West und Ost**. Während im Westen das traditionelle Familienbild stärker verankert ist und jeder zweite die zu Hause

Betreuung von unter Dreijährigen äußerst oder sehr wichtig findet (50%), trifft dies im Osten – wo die Berufstätigkeit der Mütter und die organisierte Betreuung in KiTas zu DDR-Zeiten gesellschaftliche Normalität waren – auf gerade einmal jeden Vierten zu (25%). Unverkennbar ist auch ein Zusammenhang mit dem **Bildungsgrad** – und zwar sowohl dem persönlichem als auch dem der eigenen Eltern. In beiden Fällen gilt gleichermaßen: Je niedriger der formale Bildungsgrad, desto wichtiger die Einschätzung der Zuhause-Betreuung von unter dreijährigen Kindern. **Wer selbst Kinder hat**, stimmt einer solchen Betreuung ebenfalls stärker zu (50%) als Kinderlose (42%) – allerdings ist der Unterschied nicht besonders groß. Vertreter der Generation Y mit **Migrationshintergrund** legen mehr Wert auf die Zuhause-Betreuung (56%) als Nicht-Migranten (42%).

Aspekte der Kindererziehung

In Bezug auf die Erziehung der Kinder ist sich die Generation Y weitgehend einig, dass Zuneigung und Liebe an erster Stelle stehen sollten: Mehr als neun von zehn Befragten bewerten diesen Aspekt, der in erster Linie eine **Erziehungsmethode** darstellt, als äußerst (64%) oder sehr wichtig (28%). Strenge als Erziehungsmethode wird dagegen von einer breiten Mehrheit abgelehnt: Lediglich jeder Vierte hält Strenge für äußerst (5%) oder sehr wichtig (20%). Der überwiegende Verzicht auf Strenge bedeutet aber keinesfalls, dass Kinder aus Perspektive der Zielgruppe keine „klaren und festen Regeln“ benötigen würden. Nach Ansicht einer Vier-Fünftel-Mehrheit der Zielgruppe (78%), sind diese äußerst (35%) oder sehr wichtig (43%), um bestimmte Erziehungsziele zu erreichen.



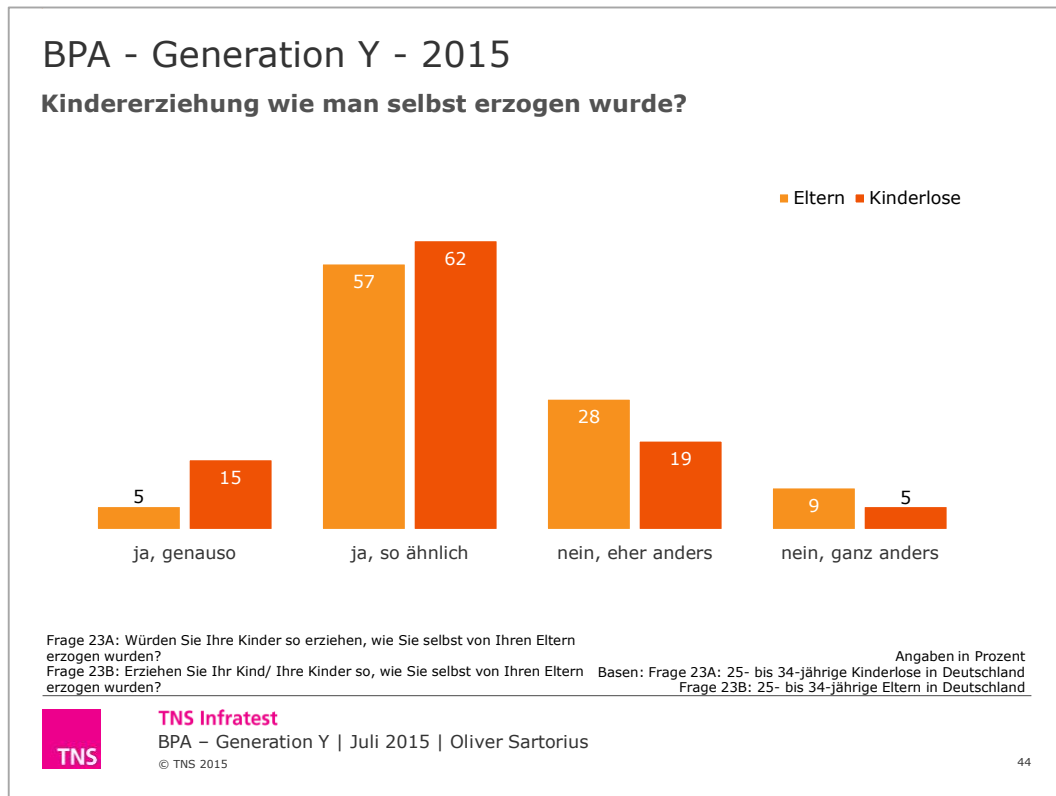
Auf die Vermittlung so genannter **Sekundärtugenden** legen vier von fünf 25-34jährige beim Thema Kindererziehung großen Wert: Gemeint sind damit gute Manieren (83%)³, Respekt vor Älteren (80%) sowie Disziplin (62%).

Gleichzeitig findet aber auch eine deutliche Mehrheit der Generation Y **postmaterialistische Werte** wie Selbstverwirklichung durch freie Entfaltung der Kinder (66%) oder emanzipatorische Werte wie Selbstbestimmtheit und Selbständigkeit der Kinder äußerst bzw. sehr wichtig (70%), um diese zu selbstbewussten und eigenverantwortlichen Menschen zu entwickeln.

Ein vermeintlicher Widerspruch zwischen Sekundärtugenden und postmaterialistischen Werten als Gegenstand von Erziehung wird von der Zielgruppe offenbar nicht empfunden. Vielmehr erfahren einerseits die Sekundärtugenden in der Generation Y eine gewisse Renaissance. Bei den Erziehungsmethoden werden dagegen andererseits emanzipatorische Muster klar bevorzugt: Es wird eindeutig auf Liebe und Zuneigung statt auf Strenge gesetzt.

Die Detailanalyse zeigt, dass die erhobenen Erziehungsmethoden und –gegenstände bei Eltern generell auf etwas mehr Zustimmung stoßen als bei Kinderlosen. Insbesondere ist Eltern die Selbständigkeit (+11 Prozentpunkte) und die freie Entfaltung ihrer Kinder (+14 Prozentpunkte) spürbar wichtiger. Die Reihenfolge der Aspekte bleibt aber bei Eltern und Kinderlosen dennoch gleich. Noch geringer sind in dieser Frage die Unterschiede zwischen Frauen und Männern. Frauen betonen noch etwas stärker die Wichtigkeit von Liebe und Zuneigung (96% vs. Männer: 89%). Bei allen anderen Aspekten divergieren die Werte zwischen Männern und Frauen um maximal 5 Prozentpunkte. Am Ranking ändert sich nichts.

³ „Gute Manieren“ stehen in diesem Zusammenhang stellvertretend für eine ganze Reihe von Sekundärtugenden wie z.B. Höflichkeit, Pünktlichkeit, Dankbarkeit, Bescheidenheit, Hilfsbereitschaft.

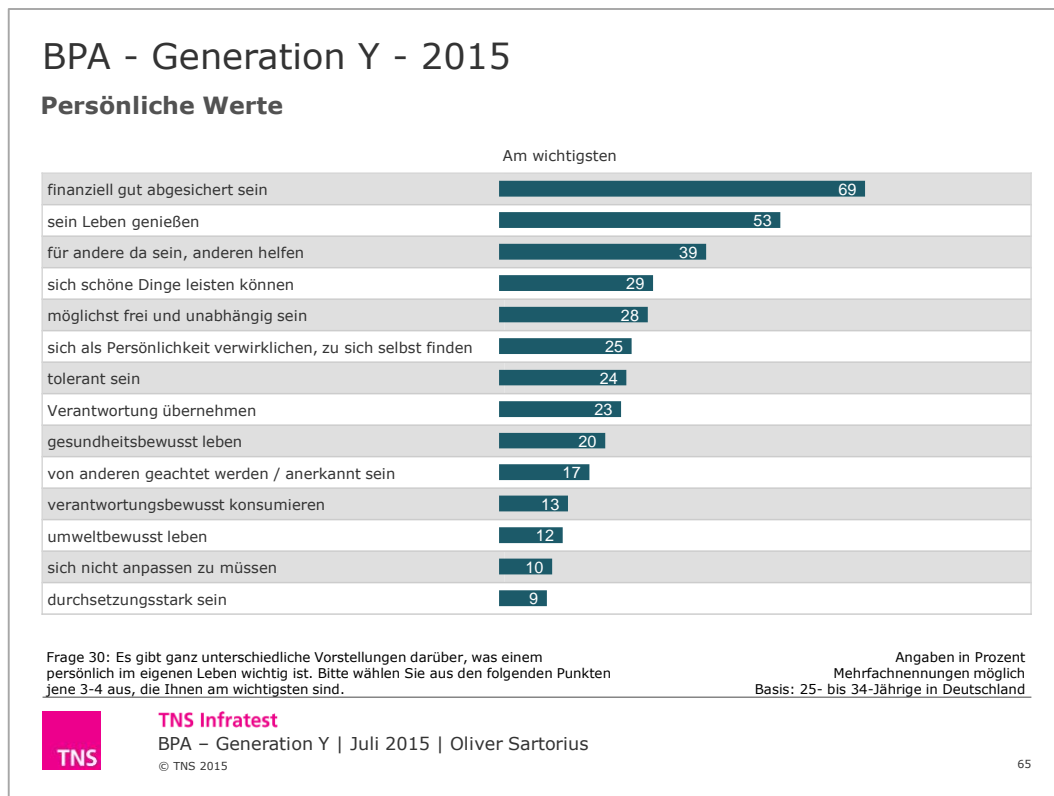


Tendenziell glauben Eltern wie Kinderlose der Generation Y mehrheitlich, dass sie ihre Kinder in etwa so erziehen (würden), wie sie selbst durch ihre Eltern erzogen worden sind. Allerdings fällt die Zustimmung bei den Kinderlosen mit 77% spürbar größer aus, als bei 25-34jährigen Eltern (62%). Offenbar führen die Erfahrungen mit den eigenen Kindern zu einer kritischeren Auseinandersetzung und Selbst-Reflektion, was Fragen der Erziehung angeht.

Männer tendieren stärker dazu, sich am Vorbild der eigenen Eltern zu orientieren. Frauen, die de facto stärker mit der Kindererziehung betraut sind, sehen die Rolle der eigenen Eltern in Erziehungsfragen etwas skeptischer als Männer – und zwar unabhängig davon, ob sie Mütter oder kinderlos sind (Kinderlose - m: 79% vs. w: 72% / Eltern - m: 65% vs. w: 61%).

6 Lebensgefühl

Um etwas über persönliche Wertvorstellungen und das Lebensgefühl der Generation Y zu erfahren, wurden die Befragten gebeten, aus einer Liste von 14 Aspekten jene drei bis vier auszuwählen, die ihnen persönlich im eigenen Leben am wichtigsten sind. Durchschnittlich wurden 3,74 Punkte angegeben.



Dabei bestätigt sich, dass die Generation Y neben der Orientierung an finanzieller Absicherung eine **starke hedonistische Prägung** aufweist: Jeder zweite 25-34jährige betont, dass es für ihn besonders wichtig ist, sein Leben zu genießen (53%) und für fast jeden Dritten (29%) gehört zu den wichtigen Aspekten im Leben, sich schöne Dinge leisten zu können. Voraussetzung für ein solches „dolce vita“ ist aber zunächst eine ausreichende finanzielle Absicherung. Diese spielt für mehr als zwei Drittel (69%) eine wichtige Rolle – also auch für einen Teil der Befragten, denen hedonistische Aspekte weniger wichtig erscheinen.

Altruistische Motive platzieren sich zwar ebenso unter den Top 3 der Nennungen, verlieren aber bereits spürbar an Zustimmung: Anderen zu helfen bzw. für andere da zu sein ist „nur“ für eine Minderheit von 39% besonders wichtig. Umgekehrt bedeutet dies, dass für drei von fünf eine solche Orientierung nur eine untergeordnete Rolle spielt.

Liberale Aspekte sind der Generation Y vergleichsweise wichtig: Es spielt für sie auch noch eine große Rolle, möglichst frei und unabhängig zu sein (28%), sich als Persönlichkeit selbst verwirklichen

zu können (25%), tolerant zu sein (24%) und dabei unkonventionell zu bleiben, also sich nicht anpassen zu müssen (10%).

Verantwortung zu übernehmen (23%) – sei es für sich selbst oder die Gesellschaft – zählt offenbar nicht zu den Dingen, die der Generation Y mehrheitlich in besonderer Weise am Herzen liegt. Das gilt entsprechend auch für ein gesundheits- (20%) oder umweltbewusstes Leben (12%) sowie für verantwortungsbewussten Konsum (13%).

Die Selbst-Bezogenheit, die sich in diesen Befunden widerspiegelt, wird noch dadurch verstärkt, dass **klassische Erfolgsmaßstäbe** für die Generation Y kaum von Gewicht sind: Die Anerkennung und Achtung Anderer („Ruhm“) ist gerade einmal für 17% ein Motivator und die eigene Durchsetzungsstärke nicht einmal für jeden Zehnten (9%) von Bedeutung.

Hier wäre es spannend, entsprechende Vergleichswerte für die Gesamtbevölkerung in Deutschland zu haben, um die vorliegenden Befunde noch besser einordnen zu können.

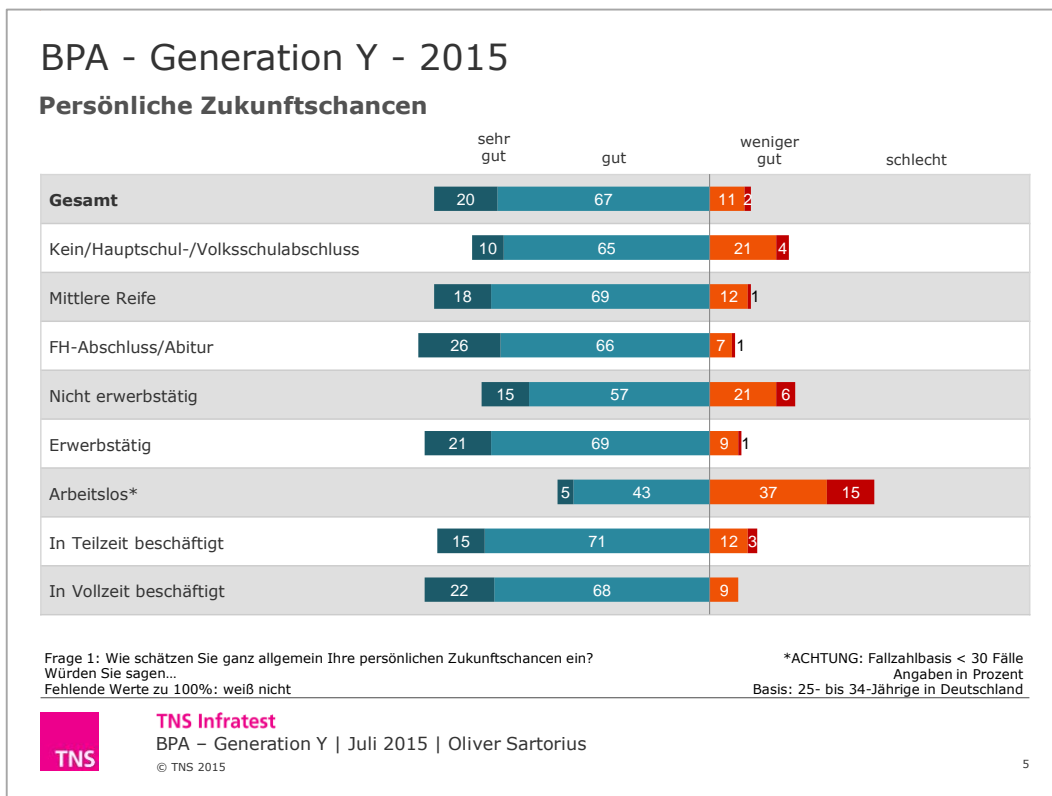
Die Detailanalyse zeigt einige aufschlussreiche Zusammenhänge: Wer in einem Single-Haushalt lebt, legt den Ergebnissen zufolge größeren Wert darauf, sein eigenes Leben zu genießen und sich als Persönlichkeit zu verwirklichen. Gleiches gilt für Kinderlose. Dabei bleibt an dieser Stelle unklar, ob diese stärkere Egozentriertheit Ursache oder Wirkung des Alleinlebens darstellt.

Die Wichtigkeit, finanziell gut abgesichert zu sein, wird umso stärker betont, je höher das Haushaltsnetto-Einkommen und das persönliche Sicherheitsgefühl ausfallen. Offenbar spielt hierbei ein self-fulfilling-prophecy-Effekt eine Rolle: Die materielle Orientierung verstärkt sich durch eine gesteigerte Erfüllung selbst.

In hohem Maße plausibel erscheint: Ein höherer Bildungsstand der Eltern hat einen leicht positiven Einfluss auf ein gesteigertes Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein der Generation Y. Für befristet Beschäftigte hat das Thema Wertschätzung und (berufliche) Anerkennung einen deutlich höheren Stellenwert und platziert sich im Ranking an sechster statt an zehnter Stelle. Und wer sich ehrenamtlich engagiert, zeigt eine überdurchschnittlich starke soziale Orientierung („für andere da sein“).

7 Zukunftsperspektiven

Die Generation Y blickt ihrer persönlichen Zukunft sehr positiv und optimistisch entgegen: Fast neun von zehn 25-34jährigen gehen für sich persönlich von guten (67%) oder sogar sehr guten (20%) Zukunftschancen aus. Nicht einmal jeder Achte sieht der eigenen Zukunft kritisch oder skeptisch entgegen. Damit reiht sich das Ergebnis nahtlos in Befunde einer Reihe anderer empirischer Studien ein, wie z.B. der Shell Jugendstudie oder der IG Metall-Studien zur Jungen Generation.



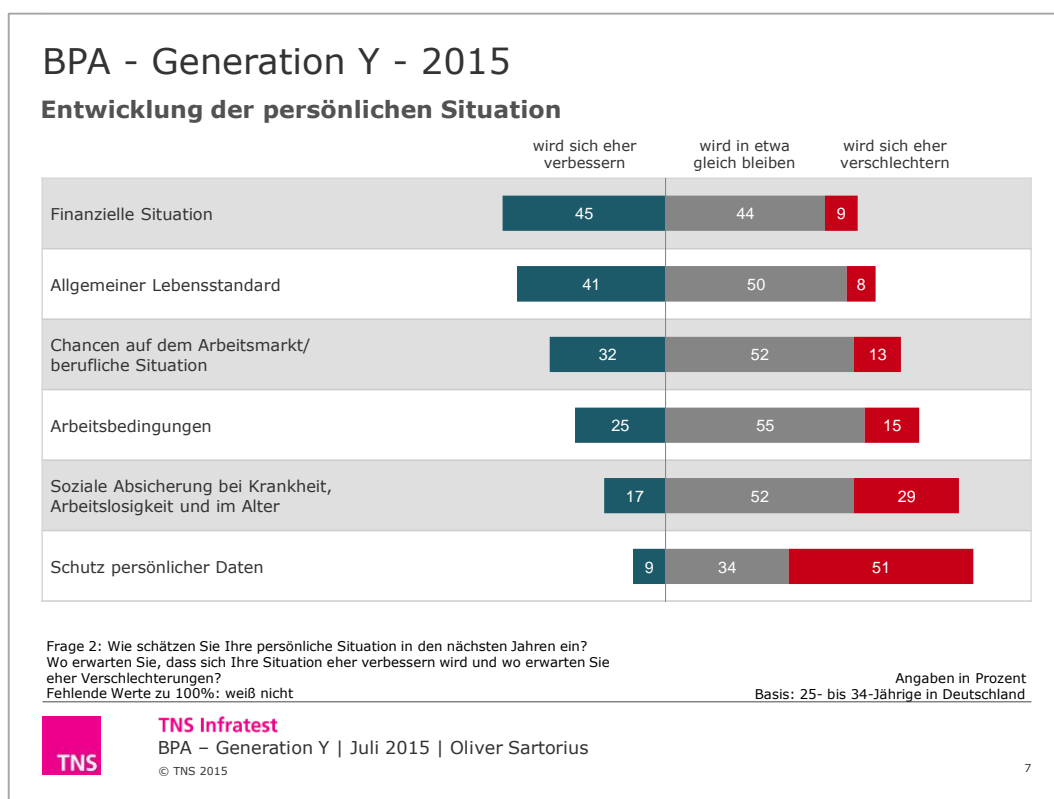
Der Blick auf die Teilgruppen zeigt, dass sich ein höherer persönlicher Schulabschluss positiv auf die eigenen Zukunftserwartungen auswirkt. Gleiches gilt in ähnlicher Form für ein hohes Haushaltsnetto-Einkommen. Entsprechend schauen Erwerbstätige positiver in die Zukunft als Nicht-Erwerbstätige. Der Grad der Beschäftigung (Voll- vs. Teilzeit) hat dagegen nur einen geringen Einfluss auf die Einschätzung der eigenen Zukunftschancen.

Erwartungen in Bezug auf verschiedene Lebensbereiche

Die optimistische Einschätzung der persönlichen Zukunftschancen spiegelt sich in überwiegend positiven Erwartungen in Bezug auf verschiedene Lebensbereiche: Mehr als vier von zehn 25-34jährigen erwarten in den nächsten Jahren eine Verbesserung ihrer finanziellen Situation (45%) und damit eine Erhöhung ihres allgemeinen Lebensstandards (41%). Umgekehrt rechnet nicht einmal jeder Zehnte damit, dass sich die eigene Situation in finanzieller Hinsicht (9%) oder bezüglich der Lebensqualität (8%) verschlechtern wird. Knapp die Hälfte geht von keinen oder nur geringen

Veränderungen aus, wobei man auf Basis von früheren Studien vermuten darf, dass die Zufriedenheit mit der Ist-Situation eher positiv als negativ ausfällt.

Auch die beruflichen Perspektiven werden alles in allem positiv bewertet. Angesichts eines positiven konjunkturellen Umfelds, niedriger Arbeitslosenzahlen und positiver Lohnentwicklung ist der Umstand, dass jeder Zweite daran glaubt, dass sich nur wenig an der eigenen beruflichen Situation (52%) und den Arbeitsbedingungen (55%) ändern werde, ein Ausdruck großer Zufriedenheit. Eine erhebliche Anzahl rechnet sogar mit einer weiteren Verbesserung der eigenen beruflichen Chancen (32%) bzw. der Arbeitsbedingungen in Deutschland (25%). Diesbezüglich eher pessimistisch ist maximal etwa jeder Siebte.



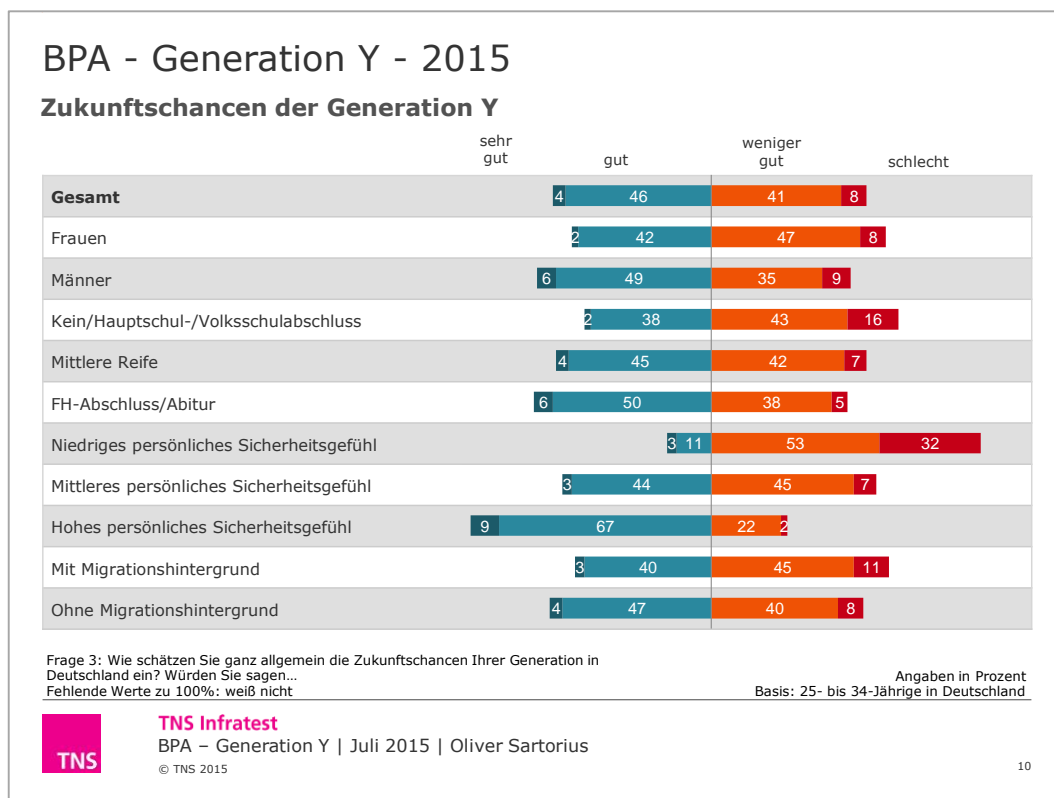
Skeptischer wird dagegen die Zukunft unserer sozialen Sicherungssysteme gesehen. Fast jeder Dritte (29%) der Generation Y rechnet damit, dass sich die kollektive Absicherung bei Krankheit, Arbeitslosigkeit und im Alter in den nächsten Jahren eher verschlechtern wird. Das sind spürbar mehr als diejenigen, die an eine Verbesserung glauben (17%). Immerhin jeder Zweite (52%) geht aber auch diesbezüglich von nur geringen Anpassungen aus.

Das einzige Thema bei dem die Generation Y „schwarz“ sieht, ist der Schutz persönlicher Daten. Dieser wird sich nach Meinung einer Mehrheit (51 %) zukünftig eher verschlechtern. Nicht einmal jeder Elfte (9%) erwartet hier bessere Standards und Schutzmechanismen. Dies ist umso bemerkenswerter, als dass die Zielgruppe als „digital natives“ große Kompetenz im Umgang mit digitalen Medien hat und von daher in der Zielgruppe eine besondere Sensibilität für das Thema zu erwarten ist. Von daher bleibt unklar, ob die Einstellung auf einer selbstbewusst-realistischen Einschätzung beruht oder auf einen gewissen Grad an Defätismus zurückzuführen ist.

Die Detailanalyse zeigt, dass vor allem der jüngere Teil der Zielgruppe, also die 25-29jährigen Berufsstarter bzw. noch am Anfang ihrer Karriere Stehenden, sehr zuversichtlich ist, was die eigene berufliche und finanzielle Entwicklung angeht. Bei den 30-34jährigen, die in dieser Hinsicht schon weiter sind, fällt die Einschätzung dann schon deutlich zurückhaltender aus. Nicht-Erwerbstätige bzw. Arbeitslose blicken überdurchschnittlich positiv auf den Komplex Arbeit – möglicherweise, weil sie aus ihrer Position kaum Verschlechterungen zu erwarten haben. Von Resignation ist allerdings auch bei dieser Gruppe nur wenig zu spüren. Dabei werden die Chancen auf dem Arbeitsmarkt in den Großstädten spürbar positiver eingeschätzt als in kleinen Gemeinden mit unter 20 TSD Einwohnern. Generell wirkt sich ein starkes Gefühl persönlicher Absicherung sehr positiv auf die Zukunftserwartungen aus.

Gesellschaftliche Zukunftserwartung

Während die 25-34jährigen ihre persönlichen Perspektiven also ausgesprochen optimistisch sehen, blicken sie auf die Zukunft ihrer gesamten Generation deutlich skeptischer. Das Meinungsbild der Generation Y ist in dieser Frage geteilt: Die eine Hälfte bewertet die Zukunftschancen der eigenen Generation gut (46%) oder sogar sehr gut (4%), die andere Hälfte geht davon aus, dass sich die Zukunft allgemein weniger gut (41%) oder sogar schlecht (8%) entwickelt.



Dabei bestätigt sich der starke Zusammenhang zwischen persönlichem Sicherheitsgefühl und positiver Zukunftserwartung, der schon in Bezug auf die persönliche Zukunft und auch einzelne Lebensbereiche nachweisbar war. Mit anderen Worten: das Gefühl persönlicher Absicherung ist elementar für eine sorgenfreie und zuversichtliche Zukunftsperspektive.

Ein hohes persönliches Sicherheitsgefühl korrespondiert seinerseits mit dem eigenen formalen Bildungsgrad und dem Haushaltsnetto-Einkommen, weshalb sich für beide Variablen auch ein positiver Einfluss auf die Zukunftserwartung der Generation Y nachweisen lässt. Alles in allem blicken Männer positiver auf die Zukunft ihrer Generation als Frauen, Menschen ohne Migrationshintergrund etwas positiver als Menschen mit Migrationshintergrund. Allerdings lassen sich auch diese Abweichungen durch ein unterschiedlich starkes individuelles Gefühl der Absicherung erklären: Dieses fällt bei Männern stärker aus als bei Frauen und bei Migranten schwächer als bei Nicht-Migranten.

Durchlässigkeit der Gesellschaft

Wenn es um die Durchlässigkeit der heutigen Gesellschaft im Vergleich zu früher geht, verdüstert sich das Meinungsbild der Generation Y allerdings spürbar: Fast sechs von zehn 25-34jährigen (58%) teilen die Auffassung, dass es in Deutschland heute schwieriger ist, beruflich oder gesellschaftlich aufzusteigen, als dies noch für die Generation der eigenen Eltern der Fall war. Nur eine kleine Minderheit von 16% sieht heute bessere Aufstiegschancen. Jeder Siebte (15%) vertritt die Meinung, dass sich diesbezüglich in den letzten 20 bis 30 Jahren nicht viel geändert habe. Immerhin jeder Neunte (11%) traut sich kein Urteil zu.

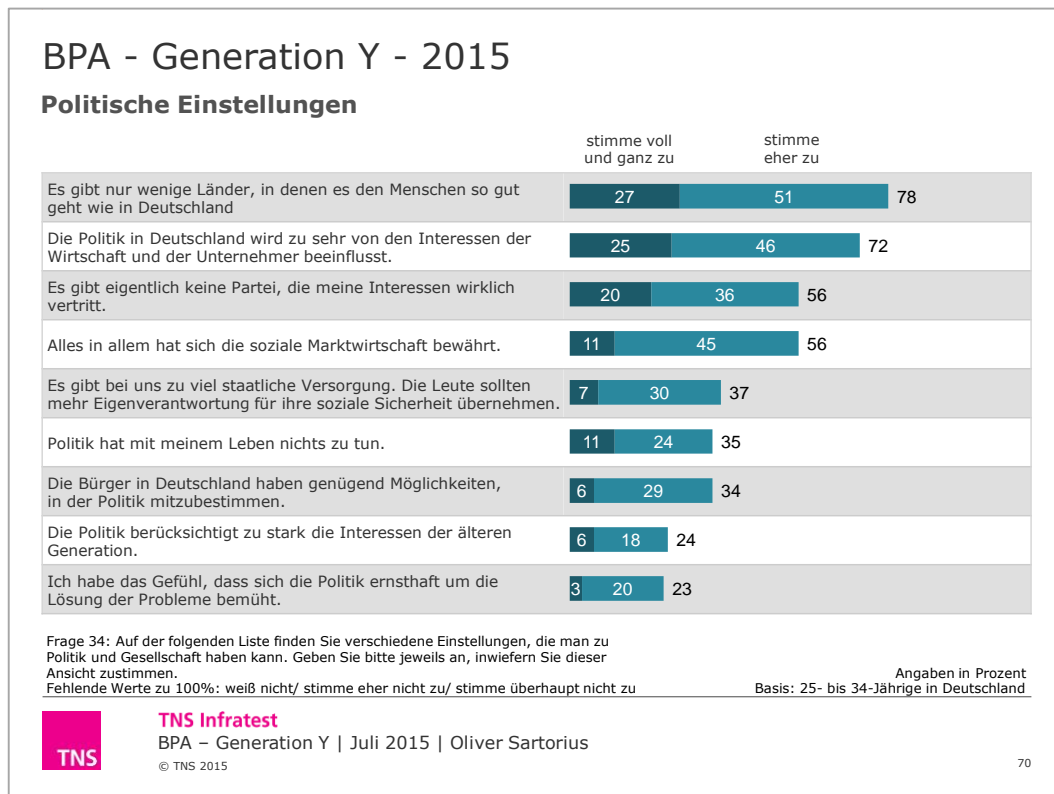
In den meisten Teilgruppen dominiert eindeutig das Gefühl, dass der soziale Aufstieg heutzutage schwieriger geworden ist. Es zeigen sich aber dennoch klare Zusammenhänge mit dem eigenen **formalen Bildungsgrad** und auch dem der Eltern: Für beide Bildungsvariablen zeigt sich, dass das Gefühl einer undurchlässigen Gesellschaft zunimmt, je geringer der Bildungsgrad ist. Interessant ist, dass dieses Gefühl von der gesellschaftlichen kaum auf die persönliche Ebene durchschlägt: Die Rahmenbedingungen werden als schwierig erlebt, was sich allerdings kaum auf die persönliche Zukunftserwartung auswirkt.

Es zeigt sich wiederum ein Zusammenhang mit dem **persönlichen Sicherheitsgefühl**: Je niedriger dieses ausfällt, desto eher hat man das Gefühl, dass es heute schwieriger als früher ist, beruflich oder gesellschaftlich aufzusteigen. Auch Migranten teilen diese Auffassung überdurchschnittlich häufig (62%).

8 Gesellschaft

8.1 Politik, Partizipation und Engagement

Die Generation Y hat alles in allem ein sehr positives Deutschland-Bild, zumindest was den Status und die Versorgung seiner Bürger angeht. Fast vier von fünf 25-34jährige (78%) sind der Auffassung, dass es weltweit nur wenige Länder gibt, in denen die Menschen einen so hohen Lebensstandard haben.



Auch das wirtschaftliche System der Bundesrepublik wird von einer Mehrheit der Befragten positiv bewertet: Mehr als jeder Zweite vertritt voll und ganz (11%) oder eher (45%) die Meinung, dass sich die soziale Marktwirtschaft alles in allem bewährt hat. Für die Forderung nach mehr Eigenverantwortung der Menschen und weniger staatlicher Versorgung spricht sich dagegen lediglich eine Minderheit aus (37%).

Relativ stark kritisiert wird allerdings das (zu enge) Verhältnis von Wirtschaft und Politik: Annähernd drei von vier haben stark (25%) oder zumindest tendenziell (46%) das Gefühl, dass die Politik zu stark von den Interessen der Wirtschaft und der Unternehmer beeinflusst wird. Dies korrespondiert offenkundig mit dem Eindruck, dass sich die Politik nicht genügend für die Vertretung der Interessen von Bürgerinnen und Bürgern engagiert: Nicht einmal jeder Vierte stimmt der Aussage voll und ganz (3%) oder eher (20%) zu, dass sich die Politik ernsthaft um die Lösung der Probleme bemüht. Verstärkt wird diese Kritik noch durch den gefühlten Mangel an eigenen Einflussmöglichkeiten:

Gerade einmal ein Drittel der Befragten teilt die Einschätzung, dass es in Deutschland genügend politische Mitbestimmungsmöglichkeiten gibt (34%).

Diese Wahrnehmung trägt offenbar erheblich zu einer **politischen Entfremdung** der Generation Y bei, denn mehr als jede(r) zweite 25-34jährige konstatiert, dass es derzeit keine Partei gibt, die seine bzw. ihre Interessen wirklich vertritt (56%). Die Befunde decken sich mit den Ergebnissen der Wahlforschung, die für diese Altersgruppe eine besonders niedrige Wahlbeteiligung ausweisen. Eine solch starke parteipolitische Distanz bedeutet aber noch nicht automatisch, dass die betroffenen Personen alle per se unpolitisch sind. Dies trifft nur auf einen – allerdings erheblichen – Teil dieser Gruppe zu: Gut jeder Dritte stimmt voll und ganz (11%) oder eher (24%) der Aussage zu, dass Politik nichts mit seinem Leben zu tun hat.

Einen politischen **Generationenkonflikt** sehen allerdings die wenigsten: Lediglich jeder vierte 25-34jährige hat den Eindruck, dass die Politik vor allem die Interessen der Älteren im Fokus hat.

Die Detailanalyse offenbart, dass die politische Distanz stark mit einem niedrigeren formalen Bildungsgrad korrespondiert. Ein niedriges Einkommen determiniert (partei-)politische Entfremdung, während umgekehrt ein hohes Haushaltsnetto-Einkommen die Zustimmung zum Wirtschaftssystem befördert. Wer ein starkes politisches Interesse hat, scheint vergleichsweise immun gegen politische Entfremdung zu sein und zeigt zugleich eine größere Zufriedenheit mit unserem Wirtschaftssystem.

Formen politischer Partizipation

Angesichts der relativ großen politischen Entfremdung verwundert es nicht, dass die 25-34jährigen primär **niedrigschwellige Möglichkeiten** der politischen Partizipation wahrnehmen: Immerhin sechs von Zehn (59%) informieren sich über politische Nachrichten und Entwicklungen und jeder Zweite (47%) gibt an, sich zumindest gelegentlich mit anderen über Politik zu unterhalten. An Wahlen nehmen nach eigener Auskunft sogar sieben von zehn Befragten mehr oder weniger regelmäßig teil (71%), was auf eine hohe soziale Erwünschtheit bzw. auf einen gewissen sozialen Konformitätsdruck schließen lässt. Wahlen als Bürgerpflicht scheint auch in der Generation Y noch eine gewisse Rolle zu spielen.

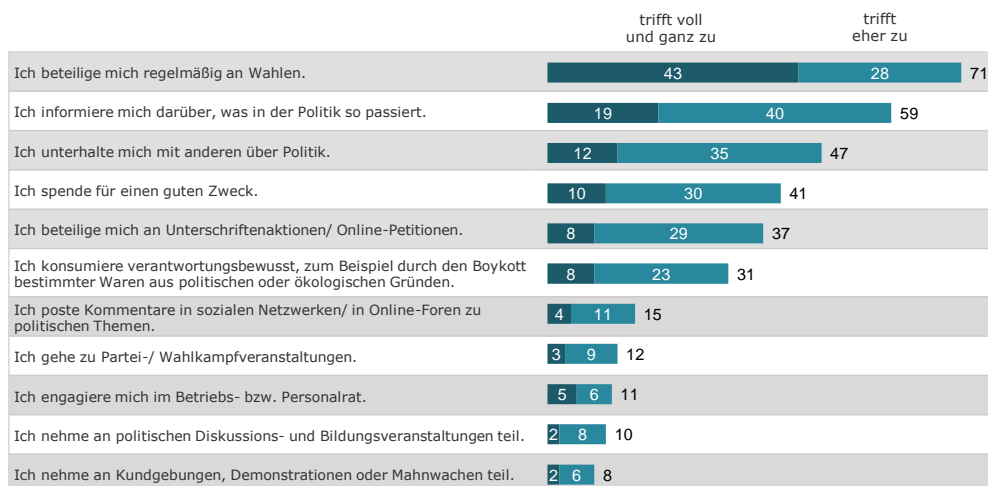
Ansonsten haben für die Zielgruppe noch Aktivitäten eine größere Bedeutung, die einen eher unpolitischen Charakter haben, gleichwohl sie gesellschaftspolitisch nicht unbedeutend sind: So spenden vier von zehn Befragten zumindest hin und wieder für einen guten Zweck (41%) und jeder Dritte (31%) berücksichtigt in seinem Konsumverhalten mehr oder weniger ökologische beziehungsweise politische Maßstäbe.

Mit 37% erreichen Unterschriftenaktionen bzw. Online-Petitionen noch eine vergleichsweise hohe Beteiligungsrate, die ihrerseits sowohl einen stark politischen als auch einen völlig unpolitischen Hintergrund zum Gegenstand haben können.

Das Posten von Kommentaren in sozialen Netzwerken oder in Online-Foren spielt dagegen eine vergleichsweise geringe Rolle, sofern es sich um dezidiert politische Themen handelt: Lediglich jeder siebte 25-34jährige gibt an, sich auf diese Weise häufig (4%) oder gelegentlich (11%) zu politischen Themen zu äußern. Für eine Generation, für die soziale Netzwerke zum Alltag gehören, ist dieser Wert bemerkenswert niedrig und ist ein weiteres Indiz für eine relativ starke politische Entfremdung.

BPA - Generation Y - 2015

Gesellschaftliches und politisches Engagement



Frage 31: Auf der folgenden Liste finden Sie verschiedene Möglichkeiten, sich politisch bzw. gesellschaftlich zu engagieren/ betätigen/ einzusetzen. Bitte geben Sie jeweils an, inwiefern der jeweilige Aspekt auf Sie persönlich zutrifft. Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht/ trifft eher nicht zu/ trifft überhaupt nicht zu

Angaben in Prozent
Basis: 25- bis 34-Jährige in Deutschland



TNS Infratest

BPA – Generation Y | Juli 2015 | Oliver Sartorius

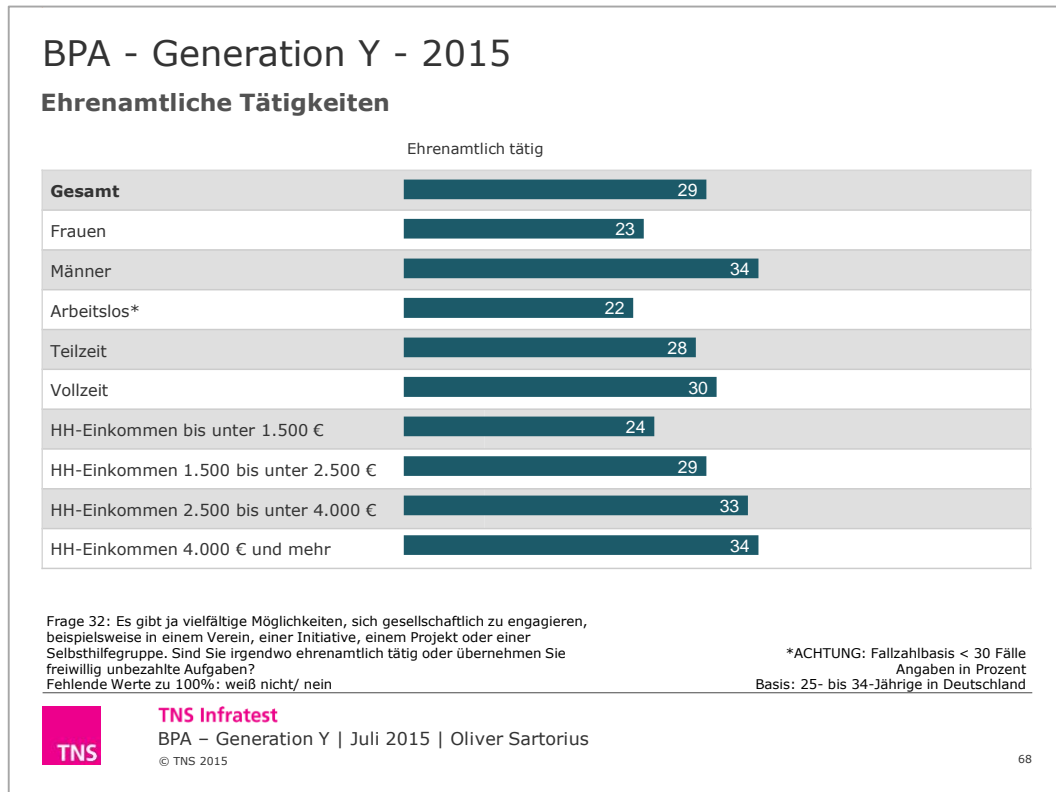
© TNS 2015

66

Aktivitäten, die ein höheres Maß an Motivation voraussetzen, sind eher die Ausnahme. Nur etwa jeder Zehnte bringt ein entsprechendes Engagement auf und besucht zumindest gelegentlich Partei- bzw. Wahlkampfveranstaltungen (12%), engagiert sich im Betriebs- bzw. Personalrat (11%), nimmt an politischen Diskussionsrunden oder Bildungsveranstaltungen teil (10%) oder geht zu Kundgebungen, Demonstrationen oder Mahnwachen (8%).

Auf Basis dieser 11 Statements haben wir einen Engagement-**Index** gebildet, der jedem Befragten einen Wert zwischen 0 und 33 Punkten zuweist. Der Durchschnittswert für die Generation Y liegt insgesamt bei 10,8 Punkten. Das oberste Fünftel der Befragten mit besonders starkem Engagement kommt im Schnitt auf 19,4 Punkte, das unterste Fünftel mit dem geringsten Engagement auf durchschnittlich nur 2,7 Punkte. Über alle abgefragten Aktivitäten hinweg wird deutlich, dass entsprechendes Engagement mit dem eigenen Bildungsgrad zusammenhängt und tendenziell auch positiv mit der Schulbildung der Eltern korrespondiert. Männer (Index: 12,1) sind (aufgrund des stärker ausgeprägten politischen Interesses) engagierter als Frauen (Index: 9,5). Der Zusammenhang mit politischem Interesse ist deutlich, offenkundig und plausibel: Wer sich stark für Politik interessiert, zeichnet sich auch durch zahlreiche entsprechende Aktivitäten aus (Index: 16,9), bei mittelmäßigem Interesse lässt auch das Engagement nach (Index: 12,4) und bei keinem oder nur geringem Interesse ist auch die Beteiligung unterdurchschnittlich (Index: 6,5).

Die Befunde zur politischen Partizipation werden im Wesentlichen auch in Bezug auf ehrenamtliches Engagement bestätigt: Knapp jeder Dritte (29%) der Generation Y gibt an, ehrenamtlich tätig zu sein bzw. freiwillig unbezahlte Aufgaben in Vereinen, Initiativen oder Projekten zu übernehmen.

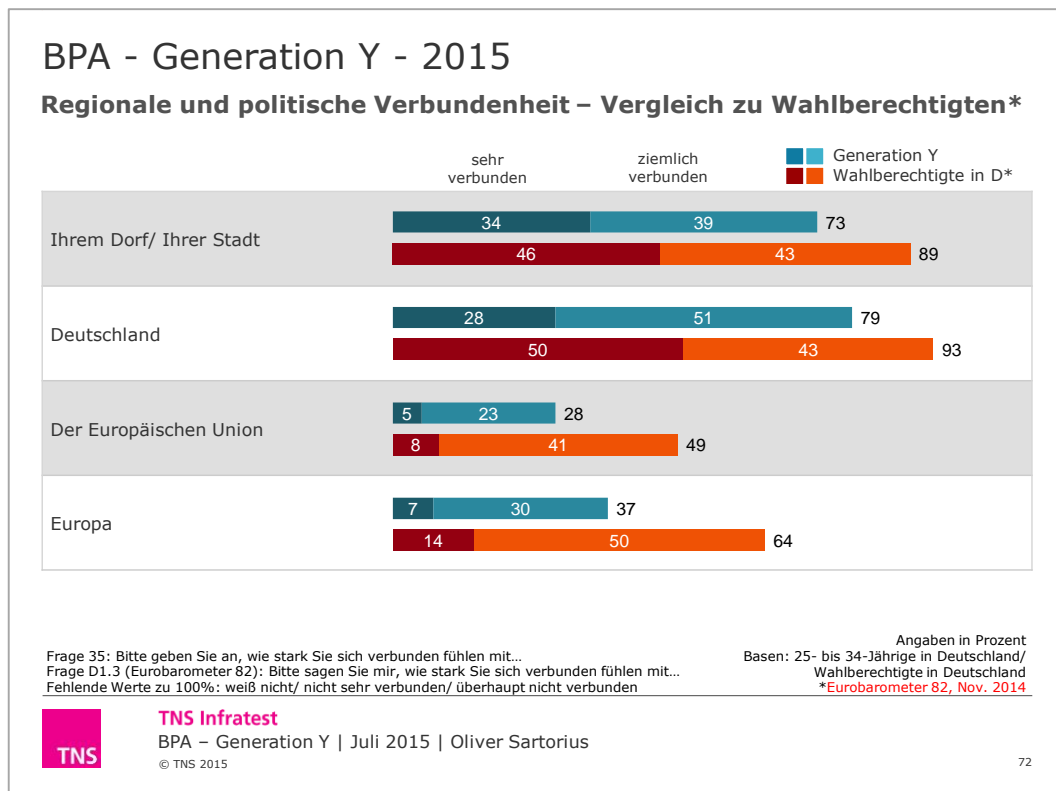


Dabei sind Männer (34%) häufiger ehrenamtlich engagiert als Frauen (23%), Erwerbstätige (30%) häufiger als Nicht-Erwerbstätige (24%). Diese Befunde deuten darauf hin, dass ehrenamtliches Engagement weniger eine Frage der Zeitautonomie ist, sondern andere Faktoren eine Rolle spielen, wie zum Beispiel das Einkommen oder die gefühlte persönliche Absicherung. Politisches Interesse und Partizipation korrespondieren jedenfalls ihrerseits positiv mit ehrenamtlichem Engagement. Umgekehrt bedeutet dies aber auch, dass politische Entfremdung auch eine Gefahr für die Zivilgesellschaft darstellt, die nicht unbedingt einen unmittelbar politischen Bezug haben muss. Auffällig ist zudem, dass sich in kleinen Gemeinden ein höherer Anteil ehrenamtlich engagiert als in den urbanen Zentren. Dies dürfte auf die größere Rolle von Vereinen und gegebenenfalls auch die größere soziale Kontrolle in den kleineren Gemeinden zurückzuführen sein.

Entsprechend gering ist auch die Zahl derer, die sich im weitesten Sinne in **einer politischen Organisation** engagieren: Noch am stärksten sind die organisierten Interessensvertretungen der Arbeitnehmer verbreitet. Insgesamt jeder Elfte (9%) und jeder neunte Erwerbstätige (11%) ist Mitglied einer Gewerkschaft. Nichtregierungsorganisationen wie Amnesty International oder Greenpeace erfreuen sich noch vergleichsweise großer Unterstützung. Etwa jeder Siebzehnte (6%) ist in einer NGO aktiv. Politische Parteien (2%) und Bürgerinitiativen (1%) erfreuen sich dagegen nur sehr geringer Unterstützung. Die Detailanalyse zeigt, dass vor allem (gesellschafts-)politisch Engagierte in Mitgliedsorganisationen aktiv werden. Eine höhere Schulbildung (eigene oder der Eltern) korrespondiert mit einer wahrscheinlicheren Mitgliedschaft in NGOs oder Gewerkschaften.

8.2 Einstellungen zu Europa

Die Generation Y definiert ihre geografische Orientierung am stärksten an ihrer nationalen Identität: Vier von fünf 25-34jährige fühlen sich mit Deutschland sehr (28%) oder ziemlich (51%) verbunden. Eine große Rolle spielt für eine klare Mehrheit auch die eigene regionale Herkunft. Drei von Vier identifizieren sich sehr (34%) oder ziemlich (39%) mit ihrem Wohnort. Eine europäische Identität empfindet nur eine Minderheit der Generation Y: knapp vier von Zehn (37%) fühlen sich mit Europa verbunden, mit der EU als politische Institution sind es sogar nicht einmal drei von Zehn (28%).



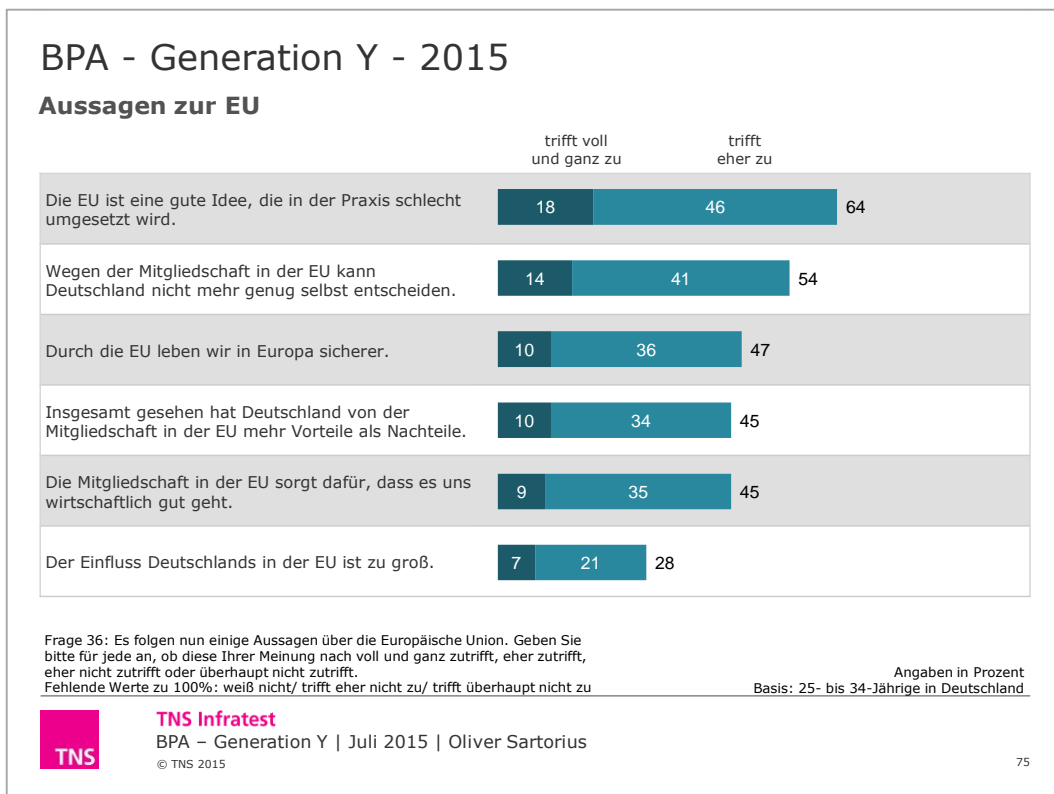
Vom Ranking unterscheidet sich die Generation Y damit nicht von der wahlberechtigten Bevölkerung in Deutschland insgesamt (Quelle: Eurobarometer 82 vom November 2014). Allerdings fällt auf, dass die Generation Y generell ein geringeres Niveau der geografischen Verbundenheit entwickelt hat. Bezogen auf die EU bzw. Europa fallen die Unterschiede zur wahlberechtigten Bevölkerung besonders groß aus. Möglicherweise spielt dabei eine Rolle, dass räumliche Kategorien in der Entgrenzung der digitalen Welt eine deutlich geringere Rolle spielen und sich die Welt im wahrsten Sinne des Wortes zum globalen Dorf entwickelt.

Vermutlich spielt aber auch in diesem Zusammenhang die festgestellte politische Entfremdung eine Rolle, denn die Detailanalyse zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen politischem Interesse und Partizipationsgrad und dem Verbundenheitsgefühl nicht nur mit der EU und Europa, sondern auch mit Deutschland. Dies wiederum hängt seinerseits mit dem formalen Bildungsgrad und dem Haushaltsnetto-Einkommen zusammen. Interessantes Detail: die regionale Verbundenheit korrespondiert vergleichsweise stark mit dem Beschäftigungsgrad. In Abwandlung des lateinischen

Sinnspruchs „ubi bene, ibi patria“ könnte man sagen: Wo Du Arbeit findest, da fühlst Du Dich verbunden.

Einstellungen zur Europäischen Union

Da sich nur eine Minderheit der Generation Y mit der EU identifiziert, verwundert es kaum, dass die kritischen Stimmen gegenüber der Europäischen Union überwiegen. Am verbreitetsten ist dabei eine abgemilderte Form der Kritik: Danach halten knapp zwei Drittel (64%) die EU zwar für eine gute Idee, bemängeln aber deren Umsetzung in der politischen Praxis. Die Kritik richtet sich also primär gegen ihre Funktionsfähigkeit, aber wohl auch an einem weit verbreiteten Gefühl der Fremdsteuerung und Bevormundung. Denn eine Mehrheit teilt voll und ganz (14%) bzw. eher (41%) die Auffassung, dass Deutschland wegen seiner Mitgliedschaft in der EU nicht mehr genug selbst entscheiden kann. Umgekehrt haben nur vergleichsweise wenige den Eindruck, dass Deutschland die EU dominiert und zu großen Einfluss ausübt (28%).



Positive Aspekte der Mitgliedschaft in der EU werden nur eingeschränkt zur Kenntnis genommen, ohne dass sie die Sichtweise der Europäischen Union prägen: Knapp die Hälfte der 25-34jährigen räumt ein, dass wir in Europa durch die EU sicherer leben (47%), Deutschland von der Mitgliedschaft wirtschaftlich profitiert (45%) und insgesamt die Vorteile einer Mitgliedschaft die Nachteile überwiegen (45%).⁴

⁴ Für die wahlberechtigte Bevölkerung liegen für vergleichbare Zahlen aus der ARD-Langwelle zur Europawahl 2014 von Infratest dimap vor. Danach sind etwa gleich viele Wahlberechtigte der Meinung, dass die EU eine „tolle“ Idee ist, die in der

Der Blick auf die Teilgruppen zeigt, dass eine positive Wahrnehmung der Rolle der EU stark von Bildung und Einkommen einerseits sowie von politischem Interesse und Partizipationsgrad andererseits abhängt. Gleichzeitig wächst bei diesen Gruppen, die die EU mehrheitlich positiv sehen, auch die Kritik an der Umsetzung der europäischen Idee in der Praxis.

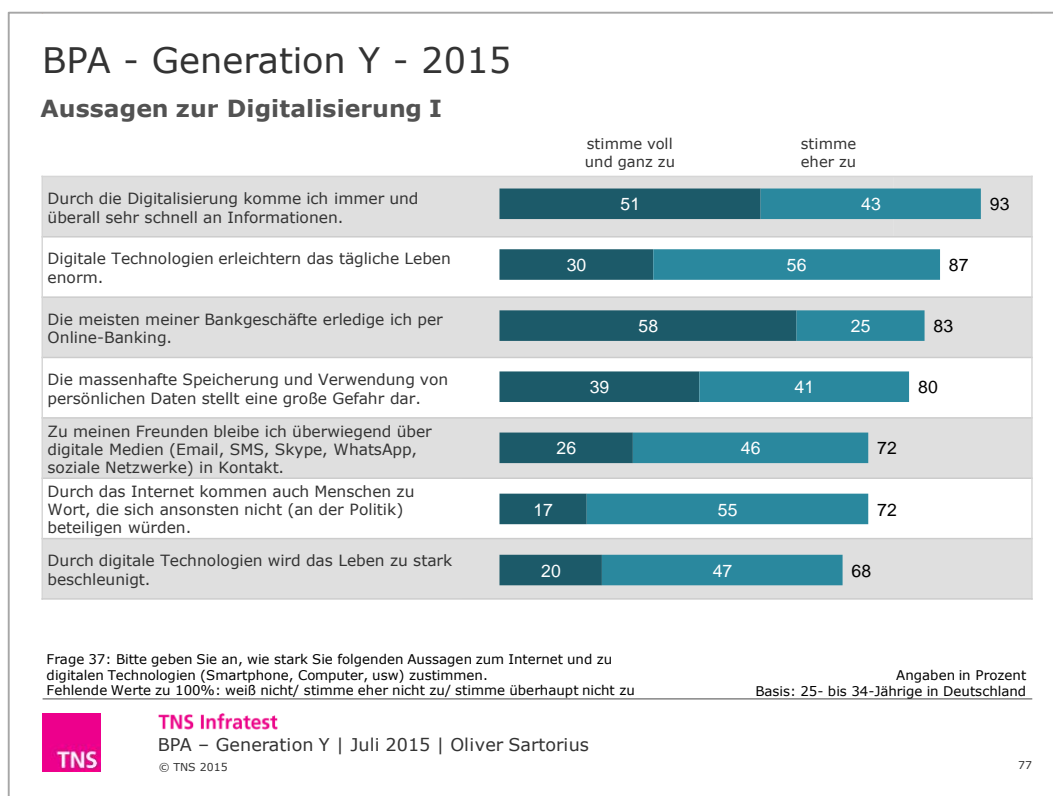
Deutsche Migranten im Alter von 25 bis 34 Jahren sehen die Rolle der EU kritischer als Deutsche gleichen Alters ohne Migrationshintergrund. Sie sehen weniger Vorteile für Deutschland, kritisieren aber deutlich häufiger den deutschen Einfluss innerhalb Europas als zu groß.

Praxis schlecht umgesetzt wird (66%). In Bezug auf andere Aussagen zeigen sich allerdings deutlich abweichende Befunde zwischen Wahlberechtigten insgesamt und Generation Y: Während eine Mehrheit der Generation Y (54%) die These vertritt, dass Deutschland wegen der Mitgliedschaft in der EU nicht mehr genug selbst entscheiden kann, wird diese Auffassung nur von einer – allerdings relativ großen – Minderheit der wahlberechtigten Bevölkerung geteilt (46%). In Bezug auf die Vorteile der EU klaffen die Wahrnehmungen dann noch weiter auseinander: Dass wir durch die EU in Europa sicherer leben, meinen 47% der Generation Y aber 70% der Wahlberechtigten insgesamt. Und während 45% der Generation Y zustimmen, dass die Mitgliedschaft in der EU dafür sorgt, dass es uns wirtschaftlich gut geht, bejahen diese Aussage 68% der wahlberechtigten Bevölkerung. Insbesondere die Vorteile der EU werden also – anders als von der Bevölkerung insgesamt – von der Generation Y nur sehr eingeschränkt geteilt.

8.3 Digitale Welt

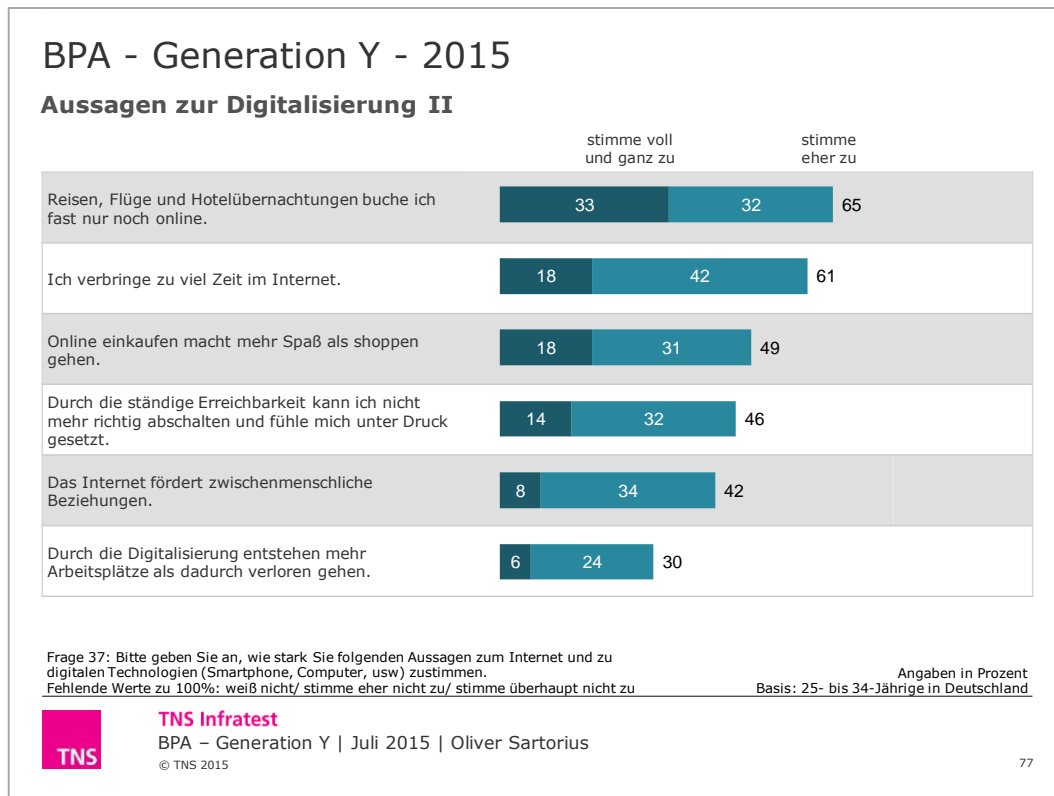
Die Generation Y wird auch gerne als Generation der „digital natives“ bezeichnet, da sie als eine der ersten mit dem Internet groß geworden ist und damit eine besondere Beziehung zu diesem Medium hat, aber auch in besonderer Weise durch Online-Medien geprägt worden ist.

Die Einstellung der Generation Y zu digitalen Medien ist stark **geprägt vom Alltagserleben**. Sie spielen vor allem bei der Informationsbeschaffung für mehr als neun von Zehn (93%) eine dominierende Rolle. Entsprechend teilen viele die Auffassung, dass digitale Technologien das tägliche Leben enorm erleichtern (87%). Mehr als vier von Fünf (83%) erledigen beispielsweise ihre Bankgeschäfte online, Reisen, Flüge und Übernachtungen werden ganz überwiegend online gebucht (65%) und jeder Zweite findet das Einkaufserlebnis beim Online-Shopping besser als im richtigen Leben (49%). Digitale Medien sind also für die meisten 25-34-jährigen nicht mehr aus ihrem Leben wegzudenken.



Für die große Mehrheit der Generation Y hat die Digitalisierung aber auch eine starke **soziale Dimension**: So spielen soziale Netzwerke wie Facebook, Messenger-Dienste wie WhatsApp und Kommunikation via SMS oder Skype eine große Rolle für soziale Interaktionen im Alltag: Fast drei von vier Befragten geben an, dass sie über solche digitalen Technologien überwiegend mit ihren Freunden in Verbindung stehen. Insofern verwundert es nicht, dass vier von zehn Befragten die Meinung voll und ganz (8%) oder eher (34%) teilen, dass das Internet zwischenmenschliche Beziehungen fördert bzw. erleichtert, zumal mittlerweile auch digitale Partnervermittlungsdienste in Medien und Werbung allgegenwärtig sind. Dass das Internet auch einen emanzipatorischen Effekt hat, indem es die traditionelle Rollenverteilung der klassischen Medien in Sender und Empfänger

relativiert und so auch Menschen zu Wort kommen, die sich ansonsten nicht politisch beteiligen würden, glauben fast drei von vier 25-34jährigen (72%).

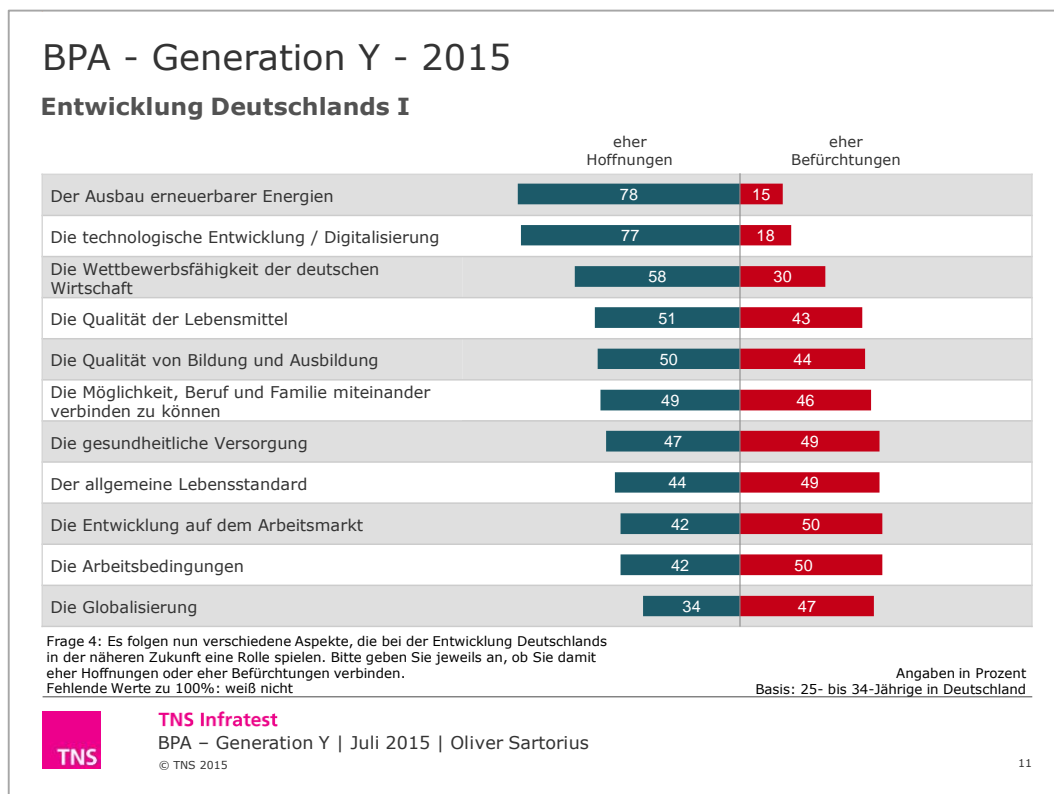


Dabei sieht eine große Mehrheit der Generation Y durchaus auch die **Schattenseiten** der digitalen Welt: Vier von Fünf sehen in der massenhaften Speicherung und Verwendung persönlicher Daten eine mehr oder weniger große Gefahr (80%). Zwei Drittel kritisieren die Beschleunigung des Lebens durch das Internet (68%), jeder Zweite fühlt sich durch die ständige Erreichbarkeit unter Druck gesetzt und fürchtet etwas zu verpassen, wenn er offline ist (46%). Alles in allem räumt eine große Mehrheit durchaus selbstkritisch ein, dass sie zu viel Zeit im Internet verbringt (61%). Positive Effekte für den Arbeitsmarkt erwartet nicht einmal jeder Dritte (30%).

Die Detailanalyse zeigt, dass formal höher Gebildete vor allem die Alltagseffekte der Digitalisierung stärker betonen. Nicht-Erwerbstätige räumen stärker als Erwerbstätige ein, online zu viel Zeit zu verbringen (67% vs. 59%) und dadurch nicht mehr richtig abschalten zu können (53% vs. 45%). Dies könnte mit der größeren Zeitautonomie zusammenhängen, die Nicht-Erwerbstätige meistens haben dürften, welche sie aber teilweise offenbar nicht sinnvoll einzusetzen vermögen. Singles betonen stärker als Befragte in festen Beziehungen, dass das Internet zwischenmenschliche Beziehungen fördert (49% vs. 39%), möglicherweise weil sie dabei die Möglichkeiten des Online-Dating stärker im Hinterkopf haben. An eine emanzipatorische Wirkung des Internets, also dass sich durch das Internet mehr Menschen politisch beteiligen bzw. zu Wort melden, glauben dagegen vermehrt Politisch Interessierte (stark: 85%, mittel: 72%, schwach: 66%) bzw. Engagierte (stark: 82%, überdurchschnittlich: 74%, wenig: 70%, kaum: 63%).

8.4 Hoffnungen und Befürchtungen

Die Hoffnungen und Befürchtungen, die die Generation Y in Bezug auf die näheren Zukunft Deutschlands äußert, verstärken noch die eher skeptischen gesellschaftlichen Zukunftserwartungen der 25-34jährigen (vgl. Kapitel 7). Denn von 23 abgefragten Aspekten werden nur fünf eher mit Hoffnungen verknüpft, bei drei Punkten halten sich positive und negative Erwartungen mehr oder weniger die Waage, bei fünfzehn Themen aber überwiegen die Befürchtungen.

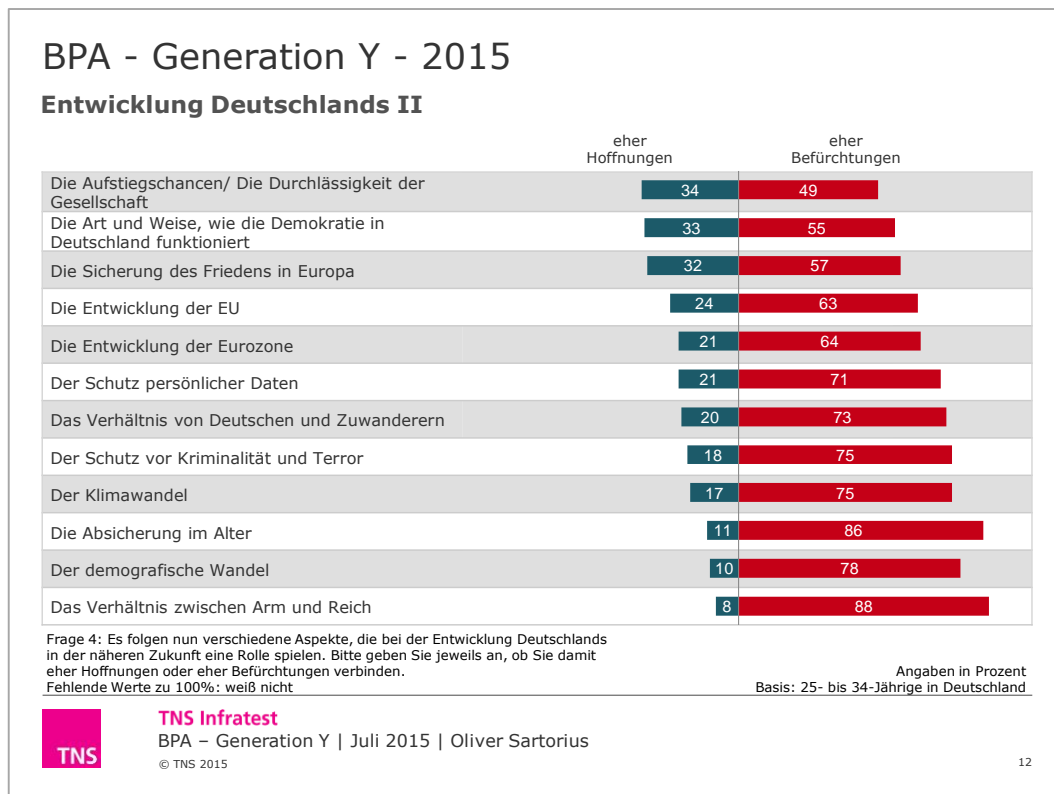


Dabei zeigt sich, dass die Generation Y offenbar besonderes Vertrauen in technologische Aspekte und Lösungen zeigt, während sie den damit zusammenhängenden gesellschaftlichen Entwicklungen mehrheitlich pessimistisch gegenüber steht. Von einer Technikfeindlichkeit, wie man sie der deutschen Bevölkerung früher einmal gern attestiert hat, kann in Bezug auf die Generation Y also nicht die Rede sein.

Zum Beispiel wird der Ausbau der erneuerbaren Energien in der Zielgruppe äußerst positiv wahrgenommen: Vier von Fünf (78%) verknüpfen mit diesem zunächst einmal technischen Projekt eher Hoffnungen. Dass sich dadurch allerdings der **Klimawandel** aufhalten oder verlangsamen lasse, sehen nur die wenigsten 25-34jährigen. Die große Mehrheit (75%) verbindet mit diesem Thema Befürchtungen.

Die technologische Entwicklung im Zuge der **Digitalisierung** wird von den „digital natives“ ebenfalls ausgesprochen positiv erlebt (eher Hoffnungen: 77%). Die gesellschaftliche Problematik der massenhaften Speicherung und Verwendung von personenbezogenen Daten – das Thema Datenschutz – erweckt dagegen bei einer breiten Mehrheit Befürchtungen (71%).

Auch die Qualität des deutschen Bildungswesens und Ausbildungssystems – eine wesentliche Voraussetzung für **gesellschaftlichen Aufstieg** – wird noch mehrheitlich positiv bewertet (50% Hoffnungen vs. 44% Befürchtungen). Die Durchlässigkeit der Gesellschaft, also die Möglichkeit diesen gesellschaftlichen Aufstieg dann auch tatsächlich zu schaffen, sieht dagegen eine relative Mehrheit skeptisch (49% Befürchtungen vs. 34% Hoffnungen).



Insgesamt eher ausgeglichen wird noch der **allgemeine Lebensstandard** in Deutschland wahrgenommen (Hoffnungen vs. Befürchtungen: -5%-Punkte), sowie die unter diesem Punkt subsumierbaren Teilaspekte gesundheitliche Versorgung (-2%-Punkte) und die Qualität der Lebensmittel in Deutschland (+8%-Punkte).

Noch vergleichsweise positiv ist auch das Verhältnis von Hoffnungen zu Befürchtungen wenn es um den Themenkomplex **Arbeit** geht: Vor allem die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft wird mehrheitlich mit Hoffnungen verknüpft (+28%-Punkte) und das obwohl Aspekte der Globalisierung eher Ängste auslösen (-13%-Punkte). Immerhin halten sich Hoffnungen und Befürchtungen in Bezug auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf (+3%-Punkte), die zukünftige Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt (-8%-Punkte) sowie in Bezug auf die allgemeinen Arbeitsbedingungen (-8%-Punkte) mehr oder weniger die Waage.

Die Entwicklung der **Europäischen Union** wird dagegen von einer deutlichen Mehrheit mit Befürchtungen assoziiert (-39%-Punkte). Noch etwas kritischer wird angesichts der anhaltenden Diskussion um Kredite für Griechenland bzw. ein Ausscheiden des Landes aus der gemeinsamen europäischen Währung die kurzfristige Entwicklung der Eurozone gesehen (-43%-Punkte). Insofern passen diese Befunde zu den mehrheitlich skeptischen Einstellungen zu Europa (vgl. Kapitel 8.2).

Mehrheitlich pessimistisch zeigt sich die Generation Y auch in Bezug auf die Entwicklung der **inneren wie äußeren Sicherheit**. Angesichts des anhaltenden Konfliktes in der Ukraine, aber auch aufgrund der Krisenherde in Nordafrika und Nahost und der damit verbundenen Flüchtlingsströme, haben deutlich mehr 25-34jährige Befürchtungen als Hoffnungen in Bezug auf die Sicherung des Friedens in Europa (-25%-Punkte). Noch besorgter blicken sie nach den Anschlägen von Paris und den Herausforderungen der bei uns Hilfe suchenden Flüchtlinge auf die innere Sicherheit. Drei von Vier befürchten, dass Kriminalität und Terror auch in Deutschland zukünftig eher zu- als abnehmen werden (-57%-Punkte).

Am negativsten aber werden von der Generation Y Aspekte wahrgenommen, die für den **gesellschaftlichen Zusammenhalt** von zentraler Bedeutung sind: Die 25-34jährigen sind nicht nur mehrheitlich unzufrieden mit der Art und Weise, wie die Politik in Deutschland funktioniert (-22%-Punkte), sondern sie sind auch überaus pessimistisch, was die Integrationsfähigkeit der Gesellschaft betrifft (-53%-Punkte), wie sich der demografische Wandel vollziehen wird (-68%-Punkte), was die Alterssicherungssysteme angeht (-75%-Punkte) und vor allem in Bezug auf die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Arm und Reich (-80%-Punkte).

Die Detailanalyse zeigt, dass vor allem zwei Faktoren mit einer eher pessimistischeren Grundhaltung interagieren: Das ist zum einen eine niedrige formale Schulbildung und zum anderen ein niedriges persönliches Sicherheitsgefühl. Wer einen niedrigen Schulabschluss hat, sieht viele der abgefragten Themen eher mit Befürchtungen als Befragte mit höherem Bildungsgrad. Umgekehrt ist es allerdings beim Klimawandel, beim Datenschutz und beim demografischen Wandel – diese Aspekte werden von Personen mit höherer formaler Bildung häufiger mit Befürchtungen assoziiert. Bei der gefühlten Absicherung im eigenen Leben, in das ja mehrere Faktoren wie Ausbildung, Einkommen, Arbeitsplatzsicherheit etc. einfließen, ist es noch deutlicher: Wer ein höheres Gefühl der persönlichen Absicherung hat, assoziiert quasi mit allen Themen ein höheres Maß an Hoffnungen als Befragte mit einem niedrigen Sicherheitsgefühl. Einzige Ausnahme: In Bezug auf den demografischen Wandel sind die Befragten unabhängig von ihrem subjektiven Sicherheitsempfinden alle gleich pessimistisch.