



DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

„Generation Y: Jugend im Wandel? – eine
Standortbestimmung anhand einer qualitativen
Inhaltsanalyse von Zeitungsartikeln.“

verfasst von / submitted by

Christina Jiru

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree
of

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2015 / Vienna, 2015

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 190 313 299

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

UF Geschichte, Sozialkunde, Polit. Bildg.
UF Psychologie und Philosophie

Betreut von / Supervisor:

A.o. Univ. Prof. Dr. Alois Ecker

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei den Menschen bedanken, die mich während meines Studiums und dem Verfassen dieser Arbeit unterstützt und begleitet haben.

Besonders möchte ich mich bei meinem Freund Flo bedanken, der in den letzten Monaten große Geduldsfähigkeit bewiesen hat.

Bei meinen Eltern will ich mich dafür bedanken, dass sie mich während meines Studiums und vor allem in den letzten Monaten sehr unterstützt haben. Meiner Schwester Viki will ich für ihre Motivation danken.

Bedanken will ich mich auch bei Herrn Univ. Prof. Dr. Alois Ecker für die gute Betreuung und das Ermöglichen dieser Arbeit.

Meinen Freunden will ich für ihr offenes Ohr und für die Unterstützung während dieser Arbeit danken. Mein besonderer Dank geht hier an Valie für die Korrekturarbeit, an Geli Ö. für viele gute Tipps, an Geli W., ohne die ich mein Studium nicht gemeistert hätte und vor allem an Kathi, die sich viel Zeit für mich „und“ diese Arbeit genommen hat.

Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	9
1.1	Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen.....	9
1.2	Gliederung der Arbeit.....	10
2	Die qualitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsinstrument	12
2.1	Die Inhaltsanalyse	12
2.2	Die qualitative Inhaltsanalyse im Vergleich zum quantitativen Ansatz.....	14
2.2.1	Materialien und Grundsätze einer qualitativen Inhaltsanalyse	16
2.2.2	Techniken qualitativer Inhaltsanalysen.....	19
2.2.2.1	Bestimmung des Ausgangsmaterials.....	20
2.2.2.2	Fragestellung der Analyse.....	21
3	Generationen im Wandel der Zeit	22
3.1	Begriffsbestimmung und Kritik.....	22
3.2	Die „älteren Generationen“	24
3.2.1	Die „Babyboomer“	24
3.2.2	Die „Generation X“	25
3.3	Die Generation Y.....	26
3.3.1	Bedeutung der Familie, der Partnerschaft, des Soziallebens und der Kinder... 29	
3.3.2	Veränderungen in der Erziehung.....	34
3.3.3	Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y	35
3.3.4	Karriere und Berufsleben bei der Generation Y	38
3.3.5	Eigenschaften der Generation Y	40
4	Methodik	42
4.1	Die Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse anhand ausgewählter Zeitungsartikel.....	42
4.1.1	Bestimmung des Ausgangsmaterials	42
4.1.2	Fragestellungen für die Analyse	46
4.1.3	Analysetechnik und Kategorien	47
4.1.4	Ablaufmodell der Analyse.....	49
5	Auswertung und Analyse der Zeitungsartikel	51
5.1	Auswertung und Analyse der Kategorie 1	52
5.1.1	Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder.....	53
5.1.2	Veränderungen in der Erziehung.....	57
5.2	Auswertung und Analyse der Kategorie 2	61

5.2.1	Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y.....	61
5.3	Auswertung und Analyse der Kategorie 3.....	63
5.3.1	Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens der Generation Y und der älteren Generationen.....	63
5.3.2	Work - Life - Balance.....	70
5.3.3	Statussymbole.....	72
5.4	Auswertung und Analyse der Kategorie 4.....	73
5.4.1	Eigenschaften der Generation Y im Selbst- und Fremdbild.....	74
5.5	Auswertung und Analyse der Kategorie 5.....	76
5.5.1	Einteilung und Etiketten der Generation Y.....	77
6	Beantwortung der Forschungsfragen.....	80
7	Fazit.....	84
8	Literaturverzeichnis.....	86
9	Abbildungsverzeichnis.....	97
10	Anhang.....	98
10.1	Abstract Deutsch.....	98
10.2	Abstract English.....	99

1 Einleitung

Zu Beginn dieser Arbeit sollen die Beweggründe zur Erstellung und die Zielsetzung dieser Arbeit erläutert werden. Darüber hinaus werden die Forschungsfragen, nach denen sich diese Arbeit richtet, vorgestellt. Außerdem wird die Gliederung dieser Arbeit dargestellt, damit ein Überblick geschaffen werden kann.

1.1 Zielsetzung der Arbeit und Forschungsfragen

Zu den Beweggründen zur Erstellung dieser Arbeit zählt das Interesse an der gesellschaftlichen Entwicklung und an der Geschichte der Generationen. In den letzten Jahren wurden sehr viele Zeitungsartikel zu der sogenannten „Generation Y“ publiziert. Diese Publikationen waren zumeist sehr widersprüchlich und vermittelten das Bild einer Generation, die ganz anders zu sein scheint als die vorherigen Generationen. Das Ziel dieser Arbeit ist, unter anderem, festzustellen, ob dieses Bild der Wahrheit entspricht oder ob die subjektiven Meinungen verschiedener AutorInnen zu einer Stereotypisierung dieser Generation beitragen. Es gilt in dieser Arbeit ebenfalls herauszufinden, ob die Unterschiede zwischen den Generationen wirklich so erheblich sind, wie diese teilweise kommuniziert werden. Anhand dieser Überlegungen wurden folgende Forschungsfragen entwickelt:

Vergleich der „älteren Generationen“ und der „Generation Y“.

Welche Kernthemen werden in den Zeitungsartikeln zum Thema Generation Y aufgegriffen? Welche Schwerpunkte werden aufgezeigt?

In weiterer Folge sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

- **FF 1: Hat sich die Einstellung zu Familie und zu Partnerschaft in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**
 - FF 1.1.: Hat die Familie einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
 - FF 1.2.: Hat die Partnerschaft einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
 - FF 1.3.: Nehmen die Kinder einen anderen Stellenwert ein?
 - FF 1.4.: Hat sich der Erziehungsstil verändert?

- FF 1.5.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen im Privatleben verändert?
- **FF 2: Hat sich der Stellenwert der beruflichen Karriere in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**
 - FF 2.1.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen an das Berufsleben im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?
 - FF 2.2.: Welchen Stellenwert hat die Work – Life Balance?
 - FF 2.3.: Welchen Stellenwert haben Statussymbole?
- **FF 3: Welche Eigenschaften werden der Generation Y zugeschrieben und wie wird diese eingeteilt?**

1.2 Gliederung der Arbeit

Die Arbeit beginnt bei Kapitel 2 mit einem theoretischen Teil, der einen Überblick über die in dieser Arbeit angewandte Methode geben soll. Dieser Teil soll die Grundsätze dieser Methode erläutern und deren Techniken erklären.

Im dritten Kapitel wird auf die Generationen im Allgemeinen und auf die Generation Y im Speziellen eingegangen. Darüber hinaus werden in diesem Kapitel die Schwerpunkte der Analyse mit den Ergebnissen der Shell – Jugendstudien und der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011, sowie mit einigen Daten der Statistik Austria verglichen. Des Weiteren soll dieses Kapitel die in der Analyse vorkommenden Kernthemen aufgreifen und erläutern.

In Kapitel 4 wird auf die Methodik dieser Arbeit eingegangen, mit speziellem Fokus auf die analysierten Zeitungsartikel und das erstellte Kategoriensystem.

Kapitel 5 beschäftigt sich mit der Auswertung und Analyse der Zeitungsartikel. Die Ergebnisse der Analyse werden pro Kategorie präsentiert und im Vergleich mit Ergebnissen von verschiedenen Studien und Statistiken diskutiert.

In Kapitel 6 werden die Forschungsfragen im Detail beantwortet und es werden die wichtigsten Ergebnisse dieser Arbeit präsentiert.

Kapitel 7 enthält das Fazit dieser Arbeit, abschließend sind das Literaturverzeichnis, das Abbildungsverzeichnis und ein Abstract angeführt.

2 Die qualitative Inhaltsanalyse als Untersuchungsinstrument

Die Methode dieser Arbeit ist an die qualitative Inhaltsanalyse von Mayring angelehnt. Im Folgenden wird diese Methode überblicksmäßig theoretisch dargestellt und in Kapitel 4 wird schließlich näher auf die angewandte Methode eingegangen.

2.1 Die Inhaltsanalyse

Den Begriff der Inhaltsanalyse genau zu definieren ist laut Mayring schwierig, da die Inhaltsanalyse zwar darauf abzielt Material zu untersuchen, das aus jeglicher Art der Kommunikation entspringt, sich aber eben nicht nur darauf reduzieren lässt. Die Inhaltsanalyse beschäftigt sich mit weit mehr als nur mit den Inhalten der Kommunikation (Mayring, 2010, S. 11).

Es gibt sehr viele verschiedene Definitionen der Inhaltsanalyse, da jeder Autor, jede Autorin etwas anderes darunter versteht. So sieht zum Beispiel Berelson in der Inhaltsanalyse eine „Forschungstechnik für die objektive, systematische und quantitative Beschreibung des manifesten Inhalts von Kommunikation“ wohingegen Kaplan die Inhaltsanalyse als eine „statistische Semantik politischer Diskurse“ versteht (Mayring, 2010, S. 11-12).

Mayring versucht in seinem Buch in sechs Punkten die Frage zu beantworten, was das Besondere an der Inhaltsanalyse ist und was die sozialwissenschaftliche Methode von anderen Methoden unterscheidet. Im ersten Punkt meint er, dass der Gegenstand der Inhaltsanalyse zwar die Kommunikation ist und sich diese meist durch Sprache auszeichnet, allerdings auch Bilder, Musik oder ähnliche Dinge Gegenstand der Kommunikation sein können. Im zweiten Punkt spezifiziert sich der erste Punkt und er kommt zu dem Schluss, dass der Gegenstand der Inhaltsanalyse in jedem Fall fixierte Kommunikation ist, da, egal ob es sich nun um Kommunikation in Form von Bildern, Texten, Sprache oder Noten handelt, die Kommunikation jeweils festgehalten wurde. In den darauffolgenden drei Punkten geht es um das systematische Vorgehen bei einer Inhaltsanalyse. Für ihn grenzt sich die Inhaltsanalyse durch dieses systematische Vorgehen von anderen Methoden ab. Die Analyse läuft nach speziellen Regeln ab. Durch dieses strenge Vorgehen wird die Analyse auch für andere Menschen nachvollziehbar und überprüfbar. Für ihn scheint es wichtig hier anzuführen, dass die Analyse nicht nur einen Text wiedergibt, sondern, dass die Fragestellung und die Ergebnisse theoriegeleitet sind und das Material auch unter diesem theoretischen Aspekt analysiert wird. Im letzten Punkt meint er, dass die Inhaltsanalyse eine

schlussfolgernde Methode ist. Durch die Analyse des Materials werden Aussagen getroffen, die wiederum auf die Kommunikation rückgeführt werden können (Mayring, 2010, S. 12 - 13).

„Die Inhaltsanalyse will somit:

- Kommunikation analysieren.
- fixierte Kommunikation analysieren.
- dabei systematisch vorgehen.
- dabei also regelgeleitet vorgehen.
- dabei auch theoriegeleitet vorgehen.
- das Ziel verfolgen, Rückschlüsse auf bestimmte Aspekte der Kommunikation zu ziehen“ (Mayring, 2010, S. 13).

Schlussendlich kommt man zu der Erkenntnis, dass in diesem Zusammenhang nicht von einer Inhaltsanalyse, sondern besser von einer „kategoriegeleiteten Textanalyse“ gesprochen werden sollte (Mayring, 2010, S. 13).

Zu den Grundtechniken der Inhaltsanalyse gehören in erster Linie die Häufigkeitsanalyse beziehungsweise die Frequenzanalyse, sowie auch die Valenz-, Intensitäts- und Kontingenzanalysen. Die Häufigkeitsanalyse steht an erster Stelle, da es die einfachste Variante ist. Dabei geht es darum, verschiedene Merkmale des Materials auszuzählen und mit anderen Elementen in Bezug auf das Auftreten von Häufigkeiten zu vergleichen. So haben zum Beispiel Berelson und Salter im Jahr 1946 untersucht, welcher Abstammung die Hauptfiguren in den amerikanischen Zeitschriftengeschichten sind und dieses Ergebnis mit der realen Verteilung in der Gesellschaft Amerikas verglichen. Bei der Valenz- und Intensitätsanalyse geht es darum, dass verschiedene Textstellen nach einer bestimmten zwei- oder mehrstufigen „Einschätzskala“ skaliert werden. Dabei werden beispielsweise die Leitartikel verschiedener Zeitungen in Bezug auf ihre politische Ausrichtung dahingehend untersucht, ob diese eher die Meinung der Regierungspartei oder die der Opposition vertreten. Allerdings kann bei der Valenz- und Intensitätsanalyse nicht automatisch vorgegangen werden, sondern es muss auch jeweils eine Bewertung durch die analysierende Person erfolgen. Die letzte Gruppe der Grundtechniken der Inhaltsanalyse stellen die Kontingenzanalysen dar. Hier wird untersucht, ob verschiedene Elemente eines Textes oft im gleichen Zusammenhang vorkommen oder auf eine bestimmte Weise miteinander verbunden sind, das heißt kontingent sind. Sozusagen wird versucht mit den verschiedenen Kontingenzen aus dem Textmaterial, welches miteinander verbunden ist, eine Struktur auszusondern. Die Kontingenzanalyse von Osgoods, die Diskursanalyse von Harris, die Bedeutungsfeldanalyse von Weymann und die Assoziationsstrukturanalyse von Lisch sind Beispiele dafür (Mayring, 2010, S. 13-16).

2.2 Die qualitative Inhaltsanalyse im Vergleich zum quantitativen Ansatz

Da die „Mixed – Methods – Ansätze“ im Aufstreb sind und daher auch der Begriff der qualitativen Inhaltsanalyse immer mehr mit dem der quantitativen Analyse verschmilzt, versucht Mayring die beiden Begriffspaare in Anbetracht verschiedener Kriterien genauer unter die Lupe zu nehmen, um sie somit besser voneinander abgrenzen zu können. Das erste Kriterium für ihn ist die Unterscheidung nach der Begriffsform. Er beschreibt den für ihn logischsten Unterschied der beiden Begriffe wie folgt: „Sobald Zahlbegriffe und deren In- Beziehung – Setzen durch mathematische Operationen bei der Erhebung oder Auswertung verwendet werden, sei von quantitativer Analyse zu sprechen, in allen anderen Fällen von qualitativer Analyse“ (Mayring, 2010, S. 17).

Des Weiteren wird von ihm auf Stegmüller hingewiesen, der die Unterscheidung daran festmacht, dass es eigentlich nur einen Unterschied in der Sprache und nicht in der Realität gibt. Stegmüller ist der Meinung, dass man in der Sprache verschiedene Begriffe voneinander abgrenzen kann und die qualitativen, beziehungsweise die klassifikatorischen Begriffe die einfachste Begriffsform darstellen. Für Stegmüller gehören die meisten Begriffe des Alltags zu den qualitativen Begriffen. Die quantitativen Begriffe grenzen sich von den qualitativen Begriffen laut Stegmüller nur dadurch ab, dass erstere in der Sprache nur eine numerische Funktion erfüllen, deren Wertbereich aus Zahlen besteht. Ein weiteres Kriterium stellt für Mayring die „Unterscheidung vom Skalenniveau der zugrunde liegenden Messung“ dar. Friedrichs beschreibt diese Messung wie folgt: „Die systematische Zuordnung einer Menge von Zahlen oder Symbolen zu den Ausprägungen einer Variable“ (Stegmüller 1970, zit. nach Mayring, 2010, S. 18).

Die Nominalskala, Ordinalskala, Intervallskala und die Ratio Skalen sind unterschiedliche Messniveaus, die dazu dienen bei einer Messung eine Strukturierung des entsprechenden Gegenstandsbereichs zu bewirken, damit bei einer wissenschaftlichen Analyse eine Aussage darüber gemacht werden kann.

Mayring schließt aus dieser Beschreibung seitens Friedrichs, dass alle Messungen, die mit der Nominalskala arbeiten, als qualitative Analysen zu bezeichnen sind und alle, die mit der Ordinalskala, Intervallskala oder den Ratio – Skalen arbeiten, quantitative Analysen sind (Mayring, 2010, S. 18-19).

Er versucht anhand von Gegensatzpaaren die Begriffe qualitativ – quantitativ durch das implizite Wissenschaftsverständnis zu unterscheiden:

Bei seinem ersten Gegensatzpaar „Verstehen oder Erklären“ verweist er auf Von Wright und Riedel, die in ihren Monografien den Gegensatz der beiden Begriffe auf die Orientierung am Besonderen (qualitativ) beziehungsweise auf die Orientierung am Allgemeinen (quantitativ) zurückgeführt haben. Die qualitative Wissenschaft ist somit induktiv, während die quantitative Wissenschaft deduktiv ist. Das Gegensatzpaar „Komplexität oder Variablenisolation“ zeichnet sich dadurch aus, dass die qualitative Wissenschaft Wert darauf legt, alles in einem Zusammenhang zu verstehen, also die Komplexität ihrer Gegenstände zu erfassen. Die quantitative Wissenschaft hingegen zerlegt alles in kleine Teile, in Variablen, um diese kleinen Teile zu untersuchen (Mayring, 2010, S. 19).

Diese Zerteilung des Gegenstandes, dieses Denken in Variablen führt mitunter auch zu Kritik, wie man an der folgenden Aussage Köckeis – Stangls sehen kann: „Die Variablen haben für den Analytiker nur mehr jene Bedeutung, welche durch die Bezeichnung, durch die Namen impliziert wird, die er ihnen selbst verliehen hat; sie verweist bestenfalls auf eine Theorie, nicht aber auf das Alltagsleben der Untersuchten.“ Das Gegenargument von Mayring ist, dass es gar nicht möglich ist über einen Gegenstand zu reden, ohne ihn in Variablen, Begriffe oder in kleine Teile zu zerlegen, da man sonst den Gesamtgegenstand nicht begreifen kann (Köckeis - Stangl 1980, zit. nach Mayring, 2010, S. 20).

Um den Gegensatz „qualitativ – quantitativ“ zu überwinden, kann man sich das Phasenmodell zum Verhältnis qualitativer und quantitativer Analyse ansehen. In diesem Phasenmodell wird dargestellt, dass beim Beginn einer wissenschaftlichen Arbeit immer zuerst ein qualitativer Schritt erfolgen muss, um zu einer Fragestellung zu kommen. Erst wenn man diese Fragestellung erarbeitet hat, kann man beginnen eine qualitative oder quantitative Analyse durchzuführen (Mayring, 2010, S. 20-22): „Ist die Grundlage des Instrumentariums der Gegenstandserfassung geschaffen, können quantitative Analyseschritte folgen, sie müssen es aber nicht. Dies ist das offenkundigste Ergebnis der Kontroverse, dass beide Vorgehensweisen ihre Daseinsberechtigung haben, dass quantitative wie qualitative Analysen sinnvoll angewandt werden können“ (Mayring, 2010, S. 21).

Er weist des Weiteren darauf hin, dass es für ein gutes quantitatives Arbeiten wichtig ist, die Punkte in der Analyse genau zu kennzeichnen, in denen quantitativ gearbeitet wird. Diese Ergebnisse sind schließlich nur Hilfsmittel, die im Kontext mit den Aussagen über

den Gegenstand gelesen werden müssen. Das bedeutet, dass die Ergebnisse der quantitativen Analyse schlussendlich wieder an den Beginn der wissenschaftlichen Arbeit rückgeführt werden müssen: „Von der Qualität zur Quantität und wieder zur Qualität“ (Mayring, 2010, S. 22).

Zuletzt fasst er noch die Schwerpunkte, beziehungsweise die Aufgabenbereiche der qualitativen Analyse zusammen:

- „Hypothesenfindung und Theoriebildung
- Pilotstudien
- Vertiefungen
- Einzelfallstudien
- Prozessanalysen
- Klassifizierungen
- Theorie- und Hypothesenprüfung“ (Mayring, 2010, S. 22-25).

2.2.1 Materialien und Grundsätze einer qualitativen Inhaltsanalyse

Mayring beschreibt fünf Bereiche zum Verstehen sprachlichen Materials:

- Kommunikationswissenschaften: Content Analysis

Die Geschichte des Begriffes der Content Analysis beziehungsweise der Inhaltsanalyse ist eine lange. Einen wichtigen Beitrag leistete Rust mit seinem Konzept einer qualitativen Inhaltsanalyse. Für ihn ist die qualitative Inhaltsanalyse eine „Qualifikation, eine Klassifikation, all das was jede Form der Quantifizierung vorbereitet“. Er ist der Meinung, dass die Voraussetzung für die qualitative Inhaltsanalyse die Konstruktion eines Textes ist (Mayring, 2010, S. 26-28).

Darüber hinaus meint er, dass die qualitative Analyse eine doppelte Strategie verfolgt:

„Sie zwingt den Gegenstand, sich in seiner Struktur zu offenbaren, indem sie detotalisierend ansetzt und nach dem Verhältnis der Einzelaspekte und des vordergründigen Erscheinungsbildes fragt, dies aber mit dem Ziel einer bewussten Retotalisierung vollzieht, um den gesamtgesellschaftlichen Kerngehalt einer jeden Äußerung aus den Augen zu verlieren“ (Mayring, 2010, S. 29).

Mayring schließt darauffolgend vier aus dem vorangegangenen Bereich herleitbare Grundsätze zur Entwicklung einer qualitativen Inhaltsanalyse:

1. Die qualitative Inhaltsanalyse darf auf die Vorteile einer quantitativen Technik, wie zum Beispiel das systematische Vorgehen nicht verzichten, da sie sich ansonsten mit Vorwürfen des Beliebigen konfrontieren kann.

2. Die qualitative Analyse soll ihr Material nicht abgesondert, sondern als einen Teil der Kommunikationskette sehen und somit in die Kommunikationskette einordnen.
3. Grundbegriffe der quantitativen Analyse können in der qualitativen Inhaltsanalyse erhalten werden, vor allem das Kategoriensystem als Zentrum der Analyse.
4. Qualitative Inhaltsanalyse muss sich anhand der Gütekriterien überprüfen lassen (Mayring, 2010, S. 29).

- Hermeneutik

Unter Hermeneutik versteht man die Kunstlehre des Auslegens, des Interpretierens. Die Hermeneutik kann auf eine lange Geschichte mit ihrem Ursprung in der griechischen Mythologie zurückblicken und teilt sich in drei Richtungen:

- „philologisch – historische Hermeneutik als allgemeine Textauslegung
 - theologische Hermeneutik als Auslegung der Heiligen Schrift
 - juristische Hermeneutik als Interpretation von Gesetztestexten“
- (Mayring, 2010, S. 29-30).

Darüber hinaus wurden von Coreth vier Dimensionen entwickelt, die er als Grundstruktur des hermeneutischen Verstehensprozesses versteht. Die Dimensionen umfassen eine Horizontstruktur, eine Zirkelstruktur, eine Dialogstruktur und eine Vermittlungsstruktur. Die hermeneutische Wissenschaft zeichnet sich auch dadurch aus, dass sie sich nicht darauf beschränkt, eine Technik des Verstehens zu entwickeln, sondern, dass die Grundstrukturen ausgeführt werden (Coreth 1969, zit. nach Mayring, 2010, S. 30).

Laut Mayring lassen sich drei Grundsätze für die qualitative Inhaltsanalyse aus dem Bereich der Hermeneutik mitnehmen:

1. Bei jeder qualitativen Inhaltsanalyse muss am Beginn eine genaue Quellenkunde stehen.
2. Das Material kann nie ohne Vorbehalt analysiert werden, die Fragestellung muss anhand von theoretischem Wissen erarbeitet und dargestellt werden. Außerdem müssen die theoretischen Hintergründe und die impliziten Vorannahmen dargelegt werden.
3. Die qualitative Inhaltsanalyse zielt immer auf latente Sinngehalte ab (Mayring, 2010, S. 32).

- Qualitative Sozialforschung

In der qualitativen Sozialforschung gibt es drei Richtungen:

- Symbolischer Interaktionismus
- Ethnomethodologie
- Feldforschung

Laut Hopf charakterisiert sich die qualitative Sozialforschung sowohl durch ein „Interesse an der Analyse von Deutung, Wahrnehmungen und komplexen Deutungssystemen“ als auch durch ein „Interesse an der Analyse von sich strukturierten sozialen Gebilden und das Interesse an einer möglichst umfassenden Analyse der Handlungskontexte von Individuen“ (Hopf 1979, zit. nach Mayring, 2010, S. 33).

Mayring erläutert erneut drei Grundsätze aus dem Bereich der qualitativen Sozialforschung, die für die qualitative Inhaltsanalyse wichtig sind:

1. Die qualitative Inhaltsanalyse muss an „alltäglichen Prozessen des Verstehens und Interpretierens sprachlichen Materials“ anknüpfen.
2. Eine Verdoppelung muss verhindert werden und somit muss die Perspektive des Textproduzenten eingenommen werden.
3. Nach einer qualitativen Inhaltsanalyse ist eine Re – Interpretation möglich (Mayring, 2010, S. 38).

- Sprach- und Literaturwissenschaft

Neben der hermeneutischen Tradition ist in den Theorien und Methoden der Sprach- und Literaturwissenschaften die systematische Textanalyse wichtig.

Ein wichtiger Gegenstand der Sprach- und Literaturwissenschaft ist die Semiotik, „die Lehre, die den allgemeinen Bedeutungsaustausch handelnder/miteinander kommunizierender Individuen zum Gegenstand hat“.

Hier unterscheidet man zwischen:

- „den eigentlichen sprachlichen Zeichen (z.B. Wörter und Sätze).
- den Menschen, der Gesellschaft, die diese Zeichen benutzen.
- den Objekten, auf die sich diese Zeichen beziehen.
- den gedanklichen Abbildern der Objekte, die im Bewusstsein der Benutzer/innen existieren“ (Mayring, 2010, S. 38).

Die Grundbegriffe der Semiotik umfassen die Syntaktik, Semantik, die Pragmatik und die Sigmantik. Die Syntaktik fragt nach der Konstruktion eines Textes, die Semantik beschäftigt sich mit dem Sinngehalt eines Textes, die Pragmatik hinterfragt die ZeichenbenutzerInnen und die Sigmantik behandelt die Beziehung zwischen den Zeichen und den jeweiligen Objekten (Mayring, 2010, S. 38-39).

Folgende Grundsätze sind nach Mayring für eine Entwicklung einer qualitativen Inhaltsanalyse unentbehrlich:

1. Semiotische Grundbegriffe müssen für die Entwicklung einer qualitativen Inhaltsanalyse miteinbezogen werden, da sie die jeweilige Analyserichtung weisen.
2. Die Bedeutungseinheiten (Referenztheorie, Vorstellungstheorie und Gebrauchstheorie), die von Heringer entwickelt wurden, können zur Definition von inhaltsanalytischen Analyseeinheiten herangezogen werden.

3. Die Kontexteinheiten (Mikrokontext, Makrokontext), die von Van Dijk entwickelt wurden, sollten zur Entwicklung inhaltsanalytischer Explikationen verwendet werden.
4. Bei einer qualitativen Inhaltsanalyse muss unbedingt von einer pragmatischen Bedeutungstheorie ausgegangen werden (Mayring, 2010, S. 41-44).

- Psychologie der Textverarbeitung und der Kategorienbildung

Das Ziel der Psychologie der Textverarbeitung ist, dass die psychischen Prozesse beim Verstehen und bei der Verarbeitung von Texten empirisch untersucht werden und dieses erforschte Wissen für die Pädagogik verwendet wird (Mayring, 2010, S. 44).

Auch in diesem Zusammenhang lassen sich drei Grundsätze, die für die Entwicklung einer qualitativen Inhaltsanalyse wichtig sein können, zusammenfassen:

1. Die qualitative Inhaltsanalyse muss die empirischen Analysen der Psychologie der Textverarbeitung und der Kategorienbildung bedenken.
2. Aus den Makrooperatoren reduktiver Prozesse können Regeln gebildet werden, die sowohl für die systematische Zusammenfassung eines Textes, als auch für Prozesse der induktiven Kategorienbildung hilfreich sein können.
3. Aus der Psychologie der Kategorienbildung sind klare Anweisungen zur Definition einer Kategorie ableitbar, diese können für die Strukturierungen oder die deduktive Kategorienanwendungen verwendet werden (Mayring, 2010, S. 49).

2.2.2 Techniken qualitativer Inhaltsanalysen

Bei der Durchführung einer qualitativen Inhaltsanalyse sollten bestimmte Techniken angewendet werden und die Stärken einer quantitativen Analyse sollten beibehalten werden. Dabei sollten nach Mayring folgende Punkte eingehalten werden:

- Das Material sollte in den Kommunikationszusammenhang eingebettet werden, das heißt der Kommunikationszusammenhang sollte verstanden und gesehen werden.
- Ein systematisches, regelgeleitetes Vorgehen ist wichtig.
- Die Kategorienbildung sollte im Zentrum der Analyse stehen, sie ist das zentrale Instrument der Analyse.
- Der Gegenstandsbezug ist wichtiger als die Technik der Analyse an sich.
- Durch Pilotstudien sollen spezifische Instrumente überprüft werden.
- Die Analyse ist theoriegeleitet.
- Quantitative Arbeitsschritte sollten beachtet und miteinbezogen werden.

- Die Einschätzung der Ergebnisse nach Gütekriterien ist wichtig (Mayring, 2010, S. 50-54).

Wenn diese Punkte beachtet werden, steht einer qualitativen Inhaltsanalyse nichts mehr im Wege. Die folgenden Punkte sollen eine kurze Zusammenfassung des weiteren Ablaufes einer qualitativen Inhaltsanalyse darstellen.

2.2.2.1 Bestimmung des Ausgangsmaterials

Zunächst ist es wichtig festzuhalten, dass es sich bei der qualitativen Inhaltsanalyse um eine Auswertungsmethode handelt, das heißt bereits fertiges sprachliches Material soll ausgewertet und analysiert werden. Dafür muss zuerst das Ausgangsmaterial bestimmt werden. Dies soll in den folgenden drei Analyseschritten erfolgen:

- Festlegung des Materials

Bei diesem Punkt soll das Material auf einen sogenannten „Corpus“ reduziert werden. Dieser Corpus sollte während der gesamten Analyse eigentlich nicht mehr verändert werden. In diesem Schritt der Analyse ist es oft notwendig eine große Menge von Material zu reduzieren, wobei es zum Problem der Stichprobenziehung kommen kann.

- Analyse der Entstehungssituation

Es ist wichtig, genau zu beschreiben, unter welchen Umständen und von wem das sprachliche Material verfasst beziehungsweise produziert wurde. Der Verfasser beziehungsweise der Produzent des Materials sowie auch der Handlungshintergrund, die Zielgruppe, die konkrete Entstehungssituation und der soziokulturelle Hintergrund sind dabei von großer Bedeutung.

- Formale Charakteristika des Materials

Bei diesem Analyseschritt muss dargelegt werden, in welcher Form das Material vorliegt. Die Grundlage einer qualitativen Analyse ist ein niedergeschriebener Text. Wenn gesprochenes Material vorliegt, muss dieses transkribiert, also niedergeschrieben, werden (Mayring, 2010, S. 55).

2.2.2.2 Fragestellung der Analyse

Nach der Beschreibung des Ausgangsmaterials kommt ein entscheidender Punkt der qualitativen Inhaltsanalyse: die Fragestellung. Eine qualitative Inhaltsanalyse kann nur durchgeführt werden, wenn eine Fragestellung besteht. Diesen wichtigen Punkt gliedert Mayring in zwei Schritte:

- Richtung der Analyse

Es muss vorab entschieden werden, in welche Richtung die Analyse gehen soll. Hier gibt es verschiedene Möglichkeiten. Die Analyse beschäftigt sich entweder mit dem Gegenstand des Textes, mit dem Textverfasser oder der Wirkung des Textes auf die Zielgruppe. Hilfreich kann dabei auch die Lasswell'sche Formel zur Analyse von Kommunikation sein: „Wer sagt was, mit welchen Mitteln, zu wem, mit welcher Wirkung?“ (Lagerberg 1975, zit. nach Mayring, 2010, S. 58).

- Theoriegeleitete Differenzierung der Fragestellung

Die zwei Merkmale der qualitativen Inhaltsanalyse sind die Regelgeleitetheit und die Theoriegeleitetheit. Es kann nur dann eine qualitative Analyse erfolgen, wenn die Theoriegeleitetheit ernst genommen und befolgt wird (Mayring, 2010, S. 58-59).

3 Generationen im Wandel der Zeit

Im Folgenden soll der Begriff „Generation“ näher bestimmt und erläutert werden. Des Weiteren erfolgt eine kritische Auseinandersetzung mit diesem Begriff.

3.1 Begriffsbestimmung und Kritik

Der Begriff Generation entspringt eigentlich der Umgangssprache. Er blickt auf eine lange Geschichte zurück und ist Teil eines kulturellen Erbes. Die Ursprünge des Begriffes Generation liegen im Altertum. Er stammt vom griechischen Begriff „genesis“ und vom römischen „generatio“ ab. Vom griechischen Wort „genos“ kommt das Verb „genesthai“, was so viel heißt wie ins Dasein gelangen. Das Wort soll somit das Überschreiten der, sich stets verschiebenden, Schwelle zum Leben beschreiben. Der römische Begriff „generatio“, also Erzeugung, Zeugung, Entstehung, soll auch bedeuten, dass der Erzeugende etwas hervorbringt, was ihm der Form nach ähnlich ist. Bereits in der Antike umgibt den Generationenbegriff ein gewisses Spannungsfeld (Lüscher & Liegle, 2003, S. 33-36) .

Lüscher und Liegle definieren diesen Zwiespalt wie folgt:

„Leben entsteht aus Leben, aber Eltern und Kinder unterscheiden sich. Gezeugt und geboren wird ein ‚eigenes‘ Kind, das zugleich bei aller Nähe und Vertrautheit von Anbeginn ein ‚anderer‘ Mensch ist. Es bestehen somit Gemeinsamkeiten und Unterschiede, die sich nicht vollständig auflösen lassen. Im heutigen Begriff geht es um den Umgang mit Differenz vor dem Hintergrund von Gleichheit. Dabei wird von einem wechselseitigen Geschehen ausgegangen, bei welchem das eine das andere bedingt. Dieses Paradox ist im griechischen Begriff der Generation enthalten“ (Lüscher & Liegle, 2003, S. 36).

Was eine Generation nun wirklich ausmacht, kann laut Lüscher und Liegle durch die Unterscheidung folgender drei Begriffsdimensionen erklärt werden: Generationenlagerung, Generationenzusammenhang und Generationeneinheit. Die Generationenlagerung beschreibt „die Stellung innerhalb der Altersstruktur in einem bestimmten historisch – gesellschaftlichen Raum“. Generationenzusammenhang meint „die soziale Tatsache der gemeinsamen Teilnahme an bestimmten historisch – gesellschaftlichen Gegebenheiten und deren Einfluss“. Die Generationeneinheit bezeichnet „die Möglichkeit eines einheitlichen Erlebens und Verhaltens von Altersgruppen“. Darüber hinaus erläutern Lüscher und Liegle, dass der Generationenbegriff seit Mitte des 20. Jahrhunderts stark diskutiert wird. Die Diskussion dreht sich im Speziellen darum, ob Menschen, die im gleichen Jahr oder innerhalb einer begrenzten Zeitspanne geboren wurden, als eine Generation zu bezeichnen sind. Sie sind der Meinung, dass heutzutage eher von Kohorten gesprochen werden sollte als von

einer Generation, da „das gleiche Geburtsjahr nicht von vornherein Gemeinsamkeiten des Bewusstseins bedingt“ (Lüscher & Liegle, 2003, S. 40-41). Nach Becker versteht man unter einer Kohorte jegliche „Individuen, die einen bestimmten Zeitpunkt eines Prozesses oder ein bestimmtes Lebensereignis“ teilen. Diese bestimmten Lebensereignisse können zum Beispiel die Geburt, die Einschulung, Heirat oder Scheidung sein (Becker, 1997, S. 11).

In der Generationenforschung wird dieser Kohortenansatz als Ergänzung verstanden. Das Augenmerk der Untersuchung liegt gegenwärtig vermehrt auf quantitativ bestimmten Merkmalen wie zum Beispiel Jahrgangsstärke, soziale Zusammensetzung, geographische Herkunft, Schulbildung, Erziehungssituation und Berufschancen (Lüscher & Liegle, 2003, S. 41).

Für Künemund und Szydlik existieren zwei unterschiedliche Bedeutungen des Generationenbegriffes: der familiale Generationenbegriff und der gesellschaftliche Generationenbegriff. Auch sie sehen den Generationenbegriff problembehaftet. Wohingegen beim familialen Generationenbegriff die Generationeneinteilung nach den Jahrgängen, also dem kalendarischen Alter, innerhalb einer Familie in der eigenen Abstammungslinie noch hinreichend funktioniert, ist die „Korrelation von Alter und Generationenzugehörigkeit“ allerdings schon dann nicht einwandfrei, wenn es zum Beispiel Nachzügler gibt, die hinsichtlich ihres Alters den Enkeln näher sind als den anderen Kindern. So entstehen in diesem System Ungenauigkeiten, die stärker werden, wenn sie über die eigene Abstammungslinie hinausgehen oder gar auf eine ganze Gesellschaft umgelegt werden. Künemund und Szydlik meinen weiter, dass das kalendarische Alter ein „wenig geeignetes Kriterium“ für die Abgrenzung von Generationen darstellt. Ferner weisen sie darauf hin, dass der Generationenbegriff vor allem in der Umgangssprache im Alltag oft verwendet wird, wobei die Bezeichnung „Altersgruppen“ diesem eigentlich vorgezogen werden sollte (Künemund & Szydlik, 2009, S. 9-10).

Martin Kohli fasst den familialen und den gesellschaftlichen Generationenbegriff wie folgt zusammen:

„Auf der Ebene der Familie bedeutet Generation eine bestimmte Position in der Abfolge von Eltern und Kindern. Auf der Ebene der Gesellschaft bedeutet Generation eine Einheit, die auf einer Geburtenkohorte aufruht, nämlich auf der Menge von Personen, die im gleichen Zeitraum geboren sind. Sie bewegen sich im Gleichschritt durch den Lebenslauf und erfahren die einzelnen historischen Ereignisse im gleichen Alter. Von einer Generationslage kann gesprochen werden, soweit diese Personen in einer gemeinsamen Gesellschaft aufwachsen und damit einen gemeinsamen sozialen Erfahrungsraum teilen“ (Kohli, 2009, S. 230).

3.2 Die „älteren Generationen“

Die Generationen in Jahre beziehungsweise Jahresabschnitte einzuteilen ist, wie bereits beschrieben, schwierig und wird oft kritisiert. Zur Schaffung eines Überblicks wird im Folgenden die Einteilung von Hurrelmann und Albrecht aufgezeigt:

- „Skeptische Generation: 75 bis 90 Jahre, Geburtsjahre zwischen 1925 und 1940, Zeit der Jugendphase zwischen 1940 bis 1955.
- 68er – Generation: 60 bis 75 Jahre, Geburtsjahre zwischen 1940 und 1955, Zeit der Jugendphase zwischen 1955 und 1970.
- Babyboomer: 45 bis 60 Jahre, Geburtsjahre zwischen 1955 und 1970, Zeit der Jugendphase zwischen 1970 und 1985.
- Generation X: 30 bis 45 Jahre, Geburtsjahre zwischen 1970 und 1985, Zeit der Jugendphase zwischen 1985 und 2000.
- Generation Y: 15 bis 30 Jahre, Geburtsjahre zwischen 1985 und 2000, Zeit der Jugendphase zwischen 2000 bis 2015.
- Generation ?: 0 bis 15 Jahre, Geburtsjahre zwischen 2000 bis 2015, Zeit der Jugendphase ab 2015“ (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17).

Zwar ist diese Einteilung sinnvoll, dennoch werden in der folgenden Arbeit die vor der Generation Y verorteten Generationen verallgemeinernd als „ältere Generationen“ bezeichnet. Dies gründet sich auf die widersprüchlichen Angaben in der Literatur hinsichtlich der tatsächlichen Jahreseinteilungen.

Im Sinne einer besseren Verständlichkeit der nachfolgenden Zeitungsartikel sowie der darin gebrauchten Begriffe folgt nun eine nähere Erläuterung der Generation der „Babyboomer“ und der „Generation X“.

3.2.1 Die „Babyboomer“

Die Generation der „Babyboomer“ wurde zwischen den Jahren 1955 und 1970 geboren (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17), wobei in anderer Literatur die Jahreszahlen häufig zwischen 1946 und 1964 angegeben sind (Rauecker, 2014, S. 13). Hierdurch wird die Widersprüchlichkeit und Schwierigkeit einer Abgrenzung nach Jahreszahlen abermals ersichtlich.

Der Begriff „Babyboomer“ kommt aus den USA und beschreibt Jahrgänge, in denen besonders viele Kinder zur Welt gekommen sind. Diese Blütezeit der Geburten lässt auf Lebensfreude und Zukunftsgewissheit der Eltern in solchen Zeiten schließen. Die dieser Generation zugehörigen Menschen setzen auf Kreativität, Selbstentfaltung und Lebensgenuss. Sie verfolgen Werte, die nicht materialistisch sind (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 22).

Der Name der „Babyboomer“ stammt daher, dass nach dem Zweiten Weltkrieg neben einem starken Anstieg der Geburtenzahl, vor allen Dingen auch ein Rückgang der Säuglingssterblichkeit zu verzeichnen war. Neben dem Wirtschaftswunder in den frühen 1960er Jahren gab es in dieser Zeit auch ein Familienwunder, die durchschnittliche Geburtenziffer in Deutschland betrug im Jahr 1960 pro Frau 2,37, was als historischer Höchststand zu betrachten ist (Lange & Lettke, 2007, S. 16).

Die „Babyboomer“ wuchsen in einer Zeit auf, welche von enormen wirtschaftlichem Wachstum sowie einem starken Zukunftsoptimismus geprägt war. Familiär gesehen war es eine Zeit, in der die typische Kernfamilie vorherrschte, der Mann galt als Versorger der Familie und die Frau kümmerte sich um die Kinder. Diese Erziehung führte oftmals dazu, dass die Mitglieder der Generation der „Babyboomer“ eine hohe Akzeptanz gegenüber Autoritäten und Hierarchien entwickelten und sich deshalb problemlos im Arbeitsleben unterordnen können. Am Arbeitsmarkt werden ihnen oft Adjektive wie loyal, ehrgeizig, fleißig aber auch verbissen und stur zugeordnet. Generell gesehen sind die Mitglieder der Generation der „Babyboomer“ daran interessiert, persönliche Erfüllung zu erreichen und Beiträge zur Gesellschaft zu leisten (Rauecker, 2014, S. 13-14).

3.2.2 Die „Generation X“

Bezüglich der Zuordnung der Geburtsjahre gibt es auch bei dieser Generation unterschiedliche Auffassungen. Sehen Hurrelmann und Albrecht die „Generation X“ zwischen 1970 und 1985 geboren (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17), sind die Geburtsjahre der „Generation X“ für andere AutorInnen zwischen 1965 und 1981 anzusiedeln (Rauecker, 2014, S. 14).

Als orientierungslos und hedonistisch beschreibt Hurrelmann diese Generation. Auch wenn sie Anzeichen von wirtschaftlichen Problemen durchleben muss, stehen den jungen Leuten dieser Generation genügend Arbeits-, Ausbildungs- und Studienplätze zur Verfügung. Eine weitere Bezeichnung dieser Gruppierung lautet „Null – Bock – Generation“, da sie als nicht sonderlich engagiert wahrgenommen wird. Ihr wird nachgesagt, dass sie die Werte Lebensgenuss und Selbstbestimmung liebt und infolgedessen nicht genug Motivation für den Beruf aufbringen kann. Hurrelmann beschreibt diese ihnen zugeschriebene Eigenschaft wie folgt: „Sie haben ‚null Bock‘ auf Arbeit, weil sie mithilfe ihrer Eltern auch so jenseits von Statussymbolen und Konsumstandards gut durchs Leben kommen“ (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 23).

Die Kindheit und Jugend dieser Generation wurde durch das Aufkommen von Aids und von „finanziellen, familiären und gesellschaftlichen Unsicherheiten“ geprägt. In der

Gesellschaft wurde zu dieser Zeit mit traditionellen Werten gebrochen und die Scheidungsraten begannen zu steigen. Die typische Kernfamilie wurde langsam zu einem Auslaufmodell. Die Mitglieder dieser Generation waren deswegen oft schon sehr früh auf sich alleine gestellt. Am Arbeitsmarkt werden der „Generation X“ oft Eigenschaften wie Arroganz, Faulheit oder Illoyalität zugeschrieben, was sich aber häufig als missinterpretiertes Selbstinteresse entpuppt. Die „Generation X“ ist im Vergleich zu den „Babyboomern“ flexibler und im Umgang mit neuen Medien wesentlich vertrauter (Rauecker, 2014, S. 14-16).

3.3 Die Generation Y

„Generation Y“, „Millenials“, „Generation Maybe“, „Generation Praktikum“, „Digital Natives“. Es gibt mittlerweile viele Bezeichnungen und viele Etiketten für diese Generation. Der folgende Abschnitt wird sich damit befassen, welche Eigenschaften diese Generation auszeichnet, welche Vorurteile ihr gegenüber vorherrschen, wer zu dieser Generation gehört und was sie von den älteren Generationen unterscheidet. Die Generation Y wird nach Hurrelmann und Albrecht zwischen 1985 und 2000 angesiedelt (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 17), viele Zeitungsartikel sprechen von den „nach 1980 Geborenen“ (siehe Kapitel 5.1.5), andere AutorInnen hingegen ordnen diese Generation in den Jahren 1982 bis 2000 ein (Rauecker, 2014, S. 16).

Laut Bund tritt der Begriff Generation Y das erste Mal im Jahr 1993 in einem Fachmagazin namens „Ad Age“ auf (Bund, 2014a, S. 10).

Wie der Name der Generation Y zustande gekommen ist, ist unspektakulär. Generation Y ist nur der Nachfolger der Generation X, dessen Begriff vom Schriftsteller Douglas Coupland geprägt wurde. Allerdings gibt es vor allem im englischen Sprachraum eine Menge Bezeichnungen, die ebenfalls für die Generation Y stehen: „Millennials“, „MeMeMe Generation“, „Generation MyPod“, „Net Generation“, „Internet Generation“, „iGeneration“, „NextGen“, „Generation Now“ und „Generation Facebook“. Im Nachhinein wurde die Bezeichnung Generation Y in „Generation Why“ erweitert, also Generation „Warum“. Es gehört nämlich zu den geläufigsten Merkmalen der Generation Y, dass sie alles zu hinterfragen scheint (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 13-14).

Bund setzte sich intensiv mit dem Begriff der Generation Y und vor allem damit auseinander, wer zu welcher Generation gehört, wo man die Grenze zieht und ob Lebenseinstellungen oder Verhaltensweisen überhaupt mit den Generationen in Zusammenhang zu setzen sind. So meint sie diesbezüglich: „Generationenbegriffe

haben etwas pauschal Vereinnahmendes, etwas stumpfes Kollektivistisches. Sie widerstreben meiner Überzeugung, jeden Menschen als Individuum zu betrachten. Man sollte keine Generation in eine Schublade stecken, nur um hinterher irgendeinen Namen draufschreiben zu können“ (Bund, 2014a, S. 26-27). Sie verweist auf Sozialwissenschaftler, die das Konzept der Generationen in Frage stellen, wenn sie sagen: „Die Jugend gibt es nicht“, da eben die Unterschiede in den Kulturen und die sozialen Widersprüche zu groß sind (Bund, 2014a, S. 28).

Heinzlmaier sieht in dem Ausspruch „Die Jugend gibt es nicht“ eine soziologische Binsenweisheit. Er meint allerdings damit, dass in der Öffentlichkeit und in der Gesellschaft ein Bild von einer homogenen Jugend gezeichnet wird, das in dieser Art gar nicht existiert. Kulturelle Differenzen und soziale Widersprüche teilen diese angeblich homogene Gruppe von Jugendlichen in mehrere Teilgruppen ein. Er kritisiert die Jugendforscher und Meinungsforscher stark, die durch ihre Erhebungen und Studien alle jungen Menschen in einen Topf werfen und dadurch den subjektiven Blick des Einzelnen außer Acht lassen (Heinzlmaier, 2013, S. 45-46).

Der Begriff der Jugend kann schon in der Antike gefunden werden. „Iuventus“ ist im Lateinischen der Begriff für den Jugendlichen. In der Antike hat man das Leben in sieben Lebensabschnitte eingeteilt, drei davon kann man der heutigen Jugendphase zuordnen. Im europäischen Mittelalter gab es bis zu zehn Begriffe für die Jugendphasen und auch in der Neuzeit finden sich Begriffe hierzu. Schon lange also gibt es einen Begriff für die Phase, in der sich der Mensch bis zu dem Erwachsensein befindet. Der US-amerikanische Psychologe G. Stanley Hall hat diese Jugendphase auf das Alter von 14 – 21 Jahren beschränkt. Doch diese Definition des Alters ist zu hinterfragen. In Deutschland ist dem Gesetz nach ein Jugendlicher, eine Person zwischen 14 und 18 Jahren. In Österreich hingegen wird jemand, der das 18. Lebensjahr noch nicht vollendet hat, als Jugendlicher angesehen. Doch beschränkt man sich in der Sichtweise nicht nur auf das Gesetz, verschwimmen die Grenzen zwischen den Jugendlichen und den jungen Erwachsenen stark. Die Shell Jugendstudien untersuchen die Werte und Einstellungen der 12 bis 25 – Jährigen, die österreichische Jugendwertestudie fokussiert die Meinung der 14 bis 29 – Jährigen (Heinzlmaier & Ikrath, 2013, S. 12 - 13).

Für Bund sind die Mitglieder der Generation Y nicht alle nach 1980 Geborenen. Laut ihr zählen vor allem diejenigen dazu, die in einer materiell abgesicherten Mittelschicht geboren wurden, einen Hochschulabschluss oder eine gute Berufsausbildung haben. Sie bezeichnet die Mitglieder der Generation Y als Elite. Allerdings meint sie weiter, dass diese gerade deswegen ein Gesinnungsbarometer sind, da die gesellschaftliche Veränderung oft von einer Elite, einer Avantgarde ausgeht (Bund, 2014a, S. 29). Hurrelmann und Albrecht meinen, dass der Zusammenhalt beziehungsweise die

gemeinsamen Eigenschaften einer Generation durch die gemeinsam erlebten Erfahrungen entstehen. Schließlich haben die Mitglieder einer Generation mehrheitlich gleiche gesellschaftliche Voraussetzungen (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 16).

„Es geht uns gut. Meine Generation ist aufgewachsen in der Satttheit und Sorglosigkeit der 1980er- und 1990er – Jahre. In einer Zeit von Frieden und Wohlstand. [...] Unsere Eltern haben uns mehr geboten, als wir gebraucht hätten. [...] Materiell sind wir eine verwöhnte Generation“ (Bund, 2014a, S. 39).

Mit diesem Ausspruch meint Bund, dass die Generation Y zwar materiell alles hat, allerdings doch mit Krisen aufgewachsen ist. Vom Terroranschlag am 11. September 2001 in New York, bis hin zu vielen weiteren Krisen wie die Afghanistankrise, Irakkrise, Klimakrise, Wirtschaftskrise, Bildungskrise, Finanzkrise, Eurokrise oder Immobilienkrise (Bund, 2014a, S. 39). Darüber hinaus meint sie, dass die logische Reaktion auf das Krisengefühl der Generation Y eine Rückbesinnung auf den privaten Raum ist, die Familie wird wieder wichtiger (Bund, 2014a, S. 49): „In einer von Unsicherheit bestimmten Welt sucht man nach dem Verlässlichen, nach dem, was bleibt“.

Hurrelmann und Albrecht sehen es als größte Herausforderung der Generation Y an, mit der Ungewissheit umgehen zu müssen, ob sie wirklich je erwachsen und somit ein vollständiges Mitglied der Gesellschaft wird. Sie sehen diese Generation von Umstellungen und Veränderungen geprägt:

„Ein Ypsiloner muss eine Persönlichkeit entwickeln, die es ihm erlaubt, auf diese massiven Veränderungen zu reagieren, ohne sich von ihm treiben zu lassen. Er muss in der Lage sein, seine Lebensplanung immer wieder neu den gewandelten Realitäten anzupassen. Dazu benötigt er eine große Kompetenz der Problemverarbeitung“ (Hurrelmann & Albrecht, 2014, S. 27).

Heinzlmaier und Ikrath meinen, dass in der Gesellschaft und in den Medien teilweise ein Bild der Generation Y vermittelt wird, das diese als junge Menschen ohne Werte zeigt. Des Weiteren stellen sie fest, dass sich die Erwachsenen über die Jugend, die angeblich keine Werte und keine Ideale mehr hat, beklagt, aber nicht verstehen, dass sie auch einen Teil dazu beitragen. Wenn dem so sein sollte, dass die jungen Menschen heutzutage keine Wertvorstellungen mehr haben, ist es ja im Prinzip die Schuld der Erwachsenen, da diese es den Jungen schließlich vorgelebt haben müssen. Zu dieser Erkenntnis zitieren sie Immanuel Kant, der sagte: „Daß die Welt im Argen liegt, ist eine Klage, die so alt ist wie die Geschichte“ (Heinzlmaier & Ikrath, 2013, S. 23).

3.3.1 Bedeutung der Familie, der Partnerschaft, des Soziallebens und der Kinder

Es gab in Europa seit 1945 zwei prägende Umbrüche in der Familiengeschichte. Durch den Zweiten Weltkrieg gab es gravierende Veränderungen in der Familienstruktur. Die Familien waren unvollständig, da viele Menschen gestorben waren. Die Rollenverteilung innerhalb der Familie wurde aufgrund der Kriegssituation und auch in der Zeit danach eine andere. Der Krieg zog nach sich, dass es danach mehr berufliche Chancen für junge Frauen gab, da nur wenige Männer vorhanden waren. Außerdem wurden auch die Kinder selbstständiger, weil sie es mussten und das führte zu vielen Konflikten innerhalb der Familien. Diese Veränderung der Familienstruktur währte allerdings nur bis in die 1950er und frühen 1960er Jahre, denn ab diesem Zeitpunkt gab es wieder eine Rückbesinnung auf die klassische Familie. Der zweite Umbruch begann in den 1960er Jahren (Heinzlmaier & Ikrath, 2013, S. 23). Wurde in den frühen 1960er Jahren noch von einem Familienwunder gesprochen, nachdem im Jahr 1960 die Geburtenzahl pro Frau an einem Höchststand angelangt war, wurde wenige Jahre später schon das Schrumpfen der Familie eingeläutet (Lange & Lettke, 2007, S. 16).

Mitte der 1960er Jahre stiegen die Scheidungsraten in allen europäischen Ländern wieder höher an, außereheliche Geburten nahmen zu und die Geburtenraten nahmen ab. Diese Entwicklung dauerte bis in die 1970er und 1980er Jahre. Heutzutage gibt es viele Familienmodelle. Sowohl die klassische Familie als auch andere Formen wie zum Beispiel die Kleinstfamilie, die Großfamilie oder viele Varianten der Patchworkfamilie gehören heute zum Lebensalltag und sind gesellschaftlich akzeptiert (Albert, Hurrelmann, Quenzel, & TNSInfratestSozialforschung, 2010, S. 55-57).

Zu den vielen Formen von Familie kommt es heute auch, da sich die gemeinsame Lebensspanne, die eine Familie miteinander verbringt, verlängert hat. Durch die ständig steigende Lebenserwartung können Eltern, Großeltern und Kinder so lange wie nie zuvor miteinander leben. Die unterschiedlichen Lebensphasen werden von den Familienmitgliedern länger begleitet (Lange & Lettke, 2007, S. 24).

Die Bedeutung der Familie ist im Jahre 2010 für die jungen Menschen so hoch wie kaum zuvor. Das Familienmodell an sich ist für die Jugendlichen nicht so sehr von Bedeutung, wichtiger ist das Verhältnis zu den Eltern und die Qualität der Beziehungen (Albert et al., 2010, S. 55-57).

In den 1980er Jahren und auch schon früher gab es eine allgemeine Tendenz den Kontakt zur Familie nicht zu eng zu halten. Sieder meint, dass vor allem in der oberen

Mittelschicht die Nähe zu Bekannten und Freunden enger war, als zur eigenen Familie (Sieder, 1987, S. 254-255): „Man sucht häufiger den Kontakt zu jenen, mit denen man gemeinsame Interessen und Erfahrungen teilt, als zu jenen, mit denen man ‚nur‘ genealogisch verwandt ist“ (Sieder, 1987, S. 255).

Der Lebensbereich der Freundschaften ist für die jungen Erwachsenen heute sehr wichtig geworden. 77 Prozent der jungen Menschen halten Freunde und Bekannte für sehr wichtig. Aus der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 geht außerdem hervor, dass es für die jungen Menschen auch einen großen Unterschied zwischen Bekannten und echten Freunden gibt. Bezeichnen die jungen Leute Bekannte zwar als „Menschen, mit denen man sich gut versteht“, erwarten sie sich von diesen allerdings keine großen Freundschaftsdienste. Anders sieht es allerdings bei den echten Freunden aus, hier werden hohe Ansprüche erhoben. Offenheit und Ehrlichkeit, uneingeschränkte Akzeptanz der eigenen Persönlichkeit, Verlässlichkeit und Seelenverwandtschaft sind nur einige dieser Erwartungen, die die jungen Menschen an ihre echten Freunde haben. Ein Freund ist für diese also jemand, der immer für einen da ist. Für die jungen Erwachsenen geht es in Freundschaften darum, ein Gleichgewicht bezüglich der Freundschaftsdienste zu halten. Dieses Gleichgewicht der in Anspruch genommenen und gewährten Freundschaftsdienste soll die Basis einer Freundschaft sein. Heinzlmaier und Ikrath sprechen hier von einer „ökonomischen Rationalität“, die eben auch in diesem Lebensbereich der jungen Menschen vorkommt (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 38).

Alternativen zu Ehe und Familie gab es allerdings auch schon in den 1970er und 1980er Jahren. Sehr häufig lebten die Paare vor einer Eheschließung schon einige Jahre zusammen, was Sieder als „Probewehe“ definiert. Vor allem in Schweden und Dänemark lebten Mitte der 70er Jahre zirka 30 Prozent der 20 – 24 Jährigen in einer „Probewehe“ zusammen, in den meisten anderen europäischen Ländern waren es zu dieser Zeit zirka 12 Prozent. Die Anzahl der Singles ist nach dem Zweiten Weltkrieg ebenfalls extrem angestiegen. In Österreich gab es im Jahr 1984 bereits 27 Prozent Singlehaushalte. Die Tendenz zum Alleinleben stieg und es wurde zu einem neuen Phänomen. Als Alternative zu einer klassischen Familie setzte in der Zeit der 1970er Jahre das Aufkommen der Wohngemeinschaften und Kommunen ein (Sieder, 1987, S. 270-271). Er legt in seinem Buch Studien von 1978 und 1981 dar. In diesen Jugend – Studien wurde festgestellt, dass 13 Prozent der befragten Jugendlichen in Deutschland aussagten, nicht heiraten zu wollen. Darüber hinaus wollten 7 Prozent keine Kinder haben. 18 Prozent der befragten jungen Menschen sahen es als ansprechend an, selbstständig und unabhängig zu bleiben. Durch die Beobachtung der Eheprobleme ihrer Eltern ging der Wunsch nach

einer klassischen Familie bei den jungen Leuten deutlich zurück. Es machte sich die Tendenz breit, nach alternativen Lebensformen zu suchen (Sieder, 1987, S. 267).

Heutzutage ist für 76 Prozent der jungen Menschen klar, dass eine Familie zu haben für das vollkommene Glück wichtig ist. Dabei hat sowohl die Idee einer eigenen Familie als auch die Herkunftsfamilie eine wichtige Position bei der Jugend. Die Herkunftsfamilie stellt für die jungen Menschen einen großen Halt dar. 90 Prozent der jungen Leute haben eine gute Beziehung zu ihren Eltern. 73 Prozent würden sogar ihre eigenen Kinder so erziehen, wie sie selbst erzogen wurden (Albert et al., 2010, S. 18). Für die jungen Menschen heutzutage bedeutet die Familie sowohl die eigene Herkunftsfamilie als auch ihr zukünftiges Leben mit einem Partner oder einer Partnerin. Der Kinderwunsch ist vorhanden, jedoch wollen die jungen Leute ihr Lebensglück nicht von der Realisierung dieses Wunsches abhängig machen. Die Geburtenrate spricht jedoch dagegen (Albert et al., 2010, S. 58).

Die österreichische Jugend – Wertestudie von 2011 ergibt also, dass Freunde/Bekannte, Familie und Freizeit den wichtigsten Lebensbereich für die jungen Menschen darstellt. 81 Prozent der jungen Erwachsenen halten die Familie für sehr wichtig, 77 Prozent Freunde/Bekannte. Im Vergleich zu den Jahren 1990 – 2000 hat sich vor allem in der Wertigkeit des Bereiches Freunde/Bekannte sehr viel verändert. Im Jahr 1990 war dieser Lebensbereich nur für 53 Prozent von großer Bedeutung, im Jahr 2000 schon für 72 Prozent und im Jahr 2011 für 79 Prozent. Im Bereich Familie hat sich vor allem in den Jahren 2000 – 2011 viel getan. War in den Jahren 1990 – 2000 dieser Bereich noch mit konstanten 70 Prozent vertreten, waren es im Jahr 2011 bereits 81 Prozent, die diesen Lebensbereich als sehr wichtig empfanden (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 30 - 31). Die Beiden kommen aufgrund dieser Ergebnisse zu dem Schluss, dass dieser Bereich an Bedeutung gewinnt, weil die jungen Menschen diesen als am meisten bedroht sehen. Aufgrund der hohen Scheidungsraten und der immer späteren Familiengründung sehen sie das Ideal der traditionellen Familie in Gefahr. Die jungen Menschen haben ein solches Ideal zwar im Kopf, allerdings lässt sich dieses nicht so einfach realisieren. Außerdem orientieren sich die jungen Menschen immer mehr am sozialen Nahbereich, weil die Gesellschaft unübersichtlich, unsicher und komplex geworden ist. Die jungen Erwachsenen haben das Gefühl, dass man gesellschaftlichen Großorganisationen nicht mehr vertrauen kann und suchen sich deswegen ihre Sicherheit in ihrem sozialen Umfeld (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 31).

Wen die jungen Menschen zur Familie zählen wurde ebenfalls untersucht. Unter dem Familienbegriff verstehen die jungen Erwachsenen nicht mehr nur die traditionelle

Kernfamilie (Eltern, eventuell Geschwister), sondern auch die erweiterte Familie wie Onkel oder Tanten, die Patchworkfamilie, Stiefeltern oder Stiefgeschwister und teilweise sogar gute Freunde und Haustiere. Interessant dabei ist, dass junge Menschen ihre eigenen Partner selten als Familienmitglied betrachten, offensichtlich sehen sie diese Beziehung oft noch als zu unverbindlich an (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 33).

Der Wunsch, eigene Kinder zu bekommen ist bei der Generation Y groß. 69 Prozent der Jugendlichen wünschen sich eigene Kinder. 71 Prozent davon wollen sogar mehr als ein Kind (Albert et al., 2010, S. 18). Der Gegensatz zu diesem Familienwunsch ist jedoch, dass die jungen Erwachsenen, immer weniger Kinder bekommen und eine Familie gründen. Die Realisierung des Kinderwunsches und Familienwunsches ist nicht gegeben, die Geburtenzahlen gehen zurück. Frauen verschieben die Familiengründung immer weiter nach hinten, da es sich oft nicht realisieren lässt, Familie und Karriere zu vereinbaren. Junge Frauen versuchen sich zuerst eine gute Position im Berufsleben zu sichern, bevor sie ihrem Kinderwunsch nachgehen (Albert et al., 2010, S. 43).

Für junge Frauen hat die finanzielle Selbstständigkeit und die berufliche Etablierung Vorrang gegenüber der Familiengründung. Das durchschnittliche Gebäralter beim ersten Kind lag in Österreich im Jahr 1991 noch bei 25,2 Jahren, im Jahr 2010 bei 28, 5 Jahren (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 35). Im Jahr 1984 lag das Alter der erstgebärenden jungen Mütter sogar noch bei 23,8 Jahren. Im Jahr 2014 lag es bereits bei 29,1 Jahren (Statistik Austria, 2014a).

Schon zwischen 1950 und 1970 nahm die Zahl der verheirateten erwerbstätigen Frauen stark zu. Diese Anzahl nahm stärker zu als bei Frauen ohne Kindern. Jedoch nahm die Anzahl der erwerbstätigen Frauen ab, je mehr Kinder vorhanden waren. Eine Studie aus dem Jahr 1976 besagt, dass Frauen, die mehr oder überhaupt arbeiten, weniger Kinder bekommen, als Frauen, die wenig oder gar nicht arbeiten. Daraus lässt sich schließen, dass schon in den 1980er Jahren und früher das Vereinbaren von Familie und Karriere nicht einfach war (Sieder, 1987, S. 243).

69 Prozent der befragten 15 bis 25 – Jährigen jungen Menschen in Deutschland wollen eigene Kinder haben. 2006 wollten nur 62 Prozent eigene Kinder, 2002 waren es 67 Prozent. Auffallend hierbei ist, dass die jungen Leute zwar einen Kinderwunsch haben, jedoch angeben, dass es nicht unbedingt Kinder braucht, um glücklich zu werden. Das kann daran liegen, dass die jungen Leute unsicher in Bezug auf ihre Zukunft sind. Die Fragen, ob man den richtigen Partner oder die richtige Partnerin findet oder ob man im Beruf wieder einsteigen kann, wenn man Kinder bekommt, belasten die jungen Menschen. Der Geschlechterunterschied ist deutlich. 65 Prozent der jungen Männer

wünschen sich eigene Kinder, bei den jungen Frauen sind es 73 Prozent (Albert et al., 2010, S. 59 - 61).

Nach der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 gehört für die jungen Erwachsenen zur Familiengründung das Heiraten an sich nicht mehr zwingend dazu, teilweise wird es sogar abgelehnt. Wortwörtlich „den Bund fürs Leben zu schließen“ halten die jungen Menschen eher für unrealistisch und sie heiraten meistens nur deswegen, weil sie es als ein schönes Ritual empfinden, aus Rücksicht auf ihre Herkunftsfamilie oder aus finanziellen Gründen (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 34). Auch das Alter ist bei der Eheschließung deutlich gestiegen. Laut Statistik Austria lag das Erstheiratsalter bei den Frauen in Österreich im Jahr 1960 noch bei 21,9 Jahren und bei den Männern bei 25,4 Jahren. Im Jahr 2014 lag das Erstheiratsalter bei den Frauen bei 30,0 Jahren und bei den Männern bei 32,4 Jahren. Die Zahl der Eheschließungen ist hingegen stark gesunken. Schlossen im Jahr 1960 noch 58.508 Menschen in Österreich den „Bund fürs Leben“, waren es im Jahr 2014 nur mehr 37.458. Allerdings erreichte die Anzahl der Hochzeiten im Jahr 2001 ihren Tiefpunkt mit nur 34.213 Menschen, also gibt es in den letzten Jahren wieder einen kleinen Aufschwung zu verzeichnen (StatistikAustria, 2014b). Zu den Gründen, warum die jungen ÖsterreicherInnen gerne eine Familie gründen wollen, meinen Heinzlmaier und Ikrath, dass vor allem in den höheren sozialen Schichten die Kinder oft als „Medien der individuellen Selbstverwirklichung ihrer Eltern“ verstanden werden. Dieses Phänomen sei laut dieser Studie in den unteren sozialen Schichten nicht so stark vorhanden. Ein Drittel der jungen Erwachsenen aus den höheren sozialen Schichten fühlen sich von ihren Eltern unter Druck gesetzt, was die Leistung in Beruf und Ausbildung betrifft (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 36).

Die Generation Y hat im Prinzip ein positives Bild von Familie und Partnerschaft. In der Gruppe von 22 – bis 25- Jährigen jungen Menschen geben 59 Prozent an, in einer Partnerschaft zu leben. Hier gibt es einen deutlichen Geschlechterunterschied. Von den jungen Frauen leben 45 Prozent in einer Partnerschaft, bei den jungen Männern sind es 34 Prozent. Ein Abgesang auf die Zukunft der Familie ist ganz und gar nicht vorhanden. Der Kinderwunsch steigt, nur die Realisierung ist noch nicht da. Für die jungen Menschen sind eine hinreichend feste Beziehung und gesicherte Lebensumstände die wichtigsten Voraussetzungen um dem Kinderwunsch nachzugehen (Albert et al., 2010, S. 63).

Die sozialen Bindungen gewinnen immer mehr an Bedeutung. 2002 war die Wichtigkeit von Freundschaften schon auf einem Wert von 87 Prozent. 2010 sind es bereits 94

Prozent. Auch die Wertschätzung einer vertrauensvollen Partnerschaft gewinnt immer mehr an Bedeutung. „Einen Partner haben, dem man vertrauen kann“ ist im Jahr 2002 für 82 Prozent wichtig, im Jahr 2010 bereits 90 Prozent. Des Weiteren wollen im Jahr 2002 67 Prozent ein harmonisches Familienleben führen, im Jahr 2010 sind es 77 Prozent: „Die Familie hat damit unter den mikrosozialen Beziehungsformen am meisten an Wertschätzung gewonnen“ (Albert et al., 2010, S. 196-197).

Schon in den älteren Generationen war die Partnerwahl wie ein Filterprozess:

„Zunächst wird eine Kategorie von sozial angemessenen Partnern definiert, was durch die sozialen Milieus, in denen sich ein Mensch bewegt, quasi von ihm ‚unbemerkt‘ geschieht. Innerhalb eines ‚Pools‘ möglicher Partner findet dann die spezifische Partnerwahl nach psychischen, sexuell - erotischen und ästhetischen Mechanismen statt“ (Sieder, 1987, S. 249).

Sieder schließt daraus, dass die Partnerwahl somit nicht mehr die Entscheidung des Einzelnen ist, sondern dass diese Teil eines gesellschaftlichen Prozesses ist.

Die Ergebnisse der Jugend – Wertestudie von 2011 zeigen, dass es für die jungen Erwachsenen kein Partnerschaftsmodell mehr gibt, das wirklich abgelehnt wird. Für die jungen Menschen ist das unverheiratete Zusammenleben normal geworden, dies gilt auch für Dreiecksbeziehungen, vorausgesetzt beide Partner sind damit einverstanden. Bei verheirateten Paaren fällt diese Lebensform geringer aus, insbesondere dann, wenn sie Kinder haben. Die Akzeptanz von homosexuellen Beziehungen ist bei den jungen Menschen heutzutage ebenfalls sehr hoch. Diese partnerschaftliche Verbindung wird zu der von heterosexuellen Paaren gleichwertig gesehen (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 33 - 34).

3.3.2 Veränderungen in der Erziehung

Seit den frühen 1990er Jahren ist von einer eher partnerschaftlichen Eltern – Kind Beziehung die Rede. Die enge Beziehung zu den Eltern und Großeltern lässt sich mit dem Wunsch nach einem eigenständigen Leben gut vereinbaren. Auch die Ablösung vom Elternhaus wird von den jungen Menschen und ihren Eltern nicht mehr als sehr konfliktbehaftet erlebt. 58 Prozent der Jugendlichen wollen ihre eigenen Kinder ähnlich, 15 Prozent sogar genauso erziehen, wie sie selbst erzogen wurden. Nur 19 Prozent wollen ihre Kinder anders erziehen. Der Erziehungsstil der eigenen Eltern wird sichtlich als sehr positiv erlebt. Diese Zahlen und Eindrücke unterscheiden sich allerdings innerhalb der sozialen Schichten. In den unteren sozialen Schichten wollen nur 40 Prozent der jungen Menschen ihre eigenen Kinder ähnlich erziehen, wie sie selbst erzogen wurden. Seit den 1980er Jahren gibt es einen deutlichen Wandel in der

Zufriedenheit mit dem Erziehungsstil der Eltern. „Aus einem Generationenkonflikt ist mit den Jahren eine Übernahme der Erziehungspraxis der Eltern geworden“ (Albert et al., 2010, S. 63 - 65).

Galt es im 19. und frühen 20. Jahrhundert noch als normal in einem Dreigenerationenhaushalt zu wohnen, ging dieser Trend in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts wieder zurück. Für die meisten Familienmitglieder war das Zusammenleben von drei Generationen unter einem Dach eine sehr schwierige und konfliktreiche Angelegenheit. Überdies wurde das Verhältnis zwischen den Eltern und ihren erwachsenen Kindern besser, wenn sie nicht unter einem Dach wohnten: „Alle bisherigen Forschungen deuten darauf hin, daß die Mehrzahl der Menschen in ihrem intergenerationellen Verhältnis zu einer ‚Mischung von Intimität und Distanz‘ tendiert“ (Sieder, 1987, S. 252-254).

Die Wichtigkeit von Familie und von Freundschaften ist bei den jungen Erwachsenen sehr hoch. Für die jungen Menschen ist das Anvertrauen an Familie oder Freunde die meist gewählte Problembewältigungsstrategie. Allerdings stehen Freunde in dieser Hinsicht noch weiter oben als die Familie beziehungsweise die Eltern. 79 Prozent der jungen Menschen vertrauen sich öfter ihren Freunden an, 61 Prozent vertrauen sich öfter ihren Eltern an. Je älter die jungen Menschen werden, desto öfter besprechen sie ihre Probleme auch mit ihren Eltern: „Die Eltern bleiben unvermindert Partner in wichtigen Lebensdingen“ (Albert et al., 2010, S. 227).

3.3.3 Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y

„Als Wertorientierungen werden durch Erziehung, Erfahrung und persönliche Kontakte verinnerlichte Persönlichkeitsmerkmale bezeichnet, die in Form von allgemeinen Lebenszielen erfragt werden können, mit denen sich der Einzelne in Bezug auf seine gesellschaftliche Umwelt subjektiv verortet“ (Albert et al., 2010, S. 195).

Der Begriff „Wert“ ist geschichtlich betrachtet ein ziemlich junger. Dieser entstand Anfang des 19. Jahrhunderts. Der Begriff Wert wurde damals dafür verwendet, „jede menschliche Handlung mit Blick auf ihren ökonomischen Nutzen“ zu sehen. Werte waren ursprünglich also Gebrauchswerte, Tauschwerte, Sachwerte oder Handelswerte (Heinzlmaier, 2013, S. 143):

„Werte sind kämpferische Begriffe, die für spezifische Interessen stehen und auf den Märkten der religiösen, politischen, wirtschaftlichen Ideologien gehandelt werden. Wer einen Wert postuliert, versucht gleichzeitig einen konkurrierenden Wert zu entwerten, die Wertlosigkeit der Werte des Rivalen herauszustellen. Ohne

den unbedingten Kampf um ihre alleinige Gültigkeit sind Werte nicht denkbar, obwohl sie ihrem Wesen nach völlig beliebige ideologische Entwürfe sind“ (Heinzlmaier, 2013, S. 144).

In den Shell – Jugendstudien der 2000er Jahre wurde wieder eine Besinnung auf Beruf und Ausbildung festgestellt. Diese Sekundärtugenden erlebten seit den 1990er Jahren erstmals einen Aufschwung. In den Wertorientierungen der Familie, des Freundes- und Bekanntenkreises und der Partnerschaft verhielten sich die Dinge anders. Diese waren immer im Mittelpunkt der Wertorientierung der jungen Menschen. Picot und Willert konnten in ihren qualitativen Forschungen in den 2000er Jahren feststellen, dass das kleinbürgerliche Lebensideal wieder an Bedeutung gewann. Allerdings ist das kleinbürgerliche Lebensideal seit den 1950er Jahren viel moderner geworden, lässt mehr Freiheiten und Freiräume zu und kalkuliert auch die Risiken des Lebensalltages mit ein. Außerdem ist die Rollenverteilung zwischen Männern und Frauen sowie Eltern und Kindern eine andere (Albert et al., 2010, S. 194 - 195).

Drei Wertorientierungen tragen sehr zu der Zufriedenheit der jungen Menschen bei: Leistungsstreben (sehr stark), Respekt vor Gesetz und Ordnung (stark) und das Streben nach einem guten Familienleben (weniger stark). Diese Ergebnisse sind Durchschnittsergebnisse, die je nach Alter von der Wertepriorität her variieren können, zum Beispiel ist den jungen Jugendlichen die Bedeutung der Familie noch wichtiger und das Leistungsstreben weniger wichtig (Albert et al., 2010, S. 210).

Unter Wertorientierungen versteht man grundsätzliche Ziel- und Regelgrößen des Lebens, die auch tatsächlich gelebt und umgesetzt werden müssen, damit diese nicht verkümmern (Albert et al., 2010, S. 213).

Die Shell – Jugendstudie von 2010 hat untersucht, ob es für die jungen Menschen überhaupt von Bedeutung ist, sich im Lebensalltag an Werte, Normen und Regeln zu halten. Das Ergebnis dieser Untersuchung zeigt auf, dass die Mehrheit der jungen Menschen an Werte, Normen und Regeln der Gesellschaft glauben und sich auch daran halten, obwohl eine grundlegende Skepsis an der moralischen Qualität unserer Gesellschaft vorherrscht. Nur 18 Prozent der Jugendlichen bezweifeln den „Sinn grundlegender moralischer Regeln und Normen“. Diese Zahl steigt auch, je niedriger die betrachtete Gesellschaftsschicht verortet ist (23 Prozent der Unterschicht, 13 Prozent der Oberschicht). Allerdings sind die jungen Menschen auch von der Unsicherheit der Gesellschaft geprägt. 30 Prozent der Unterschicht und 13 Prozent der Oberschicht stimmen dem Statement: „Eigentlich ist es sinnlos, sich Ziele für sein Leben zu setzen, weil heute alles so unsicher ist“ zu. Auch hier sieht man den Unterschied zwischen den Gesellschaftsschichten stark. In dieser Untersuchung kommt auch stark heraus, dass

das soziale Umfeld für die jungen Erwachsenen immer mehr an Bedeutung gewinnt. 95 Prozent der befragten jungen Personen sind der Meinung, dass man im Leben Menschen um sich herum braucht, „denen man unbedingt vertrauen kann“. 67 Prozent stimmen der Aussage „am Ende zahlt es sich aus, wenn man sich um andere Menschen kümmert“ zu. Auch hier kommt es erneut zu einem eklatanten Unterschied zwischen den Gesellschaftsschichten. 41 Prozent der jungen Menschen der Unterschicht und nur 24 Prozent der Oberschicht weisen eine Skepsis dahingehend auf, ob sich soziale Investitionen lohnen (Albert et al., 2010, S. 213-215).

Laut der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011, die sich damit beschäftigt, wie die jungen ÖsterreicherInnen im Alter von 14 bis 29 Jahren leben, ist die Grundhaltung dieser Generation ein pragmatischer Individualismus. Sie wollen somit nicht die Welt verändern oder verbessern, sie wollen nur das Beste aus ihrer Situation machen und finden sich mit den vorgefundenen Verhältnissen in der Gesellschaft ab (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 4 - 6).

Die jungen Menschen gehören zu einer pragmatischen Generation. Der persönliche Erfolg steht für die Jugendlichen im Mittelpunkt. Außerdem hat der Großteil der jungen Menschen ein gutes Lebensgefühl, das vor allem dadurch entsteht, dass sich die jungen Leute „ein Netzwerk befriedigender Beziehungen in der Familie und im Freundes- und Bekanntenkreis gesichert haben“. Für die meisten der jungen Menschen ist klar, dass sie zwar Karriere wollen, der Spaß und die Zufriedenheit im Leben allerdings nicht fehlen dürfen. 60 Prozent der Jugendlichen sehen Fleiß und Ehrgeiz als besonders wichtig an, 57 Prozent wollen aber auch mit gleicher Intensität das Leben in vollen Zügen auskosten. Die Leistung steht somit zwar an erster Stelle, die Zufriedenheit im Leben ist aber beinahe genauso wichtig für die Jugendlichen. Das unterscheidet sie somit vom Großteil der Bevölkerung, bei dem die Leistung immer noch wesentlich weiter oben steht (Albert et al., 2010, S. 29).

59 Prozent der Jugendlichen sind ihrer eigenen Zukunft gegenüber positiv gestimmt. Nur 7 Prozent sehen ihrer eigenen Zukunft negativ entgegen. Das betrifft allerdings die sozial stärkere Schicht, in der sozial schwächeren Schicht sehen nur 33 Prozent optimistisch in ihre Zukunft (Albert et al., 2010, S. 16).

In der österreichischen Jugend – Wertstudie von 2011 geben zwei Drittel an, positiv in ihre Zukunft zu blicken, nur vier Prozent der jungen Leute sehen ihre Zukunft düster. Die jungen ÖsterreicherInnen sind auch noch ein etwas optimistischer als die jungen Deutschen. 64 Prozent der jungen ÖsterreicherInnen und 59 Prozent der jungen Deutschen sind sehr optimistisch, was die eigene Zukunft betrifft. Allerdings sieht es mit der Prognose für die gesellschaftliche Zukunft anders aus. Zirka ein Drittel der jungen

Menschen sieht der gesellschaftlichen Zukunft tendenziell pessimistisch entgegen. (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 28 - 29).

Heinzlmaier und Ikrath meinen, dass „ein Großteil der hochgradig individualisierten Jugendlichen und jungen Erwachsenen kaum mehr Glauben an eine im Sinne der BürgerInnen gestaltende Kraft der gesellschaftlichen Institutionen und Systeme aufweist.“ Darüber hinaus erklären sie dieses Ergebnis ihrer Studie wie folgt:

„Die jungen ÖsterreicherInnen fühlen sich in der Leistungsgesellschaft zunehmend auf sich alleine gestellt. Sie denken und handeln nach dem Motto ‚Hilf dir selbst, sonst hilft dir keiner‘. Der demonstrativ zur Schau gestellte persönliche Optimismus kann demzufolge auch als ein rationaler Zweckoptimismus verstanden werden“ (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 29).

3.3.4 Karriere und Berufsleben bei der Generation Y

Die jungen Menschen sind leistungsorientiert, allerdings sind viele der jungen Menschen nicht mehr bereit, alles ihrer Karriere hintenzustellen. Auch hier ist die Gesellschaftsschicht ausschlaggebend. Vor allem junge Personen der Oberschicht sind nicht mehr wirklich bereit dazu, ihrer Karriere alles zu opfern. 55 Prozent der Unterschicht und 37 Prozent der Oberschicht stimmen dem Statement „Heutzutage muss man sich auf Ausbildung und Karriere konzentrieren, dahinter muss alles zurückstehen“ zu (Albert et al., 2010, S. 221).

In beruflicher Hinsicht sind die jungen Menschen sehr ambivalent. Einerseits streben sie eine berufliche Karriere und ausreichende Entlohnung an, auf der anderen Seite wollen sie einen Beruf, der viele Freiheiten lässt, Spaß macht und wo sie sich selbst verwirklichen können (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 4 - 6).

Die Jugend – Wertestudie von 2011 kommt zu dem Schluss, dass „postmaterialistische und materialistische Werthaltungen gleichermaßen die Sichtweise von Beruf und Arbeit“ bei den jungen Menschen in Österreich prägen. Einerseits wollen die jungen Leute einen Beruf ausüben, der ihnen Spaß macht, der ihnen sinnvoll erscheint und bei dem man sich im Arbeitsumfeld wohlfühlt, andererseits sind die Bezahlung und die Arbeitsplatzsicherheit ebenfalls von hoher Bedeutung. Auch hier gibt es einen Unterschied zwischen den sozialen Schichten. Junge Menschen aus bildungsnäheren Schichten legen mehr Wert auf die Selbstverwirklichung im Beruf und wollen Auslandserfahrung sammeln, ihre Fähigkeiten ausbauen und einen Beruf ausüben, der ihnen sinnvoll erscheint. Jungen Leuten der bildungsferneren Schichten ist es eher wichtig, gut bezahlt zu werden, genug Freizeit zu haben und in der Nähe des

Arbeitsplatzes zu wohnen (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 96 - 97).

„Fleiß und Ehrgeiz sowie der Lebensgenuss schließen sich zwar nicht prinzipiell aus, haben aber auch wenig miteinander gemein. Nach der klassischen Morallehre oder der Psychologie wird das Erste eng mit dem Muster der ‚aufgeschobenen Befriedigung‘ verknüpft und das Zweite zeigt gerade den Wunsch nach Befriedigung von Bedürfnissen an“ (Albert et al., 2010, S. 196).

Es ist auffällig, dass sowohl Leistung als auch der Lebensgenuss bei der jüngeren Generation höhere Wertigkeit erfährt als bei den älteren Generationen. Die älteren Menschen ziehen die Leistung deutlich dem Lebensgenuss vor (Albert et al., 2010, S. 196 - 197):

„Die bereits erwähnte Jugendstudie aus diesem Jahr zeigt zwar, dass der Hedonismus (=Wunsch nach unmittelbarer Bedürfnisbefriedigung) der Jugend keineswegs zukunftsvergessen im Hier und Jetzt verhaftet ist und schon gar nicht einem irrationalen ‚Bauchgefühl‘ Vorrang vor der rationalen Kalkulation gibt. Dennoch fällt die Entfernung der Jugend vom klassischen Moralideal auf, das in der Bevölkerung sehr lebendig ist. Das kann z.B. bedeuten, dass Jugendliche die Spanne zwischen Investition und der Befriedigung eher kurz ansetzen und schon vorab während der ‚Phase‘ der Leistungserbringung wenigstens partiell Befriedigung fordern.“ (Albert et al., 2010, S. 198)

Für die Arbeitgeber, Ausbilder und Lehrer der jungen Menschen, kann diese Entwicklung der jungen Menschen problematisch werden, da diese verschiedenen Ansichten und Einstellungen zu Konflikten führen kann (Albert et al., 2010, S. 199).

In der Shell – Jugendstudie von 2010 wurde außerdem festgestellt, dass entgegen der Vorurteile in der Gesellschaft, die besagen, dass die jungen Erwachsenen nichts mehr leisten wollen und eher faul sind (siehe Kapitel 3.3.5), bei den jungen Menschen sogar eine völlige Gleichbewertung von Lebensgenuss und Leistung vorherrscht. Obwohl dies nur ein Durchschnittswert ist und es natürlich in den Untergruppen Verschiebungen der Prioritäten gibt, ist die Realität demnach doch eine andere als in der Gesellschaft und in den Medien vermittelt wird. Darüber hinaus werden in der Shell – Jugendstudie von 2010 zwei Tendenzen der jungen Menschen beschrieben. Die eine ist die zunehmende Bejahung der Leistungs- und Konsumgesellschaft, allerdings eine, die der Lebensfreude viel Platz lässt. Die andere ist die zunehmende Wertschätzung personell – sozialer Bindungen. Diese beiden Haupttendenzen werden von einer weiteren Erscheinung begleitet, nämlich der der höheren Bewertung eines gesundheitsbewussten Lebens (Albert et al., 2010, S. 199-202).

Der Lebensbereich Freizeit ist für die jungen Erwachsenen in Österreich wichtig. 57 Prozent der Befragten halten Freizeit für sehr wichtig, 35 Prozent für eher wichtig. Einen ähnlichen Stellenwert hat für die jungen Menschen auch die Arbeit, deswegen sind diese

oft gespalten, wenn es darum geht, zu entscheiden welcher Lebensbereich nun wichtiger ist. Für die jungen Leute ist es allerdings wichtig, dass sie die „Work - Life - Balance“ selbst in der Hand haben. Sie wollen selbst darüber entscheiden können, wie viel gearbeitet wird. Nur 9 Prozent der jungen Erwachsenen halten eine „Work – Life – Balance“ für unwichtig. Heinzlmaier und Ikrath geben an, dass es für 52 Prozent wichtig ist, genug Freizeit zu haben. Ein Drittel der jungen Menschen würde allerdings zugunsten von Karriere oder Geld auf ausreichend Freizeit verzichten. Die Ergebnisse der Studie zeigen, „dass es sich bei der Betonung der Relevanz von Freizeit oder der beruflichen Selbstbestimmung vielfach um Wunschdenken handelt, das mit der schulischen und beruflichen Praxis wenig zu tun hat“ (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 99).

3.3.5 Eigenschaften der Generation Y

Die Jugend heutzutage zeichnet sich durch viele Eigenschaften aus. Die jungen Menschen sind ehrgeizig, zäh, packen die Dinge an, unterstützen sich gegenseitig und legen eine „pragmatisch – taktische Flexibilität“ an den Tag. Durch diese Einstellungen wird der Lebensalltag gut bewältigt. Die Jugendlichen charakterisiert außerdem eine lockere Art und die Gelassenheit Dinge einfach auf sich zukommen zu lassen. Sie sind prinzipiell optimistisch gestimmt, obwohl die Risiken im Leben und im Beruf für sie schwer vorhersehbar sind (Albert et al., 2010, S. 15).

Wird in der Gesellschaft und in den Medien vermehrt davon berichtet, dass die jungen Menschen heute unzufrieden sind und sehr unter Druck und Stress stehen zeichnet die Shell – Jugendstudie von 2010 ein anderes Bild. Nur 6 Prozent der jungen Erwachsenen geben an, mit ihrem Leben unzufrieden zu sein. Der Großteil der Jugendlichen fühlt sich gut und ist, das eigene Leben betreffend, optimistisch. Jedoch hat die Zufriedenheit an sich auch viel mit der finanziellen Situation zu tun. 44 Prozent der befragten jungen Menschen, die sich in einer guten finanziellen Lage befinden, sind mit ihrem Leben sehr zufrieden, 49 Prozent zufrieden. Allerdings sind nur 24 Prozent der jungen Erwachsenen, die sich in einer schlechten finanziellen Situation befinden, mit ihrem Leben zufrieden. Diese Gruppe gehört allerdings zu einer 4 – prozentigen Minderheit (Albert et al., 2010, S. 191).

Die jungen ÖsterreicherInnen scheinen mit ihrem Leben relativ zufrieden zu sein. Fast zwei Drittel der befragten jungen Menschen geben einen hohen Wert bei der Zufriedenheit an. 67 Prozent der jungen Männer und 61 Prozent der jungen Frauen sehen sich hier im höheren Zufriedenheitsbereich. Diese Zufriedenheit wirkt sich auch auf den Optimismus der jungen Menschen aus (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 25 - 27).

Die Shell – Jugendstudie von 2010 kommt zu dem Ergebnis, dass Jugendliche, die ein höheres Leistungsstreben aufweisen, mit ihrem Leben zufriedener sind. Das heißt, dass junge Menschen, die sich mehr anstrengen, zufriedener und eher nicht frustriert sind. Das ist ein überraschendes Ergebnis, da oft davon ausgegangen wurde, dass das Leistungsstreben mit negativen Gefühlen und Nebenwirkungen verbunden ist. Auch beim politischen Engagement ist eine ähnliche Tendenz erkennbar. Zusammenfassend kann man hier also sagen, dass „sowohl das berufliche als auch das öffentliche Engagement bei Jugendlichen vermehrt mit Zufriedenheit einhergeht“ (Albert et al., 2010, S. 208 - 209).

Die Mitglieder der Generation Y sind realistisch genug, um zu wissen, dass sie an der gesellschaftlichen und politischen Situation nicht viel ändern können, blicken allerdings doch sehr optimistisch in ihre eigene Zukunft. Sie sind davon überzeugt, sich durchsetzen zu können, auch in einer Krisenzeit. Natürlich setzen sich die jungen Menschen auch gerne für andere Menschen ein. Sie sind sozial engagiert, jedoch leben sie dies nicht in großen Organisationen, sondern eher im kleinen Rahmen, da sie sonst befürchten, ihre Individualität zu verlieren. Diese Zeit ist für die Menschen von Unsicherheit geprägt, deswegen versuchen sie flexibel zu bleiben und Chancen, die ihren Weg kreuzen, zu ergreifen. Für diese jungen Leute ist auch die persönliche Weiterentwicklung enorm wichtig. Feste Bindungen sind somit für die junge Generation ein schwieriges Thema, sowohl im Beruf als auch im Privatleben. Entscheidungen darüber werden eher aufgeschoben. Das Ideal einer Familie ist für die jungen Menschen eine schöne Vorstellung, jedoch scheitert es an der Realisierung (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 4 - 6).

„Die heutige Generation hat sich weder durch die gesamtwirtschaftliche Entwicklung (Wirtschafts- und Finanzkrise) noch durch unsicher gewordenen Berufsverläufe und Perspektiven von ihrer optimistischen Grundhaltung abbringen lassen. Kennzeichnend ist auch weiterhin die auffällig pragmatische Umgehensweise mit den Herausforderungen in Alltag, Beruf und Gesellschaft. Leitungsorientierung und das Suchen nach individuellen Aufstiegsmöglichkeiten im Verbund mit einem ausgeprägten Sinn für soziale Beziehungen im persönlichen Nahbereich prägen diese Generation. Eine pragmatische Generation behauptet sich“ (Albert et al., 2010, S. 15).

4 Methodik

Anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse, die an die Theorie von Mayring angelehnt wurde, wurden ausgewählte Zeitungsartikel analysiert. Auf die in Kapitel 2 bereits vorgestellte Methode soll nun näher eingegangen werden.

4.1 Die Durchführung der qualitativen Inhaltsanalyse anhand ausgewählter Zeitungsartikel

Die folgenden Punkte sollen einen Einblick in den Analyseprozess geben und die Durchführung beschreiben.

4.1.1 Bestimmung des Ausgangsmaterials

Das zu untersuchende Material, also der „Corpus“, umfasst insgesamt 62 Zeitungsartikel. Zu Beginn der Recherche waren zusätzlich noch zehn Interviews vorhanden, die in Zeitungen erschienen sind. Diese wurden im Endeffekt aus der Analyse ausgeschlossen. Ursprünglich waren es 75 Zeitungsartikel, nach einer ersten genauen Sichtung wurden die Artikel allerdings auf 62 reduzieren, da ein paar vom Thema abwichen. Die 62 Zeitungsartikel sind zwischen den Jahren 2005 und 2015 in verschiedenen Zeitungen erschienen. Diese Zeitungsartikel wurden deswegen gewählt, da diese allesamt aus renommierten Zeitungen stammen und so ein aufschlussreicher Blick auf die gesellschaftliche Sicht möglich wird.

Die Zeitungsartikel stammen aus Österreich und Deutschland und sind in folgenden Zeitungen erschienen:

Deutschland:

- SVZ (Schweriner Volkszeitung): 1 Artikel
Die Schweriner Volkszeitung publiziert unter Chefredakteur Michael Seidel im Norden Deutschlands. Die Zeitung hat laut SVZ 270.000 Leser pro Tag (SVZ, 2015).
- Süddeutsche Zeitung: 2 Artikel
Die Süddeutsche Zeitung erreicht laut eigenen Angaben rund 2,5 Millionen Leser pro Tag. Sie bezeichnet sich selbst als die größte überregionale Qualitätstageszeitung Deutschlands. Die Chefredakteure sind Kurt Kister und Wolfgang Krach (Süddeutsche Zeitung, 2015).

- **Wirtschaftswoche Online: 1 Artikel**
Wirtschaftswoche Online ist ein Angebot der Handelsblatt GmbH. Die Chefredakteurin ist Miriam Meckel (Wirtschaftswoche, 2015).
- **Der Spiegel Online: 3 Artikel**
Der Chefredakteur der Onlineversion ist Florian Harms. „Der Spiegel Online“ gehört so wie auch „Der Spiegel“ zum Spiegel – Verlag, redaktionell sind diese jedoch getrennt (Der Spiegel Online, 2015).
- **Die Welt: 2 Artikel**
Die Welt zählt sich selbst zu den führenden Tageszeitungen Europas. Sie hat nach eigenen Angaben eine verkaufte Auflage von 200.577 Exemplare pro Woche. Der Chefredakteur ist Jan – Eric Peters (Die Welt, 2015).
- **Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ): 9 Artikel**
Die Frankfurter Allgemeine Zeitung beschreibt sich selbst ebenfalls als eine der führenden und bedeutendsten überregionalen Tages- und Wirtschaftszeitungen in Deutschland. Mathias Müller von Blumencron ist der Chefredakteur (FAZ, 2015a).
- **Die Zeit Online: 14 Artikel**
„Die Zeit“ und die „Die Zeit Online“ sind ebenfalls redaktionell getrennt. Der Chefredakteur von „Die Zeit Online“ ist Jochen Wegner (Die Zeit Online, 2015).

Österreich:

- **Der Standard: 23 Artikel**
Der Standard: Die Chefredakteurin ist Dr. Alexandra Förderl – Schmid. Laut Standard greifen montags – freitags 411.000 Leser und am Wochenende 493.000 Menschen zum Standard (Der Standard, 2015a).
- **Die Presse: 7 Artikel**
Der Chefredakteur ist Rainer Nowak (Die Presse, 2015).

Alle analysierten Artikel sind online zu finden, teilweise sind diese aber auch in der Printausgabe erschienen. Es wurde nur mit den Online – Artikeln gearbeitet. Die Online – Archive verschiedener Zeitungen wurden zu dem Thema durchsucht und anschließend wurden die relevanten Artikel gespeichert und ausgedruckt. Die Online – Links sind im Literaturverzeichnis nachzusehen, da das Abdrucken der gesamten Artikel den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde. Teilweise waren in der Online Version der Artikel keine AutorInnen angegeben oder nur mit „Redaktion“ gekennzeichnet. Hier eine Auflistung der Zeitungsartikel mit AutorIn und dem Erscheinungsjahr:

- „Also doch kein Spezialist!“ (Otto, 2015)
- „An der langen Leine“ (Bös, 2013a)
- „Arbeit: Alles nur Spaß?“ (Hierländer & Hofer, 2013)
- „Der Hipster ist tot“ (Stremmel, 2015)
- „Die Andersmacher“ (Olbrisch, 2013)
- „Die Etiketten der Jugendlichen“ (Die Presse, 2008)
- „Die Generation dreißig sucht nach Halt“ (Wallner, 2014)
- „Die kontinuierliche Suche nach dem richtigen Weg“ (Aichinger, 2009)
- „Die lauernde Angst vor dem Absturz“ (Schultz, 2010)
- „Die mit dem Bausparvertrag, spießig und faul“ (Freitag, 2014)
- „Die neuen Statussymbole“ (Hagen, 2014)
- „Die Post – Wende Generation“ (Pink, 2014)
- „Die sind doch alle gleich!“ (FAZ, 2015b)
- „Eine Frage des Alters“ (Windner, 2005)
- „Entschleunigung, Die Welt ist mir zuviel“ (Friedrichs, 2015)
- „Es menschtelt in der Arbeitswelt“ (Karschnick, 2013)
- „Facebook und Co: Horte für Narzissten und Selbstdarsteller“ (Der Standard, 2009)
- „Finanzmarkt oder Ponyhof“ (Stribl, 2014)
- „Firmentreue bei jungen Mitarbeitern weniger ausgeprägt“ (Der Standard, 2013a)
- „Flip- Flops und Burnout“ (Bauer, 2008)
- „Freizeit als Statussymbol“ (Löhr, 2013)
- „Früher war nicht alles besser“ (Astheimer, 2013)
- „Generation brav“ (Povel, 2013)
- „Generation Sorglos: Die Pläne der Planlosen“ (Eppinger, 2014)
- „Generation Y am Arbeitsmarkt: Selbstbewusst und am Sprung“ (APA, 2012)
- „Generation Y ist bunter als ihr Ruf“ (Der Standard, 2014a)

- „Generation Y: Der große Irrtum“ (Aichinger, 2013)
- „Generation Y: Was die Jugendlichen ausmacht“ (Marits, 2014)
- „Generation Z: Willkommen in der Arbeitswelt“ (Scholz, 2012)
- „Hoffnungslose Optimisten“ (Ide, 2015)
- „Ich hoffe nur, nicht abzustürzen“ (Groll, 2015a)
- „Immer dasselbe mit diesen Jungen...“ (Bauer, 2013a)
- „Jobproblem der Jugend komplex“ (Mayer, 2013)
- „Jung, gebildet, arbeitsscheu? – Die Generation Y erobert die Welt“(Lindner, Geinitz, Triebe, Moses, & Hein, 2013)
- „Kampf der Generationen“ (Der Standard, 2014b)
- „Karriere? Ja, aber...“ (FAZ, 2015c)
- „Lasst die Dreißigjährigen endlich in Ruhe!“ (Lauer, 2014)
- „Leaders of Tomorrow: Welt retten statt Boni kassieren“ (Hagen, 2015)
- „Mehr als Geld zählt Unternehmenserfolg“ (Der Standard, 2014c)
- „Mehr Schein als Sein“ (Bok, 2014)
- „Nehmt sie ernst!“ (März, 2015)
- „Neuer Cheftypus: Wandel von oben“ (Bauer, 2013b)
- „Qualifiziert, anspruchsvoll, auf der Suche nach Spaß“ (Daublebsky, 2011)
- „Reich mir mal den Rettich rüber“ (Pauer, 2014)
- „Schau an, der Bachelor!“ (Seifert, 2015)
- „Sicherheit schlägt Einkommen“ (Römer, 2014)
- „So tickt die Generation B“ (Martenstein, 2015)
- „Spiegel und auch Gewissen für Firmen“ (Der Standard, 2015b)
- „Und das soll ich sein?“ (Grossarth, 2013)
- „Ungebildet? Unreif? Ohne Ziele?“ (Kramer, 2015)
- „Unsinn mit Y“ (Stahnke, 2013)
- „Unter Druck“ (Kerbusk, 2013)
- „Viele Generationen – ein Team“ (Der Standard, 2011)
- „Von wegen superflexibel“(Groll, 2015b)
- „Warum die Generation Y so unglücklich ist“ (Urban, 2014)
- „Warum Digital Natives anders sind“ (Bartz & Schmutzer, 2014)
- „Wer Leistung bringt, darf auch etwas fordern“ (Der Standard, 2013b)
- „Wie die Jungen führen (werden)“ (Der Standard, 2014d)
- „Wie die Jungen ticken“ (Bauer, 2014)
- „Wir sind jung...“ (Bund, 2014b)

- „Wollen die auch arbeiten?“ (Bund, Heuser, & Kunze, 2013)
- „Work – Life – Balance? Typisch deutsch!“ (Bös, 2013b)

4.1.2 Fragestellungen für die Analyse

Es wurden folgende Fragestellungen ausgearbeitet, die anhand der 62 Zeitungsartikel beantwortet werden sollen:

Vergleich der „älteren Generationen“ und der „Generation Y“.

Welche Kernthemen werden in den Zeitungsartikeln zum Thema Generation Y aufgegriffen? Welche Schwerpunkte werden aufgezeigt?

In weiterer Folge sollen folgende Forschungsfragen beantwortet werden:

- **FF 1: Hat sich die Einstellung zur Familie und zu Partnerschaft in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**
 - FF 1.1.: Hat die Familie einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
 - FF 1.2.: Hat die Partnerschaft einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
 - FF 1.3.: Nehmen die Kinder einen anderen Stellenwert ein?
 - FF 1.4.: Hat sich der Erziehungsstil verändert?
 - FF 1.5.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen im Privatleben verändert?
- **FF 2: Hat sich der Stellenwert der beruflichen Karriere in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**
 - FF 2.1.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen an das Berufsleben im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?
 - FF 2.2.: Welchen Stellenwert hat die Work – Life Balance?
 - FF 2.3.: Welchen Stellenwert haben Statussymbole?
- **FF 3: Welche Eigenschaften werden der Generation Y zugeschrieben und wie wird diese eingeteilt?**

4.1.3 Analysetechnik und Kategorien

Die Kategorien wurden im Vorhinein, das heißt in Bezug auf die Fragestellungen und nach einer ersten intensiven Sichtung des Materials erstellt. Mayring nennt diese Vorgehensweise eine „induktive Kategorienbildung“ (Mayring, 2010, S. 69). Im Folgenden wird die erste Version des Kategoriensystems dargestellt:

1. Stellenwert der Familie

- 1.1. Stellenwert der Familie bei der Generation Y
- 1.2. Stellenwert der Familie bei den älteren Generationen

2. Stellenwert von Partnerschaft

- 2.1. Stellenwert von Partnerschaft bei der Generation Y
- 2.2. Stellenwert von Partnerschaft bei den älteren Generationen

3. Stellenwert von Kindern

- 3.1. Stellenwert von Kindern bei der Generation Y
- 3.2. Stellenwert von Kindern bei den älteren Generationen

4. Erziehung

- 4.1. Erziehung bei der Generation Y
- 4.2. Erziehung bei den älteren Generationen

5. Veränderung von Erwartungen im Privatleben

- 5.1. Erwartungen im Privatleben der Generation Y
- 5.2. Erwartungen im Privatleben der älteren Generationen

6. Veränderung von Erwartungen im Berufsleben

- 6.1. Erwartungen der Generation Y
- 6.2. Erwartungen der älteren Generationen

7. Veränderung von Wünschen im Privatleben

- 7.1. Wünsche der Generation Y
- 7.2. Wünsche der älteren Generationen

8. Veränderung von Wünschen im Berufsleben

- 8.1. Wünsche der Generation Y
- 8.2. Wünsche der älteren Generationen

9. Veränderung von Werten im Privatleben

- 9.1. Werte der Generation Y
- 9.2. Werte der älteren Generationen

10. Veränderung von Werten im Berufsleben

- 10.1. Werte der Generation Y
- 10.2. Werte der älteren Generationen

11. Stellenwert der Karriere

- 11.1. Stellenwert der Karriere bei der Generation Y
- 11.2. Stellenwert der Karriere bei den älteren Generationen

12. Stellenwert der Work – Life – Balance

- 12.1. Stellenwert der Work – Life – Balance bei der Generation Y
- 12.2. Stellenwert der Work – Life – Balance bei den älteren Generationen

13. Stellenwert der Statussymbole

- 13.1. Stellenwert der Statussymbole bei der Generation Y
- 13.2. Stellenwert der Statussymbole bei den älteren Generationen

Nach einem ersten Materialdurchlauf, der 15 Zeitungsartikel umfasst hat, wurde das Kategoriensystem wie folgt geändert:

1. Stellenwert des Familien- & Soziallebens bei der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen

- 1.1. Stellenwert der Familie
- 1.2. Stellenwert der Partnerschaft
- 1.3. Stellenwert der Kinder
- 1.4. Veränderungen in der Erziehung

2. Veränderung der Erwartungen/Wünsche/Werte

- 2.1. Generation Y
- 2.2. Ältere Generation

3. Stellenwert der Karriere bei der Generation Y und bei der älteren Generation

- 3.1. Work – Life - Balance
- 3.2. Statussymbole

4. Eigenschaften im Selbst- und Fremdbild

- 4.1. Generation Y
- 4.2. Ältere Generation

5. Einteilung der Generation Y

Der Grund dieser Änderung des Kategoriensystems war, dass die erste Version zu viele Kategorien umfasst hat. Außerdem wurde nach diesem ersten Durchlauf erkannt, dass ein paar der Kategorien auch zusammengefasst werden können. Des Weiteren wurde die Kategorie „Einteilung der Generation Y“ dazu genommen, da die Einteilung der Generation Y in Jahreszahlen und Etiketten in vielen Zeitungsartikeln stark variiert. Zusätzlich wurde auch noch die Kategorie „Eigenschaften im Selbst- und Fremdbild“ gebildet, da in den Artikeln sehr oft Adjektive zu den Generationen fallen, die in den unterschiedlichen Artikeln ebenfalls stark voneinander abweichen.

Nach weiteren Materialdurchläufen, wurde das Kategoriensystem ein weiteres Mal abgeändert, da die Unterkategorien teilweise nicht voneinander abzugrenzen waren und einige „Ankerbeispiele“¹ mehrere Themen vereinten. Die Endversion des Kategoriensystems lautet nun wie folgt:

1. Veränderung des Stellenwerts der Familie und des Soziallebens bei der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen

- 1.1. Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder
- 1.2. Veränderungen in der Erziehung

2. Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y

3. Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens der Generation Y und der älteren Generationen

- 3.1. Work – Life – Balance
- 3.2. Statussymbole

4. Eigenschaften der Generation Y im Selbst- und Fremdbild

5. Einteilung und Etiketten der Generation Y

4.1.4 Ablaufmodell der Analyse

Die Zeitungsartikel wurden ausgedruckt und nacheinander pro Kategorie mit jeweils einer eigenen Farbe nach Ankerbeispielen durchsucht und markiert. Dieser Ablauf wurde bei allen Zeitungsartikeln für alle Kategorien wiederholt.

¹ „Ankerbeispiele“ sind bei einer qualitativen Inhaltsanalyse Beispiele in einem Text, die für eine gewisse Kategorie oder einen gewissen Schwerpunkt besonders bezeichnend sind. Es werden in einem Analyseprozess für die Kategorien

Danach wurden alle Ankerbeispiele aller Zeitungsartikel in einem Dokument zusammengefasst und erneut je nach Kategorie beziehungsweise Unterkategorie markiert. Anschließend wurde für jede Kategorie ein eigenes Dokument erstellt, das die jeweils wichtigsten Aussagen der Ankerbeispiele enthielt.

Alle angeführten Ankerbeispiele wurden pro Kategorie gezählt und im Anschluss wurden die häufigsten Aussagen ausgewertet um darauf aufbauend die wichtigsten zu analysierenden Hauptaussagen zu erstellen.

5 Auswertung und Analyse der Zeitungsartikel

Zum besseren Verständnis wurde ein Diagramm erstellt in dem man sehen kann wie die Kategorien in den 62 Zeitungsartikeln verteilt sind:

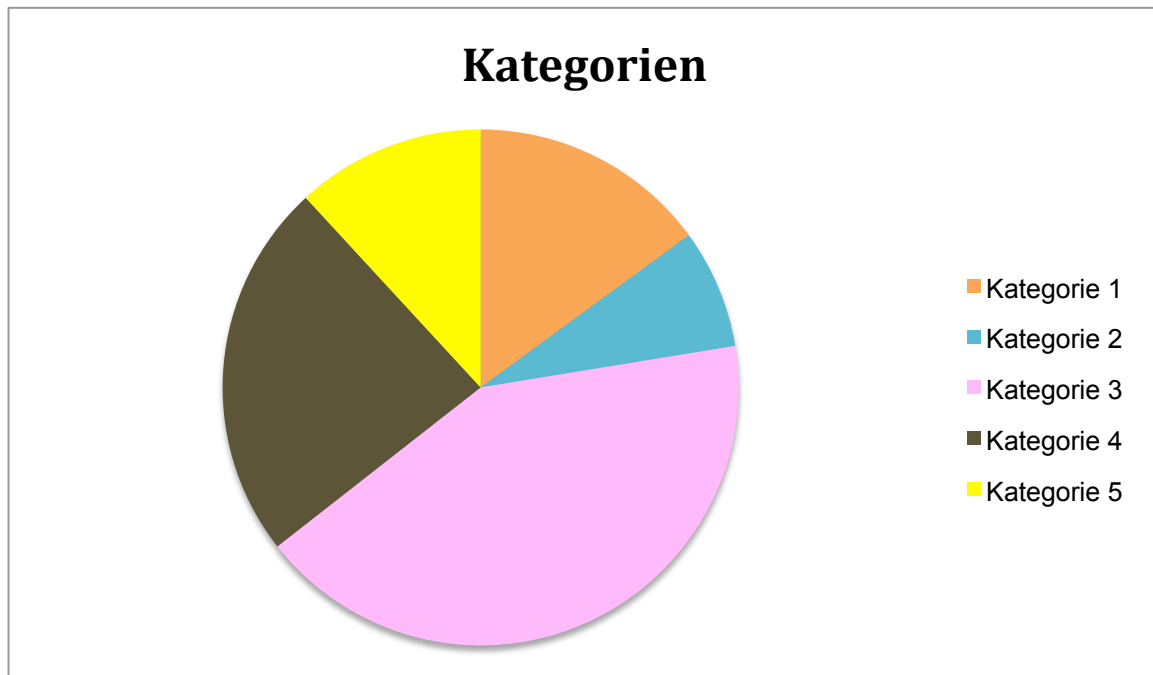


Abbildung 1: Verteilung der Kategorien

Insgesamt gab es in den fünf Kategorien 388 Ankerbeispiele, die sich wie folgt aufteilen:

- Kategorie 1: 58 Ankerbeispiele
- Kategorie 2: 29 Ankerbeispiele
- Kategorie 3: 163 Ankerbeispiele
- Kategorie 4: 92 Ankerbeispiele
- Kategorie 5: 46 Ankerbeispiele

Obwohl Kategorie 1 und Kategorie 3 jeweils zwei Unterkategorien haben, wurden diese in der allgemeinen Auswertung als eine Kategorie gewertet.

5.1 Auswertung und Analyse der Kategorie 1

Die Kategorie 1 beschäftigt sich mit dem Stellenwert der Familie und des Soziallebens der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen.

Kategorie 1 wurde deshalb so gewählt, da sich viele Zeitungsartikel mit den Themen dieser Kategorie auseinandersetzen. Die Schwerpunkte der Kategorie 1 waren 58 Mal in den 62 Zeitungsartikeln vorhanden. Die Unterkategorie „Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder“ war anfangs in jeweils eine Unterkategorie aufgeteilt. Da sich die Inhalte teilweise aber sehr ähneln und in den Ankerbeispielen oft alle drei Themen angesprochen werden, wurden die drei Unterkategorien zu einer zusammengefügt. Das Ziel der Schwerpunktzusammenstellung dieser Kategorie war es zu untersuchen, ob es Unterschiede beziehungsweise Veränderungen zwischen den Generationen gibt oder nicht.

Die Schwerpunkte, die in der folgenden Analyse vorkommen, sind die Beziehung der jungen Menschen zu ihren Eltern, die Einstellung zu Familie, Partnerschaft, Kindern und generell zur Familiengründung. Darüber hinaus beschäftigt sich die Unterkategorie auch noch mit der Veränderung der Erziehung in der letzten Generation und der Erziehung der Generation Y allgemein. In den Medien und Zeitungsartikeln hat man oft den Eindruck, dass ein Bild einer Generation gezeichnet und verbreitet wird, das auch viele Vorurteile und Stereotype enthält. Um diesem gezeichneten Bild auf den Grund zu gehen, wurden die Zeitungsartikel anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring analysiert. Im Hinblick auf die zuvor in Kapitel 4 festgelegten Kategorien für die Analyse wurden die in den Zeitungsartikeln vorkommenden Schwerpunkte mit den Ergebnissen der Shell – Jugendstudie von 2010, der österreichischen Jugend – Wertestudie 2011 sowie mit Daten von Statistik Austria in Kapitel 3 bereits verglichen. Darauf aufbauend wurden zu jeder Kategorie Hauptaussagen angeführt und diese wurden anhand von Ankerbeispielen belegt.

Bei der Auswertung dieser Kategorie wurde auf folgende drei Aussagen speziell eingegangen, da sie am Häufigsten thematisiert werden:

- Die Familie hat bei der Generation Y einen hohen Stellenwert.
- Die Familiengründung wird bei der Generation Y nach hinten verschoben.
- Die Generation Y hat in Hinsicht auf die Partnerschaft biedere Sehnsüchte.

5.1.1 Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder

„Die Familie hat bei der Generation Y einen hohen Stellenwert.“

Einige Zeitungsartikel vermitteln das Bild, dass es bei der Generation Y ein Umdenken in Sachen Familie gibt. Der Familie an sich, so in den Artikeln, wird wieder mehr Bedeutung zugetragen. Die Familie stellt für die jungen Menschen einen sicheren Hafen in einer unsicheren Zeit dar, so die Aussage:

„Die Shell – Studie hat bei den Jugendlichen einen ausgeprägten Familiensinn gefunden. Und die meisten sagen, sie hätten ein gutes Verhältnis zu ihren Eltern. Konflikte und Unsicherheiten gibt es ja trotzdem genug – was soll schlecht daran sein, wenn die Familie den Jugendlichen Halt verspricht?“ (Schultz, 2010).

„Daher wissen wir, dass es auch heute noch Leute gibt, für die Hochzeit, Eigenheim und Kinder ganz oben auf der Wunschliste stehen – weit vor dem Job“ (Olbrisch, 2013).

„Im Vordergrund stünden wieder menschliche Beziehungen - die Familie, das Haus im Grünen“ (Hagen, 2014).

Es wird oft betont, dass vor allem junge Männer der Generation Y heutzutage Wert darauf legen mehr Zeit mit ihrer Familie zu verbringen. Die jungen Menschen von heute, so wird es vermittelt, stellen die Familie an erster Stelle und die Karriere kommt erst dahinter. In den Zeitungsartikeln schwingt mit, dass die Generation Y es anders macht oder machen will als die ältere Generation, also ihre Eltern. Sie wollen mehr Zeit für ihre Kinder haben und sehen den Sinn nicht mehr darin, das Familienleben für die Karriere zu opfern. Die Familie, so die Zeitungsartikel, hat für die Generation Y einen hohen Stellenwert:

„Da ist zum Beispiel Ingo Kucz. Seine vierjährige Tochter schläft nur mit einem Kirschkernkissen auf dem Bauch, und ihre Kindergartenliebe heißt Simon. Ingo Kucz, 32, ist das alles sehr wichtig. Dabei ist er kein Kindergärtner, kein Pädagoge oder Arzt. Kucz arbeitet in der Konzernstrategie der Deutschen Bahn, seine Abteilung ist so etwas wie das ausgelagerte Gehirn des Firmenchefs Rüdiger Grube. Von Montag bis Freitag beschäftigt er sich mit den großen Fragen von morgen. Am Samstag baut er ein Klettergerüst. Morgens vor der Arbeit bringt Kucz seine Tochter in den Kindergarten und ihren einjährigen Bruder zur Tagesmutter. Seine Frau, eine Sonderschulpädagogin, ist da schon bei der Arbeit. Nachmittags um fünf Uhr geht Kucz heim: Er will mit seinen Kindern noch zwei Stunden spielen, sie baden, ihnen vorlesen, bevor er sie zu Bett bringt. Erst in der Nacht setzt er sich noch mal an den Schreibtisch. Ingo Kucz arbeitet Vollzeit, etwa 40 Stunden die Woche, manchmal mehr. ‚Wenn ich bei der Deutschen Bahn nicht so flexibel arbeiten könnte‘, sagt er, ‚würde ich mir einen anderen Job suchen‘ “ (Bund et al., 2013).

„Die Väter von heute wollen keine Wochenend-Papis sein. 92 Prozent sagten, dass ihnen Zeit für die Familie auch unter der Woche sehr wichtig sei. Elternzeit, Sabbaticals, flexible Arbeitszeiten, Homeoffice: Wir sind anspruchsvolle Beschäftigte, die alles möchten und am liebsten alles auf einmal: Beruf plus Freude plus Sinn. Karriere und Familie – und zwar für beide Partner“ (Bund, 2014b).

Die Zeitungsartikel vermitteln die Aussage „Die Familie hat bei der Generation Y einen hohen Stellenwert“ nicht zu Unrecht. In den Artikeln wird vor allem gezeigt, dass es bei der Generation Y ein Umdenken in Bezug auf die Familie gibt. Vergleicht man diese Aussagen mit der Shell - Jugendstudie von 2010 und der österreichischen Jugend - Wertestudie von 2011, so scheinen diese belegt. Es wurde herausgefunden, dass sich in den letzten 20 Jahren die Wichtigkeit der Familie um 12 Prozent und die Wichtigkeit von Freunden und Bekannten um 26 Prozent erhöht hat. Als Grund dafür wird angeführt, dass sich die jungen Menschen ihre Sicherheit im sozialen Umfeld suchen (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 30 - 31):

„In so einer Gesellschaft zu bestehen, ohne zu zerbrechen, ist für Jüngere zu einer eigenen Herausforderung geworden. Es tut ihnen gut, wenn sie dabei auf die Liebe und Förderung ihrer Eltern und auf kluge weitsichtige Lehrer zählen können. Wem dieser Rückhalt jedoch fehlt, der kommt mit der Dynamik des Bildungsbetriebs und des Wirtschaftslebens kaum noch mit“ (Schultz, 2010).

„Junge Leute wollen durchaus etwas erreichen', sagt Jutta Rump, ‚aber nicht mehr zu jedem Preis.' Viele hätten bei ihren Familien gesehen, wohin das führen kann: Burnout, gescheiterte Ehe, keine Zeit für Familie“ (Olbrisch, 2013).

Des Weiteren wird kommuniziert, dass die jungen Menschen offen für neue Familienmodelle sind. Aus den Artikeln ist herauszulesen, dass die neue Generation nicht viel Wert auf die Form der Familie legt:

„Viele Thesen aus den Feuilletons lassen sich hier wissenschaftlich fundiert nachlesen, etwas die optimistische und mitunter sehr selbstbewusste Grundeinstellung der 20- bis 30 Jährigen, ihre Suche nach Sinn und Selbstverwirklichung, [...] und neuen Familienmodellen.“ (Lauer, 2014)

Die Suche nach neuen Familienmodellen ist allerdings keine Neuerscheinung. Wie Sieder bereits aufgezeigt hat, gab es die Suche nach Alternativen zur Ehe und zur Familie schon in den 1970er Jahren, nur haben sich die Varianten an Alternativen in den letzten 20 Jahren vermutlich vermehrt und verändert (Sieder, 1987, S. 270-271).

Abschließend ist zu sagen, dass die in den Zeitungsartikeln kommunizierte Aussage, dass die Familie bei der Generation Y einen hohen Stellenwert genießt, laut den Studien – Ergebnissen richtig ist. Ob das im Speziellen auch eine Neuerscheinung bei den jungen Männern ist, denen in den Artikeln nachgesagt wird, mehr an der Erziehung ihrer Kinder teilnehmen zu wollen, ist eher zu bezweifeln, da nach einer Studie von Statistik

Austria im Jahr 2010 noch immer 93 Prozent der Personen, die ihre Erwerbstätigkeit wegen eines Kindes unterbrechen, Frauen sind (Statistik Austria, 2011, S. 52).

„Die Familiengründung wird bei der Generation Y nach hinten verschoben.“

In den Zeitungsartikeln wird vermittelt, dass die Generation Y erst später Familie gründet. Als Grund wird hier angegeben, dass sich die jungen Leute der Generation Y keine Kinder leisten können oder wollen, vor allem aufgrund der unsicheren Jobsituation. Außerdem wird in den Artikeln dargestellt, dass es heutzutage wohl zu den Eigenschaften der jungen Menschen gehört alles aufzuschieben, eben auch die Familiengründung:

„Die Familiengründung wird nach hinten verschoben, der Vollzeit-Berufseinstieg ebenso“ (Marits, 2014).

„Typisch für die Generation Y ist es übrigens, dass sie den Zeitpunkt der Familiengründung immer weiter aufschieben“ (Martenstein, 2015).

„Natürlich möchten die Kinder der Babyboomer auch selbst gerne Familie. Aber sich nicht wirklich binden. Und schon gar nicht so früh. Und Kinder? Sind leider zu teuer, wie jüngst eine Befragung ergab: Für 67 Prozent der Ypsiloner kosten Kinder schlicht zu viel Geld, weitere 60 Prozent wollen lieber frei und unabhängig sein. Man kann dieser Generation also auch den Buchstaben E verpassen: E für Egoistisch“ (Bok, 2014).

„Kinder wollen wir nur kriegen, wenn die Umstände stimmen. Die Umstände stimmen, wenn überhaupt, erst in zehn Jahren“ (Ide, 2015).

Die Aussage, dass die Familiengründung bei der Generation Y nach hinten verschoben wird, wurde durch die Erhebungen der Statistik Austria und durch weitere Studien, wie die Shell – Jugendstudie von 2010 und die österreichische Jugend – Wertestudie von 2011, belegt. War das Alter bei erstgebärenden Frauen im Jahr 1984 noch 23,8 Jahren, lag es im Jahr 2014 bereits bei 29,1 Jahren (Statistik Austria, 2014a).

In den Artikeln wird aufgezeigt, dass vor allem junge Frauen Angst davor haben zu früh Kinder zu bekommen, da sie keinen sicheren Job haben oder weil Kinder zu teuer sind:

„[...] Wenn ich Pech habe, wird der nächste Vertrag wieder nur auf ein Jahr befristet, verlängerte Probezeit nenne ich das. Alternativen gibt es nicht. Eine Familie zu gründen würde ich mir unter diesen Umständen im Leben nicht zutrauen. Immer noch habe ich das Gefühl, in diesem Schwebezustand zwischen Studium und 'richtigem' Job zu verharren. Und ich hoffe nur inständig, nicht abzustürzen“ (Groll, 2015a).

In den Studien wird diese Angst bestätigt und auch gezeigt, dass vor allem für Frauen das Vereinbaren von Familie und Beruf noch immer schwierig ist. Darüber hinaus wird

kommuniziert, dass sich die jungen Menschen heutzutage auch oft in der Partnerwahl unsicher sind (Albert et al., 2010, S. 43). Die Ergebnisse der Shell – Jugendstudie von 2010 zeigen, dass sich die jungen Menschen heute zwar Kinder wünschen (69 Prozent), die Realisierung dieses Wunsches allerdings oft nicht eintritt (Albert et al., 2010, S. 18). Dies sieht man auch an den erhobenen Daten der Statistik Austria: fast 57 Prozent der jungen Frauen wünschen sich zwar mehr als ein Kind, die realisierte Kinderanzahl liegt aber lediglich bei 0,59 (Statistik Austria, 2012).

„Die Generation Y hat in Hinsicht auf die Partnerschaft biedere Sehnsüchte.“

In den Artikeln wird verbreitet, dass die Generation Y Wert darauf legt in einer schützenden Zweierbeziehung zu leben und somit „biedere Sehnsüchte“ hat. Es wird kommuniziert, dass die jungen Menschen in der heutigen unsicheren Zeit eine Idylle suchen, eine neue Verlässlichkeit. Es wird ein sehr träumerisches und naives Bild der Generation Y gezeichnet:

„Der Bausparvertrag, sagt Hurrelmann, sei unter Jüngeren wieder extrem beliebt. "Wenn wir nach dem Grund fragen, hören wir: Ich möchte später ein Häuschen mit Garten, eine Familie, einen kleinen Hund. Alles sehr biedere Sehnsüchte.“ (Friedrichs, 2015)

„In der neuen Pärchenästhetik ist der Status quo zum Ideal geworden, den man immer weiter verfeinert. Essen, parken, wohnen. Es sind Verben einer ewigen, zirkulären Dynamik, eines romantischen Kreisverkehrs, der sich selbst genügt. Kein Transzendenzstreben steckt in dieser Autopoiesis der Zweisamkeit, keine Mission. Ein selbst gebackenes Dinkelbrot kann schließlich Projekt genug sein“ (Pauer, 2014).

„Man möchte diesen Paaren ihren Frieden und ihre fortwährenden Glückspräsentationen nicht gönnen. Ihrer Fixierung auf die Idylle könnte man einen Rückzug in den geistigen Vorruhestand unterstellen. Doch es liegt auch etwas Rührendes in der Gegenwart, die sie entwerfen: ein Zuhause im altmodischen Sinne, eine Zone der Wärme und der neuen Verlässlichkeit inmitten der kühlen Risikogesellschaft mit ihren Scheidungsstatistiken und befristeten Verträgen. Und ist die Naturverbundenheit, die das Paar inszeniert, nicht tatsächlich das Glück, nach dem sich alle sehnen? Kann man ihnen wirklich böse sein, dafür, dass sie ihren Frieden so unbekümmert ins Schaufenster stellen? Eskapismus, Privatismus, Gartenzwergismus? Sie wollen es sich doch nur schön machen“ (Pauer, 2014).

„Der Staffelpass für Fernsehserien wie *Borgen*, *Homeland*, *House of Cards* ist kein Armutszeugnis für eine Beziehung, in der man sich nichts mehr zu sagen hat. Denn hier wird schon lange nicht mehr einfach nur ferngesehen, um vom Alltag zu fliehen. Jede geschaute Episode bedeutet ein Eintauchen in die Welt zu zweit, ins ritualisierte Zusammensein. Es hat nichts von stumpfem Nebeneinanderherleben, sondern ist eine bewusste gemeinsame Aktivität. Der Inhalt des gemeinsamen Glücks an sich, das, von dem man erzählt, von dem man Bilder auf Instagram und Facebook nach außen dringen lässt“ (Pauer, 2014).

Allerdings wird auch in einigen Artikeln von einer Generation berichtet, die Schwierigkeiten damit hat sich festzulegen, privat wie beruflich, und für die nichts von Dauer ist, auch keine Beziehungen:

„Ihre Bildungs- und Berufswege sind oft verschlungen, die Mobilität wächst, Freunde, Partnerschaft und Karriere müssen miteinander in Einklang gebracht werden“ (Schultz, 2010).

„In unserer Welt ist alles möglich, aber nichts ist von Dauer. Aus Lebenspartnern wurden Lebensabschnittsgefährten“ (Bund, 2014b).

Die Ergebnisse der Studien und Statistiken sagen aus, dass unter den jungen Menschen generell ein positives Bild von Partnerschaft und Familie herrscht. Für 90 Prozent der jungen Menschen scheint es sehr wichtig zu sein einen Partner zu haben (Albert et al., 2010, S. 196 - 197). Des Weiteren wird in der Literatur vermittelt, dass die Generation Y allen Partnerschaftsmodellen gegenüber sehr aufgeschlossen ist (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 33 - 34). Davon ist in den analysierten Zeitungsartikeln allerdings nichts zu lesen, es wird nur die Offenheit gegenüber neuen Familienmodelle erwähnt.

5.1.2 Veränderungen in der Erziehung

Auch in dieser Unterkategorie liegt der Fokus auf den folgenden drei Aussagen, die in den Artikeln am Häufigsten vorkommen:

- Die Erziehung hat sich verändert.
- Die Eltern der Generation Y sind „Helikopter – Eltern“.
- Die Generation Y wurde von ihren Eltern verwöhnt.

„Die Erziehung hat sich verändert“

In den Zeitungsartikeln wird eindeutig beschrieben, dass sich in der Erziehungseinstellung etwas geändert hat. Die Eltern der Generation Y haben das „Prinzip der langen Leine“ angewandt, vermutlich weil sie es selbst nicht hatten. Die Beziehung zwischen den Eltern und den Mitgliedern der Generation Y, so wird es vermittelt, ist eine freundschaftliche und eher gleichgestellte:

„Die Erwachsenen sind jugendlicher geworden, und die Kinder werden früher erwachsen. Mutter und Tochter hören gemeinsam Lady Gaga, Vater und Sohn sitzen zusammen an der Spielkonsole“ (Schultz, 2010).

„Welche Regeln es bei uns zu Hause früher gab?’ Gertrud Heidenfelder muss überlegen. So richtig will ihr nichts einfallen. ‚Ich habe meine Kinder immer an der langen Leine gelassen’, sagt die 62 Jahre alte Lehrerin aus einer unterfränkischen Kleinstadt bezüglich ihrer Tochter Eva (29 Jahre, Journalistin) und ihres Sohns Jonas (26 Jahre, Student der Luft- und Raumfahrttechnik). ‚Natürlich gab es mal Verbote, aber dann eher situationsbezogen.’ Keine festen Zubettgehzeiten, kein Zwang, morgens das Frühstücksgeschirr wegzuräumen, keine Hausaufgabenkontrollen. ‚Meine eigene Mutter hat damals in ihrer Erziehung viel stärker darauf geachtet, was andere Leute über unsere Familie denken würden, wie die Dinge nach außen wirken’, erinnert sich Heidenfelder. ‚Das wollte ich bei meinen Kindern nicht wiederholen“ (Bös, 2013a).

Allerdings wird auch aufgezeigt, dass die Generation Y unselbstständiger ist, weil sie später auszieht. Des Weiteren wird darauf hingewiesen, dass die Mitglieder der Generation Y Wert darauf legen, selbst Anteil am Familienleben zu haben:

„Mitte/Ende 20 wohnt immer noch ein großer Teil zu Hause bei den Eltern“ (Marits, 2014).

„Der Wandel in den Einstellungen wird vor allem an den jungen Vätern sichtbar. Sie wollen heute nicht mehr nur Ernährer sein, sondern auch Erzieher. Noch nie seit Einführung des Elterngelds im Jahr 2007 haben mehr Väter Elternzeit genommen: Zuletzt hat sie mehr als jeder vierte genutzt“ (Bund, 2014b).

Die Zeitungsartikel sprechen von einer Veränderung in der Erziehung. Diese Aussage kann, wenn man sich auf die vorliegenden Studien bezieht, nicht komplett untermauert werden. Klar ist nur, dass die heutigen jungen Menschen, jedenfalls in den oberen sozialen Schichten, größtenteils sehr liberal erzogen wurden. Viele sind mit dem Erziehungsstil ihrer Eltern zufrieden. Des Weiteren wird festgestellt, dass die Beziehung zwischen den Eltern und den Kindern eine freundschaftliche und partnerschaftliche wurde, was in den vorherigen Generationen vermutlich nicht der Fall war (Albert et al., 2010, S. 63 - 65).

„Die Eltern der Generation Y sind ‚Helikopter – Eltern’“

Hier kann man eine große Widersprüchlichkeit herauslesen. Wird in vielen Zeitungsartikeln die Erziehungsmethode der „langen Leine“ als vorherrschend beschrieben, kommunizieren andere AutorInnen die Existenz der „Helikopter – Eltern“ als weit verbreitet. Der Begriff „Helikopter – Eltern“ soll bedeuten, dass die Eltern der Generation Y sehr fürsorglich und eben auch sehr bestimmend sind. Sie lassen ihre Kinder kaum aus den Augen, obwohl diese schon erwachsen sind und wollen noch immer in deren Leben mitwirken:

„Das sind die Kinder der Helikopter – Eltern, denen früh eingetrichtert wurde, dass sie vor allem Rechte haben. Von Pflichten spricht man nicht“ (Bok, 2014).

„Etliche Eltern hätten unterwegs vergessen, die Kinder in eine altersgemäße Selbständigkeit zu führen oder auch loslassen zu können. Das berichten viele Studien- und Berufsberater. Die Eltern wollten zunehmend dabei sein, wenn der Nachwuchs an die Uni geht, besuchen den Elternkongress auf der Berufsmesse oder den Elterninformationstag auf dem Hochschulcampus. So mancher Uni-Mitarbeiter spricht da in genervtem Ton von den ‚Helicopter-Parents‘, die wie Hubschrauber über ihrem zum Teil schon erwachsenen Nachwuchs kreisen und alles immer noch eine Spur genauer wissen wollen“ (Bös, 2013a).

„Sie hatten immer schon die Wahl. Von Geburt an wurden sie von der Generation X ihrer Eltern gefördert und gefeiert. Die volle Aufmerksamkeit ihrer ‚Helikopter-Eltern‘ war ihnen gewiss. Schon als Hosenmatze durften sie mitentscheiden, wohin die Familie in Urlaub fährt oder welches Auto angeschafft wird. Sie sind daran gewöhnt, sich entfalten und verwirklichen zu dürfen“ (Bund et al., 2013).

In den Zeitungsartikeln wird das Phänomen der „Helikopter – Eltern“ generalisiert und es wird vermittelt, dass alle Eltern der Generation Y so sind. Ebenfalls wird den Lesern gesagt, dass die Generation Y durch das Verhalten ihrer sehr fürsorglichen Eltern unselbstständig und verwöhnt geworden ist. Es wird von einer verzogenen Generation Y berichtet. Die Existenz der „Helikopter – Eltern“ wird in diesen Artikeln sehr generalisiert und kann weder durch Studien noch durch Statistiken belegt werden.

„Die Generation Y wurde von ihren Eltern verwöhnt.“

In den Zeitungsartikeln ist die Verwöhntheit der Generation Y ein großes Thema. Laut diesen Artikeln wurde den Mitgliedern der Generation Y von ihren Eltern eingetrichtert, dass sie etwas Besseres seien und sie den Mittelpunkt der Welt darstellen:

„Die Kinder der Babyboomer bekommen von allen Seiten zu hören: ‚Ihr seid die Fachkräfte von morgen. Wir brauchen Euch ganz dringend.‘ Das stärkt natürlich das Selbstbewusstsein und das Auftreten. Sie sind es gewohnt, dass ihre Wünsche erfüllt werden“ (Bok, 2014).

„Schuld daran sind unter anderem diejenigen, die immer unser Bestes wollen: unsere Eltern. Ihr seid so viele, dass keine unserer Rebellionen je mehr als eine Minderheitenbewegung sein kann. Ihr habt uns auf eine watteweiche Welt vorbereitet, die es so leider nicht mehr gibt. Ihr habt uns mit Liebe überschüttet: ‚Du bist was ganz Besonderes‘, ‚Dir stehen alle Türen offen‘, das waren die Mantren unserer Kindheit. Als Achtjähriger fragte ich meinen Vater nach möglichen Traumberufen. ‚Du kannst alles werden, was du willst‘, antwortete er. Das gefiel mir. Bundeskanzler, Auslandskorrespondent, Künstler, Seeräuber – jede Woche eine neue Idee. Ich träumte von einer weißen Villa in Spanien, einer Weltreise oder einer Straße, die nach mir benannt wird“ (Ide, 2015).

„Dorsey sieht in der Generation ‚ein um drei bis fünf Jahre verzögertes Erwachsenwerden‘, das sich darin zeige, dass sie länger studieren und später Familien gründen. Viele amerikanische Millennials seien von wohlmeinenden Eltern verwöhnt worden, die wollten, dass ihre Kinder es leichter haben. Auch das erkläre die hohen Erwartungshaltungen“ (Lindner et al., 2013).

Durch ihre Erziehung, so die Aussage der Artikel, kam es bei den jungen Menschen dazu, dass sie denken, alles erreichen zu können und dass alles gut werden wird, auch wenn sie sich dafür nicht sehr anstrengen:

„Das wichtigste für Lucies² Schicksalsgebeutelten Großeltern war finanzielle Sicherheit. Ihren Kindern predigten sie, praktische, sichere Lebenswege einzuschlagen. Sie wollten, dass es ihren Kindern besser ginge als ihnen selbst. Sie sollten keine Dürreperioden erleben. Ihr Leben, so stellten sie es sich vor, sollte einer grünen Wiese gleichen [...] Nachdem sie mit ihrer unerträglichen Hippie – Phase durch waren, kümmerten sich Lucies Eltern also um ihre Karriere. Und siehe da- die 70er, 80er und 90er Jahre brachten einen großen wirtschaftlichen Wohlstand mit sich. Lucies Eltern erreichten mehr, als sie erwartet hatten und so waren sie zufrieden und optimistisch [...] Ihre Erfahrung, dass es besser kommt, als man glaubt, gaben Lucies Eltern an Lucy weiter. Babyboomer rund um die Welt erklärten ihren Kindern, dass sie werden können, was sie nur wollen und dass ihnen alle Möglichkeiten offen stehen. Die Babyboomer - Kinder wuchsen auf mit der Überzeugung, Mittelpunkt einer ganz besonderen Geschichte zu sein [...] Es kommt noch etwas hinzu: Lucies Eltern impften ihrer Tochter die Überzeugung ein, etwas ganz, ganz besonderes zu sein“ (Urban, 2014).

„Eine Generation, die vor lauter Harmonie mit den Eltern nicht mehr weiß, wie man widerspricht und eine eigene Vorstellung vom richtigen Leben entwirft. Eine Generation, die die Wünsche ihrer Eltern und des Arbeitsmarktes so sehr verinnerlicht, dass der uralte Generationenkonflikt, der mit seiner schöpferischen Dialektik die Gesellschaft immer wieder erneuert hat, sich in lebloser Harmonie auflöst“ (Povel, 2013).

„Ein solcher Erziehungsstil sei typisch für die Eltern der Generation Y, sagt der Erziehungswissenschaftler Albert Wunsch. Doch nicht immer wirke die ‚lange Leine‘ so positiv, insbesondere dann nicht, wenn die Eltern ihre Kinder gleichzeitig allzu sehr verwöhnten. Vielen der nach 1980 Geborenen sei das Leben auf dem Silbertablett serviert worden, glaubt Wunsch. ‚Sie haben selten die Konsequenzen ihres Verhaltens voll zu spüren bekommen. Bei einer Faulheits-Fünf in Mathe gab es im Zweifel keine Auseinandersetzung oder klare Lernzielvereinbarung, sondern lieber eine elterlich finanzierte Nachhilfe‘“ (Bös, 2013a).

Die AutorInnen schildern, dass die jungen Menschen der Generation Y alle glauben im Zentrum zu stehen und mehr zu können als alle anderen, obwohl das vermutlich eher nicht der Fall ist:

„Lucy gehört zur Generation Y. Und sie ist der Überzeugung, Mittelpunkt einer ganz besonderen Geschichte zu sein“ (Urban, 2014).

² Lucie ist der fiktive Hauptcharakter des Artikels „Warum die Generation Y so unglücklich ist“ von Tim Urban. Lucie stellt eine Vertreterin der Generation Y dar.

5.2 Auswertung und Analyse der Kategorie 2

Es gab in den 62 Zeitungsartikeln 29 Ankerbeispiele in der Kategorie 2, die sich mit den Erwartungen, Wünschen und Werten der Generation Y befassen.

In der Kategorie 2 wurden 2 Hauptaussagen ermittelt:

- Die Generation Y ist stark wertorientiert.
- Die Generation Y ist ihr eigenes Leben betreffend zuversichtlich und hat hohe Erwartungen an das Leben.

5.2.1 Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y

„Die Generation Y ist stark wertorientiert.“

Die traditionellen Werte erleben bei den jungen Menschen heutzutage wieder einen Aufschwung, jedenfalls wird dies von den AutorInnen so kommuniziert:

„Die Bereitschaft, sich sozial zu engagieren, in Vereinen mitzuarbeiten und auf konkrete Verbesserungen der Gesellschaft hinzuwirken, ist bei den Jugendlichen jedenfalls noch immer hoch“ (Schultz, 2010).

„Mit 30 Prozent setzt die größte Gruppe dabei auf traditionelle Werte. Ihr Antrieb ist der Aufbau einer soliden Lebensgrundlage- und die Suche nach Sicherheit“ (Römer, 2014).

In den Artikeln wird die Generation Y als eine Generation beschrieben, die nach etwas Sinnvollem im Leben sucht und sich selbst verwirklichen will, im Berufs- sowie im Privatleben. Die jungen Menschen heutzutage wollen das Gefühl haben, dass alles, was sie machen, einen Sinn hat. Außerdem wird vermittelt, dass der Generation Y Werte wie Glück, Sinn, Selbstverwirklichung, Sicherheit, Loyalität und Familie sehr wichtig sind:

„Anders als das stereotype Image einer Generation Y, die risikobereit, völlig unabhängig und digital bestens vernetzt ist, stellen sich die jungen Menschen zwar tatsächlich als digital vernetzt, dafür aber stark wertorientiert dar: Sinn, Loyalität und Sicherheit seien, so die Umfrageergebnisse, sehr wichtig“ (Aichinger, 2013).

„Das Psychologenteam des Forschungsinstituts Rheingold aus Köln hat kürzlich in 100 zweistündigen Interviews junge Erwachsene nach ihren Wünschen und Überzeugungen befragt. Das Ergebnis: ‚Angesichts einer als zerrissen und brüchig erlebten Lebenswirklichkeit sehnt sich die Jugend nach Stabilität. Sicherheit und Kontrolle findet sie in der Flucht in eine abgesteckte, verlässliche Biedermeier-Welt.‘ Ob Schrebergarten, Schrankwand oder Beamtenlaufbahn: ‚All das, was die Jugendlichen der siebziger Jahre noch aufbrachte, was ihnen Symbol einer bornierten, betonierten Welt war, wirkt in den Augen der Jungen heute begehrenswert.‘ Das sagt der Studienleiter Stephan Grünewald. ‚Das Lebensgefühl, mit dem die Jüngeren aufgewachsen sind, ist ein ganz anderes:

Früher wirkte die Welt vernagelt, heute ist sie instabil“ (Friedrichs, 2015).

„Fragt man Deutschlands Absolventen nach ihren Werten und Zielen im Leben, sind ihre Wünsche eindeutig: Für knapp drei Viertel sind Familie und Freunde das Wichtigste im Leben“ (FAZ, 2015c).

„Nur 21 Prozent geben die typischen Werte der Generation Y an: Sie legen in erster Linie darauf Wert, sich wohl zu fühlen. Eine klare Zukunftsvision haben sie dabei nicht, ihnen ist Selbstständigkeit, Mobilität und Veränderung wichtig“ (Römer, 2014)

„Diese Generation möchte nicht nur gutes Geld verdienen, sondern ‚etwas Sinnvolles‘ tun. Irgendwie erinnern die Stereotypen, die über die Generation Why verbreitet werden, an das Ideal vom besseren Menschen“ (Bok, 2014).

„Zufriedenheit aber erfährt man in Werten wie Glück, Sinn und Selbstverwirklichung. Deshalb wird genau dafür Zeit geschaffen“ (Bartz & Schmutzer, 2014).

Die Grundaussage der Zeitungsartikel, „Die Generation Y ist stark wertorientiert“, stimmt einerseits, da die jungen Menschen heute stark auf traditionelle Werte wie Sinn, Loyalität, Stabilität, Sicherheit, Selbstständigkeit und soziale Beziehungen wie Freunde und Familie setzen (siehe Kapitel 3.3.3.). Andererseits sind die jungen Menschen heute auch sogenannte „pragmatische Individualisten“, das heißt, dass ihr persönlicher Erfolg im Mittelpunkt steht und sie das Beste aus ihrer Situation machen wollen (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 4 - 6).

„Die Generation Y ist ihr eigenes Leben betreffend zuversichtlich und hat hohe Erwartungen an das Leben.“

Die AutorInnen dieser Artikel zeigen, dass die jungen Menschen heute, trotz der unsicheren Situation in der Gesellschaft, die Zuversicht nicht verloren haben und trotzdem denken, dass ihre Zukunft unter einem guten Stern steht. Darüber hinaus kommunizieren diese Artikel eine Generation Y, die hohe Erwartungen an die eigene Zukunft und an eine Welt hat, in der alles möglich scheint:

„Sie sind es gewohnt, dass ihre Wünsche erfüllt werden“ (Bok, 2014).

„Glücklicherweise bewahren sich viele Jugendliche ihre Zuversicht auch in rauen Zeiten. Die Wirtschafts- und Finanzkrise hat sie offenbar kaum verunsichert. [...] Allerdings hängen Zufriedenheit und Zuversicht zunehmend davon ab, welcher sozialen Schicht die Jugendlichen angehören“ (Schultz, 2010).

„Wir glauben immer noch daran, dass sich alles ändern wird, wenn wir groß sind. Heute träumen wir davon, nach dem Praktikum übernommen zu werden. Endlich eine eigene Wohnung statt eines WG-Zimmers mieten zu können“ (Ide, 2015).

„So entstand bei den GYPSYs³ eine entsetzliche Erwartungshaltung. Oder anders gesagt: Ihr Gras sollte nicht nur satt und grün sein, wie das ihrer Eltern. GYPSYs wollen eine Blumenwiese!“ (Urban, 2014).

„Nichts ist unmöglich - die heute Um-die-Dreißigjährigen sind mit dem Toyota-Slogan groß geworden. Sie hatten die freie Wahl, welchen Beruf sie ergreifen wollten, und auch in ihrem Arbeitsleben schöpfen sie aus dem Vollen. Wo sie sich in fünf oder zehn Jahren sehen, die beliebte Frage von Personalern in Vorstellungsgesprächen, können sie schwerlich beantworten. Es gibt so viele Optionen - und wer weiß schon, was die Zukunft bringt?“ (Löhr, 2013).

Der Aussage der Zeitungsartikel: „Die Generation Y ist ihr eigenes Leben betreffend zuversichtlich und hat hohe Erwartungen an das Leben“ kann zugestimmt werden. Vor allem die jungen ÖsterreicherInnen sind, was ihre eigene persönliche Zukunft betrifft, weitgehend optimistisch (64 Prozent). Allerdings sind die jungen Menschen was die gesellschaftliche Zukunft anbelangt eher pessimistisch gestimmt (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 25-29).

5.3 Auswertung und Analyse der Kategorie 3

In der Kategorie 3 gab es in den 62 Zeitungsartikeln insgesamt 163 Ankerbeispiele, die sich mit der Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens der Generation Y und der älteren Generationen befassen. In dieser Oberkategorie wurden die folgenden drei Hauptaussagen festgelegt:

- Statt Karriere will die Generation Y lieber „etwas Sinnvolles“ machen.
- Die Generation Y hat hohe Erwartungen an das Berufsleben und an die Unternehmen.
- Die Generation Y steht unter Druck.

5.3.1 Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens der Generation Y und der älteren Generationen

³ GYPSY= Generation Y Protagonist & Special Yuppies, ist eine Bezeichnung für die Generation Y die dem Artikel „Warum die Generation Y so unglücklich ist“ von Tim Urban, entstammt.

„Statt Karriere will die Generation Y lieber ‚etwas Sinnvolles‘ machen.“

In den Artikeln wird kommuniziert, dass die Generation Y nicht bereit ist für viel Geld oder eine Karriere ihr Leben zu opfern. Eine Führungsposition zu übernehmen oder eine gute Karriere zu machen steht für die Generation Y nicht mehr an erster Stelle, die Generation Y will lieber etwas Sinnvolles machen, so die Artikel:

„Gerne von Personalmanagern, sorry: Human Resource Managern, die sich auf Recruiting – Kongressen von angegrauten Jugendforschern bestätigen lassen, wie schwierig diese neuen Mitarbeiter sind und wie viele Seminare man noch besuchen muss, um die ‚Führungskräfte von morgen‘, die gar keine sein wollen, richtig zu betütteln“ (Bok, 2014).

„Karriere ist nicht so wichtig. Das weiß auch die Psychologin Tatjana Schnell. 60 Prozent würden auf einen Karrieresprung verzichten, wenn sie dafür mehr Sinn in ihrer Arbeit sehen, zitiert sie eine Studie. ‚Geld ist nicht mehr so wichtig‘, sagt Schnell [...].Die Frage über Sinn und Freude an der Arbeit ist übrigens keine Zivilisationskrankheit des 21. Jahrhunderts. Sie beschäftigt Lenker und Denker seit Jahrhunderten. ‚Arbeit ist das reinste Vergnügen. Aber der Mensch ist nicht nur zum Vergnügen auf der Welt‘, heißt es bereits bei Johann Nestroy“ (Hierländer & Hofer, 2013).

„Denn ein 30-Jähriger tickt heute ganz anders als vor zehn oder 15 Jahren. Immer seltener kann man ihn mit Geld oder Karrieresprung an ein Unternehmen binden. Denn selbst in der Krise sind sogenannte ‚High Potentials‘ rar und gefragt. Doch die wollen zwischendurch ein anderes Land kennenlernen, eine Shiatsu-Ausbildung machen oder einfach nur ‚mehr erleben‘“ (Hierländer & Hofer, 2013).

„Erfolg und Karriere folgen auf Platz zwei der Rangliste: Für 56 Prozent ist Erfolg bei der Arbeit ein wichtiges Ziel. Ein Viertel der Befragten legt besonderen Wert darauf, sich selbst verwirklichen zu können. Das ist den jungen Menschen deutlich wichtiger, als zur Führungskraft aufzusteigen: Nur 13 Prozent formulieren das Ziel, Verantwortung zu übernehmen“ (FAZ, 2015c).

„Als das charakteristische Merkmal der Generation Y gilt ihr mangelnder Wille zum Aufstieg. Karriere? Jahrelang schufteten, Überstunden schieben, die Familie kaum sehen, Urlaube abrechen, um zu einem wichtigen Projekt zu eilen, alles in der vagen Hoffnung, sich auf der Karriereleiter nach oben zu dienen? Nein, danke, sagen sich viele Berufseinsteiger“ (Löhr, 2013).

„Nur 25 Prozent der Leaders of Tomorrow streben einen Führungsposten mit Autorität und großem Team an. Die Mehrheit der Befragten - 44 Prozent - möchte später lieber als angesehener Experte im eigenen Fachgebiet arbeiten“ (Hagen, 2015).

„Im Kern geht es dem Yuccie immer um Bestätigung. Er nimmt in Kauf, weniger Geld zu verdienen, wenn der Job ihm Bestätigung gibt. Er will wissen, dass sein Talent ausgeschöpft wird. Dass er einen Fußabdruck hinterlässt, egal wo, egal wie groß – Hauptsache, er stammt von ihm“ (Stremmel, 2015).

Für die Generation Y ist es wichtiger, in der Arbeit einen Sinn zu sehen, sich selbst zu verwirklichen und vor allem am Familien- und Sozialleben teilzunehmen. Es wird in diesen vielen Auszügen der Artikel vermittelt, dass die Generation Y andere Schwerpunkte in ihrem Leben setzt als die Generation ihrer Eltern:

„Die Bereitschaft, sich zu Tode zu arbeiten, ist in der heutigen Generation gesunken. Es regiert eine Art Neo-Biedermeier“ (Hagen, 2014).

„Wir sind keine Generation aus Karriereverweigerern, wir definieren Karriere bloß anders als frühere Generationen. Bisher wurde Leistung mit Aufstieg belohnt. Wer gut war in seinem Job (oder es seinen Vorgesetzten glauben machte), bekam ein eigenes Team, später eine eigene Abteilung, bis er irgendwann in der Geschäftsleitung saß. Beförderung hieß mehr Verantwortung, mehr Macht, mehr Mitarbeiter. Erfolg wurde über die Zahl der Untergebenen definiert. Junge Leute wollen heute zwar Verantwortung übernehmen, aber nicht mehr unbedingt führen. Viele sind an der Sache interessiert, aber nicht so sehr an der Macht. Sie wollen sich weiterhin als Experten in eine Materie vertiefen können, statt als Manager nur noch in Meetings zu sitzen. Das verändert die Karrierewege in Unternehmen“ (Bund, 2014b).

„Nicht dass Kucz keine Lust auf Karriere hätte, er promoviert sogar noch nebenher in Soziologie. ‚Ich bin bloß nicht bereit, für Job und Status mein Leben zu opfern.‘ Der junge Familienvater gehört zu einer neuen Generation von Berufstätigen. Einer Generation, die etwas anderes will: anders arbeiten, anders leben, anders sein“ (Bund et al., 2013).

„Wie fügt sich die Arbeit eines Unternehmens in die Gesellschaft ein? Verbessern die Produkte das Leben der Menschen nachhaltig? Und wie wirken sie sich auf die Umwelt aus? Die Generation Y will kein kleines Rädchen in einem ominösen Getriebe sein, sondern wissen, wofür ihre Arbeit gut ist. Die modernen Weltverbesserer kommen ohne Jute-Aktivismus aus“ (Löhr, 2013).

„Was sind die Treiber für die Führungskräfte der Zukunft? Auch hier zunächst Einigkeit zwischen den Generationen: ‚persönliche Weiterentwicklung‘ und ‚Spaß bei der Arbeit‘. Danach gehen die Einschätzungen wieder auseinander: Während die HR-Chefs den Vertretern der Generation Y ‚Karrieremöglichkeiten‘ als nächstwichtigsten Treiber zuschreibt, geben die GenYs selbst ‚sinnvolle Aufgaben‘ an“ (Aichinger, 2013).

„Rob Orchard erzählt, er habe Fluchtgedanken gehegt und sich gesagt: ‚Werd Gärtner oder Gitarrenlehrer, dann machst du was Sinnvolles und kriegst dein Leben wieder unter Kontrolle‘“ (Friedrichs, 2015).

Der Aussage der Zeitungsartikel: „Statt Karriere will die Generation Y lieber etwas Sinnvolles machen“, kann nicht vollends zugestimmt werden. Die jungen Menschen heutzutage sind zwar nicht mehr so stark karriereorientiert, wie in den vorherigen Generationen, allerdings kommt es stark auf die sozialen Schichten an. In den unteren sozialen Schichten ist die Meinung, dass hinter der Karriere und Ausbildung alles zurückstehen muss, mehr verbreitet als in den oberen sozialen Schichten. Dennoch ist dieser Themenschwerpunkt ein sehr ambivalenter (Albert et al., 2010, S. 221).

„Die Generation Y hat hohe Erwartungen an das Berufsleben und an die Unternehmen.“

In den Zeitungsartikeln wird dargestellt, dass die Generation Y hohe Erwartungen an sich selbst, den Job und die Firma, in der dieser ausgeübt wird, hat. Außerdem heißt es, dass sich die Generation Y aussuchen kann, wo sie arbeiten will, weil sich die Firmen nach der gut ausgebildeten Generation Y sehnen:

„Ein GYPSY will viel mehr von seinem Beruf, als bloß Sicherheit und Wohlstand. Während die Baby Boomer bestenfalls den amerikanischen Standardtraum leben wollten, möchten GYPSYs ihren eigenen, großartigen, ganz persönlichen Traum leben“ (Urban, 2014).

„Die gute Nachricht für Unternehmen ist: Entgegen der Vorurteile über die Generation Y brauchen sie nicht zu fürchten, dass ihnen die ambitionierten Nachwuchskräfte ausgehen werden: Die Generation Y ist in ihrer Mehrzahl leistungswillig und sehr zielstrebig“, so Roman Diehl, Geschäftsführer von Consulting Cum Laude. „Die Kehrseite der Medaille: Viele Unternehmen müssen grundlegend an ihrer Unternehmenskultur arbeiten. Ohne einen partizipativen Führungsstil und ein wertschätzendes, offenes Betriebsklima verspielen Unternehmen das Potenzial der Generation Y und werden sich im Wettbewerb um die besonders begehrten Fachkräfte nicht durchsetzen können“ (Der Standard, 2014a).

„Überdies legen, wie Michael Hies, Geschäftsführer von e-fellows.net, ergänzend erklärt, die Vertreter dieser Generation großen Wert darauf, dass das Unternehmen innovativ ist, attraktive Produkte und Dienstleistungen anbietet und die Mitarbeiter die gleichen Werte und Einstellungen teilen“ (Der Standard, 2014c).

„Was diese Generation der nach 1980 Geborenen sehr wahrscheinlich besser kann als die Generationen davor, ist, klar zu formulieren, was sie für den gewünschten Einsatz auf Arbeitgeberseite im Gegenzug für sich fordert, so formulierte es Iris-Sabine Bergmann, Leiterin der Abteilung Personalrecruiting und Organisationsentwicklerin bei der Bawag PSK als eine der geladenen Führungskräfte“ (Der Standard, 2013b).

„Führungspartner statt Kommandeur, Ermöglicher statt Alleinherrscher: Ein neuer Cheftypus ist großes Thema. Einer, der auf Augenhöhe kommuniziert, der sich wirklich als Teil des Teams sieht, der Wertschätzung und Anerkennung nicht nur schreiben, sondern auch leben kann. Einer, der nicht in kaltem Narzissmus die anderen opfert und zusammenbrechen lässt, sondern fördert. Einer mit Gewissen. Ankommen soll dieser Neue durch die Generation Y (nach 1980 Geborene), die sich die alte Hierarchie nicht mehr gefallen lassen - entweder zu solchen Firmen gar nicht gehen oder schnell wieder weg sind“ (Bauer, 2013b).

Es wird vermittelt, dass es der Generation Y wichtig ist, welche Ziele ein Unternehmen hat und wofür dieses steht. Des Weiteren ist den jungen Menschen, laut den Artikeln, wichtig, dass die Arbeitsatmosphäre stimmt, Wertschätzung vorhanden ist und dass ein gutes Klima mit den Vorgesetzten herrscht:

„Wertschätzung, flexible Arbeitszeiten und einen Job, der Raum für ein Privatleben lässt. Das sind Punkte, die von ihrem Beruf erwarten. Viele Millennials, ein anderer Ausdruck für die Generation Y, sind nicht mehr davon überzeugt, dass es sich lohnt, zu Beginn der Karriere auf private Bedürfnisse zu verzichten um dafür später den Lohn in Form einer gut dotierten Position zu ernten“ (Der Standard, 2013a).

„Erstmals sei auch sehr wichtig, wofür das eigene Unternehmen stehe. Ypsilons gäben sich selten damit zufrieden, am Rand zu sitzen und zuzusehen, erklärt Pechmann. Sie legen viel Wert darauf, sozial und wertschätzend in ein Unternehmen eingebunden zu werden“ (APA, 2012).

„Sie haben hohe Ansprüche an sich, an den Job, die Firma“ (Bauer, 2008).

Zwar war in diesem Themenschwerpunkt die Aussage „Die Generation Y hat hohe Erwartungen an das Berufsleben und an die Unternehmen“ am Häufigsten in den Zeitungsartikeln zu finden, allerdings wurde auch oft auch genau das Gegenteil berichtet, nämlich, dass die jungen Menschen sich nicht aussuchen können wo sie arbeiten und Angst um ihre Zukunft haben:

„Gewerkschaftsstudien haben diese Thesen noch nie belegt. Stattdessen zeichnen Untersuchungen des Deutschen Gewerkschaftsbundes eher ein Bild einer prekär beschäftigten Generation, die sich den Einstieg auf dem Arbeitsmarkt hart erkämpfen muss. Die vielfach nur Leiharbeit, Minijobs, unfreiwillig Teilzeit und befristete Verträge bekommt. Und die deshalb den Zeitpunkt für die Familiengründung immer weiter aufschiebt. So zeigt etwa eine Studie im Auftrag von IBM, dass für die Jungen finanzielle Sicherheit und Arbeitsplatzsicherheit die maßgeblichen Faktoren bei der Wahl des Arbeitgebers sind. Von einem Wunsch, super flexibel zu arbeiten, kann nicht die Rede sein. Auch der DGB-Index Gute Arbeit für junge Beschäftigte zeigt, wie sehr sich die jungen Beschäftigten nach einem sicheren Job sehnen, in dem sie ein ausreichendes Einkommen erwirtschaften“ (Groll, 2015b).

„Jeder Fünfte macht sich ständig Sorgen um seine berufliche Zukunft. Jeder Dritte schleppt sich aus Sorge um den Arbeitsplatz sogar krank zur Arbeit. Dabei ist es den meisten egal, ob ihr Arbeitsplatz sie mit Sinn erfüllt. Die Berufsanfänger möchten zwar wissen, warum sie eine Tätigkeit ausüben sollen – aber kündigen, nur weil sie auf ihrem Arbeitsplatz nicht unmittelbar zum Weltfrieden beitragen können, würden sie nicht, zeigt die IBM-Untersuchung. Viel wichtiger ist der jungen Generation, überhaupt erst einmal den Einstieg in den Arbeitsmarkt zu finden“ (Groll, 2015b).

„Userin qualia wirbt für den Ausstieg. „Als promovierte Akademikerin hatte ich noch nie einen unbefristeten Arbeitsvertrag und die ständige Unsicherheit, Überstunden und Stress haben mir meine psychische Gesundheit ziemlich ruiniert. Ich bereite jetzt meinen Ausstieg aus der Karrierearbeitswelt vor, der Lebensstandard wird auf das Allernötigste reduziert, sodass ich per anspruchlosen Teilzeit-Nebenjobs und Wohnungsuntervermietung an Touristen auch das Nötigste zusammenkratzen kann. Seit ich das so für mich beschlossen habe, interessieren mich auch die vergifteten Vertragsangebote meiner Arbeitgeber nicht mehr. Es ist doch irgendwie beruhigend, dass mich die Aussicht auf noch mehr Arbeit und Stress nicht mehr zu Hoffnungen verleitet, meine wertvolle Energie und Lebenszeit nicht für sinnlose

Tätigkeiten zu verträdeln, die nur anderen nutzen“ (Groll, 2015a).

„Er fragt sich, wie es weitergehen soll, wenn es auch diesmal nicht klappt mit der Übernahme in ein festes Beschäftigungsverhältnis. ‚Was bringt einem Jobflexibilität, wenn man die Familienplanung aufgrund fehlender Sicherheiten immer weiter verschieben muss? Mit 27 ist das kein Problem, aber was ist mit 30 oder 33? Wo sieht man sich in fünf Jahren, oder in zehn?‘“ (Groll, 2015a)

„Eine Leserin, die lieber anonym bleiben möchte, hält die jungen Erwachsenen für eine Generation, die statt Einfluss nehmen zu können, gezwungen sei ‚die schlechten Arbeitsbedingungen hinzunehmen, aus Angst keine Verlängerung oder keine neue Stelle finden zu können. Wir sind angepasster als jede Generation zuvor‘“ (Groll, 2015a).

„In alten Wirtschaftswunderzeiten hat Josef Neckermann gesagt: ‚Den jungen Menschen stehen so viel Türen offen, dass man Angst bekommt, ob sie auch die richtige Tür erwischen.‘ Heute muss man froh sein, wenn es Türen gibt“ (Schultz, 2010).

Die Ergebnisse der Shell – Jugendstudien von 2010 und der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 sind ähnlich, hier ist der Unterschied vor allem in den sozialen Schichten zu finden. Während die obere soziale Schicht mehr Wert auf Selbstverwirklichung und Sinn im Beruf legt, ist für die untere soziale Schicht die Bezahlung und die Freizeit wichtig (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 96 - 97).

„Die Generation Y steht unter Druck.“

Es wird kommuniziert, dass sich die Mitglieder der Generation Y sehr unter Druck gesetzt fühlen. Es wird aufgezeigt, dass die zukünftigen Firmen der Generation Y große Erwartungen an die jungen Menschen haben. Es herrscht, so die Zeitungsartikel, ein großer „Lebenslaufdruck“ unter der Generation Y, das heißt, dass die jungen Leute sowohl eine gute Ausbildung, als auch viel Praxis vorzuweisen haben sollten, was oft gar nicht möglich ist:

„Die Krise – und den Konkurrenzkampf. Das Sich-verkaufen-müssen, das Bessersein als die anderen, um eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu haben. Keine Generation vor ihnen hat den Leistungsdruck so intensiv erlebt. [...] Wenn die Arbeitsplätze rar sind, eine Jobgarantie eine Utopie, die Chance auf ein planbares Leben gering ist, muss man mehr bieten, mehr leisten, sich in noch mehr (schlecht bezahlten) Praktika Zusatzqualifikationen holen. Drei Viertel der Jugendlichen akzeptieren dem Buch ‚Generation Ego‘ zufolge das lebenslange Lernen. Tatsächlich war noch nie eine Generation so gut ausgebildet: 87,4 Prozent der 20- bis 24-Jährigen in Österreich haben laut Statistik Austria zumindest die Sekundarstufe II abgeschlossen – also eine Lehre absolviert oder Matura gemacht. Noch nie war dieser Anteil so hoch, 1995 betrug er etwa erst 79,2 Prozent“ (Marits, 2014).

„Erstens: Wer heute studiert, ist einem Lebenslaufdruck ausgesetzt wie keine Generation zuvor. [...] Sie sollen mit Bestnote abschneiden, Erfahrung im Ausland sammeln, eine zweite, besser eine dritte Fremdsprache beherrschen, Praktika

absolvieren und sich nebenbei noch ehrenamtlich engagieren, denn das stärkt schließlich die Persönlichkeit. Kurz: Für einen Durchschnittsstudenten ist in der Arbeitswelt von heute kein Platz mehr. [...] Wer in diesem Klima Sorge hat, der eigene Lebenslauf sei nicht perfekt genug, für den klingt die Rede von der lässigen und selbstbewussten Generation Y wie Hohn“ (Kerbusk, 2013).

„Denn nicht die Generation Y ist seltsam, sondern die heutige Arbeitswelt. Vielerorts herrscht eine beinahe ideologische Arbeitsmoral. Von morgens bis spät abends sitzen Arbeitnehmer an Rechnern und verfolgen – scheinbar grenzenlos motiviert – das Firmenziel. Arbeit als Ersatzreligion. Ein Leben für die Karriere und den Status. In dieser Arbeitswelt spielt der Mensch mit seinen Bedürfnissen oft eine untergeordnete Rolle: Ehen und Freundschaften zerbrechen, Körper und Geist verkümmern. Dass Arbeitnehmer und sogar schon Studenten unter Burnout, Depressionen und psychosomatischen Krankheiten leiden, ist Alltag. Opfer muss man bringen, heißt es. Aber wofür eigentlich? Why? Die Generation Y sollte diese unmenschliche Arbeitsmoral hinterfragen und ändern. Kein Arbeitnehmer darf sich davon abbringen lassen, seine menschlichen Bedürfnisse wie Selbstbestimmung und Freiheit einzufordern. Noch mag die 30-Stunden-Woche voller sinnvoller Tätigkeiten ein Traum sein. Die sogenannte Generation Y hat das Potenzial, sie Realität werden zu lassen“ (Karschnick, 2013).

Außerdem wird vermittelt, dass der Druck unter der höheren Gesellschaftsschicht höher ist als unter der niedrigeren Gesellschaftsschicht:

„Gerade die gut ausgebildeten Kinder aus der Mittelschicht fühlen sich oft unter Druck, immer weiter an ihrem Lebenslauf feilen und weitere Qualifikationen anhäufen zu müssen. Der Soziologe Ulrich Bröckling beklagt einen ‚grenzenlosen Selbstoptimierungsimperativ‘: Jeder soll bis in die letzten Winkel seiner Seele zum Unternehmer in eigener Sache werden. Die Ökonomie dringt immer tiefer in die Lebenswelt der Jüngeren ein“ (Schultz, 2010).

Bevor die jungen Leute heutzutage an Familiengründung denken, wollen diese eine gute Ausbildung und einen guten Job. Wenn diese Ziele endlich erreicht sind, wollen sich die jungen Menschen auch noch beruflich etablieren, bevor sie eine Familie gründen. Die junge Generation hat in allen Lebenslagen eine hohe Erwartungshaltung und fühlt sich deswegen sehr unter Druck gesetzt (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 4 - 6). Die Shell - Jugendstudie von 2010 hat sich ebenfalls mit dem Druck beschäftigt, unter denen die Jugendlichen manchmal zu stehen scheinen. Das Fazit war unter anderem, dass die jungen Menschen nicht so sehr vom Druck getrieben sind, sondern eher unter einer gewissen eigenen Leistungsbereitschaft stehen und versuchen ihr Leben zu definieren und sich ihre Ziele zu stecken, was in der heutigen eher unsicheren Gesellschaft gar nicht so einfach ist. Natürlich empfinden sie in manchen Lebensbereichen schon einen gewissen Druck, vor allem im Beruf- und Ausbildungssektor. Allerdings ist die Sorge um einen Platz in der Gesellschaft, die sich oft über einen Arbeitsplatz oder

Ausbildungsplatz definiert seit der Shell – Jugendstudie von 2006 zurückgegangen. Die Shell – Jugendstudie von 2010 zeigt auf, dass die jungen Menschen zuversichtlicher geworden sind, aber auch hier gibt es wieder Unterschiede in den sozialen Gesellschaftsschichten. Was dem persönlichen Druck entgegenwirkt ist das soziale Umfeld, in dem sich die jungen Leute bewegen. Wie schon öfters erwähnt hat dieses eine hohe Bedeutung für die jungen Menschen und die Spannung und der Druck der Gesellschaft wird durch dieses Umfeld oft aufgefangen (Albert et al., 2010, S. 339 - 340).

„Insgesamt betrachtet erweisen sich die Jugendlichen in Deutschland nach wie vor als selbstbewusste Generation, die es gelernt hat, mit dem gesellschaftlichen Druck umzugehen, und die sich auch unter schwierigen Rahmenbedingungen behaupten kann“ (Albert et al., 2010, S. 15). Die Ergebnisse der Studien hingegen sagen also aus, dass sich die jungen Menschen heutzutage gar nicht so sehr unter Druck gesetzt fühlen, sondern eher unter dem eigenen Leistungsdruck stehen. Die Aussage „Die Generation Y steht unter Druck“ stimmt zwar, allerdings gehen die jungen Menschen gut damit um und setzen sich selbst wohl am meisten unter Druck (Albert et al., 2010, S. 339 - 340).

5.3.2 Work - Life - Balance

Diese Unterkategorie wurde gebildet, weil sich sehr viele Artikel mit diesem Thema auseinandersetzen. Dieses Phänomen eine Balance zwischen dem Privat- und Berufsleben, der Leistung und dem Lebensgenuss zu finden, wird in weiterer Folge genauer beleuchtet. In allen Artikeln, in denen diese Unterkategorie vorkommt wird folgende Aussage vermittelt:

- Die Work – Life – Balance ist für die Generation Y wichtig.

„Die Work – Life – Balance ist für die Generation Y wichtig.“

In den Zeitungsartikeln wird kommuniziert, dass die Generation Y viel Wert auf die Balance zwischen Privat- und Berufsleben legt:

„Wie die Psychologin Tatjana Schnell beschreibt: Der Sinn wird wichtiger. Vor allem die sogenannte ‚Generation Y‘ (ausgesprochen ‚Why‘, Anm.) hat andere Pläne als das ‚reine Hinaufstürmen der Karriereleiter‘: ‚Die Neuen wollen Work-Life-Balance und Spaß“ (Hierländer & Hofer, 2013).

„Das sei auch mit ein Grund dafür, dass die jungen Menschen viel Wert auf Work-Life-Balance legten: ‚Sie kennen es nicht anders, halten ein anstrengungsloses Leben für selbstverständlich.‘ Eine große Rolle spiele dabei auch der hohe Stellenwert, den Freizeitaktivitäten schon in der Kindheit gehabt hätten, glaubt Wunsch. ‚Es gehörte zum guten Ton unter Eltern, die Kinder zum Ballett, zum Judo oder zum Kletterpark zu kutschieren“ (Bös, 2013a).

„Digital Natives bringen Veränderung, die von vielen als wenig leistungsorientiert angesehen wird. Sie wollen arbeiten, wann sie wollen und wo sie wollen, sich eigenartig zu fühlen, wenn sie um 16 Uhr das Büro verlassen, weil sie ihre Arbeit erledigt haben, käme ihnen nicht im Entferntesten in den Sinn. Doch solch ein Verhalten erfordert ein gehöriges Maß an Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten, denn natürlich sind sie so weitaus schwerer durch Vorgesetzte zu kontrollieren. Und es erfordert ein Umdenken, das dann geschafft ist, wenn niemand mehr im Büro verstohlen auf die Uhr sieht und hämisch grinst, wenn ein Kollege oder eine Kollegin am frühen Nachmittag das Büro verlässt“ (Bartz & Schmutzer, 2014).

„Work-Life-Balance war das Wort, das vergangenen Dienstag in der Aula des UniCampus beim Uniport-"Job Talk" zur Generation Y am häufigsten gefallen ist. Das Karriereservice der Universität Wien lud zum Austausch über "neue Bedürfnisse einer neuen Generation". Wer allerdings dachte, dass Work-Life-Balance von dieser Generation als Synonym für ‚weniger Arbeit, mehr Freizeit, aber gleich viel Geld‘ verwendet wird, der irrte. Zumindest an diesem Abend“ (Der Standard, 2013b).

Allerdings wird auch gezeigt, dass auch die ältere Generation diese Balance als wichtig erachtet:

„Weiters ergab die Umfrage - wenig überraschend -, dass das jeweilige Alter mit der Bedeutung von Work-Life-Balance korreliert: je älter, umso wichtiger die Balance zwischen Job und Privatleben“ (Der Standard, 2011).

Darüber hinaus wird vermittelt, dass eine Work – Life – Balance für die jungen Menschen schon als vorausgesetzt gilt, wenn sie in einen neuen Beruf einsteigen. Es wird gesagt, dass diese für die Mitglieder der Generation Y enorm wichtig ist, da das Berufsleben und der Job an sich nicht mehr an erster Stelle stehen:

„Die Unternehmen müssen sich in jedem Fall an den Zeitgeist anpassen, starre Hierarchien überdenken und das Thema Work-Life-Balance neu definieren. Denn die neuen Mitarbeiter wollen nicht nur Familie und Karriere vereinbaren und genug verdienen sondern auch Spaß haben und sich im Job weiterentwickeln“ (Daublebsky, 2011).

„So geben 71 Prozent an, dass der Job ihr Privatleben tangiere, dementsprechend erwarten sich die Mitarbeiter eine intakte Work-Life-Balance“ (Der Standard, 2013a).

„Was uns nicht einleuchtet, ist, warum wir nur an einem bestimmten Ort zu einer festgelegten Zeit arbeiten sollten. Eine an Ort und Zeit gebundene Arbeit ist ein Relikt aus der Industriegesellschaft, als es noch eine klare Trennung zwischen Beruf und Freizeit gab. Die heutige Berufswelt wandelt sich aber mehr und mehr zu einer Kreativ- und Wissensökonomie, in der sehr viele Arbeiten am Computer von einem beliebigen Ort mit Internetzugang aus erledigt werden können. Warum also nicht mal um vier Uhr das Büro verlassen, um im Café oder abends zu Hause weiterzuarbeiten? Smartphones und Laptops verwandeln den Arbeitsplatz in ein mobiles Büro. In unserer Welt zerfließen die Sphären aus Arbeit und Privatleben wie die Milch und der Espresso in unserem Latte macchiato. Wir lesen auch nach

Feierabend Arbeits-Mails, wollen dann aber im Büro auch Facebook nutzen dürfen. Einige Unternehmen reagieren darauf bereits. BMW beispielsweise will Mitarbeitern Arbeitsstunden außerhalb des Büros künftig gutschreiben und sie dafür an anderen Tagen früher nach Hause schicken“ (Bund, 2014b).

Der Aussage der Zeitungsartikel, dass die Work – Life – Balance für die jungen Menschen wichtig ist, kann man laut der Shell – Jugendstudie von 2010 beipflichten. Allerdings haben die Punkte Leistung und Lebensgenuss generell einen höheren Stellenwert als bei den vorherigen Generationen. Entgegen der Vorurteile der Gesellschaft herrscht eine völlige Gleichbewertung der Lebensbereiche Lebensgenuss und Leistung bei der Generation Y. So ist die Work – Life – Balance tatsächlich sehr wichtig für die jungen Menschen, die Arbeit allerdings nicht weniger (Albert et al., 2010, S. 199 - 200).

5.3.3 Statussymbole

Diese Unterkategorie wurde deswegen gewählt, weil diese ebenfalls oft in den Artikeln vorkommt, vor allem aber folgende Aussage:

- Die Generation Y hat andere Statussymbole.

„Die Generation Y hat andere Statussymbole.“

Diese Aussage wurde in folgenden Auszügen getätigt:

„Mit Teilzeitjobs während des Studiums etwa ist eine eigene Wohnung, früher Statussymbol, in weite Ferne gerückt. Das Ausziehen von daheim, sagt Ikrath, „hat heute nicht mehr die gleiche symbolische Bedeutung wie noch vor zehn, 15 Jahren“ (Marits, 2014).

„War früher der Dienst-BMW oder -Mercedes noch eines der wichtigsten Statussymbole, die es im Berufsleben zu erreichen galt, setzen die Jungen heute andere Prioritäten. Hoch im Kurs steht etwa eine Bahncard 100, mit der sich nach Belieben durchs Land reisen lässt. Und auch der Wunsch nach Dienst-Fahrrädern wird immer häufiger geäußert“ (Löhr, 2013).

„Schnelle Entwicklungs- und Aufstiegsmöglichkeiten, sinnstiftende Aufgaben bei renommierten Unternehmen sowie Flexibilität zählen bei den Toptalenten der Generation Y mehr als Gehalt und Statussymbole, so Johannes Elsner, Leiter des Münchner Büros von McKinsey“ (Der Standard, 2014c).

„Eine Generation also, die bescheidener leben möchte und für die Statussymbole wie viel Geld oder schnelle Autos nicht mehr zählen? Tengel verneint: „Es zählen eben andere Statussymbole. Vielleicht bessere, die Wertung sei dahingestellt. Aber auch ein Jahr in der Dritten Welt zu verbringen kann egozentrische Gründe

haben - das Statussymbol ist die Selbstverwirklichung“ (Hagen, 2014).

„Was also erwarten junge Beschäftigte von der Arbeitswelt? Jedenfalls keinen Dienstwagen mit Vollausrüstung, keinen Privatparkplatz in der Firmengarage und auch kein aufgeglastes Eckbüro mit Ausblick. Mit den alten Insignien der Macht können wir wenig anfangen. Harte Anreize wie Gehalt, Boni und Aktienpakete treiben uns weniger an als die Aussicht auf eine Arbeit, die Freude macht und einen Sinn stiftet. Sinn zählt für uns mehr als Status. Glück schlägt Geld. Das heißt nicht, dass Geld uns nicht wichtig wäre. Doch eine angemessene Entlohnung ist das, was Arbeitswissenschaftler einen Hygienefaktor nennen: Es verhindert die Entstehung von Unzufriedenheit, stiftet aber bei positiver Ausprägung allein auch keine Zufriedenheit. Das Gehalt macht nicht unglücklich, es macht aber auch nicht glücklich.[...]Was hingegen Glück stiftet, kostet nicht einmal Geld: Herr über die eigene Zeit sein. Selbstbestimmung ist das Statussymbol meiner Generation“ (Bund, 2014b).

„[...] und dann kommen Fragen wie diese: Kann ich statt eines Dienstwagens auch ein Firmenfahrrad kriegen? Darf ich mit der Bahn fahren, statt zu fliegen? Die Berater sind im Schnitt um die 30 Jahre alt. Um an die Besten zu kommen, reichen sechsstellige Einstiegsgehälter nicht aus. Also zahlt McKinsey Zeit aus statt Geld. Die Firma wirbt mit dreimonatigen Auszeiten vom Job, und jeder sechste Berater hat das Angebot im vergangenen Jahr angenommen“ (Bund et al., 2013).

Die Zeitungsartikel kommunizieren, dass sich in den letzten Jahrzehnten die Bedeutung sowie die Art der Statussymbole verändert hat. Waren früher teure Autos oder teurer Schmuck die Statussymbole, sind es heutzutage eher Freizeit und sinnvolle Arbeit, so die Artikel. Literatur oder Studien, die diese Entwicklung belegen, findet man keine.

5.4 Auswertung und Analyse der Kategorie 4

Die Kategorie 4 beschäftigt sich mit den Eigenschaften der Generation Y. Es gab in den 62 Zeitungsartikeln 92 Ankerbeispiele. Die Grundaussage der Artikel war:

- Es gibt gegenüber der Generation Y viele Vorurteile.

5.4.1 Eigenschaften der Generation Y im Selbst- und Fremdbild

„Es gibt gegenüber der Generation Y viele Vorurteile.“

Die Generation Y wird als egoistisch, selbstverliebt, unzufrieden, verwöhnt, unentschlossen, immer online und faul beschrieben:

„Statt selbstlos marschiert die Generation ‚30 Minus – Plus‘ eher selbstgefällig durchs Leben. Den herablassenden Blick verbirgt sie gerne hinter überdimensionierten Sonnenbrillen. [...] Teilen? Nicht einmal die Parkbank mit einem Fremden. Weshalb man die Sitzgelegenheit vorsorglich mit allerhand Utensilien besetzt und sich weiße Stöpsel einer teuren Kultmarke ins Ohr steckt, um aller Welt zu signalisieren: Ich lege keinen Wert auf Kommunikation- die ich grundsätzlich natürlich für megawichtig halte. Schließlich müssen die Menschen ‚Konflikte ausdiskutieren‘, um ‚interkulturelle Grenzen zu überschreiten‘ und ‚die Welt jeden Tag ein bisschen besser‘ zu machen. Nur: Nicht heute, vielleicht morgen. Aufschieberitis zählt natürlich auch zur neuen Kultur“ (Bok, 2014).

„Was für ein Glück, der ersten integren Generation anzugehören, die seit der Schöpfung des Menschen diesen Planeten bewohnt. Wir machen also, anders als unsere Eltern und Großeltern, keine grauen Jobs mehr. Wir sind voller Leben, kümmern uns unisex um die Kinder, statt für die Industrie zu buckeln. Karriere spielt keine Rolle, stattdessen löffeln wir Frozen Yoghurt mit Bio-Erdbeersoße, tragen lustige Beaniemützen und programmieren zwischendurch mal eine Website, wenn uns gerade danach ist. Wir, die Generation Y, sind ferner derart im Besitz unserer inneren Mitte wie auch ‚werteorientiert‘, dass wir Arbeitsverträge aushandeln, die uns mindestens drei Monate im Jahr Zeit für die guten Dinge lassen, für das Ehrenamt, die Sprachreise oder auch das Radieschenpflanzen auf der Verkehrsinsel. Das kann ja wohl nicht ernst gemeint sein! Die Generationspsychologen, die jene Generation erfunden haben, zu der auch ich gehöre, haben einen Sinn für Ironie. So wie die Generation selbst. Erscheint diese im wahren Leben nicht gelegentlich ein wenig angepasst, lebenslauffixiert und sicherheitsorientiert? Der karriere-gleichgültige Lebensstil, von dem vielfach die Rede ist, kann vielleicht als doppelter Boden begriffen werden, der eine Absicherung vorhält für diejenigen, die den Ambitionen nicht genügen: ‚Karriere? Bäh!‘ Hinter neuen Werten steckt altes Ressentiment, und die ‚Gen Y‘ spielt auch nicht schlecht auf der Klaviatur moralisierender Verbrämtheit“ (Grossarth, 2013).

„Die Generation der Umdiedreißigjährigen, die jetzt voll Selbstbewusstsein auf den deutschen Arbeitsmarkt schlendert, könnte man durchaus als Generation Pippi bezeichnen. Denn diese Generation macht sich die Welt, widdewidde wie sie ihr gefällt“ (Bund et al., 2013).

„Wenn man ehrlich sei, schreibt der Autor, ist der Yuccie ein ziemlich ekliger Typ. (Im Englischen lässt sich da ein Wortspiel mit "yucky" machen.) Der Yuccie ist privilegiert. Und dabei so selbstzentriert, wie man es nur sein kann, wenn man noch nie echte Not kannte“ (Stremmel, 2015).

„Das Leben ist keine Blumenwiese, schon gar nicht für die Generation Y. Die hält sich nämlich für etwas Besseres, ohne zu wissen, warum eigentlich. Und viel zu hohe Ansprüche hat sie auch. [...] Lucy findet es eigentlich ziemlich gut, Lucy zu sein. Es gibt nur ein Problem: Irgendwie ist sie unzufrieden“ (Urban, 2014).

Egoistisch, selbstverliebt, entscheidungsschwach – selten wurde eine Altersgruppe so verunglimpft wie die ‚Ypsiloner‘ (Lauer, 2014).

„Wir könnten nichts so richtig (außer schneller simsens als die Alten). Schon in der Schule hätten wir für mäßige Leistungen viel zu gute Noten bekommen und für alles andere eine Urkunde (auch wenn wir beim Fußballturnier nur auf der Ersatzbank saßen)“ (Bund, 2014b).

„Von Jugendexperten wird den um die 30-Jährigen oft vorgeworfen, unentschlossen und verwöhnt zu sein, weil sie alles infrage stellen. Die Generation Y habe kein Durchhaltevermögen, denke schon bei Dienstantritt an die Bildungskarenz, sagen sie. Eine etwas einfach gestrickte Idee von jungen Leuten, die sich in der Welt ihren Platz suchen“ (Stribl, 2014).

„Und nun also Maybe. Dabei ist Jages These so neu eben nicht: Heute 30-Jährige stolpern orientierungs- und bindungslos durch ihr Leben, betrunken von der eigenen Genialität, die sie in sozialen Netzwerken zur Schau stellen“ (Wallner, 2014).

„[...] angepasst und unpolitisch, leistungs- und sicherheitsorientiert, egotaktisch und materialistisch. Als ‚Kinder der Stille‘ bezeichnete sie der *Spiegel*-Autor Dirk Kurbjuweit [...]“ (März, 2015).

„Sie sind wie die Generation X auf Steroiden“, beschreibt Autor Bruce Tulgan (‚Managing Generation Y‘) jene Anfang der 1980er-Jahre Geborenen, die jetzt ihre Karrieren starten“ (Bauer, 2008).

Allerdings wird die Generation Y auch als weltoffen, kreativ, gut ausgebildet, teamorientiert, zielstrebig, selbstbewusst und optimistisch beschrieben:

„Man kann der Generation Y vieles vorwerfen, dass sie zu anspruchsvoll ist, zu verwöhnt oder zu bequem, aber eines ist sie nicht: eine Null-Bock-Generation“ (Löhr, 2013).

„Die Gegenüberstellung von unterschiedlichen Eigenschaften - im Selbst- und Fremdbild - zeichnen die jungen Studierenden und Absolventen weniger fordernd, viel disziplinierter, weniger freiheitsliebend und selbstsicher, bescheidener und zurückhaltender als der Ruf, der ihnen als umtriebige, tendenziell unberechenbare Vertreter der digitalen Generation vorausieht“ (Aichinger, 2013).

„Anders die Generation Y (geboren ab circa 1980): Sie ist idealistischer, positiver und verfolgt Ziele wie Umweltschutz oder globale Gerechtigkeit. Gleichzeitig ist sie teamorientiert“ (Scholz, 2012).

„Sie sind jung, zielstrebig, anspruchsvoll und haben gerne Spaß. Die Work-Life-Balance ist ausschlaggebend für ihre Job-Wahl und der Umgang mit Internet, Smartphone und Social Media ist für sie selbstverständlich. Ihren Vertretern, auch ‚Millennials‘ genannt, wird eine hohe Qualifikation zugesprochen, die bei Vorstellungsgesprächen auch schon einmal zu einer gewissen Überheblichkeit führen kann“ (Daublebsky, 2011).

„Die Sehnsucht nach einem Rückzugsort, nach Halt, ist ein Charakteristikum der jüngeren Generation. Die jungen Menschen sind einerseits hypermodern, flexibel und leistungsbereit. Gleichzeitig hat eine Mehrheit dieser Generation den tiefen Wunsch nach Erdung“ (Friedrichs, 2015).

„Sie sind selbstbewusst, anspruchsvoll, auf der Suche nach Sinn statt Status“ (Kerbusk, 2013).

Diese zahlreichen Aussagen aus den Zeitungsartikeln sind vor allem eines: widersprüchlich. Die Mitglieder der Generation Y werden einerseits als eine Generation beschrieben, die optimistisch in die Zukunft blickt, für die Familie und das Sozialleben wieder mehr Bedeutung hat, die sich wieder auf traditionelle Werte besinnt und fleißig an ihrer Zukunft arbeitet. Andererseits werden die jungen Menschen als selbstbezogene, rücksichtslose und materialistische Leute beschrieben, die keinen Wert darauf legen sich mit eigenem Engagement eine sichere Zukunft aufzubauen.

Allerdings werden in den Zeitungsartikeln ebenfalls oft die positiven Eigenschaften der Generation Y aufgegriffen. Die Studien sagen aus, dass die jungen Menschen heute sehr positiv in die Zukunft blicken und, wenn die finanzielle Situation stimmt, auch sehr zufrieden mit ihrem Leben sind. Des Weiteren kommt man in den Studien zu dem Ergebnis, dass die Mitglieder der Generation Y sehr sozial sind, jedenfalls im privaten Bereich. Die Vorurteile die gegenüber der Generation Y herrschen, können somit eigentlich nicht bestätigt werden (Kapitel 3.3.5).

5.5 Auswertung und Analyse der Kategorie 5

In der Kategorie 5 wurden in 62 Zeitungsartikeln 46 Ankerbeispiele gefunden. Folgende Fragestellung steht im Mittelpunkt der angeführten Ankerbeispiele:

- Wer gehört eigentlich zur Generation Y und welche Bezeichnungen gibt es für sie?

5.5.1 Einteilung und Etiketten der Generation Y

„Wer gehört eigentlich zur Generation Y und welche Bezeichnungen gibt es für sie?“

Die meisten AutorInnen bezeichnen die Mitglieder der Generation Y als „Millennials“, also die jungen Menschen, die um die Jahrtausendwende ihre Jugendzeit hatten. Allerdings fallen auch Begriffe wie „Yuccie“, „GYPSY“, „Digital Natives“ oder „Generation Praktikum“:

„Jetzt also der Yuccie. Der ‚Young Urban Creative‘. Ein neuer Begriff, vielleicht bald ein neues Schimpfwort“ (Stremmel, 2015).

„Von ‚der‘ Jugend zu sprechen, war schon immer eine grobe Vereinfachung. Dennoch mag es früher eher das Gefühl gegeben haben, einer bestimmten Generation anzugehören, einer Gruppe, die sich von den Älteren und deren Lebensweise unterscheidet. Heute verlaufen die Grenzen dagegen vor allem zwischen oben und unten, nicht mehr so sehr zwischen Jung und Alt“ (Schultz, 2010).

„‚Generation Y‘ werden die jungen Erwachsenen genannt, die zwischen den späten 70ern und den frühen 1990er – Jahren geboren sind. Viele von ihnen pflegen einen gewissen Yuppie – Lifestyle. In den USA nennt man diese Untergruppe ‚GYPSYs‘ – das steht für GenY Protagonists & Special Yuppies“ (Urban, 2014).

„Eine kleine Kostprobe: Generation Golf und Praktikum, Facebook und Youtube, Maybe und Selfie, Null Bock und Doof, A, X, Y oder Z waren oder sind noch auf dem Markt; um diesen Trend muss man sich offenkundig nur insofern Sorgen machen, als das Alphabet lediglich eine begrenzte Anzahl an Buchstaben bereithält“ (Lauer, 2014).

„Sie haben ihnen viele Namen verpasst: Digital Natives, Generation Praktikum, Millennials, Generation Y. Keine Altersklasse wird derzeit so fleißig erforscht wie Akademiker zwischen 25 und 35 Jahren. Und kaum einer Altersklasse werden so viele Etiketten angeheftet: Faulpelze, Weicheier, Traumtänzer, Dickköpfe, Selbstverwirklicher, Facebook – Junkies. Aber auch: Alleskönner, Multitasker, Weltverbesserer, Teamplayer“ (Olbrisch, 2013).

„Sie haben viele Namen, die meisten haben sich freilich Menschen ausgedacht, die gar nicht mehr dazugehören: Digital Natives nennt man die Jugendlichen etwa, weil sie die erste Generation darstellen, die mit moderner Technologie, dem Internet und der Allzeit-Erreichbarkeit über diverse Kanäle aufgewachsen sind. Millennials, weil sie um die Jahrtausendwende geboren wurden oder schon im Teenageralter waren. Oder, weniger schmeichelhaft vielleicht, Generation Ego, wie ein aktueller Buchtitel sie beschreibt“ (Marits, 2014).

„Generation Y, Praktikum oder Neon. Das Inhomogene beginnt schon bei der Etikettierung, denn es gibt so viele. Zuerst hießen die Kids der Achtziger Millennials (weil sie um das Jahr 2000 in der Pubertät waren), später Generation Y und

Praktikum. Angelehnt an das Magazin für Twenty-somethings, die nicht erwachsen werden wollen, würde auch Generation Neon zutreffen. Blickt man in Länder wie Spanien, Italien oder Griechenland, ist dort nur von der Lost Generation die Rede, weil sie den Wohlstand ihrer Eltern nicht mehr halten kann“ (Wallner, 2014).

„Für die heutige Jugend sind derzeit ‚Generation Y‘, und ‚Millennials‘ vor allem im englischen Sprachraum, gängige Begriffe. Immer wieder tauchen neue Bezeichnungen auf, wie ‚MTV-Generation‘, ‚Dot.com‘-Generation oder auch ‚Generation Praktikum‘, das sich auf die prekäre Arbeitssituation junger Leute bezieht. 2006 wurde der Begriff in Deutschland zum Wort des Jahres gewählt, heute spricht fast niemand mehr von der ‚Generation Praktikum‘“ (Die Presse, 2008).

Mit der problembehafteten Einteilung der Generationen beschäftigt sich, entgegen der Literatur (siehe Kapitel 3.1), so gut wie keiner der Zeitungsartikel. Es wird zwar angesprochen, dass die Einteilung in der Wissenschaft in Frage gestellt wird, allerdings wird der weitläufigen Meinung über die Merkmale einer Generation, beigepllichtet:

„Die seriöse Wissenschaft rechnet mit Kohorten, Altersgruppierungen. Aber ‚die Geburtenkohorte 1980 – 1990‘ klingt so unsexy, dass niemand etwas darüber lesen wollen würde, und natürlich hilft es, dem Baby einen charmanten Namen zu geben, wenn man mit anderen über seine Besonderheiten reden will. Zudem lässt sich kaum abstreiten, dass Leute in einer Altersgruppe in einer über Jahrzehnte stabilen Gesellschaft ähnliche Erfahrungen teilen- und viele sich entsprechend verhalten. Insofern muss man den Soziologen dankbar sein, wenn sie den heutigen Berufsanfängern bloß ein schlichtes Ypsilon anhängen, als natürliche Folge der Generation X, und kein blödsinniges neues Attribut à la ‚Generation Golf ersinnen‘ (Olbrisch, 2013).

Was die Einteilung in Geburtsjahre betrifft, gibt es in den Zeitungsartikeln viele Meinungen, allerdings ist der mehrheitliche Konsens, dass die Generation Y „nach 1980“ geboren wurde:

„Zweifelsohne wurden nach 1980 viele Leute geboren, die in die Y-Schablone passen. Das sind vor allem die, die es sich leisten können“ (Grossarth, 2013).

„Der Name dieser Generation, mit der die ab 1980 Geborenen bezeichnet werden sollen, wird englisch ausgesprochen. Er klingt dann schön vieldeutig: ‚Generation Why‘ – ‚Generation Warum‘. Was wird dieser Generation nicht alles zugeschrieben: Sie zeige einen so hohen Grad an Narzissmus, Materialismus und Technologiehörigkeit wie keine Generation vor ihr (‚Time Magazine‘)“ (Stahnke, 2013).

„[...] Vertreterinnen und Vertreter der Generation Y - die auch als ‚Millennials‘ bezeichneten Jahrgänge ab 1982 [...]“ (Der Standard, 2015b).

„[...] die Protagonisten der Generation Y (geboren zwischen 1980 und 2000) [...]“ (Der Standard, 2014d).

„Was diese Generation der nach 1980 Geborenen [...]“ (Der Standard, 2013b).

„[...] die Generation der heute 18- bis 33-Jährigen [...]“ (Der Standard, 2013a).

„Zur ‚Generation Y‘ zählt Pechmann alle Jahrgänge ab 1980/81, die jetzt schon im Arbeitsmarkt sind“ (APA, 2012).

„[...] die Generationen Y (geboren zwischen 1979 und 1999) [...]“ (Der Standard, 2011).

„Die Generation Y ist Anfang bis Mitte 20 [...]“ (Daublebsky, 2011).

„Die bis zu 35-Jährigen werden als Generation Y bezeichnet.“ (Groll, 2015a).

„Generation Y, geboren zwischen 1981 und 1999 [...]“ (Otto, 2015).

„Wir, das ist meine Generation. Man nennt uns Generation Y, weil wir nach der Generation X geboren sind, also zwischen 1980 und 1995, und Y im Englischen ausgesprochen wird wie *why*, ‚warum‘ (da wir alles hinterfragen)“ (Bund, 2014b).

„[...] wie die Generation Y, also diejenigen, die zwischen 1990 und 2010 zu den Teenagern zählen“ (Freitag, 2014).

„Wer heute zwischen 20 und 30 Jahre alt ist, gehört angeblich zur Generation Y“ (Martenstein, 2015).

Auch diese Auszüge der Zeitungsartikel weisen eine gewisse Widersprüchlichkeit auf, vor allem was die Einteilung der Generation betrifft. Verwunderlich ist, dass das Problem des Generationenbegriffes an sich kaum angesprochen wird.

6 Beantwortung der Forschungsfragen

Im Folgenden soll nochmal zusammenfassend auf die Forschungsfragen eingegangen werden. Vorab ist zu sagen, dass die Antworten auf die Forschungsfragen auf die Ergebnisse der vorangegangenen Inhaltsanalyse sowie auf die Ergebnisse der Shell – Jugendstudien, der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 und verschiedenen Daten der Statistik Austria gestützt sind.

- **FF 1: Hat sich die Einstellung zu Familie und zu Partnerschaft in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**

- FF 1.1.: Hat die Familie einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
- FF 1.2.: Hat die Partnerschaft einen anderen Stellenwert als in den älteren Generationen?
- FF 1.3.: Nehmen die Kinder einen anderen Stellenwert ein?
- FF 1.4.: Hat sich der Erziehungsstil verändert?
- FF 1.5.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen im Privatleben verändert?

Zu Forschungsfrage 1 wurde Kategorie 1 gebildet: „Veränderung des Stellenwerts der Familie und des Soziallebens bei der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen“. Die Unterkategorien von Kategorie 1 sind: „Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder“ und „Veränderungen in der Erziehung“. Zur Unterkategorie „Stellenwert der Familie, der Partnerschaft und der Kinder“ wurden folgende Hauptaussagen aus den Zeitungsartikeln herausgefiltert: „Die Familie hat bei der Generation Y einen hohen Stellenwert“, „Die Familiengründung wird bei der Generation Y nach hinten verschoben“ und „Die Generation Y hat in Hinsicht auf die Partnerschaft biedere Sehnsüchte“. Diese Hauptaussagen wurden mit den Ergebnissen der Shell – Jugendstudien, der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 und verschiedenen Daten der Statistik Austria verglichen.

Aufgrund dieser Ergebnisse kann man somit sagen, dass der Stellenwert der Familie und des Soziallebens in den letzten Jahren tatsächlich gestiegen ist. Markant ist der Anstieg der Wichtigkeit vor allem bei Freundschaften (siehe Kapitel 5.1.1). Im Jahr 2010 war die Bedeutung von Familie so hoch wie kaum zuvor. Der Lebensbereich Familie/ Freunde/ Bekannte ist unter anderem deswegen von so hoher Wichtigkeit für die jungen Leute, da sie diesen als am Meisten bedroht sehen, ein Grund dafür sind auch die hohen

Scheidungsrate. Die jungen Menschen sehnen sich nach Stabilität und Sicherheit und suchen diese im sozialen Umfeld (Heinzlmaier & Ikrath, 2011, S. 30-31). Die Mitglieder der Generation Y haben prinzipiell ein sehr positives Bild von Partnerschaft und sie sehnen sich auch nach einer guten, vertrauensvollen Partnerschaft (siehe Kapitel 3.1.1). Allerdings haben die jungen Menschen auch Probleme mit der Vorstellung sich auf Dauer zu binden (siehe Kapitel 5.1.1). Darüber hinaus zeichnen sich hier Geschlechterunterschiede ab. Fast zehn Prozent mehr junge Frauen leben in Partnerschaften. Was das Partnerschaftsmodell betrifft sind die jungen Menschen offen, eine Heirat empfinden die Mitglieder der Generation Y nicht als essentiell wichtig (siehe Kapitel 3.1.1). Kinder zu bekommen scheint den jungen Leuten heute wichtig, allerdings wird dieser Wunsch oft nicht realisiert. Zu einer Familiengründung kommt es heutzutage tatsächlich deutlich später als in den vorherigen Generationen (StatistikAustria, 2014a) (siehe Kapitel 3.1.1).

Zur Unterkategorie „Veränderungen in der Erziehung“ wurden ebenfalls drei Hauptaussagen der Zeitungsartikel genauer beleuchtet: „Die Erziehung hat sich verändert“, „Die Eltern der Generation Y sind Helikopter – Eltern“ und „Die Generation Y wurde von ihren Eltern verwöhnt“. Zu diesen Aussagen ist zu sagen, dass seit den 1990er Jahren eine partnerschaftliche Beziehung zwischen den Eltern und ihren Kindern vorherrscht. Wie sowohl die Zeitungsartikel als auch die Studien behaupten, haben die jungen Menschen heute im Prinzip ein sehr gutes Verhältnis zu ihren Eltern und würden ihre Kinder zum Großteil genauso erziehen wie sie selbst erzogen wurden. Das dies in den Jahrzehnten davor wohl nicht so war lässt sich nur vermuten (siehe Kapitel 3.3.2). Des Weiteren ist zu dem Punkt Erziehung zu sagen, dass vor allem die jungen Menschen der oberen sozialen Schicht eine liberale Erziehung genossen haben. Das Vorurteil, dass die Mitglieder der Generation Y besonders verwöhnt seien, lässt sich nicht bestätigen (siehe Kapitel 5.1.2). Ebenfalls kann man das in den Zeitungsartikeln oft erwähnt Phänomen der „Helikopter – Eltern“ nicht belegen (siehe Kapitel 5.1.2). Zu den Wünschen, Werten und Erwartungen im Privatleben kann man sagen, dass die jungen Menschen heutzutage „pragmatische Individualisten“ sind. Die traditionellen Werte erleben zwar in der heutigen Zeit einen Aufschwung, allerdings steht der persönliche Erfolg ebenfalls im Mittelpunkt. Die jungen Leute haben hohe Erwartungen an die eigene Zukunft, sie sind optimistisch gestimmt was das eigene Leben betrifft, obwohl sie die heutige Zeit als unsicher empfinden (siehe Kapitel 5.2.1).

- **FF 2: Hat sich der Stellenwert der beruflichen Karriere in der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?**

- FF 2.1.: Haben sich Wünsche, Werte und Erwartungen an das Berufsleben im Vergleich zu den älteren Generationen geändert?
- FF 2.2.: Welchen Stellenwert hat die Work – Life Balance?
- FF 2.3.: Welchen Stellenwert haben Statussymbole?

Zu Forschungsfrage 2 wurde Kategorie 3 gebildet. Kategorie 3 umfasst die „Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens bei der Generation Y und der älteren Generationen“. Zu diesem Punkt wurden drei Hauptaussagen in den Zeitungsartikeln gefunden: „Statt Karriere will die Generation Y lieber ‚etwas Sinnvolles‘ machen“, „Die Generation Y hat hohe Erwartungen an das Berufsleben und an die Unternehmen“ und „Die Generation Y steht unter Druck“.

Zusammenfassend ist hier zu sagen, dass die qualitative Inhaltsanalyse und die Vergleiche der verwendeten Studien zu dem Ergebnis gekommen sind, dass die Mitglieder der Generation Y nicht mehr so stark karriereorientiert sind wie die älteren Generationen. Der Unterschied liegt hier aber vor allem in den sozialen Schichten. Sind die bildungsnäheren Schichten eher an Selbstverwirklichung und an Sinn in der Arbeit interessiert, ist für die bildungsferneren Schichten eher Bezahlung und Freizeit wichtig. Außerdem ordnen die bildungsferneren Schichten die Karriere oft allem anderen über (siehe Kapitel 5.3.1).

In der Unterkategorie „Work – Life – Balance“ wurde die Wichtigkeit dieser untersucht. Die Work – Life – Balance ist den jungen Menschen heute sehr wichtig, allerdings ebenso den älteren Generationen. Die Karriere steht bei den jungen Leuten heute nicht mehr an erster Stelle, allerdings sind Leistung und Lebensgenuss generell höher bewertet als früher (siehe Kapitel 5.3.2). Bei der Unterkategorie „Statussymbole“ wurde die Hauptaussage „Die Generation Y hat andere Statussymbole“ näher untersucht. Hierzu ist zu sagen, dass in den Zeitungsartikeln zwar oft davon gesprochen wird, dass sich die Wertung der Statussymbole verändert hat, dies konnte aber in dieser Arbeit nicht bestätigt werden (siehe Kapitel 5.3.3).

- **FF 3: Welche Eigenschaften werden der Generation Y zugeschrieben und wie wird diese eingeteilt?**

Was die Eigenschaften und die Stereotype betrifft, die in der letzten Forschungsfrage angesprochen werden, kann man hier nur festhalten, dass es hier sehr widersprüchliche

Aussagen gibt. Am Häufigsten wird die Generation Y in die „nach 1980 geborenen“ eingeteilt. Sowohl in den Medien als auch in der Literatur gibt es einen Versuch, die jungen Menschen von heute in eine Schublade zu stecken und diesen gewisse Adjektive zuzuschreiben (siehe Kapitel 5.4.1). Des Weiteren ist die Einteilung der Generation Y ebenfalls problembehaftet. Die Jahreszahlen variieren stark und die Sinnhaftigkeit des Generationenbegriffes an sich wird in Frage gestellt (siehe Kapitel 3.1).

7 Fazit

Ziel dieser Arbeit ist es, unter anderem, anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse von Zeitungsartikeln schlussendlich die Forschungsfragen zu beantworten. Dies wurden in Kapitel 3 sowie in der Auswertung der Analyse in Kapitel 5 und in Kapitel 6 erledigt.

62 Zeitungsartikel aus neun verschiedenen Zeitungen wurden analysiert. Es wurden fünf Hauptkategorien (1. Veränderung des Stellenwerts der Familie und des Soziallebens bei der Generation Y im Vergleich zu den älteren Generationen, 2. Erwartungen, Wünsche und Werte der Generation Y, 3. Veränderung des Stellenwerts der Karriere und des Berufslebens der Generation Y und der älteren Generationen, 4. Eigenschaften der Generation Y im Selbst- und Fremdbild und 5. Einteilung und Etiketten der Generation Y) und teilweise Unterkategorien gebildet. In jeder Hauptkategorie und in jeder Unterkategorie wurden Hauptaussagen herausgefiltert, die mit den Shell – Jugendstudien, der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 und mit verschiedenen Daten der Statistik Austria verglichen wurden. Anhand dieser Analyse und der Vergleiche wurden die Forschungsfragen beantwortet (siehe Kapitel 6).

Ein weiteres Ziel dieser Arbeit ist es herauszufinden, ob das von den Zeitungsartikeln vermittelte Bild dieser Generation wahr ist, also ob man hier in den verwendeten Studien und Erhebungen Ähnlichkeiten zu den Aussagen der Zeitungsartikel sieht oder ob es doch nur subjektive Meinungen von AutorInnen sind. Meiner Meinung nach ist das von den Zeitungen gezeichnete Bild der Generation Y beides. Die subjektiven Meinungen der AutorInnen schwingen in vielen Zeitungsartikeln mit, ebenso die Fakten. Was die verwendeten Studien betrifft muss man sagen, dass diese schließlich nur die Stimmungsbarometer einer bestimmten Menschengruppe sind und nicht jeden Menschen in der untersuchten Altersklasse repräsentieren können. Somit schließe ich mich der Aussage von Heinzlmaier an, der sagt, dass in diversen Studien und Erhebungen die jungen Menschen „alle in einen Topf“ geworfen werden und somit die Individualität des Einzelnen nicht beachtet wird (Heinzlmaier, 2013, S. 45-46).

Da ich mich selbst zu einem Mitglied der Generation Y zähle, war es für mich besonders spannend diese Zeitungsartikel zu analysieren. In manchen Aussagen habe ich mich selbst wiedererkannt, allerdings sind viele der Zeitungsartikel sehr generalisierend angesetzt. Besonders interessant fand ich das Ergebnis der Analyse, dass es vor allem bei dem Lebensgefühl und der Einstellung zum Leben oder zur Arbeit einen gewaltigen Unterschied in den Gesellschaftsschichten zu geben scheint. Dieser Punkt ist für mich abschließend gesehen ein sehr wichtiger. Es kommt vermutlich gar nicht so sehr darauf

an in welchem Jahr man geboren wird, sondern einfach darauf wo man geboren wird, welchen Einflüssen man ausgesetzt ist und welche Mittel man zur Verfügung hat. Bund hat in Kapitel 3.3 darauf verwiesen, dass die Generation Y die Elite ist, also nur die Menschen dazugehören, die einen Hochschulabschluss haben oder über eine gute Berufsausbildung verfügen (siehe Kapitel 3.3). Dieser Aussage kann ich nach dieser Analyse beipflichten. Die bildungsferneren Schichten haben teilweise ganz andere Einstellungen als die bildungsnäheren Schichten und das obwohl sie in den gleichen Jahren geboren wurden. Diese Erkenntnis spricht auch für die Kritik am Generationenbegriff (siehe Kapitel 3.1). Somit ist abschließend zu sagen, dass das von den AutorInnen der Artikel vermittelte Bild der Generation Y oft ein sehr subjektives ist, auch wenn natürlich viele vermittelte Aussagen stimmen. Es wurde schließlich schon im Jahr 1996 von einer neuen und schwierigen Lebenseinstellung der jungen Menschen berichtet (Langguth, 1996, S. 5). Dieses Aufkommen einer neuen und ganz anderen Generation ist also kein neues Phänomen. Natürlich haben sich bestimmte Eigenschaften und Einstellungen geändert (siehe Kapitel 3.3.5), aber das liegt wohl eher an der Zeit an sich und an dem Umfeld in dem man aufwächst.

8 Literaturverzeichnis

- Aichinger, H. (2009, 28./29.2.2009). Die kontinuierliche Suche nach dem richtigen Weg *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1259280688847/Die-kontinuierliche-Suche-nach-dem-richtigen-Weg>
- Aichinger, H. (2013, 23./24.03.2013). Generation Y: Der große Irrtum. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1363705771284/Generation-Y-Der-grosse-Irrtum>
- Albert, M., Hurrelmann, K., Quenzel, G., & TNSInfratestSozialforschung. (2010). *Jugend 2010. Eine pragmatische Jugend behauptet sich*. (S. D. Holding Hg.). Frankfurt /Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- APA. (2012, 22.08.2012). "Generation Y" am Arbeitsmarkt: Selbstbewusst und am Sprung. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1345164804950/Selbstbewusst-und-am-Sprung-Die-Generation-Y-am-Arbeitsmarkt>
- Astheimer, S. (2013, 26.06.2013). Früher war nicht alles besser. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/berufseinstieg-frueher-war-nicht-alles-besser-12238565.html>
- Bartz, M., & Schmutzer, T. (2014). Warum Digital Natives anders sind. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1397521632193/Warum-Digital-Natives-anders-sind>
- Bauer, K. (2008, 13.06.2008). Flip - Flops und Burnout. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/3375502/Flip-Flops-und-Burnout>
- Bauer, K. (2013a, 16./17.03.2013). Immer dasselbe mit diesen Jungen... *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1363239193967/Immer-dasselbe-mit-diesen-Jungen>

- Bauer, K. (2013b, 09.08.2013). Neuer Cheftypus: Wandel von oben. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1375626180183/Fuehrung-Wandel-von-oben>
- Bauer, K. (2014, 05./06. 2014). Wie die Jungen ticken. *Der Standard* Zugriff am: 04.08.2014 unter: <http://derstandard.at/1395364171151/Wie-die-Jungen-ticken>
- Becker, R. (1997). *Generationen und sozialer Wandel. Generationsdynamik, Generationenbeziehungen und Differenzierung von Generationen*. (R. Becker Hg.). Opladen: Leske + Budrich.
- Bok, W. (2014, 05.04.2014). Generation Y: Mehr Sein als Schein. *SVZ*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.svz.de/mv-uebersicht/generation-y-mehr-schein-als-sein-id6197046.html>
- Bös, N. (2013a, 12.06.2013). An der langen Leine. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/generation-y-an-der-langen-leine-12212618.html>
- Bös, N. (2013b, 25.06.2013). Work - Life - Balance? Typisch deutsch! *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/generation-y-work-life-balance-typisch-deutsch-12238569.html>
- Bund, K. (2014a). *Glück schlägt Geld. Generation Y: Was wir wirklich wollen*. Hamburg: Murmann Verlag GmbH.
- Bund, K. (2014b). Wir sind jung... *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2014/10/generation-y-glueck-geld>
- Bund, K., Heuser, U. J., & Kunze, A. (2013, 11.03.2013). Wollen die auch arbeiten? *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2013/11/Generation-Y-Arbeitswelt>

Daublebsky, M. (2011, 26.10.2011). Qualifiziert, anspruchsvoll, auf der Suche nach Spaß. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1318726230197/Generation-Y-Qualifiziert-anspruchsvoll-auf-der-Suche-nach-Spass>

Der Spiegel Online. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter: <http://www.spiegel.de/impressum/a-941280.html>

Der Standard. (2009, 29.08.2009). Facebook und Co: Horte für Narzissten und Selbstdarsteller. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1250691536692/Web-20-Facebook-und-Co-Horte-fuer-Narzissten-und-Selbstdarsteller>

Der Standard. (2011, 02.12.2011). Studie: "Viele Generationen - ein Team". *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1322531759700/Wenn-jeder-anders-tickt-Studie-Viele-Generationen---ein-Team>

Der Standard. (2013a, 29.04.2013). Firmentreue bei jungen Mitarbeitern weniger ausgeprägt. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1363709506098/Firmentreue-bei-jungen-Mitarbeitern-nicht-so-ausgepraegt>

Der Standard. (2013b, 9/10.11.2013). Wer Leistung bringt, darf auch etwas fordern. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1381371329501/Generation-Y-Wer-Leistung-bringt-darf-auch-etwas-fordern>

Der Standard. (2014a, 23.10.2014). Generation Y ist bunter als ihr Ruf. *Der Standard*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000007209060/Generation-Y-ist-bunter-als-ihr-Ruf>

Der Standard. (2014b, 08.05.2014). Kampf der Generationen. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1399506905449/Kampf-der-Generationen>

- Der Standard. (2014c, 16./17.08.2014). Mehr als Geld zählt Unternehmenserfolg. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000004362992/Mehr-als-Geld-zaehlt-Unternehmenserfolg>
- Der Standard. (2014d, 10.07.2014). Wie die Jungen führen (werden). *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000002901387/Wie-die-Jungen-fuehren-werden>
- Der Standard. (2015a). Zugriff am: 12.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2004778/derStandardat-Impressum-und-Offenlegung>
<http://derstandard.at/2000010700989/Gebildet-jung-urban-und-mobil-Unsere-Leser>
- Der Standard. (2015b, 24./25.01.2015). Spiegel und auch Gewissen für Firmen. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000010778302/Spiegel-und-auch-Gewissen-fuer-Firmen>
- Die Presse. (2008, 05.04.2008). Die Etiketten der Jugendlichen. *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: <http://diepresse.com/home/panorama/jugend/374612/Die-Etiketten-der-Jugendlichen-?from=suche.intern.portal>
- Die Presse. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter: <http://diepresse.com/unternehmen/kontakt/104229/index>
- Die Welt. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter: http://www.media-impact.de/portrait/DIE-WELT-DIE-WELT_671154.html
<http://www.welt.de/services/article7893735/Impressum.html>
- Die Zeit Online. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/impressum/index>
- Eppinger, P. L. (2014, 30.03.2014). Die Pläne der Planlosen. *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: http://diepresse.com/home/bildung/schule/1583773/Generation-Sorglos_Die-Plaene-der-Planlosen?from=suche.intern.portal

- FAZ. (2015a). Zugriff am: 12.08.2015 unter: <http://www.faz.net/ueber-uns/faz-net-impressum-112096.html>
- FAZ. (2015b, 10.04.2015). Die sind doch alle gleich. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/mitarbeiter-gen-y-gen-x-babyboomer-wuensche-erwartungen-13529533.html>
- FAZ. (2015c, 31.05.2015). Karriere? Ja, aber...! *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y-karriere-ja-aber-13618910.html>
- Freitag, L. (2014, 08.11.2014). Die mit dem Bausparvertrag, spießig und faul. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2014-10/generation-y-typologie>
- Friedrichs, J. (2015, 08.01.2015). Die Welt ist mir zu viel. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/01/entschleunigung-biedermeier-handarbeit-stressabbau>
- Groll, T. (2015a, 26.05.2015). "Ich hoffe nur, nicht abzustürzen". *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/karriere/2015-05/generation-y-mythos-leiharbeit-befristung-unbezahlte-praktika>
- Groll, T. (2015b, 04.05.2015). Von wegen superflexibel. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2015-05/generation-y-mythen-leseraufruf>
- Grossarth, J. (2013, 17.06.2013). Und das soll ich sein? *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/kritik-an-der-generation-y-und-das-soll-ich-sein-12212629.html>
- Hagen, L. (2014, 28.05.2014). Die neuen Statussymbole. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000001446897/Die-neuen-Statussymbole>

- Hagen, L. (2015, 29.05.2015). "Leaders of Tomorrow": Welt retten statt Boni kassieren. *Der Standard*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2000016229897/Leaders-of-Tomorrow-Welt-retten-statt-Boni-kassieren>
- Heinzlmaier, B. (2013). *Performer, Styler, Egoisten. Über eine Jugend, der die Alten die Idealen abgewöhnt hat* (1. Auflage ed.). Berlin: Archiv der Jugendkulturen Verlag KG.
- Heinzlmaier, B., & Ikrath, P. (2011). Bericht zur Jugend - Wertestudie 2011 [Studie]. Zugriff am: 12.09.2015 unter: <http://jugendkultur.at/jugend-wertestudie/>
- Heinzlmaier, B., & Ikrath, P. (2013). *Generation Ego. Die Werte der Jugend im 21. Jahrhundert*. Wien: Promedia Druck- und Verlagsgesellschaft m.b.H.
- Hierländer, J., & Hofer, G. (2013, 17.03.2013). Arbeit: Alles nur Spaß? *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/1376766/Arbeit_Alles-nur-Spass?from=suche.intern.portal
- Hurrelmann, K., & Albrecht, E. (2014). *Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Ide, Y. (2015, 01.01.2015). Hoffnungslose Optimisten. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/zeit-magazin/leben/2014-12/generation-y-arbeitswelt-glueck-angst-traumtaenzer>
- Karschnick, R. (2013, 08.08.2013). Es menschtelt in der Arbeitswelt. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/studium/hochschule/2013-08/generation-y-arbeitswelt>
- Kerbusk, S. (2013, 25.03.2013). Unter Druck. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2013/12/widerspruch-generation-y-aengste>

- Kohli, M. (2009). Ungleichheit, Konflikt und Integration - Anmerkung zur Bedeutung des Generationenkonzepts in der Soziologie. In H. Künemund & M. Szydlik (Hg.), *Generationen. Multidisziplinäre Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kramer, B. (2015, 09.03.2015). Umfrage zur Generation Y: Ungebildet? Unreif? Ohne Ziele? *Der Spiegel*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.spiegel.de/unispiegel/studium/generation-y-nach-bildungsniveau-sozialer-verantwortung-zielstrebigkeit-a-1021584.html>
- Künemund, H., & Szydlik, M. (2009). *Generationen. Multidisziplinäre Perspektiven*. (H. Künemund & M. Szydlik Eds.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lange, A., & Lettke, F. (2007). Schrumpfung, Erweiterung, Diversität. Konzepte zur Analyse von Familie und Generationen. In A. Lange & F. Lettke (Hg.), *Generationen und Familien. Analysen - Konzepte - gesellschaftliche Spannungsfelder*. (pp. 399). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Langguth, G. (1996). *Jugend und Wertewandel* (K. Weigelt Hg.). Bonn: Köllen Druck + Verlag GmbH.
- Lauer, C. (2014, 17.11.2014). Lasst die Dreißigjährigen endlich in Ruhe! *Die Welt*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.welt.de/debatte/kommentare/article134375704/Lasst-die-Dreissigjaehrigen-endlich-in-Ruhe.html>
- Lindner, R., Geinitz, C., Triebe, B., Moses, C., & Hein, C. (2013, 19.09.2013). Jung, gebildet, arbeitsscheu? Die Generation Y erobert die Welt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/jung-gebildet-arbeitsscheu-die-generation-y-erobert-die-welt-12571399.html>
- Löhr, J. (2013, 10.06.2013). Freizeit als Statussymbol. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/generationy-freizeit-als-statussymbol-12212620.html>

- Lüscher, K., & Liegle, L. (2003). *Generationenbeziehungen in Familie und Gesellschaft*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Marits, M. (2014, 26.10.2015). Generation Y: Was die Jugendlichen ausmacht. *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: http://diepresse.com/home/leben/mode/4196480/Generation-Y_Was-die-Jugendlichen-ausmacht?from=suche.intern.portal
- Martenstein, H. (2015, 09.06.2015). So tickt die Generation B. *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/zeit-magazin/2015/21/harald-martenstein-generation-y-generation-b>
- März, U. (2015, 24.01.2015). Nehmt sie ernst! *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2015/02/generation-y-gesellschaft-politik>
- Mayer, T. (2013, 07.12.2013). Jobproblem der Jugend komplex. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/1385170183773/Jobproblem-der-Jugend-komplex>
- Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Olbrisch, M. (2013, 12.12. 2013). Die Andersmacher. *Der Spiegel*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.spiegel.de/karriere/berufsstart/generation-y-und-die-arbeitswelt-die-andersmacher-a-931225.html>
- Otto, J. (2015, 09.04.2015). Also doch kein Spezialist! *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2015/15/universum-kienbaum-studie-mitarbeiter>
- Pauer, N. (2014, 22.09.2014). "Reich mir mal den Rettich rüber". *Die Zeit*. Zugriff am: unter: <http://www.zeit.de/2014/37/generation-y-glueck-freizeit>
- Pink, O. (2014, 26.10.2014). Die Post - Wende - Generation. *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: <http://diepresse.com/home/politik/innenpolitik/4196478/Die-PostWendeGeneration?from=suche.intern.portal>

Povel, C. (2013). Generation brav. Zu viel Harmonie, zu wenig Persönlichkeiten. *Wirtschaftswoche*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.wiwo.de/erfolg/trends/generation-brav-zu-viel-harmonie-zu-wenig-persoenlichkeiten/8928700.html>

Rauecker, J. (2014). *Baby Boomer, Generation X und Generation Y: Gibt es Unterschiede in den Arbeitswerten, Arbeitseinstellungen und Arbeitsverhaltensweisen zwischen MitarbeiterInnen verschiedener Generationen?* (Mag.rer.nat.), Universität Wien, Wien. Zugriff am: 22.10.2015 unter: http://othes.univie.ac.at/34313/1/2014-09-15_0756320.pdf

Römer, J. (2014, 22.10.2014). Sicherheit schlägt Einkommen. *Der Spiegel*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/studie-zur-generation-y-leistungsbereiter-als-bisher-angenommen-a-998491.html>

Scholz, C. (2012, 7./8.1.2012). Generation Z: Willkommen in der Arbeitswelt. *Der Standard*. Zugriff am: 04.08.2012 unter: <http://derstandard.at/1325485714613/Future-Work-Generation-Z-Willkommen-in-der-Arbeitswelt>

Schultz, T. (2010, 15.09.2010). Die lauernde Angst vor dem Absturz. *Süddeutsche Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/shell-jugendstudie-die-lauernde-angst-vor-dem-absturz-1.999831>

Seifert, L. (2015, 19.05.2015). Schau an, der Bachelor! *Die Zeit*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.zeit.de/2015/18/studienabschluss-bachelor-master-weiterbildung-unternehmen>

Sieder, R. (1987). *Sozialgeschichte der Familie* (H.-U. Wehler Hg.). Frankfurt/Main: Suhrkamp Verlag.

Stahnke, J. (2013, 22.11.2013). Unsinn mit Y. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/arbeitswelt/generation-y/generation-erzaehlungen-unsinn-mit-y-12673399.html>

- Statistik Austria. (2011). Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Modul der Arbeitskräfteerhebung 2010. Zugriff am: 07.10.2015 unter: http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html
- Statistik Austria. (2012). Frauen 20 bis 44 Jahre: Bereits realisierte und zusätzlich gewünschte Kinderzahl Zugriff am: 08.10.2015 unter: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/haushalte_familien_lebensformen/familien/070963.html
- Statistik Austria. (2014a). Durchschnittliches Gebär- bzw. Fertilitätsalter der Mutter nach Lebendgeburtenfolge seit 1984. Zugriff am: 14.09.2015 unter: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/geborene/022903.html
- Statistik Austria. (2014b). Eheschließungen, Gesamterstheiratsrate und mittleres Erstheiratsalter seit 1946. Zugriff am: 29.10.2015 unter: http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html
- Stremmel, J. (2015, 10.06.2015). Der Hipster ist tot! *Süddeutsche Zeitung*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://jetzt.sueddeutsche.de/texte/anzeigen/593229/Der-Hipster-ist-tot>
- Stribl, S. (2014, 30.03.2014). Finanzmarkt oder Ponyhof. *Die Presse*. Zugriff am: 05.08.2015 unter: <http://diepresse.com/home/bildung/weiterbildung/1583764/Finanzmarkt-oder-Ponyhof?from=suche.intern.portal>
- Süddeutsche Zeitung. (2015). Zugriff am: 15.08.2015 unter: <http://www.sueddeutsche.de/app/service/impressum/>
- SVZ. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter: http://www.medienhausnord.de/fileadmin/content/Mediadaten/Tarif_2015_Tageszeitung_medienhausnord.pdf
- Urban, T. (2014, 31.10.2014). Warum die Generation Y so unglücklich ist. *Die Welt*. Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://www.welt.de/icon/article133276638/Warum-die-Generation-Y-so-ungluecklich-ist.html>

Wallner, A.-M. (2014, 23.02.2014). Die Generation dreißig sucht nach Halt. *Die Presse*.
Zugriff am: 05.08.2015 unter:
<http://diepresse.com/home/leben/mensch/1566136/Die-Generation-dreissig-sucht-nach-Halt?from=suche.intern.portal>

Windner, C. (2005, 06.12.2005). Generation Y: Eine Frage des Alters. *Der Standard*.
Zugriff am: 04.08.2015 unter: <http://derstandard.at/2259415/Generation-Y>

Wirtschaftswoche. (2015). Zugriff am: 12.08.2015 unter:
<http://www.wiwo.de/impressum/>

9 **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Verteilung der Kategorien.....	51
---	----

10 Anhang

10.1 Abstract Deutsch

Diese Arbeit beschäftigt sich mit den Unterschieden zwischen der Generation Y und den älteren Generationen. Es wurden mehrere Forschungsfragen entwickelt, die sich unter anderem mit dem Stellenwert der Familie und des Soziallebens, mit Veränderungen in der Erziehung, mit dem Stellenwert der Karriere und den Eigenschaften der Generationen befassen. Durch eine qualitative Inhaltsanalyse, die an die Theorie von Mayring angelehnt ist, wurden ausgewählte Zeitungsartikel der letzten zehn Jahre analysiert. Im Zentrum der Analyse steht ein Kategoriensystem, das fünf Hauptkategorien umfasst. In der Analyse wurde auch das von den AutorInnen der Artikel vermittelte Bild in den Fokus genommen und die Ergebnisse mit den Shell – Jugendstudien, der österreichischen Jugend – Wertestudie von 2011 und verschiedenen Daten der Statistik Austria verglichen. Zu Beginn dieser Arbeit steht unter anderem die These, dass die Generation Y ganz anders ist als die vorherigen Generationen. Diese These konnte nicht vollends bestätigt werden. Natürlich gibt es teilweise einen Einstellungs- oder Wertewandel, dieser ist aber eher auf die Zeit an sich oder das Umfeld in dem man aufwächst zurückzuführen. Das Aufkommen einer neuen und ganz anderen Generation hat man auch schon vor einigen Jahren eingeläutet. Dieses Phänomen scheint also kein neues zu sein, die heutige Zeit ist nur eine andere. Dieser Arbeit ist eine CD mit allen verwendeten Zeitungsartikeln beigelegt.

10.2 Abstract English

This diploma thesis is about the differences between the „Generation Y“ and the former generations. The research questions of this diploma thesis focus on the role of family and social life, changes in parenting, the role of career and the qualities of the generations. A qualitative content analysis based on Mayring's theory was used to analyze selected newspaper articles of the last ten years. The center of this analysis is a category system which includes five main categories. Furthermore, the analysis focuses on the image of generations built by the authors. The results of the analysis were compared with the Shell – youth – studies, the austrian – youth – values studies and several data of Statistik Austria. The initial thesis was that the „Generation Y“ is very different to former generations, but this could not entirely be proven. There are changes in young people's values and qualities, but they evolved mainly through time itself and the environment the young people live in. The appearance of a new generation with new qualities and new values can be found years ago as well. Therefore this is not a new phenomenon, it is just a new era.