

PRESSEMITTEILUNG, Heidelberg / Berlin, 10.08.2023

Die Jugendzeit gilt als die schönste im Leben, aber heutige Jugendliche werden nicht beneidet

SINUS-Studie zum Internationalen Tag der Jugend am 12. August in Kooperation mit YouGov

„Schön ist die Jugend bei frohen Zeiten. Schön ist die Jugend, sie kommt nicht mehr“, sang der Schlagersänger Heintje in den frühen 70er Jahren. Anlässlich des Internationalen Tages der Jugend am Samstag, 12. August, wollte das SINUS-Institut gemeinsam mit der internationalen Data & Analytics Group YouGov von den Menschen in Deutschland in einer repräsentativen Online-Befragung wissen, wie sie auf ihre eigene Jugendzeit zurückblicken, wie sie als Erwachsene zu heutigen Teenagern stehen und welche Herausforderungen sie auf die jungen Menschen zukommen sehen.

Knapp zwei Drittel (63 %) der Deutschen sagen, dass die Jugendzeit die schönste in ihrem Leben war. Besonders ältere Befragte (60 bis 69 Jahre) zeigen sich nostalgisch (72 %). Beim Geschlechtervergleich stimmen die Männer etwas häufiger zu (Männer: 66 % vs. Frauen: 59 %). Weitere 60 % aller Befragten bereuen nichts, was sie in ihrer Jugendzeit gemacht haben. Erneut stimmen Ältere dieser Aussage häufiger zu als Jüngere.

Gleichzeitig sind sich die Deutschen mehrheitlich einig, dass heutige Jugendliche keine schöne Zukunft vor sich haben: Knapp drei von fünf (58 %) vertreten diese Ansicht. Entsprechend wären nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (37 %) heute gerne noch einmal im Jugendalter.

Der Klimawandel und seine Folgen gelten als größte Herausforderungen für Jugendliche

Als größte von 18 abgefragten Herausforderungen, denen sich Teenager zukünftig stellen müssen, gelten laut Aussage der Befragten ab 18 Jahren in Deutschland der Klimawandel und seine Folgen (44 %). Dieser Meinung sind ältere Befragte häufiger als jüngere (54 % der 60- bis 69-Jährigen vs. 39 % der 18- bis 29-Jährigen).

„Auf den ersten Blick wirkt der Klimawandel aktuell als eine Herausforderung, die vor allem den Jüngeren Sorge bereitet und diese zu Protesten bewegt. Die Ergebnisse der Studie zeigen jedoch, dass es im Vergleich häufiger die Älteren sind, die den Klimawandel und dessen Folgen für die jüngeren Generationen als problematisch bewerten. Die Daten zeigen auch, dass die älteren Generationen einem größeren Mitspracherecht der jüngeren in Umweltfragen offen gegenüberstehen“, sagt Philipp Schneider, Head of Marketing DACH bei YouGov.

Dass Jugendlichen insbesondere bei der Klimadebatte mehr Gehör geschenkt werden sollte, sagt etwas mehr als die Hälfte aller Deutschen (55 %). Insgesamt sind hingegen 61 % in Deutschland der Meinung, dass Jugendliche gute Möglichkeiten haben, sich an politischen bzw. gesellschaftlichen Entscheidungen zu beteiligen.

Wohnen, Altersvorsorge und soziale Ungleichheit gelten als weitere zentrale Herausforderungen

Neben dem Klimawandel werden die heutigen Jugendlichen noch mit weiteren Unsicherheiten umgehen müssen: Für 38 % der Deutschen ab 18 Jahren stellt sich bezahlbares Wohnen als zukünftige Herausforderung für Jugendliche dar, für 37 % die finanzielle Absicherung im Alter bzw. die Altersvorsorge, für 34 % die Schere zwischen Arm und Reich und für 31 % die Auswirkungen globaler Ereignisse wie Kriege, Inflation etc.

Bei gesundheitlichen Themen gilt die mentale bzw. psychische Gesundheit als größte Herausforderung (18 %) vor Epidemien und Pandemien von Infektionskrankheiten (10 %) und Zunahme von gefährlichen nicht-infektiösen Krankheiten wie Krebs (6 %).

Weiterhin ist auffällig, dass jüngere Befragte zwischen 18 und 29 Jahren die Herausforderungen für Heranwachsende eher bei persönlichem Wohlbefinden und bei der Work-Life-Balance sehen als bei politischen oder wirtschaftlichen Aspekten.

Gesellschaftliche Gruppen bewerten künftige Probleme sehr unterschiedlich

Der Blick auf die künftigen Herausforderungen fällt in der Bevölkerung jedoch sehr unterschiedlich aus. Das zeigt die Analyse nach dem Gesellschaftsmodell der [Sinus-Milieus](#), das die deutsche Bevölkerung vor dem Hintergrund ihrer Werte und Lebensstile in zehn „Gruppen Gleichgesinnter“ kategorisiert.

Manfred Tautscher, Geschäftsführer des SINUS-Instituts, erläutert: „Die Daten zeigen: Je traditioneller Menschen eingestellt sind, desto relevanter sind finanzielle Herausforderungen, wie bezahlbares Wohnen, die Schere zwischen Arm und Reich oder die Absicherung im Alter, aber auch die Auswirkungen von Migration sowie die Sicherheit Deutschlands. Gleichzeitig sehen wir: Je moderner Menschen ticken, desto eher führen der Klimawandel und seine Folgen die Sorgenliste für die künftige Generation an.“

Jugendliche als selbstbewusst und kreativ gelobt, als respektlos und aggressiv kritisiert

Seit jeher gilt die Beziehung zwischen jungen Menschen und Erwachsenen als angespannt. So erwarten knapp drei von fünf Befragten (57 %), dass es in Zukunft zu immer mehr Spannungen zwischen der jungen und der älteren Generation kommen wird. Zudem zeigen sich die Deutschen in ihrem Verständnis der jungen Generation gespalten: 44 % der Befragten fällt es schwer, sich in die heutigen Jugendlichen hineinzusetzen, 48 % verneinen dies.

Doch wie nimmt die Bevölkerung die Jugendlichen derzeit wahr? Zwei Drittel der Deutschen finden, dass diese selbstbewusst sind (66 %). Auch sehen sie in ihnen kreative (51 %), sowie tolerante, engagierte und sympathische (jeweils 47 %) Persönlichkeiten.

Bei den abgefragten negativen Charakteristika überwiegen Respektlosigkeit (59 %), Aggressivität (56 %), Ziellosigkeit (53 %) und Faulheit (48 %). 62 % gehen sogar so weit zu behaupten, dass Jugendliche ein gutes Leben als gegeben annehmen und nicht bereit sind, sich dafür anzustrengen.

Blick nach Österreich: Bezahlbares Wohnen ist größere wahrgenommene Herausforderung für Teenager als Klimawandel

Anders als in Deutschland sind die Befragten in unserem Nachbarland Österreich der Meinung, dass bezahlbares Wohnen (59 %) die größere Herausforderung für junge Menschen darstellt als der Klimawandel (44 %). Dies zeigen Umfrage-Daten des SINUS-Partners INTEGRAL. Unterschiedliche Bewertungen entfallen auch auf Migration (Österreich: 39 % vs. Deutschland: 29 %) sowie mentale bzw. psychische Gesundheit (Österreich: 29 % vs. Deutschland: 18 %).

Methodischer Hinweis

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage auf Basis von YouGov Surveys der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.024 Personen zwischen dem 27.06. und 06.07.2023 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 bis 75 Jahren.

Über das SINUS-Institut

Die SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH mit Standorten in Heidelberg und Berlin, ist seit über 40 Jahren Spezialist für psychologische und sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung. Das Institut entwickelt Strategien für Unternehmen und Institutionen, die den soziokulturellen Wandel als Erfolgsfaktor nutzen.

Ein zentrales Tool dafür sind die [Sinus-Milieus](#) - ein Gesellschafts- und Zielgruppenmodell, das Menschen nach ihren Lebenswelten in „Gruppen Gleichgesinnter“ zusammenfasst. Die Sinus-Milieus zählen seit Jahrzehnten zu den bekanntesten und einflussreichsten Segmentationsansätzen und sind mittlerweile für über 50 Länder verfügbar.

SINUS kooperiert eng mit den Schwesterunternehmen INTEGRAL Markt- und Meinungsforschung in Wien und OPINION Market Research & Consulting, Nürnberg (INTEGRAL-SINUS-OPINION Gruppe).

Weitere Informationen über das SINUS-Institut unter www.sinus-institut.de.

Kontakt für Rückfragen

SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH

Tim Gensheimer

Telefon: +49 (0)6221 - 80 89 - 60

Mail: presse@sinus-institut.de

Über YouGov

YouGov ist ein internationales Unternehmen für Online-Marktforschung und Analysetechnologie. Als Innovatoren und Pioniere der Online-Marktforschung haben wir in den letzten zwanzig Jahren eine ständig wachsende Quelle von Verbraucherdaten aufgebaut, mit der wir ein umfassendes Verständnis für das komplexe Leben der Verbraucher ermöglichen. Unser Datenschatz ist nicht statisch, sondern wird kontinuierlich aktualisiert und ergänzt. Wir nennen das: Living Data.

Unsere innovativen Lösungen helfen den bekanntesten Marken, Medieninhabern und Agenturen der Welt, ihre Marketingaktivitäten besser zu planen, zu aktivieren und zu messen.

Mit Niederlassungen im Vereinigten Königreich, Nord- und Südamerika, Europa, im Nahen Osten, Indien und im asiatisch-pazifischen Raum verfügen wir über eines der größten Marktforschungsnetzwerke der Welt.

YouGov-Daten werden regelmäßig von der internationalen Presse zitiert - wir sind das meistzitierte Marktforschungsinstitut der Welt.

YouGov. Living Consumer Intelligence.

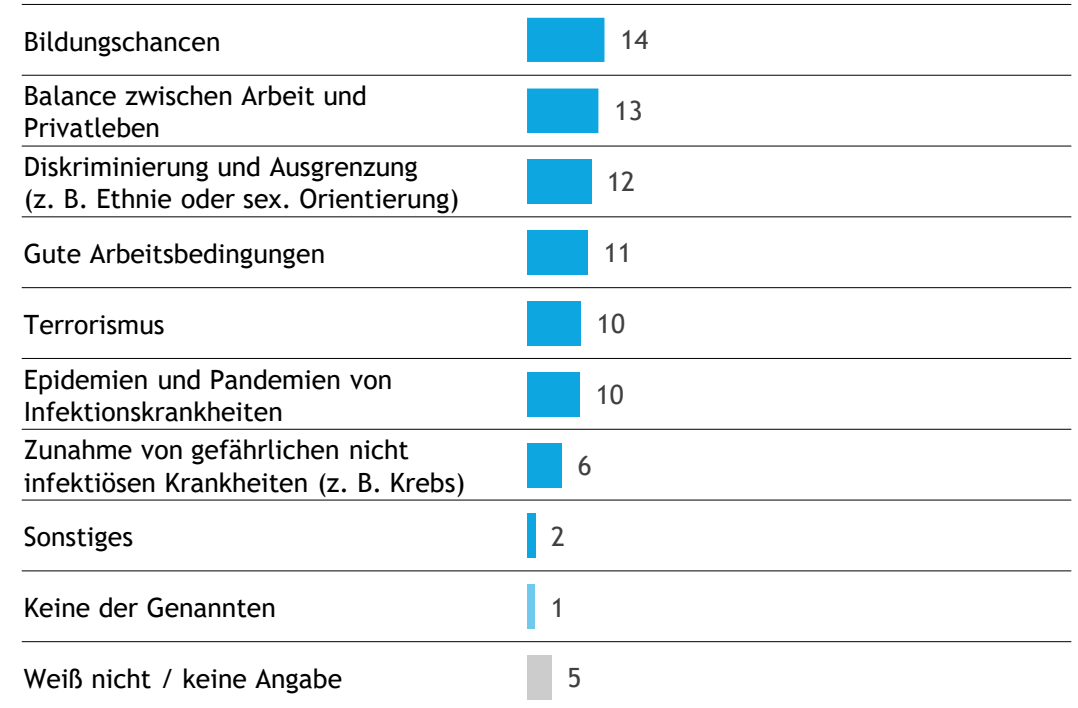
Weitere Informationen finden Sie unter yougov.de

Kontakt für Rückfragen

YouGov Deutschland GmbH
Anne-Kathrin Sonnenberg, PR Lead Mainland Europe
Telefon: +49 (0) 221 420 61 - 444
Mail: presse@yougov.de

Was sind die größten Herausforderungen für Jugendliche?

Der Klimawandel und seine Folgen gelten als größte Herausforderungen für heutige Jugendliche. Wohnen, Altersvorsorge, soziale Ungleichheit und Auswirkungen globaler Ereignisse gelten als weitere zentrale Herausforderungen.



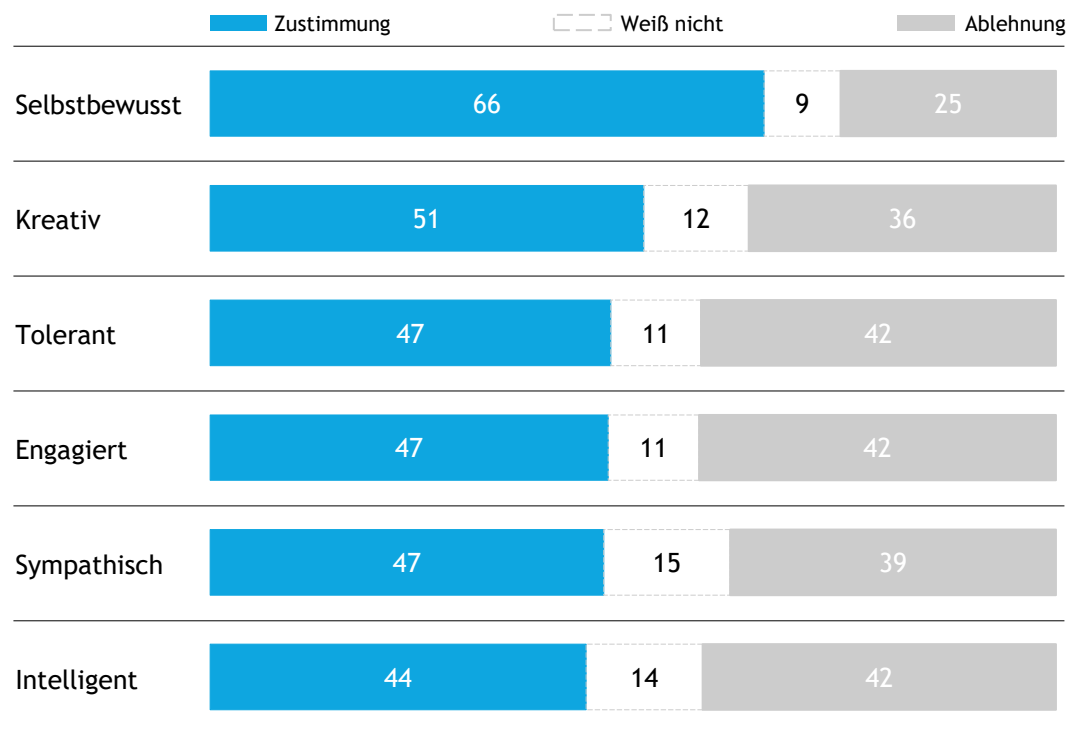
Quelle: SINUS-Institut / YouGov; Angaben in %
Online-Interviews repräsentativ für Deutschland 18-75 Jahre, n = 2.024 (alle Befragten)
Umfrage zum Internationalen Tag der Jugend – 12 August 2023, Befragungszeitraum: 27.06. – 06.07.2023

Frage: Was sind Ihrer Einschätzung nach die größten Herausforderungen, denen sich Jugendliche in Deutschland zukünftig stellen müssen? Bitte wählen Sie bis zu fünf Antworten aus.
(Mehrfachantworten möglich)

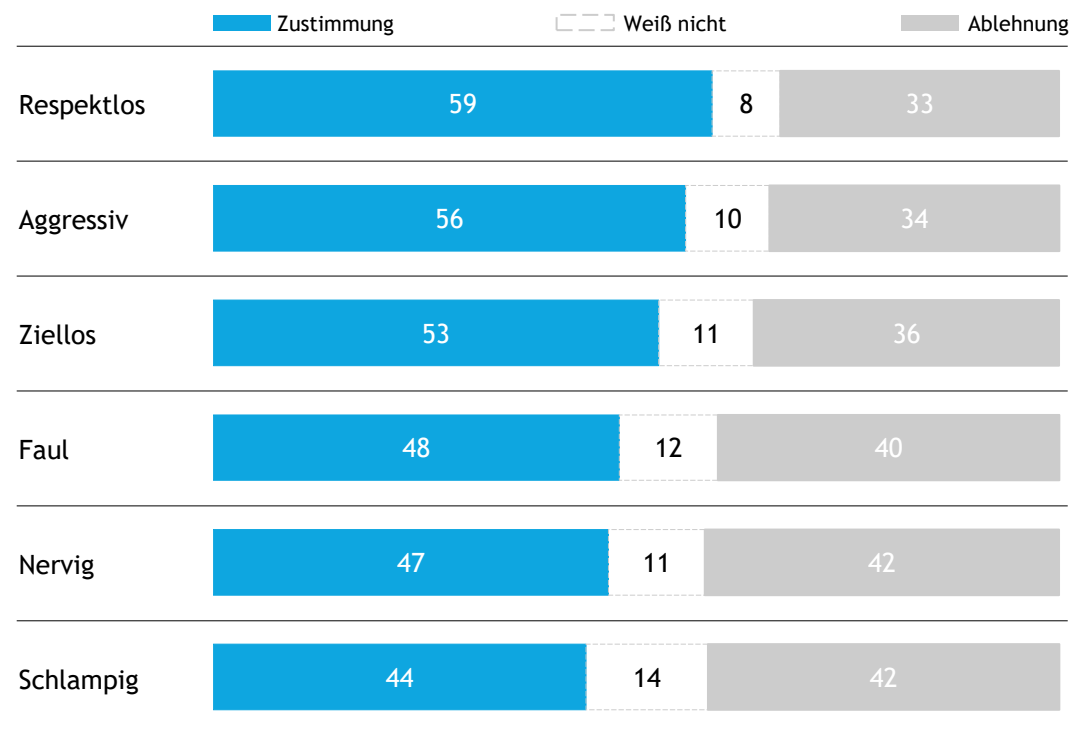
Wie werden Jugendliche wahrgenommen?

Jugendliche werden von der Mehrheit als selbstbewusst und kreativ gelobt, aber auch als respektlos, aggressiv und ziellos kritisiert.

Positive Eigenschaften



Negative Eigenschaften



Quelle: SINUS-Institut / YouGov; Angaben in %
 Online-Interviews repräsentativ für Deutschland 18-75 Jahre, n = 2.024 (alle Befragten)
 Umfrage zum Internationalen Tag der Jugend – 12 August 2023, Befragungszeitraum: 27.06. – 06.07.2023

Frage: Wie nehmen Sie die Jugend in Deutschland wahr? Bitte geben Sie an, inwiefern folgende Beschreibungen Ihrer Meinung nach auf die heutigen Jugendlichen zutreffen.