

SPERRFRIST

BIS AM DIENSTAG, 3. JUNI 2014
Uhrzeit noch offen.



JUVENIR-STUDIE 3.0

Geld – (k)ein Thema

**Wie es um die Finanzen
der Schweizer Jugendlichen steht.**

Eine Studie der Jacobs Foundation verfasst von Prognos.

JUVENIR

Eine Studienreihe der
Jacobs Foundation

Inhalt

Was ist Juvenir?	1
Warum Juvenir?	1
Worum gehts?	2
Zentrale Erkenntnisse	3
Die Jugendlichen haben genug!	3
Selbständigkeit? – Piano, piano ...	4
Nachhaltiges Bewusstsein – ja	
Nachhaltiger Konsum – vielleicht	5
Die Tessiner – speziell gut!	6
Miete, Mobilität, Ausgang – zu teuer!	8
Planen und Verantwortung übernehmen	9
Fazit	10
Weiterführende Fragen	11
Wie gehts weiter?	12
Das Juvenir Konzept	13
Die Jacobs Foundation und Prognos	14

Facebook-Friend von Juvenir werden und mitreden:
www.facebook.com/juvenir.ch

Alle Hintergrundinformationen zu Juvenir und die gesamte Studie downloaden:
www.juvenir.ch

Was ist Juvenir?

Juvenir ist eine repräsentative Studienreihe der Jacobs Foundation zu aktuellen Themen von Jugendlichen in der Schweiz. Das Einzigartige:

Juvenir spricht nicht über sondern mit Jugendlichen – die Themen werden von ihnen selbst als für sie wichtig identifiziert.

Juvenir findet in den neuen Medien statt – also dort, wo sich die Jugendlichen täglich aufhalten.

Juvenir gibt den Jugendlichen eine Stimme – durch Förderung des Dialogs mit Erwachsenen und Experten.

Warum Juvenir?

Braucht es eine weitere Schweizer Jugendstudie? Die Antwort ist klar JA. Aber nicht irgendeine, sondern eine, die auf aktuelle Entwicklungen eingeht und einen engagierten Dialog mit den Jugendlichen führt.

Als einzige Schweizer Studienreihe spricht Juvenir nicht nur über Jugendliche, sondern mit ihnen. Dazu setzt Juvenir die sozialen Medien ein, die die Jugendlichen täglich nutzen. So wurde auch das Thema der Juvenir-Studie 3.0 von den Jugendlichen selbst mittels Online-Voting bestimmt.

Nebst der Themenwahl konnten die Jugendlichen via Internet-Chats die Fragestellungen identifizieren, konkretisieren und priorisieren. Somit spiegeln die Studienergebnisse die subjektiven Meinungen und Erfahrungen der Jugendlichen in der Schweiz wider.

Insgesamt beteiligten sich 1'020 Jugendliche und junge Erwachsene aus den drei grossen Sprachregionen der Schweiz im Alter zwischen 15 und 21 Jahren an der dritten Juvenir-Befragung.

Worum gehts?

Die Jugendjahre sind die Phase des Übergangs aus der finanziellen Abhängigkeit des Elternhauses hin zur ökonomischen Selbstständigkeit. Eine wichtige und prägende Entwicklung im Leben der Jugendlichen und jungen Erwachsenen.

Die dritte Juvenir-Studie¹ der Jacobs Foundation geht auf das grosse Schweizer Thema «Geld» ein. Wie gehen die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in einem der reichsten Länder der Welt mit Geld um? Wieviel Geld haben sie zur Verfügung? Was spielt Geld für eine Rolle in ihrem Leben?

Die Studie geht folgenden Aspekten aus Sicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen nach:

- Inwiefern kommen sie mit ihrem Budget zurecht?
- Auf welche Konsumbereiche legen sie Wert?
- Wie wichtig ist ihnen die finanzielle Unabhängigkeit vom Elternhaus?
- Welche Konsumbereiche beurteilen sie als günstig oder als (zu) teuer?
- Welche finanziellen Einschränkungen erleben sie und in welchen Bereichen verzichten sie?
- Welche Bedeutung hat der sozial und ökologisch verantwortungsvolle Konsum?

Die vorliegende Kurzversion fasst die zentralen Erkenntnisse der Studie zusammen. **Die ausführliche Fassung sowie ein Tabellenband können unter www.juvenir.ch in Deutsch und Französisch heruntergeladen werden.**

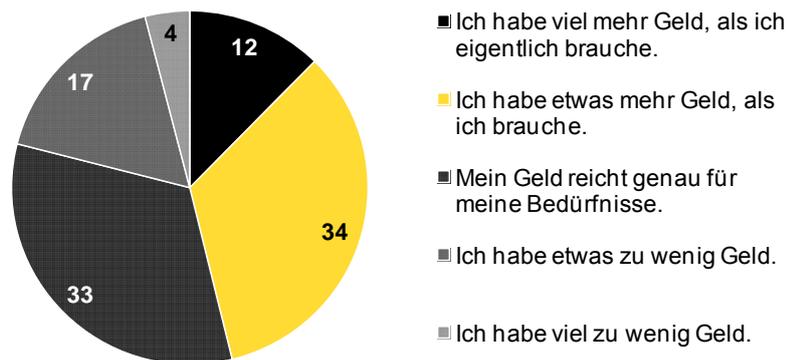
¹ Bisher erschienene Juvenir-Studien der Jacobs Foundation:
Juvenir-Studie 1.0: Unser Platz – Jugendliche im öffentlichen Raum. Oktober 2012.
Juvenir-Studie 2.0: Die erste grosse Entscheidung – Wie Schweizer Jugendliche eine (Berufs-)Ausbildung wählen. Juni 2013.

Zentrale Erkenntnisse

Die Jugendlichen haben genug!

Die Jugendlichen in der Schweiz sind alles andere als knapp bei Kasse: **Mehr als drei Viertel (79 Prozent) der Jugendlichen sagen: «Wir haben genug Geld». 46 Prozent geben sogar an, mehr als genug Geld zu haben.** Gerade die Jungs zeigen sich bescheiden: Mit 16 Prozent geben sie doppelt so häufig an, viel mehr Geld zu haben als sie brauchen wie die Mädchen. Übrigens: Unterschiede zwischen Jugendlichen aus ländlichen Regionen, der Agglomeration und der Städte zeigen sich keine in Bezug auf die finanzielle Ausstattung.

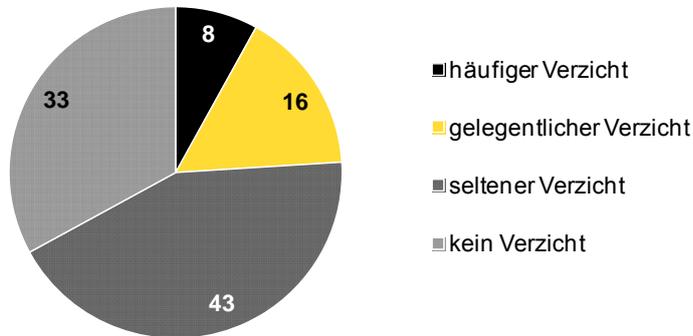
Bewertung der finanziellen Situation, in Prozent



Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

«Genug» heisst konkret: Die Hälfte der Schweizer Jugendlichen hat mehr als 500 Franken im Monat zur Verfügung. Und «genug» bedeutet auch, dass Verzicht für die meisten Jugendlichen ein Fremdwort ist. Ob als Schüler mit einem Budget von 150 Franken oder nach der Schule mit weit mehr Geld. **Drei Viertel (76 Prozent) aller Jugendlichen mussten praktisch noch nie auf etwas verzichten** – dank ihrer Eltern: Solange Jugendliche zuhause leben, mangelt es ihnen an nichts.

Verzichtserfahrungen über alle Bereiche, in Prozent



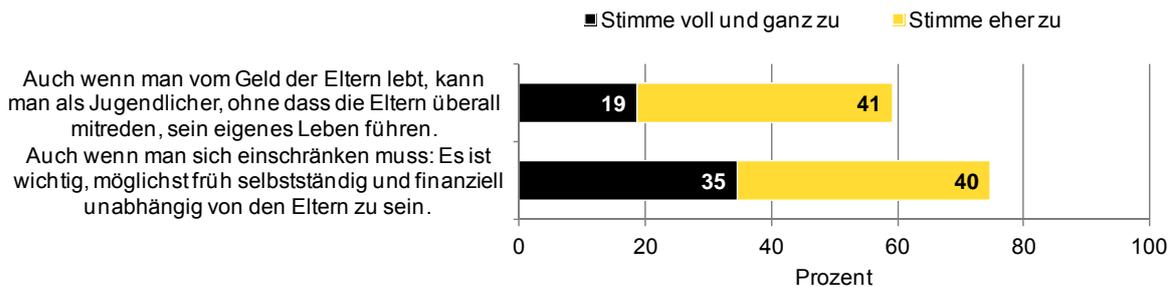
Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

Selbständigkeit? – Piano, piano ...

Über die Hälfte der Jugendlichen (56 Prozent) zwischen 15 und 21 Jahren ist noch voll von den Eltern abhängig und muss einzig fürs Vergnügen selbst aufkommen. Gerade mal 17 Prozent der Jugendlichen berappen ihr Leben (nahezu) vollständig mit selbstverdientem Geld. Zwar nimmt die finanzielle Selbstständigkeit mit dem Alter zu, dennoch ist das Leben von eigenem Geld bis ins Alter von 21 Jahren die Ausnahme. **Besonders spät erfolgt die finanzielle Abnabelung vom Elternhaus bei Jugendlichen in der Westschweiz und im Tessin. Mit 21 Jahren stehen dort gerade mal 10 Prozent respektive 11 Prozent auf den eigenen Füßen – in der Deutschschweiz 21 Prozent.**

Die meisten Jugendlichen sehen im Leben mit dem Geld der Eltern keinen Widerspruch (60 Prozent). Dennoch finden es drei Viertel (75 Prozent) der Befragten wichtig, möglichst früh selbstständig und finanziell unabhängig vom Elternhaus zu sein, auch wenn dies bedeutet, sich einschränken zu müssen.

Bedeutung der finanziellen Unabhängigkeit

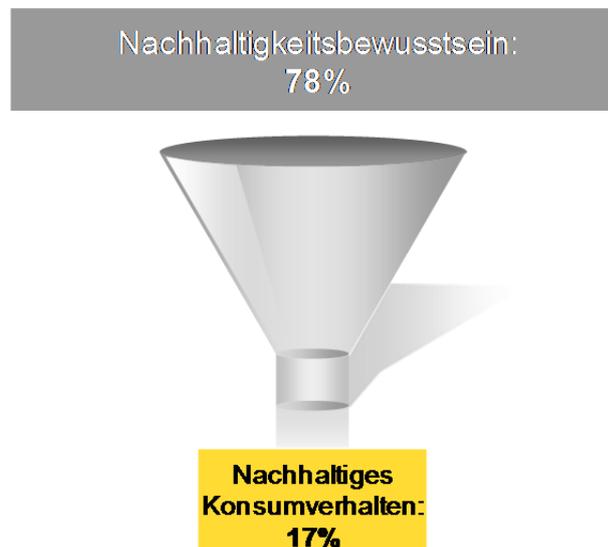


Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

Nachhaltiges Bewusstsein – ja Nachhaltiger Konsum – vielleicht

Drei Viertel (78 Prozent) der Jugendlichen glauben, dass sie mit nachhaltigem Einkaufsverhalten die Produktionsbedingungen verbessern können. Aber Fairness im Konsum hört in der Regel da auf, wo das eigene Portemonnaie strapaziert wird. **Bisher kauft nur jeder 6. Jugendliche in der Schweiz (17 Prozent) konsequent fair hergestellte Produkte.**

Nachhaltigkeitsbewusstsein gegenüber tatsächlichem Handeln



Quelle: *Juvenir Online-Befragung 2013.*

Wie passen aber das hohe Bewusstsein sowie die gute finanzielle Ausstattung (79 Prozent haben genug; davon 46 Prozent mehr als genug Geld) mit dem geringen Anteil von Jugendlichen zusammen, die konsequent fair hergestellte Produkte kaufen?

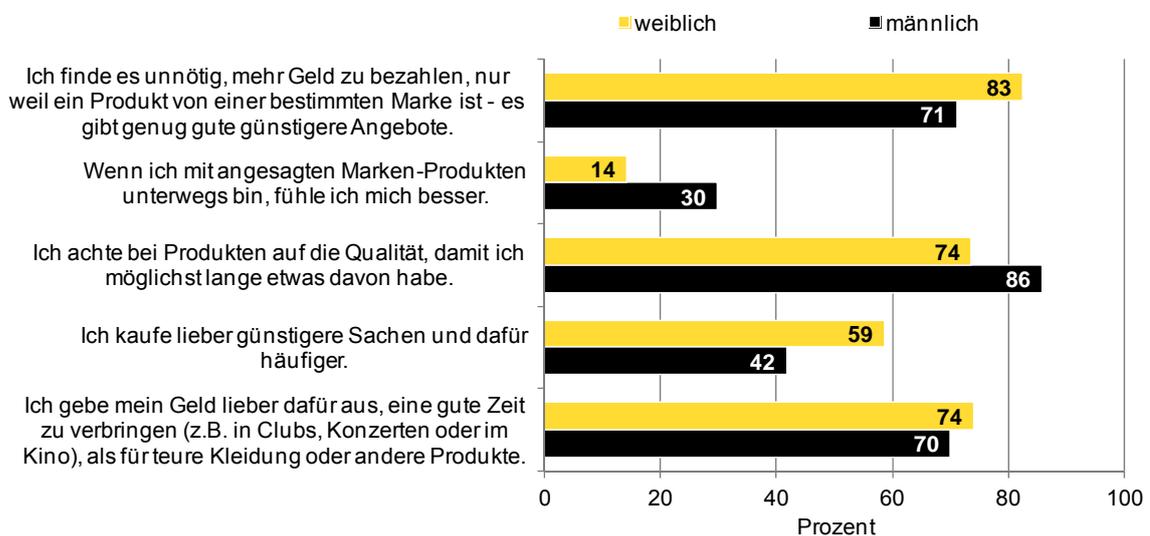
Das ist doch inkonsequent? Damit befinden sich die Jugendlichen allerdings in «guter Gesellschaft», denn viele Erwachsene kritisieren Unternehmen für die Ausbeutung ihrer Mitarbeiter oder die umweltschädliche Produktion, erwarten aber gleichzeitig tiefe Preise, schnelle Lieferzeiten und brandaktuelle Mode.

Der Widerspruch, mit dem die Erwachsenen leben, hat seine Anfänge offensichtlich bereits im Jugendalter und die Jugendlichen sind hier ein Spiegelbild der Gesellschaft. Ihr Handeln pendelt zwischen dem Wunsch, soziale Verantwortung zu übernehmen einerseits und eigennütziger Umsetzung andererseits.

Spass kommt klar vor teuren Sachen

Juvenir fördert weitere überraschende Erkenntnisse zum Konsumverhalten zutage: Aus Sicht der Jugendlichen war Marke gestern, was zählt ist vielmehr die Qualität (79 Prozent) – für männliche Jugendliche etwas stärker als für weibliche. Junge Frauen kaufen lieber günstiger, dafür häufiger: Für 59 Prozent der weiblichen Jugendlichen ist shoppen gar eine Freizeitaktivität. **Aber: Immaterielle Werte sind weit wichtiger als Materielles – darin ist sich die grosse Mehrheit der Jugendlichen in der Schweiz einig: 72 Prozent investieren ihr Geld lieber in eine gute Zeit mit Freunden als in teure Dinge.**

Worauf es ankommt beim Konsum (nach Geschlecht)



Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

Die Tessiner – speziell gut!

Auch in Juvenir 3.0 wird deutlich, dass es zwischen den Jugendlichen in den grossen Schweizer Sprachregionen feine Unterschiede gibt:

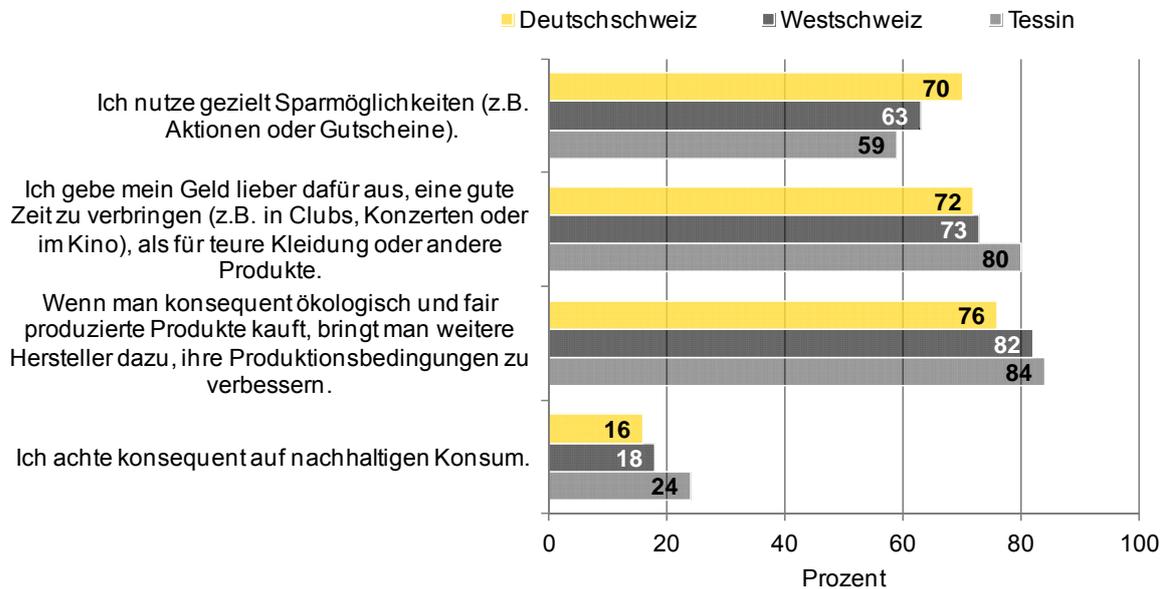
Jugendliche aus dem deutschen Sprachraum sind besonders darauf bedacht, ihr Geld zusammenzuhalten (70 Prozent gegenüber 63 Prozent in der Westschweiz und 59 Prozent im Tessin, die gezielt Sparmöglichkeiten nutzen).

Wohingegen die Tessiner Jugendlichen ihr Geld etwas häufiger in eine gute Zeit mit Freunden investieren (80 Prozent gegenüber 73 Prozent in der Westschweiz und 72 Prozent in der Deutsch-

schweiz). Ebenfalls sind sich die Tessiner Jugendlichen ihrer Konsumentensouveränität am stärksten bewusst: 84 Prozent gegenüber 82 Prozent in der Westschweiz und 76 Prozent in der Deutschschweiz, die davon überzeugt sind, dass nachhaltiger Konsum die Produktionsbedingungen günstig beeinflusst.

Häufiger als Jugendliche aus den andern Sprachregionen lassen die Tessiner ihrem Nachhaltigkeitsbewusstsein auch Taten folgen (24 Prozent gegenüber 18 Prozent in der Westschweiz und 16 Prozent in der Deutschschweiz, die konsequent nachhaltig konsumieren).

Konsumpräferenzen nach Sprachregionen



Quelle: *Juvenir Online-Befragung 2013.*

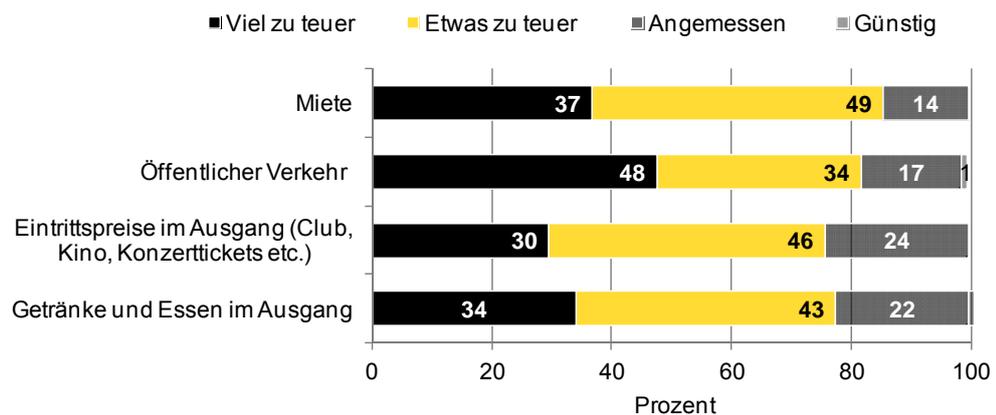
Miete, Mobilität, Ausgang – zu teuer!

Die aktuelle Diskussion in der Schweiz um die hohen Kosten fürs Wohnen, den Service Public und die Krankenkassen geht auch an den Jugendlichen nicht spurlos vorbei, auch wenn sie diese Kosten in der Regel nicht selbst tragen.

Die Miete für eine eigene Wohnung wird von einer grossen Mehrheit (86 Prozent) als zu teuer empfunden. Dicht gefolgt von den Ausgaben für die Mobilität (82 Prozent) und dabei insbesondere für den öffentlichen Verkehr. Hier geben gar 9 von 10 jungen Frauen an, dass sie den öV zu teuer finden.

Der Spass am Ausgehen wird durch zu hoch empfundene Eintritts- und Getränkepreise für eine deutliche Mehrheit der Jugendlichen (76 und 77 Prozent) geschmälert. Was aber nicht bedeutet, dass die Jugendlichen darauf verzichten.

Als zu teuer empfundene Ausgabenbereiche



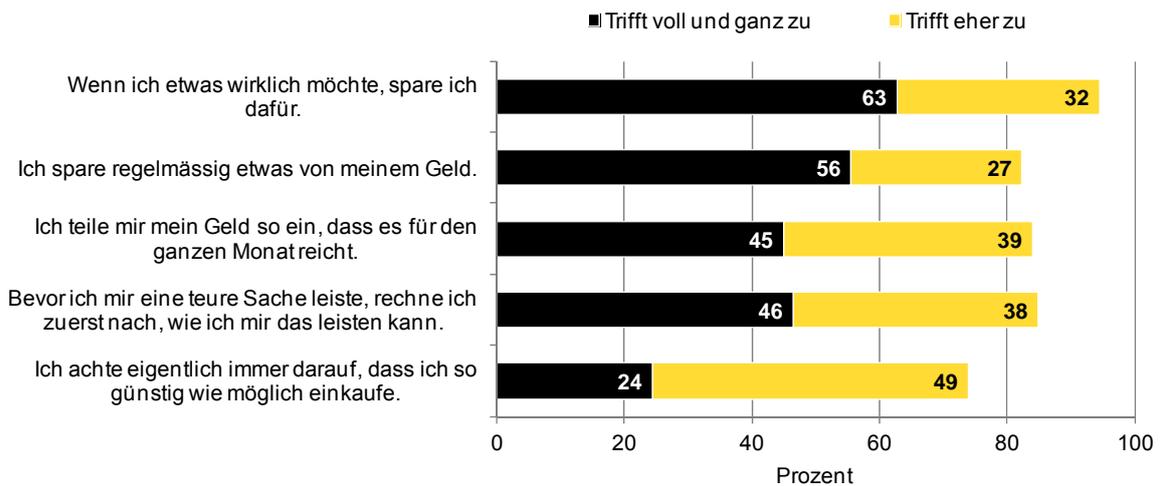
Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

Planen und Verantwortung übernehmen

Die von den Medien gerne transportierte und viel diskutierte zunehmende Verschuldung der Schweizer Jugend bestätigt Juvenir nicht:

Fast alle Schweizer Jugendlichen sparen gelegentlich (95 Prozent), 83 Prozent gelingt dies regelmässig. Insgesamt zeigt Juvenir das Bild einer Jugend, die verantwortungs- und planvoll mit Geld umgeht. **Sei es, dass sich die Jugendlichen ihr Geld über den Monat hinweg einteilen (84 Prozent), zuerst nachrechnen, bevor sie sich teure Dinge leisten (84 Prozent) oder preisbewusst einkaufen (73 Prozent).** Dieser planvolle Umgang ist bei weiblichen Jugendlichen noch etwas stärker ausgeprägt als bei männlichen.

Budgetmanagement der Jugendlichen



Quelle: Juvenir Online-Befragung 2013.

Fazit

Als Thema der Juvenir-Studie 3.0 wählten die Jugendlichen mittels Online-Voting die Frage: «Die Schweiz – zu teuer für Jugendliche?». Diese Frage beantworteten sie in der Umfrage mit einem klaren «Nein». Im Gegenteil. Die Jugendlichen sagen: «Wir haben genug». In vielen Fällen sogar mehr als genug Geld. Obwohl dem so ist und auch das Bewusstsein für die Konsumentenmacht bei den Jugendlichen stark ausgeprägt ist, übersetzt sich das mehrheitlich nicht in konsequent nachhaltigen Konsum. Dieses Verhalten trifft jedoch nicht nur auf die Jugendlichen zu. Es dürfte seinen Ursprung wohl in der Vorbildfunktion der Erwachsenen haben. Denn: Die meisten Einwohner der Schweiz könnten finanziell betrachtet eigentlich nachhaltiger konsumieren, als sie es tun.

Weiter fördert die Studie das Bild einer Schweizer Jugend zutage, die sich überaus planvoll und sparsam im Umgang mit Geld zeigt. Von der via Medien häufig verbreiteten Darstellung einer verschuldungsgefährdeten Jugend, findet Juvenir keine Spur. Selbstverständlich gibt es Bereiche, die aus Sicht der Jugendlichen und jungen Erwachsenen (zu) teuer sind. Aber: Verzicht ist für die grosse Mehrheit der Jugendlichen in der Schweiz kaum oder überhaupt kein Thema.

Weiterführende Fragen

Juvenir 3.0 zeigt, dass die Jugendlichen in der Schweiz mit ihrem Budget grundsätzlich gut zurechtkommen. Nichtsdestotrotz lassen sich aus den Studienresultaten weiterführende Fragen ableiten, die an die Jugendlichen aber genauso gut an die gesamte Gesellschaft adressiert werden können und Anlass für Diskussionen bieten.

Thema Geld:

- «Wir haben genug Geld», sagt die Mehrheit der Schweizer Jugendlichen. Macht's glücklich? Macht's frei? Wo sind die Grenzen von Geld?
- Die Schweizer Jugend muss kaum verzichten. Was bedeutet das für eine Gesellschaft? Formt der Wohlstand den Charakter der Jugendlichen?
- Mobilität und Ausgang finden die Jugendlichen zu teuer. Was sind Alternativen? Muss zum Beispiel der öffentliche Verkehr über die Bächer gehen und bessere Angebote für Jugendliche schaffen?

Thema Unabhängigkeit:

- Wer zuhause wohnt und selbst verdient, soll Geld für den Grundbedarf abgeben. So eine Schweizer Tradition. Ist das heutzutage noch so? Wenn ja, was sind die Auswirkungen? Spielt es dabei eine Rolle, ob die Eltern auf das Geld angewiesen sind oder nicht? Oder gehts darum, den mündigen Umgang mit Geld zu trainieren?
- Grössere Anschaffungen: Selbst verdienen und sparen – oder die Eltern und den Götti um zusätzliches Geld bitten? Was fühlt sich besser an? Welche Variante macht im Erwachsenenalter erfolgreich?

Thema Nachhaltigkeit:

- Nachhaltige Gesinnung ja – nachhaltiger Konsum nein? Viele Jugendliche finden nachhaltig zu konsumieren dann doch zu teuer. Viele Erwachsene ja auch. Es ist jedoch genug Geld da. Warum also spielt das ökologische Gewissen beim Kaufverhalten eine untergeordnete Rolle?

- Lieber viel und trendy als fair? Beim Shopping geben die Schweizer Jugendlichen fair produzierenden Labels nicht unbedingt den Vorzug. Wo liegt der Haken?

Wie gehts weiter?

Wie bereits bei der ersten und zweiten Juvenir-Studie können die Jugendlichen die Resultate der Studie auf Facebook diskutieren (www.facebook.com/juvenir.ch). Dort haben sie und auch alle anderen Interessierten, die Möglichkeit die Ergebnisse zu bewerten und sich gegebenenfalls von Mehrheitsmeinungen abzugrenzen.

Das Juvenir Konzept



Identifikation der Juvenir-Themen

Die Jugendlichen selbst stimmen im Rahmen eines Facebook-Votings über das jeweilige Juvenir-Thema ab. Zugleich besteht die Möglichkeit, eigene Themen in das Voting einzubringen.



Online-Chat

Ca. 10-15 Jugendliche diskutieren das aktuelle Juvenir-Thema und konkretisieren es aus ihrer eigenen Perspektive. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die Erstellung des standardisierten Fragebogens.



Online-Befragung

Online-Befragung anhand eines standardisierten Fragebogens durch ein professionelles Befragungsinstitut in den drei grossen Sprachregionen der Schweiz.



Expertengruppe

Die Befragungsergebnisse werden einem ausgewählten Kreis an Experten aus Wissenschaft und Praxis zur Diskussion gestellt.



Veröffentlichung

Im Rahmen des Juvenir Dialogs wird die Studie öffentlich vorgestellt.



Online-Diskurs

Die Jugendlichen haben die Gelegenheit, die Ergebnisse der aktuellen Juvenir-Studie zu bewerten und sich von Mehrheitsmeinungen abzugrenzen. Im Online-Diskurs können alle Interessierten ihre Standpunkte austauschen und diskutieren.



Auswertung des Online-Diskurs

Die Diskussion soll Gemeinsamkeiten, aber auch Unterschiede des jeweiligen Juvenir-Themas verdeutlichen. Der Online-Diskurs wird je nach Gehalt ausgewertet und veröffentlicht.

Die Jacobs Foundation und Prognos

Im Auftrag der Jacobs Foundation hat Prognos die Juvenir-Studie zum Umgang der Jugendlichen in der Schweiz mit dem Geld durchgeführt.

Die Jacobs Foundation

Die Stiftung ist international tätig und versteht sich als Impulsgeberin und Innovationsmotor für Fragen der Kinder- und Jugendentwicklung. Sie initiiert, koordiniert und fördert wegweisende Projekte auf diesen Gebieten. Die Umsetzung erfolgt gemeinsam mit ausgewiesenen Partnern aus Wissenschaft und Praxis.

Die Jacobs Foundation wurde 1989 von Klaus J. Jacobs und seiner Familie mit dem Ziel gegründet, künftige Generationen durch die Verbesserung ihrer Entwicklungsmöglichkeiten nachhaltig positiv zu unterstützen, damit sie sozial verantwortungsbewusste Mitglieder der Gesellschaft werden können.

Prognos AG

Die Prognos AG berät seit 1959 Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Mittels neutraler Analysen, fundierter Prognosen und kritischer Bewertungen hilft Prognos, mögliche Zukunftsoptionen zu erkennen und zu bewerten. Prognos entwickelt praxisnahe Entscheidungsgrundlagen und Zukunftsstrategien für Unternehmen, öffentliche Auftraggeber und internationale Organisationen.

Die interdisziplinäre Zusammenarbeit der Prognos-Teams über das breite Spektrum von markt- und gesellschafts-bestimmenden Themenfeldern ermöglicht die Erarbeitung von Lösungen auf die Art und Weise, wie wir dies für wichtig erachten: ganzheitlich, praxisorientiert und auf dem Stand neuester wissenschaftlicher Erkenntnisse.

Die Gesamtstudie ist neben der vorliegenden Kurzfassung bei der Jacobs Foundation erhältlich.

Herausgeber

Jacobs Foundation
Seefeldquai 17
CH-8034 Zürich
www.jacobsfoundation.org

Ansprechpartner

Tobias Kaspar
tobias.kaspar@jacobsfoundation.org

Durchführung der Studie

Prognos AG, Basel
www.prognos.com

Gestaltung und Satz

BLYSS, Zürich
www.blyss.ch

© 2014, Jacobs Foundation – Nachdruck, Verbreitung und elektronische Wiedergabe, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung.

Jacobs Foundation

Seefeldquai 17, Postfach
CH-8034 Zürich
T +41 44 388 61 19
F +41 44 388 61 37

www.jacobsfoundation.org

