

Global Kids

Modernisierung und Geschlechterrollen aus der Perspektive von Jugendlichen im Zeitalter der Globalisierung

Projektleitung: Dr. Cheryl Benard, Dr. Edit Schlaffer

Projektmanagement: Mag. Nina Brica

Projekt-Mitarbeit: Christa Bös, Mag. Martina Handler, Mag. Birgit Hittenberger,
Mag. Elisabeth Kasbauer, Gabriele Pessl, u.v.m.

Wien, Mai 2005

Teil 2
Fragebogenauswertung

0.	Einleitung.....	4
0.1.	Der Fragebogen.....	4
0.2.	Die Stichprobe.....	6
0.3.	Methodische Hinweise.....	7
1.	Familiensituation.....	8
1.1.	Familienstand der Eltern.....	8
1.2.	Geschwister.....	8
1.3.	Arbeitsteilung der Eltern.....	10
1.4.	Berufstätigkeit der Eltern.....	10
1.5.	Taschengeld.....	11
2.	Medienzugang.....	13
2.1.	Fernsehen.....	14
2.2.	Video-Rekorder.....	14
2.3.	DVD-Player.....	14
2.4.	Radio.....	15
2.5.	Zeitungs- und Zeitschriftenabonnement.....	15
2.6.	Computer.....	17
2.7.	Internet.....	17
2.8.	Mobiltelefon.....	18
3.	Freizeitaktivitäten.....	18
3.1.	Lieblingsbeschäftigungen.....	18
3.2.	Mediennutzung.....	19
3.2.1.	Fernsehen.....	19
3.2.2.	Lesen.....	21
3.2.3.	Computer.....	22
3.2.4.	Internet.....	27
3.2.5.	Musik.....	31
3.2.6.	Telefonieren.....	35
3.3.	Ausgehen.....	36
3.3.1.	Kino.....	36
3.3.2.	Tanzen.....	37
3.3.3.	Lokale.....	38
3.4.	Mitgliedschaft in Klubs oder Organisationen.....	38
3.5.	Sport.....	39
4.	Die Favoriten der Jugendlichen.....	41
4.1.	Internationale Fernsehserien.....	41
4.2.	Lieblingsserien.....	42
4.3.	Internationale Kinofilme.....	43
4.4.	Internationale Zeitschriften und Magazine.....	45
4.5.	SchauspielerInnen.....	46
4.5.1.	Lieblingsschauspielerinnen.....	46
4.5.2.	Lieblingsschauspieler.....	47
4.6.	Vorbilder - Idole.....	48
4.6.1.	Weibliche Idole.....	48
4.6.2.	Männliche Idole.....	49
4.7.	Ausgewählte Kinofilme und Fernsehserien.....	50
4.7.1.	Natürlich Blond.....	50
4.7.2.	American Pie.....	56
4.7.3.	Ally McBeal.....	62
4.7.4.	Doktor Quinn.....	63

4.7.5.	Friends.....	64
4.7.6.	Dharma und Greg	66
5.	Das soziale Umfeld der Jugendlichen.....	68
5.1.	Die Eltern.....	68
5.1.1.	Das Bild von der Mutter	68
5.1.2.	Das Bild vom Vater	71
5.1.3.	Konflikte mit den Eltern.....	73
5.1.4.	Die Traditionen der Eltern.....	77
5.1.5.	Die Meinung der Eltern zum Freund beziehungsweise zur Freundin ...	78
5.1.6.	Die Mutter als Vorbild	79
5.1.7.	Der Vater als Vorbild	82
5.2.	Die Geschwister als Vorbilder.....	84
5.3.	Der Freundeskreis	86
5.3.1.	Bedeutung	86
5.3.2.	Bedeutung bei Entscheidungen	87
5.3.3.	Bedeutung bei Leistungen.....	88
5.3.4.	Bedeutung beim Aussehen.....	88
5.3.5.	Bedeutung bei der Persönlichkeit	89
5.4.	Behandlung von Sexualität im sozialen Umfeld	90
5.4.1.	Im Freundeskreis	90
5.4.2.	Im Unterricht	90
5.4.3.	Zu Hause	91
5.4.4.	Gespräch mit Eltern.....	92
6.	Jugendliche über sich selbst.....	93
6.1.	Selbstbeschreibung	93
6.1.1.	Aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten	93
6.1.2.	In eigenen Worten	94
6.1.3.	Stärken	96
6.1.4.	Schwächen	97
6.2.	Ängste und Sorgen.....	98
6.2.1.	Aktuelle Sorgen.....	98
6.2.2.	Zukunftsängste	99
6.3.	Was ihnen wichtig ist.....	101
6.3.1.	Wichtige Werte	101
6.3.2.	Das Wichtigste momentan	102
6.3.3.	Die Traditionen der Jugendlichen	103
6.3.4.	Lebensmotto	104
6.4.	Träume und Wünsche	106
6.4.1.	Freizeitwünsche	106
6.4.2.	Ziele	107
7.	Die Lebensplanung der Jugendlichen	107
7.1.	Beruf.....	108
7.1.1.	Wunschberuf.....	108
7.1.2.	Berufliche Ziele	110
7.1.3.	Subjektive Barrieren	111
7.2.	Partnerschaft	112
7.2.1.	Ehe	113
7.2.2.	IdealpartnerInnen.....	116
7.3.	Familie	123
7.4.	Wohnen und Mobilität	127
8.	Die Einstellungen der Jugendlichen	130

8.1.	Gesellschaftliches Engagement	130
8.2.	Einstellungen zu Politik	131
8.2.1.	Persönliche Bedeutung der Politik	131
8.2.2.	Interesse für Politik	132
8.2.3.	Politische Störfaktoren	134
8.2.4.	Wichtige Diskussionspunkte	135
8.3.	Einstellungen zu Religion	136
8.3.1.	Persönliche Bedeutung von Religion.....	136
8.3.2.	Einstellungen zur eigenen Religion	138
8.4.	Einstellungen zum Geschlechterverhältnis.....	141
8.5.	Einstellungen zu Sexualität	148
8.5.1.	Persönliche Bedeutung von Sexualität	148
8.5.2.	Sexuelle Erfahrungen.....	149
8.5.3.	Einstellungen zu Sexualität und AIDS.....	150
8.6.	Einstellungen zum eigenen Körper	153
8.6.1.	Das Bild vom eigenen Körper	153
8.6.2.	Was Jugendliche für ihren Körper tun	154
8.7.	Einstellungen zu Kleidung	155
8.7.1.	Persönliche Bedeutung der Kleidung	155
8.7.2.	Persönlicher Kleidungsstil	156
8.7.3.	Kleider machen Leute?	157
8.7.4.	Kleidungsstil im Freundeskreis und in der Schule	158
8.7.5.	Einstellungen zu Markenkleidung	160
9.	Zusammenfassung	166

0. Einleitung

0.1. Der Fragebogen

Das Projekt „Global Kids“ umfasst unter anderem auch eine halbstandardisierte Fragebogenuntersuchung. Der Fragebogen zielt darauf ab, die Lebenswelt der Jugendlichen umfassend zu beleuchten: Wie kann die Jugendkultur der befragten schwedischen, deutschen, österreichischen, slowakischen, türkischen und indischen 14- bis 17-Jährigen beschrieben werden? Wie erleben Jugendliche ihr soziales Umfeld? Wie möchten sie ihr Leben gestalten und wer oder was vermittelt ihnen welche Werte und Rollenbilder? Welche Botschaften bezüglich dem Geschlechterverhältnis erhalten Jugendliche von ihren Eltern, ihrer Religion oder den Massenmedien?

Besonderes Augenmerk legt der Fragebogen auf die persönliche Lebenssituation der Jugendlichen: Neben der Familienform – also dem Familienstand der Eltern – interessiert vor allem, inwiefern Väter und Mütter berufstätig sind und wie sie die Aufteilung der Aufgaben der Haushaltsführung und Kinderbetreuung handhaben. Auch die Zahl und das Alter der Geschwister werden erhoben. Ebenso die Höhe des Taschengelds, das den Jugendlichen zur Verfügung steht.

Um den Einfluss des familiären Umfelds auf die Lebensweise der Jugendlichen in Erfahrung zu bringen, wurden die Befragten gebeten, zu beschreiben, wie sie ihre Eltern sehen, was ihrer Meinung nach ihren Eltern wichtig ist, inwiefern sie ihre Eltern als Vorbilder betrachten und in welchen Punkten deren Meinungen von ihren eigenen abweichen und es zu Konflikten kommt. Auch die Bedeutung der Geschwister als Vorbilder wird erhoben. Auf der anderen Seite wird aber auch danach gefragt, in welchen Lebensbereichen Jugendliche besonders viel Wert auf die Meinung ihrer FreundInnen legen.

Im Mittelpunkt des ausführlichen Fragenkomplexes zur schwedischen, deutschen, österreichischen, slowakischen, türkischen und indischen Jugendkultur stehen die Medien und ihre Bedeutung als Teil des Lebens der Jugendlichen. Es wird erhoben, inwiefern Jugendliche Zugang zu Medien wie Fernsehen, Radio, Internet, Printmedien und anderen haben und in welchem Ausmaß sie von diesen auch Gebrauch machen. Um festzustellen, wie Jugendliche die durch diese Medien vermittelten Botschaften vor allem hinsichtlich Genderaspekte und Geschlechterrollen wahrnehmen, wird erhoben, welche Medieninhalte besonders viele Jugendliche ansprechen und wie einige ausgewählte international dargebotene US-amerikanische Kinofilme und Fernsehserien von Jugendlichen in Schweden, Deutschland, Österreich, in der Slowakei, Türkei und in Indien beurteilt werden.

Andere Aspekte der Jugendkultur, die mit diesem Fragebogen untersucht werden, sind die Freizeitaktivitäten der Jugendlichen und ihr Kleidungsstil. Ebenso interessiert, wie Jugendliche ihren Körper wahrnehmen und wie sie mit ihm umgehen. Dazu zählen auch die persönlichen Erfahrungen von Sexualität. Die Einstellungen der Jugendlichen zu Sexualität werden genauso erfragt, wie die Art und Weise, wie im näheren sozialen Umfeld – in der Familie, unter FreundInnen und in der Schule – mit diesem Thema umgegangen wird.

Der Fragebogen versucht aber auch zu ermitteln, welche Bedeutung Jugendliche der Politik beimessen, wie sehr sie sich für das politische Geschehen interessieren, was sie an der Politik ihres Landes stört beziehungsweise was ihrer Meinung nach die wichtigsten politischen Diskussionspunkte sind und wofür sie sich engagieren würden. Außerdem werden die subjektive Bedeutung von Religion und die Wahrnehmung der eigenen Religion beziehungsweise der Religion, die Jugendliche in ihrem nächsten Umfeld alltäglich erleben, erfragt.

Ein großer Teil des Fragebogens ist der Selbstbeschreibung der Jugendlichen gewidmet. Es geht darum, wie Jugendliche sich selbst sehen, wo ihrer Meinung nach ihre Stärken und Schwächen liegen, was ihnen wichtig ist, was ihnen Ängste und Sorgen bereitet und welche Träume und Ziele sie verfolgen wollen. Von Interesse ist außerdem, welchen Idolen sie nacheifern und wie sie ihr Leben gestalten wollen:

Was sind ihre beruflichen Ziele? Wie stellen sie sich ideale Partnerschaften vor? Erwägen sie zu heiraten? Wünschen sie sich Kinder und wo möchten sie später einmal wohnen und leben? Gerade bei diesen Fragestellungen wird auf Unterschiede zwischen den Antworten der Mädchen und Jungen zu achten sein. Es geht darum festzustellen, welche geschlechtsspezifischen Rollenbilder sich in den Lebensplänen der Jugendlichen widerspiegeln. Um herauszufinden, wie Jugendliche Geschlechterrollen wahrnehmen, werden auch einige direkte Fragen zu Genderaspekten und dem Geschlechterverhältnis gestellt.

0.2. Die Stichprobe

Dieser Fragebogen wurde von insgesamt 950 Jugendlichen, die zum Zeitpunkt der Befragung die 8. oder 9. Schulstufe besuchten, ausgefüllt. Dabei wurden in Deutschland, Österreich, der Slowakei, Türkei und in Indien jeweils 160, in Schweden allerdings lediglich 150 SchülerInnen befragt. Tabelle 0.1 gibt einen Überblick über die Befragten, wobei Länderweise zwischen Jungen und Mädchen differenziert wird. Schweden und Indien fallen insofern auf, da in Schweden deutlich mehr weibliche, in Indien hingegen deutlich mehr männliche Jugendliche an der Befragung teilnahmen.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien	gesamt
Jungen	40.7	48.1	47.5	50.0	48.8	64.4	50.0
Mädchen	59.3	51.9	52.5	50.0	51.3	35.6	50.0

Tabelle 0.1: Das Geschlecht der befragten Jugendlichen (Prozentwerte).

Tabelle 0.2 gibt Auskunft über die Altersverteilung der befragten Jugendlichen, wobei außer in Indien ausschließlich Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahren befragt wurden, in Indien sich jedoch auch einige 13-Jährige in der Stichprobe befinden. Der Großteil der befragten SchülerInnen waren zum Zeitpunkt der Erhebung 15 oder 16 Jahre alt.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien	gesamt
13 Jahre	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.9	1.9
14 Jahre	17.3	5.0	32.1	28.1	2.5	19.2	17.3
15 Jahre	36.7	56.9	34.6	40.0	32.5	43.0	40.6
16 Jahre	44.7	35.0	18.9	25.0	43.8	21.9	31.5
17 Jahre	1.3	3.1	14.5	6.9	21.3	4.0	8.6
Durchschnittsalter in Jahren	15.3	15.4	15.2	15.1	15.8	14.9	15.3

Tabelle 0.2: Das Alter der befragten Jugendlichen (Prozentwerte).

An dieser Stelle soll auch eine Übersicht über die Religionszugehörigkeit der Befragten gegeben werden. Der Anteil der Jugendlichen, die angaben, keiner Religion anzugehören, ist in der Türkei und in Indien besonders gering (3.2% respektive 0.0%), beträgt in Österreich 18.8 Prozent und bewegt sich in den übrigen Ländern zwischen 43.1 (Schweden) und 53.8 Prozent (Deutschland). Während die türkischen Befragten fast ausschließlich dem Islam und die indischen Befragten fast ausschließlich dem Hinduismus angehören, stellt sich die Zusammensetzung der Glaubensangehörigkeiten in den anderen Ländern deutlich heterogener dar. In Österreich und in der Slowakei gibt es neben vielen Jugendlichen ohne Bekenntnis in erster Linie katholische, in Deutschland und Schweden vor allem evangelische ChristInnen. Anzumerken ist, dass auch vereinzelt Angehörige der orthodoxen oder buddhistischen Kirche sowie Sikhs oder Jains in der Stichprobe enthalten sind (sh. Tabelle 0.3).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien	gesamt
ohne religiöses Bekenntnis	43.1	53.8	18.8	48.0	3.2	0.0	28.2
katholische ChristInnen	0.0	8.9	65.6	44.1	0.6	3.2	21.5
evangelische ChristInnen	41.5	31.6	9.7	7.9	0.0	0.0	14.7
orthodoxe ChristInnen	0.0	2.5	2.6	0.0	0.0	0.0	0.9
BhuddistInnen	0.0	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.1
Moslems	15.4	3.2	2.6	0.0	96.2	9.5	21.9
Hindus	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	84.9	12.3
Sikhs	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.2
Jains	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.1
gesamt	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Tabelle 0.3: Die Religionszugehörigkeit der Befragten (Prozentwerte).

0.3. Methodische Hinweise

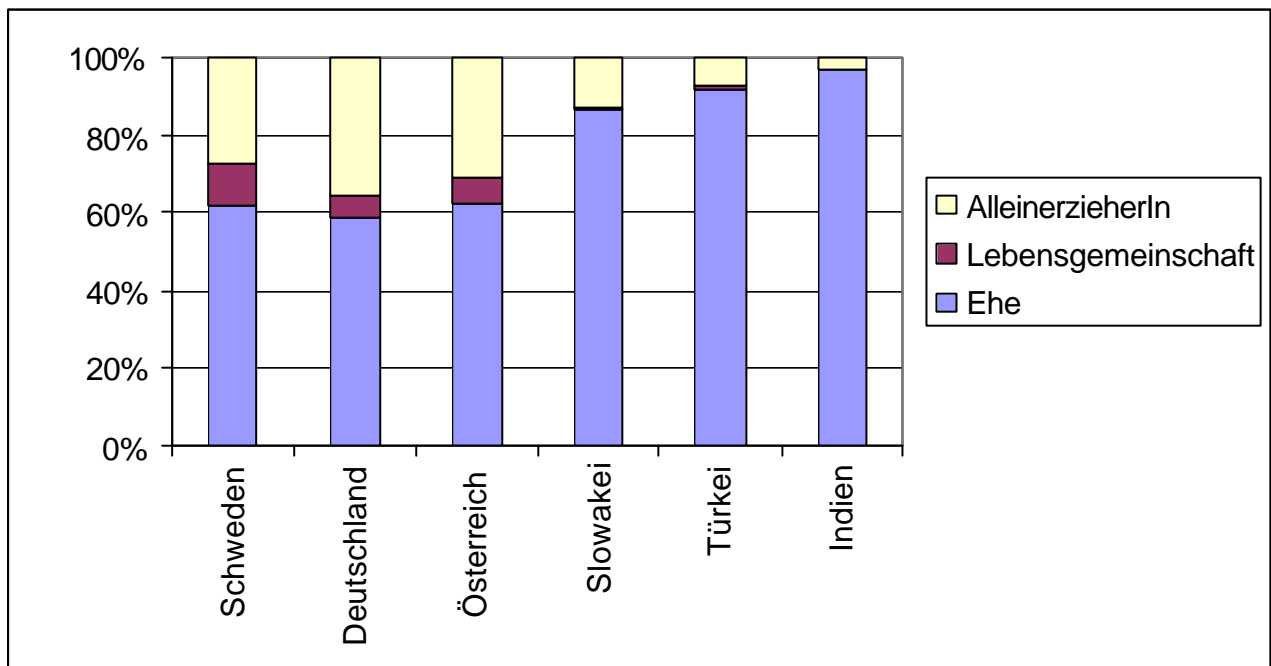
Wenn nicht anders angeführt, wurden die Fragen, die im Folgenden ausgewertet werden, von jeweils mindestens 90.0 Prozent der Befragten eines Landes beantwortet. Das sind in Schweden 135 und in den übrigen Ländern der Untersuchung jeweils 144 Personen. Prozentangaben beziehen sich immer auf die Zahl der antwortenden Jugendlichen als Grundgesamtheit. Die beschriebenen Unterschiede zwischen den Geschlechtern beziehungsweise zwischen den Jugendlichen verschiedener Nationen stellen in erster Linie auffallende Ungleich-

heiten dar. Es handelt sich dabei nicht immer um signifikante Unterschiede im statistischen Sinne, weil etliche Kreuztabellen zu viele Zellen mit zu geringen Fallzahlen enthalten, weshalb sie eigentlich streng genommen nicht interpretierbar sind.

1. Familiensituation

1.1. Familienstand der Eltern

In allen Ländern überwiegen jene Jugendlichen, die in Familien leben, deren Eltern verheiratet sind. In Schweden, Österreich und Deutschland leben allerdings auch je rund ein Drittel in Familienverhältnissen, in denen die Eltern entweder getrennt leben, geschieden oder verwitwet sind, oder bei allein erziehenden Müttern. In Indien, in der Slowakei und Türkei gibt es kaum Fälle, in dem die Eltern zwar zusammenleben, aber nicht verheiratet sind (sh. Grafik 1.1).

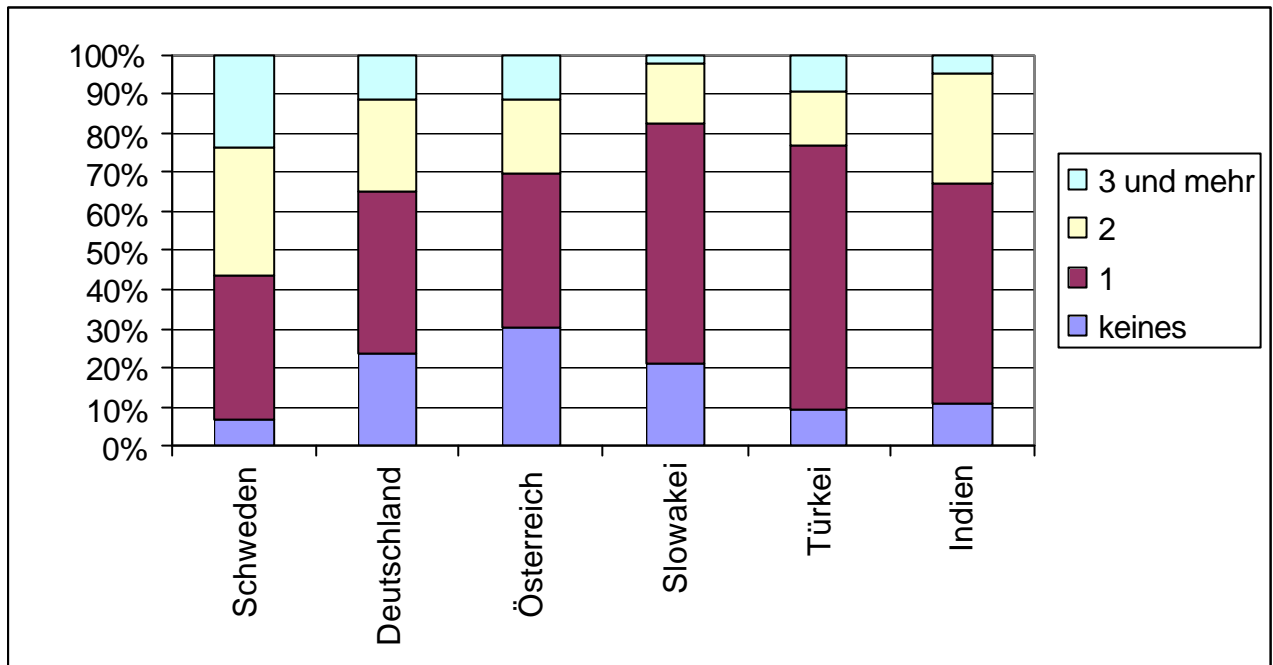


Grafik 1.1: Lebensform der Eltern der Jugendlichen (Prozentwerte).

1.2. Geschwister

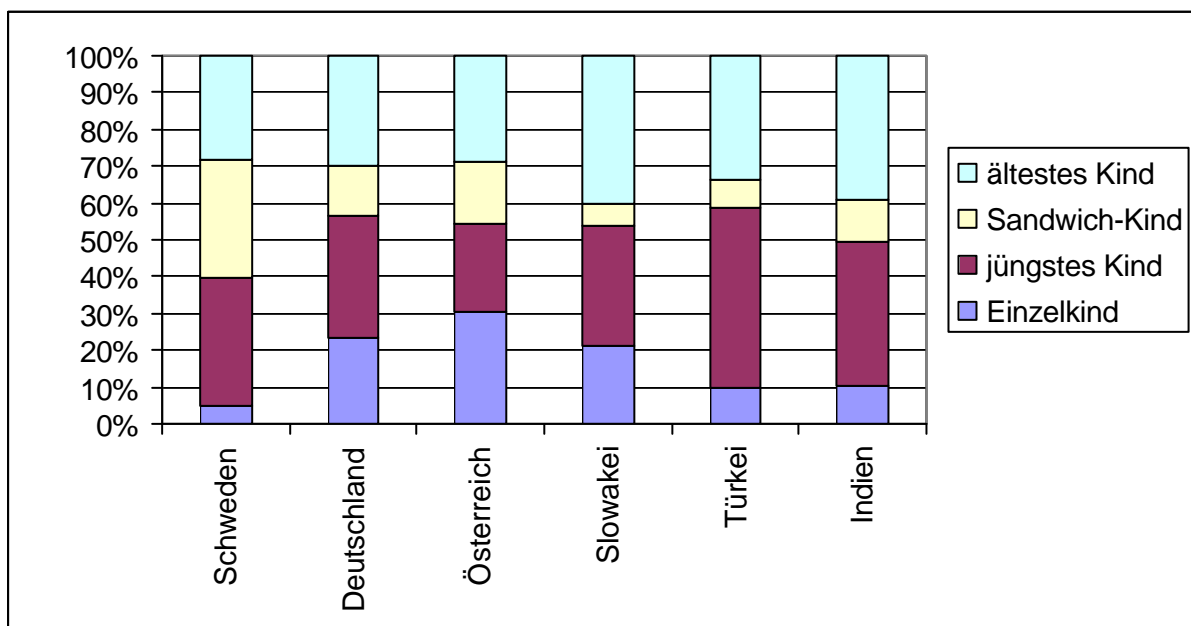
In Schweden haben mehr als zwei Drittel der Jugendlichen ein oder zwei Geschwister. Deutsche Jugendliche haben zu 41.9 Prozent ein Geschwisterteil und zu je ca. 23 Prozent keine beziehungsweise zwei Geschwister. In Österreich sieht das Verhältnis ähnlich aus, obwohl anzumerken ist, dass Österreich das Land mit den meisten geschwisterlosen Jugendlichen darstellt (30.6%), ganz im Gegensatz zu Schweden mit nur 6.7 Prozent. In der Slowakei sind rund ein Fünftel der Befragten geschwisterlos. 61.3 Prozent haben einen Bruder oder eine Schwester und 15.0 Prozent zwei Geschwister. In der Türkei haben zwei Drittel der 14- bis 17-Jährigen

ein Geschwisterteil, ein Zehntel keine Geschwister und 14.2 Prozent zwei. In Indien haben ein Zehntel der Mädchen und Jungen keine Geschwister, 56.1 Prozent ein Geschwisterteil und 28.4 Prozent zwei Geschwister. Noch einmal zurück zu Schweden: Schwedische Jugendliche haben im internationalen Vergleich deutlich am häufigsten drei oder mehr Brüder und/oder Schwestern (sh. Grafik 1.2).



Grafik 1.2: Anzahl der Geschwister der Jugendlichen (Prozentwerte).

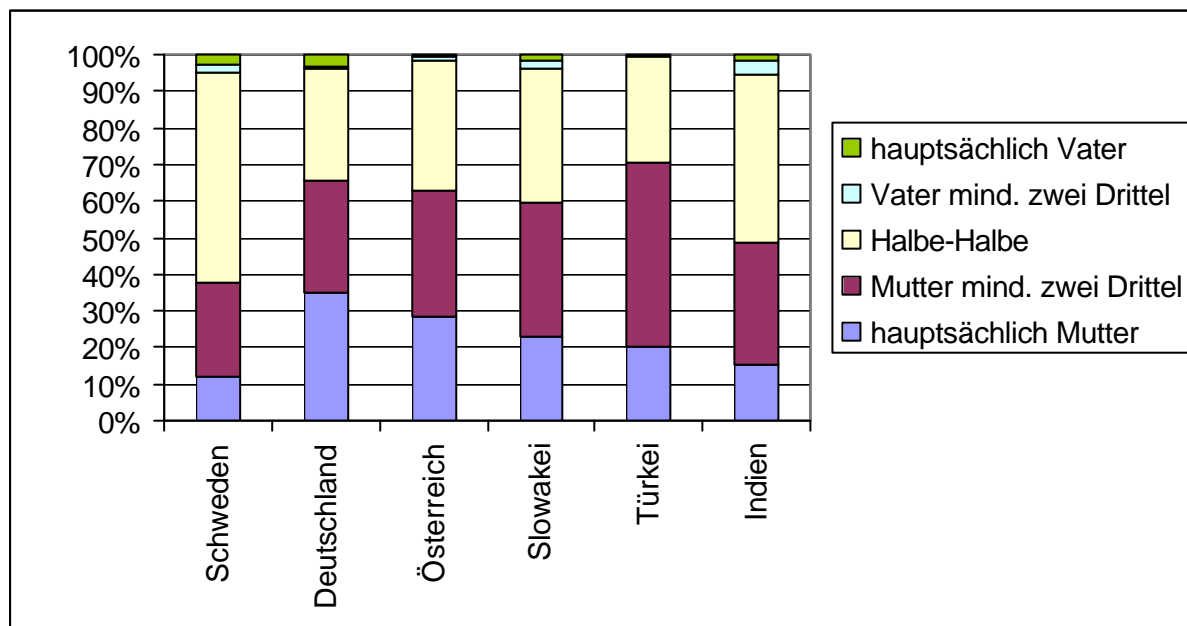
In Österreich, Deutschland und in der Slowakei gibt es in der Stichprobe relativ viele Einzelkinder (zwischen 21.3% und 30.6%). In Schweden gibt es auffallend viele Sandwich-Kinder (31.8%), in der Slowakei und in der Türkei dahingegen auffallend wenige (6.3% respektive 7.6%) (sh. Grafik 1.3).



Grafik 1.3: Die Position der Jugendlichen in der Geschwisterfolge (Prozentwerte).

1.3. Arbeitsteilung der Eltern

In Schweden dominiert 'Halbe-Halbe' in Sachen Arbeitsteilung von Haushaltsführung und Kinderbetreuung zwischen den Eltern mit 57.4 Prozent vor 'Mutter erledigt mindestens zwei Drittel der Aufgaben, Vater hilft mit' mit 25.7 Prozent. In Deutschland und Österreich betragen diese beiden Angaben genauso wie 'Hauptzuständigkeit der Mutter' jeweils um die 30.0 Prozent. In der Slowakei betragen die Angaben zu 'Halbe-Halbe' und 'Mutter erledigt mindestens zwei Drittel der Aufgaben, Vater hilft mit' jeweils etwas mehr als ein Drittel. In der Türkei dominiert die Angabe 'Mutter erledigt mindestens zwei Drittel der Aufgaben, Vater hilft mit' mit exakt 50.0 Prozent. In Indien beträgt der Wert für 'Halbe-Halbe' 45.5 Prozent, für 'Mutter erledigt mindestens zwei Drittel der Aufgaben, Vater hilft mit' genau ein Drittel. In allen Ländern sind demzufolge die Zwei-Drittel-Zuständigkeit des Vaters unter Mithilfe der Mutter und die Hauptzuständigkeit des Vaters, bezüglich der elterlichen Arbeitsteilung im Haushalt, vernachlässigbar gering (sh. Grafik 1.4).

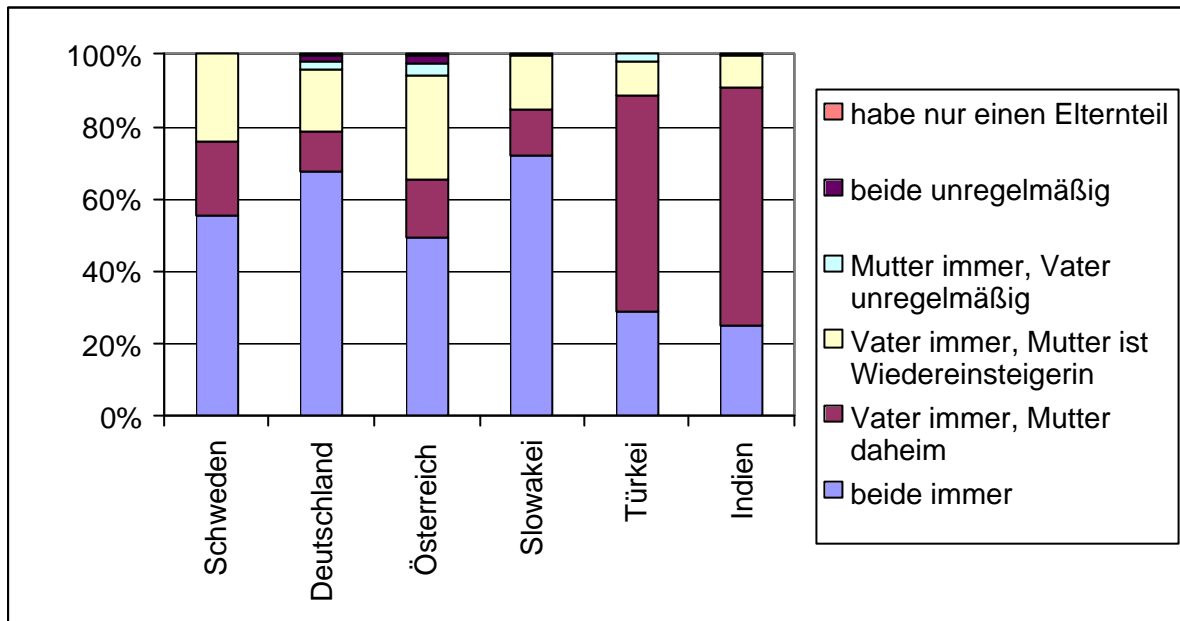


Grafik 1.4: Aufteilung der Hausarbeit und Kinderbetreuung zwischen den Eltern der Jugendlichen (Prozentwerte).

1.4. Berufstätigkeit der Eltern

Lediglich 64.0 Prozent der schwedischen Jugendlichen machten Angaben zur Berufstätigkeit ihrer Eltern. In fast allen untersuchten Ländern sind im Großteil der Familien sowohl der Vater als auch die Mutter immer berufstätig gewesen: 49.7 (Österreich) bis 72.0 Prozent (Slowakei). Türkei und Indien stellen eine Ausnahme dar: Hier ist in den meisten Fällen nur der Vater berufstätig, während die Mutter – spätestens seit der Geburt der Kinder – Hausfrau ist (Türkei: 59.9%, Indien: 65.8%). In den übrigen Ländern beträgt der Anteil dieses Familientyps 11.5 (Deutschland) bis

20.8 Prozent (Schweden). In allen untersuchten Ländern kommt es auch relativ oft vor, dass der Vater immer berufstätig gewesen ist und die Mutter nach einer mehr oder weniger langen Unterbrechung zur Betreuung ihrer Kinder wieder eine Berufstätigkeit aufgenommen hat: 8.6 (Indien) beziehungsweise 9.2 (Türkei) bis 28.8 Prozent (Österreich). Nur in vereinzelt Fällen ist die Mutter immer berufstätig gewesen, während der Vater zumindest vorübergehend keiner Berufstätigkeit nachgegangen ist, haben beide Elternteile unregelmäßig gearbeitet oder haben die Jugendlichen nur mehr einen Elternteil (sh. Grafik 1.5).



Grafik 1.5: Die Berufstätigkeit der Eltern der Jugendlichen (Prozentwerte).

1.5. Taschengeld¹

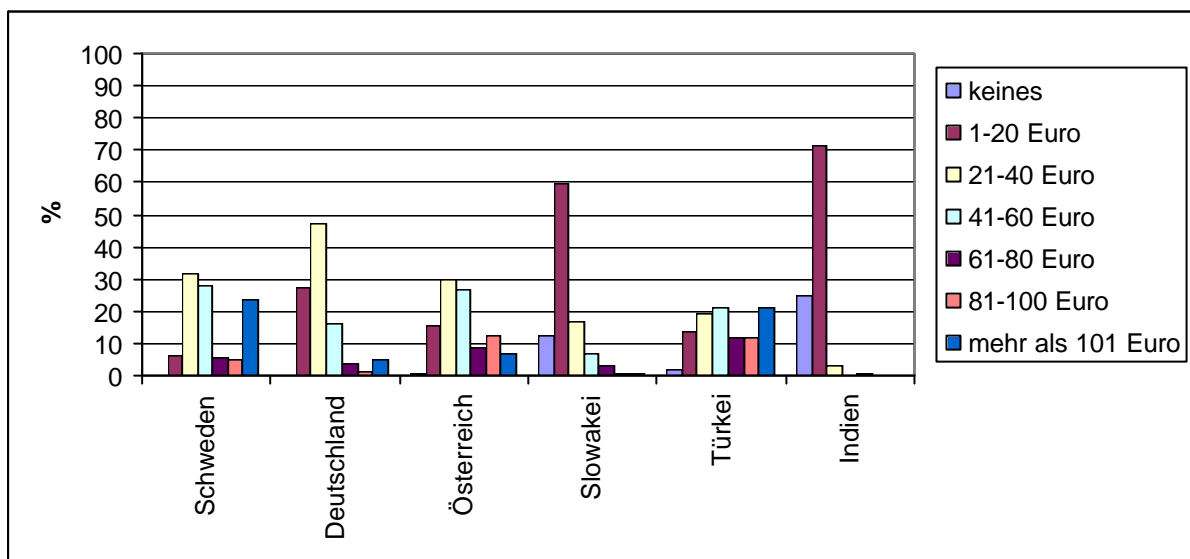
89.4 Prozent der deutschen, 81.9 Prozent der österreichischen, 75.6 Prozent der slowakischen, 71.3 Prozent der schwedischen, 67.5 Prozent der indischen und 65.0 Prozent der türkischen Jugendlichen machten Angaben zu ihrem Taschengeld.

Die Höhe des Taschengelds der Jugendlichen weist zwischen den untersuchten Ländern zum Teil erhebliche Unterschiede auf. Am meisten Taschengeld erhalten türkische 14- bis 17-Jährige: durchschnittlich EUR 75 im Monat. Schwedische und österreichische Jugendliche können über ein durchschnittliches Taschengeld von EUR 58 beziehungsweise EUR 56 monatlich verfügen. Deutsche Jugendliche erhalten im Schnitt EUR 38 pro Monat und slowakische Mädchen und Jungen EUR 19. Das Taschengeld der indischen Jugendlichen beträgt im Schnitt EUR 5 im Monat.

¹ Zur Umrechnung in EUR wurden folgende Wechselkurse herangezogen (Stand: 20.1.05):

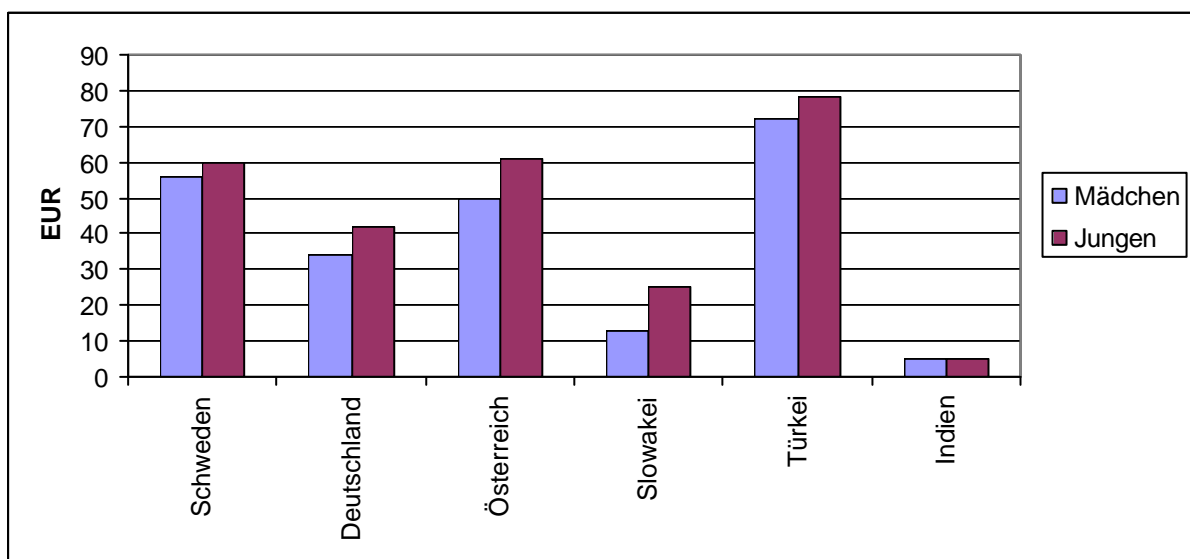
- 1 Schwedische Krone (SEK) = EUR 0.11
- 1 Slowakische Krone (SKK) = EUR 0.03
- 1 Türkische Lira (TRY) = EUR 0.57
- 1 Indische Rupie (INR) = EUR 0.02

Während in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Türkei beinahe alle Jugendlichen Taschengeld erhalten, verfügen 12.4 Prozent der slowakischen und 25.0 Prozent der indischen Jugendlichen über keines. In diesen beiden Ländern erhält die überwiegende Mehrheit der Mädchen und Jungen zwischen EUR 1 und EUR 20. Schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche verfügen meist über EUR 21 bis EUR 40 im Monat, türkische Jugendliche am häufigsten über EUR 41 bis EUR 60 (sh. Grafik 1.6). Die Differenz lässt sich auch dadurch erklären, dass unterschiedliche Ausgabenbereiche mit dem Taschengeld abgedeckt werden müssen (Genauerer sh. Elterninterviews).



Grafik 1.6: Die Höhe des Taschengelds, das Jugendliche monatlich erhalten (Prozentwerte).

Mit Ausnahme von Indien, wo es diesbezüglich keine Geschlechterdifferenz gibt, erhalten Jungen mehr Taschengeld als Mädchen. In besonderer Weise trifft das auf Österreich und die Slowakei zu (sh. Grafik 1.7).



Grafik 1.7: Das durchschnittliche monatliche Taschengeld der Mädchen und Jungen (EUR).

2. Medienzugang

Dieses Kapitel soll zeigen, zu welchen Medien die befragten Jugendlichen in den untersuchten Ländern innerhalb ihrer elterlichen Haushalte Zugang haben beziehungsweise welche Geräte wie Fernseh- und Radio-Geräte oder Computer sie sogar selbst besitzen (sh. Tabelle 2.1). In diesem Zusammenhang wird auch immer das Geschlecht der Jugendlichen zu berücksichtigen sein.

		Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien	
Fernsehgerät	im Haushalt vorhanden	100	97.5	97.5	100	99.4	98.7	
	eigener Besitz	Mädchen	60.2	57.8	44.0	38.8	48.8	22.9
		Jungen	65.6	66.2	56.0	43.0	61.0	23.5
Video-Rekorder	im Haushalt vorhanden	96.0	90.0	90.6	93.7	75.5	71.2	
	eigener Besitz	Mädchen	36.0	24.1	20.2	12.5	25.6	21.8
		Jungen	41.7	23.4	24.0	15.0	30.3	21.0
DVD-Player	im Haushalt vorhanden	79.2	83.7	75.5	66.2	58.6	48.1	
	eigener Besitz	Mädchen	34.8	24.1	28.6	11.3	28.4	18.2
		Jungen	37.7	66.2	58.7	33.8	35.1	14.0
Radiogerät	im Haushalt vorhanden	100	100	99.4	100	99.4	95.6	
	eigener Besitz	Mädchen	87.6	95.2	97.6	92.4	90.2	61.8
		Jungen	83.6	86.8	88.0	92.5	85.7	67.3
Computer	im Haushalt vorhanden	97.3	98.7	97.5	98.1	93.7	80.4	
	eigener Besitz	Mädchen	55.1	56.6	53.6	57.5	74.4	61.8
		Jungen	53.3	81.8	70.7	77.5	85.7	55.0
Mobiltelefon	im Haushalt vorhanden	98.0	97.5	100	100	99.4	84.3	
	eigener Besitz	Mädchen	95.5	95.2	97.6	98.8	92.7	16.4
		Jungen	96.7	79.2	94.7	95.0	92.2	27.7

Tabelle 2.1: Verfügbarkeit verschiedener Geräte im elterlichen Haushalt und persönlicher Besitz dieser Geräte (Prozentwerte).

2.1. Fernsehen

In den meisten Familienhaushalten der befragten Jugendlichen in Schweden, Deutschland, Österreich, der Slowakei und der Türkei befinden sich zwei Fernsehapparate. In Indien ist es vorwiegend nur ein Apparat (45%), dicht gefolgt von Haushalten mit zwei Apparaten (42.5%). Während in allen anderen Ländern 40.9 (Slowakei) bis 62.4 Prozent der Jugendlichen (Schweden) einen eigenen Fernseh-Apparat besitzen, trifft das in Indien auf lediglich auf 23.2 Prozent der 14- bis 17-Jährigen zu. In allen Ländern mit Ausnahme von Indien, wo Mädchen und Jungen beinahe gleich häufig über ein eigenes Fernseh-Gerät verfügen, tun das Jungen häufiger als Mädchen (sh. Tabelle 2.1).

2.2. Video-Rekorder

40.7 Prozent der befragten schwedischen Jugendlichen gaben an, dass sich ein Video-Rekorder im Haushalt ihrer Eltern befindet, ein weiteres Drittel berichtete, über zwei derartige Geräte verfügen zu können. Rund zwei Drittel der deutschen, slowakischen und türkischen Jugendlichen gaben an, dass es in ihrem elterlichen Haushalt einen Video-Rekorder gibt. In jedem fünften Familienhaushalt mit Jugendlichen in Deutschland und in der Slowakei gibt es zwei Video-Rekorder. 58.8 Prozent der indischen und 54.7 Prozent der österreichischen Familienhaushalte besitzen einen Video-Rekorder. Je ein Zehntel der türkischen und indischen Jugendlichen können im Haushalt ihrer Eltern über zwei Video-Rekorder verfügen. Ein Viertel der türkischen und 28.8 Prozent der indischen Jugendlichen haben keinen Video-Rekorder im Haus ihrer Eltern.

Zwischen 21.4 (Indien) und 38.3 Prozent der Jugendlichen (Schweden) besitzen einen eigenen Video-Rekorder. In der Slowakei trifft das allerdings auf lediglich 13.8 Prozent der 14- bis 17-Jährigen zu. Während in Deutschland und in Indien kaum geschlechtsspezifische Unterschiede in dieser Hinsicht auszumachen sind, verfügen in den anderen Ländern meist etwas mehr Jungen als Mädchen über einen eigenen Video-Rekorder (sh. Tabelle 2.1).

2.3. DVD-Player

46.3 Prozent der befragten schwedischen Jugendlichen haben einen DVD-Player zu Hause, jeweils ein Fünftel entweder zwei oder keinen. 61.9 Prozent der deutschen Familienhaushalte besitzen einen DVD-Player, 15.0 Prozent zwei und 16.3 Prozent keinen. In jedem zweiten österreichischen Familienhaushalt befindet sich ein DVD-Player, in 17.6 Prozent zwei und in jedem vierten keiner. 56.9 Prozent der slowakischen Jugendlichen können in ihrem elterlichen Haushalt über einen DVD-Player verfügen, knapp 7.0 Prozent über zwei und ein Drittel über keinen. In den türkischen Haushalten sieht es folgendermaßen aus: 47.8 Prozent haben einen DVD-Player, 8.9 Prozent zwei Stück und 41.4 Prozent keinen. Abschließend noch die

indischen Familienhaushalte: 43.8 Prozent haben einen, 3.8 Prozent zwei DVD-Player und 51.9 Prozent keinen.

22.5 (Slowakei) bis 44.4 Prozent der Jugendlichen (Deutschland) besitzen einen eigenen DVD-Player. In Indien trifft das auf lediglich 15.5 Prozent der 14- bis 17-Jährigen zu. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei verfügen deutlich mehr Jungen als Mädchen, in der Türkei und in Schweden nur etwas mehr Jungen als Mädchen über ein eigenes Gerät. In Indien zeigt sich ein einzigartiges Bild: Hier nennen etwas mehr Mädchen als Jungen einen DVD-Player ihr Eigentum (sh. Tabelle 2.1).

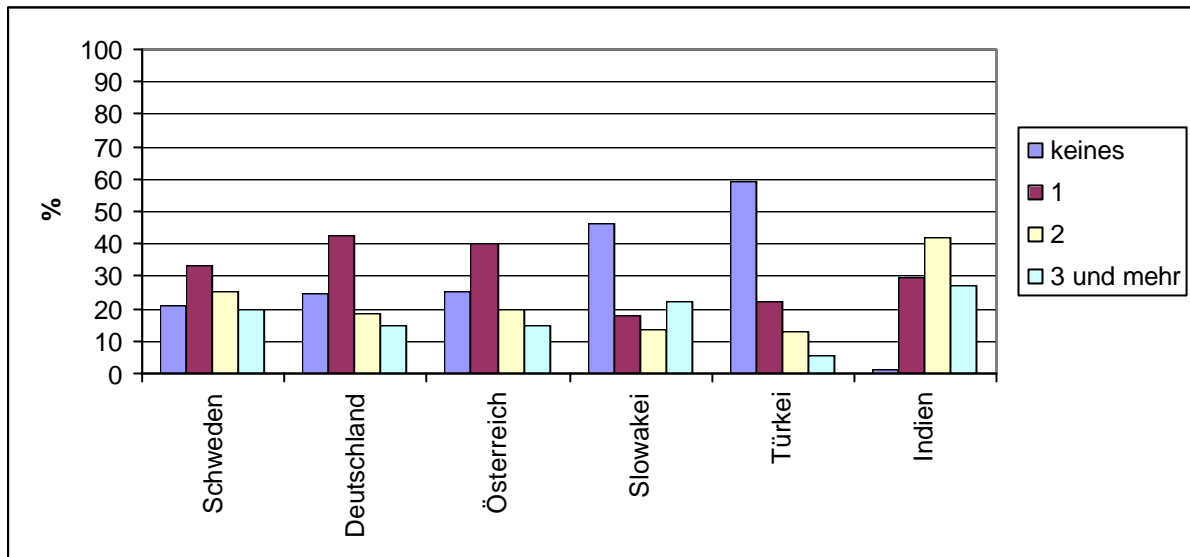
2.4. Radio

Je ein Fünftel der befragten schwedischen Jugendlichen haben drei oder vier Radio-Geräte in ihrem elterlichen Haushalt. 23.8 Prozent der deutschen Familienhaushalte verfügen über vier, 18.8 Prozent über drei Radio-Geräte. Ein Viertel der österreichischen Familienhaushalte mit Jugendlichen haben vier Geräte und 18.2 Prozent drei Geräte. 28.8 Prozent der elterlichen Haushalte der slowakischen Jugendlichen besitzen drei Radio-Geräte, etwas mehr als ein Fünftel vier. 30.8 Prozent der türkischen Haushalte weisen ein Radio-Gerät auf, 38.8 Prozent zwei. Die Hälfte der indischen Haushalte der befragten Jugendlichen hat ein Radio-Gerät zur Verfügung, etwas mehr als ein Viertel zwei.

In den meisten der untersuchten Länder besitzt der Großteil der Jugendlichen aus der Stichprobe ein eigenes Radio-Gerät: 86.0 (Schweden) bis 93.1 Prozent (Österreich). Dagegen können lediglich zwei Drittel der indischen 14- bis 17-Jährigen über ein eigenes Gerät verfügen. Während meist Mädchen etwas häufiger als Jungen ein eigenes Radio-Gerät besitzen, ist in Indien das Gegenteil der Fall und in der Slowakei unterscheiden sich Mädchen und Jungen in dieser Hinsicht nicht (sh. Tabelle 2.1).

2.5. Zeitungs- und Zeitschriftenabonnement

In schwedischen, deutschen und österreichischen Familienhaushalten läuft meist ein einziges Zeitungs- oder Zeitschriftenabonnement. In der Slowakei und in der Türkei überwiegen die Haushalte ohne Abonnements. In Indien haben die meisten Familien zwei Zeitungs- oder Zeitschriftenabonnements laufen und in Vergleich zu anderen Ländern auch sehr häufig drei oder mehr (sh. Grafik 2.1).



Grafik 2.1: Die Anzahl der Zeitungsabonnements in den Haushalten der Jugendlichen (Prozentwerte).

In allen untersuchten Ländern sind Tageszeitungen die mit Abstand am häufigsten abonnierten Zeitungen² (sh. Tabelle 2.2). In schwedischen Familienhaushalten gibt es außerdem noch häufig Abonnements von Comics und Sportmagazinen. Deutsche und türkische Familien abonnieren neben Tageszeitungen am häufigsten Wissenschafts- und Technik-Magazine sowie Computerzeitschriften. In österreichischen Familienhaushalten laufen außerdem meist Abonnements von Wochen- und Fernsehzeitschriften, in indischen von Wochenzeitschriften und Wirtschaftsmagazinen. In slowakischen Familienhaushalten werden neben Tages- und Wochenzeitungen auch Frauenzeitschriften häufig abonniert.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Tageszeitung 64.8	Tageszeitung 79.3	Tageszeitung 77.1	Tageszeitung 40.0	Tageszeitung 84.8	Tageszeitung 135.8
2. Rang	Comics 19.7	Wissenschaftsmagazin 12.9	Wochenzeitung 22.9	Wochenzeitung 30.0	Wissenschaftsmagazin 20.0	Wochenzeitung 18.2
3. Rang	Sportmagazin 14.1	ComputerMagazin 10.3	TV-Zeitschrift 11.0	Frauenzeitschrift 18.8	Computermagazin 6.7	Wirtschaft 4.1

Tabelle 2.2: Die häufigsten Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements (Prozentwerte³).

² Die Frage nach den abonnierten Zeitungen und Zeitschriften wurde offen gestellt.

³ Da die Jugendlichen bis zu zwei Abonnements nennen konnten, kommt es zu Werten über 100%.

2.6. Computer

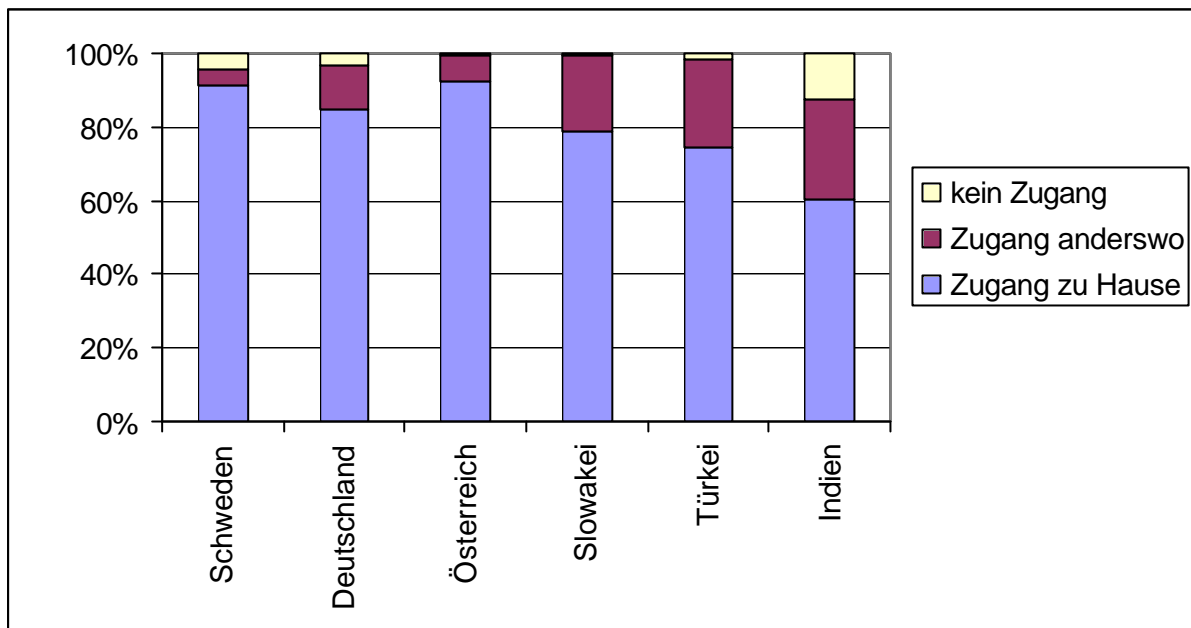
40.0 Prozent der befragten schwedischen Jugendlichen verfügen in ihrem Haushalt über zwei Computer, 27.3 Prozent über immerhin einen. Jeweils mehr als ein Drittel der deutschen Familienhaushalte haben einen oder zwei Computer. In 44.7 Prozent der Haushalte der befragten österreichischen Jugendlichen befindet sich ein Computer und in knapp einem Viertel befinden sich zwei. 39.4 Prozent der slowakischen Familien aus der Stichprobe haben einen Computer in ihrem Haushalt zur Verfügung, 36.3 Prozent zwei. Fast drei Viertel der türkischen Familien besitzen einen und weitere 17.7 Prozent zwei Computer. 69.6 Prozent der indischen Familienhaushalte haben einen Computer, 7.0 Prozent zwei.

Etwas mehr als die Hälfte der schwedischen Jugendlichen besitzen einen eigenen Computer, wobei kein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellbar ist. Anders in den übrigen Ländern, allen voran Deutschland: Hier besitzen insgesamt mehr als zwei Drittel der befragten 14- bis 17-Jährigen einen eigenen PC, aber 81.8 Prozent der Jungen und nur 56.6 Prozent der Mädchen. In Österreich können 61.6 Prozent der Jugendlichen einen Computer ihr Eigen nennen, wobei 70.7 Prozent der männlichen und 53.6 Prozent der weiblichen Jugendlichen einen Computer besitzen. In der Slowakei besitzen zwei Drittel der Jugendlichen aus der Stichprobe ein eigenes Gerät: 77.5 Prozent der Jungen und 57.5 Prozent der Mädchen. 79.9 Prozent der türkischen Befragten sind im Besitz eines Computers: 85.7 Prozent der männlichen und drei Viertel der weiblichen. In Indien besitzen mehr weibliche als männliche Jugendliche aus der Stichprobe einen Computer (61.8% gegenüber 55.0%). Damit verfügen insgesamt 57.4 Prozent der indischen Befragten über einen eigenen Computer (sh. Tabelle 2.1).

2.7. Internet

Mit Ausnahme von Indien, wo das auf lediglich 87.5 Prozent der befragten Jugendlichen zutrifft, haben in allen untersuchten Ländern mehr als 90.0 Prozent der 14- bis 17-Jährigen Zugang zum Internet. In den meisten Fällen verfügen sie über diesen Zugang von zu Hause aus. So liegt der Anteil jener Jugendlichen, die zu Hause nicht online gehen können, dies aber bei FreundInnen, in der Schule, in einem Internetcafé oder in einem Jugendzentrum tun können⁴, zwischen 4.8 (Schweden) und 12.0 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). In der Slowakei, in der Türkei und in Indien ist dieser Anteil allerdings um einiges größer: zwischen 20.8 (Slowakei) und 27.0 Prozent (Indien) (sh. Grafik 2.2).

⁴ All jene, die zu Hause keinen Internet-Anschluss hatten, wurden gebeten, aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten jene auszuwählen, wo sie die Möglichkeit hatten, online zu gehen. Die Antwortmöglichkeiten waren „bei Freunden“, „in der Schule“, „im Internetcafé“ und „im Jugendzentrum“.



Grafik 2.2: Zugangsmöglichkeiten der Jugendlichen zum Internet (Prozentwerte).

2.8. Mobiltelefon

In Schweden besitzt ein Drittel der Familien der Jugendlichen vier Mobiltelefone, 15.3 Prozent immerhin noch drei. In Deutschland verfügen 31.3 Prozent der Familien aus dem Sample über drei Mobiltelefone und 26.9 Prozent über vier Stück. In den österreichischen Familien gibt es in mehr als einem Viertel vier Mobiltelefone und in etwas weniger als einem Viertel drei. 35.0 Prozent der slowakischen Familien besitzen vier Mobiltelefone, weitere 16.9 Prozent drei. 38.4 Prozent der türkischen Familien besitzen drei, 35.8 Prozent vier Geräte. 30.2 Prozent der indischen Familien verfügen über zwei Mobiltelefone und weitere 10.7 Prozent besitzen drei.

87.5 (Deutschland) bis 96.9 Prozent der befragten Jugendlichen (Slowakei) besitzen ein eigenes Mobiltelefon. Meist verfügen Jungen genauso häufig wie Mädchen über ein eigenes Gerät. In Deutschland tun sie das aber weniger häufig als weibliche 14- bis 17-Jährige und in Indien häufiger (sh. Tabelle 2.1).

3. Freizeitaktivitäten

An dieser Stelle wird ein Einblick in das Freizeitverhalten der Jugendlichen gegeben. Dabei soll stets auf Unterschiede zwischen den Geschlechtern geachtet werden.

3.1. Lieblingsbeschäftigungen

Schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche treffen in ihrer Freizeit am liebsten FreundInnen oder betreiben Sport⁵. Während schwedische und

⁵ Die Frage nach den beliebtesten Freizeitaktivitäten der Jugendlichen wurde offen gestellt.

österreichische 14- bis 17-Jährige außerdem sehr gerne ausgehen und tanzen gehen, lesen deutsche Jugendliche lieber. Musik hören zählt zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten der slowakischen, türkischen und indischen Jugendlichen. Slowakische und türkische 14- bis 17-Jährige treiben außerdem gerne Sport. Slowakische Jugendliche verbringen ihre Freizeit weiters gerne mit FreundInnen und türkische lesen gerne. Auch indische Jugendliche lesen gerne, sehen aber auch gerne fern (sh. Tabelle 3.1).

	Schweden	Deutschland	Österreich
1. Rang	FreundInnen treffen 34.2	FreundInnen treffen 25.6	FreundInnen treffen 27.4
2. Rang	Sport treiben 20.8	Sport treiben 24.4	Sport treiben 23.6
3. Rang	Ausgehen 9.7	Lesen 9.3	Ausgehen 8.5

	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Sport treiben 24.8	Musik hören 17.7	Musik hören 17.4
2. Rang	FreundInnen treffen 17.3	Sport treiben 15.8	Lesen 16.1
3. Rang	Musik hören 13.5	Lesen 15.5	Fernsehen 16.1

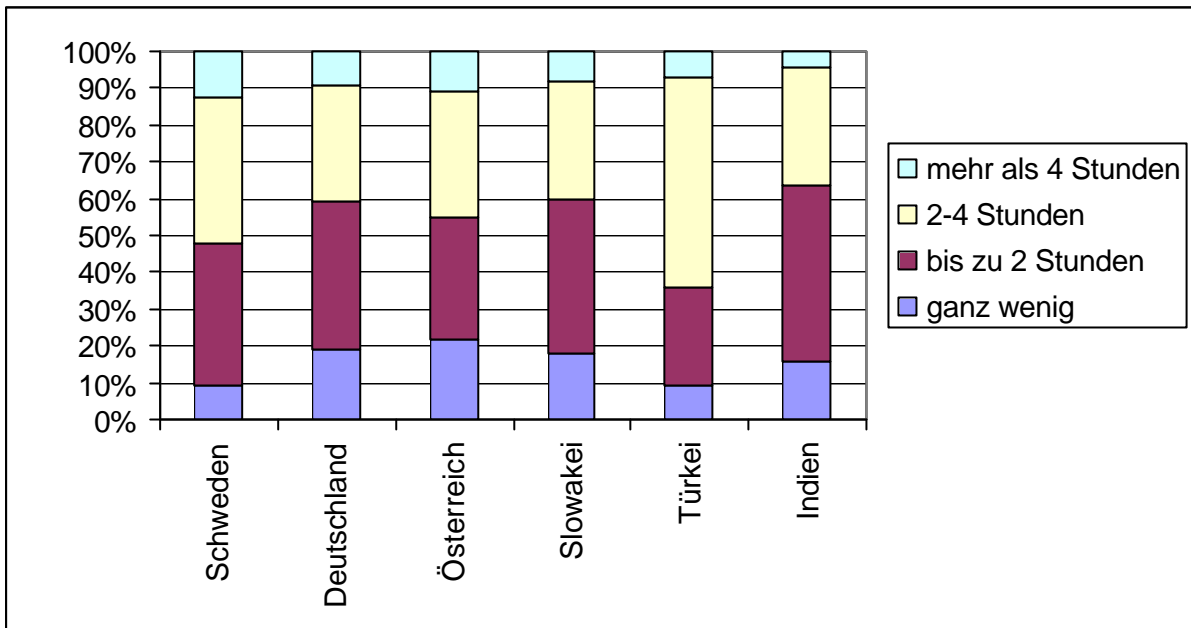
Tabelle 3.1: Die beliebtesten Freizeitaktivitäten der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.2. Mediennutzung

Im Folgenden werden nicht nur die Medienkonsumgewohnheiten der Jugendlichen unter Berücksichtigung ihres Geschlechts näher betrachtet, sondern es wird auch beschrieben, wie häufig diese Gewohnheiten zu Konflikten mit den Eltern führen.

3.2.1. Fernsehen

In allen untersuchten Ländern sehen die meisten befragten Jugendlichen bis zu zwei Stunden beziehungsweise zwischen zwei und vier Stunden täglich fern. Nur wenige Mädchen und Jungen verbringen nur *ganz wenig Zeit* oder mehr als vier Stunden täglich vor dem Fernsehgerät (sh. Grafik 3.1).



Grafik 3.1: Die Zeit, die Jugendliche pro Tag mit Fernsehen verbringen (Prozentwerte).

Berücksichtigt man geschlechtsspezifische Unterschiede, so zeigt sich, dass die weiblichen Jugendlichen in Schweden öfters als männliche zwei bis vier Stunden am Tag fernsehen, männliche Jugendliche hingegen häufiger weniger als zwei Stunden. Ein ähnliches Bild zeigt sich in Deutschland und in der Slowakei. In Österreich und in der Türkei zeigen sich keine geschlechtsspezifischen Unterschiede. In Indien sehen 55.3 Prozent der befragten männlichen Jugendlichen weniger als zwei Stunden pro Tag fern, weibliche hingegen zu 40.4 Prozent zwischen zwei und vier Stunden.

Die Jugendlichen aller untersuchten Länder geraten etwa gleich häufig mit ihren Eltern in Streit über ihre Fernsehgewohnheiten (sh. Tabelle 3.2). Womit die Eltern meist nicht zufrieden sind, ist dass ihre Kinder zu viele beziehungsweise ihrer Meinung nach nicht geeignete Sendungen sehen.

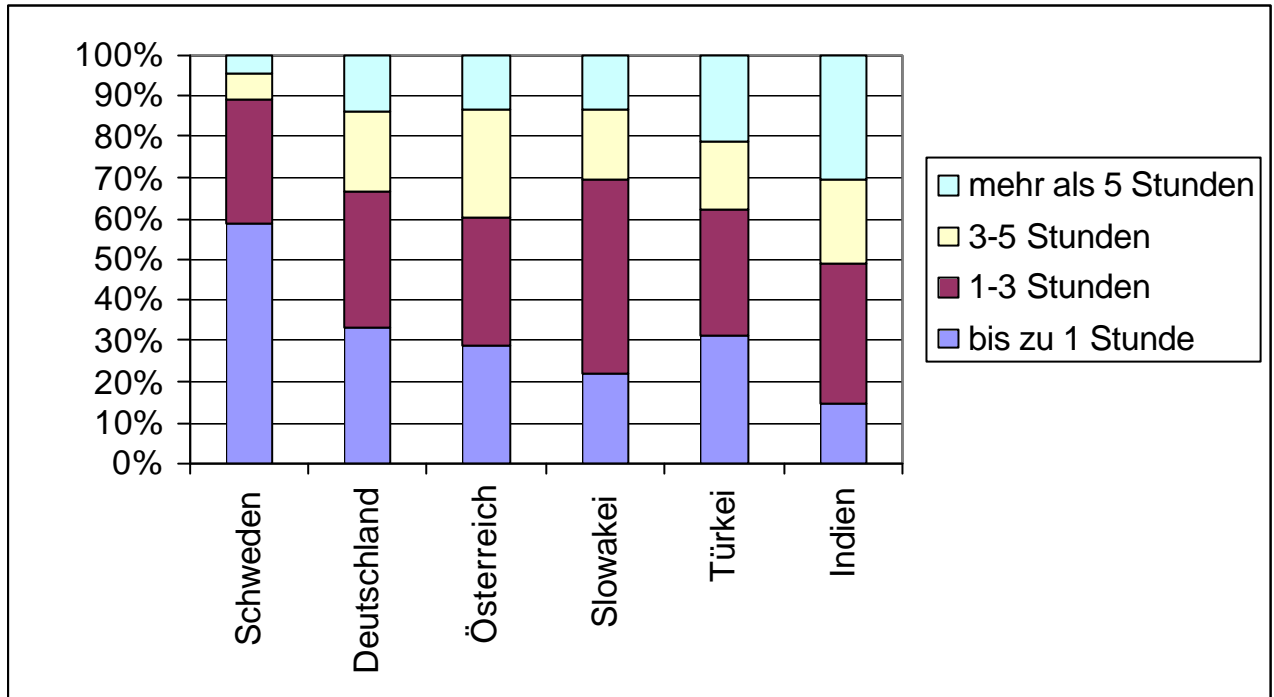
Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
24.6	22.9	22.0	18.7	18.9	26.9

Tabelle 3.2: Anteil jener Jugendlichen, die manchmal mit ihren Eltern über ihre Fernsehgewohnheiten streiten (Prozentwerte).

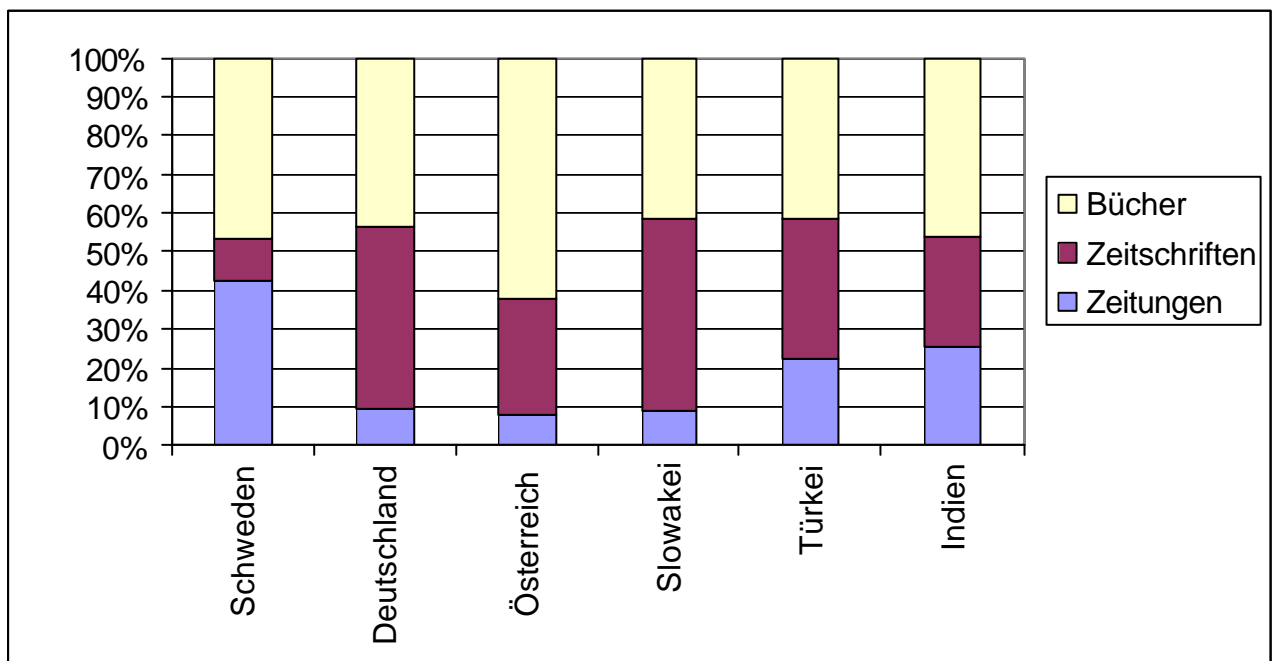
Der unmittelbare Vergleich zwischen den beiden Geschlechtern wird statistisch gesehen zwar nicht signifikant, aber folgende Tendenzen können festgestellt werden: In Schweden, Deutschland, Österreich und der Türkei streiten sich häufiger Mädchen, in der Slowakei häufiger Jungen mit ihren Eltern und in Indien ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied ersichtlich.

3.2.2. Lesen

Der Anteil jener Jugendlichen, die nur bis zu einer Stunde wöchentlich lesen, ist im internationalen Vergleich unter den schwedischen 14- bis 17-Jährigen am größten (58.7%). Hier gibt es auch nur sehr wenige Jugendliche, die drei bis fünf beziehungsweise mehr als fünf Stunden in der Woche lesen. Das Land, in dem Jugendliche am meisten lesen, ist Indien: Nur 14.4 Prozent der Jugendlichen lesen weniger als eine Stunde in der Woche. Dagegen lesen 30.6 Prozent von ihnen mehr als fünf Stunden wöchentlich (sh. Grafik 3.2).



Grafik 3.2: Die wöchentliche Lesezeit der Jugendlichen (Prozentwerte).



Grafik 3.3: Das beliebteste Lesematerial der Jugendlichen (Prozentwerte).

In allen untersuchten Ländern sind Bücher unter den Befragten sehr beliebt. Deutsche und slowakische Jugendliche lesen außerdem sehr gerne Zeitschriften und Magazine, schwedische Jugendliche Zeitungen (sh. Grafik 3.3).

Türkische und indische Jugendliche geraten deutlich häufiger als andere Jugendliche gelegentlich mit ihren Eltern wegen ihrer Lesegewohnheit in Streit (sh. Tabelle 3.3).

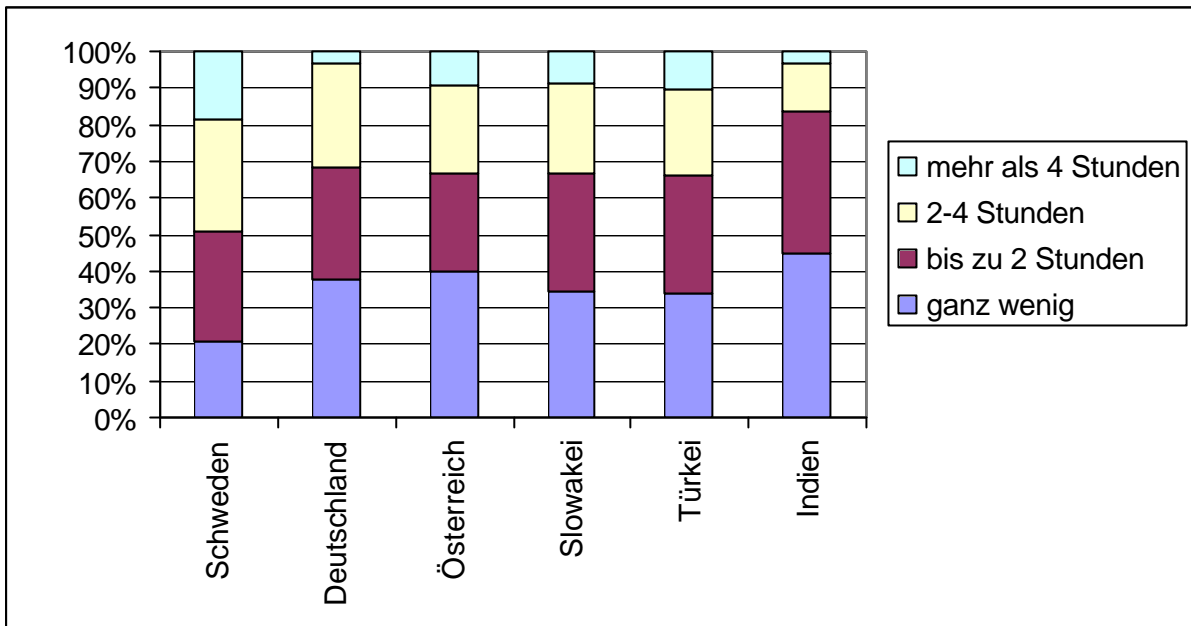
Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
13.5	11.8	14.7	12.9	26.6	23.1

Tabelle 3.3: Anteil jener Jugendlichen, die manchmal mit ihren Eltern über ihre Lesegewohnheiten streiten (Prozentwerte).

Differenziert man diese Frage nach Geschlecht, so zeigt sich, dass in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Türkei männliche Jugendliche häufiger in Konflikt mit ihren Eltern geraten, während in der Slowakei kein geschlechtsspezifischer Unterschied auszumachen ist. In Indien streiten sich diesbezüglich Mädchen häufiger als Jungen mit ihren Eltern.

3.2.3. Computer

In allen untersuchten Ländern gibt es nur wenige Jugendliche unter den Befragten, die mehr als vier Stunden täglich am Computer verbringen. Auffallend groß ist der Anteil dieser Jugendlichen in Schweden (18.8%). Gleichzeitig ist der Anteil jener Jugendlichen, die nur *ganz wenig Zeit* am Computer sitzen hier im internationalen Vergleich am geringsten (20.8%). Von den untersuchten Ländern lassen sich in Indien die dazu gegensätzlichsten Verhältnisse finden: Nur 3.3 Prozent der indischen Jugendlichen verbringen mehr als vier Stunden täglich, aber 45.0 Prozent nur *ganz wenig Zeit* am Computer. Die Mehrheit der befragten Jugendlichen in den untersuchten Ländern sitzen bis zu zwei Stunden beziehungsweise zwei bis vier Stunden täglich am Computer (sh. Grafik 3.4).



Grafik 3.4: Die Zeit, die Jugendliche pro Tag am Computer verbringen (Prozentwerte).

Die geschlechtsspezifischen Unterschiede sehen wie folgt aus: Während schwedische Jungen eine Tendenz dazu zeigen, den Computer täglich weniger als zwei Stunden zu nutzen, zeigen weibliche Jugendliche ein differenzierteres Bild – einzig jene Mädchen, die den Computer mehr als vier Stunden pro Tag nutzen, stellen eine verhältnismäßig kleine Gruppe dar. In Deutschland nutzen Jungen den Computer vorwiegend zwei bis vier Stunden täglich, Mädchen eher nur *ganz wenig*. In Österreich ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied erkennbar. Slowakische Jungen verbringen hauptsächlich entweder zwei bis vier Stunden oder weniger als zwei Stunden täglich vor dem Computer, Slowakinnen hingegen zu 55.0 Prozent nur *ganz wenig Zeit*. Männliche türkische Jugendliche widmen dem Computer zu je einem knappen Drittel entweder weniger als zwei Stunden oder zwei bis vier Stunden am Tag. Türkische Mädchen nutzen den Computer überwiegend nur *ganz wenig*, genauso wie indische Jungen. Indische Mädchen hingegen nutzen den Computer etwas öfter: 40.7 Prozent nutzen ihn ganz wenig und 44.4 Prozent bis zu zwei Stunden täglich

Zwischen 20.6 (Indien) und 36.4 Prozent der Jugendlichen (Türkei) geraten manchmal mit ihren Eltern in Streit, weil diese meinen, dass ihr Nachwuchs zu viel Zeit am Computer verbringt (sh. Tabelle 3.4).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
31.8	22.9	26.0	26.5	36.4	20.6

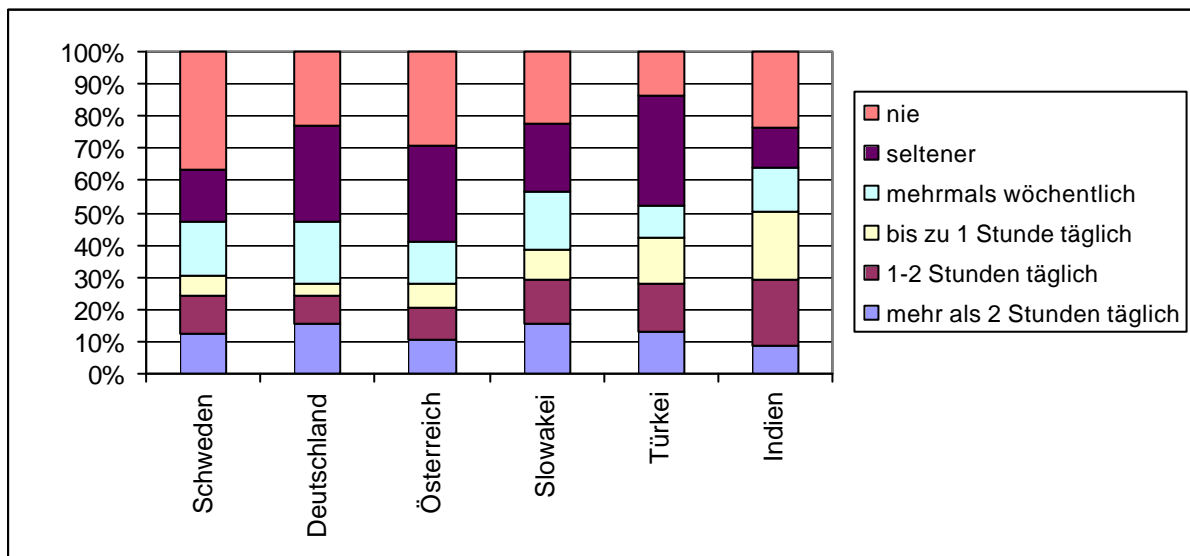
Tabelle 3.4: Anteil jener Jugendlichen, die gelegentlich mit ihren Eltern streiten, weil diese meinen, dass sie zu viel Zeit am Computer verbringen (Prozentwerte).

Während es in Schweden häufiger zu Streit zwischen Mädchen und ihren Eltern aufgrund der zu langen Nutzungszeit des Computers kommt, sind es in allen anderen Ländern eher Jungen, die diesbezüglich manchmal Streit mit ihren Eltern haben (sh. Tabelle 3.5).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Jungen	26.4	36.6	31.9	48.7	52.1	26.2
Mädchen	35.5	11.0	20.5	5.1	20.0	10.5

Tabelle 3.5: Anteil jener Mädchen und Jungen, die gelegentlich mit ihren Eltern streiten, weil diese meinen, dass sie zu viel Zeit am Computer verbringen (Prozentwerte).

In Schweden, Deutschland und Österreich spielen insgesamt mehr als jeder und jede zweite Jugendliche nie oder nur sehr selten Computerspiele – sei es PC- oder Konsolen-Spiele. In der Slowakei und in der Türkei beträgt der Anteil dieser Jugendlichen mehr als 40.0 Prozent, in Indien sind es lediglich 36.3 Prozent. In allen untersuchten Ländern bewegt sich der Anteil der Jugendlichen, die mehr als zwei Stunden täglich Computerspiele spielen, zwischen 8.9 (Indien) und 15.7 Prozent (Slowakei) (sh. Grafik 3.5).



Grafik 3.5: Die Zeit, die Jugendliche mit Computerspielen verbringen (Prozentwerte).

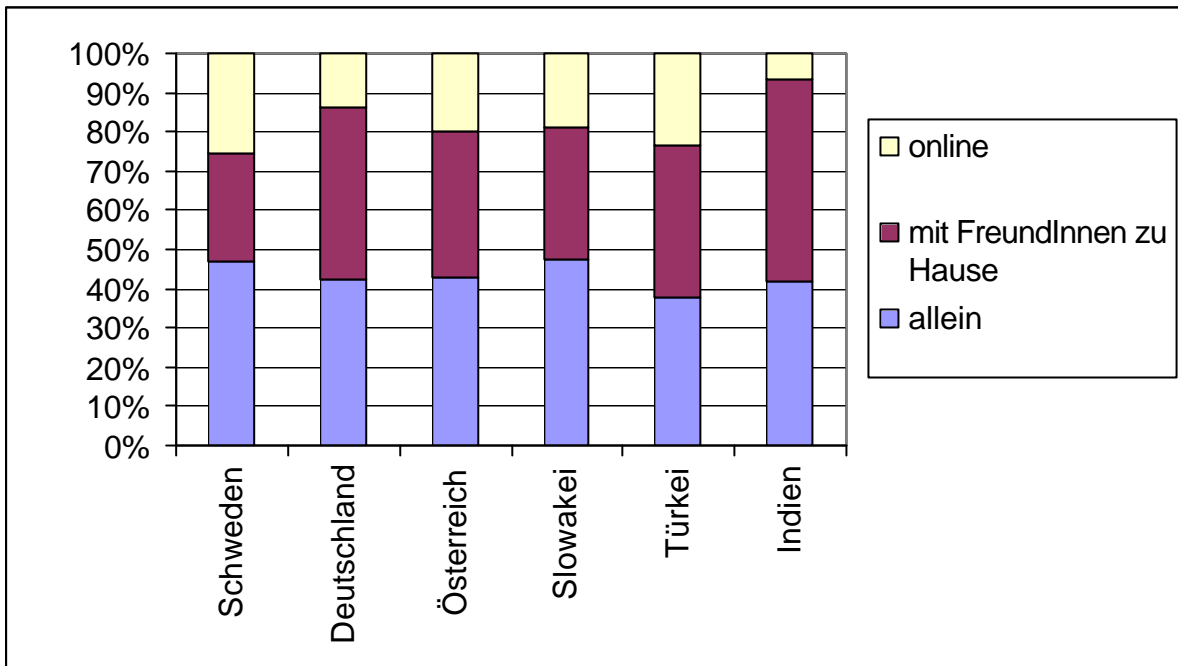
In allen untersuchten Ländern spielen männliche Jugendliche deutlich häufiger PC- und Konsolen-Spiele als Mädchen: Mit Ausnahme von Schweden ist der Anteil jener Jugendlichen, die nie solche Spiele spielen, unter den Mädchen erheblich größer. Gleichzeitig gibt es deutlich weniger Mädchen, die mehr als zwei Stunden täglich mit solchen Spielen zubringen (sh. Tabelle 3.6).

		nie	selten	bis zu 2 Stunden täglich	mehr als 2 Stunden täglich
Schweden	Mädchen	37.1	38.2	15.7	9.0
	Jungen	35.1	26.3	21.1	17.5
Deutschland	Mädchen	36.1	62.7	1.2	0.0
	Jungen	9.1	33.8	24.7	32.5
Österreich	Mädchen	47.6	42.8	9.6	0.0
	Jungen	8.1	43.3	25.7	23.0
Slowakei	Mädchen	36.3	53.8	8.8	1,3
	Jungen	8.9	24.1	36.8	30.4
Türkei	Mädchen	22.2	59.2	14.8	3.7
	Jungen	5.1	28.2	43.5	23.1
Indien	Mädchen	38.9	24.1	29.6	7.4
	Jungen	15.5	27.2	47.5	9.7

Tabelle 3.6: Die Zeit, die Mädchen und Jungen mit Computerspielen verbringen (Prozentwerte).

Schwedische, österreichische und slowakische Jugendliche spielen ihre Computerspiele am liebsten alleine. Deutsche und türkische Jugendliche spielen genauso gerne mit FreundInnen zu Hause und indische Mädchen und Jungen ziehen das Spielen mit FreundInnen dem Einzelspiel vor. In allen untersuchten Ländern stellen jene Jugendliche, die am liebsten online spielen, eine Minderheit dar. Zu ihnen zählen zwischen 13.5 (Deutschland) und 25.7 Prozent der befragten Jugendlichen (Schweden). In Indien sind es sogar nur 6.5 Prozent (sh. Grafik 3.6).

Nach Geschlecht differenziert ergibt sich Folgendes: In Schweden spielen mehr männliche als weibliche Jugendliche am liebsten alleine. Deutsche, türkische und indische Mädchen spielen hingegen öfters alleine und bezüglich der österreichischen und slowakischen Jugendlichen kann kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt werden. Mit FreundInnen zu Hause spielen schwedische und indische Jungen häufiger als Mädchen. In Österreich, in der Slowakei und Türkei finden sich hier mehr Mädchen und in Deutschland ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied zu erkennen. Beim Online-Spielen überwiegen die männlichen Jugendlichen in Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei deutlich, in Schweden und in Indien nur knapp.



Grafik 3.6: Die bevorzugten ComputerspielgefährtnInnen der Jugendlichen (Prozentwerte).

Lediglich 45.3 Prozent der schwedischen, 65.6 Prozent der deutschen und 65.0 Prozent der österreichischen Befragten teilten mit, welche ihre Lieblingscomputerspiele sind⁶. In Schweden, Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei zählen Strategiespiele wie „Age of Empires“ zu den allerbeliebtesten Computerspielen. Schwedische, deutsche, slowakische und türkische Jugendliche spielen daneben auch sehr gerne Renn- und Sportspiele wie „Need for Speed“. In diesen Ländern sind außerdem Kampf- und Ego-Shooter-Spiele wie „Diabolo“ sowie Rollenspiele wie beispielsweise „The Sims“ sehr beliebt. Slowakische und indische Jugendliche zählen aber auch Jump-and-Run-Spiele wie „Prince of Persia“ zu ihren Lieblingscomputerspielen (sh. Tabelle 3.7).

	Schweden	Deutschland	Österreich
1. Rang	Strategiespiele 41.2	Strategiespiele 28.6	Strategiespiele 23.1
2. Rang	Renn- und Sportspiele 17.6	Renn- und Sportspiele 14.3	Rollenspiele 17.3
3. Rang	Kampfspiele 16.2	Rollenspiele 14.3	Kampfspiele 17.3

⁶ Die Frage, welche Computerspiele sie am liebsten spielen, wurde offen gestellt.

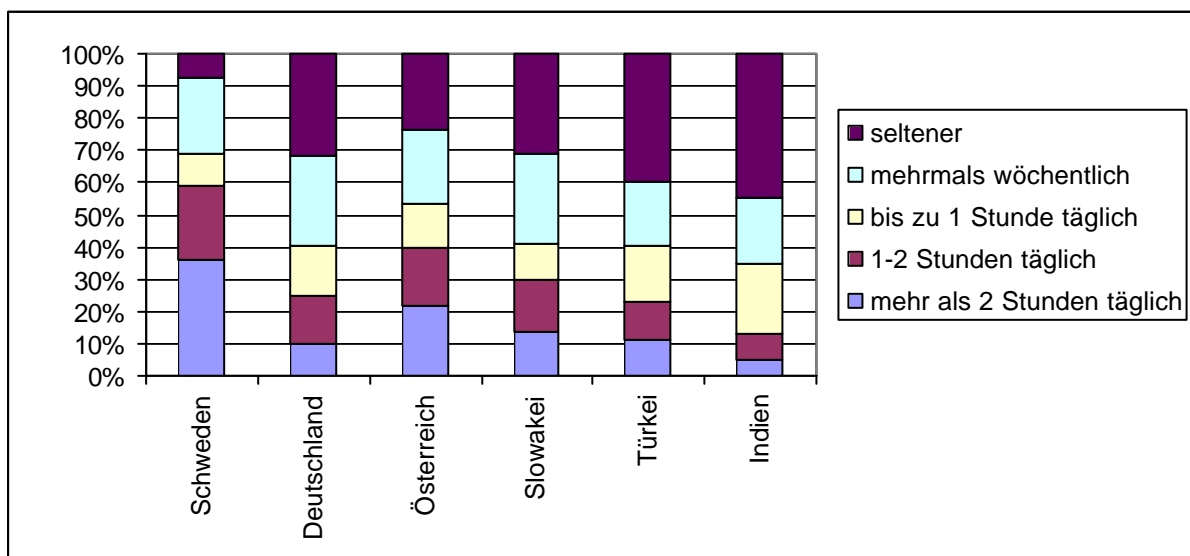
	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Strategiespiele 26.7	Renn- und Sportspiele 33.1	Renn- und Sportspiele 52.1
2. Rang	Renn- und Sportspiele 21.9	Strategiespiele 25.4	Kampfspiele 14.9
3. Rang	Jump-and-Run-Spiele 19.0	Kampfspiele 13.0	Jump-and-Run-Spiele 11.9

Tabelle 3.7: Die beliebtesten Computerspiele der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.2.4. Internet

Die befragten schwedischen Jugendlichen nutzen das Internet deutlich am häufigsten: Nicht nur ist der Anteil jener Jugendlichen, die nur sehr selten online gehen, hier am geringsten (7.5%), sondern es gibt auch in keinem anderen der untersuchten Länder so viele Jugendliche, die täglich mehr als zwei Stunden online sind, wie in Schweden (36.6%). In Deutschland, Österreich, in der Slowakei sowie in der Türkei bewegt sich der Anteil jener, die das Internet nur sehr selten nutzen, zwischen 23.6 (Österreich) und 39.9 Prozent (Türkei). In diesen Ländern sind zwischen 10.2 (Deutschland) und 21.7 Prozent der Mädchen und Jungen (Österreich) täglich mehr als zwei Stunden online. Indische Jugendliche nutzen das Internet im internationalen Vergleich am seltensten: 44.9 Prozent von ihnen nur sehr selten und lediglich 4.8 Prozent mehr als zwei Stunden pro Tag (sh. Grafik 3.7).

Während in Schweden, Österreich und Indien Mädchen und Jungen das Internet etwa in gleichem Ausmaß nutzen, gehen deutsche, slowakische und türkische Jungen deutlich häufiger online als Mädchen in ihren Ländern.



Grafik 3.7: Die Häufigkeit der Internetnutzung der Jugendlichen (Prozentwerte).

Im Folgenden geht es darum, die Nutzung des Internets durch Jugendliche im Detail zu beleuchten⁷. Anhand mehrerer Tabellen werden sowohl Unterschiede zwischen den Ländern als auch Differenzen zwischen den Geschlechtern in den jeweiligen Ländern dargestellt.

Deutsche, slowakische und österreichische Jugendliche nutzen im internationalen Vergleich am häufigsten das Internet für schulische Zwecke. Es zeigt sich, dass weibliche Jugendliche in Schweden, Österreich und der Slowakei öfter als männliche das Internet für schulische Zwecke nutzen. In Deutschland und in der Türkei kann kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt werden (sh. Tabelle 3.8). Über die indischen Jugendlichen können diesbezüglich keine Aussagen getroffen werden, weil nur 5.6 Prozent der Befragten Angaben darüber machten, ob sie das Internet in den letzten zwei Wochen für schulische Zwecke genutzt haben.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	38.7	61.5	50.3	58.2	23.8	-
Jungen	30.0	60.0	41.7	56.4	25.4	-
Mädchen	45.1	63.0	58.0	60.0	22.4	-

Tabelle 3.8: Anteil der Jugendlichen, die in den letzten beiden Wochen vor der Befragung das Internet für schulische Zwecke genutzt hatten (Prozentwerte).

Die Jugendlichen aller untersuchten Länder gehen etwa gleich häufig online, um Informationen zu suchen. Allein indische Jugendliche tun das etwas seltener. Schwedische und türkische Mädchen verwenden das Internet häufiger als Jungen zur Informationssuche. In den übrigen Ländern verwenden männliche Jugendliche das Internet zu diesem Zweck wesentlich häufiger als Mädchen (sh. Tabelle 3.9).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	40.4	34.6	44.4	40.5	42.2	29.7
Jungen	36.7	40.0	55.6	50.0	39.4	31.9
Mädchen	43.2	29.6	34.6	31.2	44.7	25.9

Tabelle 3.9: Anteil der Jugendlichen, die in den letzten beiden Wochen das Internet genutzt hatten, um Informationen zu suchen (Prozentwerte).

Schwedische Jugendliche chatten im internationalen Vergleich mit Abstand am häufigsten – sei es mit FreundInnen oder Fremden. Auch türkische Jugendliche tun dies relativ häufig. In Schweden, in der Slowakei, in der Türkei und in Indien nutzen

⁷ Die Jugendlichen wurden gebeten, aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten alles das auszuwählen, wozu sie in den letzten zwei Wochen online gegangen sind. Die Antwortmöglichkeiten waren „für die Schule“, „Informationen gesucht“, „ich war im Chat“, „ich war im Chat mit Fremden“, „ich war im Chat mit Freunden“, „interaktives Spiel“, „ich habe e-Mails geschrieben“, „ich habe Musik downgeloadet“.

die befragten männlichen Jugendlichen das Internet häufiger zum Chatten als die weiblichen. In Deutschland und Österreich ist es genau umgekehrt (sh. Tabelle 3.10).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	70.3	28.2	34.0	34.2	53.7	23.1
Jungen	73.3	26.7	31.9	39.7	56.3	25.3
Mädchen	68.2	29.6	35.8	28.8	51.3	19.6

Tabelle 3.10: Anteil jener Jugendlichen, die in den letzten beiden Wochen im Internet gechattet hatten (Prozentwerte).

Die Jugendlichen aller untersuchten Länder spielen etwa gleich häufig interaktive Spiele online. Während schwedische Mädchen dies öfter tun als ihre männlichen Landsleute, sind in den anderen Ländern diese Spiele bei Jungen deutlich beliebter als bei Mädchen (sh. Tabelle 3.11).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	25.5	16.0	20.3	21.5	24.5	15.6
Jungen	20.3	29.3	33.3	38.5	31.0	19.8
Mädchen	29.3	3.7	8.6	5.0	18.4	8.9

Tabelle 3.11: Anteil der Jugendlichen, die in den letzten beiden Wochen interaktive Spiele online gespielt hatten (Prozentwerte).

Emails zu lesen und zu verschicken, ist in allen Ländern bei den 14- bis 17-Jährigen ausgesprochen beliebt. Allein in Indien nutzen Jugendliche das Internet zu diesem Zweck etwas seltener. Während in Schweden und in der Türkei Mädchen und Jungen gleich häufig online gehen, um Emails zu lesen und zu verschicken, tun das in den anderen Ländern Mädchen erheblich häufiger als Jungen (sh. Tabelle 3.12).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	54.3	57.7	55.6	62.0	50.7	37.4
Jungen	55.9	45.3	45.8	50.0	50.7	29.7
Mädchen	53.1	69.1	64.2	73.8	50.7	50.0

Tabelle 3.12: Anteil der Jugendlichen, die in den letzten beiden Wochen das Internet zur Email-Kommunikation verwendet hatten (Prozentwerte).

Schwedische, österreichische und türkische Jugendliche laden deutlich häufiger Musik aus dem Internet herunter als slowakische, indische oder deutsche. Indien ist das einzige der untersuchten Länder, in dem Mädchen häufiger als Jungen das Internet zu diesem Zweck nutzen. Ansonsten tun dies Jungen zum Teil wesentlich

häufiger als Mädchen. In Schweden ist das Herunterladen von Musik bei Mädchen und Jungen etwa gleich beliebt (sh. Tabelle 3.13).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	52.9	22.4	51.6	31.0	42.5	22.6
Jungen	54.2	32.0	59.7	53.8	47.1	20.0
Mädchen	51.9	13.6	44.4	8.8	38.2	26.8

Tabelle 3.13: Anteil jener Jugendlichen, die in den beiden letzten Wochen Musik aus dem Internet herunter geladen hatten (Prozentwerte).

Am häufigsten finden türkische und schwedische Jugendliche neue FreundInnen über das Internet. Am seltensten ist dies der Fall bei österreichischen 14- bis 17-Jährigen. In Schweden, Deutschland, in der Slowakei und in der Türkei haben mehrheitlich weibliche Jugendliche schon einmal einen Freund oder eine Freundin über das Medium Internet gefunden, in Indien und Österreich ist dieses Verhältnis genau umgekehrt (sh. Tabelle 3.14).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	54.5	32.1	25.8	43.5	62.4	35.1
Jungen	51.7	23.7	30.1	40.3	57.9	38.4
Mädchen	56.5	39.8	22.0	46.8	66.7	29.1

Tabelle 3.14: Anteil der Jugendlichen, die schon FreundInnen über das Internet gefunden haben (Prozentwerte).

Slowakische Jugendliche flirten am häufigsten im Internet. Österreichische, deutsche und schwedische Mädchen und Jungen tun dies deutlich seltener. Besonders gering ist der Anteil der Jugendlichen, die im Internet flirten, in Indien und in der Türkei. In Schweden, in der Türkei und in Indien haben mehr männliche Jugendliche als weibliche schon einmal im Internet geflirtet, in Deutschland, Österreich und in der Slowakei dagegen mehrheitlich weibliche Jugendliche (sh. Tabelle 3.15).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	44.1	45.6	49.7	59.7	14.7	17.3
Jungen	48.3	34.7	47.9	48.1	24.0	18.8
Mädchen	41.2	55.4	51.2	71.3	6.2	14.5

Tabelle 3.15: Anteil der Jugendlichen, die schon im Internet geflirtet haben (Prozentwerte).

Um nicht nur bei virtuellen Flirts zu bleiben, sondern auch ein reales Treffen, das sich aus einem Internet-Flirt ergeben kann, in Betracht zu ziehen, wurden die Jugendlichen gefragt, ob sie sich ein solches Date vorstellen können. Am häufigsten

halten slowakische Jugendliche ein solches Date für vorstellbar, am seltensten indische und türkische. Mit Ausnahme von Deutschland, wo kein diesbezüglicher Unterschied zwischen Geschlechtern erkennbar ist, und der Slowakei, wo der umgekehrte Fall vorzufinden ist, sind es eindeutig Jungen, die es sich häufiger vorstellen können, ein Date mit einem Internet-Flirt zu haben (sh. Tabelle 3.16).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	27.1	30.8	31.0	45.3	16.5	20.0
Jungen	33.3	31.6	44.4	38.0	26.0	25.3
Mädchen	23.0	30.1	19.3	52.5	7.4	10.7

Tabelle 3.16: Anteil der Jugendlichen, die sich vorstellen können, ein Date mit einem Internet-Flirt zu haben (Prozentwerte).

Der Anteil der Jugendlichen, die ein solches Treffen schon einmal erlebt haben, ist in allen untersuchten Ländern relativ gering, in der Türkei und in Indien aber besonders gering. In Deutschland und in der Slowakei haben mehr Mädchen als Jungen diese Erfahrung schon gemacht. Ansonsten trifft dies eher auf die männlichen 14- bis 17-Jährigen zu (sh. Tabelle 3.17).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gesamt	10.2	10.8	12.9	17.1	4.5	2.6
Jungen	11.7	6.6	15.1	13.9	5.3	4.1
Mädchen	9.2	14.6	11.0	20.3	3.7	0.0

Tabelle 3.17: Anteil jener Jugendlichen, die schon ein Date mit einem Internet-Flirt gehabt haben (Prozentwerte).

Abschließend noch zur Frage, ob die per Internet genutzten Inhalte einen Streitpunkt zwischen den Jugendlichen und ihren Eltern darstellen. In allen untersuchten Ländern streiten sich nur ausgesprochen wenige Jugendliche manchmal mit ihren Eltern wegen dieser Inhalte (sh. Tabelle 3.18). Tendenziell streiten sich eher die Jungen mit ihren Eltern manchmal über die von ihnen konsumierten Internetinhalte. In der Türkei sind es eher die Mädchen.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
4.6	3.3	4.7	5.2	6.3	6.3

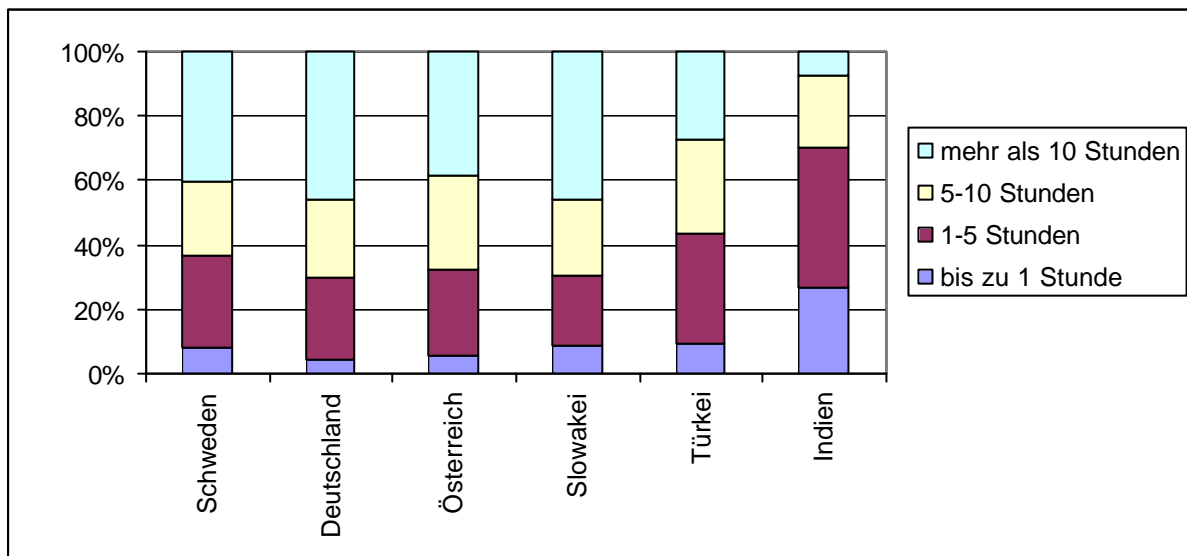
Tabelle 3.18: Anteil der Jugendlichen, die sich manchmal wegen der Inhalte, die sie aus dem Internet konsumierten, mit ihren Eltern streiten (Prozentwerte).

3.2.5. Musik

Dieses Unterkapitel beschäftigt sich mit den Gewohnheiten der Jugendlichen bezüglich ihres Musikkonsums. Schwedische, deutsche, österreichische und

slowakische Jugendliche hören sehr gerne Musik. Zwischen 38.2 (Österreich) und 46.2 Prozent von ihnen (Slowakei) hören wöchentlich mehr als 10 Stunden Musik. Der Anteil der Jugendlichen, die lediglich bis zu einer Stunde pro Woche Musik hören, bewegt sich in diesen Ländern zwischen 4.4 (Deutschland) und 8.9 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Slowakei). Dieser Anteil ist unter den türkischen Jugendlichen ähnlich niedrig, in Indien beträgt er jedoch 26.8 Prozent. Hier hören auch lediglich 7.6 Prozent der Mädchen und Jungen mehr als 10 Stunden wöchentlich Musik (sh. Grafik 3.8).

Geschlechtsspezifische Unterschiede können nur in der Türkei festgestellt werden: Hier hören je knapp ein Drittel der Mädchen ein bis fünf Stunden, fünf bis zehn Stunden oder mehr als zehn Stunden pro Woche Musik, während Jungen überwiegend ein bis fünf Stunden pro Woche Musik hören.



Grafik 3.8: Die Zeit, die Jugendliche pro Woche Musik hören (Prozentwerte).

In Deutschland, in der Slowakei, Türkei und in Indien hören 14- bis 17-Jährige am liebsten Pop und Rock⁸. In Schweden ist es Hip Hop, Rap und R'n'b und in Österreich Hard Rock, Punk, Alternative und Crunch. Viele schwedische, deutsche, slowakische und türkische hören am liebsten Musik verschiedener Stilrichtungen. Indische Jugendliche hören häufig auch am liebsten Musik aus Indien oder Techno, House und Rave (sh. Tabelle 3.19).

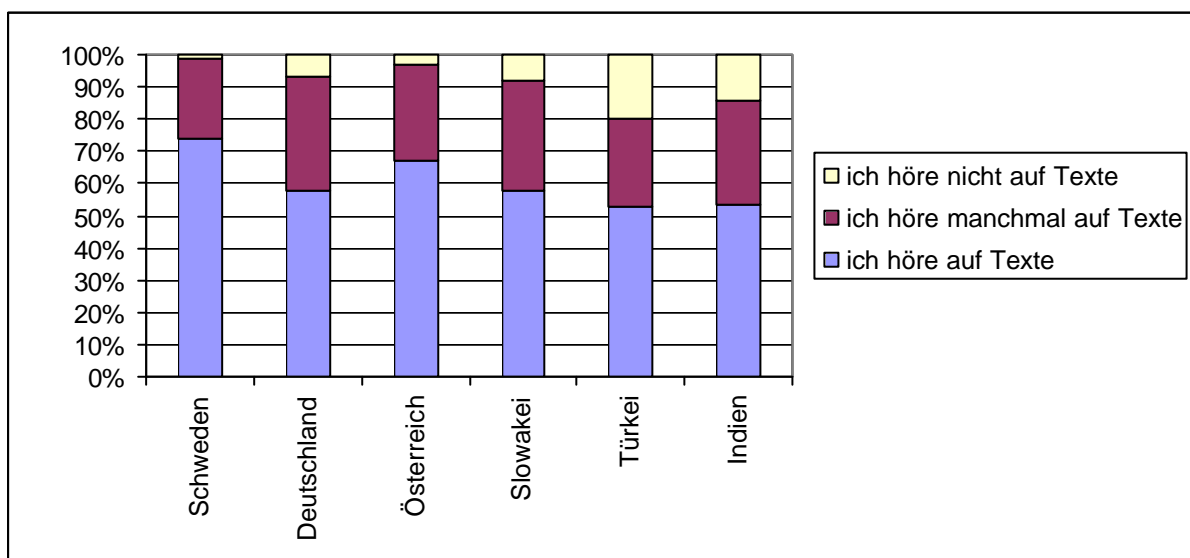
	Schweden	Deutschland	Österreich
1. Rang	Hip Hop, Rap, R'n'b 40.5	Pop und Rock 28.4	Hard Rock, Punk 22.3
2. Rang	Pop und Rock 21.5	Hip Hop, Rap, R'n'b 25.4	Hip Hop, Rap, R'n'b 17.5

⁸ Es wurde in einer offenen Frage danach gefragt, welche Musikrichtung man am liebsten hört.

3. Rang	verschiedene 14.9	verschiedene 13.4	Pop und Rock 16.2
	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Pop und Rock 40.6	Pop und Rock 62.1	Pop und Rock 51.7
2. Rang	Hip Hop, Rap, R'n'b 21.3	verschiedene 8.4	indische Musik 12.2
3. Rang	verschiedene 13.5	Hip Hop, Rap, R'n'b 7.0	Techno, House, Rave 10.9

Tabelle 3.19: Die beliebtesten Musikrichtungen der Jugendlichen (Prozentwerte).

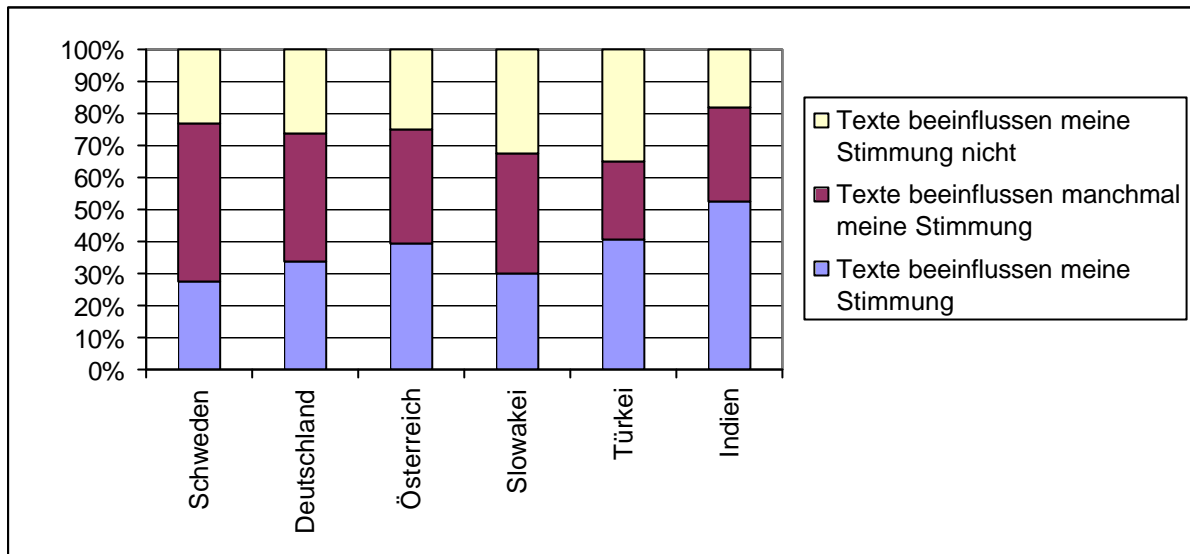
Der Großteil der Jugendlichen aller untersuchten Länder achtet mehr oder weniger regelmäßig auf die Texte der Musik, die sie hören. Der Anteil der Jugendlichen, die das überhaupt nicht tun, bewegt sich zwischen 1.4 (Schweden) und 19.7 Prozent (Türkei) (sh. Grafik 3.9). Dabei sind es überall mit Ausnahme der Slowakei, wo diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt werden kann, vor allem Mädchen, die beim Musikhören auch auf Texte achten.



Grafik 3.9: Die Bedeutung der Texte der Musik, die von Jugendlichen gehört wird (Prozentwerte).

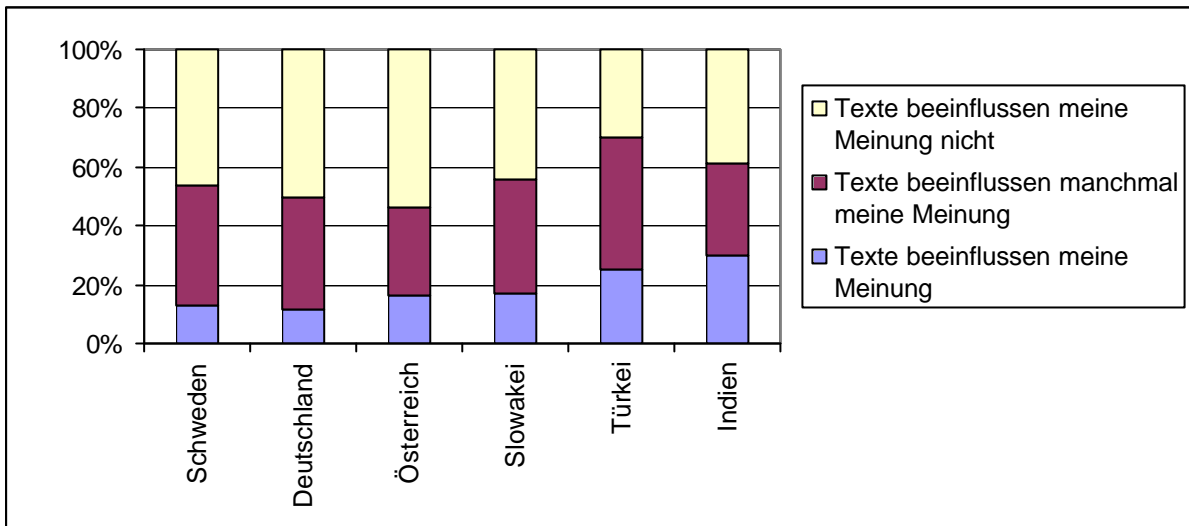
Indische, türkische und österreichische Jugendliche geben im internationalen Vergleich am häufigsten an, dass die von ihnen gehörten Liedtexte ihre Stimmung beeinflussen. In den anderen Ländern denken die meisten Jugendlichen, dass das nur manchmal passiert. Der Anteil jener Jugendlichen, die meinen, ihre Stimmung werde nicht durch die von ihnen gehörten Liedtexte beeinflusst, liegt zwischen 18.2 (Indien) und 34.9 Prozent (Türkei) (sh. Grafik 3.10). In allen untersuchten Ländern

berichten Mädchen häufiger, dass die von ihnen gehörten Musiktexte Einfluss auf ihre Stimmung haben.



Grafik 3.10: Der Einfluss der Musiktexte auf die Stimmung der Jugendlichen (Prozentwerte).

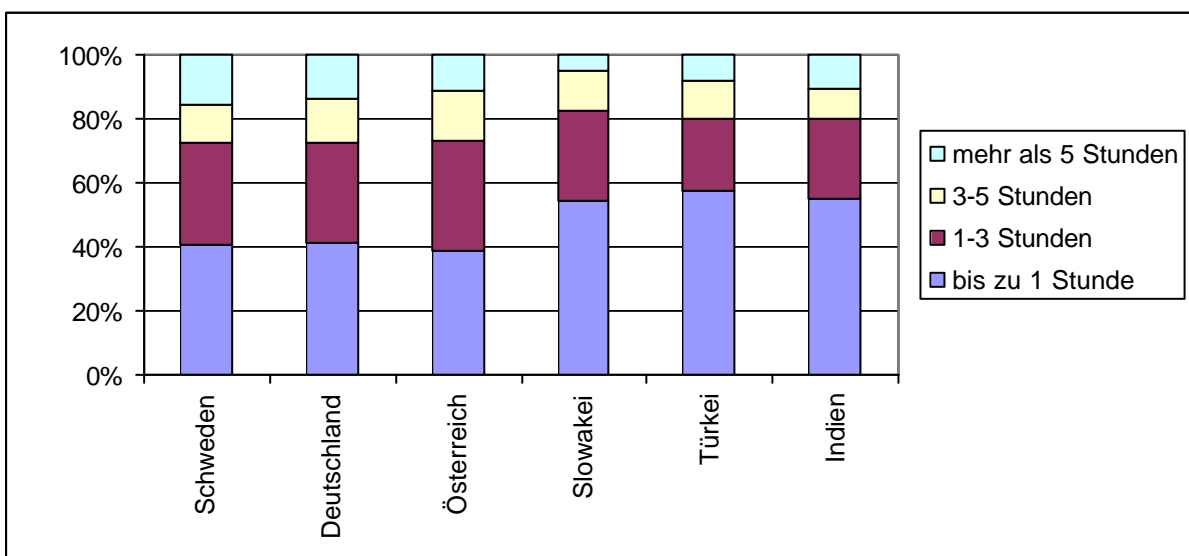
Der Großteil der schwedischen, deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen berichtet, dass ihre Meinung über bestimmte Dinge nicht von den Texten der gehörten Musik beeinflusst wird. Türkische Jugendliche meinen meist, dass die von ihnen gehörten Liedtexte nur manchmal ihre Meinung beeinflussen (sh. Grafik 3.11). Während schwedische, deutsche, österreichische und türkische Mädchen häufiger meinen, dass Musiktexte ihre Stimmung nur manchmal beeinflussen, stimmen ihre männlichen Landsleute dieser Aussage häufiger eindeutig zu. In der Slowakei meinen etwa gleich viele Mädchen und Jungen, dass Musiktexte eindeutig Einfluss auf ihre Meinung über bestimmte Dinge haben. Allerdings ist der Anteil jener, die behaupten, ihre Meinung werde nicht von Musiktexten beeinflusst, unter den Jungen deutlich höher als unter den Mädchen. Während die meisten indischen Mädchen meinen, dass ihre Meinung über bestimmte Dinge von Liedtexten beeinflusst werde, behauptet der Großteil der indischen Jungen das Gegenteil von sich.



Grafik 3.11: Der Einfluss der Musiktexte auf die Meinungen der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.2.6. Telefonieren

In allen untersuchten Ländern zeigt sich, dass hauptsächlich bis zu einer Stunde pro Woche telefoniert wird, besonders in der Slowakei, in Indien und in der Türkei (sh. Grafik 3.12). In den anderen Ländern telefonieren 14- bis 17-Jährige häufig auch mehr. Bei der geschlechtsspezifischen Betrachtung werden folgende Tendenzen ersichtlich: In allen untersuchten Ländern ist der Anteil jener, die nur bis zu einer Stunde wöchentlich telefonieren unter den männlichen Jugendlichen erheblich größer als unter den weiblichen. Mit Ausnahme der Slowakei, wo sich Mädchen und Jungen in diesem Punkt nicht unterscheiden, telefonieren Mädchen vielmehr häufiger als Jungen drei bis fünf oder auch mehr Stunden pro Woche.



Grafik 3.12: Das Telefonierverhalten der Jugendlichen (Prozentwerte).

Während in Deutschland, Österreich, in der Türkei und in Indien rund jeder und jede dritte der befragten Jugendlichen manchmal in Streit mit den Eltern gerät, weil diese wollen, dass ihre Kinder weniger telefonieren, sind in der Slowakei und vor allem in Schweden weniger 14- bis 17-Jährige aus der Stichprobe davon betroffen (sh. Tabelle 3.20). In allen Ländern, außer der Slowakei, wo diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellbar ist, streiten sich weibliche Jugendliche wesentlich häufiger als männliche mit ihren Eltern bezüglich ihres Telefonierverhaltens.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
16.5	33.3	33.3	25.8	29.4	32.5

Tabelle 3.20: Anteil der Jugendlichen, die sich manchmal mit ihren Eltern streiten, da diese meinen, ihr Nachwuchs telefoniere zu viel (Prozentwerte).

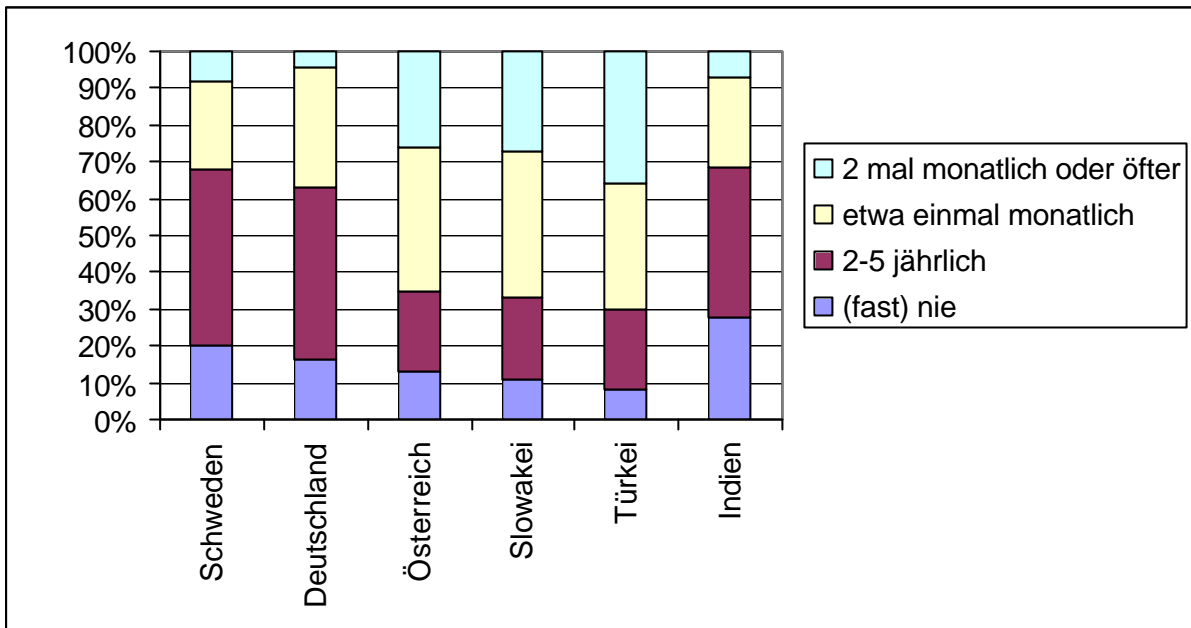
3.3. Ausgehen

Viele Jugendliche gehen in ihrer Freizeit gerne aus. Deshalb soll dieses Kapitel beschreiben, wie häufig 14- bis 17-Jährige ins Kino oder Tanzen gehen beziehungsweise verschiedene Lokale besuchen – wiederum unter Berücksichtigung des Geschlechts der Jugendlichen.

3.3.1. Kino

Österreichische, slowakische und türkische Jugendliche besuchen häufiger ein Kino als schwedische, deutsche und indische Jugendliche. Die meisten von ihnen sehen sich etwa einmal im Monat beziehungsweise zweimal im Monat oder öfter einen Kinofilm an, während Jugendliche aus Schweden, Deutschland und Indien meist nur zwei- bis fünfmal im Jahr ein Kino besuchen (sh. Grafik 3.13).

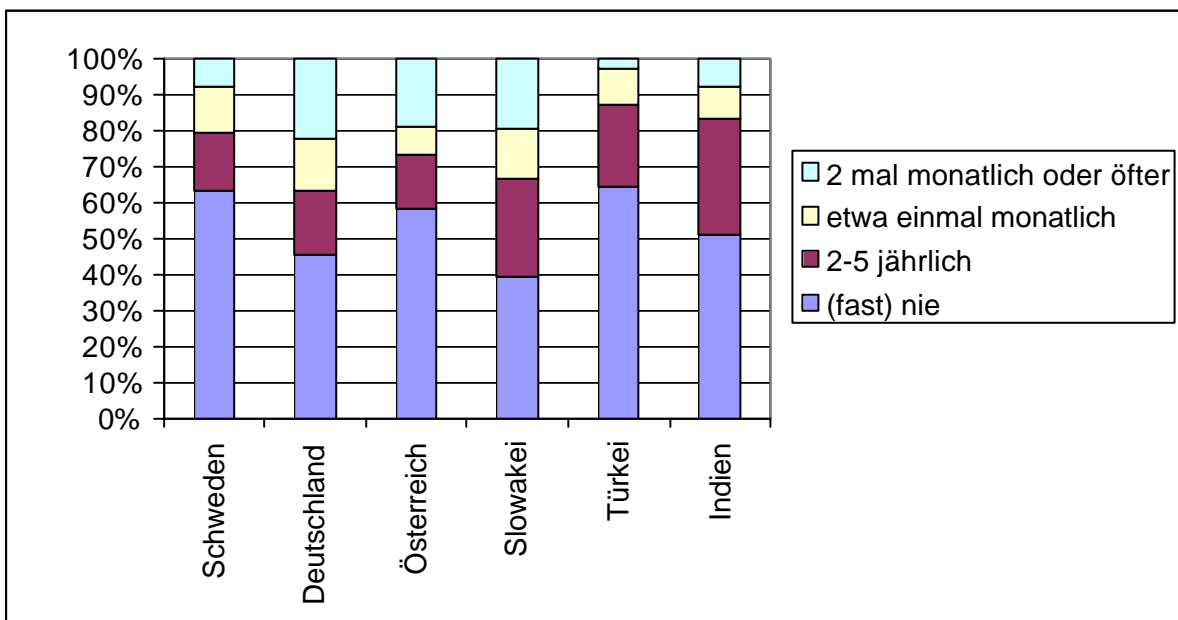
Die Differenzierung nach Geschlecht ergibt, dass in Schweden, Deutschland und Indien keine wesentlichen Unterschiede zwischen den Geschlechtern ersichtlich sind. In Österreich und in der Slowakei gehen Jungen etwa zu gleichen Teilen entweder etwa einmal im Monat oder zweimal im Monat und öfter ins Kino, während die Mädchen vorwiegend etwa einmal im Monat ins Kino gehen. In der Türkei ist es bezüglich der Geschlechter genau umgekehrt wie in Österreich und der Slowakei.



Grafik 3.13: Die Häufigkeit der Kinobesuche der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.3.2. Tanzen

In ausnahmslos allen untersuchten Ländern gehen die meisten 14- bis 17-Jährige (fast) nie tanzen: Das trifft auf 39.0 (Slowakei) bis 64.2 Prozent der Jugendlichen zu (Türkei) (sh. Grafik 3.14). Auffällig ist, dass – wiederum ausnahmslos – in allen Ländern Mädchen häufiger zum Tanz gehen als Jungen.

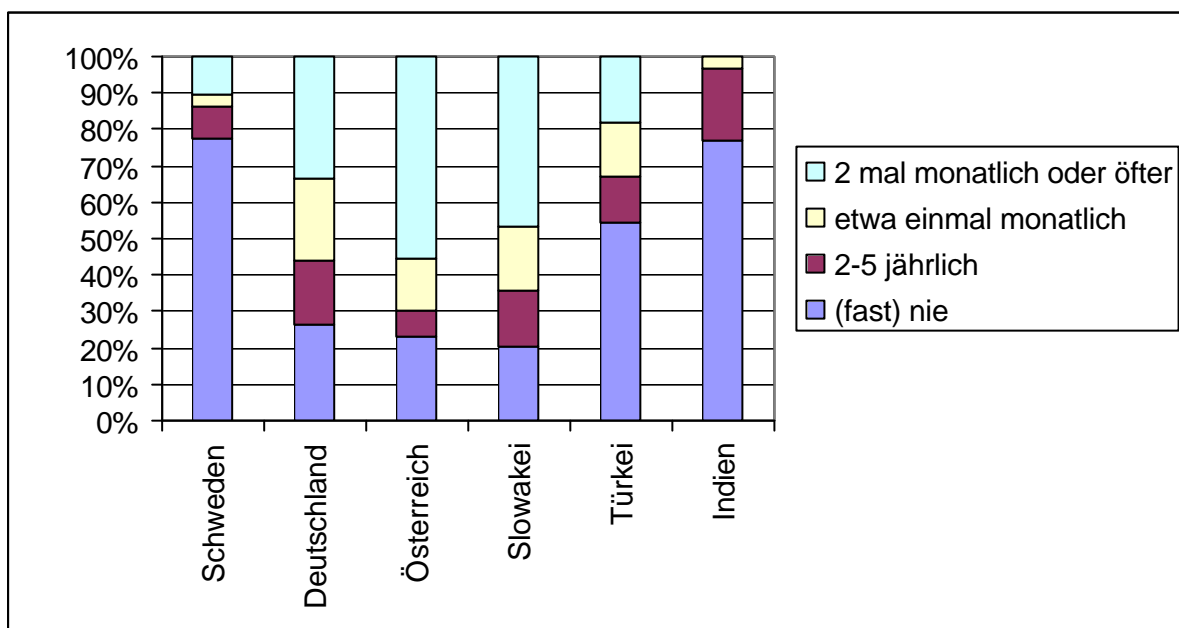


Grafik 3.14: Die Häufigkeit der Tanzabende der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.3.3. Lokale

Je drei Viertel der schwedischen und indischen sowie mehr als die Hälfte der türkischen Jugendlichen gehen (fast) nie mit FreundInnen in ein Lokal. Ein Drittel der deutschen, mehr als die Hälfte der österreichischen und knapp die Hälfte der slowakischen 14- bis 17-Jährigen tun das dagegen zweimal im Monat oder öfter (sh. Grafik 3.15).

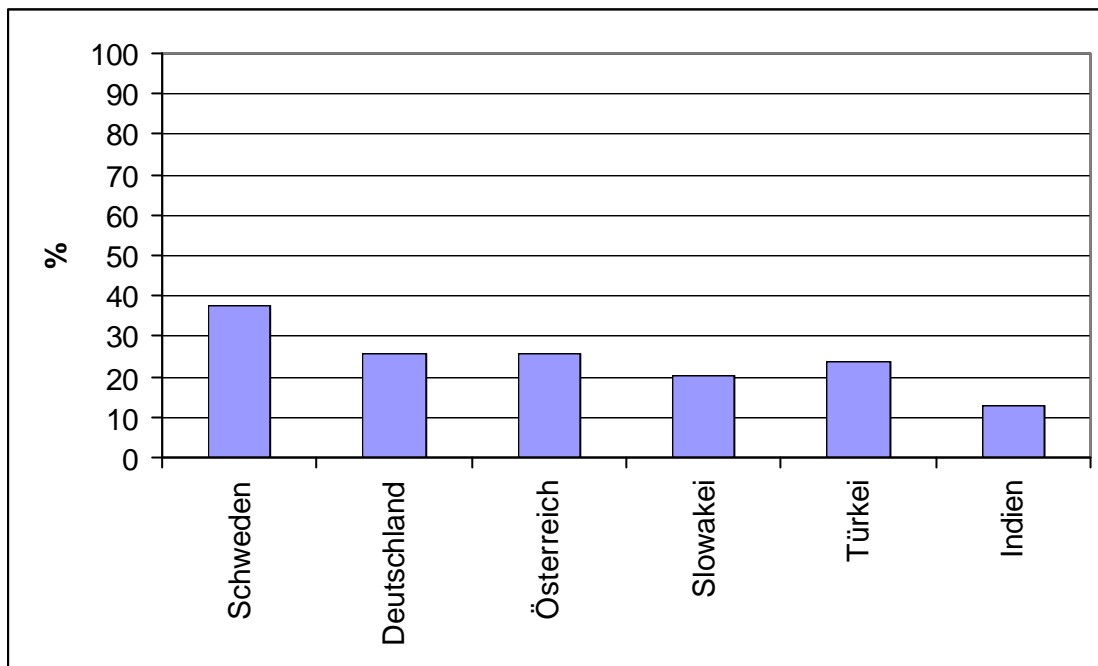
Einen bemerkenswerten Unterschied zwischen den Geschlechtern gibt es nur in Deutschland: Hier gehen männliche Jugendliche zum Großteil (fast) nie mit FreundInnen in ein Lokal, während weibliche meist zweimal im Monat oder öfter mit ihren FreundInnen ein Lokal besuchen.



Grafik 3.15: Die Häufigkeit der Lokalbesuche der Jugendlichen (Prozentwerte).

3.4. Mitgliedschaft in Klubs oder Organisationen

Der Anteil jener Jugendlichen, die einem Klub oder einer Organisation angehören, bewegt sich in den meisten untersuchten Ländern zwischen 20.1 (Slowakei) und 25.6 Prozent (Deutschland). In Schweden liegt dieser Anteil allerdings deutlich darüber (37.6%) und in Indien deutlich darunter (12.7%). In Schweden, Österreich und der Slowakei sind überdurchschnittlich viele männliche Jugendliche in Klubs oder Organisationen Mitglied, während es in Indien mehr weibliche sind. In Deutschland und der Türkei lässt sich kein geschlechtsspezifischer Unterschied erkennen (sh. Grafik 3.16).



Grafik 3.16: Anteil jener Jugendlichen, die Mitglied eines Klubs oder einer Organisation sind (Prozentwerte).

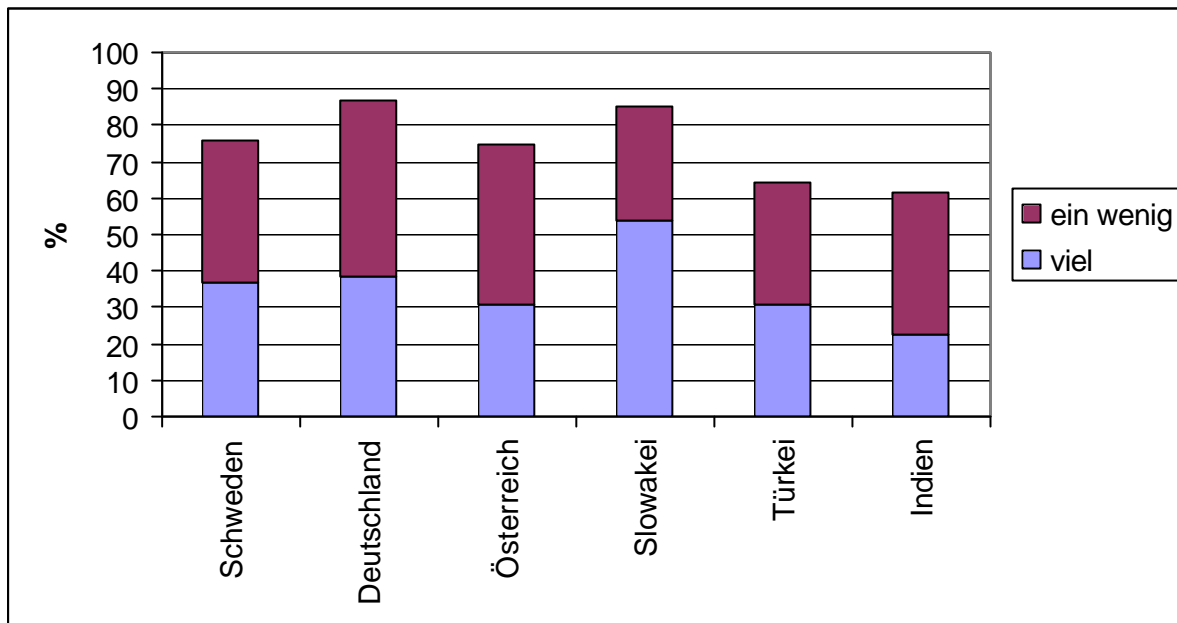
In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Indien schließen sich Jugendliche am häufigsten Sportvereinen an: zwischen 25.0 (Österreich) und 48.4 Prozent (Slowakei) der Jugendlichen, die einem Klub angehören⁹. Deutsche Jugendliche gehören außerdem häufig sozialen Vereinen oder Musikvereinen an (19.5% respektive 14.6%). Österreichische Jugendliche dahingegen schließen sich häufig politischen Vereinen oder kirchlichen Organisationen an (jeweils 12.5%). In der Slowakei gehören 12.9 Prozent jener Jugendlichen, die Mitglied eines Klubs oder einer Organisation sind, diversen Schulorganisationen an und in der Türkei nehmen 18.4 Prozent der Jugendlichen an Hobby-Vereinen wie Theatergruppen teil. Indische Jugendliche interessieren sich in erster Linie für Musik-Vereine, Jugendgruppen und Hobby-Vereine (jeweils 12.5%).

3.5. Sport

In den meisten untersuchten Ländern treiben zwischen 30.5 (Österreich und Türkei) und 38.2 Prozent der befragten 14- bis 17-Jährigen (Deutschland) nach ihren eigenen Angaben viel Sport. In der Slowakei sind es sogar 54.1 Prozent der Jugendlichen. In Indien liegt der Anteil dieser Jugendlichen dahingegen bei lediglich 22.5 Prozent. Die Zahl der Jugendlichen, die ein wenig Sport treiben, bewegt sich in allen untersuchten Ländern zwischen 31.2 (Slowakei) und 48.7 Prozent (Deutschland) (sh. Grafik 3.17).

⁹ Die Frage, welchem Klub oder welcher Organisation man angehört, wurde offen gestellt.

In allen Ländern zeigt sich, dass männliche Jugendliche sich deutlich öfter als Mädchen ausgiebig sportlich betätigen. Bezüglich moderaterer sportlicher Aktivität kann festgestellt werden, dass in Deutschland, Österreich, in der Slowakei und in der Türkei Mädchen in dieser Altersgruppe überdurchschnittlich stark vertreten sind. In Schweden ordnen sich auch hier mehr Jungen als Mädchen zu und in Indien ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied in dieser Hinsicht erkennbar.



Grafik 3.17: Das Ausmaß, in dem Jugendliche Sport treiben (Prozentwerte).

Nur in Indien gaben mehr als 90.0 Prozent der Jugendlichen an, welche Sportarten sie betreiben (sh. Tabelle 3.21)¹⁰. In allen untersuchten Ländern sind Ballsportarten im Team wie Fußball oder Cricket die beliebtesten unter Jugendlichen. Im Besonderen gilt das für die Türkei und für Indien, wo etwa drei von vier Jugendlichen solche Spiele spielen. Daneben spielen viele österreichische, slowakische, türkische und indische befragte 14- bis 17-Jährige gerne Racketspiele wie Tennis oder Badminton. In der Slowakei, der Türkei und in Indien schwimmen – seltener tauchen – viele Jugendliche regelmäßig. Deutsche und österreichische Jugendliche fahren gerne Rad, deutsche und schwedische Jugendliche gehen gerne ins Fitness-Studio. Schwedische Jugendliche treiben auch häufig verschiedene Kampfsportarten wie Karate oder Judo (sh. Tabelle 3.22).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
78.0	86.9	76.3	84.4	86.9	97.5

Tabelle 3.21: Anteil der Jugendlichen, die Angaben über die von ihnen betriebenen Sportarten machten (Prozentwerte).

¹⁰ Die Frage nach den von den Jugendlichen betriebenen Sportarten wurde offen gestellt.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Teamsport 29.9	Teamsport 37.4	Teamsport 33.6	Teamsport 39.3	Teamsport 71.2	Teamsport 75.6
2. Rang	Fitness 16.2	Radsport 15.8	Racketsport 23.8	Racketsport 27.4	Schwimmen 12.9	Racketsport 19.2
3. Rang	Kampfsport 10.3	Fitness 15.7	Radsport 18.0	Schwimmen 23.0	Racketsport 10.1	Schwimmen 10.3

Tabelle 3.22: Die beliebtesten Sportarten der Jugendlichen (Prozentwerte).

4. Die Favoriten der Jugendlichen

In diesem Kapitel geht es darum, anzuführen, wovon die befragten 14- bis 17-jährigen Jugendlichen in den Bereichen Film und Fernsehen oder Zeitungen und Zeitschriften am meisten angesprochen werden¹¹. Wer ihre Lieblingsschauspieler und -schauspielerinnen sind, soll genauso herausgefunden werden, wie welchen Idolen Jugendliche nacheifern wollen.

4.1. Internationale Fernsehserien

Zwischen 66.9 (Indien) und 84.4 Prozent der Befragten (Österreich) teilten ihre internationalen Lieblingsserien mit (sh. Tabelle 4.1). In Schweden, Deutschland und Österreich zählen „Friends“, „Die Simpsons“ und „Sex and the City“ zu den beliebtesten internationalen Serien. Slowakische Jugendliche sehen ebenfalls sehr gerne „Friends“ und „Die Simpsons“, auch türkischen Jugendlichen gefällt „Die Simpsons“ und auch bei indischen Jugendlichen zählen „Friends“ sehr häufig zu den Lieblingsserien der Jugendlichen. Ansonsten lassen sich unter den fünf beliebtesten internationalen Fernsehserien keine Übereinstimmungen zwischen den untersuchten Ländern feststellen (sh. Tabelle 4.2).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
83.3	74.4	84.4	80.0	68.1	66.9

Tabelle 4.1: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten internationalen Fernsehserien machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Friends 40.0	Sex and the City 24.4	Die Simpsons 37.8	Friends 39.1	Die Simpsons 11.9	Friends 25.2
2. Rang	Die Simpsons 37.6	Die Simpsons 17.6	Malcom mittendrin 25.2	Alias 13.3	Buffy 18.3	Fear Factor 15.0

¹¹ Alle Fragen zu den in diesem Kapitel behandelten Favoriten waren offene Fragen.

3. Rang	Sex and the City 14.4	Friends 16.0	Friends 21.5	Die Simpsons 9.4	Emergency Room 11.9	Wrestling 11.2
4. Rang	CSI 5.6	King of Queens 16.0	Sex and the City 14.1	Jackass 7.0	South Park 10.1	Ripley's Believe It or not 10.3
5. Rang	OZ 5.6	Charmed 7.6	Gilmore Girls 11.1	TV Total 4.7	Seinfeld 9.2	Who Dares Wins 6.5

Tabelle 4.2: Die beliebtesten internationalen Fernsehserien der Jugendlichen (Prozentwerte).

4.2. Lieblingsserien

47.5 (Türkei) bis 74.4 Prozent der Befragten (Österreich) gaben Auskunft über ihre absoluten Lieblingsfernsehserien unabhängig von der Herkunft dieser Serien (sh. Tabelle 4.3). In Schweden, Deutschland und Österreich zählen wiederum „Friends“, „Die Simpsons“ und „Sex and the City“ sehr häufig zu diesen Serien. „Friends“ und „Die Simpsons“ werden auch von slowakischen 14- bis 17-Jährigen sehr gerne gesehen und „Friends“ kommt auch bei indischen Jugendlichen sehr gut an. Österreichische und slowakische Jugendliche haben gemeinsam, dass sie „Gilmore Girls“ zu ihren beliebtesten Serien zählen. Türkische Jugendliche nennen ausgesprochen oft türkische Serien als ihre Lieblingsserien. Unter den fünf beliebtesten sind drei türkische zu finden. In Deutschland und Indien befinden sich ebenfalls nationale Serien unter den fünf beliebtesten Fernsehserien. Der Anteil der Jugendlichen, deren Lieblingsserien aus ihrer Heimat stammen, bewegt sich zwischen 7.4 (Slowakei) und 51.2 Prozent der Jugendlichen (Türkei) (sh. Tabelle 4.4).

In allen untersuchten Ländern gaben die Befragten am häufigsten an, die genannten Serien zu mögen, weil diese lustig sind. In Schweden, Deutschland und in der Slowakei kommen auch spannende und actionreiche Serien sehr gut an, in Deutschland, Österreich und in der Türkei dahingegen vor allem auch realistische Serien beziehungsweise Serien, die Jugend- und Alltagsprobleme behandeln. Schwedische Jugendliche mögen häufig die Figuren, deren Beziehungen zueinander beziehungsweise die Handlung einer Serie, während slowakische und türkische Jugendliche häufiger bestimmte Themen wie Mystik und Übersinnliches mögen. Österreichische Jugendliche finden häufiger an gesellschaftskritischen Fernsehserien Gefallen und indische Jugendliche begeistern sich meist für interessante und lehrreiche Sendungen oder für Serien, die motivieren und Leitbilder geben.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
74.0	70.6	74.4	59.4	47.5	58.8

Tabelle 4.3: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten Fernsehserien – national sowie international – machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Friends 28.8	Die Simpsons 11.5	Die Simpsons 23.5	Friends 20.0	<i>Avrupa Akasi</i> 19.7	Friends 8.5
2. Rang	Die Simpsons 19.8	Sex and the City 8.8	Sex and the City 11.8	Alias 10.5	<i>Kurtlar Vadisi</i> 18.4	<i>Jassi Jaisi Kohi Nahi</i> 8.5
3. Rang	Sex and the City 9.0	Friends 8.0	Malcom mittendrin 11.8	Die Simpsons 8.4	<i>Bir Istanbul Masali</i> 9.2	C.I.D. 8.5
4. Rang	OZ 8.1	<i>Gute Zeiten, schlechte Zeiten</i> 7.1	Friends 8.4	Stargate 4.2	Seinfeld 7.9	Fear Factor 6.4
5. Rang	<i>Big Brother</i> 8.1	King of Queens 6.2	Gilmore Girls 8.4	Gilmore Girls 3.2	South Park 6.6	Small Wonder 3.2
national ¹⁾	18.9	31.0	11.8	7.4	51.2	29.8

Tabelle 4.4: Die beliebtesten nationalen sowie internationalen Fernsehserien der Jugendlichen (Prozentwerte). Kursiv gedruckte Serientitel kennzeichnen Serien aus heimischer Produktion. ¹⁾ Anteil jener Jugendlichen, die nationale Fernsehserien nannten.

4.3. Internationale Kinofilme

70.0 (Indien) bis 86.9 Prozent der befragten Mädchen und Jungen (Österreich) nannten ihre internationalen Lieblingskinofilme (sh. Tabelle 4.5). In allen untersuchten Ländern sind die Filme der „Herr der Ringe“-Trilogie die Top-Lieblingsfilme der Jugendlichen. Allein in Indien werden sie von den „Matrix“-Filmen auf Platz 2 gedrängt. Auf Platz 2 und 3 befinden sich in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei „Fluch der Karibik“ und „Findet Nemo“. Schwedische, österreichische und slowakische Jugendliche haben außerdem besonderen Gefallen an „Last Samurai“ gefunden. In Deutschland, in der Türkei und in Indien zählen viele Jugendliche einen der „Harry Potter“-Filme zu ihren Favoriten. Die „Matrix“-Filme sind nicht nur in Indien, sondern auch in der Türkei besonders gut angekommen (sh. Tabelle 4.6).

Ähnlich wie Fernsehserien erfreuen sich auch Kinofilme bei schwedischen, österreichischen, slowakischen und indischen Jugendlichen großer Beliebtheit, wenn sie lustig sind. Schwedische, deutsche und indische Mädchen und Jungen mögen außerdem spannende und actionreiche Filme. Slowakische und indische Jugendliche finden häufig Gefallen an romantischen Kinofilmen. Deutsche, österreichische und slowakische Jugendliche finden häufig die Themen, die in den Filmen behandelt werden, interessant und gut. Während deutsche Jugendliche auch häufig meinen, dass ihre Lieblingskinofilme gut gemacht sind und beispielsweise spektakuläre Spezialeffekte aufweisen, begründen österreichische Jugendliche die Wahl ihrer Lieblingsfilme oft damit, dass ihnen die mitwirkenden SchauspielerInnen gefallen. Die befragten schwedischen 14- bis 17-Jährigen sind sehr oft von den Figuren und deren Beziehung zueinander beziehungsweise von der Handlung ihrer Lieblingsfilme angetan. Aufgrund der geringen Antwortquote unter den türkischen Jugendlichen können diesbezüglich keine Aussagen über sie getroffen werden.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
81.3	76.3	86.9	86.3	81.3	70.0

Tabelle 4.5: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten internationalen Kinofilmen machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Herr der Ringe 37.7	Herr der Ringe 34.4	Herr der Ringe 24.5	Herr der Ringe 31.2	Herr der Ringe 37.7	Matrix 16.1
2. Rang	Fluch der Karibik 10.7	Findet Nemo 12.3	Fluch der Karibik 18.7	Fluch der Karibik 13.0	Matrix 13.8	Herr der Ringe 13.4
3. Rang	Findet Nemo 9.8	Fluch der Karibik 11.5	Findet Nemo 5.0	Findet Nemo 6.5	Troja 6.9	Harry Potter 12.5
4. Rang	Last Samurai 4.1	Honey 4.9	Last Samurai 5.0	Last Samurai 5.1	Harry Potter 3.8	Titanic 8.0
5. Rang	Gothica 4.1	Harry Potter 4.1	The Ring 5.0	2 Fast 2 Furious 5.1	American Pie 3.1	Terminator 5.4

Tabelle 4.6: Die beliebtesten internationalen Kinofilme der Jugendlichen (Prozentwerte).

4.4. Internationale Zeitschriften und Magazine

Nur sehr wenige der befragten Jugendlichen teilten mit, welche internationalen Zeitschriften und Magazine sie am liebsten lesen. Die Antwortquote liegt zwischen 18.8 (Deutschland) und 27.5 (Österreich) (sh. Tabelle 4.7). Es gibt nur wenige Übereinstimmungen zwischen den Hitlisten der internationalen Zeitschriften und Magazinen in den untersuchten Ländern. Deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen ist beispielsweise gemein, dass sie am liebsten „Bravo“ beziehungsweise „Bravo Girl“ lesen. „Cosmopolitan“ wird von schwedischen, slowakischen, türkischen sowie indischen Jugendlichen sehr gern gelesen. „Glamour“ kommt bei deutschen, österreichischen und türkischen Mädchen und Jungen sehr gut an. Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige lesen außerdem sehr gerne „Joy“, slowakische und türkische Jugendliche zählen weiters „National Geographic“ zu ihren internationalen Lieblingszeitschriften und -magazinen (sh. Tabelle 4.8).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
21.3	18.8	27.5	61.3	20.6	20.6

Tabelle 4.7: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten internationalen Zeitschriften und Magazinen machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Elle 34.4	Bravo 20.0	Bravo 45.5	Bravo 30.6	National Geographic 18.2	Reader´s Digest 18.2
2. Rang	Cosmopolitan 25.0	Glamour 16.7	Mädchen 13.6	Cosmo Girl 12.2	Lettermag 9.1	Time 18.2
3. Rang	Story 9.4	Playboy 10.0	Glamour 11.4	Cosmopolitan 10.2	Glamour 9.1	Sportstar 15.2
4. Rang	Empire 6.3	Sugar 10.0	Geolino 6.8	Level 7.1	Cosmpolitan 9.1	Cosmpolitan 6.1
5. Rang	PC-Games 6.3	Joy 6.7	Joy 4.5	National Geographic 6.1	FHM 9.1	Seventeen 6.1

Tabelle 4.8: Die beliebtesten internationalen Zeitschriften und Magazine der Jugendlichen (Prozentwerte).

4.5. SchauspielerInnen

4.5.1. Lieblingsschauspielerinnen

Zwischen 51.9 (Österreich) und 83.1 Prozent der Befragten (Türkei) gaben Auskunft über ihre Lieblingsschauspielerinnen (sh. Tabelle 4.9). Zu diesen zählen in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei Julia Roberts und Jennifer Aniston. Julia Roberts ist auch bei den befragten türkischen 14- bis 17-Jährigen sehr beliebt. Sandra Bullock kommt bei deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen, Angelina Jolie bei schwedischen, deutschen und slowakischen Jugendlichen sehr gut an. Türkische und schwedische Jugendliche nennen außerdem sehr häufig Nicole Kidman. In der Türkei befinden sich unter den fünf beliebtesten Schauspielerinnen drei, in Indien sogar fünf nationale Schauspielerinnen (sh. Tabelle 4.10).

In allen untersuchten Ländern sind die Jugendlichen von den schauspielerischen Leistungen und Fähigkeiten ihrer Lieblingsschauspielerinnen beeindruckt. Weiters bewundern in allen Ländern die befragten 14- bis 17-Jährigen an ihren Lieblingsschauspielerinnen vor allem das Aussehen, in der Türkei etwas weniger. Die deutschen, österreichischen, türkischen und indischen Jugendlichen aus dem Sample zählen außerdem ihre sympathische Ausstrahlung und ihren Charme zu ihren Vorzügen. Während die schwedischen Jugendlichen des Weiteren auch den Erfolg und Ruhm ihrer Lieblingsschauspielerinnen bewundern, meinen die türkischen Befragten meist, dass sie eine gute Persönlichkeit haben. Die Lieblingsschauspielerinnen der slowakischen Jugendlichen kommen meist in diese Position, weil sie in bestimmten Filmen oder bestimmte Rollen gespielt haben.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
58.7	54.4	51.9	60.6	83.1	76.9

Tabelle 4.9: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten Schauspielerinnen machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Julia Roberts 28.4	Julia Roberts 17.2	Julia Roberts 21.7	Julia Roberts 18.6	Nicole Kidman 17.3	Priety Zinta 35.0
2. Rang	Jennifer Aniston 12.5	Jennifer Aniston 11.5	Jennifer Aniston 18.1	Sandra Bullock 17.5	Julia Roberts 16.5	Aishwarya Ray 17.9
3. Rang	Nicole Kidman 9.1	Angelina Jolie 6.9	Sandra Bullock 7.2	Angelina Jolie 10.3	Pinar Altug 8.3	Kareena Kapoor 8.1

4. Rang	Halle Berry 6.8	Cameron Diaz 5.7	Drew Barrymore 6.0	Jennifer Aniston 6.2	Türkan Soray 6.8	Kajol 6.5
5. Rang	Angelina Jolie 3.4	Sandra Bullock 4.6	Julia Styles 4.8	Liv Tyler 6.2	Sibel Kekilli 5.3	Madhuri Dixit 5.7

Tabelle 4.10: Die beliebtesten Schauspielerinnen der Jugendlichen (Prozentwerte).

4.5.2. Lieblingsschauspieler

70.0 (Deutschland) bis 87.5 Prozent der Befragten (Indien) nannten ihre Lieblingsschauspieler (sh. Tabelle 4.11). Schwedische, deutsche, österreichische und slowakische Jugendliche aus dem Sample zählen häufig Orlando Bloom zu ihren Lieblingsschauspielern. Auch Johnny Depp ist bei den schwedischen, deutschen und slowakischen Jugendlichen sehr beliebt. Brad Pitt kommt bei den deutschen, österreichischen, slowakischen und türkischen Jugendlichen sehr gut an und Will Smith ist bei den schwedischen und deutschen 14- bis 17-Jährigen aus der Stichprobe. Türkische und indische Mädchen und Jungen zählen wieder sehr häufig nationale Schauspieler zu ihren Favoriten: Jeweils vier der fünf beliebtesten Schauspieler stammen aus dem jeweiligen Land (sh. Tabelle 4.12).

Auch männliche Lieblingsschauspieler werden in allen untersuchten Ländern meist aufgrund ihres Aussehens oder ihrer schauspielerischen Leistungen zu solchen. Slowakische und türkische Jugendliche achten daneben auf eine sympathische Ausstrahlung, schwedische Jugendliche eher auf Humor und indische Mädchen und Jungen eher auf Intelligenz. Die befragten 14- bis 17-Jährigen aus Deutschland und Österreich sind oft auch von bestimmten Filmen oder Rollen, in denen die Schauspieler mitgewirkt haben, beeindruckt.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
74.0	70.0	69.4	75.6	83.1	87.5

Tabelle 4.11: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren beliebtesten Schauspielern machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Will Smith 11.7	Brad Pitt 24.1	Johnny Depp 18.9	Orlando Bloom 16.5	Brad Pitt 18.0	Shahrukh Khan 42.1
2. Rang	Johnny Depp 9.0	Johnny Depp 15.2	Orlando Bloom 9.9	Johnny Depp 10.7	Haluk Bilginer 10.5	Hrithik Roshan 19.3

3. Rang	Orlando Bloom 9.0	Orlando Bloom 9.8	Tom Hanks 4.5	Keanu Reeves 5.0	Ozan Guven 7.5	Amitabh Bacchan 5.0
4. Rang	Al Pacino 8.1	Will Smith 7.1	Harrison Ford 4.5	Vin Diesel 5.0	Kemal Sunal 6.8	Aamier Khan 4.3
5. Rang	Jim Carrey 8.1	Ben Affleck 4.5	Brad Pitt 3.6	Brad Pitt 4.1	Ata Demirel 6.8	Tom Cruise 3.6

Tabelle 4.12: Die beliebtesten Schauspieler der Jugendlichen (Prozentwerte).

4.6. Vorbilder - Idole

4.6.1. Weibliche Idole

Lediglich zwischen 54.4 (Österreich) und 78.7 Prozent der befragten Mädchen und Jungen (Schweden) gaben Auskunft über ihre weiblichen Idole (sh. Tabelle 4.13). Außerdem gaben 3.3 (Indien) bis 29.9 Prozent (Österreich) an, kein weibliches Idol zu haben. In allen untersuchten Ländern zählen Mütter sehr häufig zu den Idolen der Jugendlichen, besonders in Indien. Viele weitere weibliche Idole der schwedischen, deutschen, österreichischen und indischen 14- bis 17-Jährigen aus der Stichprobe stammen aus dem weiteren Verwandtenkreis. Schwedische, deutsche, slowakische und türkische Jugendliche nannten häufig Musikerinnen oder Sängerinnen. Schauspielerinnen sind des Öfteren unter den Idolen der österreichischen und türkischen Jugendlichen zu finden. Slowakische Jugendliche bezeichnen auch häufig Bekannte oder Freundinnen, und indische Jugendliche Frauen aus Religion und Kirche als Idol (sh. Tabelle 4.14).

Deutsche, slowakische und türkische Jugendliche bewundern an ihren weiblichen Idolen meist ihr gutes Aussehen beziehungsweise ihren Sex-Appeal. Schwedische, österreichische und indische Jugendliche rechnen ihnen oft ihr soziales Engagement und ihre Hilfsbereitschaft hoch an. Die persönliche Beziehung zu ihren Idolen wird besonders von schwedischen, österreichischen und indischen Mädchen und Jungen wertgeschätzt. Während österreichische, slowakische und türkische Jugendliche oftmals auch vom Erfolg und Ruhm ihrer weiblichen Idole beeindruckt sind, schätzen schwedische und deutsche Jugendliche häufig ihre besonderen Fähigkeiten oder Leistungen. Für deutsche Jugendliche zählt auch Selbstbewusstsein zu den wichtigsten Eigenschaften ihrer weiblichen Idole, für slowakische Jugendliche dagegen eher ihre sympathische Ausstrahlung und für türkische und indische Jugendliche vor allem ihr Charakter.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
78.7	55.0	54.4	72.5	62.5	76.9

Tabelle 4.13: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren weiblichen Idolen machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
keines	18.6	22.7	29.9	25.0	9.0	3.3
Mutter	30.5	23.9	13.8	27.6	28.0	46.3
andere Verwandte	10.2	12.5	16.1	5.2	2.0	13.0
Bekannte, Freundinnen	6.8	8.0	11.5	8.6	6.0	0.0
Schauspielerinnen	5.1	5.7	14.9	7.8	28.0	2.4
Musikerinnen	20.3	21.6	6.9	12.9	24.0	0.0
Society	0.8	2.3	0.0	7.8	2.0	0.8
Politikerinnen	1.7	1.1	1.1	0.0	1.0	12.2
Frauen aus Religion, Kirche	0.8	1.1	4.6	0.9	0.0	13.8

Tabelle 4.14: Die weiblichen Idole der Jugendlichen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen kennzeichnen die drei Bereiche, aus denen die Idole der Jugendlichen des jeweiligen Landes am häufigsten stammen.

4.6.2. Männliche Idole

Lediglich 53.8 (Österreich) bis 78.0 Prozent der Befragten (Schweden) nannten ihr männliches Idol (sh. Tabelle 4.15) und 6.4 (Türkei) bis 23.4 Prozent (Slowakei) meinen, kein männliches Idol zu haben. In allen untersuchten Ländern wird der Vater sehr häufig von den Befragten als Idol genannt, besonders wiederum in Indien. Andere Verwandte spielen vor allem in Österreich, in der Türkei und in Indien häufig eine Rolle als männliche Idole. Österreichische, slowakische und türkische Jugendliche aus dem Sample zählen oft Schauspieler zu ihren Idolen. In Schweden, Deutschland und in der Slowakei sind es vor allem Musiker. Ebenfalls sehr häufig werden Sportler als Idol genannt (sh. Tabelle 4.16).

Mit Ausnahme der türkischen 14- bis 17-Jährigen schätzen die befragten Jugendlichen aller untersuchten Länder vor allem die besonderen Fähigkeiten und Leistungen ihrer männlichen Idole. Daneben sind österreichische und slowakische Jugendliche aus der Stichprobe auch von ihrem Erfolg und Ruhm, deutsche, slowakische und türkische Jugendliche von ihrem guten Aussehen beeindruckt. Schwedische, deutsche, türkische und indische Jugendliche wollen häufig dem

sozialen Engagement und der Hilfsbereitschaft ihrer männlichen Idole nacheifern. Die schwedischen Befragten schätzen außerdem oft auch die persönliche Beziehung zu ihrem Idol, die österreichischen dahingegen eher ihren Charakter. Jugendliche in der türkischen Stichprobe halten meist die Intelligenz oder Vernunft ihrer männlichen Idole für vorbildhaft, die befragten indischen Jugendlichen hingegen bewundern häufiger ihren Ehrgeiz, ihre Zielstrebigkeit und ihren Fleiß.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
78.0	60.6	53.8	77.5	68.1	75.6

Tabelle 4.15: Anteil der Jugendlichen, die Angaben zu ihren männlichen Idolen machten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
keines	11.1	22.7	15.1	23.4	6.4	7.4
Vater	29.1	18.6	18.6	20.2	22.0	43.0
andere Verwandte	6.0	2.1	14.0	3.2	19.3	19.0
Schauspieler	7.7	7.2	19.8	16.9	13.8	6.6
Musiker	18.8	11.3	8.1	12.1	6.4	2.5
Sportler	15.4	20.6	14.0	10.5	11.0	8.3
Politiker	1.7	2.1	5.8	0.8	12.8	5.8

Tabelle 4.16: Die männlichen Idole der Jugendlichen (Prozentwerte).
Fett gedruckte Zahlen kennzeichnen die drei Bereiche, aus denen die Idole der Jugendlichen des jeweiligen Landes am häufigsten stammen.

4.7. Ausgewählte Kinofilme und Fernsehserien

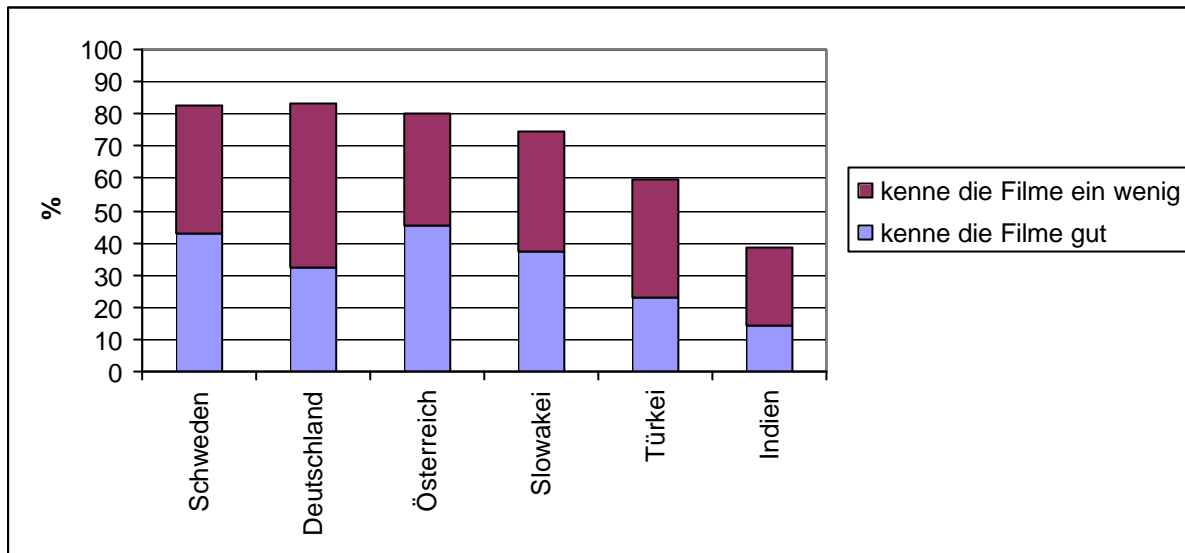
Den SchülerInnen wurden auch einige Fragen zu ausgewählten – US-amerikanischen – Kinofilmen und Fernsehserien gestellt. Neben der Bekanntheit dieser Filme und Serien unter Jugendlichen sollte auch festgestellt werden, wie Jugendliche sie bewerten.

4.7.1. Natürlich Blond

Bekanntheit

Lediglich 78.8 Prozent der türkischen Befragten gaben an, inwiefern sie die „Natürlich Blond“-Filme kennen. Am bekanntesten sind diese Filme in Österreich und Deutschland, wo 45.5 beziehungsweise 42.8 Prozent der Jugendlichen mindestens einen der beiden „Natürlich Blond“-Filme gesehen haben. Im Gegensatz dazu trifft

das auf lediglich 23.0 Prozent der türkischen und 14.1 Prozent der indischen Jugendlichen zu (sh. Grafik 4.1). Bis auf Schweden und die Türkei, wo etwa gleich viele Jungen und Mädchen einen der beiden Filme gesehen haben, kennen in allen Ländern weibliche Jugendliche die „Natürlich Blond“-Filme mehr als doppelt so häufig wie männliche 14- bis 17-Jährige.



Grafik 4.1: Die Bekanntheit der „Natürlich Blond“-Filme (Prozentwerte).

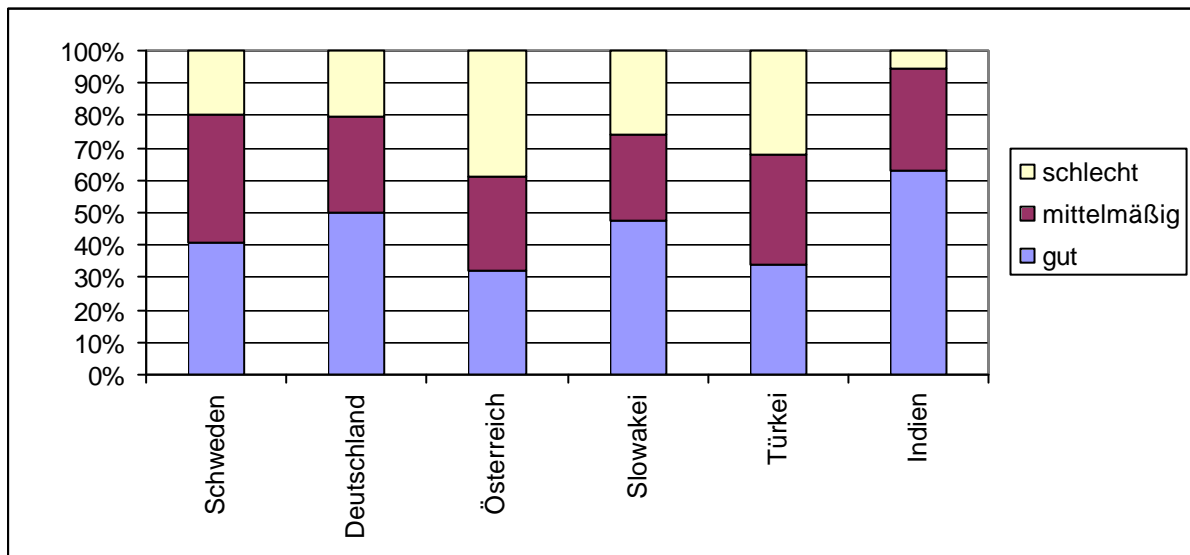
Beurteilung

Von jenen Jugendlichen, die mindestens einen der beiden „Natürlich Blond“-Filme kennen, finden vor allem die indischen Jugendlichen diese Filme gut (62.9%). In den anderen Ländern bewegt sich der Anteil jener, denen diese Filme gefallen haben, zwischen 32.3 (Österreich) und 50.0 Prozent (Deutschland) (sh. Grafik 4.2). Während in Schweden und in der Türkei etwa gleich viele befragte Jungen und Mädchen die Filme gut finden, können sich in den anderen Ländern vor allem die Mädchen für sie begeistern. In Deutschland und in der Slowakei stehen hier jeweils ein Viertel der Jungen fast zwei Dritteln der Mädchen gegenüber. In Österreich und Indien fällt die Differenz noch deutlicher aus: 4.3 Prozent der österreichischen Jungen stehen 48.7 Prozent der Mädchen und 36.8 Prozent der indischen Jungen stehen 93.8 Prozent der Mädchen, die die Filme kennen, gegenüber.

Von den Jugendlichen, die die „Natürlich Blond“-Filme kennen, gaben etliche auch Auskunft darüber, was ihnen an diesen Filmen gefallen hat¹². Zu den Dingen, die ihnen gefallen haben, zählen zwischen 9.0 (Deutschland) und 17.5 Prozent der Jugendlichen (Indien) das Aussehen der Hauptfigur. Zwischen 5.3 (Türkei) und 9.2

¹² Die befragten SchülerInnen sollten aus den Antwortmöglichkeiten „ihr Aussehen“, „ihr Auftreten“, „ihre eigene, ungewöhnliche Art“, „ihre emotionale Art“, „ihre Hartnäckigkeit“ und „dass sie zuerst nicht ernst genommen und dann von allen unterstützt wird“ all jene auswählen, die ihnen an den Filmen „Natürlich Blond“ gefallen haben.

Prozent der Jugendlichen (Slowakei) findet vor allem Gefallen an ihrem Auftreten. Das trifft sogar auf 24.6 Prozent der indischen und 20.8 Prozent der schwedischen Jugendlichen zu. Zwischen 11.2 (Österreich) und 20.0 Prozent der Jugendlichen (Türkei) finden ihre Hartnäckigkeit gut. Allein slowakischen Mädchen und Jungen hat dieser Wesenszug der Hauptfigur deutlich weniger gefallen (5.9%). Ihre eigene, ungewöhnliche Art wird von 15.8 (Indien) bis 21.6 Prozent der Jugendlichen (Österreich) geschätzt. Die slowakischen und türkischen Befragten finden weniger Gefallen daran (10.1% respektive 8.0%). Dass die Hauptfigur anfangs nicht ernst genommen, aber später von allen unterstützt wird, gefällt zwischen 7.0 (Indien) und 17.5 Prozent der Jugendlichen (Schweden). Am wenigsten Gefallen finden die SchülerInnen an der emotionalen Art der Hauptfigur: Lediglich zwischen 1.6 (Österreich) und 6.7 Prozent (Slowakei) derjenigen, die die Filme kennen und auch bewerten, schätzen diesen Wesenszug an ihr. Indische Jugendliche können ihm noch am meisten abgewinnen (10.5%).



Grafik 4.2: Die Beurteilung der „Natürlich Blond“-Filme durch die Jugendlichen (Prozentwerte).

Indische, türkische und deutsche Jugendliche aus dem Sample sehen in der Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme vor allem eine außergewöhnliche und unkonventionelle Frau, die sich gegen alle anderen durchsetzt¹³. Schwedische Jugendliche beschreiben sie am häufigsten als selbstbewusste Frau, die ihren Weg geht. Jugendliche Befragte aus Österreich und der Slowakei haben eher ein negatives Bild von ihr. Sie bezeichnen sie am häufigsten als typische Blondine. In allen Ländern meinen nur sehr wenige Jugendliche, dass sie eine Frau mit

¹³ Die Befragten wurden gebeten aus den Antwortmöglichkeiten „eine selbstbewusste Frau, die ihren eigenen Weg geht“, „ein naives Dummchen“, „eine typische Blondine“, „eine außergewöhnliche und unkonventionelle Frau, die es allen zeigt“, „jemand, den man nicht ernst nehmen kann“, „eine Frau, die Vorbildcharakter hat“ und „sie flirtet zu viel und ist zu sexy“ all jene auszuwählen, die ihrer Meinung nach die Hauptrolle in den Filmen „Natürlich Blond“ beschreiben.

Vorbildcharakter ist. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei finden nur wenige der 14- bis 17-Jährigen, dass die Hauptfigur zu viel flirtet und ihr Auftreten zu sexy ist. In Schweden, in der Türkei und in Indien vertreten etwas mehr Jugendliche diese Ansicht (sh. Tabelle 4.17).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
selbstbewusste Frau	37.0	31.0	24.6	19.0	21.4	28.1
naives Dummchen	12.3	25.9	33.8	34.5	11.9	0.0
typische Blondine	13.6	20.7	35.4	37.9	11.9	12.5
außergewöhnliche Frau, die es allen zeigt	16.0	32.8	7.7	17.2	35.7	40.6
jemand, den man nicht ernst nehmen kann	9.9	17.2	12.3	5.2	2.4	6.3
Frau mit Vorbildcharakter	1.3	5.2	0.0	6.9	4.8	12.5
flirtet zu viel und ist zu sexy	10.0	6.9	1.6	5.2	16.7	12.5

Tabelle 4.17: Wie Jugendliche die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme beschreiben (Prozentwerte). Die im jeweiligen Land am häufigsten gewählte Beschreibung ist als fett gedruckte Zahl hervorgehoben.

Schwedische und deutsche befragte Jugendliche finden am häufigsten, dass die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme ihre Aufgaben *cool* angeht (84.8% respektive 66.7%). Indische Jugendliche schließen sich dieser Meinung am seltensten an (35.3%). Danach gefragt, wie sie zu dieser Einschätzung kommen¹⁴, meinen schwedische Mädchen und Jungen meist, dass sie ihre Art lustig finden. Deutschen, slowakischen und indischen Jugendlichen gefällt vor allem, dass gezeigt wird, dass Ehrgeiz mit Erfolg belohnt wird. Österreichische 14- bis 17-Jährige aus dem Sample bewundern hauptsächlich das Selbstbewusstsein der Hauptfigur und die türkischen Jugendlichen werden in erster Linie von ihrer außergewöhnlichen und interessanten Art positiv angesprochen. In Schweden, Deutschland und in der Slowakei finden jene Jugendlichen, die nicht der Meinung sind, dass die Hauptfigur ihre Aufgaben *cool* angeht, vor allem, dass die „Natürlich Blond“-Filme unrealistisch, übertrieben und zu klischeebeladen sind. Türkische Jugendliche können sich außerdem häufig überhaupt nicht mit der Hauptfigur identifizieren. Österreichische Mädchen und Jungen halten die Hauptfigur am häufigsten für dumm und naiv. Indische Jugendliche hingegen lehnen meist ihren Modegeschmack ab oder berichten, dass das Verhalten der Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme in ihrer Gesellschaft nicht akzeptiert werden würde.

¹⁴ In einer offenen Frage wurden die Jugendlichen gefragt, warum sie beziehungsweise warum sie nicht der Meinung sind, dass *die Hauptdarstellerin ihre Sachen cool angeht*.

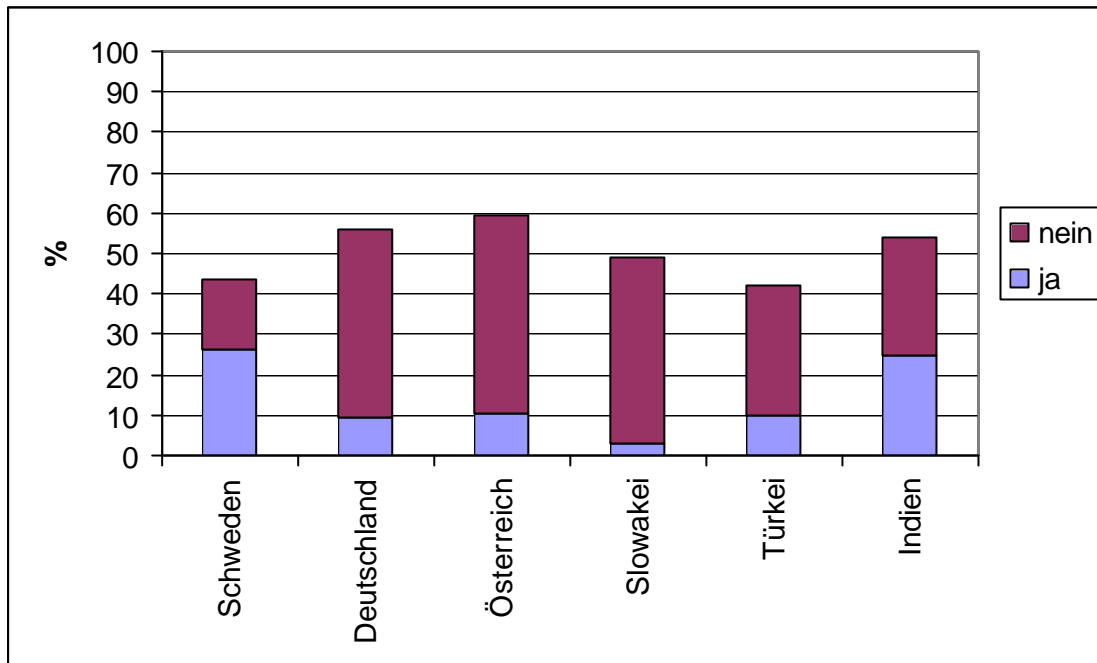
Der Anteil jener Jugendlichen, die die „Natürlich Blond“-Filme als realistisch einschätzen, ist im Allgemeinen recht gering. Er bewegt sich in den mitteleuropäischen Ländern zwischen 9.0 und 14.5 Prozent, in Indien, in der Türkei und in Schweden zwischen 22.9 und 31.0 Prozent derjenigen, die die Filme kennen.

Nur wenige der befragten Mädchen gaben Auskunft darüber, inwiefern sie sich vorstellen können, einmal so zu sein wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme¹⁵ (sh. Tabelle 4.18). Bis auf Schweden und Indien möchte in allen untersuchten Ländern die Mehrheit der befragten Mädchen ihr nicht nacheifern (sh. Grafik 4.3). In der Türkei, in Schweden, in der Slowakei und in Österreich meinen sie meist, sie selbst sein zu wollen oder andere Ziele als die Hauptfigur zu verfolgen. In Schweden, Deutschland und in der Türkei wollen viele Mädchen aus der Stichprobe außerdem nicht so dumm und naiv sein wie sie. Jene Mädchen, die sich sehr wohl vorstellen können, einmal so wie sie zu sein, wollen vor allem so ehrgeizig und erfolgreich wie sie sein. Das gilt für alle untersuchten Länder mit Ausnahme von Indien, wo jene Mädchen eher so selbstbewusst beziehungsweise so freundlich und hilfsbereit wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme sein wollen. Von ihrem Selbstbewusstsein sind auch viele deutsche Mädchen beeindruckt. Diese wollen aber auch – genauso wie türkische Mädchen – häufig so attraktiv wie die Hauptfigur sein.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Mädchen	43.4	56.2	59.2	49.2	42.0	54.2
Jungen	31.8	25.0	38.8	37.0	34.8	60.6

Tabelle 4.18: Anteil jener Mädchen beziehungsweise Jungen, die angaben, inwiefern sie sich vorstellen können, einmal so zu sein wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme beziehungsweise mit ihr zusammen zu arbeiten oder sie zu heiraten. Grundgesamtheit sind jene Mädchen und Jungen, die mindestens einen der beiden „Natürlich Blond“-Filme kennen (Prozentwerte).

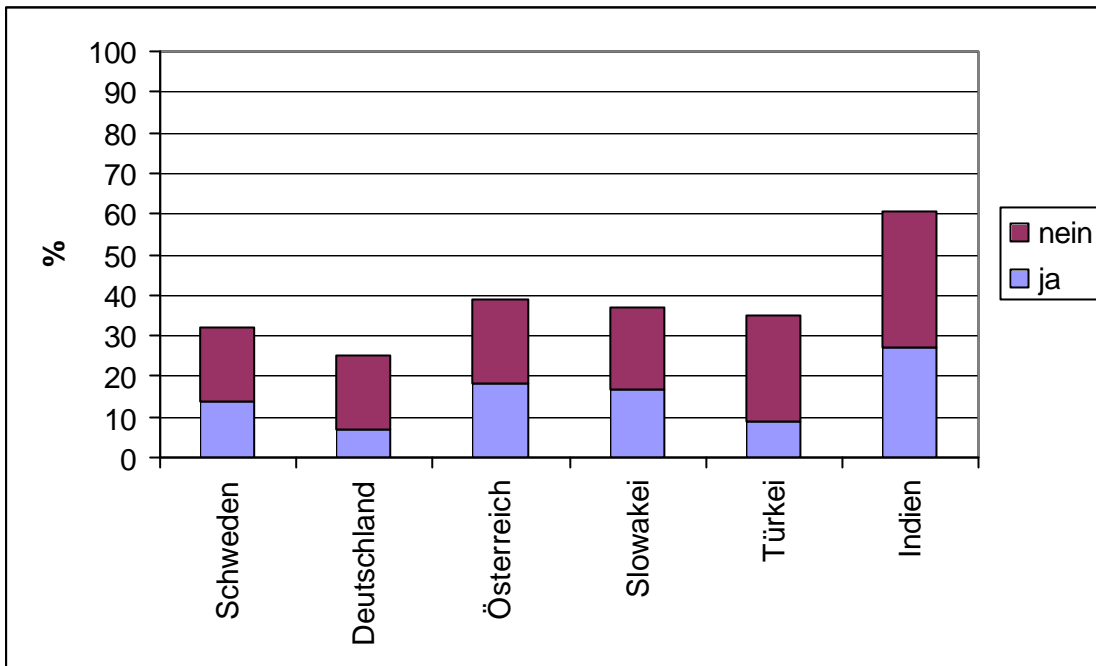
¹⁵ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.



Grafik 4.3: Anteil jener Mädchen, die es sich vorstellen beziehungsweise nicht vorstellen können, einmal so zu sein wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme (Prozentwerte).

Die männlichen Befragten gaben noch seltener als die weiblichen darüber Auskunft, inwiefern sie sich vorstellen können, eine Frau wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme zu heiraten beziehungsweise mit ihr zusammen zu arbeiten¹⁶. Allein in Indien war die Antwortrate deutlich höher (sh. Tabelle 4.18). In allen untersuchten Ländern übersteigt der Anteil jener Jungen, die sich das nicht vorstellen können, jenen derer, die das sehr wohl tun, mehr oder weniger stark (sh. Grafik 4.4). Jene, die es sich nicht vorstellen können, begründeten meist ihre Einstellung nicht. Schwedische Jungen meinen allerdings häufig, dass die Hauptfigur arrogant sei, deutsche Jungen halten sie meist für verrückt und überdreht oder mögen ihren Charakter nicht. Österreichische Jungen finden häufig, dass sie nicht gut aussieht. Jungen, die sich vorstellen können, eine Frau wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme zu heiraten oder mit ihr zusammen zu arbeiten, sind unabhängig von ihrer Herkunft meist von ihrem Aussehen angetan. Österreichische und deutsche Jungen meinen auch öfter, dass sie einen guten Charakter habe.

¹⁶ Auch diese Frage wurde offen gestellt.

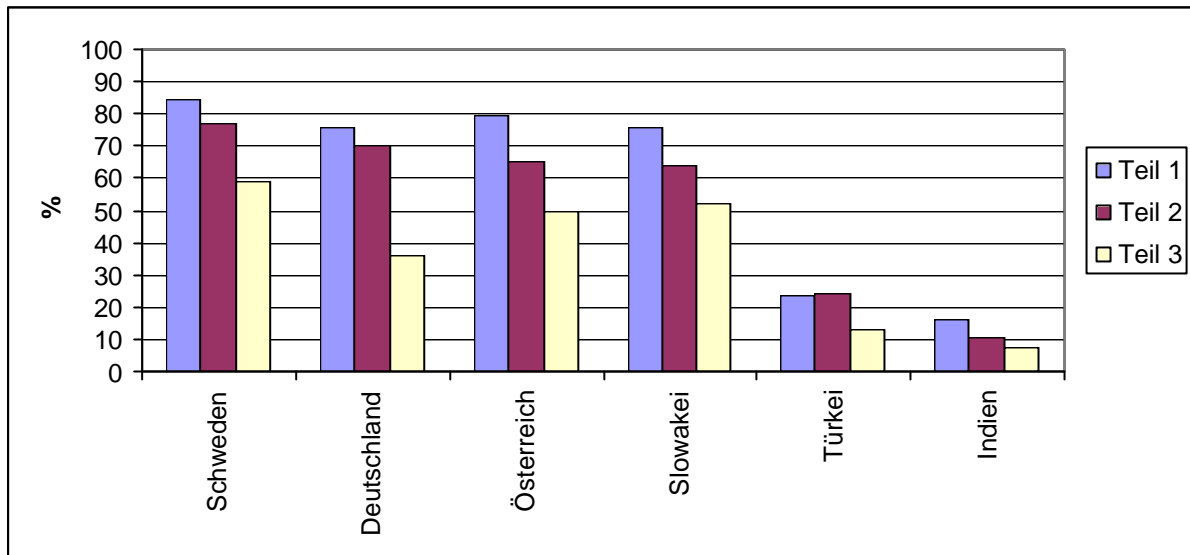


Grafik 4.4: Anteil jener Jungen, die sich vorstellen beziehungsweise nicht vorstellen können, einmal eine Frau wie die Hauptfigur der „Natürlich Blond“-Filme zu heiraten oder mit ihr zusammen zu arbeiten (Prozentwerte).

4.7.2. American Pie

Bekanntheit

Lediglich 73.1 Prozent der türkischen Befragten gaben bekannt, welche der drei „American Pie“-Filme sie kennen. Während in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei jeweils mehr als 80.0 Prozent der Jugendlichen aus dem Sample zumindest einen dieser Filme kennen, haben 33.2 Prozent der türkischen und sogar 81.3 Prozent der indischen Jugendlichen keinen der Filme gesehen oder höchstens nur davon gehört. In allen untersuchten Ländern sind die früheren „American Pie“-Teile besser bekannt als die späteren (sh. Grafik 4.5). Ebenso gilt für alle Länder, dass die Filme unter Mädchen und Jungen annähernd gleich gut bekannt sind.



Grafik 4.5: Der Bekanntheitsgrad der „American Pie“-Filme (Prozentwerte).

Beurteilung

Während jeweils etwa drei von vier schwedischen, deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen, die die „American Pie“-Filme kennen, sie *einfach nur lustig* finden, können sich nur zwei von drei türkischen und sogar nur etwa jede/r zehnte indische Jugendliche dieser Meinung anschließen¹⁷. In allen untersuchten Ländern meinen nur sehr wenige Mädchen und Jungen, dass diese Filme *sehr realistisch* beziehungsweise *ihrem Leben ähnlich* seien. Gleichzeitig würden auch nur sehr wenige der 14- bis 17-Jährigen gerne so leben, wie es in den Filmen dargestellt wird. Etwas mehr Jugendliche finden, dass die „American Pie“-Filme zu sexorientiert sind. Vor allem türkische und deutsche Jugendliche sind häufig dieser Meinung. Als schamlos werden die Filme nur von wenigen Befragten bezeichnet. Slowakische Jugendliche meinen häufiger als andere, dass die Filme sexistisch wären. Österreichische Jugendliche bezeichnen die „American Pie“-Filme überdurchschnittlich häufig als *blöd*. Dass die Jungs in den Filmen unausstehlich und die Mädchen zu schamlos seien, glauben in allen untersuchten Ländern nur wenige Jugendliche (sh. Tabelle 4.19).

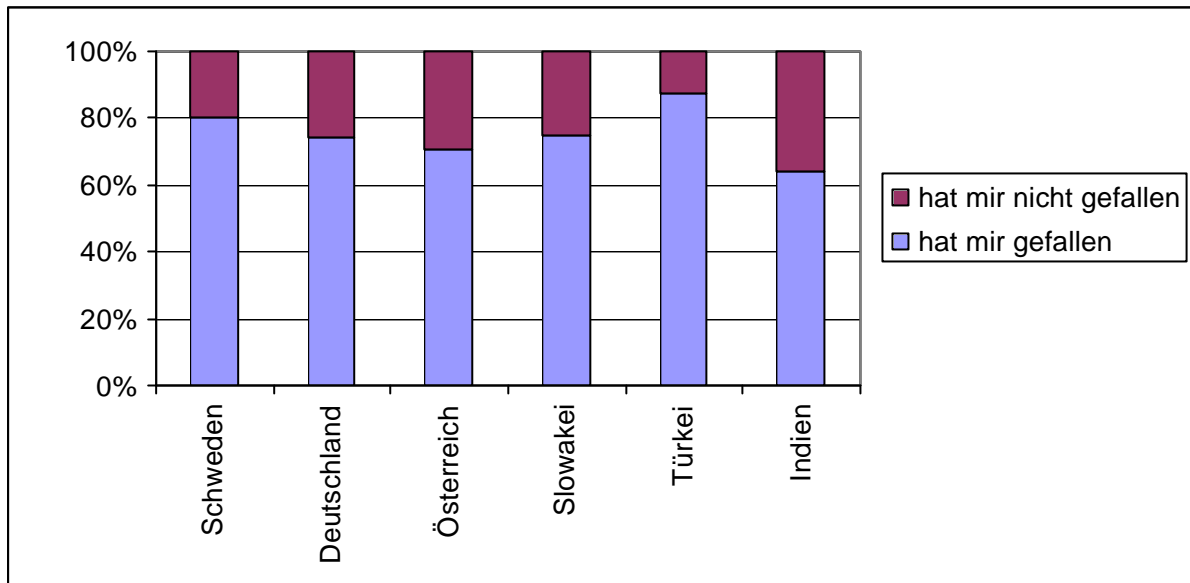
¹⁷ Aus den Antwortmöglichkeiten „einfach nur lustig“, „sehr realistisch“, „schamlos“, „ähnlich wie dein Leben“, „so wie ich auch gerne leben würde“, „zu sexorientiert“, „sexistisch“, „blöd“, „die Jungs sind unausstehlich“ und „die Mädchen sind zu schamlos“ waren all jene auszuwählen, die nach Meinung der Jugendlichen auf die „American Pie“-Filme zutreffen.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
einfach nur lustig	77.3	79.9	78.4	74.0	59.0	11.9
sehr realistisch	6.3	7.0	5.2	7.9	2.6	3.8
schamlos	2.4	8.5	11.2	3.9	1.3	3.8
ähnlich wie mein Leben	7.1	4.7	3.0	3.9	0.0	0.6
so wie ich auch gerne leben würde	4.8	7.8	7.5	7.9	11.5	1.3
zu sexorientiert	7.1	21.7	10.4	14.2	26.9	- ¹⁾
sexistisch	12.7	7.8	9.7	24.4	12.8	5.0
blöd	6.3	7.0	16.4	5.5	5.1	6.9
Die Jungs sind unausstehlich.	11.1	0.0	3.7	3.1	3.8	3.1
Die Mädchen sind zu schamlos.	5.6	2.3	2.2	1.6	0.0	4.4

Tabelle 4.19: Wie Jugendliche die „American Pie“-Filme beschreiben (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jenes Land hervor, in dem die jeweilige Meinung im Vergleich zu den anderen Ländern besonders häufig oder besonders selten vertreten wird. ¹⁾ Hierzu gibt es keine Daten.

Die „American Pie“-Filme sind bei den befragten Jugendlichen in den untersuchten Ländern offenbar sehr gut angekommen. Die große Mehrheit der 14- bis 17-Jährigen äußerten sich positiv zu dieser Trilogie¹⁸ (sh. Grafik 4.6). In allen Ländern begründeten die Jugendlichen ihre positive Meinung zu den Filmen am häufigsten damit, dass sie diese lustig und unterhaltsam finden. In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei trifft das auf zwischen 66.0 und 79.0 Prozent der Jugendlichen, die die Filme kennen, in der Türkei auf 54.4 Prozent und in Indien auf 33.3 Prozent zu. Indische Jugendliche mögen diese Filme auch genauso häufig, weil sie sie realistisch finden. Türkische Jugendliche sind außerdem häufig von dem Thema der „American Pie“-Filme – Jugend und Sex – angetan. Jene schwedischen, deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendliche, die sich nicht für die „American Pie“-Filme begeistern können, meinen häufig, dass diese unrealistisch seien. Schwedische, deutsche und indische Mädchen und Jungen finden diese Filme auch häufig ekelhaft, abstoßend beziehungsweise zu sexorientiert. Türkische, österreichische und slowakische Jugendliche bezeichnen die Filme häufig als *Blödsinn* oder finden sie einfach schlecht.

¹⁸ Die Befragten wurden gebeten, neben den soeben beschriebenen Antwortkategorien auch in eigenen Worten zu beschreiben, was ihnen an den „American Pie“-Filmen gefallen beziehungsweise nicht gefallen hat.



Grafik 4.6: Beurteilung der „American Pie“-Filme durch jene Jugendliche, die mindestens einen dieser Filme gesehen haben (Prozentwerte).

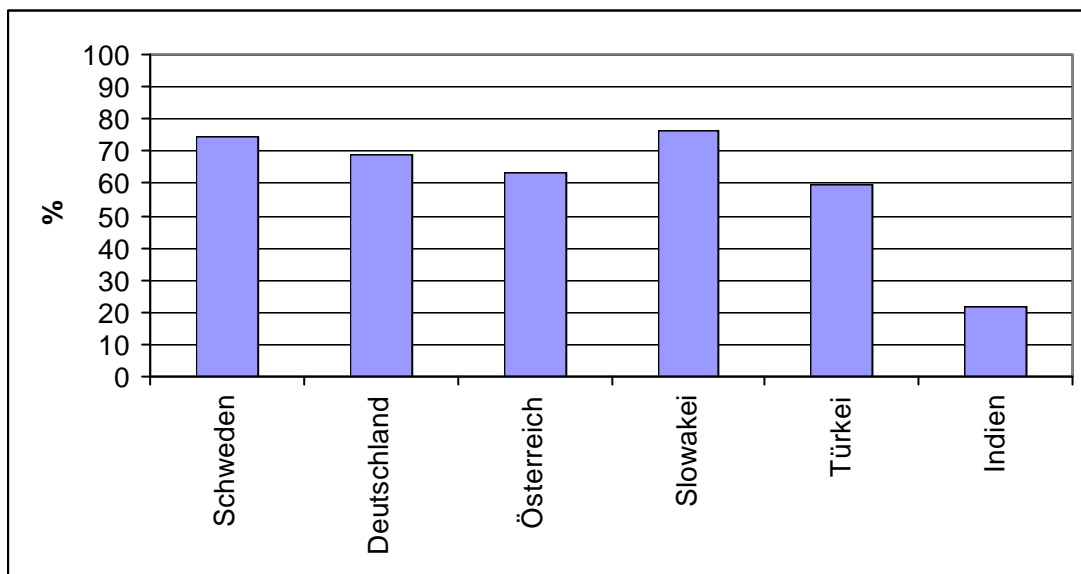
Indien ist das einzige der untersuchten Länder, in dem Jugendliche mehrheitlich der Meinung sind, dass das Thema Sexualität in den „American Pie“-Filmen nicht gut dargestellt wird¹⁹ (sh. Grafik 4.7). Viele von ihnen meinen, dass die Art und Weise, in der Sexualität thematisiert wird, unrealistisch und übertrieben ist. Außerdem widerspräche dieses Bild von Sexualität dem Verständnis von Sitte und Anstand in ihrer Kultur und zeige ein schlechtes Vorbild.

Den meisten Jugendlichen in den anderen untersuchten Ländern gefällt die Art und Weise, in der Sexualität in der „American Pie“-Trilogie dargestellt wird. Schwedische, deutsche, österreichische, slowakische und türkische Jugendliche finden sie in erster Linie lustig. Deutsche und österreichische Jugendliche finden es gut, dass dieses Thema offen und ohne Tabus dargestellt wird. Österreichische, slowakische, türkische und besonders viele indische Jugendliche meinen, dass die „American Pie“-Filme die Realität widerspiegeln. Dahingegen sind jene Jugendlichen, denen die Darstellung von Sexualität in diesen Filmen nicht gefällt, in allen untersuchten Ländern mit Abstand am häufigsten der Meinung, dass diese Form der Darstellung unrealistisch und übertrieben sei. Neben den indischen Jugendlichen denken auch manche schwedische, deutsche, österreichische und türkische 14- bis 17-Jährige, dass die Form von Sexualität wie sie in den Filmen gezeigt wird, gegen Sitte und Anstand verstößt und ein schlechtes Vorbild ist. Vielen deutschen und slowakischen Mädchen und Jungen gefällt diese Darstellung von Sexualität nicht, weil sie ihrer Meinung nach die Privatsphäre der Menschen nicht respektiert, einen

¹⁹ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage gefragt, warum sie beziehungsweise warum sie nicht finden, dass das Thema Sex in den „American Pie“-Filmen gut behandelt wird.

verantwortungslosen Umgang mit Sexualität zeigt und sich über Sexualität zu sehr lustig macht.

Während in Schweden, Deutschland und Österreich die Darstellung von Sexualität in den „American Pie“-Filmen von männlichen und weiblichen Jugendlichen in ähnlicher Weise beurteilt wird, schätzen türkische und indische Jungen sie deutlich häufiger positiv ein als die Mädchen in ihrem Land (74.4 % der türkischen Jungen äußern sich positiv gegenüber 43.9% der Mädchen und 29.4 % der indischen Jungen gegenüber keinem der Mädchen).



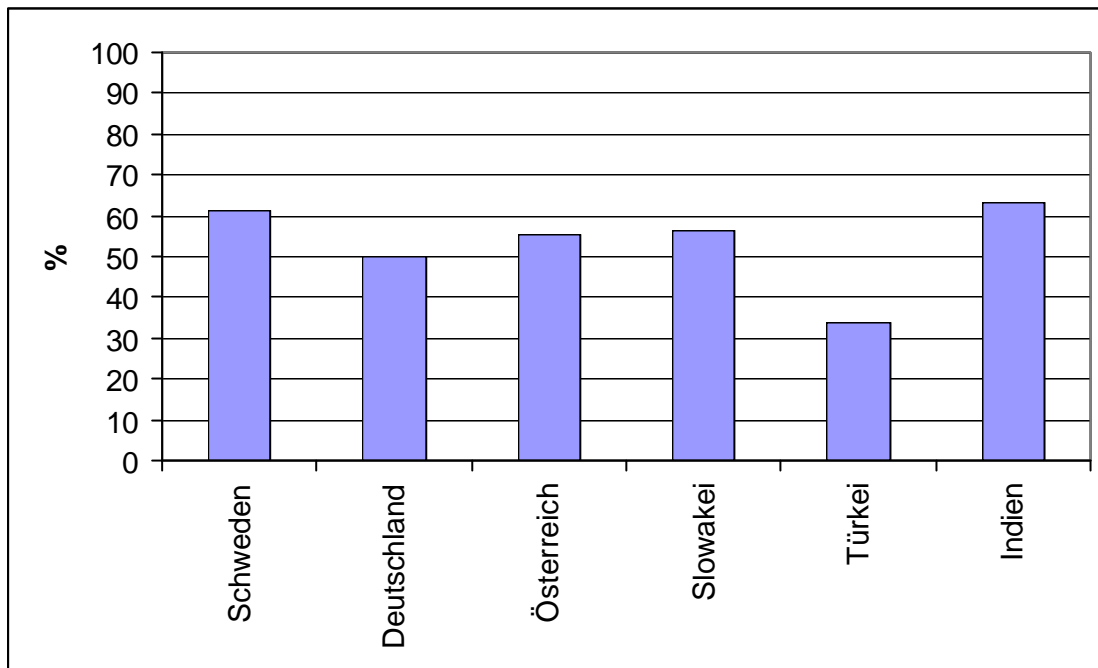
Grafik 4.7: Anteil jener Jugendlichen, die meinen, dass Sexualität in den „American Pie“-Filmen in einer guten Weise thematisiert wird (Prozentwerte).

Der Anteil jener Jugendlichen, die Jims Vater anspricht, bewegt sich zwischen 50.0 (Deutschland) und 63.3 Prozent²⁰ (Indien) (sh. Grafik 4.8). In der Türkei allerdings gefällt diese Figur der „American Pie“-Filme lediglich 33.9 Prozent der 14- bis 17-Jährigen, die die Filme kennen. Die meisten dieser Jugendlichen in Deutschland, Österreich, in der Slowakei und in der Türkei mögen ihn, weil er lustig ist. Deutschen, türkischen und indischen Jugendlichen aus dem Sample gefällt auch seine offen und lockere Art. Schwedische, deutsche, türkische und indische Mädchen und Jungen halten ihn außerdem häufig für einen guten, verständnisvollen Vater.

Schwedische und österreichische Jugendliche, denen die Figur des Vaters von Jim nicht gefällt, finden ihn meist peinlich. Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige meinen am häufigsten, dass er sich zu sehr in Jims Angelegenheiten einmischt. Jugendliche in allen untersuchten Ländern mit Ausnahme der Türkei finden ihn häufig dumm, naiv und tollpatschig. Einige türkische und indische

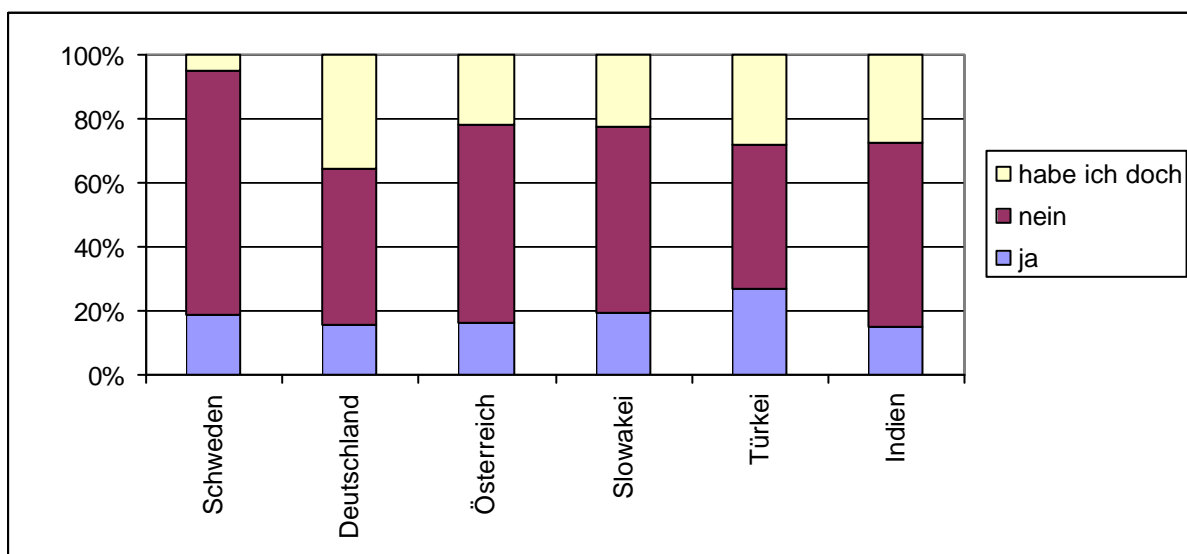
²⁰ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage danach gefragt, was ihnen am Vater von Jim gefällt beziehungsweise nicht gefällt.

Jugendliche sind der Meinung, dass er als Vater zu locker und verantwortungslos handle. Türkische Jugendliche denken außerdem oft, dass er zu sex-orientiert ist und nicht in ihren Kulturkreis passt.



Grafik 4.8: Anteil jener Jugendlichen, denen Jims Vater gefällt (Prozentwerte).

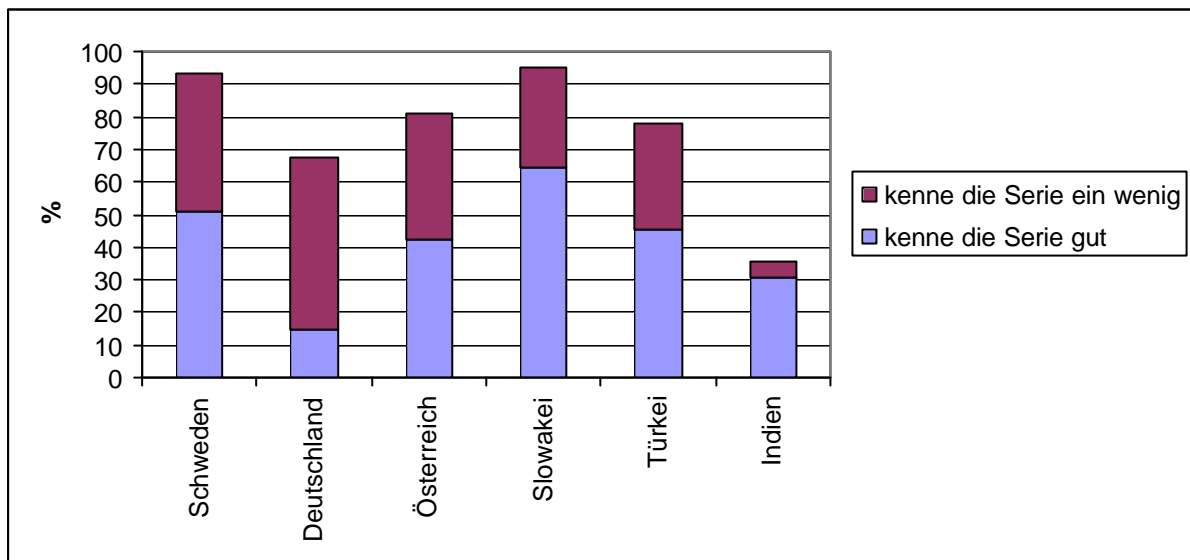
Nur wenige der befragten Jugendlichen hätten gerne so einen offenen Vater wie Jims Vater: zwischen 15.2 (Indien) und 26.7 Prozent (Türkei) (sh. Grafik 4.9). Ebenso meinen nur wenige, einen solchen Vater ohnehin zu haben: zwischen 21.9 (Österreich) und 35.7 Prozent (Deutschland). Das trifft auf besonders wenige schwedische Jugendliche zu (5.1%).



Grafik 4.9: „Hättest Du gerne so einen offenen Vater wie Jims Vater?“ (Prozentwerte).

4.7.3. Ally McBeal

Auf die Frage, wie gut ihnen „Ally McBeal“ bekannt sei, antworteten lediglich 77.5 Prozent der türkischen und 68.8 Prozent der indischen Befragten. Während die Mehrheit der SlowakInnen (64.5%) und SchwedInnen (51.0%) die Fernsehserie „Ally McBeal“ gut kennt, trifft das nur auf wenige deutsche und indische Jugendliche aus der Stichprobe zu (14.7% respektive 30.9%) (sh. Grafik 4.10). In allen Ländern gaben Mädchen häufiger als Jungen an, die Serie zu kennen.



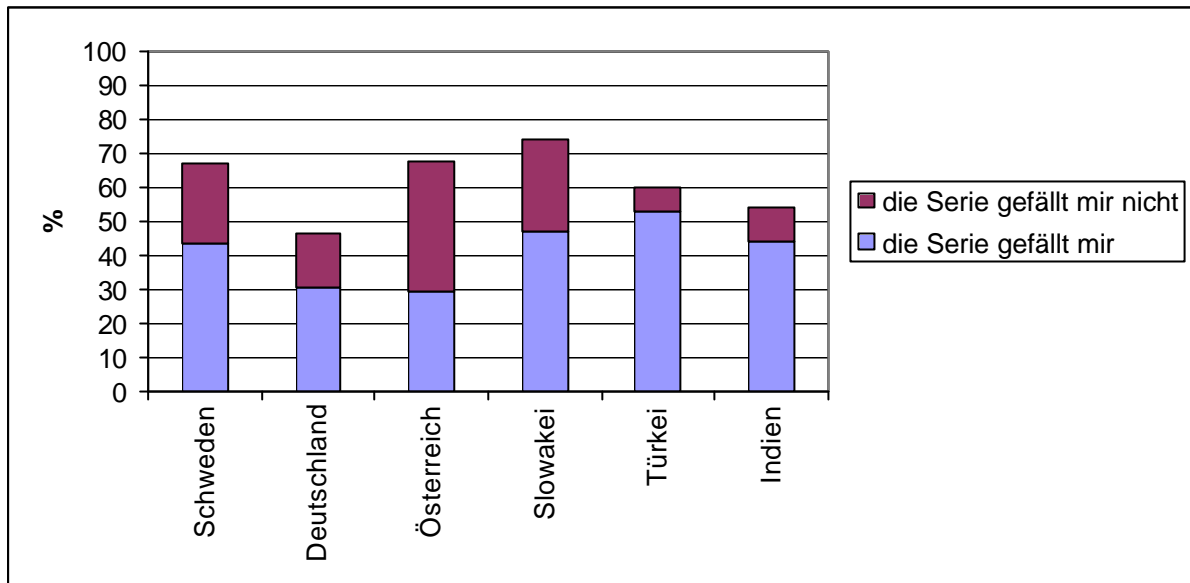
Grafik 4.10: Die Bekanntheit der TV-Serie „Ally McBeal“ (Prozentwerte).

Von jenen, die „Ally McBeal“ kennen, gaben in fast allen Ländern die Mehrheit der Jugendlichen an, Gefallen an dieser Serie zu finden²¹. Allein in Österreich überwiegt die Zahl jener, die „Ally McBeal“ nicht gut finden (sh. Grafik 4.11). In Schweden, Deutschland und Indien können sich die meisten Jugendlichen für diese Serie begeistern, weil sie diese lustig finden. Österreichische, slowakische und türkische 14- bis 17-Jährige finden am häufigsten an der Handlung beziehungsweise an den Figuren der Serie gefallen. Jene, denen „Ally McBeal“ nicht gefällt, führten in den meisten Fällen keine Begründung an. Ansonsten halten schwedische und österreichische Jugendliche die Serie häufig für langweilig, deutsche Jugendliche mögen außerdem die Handlung und die Figuren nicht und türkische SchülerInnen denken, dass die Serie unrealistisch ist. Auch slowakische und indische Jugendliche teilen sehr häufig diese Meinung.

In allen Ländern liegt der Anteil jener, die „Ally McBeal“ gut finden bei den Jungen deutlich unter jenem der Mädchen. Während er bei den männlichen Jugendlichen

²¹ Im Rahmen einer offenen Frage sollten die Jugendlichen angeben, was ihnen an „Ally McBeal“ gefällt beziehungsweise nicht gefällt.

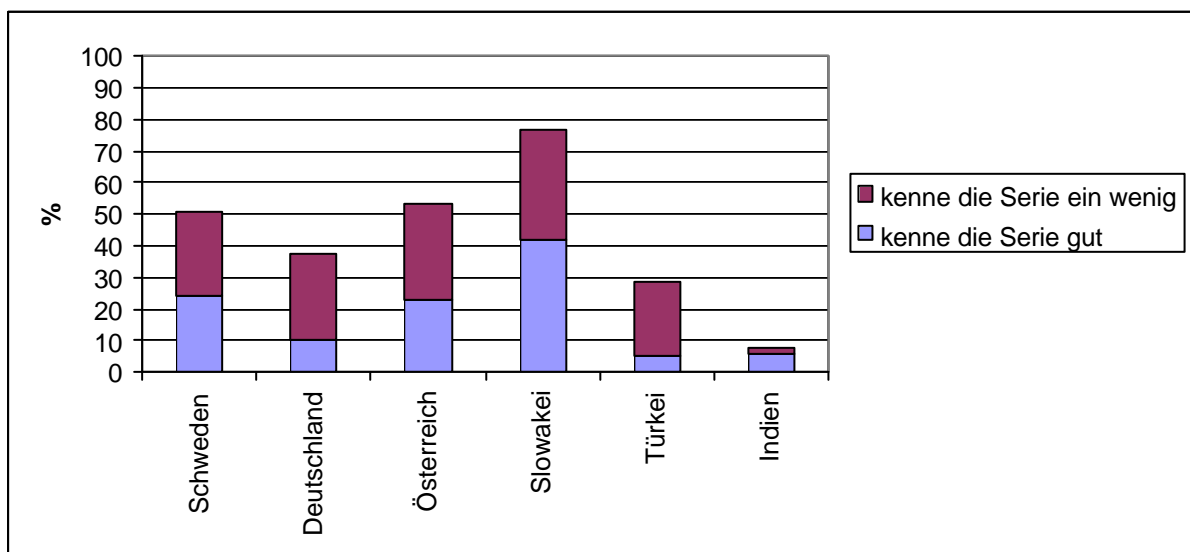
zwischen 18.9 (Deutschland) und 33.3 Prozent (Türkei) liegt, finden zwischen 33.9 (Österreich) und 63.3 Prozent (Slowakei) der Mädchen Gefallen an dieser Serie.



Grafik 4.11: Die Beliebtheit der TV-Serie „Ally McBeal“ (Prozentwerte).

4.7.4. Doktor Quinn

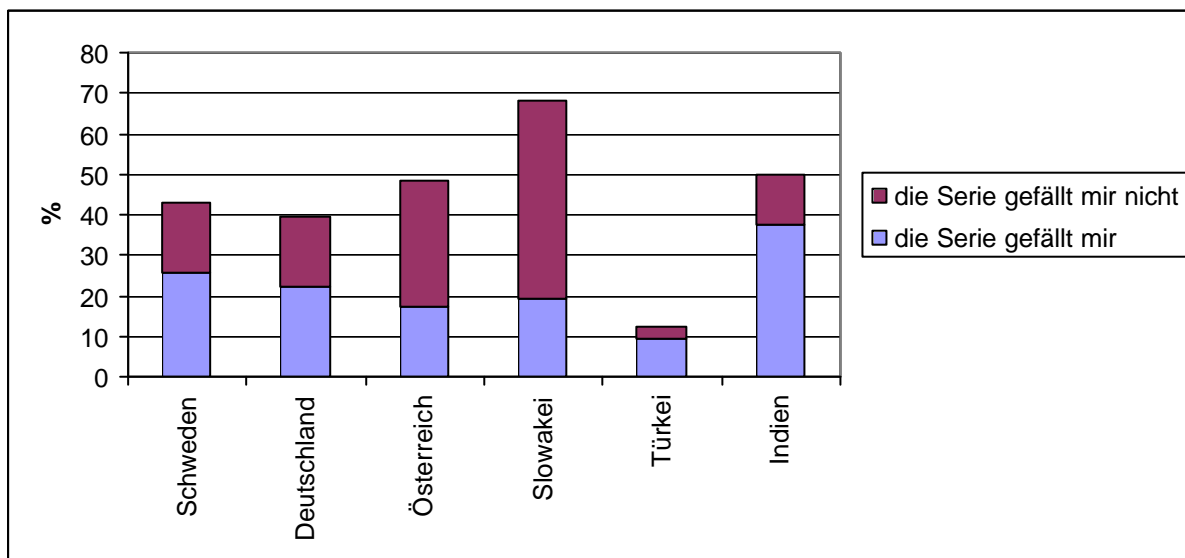
Lediglich 69.4 Prozent der türkischen und 65.6 Prozent der indischen Befragten gaben bekannt, wie gut sie die Fernsehserie „Doktor Quinn“ kennen. Diese Serie ist in den untersuchten Ländern deutlich weniger bekannt als „Ally McBeal“. In den meisten Ländern liegt der Anteil jener, die „Doktor Quinn“ gut kennen zwischen 5.4 (Türkei) und 23.9 Prozent (Schweden). Allein in der Slowakei gaben 41.9 Prozent der Jugendlichen an, diese Serie gut zu kennen (sh. Grafik 4.12). In allen Ländern ist „Doktor Quinn“ unter Mädchen besser bekannt als unter Jungen.



Grafik 4.12: Die Bekanntheit der TV-Serie „Doktor Quinn“ (Prozentwerte).

Während in der Türkei, in Indien, Schweden und auch Deutschland die Zahl jener, die an „Doktor Quinn“ Gefallen finden, überwiegt, ist die Serie bei österreichischen und slowakischen Jugendlichen deutlich weniger beliebt²² (sh. Grafik 4.13). In beinahe allen untersuchten Ländern fühlt sich der Großteil jener, die die Serie mögen, von der Handlung oder den Figuren angesprochen. Allein schwedische Jugendliche gaben am häufigsten an, die Serie zu mögen, ohne das zu begründen. Wie auch bei „Ally McBeal“ begründeten die meisten Befragten nicht, warum ihnen „Doktor Quinn“ nicht gefällt. Die am häufigsten genannten Gründe sind die Handlung und die Figuren der Serie. Deutsche und slowakische Jugendliche finden die Serie außerdem auch häufig langweilig.

Wie auch „Ally McBeal“ kommt „Doktor Quinn“ bei Mädchen durchwegs besser an als bei Jungen. Während zwischen 18.2 (Österreich) und 32.6 Prozent (Schweden) der Mädchen Gefallen an dieser Serie finden, trifft das auf nur zwischen 4.3 (Deutschland) und 19.1 Prozent (Österreich) der Jungen zu. Für türkische und indische Jugendliche können in diesem Zusammenhang aufgrund der geringen Fallzahlen keine Aussagen getroffen werden.



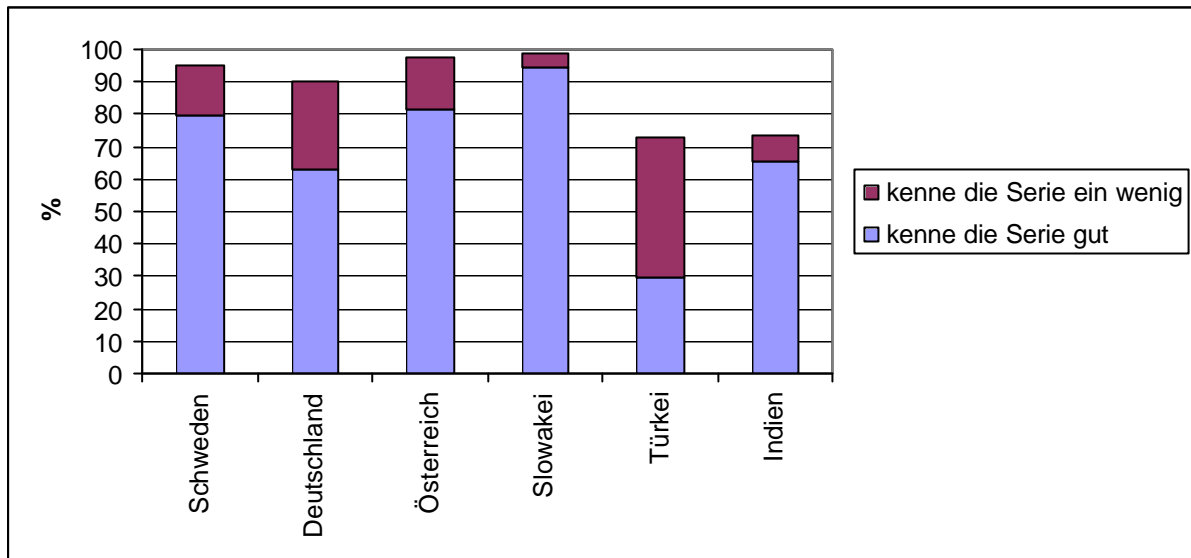
Grafik 4.13: Die Beliebtheit der TV-Serie „Doktor Quinn“ (Prozentwerte).

4.7.5. Friends

Lediglich 73.1 Prozent der türkischen und 83.1 Prozent der indischen Befragten gaben an, wie gut sie die Fernsehserie „Friends“ kennen. „Friends“ ist in allen untersuchten Ländern sehr bekannt. Mit Ausnahme der Türkei, wo nur 29.9 Prozent der befragten Jugendlichen diese Serie gut kennen, gaben in allen Ländern

²² Im Rahmen einer offenen Frage sollten die Jugendlichen angeben, was ihnen an „Doktor Quinn“ gefällt beziehungsweise nicht gefällt.

mindestens zwei von drei Jugendlichen an, „Friends“ gut zu kennen (sh. Grafik 4.14). Mädchen kennen sie wiederum durchwegs häufiger als Jungen.

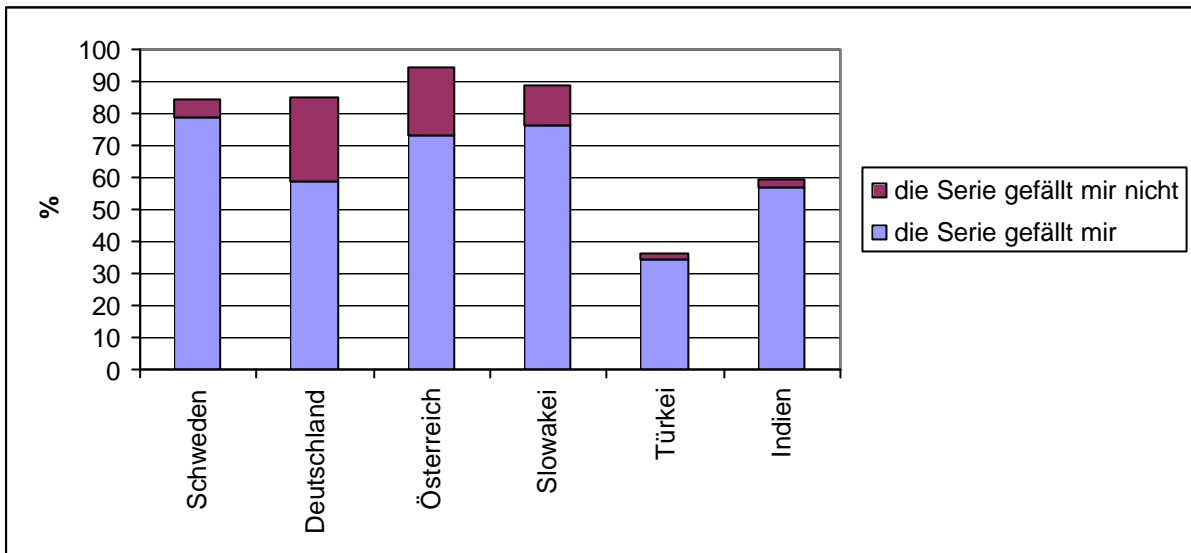


Grafik 4.14: Die Bekanntheit der TV-Serie „Friends“ (Prozentwerte).

„Friends“ findet bei schwedischen, deutschen und slowakischen Jugendlichen sehr großen Anklang²³. Hier finden rund drei Viertel jener, die die Serie kennen, Gefallen an ihr. In Deutschland und Indien tun das immerhin noch etwas mehr als die Hälfte der Jugendlichen. Bei türkischen Jugendlichen ist „Friends“ deutlich weniger beliebt: nur ein Drittel von ihnen sieht diese Serie gern (sh. Grafik 4.15). Den meisten Jugendlichen gefällt „Friends“, weil sie die Serie lustig und unterhaltsam finden. Vor allem deutsche, österreichische, türkische und indische Jugendliche sind aber auch häufig von der Handlung, den Figuren und der Freundschaft zwischen den Hauptfiguren begeistert. Jugendliche, die die Serie nicht so gut finden, meinen häufig, dass sie unrealistisch oder langweilig ist.

In allen Ländern begeistern sich weibliche Jugendliche häufiger für „Friends“ als männliche. Der Anteil jener, die die Serie kennen und sich positiv über sie äußern ist bei den schwedischen und slowakischen Mädchen mit mehr als 80.0 Prozent am höchsten. Am wenigsten Gefallen an der Serie finden türkische und indische Mädchen (34.6% respektive 50.0%). Der Anteil der Jungen, die „Friends“ gerne sehen, ist mit rund 70.0 Prozent in Österreich und in der Slowakei am höchsten und mit rund 50.0 Prozent in Deutschland und in der Türkei am niedrigsten. (Die Zahlen beziehen sich immer auf jene, die die Serie überhaupt kennen.)

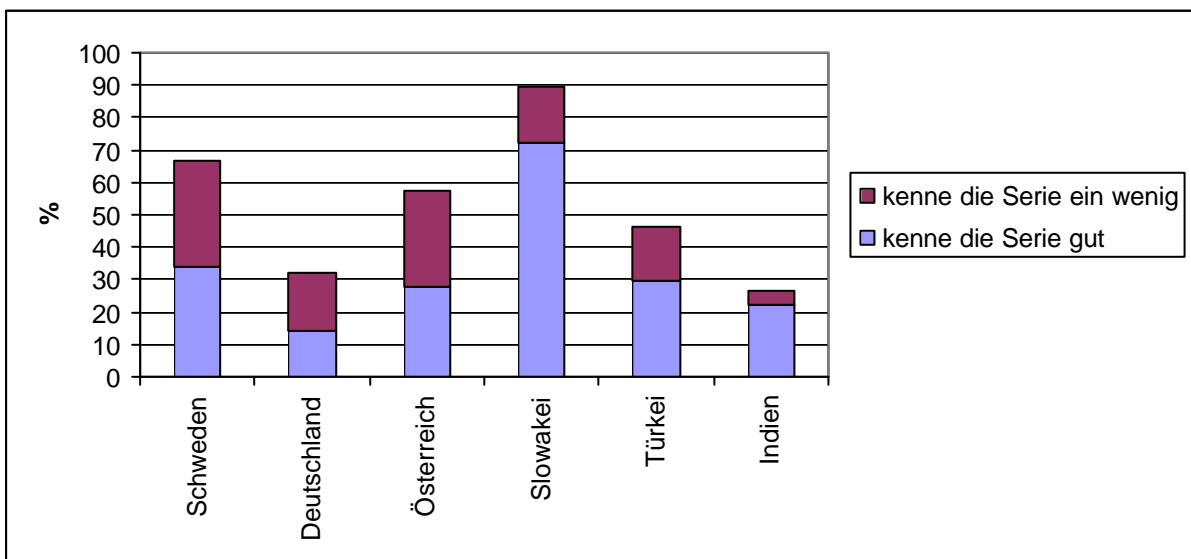
²³ Im Rahmen einer offenen Frage sollten die Jugendlichen angeben, was ihnen an „Friends“ gefällt beziehungsweise nicht gefällt.



Grafik 4.15: Die Beliebtheit der TV-Serie „Friends“ (Prozentwerte).

4.7.6. Dharma und Greg

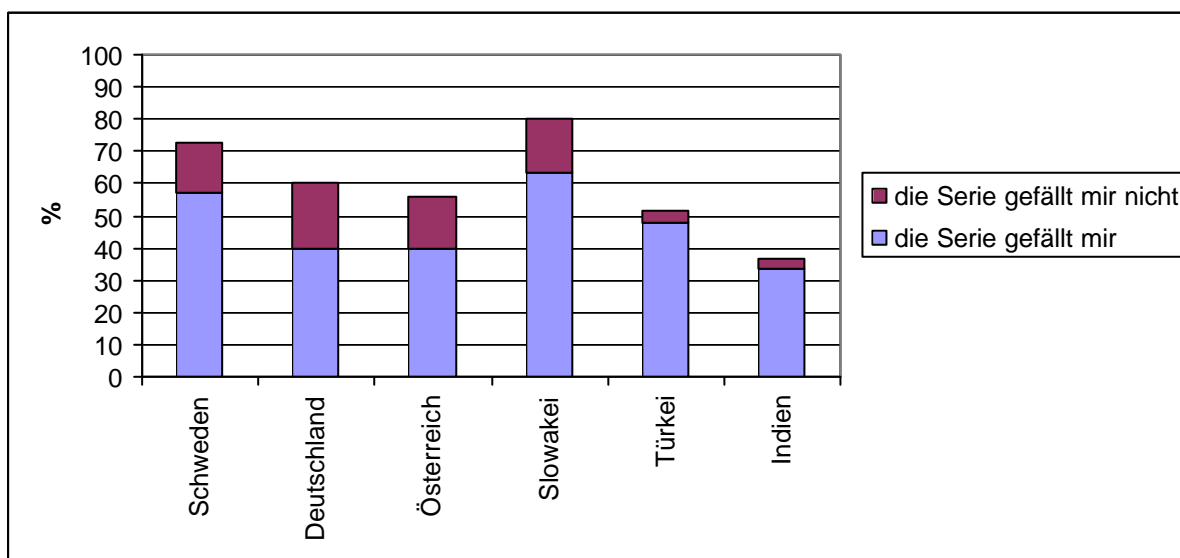
Lediglich 73.1 Prozent der türkischen und 70.0 Prozent der indischen Befragten gaben an, wie gut sie die Fernsehserie „Dharma und Greg“ kennen. Der Bekanntheitsgrad dieser Serie variiert zwischen den Ländern zum Teil beträchtlich. Am häufigsten gaben slowakische Jugendliche an, „Dharma und Greg“ gut zu kennen (72.0%). In den anderen Ländern liegt jener Anteil zwischen 14.1 (Deutschland) und 34.0 Prozent (Schweden) (sh. Grafik 4.16). Bis auf Österreich und Indien, wo die Serie unter Mädchen wie Jungen etwa gleich gut bekannt ist, kennen Mädchen „Dharma und Greg“ durchwegs deutlich häufiger als Jungen.



Grafik 4.16: Die Bekanntheit der TV-Serie „Dharma und Greg“ (Prozentwerte).

Am beliebtesten ist „Dharma und Greg“ in der Slowakei und in Schweden²⁴ (63.6% respektive 57.3%). Am wenigsten Anklang findet die Serie unter indischen Jugendlichen, von denen sich nur 33.3 Prozent, derer, die sie kennen, positiv über sie äußerten (sh. Grafik 4.17). Was die Jugendlichen am meisten anspricht, ist in erster Linie der Humor der Serie. Österreichische, slowakische, türkische und indische 14- bis 17-Jährige finden aber auch großen Gefallen an der Handlung, den Figuren und den Beziehungen zwischen den Figuren dieser Serie. Schwedische Jugendliche, denen „Dharma und Greg“ nicht gefällt, halten sie am häufigsten für unrealistisch. Deutsche Jugendliche mögen vor allem die Handlung und die Figuren der Serie nicht und österreichische und slowakische Jugendliche finden am häufigsten, dass „Dharma und Greg“ langweilig ist. Über die Meinung türkischer und indischer Jugendliche können aufgrund der geringen Fallzahlen keine Aussagen getroffen werden.

In allen untersuchten Ländern ist „Dharma und Greg“ unter Mädchen deutlich beliebter als unter Jungen. Mit Abstand am beliebtesten ist die Serie bei slowakischen Mädchen (71.1%). In den anderen Ländern liegt der Anteil der Mädchen, die diese Serie gerne sehen, zwischen 41.7 (Indien) und 61.3 Prozent (Schweden). Bei Jungen kommt „Dharma und Greg“ in der Slowakei und in Schweden gut an (54.7% respektive 50.0%). Ansonsten bewegt sich der Anteil der Jungen, die diese Serie gerne sehen, zwischen 21.1 (Deutschland) und 33.3 Prozent (Türkei).



Grafik 4.17: Die Beliebtheit der TV-Serie „Dharma und Greg“ (Prozentwerte).

²⁴ Im Rahmen einer offenen Frage sollten die Jugendlichen angeben, was ihnen an „Dharma und Greg“ gefällt beziehungsweise nicht gefällt.

5. Das soziale Umfeld der Jugendlichen

Dieses Kapitel ist dem sozialen Umfeld der Jugendlichen gewidmet. Es soll beschreiben, wie die befragten 14- bis 17-Jährigen ihre Eltern sehen, welche Konflikte sie mit ihnen austragen und inwiefern sie sie als Vorbilder betrachten. Auch die Bedeutung der Geschwister und FreundInnen für Jugendliche soll herausgearbeitet werden. In einem eigenen Abschnitt wird dargestellt, mit wem Jugendliche über Sexualität sprechen.

5.1. Die Eltern

5.1.1. Das Bild von der Mutter

Während türkische Jugendliche aus dem Sample ihre Mutter im internationalen Vergleich am häufigsten als modern beschreiben, tun indische Mädchen und Jungen das am seltensten²⁵. Indische und schwedische Befragte bezeichnen ihre Mutter auch seltener als andere als tolerant, in Indien gilt das außerdem auch für den Persönlichkeitszug Offenheit.

Slowakische 14- bis 17-Jährige meinen am seltensten, dass ihre Mutter ihre Eigenständigkeit fördert. Neben ihnen berichten außerdem relativ viele türkische und indische Jugendliche aus der Stichprobe, dass ihre Mutter eigene Pläne für ihren Nachwuchs hat. In Indien glauben auch besonders viele Jugendliche, dass ihre Mutter möchte, dass ihre Kinder viel erreichen. Gleichzeitig sind hier relativ wenige Mädchen und Jungen der Meinung, dass ihre Mutter nur möchte, dass ihre Kinder glücklich werden. Diese Ansicht wird dagegen sehr häufig von schwedischen und türkischen Befragten vertreten.

Deutsche und österreichische Jugendliche aus der Stichprobe beschreiben ihre Mutter häufiger als andere als *anstrengend*. Gleichzeitig berichten sie aber besonders häufig, dass ihre Mutter ihnen ihren Freiraum lässt. Türkische Jugendliche glauben seltener als andere, dass ihre Mutter mehr als sie selbst weiß (sh. Tabelle 5.1).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
offen	59.7	64.9	64.1	48.7	47.7	33.8
modern	37.3	48.1	36.8	41.8	61.6	23.2
tolerant	35.5	50.3	54.9	65.8	55.6	39.4

²⁵ Die Jugendlichen wurden gebeten aus einer Liste von Eigenschaften all jene auszuwählen, die ihrer Meinung auf ihre Mutter zutreffen. Diese Liste umfasste „offen“, „modern“, „tolerant“, „konservativ“, „streng“, „gerecht“, „altmodisch“, „fördert meine Eigenständigkeit“, „unterstützt meine eigenen Entscheidungen“, „hat ihre eigenen Pläne für mein Leben“, „möchte, dass ich viel erreiche“, „möchte nur, dass ich glücklich bin“, „engt mich ein“, „hält mich von vielem ab“, „gönnt mir nur wenig Spaß“, „sieht die Schule als das Wichtigste an“, „anstrengend“, „bestraft mich für Kleinigkeiten“, „lässt mir meinen Freiraum“, „weiß mehr als ich“ und „mag meine Freunde nicht sonderlich“.

konservativ	9.4	9.7	13.7	26.6	4.0	17.4
streng	20.1	21.4	12.7	24.7	11.9	20.0
gerecht	57.1	57.8	46.4	34.8	40.4	47.1
altmodisch	13.7	9.1	17.0	16.5	7.3	12.9
fördert meine Eigenständigkeit	31.0	41.6	48.4	16.5	37.7	34.8
unterstützt meine eigenen Entscheidungen	40.1	45.5	58.8	39.2	49.7	36.1
hat eigene Pläne für mein Leben	9.9	6.5	4.6	19.0	17.9	15.5
möchte, dass ich viel erreiche	49.7	66.2	41.2	53.8	62.9	80.0
möchte nur, dass ich glücklich bin	76.4	50.6	54.9	41.8	82.8	35.5
engt mich ein	22.4	10.4	5.3	8.2	11.3	6.5
hält mich von Vielem ab	–	9.1	8.5	14.6	2.6	17.4
gönnt mir nur wenig Spaß	5.6	3.9	5.2	8.9	1.3	11.0
sieht die Schule als das Wichtigste an	43.8	40.3	28.8	41.4	23.8	33.5
anstrengend	4.9	19.5	24.2	6.3	8.6	1.3
bestraft mich für Kleinigkeiten	7.7	6.5	7.9	10.8	2.0	5.2
lässt mir meinen Freiraum	49.0	65.6	66.0	39.9	35.1	23.4
weiß mehr als ich	29.4	35.7	26.1	33.8	17.9	34.2
mag meine Freunde nicht sonderlich	9.1	7.1	9.8	9.5	2.6	6.5

Tabelle 5.1: Das Bild, das Jugendliche von ihrer Mutter haben (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Eigenschaften hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten gewählt wurden. (-) bedeutet, dass es für diese Eigenschaft keine Daten gibt.

Nach Geschlecht differenziert ergibt sich Folgendes: Mehr männliche als weibliche slowakische Befragte halten ihre Mutter für offen, in der Türkei ist es umgekehrt. Alle weiblichen Jugendlichen halten ihre Mutter deutlich öfter als männliche für modern. Schwedinnen, Türkinnen und Inderinnen sehen ihre Mutter wesentlich öfter als Jungen als tolerant. In Deutschland ist dieser Unterschied nicht so stark ausgeprägt und in Österreich sowie in der Slowakei überwiegen in dieser Hinsicht leicht die

Jungen. In Deutschland sind weniger Mädchen als Jungen der Ansicht, dass ihre Mutter konservativ ist. In der Türkei ist das Gegenteil der Fall.

In allen Ländern sind die männlichen Befragten wesentlich öfter als die weiblichen der Meinung, eine strenge Mutter zu haben, wobei in Indien und Österreich die geschlechtsspezifischen Unterschiede nicht so deutlich, in Deutschland und in der Slowakei hingegen am stärksten ausgeprägt sind. Tendenziell halten alle Jugendlichen ihre Mutter für gerecht, aber in der Slowakei halten Jungen ihre Mutter öfter als Mädchen für gerecht. In der Slowakei gaben zu 29.3 Prozent an, dass ihre Mutter ihre Eigenständigkeit fördert, in der Türkei hingegen sogar zu 44.6 Prozent – dies ist der größte geschlechtsspezifische Unterschied in den sechs untersuchten Ländern. In allen Ländern sind Mädchen öfter als Jungen der Meinung, dass ihre Mutter die eigenen Entscheidungen des Nachwuchses unterstützt. In Schweden glauben mehr als doppelt so viele Mädchen wie Jungen, dass ihre Mutter eigene Pläne für das Leben ihrer Kinder hat, in der Slowakei überwiegen diesbezüglich die Jungen um 5.0 Prozentpunkte und in Indien ebenfalls die Jungen, und zwar um 13.1 Prozentpunkte.

In Schweden und in der Türkei sind mehr Mädchen als Jungen aus der Stichprobe der Ansicht, dass ihre Mutter will, dass ihr Kind viel erreicht – in den übrigen Ländern sind mehrheitlich Jungen dieser Ansicht. In allen untersuchten Ländern sind überwiegend weibliche Jugendliche davon überzeugt, dass ihre Mutter nur will, dass ihr Kind glücklich ist. 24.7 Prozent der Mädchen im Vergleich zu 19.0 Prozent der Jungen in Schweden haben den Eindruck, ihre Mütter würde sie einengen. In der Slowakei sind 10.1 Prozent der Jungen, aber nur 6.3 Prozent der Mädchen dieser Meinung. Mehrheitlich sind eher Mädchen der Ansicht, dass sie von ihrer Mutter von Vielem abgehalten werden, wobei in der Türkei der geringste und in Deutschland der größte geschlechtsspezifische Unterschied festzustellen ist. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei gibt es zwischen Mädchen und Jungen auch Auffassungsunterschiede bezüglich der Frage, ob ihre Mutter die Schule als das Wichtigste ansieht: Jeweils mehr männliche als weibliche Jugendliche sind in diesen Ländern dieser Ansicht. Ein geschlechtsspezifischer Unterschied hinsichtlich des Punktes, ob Jugendliche ihre Mutter als *anstrengend* erleben, findet sich nur in der österreichischen Stichprobe, wo knapp doppelt so viele Mädchen wie Jungen ihre Mutter als *anstrengend* empfinden.

In Schweden, Deutschland, in der Türkei und in Indien sind überwiegend Mädchen der Meinung, dass ihre Mütter ihnen genügend Freiraum zugestehen. In Österreich und vor allem in der Slowakei überwiegen diesbezüglich die Jungen. Außer in Indien sind Jungen öfter als Mädchen davon überzeugt, dass ihre Mutter mehr weiß als sie selbst.

5.1.2. Das Bild vom Vater

Es sticht ins Auge, dass in allen untersuchten Ländern sehr viele Jugendliche berichten, dass ihr Vater möchte, dass sein Nachwuchs viel erreicht²⁶. In besonderer Weise gilt das für deutsche und indische Befragte, am wenigsten für österreichische. Ebenso beschreiben überall viele 14- bis 17-Jährige ihren Vater als offen. Wie auch beim Bild von der Mutter glauben türkische Mädchen und Jungen wieder am seltensten, dass ihr Vater mehr als sie selbst weiß.

Türkische und indische Jugendliche aus dem Sample sind im internationalen Vergleich am seltensten der Meinung, dass ihr Vater ihnen ihren Freiraum lässt. Dagegen meinen sie wie auch slowakische Jugendliche häufiger als andere, dass er eigene Pläne für seinen Nachwuchs hat. Schwedische und türkische Jugendliche glauben besonders häufig, dass ihr Vater nur möchte, dass sie glücklich sind (sh. Tabelle 5.2).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
offen	47.1	65.5	54.0	44.7	47.7	39.1
modern	39.0	43.8	36.7	37.1	52.3	25.3
tolerant	35.0	39.7	49.6	55.3	45.7	35.1
konservativ	12.9	15.8	18.7	28.3	7.3	15.6
streng	29.3	27.4	26.6	27.7	23.8	24.2
gerecht	56.0	58.6	43.1	32.1	34.4	36.6
altmodisch	13.6	13.8	20.3	21.4	17.2	10.5
fördert meine Eigenständigkeit	33.6	45.9	41.0	20.1	37.7	38.3
unterstützt meine eigenen Entscheidungen	36.2	45.9	43.2	33.3	47.7	38.3
hat eigene Pläne für mein Leben	8.6	5.5	8.6	14.5	23.8	23.4
möchte, dass ich viel erreiche	53.9	71.7	48.9	52.8	64.2	75.2
möchte nur, dass ich glücklich bin	66.7	41.1	46.0	34.0	66.9	38.3
engt mich ein	12.9	6.2	5.3	7.5	15.2	9.2
hält mich von Vielem ab	–	13.0	9.4	12.6	8.7	14.9
gönnt mir nur wenig Spaß	6.4	7.5	6.5	5.0	4.0	12.3
sieht die Schule als das	45.0	36.3	24.5	30.8	38.4	27.9

²⁶ Die Fragen zum Bild vom Vater lauteten genauso wie jene zum Bild von der Mutter.

Wichtigste an						
anstrengend	8.6	18.5	18.7	6.9	11.3	3.2
bestraft mich für Kleinigkeiten	6.4	5.5	7.2	12.6	7.9	3.9
lässt mir meinen Freiraum	47.1	58.2	45.6	39.6	24.5	24.7
weiß mehr als ich	33.6	36.3	35.3	32.9	17.9	40.3
mag meine Freunde nicht sonderlich	7.9	8.2	10.8	9.4	6.6	5.2

Tabelle 5.2: Das Bild, das Jugendliche von ihrem Vater haben (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Eigenschaften hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten gewählt wurden. (-) bedeutet, dass es für diese Eigenschaft keine Daten gibt.

In Österreich, in der Slowakei und in Indien sind mehrheitlich Mädchen der Auffassung, einen offenen Vater zu haben, in den übrigen Ländern eher Jungen. Außer in der Slowakei und in Indien, wo die Mädchen überwiegen, halten überwiegend Jungen ihre Väter für modern. In Österreich und in der Türkei meinen mehr Jungen als Mädchen, ihr Vater sei tolerant. In den übrigen Ländern ist das Verhältnis umgekehrt. Schwedische, österreichische, slowakische und türkische männliche Befragte halten ihren Vater öfter als weibliche für konservativ. In Deutschland und Indien ist es umgekehrt.

Im Österreich- und Türkei-Sample sehen mehr Jungen als Mädchen ihren Vater als streng. In Österreich gaben 50.0 Prozent mehr Jungen als Mädchen an, ihren Vater als gerecht anzusehen. In der Türkei stufen doppelt so viele Mädchen wie Jungen ihren Vater als altmodisch ein. In Schweden, Österreich und in der Türkei meinen mehr weibliche als männliche Jugendliche, dass ihr Vater ihre Eigenständigkeit fördert. In Deutschland und in der Slowakei verhält es sich gegensätzlich und in Indien ist diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellbar. In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Türkei sind mehrheitlich Jungen der Meinung, ihr Vater habe eigene Pläne für ihre Zukunft. In der Slowakei sind eher Mädchen dieser Meinung und in Indien kann in dieser Hinsicht keine geschlechtsspezifische Differenz ausgemacht werden. Deutsche, österreichische, slowakische und indische Jungen sind öfter als weibliche Jugendliche davon überzeugt, dass ihr Vater will, dass sie viel erreichen. In Schweden und in der Türkei sind Mädchen etwas häufiger als Jungen dieser Meinung.

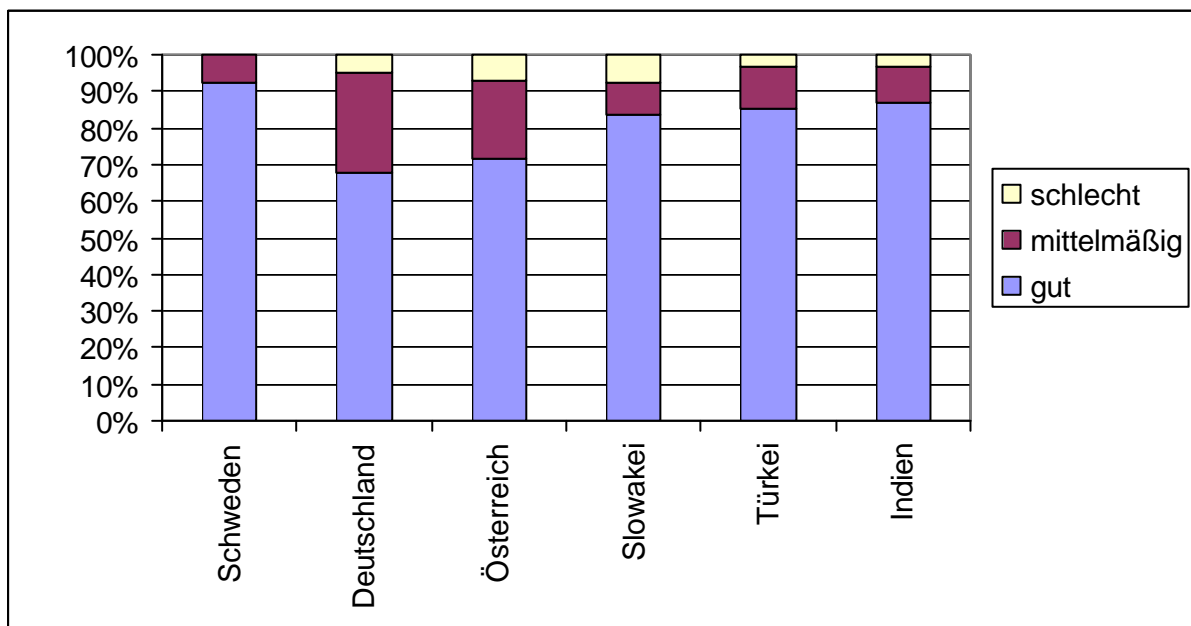
Außer in Indien sind in der Stichprobe aller Länder Mädchen öfter als Jungen davon überzeugt, dass ihr Vater nur möchte, dass sie glücklich sind. Tendenziell denken Jungen öfter als Mädchen, dass für ihren Vater die Schule das Wichtigste ist.

Schwedische und türkische männliche Jugendliche sind häufiger als weibliche der Ansicht, dass ihr Vater *anstrengend* ist. In den übrigen Ländern denken dies eher Mädchen. Außer in der Türkei, wo weit mehr Jungen als Mädchen meinen, dass ihr Vater sie wegen Kleinigkeiten bestraft, sind diesbezüglich keine besonderen Unterschiede zwischen den Geschlechtern erkennbar.

In Schweden, Deutschland, in der Türkei und in Indien sind Mädchen häufiger als Jungen der Meinung, dass ihr Vater ihnen ihren Freiraum lässt, während in Österreich und in der Slowakei mehrheitlich Jungen diese Auffassung vertreten. Schwedische und türkische weibliche Jugendliche attestieren ihren Vätern öfter als männliche, dass er mehr als sie selbst weiß. In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und in Indien verhält es sich entgegengesetzt.

5.1.3. Konflikte mit den Eltern

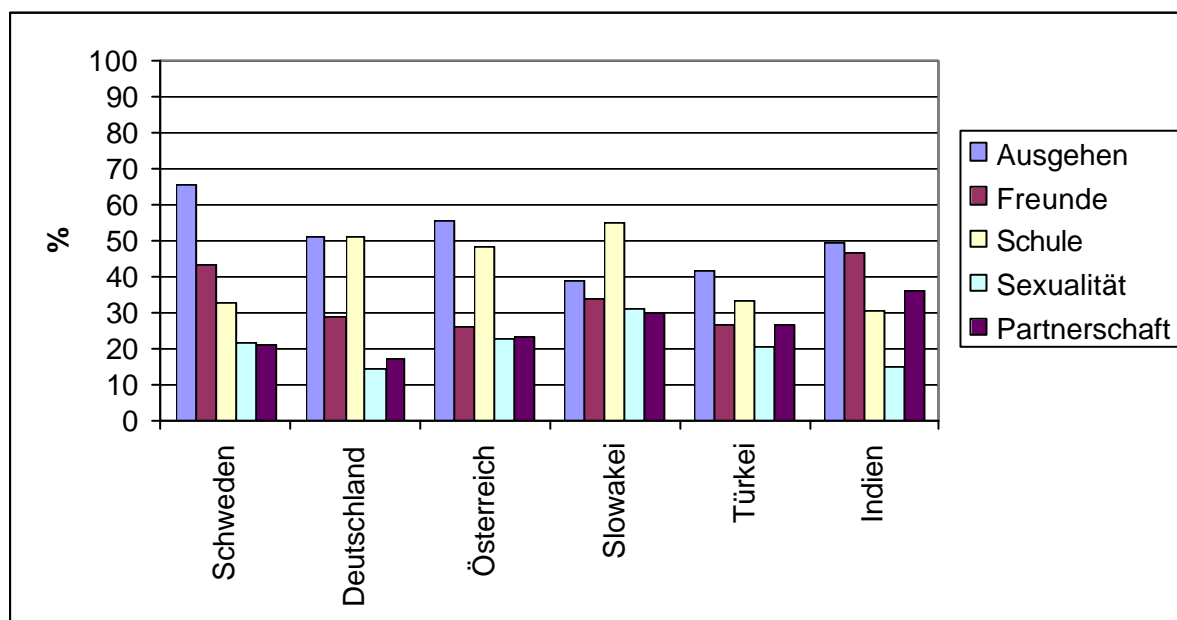
In allen untersuchten Ländern berichten die meisten Jugendlichen, mit ihren Eltern gut beziehungsweise sogar sehr gut auszukommen. Der Anteil jener, die meinen, dass sich die Beziehung zu ihren Eltern schwierig gestaltet, bewegt sich zwischen 0.0 (Schweden) und 7.5 Prozent (Slowakei). Etwa 7.6 (Schweden) bis 11.9 Prozent der befragten Jugendlichen (Türkei) beschreiben das Verhältnis zu ihren Eltern als *mittelmäßig*. Allein in Deutschland und Österreich gilt das für deutlich mehr Jugendliche (27.4% respektive 21.2%) (sh. Grafik 5.1). In keinem der untersuchten Länder lassen sich diesbezüglich nennenswerte Geschlechterdifferenzen beobachten.



Grafik 5.1: Wie Jugendliche subjektiv mit ihren Eltern auskommen (Prozentwerte).

Lediglich 82.0 Prozent der schwedischen und 71.3 Prozent der türkischen Befragten machten Angaben dazu, worüber sie und ihre Eltern unterschiedliche Meinungen haben²⁷. Ausgehen ist eines der konfliktreichsten Themen in den Haushalten der 14- bis 17-jährigen Jugendlichen aus dem Sample. 38.8 (Slowakei) bis 65.1 Prozent der Jugendlichen (Schweden) meinen diesbezüglich andere Ansichten als ihre Eltern zu haben. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei streiten sich auch 47.9 (Österreich) bis 54.6 Prozent der Jugendlichen (Slowakei) mehr oder weniger oft mit ihren Eltern über das Thema Schule. In Schweden und Indien gehen auch häufig die Meinungen der Jugendlichen und ihrer Eltern bezüglich ihrer FreundInnen auseinander (43.1% respektive 46.7%). In Indien gibt es daneben auch häufig Konflikte zwischen den Jugendlichen und ihren Eltern rund um das Thema Partnerschaft (35.8%) (sh. Grafik 5.2).

In allen untersuchten Ländern ist die Tendenz, dass mehr Jungen als Mädchen andere Ansichten als ihre Eltern hinsichtlich Ausgehen und Schule haben, mehr oder weniger stark ausgeprägt. Dagegen geraten Mädchen in allen Ländern mit Ausnahme von Deutschland und Indien, wo diesbezüglich kein Unterschied zwischen den Geschlechtern festzustellen ist, häufiger als Jungen in Konflikt mit ihren Eltern rund um das Thema Partnerschaft. Männliche Jugendliche in Schweden und in der Türkei haben häufiger als ihre weiblichen Landsleute andere Ansichten als ihre Eltern, wenn es um KameradInnen oder Sexualität geht. In den übrigen untersuchten Ländern unterscheiden sich Mädchen und Jungen in dieser Hinsicht nicht.



Grafik 5.2: Worüber Jugendliche und ihre Eltern unterschiedliche Meinungen haben (Prozentwerte).

²⁷ Die Befragten sollten aus den Antwortmöglichkeiten „Fortgehen“, „Freunde“, „Schule“, „Sexualität“ und „Partnerschaft“ all jene auswählen, über die sie und ihre Eltern unterschiedliche Ansichten haben.

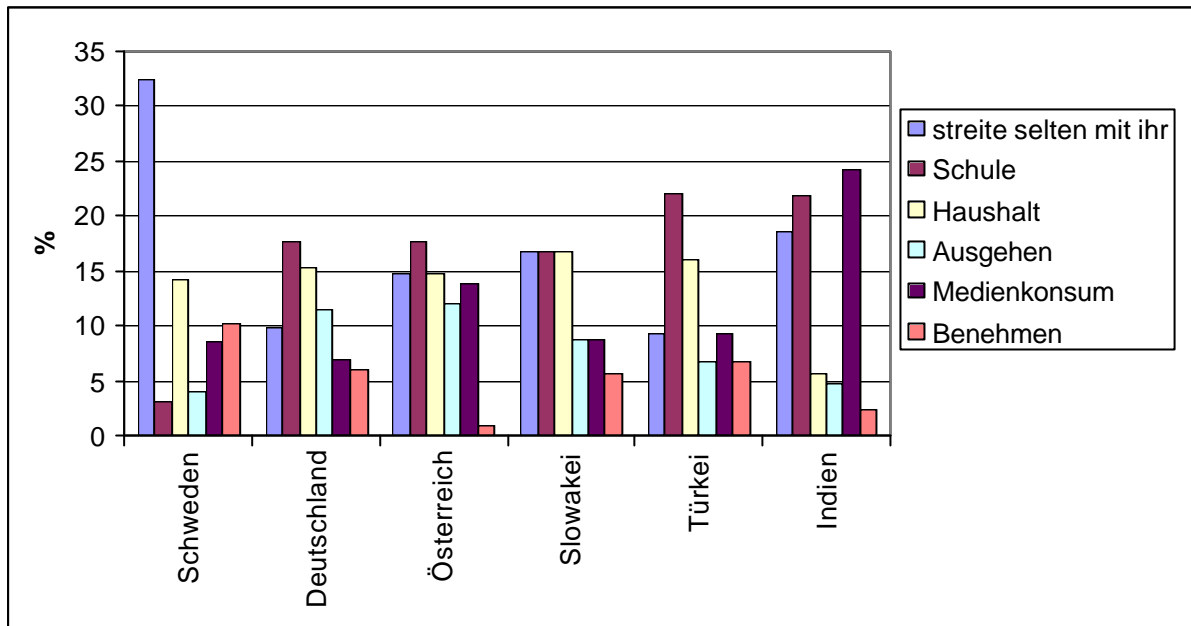
Zwischen 67.5 und 84.0 Prozent der Befragten teilten mit, worum es im letzten Streit mit ihrer Mutter ging. Zum letzten Streit mit ihrem Vater machten durchwegs weniger Befragte Angaben²⁸ (sh. Tabelle 5.3). Schwedische Jugendliche behaupteten auffallend häufig, nie oder nur selten mit ihrer Mutter zu streiten (32.5%). In den anderen Ländern gaben das zwischen 9.3 (Türkei) und 18.5 Prozent der Befragten an (Indien). In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Schweden, wo das für deutlich weniger Jugendliche zutrifft, sind zwischen 16.8 (Slowakei) und 22.0 Prozent der Jugendlichen (Türkei) zuletzt rund um das Thema Schule und Ausbildung in Konflikt mit ihrer Mutter geraten. In allen Ländern streiten zwischen 14.3 (Schweden) und 16.8 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Slowakei) auch des Öfteren wegen Haushalt und Ordnung mit ihrer Mutter. Allerdings ist das in Indien deutlich seltener der Fall (5.6%).

Indische und österreichische Jugendliche haben häufiger als andere Auseinandersetzungen mit ihrer Mutter, weil diese mit den Medienkonsumgewohnheiten ihres Nachwuchses nicht zufrieden ist (24.2% respektive 13.9%). In den anderen Ländern sind 6.9 (Deutschland) bis 9.3 Prozent der befragten Mädchen und Jungen (Türkei) davon betroffen. Daneben führt auch das Thema Ausgehen sowie das Benehmen der Jugendlichen häufiger zu Streitigkeiten mit der Mutter. Während vor allem schwedische Mütter oft meinen, ihr Nachwuchs sollte sich freundlicher und höflicher benehmen (10.3%), finden österreichische und deutsche Mütter häufiger, dass ihre jugendlichen Kinder ihre Ausgegewohnheiten etwas einschränken sollten (12.0% respektive 11.5%) (sh. Grafik 5.3).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Mutter	84.0	81.9	67.5	78.1	73.8	77.5
Vater	80.0	67.5	63.1	48.1	65.6	69.4

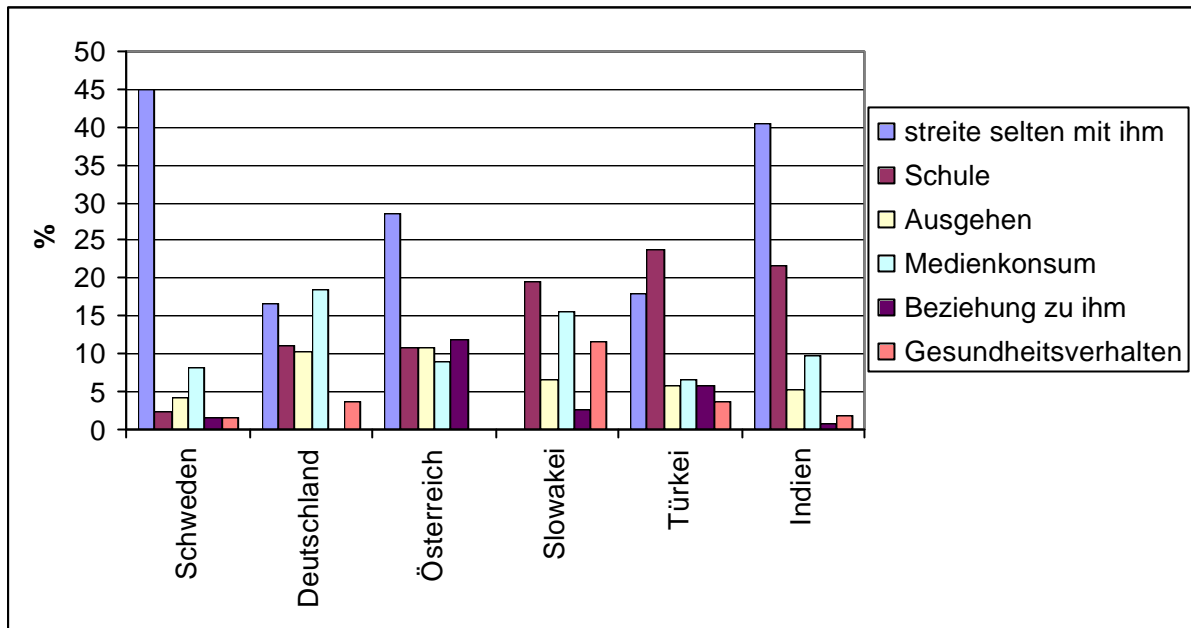
Tabelle 5.3: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, was das Thema ihres letzten Konfliktes mit ihrer Mutter beziehungsweise mit ihrem Vater gewesen war (Prozentwerte).

²⁸ In einer offenen Fragen wurden die Jugendlichen nach dem Inhalt ihres letzten Streits mit ihrer Mutter beziehungsweise mit ihrem Vater gefragt.



Grafik 5.3: Der Inhalt des letzten Konflikts der Jugendlichen mit ihrer Mutter (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 35.0 Prozent reicht.

Schwedische, indische und österreichische Befragte gaben ausgesprochen häufig an, nie oder nur selten mit ihrem Vater zu streiten (45.0%, 40.5% respektive 28.7%). In der Türkei taten das 18.1, in Deutschland 16.7 Prozent und in der Slowakei keiner oder keine der Befragten. Besonders für türkische, indische und slowakische Jugendliche stellt das Thema Schule und Ausbildung des Öfteren einen Streitpunkt mit ihrem Vater dar (23.8%, 21.6% respektive 19.5%). Deutsche und slowakische Jugendliche streiten sich daneben auch häufig mit ihrem Vater wegen ihrer Medienkonsumgewohnheiten (18.5% respektive 15.6%). Während in Deutschland und Österreich das Thema Ausgehen häufig zu Auseinandersetzungen mit dem Vater führt (10.2% respektive 10.9%), kommt es in der Slowakei häufiger zum Streit mit dem Vater, weil dieser meint, dass sein Nachwuchs sportlicher sein, sich gesünder ernähren oder regelmäßiger schlafen sollte (11.7%). Österreichische Jugendliche streiten auch recht häufig mit ihrem Vater, weil er ihrer Meinung nach ihnen nicht gut zuhört, ihre Meinung missachtet oder sie wie ein kleines Kind behandelt (11.9%) (sh. Grafik 5.4).



Grafik 5.4: Der Inhalt des letzten Konflikts der Jugendlichen mit ihrem Vater (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 50.0 Prozent reicht.

5.1.4. Die Traditionen der Eltern

46.9 bis 79.3 Prozent der befragten Jugendlichen gaben an, welche Traditionen ihren Eltern wichtig sind²⁹ (sh. Tabelle 5.4). Schwedische und auch deutsche Jugendliche aus der Stichprobe wissen sehr oft nicht, auf welche Traditionen ihre Eltern Wert legen (26.9% respektive 16.1%). Österreichische Jugendliche sind besonders häufig der Meinung, dass ihren Eltern überhaupt keine Traditionen wichtig sind (28.6%). In den anderen Ländern glauben das bedeutend weniger 14- bis 17-Jährige: 7.4 (Indien) bis 17.3 Prozent (Türkei).

In den Augen der befragten schwedischen Jugendlichen schreiben ihre Eltern Weihnachten und Ostern besonders große Bedeutung zu (51.3%). In Deutschland und in Österreich meinen das erheblich weniger Jugendliche (18.3% respektive 18.2%), in den übrigen Ländern sogar niemand der Befragten. Religiöse Traditionen spielen aus Sicht der Jugendlichen besonders im Leben slowakischer Eltern eine große Rolle (70.3%), zum Teil auch für österreichische und indische Eltern (36.4% respektive 27.2%).

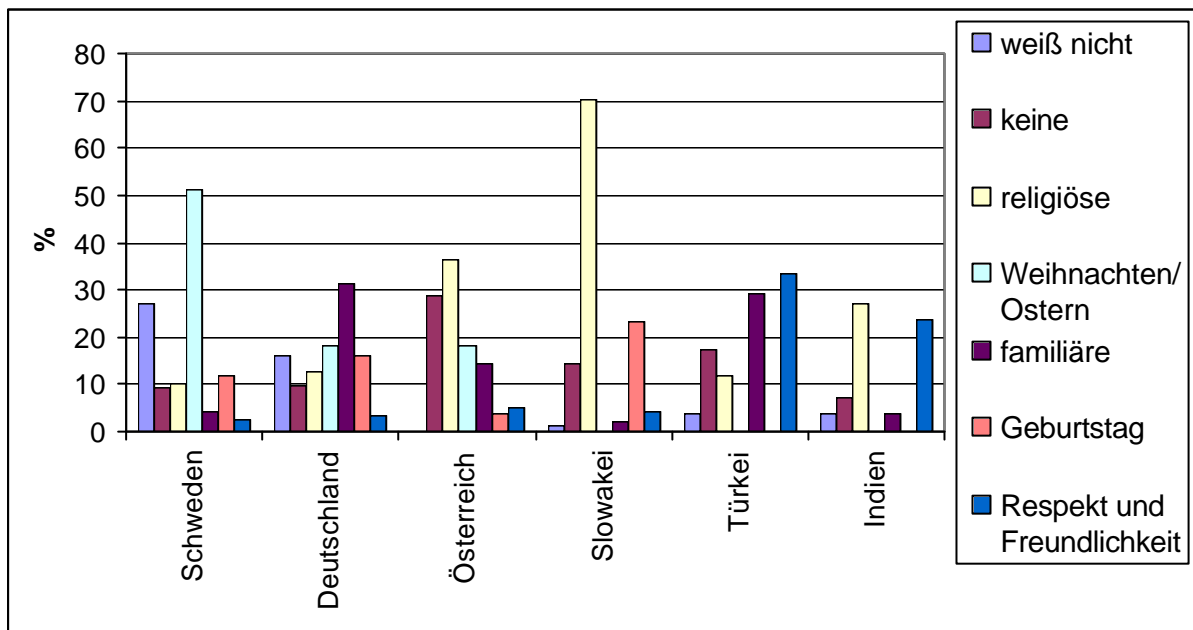
Während familiäre Traditionen oder auch regelmäßige gemeinsame Mahlzeiten im Kreis der Familie besonders von vielen deutschen und türkischen Eltern hochgehalten werden (31.2% respektive 29.3%), wird von indischen und türkischen Eltern auch in besonderem Maße auf Respekt und Freundlichkeit im Umgang mit

²⁹ In einer offenen Frage wurden die Jugendlichen darum gebeten, anzugeben, welche Traditionen ihrer Meinung ihren Eltern wichtig sind.

Mitmenschen geachtet (23.5% respektive 33.3%). Geburtstage sind vielen slowakischen Vätern und Müttern wichtig (23.1%), aber auch etlichen deutschen und schwedischen (16.1% respektive 11.8%) (sh. Grafik 5.5).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
79.3	58.1	48.1	56.9	46.9	50.6

Tabelle 5.4: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, welche Traditionen ihren Eltern wichtig sind (Prozentwerte).



Grafik 5.5: Traditionen, die den Eltern der Jugendlichen wichtig sind (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 80.0 Prozent reicht.

5.1.5. Die Meinung der Eltern zum Freund beziehungsweise zur Freundin

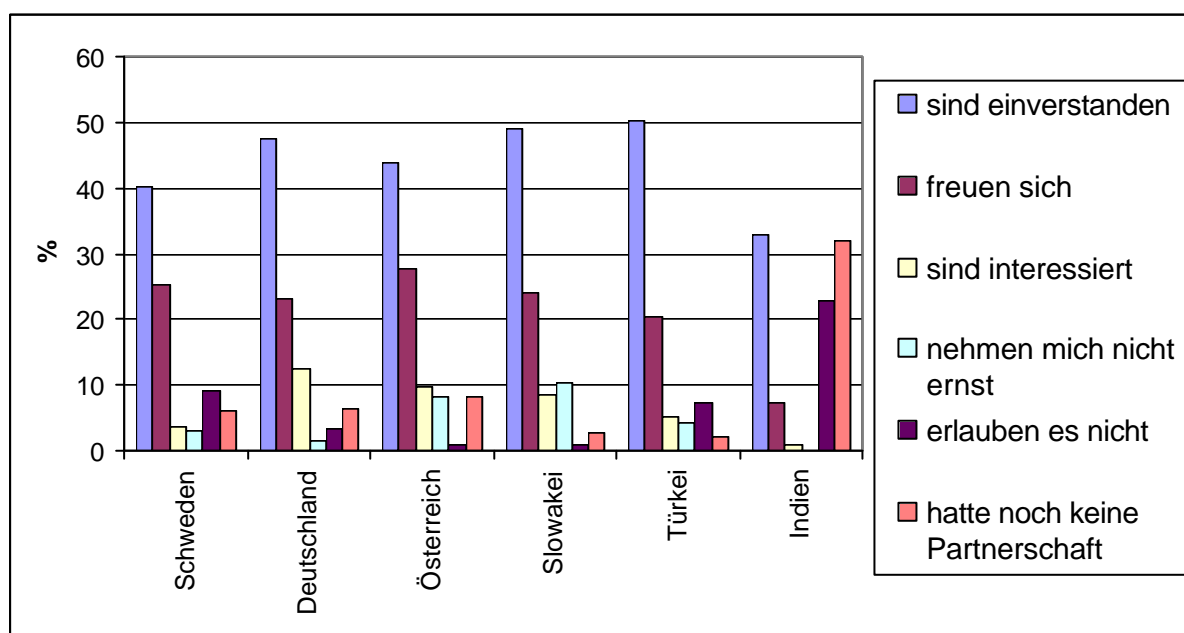
68.1 bis 89.4 Prozent der Befragten teilten mit, wie ihre Eltern reagieren, wenn sie einen Freund oder eine Freundin haben³⁰ (sh. Tabelle 5.5). In allen untersuchten Ländern berichteten die meisten Mädchen und Jungen, dass ihre Eltern mit ihren Partnerschaften einverstanden seien und ihnen vertrauen würden: 40.3 (Schweden) bis 50.3 Prozent (Türkei). Allein in Indien ist der Anteil dieser Jugendlichen etwas geringer (33.3%). Während sich daneben fast überall die meisten Eltern über die Partnerschaften ihrer Kinder freuen (20.4 bis 27.6%), müssen viele indische Jugendliche damit rechnen, dass ihre Eltern solche Partnerschaften nicht erlauben (22.9%).

³⁰ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage danach gefragt, was ihre Eltern dazu sagen, wenn sie einen Freund beziehungsweise eine Freundin haben.

In Deutschland, Österreich und in der Slowakei zeigen sich viele Eltern auch an den Partnerschaften ihrer Kinder interessiert (12.6%, 9.8% respektive 8.6%). Dagegen meinen aber auch viele österreichische und slowakische Jugendliche, dass ihre Eltern sie in dieser Hinsicht nicht ernst nehmen oder sie als zu jung für eine Partnerschaft erachten (8.1% respektive 10.3%). Während in den meisten der untersuchten Länder zwischen 2.2 (Türkei) und 8.1 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Österreich) angaben, die Reaktion der Eltern nicht einschätzen zu können, weil sie noch keine/n Freund/in hatten, trifft das auf immerhin 32.1 Prozent der indischen Jugendlichen zu (das bedeutet nicht, dass alle anderen bereits Beziehungen hatten, sondern nur, dass diese dennoch zu wissen glauben, wie ihre Eltern reagieren werden bzw. würden) (sh. Grafik 5.6).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
89.3	89.4	76.9	72.5	85.6	68.1

Tabelle 5.5: Anteil jener Jugendlichen, die mitteilten, wie ihre Eltern zu ihren PartnerInnen stehen (würden)(Prozentwerte).



Grafik 5.6: Die Reaktionen der Eltern auf die Partnerschaften der Jugendlichen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 60.0 Prozent reicht.

5.1.6. Die Mutter als Vorbild

Tabelle 5.6 gibt einen Überblick darüber, wie viele der Befragten mitteilten, was sie in ihrem Leben wie ihre Mutter beziehungsweise anders als ihre Mutter machen

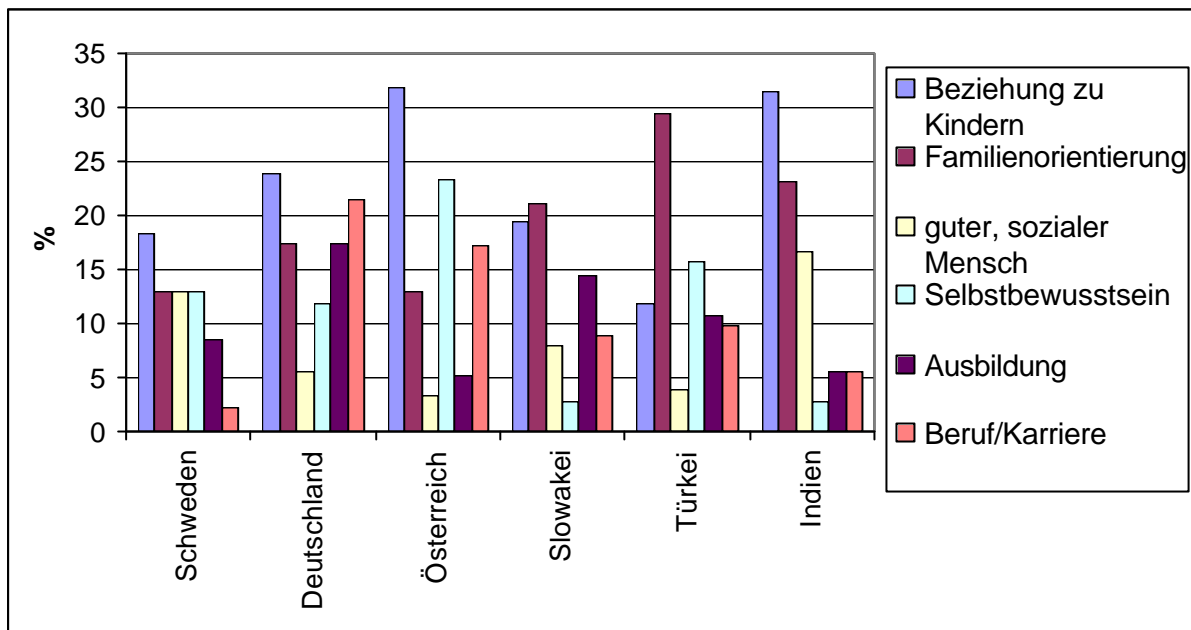
würden³¹. In vielen der untersuchten Ländern sind die meisten 14- bis 17-Jährigen der Meinung, dass ihre Mutter ihre Kinder gut erzogen und eine gute Beziehung zu ihnen aufgebaut hat: 18.3 (Schweden) bis 31.9 Prozent der Jugendlichen (Österreich). Nur in der Türkei und in abgeschwächter Form auch in der Slowakei meinen etwas mehr Jugendliche, dass ihre Mutter sehr viel für die Familie getan hat und ein guter Familienmensch ist (29.4% respektive 21.2%). Dieser Ansicht sind übrigens auch viele indische Mädchen und Jungen (23.1%). Schwedische und indische Jugendliche bewundern oft die freundliche, nette, ehrliche und hilfsbereite Art der Mutter mit Mitmenschen umzugehen beziehungsweise ihr soziales Engagement (12.9% respektive 16.7%). In den anderen Ländern tun das 3.4 (Österreich) bis 8.0 Prozent der Jugendlichen (Slowakei).

Einige schwedische, deutsche und türkische Mädchen und Jungen wollen sich das Selbstbewusstsein, die Selbständigkeit und die Unabhängigkeit ihrer Mutter zum Vorbild nehmen (12.9%, 11.9% respektive 15.7%). Österreichische Mädchen und Jungen tun das deutlich häufiger (23.3%), slowakische und indische erheblich seltener (2.7% respektive 2.8%). In allen untersuchten Ländern finden auch viele Jugendliche, dass die Ausbildung ihrer Mutter vorbildhaft ist: 8.6 (Schweden) bis 17.5 Prozent (Deutschland). Österreichische und indische Jugendliche sind etwas seltener dieser Ansicht (5.2% respektive 5.6%). Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige halten im internationalen Vergleich am häufigsten die berufliche Laufbahn ihrer Mutter vorbildhaft (21.4% respektive 17.2%). Slowakische, türkische und indische Jugendliche tun das etwas seltener (8.8%, 9.9% respektive 5.6%), schwedische sogar deutlich seltener (2.2%) (Grafik 5.7).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
ähnlich wie Mutter	62.0	78.8	72.5	70.6	63.8	67.5
anders als Mutter	46.7	63.8	60.6	59.4	55.6	56.3

Tabelle 5.6: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, was sie in ihrem Leben ähnlich wie ihre Mütter beziehungsweise anders als ihre Mütter machen wollen (Prozentwerte).

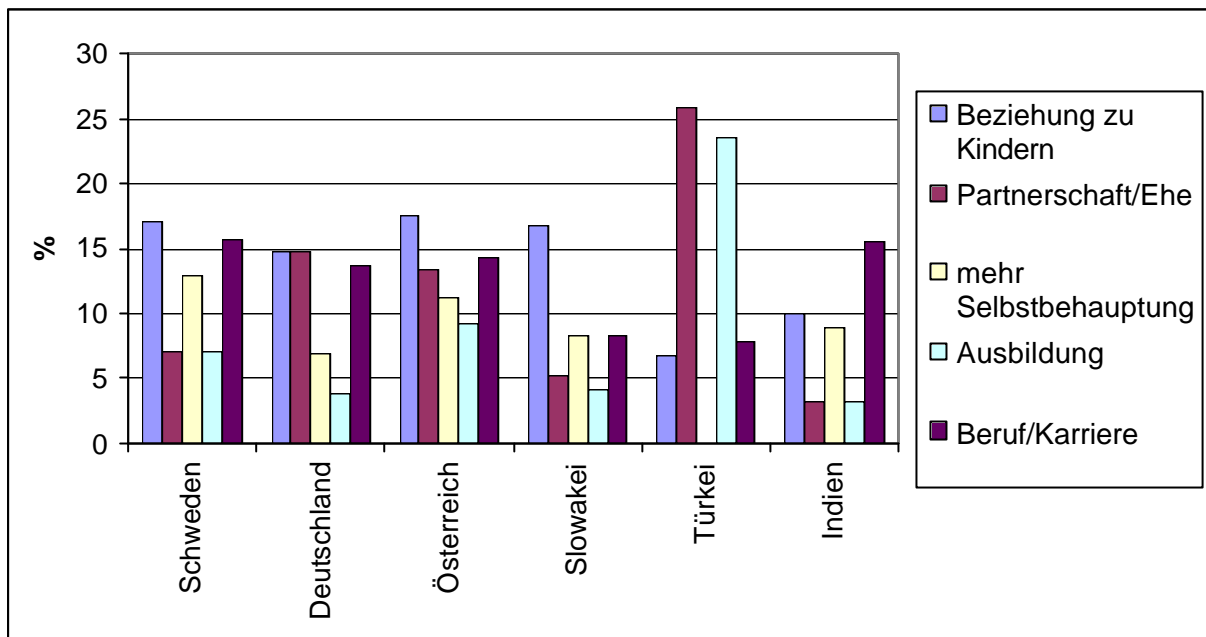
³¹ Dies sollten die Jugendlichen in eigenen Worten anführen.



Grafik 5.7: Inwiefern Jugendliche ihre Mütter als Vorbild betrachten (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 35.0 Prozent reicht.

Auffallend viele türkische Jugendliche aus der Stichprobe würden ihre Partnerschaft beziehungsweise Ehe anders als ihre Mutter gestalten (25.8%). Diese Einstellung wird von 14.7 Prozent der deutschen und 13.4 Prozent der österreichischen Jugendlichen geteilt. In den übrigen Ländern liegt der Anteil dieser Jugendlichen immerhin nur bei 3.3 (Indien) bis 7.1 Prozent (Schweden). Türkische Jugendliche würden auch besonders häufig eine andere oder höhere Ausbildung als ihre Mutter machen (23.6%). In den anderen Ländern bewegt sich der Anteil dieser Jugendlichen zwischen lediglich 3.3 (Indien) und 9.3 Prozent (Österreich). In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei finden einige Befragte, dass ihre Mutter ihre Kinder nicht gut erzogen oder die Beziehung zu ihnen nicht gut gestaltet hat: 14.7 (Deutschland) bis 17.5 Prozent (Österreich). In der Türkei und in Indien wird diese Ansicht seltener vertreten (6.8% respektive 10.0%).

In fast allen der untersuchten Länder meinen etliche Jugendliche, dass ihre Mutter selbstbewusster sein und sich stärker behaupten sollte: 6.9 (Deutschland) bis 12.9 Prozent (Schweden). Dagegen vertrat keiner oder keine der türkischen Befragten diese Meinung. Schwedische, deutsche, österreichische und indische Befragte finden häufig, dass ihre Mutter einen anderen Beruf ergreifen oder karriere-orientierte leben sollte: 13.7 (Deutschland) bis 15.7 Prozent (Schweden). Slowakische und türkische Mädchen und Jungen schließen sich etwas seltener dieser Meinung an (8.4% respektive 7.9%) (sh. Grafik 5.8).



Grafik 5.8: Was Jugendliche anders als ihre Mütter machen wollen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 30.0 Prozent reicht.

5.1.7. Der Vater als Vorbild

Tabelle 5.7 zeigt, wie viele der Befragten angaben, inwiefern sie sich ihren Vater zum Vorbild nehmen beziehungsweise was sie sicher anders als er machen wollen³². Österreichische, deutsche und slowakische Jugendliche aus dem Sample sind ausgesprochen häufig der Meinung, dass die berufliche Laufbahn ihres Vaters vorbildhaft für sie ist (49.0%, 36.8% respektive 30.0%). Türkische, indische und vor allem schwedische Jugendliche vertreten eher selten diese Ansicht (12.2%, 9.2% respektive 2.4%). Der Anteil jener Jugendlichen, die sich die Ausbildung ihres Vaters zum Vorbild nehmen wollen, bewegt sich in allen untersuchten Ländern zwischen 8.2 (Indien) und 18.9 Prozent (Türkei). Türkische und indische Mädchen und Jungen bewundern auch sehr häufig den Ehrgeiz und die Disziplin ihres Vaters (20.0% respektive 18.4%).

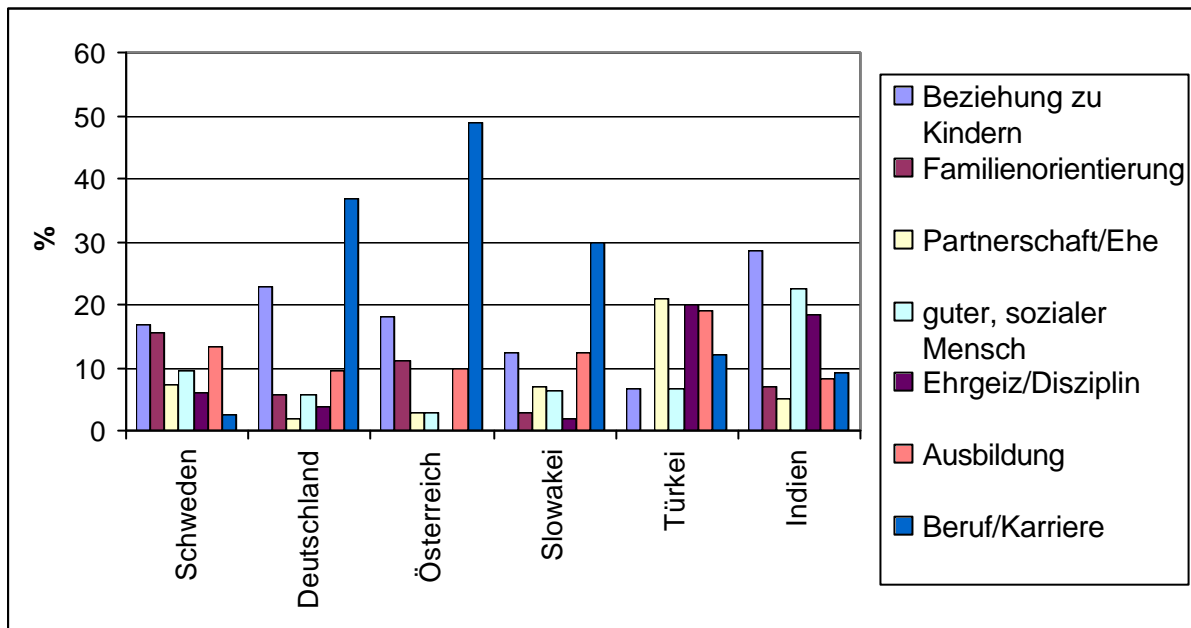
Indische, deutsche, österreichische und schwedische Befragte stimmen am häufigsten darüber ein, dass ihr Vater die Erziehung seiner Kinder gut gemacht und gut für sie gesorgt hat: 16.8 (Schweden) bis 28.6 Prozent (Indien). Schwedische und österreichische Jugendliche meinen außerdem häufig, dass ihr Vater viel für die Familie getan hat und ein guter Familienmensch ist (15.7% respektive 11.0%). Türkische Mädchen und Jungen halten besonders oft die Art und Weise, in der ihr Vater seine Partnerschaft gestaltet beziehungsweise seine Ehe lebt, für vorbildhaft (21.1%). Indische Jugendliche dagegen wollen sich häufig seine freundliche, nette,

³² Danach wurde in einer offenen Frage gefragt.

ehrliche und hilfsbereite Art mit Mitmenschen umzugehen beziehungsweise sein soziales Engagement zum Vorbild nehmen (22.4%) (sh. Grafik 5.9).

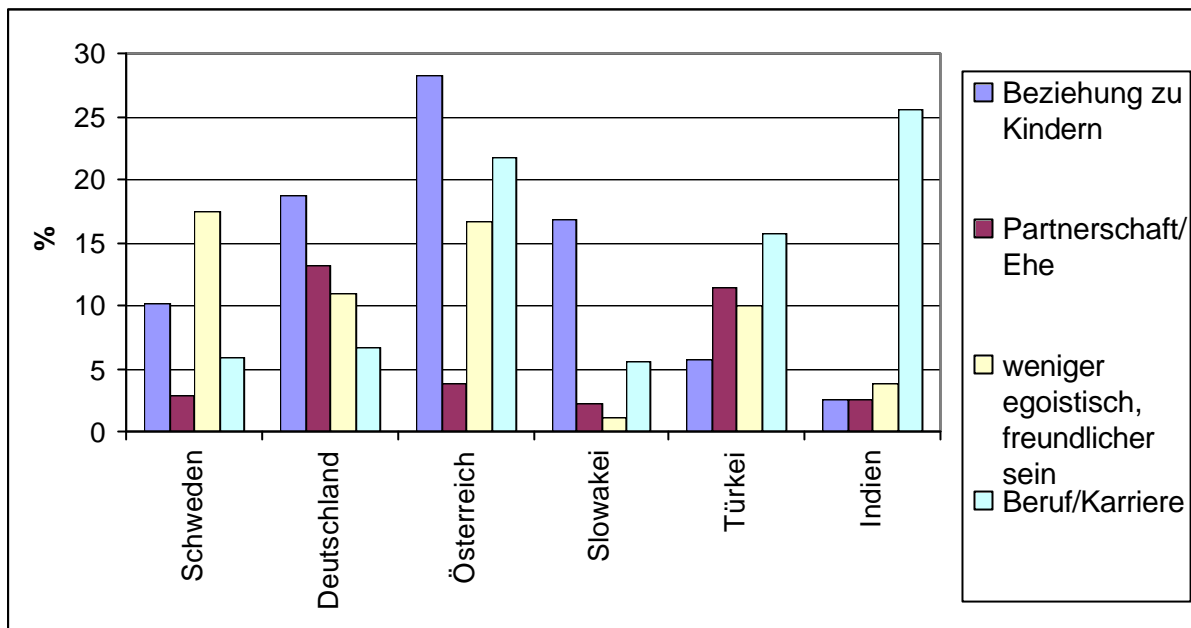
	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
ähnlich wie Vater	55.3	66.3	62.5	70.6	56.3	61.3
anders als Vater	46.0	56.9	48.8	55.6	43.8	48.8

Tabelle 5.7: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, was sie in ihrem Leben ähnlich wie ihre Väter beziehungsweise anders als ihre Väter machen wollen (Prozentwerte).



Grafik 5.9: Inwiefern Jugendliche ihre Väter als Vorbild betrachten (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 60.0 Prozent reicht.

Bei den Dingen, die die befragten Jugendlichen anders oder besser als ihr Vater machen wollen, werden von den 14- bis 17-Jährigen in allen Ländern immer wieder die gleichen genannt. In Österreich, Deutschland, in der Slowakei und in Schweden gibt es viele Mädchen und Jungen, die meinen, ihr Vater habe in der Erziehung seiner Kinder einiges falsch gemacht oder ihnen nicht genug Aufmerksamkeit geschenkt: 10.1 (Schweden) bis 28.2 Prozent (Österreich). Indische, österreichische und türkische Jugendliche würden häufig ihr Berufsleben anders als ihr Vater gestalten (25.6%, 21.8% respektive 15.7%). Schwedische und österreichische, aber auch deutsche und türkische Mädchen und Jungen finden häufig, dass ihr Vater zu egoistisch, verschlossen und rücksichtslos im Umgang mit anderen ist (17.4%, 16.7%, 11.0% respektive 10.0%). Deutsche und türkische Jugendliche würden auch häufig ihre Partnerschaften beziehungsweise ihr Eheleben anders als ihr Vater gestalten (13.2% respektive 11.4%) (sh. Grafik 5.10).



Grafik 5.10: Was Jugendliche anders als ihre Väter machen wollen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 30.0 Prozent reicht.

5.2. Die Geschwister als Vorbilder

Tabelle 5.8 zeigt, dass nur wenige der befragten SchülerInnen mitteilten, in welchen Bereichen ihre Geschwister Vorbilder für sie sind beziehungsweise in welchen Bereichen das Gegenteil der Fall ist³³. Dabei überwiegen in Schweden und in der Türkei jene Jugendlichen, die in ihren Geschwistern zumindest teilweise Vorbilder sehen, in Deutschland und in der Slowakei jene, die manches anders als ihre Brüder und Schwestern machen würden und in Österreich und Indien halten sie sich die Waage.

In allen untersuchten Ländern bezeichnen die meisten Befragten ihre Geschwister zumindest in mancher Hinsicht als Vorbild ohne nähere Begründungen anzugeben: 36.0 (Österreich) bis 61.1 Prozent (Slowakei). Deutsche Jugendliche wollen sehr häufig einen ähnlichen Ausbildungsweg wie ihre Geschwister gehen (36.4%). In den anderen Ländern trifft das auf 11.6 (Schweden) bis 16.7 Prozent der Jugendlichen zu (Slowakei). Türkische und auch deutsche Jugendliche stellen sich oft ihren beruflichen Werdegang so wie jenen ihrer Geschwister vor (17.5% respektive 6.1%). Türkische Jugendliche wollen auch häufig so ehrgeizig und verantwortungsvoll wie ihre Brüder und Schwestern sein (12.5%).

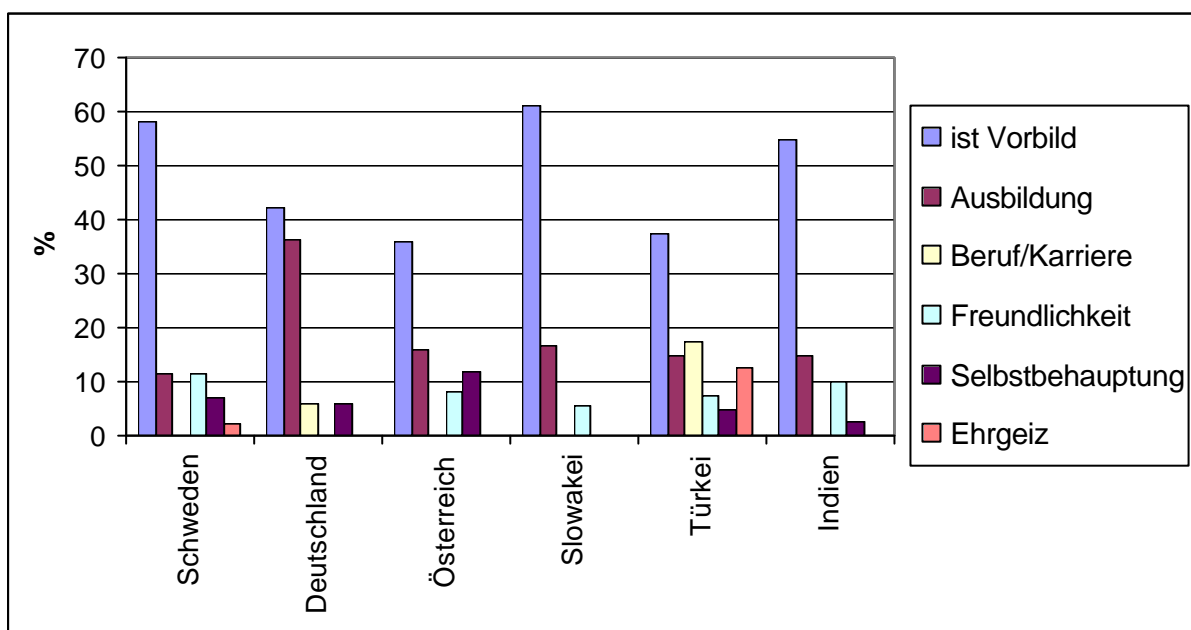
Mit Ausnahme der deutschen Jugendlichen wollen zwischen 5.6 (Slowakei) und 11.6 Prozent (Schweden) der 14- bis 17-Jährigen Befragten so freundlich, hilfsbereit und gute FreundInnen wie ihre Geschwister sein. Einige österreichische, aber auch

³³ Dies sollten die Befragten in eigenen Worten angeben.

schwedische, deutsche, türkische und indische Jugendliche aus der Stichprobe wollen sich das Selbstbewusstsein, die Unabhängigkeit und das Durchsetzungsvermögen ihrer Geschwister zum Vorbild nehmen: 2.5 (Indien) bis 12.0 Prozent (Österreich) (Grafik 5.11).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
ähnlich wie Geschwister	28.7	20.6	15.6	11.3	25.0	25.0
anders als Geschwister	21.3	35.0	16.3	36.3	9.4	26.3

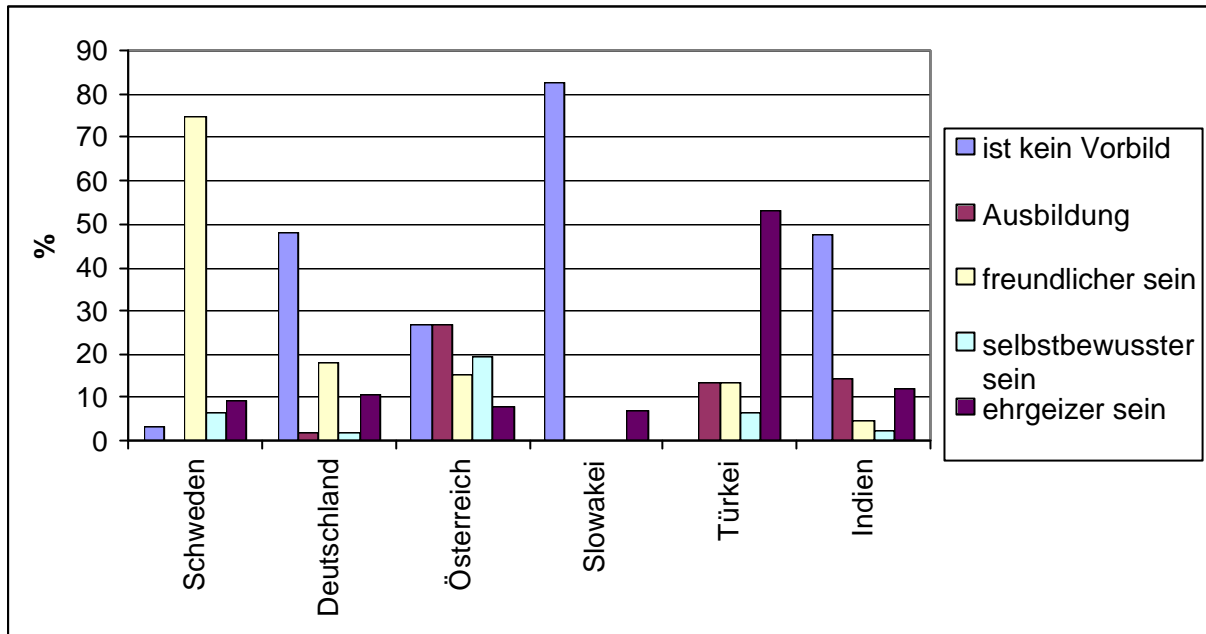
Tabelle 5.8: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, was sie in ihrem Leben ähnlich wie ihre Geschwister beziehungsweise anders als ihre Geschwister machen wollen (Prozentwerte).



Grafik 5.11: Inwiefern Jugendliche ihre Geschwister als Vorbilder betrachten (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 70.0 Prozent reicht.

Slowakische, deutsche und indische Jugendliche gaben mit Abstand am häufigsten an, dass sie ihre Geschwister nicht als Vorbilder sehen – meist weil diese jünger als sie selbst sind – ohne mitzuteilen, was genau sie anders als ihre Brüder und Schwestern machen würden (82.8%, 48.2% respektive 47.6%). 75.0 Prozent der schwedischen 14- bis 17-Jährigen möchten freundlicher, hilfsbereiter, rücksichtsvoller sowie weniger dominant und egoistisch als ihre Geschwister sein. In der Türkei, in Österreich und Deutschland möchten das 13.3 bis 17.9 Prozent der Befragten. In allen untersuchten Ländern gibt es Jugendliche, die ehrgeiziger und verantwortungsvoller als ihre Geschwister sein wollen, aber in der Türkei trifft das auf ausgesprochen viele 14- bis 17-Jährige zu (53.3%). Österreichische Jugendliche wollen häufig selbstbewusster als ihre Brüder und Schwestern sein (19.2%). Sie

wollen im internationalen Vergleich auch am häufigsten einen anderen Ausbildungsweg als ihre Geschwister gehen (26.9%). In der Türkei und in Indien tun das immerhin 13.3 beziehungsweise 14.3 Prozent der befragten Jugendlichen (sh. Grafik 5.12).



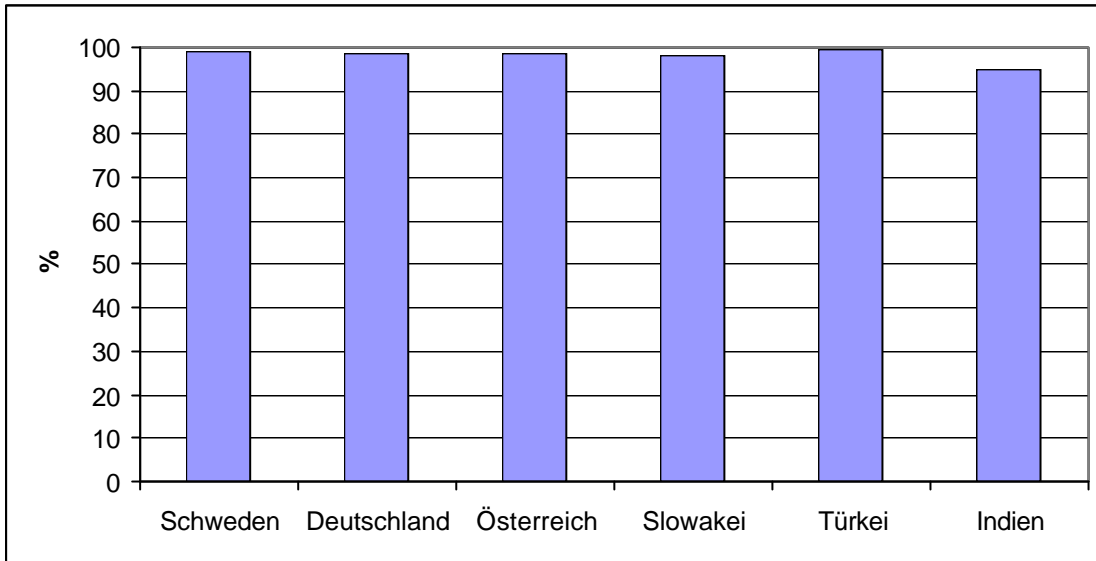
Grafik 5.12: Was Jugendliche anders als ihre Geschwister machen wollen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 90.0 Prozent reicht.

5.3. Der Freundeskreis

Im Folgenden wird veranschaulicht, welche Rolle FreundInnen im Leben der befragten Jugendlichen spielen. Besonderes Augenmerk wird wiederum darauf gelegt, ob Mädchen ihrem Freundeskreis einen anderen Platz in ihrem Leben zuweisen als Jungen.

5.3.1. Bedeutung

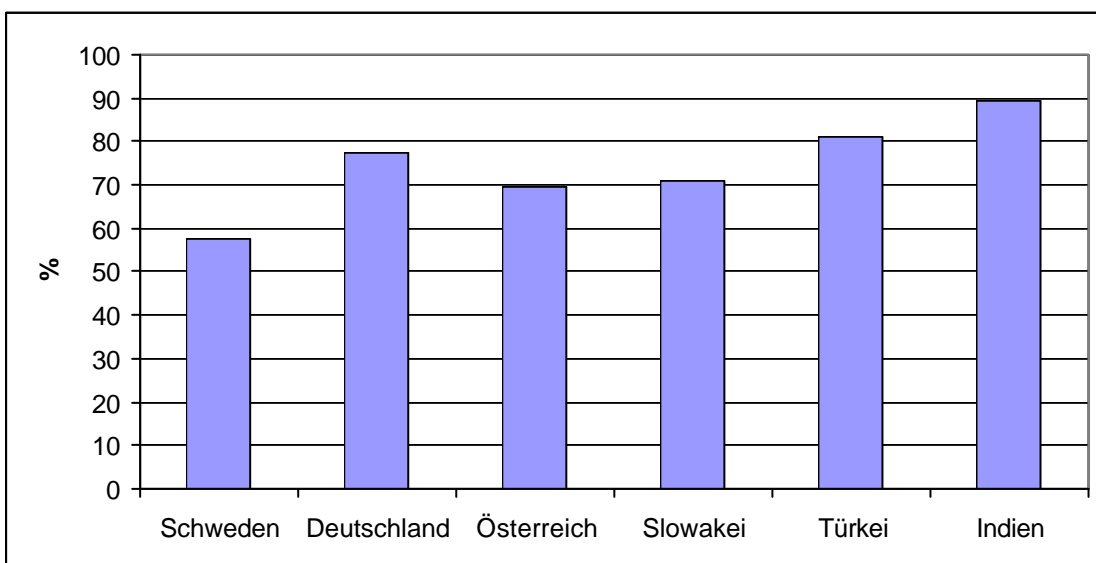
In allen Ländern sind Freunde und Freundinnen den 14- bis 17-Jährigen aus dem Sample ausgesprochen wichtig. Kaum jemand von ihnen würde von sich sagen, dass sie für ihn keine große Bedeutung haben (sh. Grafik 5.13). Das gilt für Jugendliche beiderlei Geschlechts gleichermaßen.



Grafik 5.13: Anteil jener Jugendlichen, für die FreundInnen wichtig bis sehr wichtig sind (Prozentwerte).

5.3.2. Bedeutung bei Entscheidungen

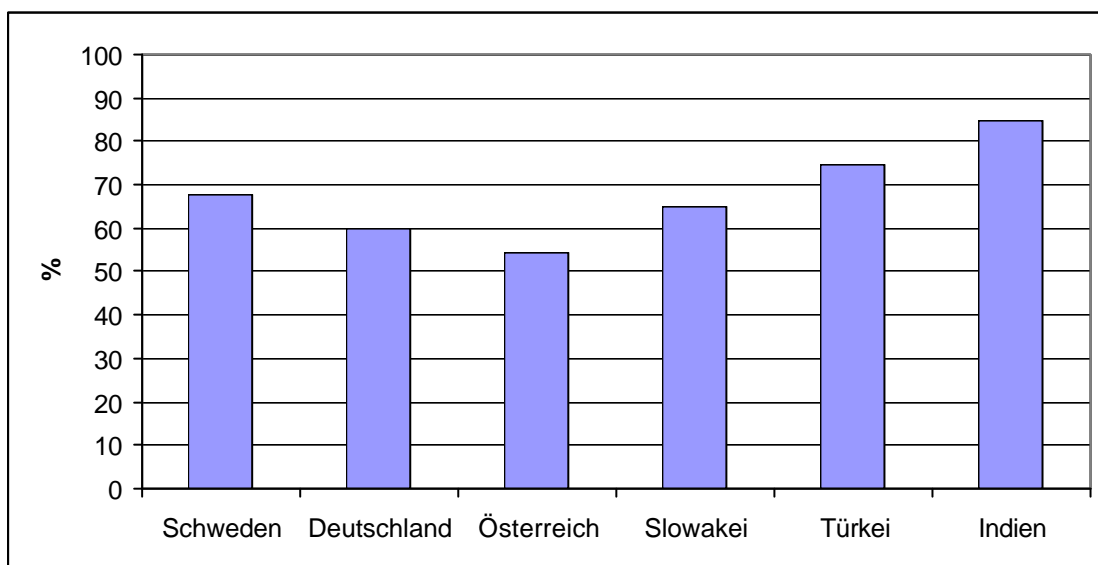
In den meisten untersuchten Ländern messen 69.5 (Österreich) bis 81.0 Prozent der Jugendlichen (Türkei) der Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Entscheidungen große bis sehr große Bedeutung bei. In Schweden tun das etwas weniger (57.7%), in Indien etwas mehr 14- bis 17-Jährige (89.5%)(sh. Grafik 5.14). In Österreich, in der Slowakei und in der Türkei schreiben Mädchen der Meinung ihrer FreundInnen in diesem Zusammenhang deutlich mehr Bedeutung zu als Jungen. In Schweden und in Indien sind es etwas mehr Jungen, in Deutschland lässt sich diesbezüglich keine Differenz zwischen den Geschlechtern feststellen.



Grafik 5.14: Anteil jener Jugendlichen, für die die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Entscheidungen wichtig bis sehr wichtig ist (Prozentwerte).

5.3.3. Bedeutung bei Leistungen

Die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Leistungen spielt für die meisten Jugendlichen eine geringere Rolle als im Zusammenhang mit ihren Entscheidungen. Meist sind es 59.9 (Deutschland) bis 74.7 Prozent der Jugendlichen (Türkei), die der Meinung ihrer FreundInnen bezüglich ihrer Leistungen große bis sehr große Bedeutung zuschreiben. In Österreich tun das etwas weniger (54.2%), in Indien dagegen etwas mehr Jugendliche (84.8%) (sh. Grafik 5.15). In den meisten untersuchten Ländern unterscheiden sich Mädchen und Jungen in dieser Hinsicht nicht. Allein in der Slowakei und noch deutlicher in der Türkei behaupten Mädchen häufiger als Jungen, dass ihnen die Meinung ihrer FreundInnen bezüglich ihrer Leistungen wichtig bis sehr wichtig ist.

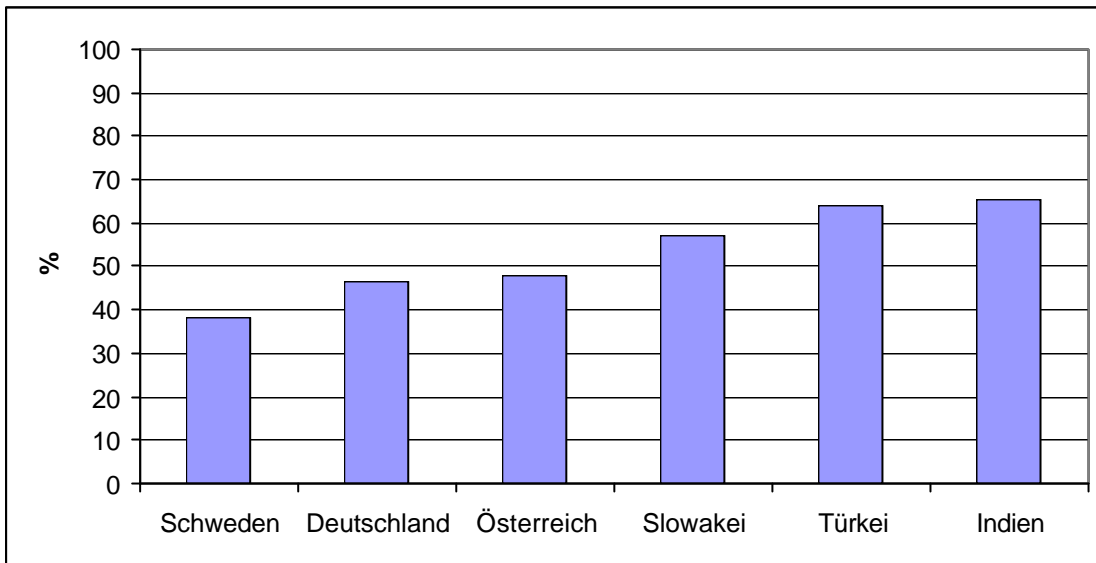


Grafik 5.15: Anteil jener Jugendlichen, für die die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Leistungen wichtig bis sehr wichtig ist (Prozentwerte).

5.3.4. Bedeutung beim Aussehen

Lediglich 76.3 Prozent der indischen Jugendlichen gaben bekannt, welche Bedeutung sie der Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihr Aussehen beimessen. Während lediglich 38.3 Prozent der schwedischen, 46.5 Prozent der deutschen und 48.1 Prozent der österreichischen Jugendlichen großen Wert auf die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihr Aussehen legen, tun das immerhin 57.1 Prozent der slowakischen, 63.9 Prozent der türkischen und 65.6 Prozent der indischen Jugendlichen aus der Stichprobe (sh. Grafik 5.16).

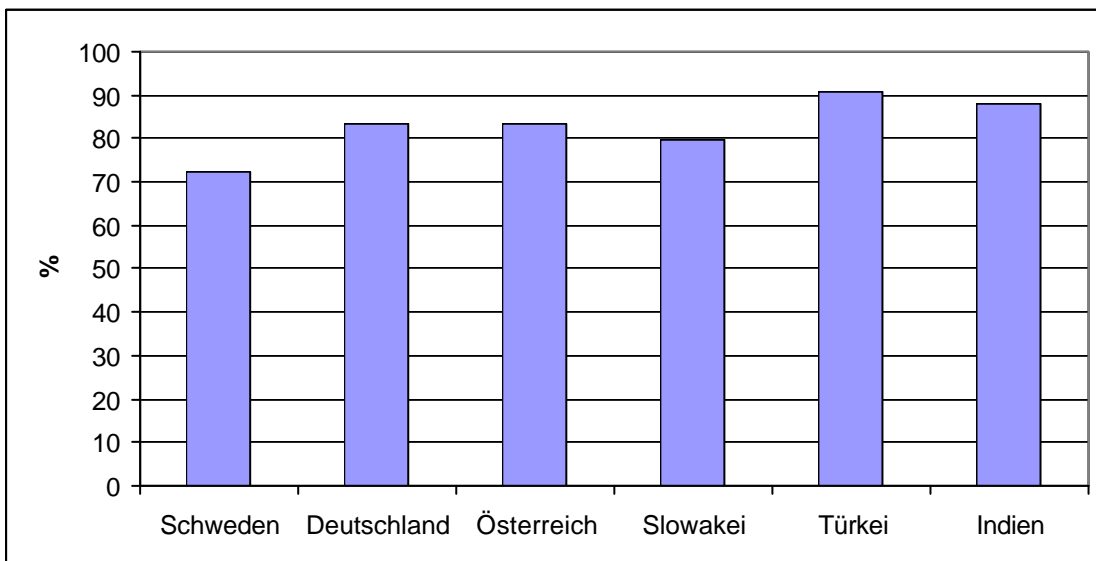
Während in Schweden, in der Slowakei und in Indien mehr Jungen als Mädchen die Meinung ihrer FreundInnen bezüglich ihres Aussehens als wichtig bis sehr wichtig erachten, ist in Deutschland und in Österreich das Gegenteil der Fall. Türkische Mädchen und Jungen unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht.



Grafik 5.16: Anteil jener Jugendlichen, für die die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihr Aussehen wichtig bis sehr wichtig ist (Prozentwerte).

5.3.5. Bedeutung bei der Persönlichkeit

Was ihre FreundInnen über ihre Persönlichkeit denken, hat für die meisten Jugendlichen wiederum mehr Gewicht. Der Anteil jener 14- bis 17-Jährigen aus dem Sample, für die die Meinung ihrer FreundInnen in diesem Zusammenhang wichtig bis sehr wichtig ist, bewegt sich zwischen 72.3 (Schweden) und 91.0 Prozent (Türkei) (Grafik 5.17). In allen untersuchten Ländern außer in Indien, wo es umgekehrt ist, schreiben Mädchen der Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Persönlichkeit mehr Bedeutung zu als Jungen.



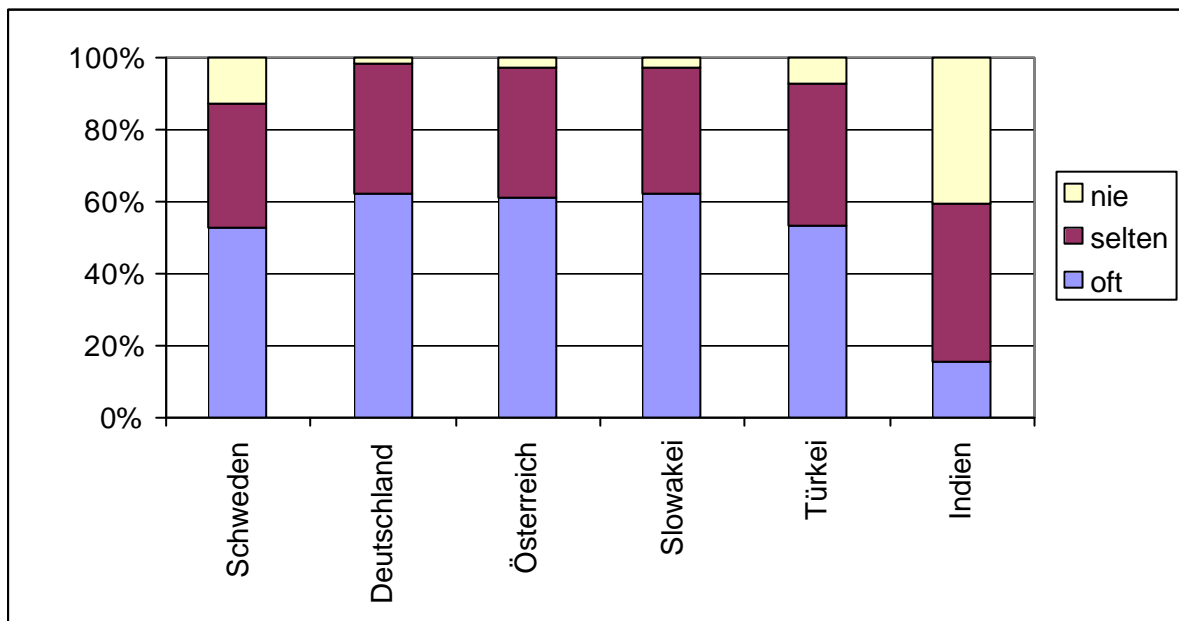
Grafik 5.17: Anteil jener Jugendlichen, für die die Meinung ihrer FreundInnen in Bezug auf ihre Persönlichkeit wichtig bis sehr wichtig ist (Prozentwerte).

5.4. Behandlung von Sexualität im sozialen Umfeld

An dieser Stelle geht es darum, darzustellen, mit wem die befragten 14- bis 17-Jährigen über Sexualität sprechen. Der Einfluss des Genders darf an dieser Stelle keinesfalls außer Acht gelassen werden.

5.4.1. Im Freundeskreis

Während in den meisten untersuchten Ländern der Großteil der 14- bis 17-Jährigen oft mit FreundInnen über Sexualität spricht, tut das nur etwa jeder und jede siebente indische Jugendliche. Der Anteil jener, die eher selten mit ihren FreundInnen Sexualität thematisieren, ist in allen Ländern etwa gleich groß: 34.5 (Schweden) bis 43.9 Prozent (Indien). In den meisten Ländern sprechen bis zu 13.1 Prozent der Jugendlichen (Schweden) nie im Freundeskreis über dieses Thema. In Indien sind es dagegen 40.9 Prozent (sh. Grafik 5.18). Schwedische, österreichische, slowakische, türkische und indische Jungen sprechen mit ihren FreundInnen häufiger über Sexualität als das ihre weiblichen Landsleute tun. In Deutschland ist diesbezüglich keine Geschlechterdifferenz festzustellen.



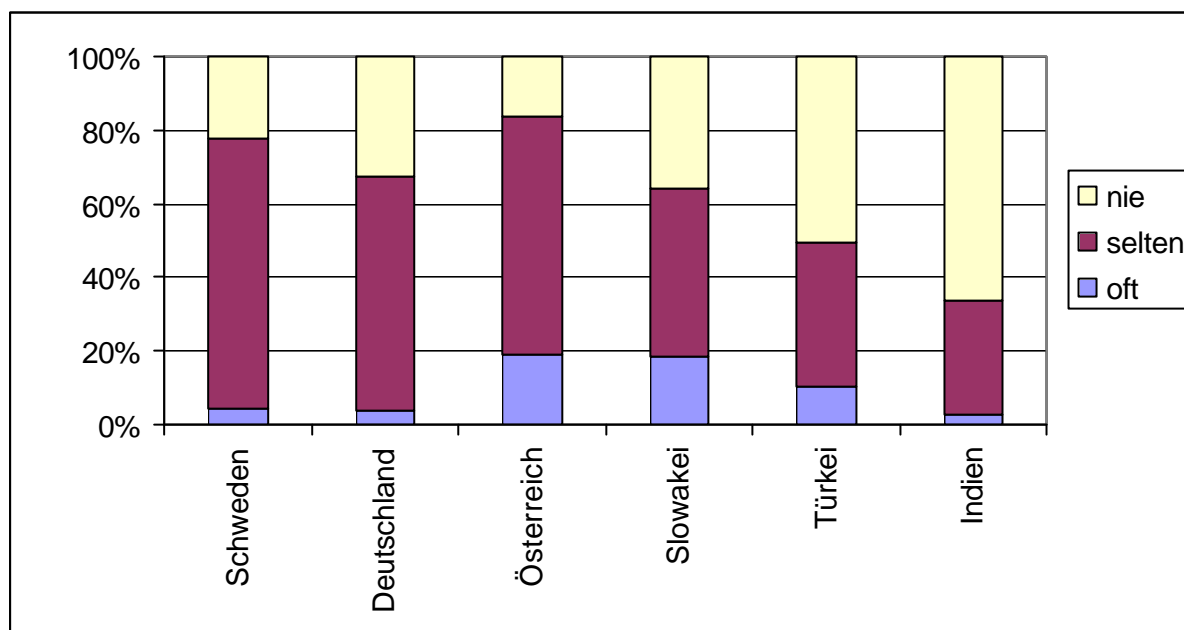
Grafik 5.18: Die Häufigkeit der Thematisierung von Sexualität im Freundeskreis (Prozentwerte).

5.4.2. Im Unterricht

Schwedische, deutsche, österreichische und auch noch slowakische Jugendliche berichten mehrheitlich, dass Sexualität nur selten im Unterricht angesprochen wird. In der Türkei und in Indien wird sie in der Schule meist gar nicht behandelt. Der Anteil der 14- bis 17-Jährigen, die es oft erleben, dass im Unterricht über Sexualität gesprochen wird, liegt meist zwischen 2.9 (Indien) und 10.5 Prozent (Türkei). In

Österreich und in der Slowakei sind es zumindest 18.6 beziehungsweise 18.8 Prozent der Jugendlichen (sh. Grafik 5.19).

Schwedische, österreichische und slowakische Mädchen meinen häufiger als Jungen, dass im Schulunterricht zumindest hin und wieder über Sexualität gesprochen wird, während mehr Jungen als Mädchen behaupten, dass das nie passiert. In der Türkei dagegen haben männliche Jugendliche häufiger als Mädchen den Eindruck, dass Sexualität im Unterricht besprochen wird. Deutsche und indische Mädchen und Jungen unterscheiden sich in dieser Hinsicht nicht.



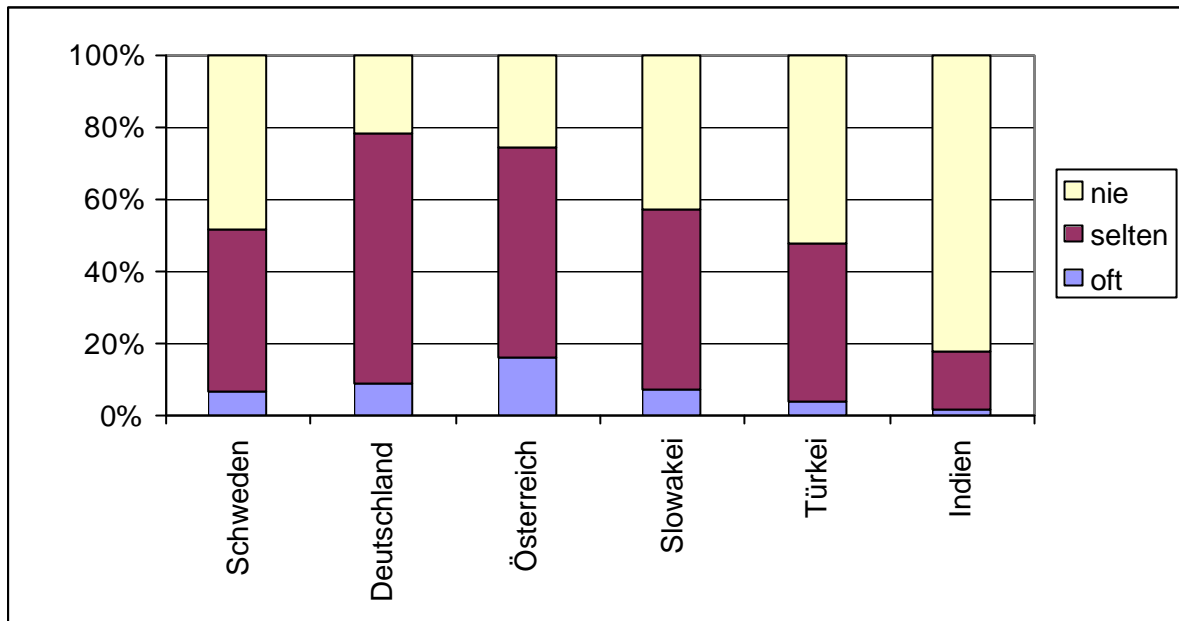
Grafik 5.19: Die Häufigkeit der Thematisierung von Sexualität im Schulunterricht (Prozentwerte).

5.4.3. Zu Hause

Im internationalen Vergleich sprechen die befragten deutschen und österreichischen 14- bis 17-Jährigen am häufigsten mit ihren Eltern über Sexualität. Hier gaben die meisten der Befragten nämlich an, das zumindest hin und wieder zu tun. In den anderen Ländern spricht die Mehrheit der Jugendlichen nie mit ihren Eltern über Sexualität. Das trifft in besonderer Weise auf Indien zu. Der Anteil jener, die Sexualität mit ihren Eltern oft thematisieren ist allgemein sehr niedrig. Er bewegt sich zwischen 1.5 (Indien) und 15.7 Prozent (Österreich) (sh. Grafik 5.20).

Deutsche Mädchen meinen häufiger als Jungen, dass zumindest hin und wieder bei ihnen zu Hause über Sexualität gesprochen wird, und österreichische Mädchen meinen häufiger als Jungen, dass das sogar oft passiert. In Schweden und in der Türkei dagegen sprechen Jungen häufiger mit ihren Eltern über Sexualität.

Slowakische und indische Mädchen und Jungen beschreiben die Situation im Elternhaus in diesem Zusammenhang sehr ähnlich.

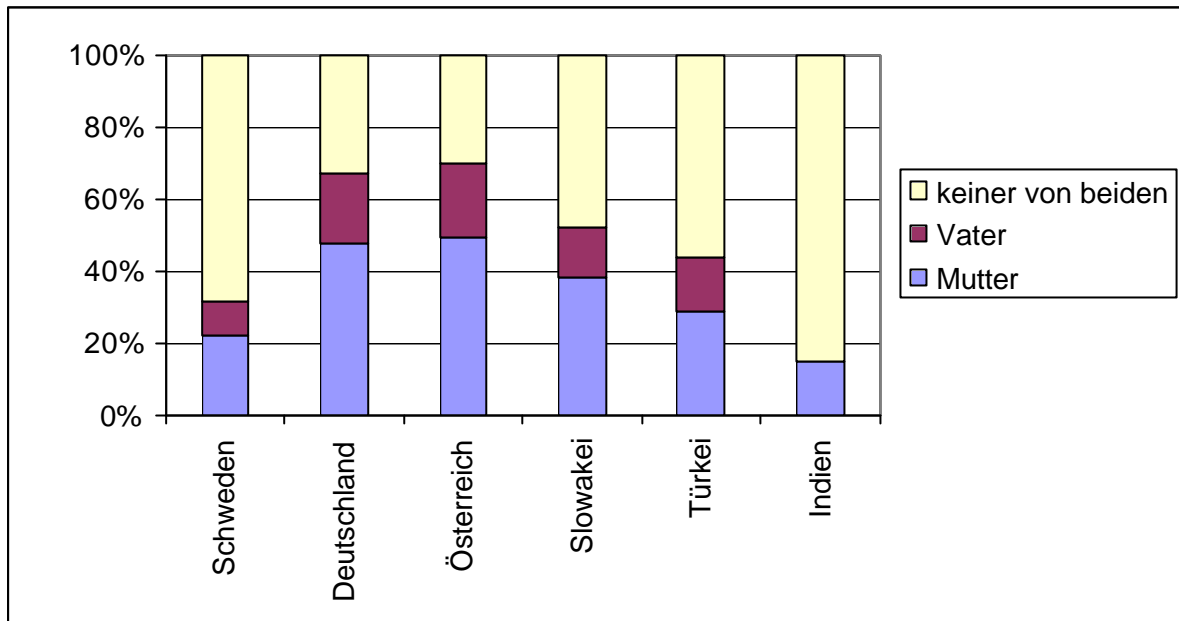


Grafik 5.20: Die Häufigkeit der Thematisierung von Sexualität im Elternhaus (Prozentwerte).

5.4.4. Gespräch mit Eltern

In allen untersuchten Ländern sprechen Mütter deutlich häufiger als Väter das Thema Sexualität an. Gleichzeitig berichten aber schwedische, slowakische, türkische und indische Jugendliche mehrheitlich, dass niemand ihrer Eltern von sich aus dieses Thema anspricht (sh. Grafik 5.21).

Schweden ist das einzige der untersuchten Länder, in dem Mädchen und Jungen Vater und Mutter gleich häufig als jenen Elternteil, der eher von sich aus auf das Thema Sexualität zu sprechen kommt, nannten. In den anderen Ländern sprechen Mädchen deutlich häufiger als Jungen mit ihrer Mutter über Sexualität. In Deutschland, in der Slowakei und in der Türkei thematisieren Jungen Sexualität dagegen häufiger mit ihrem Vater. Dennoch gaben in allen Ländern mit Ausnahme der Slowakei, wo sich Mädchen und Jungen diesbezüglich nicht unterscheiden, männliche Jugendliche häufiger als weibliche an, dass niemand ihrer Eltern Sexualität anspricht.



Grafik 5.21: Der Elternteil, der eher über Sexualität spricht (Prozentwerte).

6. Jugendliche über sich selbst

In diesem ausführlichen Kapitel erzählen Jugendliche von sich selbst. Es wird dargestellt, wie sie sich selbst sehen, was in ihren Augen ihre Stärken und Schwächen sind, was ihnen Angst macht, was ihnen wichtig ist und welche Träume und Wünsche sie haben.

6.1. Selbstbeschreibung

6.1.1. Aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten

Gewisse Eigenschaften werden in allen untersuchten Ländern von fast allen Jugendlichen zur Beschreibung ihrer Persönlichkeit herangezogen³⁴. Dazu zählen Kompromissbereitschaft, Modernität, Selbständigkeit und – mit Einschränkungen – Toleranz. Indische Jugendliche meinen außerdem noch sehr häufig, energisch zu sein.

Indische Jugendliche bezeichnen sich deutlich häufiger als andere als machthungrig, slowakische und türkische als rebellisch. Slowakische und indische Jugendliche beschreiben sich im internationalen Vergleich am häufigsten als sorglos. Besonders sticht hervor, um wie viel häufiger als andere indische Jugendliche sich als religiös bezeichnen. Türkische 14- bis 17-Jährige meinen von sich seltener als andere, eifersüchtig oder ängstlich zu sein. Für österreichische Jugendliche gilt das

³⁴ Die Jugendlichen wurden gebeten, bei vorgegebenen Eigenschaften jeweils anzugeben, wie gut diese ihrer Meinung nach ihre Persönlichkeit beschreiben. Die Eigenschaften waren „idealistisch“, „kompromissbereit“, „modern“, „egoistisch“, „tolerant“, „selbständig“, „optimistisch“, „machthungrig“, „rebellisch“, „konservativ“, „materialistisch“, „eifersüchtig“, „abenteuerlustig“, „sorglos“, „energisch“, „ängstlich“, „religiös“, „zuversichtlich“ und „selbstsicher“.

in Bezug auf die Eigenschaft „energisch“. Schwedische Jugendliche wählten im internationalen Vergleich am seltensten „zuversichtlich“, um sich zu beschreiben (sh. Tabelle 6.1).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
idealistisch	75.6	64.2	66.2	65.8	86.9	78.1
kompromissbereit	91.7	93.3	91.7	89.7	91.9	83.7
modern	90.6	87.8	89.0	91.8	95.4	89.4
egoistisch	20.3	25.3	29.8	32.7	17.5	12.6
tolerant	84.4	92.1	85.3	94.3	87.1	73.0
selbständig	93.7	91.7	92.5	84.7	95.3	92.7
optimistisch	83.9	83.9	78.8	82.3	91.4	86.6
machthungrig	22.5	13.2	23.1	32.1	32.4	50.3
rebellisch	28.2	30.9	39.0	52.2	54.2	37.5
konservativ	34.5	20.1	19.9	34.0	48.1	51.0
materialistisch	35.8	44.4	46.2	41.6	29.8	18.8
eifersüchtig	83.7	86.6	87.5	81.0	50.0	85.3
abenteuerlustig	83.7	86.6	87.5	81.0	79.1	85.3
sorglos	33.6	27.2	38.1	55.6	38.1	65.5
energisch	83.5	71.9	57.0	82.9	87.1	90.6
ängstlich	30.3	25.8	24.1	32.3	15.4	29.1
religiös	30.7	21.6	24.0	26.8	29.5	70.2
zuversichtlich	55.3	91.5	81.4	72.7	87.8	86.2
selbstsicher	86.9	86.9	82.4	73.5	89.3	85.3

Tabelle 6.1: Das Selbstbild der Jugendlichen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen markieren jene drei Eigenschaften, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten genannt wurden.

6.1.2. In eigenen Worten

Zwischen 62.5 und 91.9 Prozent der Befragten waren bereit, sich selbst in wenigen Worten zu beschreiben³⁵ (sh. Tabelle 6.2). In allen untersuchten Ländern halten sich viele Jugendliche für humorvoll, lustig und fröhlich. In Schweden erheblich häufiger, in Indien etwas seltener. Österreichische, slowakische, deutsche und schwedische Jugendliche beschreiben sich auch recht häufig als nett und freundlich, deutsche und indische Mädchen und Jungen außerdem als hilfsbereit und fürsorglich. Schwedische, slowakische und türkische 14- bis 17-Jährige meinen häufig liebenswürdig und sympathisch zu sein. Als tolerant, offen und verständnisvoll sehen sich viele deutsche, österreichische und indische Jugendliche.

³⁵ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

Viele indische, aber auch österreichische Jugendliche schreiben sich Selbstbewusstsein, Mut und Durchsetzungskraft zu. Allerdings meinen auch viele Befragte aus der österreichischen Stichprobe schüchtern, ängstlich oder nervös zu sein. Optimismus und Zuversicht gehören vor allem zum Selbstbild türkischer und slowakischer Jugendlichen, Attraktivität zum Selbstbild türkischer, soziale Kompetenzen zum Selbstbild schwedischer und Rationalität sowie Logik zum Selbstbild indischer Mädchen und Jungen. Indische Jugendliche meinen aber auch im internationalen Vergleich sehr häufig einfach und normal sowie ehrgeizig und zielstrebig zu sein. Indische, deutsche und österreichische Jugendliche behaupten häufig von sich ehrlich, zuverlässig und treu zu sein. Deutsche 14- bis 17-Jährige beschreiben sich oft als spontan und abenteuerlustig, türkische Jugendliche als gut erzogen und anständig (sh. Tabelle 6.3).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
89.3	89.4	91.9	81.9	62.5	70.0

Tabelle 6.2: Anteil der Jugendlichen, die sich selbst in wenigen Worten beschrieben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
humorvoll	52.2	23.8	30.6	22.1	15.0	10.7
nett, freundlich	14.9	16.1	31.3	19.8	4.0	0.0
hilfsbereit, fürsorglich	2.2	18.2	8.8	9.2	6.0	30.4
offen, tolerant	3.7	17.5	17.0	2.3	3.0	12.5
liebenswert	23.1	0.0	0.0	18.3	13.0	0.0
selbstbewusst, mutig	5.2	7.7	10.2	2.3	7.0	17.0
schüchtern, ängstlich	2.2	9.1	10.9	3.8	3.0	0.0
attraktiv	1.5	3.5	4.1	0.8	15.0	5.4
spontan, abenteuerlustig	5.2	14.0	4.8	0.0	0.0	0.0
optimistisch	0.7	0.7	0.0	9.2	13.0	5.4
einfach, normal	0.0	1.4	2.0	3.9	1.0	14.3
zuverlässig, ehrlich	3.0	7.7	8.2	0.0	0.0	13.4
ehrgeizig, zielstrebig	1.5	0.0	2.7	3.8	5.0	8.0
sozial kompetent	11.9	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0
rational, logisch	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.4
gut erzogen, anständig	0.0	1.4	0.0	0.8	9.0	2.7

Tabelle 6.3: Wie Jugendliche sich selbst in eigenen Worten beschreiben (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene Eigenschaften hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten zur Selbstbeschreibung gewählt wurden.

6.1.3. Stärken

68.1 bis 88.1 Prozent der Befragten teilten mit, welche Eigenschaften sie zu ihren persönlichen Stärken zählen³⁶ (Tabelle 6.4). Schwedische, deutsche, österreichische und slowakische Befragte zählen Humor deutlich häufiger als türkische und indische Mädchen und Jungen zu ihren Stärken. Österreichische, deutsche und slowakische Jugendliche halten sich sehr häufig für hilfsbereit und fürsorglich. Österreichische, slowakische, schwedische und indische Jugendliche auch häufig für nett und freundlich. Offenheit und Toleranz gehören häufig zu den Vorzügen deutscher und slowakischer Jugendlicher aus der Stichprobe, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit und Treue dagegen zu den Vorzügen deutscher und türkischer Mädchen und Jungen.

Während sich viele slowakische 14- bis 17-Jährige für optimistisch und zuversichtlich halten, schätzen sich viele österreichische Jugendliche als geduldig und ausgeglichen ein. In allen Ländern mit Ausnahme der Slowakei zählen Jugendliche häufig Selbstbewusstsein, Mut und Durchsetzungsvermögen zu ihren Stärken. Schwedische Jugendliche halten sich außerdem häufig für unabhängig und selbständig, österreichische und türkische Jugendliche für sozial kompetent und redegewandt und deutsche, slowakische und indische Jugendliche für sportlich. Vor allem türkische und indische, aber auch deutsche und slowakische 14- bis 17-Jährige zählen Ehrgeiz und Zielstrebigkeit häufig zu ihren positiven Eigenschaften. In allen untersuchten Ländern halten sich viele Mädchen und Jungen für intelligent, besonders viele aber in der Slowakei. Indische Jugendliche zählen auch ausgesprochen häufig ihren familiären Rückhalt und ihre guten Freundschaften zu ihren persönlichen Stärken (sh. Tabelle 6.5).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
81.3	88.1	79.4	71.3	68.1	78.8

Tabelle 6.4: Anteil der Jugendlichen, die ihre persönlichen Stärken in eigenen Worten beschrieben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
humorvoll	36.1	23.4	22.8	24.6	7.3	8.7
hilfsbereit, fürsorglich	7.4	20.6	37.8	14.0	5.5	0.0
nett, freundlich	18.9	11.3	25.2	19.3	6.4	15.9
offen, tolerant	15.6	31.9	0.0	30.7	7.3	11.9
zuverlässig, ehrlich	12.3	27.7	19.7	5.3	11.9	17.5
optimistisch	0.8	0.7	8.7	14.9	5.5	11.9
geduldig, ausgeglichen	0.8	5.7	17.3	3.5	10.1	4.8

³⁶ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage gebeten, mindestens drei persönliche Stärken zu nennen.

selbstbewusst, mutig	18.9	24.8	24.4	7.0	12.8	23.8
unabhängig, selbständig	13.9	1.4	3.1	6.1	0.9	4.0
ehrgeizig, zielstrebig	9.8	17.0	3.9	14.9	41.3	27.0
sozial kompetent	0.8	2.8	11.0	0.0	10.1	7.1
intelligent	12.3	18.4	20.5	30.7	11.9	23.8
sportlich	1.6	24.1	3.9	15.8	11.0	13.5
familiärer Rückhalt	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	34.1
gute FreundInnen	0.8	0.0	0.0	3.5	7.3	13.5

Tabelle 6.5: Persönliche Stärken, die Jugendliche an sich selbst sehen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene Eigenschaften hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten als persönliche Stärken erwähnt wurden.

6.1.4. Schwächen

65.6 bis 85.6 Prozent der befragten SchülerInnen teilten mit, welche Eigenschaften sie zu ihren persönlichen Schwächen zählen³⁷ (sh. Tabelle 6.6). In allen untersuchten Ländern sind Ängstlichkeit und Schüchternheit unter den drei häufigst genannten Schwächen. Viele österreichische, deutsche und indische Befragte beschreiben sich als reizbar und launisch, viele slowakische, deutsche, schwedische und indische Mädchen und Jungen als faul. Türkische und schwedische Jugendliche meinen häufig, dass sie zu sensibel und empfindlich sind. Österreichische Jugendliche halten sich nicht nur häufig für ungezogen, rebellisch und vorlaut, sondern auch für aggressiv und gemein. Sturheit und Eigensinn werden von zahlreichen deutschen und österreichischen Jugendlichen, Egoismus von vielen slowakischen und österreichischen Jugendlichen zu ihren persönlichen Schwächen gerechnet.

Während sich viele indische 14- bis 17-Jährige für dumm und für schlechte SchülerInnen halten, meinen viele türkische Jugendliche, sie seien zu hilfsbereit und fürsorglich. Türkische, indische und slowakische Jugendliche beschreiben sich auch häufig als naiv, unüberlegt, kindlich oder verspielt. Schwedische Mädchen und Jungen finden häufig, dass sie zu angepasst, abhängig und beeinflussbar sind, indische Jugendliche dagegen, dass sie zu Hektik, Chaos und Verwirrung neigen. Deutsche und österreichische Jugendliche bedauern häufig, dass sie unzuverlässig, vergesslich, unehrlich oder untreu sind (sh. Tabelle 6.7).

³⁷ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage gebeten, mindestens drei persönliche Schwächen zu nennen.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
66.7	85.6	78.8	67.5	65.6	72.5

Tabelle 6.6: Anteil der Jugendlichen, die ihre persönlichen Schwächen in eigenen Worten beschrieben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
ängstlich, schüchtern	34.0	24.1	34.9	18.5	21.9	38.8
reizbar, launisch	11.0	24.1	42.1	6.5	10.5	12.9
faul	13.0	19.7	11.9	33.3	3.8	12.9
sensibel, empfindlich	19.0	5.1	0.0	7.4	25.7	9.5
stur, eigensinnig	5.0	14.6	11.9	8.3	6.7	8.6
egoistisch	0.0	7.3	10.3	13.9	3.8	0.0
ungezogen, rebellisch	1.0	0.7	13.5	0.9	1.0	0.0
aggressiv, gemein	3.0	2.9	14.3	0.9	1.0	5.2
naiv, unüberlegt	7.0	8.0	2.4	10.2	16.2	12.1
dumm	1.0	6.6	8.7	0.9	1.0	12.9
zu hilfsbereit	6.0	0.7	4.8	1.9	17.1	1.7
angepasst, beeinflussbar	13.0	2.9	0.0	6.5	3.8	1.7
hektisch, chaotisch	3.0	2.2	7.1	0.9	1.0	13.8
unzuverlässig, vergesslich	1.0	13.9	13.5	0.9	2.9	2.6

Tabelle 6.7: Persönliche Schwächen, die Jugendliche an sich selbst sehen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene Eigenschaften hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten als persönliche Schwächen erwähnt wurden.

6.2. Ängste und Sorgen

6.2.1. Aktuelle Sorgen

Zwischen 73.8 und 93.1 Prozent der befragten Mädchen und Jungen teilten mit, worüber sie sich zurzeit Sorgen machen³⁸ (sh. Tabelle 6.8). In Schweden, in der Slowakei, Türkei und in Indien macht sich die überwiegende Mehrheit der Jugendlichen Gedanken über ihre Ausbildung beziehungsweise die Schule: 58.5 (Schweden und Slowakei) bis 70.8 Prozent (Türkei). In Deutschland und Österreich sind deutlich weniger Jugendliche davon betroffen (16.1% respektive 3.1%). Hier haben 14- bis 17-Jährige meist allgemeiner Versagensängste (24.8% respektive 34.6%), wohingegen in den anderen Ländern Jugendliche nur ausgesprochen selten von solchen berichten. Deutsche, österreichische und slowakische machen sich recht

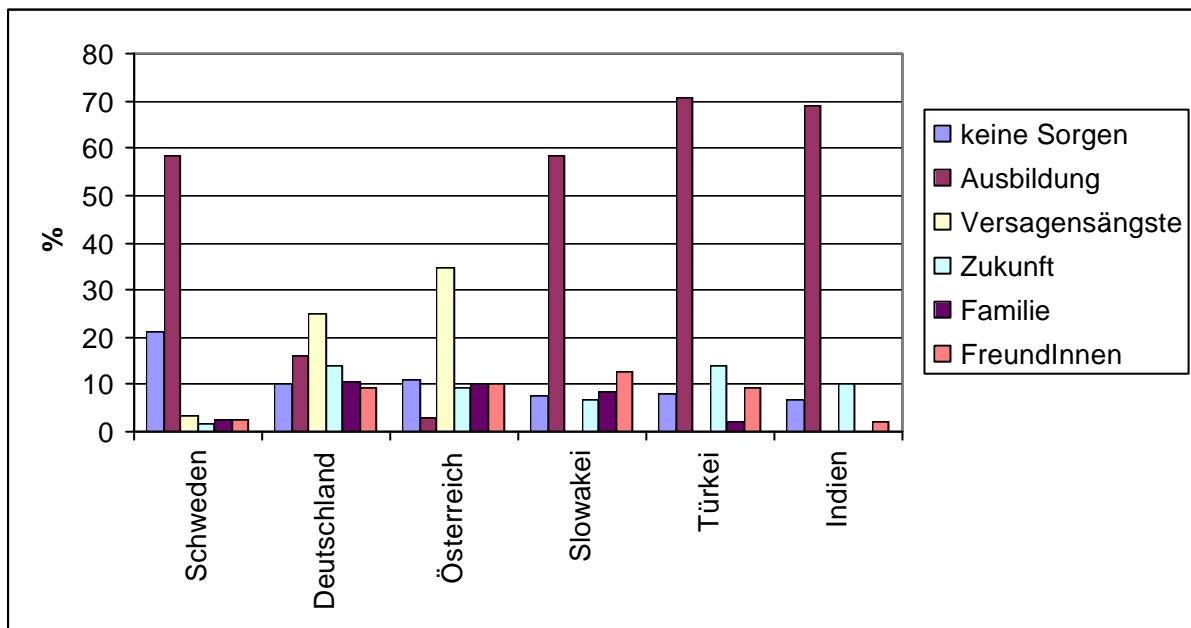
³⁸ In einer offenen Frage sollten die Jugendlichen angeben, worüber sie sich zur Zeit Sorgen machen.

häufig Sorgen um ihre Familie beziehungsweise um ihre FreundInnen (10.7%, 10.0% respektive 8.5% beziehungsweise 9.4%, 10.0% respektive 12.7%). In den übrigen Ländern ist das deutlich seltener der Fall.

Während in Schweden nur 1.7 Prozent der Mädchen und Jungen aus dem Sample sich Sorgen um ihre Zukunft machen, tun das in den anderen Ländern zwischen 6.8 (Slowakei) und 14.1 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). Der Anteil jener Jugendlichen, die meinen, keine Sorgen zu haben, ist in Schweden mit 21.2 Prozent recht hoch. In den anderen Ländern bewegt er sich zwischen 6.6 (Indien) und 10.8 Prozent (Österreich) (sh. Grafik 6.1).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
78.7	93.1	81.3	73.8	85.6	85.0

Tabelle 6.8: Anteil der Jugendlichen, die Auskunft über ihre aktuellen Sorgen gaben (Prozentwerte).



Grafik 6.1: Was Jugendlichen zur Zeit Sorgen bereitet (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenskala lediglich bis 80.0 Prozent reicht.

6.2.2. Zukunftsängste

69.4 bis 91.3 Prozent der Befragten gaben Auskunft darüber, was ihnen Angst bereitet, wenn sie an ihre Zukunft denken³⁹ (sh. Tabelle 6.9). Es sticht ins Auge, dass 53.9 Prozent der schwedischen Mädchen und Jungen meinen, keine Ängste zu haben. In den übrigen Ländern gab das nur bis zu 18.4 Prozent der Befragten an (Österreich). Ebenso ist schwer zu übersehen, dass sich sehr viele deutsche

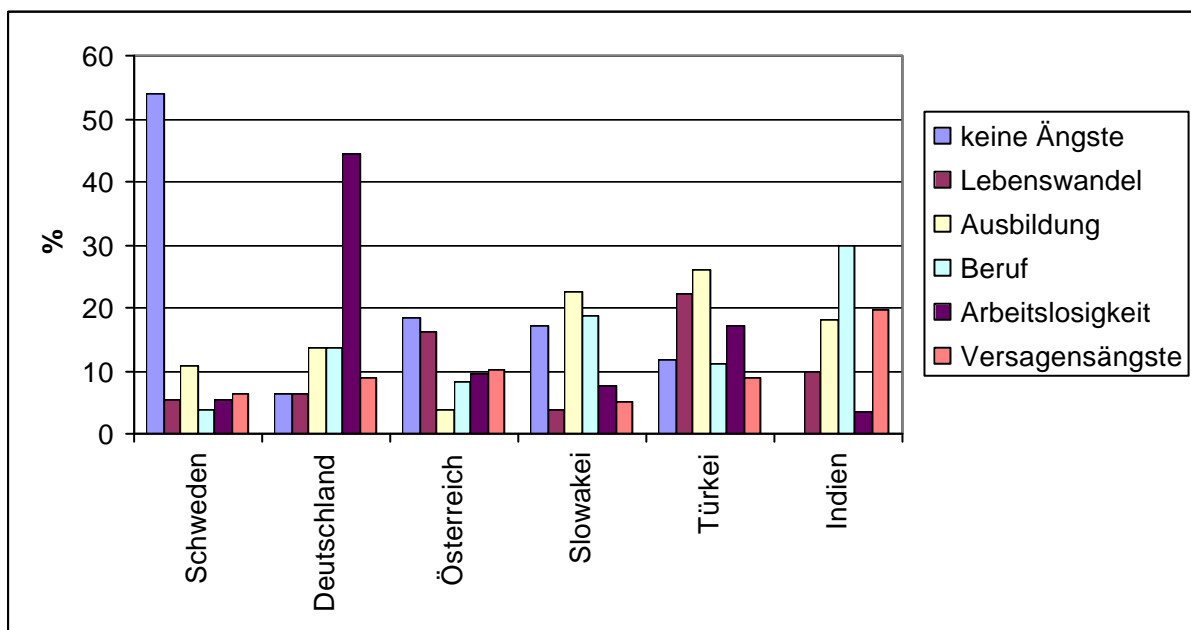
³⁹ Auch hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

Befragte davor fürchten, keine Arbeit zu finden (44.5%). Sonst bewegt sich der Anteil der Jugendlichen, auf die das zutrifft, zwischen 3.6 (Indien) und 17.0 Prozent (Türkei). Indische und auch slowakische Jugendliche machen sich häufig Sorgen um ihren Beruf beziehungsweise ihre Karriere (29.7% respektive 18.7%). Schwedische Jugendliche tun das ausgesprochen selten (3.9%).

Türkische und slowakische Mädchen und Jungen haben recht häufig Ängste rund um die Schule oder Ausbildung (25.9% respektive 22.4%), österreichische 14- bis 17-Jährige besonders selten (3.7%). Türkische und österreichische Jugendliche machen sich im internationalen Vergleich besonders häufig Sorgen um ihren Lebenswandel, darüber, wie sie sich entwickeln werden oder darum, dass sie zu unentschlossen sind, um zu wissen, was sie sich von ihrem Leben erwarten (22.2% respektive 16.2%). Indische Jugendliche haben rund doppelt so häufig wie andere Versagensängste (19.8%) (sh. Grafik 6.2).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
80.0	91.3	85.0	83.8	84.4	69.4

Tabelle 6.9: Anteil der Jugendlichen, die mitteilten, was ihnen Angst bereitet, wenn sie an ihre Zukunft denken (Prozentwerte).



Grafik 6.2: Was Jugendlichen Angst macht, wenn sie an ihre Zukunft denken (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 60.0 Prozent reicht.

6.3. Was ihnen wichtig ist

6.3.1. Wichtige Werte

Den befragten 14- bis 17-Jährigen in den untersuchten Ländern sind meist sehr unterschiedliche Dinge besonders wichtig⁴⁰. Größere Übereinstimmungen gibt es allerdings bei Freundschaft, Vertrauen, Ehrlichkeit, Treue und Familie, welche in allen Ländern von den meisten befragten Jugendlichen als besonders wichtig erachtet werden. Das gilt mit Einschränkung auch für Liebe und Humor, welche aber von türkischen und indischen Jugendlichen deutlich seltener als von anderen genannt wurden. Türkische Jugendliche legen auch weniger Wert als andere auf Erfolg, indische auf Musik. Dinge, die für türkische und indische Jugendliche mehr Bedeutung als für andere haben, sind Prestige, Macht, Ehre und Religion. Indische Jugendliche schreiben außerdem Intelligenz, Geld und Ruhm große Bedeutung zu. Für schwedische und österreichische Jugendliche dagegen hat Intelligenz im internationalen Vergleich deutlich weniger Bedeutung.

Schwedische Jugendliche zählen überdurchschnittlich oft Ruhm zu den wichtigsten Dingen. Gleichzeitig haben Unabhängigkeit und Standhaftigkeit weniger Bedeutung für sie als für andere. Offenheit ist besonders deutschen und österreichischen Jugendlichen wichtig. Während die türkischen Jugendlichen aus der Stichprobe besonders viel Wert auf Schönheit legen, gilt für die deutschen Jugendlichen eher das Gegenteil (sh. Tabelle 6.10).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Liebe	90.6	90.6	90.5	89.8	69.6	68.1
Treue	84.4	90.6	84.2	86.0	84.5	92.5
Partnerschaft	68.2	81.1	77.2	82.2	68.0	80.0
Vertrauen	91.9	97.5	91.7	89.2	90.4	90.6
Unabhängigkeit	59.4	84.8	88.6	79.1	83.8	81.9
Respekt	93.3	89.4	90.5	77.8	84.6	93.1
Humor	87.2	88.8	91.8	83.5	70.5	63.8
Offenheit	75.7	88.1	86.1	75.0	–	67.5
Ehrlichkeit	92.6	95.0	90.4	86.7	90.3	91.3
Prestige	43.0	38.1	47.1	49.7	58.8	84.4
Macht	22.8	20.6	29.3	39.9	64.5	67.5
Schönheit	55.9	46.9	55.8	51.3	66.4	55.6

⁴⁰ Die Jugendlichen wurden gebeten, aus einer Liste von Dingen all jene auszuwählen, die ihnen wichtig sind. Diese Liste enthält die Begriffe „Liebe“, „Treue“, „Partnerschaft“, „Vertrauen“, „Unabhängigkeit“, „Respekt“, „Humor“, „Offenheit“, „Ehrlichkeit“, „Prestige“, „Macht“, „Schönheit“, „Intelligenz“, „Geld“, „Ruhm“, „Ehre“, „Standhaftigkeit“, „Erfolg“, „Anerkennung“, „Freundschaft“, „Familie“, „Religion“ und „Musik“.

Intelligenz	73.8	80.6	75.8	89.9	87.0	94.4
Geld	62.2	55.0	48.4	63.1	60.1	76.3
Ruhm	50.3	23.6	28.0	37.0	26.3	70.0
Ehre	44.4	46.9	38.6	68.8	82.7	84.4
Standhaftigkeit	43.5	78.6	68.6	65.1	85.8	70.6
Erfolg	75.0	81.3	74.5	84.7	44.2	90.0
Anerkennung	75.2	81.8	69.4	71.1	91.0	76.9
Freundschaft	97.3	98.1	94.9	96.2	83.3	91.3
Familie	93.2	88.8	90.5	90.4	84.1	91.3
Religion	24.5	17.1	24.1	23.4	60.3	56.9
Musik	76.4	68.8	74.7	61.4	64.3	55.0

Tabelle 6.10: Was Jugendlichen besonders wichtig ist (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene Dinge hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten zu den wichtigsten Dingen gezählt werden. (-) bedeutet, dass es für diesen Fall keine Daten gibt.

6.3.2. Das Wichtigste momentan

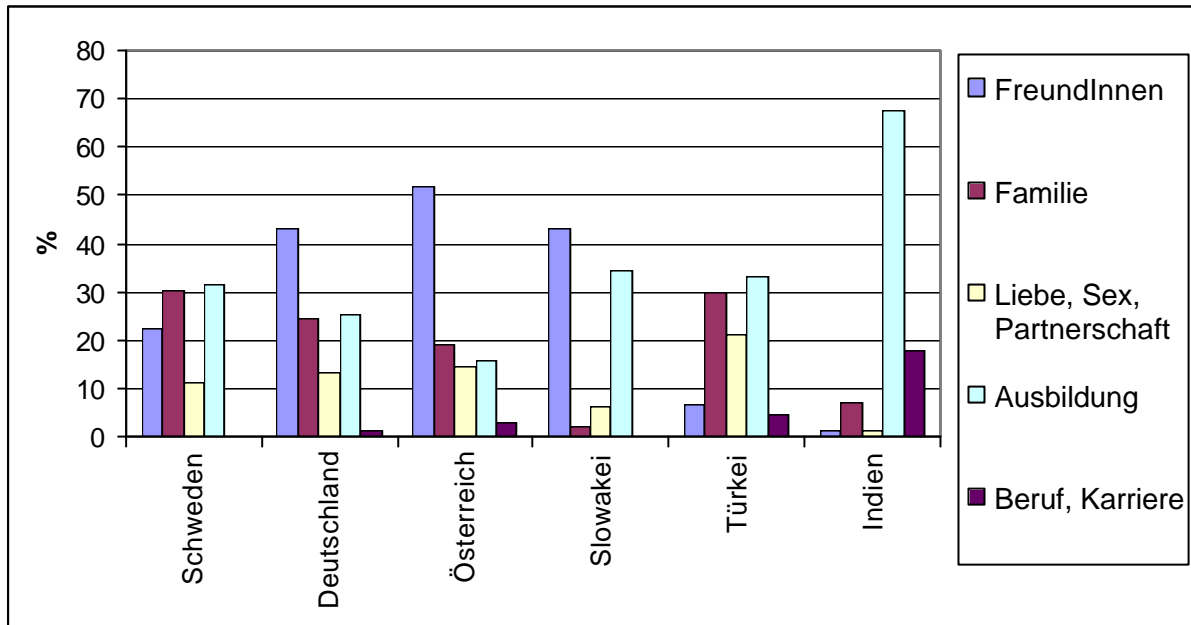
Viele der Befragten kamen der Bitte nach, in eigenen Worten jene Dinge anzuführen, die ihnen im Moment das Wichtigste im Leben sind⁴¹ (sh. Tabelle 6.11). Für die meisten befragten deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen sind das ihre FreundInnen (43.0%, 51.9% respektive 43.0%). In etwas abgeschwächter Form gilt das auch für schwedische 14- bis 17-Jährige (22.3%). Schwedischen und türkischen, aber auch deutschen und österreichischen Mädchen und Jungen liegt die Familie häufig besonders am Herzen: 19.3 (Österreich) bis 30.2 Prozent (Schweden). In Schweden, Deutschland und Österreich dreht sich das Leben vieler Jugendlichen in erster Linie um Liebe, Sex und Partnerschaft (11.5%, 13.3% respektive 14.8%). In der Türkei ist das deutlich häufiger noch der Fall (21.4%), in der Slowakei und in Indien dagegen deutlich seltener (6.3% respektive 1.4%).

In den meisten untersuchten Ländern bewegt sich der Anteil jener Jugendlichen, für die zurzeit ihre Ausbildung das Wichtigste im Leben ist, zwischen 25.2 (Deutschland) und 34.4 Prozent (Slowakei). In Indien ist dieser Anteil erheblich größer (67.7%), in Österreich etwas geringer (15.6%). Nirgends haben Beruf und Karriere bereits im Jugendalter soviel Bedeutung wie in Indien (18.0%) (sh. Grafik 6.3).

⁴¹ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage gebeten, anzugeben, was im Moment das Wichtigste in ihrem Leben ist.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
92.7	84.4	84.4	80.0	90.6	86.9

Tabelle 6.11: Anteil jener Jugendlichen, die in eigenen Worten anführten, was ihnen zur Zeit besonders am Herzen liegt (Prozentwerte).



Grafik 6.3: Was den Jugendlichen zur Zeit am wichtigsten in ihrem Leben ist (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 80.0 Prozent reicht.

6.3.3. Die Traditionen der Jugendlichen

Zwischen 53.1 und 81.3 Prozent der Jugendlichen teilten mit, welche Traditionen ihnen persönlich am Herzen liegen⁴² (sh. Tabelle 6.12). Slowakische Befragte gaben auffallend oft an, überhaupt keine Traditionen wichtig zu finden (81.6%). In den übrigen Ländern trifft das auf lediglich 19.7 (Schweden) bis 29.4 Prozent der Jugendlichen zu (Österreich). Schwedische Jugendliche andererseits legen sehr viel Wert darauf, Weihnachten beziehungsweise Ostern feierlich zu begehen (77.0%). Auch für deutsche und österreichische Jugendliche sind das die wichtigsten Traditionen (36.6% respektive 31.8%). Für slowakische Jugendliche gilt das jedoch weniger (16.1%). Religiöse Traditionen wie beispielsweise Beten oder der Besuch der Messe werden vor allem von österreichischen, türkischen und indischen Jugendlichen hochgehalten (17.6%, 17.4% respektive 16.9%).

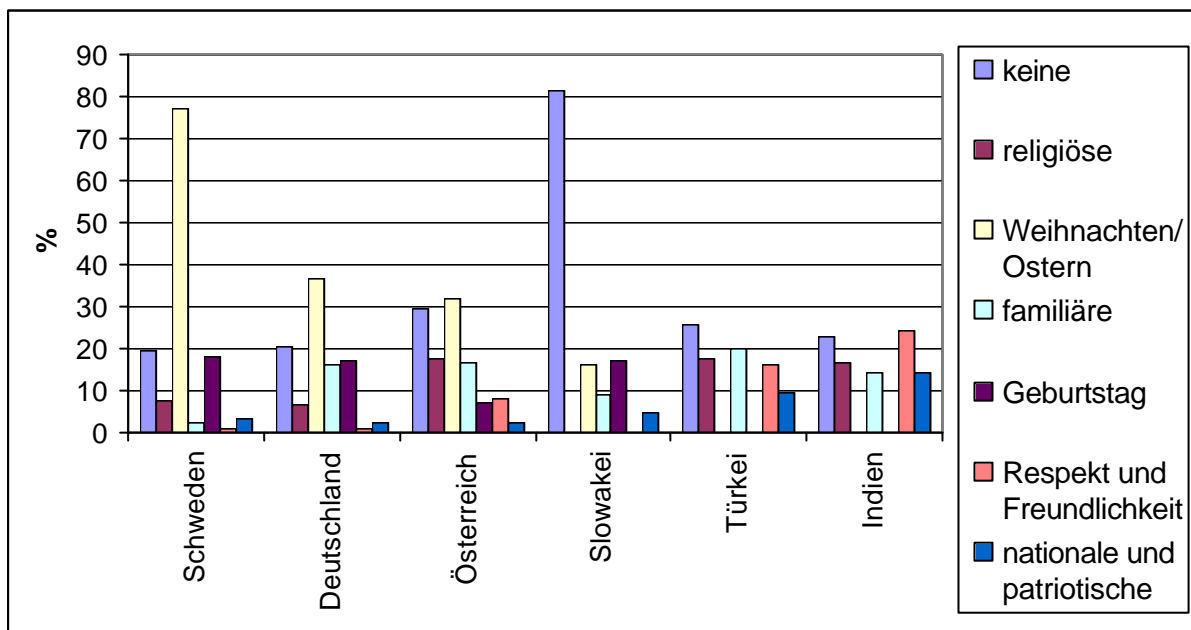
Familiäre Traditionen oder gemeinsame Mahlzeiten in der Familie sind besonders in Deutschland, Österreich, in der Türkei und in Indien beliebt: 14.5 (Indien) bis 19.8 Prozent der Jugendlichen (Türkei). Auf den Geburtstag wollen viele deutsche und

⁴² Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

slowakische Mädchen und Jungen nicht verzichten (jeweils 17.2%). Türkischen und vor allem indischen Jugendlichen liegen Werte wie Respekt, Loyalität, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft besonders am Herzen (16.3% respektive 24.1%). Sie halten außerdem auch gerne an nationalen und patriotischen Traditionen fest (9.3% respektive 14.5%) (sh. Grafik 6.4).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
81.3	58.1	53.1	54.4	53.8	55.3

Tabelle 6.12: Anteil jener Jugendlichen, die mitteilten, welche Traditionen ihnen persönlich wichtig sind (Prozentwerte).



Grafik 6.4: Traditionen, die den Jugendlichen wichtig sind (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 90.0 Prozent reicht.

6.3.4. Lebensmotto

68.8 bis 84.4 Prozent der befragten SchülerInnen nannten ihr Lebensmotto⁴³ (sh. Tabelle 6.13). Die Mottos der meisten schwedischen, deutschen, österreichischen und slowakischen Befragten fordern dazu auf, das Leben zu nützen und Träume zu leben. Jugendliche in der Türkei und in Indien haben kaum solche Lebensmottos. In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme der Slowakei ist das Motto vieler 14- bis 17-Jähriger, Spaß zu haben, glücklich zu sein und das Leben zu genießen. Viele deutsche und slowakische Jugendliche haben Lebensmottos, die aufheitern sollen. Die Mottos vieler österreichischer Jugendlichen besagen, dass man die negativen Seiten des Lebens nicht zu schwer nehmen und sich nicht aufregen soll. Viele

⁴³ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage nach ihrem Lebensmotto gefragt.

Lebensmottos schwedischer 14- bis 17-Jähriger sollen das Selbstvertrauen stärken und viele indische Jugendliche haben Mottos, die zu einem freundlichen und respektvollen Umgang mit Mitmenschen ermahnen.

Viele Mottos der türkischen Jugendlichen geben einen Hinweis darauf, wie viel ihnen Liebe, Sex und Partnerschaft bedeuten. Während die Lebensmottos vieler indischer Mädchen und Jungen hervorheben, dass man hart arbeiten muss, um erfolgreich zu sein, fordern die Mottos zahlreicher türkischer Jugendliche einfach nur zum Erfolg auf. Der Anteil jener Jugendlichen, die angaben, kein Motto zu haben, liegt in der Slowakei mit 16.4 Prozent deutlich über dem internationalen Durchschnitt (sh. Tabelle 6.14).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
79.3	80.0	68.8	80.0	70.6	84.4

Tabelle 6.13: Anteil der Jugendlichen, die ihr Lebensmotto angaben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Nütze das Leben!	37.0	37.5	23.6	21.1	0.0	3.0
Habe Spaß und genieße das Leben!	10.9	14.1	19.1	8.6	25.7	15.6
Sei optimistisch und guter Laune!	2.5	16.4	11.8	10.2	3.5	2.2
Sei gelassen und genügsam!	5.9	3.7	14.5	6.3	0.0	4.4
Habe Vertrauen in Dich selbst!	13.4	7.8	3.6	4.7	3.5	3.7
Sei nett zu Deinen Mitmenschen!	8.4	3.1	6.4	7.0	4.4	16.3
Liebe, Sex und Partnerschaft!	0.0	0.0	0.0	0.8	16.8	0.0
Für Erfolg muss man hart arbeiten!	3.4	0.8	5.5	7.8	5.3	23.7
Auf den Erfolg!	0.0	3.9	0.9	2.4	13.3	0.0
kein Lebensmotto	8.4	4.7	8.2	16.4	1.8	0.0

Tabelle 6.14: Die Lebensmottos der Jugendlichen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen kennzeichnen jene drei Mottos, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten genannt wurden.

6.4. Träume und Wünsche

6.4.1. Freizeitwünsche

Zwischen 66.3 und 81.9 Prozent der Befragten gaben Auskunft über ihre Freizeitwünsche⁴⁴ (Tabelle 6.15). In allen untersuchten Ländern möchten sehr viele 14- bis 17-Jährige später viel reisen oder sich länger im Ausland aufhalten. Deutsche, österreichische, slowakische und türkische Jugendliche wollen sich auch häufig sportlich betätigen. Sieht man von Deutschland ab, möchten überall viele Befragte ihren Hobbys wie Musizieren, Malen oder Lesen nachgehen. Während deutsche Jugendliche häufig ausgiebig Zeit mit ihrer Familie verbringen wollen, möchten viele schwedische und türkische Jugendliche ihren PartnerInnen ausreichend Zeit widmen. In Indien wollen viele Jugendliche sich in ihrer Freizeit in sozialen Belangen engagieren (sh. Tabelle 6.16).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
70.0	81.9	66.3	70.0	74.4	75.6

Tabelle 6.15: Anteil jener Jugendlichen, die ihre Freizeitwünsche mitteilten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Reisen, Auslandsaufenthalte	34.3	32.8	17.9	37.5	52.1	21.5
Sport	1.0	20.6	26.4	15.2	10.9	6.6
glücklicher Freundeskreis/Zeit mit FreundInnen	1.0	13.0	8.5	8.0	0.8	3.3
glückliche Familie/Zeit mit Familie	1.9	4.6	10.4	6.3	1.7	8.3
glückliche Partnerschaft/Zeit mit PartnerIn	8.6	3.8	5.7	5.4	10.1	0.0
soziales Engagement	1.9	2.3	0.0	0.9	0.8	9.9
Hobbys nachgehen	2.9	9.9	11.3	9.8	13.4	17.4
ein Auto, Motorrad, Boot besitzen	1.0	11.5	5.7	8.9	6.7	1.7

Tabelle 6.16: Die Freizeitwünsche der Jugendlichen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Wünsche hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten geäußert wurden.

⁴⁴ In einer offenen Frage wurden die SchülerInnen danach gefragt, welche Wünsche sie sich in ihrer Freizeit später unbedingt erfüllen wollen.

6.4.2. Ziele

46.7 bis 81.3 Prozent der befragten SchülerInnen führten an, was sie später unbedingt erreichen möchten⁴⁵ (Tabelle 6.17). Mit Ausnahme der Slowakei möchten in allen untersuchten Ländern sehr viele 14- bis 17-Jährige aus dem Sample unbedingt ihren Traumjob ergreifen oder Spaß am Beruf haben. In Deutschland, in der Slowakei und Türkei wollen viele in ihrem Beruf erfolgreich werden. Schwedische, österreichische, slowakische und indische Befragte möchten einmal ausreichend oder sogar viel Geld zur Verfügung haben. Indische Jugendliche streben auch sehr häufig Status und Macht an.

In allen untersuchten Ländern wollen viele Jugendliche eine Familie gründen beziehungsweise viel Zeit mit ihrer Familie verbringen. In besonderem Maße gilt das für slowakische Jugendliche, während indische Mädchen und Jungen dieses Ziel seltener verfolgen. Deutsche, österreichische und türkische Jugendliche wollen sehr häufig ein erfülltes Leben genießen können, Spaß haben und glücklich sein (sh. Tabelle 6.18).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
46.7	68.8	66.9	56.3	81.3	55.6

Tabelle 6.17: Anteil jener Jugendlichen, die ihre Ziele angaben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Traumjob	20.0	20.0	24.3	10.0	23.1	18.0
Erfolg im Beruf	11.4	20.0	7.5	23.3	32.3	13.5
ausreichend Geld/Reichtum	12.9	12.7	15.9	21.1	7.7	19.1
Status, Macht, führende Position	2.9	1.8	1.9	0.0	3.1	27.0
Familie gründen, Zeit mit Familie verbringen	12.9	11.8	15.0	23.3	12.3	7.9
glücklich sein, Spaß haben, erfülltes Leben	5.7	25.5	24.3	15.6	28.5	5.6

Tabelle 6.18: Die Ziele der Jugendlichen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Ziele hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten verfolgt werden.

7. Die Lebensplanung der Jugendlichen

Nachdem im vorangegangenen Kapitel beschrieben wurde, welche Ziele Jugendliche verfolgen wollen, soll nun ein Bild davon vermittelt werden, wie

⁴⁵ Die Jugendlichen sollten in eigenen Worten beschreiben, was sie später unbedingt erreichen wollen.

Jugendliche sich ihr Leben überhaupt vorstellen. Welchen Beruf wollen sie ergreifen, was wollen sie in ihrem Beruf erreichen, wie stellen sie sich ihre Partnerschaften vor, wollen sie heiraten, wünschen sie sich Kinder und wo möchten sie in Zukunft leben?

7.1. Beruf

7.1.1. Wunschberuf

In Schweden, Österreich und in der Türkei gaben jeweils weniger als 90.0 Prozent der Befragten ihren Wunschberuf an⁴⁶ (Tabelle 7.1). Eine Branche, in der in allen untersuchten Ländern viele Jugendliche ihren Wunschberuf sehen, ist die künstlerische. Besonders schwedische und österreichische 14- bis 17-Jährige wollen im Bereich Kunst, Musik, Film, Design oder Mode arbeiten. Mit Ausnahme der österreichischen Jugendlichen wollen auch viele SchülerInnen Berufe im Bereich Technik und EDV ergreifen. Österreichische, türkische und indische Mädchen und Jungen streben häufig medizinische Berufe wie Arzt/Ärztin oder PhysiotherapeutIn an. Deutsche, slowakische, türkische und indische Jugendliche wollen häufig in der Wirtschaft tätig sein ohne Vorlieben für ein bestimmtes thematisches Feld zu nennen. Ihre Wunschberufe lauten meist ManagerIn oder SekretärIn. In der Slowakei und in der Türkei sind auch Berufe im Rechtssystem wie Anwalt/Anwältin oder RichterIn sehr beliebt. Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige streben häufig wissenschaftliche Berufe an. In Deutschland sind aber auch häufig Berufe im Tourismus oder in der Gastronomie beliebt, genauso in Schweden.

Ansonsten lassen sich kaum Übereinstimmungen zwischen den beliebtesten Berufsbranchen der Jugendlichen der verschiedenen Länder feststellen. Schwedische Jugendliche wollen häufig Sportler beziehungsweise Sportlerin werden oder in ihrem Beruf anderen Menschen helfen. In Deutschland wollen viele 14- bis 17-Jährige im Erziehungs- oder Schulsystem tätig sein, in der Slowakei in der Politik und in Indien im öffentlichen Dienst. Österreichische Jugendliche interessieren sich häufig für psychologische Tätigkeiten (sh. Tabelle 7.2).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
80.7	90.6	88.1	91.9	83.9	90.6

Tabelle 7.1: Anteil jener Jugendlichen, die ihren Wunschberuf mitteilten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Kunst 28.9	Technik 11.0	Kunst 22.7	Wirtschaft 20.4	Technik 30.0	Technik 30.3
2. Rang	Technik	Kunst	Medizin	Kunst	Medizin	Wirtschaft

⁴⁶ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage danach gefragt, welchen Beruf sie gerne ergreifen möchten beziehungsweise was sie interessiert.

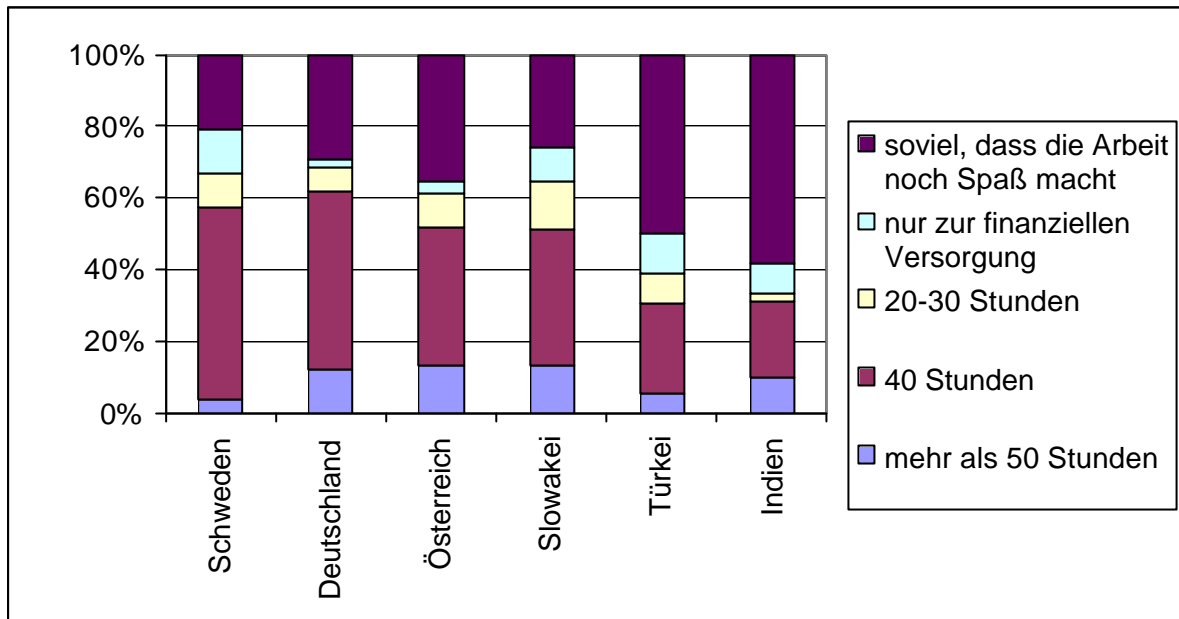
	11.6	10.3	12.8	12.9	18.7	17.2
3. Rang	Sport 9.1	Wissenschaft 10.3	Wissenschaft 12.1	Recht 11.6	Recht 13.3	Medizin 16.6
4. Rang	Tourismus 8.3	Wirtschaft 9.7	Tourismus 8.5	Technik 9.5	Wirtschaft 12.0	Kunst 12.4
5. Rang	Sozialarbeit 8.3	Erziehung 9.0	Psychologie 7.8	Politik 8.2	Kunst 10.0	öff. Dienst 11.7

Tabelle 7.2: Die Berufswünsche der Jugendlichen (Prozentwerte).

In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei überwiegen jene Jugendliche, die einmal einer vollen Berufstätigkeit im Ausmaß von 40 Stunden wöchentlich nachgehen wollen⁴⁷: 38.3 (Slowakei) bis 53.8 Prozent (Schweden). In der Türkei und in Indien dagegen wollen die meisten befragten Jugendlichen sich die Arbeit so einteilen können, dass sie noch Spaß macht (50.0% respektive 57.5%). Der Anteil jener 14- bis 17-Jährigen, die bereit sind, mehr als 50 Stunden pro Woche zu arbeiten, ist in allen untersuchten Ländern sehr gering: 3.5 (Schweden) bis 13.0 Prozent (Slowakei). Ebenso der Anteil jener, die eine Teilzeitbeschäftigung im Ausmaß von 20 bis 30 Stunden wöchentlich anstreben: 2.5 (Indien) bis 13.6 Prozent (Slowakei). In allen untersuchten Ländern gibt es auch nur sehr wenige Jugendliche, die nur soviel arbeiten wollen, dass ihre finanzielle Versorgung gesichert ist. Ihr Anteil beträgt zwischen 2.5 (Deutschland) und 11.9 Prozent (Schweden) (sh. Grafik 7.1).

In Schweden und Indien unterscheiden sich Mädchen und Jungen in ihren Vorstellungen von ihrer späteren Wochenarbeitszeit nicht. Deutsche, österreichische und slowakische Mädchen dagegen streben seltener als Jungen eine Vollzeitbeschäftigung im Ausmaß von 40 Stunden pro Woche an, sondern wollen sich häufiger als Jungen die Arbeit so einteilen können, dass sie noch Spaß macht. Auch in der Türkei wollen mehr Mädchen als Jungen sich die Arbeitszeit nach ihren Bedürfnissen einteilen können.

⁴⁷ Die Jugendlichen sollten bei der Frage „Wie intensiv möchtest du einmal in deinem Beruf arbeiten?“ eine der folgenden Antwortmöglichkeiten wählen: „Ich bin bereit, mehr als 50 Stunden zu arbeiten.“, „volle Berufstätigkeit, 40 Stunden“, „Teilzeit, 20-30 Stunden“, „nur so viel Arbeit, dass es sich finanziell ausgeht“ und „so einteilen, dass mir die Arbeit noch Spaß macht“.

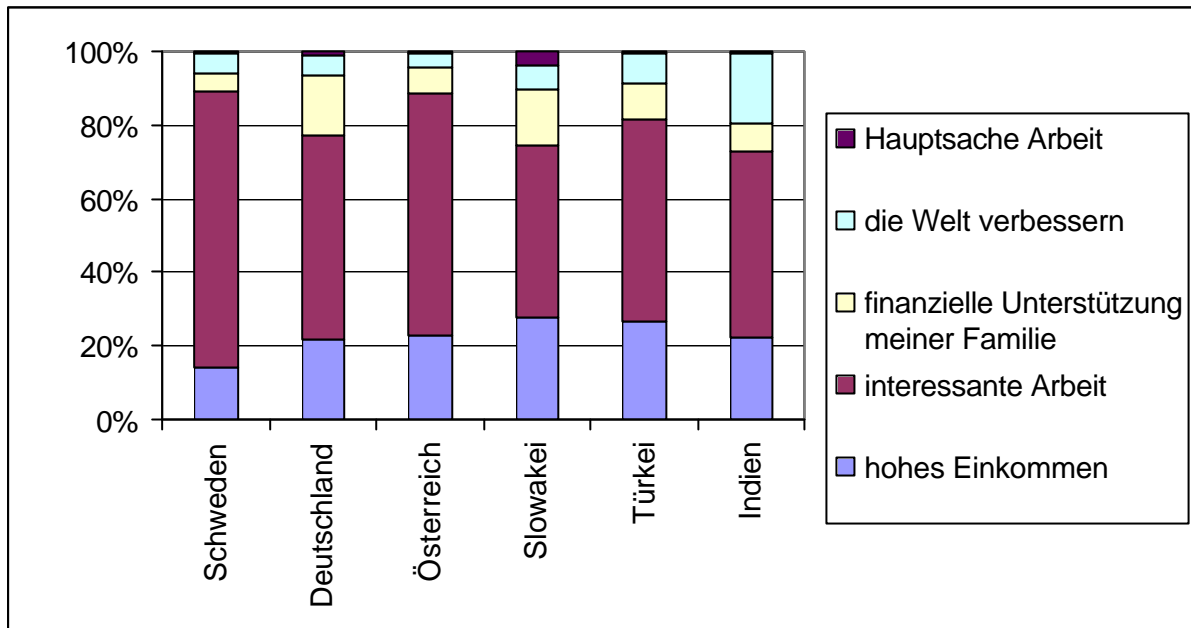


Grafik 7.1: Die gewünschte wöchentliche Arbeitszeit der Jugendlichen (Prozentwerte).

7.1.2. Berufliche Ziele

In allen untersuchten Ländern überwiegen eindeutig jene Jugendliche, denen es besonders wichtig ist, dass ihr Beruf interessant ist⁴⁸: 46.8 (Slowakei) bis 74.8 Prozent (Schweden). Deutlich weniger Jugendliche legen Wert auf ein hohes Einkommen: 14.3 (Schweden) bis 27.6 Prozent (Slowakei). Der Anteil jener, die mit ihrem Einkommen unbedingt ihre Familie finanziell unterstützen wollen, bewegt sich in den meisten Ländern zwischen 4.8 (Schweden) und 9.5 Prozent (Türkei). Allein in Deutschland und in der Slowakei ist das etwas mehr Jugendlichen ein Anliegen (16.4% respektive 15.4%). 3.9 (Österreich) bis 8.2 Prozent der befragten Jugendlichen (Türkei) wollen in ihrem Beruf etwas tun, das die Welt verbessert. In Indien liegt dieses Ziel etwas mehr Jugendlichen am Herzen (18.4%). In allen untersuchten Ländern gibt es kaum Jugendliche, die meinen, sich mit jeder Arbeit zufrieden geben zu müssen: 0.6 (Indien) bis 3.8 Prozent (Slowakei) (sh. Grafik 7.2).

⁴⁸ Bei der Frage, was ihnen wichtig sei, wenn sie an ihre Arbeit denken, sollten die Jugendlichen eine der folgenden Antwortmöglichkeiten wählen: „unbedingt viel Geld zu verdienen“, „unbedingt etwas zu tun, was mich interessiert“, „meine Familie finanziell unterstützen“, „etwas tun, das die Welt zum Besseren ändert“ und „ich werde froh sein, wenn ich irgendeine Arbeit bekomme“.



Grafik 7.2: Worauf Jugendliche bei ihrem Beruf Wert legen (Prozentwerte).

7.1.3. Subjektive Barrieren

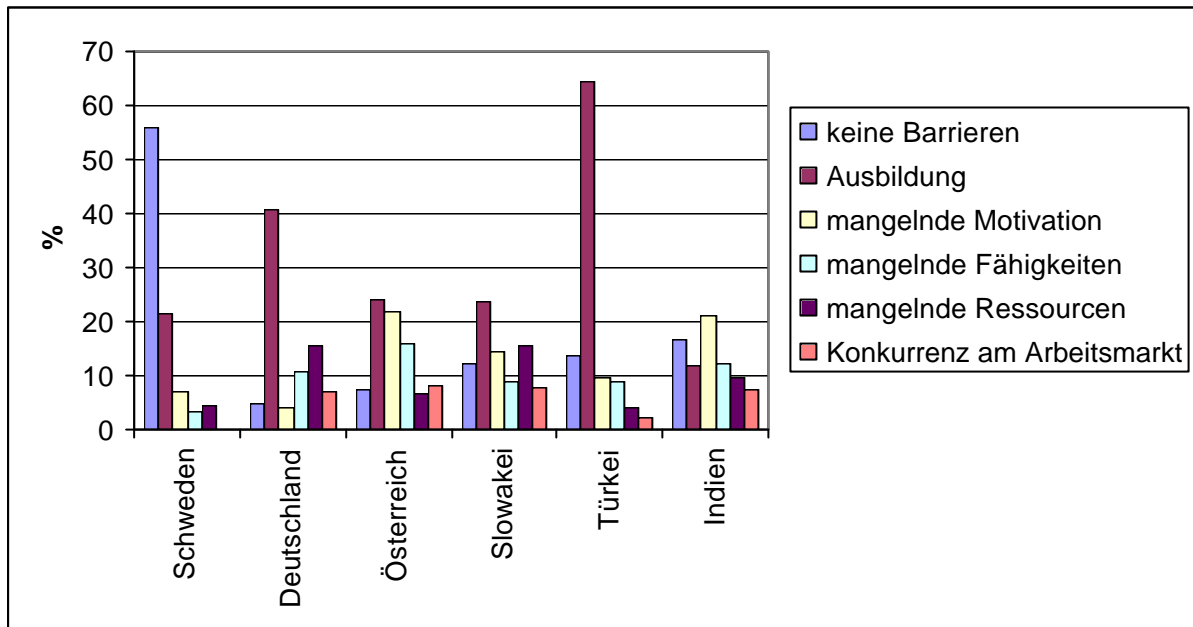
In keinem der untersuchten Länder gaben mehr als 90.0 Prozent der Befragten darüber Auskunft, was sie ihrer Meinung nach, von ihren beruflichen Zielen abhalten könnte⁴⁹ (sh. Tabelle 7.3). In Schweden ist der Anteil jener Jugendlichen, die meinen, dass es solche Barrieren nicht gibt, mit 56.0 Prozent ausgesprochen hoch. In den anderen Ländern glauben das nur jeweils 4.7 (Deutschland) bis 16.8 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Indien). In Schweden, Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei vermuten die meisten Befragten die größten Hürden auf dem Weg zu ihren beruflichen Zielen in der Ausbildung beziehungsweise in diversen Aufnahmeprüfungen. Das gilt in besonderem Maße für türkische und deutsche Jugendliche (64.5% respektive 40.6%).

Besonders österreichische, indische und slowakische Jugendliche glauben häufig, nicht ehrgeizig oder motiviert genug zu sein, um ihre Ziele zu erreichen (21.7%, 21.2% respektive 14.6%). Österreichische, indische und ebenso deutsche Jugendliche befürchten auch häufig, nicht die notwendigen Fähigkeiten oder Talente zu haben (15.8%, 12.4% respektive 10.9%). Vor allem slowakische und deutsche Mädchen und Jungen aus dem Sample meinen häufig, ihre beruflichen Ziele nicht verwirklichen zu können, weil sie nicht über die notwendigen Ressourcen wie Geld, Zeit oder soziale Kontakte verfügen (15.7% respektive 15.6%). Der Anteil jener Jugendlichen, die die größten Gefahren für ihre beruflichen Ziele in der starken Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehen, ist im Allgemeinen recht gering. Er liegt zwischen 0.0 (Schweden) und 8.3 Prozent (Österreich) (sh. Grafik 7.3).

⁴⁹ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
77.3	80.0	75.0	55.6	77.5	85.6

Tabelle 7.3: Anteil jener Jugendlichen, die Auskunft über die subjektiven Barrieren auf dem Weg zu ihren beruflichen Zielen gaben (Prozentwerte).



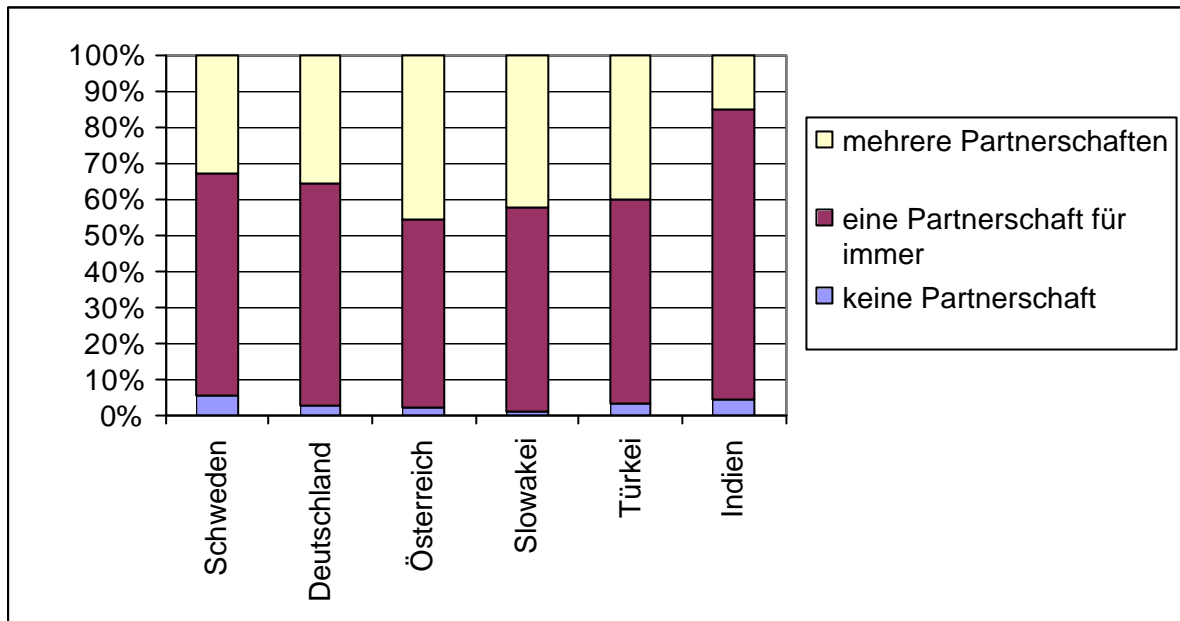
Grafik 7.3: Die subjektive Barrieren der Jugendlichen auf dem Weg zu ihren beruflichen Zielen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 70.0 Prozent reicht.

7.2. Partnerschaft

Während in den übrigen untersuchten Ländern 52.0 (Deutschland) bis 62.1 Prozent der Jugendlichen (Schweden) eine einzige dauerhafte Partnerschaft fürs Leben anstreben, gilt das in Indien für 80.1 Prozent der befragten Mädchen und Jungen. Die übrigen Jugendlichen wünschen sich meist mehrere Partnerschaften in ihrem Leben, denn nur 0.7 (Slowakei) bis 5.0 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Schweden) haben vor, keine Partnerschaften einzugehen (sh. Grafik 7.4).

In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Indien streben in etwa zwei von drei Mädchen eine Partnerschaft fürs Leben und eines von drei Mädchen mehrere Partnerschaften an. Während das auch für die Jungen in Schweden und Deutschland gilt, wünschen sich in Österreich, in der Slowakei und Türkei jeweils etwa die Hälfte der Jungen eine dauerhafte beziehungsweise mehrere wechselnde Partnerschaften in ihrem Leben. In Indien unterscheiden sich die Partnerschaftswünsche der Mädchen und Jungen nicht. Hier strebt jeweils nur ein Siebtel beider Geschlechter mehrere Partnerschaften an. Der Anteil jener, die überhaupt keine

Partnerschaft eingehen wollen, ist in allen untersuchten Ländern unter Mädchen und Jungen gleich gering.

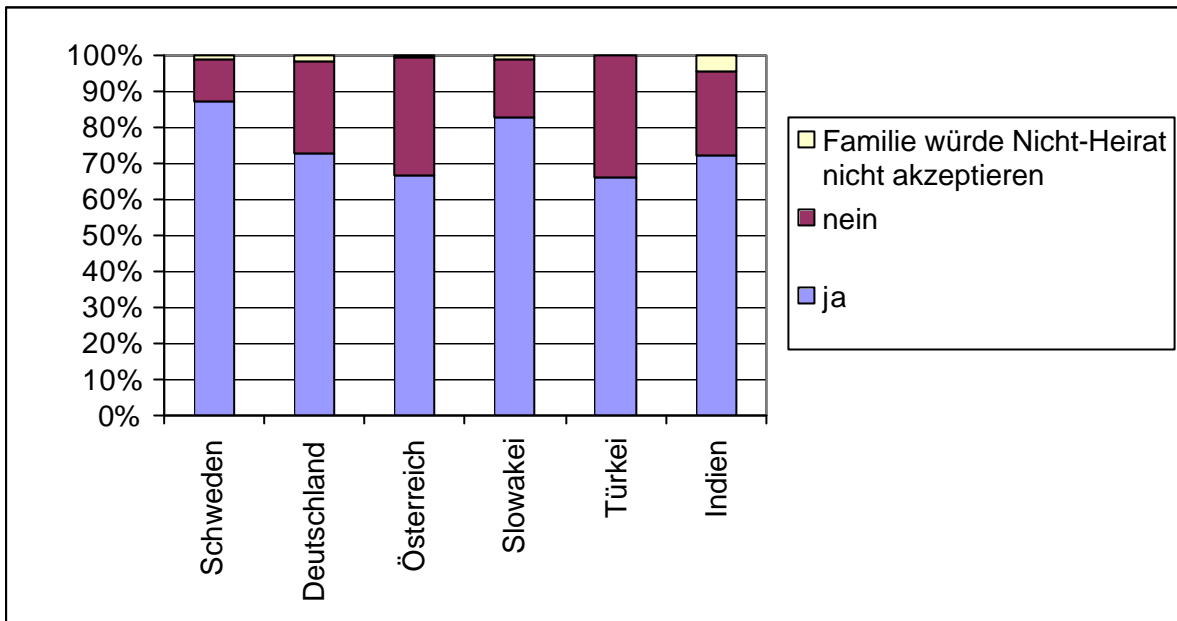


Grafik 7.4: Die Partnerschaftswünsche der Jugendlichen (Prozentwerte).

7.2.1. Ehe

Am stärksten ist der Wunsch zu heiraten unter schwedischen und slowakischen 14- bis 17-Jährigen ausgeprägt (87.2% respektive 82.7%). In den anderen untersuchten Ländern bewegt sich der Anteil jener, die später einmal eine Ehe eingehen wollen, zwischen 65.6 (Türkei) und 72.3 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). Der Anteil jener Jugendlichen, deren Eltern es nicht akzeptieren würden, wenn ihr Nachwuchs nicht heiratet, bewegt sich zwischen 0.0 (Türkei) und 4.5 Prozent (Indien) (sh. Grafik 7.5).

In allen untersuchten Ländern wünschen sich Mädchen und Jungen etwa gleich häufig, später einmal zu heiraten. Am größten ist die Geschlechterdifferenz in der Türkei, wo 9.0 Prozent mehr Mädchen als Jungen heiraten wollen. Davon, dass die Eltern es nicht akzeptieren würden, wenn ihr Nachwuchs nicht heiratet, sind in allen untersuchten Ländern Mädchen und Jungen gleich häufig betroffen.



Grafik 7.5: Die Heiratswünsche der Jugendlichen (Prozentwerte).

Viele der Befragten gaben die Argumente, die ihrer Meinung nach für beziehungsweise gegen eine Heirat sprechen, an⁵⁰. Dabei zeigt sich im internationalen Vergleich, dass schwedische Jugendliche besonders häufig für eine Heirat argumentierten, deutsche, österreichische und türkische dagegen häufiger als andere gegen ein solche (sh. Tabelle 7.4). Die Prozentangaben im Folgenden beziehen sich auf die Anteile der antwortenden SchülerInnen als Grundgesamtheit.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Für	70.0	64.4	57.5	63.1	65.6	60.0
Wider	8.7	23.8	29.4	8.8	21.9	11.3

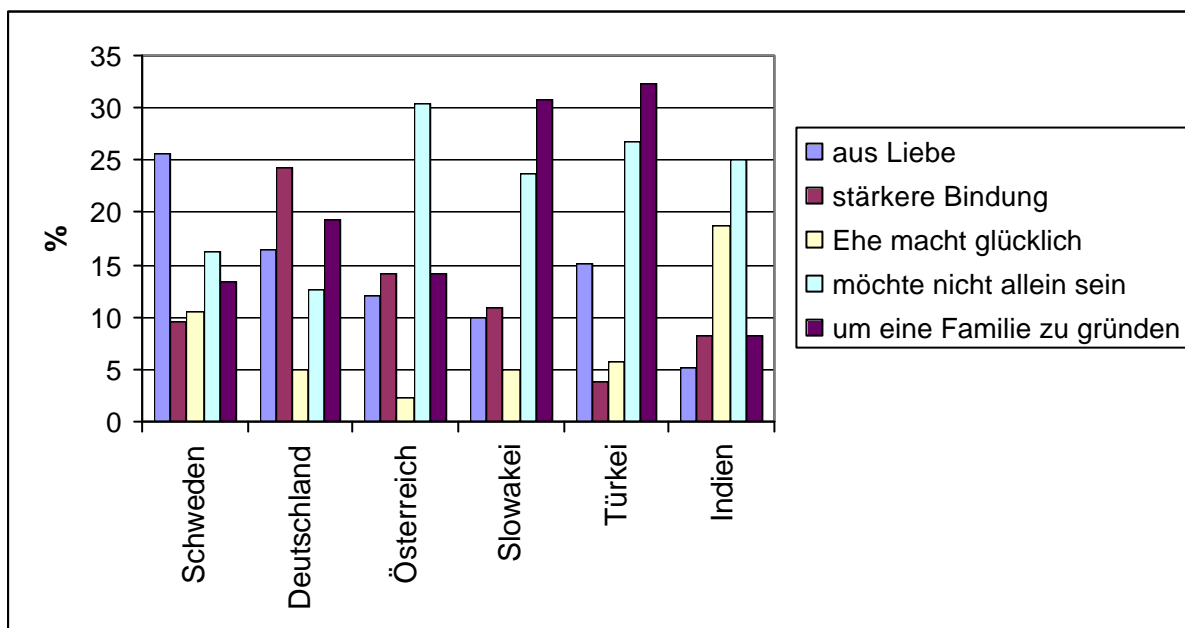
Tabelle 7.4: Anteil jener Jugendlichen, die für beziehungsweise wider eine Heirat argumentierten (Prozentwerte).

Die Jugendlichen der untersuchten Länder haben zum Teil sehr unterschiedliche Beweggründe für ihren Heiratswunsch. Slowakische und türkische Jugendliche aus der Stichprobe sehen eine Heirat meist als Voraussetzung für die Verwirklichung ihres Wunsches, eine eigene Familie zu gründen (30.7% respektive 32.4%). In den anderen Ländern trifft das auf deutlich weniger Mädchen und Jungen zu: 8.3 (Indien) bis 19.4 Prozent (Deutschland). Österreichische, slowakische, türkische und indische Jugendliche möchten sehr oft heiraten, um nicht alleine zu sein und das Leben mit jemanden teilen zu können: 23.8 (Slowakei) bis 30.4 Prozent (Österreich). Indische Jugendliche möchten aber nicht nur besonders oft heiraten, um nicht alleine zu sein, 18.8 Prozent von ihnen glauben auch, dass das Leben in einer Ehe glücklich macht.

⁵⁰ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage gefragt, warum sie beziehungsweise warum sie nicht heiraten wollen.

In den anderen Ländern sind 2.2 (Österreich) bis 10.5 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Schweden) dieser Meinung.

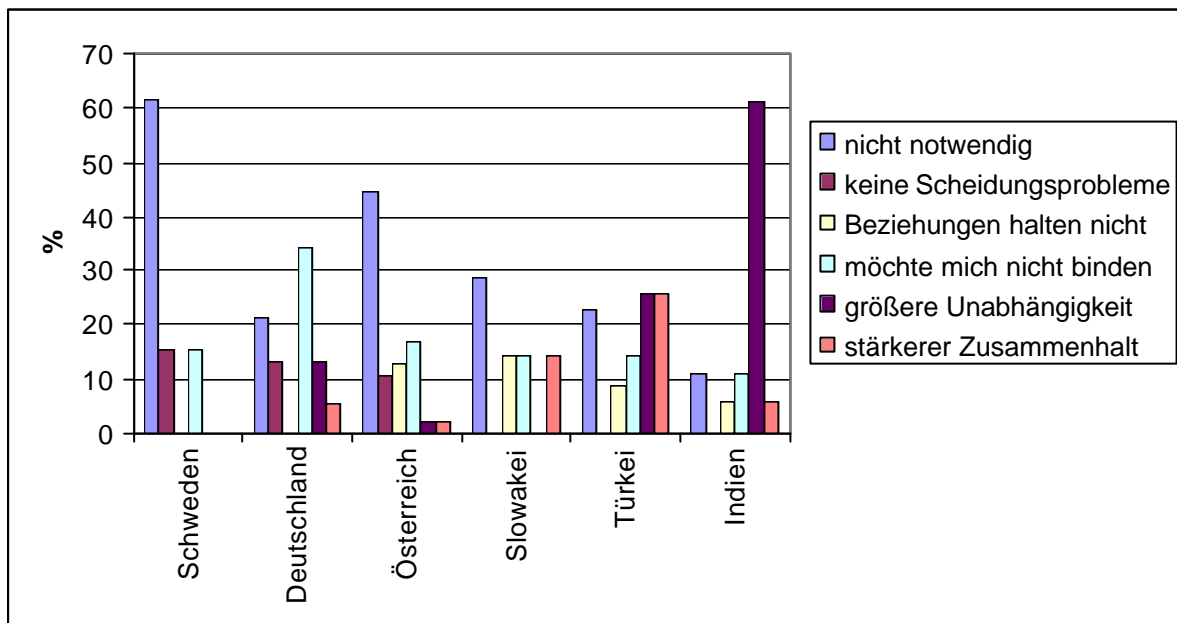
Viele Jugendliche erwarten sich in einer Ehe eine stärkere Bindung zwischen den PartnerInnen. Besonders deutsche Jugendliche tun das (24.3%), während in den übrigen Ländern 3.8 (Türkei) bis 14.1 Prozent der Jugendlichen (Österreich) aus diesem Grund heiraten wollen. In den meisten untersuchten Ländern spielt auch Liebe eine große Rolle in Bezug auf den Wunsch zu heiraten: 9.9 (Slowakei) bis 16.5 Prozent (Deutschland). Das gilt besonders für Schweden (25.7%), deutlich weniger aber für Indien (5.2%) (sh. Grafik 7.6).



Grafik 7.6: Warum Jugendliche heiraten wollen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenskala lediglich bis 35.0 Prozent reicht.

Auch die Argumente, die von den Jugendlichen gegen eine Heirat ins Feld geführt werden, unterscheiden sich zwischen den verschiedenen untersuchten Ländern deutlich. Schwedische Jugendliche meinen ausgesprochen häufig, dass eine Lebensgemeinschaft ohne Trauschein in der heutigen Zeit einer Ehe um nichts nachsteht, weshalb es nicht notwendig sei, zu heiraten (61.5%). Auch österreichische Jugendliche schließen sich dieser Meinung sehr häufig an (44.7%), indische Jugendliche dagegen eher selten (11.1%). Indische Mädchen und Jungen lehnen eine Heirat meist ab, weil eine Ehe zu große Verantwortung und zu viele Einschränkungen mit sich bringt. Sie ziehen es vor, unabhängig zu bleiben (61.0%). Das trifft auch auf viele türkische 14- bis 17-Jährige zu (25.7%). Türkische und slowakische Befragte erwarten von einer Lebensgemeinschaft oft einen stärkeren Zusammenhalt zwischen den PartnerInnen, weil sie sich, gerade weil sie nicht verheiratet sind, intensiver umeinander bemühen müssten, um die Partnerschaft aufrecht zu erhalten (25.7% respektive 14.3%).

In allen untersuchten Ländern möchten sich viele Jugendliche nicht für ihr Leben lang an einen einzigen Partner binden: 11.1 (Indien) bis 15.4 Prozent (Schweden). Deutsche Jugendliche argumentieren besonders oft in dieser Weise gegen eine Heirat (34.2%). Slowakische und österreichische Jugendliche meinen außerdem häufig, dass Beziehungen zwischen Männern und Frauen ohnehin nicht lange halten und schon gar nicht ein Leben lang schön bleiben, weshalb sich eine Heirat nicht lohnen würde (14.3% respektive 12.8%). Schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche aus der Stichprobe ziehen es häufig vor, nicht zu heiraten, um Probleme rund um eine eventuelle Scheidung zu vermeiden (15.4%, 13.2% respektive 10.6%) (sh. Grafik 7.7).



Grafik 7.7: Warum Jugendliche nicht heiraten wollen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenskala lediglich bis 70.0 Prozent reicht.

7.2.2. IdealpartnerInnen

Slowakische, türkische und indische Jugendliche bezeichnen sich am häufigsten als gleichberechtigte, unabhängige und kompromissbereite Partner und Partnerinnen⁵¹. Als gleichberechtigt und kompromissbereit sehen sich auch viele österreichische 14- bis 17-Jährige in Partnerschaften. Sie wählen aber häufiger den Begriff Selbständigkeit als Unabhängigkeit, um sich zu beschreiben. Auch deutsche Jugendliche sehen sich häufig als gleichberechtigt und kompromissbereit, bezeichnen sich aber auch oft als fürsorglich. Die schwedischen Jugendlichen aus dem Sample zählen zwar auch häufig Kompromissbereitschaft zu dem Bild, das sie

⁵¹ Die Jugendlichen wurden gebeten, aus eine Liste von Eigenschaften all jene auszuwählen, die ihrer Meinung nach am besten beschreiben, wie sie sich in einer Partnerschaft sehen. Diese Eigenschaften waren „gleichberechtigt“, „unabhängig“, „selbständig“, „kompromissbereit“, „Ton angehend“, „fürsorglich“, „egoistisch“, „selbstlos“ und „nachgebend“.

von sich in einer Partnerschaft haben, ansonsten bezeichnen sie sich aber häufig als fürsorglich und selbstlos (sh. Tabelle 7.5).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
gleichberechtigt	26.2	82.5	83.2	57.8	55.1	64.4
unabhängig	23.2	40.3	36.8	48.1	59.2	35.6
selbständig	35.7	53.2	45.2	26.0	31.3	20.0
kompromissbereit	39.7	71.9	63.6	61.7	47.6	38.1
Ton angehend	4.3	3.9	10.4	8.4	13.6	5.6
fürsorglich	74.6	57.1	43.9	33.1	36.7	23.1
egoistisch	7.9	2.6	5.2	3.9	6.8	2.5
selbstlos	43.3	3.2	5.8	9.1	36.1	18.8
nachgebend	7.1	23.4	16.9	9.7	2.1	2.5

Tabelle 7.5: Das Bild, das Jugendliche von sich in einer Partnerschaft haben (Prozentwerte).

Schwedische Mädchen und Jungen beschreiben in sehr ähnlichen Worten, wie sie sich in einer Partnerschaft sehen. Allein Mädchen bezeichnen sich etwas häufiger als kompromissbereit und nachgebend. In Deutschland, Österreich, in der Türkei und in Indien meinen durchwegs mehr Mädchen als Jungen gleichberechtigt, unabhängig oder selbständig zu sein. Allein in Indien wurde der Begriff Selbständigkeit häufiger von Jungen als von Mädchen gebraucht, um zu beschreiben, wie sie sich selbst in einer Partnerschaft sehen.

In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme der Türkei, wo das Gegenteil der Fall ist, bezeichnen sich mehr Mädchen als Jungen als kompromissbereit. In Deutschland, in der Slowakei, Türkei und in Indien glauben sie auch öfter als Jungen, fürsorglich zu sein. Türkische und indische Mädchen beschreiben sich außerdem häufiger als ihre männlichen Landsleute als selbstlos. In der Slowakei und Türkei behaupten mehr Jungen als Mädchen von sich, in einer Partnerschaft Ton angehend zu sein.

Schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche wünschen sich am häufigsten humorvolle und treue PartnerInnen⁵². In Schweden wird außerdem sehr viel Wert auf Warmherzigkeit, in Deutschland und Österreich dahingegen auf Attraktivität gelegt. Humorvolle und attraktive PartnerInnen sind auch bei slowakischen 14- bis 17-Jährigen sehr beliebt. Aber auch Intelligenz ist hier gefragt.

⁵² Die befragten Jugendlichen sollten die fünf in einer Partnerschaft wichtigsten Eigenschaften aus einer vorgegebenen Liste auswählen. Diese Liste enthielt „attraktiv“, „erfolgreich“, „treu“, „warmherzig“, „viel Sex-Appeal“, „lebensfroh“, „sportlich“, „ehrgeizig“, „partnerschaftlich“, „religiös“, „humorvoll“, „unabhängig“, „emanzipiert“, „traditionell“, „verständnisvoll“, „wohlhabend“, „sexuell zu mir passend“, „zielstrebig“, „kompromissbereit“, „kinderliebend“, „intelligent“, „hat dieselben Werte wie ich“ und „Familienmensch“.

Türkische und indische Befragte wünschen sich vor allem verständnisvolle und treue PartnerInnen. Türkische Jugendliche halten außerdem nach intelligenten, indische Jugendliche nach partnerschaftlichen PartnerInnen Ausschau (sh. Tabelle 7.6).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
attraktiv	46.2	46.2	51.9	44.3	39.6	38.1
erfolgreich	19.3	11.5	7.1	13.3	25.8	49.4
treu	58.9	70.5	62.8	43.7	55.3	54.4
warmherzig	56.6	32.7	26.3	20.9	39.6	42.5
viel Sex-Appeal	18.1	16.0	20.5	27.2	24.5	10.6
lebensfroh	33.1	34.0	44.9	20.3	37.1	1.9
sportlich	13.1	25.6	27.6	32.9	23.3	16.3
ehrgeizig	0.7	14.7	2.6	8.2	6.9	16.3
partnerschaftlich	9.8	10.9	11.5	15.2	10.1	56.3
religiös	4.9	4.5	3.8	1.9	5.7	12.5
humorvoll	68.3	62.8	69.9	60.1	35.8	16.3
unabhängig	6.9	11.5	9.0	13.9	18.9	18.1
emanzipiert	1.4	1.3	5.8	3.8	6.9	0.0
traditionell	0.7	0.6	1.3	2.5	2.5	3.1
verständnisvoll	34.0	35.3	37.7	25.9	48.7	61.9
wohlhabend	3.4	5.1	1.9	7.6	13.2	10.0
sexuell zu mir passend	18.5	15.4	26.9	22.2	16.4	8.1
zielstrebig	17.2	9.6	5.1	8.9	13.2	7.5
kompromissbereit	12.4	16.0	23.1	24.1	13.2	21.9
kinderliebend	33.8	21.8	21.8	20.9	7.5	15.0
intelligent	25.5	41.0	46.8	62.0	44.0	36.3
hat dieselben Werte wie ich	12.4	12.2	10.9	15.2	23.3	18.8
Familienmensch	41.0	17.3	14.7	14.6	15.1	18.1

Tabelle 7.6: Die Eigenschaften, die sich Jugendliche an ihren PartnerInnen wünschen (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen kennzeichnen die drei in den jeweiligen Ländern am häufigsten gewählten Eigenschaften.

In allen untersuchten Ländern wünschen sich Jungen häufiger als Mädchen attraktive Partnerinnen beziehungsweise Partnerinnen, die in sexueller Hinsicht zu ihnen passen. In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei halten auch mehr Jungen als Mädchen Ausschau nach Partnerinnen mit Sex-Appeal.

Dahingegen möchten in allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Deutschland, wo diesbezüglich keine Geschlechterdifferenz festzustellen ist, mehr Mädchen als Jungen aus der Stichprobe treue Partner. Schwedische, deutsche, österreichische und indische Mädchen wünschen sich auch öfter als ihre männlichen Landsleute verständnisvolle Begleiter. In der Türkei ist das Gegenteil der Fall und in der Slowakei unterscheiden sich Mädchen und Jungen diesbezüglich nicht. Warmherzigkeit ist in Österreich, in der Slowakei und in Indien häufiger für Mädchen als für Jungen wichtig.

Während sich schwedische Jungen häufiger als Mädchen erfolgreiche Partnerinnen wünschen, achten schwedische Mädchen öfter auf Zielstrebigkeit. In der Türkei wünschen sich mehr Jungen als Mädchen ehrgeizige Partnerinnen, während Mädchen wiederum häufiger nach zielstrebigem Partnern Ausschau halten. Sowohl in der Slowakei als auch in Indien sind erfolgreiche Partner bei weiblichen Jugendlichen häufiger gefragt als bei männlichen.

Slowakische, türkische und indische Mädchen suchen häufiger als ihre männlichen Landsleute nach humorvollen Partnern. In Schweden sind es eher die Jungen, die das tun. Während in Deutschland und Österreich mehr Jungen als Mädchen auf Sportlichkeit bei der Partnerin achten, tun das in der Slowakei eher die Mädchen. In Österreich ist es männlichen Jugendlichen wichtiger als weiblichen, dass ihre Partnerin intelligent ist. In der Slowakei und in der Türkei legen eher Mädchen Wert auf Intelligenz.

Deutsche, österreichische, slowakische und türkische Mädchen wollen häufiger als Jungen familienorientierte Partner. In der Slowakei ist auch der Wunsch nach einem kinderliebenden Partner bei Mädchen deutlich ausgeprägter als bei Jungen. In Schweden ist es umgekehrt.

Indische Mädchen wünschen sich häufiger als Jungen partnerschaftliche und kompromissbereite Partner. Letzteres trifft auch auf schwedische Verhältnisse zu. In den übrigen Punkten unterscheiden sich Mädchen und Jungen in den untersuchten Ländern nicht.

Die befragten SchülerInnen wurden gebeten, ihre Vorstellungen eines idealen Partners beziehungsweise einer idealen Partnerin auch in eigenen Worten zu beschreiben. Tabelle 7.7 gibt einen Überblick darüber, wie viele der Jugendlichen dieser Bitte nachkamen. In gewissen Punkten stimmen die Vorstellungen von ihren IdealpartnerInnen in allen untersuchten Ländern überein. Überall sollen die PartnerInnen der Jugendlichen attraktiv und fürsorglich sein sowie ihren Partner beziehungsweise ihre Partnerin respektieren. Dabei legen slowakische und türkische Jugendliche im internationalen Vergleich am wenigsten Wert auf eine respektvolle Behandlung durch ihre PartnerInnen und türkische Jugendliche außerdem auch auf

fürsorgliche LebensgefährtInnen. Schwedische, deutsche, österreichische und slowakische Jugendliche wünschen sich auch sehr häufig humorvolle PartnerInnen. Türkische und indische Jugendliche tun das deutlich seltener. In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Schweden ist es den Jugendlichen besonders wichtig, dass ihre PartnerInnen treu, ehrlich und zuverlässig sind. In Schweden und Indien spielen Treue und Ehrlichkeit eine deutlich geringere Rolle.

Schwedische, slowakische und türkische 14- bis 17-Jährigen wünschen sich auch häufig, dass zwischen ihnen und ihren PartnerInnen eine große Zuneigung besteht. Deutsche, österreichische und indische Jugendliche erwähnten diesen Aspekt einer Beziehung nicht so häufig. Während in der Türkei viele Mädchen und Jungen großen Wert darauf legen, dass sich ihre PartnerInnen gut benehmen und sie nicht blamieren, zählt für indische Jugendliche Intelligenz sehr häufig zu den wichtigsten Eigenschaften eines Idealpartners beziehungsweise einer Idealpartnerin. In Schweden und in der Türkei beschreiben Jugendliche ihre IdealpartnerInnen im internationalen Vergleich am seltensten als intelligent (sh. Tabelle 7.8).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
81.3	86.3	78.1	79.4	67.5	70.0

Tabelle 7.7: Anteil jener Jugendlichen, die ihre Vorstellungen von einem idealen Partner beziehungsweise einer idealen Partnerin in eigenen Worten beschrieben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	fürsorglich 39.3	treu, ehrlich 52.2	treu, ehrlich 48.8	attraktiv 42.5	treu, ehrlich 46.3	fürsorglich 59.8
2. Rang	respektiert mich 38.5	attraktiv 44.9	fürsorglich 33.6	humorvoll 33.1	Zuneigung 30.0	respektiert mich 36.6
3. Rang	attraktiv 34.4	respektiert mich 29.7	attraktiv 33.6	Zuneigung 28.3	attraktiv 23.1	attraktiv 23.2
4. Rang	humorvoll 21.3	fürsorglich 28.3	humorvoll 28.0	treu, ehrlich 26.0	respektiert mich 16.7	treu, ehrlich 17.9
5. Rang	Zuneigung 20.5	humorvoll 26.8	respektiert mich 24.8	fürsorglich 25.2	blamiert mich nicht 13.0	intelligent 14.3

Tabelle 7.8: Die Eigenschaften, mit denen Jugendliche am häufigsten ihre Vorstellungen von einem idealen Partner beziehungsweise einer idealen Partnerin beschreiben (Prozentwerte).

In Schweden, Deutschland und Österreich legen die meisten Jugendlichen Wert darauf, dass ihre PartnerInnen ihren Kinderwunsch teilen, ein gewisse Unabhängigkeit zwischen den Beziehungspartnern wahren wollen und die Beziehung über alles andere stellen⁵³. Slowakische Jugendliche dagegen finden neben dem geteilten Kinderwunsch und dem gemeinsamen Interesse an Unabhängigkeit das gemeinsame Interesse an Sport am wichtigsten. Unabhängigkeit zwischen den Beziehungspartnern ist auch für türkische Jugendliche sehr wichtig, außerdem aber auch die Orientierung an traditionellen Werten sowie das Interesse an Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern. Letzteres wird auch von indischen Mädchen und Jungen sehr wertgeschätzt. Diese finden es außerdem wichtig, dass ihre PartnerInnen beruflich weiterkommen wollen, aber auch die Beziehung über alles andere stellen (sh Tabelle 7.9).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Interesse an Politik	5.9	8.2	18.3	12.4	4.4	6.9
Umweltengagement	4.4	5.7	19.0	9.2	10.9	18.1
Interesse an Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern	24.3	31.6	32.7	26.1	29.9	36.9
Unabhängigkeit, eigener Freundeskreis, eigene Hobbys sind wichtig	40.6	58.2	47.4	51.0	53.3	21.3
hat auch traditionelle Werte	4.3	3.8	7.8	15.8	42.3	23.8
Kinderwunsch	54.3	46.2	35.1	55.6	21.2	21.3
beruflicher Ehrgeiz	38.7	38.0	17.5	30.1	29.2	48.1
Interesse an Sport	18.7	33.5	31.4	43.1	27.7	15.0
Beziehung geht über alles	46.0	41.1	34.6	39.2	24.8	34.4
Interesse an Weiterbildung	28.1	12.7	19.0	20.9	29.9	23.8
Offenheit für fremde Kulturen	30.9	15.9	32.7	20.9	22.6	16.9

Tabelle 7.9: Die Einstellungen, die die PartnerInnen der Jugendlichen mit diesen teilen sollten (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Einstellungen hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten genannt wurden.

⁵³ Die Jugendlichen wurden danach gefragt, welche drei der vorgegebenen Einstellungen ihre PartnerInnen unbedingt mit ihnen teilen sollten. Folgende Einstellungen waren aufgelistet: „Interesse an Politik“, „Umweltengagement“, „Interesse an Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern“, „Unabhängigkeit, eigener Freundeskreis und eigene Hobbys sind wichtig“, „hat auch traditionelle Werte“, „Kinderwunsch“, „beruflich weiterkommen wollen“, „Interesse an Sport“, „Beziehung geht über alles“, „Interesse an Weiterbildung“ und „offen für fremde Kulturen“.

In Österreich und in der Slowakei legen mehr Jungen als Mädchen auf ein gemeinsames Interesse an Politik wert. In der Türkei und in Indien gilt das für das Interesse an Umweltengagement, in Schweden und Deutschland für das Interesse an Sport und in Indien für das Interesse an Weiterbildung. Schwedischen Jungen ist es außerdem deutlich wichtiger als Mädchen, dass sich auch die Partnerin Kinder wünscht. Die Einstellung, dass die Beziehung über allem anderen steht, erwarten sich in Schweden, Deutschland und in der Türkei mehr Jungen als Mädchen von ihren Partnerinnen, in Indien mehr Mädchen als Jungen.

Die einzige Geschlechterdifferenz bezüglich des Wunsches, dass sich auch der Partner an traditionellen Werten orientiert, lässt sich in der Türkei feststellen, wo er häufiger von Mädchen als von Jungen getragen wird.

Deutsche, österreichische und türkische Mädchen erwarten sich häufiger als ihre männlichen Landsleute, dass auch ihre Partner sich für Gleichberechtigung zwischen den Geschlechtern einsetzen. Österreichische, slowakische und indische Mädchen wünschen sich häufiger als Jungen Partner, die genauso wie sie auf eine gewisse Unabhängigkeit zwischen den Beziehungspartnern Wert legen. Slowakische und indische Mädchen wünschen sich überdies auch häufiger als Jungen karriereorientierte Partner.

Zwischen 74.4 und 91.9 Prozent der Befragten teilten auch mit, was für sie an einem Partner beziehungsweise einer Partnerin oder in einer Partnerschaft absolut inakzeptabel wäre⁵⁴ (sh. Tabelle 7.10). Zwei Dinge wollen Jugendliche in keinem der untersuchten Länder einfach hinnehmen: Untreue und Unehrlichkeit. Für die Türkei gilt das in besonderem Maße. Schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche könnten auch sehr häufig nicht mit egoistischen PartnerInnen zusammenleben. Türkische Jugendliche erwähnen dies am seltensten. In der Türkei und in Indien können sich auch viele 14- und 17-Jährige überhaupt nicht vorstellen, in einer Partnerschaft zu leben, in der sie unterdrückt beziehungsweise ihre Rechte missachtet werden. Dumme, naive oder unvernünftige PartnerInnen sind bei slowakischen Jugendlichen besonders unbeliebt (sh. Tabelle 7.11). Deutsche und österreichische Jugendliche können deutlich häufiger als andere arrogante PartnerInnen nicht ausstehen, indische Jugendliche dagegen böartige, kaltherzige oder launische PartnerInnen.

⁵⁴ Die Jugendlichen wurden gebeten, in eigenen Worten anzuführen, was sie auf keinen Fall in einer Partnerschaft dulden würden.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
80.7	86.3	86.3	74.4	91.9	80.0

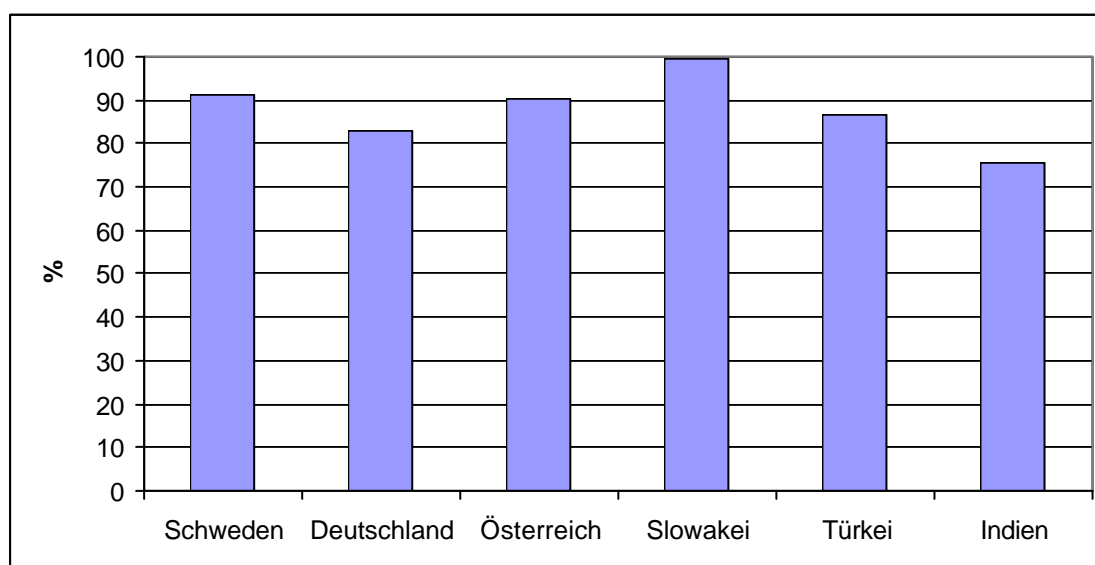
Tabelle 7.10: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, was sie in einer Partnerschaft auf keinen Fall akzeptieren würden (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Untreue 50.4	Untreue 41.3	Untreue 26.1	Untreue 50.4	Lügen 46.9	Untreue 28.1
2. Rang	Egoismus 14.1	Egoismus 15.9	Egoismus 19.6	Lügen 16.0	Untreue 30.6	Lügen 25.8
3. Rang	Lügen 8.3	Lügen 13.0	Arroganz 13.0	Dummheit 14.3	Unterdrückung 16.3	Unterdrückung 18.0

Tabelle 7.11: Was Jugendliche in einer Partnerschaft auf keinen Fall akzeptieren würden (Prozentwerte).

7.3. Familie

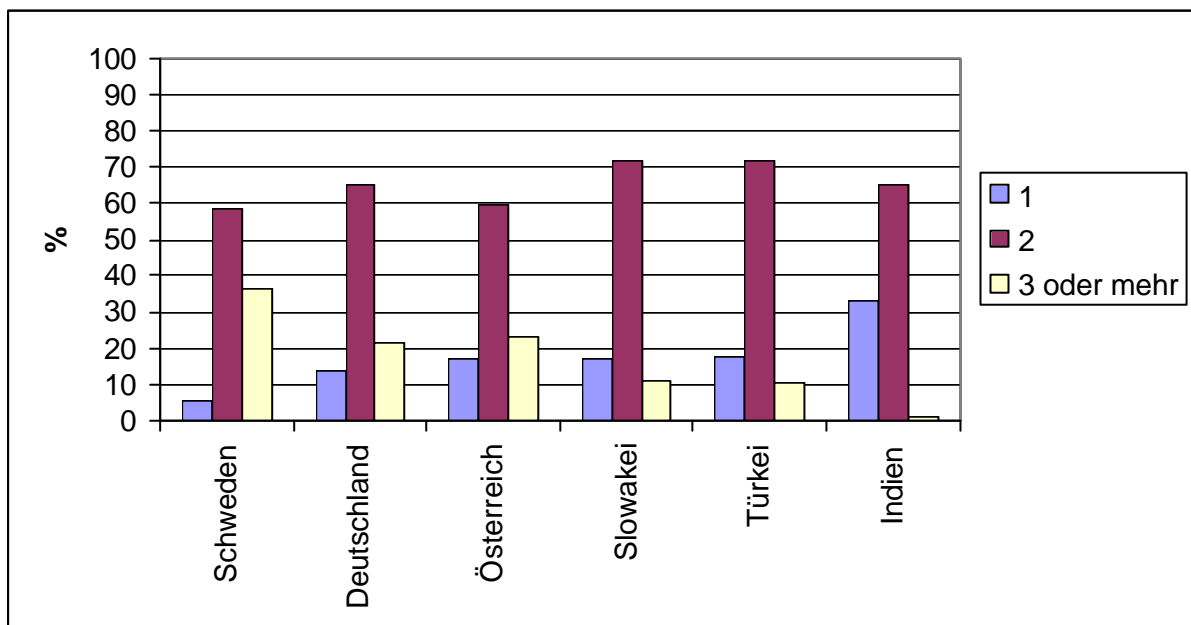
Lediglich 88.8 Prozent der indischen Befragten, teilten mit, inwiefern sie die Gründung einer eigenen Familie planen. Der Anteil der Jugendlichen, die später eine eigene Familie gründen wollen, ist in allen untersuchten Ländern ausgesprochen hoch. In der Slowakei wünscht sich sogar beinahe jeder und jede Befragte eigene Kinder (99.4%). In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Türkei trifft das auf 83.0 (Deutschland) bis 91.1 Prozent der Jugendlichen zu (Schweden). Am schwächsten ist der Kinderwunsch unter indischen Jugendlichen ausgeprägt (75.4%) (sh. Grafik 7.8). In allen untersuchten Ländern unterscheiden sich Mädchen und Jungen in ihrem Wunsch nach eigenen Kindern nur sehr wenig.



Grafik 7.8: Anteil jener Jugendlichen, die später eine eigene Familie gründen wollen (Prozentwerte).

In allen untersuchten Ländern wünscht sich die große Mehrheit jener, die eine eigene Familiengründung planen, zwei Kinder: 58.6 (Schweden) bis 71.9 Prozent (Türkei). Während im Übrigen in Schweden, Deutschland und Österreich der Wunsch nach drei oder mehr Kindern weiter verbreitet ist als der Wunsch nach einem, ist in der Slowakei, Türkei und besonders in Indien das Gegenteil der Fall (sh. Grafik 7.9).

In Österreich, in der Slowakei und in Schweden wünschen sich männliche Befragte mehr Kinder als weibliche. In Österreich und in der Slowakei gibt es mehr Jungen als Mädchen, die sich zwei Kinder wünschen, während mehr Mädchen als Jungen nur ein Kind haben wollen. In Schweden haben mehr Jungen als Mädchen vor, drei oder mehr Kinder zu haben, während mehr Mädchen als Jungen zwei Kinder haben wollen. In Deutschland und Indien wünschen sich Mädchen mehr Kinder als Jungen. In Deutschland wollen mehr Mädchen als Jungen drei Kinder, mehr Jungen als Mädchen dagegen nur zwei Kinder. In Indien wünschen sich Mädchen häufiger als Jungen zwei Kinder, Jungen dagegen öfter als Mädchen nur ein Kind. In der Türkei haben Mädchen und Jungen ähnliche Vorstellungen von der Größe ihrer eigenen Familie.



Grafik 7.9: Die Zahl der Kinder, die sich jene Jugendlichen wünschen, die eine eigene Familiengründung vorhaben (Prozentwerte).

Viele der Befragten begründeten auch, warum sie sich eher für oder gegen eigene Kinder entscheiden wollen⁵⁵. Tabelle 7.12 zeigt, wie viele der Befragten ihre Argumente für eine Familiengründung und wie viele ihre Argumente dagegen

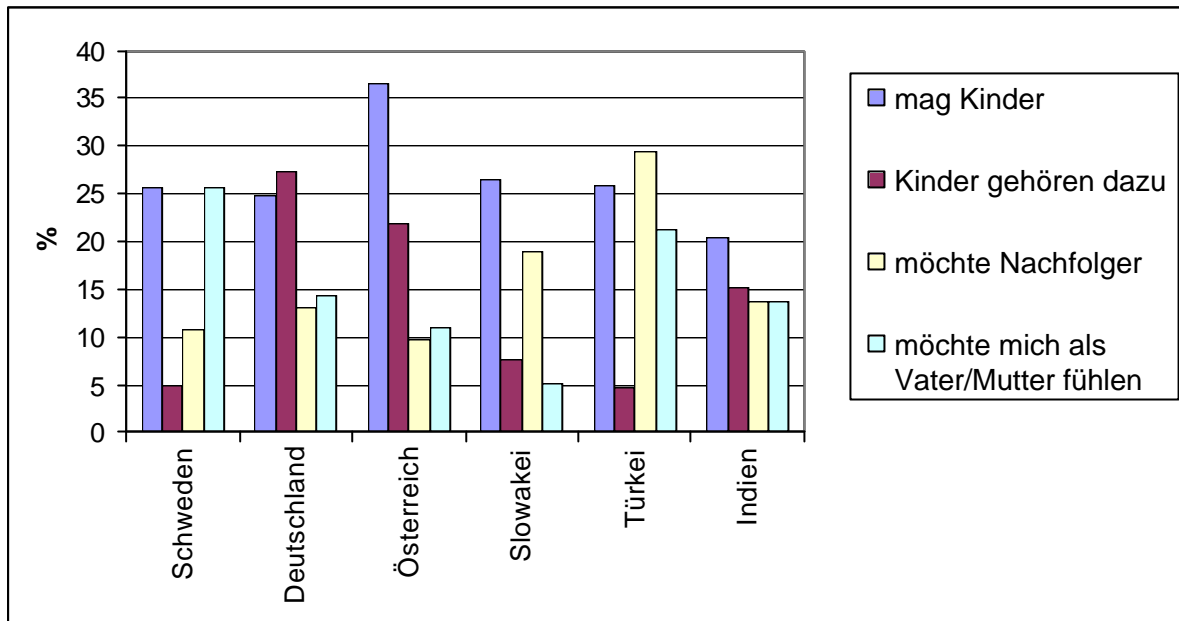
⁵⁵ Die Jugendlichen wurden in einer offenen Frage darum gebeten, zu erklären, warum sie beziehungsweise warum sie keine Familie gründen wollen.

anführten. Außerdem wird auch der Anteil jener Jugendlichen dargestellt, die angaben, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssten, damit sie ihren Kinderwunsch realisieren würden. Die Prozentangaben im Folgenden beziehen sich auf diese Anteile als Grundgesamtheit.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Für	80.7	48.1	51.3	49.4	53.1	45.6
Wider	6.7	10.0	6.9	4.4	12.5	6.3
Voraussetzungen	1.3	57.5	51.9	11.9	18.1	6.9

Tabelle 7.12: Anteil jener Jugendlichen, die Für, Wider beziehungsweise die Voraussetzungen einer eigenen Familiengründung argumentierten (Prozentwerte).

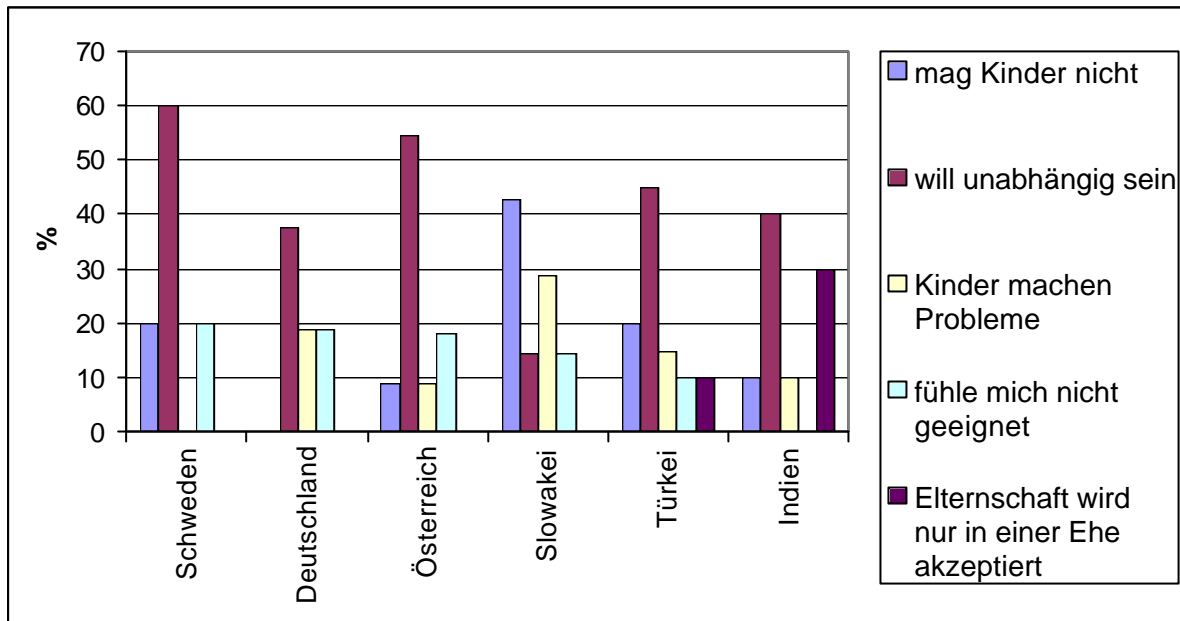
Die Gründe, die die befragten 14- bis 17-Jährigen zu einem Kinderwunsch bewegen, sind sehr vielfältig. An dieser Stelle kann daher nur auf jene eingegangen werden, die unter den Jugendlichen aus dem Sample am weitesten verbreitet sind. In allen untersuchten Ländern wünschen sich viele Jugendliche eigene Kinder, weil sie Kinder mögen: 24.7 (Deutschland) bis 26.6 Prozent (Slowakei). In Österreich trifft das auf etwas mehr (36.6%), in Indien auf etwas weniger Jugendliche zu (20.5%). Während deutsche und österreichische Jugendliche häufig meinen, dass Kinder einfach zum Leben dazu gehören beziehungsweise der Lebensinhalt schlechthin sind (27.3% respektive 22.0%), wollen türkische und slowakische Jugendliche häufig Kinder als NachfolgerInnen, um die eigene Familie fortzuführen (29.4% respektive 19.0%). In Indien vertreten die befragten Jugendlichen diese beiden Einstellungen auch recht häufig (15.1% beziehungsweise 13.7%). Schwedische und slowakische Jugendliche möchten im internationalen Vergleich sehr häufig das Gefühl Vater beziehungsweise Mutter zu sein einmal selbst erleben (25.6% respektive 21.2%) (sh. Grafik 7.10).



Grafik 7.10: Warum Jugendliche Kinder möchten (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 40.0 Prozent reicht.

In allen untersuchten Ländern begründen die meisten jener Befragten, die keine eigene Familie gründen wollen, diese Entscheidung damit, dass Kinder eine zu große Verantwortung bedeuten und ihre Unabhängigkeit – oft in beruflicher Hinsicht – einschränken: 37.5 (Deutschland) bis 60.0 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Schweden). Allein in der Slowakei liegt der Anteil der Jugendlichen mit dieser Ansicht deutlich unter dem internationalen Durchschnitt (14.3%). Hier mögen die meisten Befragten, die Gründe gegen Nachwuchs anführen, Kinder einfach nicht (42.9%) oder sind der Meinung, dass Kinder vor allem viele Probleme schaffen (28.6%). Diese beiden Einstellungen werden in den anderen Ländern deutlich seltener vertreten.

Während indische Jugendliche (fast) nie glauben, für eine Elternschaft nicht geeignet zu sein, tun das zwischen 10.0 (Türkei) und 20.0 Prozent der befragten Jugendlichen (Schweden) in den anderen Ländern. Einige türkische und vor allem auch indische 14- bis 17-Jährige begründen ihre Entscheidung, keine eigene Familie gründen zu wollen, auch mit einem ganz anderen Argument: Sie meinen, dass sie nicht vorhaben zu heiraten, weshalb sie auch nicht beabsichtigen, eigene Kinder zu haben, weil in ihrer Gesellschaft Elternschaft nur in Verbindung mit einer Ehe akzeptiert wird (10.0% respektive 30.0%) (sh. Grafik 7.11).

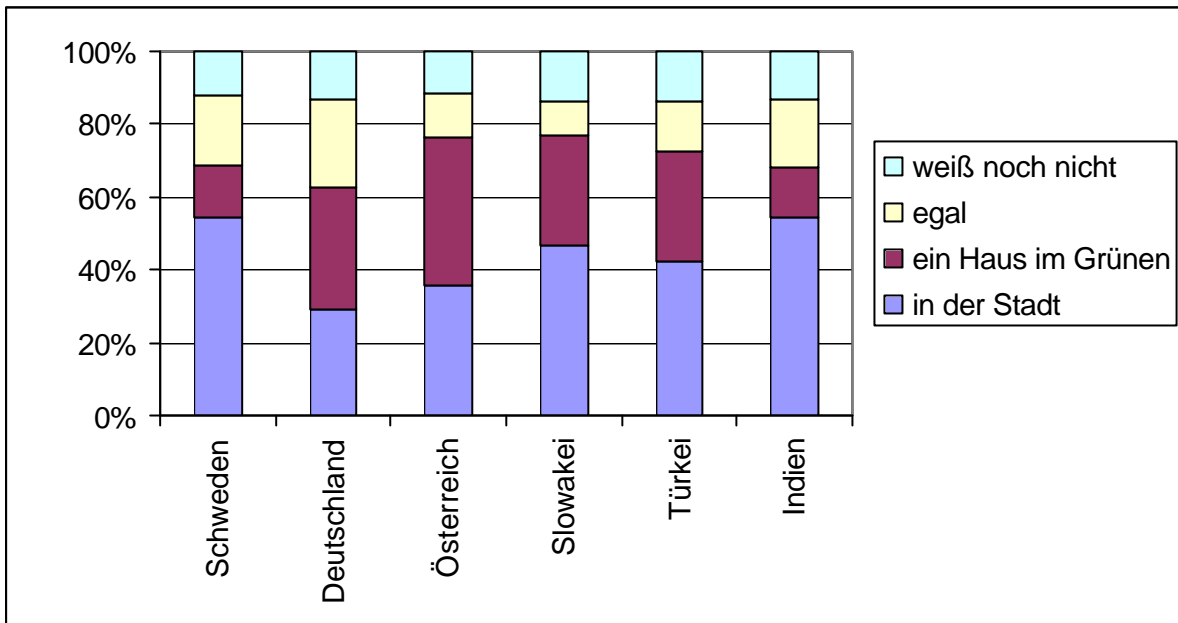


Grafik 7.11: Warum Jugendliche keine Kinder möchten (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 70.0 Prozent reicht.

7.4. Wohnen und Mobilität

Schwedische, slowakische, türkische und besonders indische Jugendliche aus dem Sample wünschen sich am häufigsten, später einmal in einer Stadt zu wohnen. Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige ziehen dem häufiger ein Haus im Grünen vor. Der Anteil jener Jugendlichen, die mit beiden Wohnvarianten zufrieden wären, bewegt sich zwischen 9.4 (Slowakei) und 23.9 Prozent (Deutschland). Ähnlich groß im internationalen Vergleich ist der Anteil jener 14- bis 17-Jährigen, die noch nicht wissen, wie ihre Wohnwünsche für später aussehen: Er liegt zwischen 11.6 (Österreich) und 13.8 Prozent (Slowakei und Türkei) (sh. Grafik 7.12).

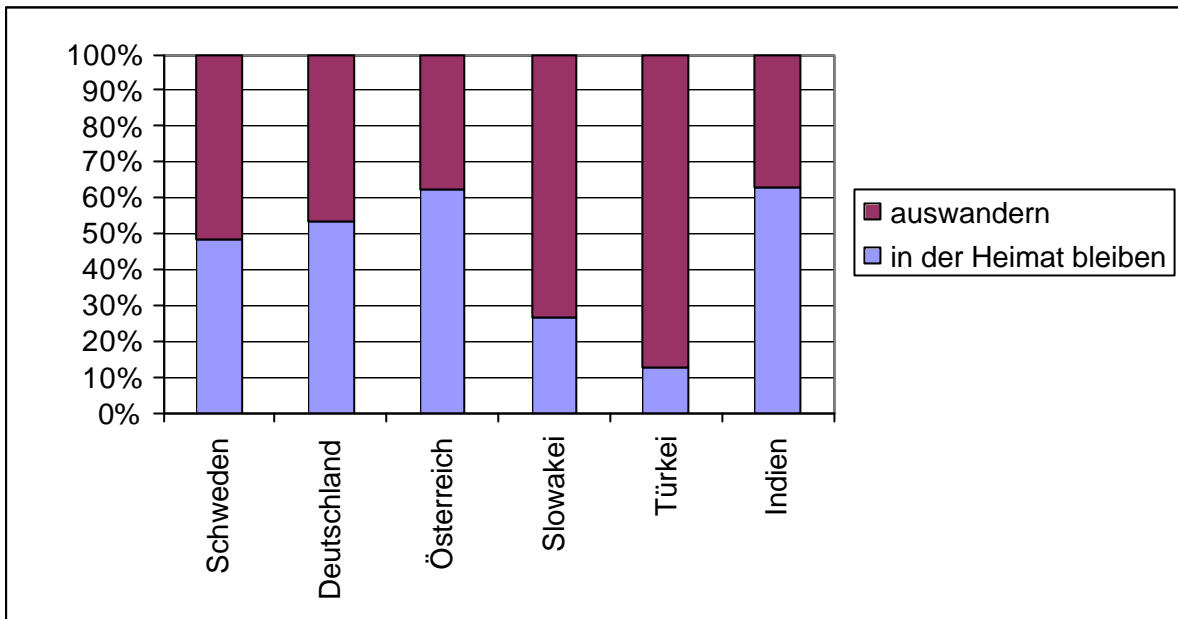
Schwedinnen (60.9%) und Türcinnen (48.8%) wollen häufiger als ihre männlichen Landsleute in einer Stadt wohnen. Wesentlich mehr weibliche als männliche deutsche Jugendliche wollen im Grünen leben (42.7% gegenüber 24.7%). In Österreich sind Mädchen in Bezug auf ihre Wohnwünsche unentschlossener als Jungen. In der Slowakei und in Indien sind keine besonderen geschlechts-spezifischen Unterschiede in dieser Hinsicht erkennbar.



Grafik 7.12: Die Wohnwünsche der Jugendlichen (Prozentwerte).

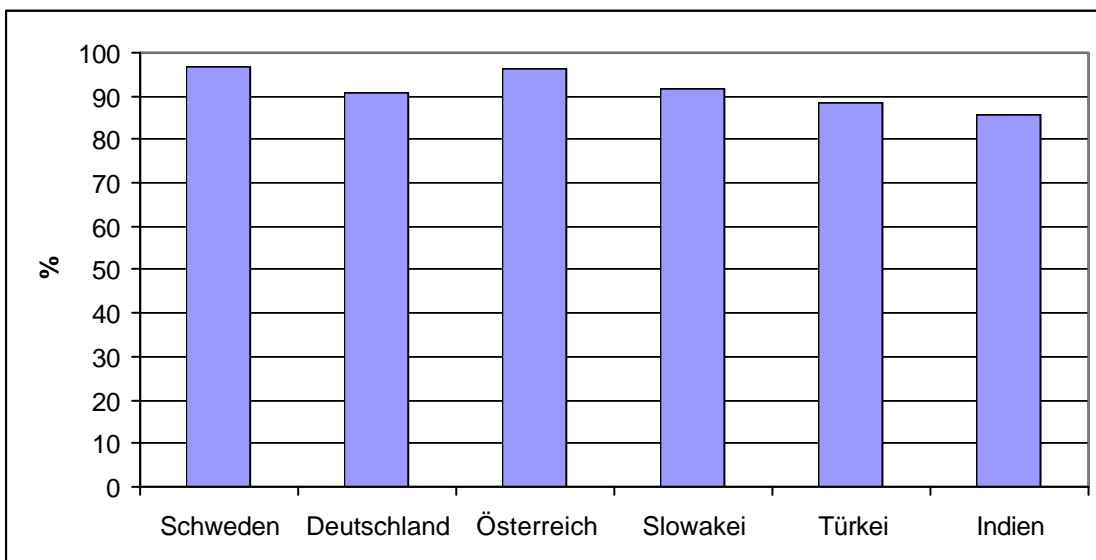
Als nächster Punkt wird das Thema Mobilität aufgegriffen. Slowakische und türkische Jugendliche aus der Stichprobe äußern am häufigsten den Wunsch später einmal auszuwandern (73.6% respektive 87.2%). Etwas mehr als jeder und jede zweite schwedische Befragte plant, seine oder ihre Heimat später einmal zu verlassen. In Deutschland, Österreich und Indien dahingegen überwiegt der Anteil jener Jugendlichen, die auch die Zukunft in ihrer Heimat verbringen wollen (sh. Grafik 7.13).

Schwedinnen, Österreicherinnen und Slowakinnen wollen häufiger als ihre männlichen Landsleute auswandern. In Indien, Deutschland und in der Türkei ist diesbezüglich keine geschlechtsspezifische Differenz beobachtbar.



Grafik 7.13: Die Mobilitätsvorstellungen der Jugendlichen (Prozentwerte).

Abschließend wird in diesem Unterkapitel noch ein Überblick über die Reisewünsche der Jugendlichen gegeben. In allen untersuchten Ländern gibt es unter den Befragten ausgesprochen viele Jugendliche, die später einmal viel reisen möchten. Ihr Anteil beträgt zwischen 85,6 (Indien) und 96,6 Prozent (Schweden) (sh. Grafik 7.14). In allen untersuchten Ländern außer in Indien, wo sich Mädchen und Jungen diesbezüglich nicht unterscheiden, haben Mädchen häufiger als Jungen vor später viel zu reisen.



Grafik 7.14: Anteil jener Jugendlichen, die viel reisen wollen (Prozentwerte).

8. Die Einstellungen der Jugendlichen

8.1. Gesellschaftliches Engagement

In allen untersuchten Ländern fühlen sich die meisten 14- bis 17-Jährigen aus dem Sample zum Engagement für Menschenrechte motiviert⁵⁶. Außerdem wollen sich viele der Jugendlichen für Antirassismus und Umweltschutz einsetzen. Bis auf geringfügige Abweichungen sind sich die Jugendlichen der untersuchten Länder in Hinblick auf ihre Bereitschaft zu gesellschaftlichem Engagement sehr ähnlich (sh. Tabelle 8.1).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Menschenrechte	75.9	74.5	76.3	65.2	72.6	52.7
Frauenrechte	41.3	15.9	29.5	15.3	16.6	43.6
Umweltschutz	31.7	45.2	47.4	47.5	47.1	63.6
Antirassismus	40.6	55.4	71.8	63.7	41.4	36.4
Verständigung der Kulturen	34.3	20.4	21.8	26.8	32.5	30.9
Schulpolitik	28.7	18.5	16.8	9.5	28.7	10.9
Nationalpolitik	25.7	25.5	20.0	36.7	40.8	10.9
Arbeitspolitik	11.8	32.5	10.9	10.1	14.0	7.3

Tabelle 8.1: Anteil jener Jugendlichen, die sich in den jeweiligen Bereichen engagieren möchten (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene Bereiche hervor, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten genannten wurden.

Für Frauenrechte möchten sich in allen Ländern mit Ausnahme von Indien, wo diesbezüglich keine Geschlechterdifferenz festgestellt werden kann, erheblich mehr Mädchen als Jungen einsetzen. Dasselbe gilt für Antirassismus, wobei in diesem Fall nicht nur in Indien, sondern auch in der Türkei keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern beobachtet werden. Politisches Engagement ist in den meisten untersuchten Ländern eher eine Sache für männliche 14- bis 17-Jährige. In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei wollen sich mehr Jungen als Mädchen in der National- beziehungsweise Arbeitspolitik engagieren. Dasselbe trifft in Deutschland und Österreich auch für die Schulpolitik zu. In den übrigen Ländern lassen sich jeweils keine Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen feststellen. Die Verständigung der Kulturen und Umweltschutz ist in den meisten untersuchten Ländern Mädchen und Jungen gleichermaßen ein Anliegen. Allein in der Slowakei wollen sich mehr Mädchen als Jungen in diesen beiden Bereichen und in der Türkei

⁵⁶ Die Befragten sollten aus einer vorgegebenen Liste die drei Themen auswählen, bei denen sie sich am meisten vorstellen können, sich dafür zu engagieren. Diese Liste umfasste „Menschenrechte“, „Frauenrechte“, „Umweltschutz“, „Antirassismus“, „Verständigung der Kulturen“, „Schulpolitik“, „Politik meines Landes“ und „Arbeitspolitik“.

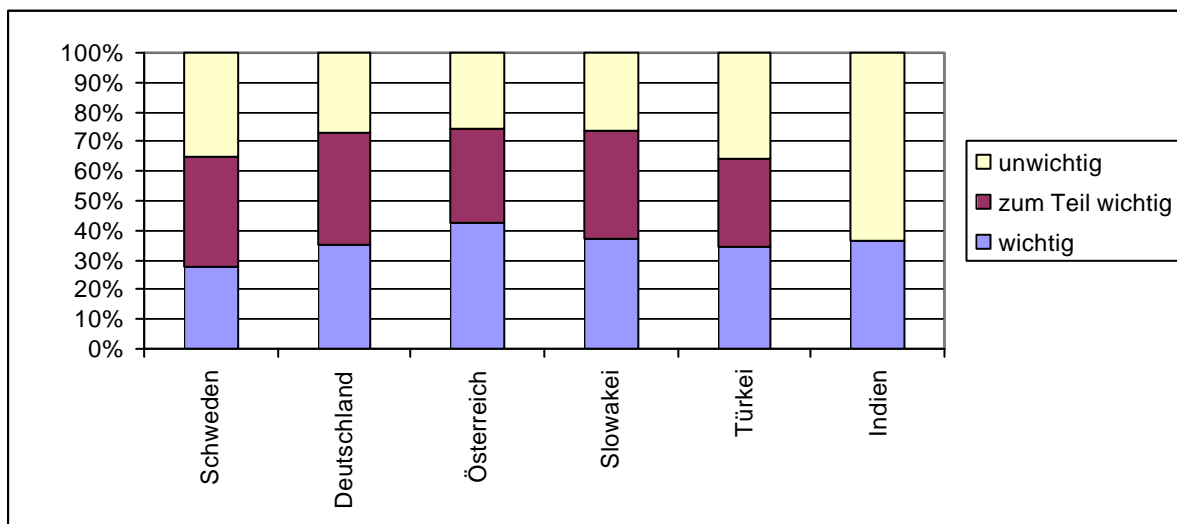
mehr Jungen als Mädchen im Umweltschutz engagieren. Für Menschenrechte wollen sich in Schweden, Deutschland und Indien mehr Jungen als Mädchen, in der Türkei deutlich mehr Mädchen als Jungen einsetzen. In Österreich und in der Slowakei unterscheiden sich die Geschlechter diesbezüglich nicht.

8.2. Einstellungen zu Politik

8.2.1. Persönliche Bedeutung der Politik

Lediglich 84.7 Prozent der schwedischen, 71.9 Prozent der türkischen und 78.1 Prozent der indischen Befragten gaben Auskunft über die persönliche Bedeutung von Politik für sie. In den meisten untersuchten Ländern bewegt sich der Anteil jener Jugendlichen, denen Politik persönlich wichtig bis sehr wichtig ist, zwischen 34.8 (Deutschland und Türkei) und 37.5 Prozent (Slowakei). In Österreich liegt er etwas darüber (42.8%), in Schweden geringfügig darunter (27.6%). Der Anteil jener Befragten, denen Politik weniger wichtig bis unwichtig ist, liegt in fast allen untersuchten Ländern zwischen 29.6 (Türkei) und 38.1 Prozent (Deutschland). In Indien hatte die Skala zur Einstufung der persönlichen Bedeutung von Politik eine gerade Anzahl an Kategorien, weshalb die Befragten hier keine mittlere Antwortkategorie zur Auswahl hatten (sh. Grafik 8.1).

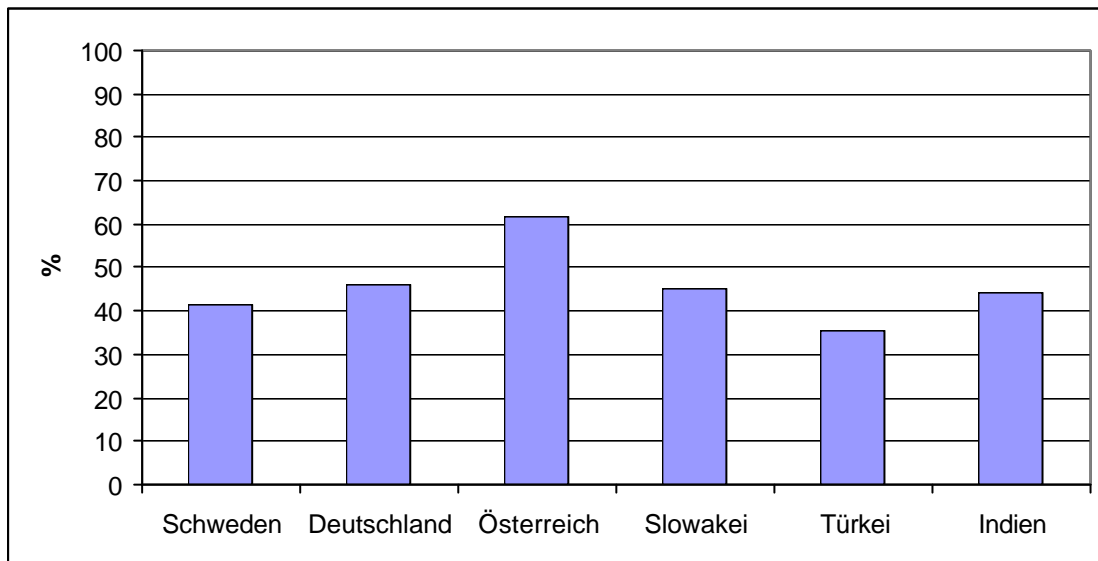
In jedem der untersuchten Länder ist Politik für männliche Jugendliche bedeutend wichtiger als für weibliche. In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei ist der Anteil der weiblichen Jugendlichen, die Politik als mehr oder weniger wichtig ansehen, besonders hoch. In der Türkei ist in diesem Zusammenhang keine geschlechtsspezifische Differenz erkennbar.



Grafik 8.1: Die subjektive Bedeutung von Politik für Jugendliche (Prozentwerte).

8.2.2. Interesse für Politik

Grafik 8.2 gibt Auskunft darüber, wie viele der Jugendlichen sich für Politik interessieren und sich auch über das politische Geschehen informieren. In Schweden, Deutschland, in der Slowakei und in Indien liegt der Anteil dieser Jugendlichen aus dem Sample zwischen 41.7 (Schweden) und 46.3 Prozent (Deutschland). In Österreich beträgt er etwas mehr (61.8%), in der Türkei etwas weniger (35.7%). In allen Ländern zeigt sich, dass sich Jungen deutlich stärker als Mädchen für Politik interessieren und sich auch darüber informieren.



Grafik 8.2: Anteil jener Jugendlichen, die sich für Politik interessieren und sich darüber informieren (Prozentwerte).

Tabelle 8.2 gibt einen Überblick darüber, wie viele der befragten SchülerInnen auch angaben, aus welchen Gründen sie sich für Politik interessieren beziehungsweise warum sie das nicht tun⁵⁷. Alle Prozentangaben im Folgenden beziehen sich auf diese Anteile als Grundgesamtheit.

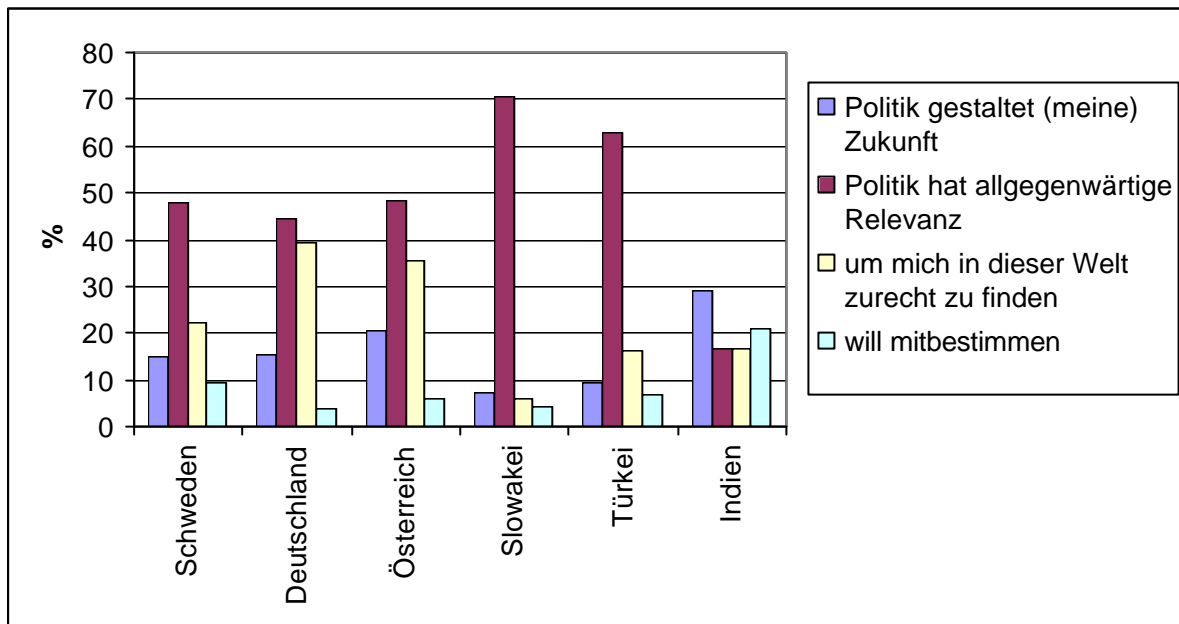
In fast allen untersuchten Ländern sind die meisten an Politik interessierten Jugendlichen der Meinung, dass Politik in allen Belangen eine Rolle spielt und es sich deshalb lohnt, sich darüber zu informieren: 44.3 (Deutschland) bis 70.6 Prozent der Jugendlichen (Slowakei). Allein in Indien vertreten nicht so viele Befragte diese Ansicht. Hier interessieren sich mehr 14- bis 17-Jährige für Politik, weil diese ihrer Meinung nach ihre Zukunft gestaltet (29.2%) oder weil sie sich aktiv an der Politik beteiligen wollen (20.8%). Diese beiden Beweggründe wurden von Jugendlichen anderer Länder deutlich seltener genannt. Mit Ausnahme der slowakischen Mädchen und Jungen ist unter den Jugendlichen aller untersuchten Länder die Einstellung weit verbreitet, dass Wissen über politische Geschehnisse hilft, sich im Leben besser

⁵⁷ Die Jugendlichen wurden gebeten, in eigenen Worten zu beschreiben, warum sie sich beziehungsweise warum sie sich nicht für Politik interessieren.

zurecht zu finden: 16.3 (Türkei) bis 39.2 Prozent der Jugendlichen (Deutschland) (sh. Grafik 8.3).

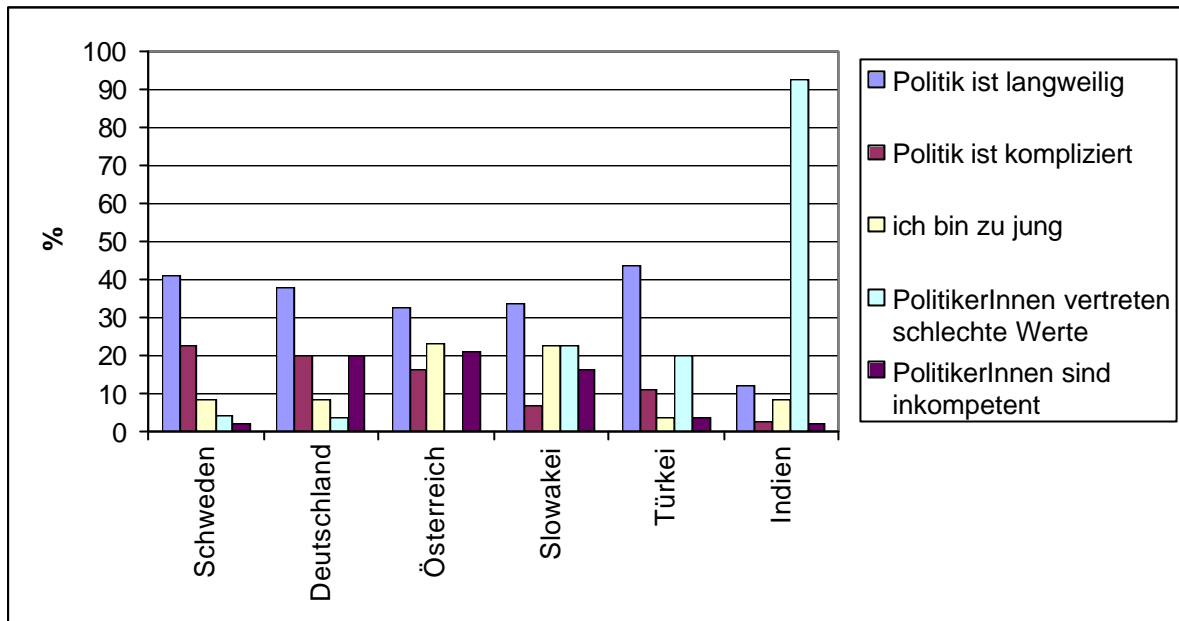
	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
warum	36.0	49.4	42.5	42.5	26.9	15.0
warum nicht	32.7	38.1	26.9	38.8	34.4	51.3

Tabelle 8.2: Anteil jener Jugendlichen, die begründeten, warum beziehungsweise warum nicht Politik interessant für sie ist (Prozentwerte).



Grafik 8.3: Warum Jugendliche sich für Politik interessieren (Prozentwerte).

Es sticht ins Auge, dass indische Jugendliche eine sehr spezielle Meinung von Politik haben. 92.7 Prozent jener, die sich nicht für Politik interessieren, begründen dieses Desinteresse damit, dass ihrer Meinung nach Politik ein böses Spiel ist und PolitikerInnen sich an schlechten Werten wie Machtgier orientieren oder korrupt sind. Ebenfalls relativ häufig wird diese Meinung von slowakischen Jugendlichen vertreten (22.6%). Wenn man von Indien absieht, dann finden die meisten unpolitischen Jugendlichen Politik einfach langweilig: 32.6 (Österreich) bis 43.6 Prozent (Türkei). Schwedische, deutsche, österreichische und türkische Jugendliche empfinden Politik häufig als zu kompliziert, um sich damit näher auseinander zu setzen. Österreichische und slowakische 14- bis 17-Jährige interessieren sich häufig nicht für Politik, weil sie sich für zu jung dafür halten beziehungsweise meinen, ohnehin keinen Einfluss darauf nehmen zu können (23.3% respektive 22.6%). In Deutschland, Österreich und in der Slowakei halten viele Jugendliche PolitikerInnen für inkompetent oder Politik an sich für ineffizient (19.7%, 20.9% respektive 16.1%) (sh. Grafik 8.4).



Grafik 8.4: Warum Jugendliche sich nicht für Politik interessieren (Prozentwerte).

8.2.3. Politische Störfaktoren

Zwischen 52.0 (Schweden) und 75.6 Prozent der Befragten (Indien) gaben Auskunft darüber, was sie an der aktuellen Politik in ihrem Land stört⁵⁸ (sh. Tabelle 7.1). Mit 30.8 Prozent der Jugendlichen, die mit der Politik ihres Landes sehr zufrieden sind, sticht Schweden heraus, denn in allen anderen untersuchten Ländern kann sich maximal jeder und jede achte Jugendliche aus dem Sample dieser Zufriedenheit anschließen. Die meisten österreichischen, slowakischen, türkischen und indischen Befragten stören bestimmte PolitikerInnen oder PolitikerInnen im Allgemeinen, meist halten sie diese für korrupt. Deutsche und indische Jugendliche halten sie außerdem häufig für inkompetent beziehungsweise Politik an sich für ineffizient. Schwedische, deutsche und indische 14- bis 17-Jährige fühlen sich weiters oft von PolitikerInnen verraten, betrogen oder schlecht vertreten.

In Schweden, Österreich und in der Slowakei meinen viele Jugendliche, dass die PolitikerInnen ihres Landes nicht genug gegen Unmenschlichkeit, Rassismus sowie die Diskriminierung von Frauen und anderen tun beziehungsweise diese sogar schüren. Deutsche Mädchen und Jungen finden besonders, dass in ihrem Land mehr gegen die große Arbeitslosigkeit getan werden sollte, slowakische Jugendliche dagegen, dass in der Politik nicht soviel gestritten, sondern mehr kooperiert werden sollte. Österreichische Jugendliche sind häufig mit bestimmten Parteien unzufrieden, türkische mit der Regierung. Türkische 14- bis 17-Jährige wollen auch häufig, dass der Islam nicht soviel Einfluss auf die Politik ihres Landes nimmt (sh. Tabelle 8.4).

⁵⁸ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
52.0	75.0	61.9	53.8	60.6	75.6

Tabelle 8.3: Anteil der Jugendlichen, die mitteilten, was sie an der derzeitigen Politik ihres Landes stört (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	nichts 30.8	Inkompetenz 29.2	Politiker- Innen 21.2	Politiker- Innen 54.7	Politiker- Innen 19.6	Politiker- Innen 68.6
2. Rang	Unmensch- lichkeit 14.1	Arbeitslosig- keit 17.5	Parteien 16.2	Unmensch- lichkeit 10.5	Regierung 18.6	Inkompetenz 10.7
3. Rang	Betrug durch Politik 10.3	Betrug durch Politik 11.7	Unmensch- lichkeit 15.2	das Gegen- einander 5.8	Einfluss des Islams 15.5	Betrug durch Politik 9.9

Tabelle 8.4: Was Jugendliche an der derzeitigen Politik ihres Landes nicht in Ordnung finden (Prozentwerte).

8.2.4. Wichtige Diskussionspunkte

47.5 bis 63.1 Prozent der Befragten teilten mit, welche politischen Diskussionspunkte sie besonders interessieren und berühren⁵⁹ (sh. Tabelle 8.5). Mit Ausnahme der österreichischen Jugendlichen liegen den Jugendlichen aus der Stichprobe Themen wie Außenpolitik, Krieg und Terror besonders am Herzen. Schwedischen, österreichischen und indischen Jugendlichen sind außerdem die Diskussionen um Menschenrechte und Diskriminierung sehr wichtig. Auch die Sozialpolitik ihres Landes wird von vielen österreichischen und indischen Jugendlichen aufmerksam verfolgt. Für schwedische und österreichische Jugendliche hat auch Umweltpolitik eine große Bedeutung. Bildungspolitik ist vielen deutschen, slowakischen und türkischen Mädchen und Jungen aus dem Sample ein Anliegen. Während sich viele deutsche Jugendliche für die Diskussionen rund um die hohe Arbeitslosenquote interessieren, verfolgen viele slowakische Jugendliche die Europa-Politik sehr aufmerksam. Türkische 14- bis 17-Jährige interessieren sich häufig für die Frage, wie viel Einfluss der Islam auf die Politik des Landes nehmen soll beziehungsweise darf (sh. Tabelle 8.6).

⁵⁹ Ebenfalls eine offene Frage.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
57.3	59.4	47.5	55.6	47.5	63.1

Tabelle 8.5: Anteil der Jugendlichen, die die ihrer Meinung nach wichtigsten politischen Diskussionspunkte anführten (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Menschenrechte 43.0	Arbeitslosigkeit 38.9	Sozialpolitik 25.0	EU 40.4	Bildung 46.1	Menschenrechte 17.8
2. Rang	Umwelt 12.8	Bildung 27.4	Menschenrechte 21.1	Bildung 14.3	Außenpolitik 23.7	Sozialpolitik 17.8
3. Rang	Außenpolitik 10.5	Außenpolitik 22.1	Umwelt 21.1	Außenpolitik 14.3	Islam 18.4	Außenpolitik 16.8

Tabelle 8.6: Die politischen Diskussionspunkte, die die Jugendlichen interessieren und sie auch berühren (Prozentwerte).

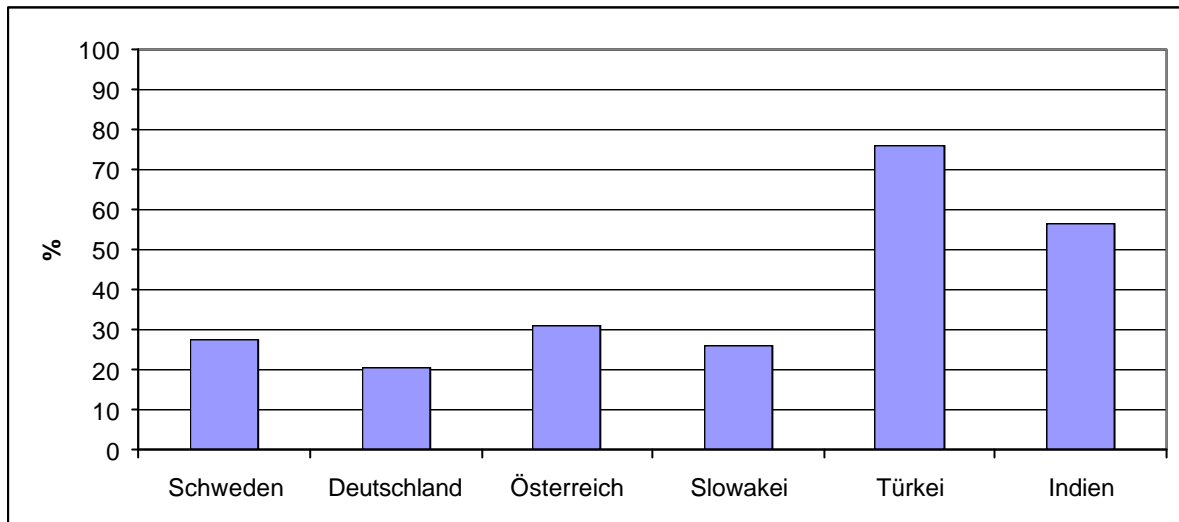
8.3. Einstellungen zu Religion

Die Fragen zu den Einstellungen gegenüber Religion sind immer auf jene Konfessionen bezogen, der die Befragten selbst angehören beziehungsweise die sie als Teil ihres unmittelbaren Umfelds erleben.

8.3.1. Persönliche Bedeutung von Religion

Dieses Unterkapitel betrachtet die persönliche Bedeutung von Religion für die befragten Jugendlichen. Türkische und indische Jugendliche schreiben ihrer Religion deutlich mehr Bedeutung zu als Jugendliche in Schweden, Deutschland, Österreich oder in der Slowakei. Während 76.1 Prozent der türkischen und 57.0 Prozent der indischen Jugendlichen der Meinung sind, dass Religion für sie persönlich wichtig oder sogar sehr wichtig ist, trifft das auf lediglich 20.8 (Deutschland) bis 31.2 Prozent (Österreich) der anderen Jugendlichen aus dem Sample zu (sh. Grafik 8.5).

In der Türkei und in Indien wird die Religion von deutlich mehr Jungen als Mädchen als wichtig eingeschätzt. Auch in Österreich und in der Slowakei ist diese Tendenz – wenn auch schwächer ausgeprägt – vorzufinden. In Deutschland schreiben Mädchen ihrer Religion mehr Bedeutung zu als Jungen das tun. In Schweden ist diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied erkennbar.

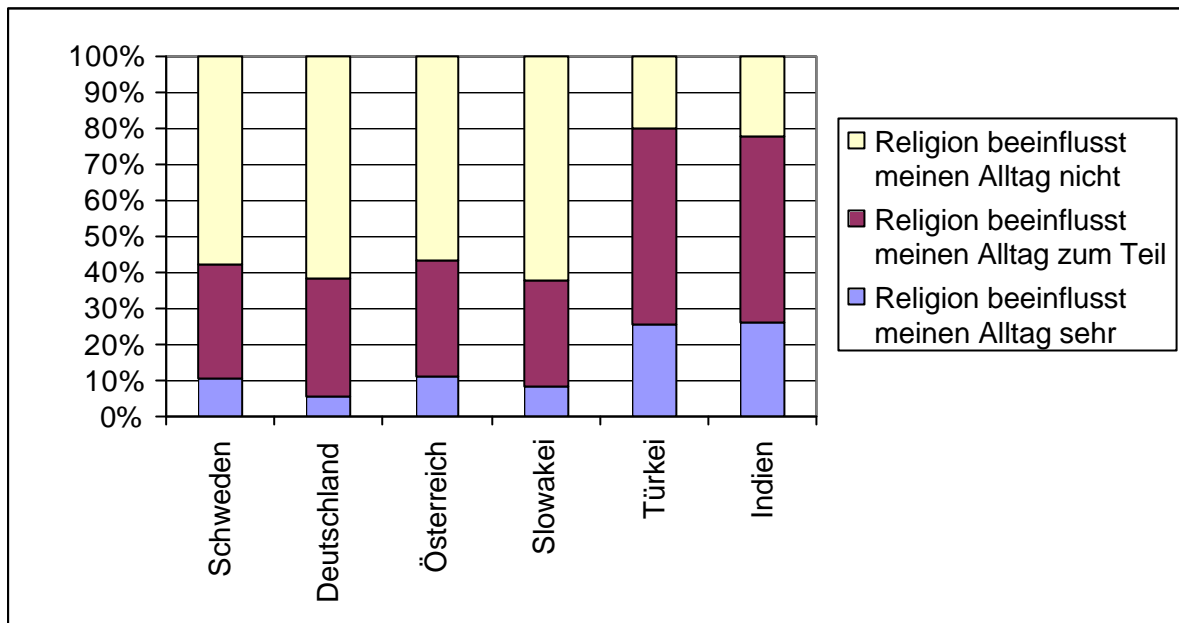


Grafik 8.5: Anteil der Jugendlichen, für die Religion subjektiv wichtig ist (Prozentwerte).

Zu welchem Grad Religion das alltägliche Leben der Jugendlichen subjektiv beeinflusst, wird nun im Anschluss behandelt. Je ein Viertel der türkischen und indischen Jugendlichen wird von ihrer jeweiligen Religionszugehörigkeit im Alltag stark beeinflusst. Der Anteil dieser Jugendlichen liegt in den anderen untersuchten Ländern zwischen 5.1 (Deutschland) und 10.1 Prozent (Schweden). In Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei meinen jeweils mehr als die Hälfte der 14- bis 17-Jährigen, dass sie im Alltag nicht von der Konfession, der sie angehören, beeinflusst werden (sh. Grafik 8.6).

In Österreich, in der Türkei und in Indien sind deutlich mehr Mädchen als Jungen davon überzeugt, dass die Religion für sie im Alltag eine sehr wesentliche Rolle spielt. In Deutschland sind mehr Jungen als Mädchen dieser Auffassung. In Schweden und in der Slowakei sind in diesem Zusammenhang keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern erkennbar. Sehr deutliche geschlechtsspezifische Unterschiede hinsichtlich der Meinung, dass die Religion sie im Alltag gar nicht beeinflusst, finden sich in Deutschland, wo wiederum mehr Jungen als Mädchen so denken, aber auch in der Türkei und in Indien, wo überwiegend Mädchen diese

Auffassung vertreten.



Grafik 8.6: Der subjektive Einfluss von Religion auf den Alltag der Jugendlichen (Prozentwerte).

8.3.2. Einstellungen zur eigenen Religion

Nur in der Türkei und in Indien teilten mehr als 90.0 Prozent der Befragten ihre Einstellung gegenüber ihrer Religion mit⁶⁰. In den übrigen untersuchten Ländern lag die Antwortquote zwischen 56.3 und 81.9 Prozent (sh. Tabelle 8.7).

In allen untersuchten Ländern haben die befragten 14- bis 17-Jährigen überwiegend ein positives Bild von ihrer Religion. So meinen schwedische Jugendliche meist, dass ihre Religion Halt, Mut und Kraft gibt. Deutsche Jugendliche denken häufig, dass ihre Religion Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit fördert, hilfreich ist und Kraft gibt. In der Slowakei sind viele Jugendliche davon überzeugt, dass ihre Religion hilfreich ist, Mut verleiht und gute Regeln vorgibt. Türkische und indische Jugendliche haben ein sehr ähnliches Bild von ihrer Religion: Sie meinen meist, dass ihre Religion gute Regeln vorgibt, die Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit fördert und hilfreich ist. Allein in Österreich stimmen viele Jugendliche darin überein, dass ihre Religion veraltet ist. Im Übrigen meinen aber auch sie, dass ihre Religion Mut gibt und die Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit fördert (sh. Tabelle 8.8).

⁶⁰ Die Befragten sollten aus einer Liste von Eigenschaften all jene auswählen, die ihrer Meinung nach auf ihre Religion zutreffen. Diese Liste umfasste „einengend“, „befreiend“, „hilfreich“, „gibt Mut“, „gibt gute Regeln vor“, „gibt Halt“, „fördert die Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit“, „offen“, „schließt Andersdenkende aus“, „streng“, „veraltet“, „nach wie vor aktuell“, „gibt Kraft“, „verhindert Eigenständigkeit“, „kleinlich“, „unkritisch“ und „prüde“.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
72.0	56.3	81.9	76.9	96.9	95.6

Tabelle 8.7: Anteil der Jugendlichen, die Auskunft über ihre Einstellung gegenüber ihrer Religion gaben (Prozentwerte).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
einengend	17.6	10.0	25.2	5.7	28.4	24.8
befreiend	21.3	16.7	12.2	14.6	26.5	15.8
hilfreich	25.0	34.4	22.9	41.5	49.0	42.5
gibt Mut	32.4	32.2	31.3	25.2	38.1	40.8
gibt gute Regeln vor	27.1	15.6	11.5	21.1	65.8	47.7
gibt Halt	33.6	23.3	23.7	14.6	34.2	30.3
fördert die Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit	22.2	35.6	29.0	19.5	62.6	42.7
offen	25.0	26.7	11.5	17.1	29.0	8.6
schließt Andersdenkende aus	6.5	8.9	27.5	5.7	12.3	11.9
streng	7.5	7.8	22.1	15.4	7.1	13.2
veraltet	10.3	28.9	48.9	13.0	7.1	12.6
nach wie vor aktuell	4.7	22.2	9.2	8.9	5.8	8.6
gibt Kraft	31.8	30.0	22.1	21.1	44.5	29.1
verhindert Eigenständigkeit	6.5	7.8	21.4	10.6	9.7	13.2
kleinlich	2.8	15.6	18.3	7.3	21.3	18.5
unkritisch	13.0	7.8	10.7	13.0	11.6	4.0
prüde	3.7	16.7	21.4	8.9	26.0	3.3

Tabelle 8.8: Wie Jugendliche ihre Religion empfinden (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen heben jene drei Attribute hervor, die in dem jeweiligen Land am häufigsten genannt wurden.

Schwedische und deutsche Jungen aus der Stichprobe sehen ihre Religion deutlich häufiger als Mädchen als einengend an; Slowaken nur etwas häufiger als Slowakinnen. In Österreich und Indien sind Mädchen öfter dieser Meinung und in der Türkei ist keine diesbezügliche geschlechtsspezifische Differenz erkennbar. In allen Ländern, außer Deutschland, empfinden eher männliche Jugendliche ihre Religion als befreiend – in Deutschland sehen Mädchen dies öfter so. In Schweden, Österreich und Indien halten Jungen häufiger als Mädchen ihre Religion für hilfreich. In Deutschland und in der Slowakei sind es häufiger Mädchen und in der Türkei ist der geschlechtsspezifische Unterschied in diesem Zusammenhang sehr gering. Die

weiblichen schwedischen, deutschen und slowakischen Jugendlichen finden überdurchschnittlich oft, dass ihre Religion Mut gibt. In Österreich und in der Türkei sind mehr Jungen dieser Meinung und in Indien findet sich in dieser Hinsicht kein geschlechtsspezifischer Unterschied.

Dass die Religion gute Regeln vorgibt, meinen in Österreich, in der Türkei und in Indien Jungen deutlich öfter als Mädchen; deutsche und slowakische Jungen immerhin noch etwas öfter. In Schweden ist kein Unterschied zwischen den Geschlechtern in diesem Zusammenhang ersichtlich. Für schwedische und deutsche männliche Jugendliche gibt die Religion öfter Halt als für Mädchen – in den übrigen Ländern gibt die Religion den Mädchen subjektiv mehr Halt. Nur Schwedinnen sehen ihre Religion öfter als ihre männlichen Landsleute als die Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit fördernd an. In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei überwiegen diesbezüglich die Jungen und in Indien sind beide Geschlechter einer sehr ähnlichen Ansicht. In Schweden, Österreich, in der Türkei und in Indien empfinden männliche Jugendliche ihre Religion offener als Mädchen, in Deutschland und in der Slowakei hingegen eher weibliche.

Inwiefern ihre Religion Andersdenkende ausschließt, sehen Mädchen und Jungen in fast allen untersuchten Ländern ähnlich, wobei nur in der Slowakei Jungen dem öfter zustimmen als Mädchen. Türkinnen und Inderinnen empfinden ihre Religion überdurchschnittlich oft als streng, in den übrigen Ländern denken Jungen öfter so. In Schweden, Deutschland und in der Slowakei sind mehr Jungen als Mädchen der Meinung, ihre Religion sei veraltet. In Österreich, in der Türkei und in Indien sind es eher Mädchen, die diese Auffassung vertreten. Tendenziell halten Mädchen in Schweden und Deutschland ihre Religion für aktueller als ihre männlichen Landsleute. In Österreich, in der Türkei und in Indien überwiegen die Jungen und in der Slowakei ist das Verhältnis der Angaben der Geschlechter ausgewogen. In Schweden und Deutschland gibt die Religion den Mädchen subjektiv mehr Kraft, in den übrigen Ländern den Jungen. In Schweden, in der Slowakei und in Indien sind es die Jungen, die tendenziell häufiger denken, dass ihre Religion Eigenständigkeit verhindere, in Österreich überwiegen diesbezüglich die Mädchen und in Deutschland sowie in der Türkei kann man in dieser Hinsicht keinen Unterschied zwischen den Geschlechtern erkennen.

Für schwedische, deutsche und türkische Jungen ist die Religion ihrer Meinung nach kleinlicher als für Mädchen. In Österreich sind Mädchen öfter dieser Ansicht und in der Slowakei sowie in Indien gibt es keine diesbezügliche geschlechtsspezifische Differenz. In der Türkei und in Indien bewerteten mehr weibliche als männliche Befragte ihre Religion als unkritisch, während in den anderen Ländern mehr männliche Befragte dieser Ansicht sind. In Deutschland, in der Türkei und in Indien bringen überdurchschnittlich viele Jungen ihre Religion mit der Eigenschaft,

prüde zu sein, in Verbindung. In Österreich tun das mehr Mädchen und sowohl in Schweden als auch in der Slowakei ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied in diesem Zusammenhang feststellbar.

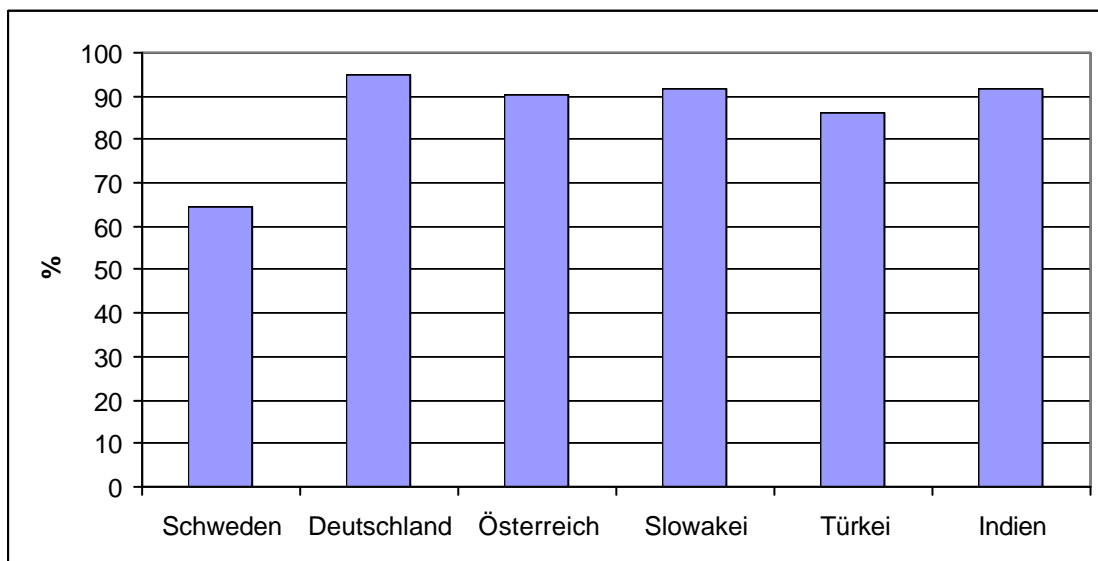
8.4. Einstellungen zum Geschlechterverhältnis

Auffallend im nachfolgenden Teil, der elf Fragen zum Geschlechterverhältnis umfasst, ist, dass die Zustimmung im Großen und Ganzen bei allen Aussagen außer bei einer ("Männer sind die besseren Politiker.") ziemlich hoch war, und das, obwohl durchaus gegensätzliche Aussagen den Befragten vorgelegt wurden. Wie gewohnt liefern Grafiken einen vergleichenden Überblick über die untersuchten Länder und auf geschlechtsspezifische Unterschiede wird vorwiegend im Text Bezug genommen. Lediglich 84.0 bis 93.3 Prozent der schwedischen Befragten nahmen zu den folgenden Aussagen zum Geschlechterverhältnis Stellung.

„Frauen sind heute viel unabhängiger.“

Schwedische 14- bis 17-Jährige aus der Stichprobe schließen sich dieser Aussage deutlich seltener an als Jugendliche in den anderen untersuchten Ländern: Hier sind es lediglich 64.4 Prozent der Jugendlichen, die meinen, Frauen seien heute viel unabhängiger, während das sonst 86.3 (Türkei) bis 95.0 Prozent der Jugendlichen (Deutschland) tun (sh. Grafik 8.7).

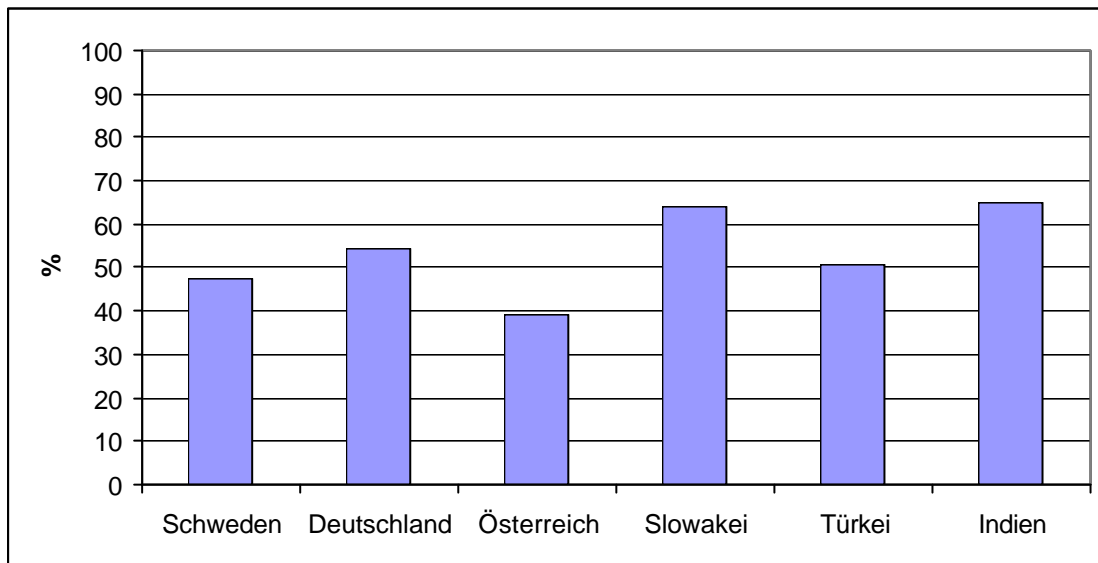
In allen untersuchten Ländern außer der Türkei, wo sich ein gegenteiliges Bild zeigt, sehen weibliche Jugendliche Frauen heute als viel unabhängiger an als es Jungen tun, wobei in Deutschland und der Türkei die Unterschiede zwischen den Geschlechtern am geringsten sind.



Grafik 8.7: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen seien heute viel unabhängiger. (Prozentwerte).

„Frauen stehen heute alle Wege offen.“

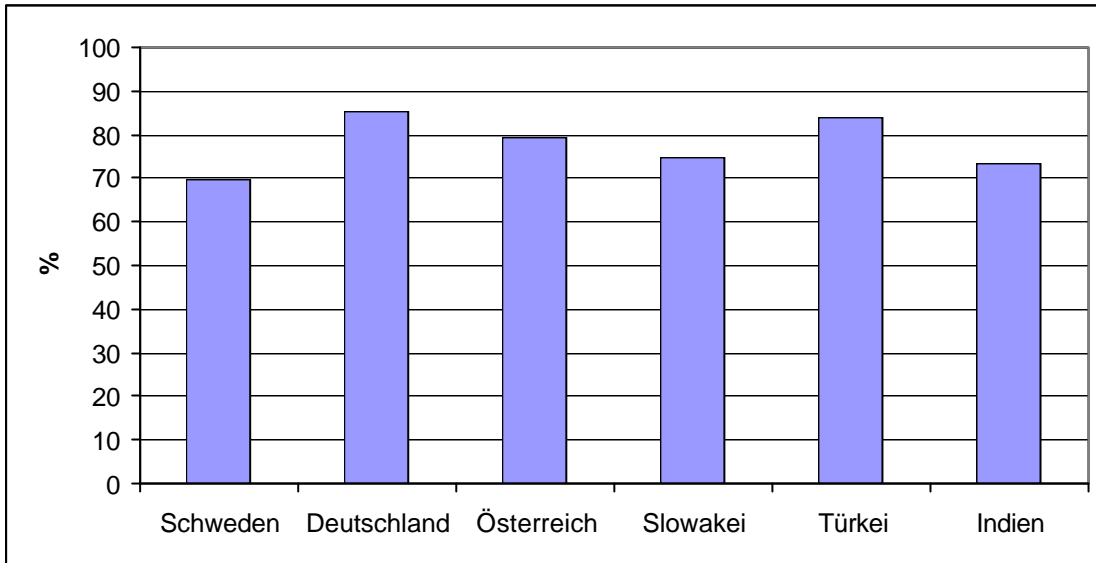
Slowakische und indische Befragte meinen am häufigsten, dass Frauen heute alle Wege offen stehen (63.9% respektive 65.0%). Österreichische Jugendliche schließen sich dieser Meinung am seltensten an (39.4%) (sh. Grafik 8.8). Nur in Schweden sind mehr Mädchen als Jungen der Ansicht, dass heute Frauen alle Wege offen stehen. In allen anderen Ländern sind Jungen deutlich öfter dieser Meinung. In Österreich zeigt sich der geringste Unterschied: Hier beträgt die geschlechtsspezifische Differenz lediglich 9.5 Prozentpunkte.



Grafik 8.8: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen stünden heute alle Wege offen (Prozentwerte).

„Männer, die ihre Gefühle ausdrücken, kommen bei Frauen gut an.“

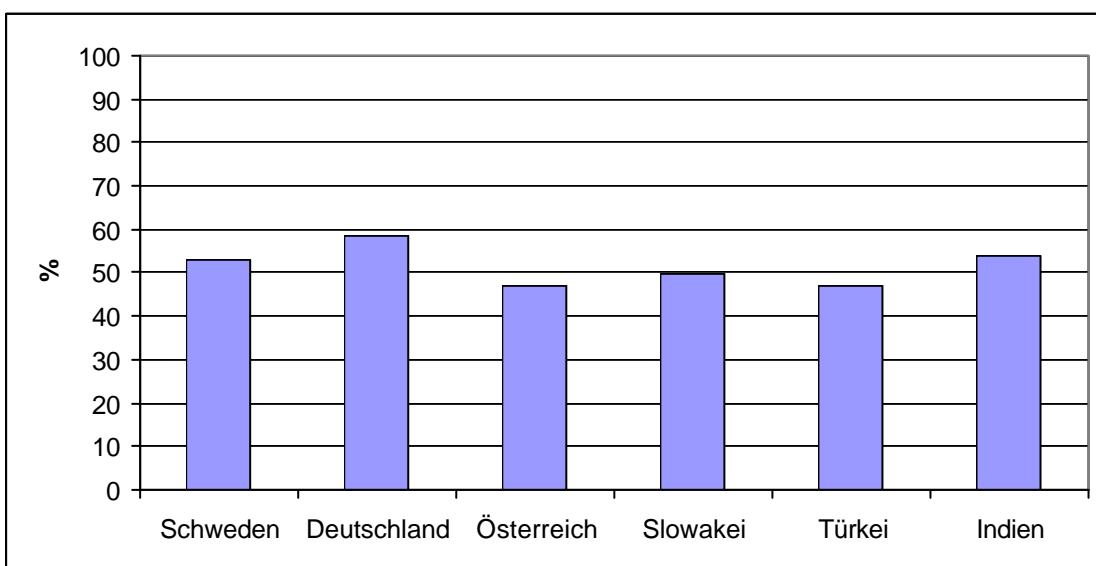
Die Zustimmung zu dieser Aussage ist unter den befragten Jugendlichen aller untersuchten Länder ähnlich hoch: Zwischen 69.8 (Schweden) und 85.2 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Deutschland) schließen sich dieser Meinung an (sh. Grafik 8.9). In Deutschland und in der Türkei stimmen weit mehr Mädchen als Jungen dieser Aussage zu, in der Slowakei und in Indien zwar tendenziell ebenfalls, aber zu einem geringeren Grad. In Schweden waren mehr männliche als weibliche Jugendliche dieser Ansicht und in Österreich kann diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied ausgemacht werden.



Grafik 8.9: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Männer, die ihre Gefühle ausdrücken, kämen bei Frauen gut an (Prozentwerte).

„Starke Frauen schüchtern Männer ein.“

Die befragten Jugendlichen der untersuchten Länder unterscheiden sich bezüglich ihrer Zustimmung zu dieser Aussage nur geringfügig. Überall meinen 47.0 (Österreich und Türkei) bis 58.3 Prozent der Jugendlichen (Deutschland), dass starke Frauen Männer einschüchtern (sh. Grafik 8.10). Tendenziell lässt sich beobachten, dass in Deutschland, Österreich, in der Slowakei und in Indien eher Mädchen diese Ansicht vertreten, während es in der Türkei überwiegend Jungen sind. In Schweden kann weder die eine noch die andere Tendenz festgestellt werden.

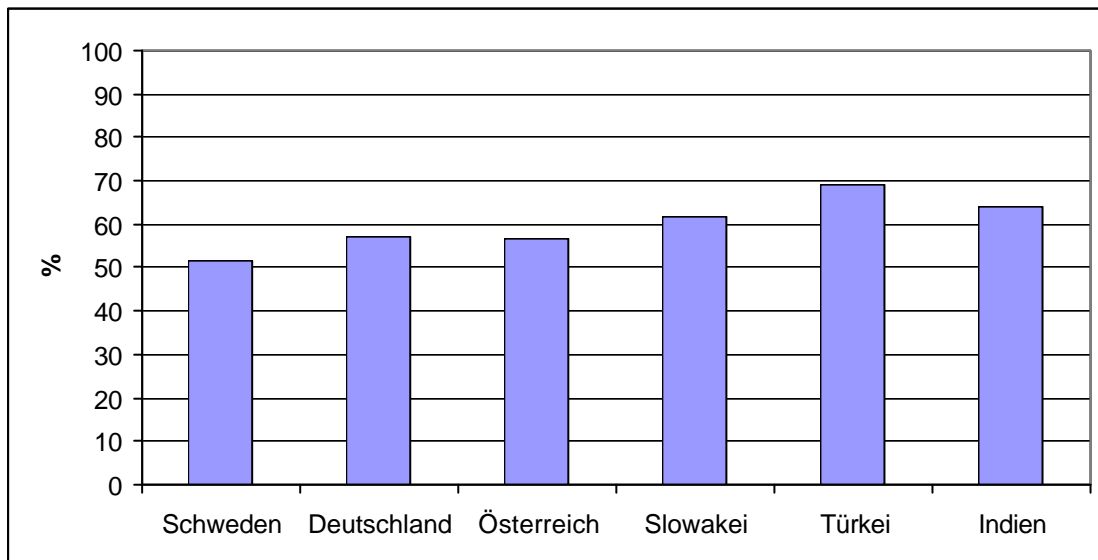


Grafik 8.10: Anteil der Jugendlichen, die meinen, starke Frauen würden Männer einschüchtern (Prozentwerte).

„Frauen wie Männer wollen heute beides, Job und Familie, finden aber wenig Unterstützung.“

Tendenziell stimmen schwedische, österreichische und deutsche Jugendliche aus dem Sample dieser Meinung seltener zu als türkische, indische oder slowakische befragte 14- bis 17-Jährige. In Schweden, Österreich und Deutschland bewegt sich der Anteil der Jugendlichen, die glauben, dass Frauen wie Männer sowohl Beruf als auch Familie anstreben, aber wenig Unterstützung finden, zwischen 51.6 (Schweden) und 57.1 Prozent (Deutschland). In der Türkei, in Indien und in der Slowakei dahingegen vertreten 61.9 (Slowakei) bis 69.1 Prozent der Jugendlichen (Türkei) diese Meinung (sh. Grafik 8.11).

In Schweden, in der Türkei und in Indien stimmen dieser Aussage mehrheitlich Mädchen zu, in Österreich zwar auch, aber zu einem geringeren Grad, und in Deutschland sowie in der Slowakei unterscheiden sich die Meinungen der Mädchen und Jungen kaum.



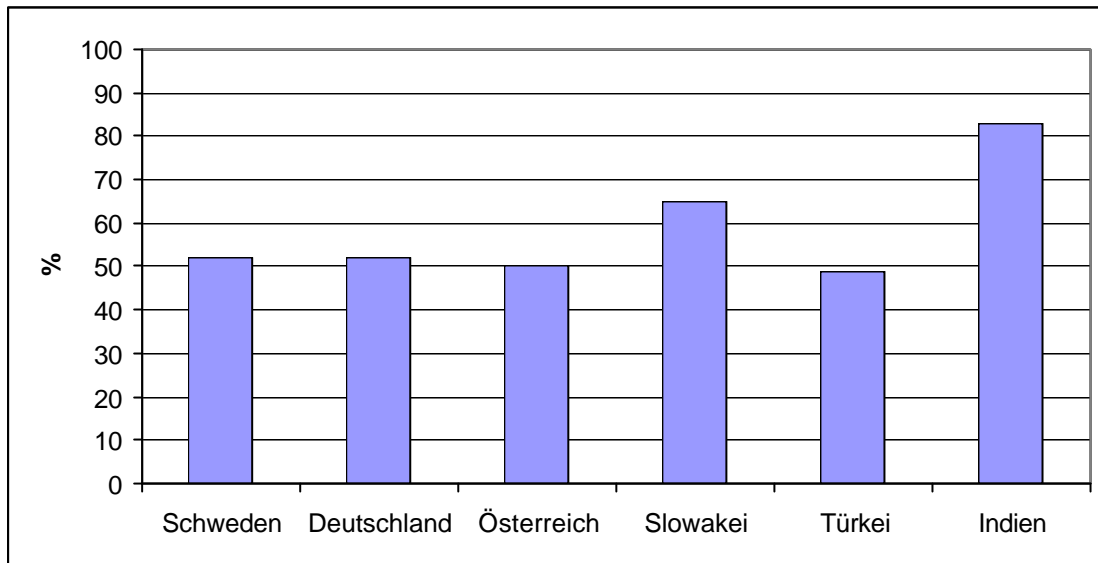
Grafik 8.11: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen wie Männer würden heute beides wollen, Job und Familie, fänden aber wenig Unterstützung (Prozentwerte).

„Frauen wollen eher starke Männer.“

Während in den meisten untersuchten Ländern lediglich 49.0 (Türkei) bis 52.3 Prozent der befragten Jugendlichen (Schweden) glauben, dass Frauen starke Männer wollen, sind immerhin 65.2 Prozent der slowakischen und sogar 83.0 Prozent der indischen Jugendlichen dieser Ansicht (sh. Grafik 8.12).

Schwedische und österreichische Jungen sind häufiger als Mädchen des jeweiligen Landes der Meinung, dass sich Frauen eher starke Männer wünschen. In Deutschland, in der Türkei und in Indien sind die Mädchen deutlich öfter dieser

Meinung und in der Slowakei teilen Mädchen mit immerhin noch 7.3 Prozentpunkten Unterschied öfter als Jungen diese Meinung.

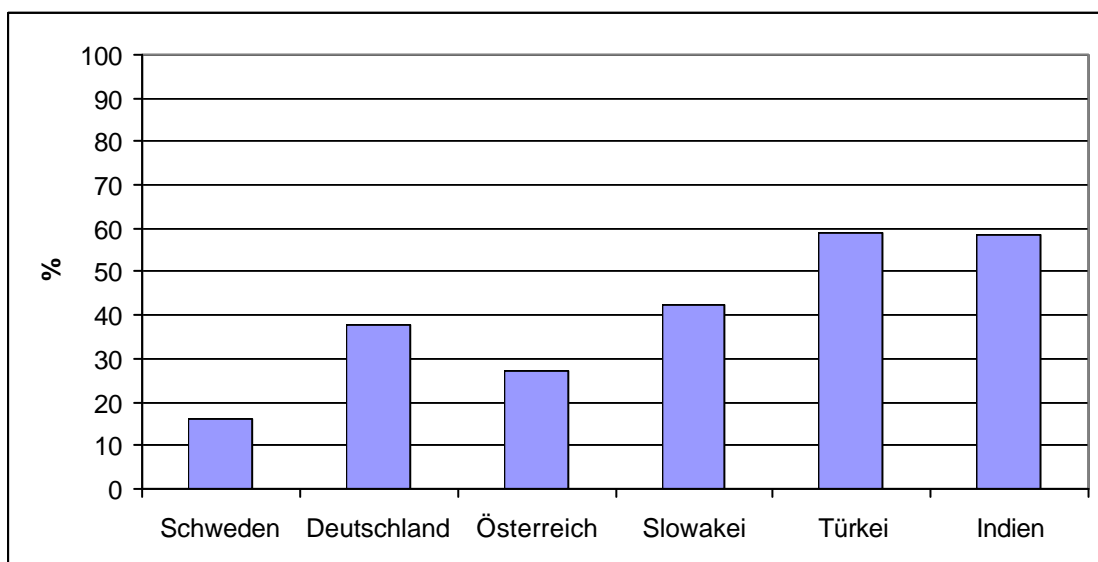


Grafik 8.12: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen würden eher starke Männer wollen (Prozentwerte).

„Männer sind die besseren Politiker.“

Während mehr als jeder und jede zweite türkische und indische Jugendliche aus der Stichprobe der Meinung ist, dass Männer die besseren Politiker seien, schließen sich lediglich 27.2 (Österreich) bis 42.4 der Jugendlichen (Slowakei) der mitteleuropäischen Länder dieser Ansicht an. In Schweden sind es sogar lediglich 16.2 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (sh.

Grafik 8.13). Differenziert man nach Geschlecht, so zeigt sich, dass in allen untersuchten Ländern Jungen zwei- bis dreimal so oft wie Mädchen der Ansicht sind, dass Männer besser als Frauen für Politik geeignet sind.

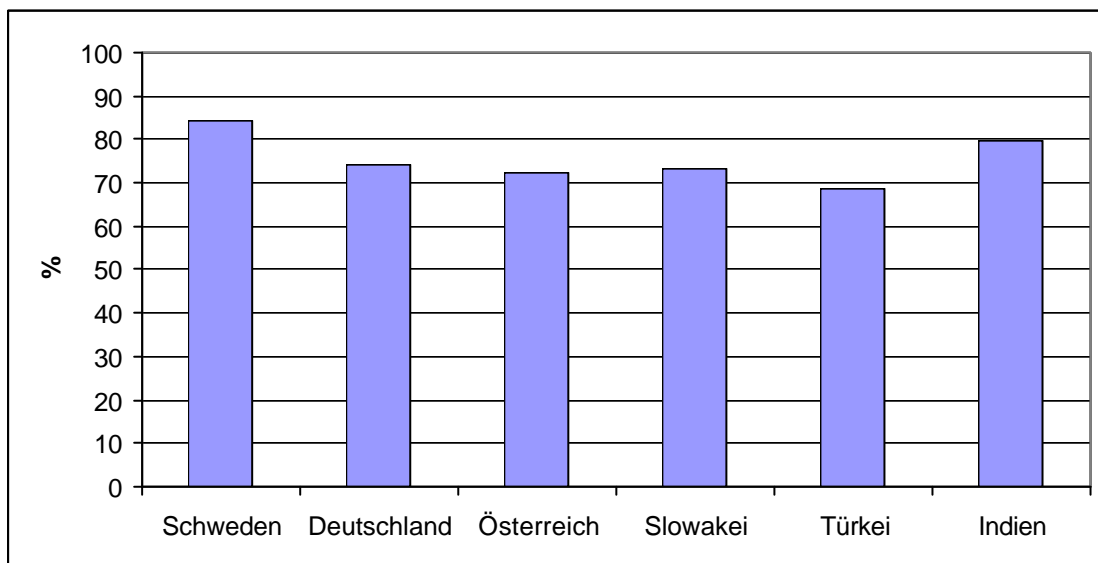


Grafik 8.13: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Männer seien die besseren Politiker (Prozentwerte).

„Es sollte mehr Frauen in der Politik geben, sie sorgen für neue Perspektiven.“

Die befragten Jugendlichen der untersuchten Länder unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Zustimmung zu dieser Aussage kaum. In der Türkei, in Österreich, in der Slowakei und in Deutschland meinen 68.7 (Türkei) bis 74.2 Prozent der Jugendlichen, dass es mehr Politikerinnen geben sollte. In Schweden und Indien liegt der Anteil dieser Jugendlichen etwas höher (84.3% respektive 79.9%) (sh. Grafik 8.14).

In allen Ländern sind Mädchen wesentlich häufiger als Jungen der Ansicht, dass es mehr Frauen in der Politik geben sollte, denn diese Politikerinnen würden für neue Perspektiven sorgen. Den größten geschlechtsspezifischen Unterschied findet man in der Türkei mit 35.0 Prozentpunkten, den geringsten, aber immer noch deutlichen, in Indien mit 10.8 Prozentpunkten.

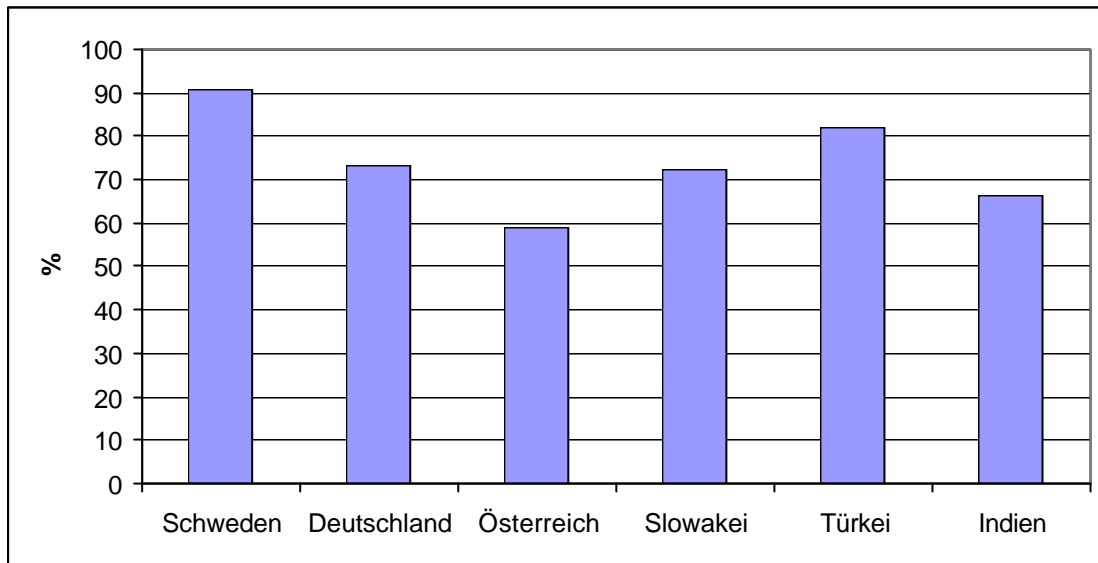


Grafik 8.14: Anteil der Jugendlichen, die meinen, es sollte mehr Frauen in der Politik geben, weil diese für neue Perspektiven sorgen würden (Prozentwerte).

„Frauen müssen etwas verdienen, weil sonst das Familieneinkommen nicht ausreicht.“

Schwedische und türkische Jugendliche aus dem Sample sind am häufigsten dieser Ansicht (91.0% respektive 81.9%). Österreichische und indische Jugendliche schließen sich ihr am seltensten an (59.2% respektive 66.2%) (sh. Grafik 8.15). In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und in Indien sind in diesem Zusammenhang keine geschlechtsspezifischen Unterschiede auszumachen. In Schweden sind etwas mehr Mädchen als Jungen der Ansicht, dass Frauen etwas

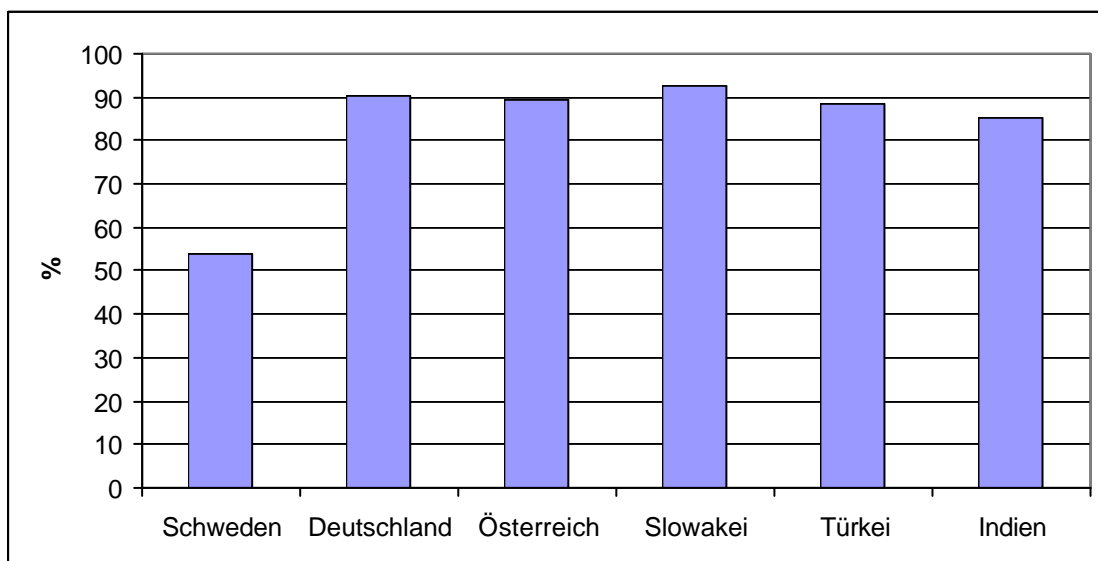
zum Familienbudget beitragen müssen, in der Türkei sind es sogar deutlich mehr Mädchen als Jungen: Die Differenz beträgt hier 18.7 Prozentpunkte.



Grafik 8.15: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen müssten etwas verdienen, weil sonst das Familieneinkommen nicht ausreichen würde (Prozentwerte).

„Frauen sind ehrgeizig und wollen unabhängig sein.“

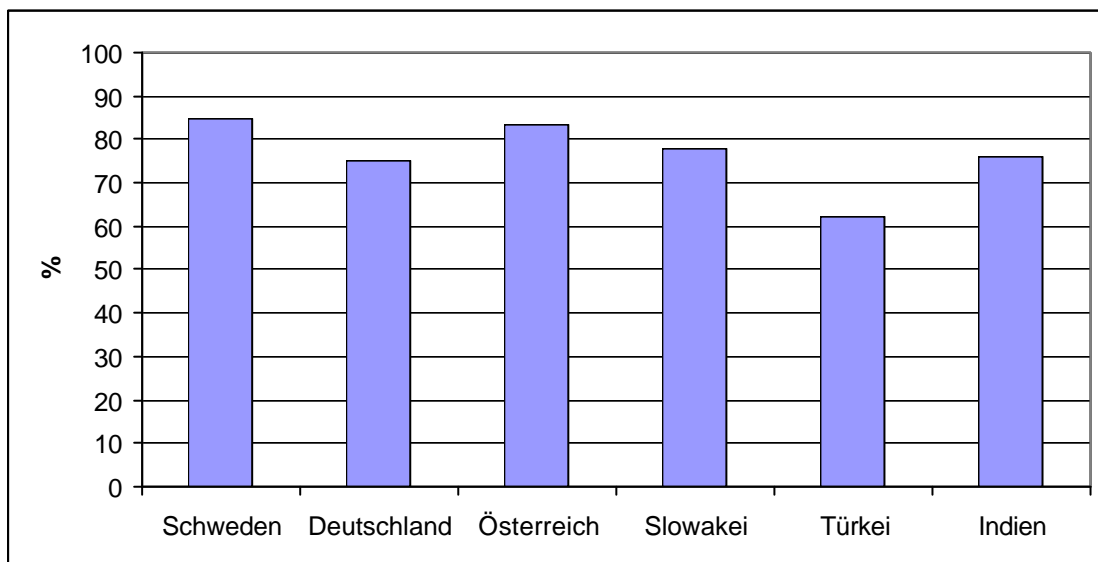
Lediglich 58.8 Prozent der indischen Befragten teilten ihren Standpunkt zu dieser Aussage mit. Während in allen übrigen untersuchten Ländern zwischen 85.1 (Indien) und 92.4 Prozent der Jugendlichen (Slowakei) meinen, dass Frauen ehrgeizig sind und unabhängig sein wollen, vertreten lediglich 53.8 Prozent der schwedischen Jugendlichen diese Meinung (sh. Grafik 8.16). Hier vertreten knapp zwei Drittel der Jungen die Ansicht, dass Frauen ehrgeizig sind und unabhängig sein wollen, hingegen nur knapp die Hälfte der Mädchen. In den übrigen Ländern sind Mädchen häufiger als Jungen dieser Meinung.



Grafik 8.16: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen seien ehrgeizig und würden unabhängig sein wollen (Prozentwerte).

„Frauen leisten genauso viel wie Männer, haben aber dennoch schlechtere Möglichkeiten.“

Lediglich 85.6 Prozent der indischen Befragten gaben Auskunft darüber, inwiefern sie glauben, dass Frauen genauso viel wie Männer leisten, aber dennoch schlechtere Möglichkeiten haben. Am häufigsten stimmen schwedische und österreichische Jugendliche dieser Aussage zu (84.8% respektive 83.6%). Türkische Jugendliche halten sie am seltensten für zutreffend (62.3%) (sh. Grafik 8.17). Außer in Indien, wo in dieser Hinsicht kein geschlechtsspezifischer Unterschied feststellbar ist, sind in allen untersuchten Ländern mehr Mädchen als Jungen der Ansicht, dass Frauen zwar genauso viel leisten wie Männer, aber dennoch schlechtere Möglichkeiten haben. In der Slowakei beträgt der Unterschied sogar 21.9 Prozentpunkte.



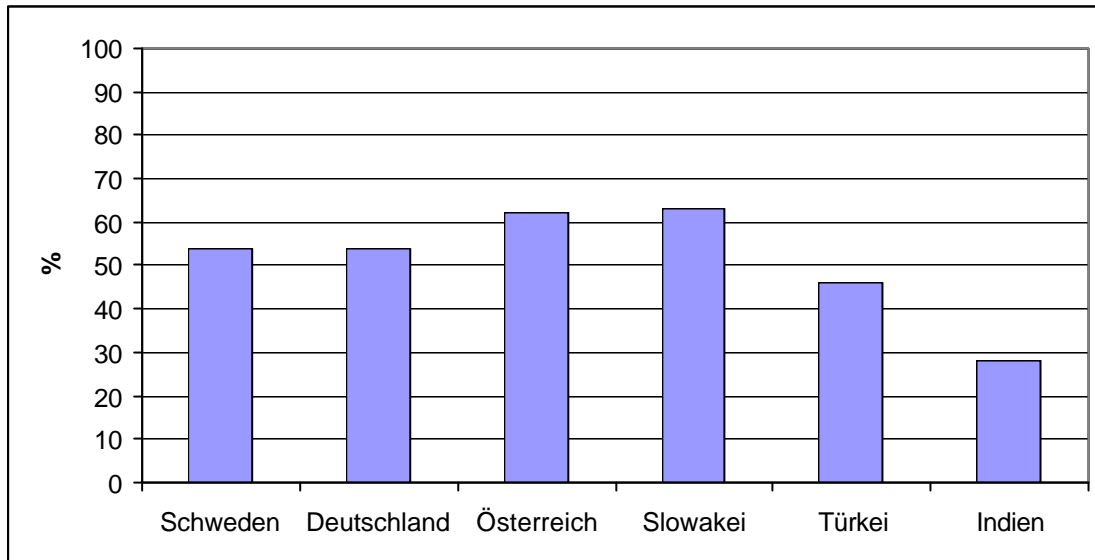
Grafik 8.17: Anteil der Jugendlichen, die meinen, Frauen würden genauso viel wie Männer leisten, hätten aber dennoch schlechtere Möglichkeiten (Prozentwerte).

8.5. Einstellungen zu Sexualität

8.5.1. Persönliche Bedeutung von Sexualität

Lediglich 89.4 Prozent der schwedischen und 42.5 Prozent der indischen Jugendlichen teilten mit, wie wichtig Sexualität für sie persönlich ist. Slowakische und österreichische Jugendliche aus dem Sample schreiben Sexualität am meisten persönliche Bedeutung zu. Hier meinen 63.1 beziehungsweise 62.1 Prozent der 14- bis 17-Jährigen, dass Sexualität für sie wichtig bis sehr wichtig ist. In der Türkei, in Schweden und Deutschland bewegt sich der Anteil der Jugendlichen, die dieser

Meinung sind, zwischen 46.1 (Türkei) und 54.0 Prozent (Deutschland). Am seltensten behaupten indische Jugendliche von sich, dass Sexualität ihnen wichtig bis sehr wichtig ist (28.0%) (sh. Grafik 8.18). In allen untersuchten Ländern schreiben Jungen Sexualität mehr Bedeutung zu als Mädchen das tun.

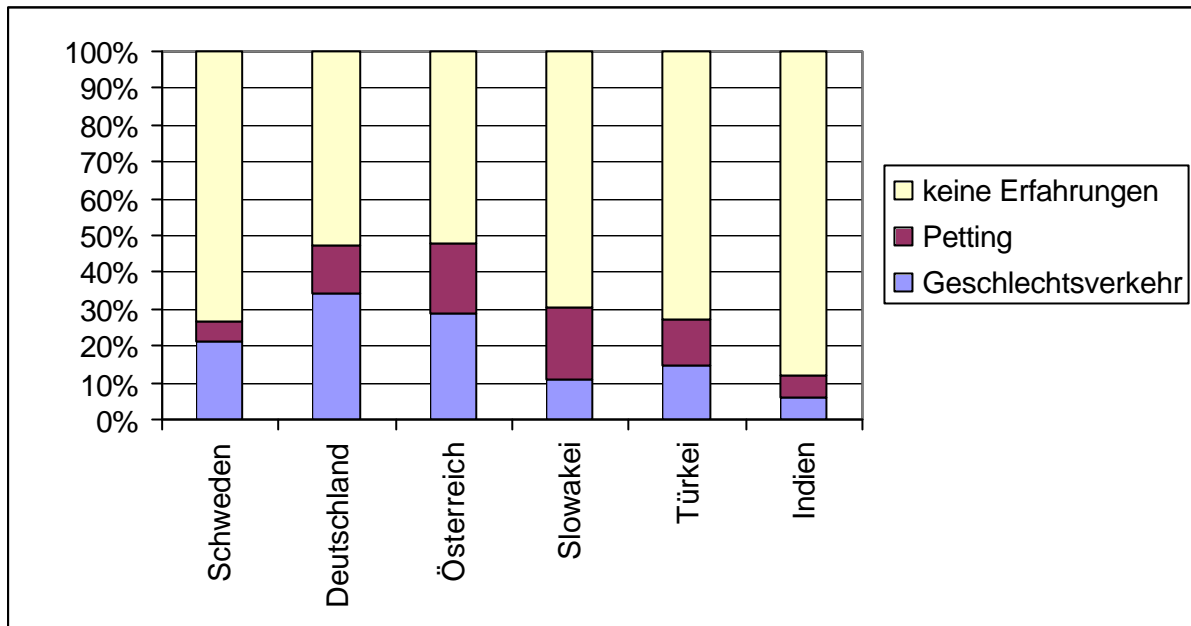


Grafik 8.18: Anteil der Jugendlichen, die Sexualität für persönlich wichtig bis sehr wichtig halten (Prozentwerte).

8.5.2. Sexuelle Erfahrungen

Lediglich 88.8 Prozent der schwedischen und 41.3 Prozent der indischen Jugendlichen machten Angaben zu ihren sexuellen Erfahrungen. In allen untersuchten Ländern haben die meisten der befragten 14- bis 17-Jährigen noch keine sexuellen Erfahrungen gemacht. Die meisten Jugendlichen, die schon Geschlechtsverkehr hatten, leben in Deutschland und Österreich (34.4% respektive 28.9%), die wenigsten in Indien und in der Slowakei (6.1% respektive 10.8%). Während 12.5 (Türkei) bis 19.7 Prozent der Jugendlichen (Slowakei) in den übrigen untersuchten Ländern zumindest Petting zu ihren Erfahrungen zählen können, können das lediglich 6.1 Prozent der indischen und 5.6 Prozent der schwedischen Jugendlichen (sh. Grafik 8.19).

In Schweden, Deutschland und Österreich sind die Unterschiede zwischen den Geschlechtern bezüglich ihrer sexuellen Erfahrungen sehr gering. In der Slowakei, in der Türkei und in Indien hingegen gaben Jungen deutlich seltener als Mädchen des jeweiligen Landes an, noch keinerlei sexuelle Erfahrungen gesammelt zu haben.



Grafik 8.19: Die sexuellen Erfahrungen der Jugendlichen (Prozentwerte).

8.5.3. Einstellungen zu Sexualität und AIDS

Lediglich 38.8 Prozent der indischen Befragten gaben Auskunft über ihre Einstellungen zu Sexualität⁶¹. Die Vorstellung, dass man nur dann Sex haben sollte, wenn man sich liebt, ist in allen untersuchten Ländern sehr weit verbreitet. Vor allem schwedische, deutsche, slowakische und österreichische Jugendliche sind dieser Meinung. Türkische und indische Jugendliche, die sich dieser Ansicht etwas seltener anschließen, meinen dagegen auffallend häufiger als Jugendliche anderer Länder, dass Sexualität nur in einer Ehe gelebt werden soll. In Schweden, in der Slowakei, in Deutschland und Österreich sind nur sehr wenige Jugendliche aus dem Sample dieser Meinung.

In fast allen untersuchten Ländern meint rund ein Viertel der Jugendlichen, dass man möglichst viele sexuelle Erfahrungen sammeln sollte. In Indien sind es deutlich weniger. Österreichische, deutsche und slowakische Jugendliche vertreten sehr häufig die Ansicht, dass jeder und jede tun kann, was er oder sie will. In der Türkei und in Schweden trifft das auf etwas weniger, in Indien auf deutlich weniger befragte Jugendliche zu. In Schweden und Österreich wird die Meinung, dass One-Night-Stands in Ordnung sind, etwas häufiger vertreten als die Meinung, dass sie schamlos sind. In Deutschland, in der Türkei und in Indien ist das Gegenteil der Fall und in der Slowakei werden die beiden Meinungen von gleich vielen Jugendlichen vertreten.

⁶¹ Die Befragten sollten aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten all jene auswählen, die ihrer Meinung nach ihre Einstellung zu Sexualität beschreiben. Diese Antwortmöglichkeiten waren „erst nach der Hochzeit Sex“, „nur bei wirklicher Liebe“, „je mehr Erfahrungen, desto besser“, „Jeder kann tun, was er/sie will.“, „One-Night-Stands sind schamlos.“, „One-Night-Stands sind total ok.“, „Buben können tun, was sie wollen, Mädchen müssen mehr aufpassen.“ und „Die Freiheit im Westen geht in vielen Punkten zu weit.“

Die Meinung, dass Jungen tun können, was sie wollen, Mädchen aber vorsichtiger sein müssen, wird deutlich am häufigsten von türkischen und slowakischen Jugendlichen vertreten. Türkische und indische Jugendliche sind außerdem im Vergleich zu anderen besonders häufig der Meinung, dass die Freiheiten bezüglich Sexualität im Westen in vielen Punkten zu weit gehen (sh. Tabelle 8.9).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
erst nach der Hochzeit Sex	10.3	5.7	3.3	6.3	44.7	62.9
nur bei wirklicher Liebe Sex	62.5	55.1	42.1	51.9	36.8	29.0
je mehr Erfahrungen, desto besser	24.8	26.8	25.8	23.4	21.7	6.5
Jede/r kann tun, was er/sie will.	31.3	47.8	57.0	46.2	36.2	14.5
One-Night-Stands sind schamlos.	25.2	22.3	16.4	18.4	27.0	12.9
One-Night-Stands sind total ok.	27.8	19.7	24.3	18.4	13.8	6.5
Buben können tun, was sie wollen; Mädchen müssen mehr aufpassen.	9.9	9.6	10.5	25.3	29.6	11.3
Die Freiheit im Westen geht in vielen Punkten zu weit.	9.2	3.8	8.6	17.1	40.8	25.8

Tabelle 8.9: Die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber Sexualität (Prozentwerte). Fett gedruckte Zahlen kennzeichnen jene Meinungen über Sexualität, die in den jeweiligen Ländern am häufigsten vertreten werden.

Rund doppelt so viele Schwedinnen und Türkinnen wie ihre männlichen Landsleute und ein knappes Viertel mehr Inderinnen als Inder aus der Stichprobe möchten erst nach einer Hochzeit Sex haben. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied in diesem Zusammenhang erkennbar. „Nur wenn es wirklich Liebe ist“ ist in allen Ländern für Mädchen wichtiger als für Jungen, wobei in Indien der Unterschied nur 5.0 Prozentpunkte, in der Slowakei hingegen 43.0 Prozentpunkte ausmacht.

Tendenziell halten Jungen es für wichtiger als Mädchen, möglichst viele sexuelle Erfahrungen zu sammeln. Allein in Schweden und Indien kann diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt werden. Kann jeder und jede tun, was er oder sie will? Schweden, Slowaken, Türken und Inder sind häufiger als Mädchen im jeweiligen Land dieser Meinung. In Österreich sind es etwas öfter Mädchen, die so denken, und in Deutschland ist in dieser Hinsicht keine geschlechtsspezifische Differenz feststellbar.

Es sind eher Mädchen aus dem Sample, die die Aussage, One-Night-Stands seien schamlos, unterstützen, wobei in Deutschland Jungen das genauso häufig wie

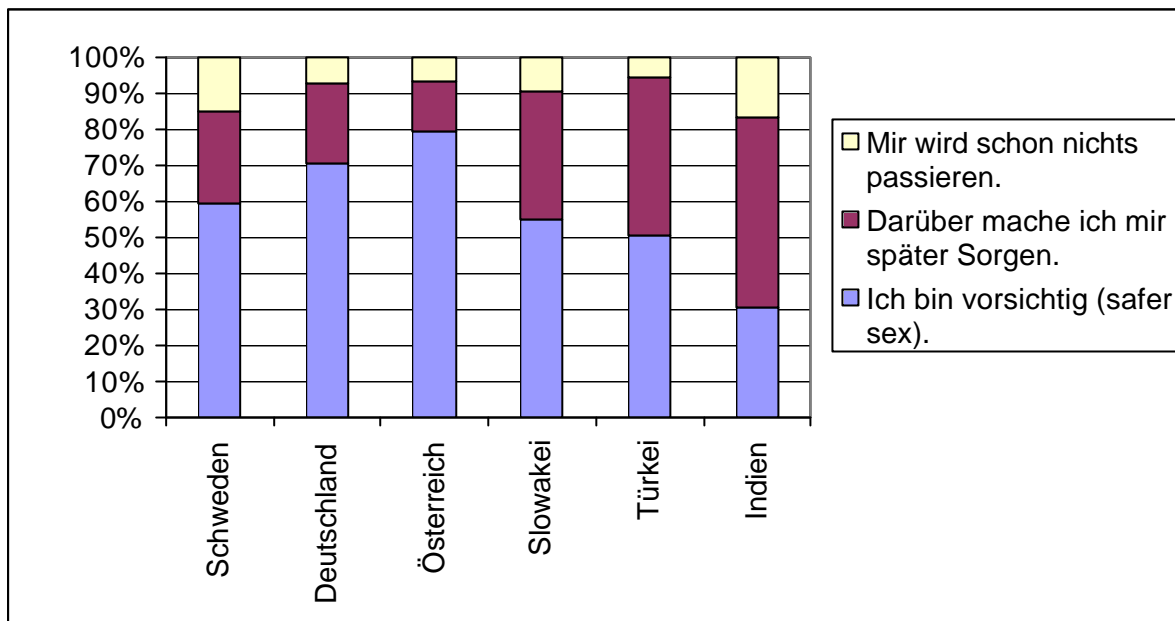
Mädchen tun. Anders hingegen bei der Frage, ob One-Night-Stands völlig in Ordnung seien: In allen untersuchten Ländern stimmen weit mehr Jungen als Mädchen dieser Aussage zu.

Der deutlichste geschlechtsspezifische Unterschied bezüglich der Meinung, dass Jungen tun könnten, was sie wollen, Mädchen jedoch vorsichtiger sein müssten, lässt sich in der Türkei feststellen, wo doppelt so viele Jungen aus dem Sample wie Mädchen dieser Ansicht sind. In Schweden, in der Slowakei und in Indien überwiegen leicht die Mädchen und in Deutschland wie Österreich sind Jungen und Mädchen ähnlicher Meinung. Tendenziell sind Schweden und Österreicher öfter als Schwedinnen und Österreicherinnen der Ansicht, dass die Freiheiten bezüglich Sexualität im Westen zu weit gehen. In den übrigen untersuchten Ländern sind entgegengesetzte Tendenzen ersichtlich.

Lediglich 36.9 Prozent der indischen Befragten teilten mit, wie sie zur Gefahr, die von AIDS ausgeht, stehen⁶². Der Anteil jener Jugendlichen, die von sich behaupten, vorsichtig zu sein und safer sex zu praktizieren, ist mit 79.3 beziehungsweise 70.4 Prozent in Österreich und Deutschland am höchsten. In der Türkei, Slowakei und in Schweden bewegt er sich zwischen 50.3 (Türkei) und 59.4 Prozent (Schweden). In Indien vertreten lediglich 30.5 Prozent der Jugendlichen diese Einstellung gegenüber AIDS. In der Slowakei, Türkei und in Indien wollen sich deutlich mehr Jugendliche als in den anderen untersuchten Ländern erst zu einem späteren Zeitpunkt Gedanken zu diesem Thema machen. Der Meinung, dass ihnen schon nichts passieren wird, hängen in allen untersuchten Ländern nur sehr wenige 14- bis 17-Jährige an (sh. Grafik 8.20).

In Indien und Schweden meinen mehr Mädchen als Jungen aus der Stichprobe, dass ihnen schon nichts passieren wird, und in Indien und in der Türkei wollen sich deutlich mehr Mädchen als Jungen erst zu einem späteren Zeitpunkt Gedanken zum Thema AIDS machen. Damit ist der Anteil jener, die von sich behaupten vorsichtig zu sein und safer sex zu praktizieren, in Indien, in der Türkei und in Schweden unter den Mädchen zum Teil erheblich geringer als unter den Jungen. In Deutschland und Österreich dahingegen gaben etwas mehr weibliche als männliche 14- bis 17-Jährige an, vorsichtig zu sein und safer sex zu praktizieren.

⁶² Die Jugendlichen wurden gebeten, jene Aussage zu wählen, die ihren Umgang mit AIDS am besten beschreibt. Die Auswahlmöglichkeiten waren „Mir wird schon nichts passieren.“, „Ich bin vorsichtig: safer sex.“ und „Darüber mache ich mir später Sorgen.“.



Grafik 8.20: Die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber AIDS (Prozentwerte).

8.6. Einstellungen zum eigenen Körper

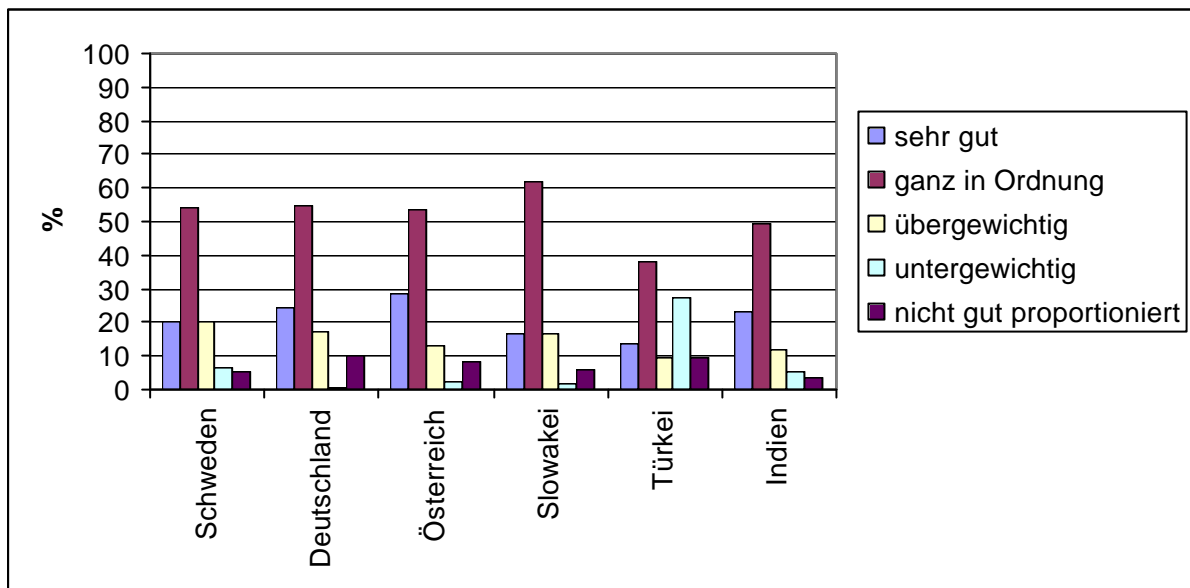
8.6.1. Das Bild vom eigenen Körper

Im Folgenden geht es darum, wie Jugendliche ihren Körper empfinden⁶³. In allen untersuchten Ländern findet der Großteil der Jugendlichen ihren Körper *ganz in Ordnung*; zwischen 38.3 (Türkei) und 54.8 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). Rund ein Viertel der schwedischen, deutschen, österreichischen und indischen Jugendlichen aus dem Sample ist sogar sehr zufrieden mit ihrem Körper. Für slowakische und türkische Jugendliche trifft das seltener zu (16.5% respektive 13.6%). Während in fast allen untersuchten Ländern 11.9 (Indien) bis 20.3 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Schweden) sich für übergewichtig halten, sind es in der Türkei lediglich 9.7 Prozent. 27.3 Prozent der türkischen Jugendlichen meinen dagegen, untergewichtig zu sein, im Gegensatz zu 0.6 (Deutschland) bis 6.6 Prozent der Jugendlichen (Schweden) in den übrigen untersuchten Ländern. Der Anteil jener Jugendlichen, die ihren Körper für nicht gut proportioniert halten, ist in allen untersuchten Ländern sehr gering. Er beträgt zwischen 3.8 (Indien) und 10.2 Prozent der Mädchen und Jungen (Deutschland) (sh. Grafik 8.21).

Zur geschlechtsspezifischen Betrachtung: Tendenziell gaben die Jungen aller Länder häufiger als Mädchen an, sehr zufrieden mit ihrem Körper zu sein. Österreicherinnen und Türkinnen finden häufiger als ihre männlichen Landsleute, dass ihr Körper ganz in Ordnung ist. Wiederum für alle Länder, die in die

⁶³ Die Befragten sollten aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten all jene auswählen, die ihr Körpergefühl beschreiben. Diese Antwortmöglichkeiten waren „sehr gut“, „gut“, „zu dick“, „untergewichtig“ und „nicht gut proportioniert“.

Untersuchung miteinbezogen wurden, gilt, dass Mädchen sich häufiger als Jungen für übergewichtig halten. In der Türkei sind deutlich mehr Jungen als Mädchen der Meinung, untergewichtig zu sein. In den übrigen untersuchten Ländern zeigt sich in diesem Zusammenhang keine Differenz zwischen den Geschlechtern. Außer in Schweden, wo diesbezüglich kein geschlechtsspezifischer Unterschied festgestellt werden kann, sind in allen untersuchten Ländern Mädchen häufiger als Jungen der Ansicht, dass ihr Körper nicht gut proportioniert ist.



Grafik 8.21: Das Bild, das Jugendliche von ihrem Körper haben (Prozentwerte).

8.6.2. Was Jugendliche für ihren Körper tun

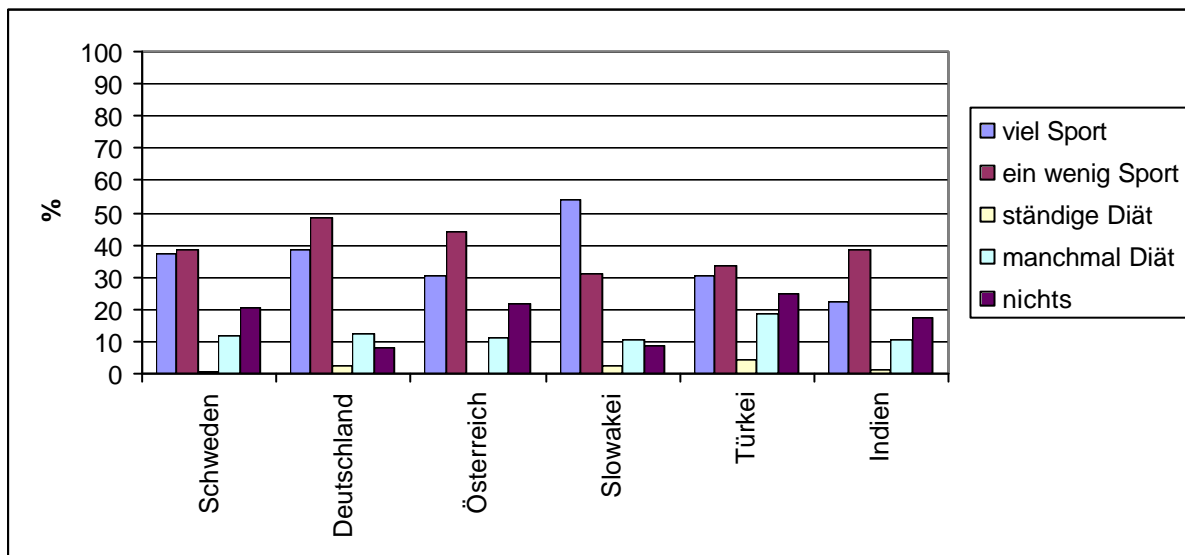
In diesem Unterkapitel wird der Frage nachgegangen, was Jugendliche für ihren Körper tun⁶⁴. Sport ist bei den Jugendlichen aller untersuchten Länder sehr beliebt. So treiben 31.2 (Slowakei) bis 38.8 Prozent (Indien) der 14- bis 17-Jährigen in Schweden, in der Slowakei, Türkei und in Indien zumindest ein wenig Sport. In Deutschland und in Österreich trifft das sogar auf 48.7 beziehungsweise 44.4 Prozent der Jugendlichen aus dem Sample zu. Der Anteil jener Jugendlichen, die sogar viel Sport treiben, liegt in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Türkei zwischen 30.5 (Österreich und Türkei) und 38.2 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). In der Slowakei treiben sogar 54.1 Prozent der 14- bis 17-Jährigen in ausgiebigem Maße Sport, in Indien dagegen tun das lediglich 22.5 Prozent.

Diäten sind in allen untersuchten Ländern bei Jugendlichen deutlich weniger beliebt. Zwischen 0.0 (Österreich) und 4.5 Prozent von ihnen (Türkei) halten ständig und zwischen 10.6 (Indien) und 18.8 Prozent (Türkei) halten manchmal Diät. Jeder

⁶⁴ Die Jugendlichen wurden gebeten, all jene Antwortmöglichkeiten auszuwählen, die beschreiben, was sie für ihren Körper tun. Die Antwortmöglichkeiten waren „eine Menge Sport“, „ein wenig Sport“, „ständige Diät“, „manchmal Diät“ und „nichts“.

und jede vierte bis fünfte Jugendliche in Schweden, Österreich, in der Türkei und in Indien tut nichts für seinen beziehungsweise ihren Körper. In Deutschland und in der Slowakei trifft das auf lediglich 8.3 beziehungsweise 8.9 Prozent der Jugendlichen zu (sh. Grafik 8.22).

In allen untersuchten Ländern treiben Jungen wesentlich häufiger als Mädchen viel Sport. In Deutschland, Österreich, in der Slowakei und Türkei betätigen sich Mädchen dagegen häufiger als Jungen ein bisschen sportlich. In Schweden sind es wiederum mehr Jungen und in Indien ist kein geschlechtsspezifischer Unterschied in dieser Hinsicht erkennbar. Während für alle untersuchten Länder gilt, dass gleich viele Mädchen und Jungen ständig Diät halten, überwiegt die Zahl der Mädchen, die manchmal eine Diät einlegen, jener der Jungen, die das tun. In den meisten untersuchten Ländern gaben männliche Jugendliche häufiger als weibliche an, nichts für ihren Körper zu tun. Allein in der Slowakei ist das Gegenteil der Fall.

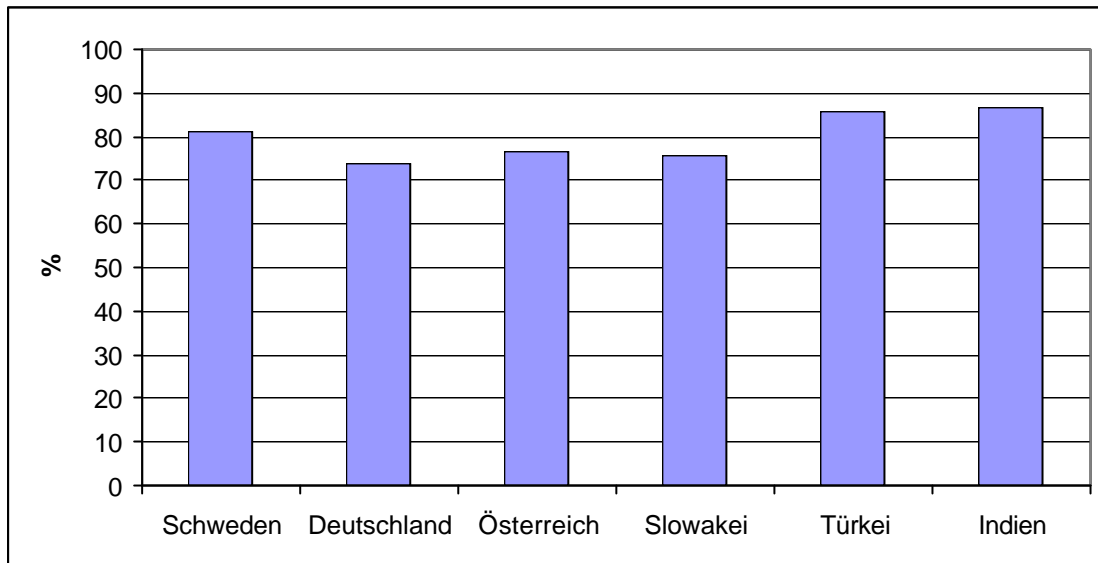


Grafik 8.22: Was Jugendliche für ihren Körper tun (Prozentwerte).

8.7. Einstellungen zu Kleidung

8.7.1. Persönliche Bedeutung der Kleidung

In allen untersuchten Ländern schreiben die befragten 14- bis 17-Jährigen Kleidung große Bedeutung zu. Zwischen 74.0 (Deutschland) und 86.9 Prozent von ihnen (Indien) berichten, dass Kleidung für sie persönlich wichtig bis sehr wichtig ist (sh. Grafik 8.23). In allen Ländern ist Mädchen Kleidung wichtiger als Jungen.



Grafik 8.23: Anteil der Jugendlichen, für die Kleidung subjektiv wichtig bis sehr wichtig ist (Prozentwerte).

8.7.2. Persönlicher Kleidungsstil

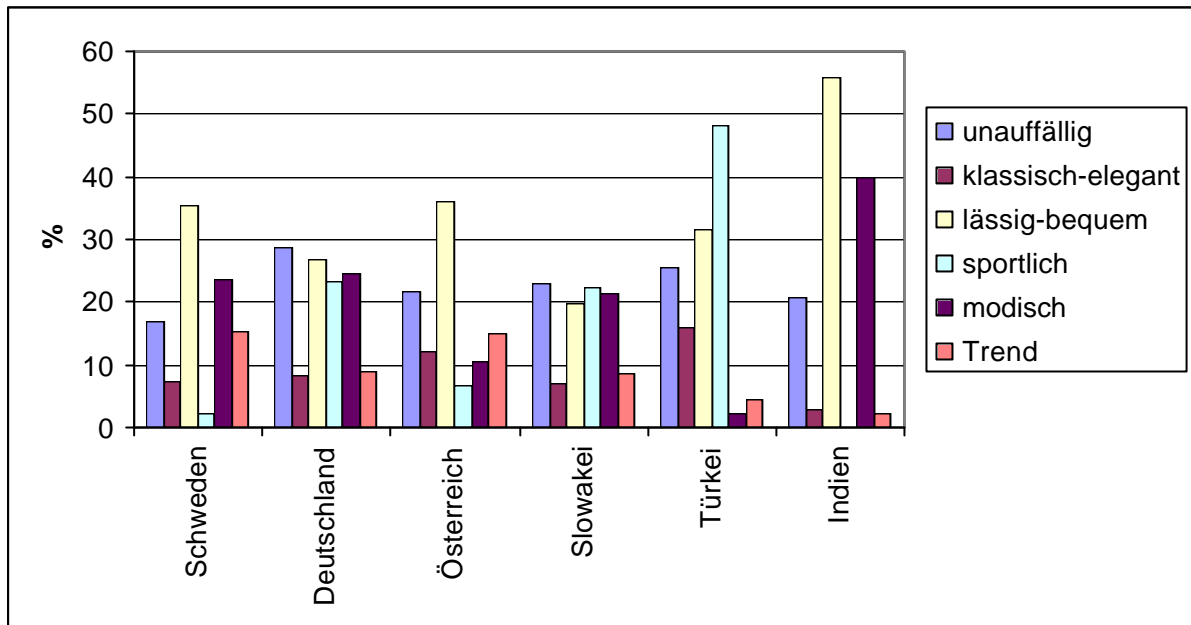
78.8 bis 91.3 Prozent der Befragten beschrieben ihren eigenen Kleidungsstil⁶⁵ (sh. Tabelle 8.10). In Schweden, Österreich und in Indien beschreiben die meisten Befragten ihren Kleidungsstil als lässig und bequem (35.5%, 36.1% respektive 55.7%). Während in der Türkei 48.1 Prozent der Jugendlichen sportliche Kleidung tragen, tun das kaum indische, schwedische oder österreichische Jugendliche (0.0%, 2.2% respektive 6.8%). Indische Mädchen und Jungen bezeichnen ihren Kleidungsstil im internationalen Vergleich am häufigsten als modisch oder modern (40.0%), türkische Jugendliche tun das am seltensten (2.3%). Das umgekehrte Verhältnis zeigt sich bei klassisch-eleganter Kleidung: Während sich 15.8 Prozent der türkischen Jugendlichen in diesem Stil kleiden, trifft das auf lediglich 2.9 Prozent der indischen zu.

Schwedische und österreichische Jugendliche tragen im internationalen Vergleich am häufigsten spezifische Stile oder Trends, die sich meist an Musikrichtungen oder Jugendsubkulturen orientieren. In allen untersuchten Ländern gibt es einen relativ großen Anteil an Jugendlichen, die meinen, sich unauffällig, einfach oder angepasst zu kleiden: 16.9 (Schweden) bis 28.8 Prozent (Deutschland) (sh. Grafik 8.24).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
90.7	91.3	83.1	78.8	83.1	87.5

Tabelle 8.10: Anteil jener Jugendlichen, die Angaben zu ihrem persönlichen Kleidungsstil machten (Prozentwerte).

⁶⁵ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.



Grafik 8.24: Der persönliche Kleidungsstil der Jugendlichen (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 60.0 Prozent reicht.

8.7.3. Kleider machen Leute?

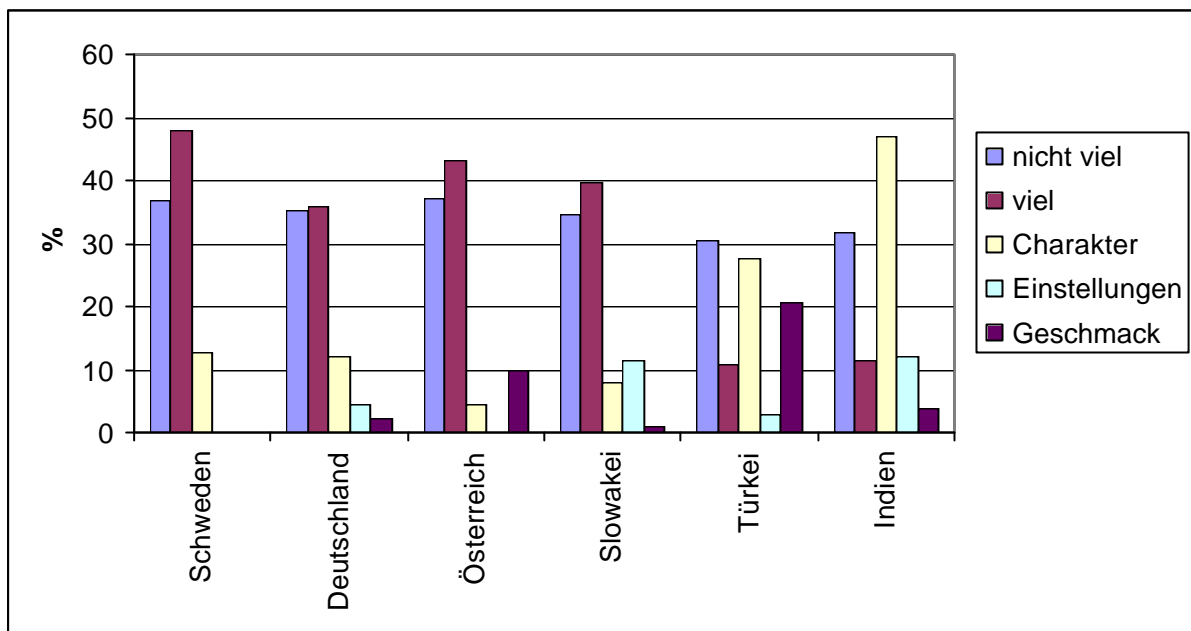
Zwischen 70.0 und 86.9 Prozent der befragten SchülerInnen gaben Auskunft darüber, was man ihrer Meinung nach aus dem Aussehen eines Menschen über diesen ableiten kann⁶⁶ (sh. Tabelle 8.11). In allen untersuchten Ländern ist je etwa ein Drittel der 14- bis 17-Jährigen der Meinung, dass das Äußere eines Menschen nichts oder nicht viel über diesen aussagt: 30.4 (Türkei) bis 37.3 Prozent (Österreich). Schwedische, österreichische, slowakische und deutsche Jugendliche glauben besonders häufig, dass das Aussehen sehr viel über einen Menschen verrät: 36.0 (Deutschland) bis 47.9 Prozent (Schweden).

Türkische und indische Mädchen und Jungen meinen sehr häufig vom Äußeren auf den Charakter eines Menschen schließen zu können (27.7% respektive 47.0%). Slowakische und indische Befragte wollen häufig am Aussehen eines Menschen seine Einstellungen wie beispielsweise politischer oder religiöser Natur erkennen können (11.5% respektive 12.1%). Türkische Jugendliche dagegen meinen häufig, an der äußeren Erscheinung eines Menschen erkennen zu können, ob er oder sie Geschmack beziehungsweise Stil hat (sh. Grafik 8.25).

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
78.0	86.9	83.8	70.6	70.0	82.5

Tabelle 8.11: Anteil jener Jugendlichen, die mitteilten, was ihrer Meinung nach das Aussehen eines Menschen über diesen verrät (Prozentwerte).

⁶⁶ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

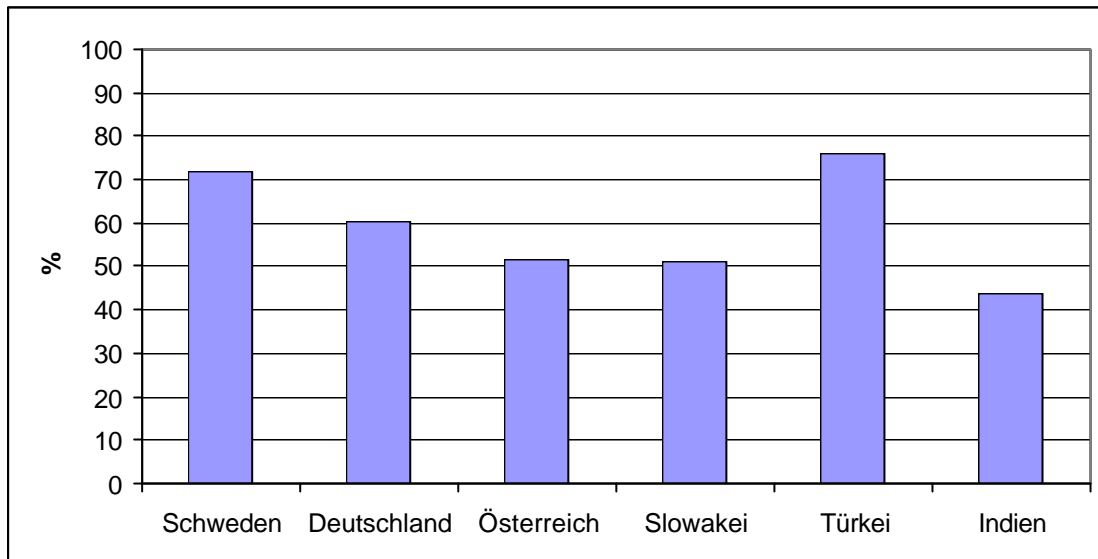


Grafik 8.25: Was das Aussehen eines Menschen nach Meinung der Jugendlichen über diesen verrät (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinatenkala lediglich bis 60.0 Prozent reicht.

8.7.4. Kleidungsstil im Freundeskreis und in der Schule

Viele Jugendliche berichten, dass sie und ihre FreundInnen großteils einen ähnlichen Kleidungsstil tragen. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei tun das 51.3 (Slowakei) bis 60.5 Prozent der Jugendlichen (Deutschland). Auf schwedische und türkische 14- bis 17-Jährige trifft dieser Umstand deutlich häufiger (71.8% respektive 76.0%), auf indische Jugendliche deutlich seltener zu (43.9%) (sh. Grafik 8.26).

In Schweden tragen die FreundInnen der Jungen zu drei Viertel und damit deutlich öfter als die FreundInnen der Mädchen ähnliche Kleidung wie die Jugendlichen selbst. In den übrigen Ländern haben die FreundInnen der Mädchen häufiger als die FreundInnen der Jungen den gleichen Kleidungsstil, wobei in Deutschland und Österreich der Unterschied zwischen den Geschlechtern ausgeprägter ist als in der Slowakei, Türkei oder in Indien.



Grafik 8.26: Anteil der Jugendlichen, die angaben, dass im Freundeskreis im Großen und Ganzen ein einheitlicher Kleidungsstil vorherrscht (Prozentwerte).

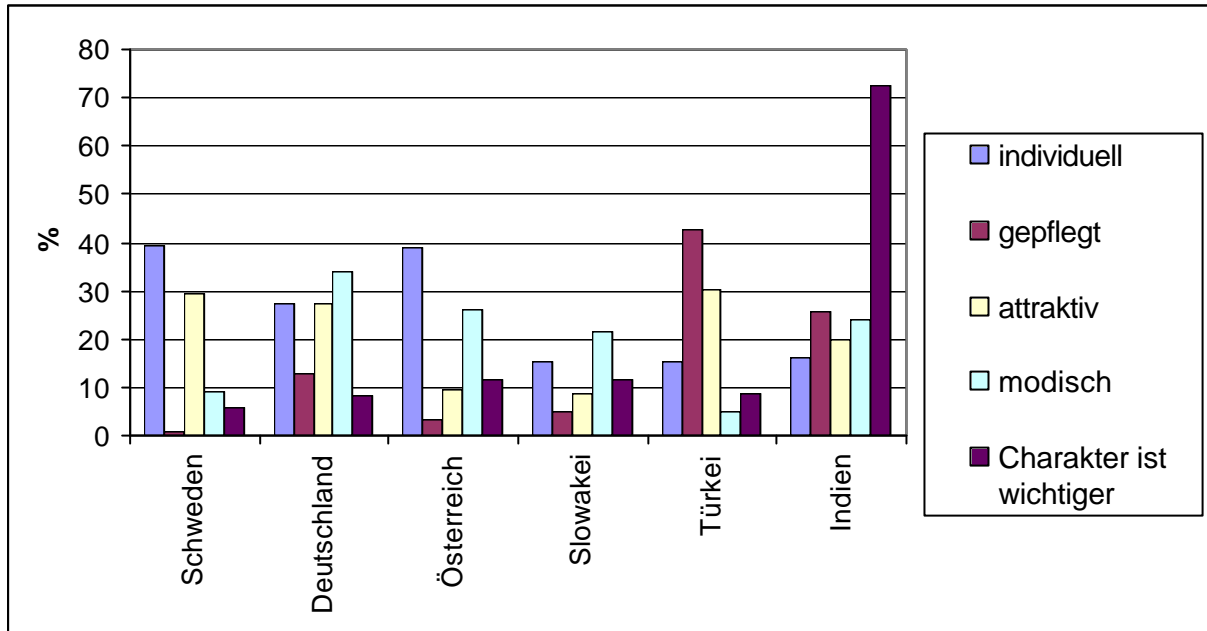
59.4 bis 79.3 Prozent der befragten SchülerInnen teilten mit, wie man in ihrer Schule beziehungsweise in ihrem Freundeskreis aussehen sollte, um *cool* zu wirken⁶⁷ (sh. Tabelle 8.12). Schwedische, deutsche und österreichische Befragte meinen sehr häufig, dass man am *coolsten* wirkt, wenn man sich individuell oder nach dem eigenen Geschmack kleidet, zumindest bedarf es keines besonderen Kleidungsstils (39.4%, 27.4% respektive 38.9%). 14- bis 17-Jährige in der Türkei und in Indien sehen es häufig als unerlässlich an, sich gepflegt, ordentlich und anständig zu kleiden (42.7% respektive 25.6%). In den anderen Ländern vertreten 0.8 (Schweden) bis 12.9 Prozent der Jugendlichen (Deutschland) diese Meinung. Um in Schweden, Deutschland oder in der Türkei *cool* zu wirken, muss man nach Meinung vieler Mädchen und Jungen sexy und attraktiv sein (29.4%, 27.4% respektive 30.1%).

Während die meisten deutschen Jugendlichen berichteten, dass modische und moderne Kleidung zu einem coolen Auftreten in ihrer Schule beziehungsweise in ihrem Freundeskreis verhelfen (33.9%), taten das nur sehr wenige schwedische und türkische Mädchen und Jungen (9.2% respektive 4.9%). In Indien meinen ausgesprochen viele Jugendliche, dass der Charakter beziehungsweise das Verhalten einer Person deutlich mehr dazu beitragen können als cool zu gelten als ihr Aussehen (72.6%). In den anderen untersuchten Ländern bewegt sich der Anteil der Mädchen und Jungen, die diese Meinung vertreten, zwischen 5.9 (Schweden) und 11.7 Prozent (Slowakei) (sh. Grafik 8.27).

⁶⁷ Hierbei handelte es sich um eine offene Frage.

Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
79.3	77.5	59.4	64.4	64.4	73.1

Tabelle 8.12: Anteil jener Jugendlichen, die angaben, welcher Kleidungsstil in ihrer Schule beziehungsweise in ihrem Freundeskreis als *cool* gilt (Prozentwerte).



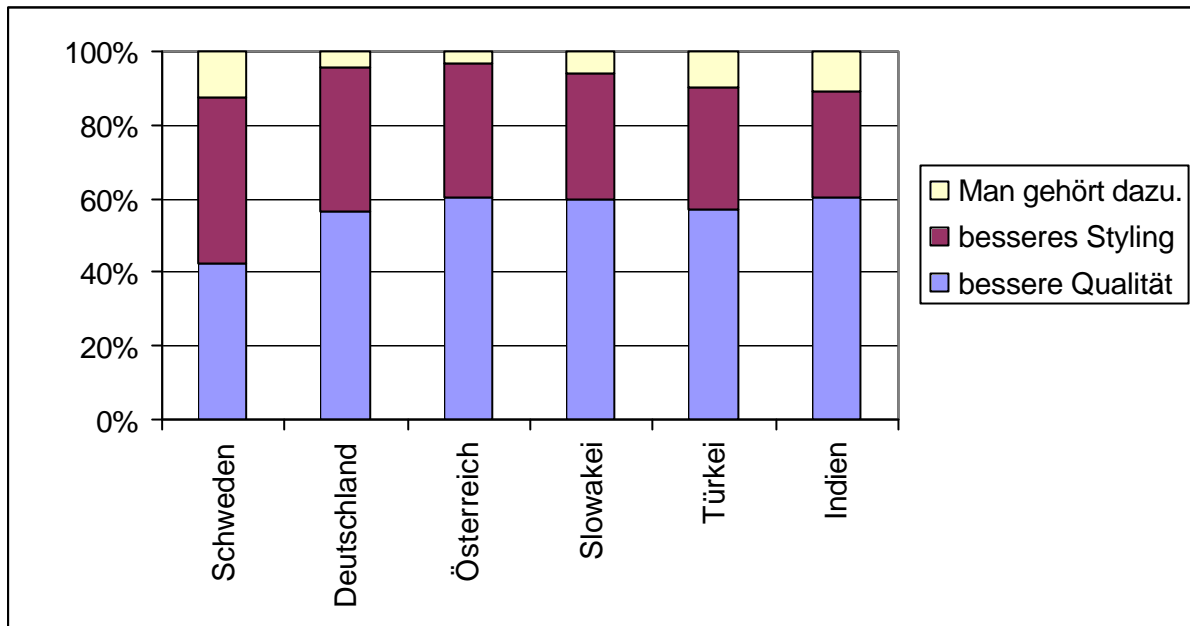
Grafik 8.27: Das Aussehen, das unter Jugendlichen als besonders *cool* gilt (Prozentwerte). Man beachte, dass die Ordinaten skala lediglich bis 80.0 Prozent reicht.

8.7.5. Einstellungen zu Markenkleidung

Lediglich 75.3 Prozent der schwedischen, 84.4 Prozent der deutschen und 83.1 Prozent der österreichischen Befragten gaben Auskunft darüber, was ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorzüge von Markenkleidung sind⁶⁸. Im Allgemeinen stimmen die Jugendlichen der untersuchten Länder in ihrer Einschätzung der Vorzüge von Markenkleidung weitgehend überein. 56.3 (Deutschland) bis 60.2 Prozent der Jugendlichen (Österreich) meinen, dass sie qualitativ hochwertiger ist, 29.1 (Indien) bis 39.3 Prozent (Deutschland) gefällt das Styling dieser Kleidung besser als jenes von herkömmlicher Kleidung und 3.0 (Österreich) bis 12.4 Prozent der 14- bis 17-Jährigen (Schweden) glauben, dass das Tragen von Markenkleidung zu größerem Ansehen bei Mitmenschen verhilft. Allein schwedische Jugendliche schätzen etwas seltener die Qualität von Markenkleidung als hochwertiger als die von üblicher Kleidung ein (42.5%) und finden etwas häufiger, dass Markenkleidung ein besseres Styling aufweist (45.1%) (sh. Grafik 8.28). In allen untersuchten Ländern lassen sich

⁶⁸ Die Befragten wurden gebeten jene der folgenden drei Aussagen zu wählen, die ihrer Meinung nach das beschreibt, was an Markenartikel das Wichtigste ist: „Qualität ist besser“, „Styling“ und „Man gehört dazu.“.

kaum Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen bezüglich ihrer Einschätzung der Vorzüge von Markenkleidung feststellen.



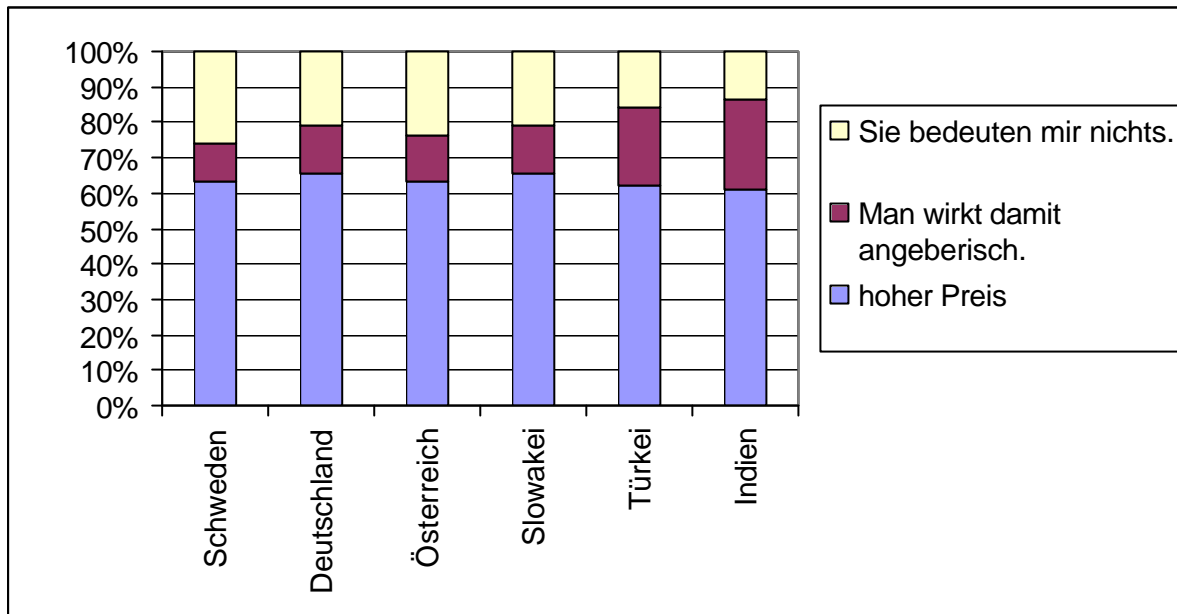
Grafik 8.28: Was Jugendliche an Markenartikeln besonders schätzen (Prozentwerte).

Von den befragten schwedischen Jugendlichen teilten lediglich 89.3 Prozent mit, was ihrer Meinung nach die größten Nachteile von Markenkleidung sind⁶⁹. Die Jugendlichen aller untersuchten Länder weisen eine sehr ähnliche Einschätzung der negativen Aspekte von Markenkleidung auf. In allen sechs Ländern finden beinahe zwei von drei Jugendlichen, dass Markenartikel zu teuer sind. Zwischen 10.4 (Schweden) und 14.0 Prozent der Jugendlichen (Deutschland und Slowakei) in Schweden, Deutschland, Österreich und in der Slowakei meinen, dass man mit Markenkleidung wie ein Angeber beziehungsweise eine Angeberin wirkt. In der Türkei und in Indien schließen sich etwas mehr der befragten 14- bis 17-Jährigen dieser Meinung an (21.5% respektive 25.5%). Jugendliche aus diesen beiden Ländern meinen dagegen etwas seltener als andere, dass Markenkleidung ihnen nichts bedeutet: 16.1 beziehungsweise 13.4 Prozent im Gegensatz zu 20.7 (Deutschland und Slowakei) bis 26.1 Prozent der Jugendlichen (Schweden) der übrigen untersuchten Länder (sh. Grafik 8.29).

Während in allen anderen untersuchten Ländern sowohl unter den Mädchen als auch unter den Jungen der Anteil jener, die meinen, Markenprodukte seien zu teuer, in etwa 60.0 Prozent beträgt, schließen sich in Indien 54.5 Prozent der männlichen im Vergleich zu 74.0 Prozent der weiblichen Jugendlichen dieser Meinung an. Dass man mit Markenkleidung wie ein Angeber beziehungsweise eine Angeberin wirkt, glauben in Schweden, in der Türkei und in Indien mehr Mädchen als Jungen. In

⁶⁹ Die Antwortmöglichkeiten waren „zu teuer“, „Man wirkt wie ein/e Angeber/in.“ und „Sie bedeuten mir nichts.“.

Deutschland ist das Gegenteil der Fall und in Österreich sowie in der Slowakei unterscheiden sich Mädchen und Jungen in diesem Punkt nicht. Während sich in Österreich mehr Mädchen als Jungen der Aussage anschließen, dass Markenkleidung ihnen nichts bedeutet, lassen sich in allen anderen untersuchten Ländern diesbezüglich keine Unterschiede zwischen den Geschlechtern festmachen.



Grafik 8.29: Was Jugendliche an Markenartikeln ablehnen (Prozentwerte).

Lediglich 85.3 Prozent der schwedischen, 88.1 Prozent der österreichischen, 85.0 Prozent der slowakischen und 87.5 Prozent der indischen Befragten entschieden sich für eine der dargebotenen Einstellungen gegenüber Markenkleidung als jene, die ihrer Meinung am nächsten kommt⁷⁰.

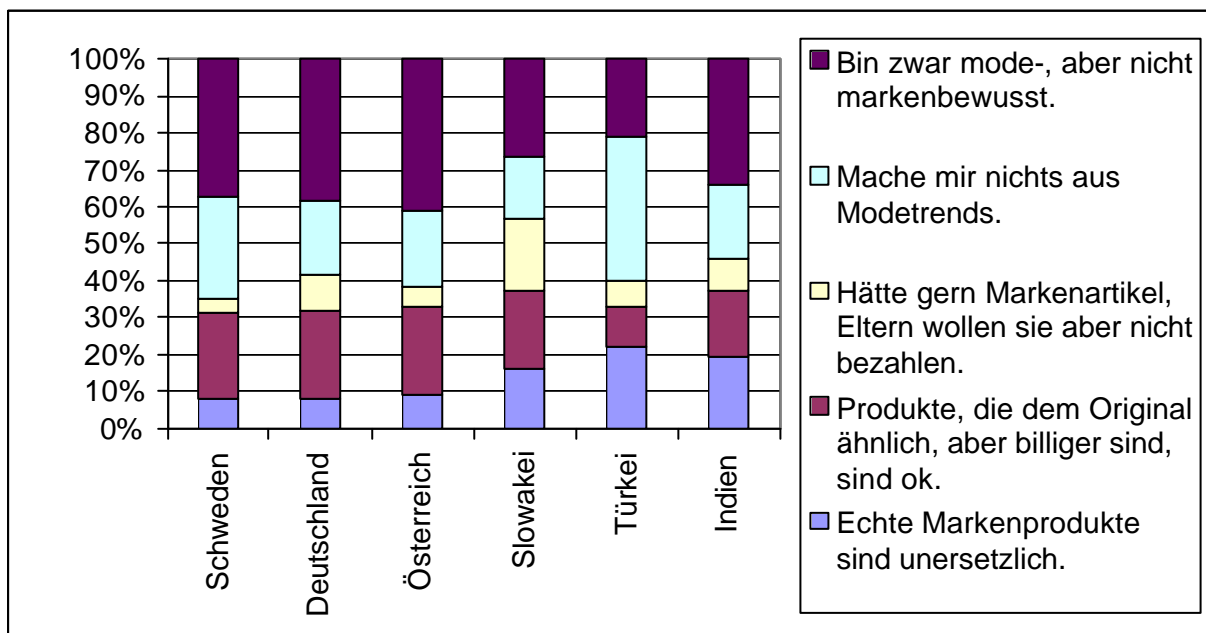
In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme der Türkei sind die meisten Jugendlichen zwar mode-, aber nicht markenbewusst. Türkische Jugendliche dagegen meinen am häufigsten, sich nichts aus Markenkleidung zu machen. Während lediglich 7.8 (Schweden und Deutschland) beziehungsweise 9.2 Prozent (Österreich) der schwedischen, deutschen und österreichischen Jugendlichen aus dem Sample die Ansicht vertreten, echte Markenprodukte seien unersetzlich und Fälschungen zu tragen sei *uncool*, schließen sich 16.2 (Slowakei) bis 22.2 Prozent (Türkei) der slowakischen, türkischen und indischen Jugendlichen dieser Meinung an. Die genau umgekehrten Verhältnisse zeigen sich bei der Einstellung, dass Produkte, die dem Original ähnlich, aber kostengünstiger sind, auch in Ordnung sind. In allen untersuchten Ländern berichten nur sehr wenige 14- bis 17-Jährige, dass sie

⁷⁰ Es war eine der folgenden Aussagen zu wählen: „Echte Markenartikel sind unersetzlich für mich. Alle, die Fälschungen tragen, sind uncool.“, „Produkte, die dem Original ähnlich sind, sind genauso gut und billiger. Alle die in Originale investieren, sind selbst schuld.“, „Ich hätte gerne die Originale, aber meine Eltern wollen nicht soviel Geld ausgeben.“, „Ich mache mir überhaupt nichts aus Modetrends.“ und „Ich bin zwar modebewusst, aber nicht markenbewusst.“.

gerne die Originale hätten, ihre Eltern aber nicht soviel Geld für Kleidung ausgeben wollen: zwischen 3.9 (Schweden) und 9.8 Prozent (Deutschland). Allein in der Slowakei sind 19.1 Prozent der Befragten von dieser Situation betroffen (sh. Grafik 8.30).

Deutsche, österreichische und türkische Mädchen denken häufiger als ihre männlichen Landsleute, dass echte Markenprodukte unersetzlich sind. In Schweden, in der Slowakei und in Indien lassen sich diesbezüglich keine Differenzen zwischen den Geschlechtern erkennen. Während in der Slowakei Jungen häufiger als Mädchen finden, dass auch Produkte, die dem Original ähnlich, aber kostengünstiger sind, in Ordnung sind, ist es in Indien genau umgekehrt. In den übrigen untersuchten Ländern unterscheiden sich männliche und weibliche Jugendliche in dieser Hinsicht nicht.

In allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Indien, wo gleich viele Mädchen und Jungen diese Einstellung teilen, sind jeweils mehr Mädchen als Jungen zwar mode-, aber nicht markenbewusst. Deutsche, österreichische und slowakische Jungen dagegen machen sich häufiger als Mädchen nichts aus Modetrends. In Schweden, in der Türkei und in Indien zeigen gleich viele Mädchen wie Jungen diese Einstellung. Während sich in der Slowakei und Türkei diesbezüglich keine Geschlechterdifferenzen ausmachen lassen, berichten in den übrigen untersuchten Ländern Mädchen häufiger als Jungen, dass sie gerne die Originale hätten, ihre Eltern diese aber nicht bezahlen wollen.



Grafik 8.30: Die Einstellungen der Jugendlichen gegenüber Markenartikeln (Prozentwerte).

Tabelle 8.13 zeigt das Antwortverhalten der befragten SchülerInnen hinsichtlich der Frage nach den Sportschuh-, T-Shirt- und Jeansmarken, die zurzeit bei Jugendlichen am beliebtesten sind⁷¹.

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
Sportschuhe	57.3	61.3	18.8	64.4	81.9	45.0
T-Shirts	41.3	44.4	34.4	56.3	54.4	30.6
Jeans	53.3	55.6	33.8	48.1	63.1	36.9

Tabelle 8.13: Anteil der Jugendlichen, die mitteilten, welche Marken in ihrer Schule beziehungsweise in ihrem Freundeskreis im Moment besonders beliebt sind (Prozentwerte).

Adidas zählt in allen untersuchten Ländern zu den beliebtesten Sportschuh-Marken, *Nike* fast ebenso, allerdings nicht in Österreich. *Puma* ist bei schwedischen, deutschen, österreichischen und türkischen Jugendlichen sehr gefragt. *All Star* *Converse* werden gerne von deutschen, österreichischen und türkischen 14- bis 17-Jährigen getragen. *Vans* kommen bei österreichischen und slowakischen Mädchen und Jungen aus der Stichprobe sehr gut an, *Diesel* bei deutschen und türkischen. Schwedische Jugendliche tragen außerdem gerne *And1* und *Vagabond*, österreichische *Dr. Martens*, slowakische *Britan Kings* und *Jordan* und indische *Reebok*, *Levis* und *Wrangler*. Der Anteil der Jugendlichen, die meinen, dass keine speziellen Sportschuhmarken besonders gefragt sind, bewegt sich zwischen 3.3 und 11.7 Prozent (sh. Tabelle 8.14).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Nike 64.0	Puma 44.9	Puma 33.3	Nike 54.4	Nike 71.8	Adidas 43.1
2. Rang	Adidas 32.6	Nike 33.7	Adidas 26.7	Adidas 50.5	Adidas 37.4	Nike 33.3
3. Rang	Puma 32.6	Adidas 31.6	Dr. Martens 13.3	Vans 7.8	Puma 32.8	Reebok 31.9
4. Rang	And1 2.3	All Star Converse 2.0	All Star Converse 10.0	Britan Kings 3.9	All Star Converse 13.0	Levis 6.9
5. Rang	Vagabond 1.2	Diesel 2.0	Vans 6.7	Jordan 2.9	Diesel 6.1	Wrangler 6.9
keine besonderen	11.6	11.2	3.3	11.7	1.5	5.6

Tabelle 8.14: Die beliebtesten Sportschuh-Marken der Jugendlichen (Prozentwerte).

⁷¹ Hierbei handelte es sich um offene Fragen.

Bei den beliebtesten T-Shirt-Marken lassen sich nur wenige Übereinstimmungen zwischen den verschiedenen Ländern feststellen. Allein *Nike*-Shirts werden in allen untersuchten Ländern gerne getragen. *Adidas*-Shirts sind immerhin noch bei schwedischen, slowakischen und indischen Jugendlichen sehr gefragt, T-Shirts von *Tommy Hilfiger* bei österreichischen, slowakischen und türkischen 14- bis 17-Jährigen aus dem Sample. Deutsche und türkische Jugendliche zählen weiters *Puma* häufig zu ihren beliebtesten T-Shirt-Marken. Zwischen 2.3 und 32.4 Prozent der Jugendlichen finden, dass in ihrer Schule und in ihrem Freundeskreis keine speziellen T-Shirt-Marken besonders angesagt sind (sh. Tabelle 8.15).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	J.Lindeberg 35.5	G-Star 11.3	H&M 23.6	Kenvelo 30.0	Nike 24.1	Nike 26.5
2. Rang	We 22.6	Nike 8.5	T.Hilfiger 18.2	Adidas 12.2	Levis 19.5	Adidas 26.5
3. Rang	Nike 21.0	Miss Sixty 7.0	Polo 12.7	Nike 11.1	T.Hilfiger 16.1	Weekender 16.3
4. Rang	Diesel 14.5	Puma 5.6	Lacoste 9.1	Quicksilver 10.0	Puma 13.8	Reebok 16.3
5. Rang	Adidas 9.7	Dickies 4.2	Nike 3.6	T.Hilfiger 8.9	Mango 11.5	Levis 10.2
keine besonderen	21.0	32.4	27.3	15.6	2.3	12.2

Tabelle 8.15: Die beliebtesten T-Shirt-Marken der Jugendlichen (Prozentwerte).

Zwei Jeans-Marken sind in beinahe allen untersuchten Ländern unter den beliebtesten Marken zu finden: *Levis* und *Diesel* (nicht in Indien). Bei schwedischen, türkischen und indischen Jugendlichen sind außerdem *Lee*-Jeans sehr gefragt. *Miss Sixty* und *H&M* kommen bei deutschen und österreichischen Jugendlichen sehr gut an, *Tommy Hilfiger* bei österreichischen und türkischen 14- bis 17-Jährigen (sh. Tabelle 8.16).

	Schweden	Deutschland	Österreich	Slowakei	Türkei	Indien
1. Rang	Levis 43.8	Miss Sixty 28.1	Levis 22.2	Kenvelo 33.8	Mavi 43.6	Levis 47.5
2. Rang	Lee 32.5	G-Star 27.0	H&M 20.4	Levis 24.7	Levis 42.6	Lee 30.5
3. Rang	Diesel 20.0	Levis 9.0	Miss Sixty 13.0	Terranova 7.8	Diesel 39.6	Wrangler 16.9
4. Rang	Fornarina 3.8	Diesel 5.6	T.Hilfiger 11.1	Diesel 6.5	T.Hilfiger 4.0	Live In 15.3

5. Rang	Gucci 1.3	H&M 3.4	Diesel 3.7	His 5.2	Lee 3.0	Reebok 3.4
keine besonderen	26.3	18.0	24.1	22.1	2.0	8.5

Tabelle 8.16: Die beliebtesten Jeans-Marken der Jugendlichen (Prozentwerte).

9. Zusammenfassung

Dieser internationale Vergleich schwedischer, deutscher, österreichischer, slowakischer, türkischer und indischer Jugendkultur beschreibt spannende Unterschiede, aber auch viele überraschende Gemeinsamkeiten zwischen den 14- bis 17-Jährigen dieser Nationalitäten. Dabei stellt sich immer wieder heraus, dass die Einstellungen und das Verhalten der Jugendlichen innerhalb eines Landes ausgesprochen heterogen sind und es deshalb keinesfalls möglich ist, von einem *typischen schwedischen Jugendlichen* oder *einer typischen indischen Jugendlichen* zu sprechen.

Betrachtet man die **familiären Verhältnisse** der Mädchen und Jungen, dann zeigt sich, dass in allen untersuchten Ländern der Großteil der Jugendlichen mit einem verheirateten Elternpaar zusammenlebt. In Schweden, Deutschland und Österreich gibt es allerdings auch viele allein erziehende Eltern oder Eltern, die ohne Trauschein zusammenleben. Letztere sind in der Türkei und in Indien so gut wie nie zu finden. In den meisten Ländern sind in rund jedem zweiten Familienhaushalt beide Elternteile immer berufstätig gewesen. In den anderen Fällen ist meist die Mutter zumindest seit der Geburt ihrer Kinder nicht mehr einer Erwerbstätigkeit nachgegangen oder hat die Mutter nach einer mehr oder weniger langen Unterbrechung zur Betreuung ihrer Kinder wieder eine Berufstätigkeit aufgenommen. In indischen und auch türkischen Familien dagegen ist eindeutig die Mehrheit der Mütter zumindest seit der Geburt ihrer Kinder nicht mehr berufstätig gewesen. In allen untersuchten Ländern fallen Tätigkeiten der Haushaltsführung und Kinderbetreuung meist vorwiegend in den Zuständigkeitsbereich der Mutter, in Schweden allerdings etwas seltener als in den übrigen Ländern. Daneben berichten auch viele Jugendliche, dass sich ihre Eltern diese Tätigkeiten zu etwa gleichen Proportionen teilen. In keinem der untersuchten Länder gibt es einen nennenswerten Anteil an Familien, in denen der Vater für den überwiegenden Teil der Haushaltsführung und Kinderbetreuung verantwortlich ist. In allen untersuchten Ländern haben mindestens zwei Drittel der 14- bis 17-Jährigen ein oder zwei Geschwister. In Schweden liegt die Geschwisterzahl etwas höher als in den anderen Ländern. In Deutschland, Österreich und in der Slowakei gibt es auch relativ viele Jugendliche, die keine Geschwister haben.

Sport zählt in allen untersuchten Ländern mit Ausnahme von Indien zu den drei beliebtesten **Freizeitaktivitäten** der Mädchen und Jungen. Schwedische, deutsche, österreichische und auch slowakische Jugendliche verbringen außerdem ihre Freizeit gerne mit Freunden und Freundinnen. Türkische und indische Jugendliche hören dagegen lieber Musik. In Deutschland, in der Türkei und in Indien lesen viele Jugendliche sehr gerne und nur in Indien zählt Fernsehen zu den drei beliebtesten Freizeitbeschäftigungen. Österreichische und slowakische Jugendliche besuchen auch des Öfteren ein Kino oder ein Lokal. Kinos werden auch von türkischen, Lokale auch von deutschen Jugendlichen gerne besucht. Überall schließen sich nur wenige Jugendliche diversen Vereinen oder Organisationen an. Am häufigsten tun sie das in Schweden, am seltensten in Indien. In allen Ländern mit Ausnahme von Indien handelt es sich dabei meist um Sportvereine. In Deutschland sind daneben Musikvereine und Organisationen mit wohltätigem Hintergrund sehr beliebt, in Österreich eher kirchliche und politische Vereine. Slowakische Jugendliche gehören vor allem schulischen Organisationen und türkische Mädchen und Jungen diversen Hobby-Vereinen wie Theatergruppen an.

In allen Ländern hat **Kleidung** für 14- bis 17-Jährige eine große Bedeutung. Während schwedische, österreichische und indische Jugendliche ihren Kleidungsstil am häufigsten als lässig und bequem bezeichnen, tragen türkische Mädchen und Jungen nach eigenen Angaben am liebsten sportliche Kleidung. In der Slowakei und in Deutschland gibt es keinen dominierenden Kleidungsstil unter den Jugendlichen.

Überall ist die Mehrheit der Jugendlichen mit ihrem **Körper** zufrieden, nicht selten sogar sehr. Während sich in den meisten Ländern Jugendliche ansonsten vor allem übergewichtig finden, halten sich türkische Jugendliche sehr häufig für untergewichtig. Um etwas für ihren Körper zu tun, treiben überall zahlreiche Jugendliche zumindest ein wenig Sport. Vor allem in der Slowakei gibt es aber auch viele ausgesprochen sportlich Aktive. Daneben halten manche Jugendliche hin und wieder Diät. Besonders türkische, österreichische und schwedische Mädchen und Jungen tun aber häufig nichts für ihren Körper.

Sexualität spielt im Leben der Jugendlichen eine sehr unterschiedlich große Rolle. Vor allem für indische und türkische Jugendliche ist sie eher unbedeutend. In allen untersuchten Ländern hat die Mehrheit der 14- bis 17-Jährigen noch keine sexuellen Erfahrungen gemacht. Petting oder sogar Geschlechtsverkehr hatten im internationalen Vergleich am häufigsten deutsche, österreichische Jugendliche. Vor allem in Schweden, Deutschland und in der Slowakei herrscht die Meinung vor, dass nur Paare, die sich wirklich lieben, Sex haben sollten. In der Türkei und in Indien vertreten sehr viele Jugendliche die Ansicht, dass Sex nur in einer Ehe stattfinden sollte. Österreichische, deutsche und slowakische Jugendliche meinen häufig, dass jeder und jede Sexualität ausleben kann, wie er oder sie will, für türkische und

indische Jugendliche gehen die Freiheiten im Westen in dieser Hinsicht aber oft zu weit. Überall außer in Indien sprechen Jugendliche in ihrem Freundeskreis oft oder zumindest hin und wieder über Sexualität. In Schweden, Deutschland und Österreich wird Sexualität zumindest manchmal im Unterricht thematisiert, in der Türkei und in Indien meist nie. Während in deutschen, österreichischen und slowakischen Familien zumindest hin und wieder über Sexualität gesprochen wird, passiert das in Schweden, in der Türkei und in Indien kaum.

Obwohl in allen untersuchten Ländern etwa gleich viele Familienhaushalte mit Fernseh- und Radiogeräten sowie Computern und ähnlichem ausgestattet sind – allein slowakische, türkische und indische Haushalte verfügen etwas seltener über einen Internetzugang –, nutzen Jugendliche verschiedener Nationalitäten diese **Medien** zum Teil in recht unterschiedlichem Ausmaß. Jugendliche in allen untersuchten Ländern sehen etwa gleich viel fern, schwedische Mädchen und Jungen lesen aber deutlich weniger als slowakische, türkische oder indische Jugendliche. Türkische und vor allem indische Jugendliche hören überdurchschnittlich viel Musik. Schwedische 14- bis 17-Jährige nutzen das Internet etwas häufiger, indische und türkische Jugendliche etwas seltener als Mädchen und Jungen in anderen Ländern. Ähnlich verhält es sich mit der Zeit, die Jugendliche am Computer verbringen.

14- bis 17-Jährige in Schweden, Deutschland, Österreich, in der Slowakei, Türkei und in Indien sehen im Allgemeinen recht unterschiedliche **Fernsehserien**. Allerdings gibt es drei US-amerikanische Serien, die in fast allen Ländern ausgesprochen beliebt sind: „Friends“ (nicht in Indien), „Sex and the City“ (nicht in der Türkei) und „Die Simpsons“ (nicht in Indien und in der Türkei). Türkische, deutsche und indische Jugendliche zählen auch sehr häufig Serien aus der heimischen Produktion zu ihren Favoriten. Auch bei den beliebtesten **Kinofilmen** des letzten Jahres gibt es große Übereinstimmungen zwischen den untersuchten Ländern. So ist die „Herr der Ringe“-Trilogie in allen Ländern sehr gut angekommen. „Fluch der Karibik“ und „Findet Nemo“ haben bei vielen schwedischen, deutschen, österreichischen und slowakischen Jugendlichen großen Anklang gefunden.

FreundInnen bedeuten Jugendlichen überall sehr viel. Auf ihre Meinung wird vor allem bei diversen Entscheidungen großer Wert gelegt und ihre Einschätzung der Persönlichkeit der Jugendlichen wiegt für diese sehr schwer. Was sie über das Aussehen oder die Leistungen der Jugendlichen denken, spielt für diese eine eher geringere Rolle. Türkische und indische Jugendliche schreiben der Meinung ihrer FreundInnen in all diesen Bereichen mehr Bedeutung zu als andere.

Während in der Türkei fast alle Jugendliche dem Islam und in Indien fast alle dem Hinduismus angehören, leben in Österreich und in der Slowakei neben vielen

Bekenntnislosen hauptsächlich katholische und in Deutschland und Schweden vor allem protestantische ChristInnen. Türkische und indische Jugendliche schreiben ihrer **Religion** deutlich mehr Bedeutung zu als Jugendliche in Schweden, Deutschland, Österreich oder in der Slowakei. In allen untersuchten Ländern haben 14- bis 17-Jährige ein überwiegend positives Bild von ihrer Religion, besonders aber türkische und indische Mädchen und Jungen. Die meisten Jugendlichen meinen, dass die Religion, der sie angehören, hilfreich ist sowie Kraft, Mut und Halt gibt. Türkische und indische Jugendliche sind auch besonders häufig der Meinung, dass ihre Religion die Gemeinschaft und Zusammenhalt fördert sowie gute Regeln vorgibt. Allein österreichische 14- bis 17-Jährige halten ihre Religion häufig für veraltet.

In den meisten der untersuchten Länder interessieren sich etwas weniger als jeder und jede zweite 14- bis 17-Jährige für **Politik** und informiert sich auch darüber. In Österreich trifft das allerdings auf immerhin zwei von drei Jugendlichen, in der Türkei dagegen auf lediglich einen von drei Jugendlichen zu. Schwedische Jugendliche schätzen Politik im internationalen Vergleich am positivsten ein: Für rund ein Drittel von ihnen gibt es an Schwedens Politik nichts, das sie stört. Deutsche Jugendliche dagegen meinen häufig, dass die Politik ihres Landes inkompetent und ineffektiv ist und nicht genug gegen die hohe Arbeitslosenquote in Deutschland leistet. Slowakische und indische Jugendliche sind häufig mit den PolitikerInnen ihres Landes unzufrieden. Meist halten sie sie für korrupt sowie macht- und geldgierig. Türkische Jugendliche wollen häufig, dass sich die islamische Kirche aus der Politik ihres Landes zurückzieht. Ihnen widerstrebt auch häufig der Umgang mit einem etwaigen Beitritt der Türkei zur Europäischen Union. Die gesellschaftlichen Belange, die den Jugendlichen besonders am Herzen liegen und für die sie sich auch engagieren würden, sind in allen untersuchten Ländern sehr ähnliche: Menschenrechte, Umweltschutz und Antirassismus. Schwedische und indische 14- bis 17-Jährige finden es auch sehr häufig wichtig, sich für Frauenrechte einzusetzen.

Das **Geschlechterverhältnis** wird in den verschiedenen Ländern recht ähnlich wahrgenommen. Dennoch gibt es einige durchaus nennenswerte Unterschiede. Überall ist die Mehrheit der Jugendlichen der Meinung, dass Frauen heute viel unabhängiger als in früheren Zeiten sind beziehungsweise, dass Frauen ehrgeizig sind und unabhängig sein wollen. Allein schwedische Jugendliche stimmen diesen Aussagen deutlich seltener als andere zu. In allen Ländern finden auch die meisten Jugendlichen, dass Frauen genauso viel wie Männer leisten, aber dennoch geringere Möglichkeiten als diese haben. Dem schließen sich türkische Jugendliche allerdings deutlich seltener als andere an. Schwedische und türkische 14- bis 17-Jährige vertreten häufig die Ansicht, dass Frauen erwerbstätig sein sollen, um einen unverzichtbaren Beitrag zum Familieneinkommen zu leisten. Türkische und indische Jugendliche halten zwar besonders häufig Männer für bessere Politiker als Frauen,

aber trotzdem würden sie genauso wie andere Jugendliche gerne mehr Frauen in der Politik sehen, weil diese für neue Perspektiven sorgen würden. Slowakische und indische Jugendliche meinen zwar besonders häufig, dass Frauen eher starke Männer an ihrer Seite haben wollen, aber trotzdem schließen sie sich genauso häufig wie Jugendliche anderer Länder der Meinung an, dass Männer, die ihre Gefühle ausdrücken, bei Frauen gut ankommen.

Während in Schweden und Österreich Jugendliche am häufigsten **Berufe** in den Bereichen Kunst, Design, Film und Musik anstreben, interessieren sich türkische und indische 14- bis 17-Jährige meist für technische Berufe. Slowakische Jugendliche möchten meist wirtschaftliche Berufe ergreifen oder im Finanzwesen tätig sein. In allen untersuchten Ländern ist es den meisten Jugendlichen wichtig, einen interessanten Beruf auszuüben. Ein hohes Einkommen ist zwar überall das zweithäufigste berufliche Ziel, wurde aber von deutlich weniger Jugendlichen genannt. In Schweden glauben ausgesprochen viele Jugendliche, dass nichts sie von ihren beruflichen Zielen abhalten kann. Türkische, deutsche und slowakische Mädchen und Jungen fürchten dagegen meist, an der Ausbildung oder diversen Aufnahmeprüfungen zu scheitern. Indische und österreichische Jugendliche meinen daneben sehr häufig, nicht ausreichend ehrgeizig oder zielstrebig zu sein, um ihre beruflichen Ziele zu erreichen.

In allen untersuchten Ländern, aber besonders in Indien, überwiegen jene Jugendlichen, die eine einzige, dauerhafte **Partnerschaft** in ihrem Leben anstreben. In den übrigen Ländern möchte rund jeder dritte bis zweite Jugendliche in mehreren (aufeinander folgenden) Partnerschaften leben. Überall beabsichtigen mehr als zwei Drittel der 14- bis 17-Jährigen später auch zu heiraten. Dabei sind die Beweggründe, die die Jugendlichen in diesem Zusammenhang anführen, sehr unterschiedliche. Für schwedische Mädchen und Jungen ist meist Liebe der Antrieb für den Heiratswunsch. Deutsche Jugendliche erhoffen sich von einer Heirat eine festere Bindung zwischen den Partnern. Österreichische und indische Jugendliche möchten meist heiraten, um nicht alleine zu sein, slowakische und türkische Jugendliche dagegen, um eine eigene Familie zu gründen. Während schwedische, deutsche und österreichische Jugendliche sich meist humorvolle und treue PartnerInnen wünschen, sollen die PartnerInnen der slowakischen Jugendlichen vor allem intelligent und humorvoll sein. Türkischen Jugendlichen ist es wichtig, dass ihre PartnerInnen treu und verständnisvoll sind, indischen Jugendlichen ist neben Verständnis in erster Linie Partnerschaftlichkeit wichtig. In allen untersuchten Ländern würden die meisten Jugendlichen in ihrer Partnerschaft Untreue nicht dulden, in der Türkei und in Indien daneben auch sehr häufig Lügen und Unehrlichkeit.

In allen untersuchten Ländern möchten mindestens drei von vier Jugendlichen eine eigene **Familie** gründen, in der Slowakei beinahe jeder und jede 14- bis 17-

Jährige. Überall wünscht sich die Mehrheit der Mädchen und Jungen zwei Kinder, in Indien, in der Slowakei und Türkei sonst eher nur eines, in Schweden, Österreich und Deutschland sonst eher drei oder auch mehr Kinder. In allen Ländern gaben zahlreiche Jugendliche an, Kinder zu mögen, aber daneben sind die Gründe, die 14- bis 17-Jährige zu einem Kinderwunsch bewegen, sehr vielfältig. Türkische und slowakische Jugendliche möchten meist NachfolgerInnen und ihre Familie fortführen, schwedische Mädchen und Jungen möchten sich vor allem als Mutter oder Vater fühlen und einen jungen Menschen in seinen ersten Lebensjahren begleiten. Deutsche, österreichische und indische Jugendliche meinen meist, dass Kinder einfach dazu gehören beziehungsweise ihr Lebensinhalt schlechthin sind.

Besonders in Indien und Schweden sind **Mütter** die häufigsten weiblichen Idole. In eingeschränktem Maße gilt das auch für Deutschland und die Slowakei. In Österreich wollen Jugendliche etwas häufiger anderen verwandten Frauen nacheifern und in der Türkei haben neben der Mutter oft verschiedene Schauspielerinnen Vorbildfunktion. Schwedische und türkische Jugendliche meinen am häufigsten, dass ihre Mutter nur möchte, dass ihre Kinder glücklich werden. Deutsche und österreichische 14- bis 17-Jährige sind in erster Linie der Meinung, dass ihre Mutter ihnen ihren Freiraum lässt, und slowakische Mädchen und Jungen beschreiben ihre Mutter meist als tolerant. Indische Jugendliche haben vor allem das Gefühl, dass ihre Mutter möchte, dass ihre Kinder viel erreichen. Österreichische, indische, schwedische und deutsche Jugendliche schätzen vor allem an ihrer Mutter die Art und Weise, wie sie ihre Kinder erzieht und wie sie die Beziehung zu diesen gestaltet. Türkische und slowakische Jugendliche nehmen sich in erster Linie ihre starke Familienorientierung zum Vorbild.

In allen untersuchten Ländern, vor allem aber in Indien, gelten **Väter** am häufigsten als männliche Idole. In Deutschland wollen daneben viele Jugendliche diversen Sportlern, in Österreich häufiger verschiedenen Schauspielern nacheifern. Während deutsche und indische Jugendliche sehr häufig glauben, dass ihr Vater von ihnen erwartet, dass sie viel erreichen, meinen schwedische Mädchen und Jungen in erster Linie, dass er nur möchte, dass sie glücklich werden. Für türkische 14- bis 17-Jährige trifft beides gleichermaßen zu. In Österreich und in der Slowakei gelten Väter vor allem als offen und tolerant. Während österreichische, deutsche und slowakische Jugendliche sich vor allem den beruflichen Werdegang und die Karriere ihres Vaters zum Vorbild nehmen wollen, finden schwedische Jugendliche an ihren Vätern hauptsächlich ihre Art, Kinder zu erziehen, und ihre starke Familienorientierung vorbildhaft. Türkische Jugendliche bewundern an ihnen vor allem ihre Art, eine Partnerschaft oder Ehe zu gestalten, ihren Ehrgeiz und ihre Ausbildung. Für indische Jugendliche sind ihre Art, Kinder zu erziehen, ihre Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft und ihr soziales Engagement sowie ihr Ehrgeiz nachahmenswert.

In allen untersuchten Ländern beschreiben die meisten Jugendlichen die Beziehung zu ihren Eltern als recht harmonisch. Besonders schwedische 14- bis 17-Jährige streiten nur selten mit ihren Eltern und indische sowie österreichische Jugendliche haben oft kaum Auseinandersetzungen mit ihrem Vater. Zu **Konflikten** kommt es überall meist, wenn der Nachwuchs ausgehen will. Deutsche, österreichische, slowakische und türkische Jugendliche geraten daneben sehr häufig aufgrund schulischer Belange in Streit mit ihren Eltern, indische und schwedische Jugendliche eher wegen ihrer FreundInnen. Ansonsten wird in Deutschland und Schweden mit dem Vater vor allem über den Medienkonsum der Jugendlichen und in der Slowakei, Türkei und in Indien über schulische Themen gestritten. Österreichische Jugendliche zanken sich mit ihrem Vater vor allem, weil er ihnen ihrer Ansicht nach nicht genug zuhört, ihre Meinung missachtet oder sie wie ein kleines Kind behandelt. Die meisten Konflikte mit der Mutter behandeln überall außer in Schweden die Schule und überall außer in Indien die mangelnde Mithilfe der Jugendlichen im Haushalt oder ihre Unordentlichkeit. In Indien und Österreich geraten 14- bis 17-Jährige auch häufig in Streit mit ihrer Mutter, weil diese den Medienkonsum ihres Nachwuchses nicht in Ordnung findet.

Alle Jugendlichen außer die indischen behaupten häufig von sich, humorvoll, lustig und fröhlich zu sein. Außerdem beschreiben sich die meisten als nett, hilfsbereit oder liebenswürdig. Indische Jugendliche schreiben sich daneben häufig Selbstbewusstsein und Mut, türkische Mädchen und Jungen Attraktivität und Ehrgeiz zu. 14- bis 17-Jährigen in den untersuchten Ländern sind meist sehr unterschiedliche Dinge besonders wichtig. Größere Übereinstimmungen gibt es allerdings bei Freundschaft, Vertrauen, Ehrlichkeit, Treue und Familie, welche in allen Ländern von den meisten Jugendlichen als besonders wichtig erachtet werden. Das gilt mit Einschränkung auch für Liebe und Humor, welche aber von türkischen und indischen Jugendlichen deutlich seltener genannt wurden. Dinge, die für türkische und indische Jugendliche mehr Bedeutung als für andere haben, sind Prestige, Macht, Ehre und Religion. Indische Jugendliche schreiben außerdem Intelligenz, Geld und Ruhm große Bedeutung zu.

Zurzeit machen sich die meisten türkischen, indischen, schwedischen und slowakischen Jugendlichen Sorgen um ihren schulischen Erfolg und ihre Ausbildung. In Österreich und in Deutschland werden 14- bis 17-Jährige am häufigsten von allgemeineren Versagensängsten bedrückt. Wenn sie an ihre Zukunft denken, dann bereitet ausgesprochen vielen deutschen Mädchen und Jungen das Risiko, arbeitslos zu werden, Angst. Slowakische und türkische Jugendliche fürchten häufiger, ihre Ausbildung nicht erfolgreich zu bewältigen, und indische Mädchen und Jungen machen sich meist Sorgen um ihre berufliche Laufbahn.

Deutsche und österreichische Jugendliche wollen in ihrem Leben unbedingt glücklich werden und Spaß haben. Schwedische möchten in erster Linie ihren Traumberuf ausüben können, während türkische und slowakische Mädchen und Jungen vor allem Erfolg im Beruf anstreben. Slowakische Jugendliche möchten aber genauso oft auch unbedingt eine Familie gründen und viel Zeit mit dieser verbringen. Indischen 14- bis 17-Jährigen ist es besonders wichtig, Status und Macht beziehungsweise Reichtum zu erlangen. In ihrer Freizeit wollen in allen Ländern sehr viele Jugendliche reisen oder für längere Zeit im Ausland leben. Daneben möchten deutsche, österreichische und slowakische Jugendliche häufig Sport treiben, türkische und indische Jugendliche dagegen diversen anderen Hobbys wie Lesen oder Malen nachgehen.

Unterschiede zwischen den Geschlechtern in ihren Einstellungen, in ihrem Verhalten, in ihren Lebensentwürfen, aber auch in der Form, in der sich ihr Kontakt zur sozialen Umwelt gestaltet, lassen sich in allen Ländern – einmal mehr, einmal weniger ausgeprägt – finden. Bemerkenswert ist aber, dass sie nicht selten im internationalen Vergleich in ihrer Richtung einander entgegengesetzt sind.