

# Die Millennials als Zielgruppe für die VHS?

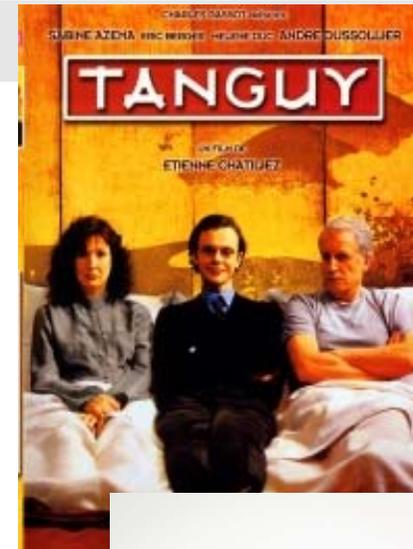
**Manfred Zentner**

Donau-Universität Krems, Department Migration und Globalisierung  
PEYR - Pool of European Youth Researchers

://

## Ausgewachsen statt erwachsen

- Jugendkult heißt keineswegs, dass es Jugendliche heute leichter hätten als früher.
- Erwachsen-Werden heißt:
  - Eigene Persönlichkeit bilden
  - Ausbildung abschließen und in den Arbeitsmarkt eintreten.
  - Haushalt der Eltern (Familie) verlassen und eine eigenen bilden
  - Heirat, Partnerschaft resp. sexuelle Identität
  - Autonomie
- Die Jugendphase beginnt früher und endet später.



© Fox

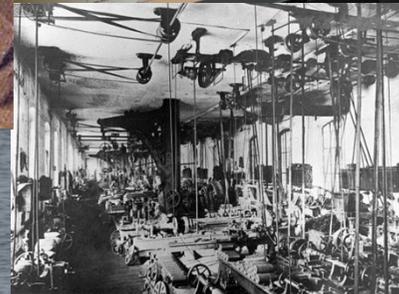
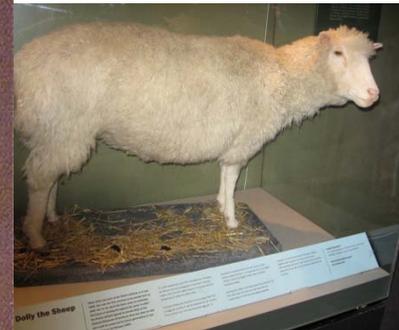
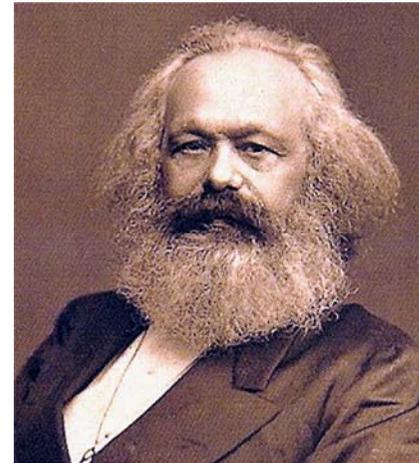


© Familien-magazin.com

://

## In welchen Zeiten leben wir eigentlich?

- **Verschwinden der unumstößlichen Wahrheiten:** Welterklärungsmythen (Politik, Religion, etc.) werden durch Diskurs ersetzt.
- **Richtungsoffenheit oder Orientierungslosigkeit:** Fortschritt bedeutet Verbesserung war einmal.
- **Risikogesellschaft:** eine Reihe nicht beeinflussbarer Gefahren bedrohen alle Menschen
- **Neugewichtung von Arbeit und Freizeit:** Identitätsfindung in der Leistungsgesellschaft





## Institutionenskepsis und -veränderung

- Institutionen sind nicht die Organisationen sondern vielmehr eingeübte Handlungsweisen.
- Die Gesellschaft verändert die Institutionenlandschaft → Unsicherheit.
- Nicht alle gleich behandeln, sondern individuelle Bedürfnisse und Rahmenbedingungen sollen berücksichtigt werden.



© MZentner

://

## Das Individuum wird zentraler Bezugspunkt

- Die einzelnen Individuen stellen sich in den im Mittelpunkt, freigesetzt aus den traditionellen Gruppen (seit den 1960ern).
- Die einzelnen gewinnen **neue Freiheiten**, aber traditionelle **Sicherheiten** gehen **verloren**.
- **Individualität als Pflicht**: Erfinde dich täglich neu - ohne Modell oder Vorbild
- → Ästhetisierung des Lebens und Inszenierung von Zugehörigkeit.



Pixabay

://

## Der Begriff der Generation

- **Generationslagerung** meint Zugehörigkeit zu verwandten Geburtsjahrgängen / „Zeit Heimat“: gibt unserem Denken / Handeln eine Richtung.
- **Generationsbewusstsein** heißt „Partizipation an den gemeinsamen Schicksalen“ (gemeinsam Erlebtes wird zur Verarbeitungskategorie).
- Alterskohorten sind nicht homogen: **Generationseinheiten** verarbeiten den für den jeweiligen Generationszusammenhang typischen „Problemhorizont“ auf unterschiedliche Weise.



*Karl Mannheim*

://

## Wirtschaftswunderkinder und die 68er Generation

**Babyboomer (1955 – 1970, in Ö und D; sonst Ende:  
Anti-Baby-Pille)**

- Kinder und Jüngere Geschwister der Nachkriegsgeneration
- Aufgewachsen in wirtschaftlichem Wohlstand der Gesellschaft, Sozialpolitisch: Wohlfahrtsstaaten
- Jugend in der Aufbruchstimmung nach 1968!
- **Bildungsboom**



© Karl Pruch; Flughafen Schwechat 1960





## Von den 68ern zur Generation X

### Generation X (1970 – 1985)

- Namen nach dem Roman von Douglas Copeland, Beschreibung einer Generation von „Slackern“.
- Tatsächlich: WegbereiterInnen der digitalen Revolution und des „Turbo-Kapitalismus“
- Aufkommen des Individualismus und der Inszenierungsgesellschaft



© Universal, Theatlantic



## Das Ende der Geschichte und technischer Fortschritt

### Generation Y (1985 – 2000)

- Flexibilität als Grundsatz, um Herausforderungen bewältigen zu können
- Netzwerkgeneration (simsen statt Telefonzelle)
- Digitale Medien und www als Ersatz von Vorlesung und Bibliothek



WIKIPEDIA  
*The Free Encyclopedia*

://

## Generation Z / Millennials

- Biographie der nach 2000 Geborenen: Krise und Katastrophe als Normalzustand (9/11; Wirtschaftskrise, Fukushima, Flüchtlinge)
- Status-Inkonsistenz als Lebensbasis
- Skills statt Wissen als pädagogisches Ziel



://

## Generationsunterschiede: z.B. Nutzung der Medien

- Information: vom Radio zu Twitter
- Informationssuche: vom Buch zum Internet
- Kommunikation: vom Vierteltelefon zum Smartphone
- Nutzung Smartphones:
  - ▶ Jugendliche: für alles
  - ▶ Medium: für alle Kommunikation, Foto, Suche
  - ▶ Senior: Telefon und Foto
  - ▶ Old: Telefon (wenn sie es hören)



Instagram



://

## Jugendliche leben in der inszenierten Wirklichkeit

Wichtiger als die Dinge selbst ist die Art und Weise wie sie arrangiert sind. Die Form kommt vor dem Inhalt.

**Schein wird Sein!**

Der Mehrwert von Produkten /Aktivitäten / Meinungen ermöglicht Investitionen in die eigene Persönlichkeit zur Steigerung des eigenen (Markt)Werts.

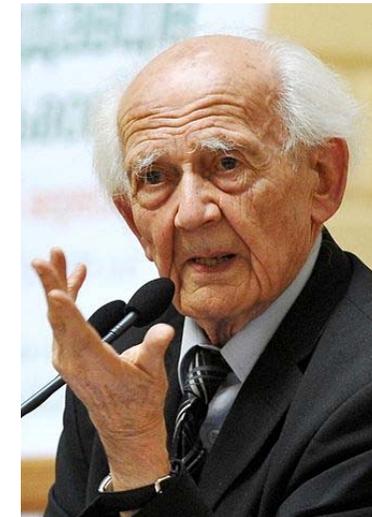
Objekte und Symbolhandlungen werde mit „magischen Kräften“ ausgestattet.



://

## Selbstvermarktung in der Konsumgesellschaft

- „Die Aufgabe des Konsumenten und das Hauptmotiv, das sie dazu bringt, unablässig dem Konsum zu frönen, ist folglich die Aufgabe, sich aus der grauen und langweiligen Unsichtbarkeit und Nichtigkeit empor zu stemmen [...].“
- „Konsum ist eine Investition in alles, was für den 'sozialen Wert' und das Selbstwertgefühl des Individuums von Bedeutung ist.“
- Konsum wird zur Selbstverwirklichung und Selbstvermarktung!



Bauman, Zygmunt: Leben als Konsum, Hamburg 2009

://

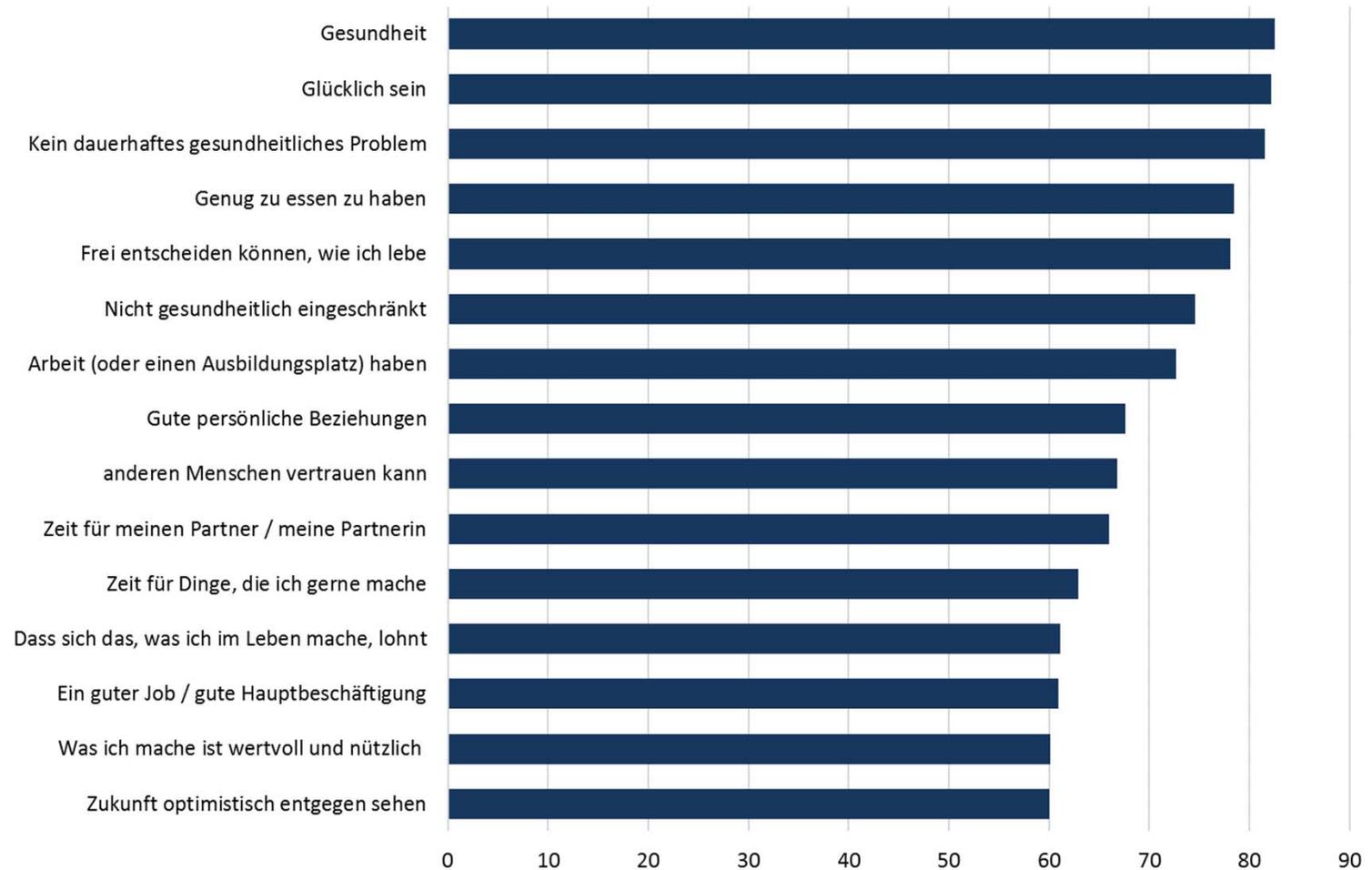
## Bildung und Arbeitsmarkt – Übergänge?

- (Aus)Bildung wird wichtiger – aber welche?
- Übergänge sind nicht mehr einmalige Ereignisse – YOYO-Generation:
  - Von der Schule in den Beruf und auch wieder gleich in die weiterführende Ausbildung
  - Übersiedlung in andere Berufsfelder, in andere Städte/Länder,
  - neue Arbeitswelten, neue Familienwelten?
  - Leben und arbeiten im www?
- Mobilität ist ein Eliteprojekt – Flexibilität das Muss für alle?



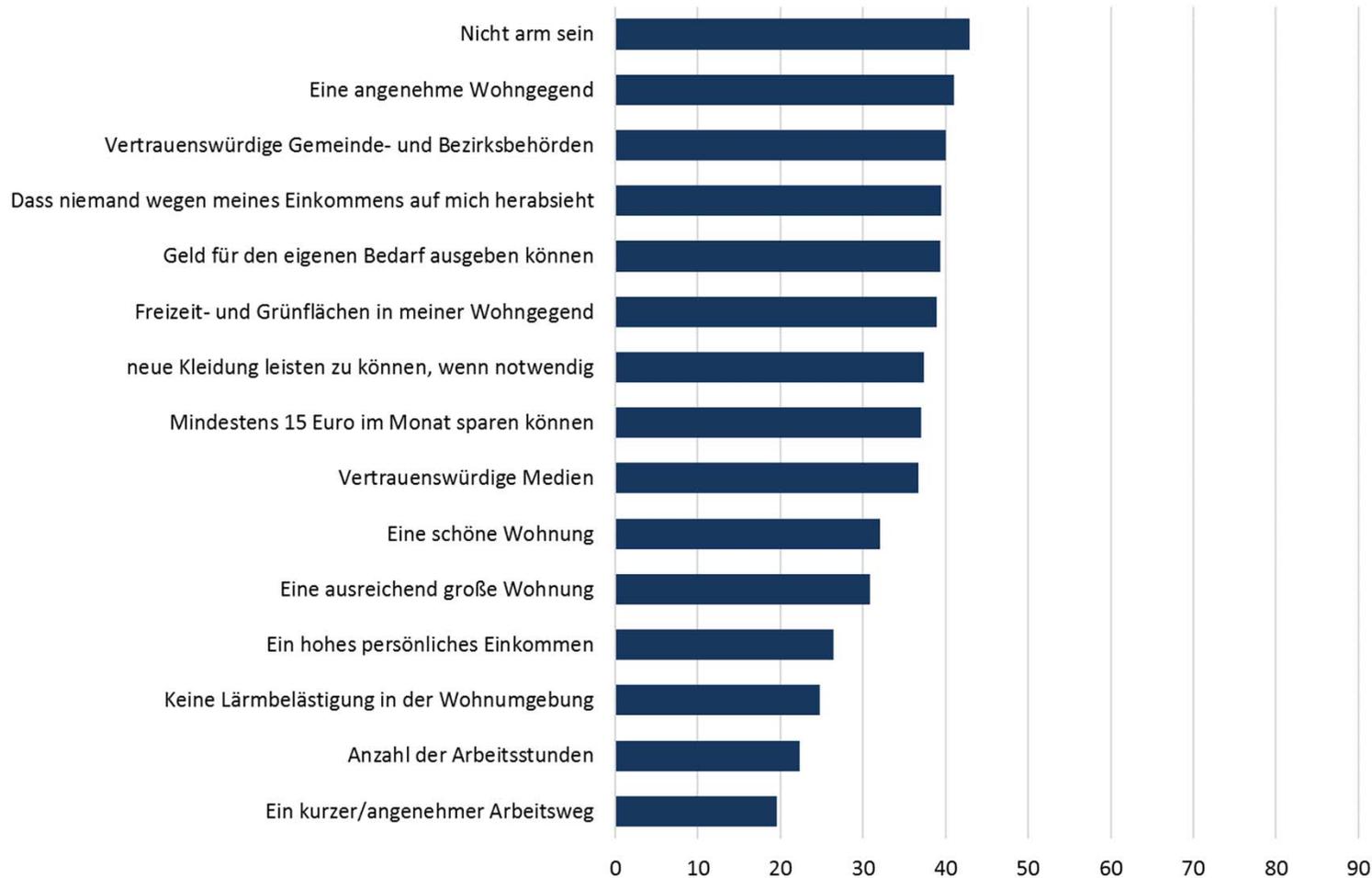


## Was ist jungen Menschen besonders wichtig?



://

## Was ist jungen Menschen am wenigsten wichtig?



Quelle: 7. Bericht zur Lage der Jugend, Teil B, Befragung 1700 Jugendliche, Angaben in %

://

## Aus- und Weiterbildung: was und wofür?

- Persönlichkeitsbildung –  
Selbstbewusstsein – Selbstwirksamkeit
  - Flexibilität – Mobilität – Sprachen
  - Werte
  - Inszenierungsfähigkeit
- 
- **Bestehen in der individualisierten und  
inszenierten Leistungsgesellschaft**





# Herzlichen Dank für die Aufmerksamkeit!

**Manfred Zentner**

Donau-Universität Krems, Department für Migration und Globalisierung  
PEYR - Pool of European Youth Researchers

---

manfred.zentner@donau-uni.ac.at

Bildquellen: wenn nicht anders angegeben commons.wikimedia, flickr,