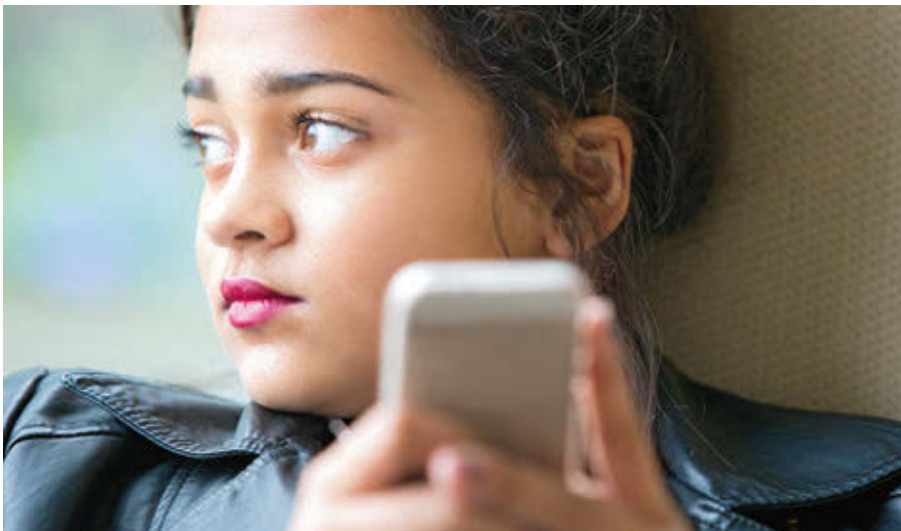
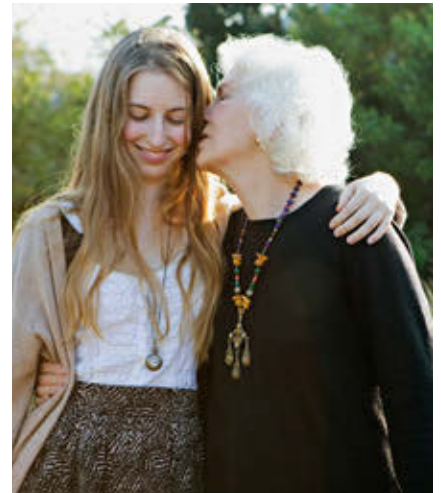


#juba15

63% der Befragten aus Brasilien verbringen zwei Stunden und mehr täglich im Netz.



72% in der Schweiz und **67%** in Singapur finden, die jeweilige demografische Situation stelle ein Problem dar.



76% der Jugendlichen in den USA geben als Lebensziel an, ein eigenes Haus zu erwerben.



Freunde treffen ist nur in der Schweiz *in*. In den anderen Ländern dominieren digitale Trends.



Die grosse Umfrage in den USA, Brasilien, Singapur und der Schweiz.

Folgen Sie der Diskussion
um das Jugendbarometer und
nehmen Sie selber daran teil unter
#juba15.

Nur keine Angst vor dieser Jugend

«You are terrified of your own children, since they are natives in a world where you will always be immigrants.»* Der Legende nach wurde 1996 am Weltwirtschaftsforum in Davos das erste Mal von «Digital Natives» gesprochen. Der Redner war ein Internetaktivist und hielt ein flammendes Plädoyer für das freie Netz, von dem die Eltern – die er digitale Immigranten taufte – keine Ahnung hätten, weshalb sie es regulieren lassen wollten.

Heute, kurz vor dem 20. Geburtstag des vielzitierten Begriffes, lässt sich die Spezies der «Digital Natives» (gemeint sind Jahrgänge ab 1980) wissenschaftlich untersuchen. Sie sind unterdessen zu jungen Erwachsenen herangereift und geben hier, im sechsten Jugendbarometer der Credit Suisse, Auskunft über ihr Leben, ihre Werte, ihre Wünsche und ihre Arbeit. Nun, wie lebt es sich im digitalen Raum? Erstaunlich differenziert! Und die gute Nachricht für die digitalen Immigranten: Nicht alles, was analog ist, ist automatisch *out* bei den heute 16- bis 25-Jährigen.

Ihre Redaktion

* Auf Deutsch:
«Sie fürchten sich
vor Ihren eigenen
Kindern, die Urein-
wohner sind in einer
Welt, in der Sie
selber immer ein
Immigrant bleiben
werden.»
John Perry Barlow,
«A Declaration of the
Independence of
Cyberspace», Davos,
8. Februar 1996

INHALT

1 Digitales Universum

Was klickt und was nicht? Die Rangordnung von Apps, Gadgets und Plattformen. — S. 59

Online vs. offline?

Die Harvard-Forscher Sandra Cortesi und Urs Gasser untersuchen die digitale Jugend. Sie warnen: Nicht alles ist, wie es scheint. — S. 62

2 Trends und Medien

Wie oft informieren sich die Jugendlichen? Was sind die Top-Themen? Und schaut irgendetwas noch TV? — S. 63

«Zuwanderung schon früher ein Grossthema»

Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann über die Resultate des Jugendbarometers 2015 und die Sorgen der Jugend. — S. 65

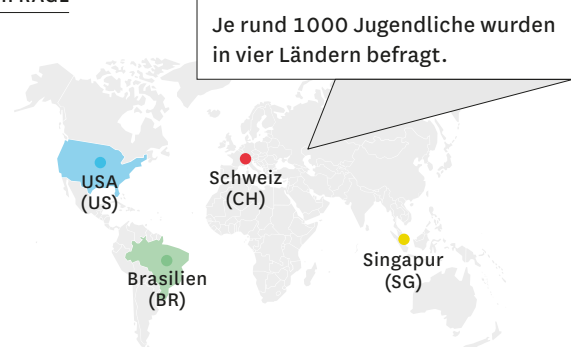
3 Beruf, Finanzen und Karriere

Medien-Jobs sind beliebt, Männer sparen mehr als Frauen, Schulden nur wenig verbreitet. — S. 68

4 Politik, Werte und Gesellschaft

Droht der grosse Konflikt der Generationen? — S. 70

DIE UMFRAGE



Für das Credit Suisse Jugendbarometer 2015 wurden jeweils rund 1000 16- bis 25-Jährige in den USA, Brasilien, Singapur und der Schweiz befragt. Die Umfrage wurde vom Forschungsinstitut gfs.bern zwischen April und Juni 2015 vorwiegend online durchgeführt. Das Jugendbarometer wird im Auftrag der Credit Suisse seit 2010 jährlich erhoben. Die Auswertung für das Bulletin erfolgte durch die Redaktion (Simon Brunner).

In diesem Dossier finden Sie die wichtigsten und interessantesten Ergebnisse sowie Interpretationen von Experten. Die vollständige Studie mit allen Fragen und Antworten finden Sie unter:

www.credit-suisse.com/jugendbarometer

1 Digitales Universum

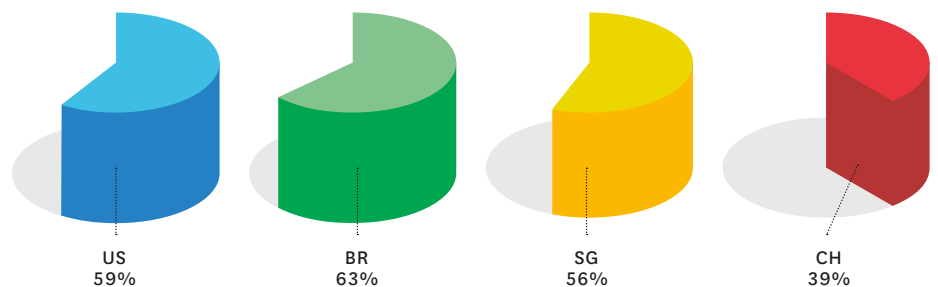
Ende der 1990er Jahre schrieben die Maturanden in der Schweiz noch Deutschaufsätze zum Thema «Das Internet: masslos überschätzt?». Heute wäre diese Fragestellung etwa so kontrovers wie «Ist die Erde rund?». Für über **85%** der Jugendlichen in allen vier untersuchten Ländern spielt das Internet eine wichtige oder gar unverzichtbare Rolle (► **Fakt 1.2**). Das zeigt sich auch in der Nutzungsdauer: Bis auf die Schweiz verbringt die Mehrheit der Jugendlichen täglich über zwei Stunden im Netz, wohlgerneht für private Zwecke, also zusätzlich zu Schule oder Arbeit (● **Abb. 1.1**).

Doch obwohl – oder vielleicht gerade weil – diese Generation das Leben ohne Internet gar nicht kennt, wird stark differenziert. Je nach Dienstleistung, Transaktion und Prozess wählen die Jugendlichen den virtuellen oder den analogen Weg (● **Abb. 1.4, nächste Seite**): Gerne bezahlt man online und auch gesellschaftlich-politische Aktivitä-

1.1 / MEDIENNUTZUNG

Über zwei Stunden surfen

«Nutzen Sie das Internet für private Zwecke mehr als zwei Stunden an einem durchschnittlichen Tag?»



ten, Hobbys und die Stellensuche werden sehr oft online erledigt. Zu Hobbys zählen alle Freizeitaktivitäten der Jugendlichen, also sowohl Gamen und Chatten (online) als auch Fussballspielen oder zu den Pfadfindern gehen (offline). Eher für offline geeignet sind: Flirten und Daten, Arbeiten, die Finanzberatung, der Kleiderkauf, die Freundschaftspflege und – bis auf die Schweiz – der Produktevergleich.

So weit die generellen Ergebnisse, doch der Globalisierung zum Trotz gibt es grosse regionale Unterschiede: Die brasilianische Jugend ist äusserst online-affin, während in der Schweiz je nach Situation entschieden wird. Wählen und Abstimmen, politisches und gesellschaftliches Engagement sowie Hobbys bleiben analog; also die Lebensbereiche, die stark mit der sogenannten politischen Kultur zu tun haben. Dazu passt, dass sich 60% der hiesigen Jugendlichen einem Verein zugehörig fühlen, vor vier Jahren waren es erst 52% (► **Fakt 1.3**). Klar in den digitalen Raum gehören für die Schweizerinnen und Schweizer dagegen transaktionale Tätigkeiten wie die Stellensuche oder der Produktevergleich.

Überraschenderweise sind die «Digital Natives» dem Internet gegenüber nicht vorbehaltlos positiv eingestellt. Zwischen 72% (USA) und 86% (Brasilien) sehen Vorteile für sich persönlich (● **Abb. 1.5, nächste Seite**), aber weit weniger sind sich sicher, ob die immer grössere Vernetzung auch für die Gesellschaft gut ist (60% USA bis 83% Brasilien). Die Diskrepanz zwischen persönlichen und gesellschaftlichen Vorteilen wird in keinem anderen Land stärker wahrgenommen als in der Schweiz (13%).

1.2 / BEDEUTUNG INTERNET

85%

finden, das Netz spiele eine wichtige oder gar unverzichtbare Rolle in ihrem Leben.



1.3

60%

der Jugendlichen in der Schweiz fühlen sich einem Verein zugehörig, 2011 waren es erst **52%**.

Will man die Jugend verstehen, muss man untersuchen, wie sie kommuniziert (●Abb. 1.8). Die Erkenntnisse: 1. Das Mobiltelefon ist zentral für diese Generation, das Festnetz fristet nur noch ein Schattendasein. 2. Es gibt auch hier grosse Unterschiede zwischen den Ländern – so ist beispielsweise der überall sonst so beliebte Nachrichtendienst WhatsApp in den USA fast nicht verbreitet. Warum? Das Senden von SMS war dort von Anfang an grösstenteils gratis, es gab also nie einen Grund, auf einen anderen Dienst umzusteigen. Die Amerikanerinnen und Amerikaner sind denn auch die Einzigen, die heute noch regelmässig simsen. 3. Facebook spielt bei allen digitalen Themen eine zentrale Rolle – mehr als die Hälfte der Befragten finden gar, das soziale Netzwerk verändere die Welt (►Fakt 1.6). Für die Kommunikation ist Facebook erstaunlicherweise nicht so wichtig (die Erklärung dazu in Kapitel 2).

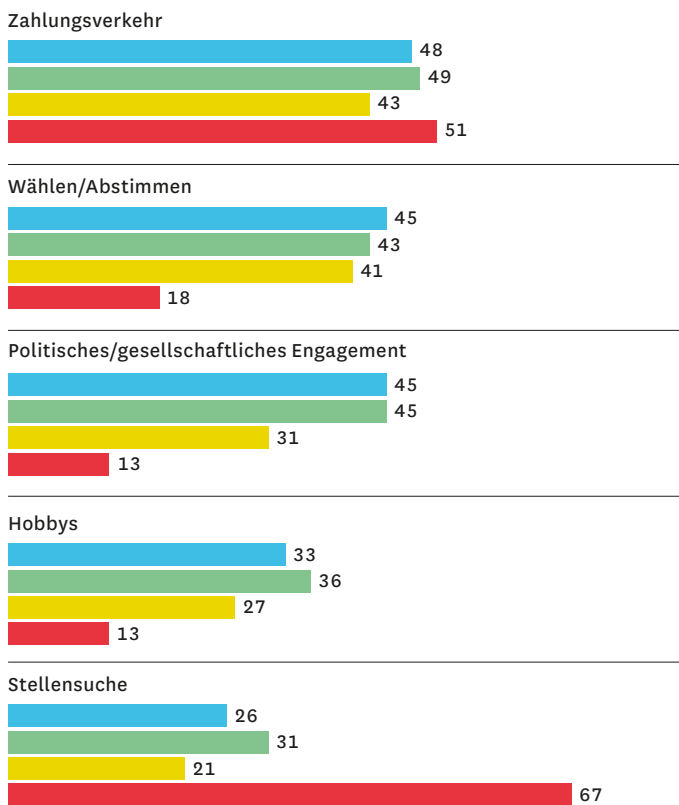
Zum Abschluss eine positive Meldung. Die Eltern mögen die Lebenswelt ihrer digital sozialisierten Kinder nicht immer verstehen, doch das bedeutet nicht, dass diese kein Verantwortungsbewusstsein hätten: Für über 78% (►Fakt 1.7) ist klar, dass sie sich selber schützen müssen im Internet. Und 69% wünschen sich, der Staat würde hier eine wichtigere Rolle einnehmen. □

● 1.4 / VIRTUELL VS. REAL

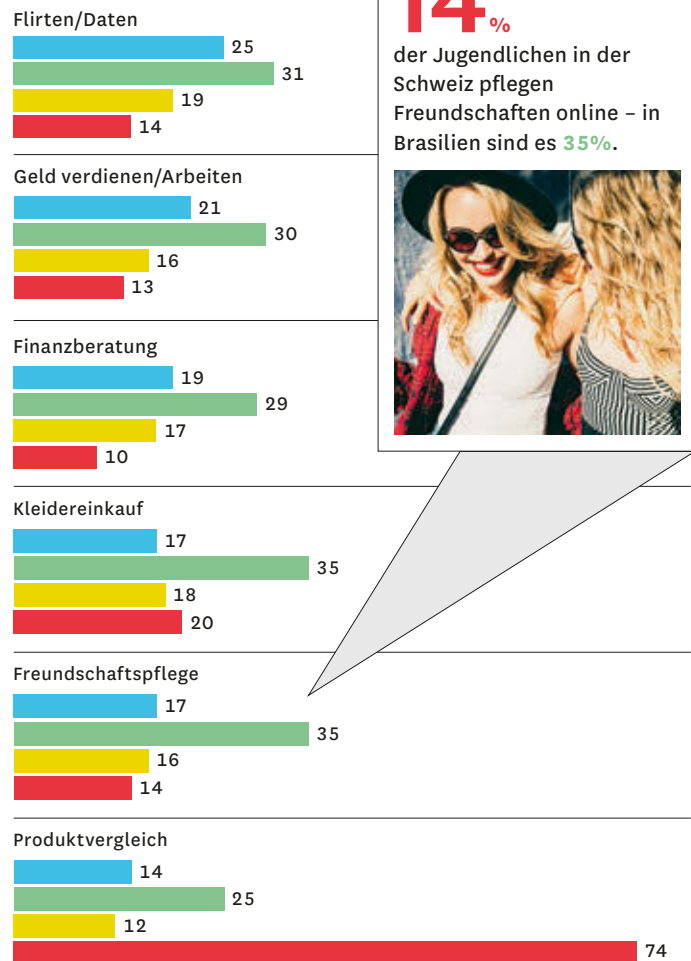
Bezahlen: online Freundschaft: offline

«Wie stark setzen Sie bei den folgenden Bereichen auf ein Online-Angebot und wo ziehen Sie Lösungen ohne Internet vor?»

in Prozent, voll online und eher online addiert



● US ● BR ● SG ● CH



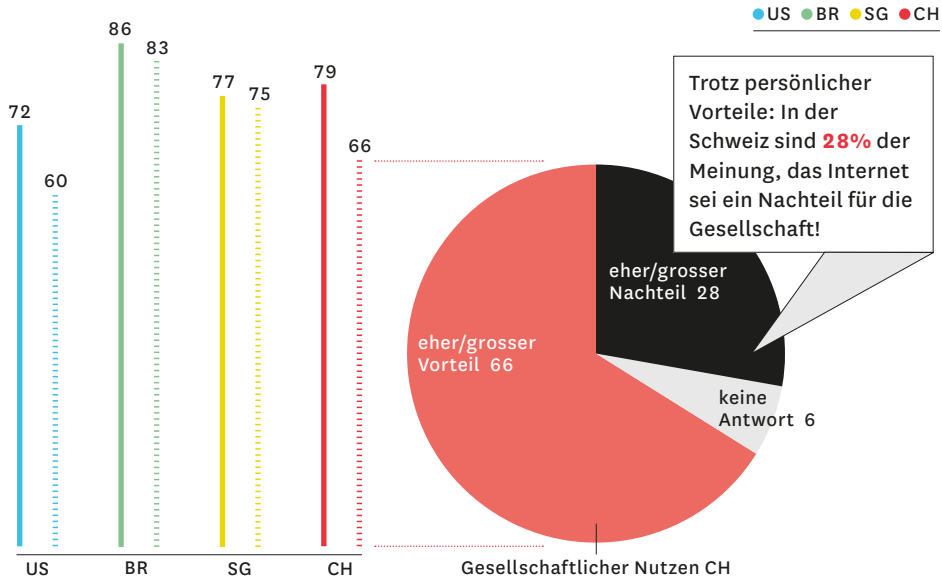
1.5 / NUTZEN DER DIGITALISIERUNG

Vernetzt sein ist gut, aber ...

«Unser Leben wird zunehmend digitalisiert. Elektronisch vernetzte Daten übernehmen bei allen Tätigkeiten eine wachsende Rolle. Ist das für Sie persönlich und für die Gesellschaft ein Vorteil?»

in Prozent, eher und grosser Vorteil addiert

— Persönlich
 Gesellschaft



Trotz persönlicher Vorteile: In der Schweiz sind **28%** der Meinung, das Internet sei ein Nachteil für die Gesellschaft!

1.6 / AUSSAGEN ÜBER FACEBOOK

Über die Hälfte der Befragten sind der Meinung, das soziale Netzwerk Facebook verändere die Welt. In Singapur sind sogar 73% dieser Meinung.



1.7 / SICHERHEIT IM INTERNET

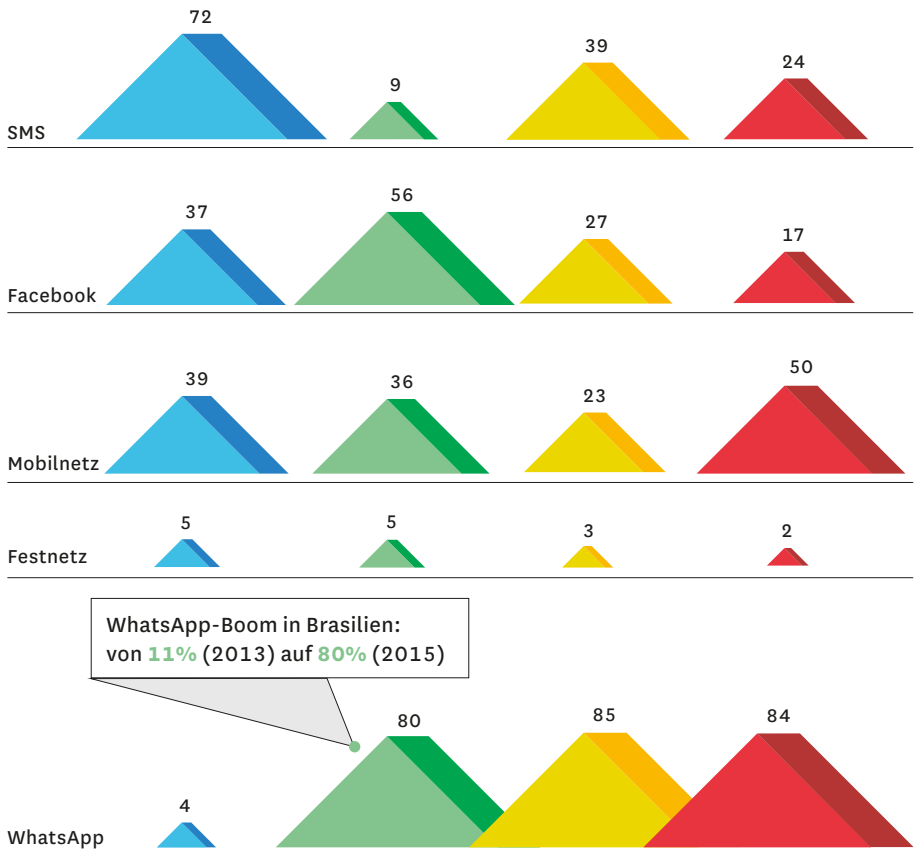
Über **78%** finden, sie seien primär selber für den Schutz im Internet verantwortlich, und über **69%** meinen, der Staat müsse hier eine wichtige Rolle übernehmen.

1.8 / KONTAKTMÖGLICHKEITEN MIT FREUNDEN

Die WhatsApp-Welt

«Welche Möglichkeiten nutzen Sie, um mit Ihren Freunden in Kontakt zu treten?»

in Prozent, Anteil wichtigstes und zweitwichtigstes Kontaktmedium addiert



WhatsApp-Boom in Brasilien: von **11%** (2013) auf **80%** (2015)

On- oder offline? — Diese Frage stellen sich nur noch Erwachsene, die Jugend ist weiter.

Von Sandra Cortesi und Urs Gasser

Die Vielflieger und Weltenbummler wird ein Hauptbefund des jüngsten Credit Suisse Jugendbarometers nicht erstaunen. Egal ob in der Subway in New York, im Maracanã-Fussballstadion in Rio de Janeiro, in den Shopping Malls von Singapur oder im Seebad in Zürich: Überall sehen wir Jugendliche, die scheinbar pausenlos ihre Handys nutzen und in hohem Masse digital vernetzt zu sein scheinen. Die im Jugendbarometer publizierten Daten bestätigen, dass die 16- bis 25-Jährigen in den USA, Brasilien, Singapur und der Schweiz «problemlos Zugang zum Internet haben», «in der Regel jeden Tag und zu jeder Zeit dank den inzwischen flächendeckend vorhandenen Smartphones».

Auch wenn im Jahr 2015 nur eine Minderheit der Weltbevölkerung Zugang zu Digitaltechnologien hat, scheint sich zumindest in den vier genannten Ländern eine globale Kultur von «Digital Natives» zu festigen. In unserer Forschungsarbeit an der Harvard-Universität kommen wir zu ähnlichen Schlüssen in Bezug auf die Bedeutung der digitalen Welt für die Jugendlichen und können diese mit Fokusgruppen weiter vertiefen.

Das Jugendbarometer zeigt beispielsweise, dass bei den 16- bis 25-Jährigen Youtube hoch im Kurs ist. Durch Gespräche mit Jugendlichen kann dieser Befund in ein neues Licht gerückt werden. Fragt man sie, weshalb Youtube so populär ist, erkennt man schnell, dass es – vielleicht entgegen den Erwartungen – nicht nur um den Genuss von Musikvideos geht, sondern dass Youtube auch als Informationsquelle im schulischen Kontext (z. B. Prozentrechnungen besser verstehen lernen) und in der Freizeit (z.B. Gaming-, Schönheits- und Kochanleitungen) wichtig ist.

Systematische Gespräche mit Jugendlichen verdeutlichen auch, wie die im Jugendbarometer zitierte hohe Selbstverantwortungsrates mit Blick auf den Umgang mit persönlichen Daten zu verstehen ist. Junge Nutzer haben ziemlich ausgefeilte Mechanismen entwickelt, um mit dem Privatsphärenproblem im digitalen Umfeld umzugehen: von Selbstzensur bis hin zu Techniken des Reputationsmanagements. Der grosse blinde Fleck bleibt aber das Risiko, das von der kommerziellen Nutzung der Daten ausgeht. Deren möglicher Missbrauch ist den Jugendlichen kaum bewusst.

Was man sich ebenfalls vergegenwärtigen sollte: Die veröffentlichten Daten, und vor allem deren Bewertungen, sind aus der Perspektive der Erwachsenen verfasst (wie natürlich auch dieser Kommentar!). Gut lässt sich das zum Beispiel erkennen, wo der Bericht deutlich zwischen «online» und «offline» unterscheidet. Eine solche Unterscheidung macht – wie unsere Fokusgruppen nahelegen – für Jugendliche nicht mehr denselben Sinn wie für uns Erwachsene: Nicht nur dank der Verbreitung von Smartphones und erschwinglicheren Datenplänen, sondern auch dank der Zunahme an öffentlichen WiFi-Hotspots und verbessertem WiFi-Zugang in Schulen können Jugendliche mehr oder weniger rund um die Uhr online sein, womit sich die Grenzen zwischen on- und offline zunehmend verwischen (die wohl im sich anbahnenden Zeitalter des Internets der Dinge auch für Erwachsene infrage gestellt werden).

Bei der näheren Auseinandersetzung wird schliesslich bewusst, dass für die Bewertung der Daten nicht nur die Frage der gewählten (Erwachsenen- oder Jugend-)Perspektive eine Rolle spielt. Zur angemessenen Einordnung der Daten – zur Sinnzuschreibung – braucht es auch ein solides Verständnis der gesellschaftlichen, ökonomischen und gar rechtlichen Rahmenbedingungen. Dies vor allem dann, wenn man verschiedene Länder miteinander vergleichen möchte.

Das Jugendbarometer liefert viel Material zum Nachdenken («food for thought») und zur weiterführenden Auseinandersetzung. Vor allem aber kann der Bericht als Einladung verstanden werden, mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen, um ihren Umgang mit der digitalen Welt besser zu verstehen und gemeinsam über die Gestaltung einer global vernetzten Zukunft nachzudenken. □

Der grosse blinde Fleck ist das Risiko, das von der kommerziellen Nutzung der Daten im Netz ausgeht. Ein möglicher Missbrauch ist den Jugendlichen kaum bewusst.

Sandra Cortesi ist Fellow am Berkman Center von Harvard und dort Direktorin des Bereichs «Youth and Media». Die Schweizerin, die an der Universität Basel Psychologie studiert hat, leitet ausserdem die Zusammenarbeit zwischen dem Berkman Center und der UNICEF.
 @SandraCortesi



Urs Gasser leitet das Berkman Center for Internet & Society von Harvard und unterrichtet an der Keiō-Universität in Japan. Zuvor lehrte der Jurist an der HSG und der Fudan University School of Management in China. Gasser hat verschiedene Bücher verfasst und ist Mitautor des Bestsellers «Born Digital».
 @ugasser



2 Trends und Medien

Zum optimistischen Abschluss des letzten Kapitels passen diese Fakten aus der Welt der Mediennutzung: Zwischen einem Drittel und der Hälfte wollen mehrmals pro Tag wissen, was in der Welt passiert (●Abb. 2.1). Vor allem in den USA (+14 Prozentpunkte) und in der Schweiz (+12 pp) haben diese Werte in den letzten fünf Jahren stark zugenommen. Die Topthemen, für die sie sich interessieren (●Fakt 2.2), sind überraschend breit: Musik und Wetter liegen vorne, es folgt «Regionales» vor «Kultur» und «neuen Produkten».

Zur Jugend gehört eine starke Meinung darüber, was gerade *in* ist und was *out*. Die Erhebung solcher Trends (●Abb. 2.3, nächste Seite) – ein Markenzeichen des Credit Suisse Jugendbarometers – zeigt dieses Jahr klar: Digital beschäftigt die Jugendlichen am meisten. Von den 20 genannten *in*-Dingen in den vier Ländern haben 17 mit der digitalen Welt zu tun. Zwei der drei analogen Ausnahmen kommen übrigens aus der Schweiz:

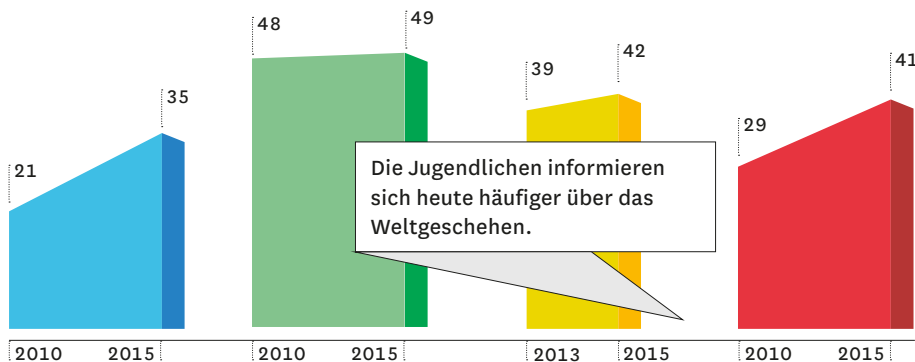
● 2.1 / TAGESGESCHEHEN

US BR SG CH

Mehrmals täglich schauen, was passiert

«Wie oft informieren Sie sich über Medien über das Tagesgeschehen?»

Antwort «mehrmals täglich», in Prozent



Freunde treffen und Ferien im Ausland. Sehr oft genannt werden das Smartphone und Youtube (in allen vier Ländern) sowie WhatsApp (in drei Ländern).

Müsste man ein Symbol für diese Jugend wählen, es wäre das Smartphone. Die mobile Kommandozentrale liegt auf den Rängen 1 (Singapur), 1 (Schweiz), 2 (USA) und 4 (Brasilien). Exemplarisch dafür steht sein Popularitäts-Aufstieg in der Schweiz (●Abb. 2.4, nächste Seite): 2010 fand erst knapp die Hälfte (47%) das Smartphone *in*, heute sind es 95%.

Das Jugendbarometer sagte den Leserschwund von Bezahlzeiten schon früh voraus; nun zeigt sich, dass dem Fernsehen ein ähnliches Schicksal droht: Sogar im TV-Land USA ist Fernsehen erstmals aus den Top 3 gefallen (●Abb. 2.3, nächste Seite) und in der Schweiz hat die Popularität innert fünf Jahren von 80% auf 62% nachgelassen (●Abb. 2.4, nächste Seite). Parallel dazu verläuft der Aufstieg der Videoplattform Youtube. Interessanterweise ist das Radio konstant beliebt, zumindest in der Schweiz (●Fakt 2.5, nächste Seite). Kein Wunder, hat Apple beim eben lancierten digitalen Musikdienst eine herkömmliche Radiostation integriert.

● 2.2 / NACHRICHTEN

US, BR, SG und CH

Die wichtigsten Themen

«Was interessiert Sie am Tagesgeschehen?»

1 Musik



2 Wetter

3 Regionales

4 Kultur

5 neue Produkte

6 Computer

7 Politik

8 Partys

9 Sport

10 Wirtschaft

11 VIPs

Auch digitale Tools können schnell aus der Gunst der Jungen fallen – die Generation zeigt sich wenig loyal gegenüber Produkten und Dienstleistungen: Die E-Mail taucht nur noch in einem Land in den Top 3 auf (letztes Jahr in drei Ländern). Die Beliebtheit der elektronischen Post ist in der Schweiz von 88% auf 71% gesunken (●Abb. 2.4). Als richtiggehend *out* gelten in allen vier Ländern veraltete Internetplattformen wie Orkut, das mittlerweile abgeschaltet wurde, und Myspace (●Abb. 2.3). Auch unbeliebt sind Drogen und Rauchen sowie politische Parteien und Religion.

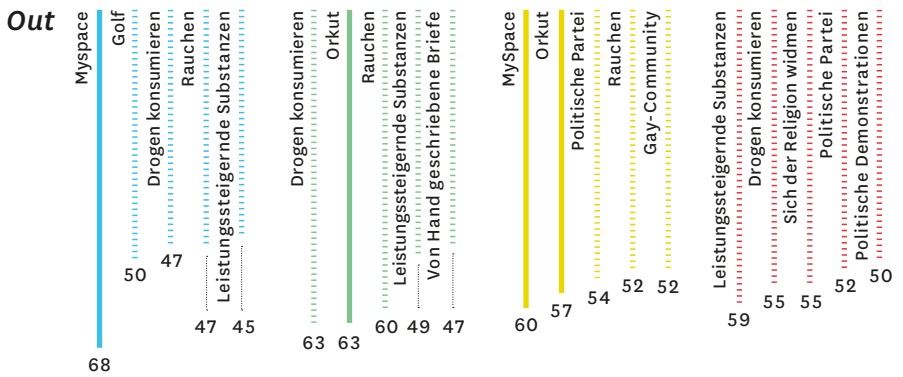
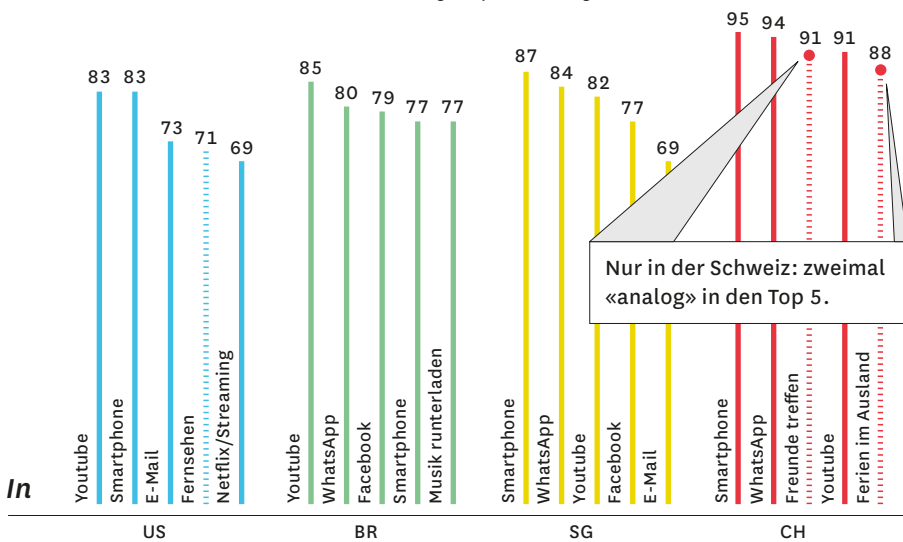
Zu Facebook: Die soziale Plattform wird als Leitmedium dieser Generation glorifiziert – oder ihr Untergang wird prophezeit. Was stimmt? Keines von beidem: Wie erwähnt finden mehr als 50%, Facebook verändere die Welt. Doch bei *in* (●Abb. 2.3) findet es wenig Erwähnung und es hat auch in der Schweiz stark an Beliebtheit eingebüsst (●Abb. 2.4). Das Netzwerk hat eine andere, weniger hippe Funktion übernommen: 27% der Befragten aus Singapur, 22% aus den USA, 17% aus Brasilien und 5% aus der Schweiz geben an, Facebook sei ihre wichtigste Informationsquelle. Somit ist Facebook für diese Generation ein wichtigeres Nachrichtenmedium als News Apps, Radio, TV oder Zeitungen. Für die ursprüngliche Funktion von Facebook, die Kommunikation, bevorzugen die Befragten unterdessen den privateren Kurznachrichtendienst WhatsApp (s. Kapitel 1). □

● 2.3 / TRENDS INTERNATIONAL

US BR SG CH

Klickbares ist *in*, Rauchen, Drogen und Parteien sind *out*

«Wir haben hier eine Liste von ganz unterschiedlichen Dingen. Beurteilen Sie, ob diese in Ihrem privaten Umfeld *in* sind oder *out*, und gleichzeitig, ob Sie diese nutzen.» in Prozent — Digital / Analog

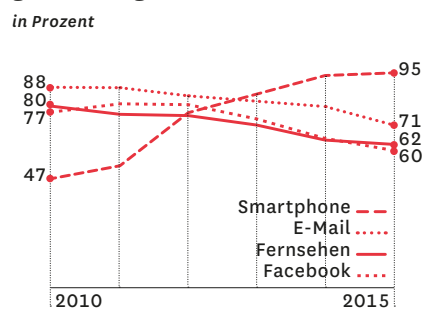


● 2.4 / TRENDS KOMMUNIKATION

CH

Der Niedergang von E-Mail und TV

«Beurteilen Sie, ob diese Dinge in Ihrem privaten Umfeld *in* sind, und gleichzeitig, ob Sie diese nutzen.» in Prozent



► 2.5 / PHÄNOMEN RADIO

Trotz starker Konkurrenz informieren sich **53%** der Schweizerinnen und Schweizer übers Radio. Tendenz leicht zunehmend.





«Schon in meiner Jugend war die Zuwanderung ein grosses Thema»

Wirtschaftsminister Johann N. Schneider-Ammann über die Forderungen der Schweizer Jugend, ihre Haltung zu Ausländern und zur Frage, warum er nicht in die Fusstapfen seines Vaters getreten ist.

Von Schirin Razavi

Herr Bundesrat, was zeichnet die Schweizer Jugend aus?

Die grosse Mehrheit der Schweizer Jugendlichen ist neugierig, interessiert und bereit, sich zu engagieren und Verantwortung zu übernehmen. Das unterscheidet sich nicht grundsätzlich zu früheren Jahren. Aber heute sind die jungen Leute mit den sozialen Medien und den raschen Entwicklungen in diesem Bereich zusätzlich gefordert. Sie müssen sich mehr abgrenzen und Prioritäten setzen.

Welches sind die schwierigsten Aufgaben für die Generation der heute 16- bis 25-Jährigen?

Ich glaube nicht, dass man darauf eine allgemeingültige Antwort geben kann. Aber zweifellos werden uns die alternde Gesellschaft, die Ressourcenknappheit, Klimaveränderungen, aber auch Sicherheitsfragen vor grosse Herausforderungen stellen.

In der Jugend werden die Weichen für die Zukunft gestellt, zum Beispiel mit der Wahl der Ausbildung oder des Berufs. Welche Entscheidungen haben Sie persönlich in diesem Alter besonders geprägt?

Ich besuchte das Gymnasium und mein Vater, der selbst Tierarzt war, hätte mich gerne zu seinem Nachfolger gemacht. Ich stellte dann aber rasch fest, dass das nicht meine Zukunft war, und wechselte zur Elektrotechnik an die ETH Zürich. Heute ist das Bildungssystem sehr gut ausgebaut und insbesondere auch viel durchlässiger. Junge Leute können relativ einfach eine Richtungsänderung vornehmen, ohne dadurch viel Zeit zu verlieren. Eine Berufsbildung ist ebenso wenig eine Einbahnstrasse wie eine gymnasiale Ausbildung. Aber das wachsende Angebot macht die Wahl nicht unbedingt einfacher.

Bundesrat **Johann N. Schneider-Ammann** (FDP) steht dem Eidg. Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung (WBF) vor. Zuvor war er Präsident der Ammann Gruppe, Verwaltungsrat der Swatch Group und Präsident des Verbands der schweizerischen Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie (Swissmem). Er studierte an der ETH Zürich und erwarb einen MBA am Insead. Schneider-Ammann, 63, ist verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder.

🐦 @_BR_JSA

Die Ergebnisse des Jugendbarometers zeigen zum wiederholten Mal, dass die kommende Generation ein distanzierteres Verhältnis zur Politik hat. Weder politische Parteien noch Jugendorganisationen oder Demonstrationen liegen im Trend. Wie erklären Sie sich das?

Wenn ich zurückschaue, dann gab es früher vor allem Pfadfinder, Sportverbände und später dann Studentenverbindungen. Mir scheint, dass das heutige Angebot an Freizeitbeschäftigungen viel grösser ist und die Leute auch weniger ortsgebunden sind. Politische Parteien wurden auch in der Vergangenheit nicht von jungen Leuten überrannt. Aber heute ist es angesichts des grossen Freizeitangebots tatsächlich noch schwieriger, diese Altersgruppe für ein politisches Engagement zu motivieren.

Den hiesigen Jugendlichen ist es sehr wichtig, Freizeit und Beruf vereinbaren zu können. Karriere zu machen oder mehr Wohlstand als die Eltern zu erreichen, ist ihnen hingegen weniger wichtig. Wird diese Einstellung die Zukunft der Schweizer Wirtschaft prägen?

Das Freizeitangebot ist wie gesagt viel grösser geworden. Es dient der Erholung, dem Ausgleich zur Arbeitswelt. Der Anspruch, ein ausgewogeneres Verhältnis zwischen beruflicher Aktivität und Freizeitbeschäftigung herzustellen, ist heute offensichtlich. Trotzdem: Ich sehe auch viele junge Menschen mit Ehrgeiz und dem Willen, Karriere zu machen. Gerade kürzlich waren sehr interessierte Studentinnen und Studenten bei mir im Büro. Wie es um die Wirtschaft von morgen bestellt ist – das ist noch von anderen Faktoren abhängig als bloss dem Arbeitswillen der jungen Leute.

Im CS-Sorgenbarometer ist die AHV ein Dauerbrenner, und auch im Jugendbarometer zählen die jungen Schweizer und Schweizerinnen die Altersvorsorge zu den drei grössten Problemen, mit zunehmender Dringlichkeit. Wie können wir die Altersvorsorge sichern?

Die vom Bundesrat verabschiedete Vorlage «Altersvorsorge 2020» befindet sich momentan in der parlamentarischen Beratung. Ziel der Reform ist es, das Niveau der Leistungen der ersten (AHV) und der obligatorischen zweiten Säule (Pensionskasse) zu sichern, diese Leistungen an die veränderten gesellschaftlichen Bedürfnisse anzupassen und ausreichend zu finanzieren. Das Problem ist schon lange erkannt, und es sieht jetzt doch so aus, dass wir einer Lösung näher kommen. Die Vorschläge umfassen einen ganzen Strauss von Massnahmen, die alle zusammen für ein ausgewogenes Resultat sorgen sollen.

Nebst der Altersvorsorge nehmen die Jungen vor allem Ausländer- und Asylfragen als immer wichtigeres Problem wahr. Das Verhältnis zu Ausländern wird als angespannt empfunden. Gleichzeitig erachten viele Jugendliche auch Rassismus und Fremdenfeindlichkeit als problematisch. Was kann getan werden, um diese Spannungen abzubauen?

Diese Probleme beschäftigen nicht nur die jungen Leute, sondern die ganze Gesellschaft, wie die Abstimmung über die Masseneinwanderungsinitiative vom Februar 2014 gezeigt hat. Ich möchte aber doch daran erinnern, dass schon in meiner Jugendzeit die Zuwanderung eines der grossen Themen war, die am Stammtisch, am Arbeitsplatz und auch in den Schulen diskutiert wurden. Bisher ist es der Schweiz immer gelungen, die Flüchtlinge und Zuwanderer relativ gut in die Gesellschaft zu integrieren, auch wenn das Boot schon wiederholt als «voll» bezeichnet wurde. Ich hoffe, dass es uns auch in Zukunft gelingen wird, diese Offenheit zu bewahren und trotzdem klare Grenzen gegen Missbräuche zu ziehen.

Eine der grössten unmittelbaren Herausforderungen für die Schweiz liegt in der Europapolitik, wobei die Mehrheit der Jungen sich für die Fortsetzung der bilateralen Verträge ausspricht. Mit der allfälligen Kündigung des Freizügigkeitsabkommens in der Folge der Abstimmung vom 9. Februar 2014 stellt sich die Frage, wie es weitergehen soll.

In unserem Land gibt es verschiedene Kreise, die meinen, wir seien alleine stark genug. Diese Kreise werden deshalb nicht müde, die Bedeutung der bilateralen Verträge mit der EU kleinzureden. Dazu sage ich ganz klar: Das ist verantwortungslos. Wir brauchen einen möglichst ungehinderten Zugang zum europäischen Markt, wenn wir wollen, dass unsere Unternehmen weiterhin im eigenen Land produzieren und Arbeitsplätze anbieten. Denn jeden zweiten Franken verdienen wir im Ausland, und zwei Drittel unserer

«Verschiedene Kreise meinen, wir seien alleine stark genug. Diese Kreise werden nicht müde, die Bedeutung der bilateralen Verträge mit der EU kleinzureden. Dazu sage ich ganz klar: Das ist verantwortungslos.»

Exporte setzen wir in die EU ab. Deshalb plädiere ich für eine differenzierte Offenheit. Das heisst: eigenständige Regelung der Zuwanderung bei gleichzeitigem Erhalt der Bilateralen.

«Internet-kriminalität macht den Behörden zu schaffen. Es handelt sich um ein Verbrechen mit völlig neuen Dimensionen.»

Gefragt nach ihren Forderungen an die Politik im Zusammenhang mit dem Internet, wünschen sich 77% Schutz vor kriminellen Übergriffen auf digitale Daten. Macht die Regierung hier zu wenig?

Internetkriminalität macht den Behörden tatsächlich zu schaffen. Immerhin handelt es sich hier um ein Verbrechen mit völlig neuen Dimensionen. Die Täter sind oft im Ausland aktiv, während unsere Strafverfolgung kantonal und national organisiert ist. Die Täter sind auch sehr schnell und verstehen es, ihre Identität zu verbergen. Momentan ist in der Schweiz noch nicht gesetzlich geregelt, wer für die Verfolgung von Cyberkriminalität zuständig ist: die Kantone oder der Bund.

Die Schweizer Jugend ist nicht gleich stark digitalisiert wie ihre Alterskollegen aus den USA, Brasilien und Singapur – insbesondere den persönlichen Austausch gestaltet sie lieber offline. Hinken die jungen Schweizer dieser Entwicklung hinterher oder differenzieren sie einfach stärker zwischen analog und digital?

Ich kann, wie Sie, höchstens Vermutungen anstellen. Ich gehöre eindeutig zu einer anderen Generation, die zwar die digitalen Möglichkeiten nutzt, aber sicher nicht so intensiv wie die jungen Leute.

Interessant: In den USA ist Arbeitslosigkeit das drängendste Problem der Jugend (50%), bei uns figuriert sie an 9. Stelle (22%). Wo sehen Sie die Gründe dafür?

Bei den Zahlen. Bei uns ist die Jugendarbeitslosigkeit viel tiefer als in den USA. Im Juni 2015 verzeichneten wir bei der Altersgruppe zwischen 15 und 24 Jahren eine Arbeitslosenquote von 2,8%. In Amerika liegt sie bei über 10%. Ich bin sehr froh über unsere tiefe Quote. Junge Menschen sind unsere Zukunft. Sie brauchen eine Perspektive. Ich setze alles daran, dass jeder und jede in der Schweiz eine Ausbildung, einen Arbeitsplatz und damit eine Zukunft hat.

«Die heutigen Jugendlichen sind in einem digitalen Umfeld gross geworden und nehmen die Welt anders wahr. Alles ist <kleiner> und die Wege sind viel kürzer.»

Wenn Sie an Ihre eigene Jugend zurückdenken, wo sehen Sie die grössten Unterschiede zur heutigen Generation?

Die markanteste Veränderung ist sicher die Schnelllebigkeit. Das digitale Zeitalter hat sehr viele Bereiche des Alltags verändert. Denken Sie nur daran, dass es in meiner Kindheit noch nicht einmal in jedem Haushalt ein Telefon gab, geschweige denn einen Fernseher. Und geschrieben haben wir noch mit der Schreibmaschine. Die heutigen Jugendlichen sind bereits in einem digitalen Umfeld gross geworden und nehmen die Welt ganz anders wahr. Alles ist «kleiner» geworden und die Wege sind viel kürzer. Ich möchte das alles aber gar nicht werten. Die Welt verändert sich einfach. Wir müssen nach vorne schauen.

Im Rückblick, wie waren Sie als Jugendlicher?

Ich war zweifellos ein typischer Vertreter der damaligen Zeit, der sich in seinem Umfeld gut zurecht fand und eingebettet war: ein ganz normaler Jugendlicher. □

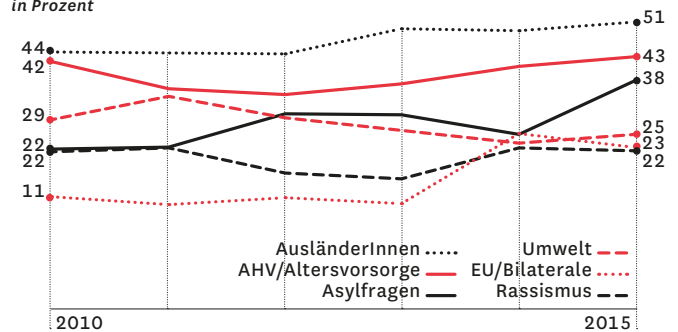
DIE GRÖSSTEN PROBLEME

● CH

Ausländerthemen dominieren

«Wählen Sie dann aus dieser Liste jene fünf Punkte aus, die Sie persönlich als die fünf wichtigsten Probleme der Schweiz ansehen.»

in Prozent



3 Beruf, Finanzen und Karriere

Hat man einen 16- bis 25-jährigen Sohn oder eine Tochter, beschäftigt einen vielleicht weniger, ob der Nachwuchs SMS oder WhatsApp benutzt (Kapitel 1) oder wie sich die Jugend über das Tagesgeschehen informiert (Kapitel 2) – man hätte lieber gewusst: Wird etwas Rechtes aus den (nicht mehr ganz so) Kleinen?

► 3.1

«Was ist Ihnen wichtig bei einem Arbeitgeber?» Auf diese Frage antworten über 91%: «Ein guter Chef.»

Sehr erwachsen antworten diese auf die Frage «Was ist Ihnen wichtig bei einem Arbeitgeber?». Über 91% sagen: «Ein guter Chef» (► **Fakt 3.1**). Fragt man weiter, welche Branchen am meisten interessieren (● **Abb. 3.6**), liegen im Durchschnitt aller Länder etwas überraschend die Medien vorne, obwohl TV und Zeitungen keine grosse Beachtung mehr finden (s. Kapitel 2). Möglicherweise werden heutzutage auch «soziale Medien» hier dazugezählt und die Jugendlichen würden gerne Youtube-Stars werden. Auf den weiteren Plätzen folgen Tourismus, das Bildungswesen, Telekommunikation, Gesundheitswesen und dann, auf Rang 6, die Banken. Am Ende der Liste finden sich Versicherungen (Rang 14) und das Baugewerbe (Rang 15).

Bedenklich: Eine grosse Anzahl der Befragten in allen Ländern hat die Erfahrung gemacht, dass weibliche Arbeitskräfte benachteiligt werden (► **Fakt 3.2**). Und nirgendwo ist die Zustimmung zu dieser Aussage so hoch wie in der Schweiz (57%).

In das realistische Weltbild dieser Generation passt, dass sie weniger Schulden angehäuft hat, als in den Medien regelmässig verkündet wird (● **Abb. 3.5**): In den USA und Brasilien haben 20% bis 30% ausstehende finanzielle Verpflichtungen, ein beachtlicher Teil davon sind Schulden bei den Eltern oder Verwandten. In Singapur und vor allem in der Schweiz ist die Anzahl derer, die Schulden haben, weitaus tiefer (etwa 12% respektive 3%) – und die Niveaus sind seit Jahren konstant tief.

Interessant ist, was die Schweizer Jugendlichen mit geschenkten 10 000 Franken tun würden (● **Abb. 3.4**). Hier zeigen sich die wirtschaftlich angespannten Jahre der jüngeren Vergangenheit. Es würde viel mehr «für schwierige Zeiten gespart» als noch 2011 und entsprechend würde weniger Geld für Ferien ausgegeben. Zwischen den Geschlechtern gibt es grosse Unterschiede: Die Männer würden in der Schweiz knapp 400 Franken we-

► 3.2

57%

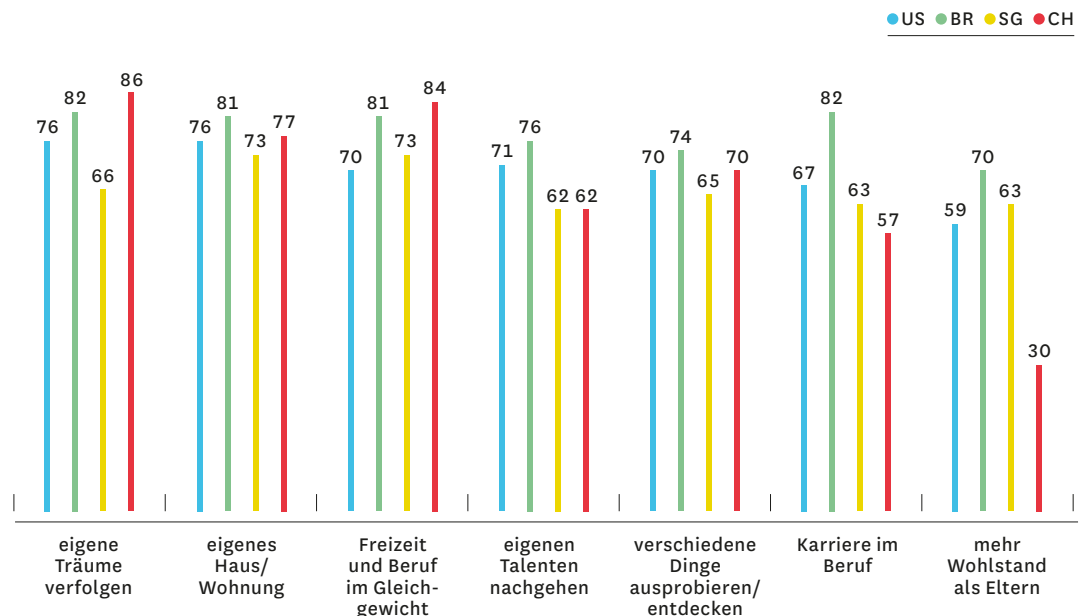
der Befragten in der Schweiz meinen, Frauen werden im Beruf benachteiligt. USA und Brasilien: 50%; Singapur: 45%.

● 3.3 / ZIELE IM LEBEN

Wir wollen alles!

«Wenn Sie an Ziele in Ihrem Leben denken: Was streben Sie an?»

Antworten «strebe unbedingt an» und «strebe tendenziell an» addiert, in Prozent



niger für Ferien ausgeben und knapp 300 Franken mehr sparen als die befragten Frauen, welche anscheinend die wirtschaftliche Lage entspannter einschätzen.

Welche Lebensziele verfolgt diese Generation? Auch hier kommt eine lebensnahe Haltung zum Ausdruck (●Abb. 3.3): Man will die eigenen Träume verfolgen, aber auch ein Eigenheim erwerben. Die Work-Life-Balance soll stimmen, man will den eigenen Talenten nachgehen und viele verschiedene Dinge ausprobieren. Dann folgt das, was Vater und Mutter vielleicht eher hören möchten: Karriere machen und mehr Wohlstand als die Eltern erreichen. Bezeichnenderweise werden diese zwei letzten Punkte vor allem in dem Land genannt, welches das tiefste Pro-Kopf-Einkommen aufweist: in Brasilien. □

● 3.4 / GELD

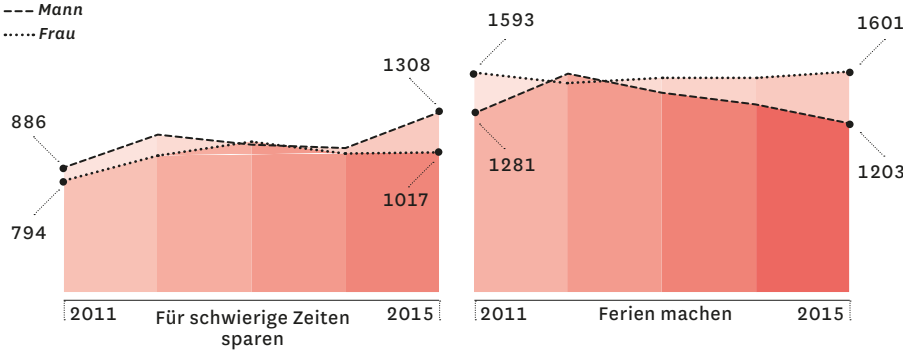
● CH

Männer sparen, Frauen gehen in die Ferien

«Angenommen, Sie erhalten 10 000 Franken geschenkt, wie würden Sie das Geld verteilen?»

in Mittelwerten, in CHF

--- Mann
..... Frau



● 3.6 / ANSTELLUNGSWUNSCH

US, BR, SG und CH

Wenn ich gross bin ...

«In welchem Bereich wären Sie gerne angestellt?»

- 1 Medien
- 2 Tourismus
- 3 Bildung
- 4 Telekommunikation
- 5 Gesundheit
- 6 Banken
- 7 Luxusgüter
- 8 Showbusiness
- 9 Nahrungsmittel
- 10 Handel
- 11 Mode
- 12 Pharmabranche
- 13 Uhren
- 14 Versicherungen
- 15 Baugewerbe

● 3.5 / SCHULDEN

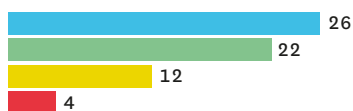
● US ● BR ● SG ● CH

Schweizer sind fast schuldenfrei

«Haben Sie persönlich folgende finanzielle Verpflichtungen?»

in Prozent

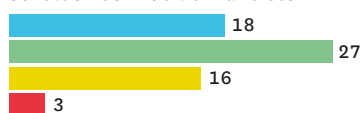
Privatschulden



Schulden bei Kreditkartenfirmen



Schulden bei Mobilfunkanbietern



29%

Mehr als ein Viertel der Befragten aus Brasilien sind im Rückstand mit der Bezahlung der Kreditkarten-Rechnung. In den anderen Ländern ist das ein kleineres Problem.



4 Politik, Werte und Gesellschaft

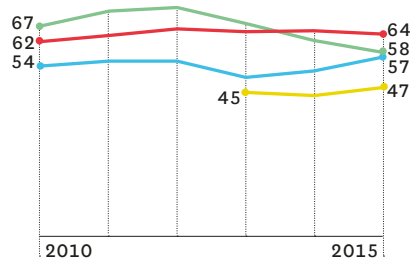
4.1 / OPTIMISMUS

● US ● BR ● SG ● CH

Es kommt gut!

«Wie sieht Ihrer Meinung nach Ihre eigene Zukunft aus?»

Antwort «eher zuversichtlich», in Prozent



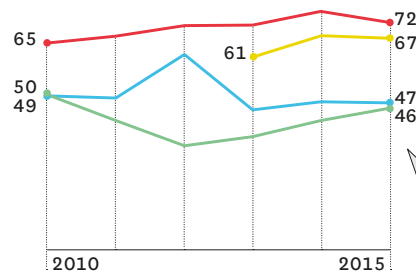
4.2 / ZUSAMMENLEBEN

● US ● BR ● SG ● CH

Konflikt der Generationen

«Auf absehbare Zeit wird es immer mehr ältere Menschen im Pensionsalter und immer weniger junge Menschen geben. Halten Sie das für ein Problem?»

Antworten «grosses» und «sehr grosses Problem» addiert, in Prozent



In der Schweiz und in Singapur finden immer mehr Jugendliche, die demografische Lage sei ein Problem.

Die befragten Jugendlichen – sie sind geboren zwischen 1990 und 1999 – blicken optimistisch nach vorne (●Abb. 4.1). In der Schweiz hat die Zuversicht seit 2010 Jahr für Jahr zugenommen, heute sind 64% der Meinung, es komme gut für sie. So hohe Werte erreicht kein anderes Land. Traditionell waren auch die Brasilianerinnen und Brasilianer jeweils sehr hoffnungsvoll, doch die letzten, schwierigen Jahre und die düsteren wirtschaftlichen Prognosen liessen die Gruppe der Optimisten auf 58% schrumpfen (–15 Prozentpunkte seit 2012). In den USA und in Singapur beurteilen die 16- bis 25-Jährigen die eigene Zukunft dagegen zuversichtlicher als in den letzten zwei Jahren. Die pessimistischere Haltung in Brasilien hängt eng mit den Problemen des Landes zusammen (●Abb. 4.4): Drei von vier Jugendlichen finden, es gebe zu viel Korruption. Kein anderes Problem in keinem anderen Land wird derart einstimmig diagnostiziert. Auch die Arbeitslosigkeit bereitet in Brasilien wieder mehr Sorgen – verständlich, hat doch die Arbeitslosenquote bis 2014 kontinuierlich abgenommen und ist jetzt wieder angestiegen.

Arbeitslosigkeit ist auch in Singapur und in den USA ein grosses Thema, wenn es auch etwas an Dringlichkeit verloren hat. In den USA hat wohl der jüngste Aufschwung zur Entspannung beigetragen, in Singapur hat sich zwar das Wachstum verlangsamt, aber die Arbeitslosenquote ist zwischen 2009 und 2014 gesunken.

In der Schweiz ist die Arbeitslosigkeit kein Thema. Hier und in Singapur zeichnet sich aber mit dem demografischen Wandel ein Generationenkonflikt ab. In Singapur wird die Alterung der Bevölkerung, respektive die niedrige Geburtenrate, sogar als Hauptproblem angesehen, in der Schweiz rangiert die Altersvorsorge auf Platz 2. Fragt man direkt, ob der immer grössere Anteil an älteren Menschen ein Problem darstelle, antworten in der Schweiz und in Singapur immer mehr Jugendliche mit «Ja» (●Abb. 4.2). Die Resultate korrelieren nicht mit dem Medianalter der Bevölkerung: Die Schweiz ist zwar das älteste Land (50% der Bevölkerung sind über 42 Jahre alt), an zweiter Stelle kommen aber die

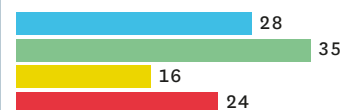
4.3 / POLITIK

● US ● BR ● SG ● CH

Jugendbewegung

Politisches Engagement der Befragten.

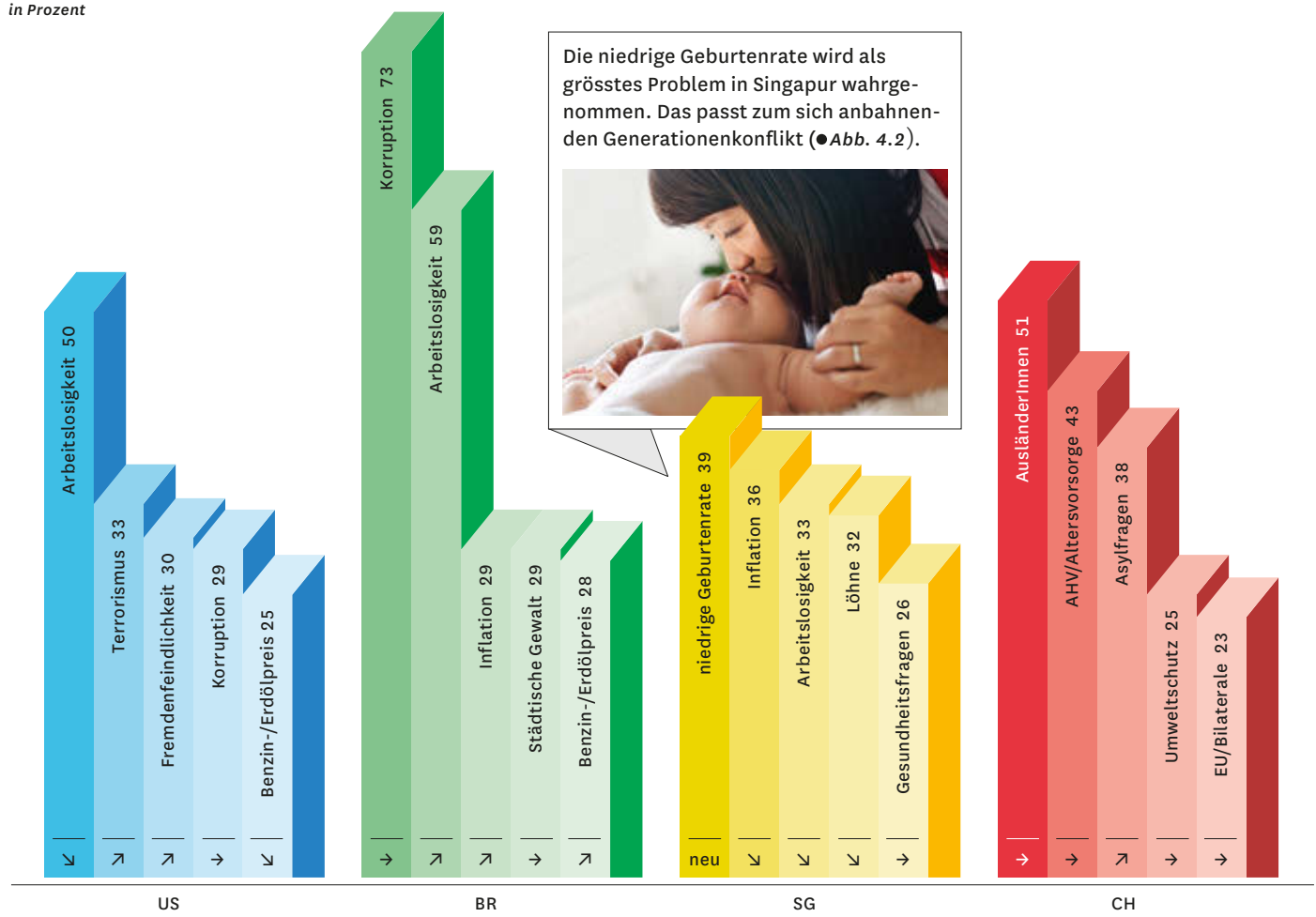
Antworten «eher» und «sehr stark engagiert» addiert Index aus verschiedenen Fragen, in Prozent



Brasilianische Jugend ist beunruhigt

«Auf dieser Liste sehen Sie einige Themen, über die in der letzten Zeit viel diskutiert und geschrieben worden ist: Sehen Sie sich bitte die gesamte Liste an, und wählen Sie dann aus dieser Liste jene fünf Punkte aus, die Sie persönlich als die fünf wichtigsten Probleme Ihres Landes ansehen.»

in Prozent



USA (38 Jahre) und erst dann Singapur (34 Jahre). Brasilien ist am jüngsten (31 Jahre). Eine mögliche Erklärung könnte die Grösse des Landes sein: In den zwei Kleinstaaten, wo man dicht aufeinander wohnt, nimmt man die Bevölkerungsdurchmischung stärker wahr.

Zu dieser These passt, dass in der Schweiz die Sorgen rund um Ausländer generell und um Flüchtlinge im Besonderen in den letzten fünf Jahren stetig zugenommen haben (siehe zu den Herausforderungen und Problemen der Schweizer Jugendlichen das Interview mit Bundesrat Johann N. Schneider-Ammann ab Seite 65) und Singapur das bisher einzige Land ist, wo die steigende Zahl an Ausländern und Ausländerinnen von einer Mehrheit als sehr oder eher grosses Problem betrachtet wird.

Motivieren die identifizierten Probleme nun, in die Politik zu gehen und das eigene Land verändern zu wollen? Politische Parteien gelten zwar als *out* (s. Kapitel 2), doch eine generelle Politikverdrossenheit ist nicht spürbar. Speziell dort, wo es nicht gut läuft, möchten sich die Jugendlichen durchaus aktiv beteiligen (●Abb. 4.3): In Brasilien bezeichnen sich 35% als politisch engagiert, 4% mehr als im Jahr zuvor.

Fazit: Faule, verwöhnte, ständig abgelenkte Jugend? Mitnichten! Die 16- bis 25-Jährigen geben ein reflektiertes, realitätsnahes Bild ab. Sie mögen etwas oft auf ihren Geräten herumfummeln, aber genau das war schon immer das Privileg der Jugend: etwas zu haben, von dem die Eltern keine Ahnung haben. □

Die Jugend verändert sich: Als *out* gelten heute Rauchen und Drogen.



Sogar im TV-Land USA ist Fernsehen erstmals aus den Top 3 der Dinge, die *in* sind, gefallen.



Welches Thema interessiert am meisten?
Die Befragten sind sich einig: Musik.



60% der Befragten in der Schweiz fühlen sich einem Verein zugehörig, 2011 waren es erst **52%**.



Schweizer Frauen möchten **400 Franken** mehr für Ferien ausgeben als Schweizer Männer.

