

Bedürfnisse und Wertorientierungen von Jugendlichen

Jede junge Generation wird mit den Attributen ihrer Zeit belegt. Die Bedürfnisse von Jugendlichen verändern sich rasant. Heute sind es „Digital Natives“, die durch Google, Facebook, Twitter usw. sozialisiert sind und miteinander per Email, SMS und Internetforen kommunizieren.

Bedürfnisse von Jugendlichen

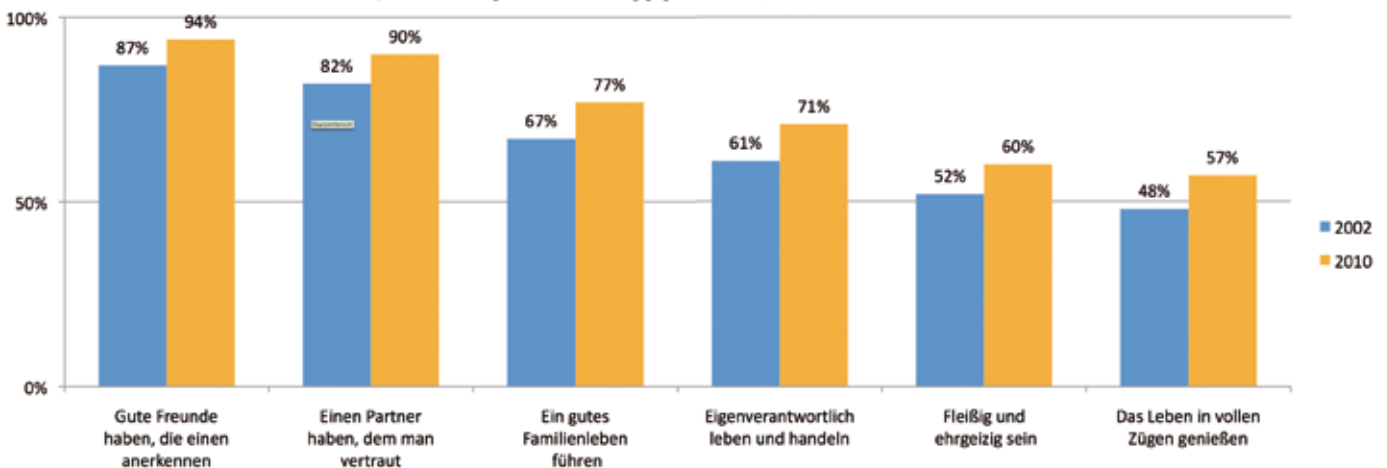
	Früher	Neu hinzugekommen
Erlebnisorientierung	Etwas unternehmen, mit Freunden treffen, TV	Internet, jederzeit kommunizieren per Handy, IM*, E-Mail
Wunsch nach Zugehörigkeit	Freundesclique, Sportverein, Familie	Communities, IM*, virtuell nie von Freunden getrennt sein
Entwicklung einer eigenen Identität	Auseinandersetzung mit anderen, Tagebuch	Communities, online Rollen ausprobieren, spaces, blogs UGC (User generated content)
Streben nach Freiheit und Unabhängigkeit	Rebellieren gegen Autoritäten, Reisen	„elternfreie Zonen“
Suche nach Orientierung und Sicherheit	Zeitschriften, TV, Autoritäten, Marken	Mit Handy ist man nie allein, Internet, Foren
Umgang mit Sexualität	Flirten auf dem Schulhof, im Schwimmbad, Bravo lesen	Flirten per IM*, Aufklärung per Internet
Streben nach Status	Sport, Mode	Anzahl der Kontakte im IM*, cooler Content zum forwarden, Online-Bestenlisten für Gamer

*IM = Instant Messaging (Chatten)

Quelle: Studie Circuit of Cool, MTV Networks 2007

Wertorientierungen der Jugendlichen

(Faktoren mit signifikantem Anstieg gegenüber 2002)



Quelle: Shell Jugendstudie 2010, jugendliche Internetnutzer im Alter von 12 - 25 Jahren

BESONDERS WICHTIG:

Auch die Wertorientierungen der Jugendlichen unterliegen einem größeren Wandel. Diesem veränderten Verhalten sollte auch bei der Durchführung von Betriebspraktika Rechnung getragen werden.