



Nina Tröger

# MIT WENIGER EINKOMMEN WEITERHIN AUSKOMMEN

Finanzielle Einbußen und deren Herausforderungen für das  
Konsumhandeln Jugendlicher

Februar 2014

Abteilung Konsumentenpolitik der  
Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien



**GERECHTIGKEIT MUSS SEIN**

ISBN: 978-3-7063-0485-6

Stand Februar 2014  
Medieninhaber: Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien  
1040 Wien Prinz-Eugen-Straße 20-22  
Druck: Eigenvervielfältigung  
Verlags- und Herstellort: Wien

# Kurzfassung

## Einleitung und Methode

Diese Studie der Arbeiterkammer Wien untersucht die Veränderungen im Konsumverhalten junger Erwachsener, die finanzielle Einschränkungen hinnehmen müssen. Wenn z.B. die Familienbeihilfe ausläuft, die elterliche Unterstützungsleistung wegfällt oder der Job gekündigt wird, sind Jugendliche mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert. Auswirkungen hat dies dann auf die Konsummöglichkeiten und damit auf den Lebensstandard. In einer Konsumgesellschaft stellt sich die Frage, in welcher Form gesellschaftliche Partizipation weiterhin möglich ist und wie ein sozialer Abstieg verhindert werden kann – vor allem bei Einbußen über einen längeren Zeitraum hinweg und/oder höheren finanziellen Verlusten.

Es wurden ExpertInnen, die beruflich mit Jugendlichen arbeiten, zu den gesellschaftlichen Herausforderungen interviewt, mit denen junge Erwachsene konfrontiert sind. Weiters erzählten betroffene Jugendliche (17 bis 26 Jahre) in 18 qualitativen Interviews<sup>1</sup>, wie sie mit der veränderten ökonomischen Situation umgehen.

Die Ergebnisse geben Einblicke in die Lebenswelt der Jugendlichen und erweitern das allgemein vorherrschende Bild. Während in vielen Studien die heutigen Jugendlichen als vorwiegend spaß- und konsumorientiert charakterisiert werden, kommt in der vorliegenden qualitativen Studie verstärkt die verantwortungsbewusste Seite der jungen Erwachsenen zum Vorschein.

## Ergebnisse und Schlussfolgerungen

### Der Freundeskreis als soziales Auffangnetz

Die Aufrechterhaltung der sozialen Umgebung ist einer der wesentlichsten Faktoren, um die finanzielle Einschränkung zu meistern. Die Peer-Group ist ein Auffangnetz – sie leistet emotionale Unterstützung und bietet auch Abwechslung. Der finanzielle Verlust wird zwar dadurch nicht kompensiert, aber zumindest erträglicher gemacht. Im Freundeskreis sind daher gemeinsame Aktivitäten, wie z.B. gelegentliche Kinobesuche und Spaß haben, wichtig. Diese Art von **Hedonismus hat einen sozial-integrativen Charakter**, das

---

<sup>1</sup> Bei der Auswahl der InterviewpartnerInnen wurde darauf geachtet, dass Personen mit unterschiedlichen sozioökonomischen Merkmalen befragt wurden. Da es sich hierbei um eine qualitative Studie handelt, besteht kein Anspruch auf Repräsentativität.

Dabeisein gibt ein Gefühl von Zugehörigkeit und stiftet Identität. Die Aktivitäten, die oft mit Kosten verbunden sind, setzen die Jugendlichen aber auch unter Druck. Teilweise schämen sie sich, wenn sie das Gefühl haben, nicht immer mitmachen und mithalten zu können. Um den Anschluss nicht zu verlieren, werden daher kreative Alternativen gefunden, die eine Teilhabe auch ohne Konsumzwang möglich macht. So werden z.B. zu Hause Spieleabende veranstaltet statt in die Disco zu gehen.

Zugleich kann die soziale Inklusion der Antriebsmotor sein, den alten Lebensstandard wieder anzustreben, z.B. durch (Re-)Integration ins Erwerbsleben. Studien zeigen, dass ein Herausfallen aus dem Netz oft einhergeht mit Abstieg, Rückzug und soziale Verinselung. Ein persönlicher Wiedereinstieg wird ungleich schwieriger, je mehr Bereiche der individuellen Lebenswelt betroffen sind. Dies kann sehr langfristige negative Auswirkungen auf individueller aber auch gesellschaftlicher Ebene – insbesondere auf das Sozialsystem – haben. Auf der arbeitsmarktpolitischen Ebene wird, bevor dies passieren kann, mit Maßnahmen wie z.B. der überbetrieblichen Lehrausbildung gegengesteuert. Diese bewahren viele Jugendliche davor, aus dem sozialen Netz zu fallen.

Für junge Erwachsene ist es oft schwierig, sich an geeigneten Orten zu treffen – oft bleiben da nur Lokale mit Konsumationszwang, wie Cafés oder Restaurants. Aber viele treffen sich, wie auch die Ergebnisse der Interviews zeigen, oftmals in Parks bzw. vor oder in Einkaufszentren. Orte im Freien sind natürlich wetterabhängig, während hingegen bei Aufhalten in Shoppingcentern eher Unmut erregt wird, nicht zuletzt aufgrund von Nicht-Konsumation. Daher wäre es wichtig, auch jungen Erwachsenen **mehr konsumfreie öffentliche Räume** zur Verfügung zu stellen, wo sie sich treffen und Zeit verbringen können. Jugendzentren haben eine Altersgrenze von meist 19 oder 20 Jahren, für die älteren Jugendlichen gibt es hingegen wenig ähnliche Orte. Wenn soziale Inklusion gefördert werden soll, wäre dies eine Möglichkeit anzusetzen. So sollten z.B. für junge Menschen ganzjährige Aufenthaltsmöglichkeiten im öffentlichen Raum ausgebaut werden, wo sie sich treffen können, aber keinem Konsumzwang unterliegen. Dies würde auch helfen, die soziale Ungleichheit zu verringern.

### **Finanzkompetenzen werden (zu) spät erlernt**

Im Konsumverhalten beobachten ExpertInnen bei jungen Erwachsenen schichtspezifische Unterschiede. Sozialisation ist ein ausschlaggebender Faktor – nicht nur Bildung, sondern auch **Konsumverhalten wird „vererbt“**. Jugendliche mit geringer Bildung und hoher Konsumorientierung sind bei finanziellen Engpässen ihrer Meinung nach eher auf der Suche

nach neuen Geldquellen anstatt Verzicht zu üben. Daher ist diese Gruppe auch stärker verschuldungsgefährdet. Die Jugendlichen selbst zeigen sich gegenüber Verschuldung in den Interviews aber sehr skeptisch, quer über ihre Bildungshintergründe hinweg. Die Personen ohne Matura zeigten sich zwar etwas lockerer im Umgang mit Geld, andererseits war gerade bei diesen Jugendlichen **ein hoher Lerneffekt hinsichtlich Finanzkompetenz** durch die erlebte Einschränkung erkennbar.

Die Mehrheit der Jugendlichen ist im Umgang mit Konsum sehr reflektiert und schränkt sich entsprechend ein, um mit den geringeren Einnahmen gut über die Runden zu kommen. Sie denken mehr über ihre Konsumgewohnheiten nach und wägen ab, ob sie das gewünschte Produkt tatsächlich benötigen (**Kosten-Nutzen-Faktor**). Weitere Strategien wie Haushaltsplanung, Fokus auf Angebote oder die Suche nach günstigen Alternativen werden angewandt. Der budgetäre Einschnitt bedeutet für alle Jugendlichen eine spürbare Veränderung in ihrem Konsumverhalten – die **finanzielle Belastung ist allerdings unterschiedlich stark**. Jugendliche, die in einer eigenen Wohnung (alleine/WG/PartnerIn) leben, haben prinzipiell mehr existenzielle Probleme als Jugendliche, die noch zu Hause wohnen. Bei letzteren übernehmen in vielen Fällen die Eltern die Ausgaben für Wohnung und Lebensmittel. Die Einschränkungen verlagern sich hier eher in das Feld der Freizeitaktivitäten, aber auch diese Herausforderungen dürfen hinsichtlich gesellschaftlicher Partizipation nicht unterschätzt werden.

Als weitere Maßnahme, die aus diesen Ergebnissen abgeleitet werden kann, ist die **Förderung der KonsumentInnenbildung** hervorzuheben. Ein Ziel konsumentenpolitischer Bestrebungen lautet, dass sich junge Menschen zu selbstbewussten und kritischen KonsumentInnen entwickeln. Im derzeit vorherrschenden wirtschaftlichen Paradigma werden die mündigen KonsumentInnen betont, die rational und informiert entscheiden – diese Annahme spiegelt sich zum Teil auch im EU-KonsumentInnenleitbild wieder. In vielen Fällen ist die Realität aber davon weit entfernt, wie sich teilweise auch in den Interviews zeigt. Viele Strategien, wie z.B. Budgetplanung wurden erst in der prekären Lage erlernt und angewandt, davor spielte dies keine Rolle. Dabei handelt es sich aber um **Grundlagen der Finanz- und Haushaltskompetenz**.

Eine **frühzeitige und umfassende Konsumbildung**, vor allem in Form eines eigenen Unterrichtsfaches schon in der Sekundarstufe I, wäre ein wichtiger Beitrag zur Entwicklung reflektierter KonsumentInnen, aber auch kritischer BürgerInnen. Konsum hat gerade in Zeiten der Finanzkrise, auch in Bezug auf Faktoren wie Umwelt und Globalisierung, oft eine (gesellschafts-)politische Komponente. Schichtspezifische Unterschiede hinsichtlich

Finanzkompetenz, wie von den ExpertInnen hervorgehoben wurde, könnten verringert werden, die Maßnahmen wären dabei gleichzeitig ein langfristiges Präventionsprogramm gegen Verschuldung, soziale Exklusion und Armut.

### **Expressionistischer Konsum ist nicht vorhanden**

Bestimmte Konsumgüter, wie z.B. das neueste Smartphone zu besitzen, haben laut ExpertInnenmeinung vor allem bei Personen mit niedrigerer Bildung nach wie vor einen hohen Stellenwert – diese Güter verleihen Prestige und zeigen, ob man dazugehört oder nicht. Expressionistischer Konsum (Konsum als Statusfaktor) spielt in den Interviews mit den Jugendlichen hingegen kaum eine Rolle. Luxus ist, im Gegensatz zur Feststellung in anderen Studien, keine utopische Wunschvorstellung, sondern orientiert sich an realistischen Optionen. Es bedeutet für die Jugendlichen vor allem, sich Dinge (wieder) leisten zu können, die vor der finanziellen Einschränkung meist noch möglich waren, wie z.B. auf Urlaub zu fahren. Die Jugendlichen möchten generell etwas flexibler und spontaner einkaufen gehen können – in der derzeitigen Phase wird das aber von Planung dominiert.

### **Unternehmen in der Verantwortung**

**Banken, Mobilfunkunternehmen und Fitnessstudios** sind für Jugendliche oft die ersten Kontakte zur Wirtschaft, es kommt zum Abschluss der ersten eigenen Geschäfte wie z.B. Handyverträge oder die Eröffnung des eigenen Bankkontos. Diese Unternehmen sollten laut ExpertInnen besonders sensibel mit der Zielgruppe umgehen, da sie eine **wichtige gesellschaftliche Verantwortung** übernehmen. Unternehmen sollten die besonderen Schutzbedürfnisse Jugendlicher ernst nehmen.

Eine Maßnahme wäre die **Veröffentlichung von Geschäften mit Jugendlichen im Unternehmensbericht** (Stichwort: Corporate Social Responsibility). Die dargestellten Geschäftszahlen würden zeigen, in welchem Ausmaß Geschäfte mit Personen unter 18 Jahren betrieben werden. Aber auch schon vollgeschäftsfähige junge Erwachsene benötigen gerade in Bezug auf Finanzgeschäfte und komplexe und längerfristige Verträge besondere Aufklärung. Hier stellen eine transparentere Preisgestaltung (z.B. Auflistung der monatlichen Kosten und Gesamtkosten) sowie eine leichtere Kündbarkeit vor allem bei mehrjährigen Verträgen, eine **jugendgerechte Geschäftspolitik** dar. Unternehmen, die hier verstärkt auf Transparenz, Information und erleichterte Kündbarkeit setzen, würden ein positives Beispiel im verantwortungsbewussten gesellschaftlichen Umgang abgeben.

# Inhalt

Kurzfassung .....	3
Einleitung und Methode.....	3
Ergebnisse und Schlussfolgerungen .....	3
Der Freundeskreis als soziales Auffangnetz .....	3
Finanzkompetenzen werden (zu) spät erlernt .....	4
Expressionistischer Konsum ist nicht vorhanden .....	6
Unternehmen in der Verantwortung .....	6
Einleitung .....	8
Theoretische Grundlagen und Forschungsstand .....	8
Bedeutung von Konsum in der Gesellschaft.....	8
Jugend und Identität im Zusammenhang mit Konsum .....	10
Die Bedeutung von Freizeit.....	12
Armut und sozialer Abstieg .....	13
Konsum in sozialen Lagen .....	15
Veränderung der ökonomischen Situation und der sozialen Position .....	17
Veränderungen im Umgang mit Konsum .....	18
Empirische Erhebung .....	19
Methode .....	20
Analyse ExpertInneninterviews .....	21
Analyse Jugendliche .....	23
Wer sind die Jugendlichen .....	23
Lebenssituation/Lebensstandard .....	24
Veränderungen Konsum .....	25
Stellenwert Konsum .....	27
Konsumstrategien .....	29
Soziales Umfeld.....	30
Zukunftsblick.....	33
Literatur .....	33

# Einleitung

Jugendliche übernehmen vom ersten Taschengeld bis zum Auszug aus dem elterlichen Haushalt finanziell immer mehr Verantwortung. In diesem Prozess finden sie auch ihren Lebensstil und bauen einen gewissen Lebensstandard auf. Wenn sich aber auf einmal die ökonomischen Rahmenbedingungen verschlechtern, z.B. durch Arbeitslosigkeit, bedeutet das auch große persönliche Veränderungen.

Wie gehen junge Erwachsene nun mit dieser Situation um? Diese zentrale Frage untersuchte die Arbeiterkammer Wien. Dafür wurden Interviews mit jungen Erwachsenen und ExpertInnen durchgeführt. Insbesondere die dynamische Komponente, also die Zeitspanne, in der die finanzielle Veränderung und persönliche Umstellung stattfand, war dabei von Interesse.

## Theoretische Grundlagen und Forschungsstand

### Bedeutung von Konsum in der Gesellschaft

„Konsum prägt heute den Alltag und die Alltagsästhetik in starkem Maße. Alle Schichten haben Zugang zur Welt des Warenkonsums erhalten, in der Tendenz konsumiert man heute mehr, schneller und ausgiebiger als vor hundert Jahren. [...] Doch hat die Konsumkultur nicht nur die Produktstrukturen und den Absatz stark verändert, sondern greift in die Alltagskultur insgesamt stark ein.“ (Bosch 2010, S. 163)

Diese Veränderung belegen auch Zahlen aus Österreich: Im Jahr 1988 gab es österreichweit 30, im Jahr 2000 schon 126 und im Jahr 2012 mittlerweile 218 Shopping-Zentren. Letztes Jahr verzeichneten die Einkaufszentren 550 Millionen BesucherInnen, das ist ein Zuwachs von 84% innerhalb von zwölf Jahren. (Die Presse 2013) Und es geht weiter – an vielen neuen öffentlichen Verkehrsknotenpunkten werden Einkaufszentren gebaut<sup>2</sup>. Obwohl die Konjunkturerwartungen und die Einkommenserwartungen der ÖsterreicherInnen im zweiten Quartal 2013 im negativen Bereich sind, bleibt die Kaufneigung der Bevölkerung dem Meinungsforschungsinstitut GfK zufolge "ungetrübt". Nur die deutsche Bevölkerung ist im Vergleich etwas konsumfreudiger, während in den anderen Ländern rund um Österreich sonst Krisenstimmung besteht, weil gespart werden muss. (GfK Konsumklimaindex, 25.07.2013)

---

<sup>2</sup> In Wien werden nur beispielhaft der umgebaute Westbahnhof („Bahnhof City Wien West“), Wien Mitte („The Mall“) oder Hauptbahnhof („Bahnhof City“) genannt

Auch sozialhistorisch hat der Konsum an Bedeutung gewonnen. Seit den 1960er Jahren konnten aufgrund von Vollbeschäftigung und Massenproduktion ein allgemeiner gesellschaftlicher Wohlstand aufgebaut werden (Eder 2003). Neomaterialismus und Selbstverwirklichung gewannen in den 1980er Jahren an Bedeutung, ein Wandel von der Marktwirtschaft zur Marktgesellschaft fand statt. (Institut für Jugendkulturforschung 2012, S. 9–10) Mit der zunehmenden Individualisierung stieg auch wieder das Bedürfnis nach sozialer Distinktion anhand von Waren und Dienstleistungen (Eder 2003).

Nach Bosch sind Dinge generell Zeichen zwischen Kultur und Individuum, sie vermitteln kulturelle Normen und Praktiken und sind zugleich auch Mittel der sozialen Kommunikation. So stellt Kleidung einerseits die Grenze des Individuums dar, trägt aber zugleich Symboliken nach außen, wodurch soziale Zugehörigkeit und Identität ausgedrückt wird. (Bosch 2010, S. 165)

„Der Besitz von bestimmten Objekten sowie Techniken der Körpergestaltung impliziert Zugehörigkeiten, bezeichnet einen sozialen Status sowie politische oder soziale Einstellungen bzw. Konstruktionen von Weltwahrnehmung.“ (Bosch 2010, S. 167)

Konsum hat in den meisten Fällen eine symbolische Komponente. Reisch unterscheidet fünf Formen des symbolischen Konsums (Bosch 2010, S. 166–175):

- Die *Positionsfunktion* des symbolischen Konsums definiert die soziale Verortung durch Zugehörigkeit zu einer und Abgrenzung von einer anderen sozialen Gruppe. Besonders knappe und kostspielige Güter verdeutlichen eine (hohe) soziale Position.
- Die *Kompetenzfunktion* verdeutlicht den Umgang mit dem gekauften Produkt. Dabei zeigt sich, ob KonsumentInnen mit der Ware kompetent umgehen können. In vielen Fällen, vor allem bei elektronischen Geräten, muss man sich vorab sehr intensiv mit dem Produkt auseinander setzen.
- *Expressionsfunktion* drückt ein bestimmtes Selbstwertgefühl oder eine Identität mit dem Produkt aus. Funktion kann sich nach innen zur Selbstaufmerksamkeit richten, nach außen zur Imageproduktion. Die Bedeutung der expressiven Funktion in der postmodernen Gesellschaft nimmt zu. Markenkonzepte bieten hier gesamte Lebensentwürfe an, die sich KonsumentInnen durch Kauf der Produkte aneignen können.
- Die *Hedonismusfunktion* ist eine nach innen gerichtete Funktion und bedient die eigene Gefühlswelt und Träume. Die begehrten Objekte werden von der Werbung mit bestimmten Gefühlen und Wünschen konnotiert, die sich beim Kauf auf die KonsumentInnen übertragen soll.
- *Kompensationsfunktion*: Nicht der Besitz, sondern die Aneignung der Produkte erfüllt eine Funktion; sie ist darauf ausgelegt, Defizite auszugleichen und stellt eine Form der Hedonismusfunktion dar.

Konsum erfüllt daher sowohl soziale als auch individuelle Funktionen. Diese werden in der heutigen Leistungsgesellschaft immer wichtiger. Durch die Zunahme der verfügbaren Freizeit im letzten Jahrhundert, gewinnt diese dadurch auch an Bedeutung. Identität und gesellschaftliche Teilhabe definieren sich neben der Erwerbsintegration immer stärker durch Konsum.

## **Jugend und Identität im Zusammenhang mit Konsum**

Die Phasen des Erwachsenwerdens haben sich in den letzten Jahren vor allem durch die Verlängerung der Ausbildungszeiten sowie der Zunahme prekärer Erwerbsphasen ausgedehnt<sup>3</sup>. Auch die Phase der Identitätssuche verlängert sich somit. Die Integration in soziale Gruppen hat wesentliche Bedeutung für die Identitätskonstruktion und die soziale Teilhabe. Zugehörigkeitsgefühle werden durch den gemeinsamen Kleidungsstil, Musikgeschmack und Erlebnismöglichkeiten hergestellt. Konsum kann gerade für junge Erwachsene einen besonderen Stellenwert einnehmen.

Heutige Jugendliche und junge Erwachsene sind in einer Gesellschaft aufgewachsen, die von Konsum dominiert wird. Politik hat in ihrer Lebenswelt kaum eine Bedeutung, gesellschaftliche Partizipation erfolgt vielmehr über Konsum. (Grossegger 2010a, S. 19–20) Grossegger charakterisiert die heutige Jugend folgendermaßen:

„In lebensstilistischer Hinsicht sind die 14- bis 29-jährigen Fuß-Fasser bereits selbstständig. Mit ihren bunten, konsumfrohen Lifestyles positionieren sie sich zur Lebensführung vieler Mid-Agers und Best-Agers als Kontrastprogramm. Ökonomisch stehen sie vielfach noch nicht auf eigenen Beinen. Angesichts der schwierigen Arbeitsmarktlage haben sie es nicht einfach, die eigene Zukunft auf eine existenzgesicherte Basis zu stellen. Nichtsdestotrotz sind 14- bis 29-Jährige eine begehrte Zielgruppe des kommerziellen Marketings. Ihre Technologieaffinität, ihre Bereitschaft, frei verfügbares Geld für Dinge auszugeben, die Spaß machen, und ihre positive, fast spielerisch anmutende Haltung gegenüber dem Konsum machen sie attraktiv.“ (Grossegger 2010a, S. 14–15)

Im vorigen Kapitel wurden die verschiedenen Funktionen von Konsum nach Reisch schon beschrieben. Die Bedeutung der expressiven Funktion nimmt in der postmodernen Gesellschaft zu, vor allem bei Jugendlichen:

„In der Adoleszenz oder in anderen einschneidenden Wandlungsphasen personaler Identität kann diese expressive Aufladung der Dinge eine große Bedeutung gewinnen.“ (Bosch 2010, S. 169)

---

<sup>3</sup> Die Altersgruppe der untersuchten Zielgruppe in der letzten Jugendwertestudie von 2011 wurde z.B. von 24 auf 29 Jahre erweitert

Grossegger sieht für die Jugendlichen vor allem den lifestyleorientierten und den erlebnisorientierten Konsum als dominante Formen an. Erlebnisorientierte KonsumentInnen sind auf den subjektiven Effekt des Konsums bedacht: Mehrwert durch (Marken-)Konsum – die Emotionen und durch die Werbung angebotenen Träume und Wünsche, übertragen sich auf KundInnen. Es handelt sich eher um einen nach innen gerichteten Konsum. (Grossegger 2010a, S. 20–21) Dies entspricht der bei Reisch beschriebenen Hedonismusfunktion, während der lifestyleorientierte Konsum die Expressionismusfunktion erfüllt. Dieser ist nach außen gerichtet – Jugendliche geben mit ihren gekauften und zur Schau gestellten Waren ein kulturelles Statement ab. Markenprodukte haben bei beiden einen wichtigen Stellenwert (Grossegger 2010a, S. 20–21)

Ergebnisse der deutschen Verbraucheranalyse spiegeln die beschriebene Lifestyleorientierung bzw. Expressionsfunktion wieder: 58% der 18-29jährigen möchten auffallen und von anderen beachtet werden (43% mittlere Kohorte und 30% ältere Kohorte). Und für ähnlich viele junge Personen ist Mode eine Art Selbstdarstellung, im Alter wird dieser Faktor wieder weniger wichtig. (Verbraucheranalyse 2009)

Auch hedonistische Werte sind laut Jugendwertestudie 2011 bei Jugendlichen besonders stark ausgeprägt. So können sich drei Viertel der Befragten mit Personen identifizieren, die Spaß im Leben haben möchten und 68% möchten die Freuden des Lebens genießen. Diese Werte sind unabhängig von Geschlecht und Bildung. (Institut für Jugendkulturforschung 2012, S. 52)

„Hier zeichnet sich das Bild einer Generation hedonistischer Individualisten, das ganz besonders im jüngsten Segment nach Anerkennung und Erfolg strebt und das Leistungsprinzip in den Mittelpunkt stellt. Nonkonformität hingegen ist kein Prinzip, das für die österreichische Jugend 2011 kennzeichnend ist, die individuelle Selbstentfaltung findet fast ausschließlich in den Sphären der kommerziellen Freizeitindustrie und im Beruf statt.“ (Institut für Jugendkulturforschung 2012, S. 51)

Diese hedonistischen Orientierungen finden sich auch in Studien wieder. Laut deutscher Verbraucheranalyse aus dem Jahr 2009 empfinden 61% der jungen Erwachsenen (18-29 Jahre) Spaß beim Geld ausgeben, während dies bei den älteren Kohorten deutlich weniger Personen sind (47% bei den 30-49jährigen und 33% bei den 50-69jährigen). (Verbraucheranalyse 2009)

In einer Befragung im Jahr 2012 der AK Wien wurden 511 Wiener Lehrlingen zum Umgang und Wissen mit Geld interviewt. Die Hälfte achtet nach eigenen Angaben immer genau darauf, was sie mit ihrem Geld machen. Durchschnittlich gaben die Jugendlichen 544 Euro für Wohnen, Bekleidung, Lebensmittel, Rauchen und Freizeit (wie Kino, Konzerte, Sport) aus. Bei einem Drittel der Befragten, die weniger als 500 Euro Lehrlingsentschädigung

erhalten sowie einem Viertel jener, die zwischen 501 und 1000 Euro monatlich bekommen, sind die Ausgaben höher als das monatliche Einkommen. So sagen auch 16%, dass sie mit der finanziellen Situation schwer zu kämpfen haben, 39% kommen halbwegs über die Runden und nur 41% fühlen sich gut abgesichert. Ein Drittel überzieht das Konto sehr oft oder oft, nur ein Drittel hingegen nie.

Einschränkungen sind bei Jüngeren dann schwieriger, wenn sie expressionistische und/oder hedonistische Funktionen erfüllen. Laut der repräsentativen Bevölkerungsbefragung fallen Einsparungen der jüngeren Bevölkerung (15-29 Jahre) vor allem in den Bereichen Kleidung, Ausgehen, Unterhaltungselektronik und Sporttreiben/Sportausrüstung schwerer als älteren Personen. (Zellmann und Mayrhofer, S. 6)

	15-29 Jahre	30-49 Jahre	Über 50 Jahre	Gesamt
Essen und Trinken	37	47	51	46
Wohnen	30	47	40	40
Auto	34	40	41	39
Kleidung	50	36	33	38
Urlaubsreisen	34	40	36	37
Ausgehen (Disco, Bar, Restaurant)	51	30	20	31
Wochenendausflüge	31	28	31	30
Hobbys	29	26	26	27
Unterhaltungselektronik	40	26	17	25
Theater, Oper, Konzert, Kino	20	16	22	19
Sporttreiben, -ausrüstung	22	18	12	17
Garten	9	11	23	15
Bücher, Zeitschriften	13	14	18	15
Besuch von Sportveranstaltungen	18	15	12	15
Heimwerken	8	10	13	11
Spielzeug	13	13	9	11

## Die Bedeutung von Freizeit

Im vorigen Kapitel wurde schon angedeutet, dass Freizeit einen wichtigen Rahmen zur Selbstentfaltung und zur Identitätssuche darstellt:

„Freizeit ist für Jugendliche aber nicht nur ein Lebensbereich, der der Erholung und der Regeneration von einem stressigen Arbeits- und Bildungsalltag dient. In der Freizeit wird immer auch an der eigenen Identität gearbeitet. Diese Identitätsarbeit passiert in erster Linie im Rahmen von posttraditionalem, der Erwachsenenkontrolle entzogenen Gemeinschaften.“ (Heinzlmaier 2011, S. 240)

Nach Familie und FreundInnen nimmt Freizeit den drittichtigsten Lebensbereich bei jungen Erwachsenen ein. (Institut für Jugendkulturforschung 2012, S. 30) Freizeit findet seit den 1960er Jahren immer mehr außerhalb von traditionellen Institutionen und verstärkt in informellen Freundesgruppen statt. (Heinzlmaier 2013, S. 107)

„Posttraditionale Gemeinschaften sind als lose geflochtene Netzwerke in erster Linie dazu da, die Interessen des Einzelnen zu befördern, und haben dementsprechend einen relativ geringen Verpflichtungscharakter.“ (Heinzlmaier 2011, S. 239)

Laut Grossegger sind zwei Trends in Beziehungen Jugendlicher zu beobachten: 1. Stabile Primärbeziehungen, basierend auf Vertrauen und Verantwortung füreinander. 2. soziale Anerkennung und Identitätsstiftung in post-traditionalen Lebensstilgemeinschaften, die durch schwache soziale Bindungen gekennzeichnet sind. In den post-traditionalen und loseren Beziehungen geht es vor allem um soziale Anerkennung und Selbstinszenierung, zur erfolgreichen gesellschaftlichen Teilhabe, wenn nicht sogar um Vermarktung. (Grossegger 2011, S. 223) Auch Heinzlmaier stellt fest, dass Jugendliche in ihrem Freizeitverhalten stärker unter (ökonomischen) Druck geraten. Das Freizeitverhalten folgt vermehrt der Logik des ökonomischen Steigerungsprinzips und ist wettbewerbsorientiert. (Heinzlmaier 2013, S. 102)

Freizeit bedeutet demnach für Jugendliche neben der Kompensation vom Erwerbsstress auch Anerkennung, Geltungsdrang und Konsum(druck).

### **Armut und sozialer Abstieg**

Gerade die heutige junge Generation ist nach langen Jahren der Aussichten auf gesellschaftliche Aufstiegschancen im Vergleich zu ihren Elterngenerationen mit verstärkten Risiken sozialen Abstieges konfrontiert. Vor allem seit der Finanzkrise steigt die Zahl der von Arbeitslosigkeit betroffenen Jugendlichen – wenn Österreich dabei auch noch immer im EU-Vergleich sehr gut dasteht.

Lebensverläufe sind oft durch hohe Mobilität und Diskontinuität gekennzeichnet, Langzeitarmut tritt eher selten auf. Armut ist in den meisten Fällen dynamisch und von Phasen gekennzeichnet. Je länger jedoch die Phasen sind, desto schwieriger ist das Ausbrechen aus der Situation und desto wahrscheinlicher ist ein Rückfall. Im Jahr 2012 waren 14,4% der österreichischen Bevölkerung armutsgefährdet und 10% von materieller

Deprivation<sup>4</sup> betroffen (Statistik Austria 2012). Eine EU-SILC Auswertung im Vergleich zeigt, dass knapp 79% der Personen im Zeitraum von vier Jahren (2005-2008) nie arm waren, 11% verbrachten ein Jahr in Armut, 5% zwei Jahre, 2% drei Jahre und 3% waren über den gesamten Beobachtungszeitraum arm. Manche Personen, die der Armut entkommen sind, fallen aber nach ein bis zwei Jahren wieder in diese zurück. (Riederer und Wolsbauer 2011, S. 260–261)

Generell ist das Risiko eines finanziellen Abstiegs insgesamt gestiegen, da Familien- und Erwerbsbiographien immer prekärer werden. Ursachen finanzieller Deprivation können Arbeitslosigkeit, Working Poor, Selbstständigkeit, politische Maßnahmen (z.B. Pensionsantrittsalter) oder familiäre Veränderungen (Trennung, Scheidung, Alleinerziehende, Familienzuwachs) sein. (Wendt 2010, S. 35–45)

Am Arbeitsmarkt werden oft MigrantInnen, Frauen, Personen mit Behinderungen und Ältere benachteiligt, weswegen diese auch verstärkt von Armut betroffen sind. Auch jüngere Personen (bis 34 Jahre) sind einem höheren Arbeitsplatzverlust ausgesetzt und gelten daher als Armuts-Risikogruppe, allerdings sind bei ihnen die Ausstiegchancen aus der Armutslage aufgrund des Alters noch potenziell höher. (Riederer und Wolsbauer 2011, S. 254–255)

„Bei jüngeren Personen dürften Armutsverläufe dynamischer sein und kürzere Armutsepisoden überwiegen.“ (Riederer und Wolsbauer 2011, S. 266)

Untersuchungen zeigen, dass die Chance auf einen Ausstieg aus Armut rapide sinkt, wenn dieser nicht innerhalb der ersten Jahre erfolgt. Erwerbstätigkeit ist der größte Einflussfaktor, der das Armutsrisiko verringert. Allerdings zeigt das Phänomen der Working Poor, dass es dadurch nicht komplett abgewandt werden kann. Bildung ist ein weiterer wichtiger Faktor, der vor Armut schützt. Geringe Bildung geht sehr oft einher mit niedrig qualifizierten Arbeitsplätzen, die meist schlecht bezahlt sind. (Riederer und Wolsbauer 2011, S. 261–263) Die prekären Anstellungsformen (z.B. freier Dienstnehmer, Befristung), die gerade beim Berufseinstieg junger Menschen deutlich zugenommen haben, erhöhen die Gefahren von Armutsrisiken. Für junge Menschen ist es weiters wichtig, die Dauer zwischen Ausbildung und Berufseinstieg möglichst kurz zu halten.

Die Auswertungen von Laimer/Obermüller der EU-SILC Erhebungen von 2004 und 2009 zeigen, dass junge Erwachsene (18-29jährige) stärker von Armut betroffen sind als Personen über 30 Jahre. Weitere Faktoren, die sich negativ auswirken, sind ein hoher

---

<sup>4</sup> Wenn drei von neun Merkmalen zutreffen, wie z.B. die Wohnung kann nicht angemessen warm gehalten werden oder neue Kleidung kann nicht gekauft werden, spricht man von materieller Deprivation

Urbanisierungsgrad oder Migrationshintergrund. Je höher der Bildungsstatus und je höher die berufliche Stellung, desto weniger sind die Personen armutsgefährdet. Einen wesentlichen Unterschied macht es auch, ob Postadoleszente noch bei den Eltern wohnen oder schon einen eigenen Haushalt gegründet haben: Bei erfolgter Haushaltsgründung ist die Armutsgefährdung fast drei Mal so hoch. Neben den erhöhten Lebenskosten fällt zusätzlich meist die elterliche finanzielle Unterstützung mit dem Auszug aus dem Elternhaus weg (Laimer und Obermüller 2011). Dies bestätigen auch andere Untersuchungen:

„Kinder ab 10 Jahren und Jugendliche, die mit beiden Eltern im Haushalt leben, haben ein Gefährdungsrisiko von 11%. Wenn nur ein Elternteil im Haushalt lebt, dann verdoppelt sich dieses Risiko nahezu und wenn Jugendliche ohne Eltern leben, sind bereits 41% armutsgefährdet. Ungefähr die Hälfte der insgesamt rund 102.000 nicht erwerbstätigen und ohne Eltern lebenden Jugendlichen studiert. Ein Viertel ist arbeitslos.“ (Till 2011, S. 173)

Sozialer Abstieg hat wie schon erwähnt eine dynamische Komponente, Personen befinden sich oft nur vorübergehend in einer finanziell prekären Situation. Gleichzeitig ist der Begriff individuell zu verstehen, sozialer Abstieg steht in Relation zum eigenen vorigen Status und nicht unmittelbar in Relation zur Bevölkerung. Eine Schlechterstellung kann daher auch auf hohem Niveau stattfinden. (Wendt 2010, S. 32–33) In der Armutsforschung werden diese Gruppen, die sich aus ökonomischer Sicht auch nach dem Abstieg noch nicht in Armut befinden, außer Acht gelassen. Wenn der eigene Lebensstandard gefährdet wird, kann in dieser Gruppe Deprivation auftreten oder soziale Exklusion stattfinden.

Von den Personen, die 2012 eine Schuldenberatung aufgesucht haben, waren 2,9% zwischen 18 und 20 Jahre alt, aber schon mehr als jede vierte Person war zwischen 21 und 30 Jahre. Bei den 18-20jährigen ist der Anteil niedriger als in der Gesamtbevölkerung, hingegen liegt bei den Twentysomethings der Schnitt um 6% höher als im vergleichbaren Bevölkerungsanteil. (asb - Staatlich anerkannte Schuldnerberatung 2013, S. 9)<sup>5</sup>

## **Konsum in sozialen Lagen**

Das Konsumverhalten unterscheidet sich je nach sozialen Lebenslagen. Gerade die Personen, die am Rande der Gesellschaft stehen, die sogenannten Modernisierungsverlierer, definieren sich stark über Konsummöglichkeiten und nehmen „lebensfroh und selbstbewusst“ (Grossegger 2010a, S. 20) an der Konsumwelt teil.

Für junge Personen mit höherem Bildungsniveau wird Selbstverwirklichung, für jene mit niedrigerem Bildungsniveau wird materieller Wohlstand laut Jugendwertestudie 2011 als

wichtig erachtet. Jedoch handelt es sich auch bei den besser Gebildeten nicht um einen generellen Verzicht, sondern eher um einen zeitlichen Aufschub bis nach Ende der Ausbildung, dann möchte auch diese Gruppe materiellen Wohlstand aufbauen. (Institut für Jugendkulturforschung 2012, S. 43)

„Konsumkritisch geben sich vor allem jene, die es sich leisten können: vorrangig Jugendliche und junge Erwachsene aus bildungsnahen Milieus, die in weitestgehend ökonomisch gesicherten Lagen leben. Trotz antimaterialistischer Attitüden üben auch sie sich nicht in Konsumverzicht, sondern nutzen Marken vielmehr ganz gezielt zur expressiven Inszenierung ihrer konsumkritischen Selbstdefinition.“ (Grossegger 2010a, S. 21)

Laut Grossegger dient Konsum Jugendlichen aus sozialen Randlagen vielfach dazu, den benachteiligten Status mit Markenartikeln zu kaschieren. Demonstrativer Konsum, also Konsum der vorrangig auf soziale Anerkennung ausgelegt ist und im normativen Sinne ein abweichendes Konsummuster darstellt, ist in dieser Altersgruppe sehr ausgeprägt, ein Viertel der deutschen Jugendlichen unterliegt diesem Konsummuster. Betroffen sind vor allem Jugendliche mit niedrigen Einkünften, niedriger Bildung oder hoher Bindung im Freundeskreis. (Lange und Choi 2004, S. 126–131) Konsum dient aber auch zur Selbstmanipulation: Im erlebnisorientierten Konsum geht es dabei um die Emotionen und den emotionalen Mehrwert, die mit dem Konsumgut mit transportiert werden. Den Jugendlichen wird damit ein höheres Selbstwertgefühl vermittelt, Einkaufen wird zur Kompensation des Alltages. (Grossegger 2010b, S. 32–33) Bei Jugendlichen, die sich in prekären Lebensverhältnissen befinden, wurden zwei gegenläufige Handlungsmuster beobachtet. Zum einen eine ausgeprägte Konsum- und Markenorientierung, um das eigene Prestige zu heben. Zum anderen findet ein Rückzug in das Häusliche statt, wobei der Medienkonsum verstärkt wird. (Grossegger 2010b, S. 31)

Prestige und Selbstwert steigen, wenn Dinge konsumiert werden, die nicht lebensnotwendig oder angesichts der prekären Lebenslage "sinnvoll" sind. Bei Marken überträgt sich das Prestige auf die/den KonsumentIn. Dies ist gerade für männliche bildungsferne Jugendliche ein wichtiger Faktor für das Selbstwertgefühl. (Grossegger 2010b, S. 31–32) Zukunftswünsche sind bei bildungsfernen Jugendlichen überdimensioniert und zeigen umso mehr die Wichtigkeit der Konsummöglichkeiten. So wünschen sie sich z.B. in der Studie von Grossegger eine "goldene Klomuschel". (Grossegger 2010b, S. 32) Für Jugendliche in prekären Lebenslagen ist die Teilhabe an der Konsumkultur nur eingeschränkt möglich. Konsum erlangt dadurch einen hohen Stellenwert.

---

<sup>5</sup> eigene Berechnungen des Bevölkerungsanteils. Berechnungsgrundlage sind 15-60jährige, da dies auch die Basis des Schuldnerberatungsklientels darstellte

Interessant ist, dass Personen mit einem niedrigen Einkommen, Ausgaben für Disco-, Bar- oder Restaurantbesuche am schwersten fallen – 41% möchten hier nicht einsparen müssen. Im Vergleich dazu nennt jede zweite Person mit einem Netto-Einkommen von über 3000 Euro, dass Einsparungen bei Urlaubsreisen sehr schwer fallen würden und nur jede dritte Person sagt hier, dass sie auf das "Ausgehen" nicht verzichten möchte. (Zellmann und Mayrhofer, S. 9–10) Dies ist vielleicht ein Hinweis darauf, wie wichtig Aktivitäten, wie Ausgehen, gerade in der unteren Einkommensschicht sind, um nicht an den gesellschaftlichen Rand gedrängt zu werden. Die Präsenz in der Öffentlichkeit hat auch expressionistischen Charakter, dabei kann gezeigt werden, dass gesellschaftliche Teilhabe möglich ist.

### **Veränderung der ökonomischen Situation und der sozialen Position**

Grossegger stellt Unterschiede zwischen "Absturzexistenzen" und "Exkludierten der zweiten Generation" fest. Jene Jugendliche, die sich gerade in einem Exklusionsprozess befinden [unter welchen Umständen dieser zustande kommt, wird nicht beschrieben, Anm. NT], entsprechen dem Typus der passiv-regenerativen Exkludierten. (Grossegger 2010b, S. 36–37) "Passiv-resignative Exkludierte" charakterisieren sich durch Desinteresse und fehlende soziale Einbindung. Sie bleiben zuhause, sehen stundenlang fern und verlieren Schritt um Schritt mehr das Gefühl für die Zeit.

„Soziale ‚Verinselung‘ prägt den Alltag dieser Menschen. Sie fühlen sich ihrem Schicksal ausgeliefert [...]. Sie haben die Kontrolle über ihr Leben verloren und sehen kaum Möglichkeiten, daran etwas zu ändern.“ (Grossegger 2010b, S. 36)

Durch den Wandel des sozialen Status beim "Passiv-resignativen" Typen verändert sich die Alltagspraxis – Aktivitätsbereiche werden eingeschränkt, Zeitstrukturen brechen zusammen, die soziale Entbettung wird zur Kenntnis genommen und oft durch massiven Fernsehkonsum kompensiert. Generell findet eine große Lähmung statt. (Grossegger 2010b, S. 36–37)

Der zweite Typ, der "paradox-lebenszufriedene" Exkludierte, befindet sich schon länger in der ausgegrenzten Phase und hat sich damit scheinbar abgefunden. Zumindest zweifeln diese Personen nicht mehr an ihrer Situation, sondern versuchen, sich damit zu arrangieren. Hier finden sich junge Menschen, die schon in diese Lebenslage hineingeboren wurden und keinen gesellschaftlichen Normalitätsstandard kennen. Die Kontakte bestehen zu Personen, die in einer ähnlichen sozialen Lage sind – es entsteht laut Grossegger eine "Parallelgesellschaft der sozial und kulturell Abgehängten". Medien- und Technologienutzung hat einen großen Stellenwert. (Grossegger 2010b, S. 37–38) Von Wendt wird diese Annahme bestätigt.

„Drittens ist davon auszugehen, dass sich der neu von einem Prozess des sozialen Abstiegs betroffene Konsument - anders als viele dauerhaft Deprivierte - in einem sozialen Umfeld befindet, dessen Mitglieder höhere Einkommen realisieren. Das Umgebensein von wohlhabenderen Personen kann unter Umständen zu einer Verstärkung der subjektiv empfundenen Deprivation beitragen.“ (Wendt 2010, S. 66)

Einer quantitativen Auswertung des deutschen sozioökonomischen Panels (SOEP) zufolge erfolgt bei Arbeitslosigkeit zwar der Rückzug aus dem konsumorientierten Leben, die sozialen Aktivitäten im Freundes- und Familienkreis werden hingegen intensiviert. (Isengard 2012, S. 308) Isengard weist anhand ihrer Analyse nach,

„dass sich Personen, die im Lebenslauf in Armut oder eine armutsnahe Position abrutschen, aus dem aktiven Leben mehr und mehr zurückziehen, sei es im Bereich des Sports, der Kultur, der Geselligkeit oder sonstiger konsumnaher Aktivitäten.“ (Isengard 2012, S. 307–308)

Die Veränderung von ökonomischen Bedingungen, die eine soziale Positionsveränderung bewirken, haben demnach nachhaltige Einflüsse auf den Lebensstil. (Isengard 2012, S. 313)

Wendt befragte in einer qualitativen Studie die Änderungen im Konsumverhalten und Lebensstil von Personen, die finanzielle Einschränkungen hinnehmen mussten. Sie konnte keinen sozialen Rückzug, Scham oder Statusverlust, die mit finanzieller Deprivation eintreten können, beobachten. Manche Befragte konnten sogar gut auf Statussymbole verzichten (Wohnung, Auto). Sie fühlten sich jedoch dadurch eingeschränkt, dass der Freundeskreis den gleichen Lebensstandard weiterführt. Dies steht aber nun in Diskrepanz zu den eigenen Möglichkeiten, was teilweise Schamgefühle bei den Befragten auslöste. In der Regel blieb bei Wendts' Interviewten das soziale Umfeld stabil, auffälliger sozialer Druck war nicht vorhanden. (Wendt 2010, S. 156–170)

Die Verringerung finanzieller Ressourcen müsste logischerweise zu einer merkbaren Verringerung der Konsumausgaben führen. Beachtet werden muss dabei aber, dass es einerseits oft eine Zeit dauert, bis KonsumentInnen ihr Verhalten anpassen, andererseits werden Einbußen durch anderweitige Ressourcen zum Teil aufgefangen (Spareinlagen, Abfindung, Unterstützung aus Familien- und Bekanntenkreis, Kredite, Nebenjobs etc.). (Wendt 2010, S. 140–143)

## **Veränderungen im Umgang mit Konsum**

Die Untersuchung von Wendt zeigt, dass einerseits die Senkung des Konsumniveaus ein wesentlicher Schritt im Umgang mit der neuen Situation darstellt, andererseits wird versucht, zusätzliche Einnahmen zu lukrieren. Verschiedene Formen der Budgetplanung wurden in den Interviews von Wendt beobachtet. Angefangen von umfassenden Finanzplänen, die

sehr genaue Kontrollen und Einsparungspotenziale ermöglichen, über Gesamtbudgetgrenzen bzw. bis hin zu keiner vorhandenen strategischen Budgetplanung. (Wendt 2010, S. 143–148) Personen mit Familie stecken zu Gunsten ihrer Kinder zurück, diese sollten am wenigsten von den Belastungen betroffen sein. (Wendt 2010, S. 151–154) Verschuldung spielt eine untergeordnete Rolle. Bei Grundbedürfnissen wie Essen und Kleidung wird gespart, bei Wohnen ist eine Reduktion kaum möglich. Es kommt zu einer Veränderung der Zeitverwendung, wobei weniger kostenaufwändige Aktivitäten forciert werden und teure Aktivitäten weniger genutzt werden. Konsum wird zu einem länger im Voraus geplanten Ereignis (z.B. Weihnachten oder Sonderangebote). Bei Befragten ohne Kinder spielt "hedonistischer Konsum" noch eine wichtige Rolle, in diesen Bereichen wird nur selektiv gespart, nämlich bei Kleidung und Lebensmittel, aber nicht bei "Vergnügungen". Der von Wendt genannte "hedonistische Konsum" hat auch soziale Komponenten, dies betrifft das Ausgehen mit FreundInnen, Kino. Trotz der finanziellen Veränderungen möchten die Personen auf bestimmte positive Erlebnisse nicht verzichten. (Wendt 2010, S. 156–170)

Viele Betroffene halten so lange wie möglich am vorher gewohnten Lebensstandard fest, vor allem bei "sozial sichtbaren" Gebrauchsgegenständen wird, wenn möglich, nicht gespart, um "das Gesicht zu wahren" und den Status aufrechtzuerhalten, Verzicht findet in anderen Bereichen statt. Die Befragten möchten ihre Armut verbergen, um den Bezug zur eigenen Gruppe nicht zu verlieren, daher wird versucht, ein ähnliches Konsumniveau aufrechtzuerhalten. Wenn dies nicht mehr gelingt, kommt es zum Rückzug aus den sozialen Gruppen. Mit fortlaufender Dauer der prekären Finanzsituation verändern sich die Bezugsgruppen, der Freundeskreis besteht zunehmend aus ärmeren Personen. (Wendt 2010, S. 53–61) Diese Beobachtungen spiegeln sich in der Theorie Großeggers hinsichtlich der „Passiv-resignativen“ und der „Absturzexistenzen“ wieder.

## **Empirische Erhebung**

Kinder und Jugendliche wurden in der Forschung laut Grossegger bislang als Ursache oder Verstärker von Exklusionseffekten beschrieben. Kaum untersucht wurde hingegen, wie diese jungen Menschen mit den prekären Lebenssituationen umgehen. (Grossegger 2010b, S. 30) Wendt untersuchte vorrangig finanzielle Einbußen bei Erwachsenen. In dieser Erhebung kommen daher Jugendliche zu Wort und schildern ihre Erfahrungen mit Einkommensverlusten.

18 junge Erwachsene berichteten über ihre persönliche finanzielle Situation und ihren Umgang damit. Ausgangspunkt war, dass innerhalb des letzten Jahres eine finanzielle Einbuße stattgefunden hat, die für die Jugendlichen von persönlicher Bedeutung war. Die Höhe des finanziellen Einschnittes wurde nicht vorab festgelegt, da dies aufgrund unterschiedlicher Voraussetzungen, auch unterschiedliche Auswirkungen bei der Zielgruppe haben kann. Einerseits kann für eine Person, die bei den Eltern wohnt und keine Miete zahlt, ein Einschnitt von bspw. 200 Euro pro Monat von wesentlicher Bedeutung sein. Andererseits erlebt eine junge Person, die eine eigene Wohnung hat und ihren gesamten Lebensunterhalt selbst bestreitet, vielleicht schon einen Verlust von 50 Euro als sehr einschränkend.

Die Grenze zwischen Jugendlichen und Erwachsenen verändert sich ständig und kann aus verschiedenen Perspektiven betrachtet werden. Soziologisch gesehen sind Jugendphasen nicht mehr so eindeutig abgrenzbar. Die idealtypischen Rollenbilder eines Erwachsenen überschneiden sich immer mehr. So wohnen z.B. junge Erwachsene zwar längst nicht mehr zu Hause, lassen sich aber weiterhin dort haushaltstechnisch versorgen (Essen, Wäsche...). Umgekehrt zeigen die Entwicklungen des Lebensbegleitenden Lernens, dass Bildungsphasen nicht unbedingt mit dem Erwachsenenalter abgeschlossen sind. (Richter 2011, S. 31) In der letzten Jugendwertestudie von 2011 wurde die Altersgrenze sogar auf 29 Jahre angehoben. Für die vorliegende Studie wurden junge Erwachsene bzw. Jugendliche im Alter von 18 und 25 Jahren definiert<sup>6</sup>.

## **Methode**

Die Erhebung der Jugendlichen erfolgte mittels qualitativen Leitfadeninterviews. Die Frage nach der Zusammensetzung der jungen Interviewten, gestaltete sich als schwierig. Es gibt neben den sozio-demographischen Merkmalen (wie Geschlecht, Bildung und Alter) noch verschiedene Faktoren, die sich auf Konsummöglichkeiten auswirken, hier einige der wichtigsten:

- Wie hoch war die finanzielle Einbuße (nach subjektiver Einschätzung)?
- Bestreitet man den Lebensunterhalt vorwiegend selbst oder wohnt man noch bei den Eltern und muss für Grundkosten, wie Miete, Strom, Lebensmittel nichts zahlen?
- Seit wann besteht die Einkommensbuße?
- Gibt es finanzielle Reserven, auf die zurückgegriffen werden kann?
- Wie konsumfreudig sind die befragten Personen?

---

<sup>6</sup> Im tatsächlichen Sample wurden am Ende auch eine Person, die gerade noch 17 Jahre alt war und eine, die gerade 26 Jahre geworden ist, aufgenommen.

Die Pluralität der in Frage kommenden Differenzierungen sind so vielschichtig, dass in Bezug auf die Interviews auf eine Ausgewogenheit zwischen Geschlecht und Bildung gelegt wurde. Das Bildungsniveau kann, wie schon in den vorigen Kapiteln aufgezeigt wurde, ein Indikator für ein bestimmtes Konsumverhalten sein.

Die Suche nach InterviewpartnerInnen erfolgte Ende Juni und Anfang September. Suchanzeigen wurden über diverse Organisationen, die in Kontakt mit jungen Erwachsenen stehen (wie z.B. Beratung AK Wien, AMS Jugendliche, Universität Wien), geschaltet, auch über Facebook wurde geworben: z.B. Jugendzentren, AK, Jugend am Werk, Jugendinfo). Die TeilnehmerInnen erhielten einen Kinogutschein als Aufwandsentschädigung. Es war schwierig an Jugendliche ohne Matura heranzukommen, soziale Scham könnte eine stärkere Rolle spielen als bei Personen mit einem höheren Bildungsabschluss<sup>7</sup>. AMS, Jugend am Werk und Weidinger & Partner waren in einer zweiten Runde bei der Suche nach Jugendlichen behilflich.

Die Interviews der Jugendlichen wurden durch leitfadengestützte ExpertInneninterviews ergänzt, wofür Institutionen ausgewählt wurden, die mit Jugendlichen arbeiten:

- AMS Jugendliche
- AMS
- Österreichische Gewerkschaftsjugend (ÖGJ)
- Schuldnerberatung
- Jugend am Werk (JAW)
- Jugendinfo

## **Analyse ExpertInneninterviews**

Die Aussagen der ExpertInnen bekräftigen zum Großteil die im vorigen Kapitel dargestellten Ergebnisse anderer Studien: Allgemein beobachten sie, dass Jugendliche heutzutage mit vielen Herausforderungen konfrontiert sind. Zum einen ist die Situation am Arbeitsmarkt für junge Erwachsene sehr schwierig, sie ist vor allem zu Beginn durch prekäre Arbeitsverhältnisse geprägt. Dies betrifft sowohl Jugendliche, die nach ihrem Lehrabschluss nicht in den Betrieb übernommen werden, als auch AkademikerInnen, die nach dem Studienabschluss Praktika absolvieren müssen. Junge Erwachsene stehen zum anderen unter hohem Erfolgsdruck, wenn es darum geht, die richtigen Entscheidungen für ihr Leben zu treffen, vor allem hinsichtlich Berufsausbildung oder Berufswahl. Sie stehen unter Stress,

---

<sup>7</sup> Wendt stellt auch in ihrer Analyse fest, dass bei ihrer Erhebung eine soziale Selbstselektion vorstattenging. Diese Erklärung kann auch für die vorliegende Studie impliziert werden. (Wendt 2010, S. 170)

die Ausbildung möglichst gut zu absolvieren, um den Einstieg in den Arbeitsmarkt zu schaffen – Druck wird von der Gesellschaft und den Eltern gemacht.

In den ExpertInneninterviews wird deutlich, dass eine bedrohliche Anzahl von Jugendlichen den Umgang mit Geld nicht oder zu spät lernt. Zum einen bekommen manche Jugendliche viele Wünsche (Urlaub, Auto, Handy usw.) von den Eltern erfüllt und merken erst, nachdem sie sich selbst erhalten müssen, welchen Wert gewisse Güter tatsächlich haben (Interview Jugendinfo). Oder im anderen Extrem stehen die Eltern für die Schulden der Jugendlichen gerade – auch dadurch lernen sie den Umgang mit Finanzen nicht (AMS und JAW).

„Ja, oder die Eltern, das kommt auch hie und da vor, dass die im letzten Moment versuchen, das wieder glatt zu bügeln und dann entweder verschulden sie sich oder borgen sich Geld aus, nur damit dem Sohn oder der Tochter kurzer Hand noch die Schulden bezahlt werden. Sei es jetzt zum Beispiel Handyrechnung.“ (JAW, Abs. 48)

Durch diese Art der Sozialisation fehlt den Jugendlichen oft das Bewusstsein für tatsächliche Lebenskosten. Die ExpertInnen stimmen darin überein, dass die Erziehung im elterlichen Haushalt ein wesentlicher Faktor ist, wie die Jugendlichen selbst mit Geld umgehen (werden). Auch der Bildungshintergrund der Eltern und der Jugendlichen steht im Zusammenhang mit guten oder mangelhaften Finanzkompetenzen. Personen mit einem geringen Bildungsniveau sind laut Schuldnerberatung in einem überdurchschnittlichen Ausmaß verschuldet.

Kritisiert wird die Wirtschaftsseite, vor allem Kredite und Handys gelten als erste Schuldenfalle für Jugendliche. Vermeintliche 0-Euro Handys sowie leicht zu erlangende Überziehungsrahmen sind versteckte Fallen. Aggressive und irreführende Werbung von Produkten, die scheinbar Träume und Wünsche erfüllen, tragen zur Verunsicherung von jungen KonsumentInnen bei.

„Wobei da sehe ich nicht einmal so sehr die Jugendlichen als Schuldigen, sondern da sehe ich die Netzanbieter, die mit verlockenden, ganz ganz tollen Angeboten kommen. Ich sehe auch die Banken mit Jugendkonten [...] und so weiter und so fort. Also, da wird es sehr leicht gemacht und es wird aber nicht dazu erklärt, dass das eigentlich alles irgendwann einmal zurück gezahlt gehört. Und junge Menschen sind einfach sehr empfänglich für irgendwelche verlockenden Angebote und tolle Sachen und hinterfragen das alles relativ wenig.“ (AMS Jugend, Abs. 46)

Mit knappen Finanzen gehen Jugendliche mit einem geringen Bildungsniveau nach Aussage der ExpertInnen vom AMS, JAW und der Schuldnerberatung anders um als höher Gebildete. Für wenig Gebildete hat Prestige oder demonstrativer Konsum einen hohen Stellenwert, trotz Geldknappheit besitzen die Jugendlichen nach Erfahrung der ExpertInnen z.B. das neueste Smartphone. Die wichtigsten Konsumgüter für Jugendliche sind neben dem Handy auch Führerschein, Auto (eher bei Männern) und eventuell eine Wohnung. Der soziale Druck im

Freundeskreis im Hinblick auf Konsum ist in dieser Gruppe besonders hoch, soziale Statussymbole sind wichtig.

„... aber es gehört einfach dazu und wenn du kein Handy hast dann gehörst du nicht dazu. Was materielle Dinge und Statussymbole bei den Jugendlichen betrifft, sind sie im Lehrlingsbereich stärker ausgeprägt. Da brauchst ein Handy, ein Moped, musst schauen das du auch ein Auto hast und fortgehen möchtest auch noch, weil du verdienst dein erstes Geld.“ (ÖGJ, Abs. 12)

Verzicht ist eher schwierig, vielmehr geht es dabei um die Frage, wo andere Geldquellen angezapft werden können.

„Also meistens ist es eher so, dass sie der Meinung sind: Sie brauchen halt dann mehr Geld. Und dann versuchen sie eben, dass sie mehr arbeiten oder eine Unterstützung beantragen, aber dass sie dann einsparen ist eher selten der Gedanke.“ (JAW, 130-132)

Ein reflektierter Umgang mit Geld fehlt oft – sei es das Einsparen bei Lebensmittel oder das Sparen auf größere Ziele wie z.B. Urlaub – diese Strategien werden kaum angewandt. Maßnahmen, die hier von den Institutionen gesetzt werden, sind vor allem (präventive) Schuldnerberatung, wie z.B. bei der Schuldnerberatung, beim AMS oder JAW. Wohnen ist ein schwieriges Thema, viele Jugendliche wollen, aber können aufgrund der finanziellen Lage nicht aus dem elterlichen Haushalt ausziehen. Auf eine Gemeindewohnung müssen sie lange warten, auf dem freien Markt sind die Wohnungen nicht leistbar.

Von den AMS-BeraterInnen wird vor allem der Wunsch der Jugendlichen zu partizipieren betont. Die jungen Erwachsenen sind bei der Jobsuche engagiert, möchten finanziell auf eigenen Füßen stehen und an der Gesellschaft teilhaben. Wichtig ist es, sie dabei ernst zu nehmen.

## **Analyse Jugendliche**

### **Wer sind die Jugendlichen**

Es wurden Interviews mit insgesamt 18 jungen Erwachsenen zwischen 17 und 26 Jahren geführt. Es handelt sich dabei um neun männliche und neun weibliche Personen, elf davon haben mindestens eine Matura abgeschlossen, sieben keine Matura. Acht wohnen noch bei den Eltern oder einem Elternteil, sechs in einer WG, drei mit PartnerIn und eine Person wohnt alleine. Gründe für die Einbußen sind Kündigung des Arbeitsverhältnisses, Wegfall von Familien- oder Studienbeihilfe, Wechsel von einem betrieblichen Lehrverhältnis in eine überbetriebliche Ausbildung oder Entfall der Unterstützung von Verwandten. Die Höhe der Einbußen bewegt sich zwischen 20 und 1.200 Euro, der Median liegt bei 215 Euro. Die

Einschränkungen bestehen zwischen drei und neun Monaten. Detailliertere Informationen zu den Jugendlichen finden sich im Anhang.

## **Lebenssituation/Lebensstandard**

### **Umgang mit Situation**

Für manche Jugendliche ist die Situation existenzbedrohend. Das war in der Interviewsituation sehr stark spürbar, vor allem durch Emotionalität, mit der teilweise darüber gesprochen wurde. Für drei Personen handelt es sich um eine extrem belastende Situation (I3, I5, I12). Bei I12 ist der Fall, dass sie durch die permanente Suche nach Nebenjobs und die unsichere Situation, wie viel Geld ihr im Monat zur Verfügung steht, sehr gestresst ist. Es war nicht immer möglich, alle Rechnungen pünktlich zu zahlen, sie hat „[...] halt versucht zu überleben“ (I12, Abs. 92). Auch I5 berichtet von einer starken existenziellen Einschränkung, gewisse elementare Bedürfnisse konnten nicht mehr befriedigt werden, wie z.B. einen neuen Duschkopf kaufen. I3 ist vor allem durch die Verschuldung im Familienkontext überfordert, da sie vor ihrem Jobverlust einen großen Beitrag zum Familieneinkommen geleistet hat.

Viele Jugendliche (I1, I4, I8, I10, I11, I13, I17) müssen sehr genau reflektieren und schauen, was und wie viel sie einkaufen, auch bei Lebensmitteln müssen sie sich einschränken. Sie verspüren einen Druck (I10) oder ein Zwangsdenken (I11) hinsichtlich notwendiger Ausgaben und dadurch eine Einbuße bei ihrer Lebensqualität, indem sie „jeden Cent zweimal umdrehen“ (I8, Abs. 95) müssen. Ihre Ausgaben beschränken sich auf das „Standardleben“ und alles, was über „das Mindestmaß an Belohnungen hinausgeht, ist momentan nicht drin“ (I8, Abs. 92). Die Situation ist für sie „nervig“ (I10).

Für einen Teil ist die Umstellung zwar mühsam, aber nicht unmittelbar existenzgefährdend (I2, I6, I7, I9, I14, I15, I16, I18). Bei den Einschränkungen handelt es sich vor allem um Dinge und Aktivitäten, die einen Zusatznutzen haben, wie bspw. Fortgehen, Urlaub fahren oder auch Essen, das sie außer Haus konsumieren. Diese Personen wohnen zum überwiegenden Teil im elterlichen Haushalt, in den meisten Fällen übernehmen die Eltern die Grundkosten wie Miete und Lebensmittel. Die Einschränkungen werden dennoch als belastende Umstellung erlebt.

Manche Befragte können der Situation jedoch sogar positive Effekte oder Erkenntnisse abgewinnen:

„Ja, also es ist halt irgendwie so ein bisschen ein Abenteuer. Es ist schon irgendwie ein bisschen spannend, dass man irgendwie schaut. Man kommt mit viel weniger aus und so.“ (I9, Abs. 335)

Veränderungen im Konsumverhalten werden nicht nur durch die Verringerung der Einkommenseite ausgelöst, auch eine gezwungene permanente Erhöhung der Ausgabenseite zwingt zu Änderungen: Beispielsweise kann dies eine neue, teurere Wohnung sein oder mehr Lebenskosten werden von den Jugendlichen übernommen, die früher von den Eltern gezahlt wurden.

Durch eine plötzliche und unerwartete Einschränkung sind Jugendliche mit neuen Anforderungen konfrontiert, auf die sie sich erst einstellen müssen. Die notwendige Umstellung des Lebensstandards wird oft nicht gleich realisiert und umgesetzt. Manche Jugendlichen geben auch an (z.B. I3, I4), Ausgaben kurz vor oder zu Beginn der finanziellen Umstellung getätigt zu haben, die sie im Nachhinein bereut haben.

„ [...] dann hab ich mir was leisten können und konnte für 200€ shoppen, also alle 3 Monate einmal 200€ Geld ausgeben für Gwand oder dass ich mir eine Festplatte kaufe, was ich halt brauche und jetzt merke ich, dass ich das gar nicht mehr kann. Vor allem habe ich mir im Mai ein Rad gekauft und das hätte ich einfach nicht machen dürfen. Das fehlt mir jetzt einfach gerade. Ich hab da voll Probleme weil ich da kein Rhythmus mehr habe, weil bei den 1.200€ hab ich mir eigentlich alles leisten können und jetzt muss ich mich einbremsen, und ich kann das aber nicht, weil mein Lebensstil einfach anders geworden ist, sich geändert hat. Und jetzt geht es langsam.“ (I4, Abs. 38)

## **Veränderungen Konsum**

Im konkreten Verhalten, steht Verzicht bei den Jugendlichen an oberster Stelle – sie sparen in den verschiedensten Bereichen, wie Lebensmittel, Freizeitaktivitäten oder Urlaub.

### **Lebensmittel**

Bei den täglichen Gütern trennen sich die Ansprüche in zwei etwa gleich große Gruppen. Sieben Personen (I4, I6, I9, I11, I12, I14, I15) legen sehr viel Wert auf die Qualität der Lebensmittel und finden Einsparungen in diesem Bereich als besonders schmerzhaft. Sie finden dennoch Strategien dafür, um auf Qualität nicht verzichten zu müssen. Sie gehen statt in den Bioladen nun in einen günstigeren Supermarkt oder Diskonter, es werden andere Produkte gekauft (mehr Nudeln und weniger Fleisch) und verstärkt auf Rabatte geachtet, teilweise werden die Produkte gemixt:

„Ich hab überlegt ob ich mir Clever Produkte kaufen soll oder nicht. Aber jetzt nehme ich wirklich das billigste. Bei Nudeln oder so. [...]. Bei Gemüse achte ich auch nicht drauf [auf den Preis, Anm.], weil ich schau das ich mich doch wieder gesund ernähre. [...] Dann sag ich lieber, dann kauf ich mir was Gutes einmal, anstatt dass ich es beim Billa kaufe. Dann gönn ich mir das halt, dass ich manchmal zum Bio-Laden um's Eck fahre und mir dort Gemüse kaufe. Da schau ich dann auch nicht auf den Preis.“ (I4, Abs. 125)

Weitere neun Jugendliche (I1, I2, I3, I5, I7, I8, I10, I13, I18) betonen, bei den Lebensmitteln auf die Preise zu achten und hier günstig einzukaufen. Eigenmarken werden gekauft, bei manchen ist ein Umstieg erst durch die Einbuße erfolgt, manche haben diese auch schon davor konsumiert. Für sie sind die Eigenmarken qualitativ ok oder Qualität ist bei Lebensmitteln überhaupt kein Kaufkriterium.

Bei einigen Jugendlichen, die noch zu Hause wohnen, werden die Lebensmittel für den Haushalt zum Teil von den Eltern gekauft. Hier fallen nur Ausgaben außer Haus in die Verantwortung der Jugendlichen.

### **Freizeit**

Alle Jugendlichen sparen beim Fortgehen, sei es in einer Bar etwas trinken oder in Clubs gehen. Hier ist zwar der Einschnitt sehr schmerzlich, aber für viele notwendig. Dennoch finden sie auch hier Strategien, um nicht ganz auf dieses Vergnügen verzichten zu müssen – Fortgehen bedeutet ja auch Aktivität und Unternehmungen im Freundeskreis und daher soziale Inklusion. Die Jugendlichen sind sehr darauf bedacht, den Anschluss nicht zu verlieren, Strategien, um mitmachen zu können sind recht kreativ. So wird bspw. nur in Clubs gegangen, wo kein Eintritt zu zahlen ist, in Lokalen wird weniger konsumiert (oder man kommt später und geht früher), andererseits wird versucht, die Aktivitäten überhaupt in Umgebungen zu verlagern, wo es billiger ist oder keinen Konsumzwang gibt. Die Jugendlichen gehen öfter in einen Park und trinken dort etwas oder sie laden FreundInnen zu sich nach Hause ein und veranstalten eine Party oder Spieleabende.

Kino wird stark bis gänzlich reduziert, dies stellt aber keine bedeutende Zäsur dar, sondern wird durch Filmabende zu Hause ersetzt. Konzerte/Festivals sind als Erlebnis schon etwas einschneidender und der Verzicht ist schwieriger. Für Sport gibt es relativ einfach kostengünstigere Alternativen, die dann genutzt werden: Statt Fitnesscenter wird im Freien joggen oder Radfahren gegangen, statt Schwimmbad wird an der alten Donau gebadet. Zwei Jugendliche sehen aber auch den Besuch im Fitnesscenter als wichtiges Hobby an, das sie weiterführen möchten (I16, I17). Eine andere Jugendliche (I18) ist wiederum durch den Vertrag gezwungen, die Mitgliedschaft aufrechtzuerhalten, obwohl sie sich das nicht mehr leisten kann und möchte.

### **Urlaub**

Urlaub ist ein Luxus geworden und für manche überhaupt nicht mehr leistbar (I3, I5). Manche können wiederum fahren, weil sie (teilweise) eingeladen wurden (I8, I9, I12, I16) oder diesen vor den Einschnitt gebucht haben (I4) und/oder eine deutlich billigere Variante wählen (I6, I8,

I9, I10, I11, I14, I15, I18). Hier gibt es sehr starke Reduktionen – statt lange und weit weg in ferne Länder mit dem Flugzeug wird mit dem Zug in Österreich oder in Nachbarländer für einen kürzeren Zeitraum gereist. Nur für I2 ist eine Urlaubsreise kein finanzielles Problem<sup>8</sup>.

### **Kleidung**

Einige Jugendliche geben an, sehr gerne Kleidung zu kaufen (I3, I4, I5, I8, I12, I14, I15, I17, I18). Für zwei Personen (I1 und I17) hat Kleidung explizit einen demonstrativen Aspekt. Die Mehrheit hat beim Einsparen derzeit kaum Probleme und den Konsum sehr stark zurückgefahren. Nur eine Person spart hier nicht, für sie ist das der Luxus, den sie sich leistet. Kleidung ist laut eigenen Angaben der Jugendlichen ohnehin reichlich vorhanden und deswegen gibt es in den meisten Fällen keinen akuten Bedarf, etwas Neues zu kaufen, der Wunsch wäre aber vorhanden.

„Aber nur wenn es wirklich dringend ist, weil ich hab genug Gewand. So dringend brauche ich das ja nicht. Wenn's mir halt gefällt, dann will ich das schon haben, aber ich muss es nicht haben, wenn ich eh was habe.“ (I18, Abs. 117)

Strategien, um sich Kleidung kaufen zu können, sind: Einkauf im Abverkauf oder Second-Hand-Kleidung. Markenkleidung spielt keine Rolle – für manche steht die Qualität (I1, I2, I6, I11, I14, I15) im Vordergrund, für andere wiederum der günstige Preis (I3, I4, I5, I12, I13, I17).

### **Stellenwert Konsum**

Notwendiger Bestandteil der **Lebensbasis** sind für die Jugendlichen neben Essen, Kleidung und Wohnung auch Computer und Handy. Ebenso ist ein gewisses Maß an Abwechslung und Entspannung (z.B. Kino gehen) notwendig und gehört zu den Grundlagen. Des Weiteren werden nicht-materielle Bedürfnisse wie Freundschaften und Familie erwähnt. Bei manchen Jugendlichen ist diese Lebensgrundlage eingeschränkt, weil sie vor allem die Ausgaben für Kino oder Fortgehen reduzieren müssen und damit die sozialen Aktivitäten begrenzt werden. Dadurch kommt es zu einem subjektiven Verlust an Lebensqualität (siehe weiter unten).

„Ja, ich könnte natürlich überhaupt nicht mehr ins Kino gehen und überhaupt nicht mehr Eis essen oder mich mit Freunden treffen oder so, aber ich glaube, das würde ich nicht lange durchhalten, weil ich es halt doch gewohnt bin, dass ich mir so etwas schon noch leisten kann, und dann halt von null auf hundert ins andere Extrem zu kehren, das, glaube ich, macht keinen Spaß.“ (I8, Abs. 86)

**Luxus** wird von den Jugendlichen sehr an der Realität gemessen und heißt für sie z.B. Urlaub machen, Fortgehen, sich einmal ein Auto leisten können oder eine eigene Wohnung

---

<sup>8</sup> Von I1 und I7 wird es nicht erwähnt

zu haben. Für die Personen, die Wert auf gute Lebensmittel legen, ist es auch eine Form von Luxus, sich diese leisten zu können. Nur eine männliche Person hatte sehr hohe Maßstäbe, für die war z.B. ein Porsche Luxus, aber diese Person hatte auch persönliche Ambitionen, dieses Ziel zu erreichen.

Insgesamt liegen die grundlegenden Dinge des Lebens und Luxus recht nahe beieinander. Luxus toppt das Ganze noch ein wenig und ist, wenn man sich Dinge ohne notwendige Budgetkalkulationen kaufen kann – die Einfachheit, sich Dinge leisten zu können, macht den Unterschied. Zu Luxus zählen auch oft Dinge, die früher leistbar waren und auf die die Jugendlichen jetzt verzichten müssen.

„Luxus? Was heißt für mich Luxus? Naja, Luxus ist für mich einfach, wenn man [...], viel Geld hat, so dass man [...], egal was man macht, [...], dass sich das immer ausgeht. Also Luxus muss jetzt nicht sein, dass man den tollsten Fernseher oder das tollste Auto in der Garage stehen hat oder dass man die tollste Villa hat, sondern dass man einfach mit so viel Geld, das man hat, einfach das machen kann, was man möchte.“ (I7, Abs 151)

„Luxus ist glücklich zu sein und finanziell sich nie Sorgen um die Existenz machen zu müssen. Also so existenzielle Ängste zu haben.“ (I15, Abs. 275)

Allgemein kann gesagt werden, dass für alle Befragten der Konsum zwangsweise reflektierter wurde, für viele ist ein neues **Bewusstsein** im Umgang mit Geld entstanden. Vor dem Kauf wird öfter der Kosten-Nutzen-Faktor abgewogen. Der Stellenwert der Produkte hat sich für die Mehrheit der Jugendlichen verändert (I1, I2, I3, I5, I6, I9, I10, I11, I13, I16, I17, I18). Sie beschreiben, dass insgesamt das Bewusstsein für den Geldwert gestiegen ist. Auch ist der Genusswert eines Produktes nun höher, da sie die Ausgabe mehr wertschätzen.

„Ich glaube man hat ein größeres Bewusstsein für das, was man hat und wie man es ausgibt und wenn ich so sehe, wie andere Leute damit umgehen, bin ich manchmal froh, dass ich darauf schauen muss, weil ich es dann auch kann – im Notfall.“ (I11, Abs. 245)

Ein Jugendlicher für den Prestige durch Konsum eine Rolle spielte, hat durch die Einbußen einen anderen Zugang zu Geld bekommen:

„Und ja, die Uhr, die ich jetzt da anhabe, hat 400 € gekostet. Und ja, das gibt's jetzt nicht mehr so zu sagen jetzt. [...] Die [Klamotten, Anm.] waren mir nicht so wichtig, nur ich wollte so zeigen, dass ich Geld habe.“ (I17, Abs. 89-105)

„Man lernt mit dem Geld umzugehen. Also wenn ich so darüber, dann ist es eh viel gescheiter jetzt, dass ich mir nicht mehr so viele kaufe und mit dem Geld so herumschmeiße wie früher.“ (I18, Abs. 245)

## Konsumstrategien

Allgemein ist bei allen Jugendlichen ein sehr reflektierter Umgang mit Geld zu beobachten, neben einer Konsumreduktion bzw. -verzicht werden auch noch andere Strategien angewandt, um weniger auszugeben:

- **Preisvergleiche** werden angestellt, es wird aber nicht zwangsweise das Billigste genommen. Vielen Jugendlichen ist eine ähnliche Qualität dabei wichtig (z.B. bei Lebensmitteln, Kleidung, siehe oben).
- Daher werden auch **Produktvergleiche** (z.B. über Internetrecherche bei größeren Produkten) angestellt.
- Vor allem, wenn es finanziell knapp wird, werden **alternative Finanzquellen** gesucht. Eine der genutzten Möglichkeiten ist die Suche und Annahme von kurzfristigen Jobs (I5, I7, I8, I9, I12, I14, I15), wie Promotion, Babysitten oder Nachhilfe. Andere Strategien sind, unnötige Dinge verkaufen (I5, I11, I12), an Meinungsumfragen oder Gewinnspielen teilnehmen (I5, I8, I12), aber auch Plasma spenden (I5). Das Sparsbuch wird von einigen für bestimmte außerordentliche Investitionen hergenommen (z.B. I1, I2, I5, I6), bei einer Person wird es aber auch für die alltäglichen Ausgaben verwendet, damit kein Minus am Konto entsteht.
- **Kosten/Nutzen-Kalkül:** Die Jugendlichen denken mehr als früher darüber nach, ob die Ausgaben unbedingt nötig sind und ob das Preis-Leistungsverhältnis stimmt:

„Ich mache mir einfach bewusster was ich brauche, versuche die Dinge, die ich nicht wirklich brauche, zu reduzieren und zu schauen: Was ist mir wichtig. Für was möchte ich Geld ausgeben?“ (I14, Abs 257)

- **Finanzmanagement:** Ein Teil der Jugendlichen betreibt eine Einnahmen-Ausgaben-Listen und kontrolliert damit das vorhandene Budget. Die meisten haben erst durch die finanzielle Notlage damit angefangen, nur eine Person hat dies schon vorher gemacht. Sie planen auch für das jeweilige Monat vorausschauend, ob sich die Einnahmen mit den Ausgaben decken, Verschuldungen sollten eher vermieden werden. Z.B. für absehbare größere Ausgaben, wie bspw. das Pickerl beim Auto wird schon vorab geplant und versucht zu sparen.
- **Verschuldung** versuchen die Jugendlichen soweit wie möglich zu vermeiden, ist aber oft ein notwendiges Übel. Schulden zu haben, empfinden sie als sehr unangenehm. Bei manchen wird ab und zu das Konto überzogen, manche borgen sich von Verwandten (Eltern/Großeltern) oder auch von FreundInnen Geld aus. Eine Person (I12) hat sich über Mahnungen von Monat zu Monat „gerettet“. In einem Haushalt (I3) sind Kredite vorhanden, die aber schon vor der finanziellen Einbuße bestanden haben.
- Andere Strategien bestehen darin, dass die Jugendlichen auf bestimmte **Aktionen** im Geschäft schauen, vor allem bei Lebensmitteln und Kosmetikprodukten. **Abverkauf** bei

Kleidung sowie spezielle Angebote wie Groupon, Angebote für StudentInnen oder die Teilnahme an Gewinnspielen werden genutzt.

- Um nicht gänzlich auf Unternehmungen verzichten zu müssen, lassen sich die Jugendlichen kreative und **kostengünstige Alternativen** einfallen. Die Qualität von Produkten soll dabei aber möglichst erhalten bleiben (z.B. Zeitung über das Internet lesen, Filmabend statt Kino, Diskonter statt Supermarkt). Die kostengünstigen Varianten hinsichtlich sozialer Aktivitäten wurde oben (unter Freizeit) schon erwähnt.

Insgesamt ist ein sehr reflexiver und mehrheitlich vorausschauender Umgang mit Geld zu beobachten, teilweise wird dieser durch Planung oder Kalkulation unterstützt. Die Einfachheit ist beim Großteil der Jugendlichen verloren gegangen, sie müssen genauer und längerfristiger planen und auf „die kleinen Freuden des Alltags“ größtenteils verzichten, weil sie sich sonst die notwendigen Dinge nicht mehr leisten können.

## **Soziales Umfeld**

### **Soziale Scham und Rückzug**

Einige Personen berichten vom sozialen Rückzug (I1, I4, I12) als Konsequenz der finanziellen Prekarität:

„Da hatte ich auch keine Lust mehr zum Ausgehen, also da wollte ich immer zuhause bleiben. Habe ich halt sehr viele Filme geschaut, war sehr wichtig, also irgendetwas zu Hause tun, lesen und so. Mein Humor und alles hat sich verändert.“ (I12, Abs. 66)

„Aber so dass ich sag, ich brauch was, aber ich weiß, dass es mir nicht leisten kann, dann geh ich gar nicht hin, weil dann ärgert es mich nur, dass ich etwas sehe, was mir taugt, aber ich kann's mir nicht leisten. Und durch das auch, muss ich ganz ehrlich sagen, wird man irrsinnig faul. Man wird durch die finanzielle Einschränkung irrsinnig faul. Man bleibt mehr daham, weil man sich die Sachen nicht leisten kann.“ (I1, Abs. 110)

Manche Jugendliche berichten über soziale Scham, z.B. wenn sie sich Essen von zu Hause mitnehmen und nicht im Geschäft kaufen können. Sie empfinden vom Freundeskreis ausgehend einen indirekten Druck, auch wenn das gar nicht intendiert ist. Das ist z.B. der Fall, wenn die Personen eigentlich an den gemeinsamen Aktivitäten teilnehmen möchten, aber nicht können (siehe unten). Sehr drastisch ist der Eindruck von I12:

„Ich habe mich mehr geschämt in diesen gewissen Zeiträumen, wenn ich mal vor der Kassa stand und nicht zahlen konnte oder auch nicht genug Geld mithatte, wenn ich mit Freunden nicht zahlen konnte, weil die Bankomatkarte gesperrt war. Das waren auch Erniedrigungen für mich.“ (I12, Abs. 66)

## Freundeskreis

Die Aufrechterhaltung des sozialen Umfeldes ist, wie oben schon erwähnt, eine wichtige Komponente, daher wird auf soziale Aktivitäten, wenn möglich, nicht verzichtet:

„Natürlich kann man Geld sparen, wenn man am Wochenende net fort geht. Also da ist sicher noch etwas drinnen, [...], aber andererseits kommt man ja sonst irgendwie auch gar nicht raus.“ (I10, Abs. 197)

„Es (Essen gehen, Anm.) ist voll schwer darauf zu verzichten, weil es ist halt die beste Möglichkeit, mit Leuten was zu machen, dass man nicht so ganz den Anschluss verliert. Das wäre für mich halt schlimm.“ (I4, Abs. 87)

Der Freundeskreis weiß meist über die Situation Bescheid, es wird darüber gesprochen, die Befragten finden dort Verständnis und Unterstützung. Nur eine Person (I1) schämt sich so, dass sie darüber gar nicht spricht und Ausreden findet, hier ist auch der soziale Rückzug am Stärksten spürbar.

„Ich bin eher ausgewichen. Meistens haben sie mich gefragt: "willst du da oder da mitfahren". Geht leider nicht. Da hab ich schon etwas anderes vor, aber in Wirklichkeit habe ich gar nichts vor gehabt. Und dann bin ich halt daheim geblieben. Was soll ich machen? Kann ja ned sagen... ich mein ich kann's schon sagen, aber es war mir einfach unangenehm, dass ich kein Geld hab dafür, was nicht wirklich viel kostet, viel Spaß macht, aber es geht halt nicht, weil die Ausgaben woanders sind.“ (I1, Abs. 162)

Auch wenn der Freundeskreis verständnisvoll reagiert, empfinden aber viele Befragte indirekt einen sozialen Druck. Vor allem bei größeren gemeinsamen Aktivitäten, wie Urlaub oder Ausflüge, können sie nicht teilnehmen, sondern müssen zu Hause bleiben, während sich die FreundInnen amüsieren. Essen oder etwas Trinken gehen, Fortgehen (Eintritt in Clubs) oder Kino sind auch Dinge, wo sie zurückstecken müssen. Die persönlichen Gefühle reichen dabei von anstrengend und nervig über sehr unangenehm bis hin zu sozialer Scham. Eine Person empfindet es auch explizit als Einschränkung in der Lebensqualität, eine andere beschreibt es mit „Man fühlt sich irgendwie deppert“ (I1). Oft erfolgt dann ein (zeitlich abgegrenzter) Rückzug.

„Aber es ist halt für mich anstrengend, wenn mich meine Freunde fragen, ‚ja komm, gemma fort‘, ist es halt für mich teilweise total nervig zu sagen: ‚ich kann nicht mit, ich kann mir das einfach nicht leisten‘. Das fällt mir persönlich dann am meisten auf, beim Fortgehen.“ (I5, Abs. 42)

Mehrheitlich gibt es aufgrund der finanziellen Situation keine Veränderung im Freundeskreis. Nur bei I1 hat sich der Freundeskreis verkleinert, aber dies hängt auch mit der veränderten beruflichen Situation der Person zusammen.

In den meisten Fällen werden kreative Kompromisse gefunden, um einerseits sozial integriert zu bleiben und andererseits aber Budget einzusparen. Man sucht sich kostengünstige Aktivitäten, konkrete Beispiele sind: Clubs ohne Eintrittsgebühr besuchen, im

Park statt in der Bar etwas trinken, Essen gehen und dabei günstige und wenige Speisen bestellen oder überhaupt FreundInnen zu sich nach Hause einladen und gemeinsam kochen oder ein Picknick veranstalten.

„Die Beziehungen haben sich an und für sich gar nicht geändert, aber die Aktivitäten haben sich schon teilweise irgendwie geändert, weil es im Endeffekt nur darum geht, dass man etwas gemeinsam macht und wenn es dann weniger kostet, dann stört es niemanden.“ (I15, Abs. 205)

Der Freundeskreis dient auch als Auffangnetz, hier wird Unterstützung geboten. Vor allem in emotionaler Hinsicht, manche Befragten werden im Freundeskreis dafür bewundert, mit wie wenig Geld sie über die Runden kommen, und positiv motiviert, weiter durchzuhalten. Den Befragten wird aber auch Geld geborgt bzw. werden sie des Öfteren auf kleine Dinge, wie z.B. ein Getränk, eingeladen. Einer Person ist sogar eine kleine Urlaubsreise bezahlt worden. Generell empfinden die Befragten Geld ausborgen im Freundeskreis als unangenehm und deswegen vermeiden sie es weitgehend.

Auffällig ist, dass bei vielen Personen Markenkleidung oder der Besitz der neuesten Elektronikgeräte keine Rolle spielen und diesbzgl. auch kein sozialer Druck herrscht. Es gibt zwar bei manchen Befragten im Freundeskreis Personen, die darauf Wert legen, aber es wird dennoch nicht von den Befragten erwartet und ist kein Ausschlusskriterium.

### **Familie**

Viele Jugendliche sind finanziell selbstverantwortlich – d.h., auch wenn sie teilweise von den Eltern unterstützt werden, bestreiten sie die Lebenskosten selbst. In mehr als der Hälfte der Fälle ist in finanzieller Hinsicht eine schwierige Familiensituation vorhanden (I3, I4, I5, I8, I9, I10, I11, I12, I16, I17, I18): entweder wird die Unterstützung von den Eltern verweigert oder sie befinden sich selbst in einer schwierigen budgetären Lage, z.B. aufgrund von Trennung oder Arbeitslosigkeit. Viele Jugendliche betonen, dass sie auf eigenen Beinen stehen und nicht von den Eltern abhängig sein möchten. Sie berichten über ein schlechtes Gewissen, dass sie den Eltern gegenüber haben, vor allem, wenn es den Eltern finanziell selbst nicht gut geht. Sie sehen sich schon in einem Alter, in dem es angemessen ist, von den Eltern unabhängig zu sein.

### **Partnerschaft**

Der Umgang bei den Jugendlichen, die in einer Partnerschaft sind, ist unterschiedlich. Eine Person berichtet, dass der unterschiedliche Lebensstandard mit ein Grund für die Trennung war. Für die Befragte war es einfach nicht möglich, mit dem Lebensstil ihres Freundes mitzuhalten, für ihn hingegen war der eingeschränkte Konsumstandard der Freundin nicht nachvollziehbar. Die anderen Jugendlichen in einer Beziehung trennen ihre Finanzen bzw.

ist es bei manchen durchaus üblich, dass der/die PartnerIn finanziell mehr zum Lebensunterhalt beiträgt, vor allem wenn ein gemeinsamer Haushalt besteht.

## Zukunftsblick

Sechs der Personen ohne Matura möchten ihren Schulabschluss bzw. ihre Ausbildung beenden, zwei davon möchten nachher studieren. Die siebte Person ist auf Arbeitssuche. Die Personen mit höherer Bildung sehen den Verzicht als vorübergehend an, weswegen die Situation auch für viele tragbar ist. Sie warten, bis sie mit dem Abschluss fertig sind und einen Einsteigerjob gefunden haben.

„Sie sinkt schon (die Lebensqualität, Anm.) aber es ist ein Kompromiss mit dem ich leben kann, weil ich weiß, dass es temporär ist. Weil ich weiß, dass ich noch zwei Jahre Studium vor mir habe und dann kann ich in den Beruf einsteigen und dann sind diese Sorgen hoffentlich weg.“ (I14, Abs. 261)

Dennoch gibt es auch Meinungen, dass trotz Studium die Situation am Arbeitsmarkt sehr prekär ist und die Zukunft ungewiss und daher die Situation sehr belastend ist (z.B. I4).

Insgesamt blicken die Jugendlichen aber hoffnungsvoll in die nahe Zukunft und wünschen sich, dass sich die finanzielle Situation bald bessert. Sie sind davon überzeugt, durch die derzeitige Lebensphase einige Erfahrungen gewonnen zu haben und möchten diese Lerneffekte auch in positivere Zeiten mitnehmen – vor allem das neue Bewusstsein für Geld und Lebenskosten sowie die Budgetplanung möchten sie beibehalten.

## Literatur

asb - Staatlich anerkannte Schuldnerberatung (2013): Schuldenreport 2013.

Bosch, Aida (2010): Konsum und Exklusion. Eine Kulturosoziologie der Dinge. Bielefeld: transcript (Kultur und soziale Praxis).

Die Presse (2013): Shoppingcenter verzeichnen Besucherplus. In: *Die Presse*, 12.07.2013. Online verfügbar unter <http://immobilien.diepresse.com/home/oesterreich/1429556/Shoppingcenter-verzeichnen-Besucherplus>.

Grossegger, Beate (2010a): Jugend und Gesellschaftspolitik. Institut für Jugendkulturforschung im Auftrag des ORF.

Grossegger, Beate (2010b): „Meine Lieblingsbeschäftigung ist fernsehen und ich schlafe ab und zu auch gern“. Medien- und Konsumwelt von Kindern und Jugendlichen in sozialen Randlagen. In: *Medien und Zeit* 25. (1), S. 28–38.

Grossegger, Beate (2011): Familie, Freunde/innen, Szene: Beziehungskulturen im jugendlichen Alltag. In: BMWFJ (Hg.): 6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich, S. 199–227.

- Heinzlmaier, Bernhard (2011): Die Risikogesellschaft als allgemeiner Rahmen des Freizeit(er)lebens von Jugendlichen. In: BMWFJ (Hg.): 6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich, S. 229–254.
- Heinzlmaier, Bernhard (2013): Performer, Styler, Egoisten. Über eine Jugend, der die Alten die Ideale abgewöhnt haben. 1. Aufl. Berlin: Archiv der Jugendkulturen Verl.
- Institut für Jugendkulturforschung (2012): Bericht zur Jugend-Wertestudie 2011.
- Isengard, Bettina (2012): Die Prägung von Lebensstilen im Lebensverlauf: Eine alters- und kohortenanalytische Perspektive. In: Jörg 1968 Rössel (Hg.): Lebensstilforschung. Wiesbaden: VS Verl (Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie : Sonderheft, 51), S. 295–315.
- Laimer, Andrea; Obermüller, Anneliese (2011): Lebensphase junges Erwachsenenalter - Lebensphase Armut? Eine Trendanalyse zur Armutsgefährdung junger Erwachsener in Österreich. In: Roland Verwiebe (Hg.): Armut in Österreich. Bestandsaufnahme, Trends, Risikogruppen. Wien: Braumüller (Sociologica, 15), S. 168–184.
- Lange, Elmar 1943; Choi, Sunjong (2004): Jugendkonsum im 21. Jahrhundert. Eine Untersuchung der Einkommens-, Konsum- und Verschuldungsmuster der Jugendlichen in Deutschland / Jugendkonsum im einundzwanzigsten Jahrhundert. 1. Aufl. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwissenschaften.
- Richter, Rudolf (2011): Soziologischer Jugendbegriff - Was ist Jugend? In: BMWFJ (Hg.): 6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich, S. 27–32.
- Riederer, Bernhard; Wolsbauer, Andreas (2011): Ausstiege aus Armut in Österreich. In: Roland Verwiebe (Hg.): Armut in Österreich. Bestandsaufnahme, Trends, Risikogruppen. Wien: Braumüller (Sociologica, 15), S. 251–272.
- Statistik Austria (2012): EU-Silc 2012. Einkommen, Armut und Lebensbedingungen, Tabellenband.
- Till, Matthias (2011): Einkommen, Armut und Lebensbedingungen von Jugendlichen in Österreich. In: BMWFJ (Hg.): 6. Bericht zur Lage der Jugend in Österreich, S. 167–182.
- Verbraucheranalyse (2009): 3 Generationen im Vergleich. Unter Mitarbeit von Ingeborg Glas. Hg. v. Bauer Media KG, <http://www.verbraucheranalyse.de/publikationen/forschungsberichte>, Download vom 25.11.2013.
- Wendt, Eva (2010): Sozialer Abstieg und Konsum. Auswirkungen finanzieller Verknappung auf das Konsumverhalten. 1. Aufl. Wiesbaden: Gabler.
- Zellmann, Peter; Mayrhofer, Sonja (2013): Einschränkungen des Lebensstandards. In welchen Bereichen Einsparungen am schwersten fallen, [http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2013/114.%20FT%203-2013\\_Lebensstandard.pdf](http://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2013/114.%20FT%203-2013_Lebensstandard.pdf), Download vom 25.11.2013.

## Anhang: Übersicht interviewte Jugendliche

Nr	m/w	Alter	Bildung	Wohnen	Beruf		Einkommen in €		Einbuße in €	Zeitraum	Ursache	Art Ausgaben	Höhe Ausgaben in €	Reserven
					Vor	Nach	Vor	Nach						
1	M	20	AHS	WG	TZ, Studium	VZ, Studium	350	200	150	7 M	FBH weg	Handy	100	
2	M	25	BHS	Eltern(teil)	VZ	Studium	2.100	1.100	1.000	8 M	StBH statt Gehalt	Anteil Miete, Kleidung, Auto, Handy	800	Ja
3	W	25	BMS	Eltern(teil)	VZ (freie DN)	AL	1.600-2.400	690	~ 1.200	6 M	Kündigung	Gesamte LK (Anteil)	k.A.	Nein
4	W	22	FH	PartnerIn	VZ	Freie DN	1.200	600	600	4 M	Kündigung	Gesamte LK	600	Nein
5	W	18	PS	WG	Schule, ggf	Schule	850	550	300	2 M	Ggf weg	Gesamte LK	850	-
(6)	W	25	BHS	PartnerIn	TZ, Studium	Ggf, Studium	880	880	- (Ersatz durch Eltern)/ 150	9 M/2011	FBH weg/ WBH weg	Gesamte LK		
7	M	19	PS	Eltern(teil)	Schule	AL	80	60	20		Unterstützung von Opa weg	Essen		
8	W	24	Uni	PartnerIn	Ggf, Studium	Studium	800	500	300	6 M	Kündigung	Gesamte LK	700	Ja
9	M	18	PS	Eltern(teil)	TZ, Schule	Schule	1.100	300	800	3 M	Kündigung	Kleidung, Urlaub, Handy		Ja

Nr	m/w	Alter	Bildung	Wohnen	Beruf		Einkommen in €		Einbuße in €	Zeitraum	Ursache	Art Ausgaben	Höhe Ausgaben in €	Reserven
					Vor	Nach	Vor	Nach						
10	M	24	AHS	WG	Studium	Studium	600	500	100	5 M	FBH weg	Gesamte LK	650	
11	W	20	AHS	WG	Studium	Studium, ggf	740	620	120	4 M	StBH weg	Gesamte LK	600	
12	W	26	AHS	WG	Studium, TZ	Studium, TZ	700	600	Ca. 100	k.A.	Unregelmäßige Eingänge	Gesamte LK	Mind 600	k.A.
13	W	23	Uni	Alleine	Studium, TZ	Studium, Arbeitslos	1000	700	300	k.A.	FBH weg, Unregelmäßige Eingänge	Gesamte LK	k.A.	Ja
14	M	22	BHS	WG	Studium	Studium	800	600	200	5 M	StBH weg	Gesamte LK	600	k.A.
15	M	20	AHS	Eltern(teil)	Studium	Studium	300	450	150	7 M	Großvater gestorben	LM, Kleidung, Freizeit, Studium	300	Nein
16	M	18	PS	Eltern(teil)	Lehre	Lehre (ÜBA)	500	270	230	6 M	Wechsel Lehre	Handy, Freizeit	300	-
17	M	18	PS	Eltern(teil)	Lehre	Lehre + Kind	270	270	-		Kind	Handy, Freizeit		
18	W	18	BMS	Eltern(teil)	Lehre	Lehre (ÜBA)	600	270	330	8 M	Wechsel Lehre	Handy, Freizeit	220	Nein

## Glossar

AL	Arbeitslos
VZ	Vollzeit
TZ	Teilzeit
Freie DN	freie DienstnehmerIn
FBH	Familienbeihilfe
StBH	Studienbeihilfe
LM	Lebensmittel (gesamt)
PS	Pflichtschule
AHS	Allgemein höher bildende Schule
BHS	Berufsbildende höhere Schule
Ggf	Geringfügige Beschäftigung