



SO TICKEN DIE GENERATIONEN – EIN VERGLEICH DER BOOMER- UND JUGENDSTUDIEN

Generationenkonflikte gab es schon immer. Und das ist eigentlich auch nachvollziehbar, wenn die Lebenseinstellungen und -welten von Menschen verschiedener Altersgruppen aufeinandertreffen – man denke nur an die 1968er-Jahre. Auch durch die Fridays-for-Future-Bewegung, die Diskussion um den Klimawandel und nicht zuletzt während der Coronakrise scheint die Dynamik zwischen den Generationen zuzunehmen. Haben die Krisen der letzten Jahre verstärkt auch die Unterschiede zwischen den Generationen offengelegt oder sogar befeuert? Werden sich Generationenkonflikte zukünftig verschärfen? Eltern sind an vielen Stellen vermeintlich übertolerant und scheuen insbesondere bei der Digitalisierung Regeln. Jüngere sind in puncto Werte wie Sicherheit und Familie eher wieder sehr konservativ unterwegs. Bei welchen Themen können die Generationen nicht auf einen Nenner kommen? Und wie unterschiedlich ticken die Generationen eigentlich?

Der IKW ist mit seinen drei Jugendstudien und einer Boomer-Studie nah dran an den Lebenswelten der Gen Z und der Boomer. Ein Vergleich der gleichzeitig tiefenpsychologischen und repräsentativen Studien zeigt, wieso Jüngere und Ältere so unterschiedlich ticken und was die Menschen der jeweiligen Generationen bewegt und prägt.

Die Studien „Boomer ungeschminkt“ und „Jugend ungeschminkt“ beschäftigen sich mit dem Selbst-Wert-Gefühl, den Träumen und Wünschen, aber auch Sorgen sowie Unsicherheiten rund um das Erwachsen- und Älter-Werden. Die Bedeutung von Familie, Freunden, Aussehen und Sexualität wurde bei den Studien ebenso unter die Lupe genommen wie die eventuelle Relevanz von Kosmetik und Schönheitspflege. Für die Jugendstudien kamen 100 Jugendliche auf die Couch und rund 3.000 wurden im Online-Panel befragt. Allesamt waren zwischen 14 und 22 Jahren und erhielten außerdem Fragen zu Selfies und Instagram. Die rund 60 „Boomer“ in den Tiefeninterviews und 1.000 im Online-Panel waren zwischen 50 und 65 Jahren alt und standen noch im Berufsleben oder waren kurz vor der Rente. Sie wurden zusätzlich zu Beruf und Partnerschaft befragt. Alle Befragungen wurden von Lönneker&Imdahl rheingold salon durchgeführt.

Was bewegt und prägt nun die beiden Generationen?

Gen Z hat eine große „Sehn-Sucht“ nach Sicherheit, heiler Welt und Kontrolle!

Ein „Kontroll-Verlust“ ist für sie das Worst-Case-Szenario!

Die Boomer treibt gerade die Sehn-Sucht nach „Entgrenzung“ und „Unabhängigkeit“ an!

Für sie ist die „Ernüchterung“ durch das Realitätsprinzip das Angstbild!

DIE JUGEND DER BOOMER: DIE REBELLEN VON DAMALS

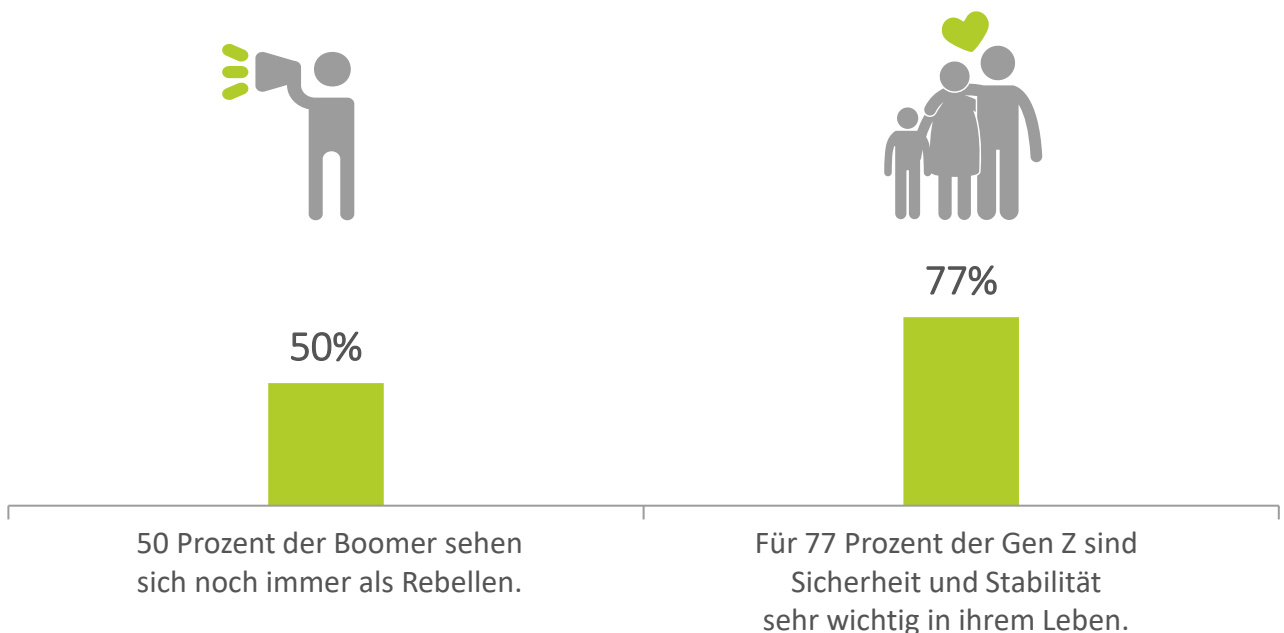
Blickt man auf die Jugend der heute 50- bis 65-Jährigen, so zeigt sich, dass die Boomer schon damals die Rebellen waren, die sich gegen Rollenbilder und Normen der Älteren auflehnten. Grenzen wurden gerne und bewusst überschritten. Ines Imdahl, die Studienleiterin, erklärt: „Grenzerfahrungen und Grenzüberschreitungen gehörten damals zum Lebensmotto der Boomer. Ob in der Musik, der Erotik oder der Partnerschaft – es wurde viel ausprobiert und nur wenig akzeptiert. Das ist auch heute noch so. Entgrenzung ist quasi das Kernmotiv dieser Generation.“ Und die Studie belegt: 50 Prozent der Boomer bezeichnen sich noch immer als Rebellen, die Grenzen nur schwer akzeptieren können.

Und heute? Selbstbestimmt und unabhängig gehen die Boomer durchs Leben und fühlen sich mit 58 Prozent mehrheitlich als sehr selbstbewusst. Das Besondere hierbei: Das Selbst-Wert-Gefühl dieser Generation ist nicht vom tatsächlich Erlebten abhängig. Krisen oder Rückschläge? Sie wirken eher motivierend als hemmend. Viel relevanter für das eigene Selbstbewusstsein ist, ob Mann oder Frau das Gefühl hat, Einfluss auf das eigene Leben nehmen zu können. Und davon ist die Mehrheit überzeugt. 58 Prozent der Befragten glauben, nicht vom Schicksal abhängig zu sein. Sie glauben vielmehr, dass man immer etwas ändern kann, wenn man nur anpackt – Frauen mit 62 Prozent sogar noch mehr als die Männer mit 55 Prozent. Kein Wunder, dass es die Frauen sind, die so häufig den Alltag wuppen.

GEN Z: SELBST-WERT DURCH (SELBST-)KONTROLLE UND ANPASSUNG

Das, was Boomer oft verträumt als „rauschhafte Entgrenzung“ in ihrer Jugend beschreiben, fühlt sich für die heutige Gen Z wie ein Kontrollverlust auf drei Ebenen an: auf der körperlichen, der gesellschaftlichen und der familiären Ebene verlieren die Jugendlichen buchstäblich die Kontrolle! Der eigene Körper erschwert das Erwachsenwerden, denn die Pubertät macht alles neu und „unkontrollierbar“: Hormone, Gefühlswallungen sowie eine aufkeimende Sexualität und die Entwicklung der Geschlechtsmerkmale erschüttern neben der ungewohnten Körperbehaarung, Schweißgeruch, Pickeln und fettigen Haaren das eigene „Selbst-Wert-Gefühl“. Als wäre dies nicht schon schwierig genug, leben sie in einer Krisengesellschaft. Flüchtlingskrise und Corona-Krise geben der Gen Z ohnehin das Gefühl, in einer Zeit mit wenig Halt und Sicherheit zu leben. Eine heile Familie wäre schön, aber anders als in früheren Generationen sind auch die familiären Situationen aus Sicht der jungen Menschen wenig stabil.

Die Jugendlichen erleben hier Extremsituationen in Form eines Kontrollverlusts – bei sich oder anderen. Auch wenn einige in heilen Welten leben – gerade sie haben Angst, diese bei all den Krisen zu verlieren. Aber viele leben bereits in brüchigen Welten und befürchten, dass es noch schlimmer werden könnte. Sie sehnen sich daher nach der heilen Welt, wo immer sie sie finden. Deshalb ist die Kontrolle des Unberechenbaren die größte Sehnsucht der Gen Z. Für 77 Prozent sind Sicherheit und Stabilität ihre Ideale und Anpassung ist ihre neue „Rebellion“! Wen wundert es da, dass sich 76 Prozent tendenziell von ihren Eltern geliebt und umsorgt fühlen.



BOOMER VON HEUTE: SELBST-WERT DURCH GRENZÜBERSCHREITUNGEN UND SELBSTVERWIRKLICHUNG

Sicherheit gebende Normen und Rollen finden dagegen bei den Boomern immer noch wenig Akzeptanz. Sie suchen in ihrem Leben immer wieder neue Grenzen und Grenzüberschreitungen – und wollen sich so lange wie möglich alle Möglichkeiten offenhalten. Die Faszination für das Extreme, das Rauschhafte ist immer noch da. Ob im Job, beim Feiern oder in der Erotik – das Gefühl, dass das noch nicht alles gewesen sein kann, zieht sich durch viele Lebensbereiche. Boomer arbeiten mehr als andere Altersgruppen und testen bei extremen Sportarten ihre körperlichen Grenzen aus. Und mehr als 60 Prozent der Generation wollen regelmäßigen und erregenden Sex haben. „Lebens-Abschnitts-Gefährte“ ist das Prägungswort der Generation Boomer.

Auf Rausch und Entgrenzung folgen notwendigerweise aber immer wieder Ernüchterungen – das ist das Realitätsprinzip, das die Boomer weniger gern mögen. Dann nehmen sie sich vor, vernünftiger zu sein, weniger zu arbeiten und meinen, alles im Griff zu haben. Auch Sex spielt dann keine Rolle mehr. So leben die Boomer ein Leben zwischen rauschhaften Träumen und Ernüchterung.

Ca. 75 Prozent haben noch Träume und wollen einige davon auch wahrmachen. Mehr als 60 Prozent hätten tatsächlich gern noch einmal alle Möglichkeiten offen. Aber: Einige sind in ihrem Leben zumindest phasenweise auch ganz generell ernüchtert.

BERUFLICHE ZIELE DER GEN Z: OHNE AUFWAND BERÜHMT WERDEN

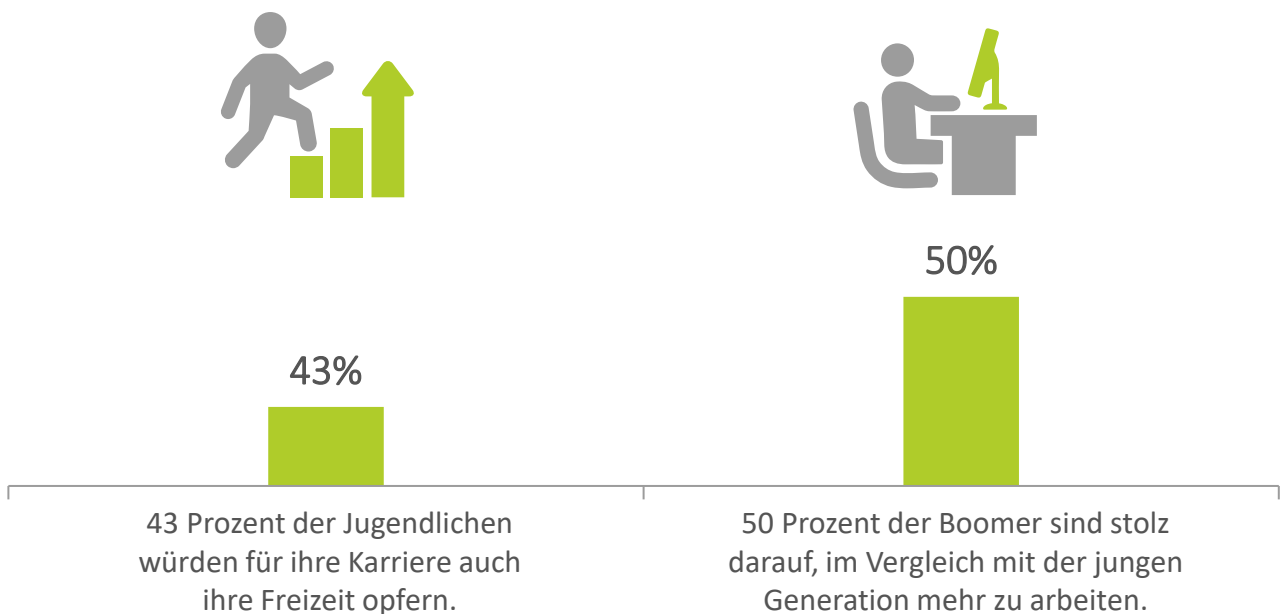
Die jugendliche Gen Z hat demgegenüber auffällig große Lebenspläne mit zum Teil fantastisch klingenden Karriereplänen und Erwartungshaltungen: Nobelpreisträger, Astronaut, Diktatoren-Verfolger oder Doktor- und Professortitel – alles liegt im Bereich des Möglichen. Genauso, wie berühmt zu werden: 30 Prozent der Jugendlichen glauben und wollen das. Denn die Gen Z gewinnt auch Kontrolle über ihr Leben durch große Träume und Pläne. Und glaubt beruflich viel erreichen zu können – auch mit wenig Eigenleistung. 52 Prozent glauben sogar, dass man von ihnen und ihren großen (erreichten) Zielen später noch sprechen wird. Aber nur ca. 43 Prozent würden für ihre Karriere auch ihre Freizeit opfern.

BERUFLICHE ZIELE DER BOOMER: ARBEIT BIS ZUM UMFALLEN – FÜR DIE KARRIERE UND DIE UNABHÄNGIGKEIT

Die Boomer opfern ihre Freizeit dagegen gern und arbeiten rauschhaft einfach weiter bis zum Umfallen. 50 Prozent sind stolz darauf, im Vergleich mit der jungen Generation mehr zu arbeiten. 62 Prozent schätzen die Freiheit und Selbstbestimmungsmöglichkeiten, die ihnen die Arbeit gibt. Finanzielle Unabhängigkeit ist 72 Prozent besonders wichtig – Frauen genauso wie Männern.

Besonders den Boomer-Frauen ist ihre finanzielle Unabhängigkeit wichtiger als Karriere. Und die Studie zeigt: Je unabhängiger, eigenständiger und wertgeschätzter die Karrieren oder Jobs der Frauen sind, desto eher trauen sie sich generell etwas zu – Arbeit macht selbstbewusster.

Auch bei den Boomer-Männern ist Arbeit zentral für ihr Selbst-Wert-Gefühl. Aber – sie stehen hier in einem ständigen Wettbewerb. Zunächst soll Arbeit ihnen Sicherheit verschaffen, als Mann nicht versagt zu haben. Die Kür ist, einen Beruf zu haben, der auch die eigenen Bedürfnisse zufriedenstellt.



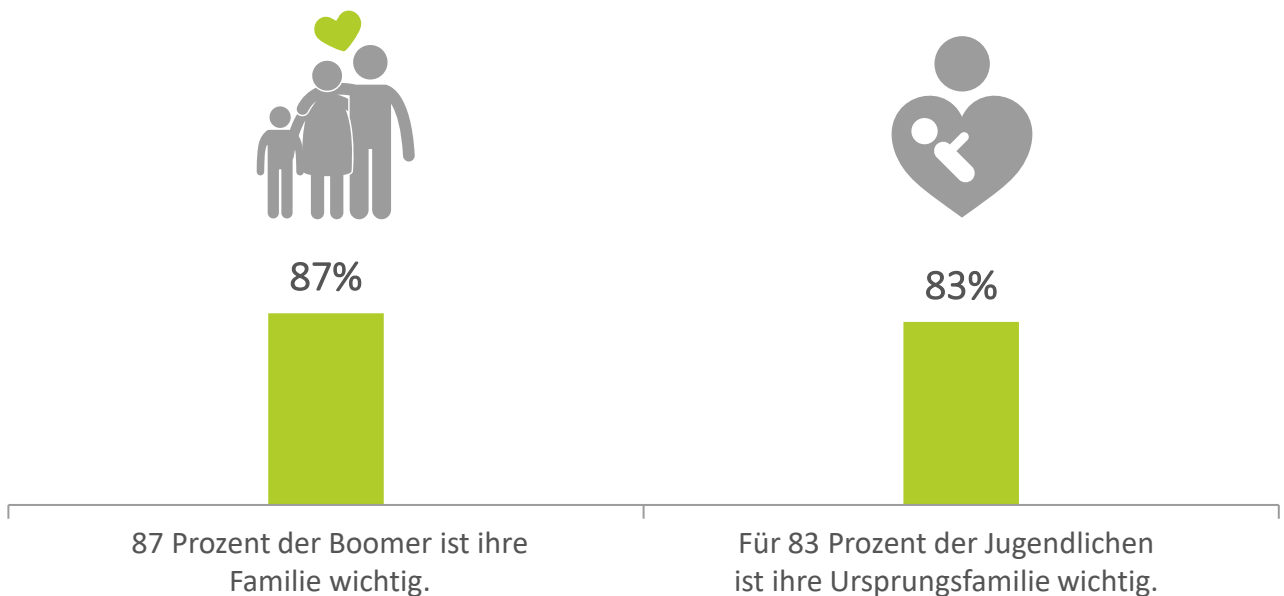
BOOMER UND GEN Z: FAMILIE FIRST

Die Generationen treffen sich in der Familie. 87 Prozent der Boomer ist ihre Familie wichtig. 77 Prozent wollten immer eine eigene Familie haben und 63 Prozent finden ihre eigenen Kinder sehr wichtig für das Selbstbewusstsein. Die eigenen Kinder machen stolz – und das sind nicht selten eben genau jene Jugendlichen der Gen Z.

Grenzen wollen und können die Boomer dann übrigens auch ihren Kindern nicht gut setzen. Zum Beispiel wenn die Jugendlichen stundenlang auf Instagram sind. Hier suchen die Boomer Nähe über die Generationengrenzen hinweg und scheuen den Konflikt. Die Jungen und Mädchen bekommen hier kaum zeitliche Grenzen vorgegeben – nur ca. 20 Prozent haben überhaupt ein Limit bei ihrer Instagram- oder Handy-Zeit. Bei knapp zwei Dritteln von ihnen bedeutet das noch immer 4 Stunden am Tag.

Auch der Gen Z geht fast nichts über die eigene Familie – außer vielleicht sie selbst. Denn ihre eigene Karriere ist ihnen noch wichtiger. 83 Prozent ist ihre Ursprungsfamilie sehr wichtig. Und ca. 80 Prozent möchten auch eine eigene Familie gründen. Aber: 61 Prozent möchten vor der eigenen Familienplanung erst einmal selbst Karriere machen.

Die Familie ist trotzdem für sie ein Symbol, das Sicherheit vermittelt sowie eine Liebesform, die frei von den brisanten, unkontrollierbaren Hormonwelten und Sexualisierungen ist. Familie und auch Freunde schaffen Sicherheit und Verlässlichkeit. Um insgesamt nicht allein zu sein, sind Freunde – und beste Freundinnen – fast allen Befragten wichtiger als Liebes-Beziehungen!



GEN Z: FREUNDSCHAFT VOR PARTNERSCHAFT

Ca. 80 Prozent der Gen Z ist es wichtiger, sich mit Freunden zu treffen als mit Dates. Denn Daten und Verlieben bedeuten Kontrollverlust. Im Ideal sind Beziehungen so verlässlich wie gute Freundschaften. Im Zweifel sind ca. 52 Prozent der Jugendlichen Freundschaften generell wichtiger als Beziehungen / Partnerschaften.

DEN BOOMER-FRAUEN GEHT FREUNDSCHAFT VOR PARTNERSCHAFT – BEI DEN MÄNNERN IST ES UMGEKEHRT

Partnerschaften sind für 59 Prozent der Boomer-Frauen und 67 Prozent der Boomer-Männer sehr wichtig. Frauen sind in ihrem Selbst-Wert-Gefühl aber unabhängiger von der Partnerschaft, denn 57 Prozent können auch als Single gut leben und 65 Prozent verbringen gerne Zeit ohne Partner. 52 Prozent der Frauen glauben sogar, allein besser zurechtzukommen als Männer, denn sie haben gute Freundinnen zum Reden. Männer brauchen dagegen die Partnerschaft. Zeit, ohne die Partnerin verbringen zu können, ist „nur“ 52 Prozent der Männer sehr wichtig.

GEN Z MÖCHTE SEXUALITÄT KONTROLLIEREN, WÄHREND BOOMER IHRE SEXUALITÄT VOLL AUSLEBEN MÖCHTEN

Sexualität und Selbst-Wert hängen ebenfalls eng zusammen. Der Gen Z ist es wichtig, Sexualität zu kontrollieren – obwohl Sexualität an sich unkontrollierbar ist. Insbesondere körperlich-pubertäre Ausprägungen sollen kontrolliert werden. Gelingt das, steigt der erlebte Selbst-Wert. Boomer möchten Sexualität dagegen voll ausleben und definieren sich auch durch ihre Sexualität. Sexualität ist für sie zentral, um sich mitreißen zu lassen und Grenzen aufzulösen – sie ist damit extrem wichtig für den Selbst-Wert der „Generation grenzenlos“. 63 Prozent der Boomer wollen sich beim Sex richtig ausleben. 66 Prozent finden es wichtig, erregenden Sex zu haben. Einige lassen sich noch rauschhaft auf Erotik ein – und sind teils wie frisch verliebt. 51 Prozent wollen regelmäßigen Sex. Neben allem Rauschhaften erleben jedoch auch 44 Prozent aller Boomer Ernüchterung in der Liebe. So brauchen 33 Prozent der Frauen und 23 Prozent der Männer keinen Partner, um sich gut zu fühlen.

BEI BEIDEN GENERATIONEN IST AUSSEHEN FÜR DEN SELBST-WERT ZENTRAL: PERFEKTES AUSSEHEN FÜR DIE GEN Z UND JUGENDLICHES AUSSEHEN FÜR DIE BOOMER

Das Aussehen ist für den Selbst-Wert beider Generationen sehr wichtig. Gen Z strebt perfektes Aussehen an, das ihnen innere Sicherheit gibt. Boomer sind eigentlich mit ihrem Aussehen ganz zufrieden. Nur wenige hadern mit ihrem Äußeren. Aber sie streben trotzdem gutes Aussehen an, denn es bedeutet für sie Unabhängigkeit. In puncto Aussehen überschreiten die Boomer (Alters-) Grenzen, denn das Alter wird nur schwer akzeptiert. 69 Prozent der weiblichen Boomer möchten jünger aussehen als sie sind. Hierbei geht es weniger um einen überzogenen Jugendwahn. Frauen und Männern dieser Generation ist es vielmehr wichtig, jugendlich fit und gesund zu bleiben. Das macht sie unabhängig und lässt sie Herausforderungen im Alter besser bewältigen. Denn gebrechlich wollen sie alle später in keinem Fall sein.

Und wenn das Alter durch Falten, Haarausfall und Fettpölsterchen sichtbar wird? Dann gibt es dagegen wirksame Mittel und Verfahren, in welche die Boomer gerne investieren. Für 89 Prozent der Frauen ist es sehr wesentlich, etwas für das Aussehen zu tun. Und das ist deutlich mehr als bei den Männern mit 71 Prozent. Denn: Insbesondere für Frauen macht Unabhängigkeit vom Alter(n) selbstbewusst! Gutes Aussehen ist daher für die Frauen wichtiger als für die Männer.

SCHÖNHEITSPFLEGE GIBT BOOMERN UNABHÄNGIGKEIT

Auch die Anwendung der Schönheitspflege gibt den Boomern Unabhängigkeit. 67 Prozent der Boomer finden Körper- und Schönheitspflege in ihrem Leben sehr wichtig. Bei 59 Prozent beeinflussen Körper- und Schönheitspflege ihre Stimmung positiv. Und 56 Prozent werden dadurch sogar selbstbewusster.

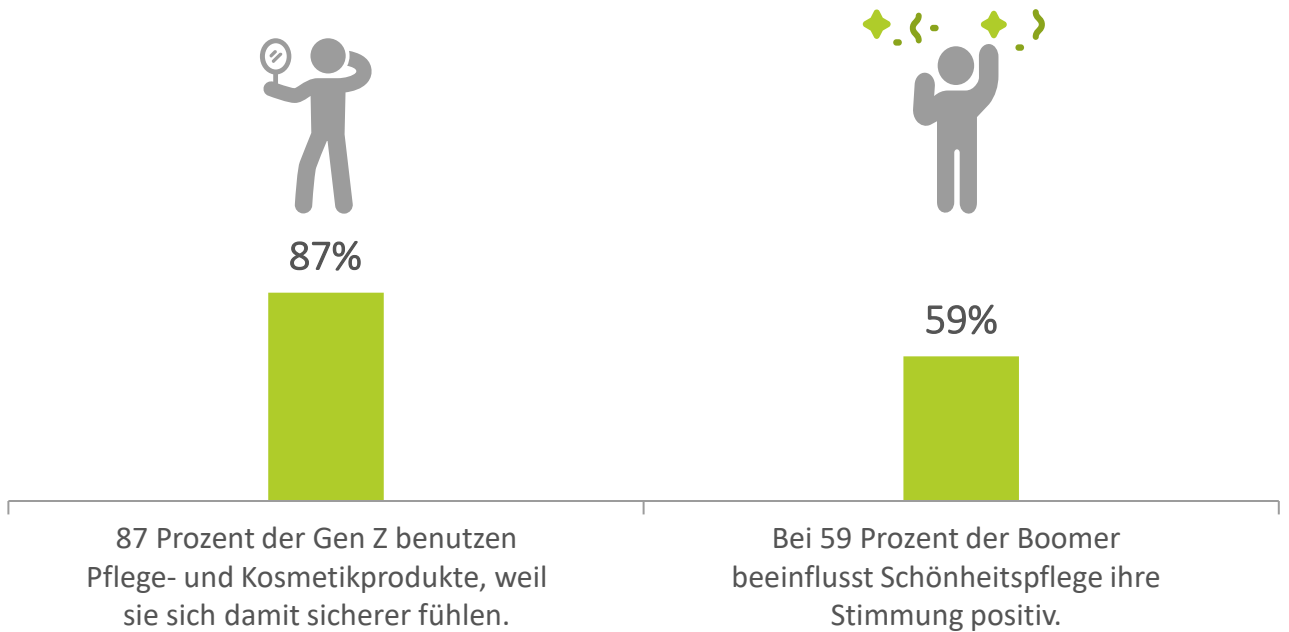
Männer und Frauen sind sich in puncto Kompetenz im Bereich Schönheitspflege einig: Die liegt eindeutig bei den Frauen. Die Empfehlung der eigenen Frau oder Freundin ist für mehr als 40 Prozent der Männer das wichtigste Entscheidungskriterium beim Kauf eines Kosmetikprodukts. Und welche Produkte sind für die Frauen und Männer der Boomer-Generation besonders wichtig? Handcreme und Enthaarungsprodukte sind für sie und ihn wichtig. 77 Prozent der Frauen und 65 Prozent der Männer verwenden Handcreme mehrmals täglich. 38 Prozent der Frauen halten Enthaarungsprodukte für persönlichkeitsrelevant – so wichtig wie Lippenstift. Und auch 15 Prozent der Männer verwenden täglich Körperenthaarungsprodukte – 24 Prozent halten sie für persönlichkeitsrelevant.

SCHÖNHEITSPFLEGE GIBT GEN Z SICHERHEIT UND KONTROLLE

Gen Z gibt Schönheitspflege dagegen Selbstsicherheit und Kontrolle. Pflege und Kosmetik sind zentraler Bestandteil der Jugendkultur, weil die Jugendlichen damit Sicherheit gewinnen und sich wertvoller fühlen. 73 Prozent der Jugendlichen finden Körper- und Schönheitspflege in ihrem Leben sehr wichtig. 85 Prozent benutzen Pflege und Kosmetikprodukte, weil sie sich damit sicherer fühlen.

Und was steckt dahinter? Mit Schönheitspflege passen sie sich an und perfektionieren ihre Auftritte. 64 Prozent wollen durch die Verwendung vermeiden, negativ aufzufallen. Sie kontrollieren ihre Gefühle und hoffen, brüchige Verhältnisse damit „kitten“ zu können. 67 Prozent wollen durch die Verwendung beim anderen Geschlecht besser ankommen.

Und bei den Produkten: Mascara ist für sie und Haarstyling für ihn von besonderer Bedeutung. 67 Prozent der Mädchen nutzen täglich oder mehrmals täglich Mascara. 45 Prozent der Jungen erachten Haarstyling-Produkte als wichtig. Und generell geht bei Gen Z ohne Deo kaum etwas: 83 Prozent nutzen täglich bzw. mehrmals täglich Deo, um die eigenen „unkontrollierbaren“ Körpergerüche zu überdecken.



KONTAKT



MEHR ZU DEN STUDIEN:

IKW-Jugendstudien: <https://www.ikw-jugendstudie.org/>

Boomer-Studie: <https://www.ikw-boomerstudie.org/>

ANSPRECHPARTNER ZU DEN STUDIEN

Ines Imdahl

Geschäftsführerin
Lönneker & Imdahl rheingold salon
Imdahl@rheingold-salon.de

Birgit Huber

Bereichsleiterin Kompetenz-
partner Schönheitspflege im IKW
bhuber@ikw.org

lönneker
&imdahl
rheingold salon

SCHÖNHEITSPFLEGE"
KOMPETENZPARTNER IM IKW