

Einstellungen und Verhaltensweisen von Schülern auf modischem Gebiet: (Zusatzbericht zur Studie "Jugend und Mode 85")

Karig, Ute

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Karig, U. (1986). *Einstellungen und Verhaltensweisen von Schülern auf modischem Gebiet: (Zusatzbericht zur Studie "Jugend und Mode 85")*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-399385>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Einstellungen und Verhaltensweisen
von Schülern auf modischem Gebiet

(Zusatzbericht zur Studie "Jugend und Mode 85")

Bericht: Ute Karig

Forschungsleiter: Dr. Cordula Günther

Gesamtverantwortung: Prof. Walter Friedrich

Leipzig, Juli 1986

Inhalt

	Seite
1. Einleitung	3
2. Methodisches Vorgehen	3
3. Einstellungen und Verhaltensweisen von Schülern auf modischem Gebiet	4
3.1. Einstellungen zur Mode	4
3.1.1. Modeinteresse	4
3.1.2. Motive für bestimmtes Modeverhalten	5
3.1.3. Quellen für modische Anregungen	7
3.2. Realverhalten auf modischem Gebiet	10
3.2.1. Reaktion auf neue Modetrends	10
3.2.2. Kaufverhalten (unter besonderer Berücksichtigung der Jugendmodeeinrichtungen)	12
3.2.3. Tragegewohnheiten	16
3.2.4. Hobbytätigkeit/Selbstanfertigung	19
4. Zusammenfassung	21
5. Tabellenanhang	23

1. Einleitung

Mode spiegelt stets den jeweiligen Zeitgeschmack, darüber hinaus aber auch die bestehenden wirtschaftlichen, kulturellen, politischen und weltanschaulichen Bedingungen wider. Meist wird Mode (lateinisch: modus "Art und Weise") mit Kleidung gleichgesetzt, obwohl sie genaugenommen große Bereiche der Kultur umfaßt.

Im Sprachgebrauch versteht man allgemein unter Mode das gestaltete äußere Erscheinungsbild des Menschen entsprechend dem Zeitgeschmack. Wenn also im folgenden von Mode gesprochen wird, dann ist ausschließlich die Bekleidungsmode gemeint.

2. Methodisches Vorgehen

Im Zeitraum September/Oktober 1985 wurde von Zentralinstitut für Jugendforschung eine Untersuchung zum Bekleidungs- und Modeverhalten Jugendlicher mit dem Titel "Jugend und Mode 85" durchgeführt. Erfast wurden dabei 2624 junge Leute im Alter von 16 bis 25 Jahren.

Die Population setzte sich wie folgt zusammen:

Lehrlinge	32 %
Studenten	17 %
Arbeiter (materielle Produktion, Handel und Dienstleistungsbereich zusammengefaßt)	38 %
Angestellte (ebenfalls zusammengefaßt)	13 %

Parallel zum Hauptfragebogen wurde ein weiterer Fragebogen eingesetzt, mit dem zusätzlich 333 Schüler an Leipziger Oberschulen im Alter von 14 bis 17 Jahren befragt werden konnten.

Der Geschlechteranteil an der Gesamtzahl der befragten Schüler war nahezu gleich, 53 % waren Mädchen, 47 % Jungen. Dabei waren die einzelnen Altersgruppen folgendermaßen vertreten:

14 Jahre	22 %
15 Jahre	52 %
16 Jahre	25 %
17 Jahre	1 %

Die befragten Schüler besuchten die 9. bzw. 10. Klasse. Durchgeführt wurde die Untersuchung in acht polytechnischen Oberschulen in Leipzig, insofern können die Ergebnisse der Untersuchung keineswegs als repräsentativ betrachtet werden. Folgende Oberschulen wurden einbezogen:

- 11. POS "B. Schönlank"
- 15. POS "G. Shukow"
- 16. POS "H. Holtzhauer"
- 17. POS "Dr. R. Sorge"
- 18. POS "H. Liebmann"
- 63. POS "E. Grube"
- 64. POS "W. Komarow"
- 19. POS "E. Ferl"

Vergleiche zur Hauptpopulation sind z.T. im vorliegenden Bericht bereits enthalten. Weitere Informationen können dem Forschungsbericht "Modespezifische Verhaltensweisen - Erste Auswertungsergebnisse zur Studie Jugend und Mode 1985" (Nr. VD - ZIJ - 15/86) entnommen werden.

3. Einstellungen und Verhaltensweisen von Schülern auf modischem Gebiet

3.1. Einstellungen zur Mode

3.1.1. Modeinteresse

Man kann davon ausgehen, daß bei Jugendlichen, insbesondere bei Schülern im Alter von 14 bis 17 Jahren, das Interesse an Mode insgesamt außerordentlich stark ausgeprägt ist. Das ist natürlich in erster Linie damit zu erklären, daß gerade im Jugendalter die "Suche nach sich selbst" stattfindet und man bestrebt ist, Formen der Identifikation zu finden. Dabei gibt es natürlich große Unterschiede unter den jungen Leuten in bezug auf Wertmaßstäbe, Idealvorstellungen, Realisierungsmöglichkeiten der eigenen Ideen usw., was nicht zuletzt in diesem Alter noch von den vorhandenen materiellen Mitteln der Eltern bzw. Angehörigen abhängig ist.

Die überwiegende Mehrheit der befragten Schüler (81 %; bei den Mädchen 94 %) konnte von sich sagen, sehr starkes bzw. starkes Interesse an Mode zu haben, unabhängig davon, ob alles mitgemacht wird oder nicht. Nur 1 % der Befragten interessierte sich überhaupt nicht dafür. Dieses Ergebnis ist nicht verwunderlich, zumal unter Mode vieles verstanden werden kann, nicht nur die Bekleidungsmode (siehe auch Tabellenanhang, Tabelle I).

3.1.2. Motive für bestimmtes Modeverhalten

Im einzelnen differieren natürlich die Beweggründe für ein bestimmtes Modeverhalten sehr stark. Die Motive sind äußerst vielgestaltig, und oft spielen gerade bei jungen Leuten scheinbar unwichtige Dinge eine Rolle. Eine Übersicht über einige Motive und deren Bedeutsamkeit für Schüler der 9. und 10. Klasse soll in Tabelle 1 gegeben werden.

Deutlich wird, Kleidung ist ein wichtiges Mittel der Selbstdarstellung, und "Wohlfühlen in der zweiten Haut" erhöht die Selbstsicherheit der jungen Leute ganz beträchtlich. Auch ist noch immer durchschlagend der Wunsch nach praktischer und bequemer Kleidung, was allerdings in den wenigsten Fällen auf Kosten der Schönheit geht. Dies vor allem bei den jungen Mädchen, was wohl in der Natur der Sache liegt. 56 % der Mädchen möchten, daß die Kleidung ihnen helfe, schön zu sein, unter den Jungen spielte dieses Motiv nur bei 29 % die entscheidende Rolle. Schönheit ist hier nicht der Wertmaßstab. Auch sind die jungen Männer nicht in dem Maße wie die Mädchen bestrebt, ihren individuellen Typ zu unterstreichen (41 % bei den Mädchen, 26 % bei den Jungen), woraus auch folgt, daß sie weniger "experimentieren" als die Mädchen. 54 % der Mädchen macht es Spaß, ihre Kleidung in immer neuer Weise zusammenzustellen, zu "experimentieren", und nur 19 % der Jungen können dies von sich behaupten. Gleiches trifft zu für das "Sich-selbst-Verwandeln", was bei 38 % der Mädchen große Bedeutung hat, aber nur bei 12 % der Jungen.

Tab. 1: Motive für bestimmtes Modeverhalten (in %)

Antwortpositionen: Das trifft zu ...

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht
- 0 Darüber habe ich noch nicht nachgedacht

	1	2	3	4	0
1. Meine Kleidung muß in erster Linie bequem und praktisch sein.	80	16	3	1	-
2. Ich fühle mich sicherer im Auftreten, wenn mir meine Kleidung selbst gut gefällt.	80	13	2	2	3
3. Kleidung soll mir helfen, schön zu sein.	44	34	10	6	6
4. Es macht mir Spaß, meine Kleidungsstücke in immer neuer Weise zusammenzustellen, zu "experimentieren".	38	27	23	6	6
5. Ich versuche, mit meiner Kleidung meinen individuellen Typ zu unterstreichen.	34	28	17	7	14
6. Ich versuche, mich durch meine Kleidung von der älteren Generation abzuheben.	33(23)	24(30)	17(19)	10(20)	16(8) ¹
7. Kleidung ist für mich eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des anderen Geschlechts zu gewinnen.	26	36	19	10	9
8. Es macht mir Spaß, mittels Kleidung mich selbst zu verwandeln.	26	29	24	10	11
9. Ich kleide mich gern so, wie es bei meinen Freunden gerade "in" ist.	10(3)	47(39)	27(34)	11(22)	5(2)

¹ Die in Klammern angegebenen Zahlen dienen dem Vergleich mit der Hauptpopulation.

Ein gewisses, teilweise althergebrachtes Rollenverhalten in bezug auf Mode schimmert hier durch. Die Jungen gaben auch insgesamt an, sich weniger für Mode zu interessieren (hier ist natürlich dann in jedem Falle nur die Bekleidungsmode gemeint), wobei dies m.E. auch daraus resultieren kann, daß sich ganz einfach andere (z.B. die Mutter, Freundin) dafür interessieren und man selbst dem gar nicht die Bedeutung beimessen muß. Immerhin: Ein Großteil der jungen Männer in diesem Alter geht doch sehr modisch gekleidet. Auch wird vielleicht mancher das Interesse nur auf das Studium von Modezeitschriften u.ä. beziehen, obwohl er sich selbst schon dafür interessiert, was er trägt. Die Vielfalt des Begriffes 'Modeinteresse' kann hier durchaus zu einigen Verschiebungen innerhalb der Aussagen der jungen Leute geführt haben.

3.1.3. Quellen für modische Anregungen

Ein Gradmesser für das tatsächliche Interesse an modischen Erscheinungen ist zweifellos die Tatsache, inwiefern man sich selbst aktiviert, um an Informationen, Anregungen, neue Ideen heranzukommen. Auch hier gibt es natürlich eine Vielzahl von Möglichkeiten für die jungen Leute. Insgesamt ergab sich für die Schüler folgendes Bild (vgl. Tab. 2).

Aus der Tabelle geht deutlich hervor: Wesentlichste Anregungen bekommen die befragten Schüler der 9. und 10. Klassen durch Begegnungen im täglichen Leben, auf der Straße, in der Disko usw. Wichtig sind auch die Ideen aus ausländischen Modezeitschriften, aber auch die Art und Weise, wie sich Freunde kleiden. Kaum eine Rolle spielen in diesem Zusammenhang die Modebeiträge aus "neuem Leben" und "Junger Welt". Befragt nach der Modebeilage der "Jungen Welt", gaben nur 17 % der Schüler an, diese meistens zu lesen. Ein ähnliches Bild ergibt sich daraus folgend für die praktische Umsetzung der Vorschläge aus der Modebeilage, 11 % hatten diese bereits mehrmals praktisch genutzt, 64 % noch gar nicht (siehe auch Tabellenanhang, Tabelle II und III). 95 % der Befragten hatten sich auch noch nie mit Vorschlägen bzw. Fragen an die Redaktion der JW gewandt.

Tab. 2: Woher erhalten Sie modische Anregungen? (in %)

Ich erhalte Anregungen ...

- 1 häufig
- 2 ab und zu
- 3 selten
- 4 nie

(In Klammern: Vergleichszahlen der Hauptpopulation)

	1	2	3	4
1. durch Bekleidungs- ideen , die ich bei Fremden auf der Straße/in der Disko sehe	48!	35	11	6
2. aus ausländischen Modezeitschriften	36!(25)	27(26)	19(23)	18(26)
3. durch die Bekleidung meiner Freunde	34	41	19	6
4. durch Angebote in Geschäften/Schaufenstern	26	42	21	11
5. von Rock- und Popstars/Film- und Fernsehhelden/Moderatoren u.ä.	22!(11)	30!(19)	22(24)	26(46)
6. aus Modeseudungen im Fernsehen/Rundfunk	18	37	25	20
7. aus anderen Zeitungen/Zeitschriften	14	30	30	26
8. aus der "Jungen Welt"/dem "neuen Leben"	11	22	27	40
9. aus Modezeitschriften der DDR	10	27	27	36
10. durch Modenschauen	8	27	30	35

Zum größten Teil sind es die Mädchen, die sich mit der Modebeilage der JW beschäftigen, und vor allem sind es diejenigen, die auch die meisten selbstangefertigten Kleidungsstücke besitzen. Auch wenn es um die praktische Nutzung geht, liegen gerade bei ihnen die Zahlen am höchsten. Insgesamt entnehmen die jungen Mädchen, die überwiegend selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen, meistens ihre Anregungen ausländischen Modezeitschriften bzw. schauen sich etwas auf der Straße oder in der Disko ab.

Eine nicht unwesentliche Rolle spielen gerade für Jugendliche im Alter von 14 bis 17 Jahren Vorbilder, Ideale, aber auch Idole. Nicht selten werden diese auch in den Massenmedien gefunden. Befragt nach eventuellen Vorbildern für modische Anregungen, besonders aus der Rock- und Popszene bzw. Film- und Fernsehhelden, gab ca. ein Drittel der Schüler an, sich Anregungen aus diesem Bereich zu holen. Die überwiegende Mehrheit nannte dabei Rock- und Popstars aus dem NSW (Anzahl der Antworten insgesamt: 126). Die zehn am häufigsten genannten Interpreten sollen nachfolgend in der Reihenfolge der Häufigkeit der Nennung aufgeführt werden:

1. Madonna	34
2. Depeche Mode	26
3. Nena	22
4. Modern Talking	16
5. Kim Wilde	11
Udo Lindenberg	11
6. Boy George	7
7. Tina Turner	6
Billy Idol	6
Victoria Principal	6
Falco	6
8. Howard Jones	5
Thomas Gottschalk	5
9. Rick Springfield	4
Duran Duran	4
Cindy Lauper	4
10. Inka	3
Accept	3
Dallasschauspieler	3

Weitere Interpreten aus der DDR, die genannt wurden, waren Jörg Hindemith, Petra Zieger, Karat und City.

Berücksichtigt werden muß hier wahrscheinlich, daß es natürlich eine Rolle spielt, ob die Musik des betreffenden Interpreten auch gefällt. Ansonsten würde man ihn sicher nicht als modisches Vorbild wählen, und auch umgekehrt. Der Musikgeschmack beeinflusst unmittelbar den Geschmack, den man Kleidungsfragen betreffend entwickelt. Hinzu kommt, daß das Interesse an Rock-

musik bei jungen Leuten sehr stark ausgeprägt ist, und es somit naheliegt, daß man sich auf diesem Gebiet auch modische Vorbilder sucht.

3.2. Realverhalten auf modischem Gebiet

3.2.1. Reaktion auf neue Modetrends

Einstellungen zu modischen Erscheinungen werden selbstverständlich erst plastisch, wenn man das Realverhalten der jungen Leute genauer betrachtet. Insbesondere die Reaktionsweise auf neue Modetrends kann ein Gradmesser dafür sein, welche Beziehung man zur Mode hat. Befragt danach, wie schnell man sich neuen Modetrends anschließt, antworteten 11 % der jungen Leute sobald wie möglich, 27 % schließen sich einem neuen Modetrend erst an, wenn er keine Einzellerscheinung mehr ist, 37 % erst, wenn er sich sehr stark durchgesetzt hat und 20 % zu einem späteren Zeitpunkt bzw. gar nicht. 5 % der Befragten hatten darüber noch nicht nachgedacht. Auch hier sind es wieder die Mädchen, die einem neuen Modetrend bedeutend offener und interessierter gegenüber treten. 37 % der Mädchen schließen sich einem neuen Trend sobald wie möglich an, gegenüber nur 14 % bei den Jungen.

Bei den weiblichen Befragten der Hauptpopulation lagen die Werte etwas niedriger. Hier waren es "nur" 30 % der Mädchen und jungen Frauen, die sich einem neuen Modetrend sobald wie möglich anschließen. Die Schülerinnen zeigen sich also als ganz besonders "modemutig". Bei den Jungen halten sich die Zahlen bei einem Vergleich mit der Hauptpopulation die Waage.

Für die Mädchen, die neue Modetrends sobald wie möglich mitmachen, spielt es in der Regel eine nicht so wesentliche Rolle, ob dieser Trend auch bei ihren Freunden gerade "in" ist, wie beispielsweise für ihre männlichen Altersgenossen. Allerdings ist es sowohl für die weiblichen als auch die männlichen "Modeavantgardisten" annähernd gleichwichtig, ob sie mit Hilfe des neuen Modetrends ihren individuellen Typ unterstreichen können, wobei es darüber hinaus bei den modebewußten Jungen ausgeprägter ist, sich von der älteren Generation abheben zu wollen als bei den Mädchen.

Den Mädchen, die neue Trends sofort mitmachen, macht es in erster Linie Spaß, ihre Kleidungsstücke in immer neuer Weise zusammenzustellen, zu "experimentieren" bzw. mittels Kleidung sich selbst zu verwandeln. Und: sowohl Jungen als auch Mädchen fühlen sich durch hochmodische Kleidung sicherer im Auftreten, wobei insbesondere bei den modefreudigen jungen Männern festzustellen war, daß Sicherheit im Auftreten und Wirkung auf das andere Geschlecht die vorderste Stellung unter den Motiven für modisches Kleiden einnahmen.

Welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, daß neue Modetrends mitgemacht werden, ist in nachstehender Tabelle ersichtlich.

Tab. 3: Wichtigkeit bestimmter Voraussetzungen für das Anschließen an neue Modetrends (in %)

Diese Voraussetzung ist für mich ...

- 1 sehr wichtig
- 2 wichtig
- 3 weniger wichtig
- 4 überhaupt nicht wichtig

	1	2	3	4
1. Der neue Trend paßt zu mir.	52	37	9	2
2. Ich (meine Eltern) muß (müssen) nicht allzu viel Geld ausgeben.	34	34	26	6
3. Die neue Mode ist nicht zu extrem.	21	43	23	13
4. Meine Eltern erlauben es.	17	22	32	29
5. Der neue Modetrend hat sich im Straßenbild durchgesetzt.	15	46	30	9
6. Meine Freunde schließen sich dem neuen Trend auch an.	10	39	37	14
7. Die neue Mode ist (gerade) extrem	9	26	45	20

Fazit aus der Tabelle: Besonders bedeutsam ist für die jungen Leute, daß der Trend auch zu ihnen paßt, aber auch der Umstand, ob die Eltern nicht allzu viel dafür ausgeben müssen. Wider Erwarten haben Gruppennormen bzw. die Meinung der Freunde relativ

geringe Bedeutung, dennoch ist die Tendenz zur Anpassung an bestimmte Gruppennormen bei den Schülern eher zu erkennen als bei den Befragten der Hauptpopulation. Hier waren es beispielsweise nur 3 % der Befragten, die es sehr wichtig fanden, daß sich ihre Freunde dem neuen Trend auch anschließen (10 % bei den Schülern), nur 20 % fanden es wichtig (39 % bei den Schülern).

Hier kommt zum Tragen, daß bei Schülern im Alter von 14 bis 17 die Meinung zu bestimmten modischen Erscheinungen noch nicht derart ausgeprägt ist wie bei den etwas älteren Jugendlichen.

Bei allen Befragten spielt es durchaus eine Rolle, ob sich der Trend im Straßenbild bereits durchgesetzt hat.

Ob der Trend extrem ist, finden die Jungen weniger bedeutsam als die Mädchen. Hier gaben 26 % der Jungen an, dies sei für sie überhaupt nicht wichtig, gegenüber nur 15 % der Mädchen. Auf einen Nenner gebracht: die Mädchen wollen eher g e fallen als a u f fallen.

3.2.2. Kaufverhalten (unter besonderer Berücksichtigung der Jugendmodeeinrichtungen)

Die Beschaffung von modisch aktuellen Kleidungsstücken ist für junge Leute, die sich in einer Entwicklungsphase befinden, in der die Tatsache enorm an Bedeutung gewinnt, ob man beim anderen Geschlecht ankommt oder nicht, eine recht wichtige Frage. Nicht jeder hat die Möglichkeit der Selbstanfertigung oder Eltern, die alles, in jeder Weise, materiell stützen können. Häufig ist man auf das Angebot "von der Stange" angewiesen. Berücksichtigt werden muß, daß die untersuchte Schülerpopulation finanziell noch nicht selbständig ist, so daß sich die Fragestellung im wesentlichen auf ihre Eltern bezog. Danach befragt, wie oft in den zurückliegenden zwölf Monaten in den genannten Handelseinrichtungen gekauft wurde, ergab sich folgendes Bild:

Tab. 4: Kauf von Oberbekleidung in den zurückliegenden zwölf Monaten (in %)

- 1 überhaupt nicht
- 2 ein- bis zweimal
- 3 drei- bis fünfmal
- 4 öfter als fünfmal

(In Klammern: Vergleichszahlen der Hauptpopulation)

	1	2	3	4	wenigstens einmal ge- kauft haben insgesamt
in den üblichen Fachgeschäften und Warenhausabteilungen für Bekleidung	20(25)	45(46)	18(17)	17(12)	80(75)
in speziellen Jugendmodeabteilungen der Warenhäuser oder Jugendmodezentren	18(19)	44(47)	22(17)	16(12)	82(81)
im "Intershop"	66(72)	22(21)	7(4)	5(3)	34(28)
im "Exquisit"	51(45)	36(37)	6(12)	7(6)	49(55)

Es zeigt sich also ganz deutlich, ein Großteil der Oberbekleidung der jungen Leute wird in den Jugendmodeeinrichtungen erworben, was erneut die Forderung nach niveaувollen Handelnsrichtungen für die jungen Leute nachdrücklich unterstreicht. Bemerkenswert ist, daß für fast die Hälfte der Schüler in den zurückliegenden zwölf Monaten vor der Befragung im "Exquisit" eingekauft worden war. Das ist fast so viel wie bei den Befragten der Hauptpopulation. Insgesamt gesehen hatten den Kauf in der oberen Preisgruppe ("Exquisit") die Eltern von 33 % der Schüler überhaupt noch nicht praktiziert, bei 29 % war es einmal vorgekommen und bei 38 % bereits mehrmals.

Hier kommen also die bereits vorn angedeuteten Niveauunterschiede zum Tragen, die natürlich immer von den materiellen Bedingungen in den Familien abhängig sind.

Inwieweit die jungen Leute zufrieden sind mit den Jugendmodeeinrichtungen, speziell für sie eingerichtet, soll die folgende Tabelle verdeutlichen.

Tab. 5: Zufriedenheit mit den Jugendmodeeinrichtungen (in %)

Ich bin zufrieden ...	1+2	3	4	5	0
1 sehr stark					
2 stark					
3 mittel					
4 schwach					
5 überhaupt nicht					
0 Das kann ich nicht beurteilen.					
mit der Anzahl der speziellen Jugendmode-Einrichtungen überhaupt	13	45	26	7	9
mit der Qualität des Angebots	18	41	25	12	4
mit dem Preisniveau	5	30	27	34	4
mit der Verkaufsatmosphäre, der Art der Beratung	22	39	24	7	8

Auffällig war der Unterschied zur Hauptpopulation in bezug auf die Zufriedenheit mit der Qualität des Angebots. 18 % der Schüler waren sehr stark bzw. stark zufrieden damit, gegenüber nur 5 % der Befragten der Hauptpopulation. Die Schüler waren überhaupt insgesamt zufriedener mit den Jugendmodeeinrichtungen. Die etwas kritischeren Stimmen kamen also vorrangig aus den Reihen der etwas älteren Jugendlichen, die selbstverständlich bereits andere Bedürfnisse und gefestigtere Wertmaßstäbe besitzen. *Teile der Schüler*

Vergleiche mit der 1979/80 bei 625 Schülern der 9. und 10. Klasse durchgeführten Intervalluntersuchung (II. Etappe) ergaben, daß die Zufriedenheit sowohl mit der Qualität des Angebots als auch mit der Verkaufsatmosphäre deutlich angestiegen ist (siehe auch Tabelle V im Anhang!).

Betrachtet man die Ergebnisse der Tabelle unter dem Aspekt, daß doch der größte Teil der Jugendlichen Oberbekleidung aus den Jugendmodeeinrichtungen bezieht, dann kann es aber sicher doch nicht zufriedenstellen, daß die Einschätzung derselben in der Weise ausfällt, wie es obige Tabelle zeigt. Schließlich waren es nur 17 % der befragten Schüler, die in den zurückliegenden

12 Monaten (vor der Befragung) nicht in Jugendmodeeinrichtungen eingekauft hatten. Alle anderen waren also in dieser Sache "kompetent".

Interessant ist, daß es in der Beurteilung der Jugendmodeeinrichtungen zwischen Jungen und Mädchen große Übereinstimmung gab. Man kann also bei den jungen Männern davon ausgehen, daß sie durchaus ähnliche Ansprüche und die gleiche Urteilsfähigkeit wie die Mädchen haben.

Erwähnt werden muß auch, daß 92 % der Schüler der Auffassung sind, daß es Erzeugnisse in den Jugendmodeeinrichtungen gibt, die unbedingt billiger angeboten werden müßten. Im einzelnen betrifft das die folgenden Kleidungsstücke (die Prozentzahlen beziehen sich auf die Nennungen insgesamt; bei den befragten 333 Schülern kamen insgesamt 787 Nennungen);

Es sollten billiger angeboten werden

1. Hosen aller Art	29 %
2. Schuhe/Turnschuhe	27 %
3. Jacken/Anoraks/Mäntel	19 %
4. Pullover	10 %
5. T-Shirts/Sweat-Shirts	5 %
6. diverse Modeartikel wie Feinstrumpfhosen, Modeschmuck, Badebekleidung, Beiwerk	4 %
7. Hemden/Blusen	3 %
8. Jeans-/Lederbekleidung	2 %
9. Kleider/Röcke	1 %

Es mußte also hier insgesamt eine relative Unzufriedenheit mit dem Preisniveau in Jugendmodeeinrichtungen konstatiert werden. Allerdings muß diese Feststellung bei Schülern der 9. und 10. Klasse sicherlich mit einem besonderen Vorzeichen versehen werden, da sie sich erstens selbst vieles noch nicht leisten können und zweitens vielleicht von den Eltern nicht gleich alle Wünsche erfüllt bekommen. Insofern ergibt sich hier ein nicht ganz zuverlässiges Bild.

*die Werte
sind sich bei den
% - Zahlen nicht*

3.2.3. Tragegewohnheiten

Bevorzugte Stilrichtung bei Schülern ist erwartungsgemäß der sportlich-legere Stil (44 %), gefolgt vom sportlich-elegantem Stil (33 %). 16 % der Befragten konnten sich nicht festlegen, 4 % gaben an, sich am liebsten elegant zu kleiden und 3 % anders.

Der Anteil derer, die sich nicht festlegen konnten, war bei den Schülern wiederum höher als bei der Hauptpopulation.

Eindeutig war die Tatsache, daß die Bekleidung bei den befragten Schülern in erster Linie praktischen Gesichtspunkten genügen muß. Das belegen deutlich die Angaben zu den jeweiligen Lieblingsbekleidungsstücken. Es ergab sich folgende Reihenfolge (in %):

(insgesamt waren es 1383 Nennungen, bei den Jungen 603 und bei den Mädchen 780)

	gesamt	Jungen	Mädchen
T-Shirts/Sweat-Shirts/Nickys/ Netzhemden	18	17	18
Hosen (Popeline-, Thermo-, Baum- woll-, Freizeit- u.ä.)	16	12	19
Pullover (alle Arten, einschl. Samt-)	16	13	18
Jacken (alle Arten: Jeans-, Stepp-, Leder-, Sakkos, Blazer, Kutten, Parka u.ä.)	15	18	13
Jeans/Cordjeans	11	14	8

Ganz hinten in der Beliebtheitskala rangieren Blusen, Kleider und Röcke.

Bei den Jungen sind die herkömmlichen Hosen (Jeans, Cordjeans) insgesamt beliebter als die moderneren Arten, bei den Mädchen ist das Verhältnis genau umgekehrt, was auch bereits bei der Hauptpopulation festgestellt werden konnte.

Ganz besonders beliebt sind bei den Jungen Jacken aller Art, bei der Hauptpopulation waren es 26 % der männlichen Befragten, die eine Jacke als Lieblingsbekleidungsstück nannten (gegenüber nur 12 % bei den weiblichen Befragten!). Ein ähnlicher Trend war auch bei der Schülerpopulation zu beobachten.

Sehr beliebt sind erwartungsgemäß T-Shirts, Sweat-Shirts, Nickys und Netzhemden, bei Jungen und Mädchen gleichermaßen. Pullover wurden von den Mädchen etwas häufiger zum Lieblingskleidungsstück erkoren.

Auch die Bezugsquellen der Lieblingskleidungsstücke sind äußerst differenziert. Zum Teil stammen sie aus dem NSW (28 %), ein relativ großer Teil wurde in den Jugendmodeeinrichtungen gekauft (25 %), in Fachgeschäften bzw. Warenhäusern 12 %, im "Exquisit" 10 %, selbstangefertigt wurden 8 %, Kauf im "Intershop" bei 5 %, und 5 % der Kleidungsstücke wurden aus dem sozialistischen Ausland mitgebracht. Der Rest war aus abgelegten Beständen von Freunden oder Bekannten, anderswo angefertigt worden oder aber auch aus dem An- und Verkauf bzw. "Omas Kleiderschrank".

Ein Vergleich mit der Hauptpopulation ergab, daß die Schüler mehr Lieblingskleidungsstücke nannten, die aus dem kapitalistischen Ausland stammen bzw. in den Jugendmodeeinrichtungen gekauft wurden (jeweils 21 % bei der Hauptpopulation). Weniger waren in Fachgeschäften oder Warenhäusern erworben worden. Was den Kauf im "Exquisit" betrifft, so war die Zahl bei den Schülern fast genauso hoch wie bei der Hauptpopulation.

Was nun zu bestimmten Anlässen getragen wird, unterscheidet sich bei den befragten Schülern nicht unbedingt von der normalen Tageskleidung. Im wesentlichen kann man aber davon ausgehen, daß sich beim Theaterbesuch durchaus ca. 50 % dem Anlaß entsprechend kleiden, wobei natürlich die Vorstellungen davon, was man im Theater anziehen muß, sich im Laufe der Zeit auch gewandelt haben. Zur Diskothek wird vom größten Teil der Schüler normale Tageskleidung getragen, (u.U. auch mit kleinen Veränderungen durch modische Details), nur 22 % gaben an, dies nicht zu tun. Ins Kalkül gezogen werden müssen an dieser Stelle zwei Tatsachen: erstens ist die Mode insgesamt vielseitiger und freundlicher geworden, so daß unter 'normaler Tageskleidung' durchaus nicht nur einfache Jeans und Pullover verstanden werden müssen, und zweitens ist es für die jungen Leute ganz wichtig, ob sie sich in der Kleidung wohlfühlen und ob sie praktisch ist. Diese Kriterien werden überwiegend bei der Wahl der Kleidung, überdies wird das Unkonventionelle in der Mode mehr und mehr zum

Tragen kommen. Jeder kleidet sich seinen Vorstellungen und Ambitionen entsprechend, ohne dabei bestehende Normen zu durchbrechen, denn das ist die Norm.

Die überwiegende Mehrheit (87 %) der befragten Schüler gab an, Lieblingsfarben zu haben, wobei diese natürlich, wie sich zeigt, im wesentlichen von der Mode diktiert werden. Folgende Rangskala der Beliebtheit konnte festgestellt werden:

1. blau	24 %
2. Pastellfarben (rosa, hellblau, gelb)	21 %
3. weiß	15 %
4. schwarz	12 %
rot	12 %
5. andere (grün, orange)	5 %
6. grau	4 %
weinrot/violett/lila/pink	4 %
7. braun/beige	3 %

Es haben sich also eindeutig die hellen, freundlichen Farbtöne auch in den Vorstellungen von der eigenen Kleidung durchgesetzt. Die Mode, die unlängst kreierte wurde, kommt also an und gefällt, so daß man gleich auch seine Lieblingsfarben dementsprechend benennt, wobei dies stärker ausgeprägt war als bei den älteren Befragten.

Was den Modeschmuck betrifft, so sind es nur 23 % der Befragten, die keinen Modeschmuck bzw. aktuelles Beiwerk tragen, 27 % tragen ihn meistens und 50 % manchmal. Im wesentlichen betrifft das natürlich die jungen Mädchen. 39 % der Mädchen tragen meistens Modeschmuck, 58 % manchmal, 3 % nie. Bei den Jungen sind es immerhin 13 %, die ihn meistens tragen, 42 % manchmal und 45 % nie.

Mit den Möglichkeiten, modischen Schmuck in den Jugendmodeeinrichtungen zu kaufen, sind die Schüler insgesamt zufriedener als die älteren Jugendlichen.

Tab. 6: Zufriedenheit mit dem Angebot an Modeschmuck und aktuellem Beiwerk in den Jugendmodeeinrichtungen (in %)

Das entspricht meinen Wünschen	1	2	3	4	0
1 vollkommen					
2 mit gewissen Einschränkungen					
3 kaum					
4 überhaupt nicht					
0 Das kaufe ich nicht in der Jugendmode.					
modische Aktualität des Schmucks	3	47	24	9	17
das Angebot an Einzelteilen, die man selbst zu Schmuck zusammensetzen kann	9	36	23	15	17
die modische Aktualität des Beiwerks	4	46	29	8	13

Aufnäher, Aufkleber und Sticker werden von 13 % der Schüler meistens, von 53 % manchmal und von 34 % gar nicht getragen. Dabei sind es in stärkerem Maße die Jungen, die so etwas tragen. 19 % sagen von sich, daß sie so etwas meistens tragen, gegenüber nur 7 % bei den Mädchen. Das Tragen von derartigen Dingen ist bei den Schülern insgesamt bedeutend stärker ausgeprägt als bei den Befragten der Hauptpopulation.

3.2.4. Hobbytätigkeit/Selbstanfertigung

Die Selbstanfertigung (Nähen, Stricken) ist im Schüleralter noch nicht sehr verbreitet. In diesem Alter verläßt man sich meist noch auf die Mutter oder andere Verwandte. Man beschäftigt sich in der Freizeit größtenteils mit anderen Dingen. Für das Nähen müssen auch bestimmte materielle Voraussetzungen gegeben sein, die dann meist erst später vorhanden sind.

Die Strukturzusammensetzung der Hobbytätigkeiten der Schüler sieht insgesamt folgendermaßen aus: (Da gerade hier relativ große Unterschiede zwischen den Geschlechtergruppen auftreten, wurden die Werte mit in die Tabelle aufgenommen.)

Tab. 7: Hobbysaktivitäten in den letzten drei Monaten (in %)
(In Klammern: männlich/weiblich)

- 1 ein-/mehrmals wöchentlich
2 ein-/mehrmals monatlich
3 seltener
4 überhaupt nicht

	1	2	3	4
Handarbeiten (Stricken, Häkeln, Sticken)	16(0/30)	9(1/16)	16(6/24)	59(93/30)
künstlerische Textgestaltung (Applikationen, Batik, Makramé)	2(0/ 5)	6(2/10)	14(5/21)	78(93/64)
Nähen	9(3/17)	14(3/24)	20(8/31)	55(86/28)
Zeichnen, Malen	16(8/24)	23(17/28)	29(30/27)	32(45/21)
kunsthandwerkliche Arbeiten (Modellieren, Schnitzen)	4(7/ 2)	5(5/ 4)	20(25/16)	71(63/78)
technische und handwerkliche Arbeiten	18(34/ 3)	15(25/ 7)	21(25/18)	46(16/72)
Fotografieren, Filmen	3(3/ 2)	17(16/18)	36(39/33)	44(42/47)

Insgesamt sind es 55 % der Schüler, die keine Kleidungsstücke besitzen, die sie selbst angefertigt (gestrickt, genäht, gehäkelt) haben. Bei nur 2 % sind die meisten Kleidungsstücke selbstgemacht. Die Werte zwischen Jungen und Mädchen differieren hier allerdings sehr stark. Es sind immerhin 73 % der Mädchen, die überhaupt selbstangefertigte Kleidungsstücke besitzen, gegenüber nur 12 % bei den Jungen, was natürlich sicher in der Natur der Sache liegt (siehe auch Tabelle IV im Tabellenanhang). Das entspricht auch in etwa den Werten der Hauptpopulation.

4. Zusammenfassung/Hauptaussagen

1. Das Modeinteresse bei den 14- bis 17jährigen Schülern ist stark ausgeprägt. 81 % der befragten Schüler haben sehr starkes bzw. starkes Interesse an Mode.
2. Hauptmotiv für ein bestimmtes Modeverhalten ist bei Schülern im allgemeinen das Wohlfühlen in der eigenen Haut. Weiterhin muß die Bekleidung vor allem praktisch und bequem sein. Erst danach wird der Wunsch geäußert schön zu sein.
3. Modische Anregungen, Bekleidungsideoen werden in erster Linie von Fremden auf der Straße oder in der Diskothek gewonnen, oder aber auch aus ausländischen Modezeitschriften. Die Kleidung der Freunde spielt eine gewisse Rolle, aber nicht die entscheidende. Die Angebote der Massenmedien auf diesem Gebiet werden weniger genutzt.
4. Die Zufriedenheit mit den Jugendmodeeinrichtungen läßt noch einiges zu wünschen übrig, das umso mehr, da der größte Teil an Kleidungsstücken der jungen Leute in diesen Einrichtungen erworben wird.
Allerdings sind die Schüler insgesamt zufriedener als die älteren Jugendlichen der Hauptpopulation.
5. Mädchen schließen sich in der Regel einem neuen Modetrend schneller an als ihre männlichen Altersgenossen. Aber entscheidend ist vor allem für die jungen Leute, ob der Trend auch zu ihnen paßt.
6. Bevorzugt wird von den Jugendlichen sportlich-legere Kleidung, was sich auch in den Aussagen zu den Lieblingskleidungsstücken äußert. Hier wurden fast ausschließlich bequeme, praktische Kleidung genannt.
7. Die Lieblingsbekleidung der jungen Leute stammt zum großen Teil aus dem NSW, allerdings wurde auch ein nicht unbedeutender Teil in den Jugendmodeeinrichtungen erworben.
Der Einfluß aus dem NSW war bei der Schülerpopulation etwas stärker ausgeprägt als bei der Hauptpopulation.

8. Reichlich zwei Drittel der Befragten tragen Modeschmuck bzw. aktuelles Beiwerk regelmäßig oder manchmal. In erster Linie betrifft auch das wieder die Mädchen. Die Möglichkeiten, Modeschmuck in den Jugendmodeeinrichtungen zu erwerben, sind noch nicht zufriedenstellend.
9. Aufnäher, Aufkleber, Sticker werden häufiger von Jungen getragen. 34 % der Befragten tragen so etwas gar nicht.
10. Die Selbstanfertigung von Kleidungsstücken ist bei Schülern noch nicht sehr ausgeprägt. Demzufolge ist auch der Anteil selbstgefertigter Kleidungsstücke an der Gesamtgarderobe nicht sehr hoch.
Die Mädchen besitzen bedeutend mehr selbstangefertigte Kleidungsstücke als die Jungen.

5. Tabellenanhang

Tab. I: Modeinteresse (in %)

Ich interessiere mich

1 sehr stark
2 stark
3 wenig
4 überhaupt nicht

	1	2	3	4
gesamt	33	48	18	1
männlich	16	49	33	2
weiblich	47	47	6	0

Tab. II: Lesen der Modebeilage der "Jungen Welt" (in %)

Ich lese die Beilage

1 meistens
2 manchmal
3 nicht

	1	2	3
gesamt	17	28	55
männlich	8	27	65
weiblich	25	28	47

Tab. III: Praktische Nutzung der Modebeilage der "Jungen Welt" (in %)

Ich habe die Beilage bereits praktisch genutzt

1 mehrmals
2 einmal
3 nicht

	1	2	3
gesamt	11	25	64
männlich	5	18	77
weiblich	16	32	52

Tab. IV: Besitzen Sie Kleidungsstücke, die Sie selbst angefertigt haben? (in %)

- 1 nein
- 2 ja, aber nur wenige
- 3 ja, mehrere
- 4 ja, die meisten

	1	2	3	4
gesamt	55	30	13	2
männlich	88	8	4	0
weiblich	27	49	21	3

Tab. V: IS II (Mode) 1979/80

Zufriedenheit von Schülern mit den Bedingungen in den Jugendmodezentren und Jugendmodeabteilungen in den Warenhäusern und Kaufhäusern (in %)

Ich bin zufrieden

- 1 in sehr starkem Maße
- 2 in starkem Maße
- 3 in mittlerem Maße
- 4 in schwachem Maße
- 5 überhaupt nicht
- 0 Das kann ich nicht beurteilen.

	1+2	3	4	5	0
mit der Anzahl der speziellen Jugendmodeeinrichtungen	13	48	20	11	8
mit der Qualität des Angebotes	12	41	28	14	5
mit dem Preisniveau	5	22	29	40	4
mit der Verkaufsatmosphäre, der Art der Beratung	14	35	24	19	8