

Einfluß von Wertorientierungen und anderen Faktoren auf das Modeverhalten von Jugendlichen in der DDR: weitere Ergebnisse zur Studie "Jugend und Mode 1985"

Günther, Cordula

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Günther, C. (1987). *Einfluß von Wertorientierungen und anderen Faktoren auf das Modeverhalten von Jugendlichen in der DDR: weitere Ergebnisse zur Studie "Jugend und Mode 1985"*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-401089>

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.



Einfluß von Wertorientierungen und anderen Faktoren
auf das Modeverhalten von Jugendlichen in der DDR

- Weitere Ergebnisse zur Studie "Jugend und Mode 1985" -

Autor und
Forschungsleiter: Dr. Cordula Günther

Gesamtverantwortung: Prof. Dr. habil. W. Friedrich

Leipzig, März 1987

<u>Inhaltsverzeichnis</u>	<u>Blatt</u>
0. Einleitung	4
1. Wertorientierungen von Jugendlichen 1985	6
1.1. Wertorientierungen als Einflußgrößen auf das Moderverhalten - methodische Grundlagen	11
2. Wertorientierungen und grundlegende Einstellungen zur Mode (Modeinteresse, Aufgeschlossenheit gegen- über Modetrends, Wirkungsabsichten des Bekleidungs- verhaltens, modische Anregungen) Kurzfassung)	16
3. Wertorientierungen und ausgewählte Aspekte des Kaufs und des Tragens von Kleidung	18
3.1. Kauf in verschiedenen Handelseinrichtungen und Preisgruppen und Lebensstandard	18
3.2. Weitere Aspekte des Kaufverhaltens bei unterschied- licher Bedeutung des Lebensstandards	23
3.3. Herkunft von Lieblingskleidungsstücken und Lebens- standard	26
3.4. Anforderungen an Qualitätsmerkmale von Kleidung und Wertorientierungen	27
3.5. Beschaffenheit der eigenen Garderobe und Wertorien- tierungen	29
3.6. Selbstfertigung von Kleidung und kreative Selbst- vervollkommnung	33
4. Freizeitverhalten von Jugendlichen 1985	36
4.1. Freizeitverhalten und Moderverhalten - methodische Grundlagen	39
5. Freizeitverhalten und grundlegende Einstellungen zur Mode (Modeinteressen, Aufgeschlossenheit gegen- über Modetrends, Wirkungsabsichten des Bekleidungs- verhaltens, modische Anregungen)	43

6.	Freizeitverhalten und ausgewählte Aspekte des Tragens und des Kaufs von Kleidung	46
6.1.	Kauf von Kleidung für Disko- und Theaterbesuch und Bekleidungsverhalten in Diskothek und Theater	46
6.2.	Bedeutung modischer Aktualität und anderer Qualitätsmerkmale bei unterschiedlichem Freizeitverhalten	50
6.3.	Freizeitverhalten und Selbstfertigung von Kleidung	52
7.	Unterschiedliche Funktionen und Wirkungsintentionen jugendlichen Bekleidungsverhaltens	55
7.1.	Modeinteresse, Anschluß an Modetrends und Bedeutung modischer Aktualität bei unterschiedlichen Wirkungsintentionen	60
7.2.	Jugendtypisches Aussehen und Quellen für modische Anregungen	62
7.3.	Verschiedene Aspekte des Tragens von Kleidung und Accessoires und jugendtypisches Aussehen	63
7.4.	Jugendtypisches Aussehen und Lieblingskleidungsstücke bzw. selbstgefertigte Kleidungsstücke	67
8.	Hauptaussagen	69
9.	Anhang 1: Wertorientierungen und grundlegende Einstellungen zur Mode (Langfassung)	80
10.	Schlußfolgerungen	87
11.	Anhang 2: Tabellen und Übersichten	90

O. Einleitung

Der vorliegende Bericht basiert auf weiteren Ergebnissen der Studie "Jugend und Mode 1985". Er setzt die im Bericht "Mode-spezifische Verhaltensweisen von Jugendlichen in der DDR" (VD - ZIJ - 15/86) begonnene Auswertung der Studie fort.

Während es im ersten Bericht um Aussagen für die Gesamtpopulation und für wichtige soziodemographische Gruppen ging, steht jetzt die Abhängigkeit des Modeverhaltens von verschiedenen Wertorientierungen und von typischen Formen des Freizeitverhaltens im Zentrum der Auswertung.

Außerdem wird dargestellt, welche unterschiedlichen Wirkungsintentionen Jugendliche mit ihrem Bekleidungsverhalten verfolgen und wie sich diese unterschiedlichen Zwecksetzungen ihres Bekleidungsverhaltens manifestieren (soweit sich das durch verbale Antworten darstellen läßt).

In der Auswertungsstrategie geht es darum, Einstellungen zur Mode und Realverhalten in Beziehung zu setzen zu komplexeren Einstellungen und Verhaltensweisen jugendlicher Persönlichkeiten bzw. sie diesen zuzuordnen.

Dabei werden solche Fragen verfolgt wie: Sind großes Modeinteresse und modedefreudiges Verhalten allein oder vorwiegend Ausdruck einer stark materiell ausgerichteten Lebenshaltung?

In welcher Beziehung stehen großes Modeinteresse und modedefreudiges Verhalten zu künstlerisch-kreativen und auf die eigene Vervollkommnung gerichteten Wertorientierungen und zu Freizeitbeschäftigungen, die stark kunstrezektiv ausgerichtet sind? Bedingen beide Seiten einander oder schließen sie eher einander aus?

Sind Jugendliche, die Werte wie ein glückliches Familienleben, hohes Leistungsstreben, Identifikation mit Arbeitsinhalten u. a. für ihr Leben als besonders wichtig erachten, "modeenthalt-samer" als andere Jugendliche?

Welche Rolle spielen im Bekleidungsverhalten die Absichten, Gruppen- bzw. Jugendzugehörigkeit zu demonstrieren?

Wie unterscheiden sich Jugendliche, die dies mit ihrer Kleidung erreichen wollen von anderen Jugendlichen?

Auch durch diese Fragen sollen weitere Aufschlüsse über Einheitlichkeit und Differenziertheit jugendlichen Modeverhaltens gewonnen werden.

Darüber hinaus enthält der Bericht Ergebnisse einiger offener (verbal zu beantwortender) Fragen. Warum Jugendliche Kleidung selbst anfertigen, und welche Kleidungsstücke ihnen in den Jugendmodeeinrichtungen zu teuer sind, ist Aufstellungen zu entnehmen.

Der Bericht will allen, die mit Jugendlichen und für Jugendliche arbeiten, einige Ansatzpunkte geben, das Bekleidungsverhalten von Jugendlichen besser zu verstehen und komplexeren Einstellungen zuzuordnen.

Außerdem können Teile des Berichts auch als Entscheidungshilfen für Industrie und Handel verstanden werden.

Zum Aufbau des Berichtes: Kleinere Tabellen oder solche, die nur einen inhaltlichen Schwerpunkt empirisch belegen (z. B. nur Einfluß von Wertorientierungen) befinden sich im Text, die Belege für mehrere Sachverhalte enthalten (z. B. Einfluß von Wertorientierungen und von Freizeittätigkeiten auf bestimmte Modefragen), befinden sich im Tabellenanhang. Alle Tabellen insgesamt sind fortlaufend nummeriert.

Bei den 2 624 befragten Jugendlichen interessierten nicht nur ihre Einstellungen und Verhaltensweisen auf dem Gebiet der Mode, sondern auch die Bedeutung verschiedener Lebenswerte und Freizeittätigkeiten.

Von diesen komplexeren Einstellungen und Verhaltensweisen können dann weitere Unterscheidungsmerkmale, die über soziodemographische Merkmale hinausgehen, aber das Modeverhalten ebenfalls beeinflussen, abgeleitet werden.

1. Wertorientierungen von Jugendlichen 1985

In der folgenden Tabelle sind unterschiedliche Lebenswerte und ihre Bedeutung für die befragten Jugendlichen insgesamt, für junge Frauen und Männer zusammengestellt.

Tab. 1: Bedeutung verschiedener Wertorientierungen für Jugendliche insgesamt und in Abhängigkeit vom Geschlecht, in %

	Das hat für mich					
	sehr große Bedeutung	große Bed.	mittlere Bed.	geringe Bed.	überhaupt keine Bed.	darüber nicht nachgedacht
ein glückliches Ehe- und Familienleben zu führen						
ges.	76	14	2	1	1	6
m	67	17	3	1	2	10
w	82	12	1	0	1	4
gute Freunde zu haben						
ges.	71	25	3	1	0	0
m	70	25	4	1	0	0
w	72	26	2	0	0	0
gesicherte Zukunftsperspektiven zu haben						
ges.	58	35	5	1	0	1
m	58	34	6	1	0	1
w	58	35	5	1	0	1
ausreichend Zeit zu meiner freien Verfügung zu haben						
ges.	50	39	10	1	0	0
m	53	36	10	1	0	0
w	47	41	11	1	0	0

Fortsetzung der Tab., s. Bl. 7

Fortsetzung Tab. 1, Bl. 6

Das hat für mich

	sehr große Bedeutung	große Bed.	mittlere Bed.	geringe Bed.	Über- haupt keine Bed.	darüber nicht nachge- dacht
gute Beziehungen im Arbeits-/ Ausbildungskollektiv zu haben						
ges.	47	47	5	1	1	0
m	43	49	7	1	0	0
w	52	45	3	0	0	0
eine berufl. Arbeit auszu- üben, in der ich voll aufgehe						
ges.	45	44	9	1	0	1
m	44	43	10	1	0	1
w	46	44	8	1	0	1
im Beruf/ in der Ausbildung gute Arbeit zu leisten						
ges.	44	49	7	0	0	0
m	43	47	9	1	0	0
w	45	50	5	0	0	0
viel Geld zu verdienen						
ges.	33	38	24	4	1	0
m	38	39	19	3	0	0
w	30	38	27	4	1	0
eine ausreichende große und mit zeit- gem. Komfort aus- gestattete Wohnung zu besitzen						
ges.	30	44	20	4	1	1
m	33	45	16	4	1	1
w	29	42	23	4	1	1
einen hohen per- sönl. Lebensstan- dard zu erreichen						
ges.	30	41	22	5	1	1
m	34	39	21	4	1	1
w	28	43	22	5	1	1

Fortsetzung der Tab., s. Bl. 8

Fortsetzung Tab. 1, Bl. 7

Das hat für mich

	sehr große Bedeutung	große Bed.	mittlere Bed.	geringer Bed.	über- haupt keine Bed.	darüber nicht nachge- dacht
<hr/>						
mich in Beruf/ Freizeit schöp- ferisch bzw. kreativ entfal- ten zu können						
ges.	28	50	18	3	0	1
m	29	47	19	4	0	1
w	28	51	17	3	0	1
das Gefühl zu haben, an meinem ganz konkreten Platz in der Ge- sellschaft etwas Nützliches zu tun						
ges.	27	48	19	3	1	2
m	25	48	20	4	1	2
w	27	50	19	2	0	2
mich mit Büchern, Musik, Filmen, Ge- mälden u.ä. zu be- schäftigen						
ges.	27	40	26	5	1	1
m	25	41	25	6	2	1
w	28	39	26	5	1	1
in allen Bereichen ständig dazu zu lernen						
ges.	22	50	24	3	0	1
m	23	48	25	3	0	1
w	22	50	24	3	0	1
mich immer modisch kleiden zu können						
ges.	20	40	30	8	2	0
m	13	35	35	13	3	1
w	24	45	26	4	1	0

Die Tabelle macht deutlich:

daß keiner der sehr unterschiedlichen Werte für die Jugendlichen ganz ohne Bedeutung ist. Alle ausgewählten Lebenswerte haben für die Jugendlichen zumindest große Bedeutung.

Völlig einseitige Orientierungen auf den familiären oder beruflichen Bereich, auf materielle Lebenswerte oder künstlerisch-kreative sind nicht vorzufinden.

Da keiner der angeführten Werte von geringer Bedeutung ist, sind Bedeutungsakzentuierungen und -verschiebungen hauptsächlich zwischen sehr großer und mittlerer Bedeutung anzutreffen.

daß die Ausbildung von fast allen berücksichtigten Lebenswerten bei jungen Frauen und Männern kaum Unterschiede aufweist. Für die befragten jungen Frauen stellen Ehe und Familie, in geringerem Maß auch die Bedeutung modischer Kleidung, zwar immer noch wichtigere Lebenswerte dar als für junge Männer, aber bei allen anderen Lebenswerten gibt es eine sehr starke Annäherung in den Einstellungen der Jungen und Mädchen.

Sehr große Bedeutung haben für rund drei Viertel der Jugendlichen solche Werte, die ihre persönlichen zwischenmenschlichen Beziehungen beinhalten.

Das bedeutet jedoch keine einseitige Orientierung auf den privaten bzw. zwischenmenschlichen Bereich.

Die gesicherten Zukunftsperspektiven in unserer Gesellschaft sind ebenfalls ein sehr wichtiger Wert für Jugendliche, ebenso die Sinnerfüllung in der Arbeitstätigkeit und das Bemühen um ein hohes Leistungsniveau und die guten Beziehungen im Arbeits- und Ausbildungskollektiv.

Nicht zu übersehen ist auch der Wert von freier Zeit zur eigenen Verfügung.

Auch ein hohes materielles Lebensniveau ist ein wichtiger Wert für Jugendliche, wie die verschiedenen Aspekte (Geld, Wohnung, hohes Lebensniveau insgesamt, Kleidung) belegen.

Hier gibt es allerdings deutliche Verschiebungen gegenüber den zuerst genannten Werten von sehr großer und mittlerer Bedeutung. Sich immer modisch kleiden zukönnen ist durchaus kein

unwichtiger Wert, auch wenn ihm geringere Bedeutung zugemessen wird als anderen Lebenswerten.

Trotzdem hat dies für 48 % der Jungen und 69 % der Mädchen zumindest große Bedeutung. Auch wenn bei den Jungen rund ein Drittel der modischen Kleidung eine mittlere Bedeutung zuschreibt und 16 % modische Kleidung noch unbedeutender finden, ist der Stellenwert der modischen Kleidung im Leben Jugendlicher doch nicht zu übersehen.

Für junge Männer hat der Wert, sich immer modisch kleiden zu können, an Bedeutung gewonnen (1979 waren es nur 39 % der jungen Männer, für die es große und sehr große Bedeutung hatte, sich stets nach der Mode kleiden zu können, heute sind es 48 %!).

Auch die schöpferische Entfaltung der eigenen Persönlichkeit, und die Beschäftigung mit verschiedenen Künsten bzw. Medien sind für rund drei Viertel der Jugendlichen wichtige Werte, wobei aber die meisten von ihnen sich für eine große Bedeutung dieser Werte entschieden haben.

In den einzelnen Tätigkeitsgruppen gibt es sowohl Übereinstimmungen als auch Unterschiede in der Bedeutsamkeit verschiedener Wertorientierungen.

Die große Bedeutung von glücklichem Ehe- und Familienleben, von guten Freunden, von guten Arbeitsleistungen, von sicheren Zukunftsperspektiven ist in allen Tätigkeitsgruppen anzutreffen. Alle Werte, die das materielle Lebensniveau beinhalten, sind für Studenten weitaus weniger bedeutsam, die schöpferische Entfaltung der eigenen Persönlichkeit und die Beschäftigung mit Künsten und Medien sind für sie bedeutsamer als für andere Jugendliche. (Vgl. dazu Tab. 2)

Diese Bedeutsamkeit von Wertorientierungen entspricht anderen, ebenfalls Mitte der 80er Jahre gewonnenen Ergebnisse zu Wertorientierungen von Jugendlichen (vgl. z. B. KULTURELLE AKTIVITÄTEN der FDJ 1984).

Auch dort hatten die guten Freunde, die Arbeitsleistungen und andere hier nicht untersuchte Werte (Lebensgenuß, Fitness) sehr große Bedeutung. Trotz einiger direkt vergleichbarer Indikatoren muß auf eine direkte Gegenüberstellung von Ergebnis-

sen verzichtet werden, da die befragten Jugendlichen 1984 vor allem in Klein- und Mittelstädten lebten, die für JUGEND UND MODE befragten Jugendlichen aber zu 49 % in Großstädten lebten.

Aufmerksamkeit verdient aber trotzdem folgender Sachverhalt: Der 1984 verwendete Indikator "Mich mit Kunstwerken beschäftigen" hatte nur für 6 % der Jugendlichen sehr große, für 14 % große Bedeutung. Die 1985 verwendete Aufzählung "Mich mit Büchern, Musik, Filmen, Gemälden u. ä. zu beschäftigen" hatte für 27 % der Jugendlichen sehr große, für weitere 40 % der Jugendlichen große Bedeutung!!

Dieser enorme Unterschied läßt sich auf den Begriff "Kunstwerk" zurückführen, der offensichtlich von den Jugendlichen in sehr enger und "elitärer" Weise verstanden wurde (etwa in Richtung Gemäldeoriginale, Sinfonien, Opern etc.), während ihre reale Beschäftigung mit Dingen, die der Kunst zuzurechnen sind, viel breiter ist.

Darauf verweist die große Zustimmung zur Aufzählung verschiedener Künste bzw. Medien, die unserem eigentlichen "demokratisch" gemeinten, weiten Kunstbegriff entsprechen.

1.1. Wertorientierungen als Einflußgrößen auf das Modeverhalten - methodische Grundlagen

Die gesamte Auflistung von Wertorientierungen (siehe Tabelle 1) wurde einer Faktor-analyse unterzogen, mit dem Ziel, die 15 verwendeten Indikatoren zu Faktoren zusammenzufassen, die unterschiedliche Wertorientierungstypen darstellen.

Diese Faktor-analyse wurde getrennt für die Gesamtpopulation, für Jungen und Mädchen durchgeführt.

Das Verfahren zeigte folgende Ergebnisse.

Für die Gesamtpopulation, für Jungen und Mädchen wurden drei identische (!) Hauptfaktoren ermittelt, die gleichzeitig drei "Wertorientierungs-Typen" darstellen.

Faktor 1: Dieser Faktor setzt sich zusammen aus den Indikatoren "viel Geld verdienen", "ausreichend Zeit haben", "hohen persönlichen Lebensstandard erreichen", "komfortable Wohnung besitzen", "sich immer modisch kleiden können".

Er wird bezeichnet als: Typ Lebensstandard¹

Faktor 2: Dieser Faktor vereint in sich die Indikatoren "sich schöpferisch entfalten können", "sich mit Büchern, Musik, Filmen, Gemälden u. ä. beschäftigen können", "in allen Bereichen ständig dazu lernen".

Er wird bezeichnet als: Typ kreative Selbstvervollkommnung

Faktor 3: Dieser Faktor wird aus den Indikatoren "in Beruf/Ausbildung gute Arbeit leisten", "glückliches Ehe- und Familienleben führen", "gute Beziehungen im Arbeits- bzw. Ausbildungskollektiv haben", "in der beruflichen Arbeit voll aufgehen" gebildet.

Er wird bezeichnet als: Typ Arbeit/Familie

Die Faktoranalysen, getrennt nach dem Geschlecht, zeigten gleiche Ergebnisse. Es ergaben sich jeweils die gleichen drei Faktoren, die Höhe der substantiellen Ladungen der einzelnen Indikatoren war annähernd gleich. Dies betrifft auch den Modeindikator "sich immer modisch kleiden können". Das bedeutet, der Lebensstandardtyp wird bei den Frauen nicht stärker durch den Modeindikator geprägt als bei den Männern.

Alle Indikatoren des Lebensstandardstyps haben den gleichen Anteil an der Zusammensetzung des Faktors, es kommt kein Einzelindikator stärker zum Tragen als die anderen.

¹ Um Selbstkorrelationen dieses Typs, der ja einen Modeindikator enthält, mit einzelnen Modefragen auszuschließen, wurde dieser Typ zur Überprüfung einzelner Zusammenhänge auch ohne Modeindikator eingesetzt. Selbstkorrelation kann fast völlig ausgeschlossen werden.

Wenn es im folgenden in erster Linie darum geht, Zusammenhänge darzustellen zwischen Wertorientierungen und Einstellungen und Verhaltensweisen auf dem Gebiet der Mode, kann auf die Differenzierung nach dem Geschlecht z. T. verzichtet werden, da Verzerrungen durch geschlechtstypische Unterschiede in den Wertorientierungen weitgehend ausgeschlossen werden können.

In einem weiteren Arbeitsschritt in der Auswertung wurde berücksichtigt, daß die einzelnen Faktoren/Typen unterschiedlich ausgeprägt sein können bzw. in unterschiedlicher Abstufung vorkommen. Die unterschiedlichen Ausprägungsgrade berücksichtigend, entstanden folgende, in der Auswertung einzusetzende Differenzierungsmerkmale, die aus dem Wertorientierungsbereich gewonnen wurden.

Bedeutung Lebensstandard

groß
mittel
gering

Bedeutung kreative Selbstvervollkommnung

groß
mittel
gering

Bedeutung Arbeit/Familie

sehr groß
groß
gering¹

Werden diese Differenzierungsmerkmale mit einzelnen Modefragen korreliert, sind Zusammenhänge zwischen Wertorientierungen und Modeverhalten auch nur dann nachweisbar, wenn die vorhandenen Unterschiede im Modeverhalten der Geschlechter ausgeschlossen werden können. Dies ist weitgehend gewährleistet durch:

1. Die annähernd gleiche Zusammensetzung der oben genannten Differenzierungsmerkmale nach dem Geschlecht.
2. Durch geschlechtsspezifische Korrelationen zwischen Wertorientierungen und den modischen Einstellungen und Verhaltensweisen, die bei Männern und Frauen sehr unterschiedlich sind. Diese wurde

¹ Dieser Einteilung liegen die Durchschnittswerte aus dem fünf-stufigen Antwortmodell zugrunde.

nur punktuell ausgewiesen, da die geschlechtsspezifischen Unterschiede im Modeverhalten im Bericht "Modespezifisches Verhaltensweisen von Jugendlichen in der DDR" (VD-ZIJ-15/86) dargestellt wird, hier aber vorwiegend Zusammenhänge zwischen Wertorientierungen und Mode im Zentrum der Auswertung stehen. Bei den folgenden Darlegungen ist außerdem mitzudenken, daß die verschiedenen Tätigkeitsgruppen in den Wertorientierungstypen unterschiedlich stark vertreten sind.

Große Bedeutung des materiellen Lebensstandards ist vor allem bei Lehrlingen und jungen Arbeitern anzutreffen, große Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung vor allem bei Studenten (vgl. dazu Tabelle 2).

Tab. 2, s. Blatt 15

Tab. 2: Bedeutung verschiedener Wertorientierungen in Abhängigkeit von Tätigkeitsgruppen
 (Bezogen auf diejenigen, die darüber nachgedacht hatten und auf Ap 1 = sehr große Bedeutung) in %

	(Kurzbezeichnungen)										
	Ehe u. Fami- lie	Freun- de	ges. Zu- kunft	Zeit	Kollek- tivbe- ziehung	Aufge- hen in Arbeit	gute Lei- stungen	Geld	Woh- nung	Lebens- standard	schöpferisch entfalten
Lehrlinge	75	78	59	59	50	45	42	38	33	42	28
Studenten	86	74	55	30!	37!	54!	44	9!	20!	10!	37!
Arbeiter	82	66	62!	54	51	43	46	42	35	34	27
Angestellte	85	65	58	41	48	43	42	25	26	18	24

	gesell. nützl.	Kunst- beschäftigung	ständig lernen	modisch kleiden
Lehrlinge	26	24	20	26
Studenten	30	41!	21	9!
Arbeiter	27	23	25	21
Angestell- te	29	21	24	16

2. Wertorientierungen und grundlegende Einstellungen zur Mode
(Modeinteresse, Aufgeschlossenheit gegenüber Modetrends,
Wirkungsabsichten des Bekleidungsverhaltens, modische An-
regungen)
(Kurzfassung)

Wichtige Zusammenhänge zwischen Wertorientierungen von Jugendlichen und grundlegenden Einstellungen zur Mode, wie sie oben genannt wurden, werden detailliert im Anhang 1 dargestellt. An dieser Stelle soll nur auf die wesentlichsten Zusammenhänge verwiesen werden, ohne sie ausführlich zu belegen.

Grundlegende Einstellungen zur Mode wie Modeinteresse, Reagieren auf Modetrends u. a. hängen auch davon ab, welche Lebenswerte für Jugendliche wichtig sind.

Modeinteresse und Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Modetrends sind besonders groß bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat und bei Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte besonders große Bedeutung haben, sind genauso modeinteressiert wie andere Jugendliche, ihr Verhalten gegenüber Modetrends ist aber kaum davon abhängig, ob arbeits- und familienbezogene Werte für sie wichtig sind oder nicht. Sie sind aber nicht "modeenthaltend". Großes Modeinteresse und modedefreudiges Verhalten lassen sich also nicht allein auf eine starke Konsumorientierung zurückführen.

Welche grundlegenden Lebenswerte bei Jugendlichen dominieren, hat auch Einfluß darauf, was sie mit ihrer Kleidung beabsichtigen und woher sie modische Anregungen beziehen.

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, orientieren sich in ihrem Bekleidungsverhalten stärker an Gruppennormen als andere Jugendliche. Jugendtypisches Aussehen und Abgrenzen von der älteren Generation sind für sie wichtige Intentionen ihres Bekleidungsverhaltens.

Modische Anregungen beziehen diese Jugendlichen stärker als andere aus internationalen Quellen.

Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung hat, verfolgen mit ihrer Kleidung stärker als andere Jugendliche Individualisierungsabsichten. Individuelle Maßstäbe spielen für diese Jugendlichen eine größere Rolle als Gruppennormen oder gesellschaftliche Konventionen im Umgang mit Mode.

Auch diese Jugendlichen beziehen natürlich modische Anregungen aus verschiedenen Quellen, besonders aus "reinen" Modezeitschriften.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte bedeutsam sind, legen mehr Wert als andere Jugendliche auf die gesellschaftliche Verbreitung und Angemessenheit einer Mode, bevor sie sie selbst mitmachen. Als Quellen für modische Anregungen fungieren bei diesen Jugendlichen vor allem Medienbeiträge aus der DDR und Angebote unserer Geschäfte.

Die modischen Gepflogenheiten und Wertvorstellungen unserer Gesellschaft sind für diese Jugendlichen besonders bedeutsam.

Alle hier beschriebenen Zusammenhänge und Tendenzen werden im Anhang - in der Langfassung dieses Kapitels - ausführlich belegt.

Außerdem ist im Detail nachzulesen, worauf Verallgemeinerungen beruhen (z. B. Aussagen über modische Anregungen aus internationalen Quellen - modische Anregungen aus Maßstäben unserer Gesellschaft usw.).

Alle Datenbelege befinden sich in den Tabellen 3 - 9 im Tabellenanhang.

3. Wertorientierungen und ausgewählte Aspekte des Kaufs und des Tragens von Kleidung

3.1. Kauf in verschiedenen Handelseinrichtungen und Preisgruppen und Lebensstandard

Beim Kauf von Bekleidung werden die Jugendmodeeinrichtungen von den Jugendlichen stärker genutzt als andere Handelseinrichtungen (vgl. "Modespezifische Verhaltensweisen ...", VD - ZIJ - 15/86).

Auch wenn man die Jugendlichen danach differenziert, ob sie dem Lebensstandard große oder geringe Bedeutung beimessen, bleibt die Jugendmode die wichtigste Verkaufseinrichtung für Jugendliche!

Das heißt, die Jugendmodeeinrichtungen konnten Jugendlichen mit sehr unterschiedlichen Einstellungen zum materiellen Lebensniveau gleichermaßen gerecht werden.

Jugendliche, denen der Lebensstandard ein wichtiger Lebenswert ist, konnten in Jugendmodeeinrichtungen genauso häufig wie andere Jugendliche ihren Bekleidungsbedarf decken, obwohl sie höhere Ansprüche stellen als andere Jugendliche, wie an verschiedenen Stellen noch nachzuweisen ist.

Da beim Kaufverhalten kaum Unterschiede zwischen jungen Männern und jungen Frauen nachgewiesen werden konnten, werden die Zusammenhänge zwischen Kaufverhalten und Lebensstandard für die Gesamtpopulation beschrieben.

Wo Jugendliche ihre Bekleidung einkaufen, hängt natürlich von vielen Faktoren ab (Verfügbarkeit von Handelseinrichtungen, Einkommen u. a.). Es zeigt sich aber, daß unterschiedliche Wertorientierungen das Kaufverhalten beeinflussen. Diese Zusammenhänge werden vor allem zwischen der unterschiedlichen Wertigkeit des materiellen Lebensniveaus und dem Kauf im "Exquisit", im "Intershop", aber auch in normalen Fachgeschäften und Warenhäusern deutlich.

Fachgeschäfte und Warenhäuser werden von den Jugendlichen, die dem Lebensstandard große Bedeutung zumessen, etwas weniger genutzt als von Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur ge-

ringe Bedeutung hat (71 gegenüber 77 %, die mindestens einmal dort kauften).

Wie die unterschiedliche Wertigkeit des Lebensstandards für Jugendliche das Kaufverhalten mitbestimmt, zeigt sich am deutlichsten bei der Nutzung von "Exquisit"-Geschäften und des "Intershops". Dies ist in der Tabelle 10, Tabellenanhang, dargestellt.

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, haben weitaus häufiger im "Exquisit" eingekauft, als Jugendliche, die dem Lebensstandard nur geringe Bedeutung beimessen.

Dies zeigt sich sowohl in der größeren Zahl der Nicht-Käufer bei Jugendlichen, denen der Lebensstandard nicht viel bedeutet, dies zeigt sich auch in der größeren Zahl der Mehrfachkäufe bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard ein wichtiger Lebenswert ist.

Der Kauf von Kleidung im "Intershop" hängt natürlich stark von anderen Bedingungen als der Wertigkeit des Lebensstandards ab. Trotzdem sind Einflüsse des Lebensstandards auf den Kauf im "Intershop" nachzuweisen (siehe Tabelle 10).

Bei großer Bedeutung des Lebensstandards sind auch die Bekleidungskäufe im "Intershop" im Laufe eines Jahres häufiger als bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat.

Dies kann verschiedene Ursachen haben:

Möglicherweise steigt bei großer Bedeutung des materiellen Lebensniveaus der Kauf von Kleidung im "Intershop" an (zu Ungunsten anderer Dinge), d. h. ohne größere Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln gegenüber denjenigen, für die der Lebensstandard geringe Bedeutung hat. Eine größere Verfügbarkeit von Zahlungsmitteln wäre ebenfalls denkbar, für die es verschiedene, hier nicht zu klärende Ursachen geben kann.

Die beschriebenen Zusammenhänge sollten Anlaß sein, über bestimmte Sachverhalte nachzudenken:

1. Über das Selbstverständnis bzw. die Zielgruppenorientierung der berücksichtigten Handelseinrichtungen.

Gehobene materielle Ansprüche, wie sie ja bei Jugendlichen, denen der Lebensstandard ein wichtiger Wert ist, vorauszusetzen

sind, werden von den Fachgeschäften/Warenhausabteilungen weniger, in den "Exquisit"-Geschäften häufiger befriedigt.

Diese "Arbeitsteilung" zwischen den unterschiedlichen Handlungseinrichtungen war zwar durch die Einrichtung der "Exquisit"-Geschäfte beabsichtigt. Trotzdem bleibt zu überlegen, ob und inwieweit das Angebot der normalen Fachgeschäfte nicht auch gehobeneren Ansprüchen gerecht werden sollte.

Die Orientierung des Handels auf Angebote in drei verschiedenen Preisgruppen spricht ja für eine differenzierte Versorgung im Fachhandel.

Die Ergebnisse belegen allerdings, daß Jugendliche mit gehobeneren materiellen Ansprüchen sich stärker in den "Exquisit"-Einrichtungen versorgen wollen oder müssen.

2. Über die Wechselwirkung von ökonomischen und politischen Strategien (Ausbau des Netzes der "Exquisit"-Geschäfte und der "Intershops") und Wertbildungsprozessen - nicht nur bei Jugendlichen. Mit der verstärkten Einrichtung von "Exquisit"-Geschäften wurden auch veränderte gesellschaftliche Maßstäbe für das vorgegeben, was als Spitze des materiellen Lebensniveaus (auf dem Gebiet der Bekleidung) innerhalb unserer Gesellschaft gelten kann.

Damit verbunden:

3. Über Maßstäbe für materielles Lebensniveau, die nicht nur durch die Potenzen unserer eigenen Produktion herausgebildet werden.

Das Vorhandensein der "Intershops" und der Einfluß der westlichen Massenmedien (vor allem des Fernsehens) tragen zur Herausbildung von Wertmaßstäben bei, an denen sich dann auch unsere Produktion messen muß. Solche Wechselwirkungen wurden nachgewiesen zwischen Lebensstandard als bedeutsamer Lebenswert und Nutzung von ausländischen Modezeitschriften und modischen Anregungen durch Stars.

Sie werden auch durch andere Untersuchungen nachgewiesen, so durch die letzte Untersuchung zur Mediennutzung (VVS LR I/138 - 2/87).

Jugendliche, die das BRD- und das DDR-Fernsehen nutzen, unterscheiden sich im Bereich der Wertorientierungen von Jugendlichen, die nur DDR-Fernsehen nutzen (Dresden) in erster Linie durch die größere Bedeutsamkeit des Lebensstandards. Einen hohen Lebensstandard zu erreichen ist für sie ein wichtigeres Lebensziel als für die Jugendlichen, die nur das DDR-Fernsehen nutzen.

Es gibt in diesem Bereich des Lebensstandards enge Verflechtungen zwischen Produktions- und Warenniveau unserer Gesellschaft (und auch den kapitalistischer Staaten) und Wertbildungsprozessen bzw. Maßstäben für Lebensstandard. Umgekehrt wirken hohe Maßstäbe für Lebensstandard auch als handlungssteuernd beim Erwerb von Bekleidung. Sie führen so auch zu einem häufigeren Erwerb von Kleidung, die nicht unserer Produktion und/oder nicht unseren Handelseinrichtungen entstammt bzw. die Spitzenprodukte unserer Produktion darstellen.

Diese Angaben zum Kaufverhalten können ergänzt werden durch verbale Aussagen der Jugendlichen darüber, unter welchen Bedingungen sie bereit wären, auch in der oberen Preisklasse (zum Beispiel "Exquisit") zu kaufen.

Unter welchen Bedingungen Jugendliche der verschiedenen Tätigkeitsgruppen dazu bereit wären, zeigt die folgende Übersicht.

Tab. 11: Bereitschaft und Bedingungen für Kauf in der oberen Preisgruppe in Abhängigkeit von der Tätigkeit (in %)

	keine Ant- wort	unter keinen Umständen bereit	als Not- lösung bereit	aus anderen Gründen be- reit
Lehrlinge	10	7	29	54
Studenten	8	4	40	48
Arbeiter	15	6	31	48
Angestellte	10	5	32	53

Die Bereitschaft zum Kauf in einer gehobenen Preisgruppe ist insgesamt recht hoch.

Unter denjenigen, die nicht geantwortet haben, befanden sich auch Jugendliche, die die gesamte Frage durchgestrichen hatten, so daß davon ausgegangen werden muß, daß die Gruppe derjenigen

Jugendlichen, die unter keinen Umständen bereit ist, in der oberen Preisgruppe zu kaufen, insgesamt etwas größer als ausgewiesen ist.

Die meisten Jugendlichen, d. h. rund 50 % wären bereit, in der oberen Preisgruppe zu kaufen, wenn die Kleidung besondere Qualitätsmerkmale erfüllt, die ganz verschiedener Art sein können (besonders modisch, ausgefallen, aber auch besonders langlebig, solide gearbeitet) und wenn es einen besonderen Anlaß gibt, für den ein "gutes Stück" benötigt wird. Diese Anlässe sind festliche Gelegenheiten aller Art bis zu Hochzeitsfeiern.

Diese beiden Bedingungskomplexe (besondere Qualitätsmerkmale + besondere Anlässe) würden Jugendliche am ehesten veranlassen, in der oberen Preisgruppe zu kaufen. Auch irrealen Bedingungen, die nicht handlungswirksam werden, sind zu einem kleinen Teil in diesen Bedingungskomplex mit eingegangen (bei höherem Gehalt oder Lottogewinn würde ich ...).

Knapp ein Drittel der Jugendlichen, bei den Studenten 40 %, würde nur in der oberen Preisklasse kaufen, wenn sie sich durch ungünstige Bedingungen dazu gezwungen sähen, d. h. wenn das Angebot in den Fachgeschäften nicht ihren Vorstellungen entspräche, wenn sie anderen Handelseinrichtungen nichts finden würden, wenn sie langes Suchen vermeiden wollten usw. Sie würden den Kauf in der oberen Preisgruppe aber alle in irgendeiner Weise als Notlösung empfinden.

Ob der Lebensstandard für Jugendliche ein bedeutsamer oder unbedeutender Wert ist, hat keinen Einfluß auf die Bereitschaft zum Kauf in einer oberen Preisgruppe bzw. auf die Bedingungen, unter denen man zum Kauf bereit wäre!

10 - 14 % der Jugendlichen haben die Frage nicht beantwortet, 5 - 9 % der Jugendlichen wären unter keinen Umständen bereit zum Kauf in der oberen Preisgruppe, rund 30 % wären bereit, in der oberen Preisgruppe zu kaufen, wenn sie keine andere Möglichkeit mehr hätten und für rund 50 % müßten andere Bedingungen erfüllt sein (besonderer Anlaß, besondere Qualität usw.), um in der oberen Preisgruppe zu kaufen.

Wenn es um die Voraussetzungen für den Kauf in der oberen Preisgruppe geht, unterscheiden sich die Jugendlichen, für die der

Lebensstandard eine große Rolle spielt, nicht von den Jugendlichen, für die er nur eine geringe Rolle spielt.

Im realen Kaufverhalten kam der Kauf im "Exquisit" (als eine Möglichkeit für Kauf in oberer Preisgruppe) jedoch weitaus häufiger vor bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat.

Diese Diskrepanz erklärt sich daraus, daß die Voraussetzungen sich zwar nicht unterscheiden, daß sie aber bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard bedeutsam ist, einfach häufiger zutreffen.

Sowohl die Gründe, die die unzureichende Beschaffenheit des "normalen", preiswerteren Angebots beinhalten, werden bei diesen Jugendlichen häufiger gegeben sein als auch der Wunsch, etwas besonders Modisches, Ausgefallenes, Qualitätvolles zu erwerben, wird bei diesen Jugendlichen häufiger anzutreffen sein.

3.2. Weitere Aspekte des Kaufverhaltens bei unterschiedlicher Bedeutung des Lebensstandards

Jugendliche, für die der Lebensstandard ein bedeutsamer Wert ist, stellen auch höhere Anforderungen an die Dichte des Netzes von Verkaufseinrichtungen und an die Qualität des Angebots.

Dies soll an drei Beispielen gezeigt werden.

1. Zufriedenheit mit verschiedenen Bedingungen in den Jugendmodeeinrichtungen

Obwohl die Häufigkeit der Nutzung der Jugendmodeeinrichtungen so gut wie gar nicht von der Bedeutung des Lebensstandards beeinflusst war, Mehrfachkäufe bei Jugendlichen mit großer Bedeutung des Lebensstandards sogar etwas häufiger waren, sind diese Jugendlichen trotzdem etwas unzufriedener mit den Jugendmodeeinrichtungen (vgl. Tabelle 12, Anhang).

Sie legen an die Bewertung der Jugendmodeeinrichtungen anspruchsvollere Maßstäbe an als Jugendliche, für die der Lebensstandard eine geringere Bedeutung hat.

Auch mit den Preisen in der Jugendmode sind diese Jugendlichen nicht zufriedener, sondern etwas unzufriedener als Jugendliche, denen der Lebensstandard nicht so wichtig ist.

Bei der Beurteilung der Preise werden auch hier sicher strengere Preis-/Qualitätsrelationen zugrunde gelegt.

Für die Jugendlichen insgesamt wurde in einer offenen Frage erfaßt, welche Produkte in der Jugendmode billiger sein sollten. Die Ergebnisse sind in der Übersicht 1 im Tabellenanhang zusammengestellt.

Bei dieser Übersicht zeigt es sich, daß die meisten Jugendlichen gerade die Kleidungsstücke zu teuer finden, die bei ihnen besonders beliebt sind und die zum großen Teil auch jugendtypisches Bekleidungsverhalten mit ausmachen: Dies betrifft die große Anzahl der genannten und für zu teuer befundenen Hosen, alle Arten von Jacken (die gerade für die jungen Männer Lieblingskleidungsstücke sind), dies betrifft die Trikotagen, und auch die T-Shirts/Sweatshirts und in erster Linie alle Arten von Schuhen.

Über dieses Mißverhältnis von Anspruch des Handels auf jugendtypische Angebotsstruktur einerseits und für zu teuer befundene Kleidungsstücke andererseits sollte weiter nachgedacht und nach Lösungen gesucht werden, wie sie sich ja bereits abzeichneten (Unterschiedlicher Materialeinsatz bei Jacken und Hosen - differenzierteres, d. h. auch niedrigeres Preisniveau).

2. Kauf von Kleidungsstücken zu bestimmten Gelegenheiten bei unterschiedlicher Bedeutung des Lebensstandards

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, wollten häufiger Kleidung für den Diskobesuch erwerben als Jugendliche mit geringer Bedeutung des Lebensstandards. Sie konnten ihre Kaufabsichten aber etwas weniger realisieren, da sie offensichtlich höhere Anforderungen an diese Kleidung stellen als Jugendliche mit geringer Bedeutung des Lebensstandards.

Tab. 13: Realisierung von Kaufabsichten für Diskokleidung
in Abhängigkeit vom Lebensstandard in %

Bedeutung Lebensstandard	Kaufab- sichten hatten	Kauf realisiert		
		ohne Schwie- rigkei- ten	mit Schwie- rigkei- ten	gar nicht
groß	84!	18	55	27!
mittel	77	19	59	22
gering	64	17	64!	19

3. Ausweichmöglichkeiten bei nicht realisierten Kaufabsichten

Für die Mehrheit der Jugendlichen insgesamt wurde festgestellt, daß sie im Fall eines nicht zu realisierenden Kaufs so lange suchen bis sie das gewünschte Kleidungsstück erwerben können.

Dies gilt auch, wenn man die Jugendlichen differenziert betrachtet nach unterschiedlichen Wertorientierungen, die bei ihnen dominieren.

Neben der weiten Verbreitung des Suchens nach dem passenden Stück zeigt sich bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, daß sie stärker zu anderen Beschaffungsmöglichkeiten (die nicht näher charakterisiert sind) neigen.

(22 % praktizieren dies gegenüber 13 % der Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat. Das heißt, diese Jugendlichen versuchen Bezugsquellen für Bekleidung zu erschließen, die nicht an unsere Handelseinrichtungen gebunden sind.)

Bei Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist, spielt das Ausweichen auf die Selbstanfertigung von Kleidung eine etwas größere Rolle als bei anderen Jugendlichen (19 % weichen auf Selbstanfertigung aus gegenüber 13 % der Jugendlichen für die kreative Selbstvervollkommnung unbedeutsam ist.)

3.3. Herkunft von Lieblingskleidungsstücken und Lebensstandard

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, beziehen einen Teil ihrer Lieblingskleidungsstücke aus anderen Quellen als Jugendliche, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat bzw. Kleidungsstücke haben bei ihnen unterschiedliche Chancen, (die von der Herkunft abhängen) zum Lieblingskleidungsstück zu werden.

Die Differenzen zwischen den Herkunftsquellen sind nicht sehr groß, aber symptomatisch für bereits vorher aufgezeigte Tendenzen beim Kauf von Kleidung in verschiedenen Handelseinrichtungen.

Jugendliche mit großer Bedeutung des Lebensstandards gaben als Bezugsquelle von Lieblingskleidungsstücken häufiger das kapitalistische Ausland und die "Exquisit"-Läden an als Jugendliche mit geringer Bedeutung des Lebensstandards, weniger gaben sie das normale Konfektionsangebot der Fachgeschäfte/Warenhäuser an!

Umgekehrt gaben Jugendliche mit geringer Bedeutung des Lebensstandards häufiger das normale Konfektionsangebot an, geringfügig häufiger auch andere Bezugsquellen und Selbstfertigung. Dafür gibt es zwei Erklärungen: Jugendliche mit großer Bedeutung des Lebensstandards besitzen auch mehr Kleidungsstücke aus dem "Exquisit" (siehe Kauf in verschiedenen Handelseinrichtungen).

Naheliegend ist aber auch die Annahme, daß Kleidungsstücke aus dem "Exquisit" oder dem kapitalistischen Ausland bei ihnen eine größere Chance als Kleidungsstücke anderer Herkunft haben, zum Lieblingskleidungsstück zu avancieren, allein durch die Tatsache, daß das betreffende Kleidungsstück aus dem kapitalistischen Ausland oder dem "Exquisit" stammt. Kleidungsstücke aus der Jugendmode sind, unabhängig von der Bedeutung des Lebensstandards, erfreulicherweise gleichstark bei den Lieblingskleidungsstücken vertreten.

Tab. 14: Bezugsquellen von Lieblingskleidungsstücken in Abhängigkeit von der Bedeutung des Lebensstandards in %

	Jumo	kap. Aus-land	nor- male Kon- fek- tion	Ex- qui- sit	selbst gefer- tigt	soz. Aus- land	In- ter- shop	an- dere Quellen
Bedeutung Lebens- standard								
groß	21	25!	10	15!	9	8	7	5
gering	22	18	15!	10	12	9	5	9

3.4. Anforderungen an Qualitätsmerkmale von Kleidung und Wertorientierungen

Wie wichtig einzelne Qualitätsmerkmale wie saubere Verarbeitung, gute Paßform, modische Gestaltung, modisches Material usw. Jugendlichen sind, hängt auch davon ab, welche Lebenswerte ihnen wichtig sind.

Die Qualitätsanforderungen sind grundsätzlich hoch, gleichgültig, ob Jugendliche dem Lebensstandard, kreativer Selbstvervollkommnung oder arbeits- und familienbezogenen Werten in ihrem Leben die Priorität einräumen.

Qualitätsanforderungen werden geringer, wenn alle diese Werte für Jugendliche von geringerer Bedeutung sind. (vgl. Tabelle 15, Anhang)

Es zeigen sich aber auch Unterschiede in der Bewertung einzelner Qualitätsmerkmale, die von den unterschiedlichen Wertorientierungen der Jugendlichen abhängig sind.

Die modische Aktualität von Kleidung ist für Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, wichtiger als für andere Jugendliche und sie verliert sehr stark an Bedeutung, wenn der Lebensstandard für Jugendliche nur eine geringe Rolle spielt.

Dies wird an den Eigenschaften modische Gestaltung, modische Farbe, modisches Material deutlich. Hier gibt es Differenzen bis zu 40 % zwischen der Wichtigkeit dieser Eigenschaften für Jugendliche mit geringer oder großer Bedeutung des Lebensstandards. Diese größere Bedeutung der modischen Aktualität bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, gilt sowohl für junge Frauen und Mädchen als auch für junge Männer, wie am Beispiel der modischen Gestaltung in der Tabelle 16, Anhang nachgewiesen wird. Diese Tendenz gilt aber auch für modische Farbe und modisches Material.

Die modische Aktualität ist für Frauen und Mädchen, für die der Lebensstandard eine große Bedeutung hat, ganz besonders wichtig. Sie ist aber für junge Mädchen, die dem Lebensstandard nur geringe Bedeutung beimessen, auch noch wichtig, wenn auch weniger.

Für die jungen Männer nimmt die Wichtigkeit der modischen Aktualität viel stärker ab, wenn der Lebensstandard für sie nur geringe Bedeutung hat.

In Abhängigkeit davon, welche Bedeutung kreative Selbstvervollkommnung für Jugendliche hat, ändert sich vor allem die Wichtigkeit der Kombiniertfähigkeit von Kleidung.

Die Kombinierfähigkeit ist diesen Jugendlichen zwar weniger wichtig als andere Eigenschaften, jedoch unterscheiden sich Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung große oder geringe Bedeutung hat, gerade darin, wie wichtig ihnen die Kombinierfähigkeit ist, d. h. die Möglichkeit zu schöpferischem Umgang mit Kleidung.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte bedeutsam sind, stellen insgesamt hohe Anforderungen an die Qualität von Kleidung.

Modische Aktualität von Kleidung ist für sie wichtig, wenn auch etwas weniger bedeutsam als für Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat.

Nimmt die Bedeutung arbeits- und familienbezogener Werte ab, werden die Eigenschaften, die die modische Aktualität ausmachen, unwichtiger!

Dies gilt wiederum sowohl für junge Männer als auch für junge Frauen. (Siehe Tabelle 16, Anhang, in der diese Tatsache anhand der modischen Gestaltung belegt ist.)

Besonders groß sind wieder die Differenzen zwischen den jungen Männern, für die arbeits- und familienbezogene Werte sehr große oder nur geringe Bedeutung haben.

Haben die arbeits- und familienbezogenen Werte für sie geringe Bedeutung, wird auch die modische Aktualität (Gestaltung, Farbe, Material) viel unwichtiger!

3.5. Beschaffenheit der eigenen Garderobe und Wertorientierungen

Jugendliche, die sich in ihren Wertorientierungen voneinander unterscheiden, unterscheiden sich zum Teil auch in ihrer Garderobe voneinander. (vgl. Tabelle 17 und 18)

Dies gilt vor allem für Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat und für diejenigen, bei denen er weniger wichtig ist.

Geringere Einflüsse auf die eigene Garderobe sind nachzuweisen in Abhängigkeit von arbeits- und familienbezogenen Wertorientierungen und von der Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung für Jugendliche.

Welchen Stellenwert der Lebensstandard im Leben Jugendlicher hat, wirkt sich vor allem darauf aus, in welchem Maß die eigene Kleidung als umfangreich, hochmodisch und reichhaltig empfunden wird.

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, geben weitaus häufiger an, daß ihre Garderobe hochmodisch ist als Jugendliche, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat.

Die Differenzen betragen 36 %.¹

Die Garderobe wird von Jugendlichen, denen Lebensstandard viel bedeutet, außerdem als reichhaltiger (spezialisiert für verschiedene Verwendungszwecke) eingeschätzt als von Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat. Die Differenzen betragen 30 %.¹

Auch eine als sehr umfangreich charakterisierte Garderobe ist bei Jugendlichen, denen der Lebensstandard viel bedeutet, häufiger anzutreffen als bei Jugendlichen, die auf den Lebensstandard nur geringen Wert legen (Differenzen in der Antwortposition 1 "das trifft für mich vollkommen zu" betragen 11 %).

Die beschriebenen Tendenzen gelten sowohl für junge Frauen als auch für junge Männer, wie am Beispiel der modischen Aktualität der Garderobe in der Tabelle 18 nachgewiesen wird.

Auf andere Eigenschaften der eigenen Garderobe hat der unterschiedliche Stellenwert des Lebensstandards nur einen geringen Einfluß.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte eine sehr große Bedeutung haben, verfügen ebenfalls über eine hochwertige Garderobe in bezug auf Umfang, modische Aktualität, Reichhaltigkeit usw. Sie unterscheiden sich in der Beziehung nur wenig von den Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat! (Vgl. Tabelle 17)

¹ Differenzen bezogen auf vollkommene und eingeschränkte Meinungsübereinstimmung.

Es ist allerdings anzunehmen, daß hier nicht die gleichen Maßstäbe für "umfangreich", "hochmodisch" usw. zugrunde gelegt werden. Dies ist naheliegend, da sich die Jugendlichen, für die arbeits- und familienbezogene Werte große Bedeutung haben, weniger aufgeschlossen gegenüber neuen Modetrends zeigten als Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat. Dies wird sich in der modischen Aktualität der eigenen Garderobe auch niederschlagen.

Im Umfang, modischer Aktualität und Reichhaltigkeit der Garderobe gibt es große Unterschiede zwischen jungen Männern und jungen Frauen. (Vgl. "Modespezifische Verhaltensweisen von Jugendlichen in der DDR", VD - ZIJ - 15/86)

Diese Geschlechterunterschiede bewirken einen Teil der Unterschiede zwischen Jugendlichen, für die arbeits- und familienbezogene Werte sehr große oder nur geringe Bedeutung haben. (Dies betrifft: Umfang, modische Aktualität und Reichhaltigkeit der Garderobe.)

Differenziert nach dem Geschlecht zeigt sich für junge Frauen, daß die Bedeutung arbeits- und familienbezogener Werte nur einen geringen Einfluß auf Umfang, modische Aktualität und Reichhaltigkeit der Garderobe haben.

Verlieren arbeits- und familienbezogene Werte an Bedeutung, wird die eigene Kleidung auch etwas negativer eingeschätzt, wie am Beispiel der modischen Aktualität in der Tabelle 18 gezeigt wird. Dies gilt für junge Männer etwas stärker als für junge Frauen.

Vielseitige Verwendbarkeit der Kleidung und Kombinerfähigkeit sind größer, wenn arbeits- und familienbezogene Werte sehr große Bedeutung haben. Die ausgewiesenen Unterschiede zwischen der Garderobe Jugendlicher, für die arbeits- und familienbezogene Werte sehr große Bedeutung oder nur geringe Bedeutung haben, lassen sich nicht auf Unterschiede zwischen jungen Männern und Frauen zurückführen.

Das heißt, wenn arbeits- und familienbezogene Werte an Bedeutung gewinnen, nehmen praktische, zeitgemäße Eigenschaften der Garderobe stärker zu als modische Aktualität, Umfang usw.

Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist, schätzen ihre Garderobe als fast genauso positiv ein wie die Jugendlichen, für die z. B. der Lebensstandard große Bedeutung hat.

Sie empfinden ihre Garderobe als genauso umfangreich und als fast genauso modisch aktuell wie die Jugendlichen, denen der Lebensstandard viel bedeutet. Auch hier können allerdings unterschiedliche Maßstäbe zugrunde liegen.

Modische Aktualität und Reichhaltigkeit der Garderobe verändern sich nicht, wenn kreative Selbstvervollkommnung an Bedeutung gewinnt, aber die vielseitige Verwendbarkeit der Kleidung nimmt sehr stark zu.

(Vgl. Tabelle 17 Tabellenanhang)

Das heißt, die Garderobe von Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung ein wichtiger Wert ist, unterscheidet sich vor allem in der vielseitigen Verwendbarkeit von der Garderobe der Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung nur eine geringe Bedeutung hat.

Dies spricht für eine praktische, zeitgemäße Kleidung und einen schöpferischen Umgang damit.

Die Zufriedenheit mit der eigenen Garderobe ist bei allen Jugendlichen gleich stark ausgeprägt, gleichgültig welche Wertorientierungen für sie besonders wichtig sind.

Das heißt aber auch, daß die Maßstäbe für Zufriedenheit jeweils sehr unterschiedlich sind.

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, brauchen eine umfangreichere und hochmodischere Kleidung, um zufrieden zu sein, während Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung und arbeits- und familienbezogene Werte große Bedeutung haben, auch mit etwas weniger (an Umfang und modischer Aktualität) gleichermaßen zufrieden sind.

3.6. Selbstfertigung von Kleidung und kreative Selbstvervollkommnung

Die Übersicht über die Motive (Übersicht 2, Anhang), die es für die Selbstanfertigung von Kleidung gibt, verweist auf eine große Bedeutung der kreativen Betätigung und dem Vergnügen an der Selbsterstellung von Kleidung.

Rund 20 % der 2340 verschiedenen Einzelnennungen beinhalten die ausdrückliche Freude an der Selbstfertigung von Kleidung, also den Spaß an dem kreativen und handwerklichen Vorgang der Fertigung.

Weitere 26 % der Nennungen beziehen sich auf die Umsetzung ganz individueller Vorstellungen von Kleidungsstücken, auf Experimentieren und den freien Lauf der Phantasie.

Neben dem Moment der Realisierung eines Individualstils in der eigenen Garderobe sind auch Momente der eigenen Phantasie und Kreativität wichtige Beweggründe für die Selbstfertigung von Kleidung.

Weitere Motive für die Selbstfertigung von Kleidung sind der Übersicht 2 im Anhang zu entnehmen.

Da bei den Motiven für die Selbstfertigung von Kleidung die eigene Kreativität und das Vergnügen daran eine entscheidende Rolle spielen, ist zu vermuten, daß Jugendliche, für die künstlerisch-kreative Wertorientierungen von großer Bedeutung sind, sich auch im Besitzumfang selbstgefertigter Kleidung unterscheiden von solchen Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung nur ein unbedeutender Wert ist.

Jungen und Mädchen, für die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist, besitzen tatsächlich mehr selbstgefertigte Kleidungsstücke als Jugendliche, für die dieser Wert nur geringe Bedeutung hat.

Ebenso werden kreative Hobbytätigkeiten zur Selbstfertigung von Kleidung von ihnen häufiger ausgeübt.

Von den jungen Männern, für die kreative Selbstvervollkommnung bedeutsam ist, besitzen 26 % wenigstens einige selbstgefertigte Kleidungsstücke. Hat kreative Selbstvervollkommnung nur geringe Bedeutung, besitzen nur 13 % der Jungen wenigstens einige selbstgefertigte Kleidungsstücke.

Bei den Mädchen und jungen Frauen ist der Besitzumfang selbstgefertigter Kleidung natürlich größer.

Bei großer Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung besitzen 74 % der Mädchen Selbstgefertigtes gegenüber 65 % der Mädchen, für die kreative Selbstvervollkommnung nur ein unbedeutender Wert ist.

Allerdings gaben bei den erstgenannten 13 % an, die meisten Kleidungsstücke selbstgefertigt zu haben, bei den zweitgenannten nur 5 %.

Ähnliche Tendenzen zeigen sich bei Hobbytätigkeiten, die (u. a.) der Herstellung von Kleidung dienen.

Bei den jungen Männern gaben 23 % an, daß sie in ihrer Freizeit nähen, wenn kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung hat. Davon nähen 11 % wenigstens einmal monatlich, weitere 12 % seltener.

Hat kreative Selbstvervollkommnung geringe Bedeutung, nähen 13 % der jungen Männer. Davon 7 % wenigstens einmal monatlich und weitere 6 % seltener.

Bei den jungen Frauen ist die Anzahl derjenigen, die überhaupt nähen, annähernd gleich groß (rund 70 %), gleichgültig, ob kreative Selbstvervollkommnung für sie bedeutsam oder unbedeutsam ist.

Allerdings ist die Zahl derjenigen, die ein- bzw. mehrmals wöchentlich nähen, größer bei den Mädchen, für die kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung hat. (31 % gegenüber 24 %).

Handarbeiten werden von jungen Männern kaum ausgeübt. Trotzdem gibt es einen kleinen Teil junger Männer, die auch Handarbeiten machen. Hat kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung, sind es 8 %, die überhaupt mal Handarbeiten wie Stricken, Häkeln und anderes ausüben. Hat kreative Selbstvervollkommnung geringe Bedeutung, sind es 4 %.

Insgesamt muß hier vermerkt werden, daß der Anteil selbstgefertigter Kleidungsstücke und das Ausmaß von kreativen Hobbytätigkeiten zur Herstellung von Kleidung bei jungen Männern doch weitaus größer ist als erwartet.

Bei den jungen Frauen, für die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist, machen 74 % Handarbeiten, davon 42 % ein- bis mehrmals wöchentlich!

Ist kreative Selbstvervollkommnung von geringer Bedeutung, machen 60 % der Mädchen trotzdem Handarbeiten, davon aber "nur" die Hälfte von ihnen ein- bis mehrmals in der Woche.

Der Besitz selbstgefertigter Kleidungsstücke und das Ausüben von Hobbys wie Nähen und Handarbeiten machen, ist natürlich nicht nur auf kreative Wertorientierungen zurückzuführen. Trotzdem gibt es Zusammenhänge zwischen beiden, die aufgezeigt wurden. Außerdem ist die Wechselwirkung - kreative Hobbys bedingen kreative Wertorientierung und umgekehrt - zu berücksichtigen.

Der Besitz oder Nichtbesitz selbstgefertigter Kleidung ist nicht abhängig davon, welche Bedeutung der Lebensstandard für Jugendliche hat.

Die Anzahl selbstgefertigter Kleidungsstücke ist also nicht Ausdruck eines höheren oder niedrigeren Lebensniveaus oder des Strebens danach.

4. Freizeitverhalten von Jugendlichen 1985

In der folgenden Tabelle ist die Nutzung wichtiger Freizeitangebote dargestellt. Sie gibt wesentliche Freizeitaktivitäten der Jugendlichen wieder, deren modisches Verhalten im Mittelpunkt der Untersuchung stand.

Tab. 19: Nutzung ausgewählter Freizeitangebote innerhalb von 3 Monaten durch Jugendliche Ende 1985 in %

Es wurden untersucht	gar nicht	1 mal	2-4 mal	5-7 mal	8-10 mal	mehr als 10 mal
Gaststätten	61	10	32	19	11	221
Feiern/Feten	71	14	42	18	7	12
Diskotheken	14	11	27	16	10	221
Kinoveranstaltungen	19	22	42	11	3	3
Kunstaussstellungen	45	29	20	4	1	1
Tanzveranstaltungen	48	25	20	4	1	2
Sportveranstaltungen als Zuschauer	53	20	18	4	2	3
Jugendklubs	57	16	16	4	2	5
Sportgruppen	62	6	10	5	3	141
Modenschauen	65	23	10	1	0	1
Vorstellungen/Musiktheater	76	16	7	1	0	0
Sprechtheater	77	14	7	1	0	0
Arbeitsgemeinschaften/Zirkel	79	5	7	2	2	5
Weiterbildungsveranstaltungen	79	2	7	2	1	3

Das Freizeitverhalten der 1985 befragten Jugendlichen der "Modepopulation" zeigt natürlich keine grundsätzlich anderen Tendenzen als die Untersuchungen der letzten Jahre erbracht haben.

(Vgl. z. B. "Entwicklungstendenzen kultureller Bedürfnisse und Verhaltensweisen Jugendlicher in der 1. Hälfte der 80er Jahre", VD 28/85)

Die Spitzengruppe der am häufigsten realisierten Freizeitbeschäftigungen sind öffentliche Freizeitangebote mit unterhaltendem und geselligem Charakter, die Gemeinschaftserlebnisse ermöglichen bzw. bei denen Jugendliche unter sich sein können (besonders Feten und Diskotheken).

Nur wenige haben diese Freizeittätigkeiten, die auf Platz 1 bis 4 stehen, gar nicht genutzt.

Alle anderen Freizeitaktivitäten wurden sowohl von weniger Jugendlichen ausgeübt - z. B. besuchte rund die Hälfte aller befragten Jugendlichen in diesem Zeitraum eine Kunstausstellung, rund 20 % der Jugendlichen nahmen in diesem Zeitraum an Arbeitsgemeinschaften und Zirkeln teil - und die Nutzungsfrequenzen sind bei diesen Tätigkeiten geringer, d. h. eine wöchentliche Nutzung ist seltener. (Eine Ausnahme bildet hier die sportliche Betätigung, die von einem kleineren Teil der Jugendlichen sehr intensiv betrieben wird.)

Zu berücksichtigen ist hier der unterschiedliche Charakter der Tätigkeiten, der eine unterschiedliche Reichweite und eine unterschiedliche Nutzungsfrequenz "naturgemäß" mit sich bringt.

Der zugrundegelegte gleiche Zeitraum von drei Monaten bringt von vornherein eine unterschiedliche Präsenz der Tätigkeiten mit sich. Die Diskothek kann in diesem Zeitraum dementsprechend eine größere Nutzungshäufigkeit erreichen als das Theater.

Ermittelt man Durchschnittswerte (durchschnittliche Nutzungszahlen hochgerechnet auf ein Jahr) für die Spitzengruppe der Freizeitaktivitäten, so ergeben sich für die "Modepopulation" geringere durchschnittliche Besuchszahlen für Diskotheken, Gaststätten und Kinoveranstaltungen als andere Untersuchungen erbracht haben.

(Vgl. "Entwicklungstendenzen ...", VD 28/85)

Diese Unterschiede sind zurückzuführen auf den zugrundeliegenden Meßzeitraum, der in der vorliegenden Untersuchung drei Monate betrug, in der angegebenen vergleichbaren Untersuchung einen Monat.

Bei einem Meßzeitraum von drei Monaten ist mit einer gewissen Vergessensquote zu rechnen, die sich bei Hochrechnungen auf ein Jahr multipliziert.

Wesentlich ist, daß sich an der Spitzengruppe der Tätigkeiten, die Jugendliche in ihrer Freizeit am häufigsten nutzen, nichts ändert.

Diskotheken und Gaststätten, private Feiern und Kinoveranstaltungen sind die am intensivsten genutzten Freizeitangebote.

Andere kulturelle Angebote zeigen in der vorliegenden Untersuchung größere Nutzungsraten als in der angegebenen vergleichbaren Untersuchung von 1984 ermittelt wurden. In diesen Fällen liegt ein identischer Meßzeitraum von drei Monaten zugrunde. Jugendliche der vorliegenden "Modpopulation" besuchten jährlich im Durchschnitt 2 Vorstellungen im Sprechtheater und 1,5 Vorstellungen im Musiktheater (1984: 1,5 Theatervorstellungen insgesamt) und sie besuchten rund 4 mal Kunstausstellungen pro Jahr (1984: 3 Ausstellungsbesuche pro Jahr).

Diese Unterschiede erklären sich zum einen aus der unterschiedlichen Population (1984 wurden hauptsächlich Jugendliche erfaßt, die in Klein- und Mittelstädten leben), die Modeuntersuchung wurde mit 49 % Großstadtjugendlichen realisiert. Damit sind günstigere Bedingungen für den Theater- und Ausstellungsbesuch gegeben.

Beim Besuch von Kunstausstellungen wird außerdem ein weiterer Besucherzuwachs, wie er für die letzten Jahre nachgewiesen werden konnte, zu verzeichnen sein.

Der Besuch von Modenschauen verdient an dieser Stelle noch besondere Beachtung.

35 % der Jugendlichen besuchten innerhalb von drei Monaten eine Modenschau. Diese erstaunliche Durchschnittszahl ergibt sich nicht nur durch den Besuch dieser Veranstaltungen durch Mädchen.

Mehr als jedes dritte Mädchen besuchte innerhalb von drei Monaten eine Modenschau, aber auch rund jeder vierte junge Mann. Diese Nutzungszahlen sind weitaus größer als erwartet. Für die jungen Männer ließ sich im Rahmen der Befragung allerdings nicht ermitteln, ob sie aus eigenem Interesse eine Modenschau besuchten oder ob sie ihre Freundin/Frau begleiteten und selber an der Veranstaltung nur wenig interessiert waren.

Die insgesamt überraschend hohen Nutzungszahlen lassen sich sicher auch darauf zurückführen, daß Modenschauen als "Einlagen" in Diskotheken durchaus üblich sind und daß es gerade in den letzten Jahren eine Reihe von neugegründeten Gruppen gibt, die Mode, Musik, Tanz, Pantomime, Szenenspiel u. a. als Synthese präsentieren.

Der Besuch solcher, von den üblichen Modenschauen abweichenden Darbietungen, scheint sich in den vorliegenden Nutzungszahlen niederzuschlagen.

Ebenso ist der Einfluß der Modenschauen als potentielle Quelle für modische Anregungen größer geworden.

Dies soll an dieser Stelle mit erwähnt werden. 1979 gaben noch 63 % der jungen Männer an, nie modische Anregungen durch Modenschauen zu erhalten und ebenso 34 % der Mädchen.

1985 sind dies nur noch 47 % der jungen Männer und 19 % der jungen Frauen!

Auch dies ist auf die beschriebenen Ursachen zurückzuführen.

4.1. Freizeitverhalten und Modeverhalten - methodische Grundlagen

Um Zusammenhänge zwischen dem Freizeitverhalten von Jugendlichen und ihrem Modeverhalten zu überprüfen, wurden stellvertretend für einen ganzen Bereich von Freizeittätigkeiten zwei charakteristische Freizeitbeschäftigungen ausgewählt. Dies sind der Diskobesuch und der Theaterbesuch.

Diese Freizeittätigkeiten repräsentieren die Bereiche öffentliche Unterhaltung/Geselligkeit und öffentliche Kunstrezeption in exemplarischer Weise.

Dies Vorgehen ist zulässig, da bisher in allen Untersuchungen zu Freizeitinteressen und zum Realverhalten in der Freizeit durch Faktoranalysen eine Trennung der Bereiche öffentliche Unterhaltung/Geselligkeit, öffentliche Kunstrezeption und Sport ermittelt wurde.

Eine solche Typenbildung, die öffentliche Unterhaltung und öffentliche Kunstrezeption voneinander trennt, gilt auch für das Freizeitverhalten der in der Modeuntersuchung erfaßten Jugendlichen.

Für die Überprüfung der Zusammenhänge zwischen Modeverhalten und Freizeitverhalten war es jedoch ausreichend, einfache Korrelationen zwischen den stellvertretenden Tätigkeiten Diskobesuch und Theaterbesuch und ausgewählten Einstellungen und Verhaltensweisen auf dem Gebiet der Mode vorzunehmen. Dabei wurde weiterhin nach der Häufigkeit des Besuchs differenziert, so daß sich folgende Differenzierungsmerkmale ergaben:

Diskobesuch
fast nie
ab und zu
oft

Theaterbesuch
gar nicht
ab und zu
oft

Bei diesen Abstufungen wurde das spezifische Nutzungsmaß, das ja für beide Tätigkeiten sehr unterschiedlich ist, berücksichtigt.

Diskobesuch "oft" bedeutet 8 Besuche und mehr innerhalb von drei Monaten, Theaterbesuch "oft" bedeutet 2 Besuche und mehr innerhalb von drei Monaten.

Innerhalb dieser ausgewählten typischen Formen des Freizeitverhaltens sind die einzelnen Tätigkeitsgruppen unterschiedlich stark vertreten.

Bei denjenigen Jugendlichen, die häufig Diskotheken besuchen, sind die Lehrlinge überdurchschnittlich stark vertreten, bei denjenigen Jugendlichen, die sehr oft ins Theater gehen, sind die Studenten stark vertreten. (Vgl. dazu Tabelle 20)

Diese unterschiedliche soziale Zusammensetzung ist bei den folgenden Zusammenhängen zwischen Freizeitverhalten und Modeverhalten mitzudenken. Dies ist vor allem deshalb wichtig, da sich Lehrlinge als besonders modefreudig, Studenten eher als modeenthaltamer erwiesen haben.

(Vgl. dazu "Modespezifische Verhaltensweisen ...", VD - ZIJ - 15/86)

Tabelle 20 siehe Blatt 42

Tab. 20: Nutzung ausgewählter Freizeitangebote innerhalb von drei Monaten in Abhängigkeit von der Tätigkeit und vom Geschlecht im %

Besuch von Diskotheken	überhaupt nicht	1 mal	2-4 mal	5-7 mal	8-10 mal	mehr als 10 mal
Lehrlinge	71	8	24	17	11	331
Studenten	14	11	28	21	10	16
Arbeiter	17	10	30	15	10	18
Angestellte	21	18	29	11	7	14
männlich	11	9	27	17	12	24
weiblich	16	12	26	16	9	21

Besuch von Theateraufführungen (Sprechtheater)

Lehrlinge	81	12	5	1	0	1
Studenten	52	24	19	3	0	2
Arbeiter	84	12	3	1	0	0
Angestellte	77	14	7	1	0	1
männlich	77	14	7	1	0	1
weiblich	77	15	7	1	0	0

5. Freizeitverhalten und grundlegende Einstellungen zur Mode
(Modeinteresse, Aufgeschlossenheit gegenüber Modetrends,
Wirkungsabsichten des Bekleidungsverhaltens, modische
Anregungen)

1. Jugendliche, die häufig Diskotheken besuchen und Jugendliche, die oft ins Theater gehen, unterscheiden sich in ihren Einstellungen gegenüber der Mode voneinander. Sie unterscheiden sich auch von den Jugendlichen, die beide Freizeitangebote gar nicht nutzen.

Regelmäßige Diskobesucher sind modeinteressierter als Jugendliche, die so gut wie gar nicht in Diskotheken gehen und sie sind modeinteressierter als regelmäßige Theaterbesucher.

(Vgl. Tabelle 3, Tabellenanhang)

2. Jugendliche, die die Diskotheken stark nutzen, verhalten sich auch aufgeschlossener gegenüber neuen Modetrends, d. h. sie schließen sich neuen Modetrends schneller an als Jugendliche, die so gut wie gar nicht in Diskotheken gehen.

Während der Besuch oder Nichtbesuch von Theaterveranstaltungen keinen Einfluß auf das Modeinteresse erkennen ließ, unterscheiden sich Jugendliche, die oft ins Theater gehen von solchen, die nicht ins Theater gehen, in ihren Reaktionen auf neue Modetrends.

Werden Theaterbesuche - immer stellvertretend für den gesamten Bereich der öffentlichen Kunstbegegnung - häufig realisiert, zeigt sich eine Polarisierung beim Verhalten gegenüber neuen Modetrends: sowohl die Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Trends nimmt zu als auch die Enthaltensamkeit gegenüber neuen Modetrends. (Vgl. Tabelle 5, Tabellenanhang)

Diese Polarisierung erklärt sich durch das unterschiedliche Verhalten von Jungen und Mädchen, die häufig ins Theater gehen. Bei jungen Männern, die häufig ins Theater gehen, ist die Zahl derjenigen, die sich ganz spät oder gar nicht neuen Modetrends anschließen, größer als bei denjenigen, die gar nicht ins Theater gehen. (28 % gegenüber 17%)

Bei den jungen Frauen ist das Verhalten entgegengesetzt:
Bei häufigem Theaterbesuch ist die Zahl derjenigen, die sich sehr schnell neuen Modetrends anschließen, größer als bei denjenigen, die nicht ins Theater gehen (40 % gegenüber 28 %, die sich sobald als möglich neuen Modetrends anschließen).

3. Betrachtet man die Bedingungen und Voraussetzungen, die Jugendliche für wichtig erachten, um einen Modetrend mitzumachen, so unterscheiden sich die Diskofans ebenfalls recht stark von den Theaterfans.

Ob ein Modetrend mitgemacht wird oder nicht, machen Jugendliche, die oft in die Disko gehen, stärker als solche, die dies nicht tun, vom Verhalten ihrer Freunde abhängig!

Für Jugendliche, die oft ins Theater gehen, ist das Verhalten der Freunde gegenüber einem neuen Modetrend wesentlich unwichtiger.

Das Mitmachen eines neuen Modetrends machen die Diskofans also stärker von Gruppennormen innerhalb ihres Freundeskreises abhängig als andere Jugendliche. Dies scheint logisch, wenn man die Konzentration von gleichgesinnten und annähernd gleichaltrigen Jugendlichen in der Diskothek bedenkt.

Jugendliche, die oft in Diskotheken gehen, neigen etwas eher dazu, auch mal eine extreme Mode mitzumachen, während Jugendliche, die oft ins Theater gehen, bei einer extremen Mode stärker "passen" als andere Jugendliche.

Um die Tatsache, ob eine Mode sich im Straßenbild durchgesetzt hat, also gewissermaßen bereits gesellschaftlich sanktioniert ist, kümmern sich Jugendliche, die oft ins Theater gehen, weitaus weniger als andere Jugendliche.

(Vgl. für diese Darlegungen insgesamt Tabelle 7, Tabellenanhang)

4. Ähnliche Tendenzen zeigen sich, wenn unterschiedliches Freizeitverhalten und grundsätzliche Funktionen von Bekleidung für Jugendliche in Beziehung gesetzt werden.

(Vgl. Tabelle 8, Anhang)

Auch hier erweist sich die größere Bedeutung von Gruppennormen für Jugendliche, die häufig Diskotheken besuchen, sich so zu kleiden, wie es im Freundeskreis gerade in ist, hat für diese Jugendlichen weitaus größere Bedeutung als für andere. Auch die Absicht, sich mit Hilfe von Kleidung von der älteren Generation zu unterscheiden, ist für sie wichtiger als für andere Jugendliche. Insgesamt hat also die Absicht, mit Hilfe von Kleidung jugendtypisches Aussehen zu erreichen, für Jugendliche, die oft in Diskotheken gehen, eine größere Bedeutung als für andere Jugendliche.

Auch die Resonanz beim anderen Geschlecht wollen sie durch ihre Kleidung stärker als andere Jugendliche erreichen.

Jugendliche, die oft ins Theater gehen, wollen mit ihrer Kleidung ganz andere Absichten realisieren. Sie wollen viel stärker als andere Jugendliche mit Hilfe ihrer Kleidung ihre Individualität unterstreichen. Dementsprechend spielen Gruppennormen des Freundeskreises und die Absicht, jugendtypisch auszusehen, für die Jugendlichen eine weitaus geringere Rolle als für andere Jugendliche.

Jugendliche, die häufig bei öffentlichen Kunstereignissen zu treffen sind, neigen also stärker dazu, mit Hilfe von Kleidung ihre Individualität auszudrücken als dazu, sich in einer Gemeinschaft gruppenkonform und jugendtypisch zu präsentieren. Dies ist auch durch den großen Studentenanteil bei dieser Gruppe von Jugendlichen zu erklären.

5. Unterschiedliche Prioritäten im Freizeitverhalten haben auch Einfluß darauf, woher Jugendliche modische Anregungen beziehen.

(Vgl. Tabelle 9, Tabellenanhang)

Auch hier werden Freunde als Quelle für modische Anregungen wieder etwas häufiger genannt von denjenigen Jugendlichen, die oft Diskotheken besuchen.

Stärker als andere Jugendliche nutzen jedoch die regelmäßigen Disko-Besucher modische Anregungen aus dem Straßenbild bzw. der Diskothek selbst.

Auch ausländische Modezeitschriften und modische Anregungen durch Stars werden von den Disko-Besuchern weitaus stärker genutzt als von anderen Jugendlichen.

Bei diesen Jugendlichen kommen also internationale Einflüsse stärker zum Tragen, die Modeangebote unserer Gesellschaft (Angebote in Schaufenstern und Modezeitschriften der DDR) nutzen diese Jugendlichen etwas weniger als andere.

Jugendliche, die oft ins Theater gehen, nutzen Anregungen aus dem Straßenbild, von Freunden, durch Stars, Angebote der Geschäfte und Schaufenster weniger als die regelmäßigen Disko-Besucher und auch weniger als die Jugendlichen, die gar nicht ins Theater gehen.

Daß viele Möglichkeiten, modische Anregungen zu bekommen, weniger genutzt werden, erklärt sich mit der größeren Bedeutung individueller Maßstäbe bei diesen Jugendlichen.

Auf die Nutzung anderer Quellen für modische Anregungen hat die große oder geringe Kunstaktivität dieser Jugendlichen gar keinen Einfluß (Nutzung von Zeitungen/Zeitschriften, Modenzeitschriften der DDR, Modesendungen).

6. Freizeitverhalten und ausgewählte Aspekte des Kaufs und des Tragens von Kleidung

Das Freizeitverhalten bestimmt den Bedarf und die Beschaffenheit von Kleidung maßgeblich mit.

Welche Kleidung zu welchen Verwendungszwecken benötigt wird, welche Qualitätsmerkmale sie aufweisen muß, woher sie bezogen wird, welche Merkmale schließlich die eigene Garderobe aufweisen soll, hängt auch von den bevorzugten Formen der Freizeitgestaltung Jugendlicher ab.

6.1. Kauf von Kleidung für Disko- und Theaterbesuch und Bekleidungsverhalten in Diskothek und Theater

Es ist logisch, daß Jugendliche, die häufig Diskotheken besuchen, auch den größeren Bedarf an Bekleidung für den Disko-besuch haben.

80 % der Jugendlichen, die oft Diskotheken besuchen, wollten innerhalb eines Jahres auch Kleidung für den Diskobesuch erwerben. Aber auch von den Jugendlichen, die so gut wie gar nicht in Diskotheken gehen, wollen 52 % Kleidung für den Disko-besuch erwerben.

Dies spricht für einen großen Bedarf an Kleidung für den Diskobesuch, selbst noch bei solchen Jugendlichen, die keinesfalls zu den regelmäßigen Diskobesuchern zählen.

Bei denjenigen mit dem größeren Bedarf - also den regelmäßigen Diskobesuchern - konnten allerdings vorhandene Kaufabsichten häufiger gar nicht realisiert werden. (Bei 28 % dieser Jugendlichen.)

Das heißt, die regelmäßigen Diskobesucher stellen an die Kleidung für den Diskobesuch auch höhere Anforderungen als die seltenen Besucher der Diskothek und konnten sie deshalb weniger realisieren.

Kleidung für festliche Veranstaltungen wurde von Jugendlichen, die regelmäßige Theaterbesucher sind, etwas öfter gesucht als von anderen Jugendlichen. (62 % dieser Jugendlichen wollten innerhalb eines Jahres festliche Kleidung erwerben gegenüber 50 % der Jugendlichen, die nicht zu den Theaterbesuchern zählen.)

Diese Zahlen erklären sich daraus, daß Festkleidung natürlich nicht nur für den Theaterbesuch benötigt wird und daß regelmäßige Theaterbesucher gar nicht so sehr zu ausgesprochener Festkleidung tendieren, wie im folgenden gezeigt wird.

Auch die Jugendlichen mit dem etwas größeren Bedarf an Festkleidung konnten ihre Kaufabsichten etwas seltener realisieren als diejenigen mit dem etwas geringeren Bedarf.

Disko- und Theaterbesuch erhöhen nicht nur den Bedarf nach Kleidungsstücken zu diesen Verwendungszwecken, sie bringen auch höhere Ansprüche mit sich, die durch unseren Handel schwerer zu befriedigen sind.

Wie Jugendliche sich in der Diskothek und im Theater kleiden, wenn sie diese Einrichtungen häufig oder wenig nutzen, ist in der folgenden Tabelle dargestellt.

Tab. 21: Tragegewohnheiten von Kleidung für Disko- und Theaterbesuch in %

In Diskotheken wird getragen

	normale Tagesklei- dung	Tagesklei- dung und Verände- rungen/ Beiwerk	keine normale Tageskleidung
Diskobesuch			
fast nie	17	67	16
ab und zu	16	68	16
oft	13	64	23!

Im Theater wird getragen

Theaterbesuch ¹			
gar nicht	4	24	72!
ab und zu	5	33	62
oft	9	39!	52!

Die Nutzungshäufigkeit von Diskothek und Theater hat auch Einfluß darauf, wie sich Jugendliche zu diesen Gelegenheiten kleiden.

Dabei gelten für Jugendliche, die oft ins Theater gehen und regelmäßige Disko-Besucher gegenläufige Tendenzen:

Jugendliche, die häufig ins Theater gehen, tendieren stärker dazu, dort "nur" veränderte Tageskleidung zu tragen, unalltäglichere Kleidung ("keine normale Tageskleidung") wird von ihnen weniger getragen.

¹ Theaterbesuch "gar nicht" bezieht sich auf den erfragten Zeitraum der letzten drei Monate. Diese Jugendlichen können aber deshalb trotzdem Erfahrungen mit Theaterbesuchen gemacht haben und so auch ihre Tragegewohnheiten benennen.

Das heißt, die Geläufigkeit, "Alltäglichkeit" der Nutzung bedingt auch alltäglichere Kleidung.¹

Für häufige Disko-Besucher gilt die Umkehrung:
Bei regelmäßigen Diskobesuchen tendieren die Jugendlichen stärker zu einer Kleidung, die nicht als normale Tageskleidung empfunden wird.

Das Tragen von alltäglicherer Kleidung nimmt etwas ab bei häufigem Diskobesuch.

Die Alltäglichkeit der Nutzung der Diskothek bedingt also hier das Tragen speziellerer, unalltäglicherer Kleidung.

Das Tragen von Schmuck, modischem Beiwerk und Stickern ist bei häufigen Diskobesuchern weiter verbreitet als bei Jugendlichen, die so gut wie nie in Diskotheken gehen und bei Jugendlichen, die oft ins Theater gehen.

26 % der Jugendlichen, die oft in Diskotheken gehen, tragen meist Schmuck und Beiwerk gegenüber 14 % bei den Jugendlichen, die kaum in Diskotheken gehen und gegenüber 19 % der Jugendlichen, die oft ins Theater gehen.

Sticker werden von 45 % der Jugendlichen, die oft in Diskotheken gehen, wenigstens manchmal getragen gegenüber 36 % der Jugendlichen die kaum in Diskotheken gehen und Sticker wenigstens ab und zu tragen.

¹ Trotzdem bleiben grundsätzliche Tendenzen, die für das Bekleidungsverhalten im Theater festgestellt wurden, erhalten: Die Mehrheit tendiert zu einer Kleidung, die in irgendeiner Weise vom Alltag abgehoben ist.

6.2. Bedeutung

modischer Aktualität und anderer Qualitätsmerkmale bei unterschiedlichem Freizeitverhalten

Unterschiede im Freizeitverhalten haben auch Einfluß darauf, welche Anforderungen an verschiedene Qualitätsmerkmale von Kleidung gestellt werden, besonders an die modische Aktualität. Dies zeigt sich sowohl im Kaufverhalten als auch in der Beschaffenheit der eigenen Garderobe.

Unterschiedliche Qualitätsansprüche schlagen sich auch im Kaufverhalten von Jugendlichen mit unterschiedlichem Freizeitverhalten nieder. Dies zeigt sich besonders beim Kauf in "Exquisit"-Geschäften und in der Bereitschaft zum Kauf in höherer Preisgruppe.

Diese Unterschiede in Qualitätsanforderungen, besonders in der modischen Aktualität, werden mit Hilfe ausgewählter Sachverhalte der Trage- und Kaufgewohnheiten dargestellt.

Ihre eigene Garderobe schätzen Jugendliche, die regelmäßige Diskobesucher sind, positiver ein als Jugendliche, die kaum in Diskotheken gehen.

Die Unterschiede sind allerdings wesentlich geringer als sie in Abhängigkeit vom Lebensstandard zu verzeichnen waren.

(Vgl. Tabelle 17, Anhang)

Regelmäßige Diskobesucher schätzen ihre Kleidung als hochmodischer, als umfangreicher und als reichhaltiger (spezialisierter) ein als Jugendliche, die kaum in Diskotheken gehen und als Jugendliche, die häufig ins Theater gehen.

Regelmäßige Theaterbesucher haben zwar bei weitem keine unmoderne Kleidung, aber sie schätzen die modische Aktualität ihrer Kleidung doch als geringer ein als andere Jugendliche, vor allem als die regelmäßigen Diskobesucher.

Dagegen schätzen sie häufiger ihre Kleidung als vielseitig verwendbar ein als andere Jugendliche, was mit ihrem Bekleidungsverhalten im Theater (stärker veränderte Tageskleidung zu tragen) korrespondiert.

Diskobesucher scheinen insgesamt zu einer für verschiedene Verwendungszwecke spezialisierten Kleidung zu neigen, während regelmäßige Theaterbesucher stärker eine spezialisierte durch seine vielseitig verwendbare Garderobe ersetzen.

Ähnliche Tendenzen zeigen sich bei der Bedeutung verschiedener Qualitätsmerkmale beim Kauf von Kleidung.

(Vgl. Tabelle 15, Anhang)

Größere Unterschiede zwischen häufigen Disko- und Theaterbesuchern zeigen sich vor allem in den Ansprüchen auf modische Aktualität von Kleidung (dargestellt am Beispiel T-Shirt).

Jugendliche, die oft Diskotheken besuchen, legen beim Kauf von Kleidung mehr Wert auf modische Gestaltung, modische Farbe und modisches Material als Jugendliche, die häufig ins Theater gehen.

Mit der Häufigkeit des Diskobesuchs nimmt auch die Bedeutung der modischen Aktualität beim Kauf zu, während mit zunehmender Häufigkeit des Theaterbesuchs die modische Aktualität von Kleidung sogar etwas an Bedeutung verliert.

Wie die Tabelle nachweist, ist modische Aktualität für Jugendliche, die kunstzentrierter sind, durchaus nicht unwichtig, aber sie ist für sie weniger wichtig als für Jugendliche, die stärker auf die öffentliche Unterhaltungsszene orientiert sind.

Sowohl Jugendliche, die regelmäßige Diskobesucher sind als auch Jugendliche, die regelmäßige Theaterbesucher sind, haben annähernd gleich häufig innerhalb eines Jahres in "Exquisit"-Geschäften gekauft. Auch der Anteil derjenigen, die mehrfach (d. h. mehr als drei bzw. mehr als 5 mal) dort kauften, ist annähernd gleich groß.¹

(Vgl. Tabelle 10, Anhang)

¹ Bei den regelmäßigen Diskobesuchern gibt es außerdem eine größere Zahl Jugendlicher, die im Verlauf eines Jahres im "Intershop" gekauft hatten. Dies ist der Tabelle 10 im Anhang zu entnehmen. Die Ursachen dafür sind schwer nachvollziehbar. Im Bericht "Modespezifische Verhaltensweisen ..." wurde eine etwas größere Zahl männlicher "Intershop"-Käufer ausgewiesen. Auch dieser Sachverhalt konnte nicht völlig erklärt werden. Da aber bei den Jugendlichen, die regelmäßig Diskotheken besuchen, die Männer etwas stärker vertreten sind als bei denjenigen, die kaum Diskotheken besuchen, erklärt sich der Unterschied in der Anzahl der Käufe zum Teil daraus.

Hier ist anzunehmen, daß die starke Beteiligung beider "Typen" von Jugendlichen am öffentlichen Kulturleben auch ein Bedürfnis nach besonders qualitativoller Kleidung mit sich bringt. Trotzdem dürften sich diese Jugendlichen in der Hinsicht, was in den "Exquisit"-Geschäften erworben wurde und aus welchem Grund doch voneinander unterscheiden. Dies ist naheliegend, da sich beide Typen ja in der unterschiedlichen Bedeutung modischer Aktualität von Kleidung voneinander unterscheiden.

Etwas nähere Aufklärung über Motive, im "Exquisit" zu kaufen, läßt sich über die Bereitschaft zum Kauf in einer oberen Preisgruppe (z. B. "Exquisit") bzw. über die Bedingungen, unter denen man bereit dazu wäre, ermitteln. Bei den regelmäßigen Diskobesuchern ist die Zahl derjenigen, die zum Kauf einer oberen Preisgruppe nur als eine Art Notlösung bereit wäre (weil das "normale" Angebot nicht den Anforderungen entspricht usw.) etwas geringer als bei den regelmäßigen Theaterbesuchern (33 % gegenüber 41 %).

Die Anzahl derjenigen, die aus Gründen besonderer Qualität, besonderer modischer Aktualität usw. in einer oberen Preisgruppe einkaufen würde, ist bei beiden Typen von Jugendlichen gleich groß.

Die Kategorie der besonderen Qualitätsmerkmale ist allerdings so breit, daß hier auch sehr verschiedene Intentionen für den Kauf vereint sind (modische Extravaganz und Langlebigkeit von Kleidung werden z. B. als Bedingungen angegeben).

6.3. Freizeitverhalten und Selbstfertigung von Kleidung

Zwischen Wertorientierungen, die auf kreative Selbstvervollkommnung gerichtet sind und kreativen Hobbytätigkeiten, die der Herstellung von Kleidung dienen, konnten Zusammenhänge aufgezeigt werden.

Ob Jugendliche mit häufigen kunstrezeptiven Aktivitäten ebenfalls künstlerisch kreativer und produktiver sind als andere Jugendliche (bei kreativen Hobbytätigkeiten, die "moderelevant" sind), bliebe noch zu überprüfen.

Tatsächlich besitzen sowohl männliche als auch weibliche Jugendliche, die häufig ins Theater gehen, auch mehr selbstgefertigte Kleidungsstücke als diejenigen Jungen und Mädchen, die gar nicht ins Theater gehen.

Bei den jungen Männern, die regelmäßige Theaterbesucher sind, sind es 32 %, die überhaupt selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen (gegenüber 17 % der Jungen, die nicht ins Theater gehen) und bei den jungen Frauen sind es 82 %, die selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen, wenn sie häufig ins Theater gehen 58 % davon besitzen mehr als nur einige selbstgefertigte Kleidungsstücke. Von den Nicht-Theaterbesucherinnen besitzen 69 % selbstgefertigte Kleidungsstücke, 36 % davon mehr als nur einige.

Diese Zusammenhänge erklären sich zum einen durch die stärkeren Individualisierungsabsichten mit Hilfe von Kleidung bei den Jugendlichen die häufig ins Theater gehen, sie erklären sich auch aus den engen Verbindungen zwischen kunstrezeptiven und -produktiven Aktivitäten.

Aber auch junge Mädchen, die häufig in die Disko gehen, besitzen mehr selbstgefertigte Kleidungsstücke als junge Mädchen, die so gut wie gar nicht in die Disko gehen. (76 % - davon 43 %, die viele selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen gegenüber 64 % - davon 32 %, die viele selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen.) Die Motive für die Selbstfertigung von Kleidung dürften sich allerdings bei den regelmäßigen Diskobesucherinnen unterscheiden von denen der regelmäßigen Theaterbesucherinnen.

Es sind außerdem Zusammenhänge nachzuweisen zwischen der regelmäßigen Ausübung von Handarbeiten und dem Theaterbesuch. Von den Theaterbesucherinnen werden häufiger Handarbeiten gemacht als von denjenigen Mädchen, die nicht ins Theater gehen (84 % gegenüber 66 % - davon 45 % ein- bzw. mehrmals wöchentlich gegenüber 36 %).

Für das Nähen und den Theaterbesuch lassen sich diese Zusammenhänge nicht nachweisen.

Obwohl es bei den Mädchen auch bei häufigem Diskobesuch eine größere Anzahl selbstgefertigter Kleidungsstücke gab, gibt es zwischen Diskobesuch und regelmäßiger Ausübung kreativer Hobbys zur Selbstfertigung von Kleidung keine Zusammenhänge. Das heißt, bei zunehmendem Diskobesuch wird nicht häufiger genäht, gestrickt usw., aber auch nicht weniger (als von Mädchen, die so gut wie gar nicht in Diskotheken gehen).

Dies ist wichtig, da sich der Typ Mädchen, der Handarbeiten macht und der, der häufig in Diskotheken zu finden ist, nicht automatisch ausschließen muß.

Im Vergleich der regelmäßigen Diskobesucherinnen mit den regelmäßigen Theaterbesucherinnen gilt trotzdem: wöchentliche Ausübung von Handarbeiten wie Stricken, Häkeln usw. ist bei regelmäßigem Diskobesuch seltener anzutreffen als bei regelmäßigem Theaterbesuch (33 % gegenüber 45 %).

Die Ursachen dafür sind sicher vorrangig im wöchentlichen Zeitbudget zu sehen, welches bei zwei oder mehr Diskobesuchen pro Woche andere Tätigkeiten zwangsläufig zurückdrängt. Bei regelmäßigem Theaterbesuch ist dies nicht der Fall.

Die beschriebenen Tendenzen gelten auch für junge Männer, nur handelt es sich hier um sehr kleine Größenordnungen. Als Beispiel: Von den jungen Männern, die regelmäßig ins Theater gehen, machen 10 % (überhaupt einmal) Handarbeiten wie Stricken, Häkeln usw. gegenüber 4 % der männlichen regelmäßigen Diskobesucher.

7. Unterschiedliche Funktionen und Wirkungsintentionen jugendlichen Bekleidungsverhaltens

Jugendliche bezwecken mit ihrer Kleidung Verschiedenes. Kleidung soll ja nicht nur verhüllen, schützen und wärmen, sondern sie hat viele andere Funktionen mit zu erfüllen oder, besser gesagt, hauptsächlich zu erfüllen. Sie soll helfen, schön zu sein, sich sicherer im Auftreten zu fühlen, sie soll verschiedene "Botschaften" signalisieren u. a.

In der folgenden Tabelle ist zusammengestellt, was Jugendliche mit ihrer Kleidung bezwecken und welche Funktionen sie erfüllen soll.

Tabelle 22 siehe Blatt 56

Diese unterschiedlichen Wirkungsabsichten, die mit Hilfe von Kleidung erreicht werden sollen, wurden einer Faktoranalyse, getrennt nach dem Geschlecht (nahegelegt durch die erheblichen Unterschiede zwischen den Wirkungsintentionen der Geschlechter) unterzogen.

Dadurch ergab sich eine Reduzierung der unterschiedlichen Modenfunktionen auf drei Faktoren, die für junge Männer und junge Frauen die gleichen sind!

Faktor 1: Dieser Faktor setzt sich zusammen aus den Indikatoren "Kleidung soll mir helfen, schön zu sein", "Ich fühle mich sicherer im Auftreten, wenn mir meine Kleidung selbst gut gefällt". "Kleidung ist für mich eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des anderen Geschlechts zu gewinnen". Er wird bezeichnet als:
Typ soziale Resonanz

**Tab. 22: Funktionen von Kleidung und Wirkungsabsichten mittels
Kleidung in Abhängigkeit vom Geschlecht in %**

	Das trifft zu				Das kann ich nicht beurteilen
	voll- kom- men	mit gew. Ein- schrän- kungen	kaum	über- haupt nicht	
Ich fühle mich sicherer im Auf- treten, wenn mir meine Kleidung selbst gut gefällt					
männl.	69	19	7	3	2
weibl.	89!	8	2	0	1
Meine Kleidung muß in erster Linie bequem und praktisch sein					
männl.	81	17	2	0	0
weibl.	77	21	2	0	0
Kleidung soll mir helfen, schön zu sein					
männl.	31	38	18	8	5
weibl.	58!	26	9	3	4
Ich versuche, mit meiner Kleidung meinen individuellen Typ zu unterstreichen					
männl.	38	28	20	9	5
weibl.	55!	28	9	4	4
Es macht mir Spaß, meine Kleidungs- stücke in immer neuer Weise zusam- menzustellen, zu "experimentieren"					
männl.	18	32	31	15	4
weibl.	52!	35	9	2	2

Fortsetzung Tab. 22 Blatt

Fortsetzung Tab. 22

	Das trifft zu				
	voll- kommen	mit gew. Ein- schrän- kungen	kaum	über- haupt nicht	Das kann ich nicht beurteilen
Ich versuche, mich durch meine Kleidung von der älteren Generation abzuheben					
männl.	22!	30	23	19	6
weibl.	23!	30	17	21	9
Kleidung ist für mich eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des anderen Geschlechts zu gewinnen					
männl.	19!	38	28	11	4
weibl.	18!	38	29	12	3
Es macht mir Spaß, mittels Kleidung mich selbst zu verwandeln					
männl.	10	20	31	32	7
weibl.	27!	30	26	12	5
Ich kleide mich gern so, wie es bei meinen Freunden gerade 'in' ist					
männl.	4!	38	33	22	3
weibl.	3!!	39	34	22	2

Ausführliche Darlegungen zu dieser Tabelle finden sich im Bericht "Modespezifische Verhaltensweisen ..." (VD - ZIJ - 15/86)

Faktor 2: Dieser Typ vereint in sich die Indikatoren "Es macht mir Spaß, meine Kleidung in immer neuer Weise zusammenzustellen, zu experimentieren", "Ich versuche, mit meiner Kleidung meinen individuellen Typ zu unterstreichen", "Es macht mir Spaß, mittels Kleidung mich selbst zu verwandeln".

Er wird bezeichnet als: Typ Experimentieren

Faktor 3: Dieser Typ wird gebildet aus den Indikatoren

"Ich kleide mich gern so, wie es bei meinen Freunden gerade 'in' ist."

und "Ich versuche, mich durch meine Kleidung von der älteren Generation abzuheben."

Er wird bezeichnet als: Typ jugendtypisches Aussehen

Damit werden Jugendliche, die mit ihrer Kleidung vorwiegend gruppenkonformes, jugendtypisches Aussehen beabsichtigen unterschieden von solchen, die mit ihrer Kleidung in erster Linie eine positive Ausstrahlung und Wirkung auf ihre Umwelt bezwecken, die verkürzt als soziale Resonanz bezeichnet wurde, und letztlich werden solche Jugendlichen unterschieden, die gern mit ihrer Kleidung und ihrem Typ experimentieren, die sie also vorwiegend zur spielerischen Selbsterprobung nutzen.

In der Auswertung wurde dann weiter differenziert, indem unterschieden wurde, daß Jugendliche die oben genannten Wirkungen sowohl mehr oder weniger stark beabsichtigen als auch nicht beabsichtigen können.

Es ergaben sich so die Differenzierungsmerkmale:

soziale Resonanz beabsichtigt

männlich
weiblich

soziale Resonanz nicht beabsichtigt

männlich
weiblich

Experimentieren beabsichtigt

männlich
weiblich

Experimentieren nicht beabsichtigt

männlich
weiblich

Jugendtypisches Aussehen beabsichtigt

männlich
weiblich

Jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigt

männlich
weiblich

Wegen zu geringer Absolutzahlen werden in der Auswertung vernachlässigt: männliche und weibliche Jugendliche, die soziale Resonanz nicht beabsichtigen und weibliche Jugendliche, die Experimentieren nicht beabsichtigen.

Junge Frauen und Männer, die mit ihrer Kleidung keine positive Ausstrahlung und keine Resonanz erreichen wollen, kommen also kaum vor.

Ebensowenig junge Frauen, die nicht gern mit ihrer Kleidung und ihrem Typ experimentieren. Auch dies ist ein wichtiges Ergebnis.

Die Gruppe der männlichen Jugendlichen, die mit ihrer Kleidung und ihrem Typ gern experimentieren, ist nicht sehr groß. Auch nicht die Anzahl derjenigen, die das Experimentieren gar nicht beabsichtigen. Beide Typen wurden in der Auswertung trotzdem berücksichtigt, da gerade an diesen beiden Typen sehr modefreudiges Verhalten bei jungen Männern und das Gegenteil davon gezeigt werden können.

Große Beachtung verdient folgende Tatsache:

Sowohl bei den jungen Männern als auch bei den jungen Mädchen und Frauen ist die Zahl derjenigen, die mit ihrer Kleidung gruppenkonformes, d. h. jugendtypisches Aussehen beabsichtigen und die Zahl derjenigen, die dies kaum und gar nicht beabsichtigen, gleich groß!

Gruppenkonformes Aussehen und Abgrenzen von der älteren Generation sind also für einen Teil der Jugendlichen durchaus wichtige Funktionen von Bekleidung und Mode, für einen anderen Teil der Jugendlichen sind diese Absichten beim Bekleidungsverhalten mehr oder weniger unwichtig.

In den folgenden Darlegungen stehen zwei Probleme im Mittelpunkt:

1. Wie unterscheiden sich Jugendliche, die gruppenkonformes, jugendtypisches Aussehen beabsichtigen und solche, die dies so gut wie gar nicht beabsichtigen, voneinander?
Diesem Aspekt gilt das Hauptaugenmerk.
2. Wie unterscheiden sich Jugendliche, die mit ihrer Kleidung jugendtypisches Aussehen bezwecken von solchen Jugendlichen, denen soziale Resonanz und Experimentieren mit Kleidung und dem eigenen Typ wichtigere Absichten ihres Bekleidungsverhaltens sind?

7.1. Modeinteresse, Anschluß an Modetrends und Bedeutung modischer Aktualität bei unterschiedlichen Wirkungsintentionen

In diesem Abschnitt sind sehr unterschiedliche Einstellungen und Verhaltensweisen zusammengefaßt. Dies war deshalb möglich, da sie alle zu gleichen bzw. ähnlichen Aussagen führen.

Bei unterschiedlichen Modefunktionen, d. h. in Abhängigkeit davon, ob Jugendliche jugendtypisches Aussehen beabsichtigen oder nicht, ob sie soziale Resonanz mit Hilfe von Kleidung erreichen oder mit Kleidung und ihrem eigenen Typ experimentieren wollen, gelten folgende Aussagen:

1. Jugendliche, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen, sind modedefreudiger, legen mehr Wert auf modische Aktualität beim Kauf von Kleidung und besitzen modisch aktuellere Kleidung als Jugendliche, die jugendtypisches Aussehen unwichtig finden.

2. Ein Vergleich der Jugendlichen, die jugendtypisches Aussehen mit Hilfe von Kleidung beabsichtigen mit den Jugendlichen, die soziale Resonanz wichtig finden und die Spaß am Experimentieren mit Kleidung haben, ergibt geringeres Modeinteresse, zögernderes Verhalten gegenüber neuen Modetrends und eine etwas geringere Wichtigkeit der modischen Aktualität von Kleidung bei den Jugendlichen, die mit ihrer Kleidung jugendtypisches Aussehen beabsichtigen!

Beide Aussagen beziehen sich auf die Bereiche: Modeinteresse, Anschluß an neue Modetrends, Qualitätsanforderungen an Kleidung (am Beispiel T-Shirt) und Beschaffenheit der eigenen Garderobe. In den Tabellen 23 - 26 im Tabellenanhang können diese Aussagen anhand von Zahlen überprüft werden.

Die Ursachen für die geringere Modefreudigkeit und die etwas geringere Bedeutung modischer Aktualität bei beabsichtigtem jugendtypischen Aussehen gegenüber beabsichtigter sozialer Resonanz und experimentellem Umgang mit Kleidung können in folgenden Sachverhalten gesehen werden:

1. Jugendliche, die soziale Resonanz beabsichtigen und die mit Kleidung gern experimentieren, haben ein besonders intensives Verhältnis zur Mode, denn es sind die Jugendlichen, denen das Schönsein mit Hilfe von Kleidung besonders wichtig ist (dies ist als ein Indikator in den Typ "soziale Resonanz beabsichtigt" mit eingegangen) und es sind die Jugendlichen, die Spaß am kreativen Umgang mit Kleidung und am Sich-Selbst-Verwandeln haben (beide Faktoren sind in den Typ "Experimentieren beabsichtigt" eingegangen). Ihre intensive Beziehung zur Mode ist dadurch erklärbar.
2. Jugendliche, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, orientieren sich in ihrem eigenen Bekleidungsverhalten relativ stark daran, was ihr Freundeskreis trägt. Diese Orientierung daran, was bereits in einem bestimmten Rahmen durchgesetzt ist, bedingt möglicherweise ein etwas verzögertes Reagieren auf neue Modetrends.

Unterschiede im Modeverhalten von Jugendlichen, denen jugendtypisches Aussehen wichtig ist bzw. unwichtig ist, sind in einigen Punkten kaum nachweisbar (z. B. Kaufhäufigkeit in verschiedenen Handelseinrichtungen, Zufriedenheit mit den Bedingungen in den Jugendmodeeinrichtungen).

Nachweisbare Unterschiede bestehen vor allem in der unterschiedlichen Nutzung von Quellen für modische Anregungen und in verschiedenen Aspekten des Trageverhaltens von Kleidung. Diese Verschiedenheiten werden in diesem Abschnitt dargelegt.

Die Ursachen für die nur punktuell nachweisbaren Unterschiede zwischen beabsichtigtem und nicht beabsichtigtem jugendtypischen Aussehen liegen darin, daß die wirklichen Unterschiede mit dem Frageprogramm des eingesetzten Fragebogens nur zum Teil und insgesamt auf verbaler Ebene nur unzureichend erfaßt werden können.

Diese fehlende optische Komponente wird auch bei einigen der folgenden Fragen spürbar.

7.2. Jugendtypisches Aussehen und Quellen für modische Anregungen

Ob Jugendliche jugendtypisches Aussehen mit Hilfe von Kleidung beabsichtigen oder nicht, hat Einfluß darauf, welche Quellen für modische Anregungen sie ~~stärker~~ oder weniger nutzen. (Vgl. Tabelle 27, Tabellenanhang)

Weibliche Jugendliche, denen jugendtypisches Aussehen wichtig ist, beziehen weitaus mehr bzw. mehr Anregungen als weibliche Jugendliche, die nicht jugendtypisch aussehen wollen:

- aus der öffentlichen und alltäglichen Präsenz der Mode im Straßenbild und in der Disko (27 % Differenz)
- durch Bekleidungsideoen von Freunden (20 % Differenz)
- von Stars (10 % Differenz)
- aus den Jugendmedien (9 % Differenz)
- aus Modesendungen (5 % Differenz)

Sie beziehen weniger Anregungen aus anderen Zeitungen und Zeitschriften (5 % Differenz).

Männliche Jugendliche, denen jugendtypisches Aussehen wichtig ist, beziehen mehr Anregungen als männliche Jugendliche, denen jugendtypisches Aussehen unwichtig ist:

- aus der öffentlichen Präsenz der Mode im Straßenbild, in der Disko (17 %)
- aus Modesendungen in Fernsehen/Rundfunk (15 %)
- durch Bekleidungsideoen von Freunden (13 %)
- durch das Angebot in Geschäften/Schauenstern (8 %)
- durch ausländische Modezeitschriften (8 %).

Gemeinsam ist den männlichen und weiblichen Jugendlichen, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, der verstärkte Einfluß verschiedener Bereiche der Öffentlichkeit und der selbstverständlichen Anwesenheit der Mode in diesen öffentlichen Bereichen (Straße, Disko) und der Freunde als Quelle für modische Anregungen.

Wichtig ist auch bei den Mädchen der verstärkte Einfluß von Stars und die größere Nutzung der Jugendmedien "Junge Welt" und "neues leben" als Quellen für modische Anregungen.

7.3. Verschiedene Aspekte des Tragens von Kleidung und Accessoires und jugendtypisches Aussehen

Wie Jugendliche sich zum Besuch der Diskothek und des Theaters kleiden, ist davon beeinflusst, ob sie jugendtypisches Aussehen beabsichtigen oder nicht. Alle Aussagen sind aber nur auf der Ebene möglich, die den allgemeinen Charakter dieser Kleidung betrifft, d. h. die Tatsache, ob es sich dabei um normale Tageskleidung, in Beiwerk und Einzelteilen veränderte Tageskleidung oder um keine normale Tageskleidung handelt. Die Unterschiede sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tab. 28: Trageverhalten zu ausgewählten Freizeitgelegenheiten
 in Abhängigkeit vom jugendtypischen Aussehen

	Ich trage in der Diskothek		
	normale Tages- kleidung	Tages- kleidung u. Verän- derung/ Beiwerk	keine normale Tagesklei- dung
<hr/>			
jugendtyp. Aussehen beabsichtigt			
männlich	21	59!	20
weiblich	10	73!	17
jugendtyp. Aussehen nicht beabsichtigt			
männlich	35!	45!	20
weiblich	9	76!	15
im Theater			
jugendtyp. Aussehen beabsichtigt			
männlich	4	24	72!
weiblich	3	34	64!
jugendtyp. Aussehen nicht beabsichtigt			
männlich	14	26	60!
weiblich	1	27	72!

Zum Trageverhalten in der Diskothek und im Theater sind folgende Aussagen zu treffen:

Mädchen und junge Frauen, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen, unterscheiden sich in der allgemeinen Charakterisierung ihrer Kleidung für die Diskothek kaum von jungen Mädchen, die jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigen. Sie bevorzugen leicht veränderte Tageskleidung. Wie diese beschaffen ist und vor allem womit sie variiert wird, wird mit Sicherheit Unterschiede aufweisen, die sich aber hier nicht abbilden lassen.

Junge Männer, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen, unterscheiden sich vor allem im verstärkten Tragen veränderter Tageskleidung gegenüber normaler Tageskleidung von den jungen Männern, die jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigen.

Sie erreichen jugendtypisches Aussehen also bereits durch die Tatsache, daß sie überhaupt Beiwerk verwenden und ihre Kleidung variieren, während jugendtypisches Aussehen für junge Mädchen durch anderes Beiwerk erreicht wird als es die Mädchen verwenden, die nicht jugendtypisch aussehen wollen.

Für Tragegewohnheiten im Theater gilt folgender Satz:

Junge Männer, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, gehen verstärkt mit einer Kleidung ins Theater, die als "keine normale Tageskleidung" zu charakterisieren ist.

Bei den jungen Frauen ist dies genau umgekehrt: Mädchen, die jugendtypisches Aussehen nicht wichtig finden, gehen häufiger mit "nicht normaler Tageskleidung" ins Theater als Mädchen, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden.

Tragen von Schmuck und modischem Beiwerk ist bei jungen Männern, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen, etwas weiter verbreitet als bei jungen Männern, die dies nicht beabsichtigen.

37 % der jungen Männer, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, tragen zumindest manchmal Schmuck und modisches Beiwerk (7 % davon meistens). Dem gegenüber tragen 21 % der jungen Männer Schmuck und Beiwerk, die jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigen (3 % davon meistens).

Schmuck und modisches Beiwerk können also dazu dienen, gruppenkonformes Modeverhalten und Abgrenzung von Älteren auszudrücken. Die rund 20 % der jungen Männer, die jenseits dieser Absichten auch Schmuck und Beiwerk tragen, beweisen aber, daß es natürlich auch andere Gründe für das Tragen von Schmuck und modischem Beiwerk gibt. Gerade durch das Tragen von Schmuck und Accessoires läßt sich auch Unverwechselbares und Einmaliges im Aussehen erreichen. Auf diese Weise sind Schmuck und Beiwerk auch außerhalb von gruppenbezogenem Modeverhalten wichtig.

Für die Mädchen ergibt sich ein anderes Bild, das auch davon beeinflusst ist, daß Mädchen generell mehr Schmuck tragen. Mädchen, die jugendtypisches Aussehen bedeutsam finden, tragen weniger Schmuck und modisches Beiwerk als Mädchen, die nicht beabsichtigen, mit Hilfe von Mode besonders jugendgemäß auszusehen: 27 %, die meistens Schmuck etc. tragen gegenüber 36 %, die meistens Schmuck etc. tragen.

Dieser Sachverhalt spricht dafür, daß Mädchen über Schmuck und Accessoires gerade ihren individuellen Stil zum Ausdruck bringen.

Das Tragen von Stickern ist bei Jungen und Mädchen, die jugendtypisches Aussehen bezwecken, weiter verbreitet als bei Jugendlichen, die dies nicht wollen.

Bei den jungen Männern tragen 49 % wenigstens manchmal (2 % davon meistens) Sticker gegenüber 29 % bei den jungen Männern, denen jugendtypisches Aussehen unwichtig ist (3 % davon meistens). Dies weist zwar die Sticker als jugendtypisches Accessoires aus, zeigt aber, daß viele männliche Jugendliche auch Sticker tragen, ohne die Absicht zu haben, sich von Älteren abzugrenzen und sich an modischen Normen des Freundeskreises zu orientieren. Dies ist besonders wichtig, da Sticker als ausgesprochen jugendgemäßes und der Jugend vorbehaltenes Attribut gelten. Ihr Tragen läßt sich jedoch nicht auf diese Motive reduzieren. Sticker können eben mehr signalisieren als nur Jungsein, jugendkonformes Aussehen, Abgrenzung von Älteren.

Für die Mädchen ergibt sich ein ähnliches Bild. 38 % der Mädchen tragen wenigstens manchmal Sticker, die Wert auf jugendtypisches Aussehen legen (2 % davon meistens) und 28 % tragen wenigstens manchmal Sticker (2 % davon meistens), auch wenn jugendtypisches Aussehen für sie nicht wichtig ist.

7.4. Jugendtypisches Aussehen und Lieblingskleidungsstücke bzw. selbstgefertigte Kleidungsstücke

Was Jugendliche als ihre Lieblingskleidungsstücke nannten, ist abhängig davon, ob sie jugendtypisches Aussehen beabsichtigen oder nicht.

Bei den jungen Männern, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, beinhalteten von den abgegebenen Nennungen der Lieblingskleidungsstücke:

93 % aller Nennungen Jacken (gegenüber 82 %)

47 % aller Nennungen neuere Hosenformen (außer Jeans, Cordjeans), (gegenüber 27 %)

76 % aller Nennungen T-Shirts/Sweat-Shirts (gegenüber 66 %) aber:

58 % aller Nennungen Hemden (gegenüber 64 %)

45 % aller Nennungen Pullover (gegenüber 49 %).

Bei den jungen Frauen, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, beinhalteten von den abgegebenen Nennungen aller Lieblingskleidungsstücke:

93 % aller Nennungen T-Shirts/Sweat-Shirts (gegenüber 76 %)

75 % aller Nennungen Pullover (gegenüber 64 %)

aber:

32 % aller Nennungen Röcke (gegenüber 44 %)

23 % aller Nennungen Kleider (gegenüber 30 %).

Generell gilt also für junge Männer und Frauen: Wenn ihnen jugendtypisches Aussehen wichtig ist, werden mehr T-Shirts/Sweat-Shirts als Lieblingskleidungsstücke genannt.

Darüber hinaus zeigt sich bei den jungen Männern eine leichte Verschiebung von den konventionelleren Herrenoberbekleidungsstücken wie Oberhemden und Pullovern zu den "unkonventionelleren", neueren Formen wie T-Shirts und den neuen Hosenformen wie Baumwollhosen aller Arten, Thermohosen usw.

Bei den weiblichen Jugendlichen wird deutlich: Sie tragen die den Frauen vorbehaltenen Kleidungsstücke weniger, wenn sie jugendtypisches Aussehen beabsichtigen.

Davon läßt sich ableiten, daß die Anpassung an Gruppennormen auch Unterschiede im Modegebrauch der Geschlechter partiell nivelliert.

Diese Tendenz zeigte sich ja auch bereits beim Tragen von Schmuck und Beiwerk. Auch hier gab es eine Annäherung im Trageverhalten von Jungen und Mädchen. Jungen tragen mehr Schmuck, Mädchen weniger, wenn jugendtypisches Aussehen von ihnen beabsichtigt wird.

Konventionen im Modeverhalten der Geschlechter - Männer tragen so gut wie nie Schmuck / Frauen tragen eigentlich immer Schmuck - werden also durchbrochen, wenn jugendtypisches Aussehen von Jugendlichen beabsichtigt wird.

Jungen und Mädchen, die jugendtypisches Aussehen wollen, d. h. für die Gruppennormen im Modegebrauch große Bedeutung haben, besitzen etwas weniger selbstgefertigte Kleidungsstücke als Jugendliche, denen jugendtypisches Aussehen unwichtig ist. Bei den Mädchen: 65 % gegenüber 74 %, die wenigstens einige selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen.

Bei den Jungen sind es 18 % gegenüber 24 %, die wenigstens einige selbstgefertigte Kleidungsstücke besitzen.

Dies erklärt sich daraus, daß selbstgefertigte Kleidungsstücke u. a. auch die Umsetzung ganz individueller Vorstellungen sind, daß sie Wünsche nach Unverwechselbarkeit und Einmaligkeit zum Ausdruck bringen.

(Vgl. dazu die Übersicht 2: Motive für die Selbstfertigung von Kleidung)

8. Hauptaussagen

1. Wichtige Werte und Lebensziele der Ende 1985 befragten Jugendlichen sind vor allem solche Werte, die ihre persönlichen zwischenmenschlichen Beziehungen beinhalten (ein glückliches Familienleben und gute Freunde zu haben). Trotzdem ist keinesfalls eine einseitige Orientierung auf Werte des privaten Bereichs festzustellen.

Gesicherte Zukunftsperspektiven, Sinnerfüllung in der Arbeit, das Erreichen eines hohen Leistungsniveaus sind ebenfalls Werte von großer Bedeutung für die Jugendlichen.

Materielle Lebenswerte (hoher Lebensstandard, guter Verdienst, komfortable Wohnung, modische Kleidung), sind etwas weniger wichtig, aber dennoch insgesamt von großer Bedeutung. Der Wert, sich immer modisch kleiden zu können, hat für junge Männer in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen.

Von etwas geringerer Bedeutung sind für den Durchschnitt der Jugendlichen solche Werte, die die Beschäftigung mit Künsten und Medien und die eigene schöpferische Vervollkommnung beinhalten.

Auch diese Werte sind aber keineswegs unwichtig.

2. Es konnten drei grundlegende Komplexe von Wertorientierungen ermittelt werden, die für Jugendliche vorrangig (jedoch keinesfalls ausschließlich) von Bedeutung sein können.

Diese drei Bereiche ergeben sich aus:

1. der unterschiedlichen persönlichen Bedeutung des Lebensstandards.
2. der unterschiedlichen persönlichen Bedeutung von Werten, die die kreative Selbstvervollkommnung beinhalten
3. der unterschiedlichen persönlichen Bedeutung arbeits- und familienbezogener Werte.

Es wurde überprüft, ob diese unterschiedlichen Ausrichtungen im Bereich der Wertorientierungen auch Unterschiede in den Einstellungen und den realen Verhaltensweisen auf dem Gebiet der Mode mit sich bringen.

3. Es bestehen Zusammenhänge zwischen der persönlichen Bedeutung des Lebensstandards, der kreativen Selbstvervollkommnung und der arbeits- und familienbezogenen Werte und grundlegenden Einstellungen zur Mode.

Das Realverhalten auf modischem Gebiet ist vor allem abhängig von der unterschiedlichen Bedeutung, den der Lebensstandard für Jugendliche haben kann.

Zwischen dem Modeverhalten und der Bedeutung des Lebensstandards bestehen die stärksten Zusammenhänge.

Großes Modeinteresse und Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Modetrends lassen sich jedoch nicht allein auf eine starke materielle Lebensorientierung zurückführen.

Großes Modeinteresse kann zwar Ausdruck von Konsumorientierung sein, aber ebenso von künstlerisch-kreativer Orientierung bzw. dem Bemühen um die eigene kulturelle Vervollkommnung. Es sagt ebenfalls etwas aus über die Bereitschaft, sich mit den modischen Normen einer Gesellschaft in Übereinstimmung zu bringen.

In Abhängigkeit von den unterschiedlichen dominierenden Lebenswerten ergeben sich auch drei unterschiedliche Gebrauchsweisen von Mode.

4. Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte von großer Bedeutung sind (gute Arbeitsleistungen zu erreichen, im Beruf voll aufgehen, ein glückliches Familienleben führen, gute Kollektivbeziehungen haben) sind keineswegs uninteressiert an der Mode.

Bei zunehmender Bedeutung dieser Werte nimmt auch das Interesse an der Mode zu, besonders bei jungen Männern.

Ihr Interesse an der Mode ist aber nicht gleichbedeutend damit, schneller auf neue Modetrends zu reagieren. Das Verhalten gegenüber Modetrends ist von den arbeits- und familienbezogenen Werten nicht abhängig.

Den Anschluß an neue Modetrends machen Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte große Bedeutung haben, stärker als andere Jugendliche davon abhängig, daß eine Mode nicht zu extrem ist und daß sie sich bereits gesellschaftlich durchgesetzt hat.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte eine große Bedeutung haben, nutzen stärker als andere Jugendliche modische Anregungen aus der "Jungen Welt" und dem "neuen Leben", aus Modezeitschriften der DDR und aus Angeboten unserer Geschäfte und Schaufenster. Für sie spielen die modischen Wertvorstellungen und Normen unserer Gesellschaft eine größere Rolle als für andere Jugendliche.

5. Jugendliche, für die der Lebensstandard von großer Bedeutung ist, sind sehr modeinteressiert und reagieren schneller auf neue Modetrends als andere Jugendliche.

Sie schätzen ihre eigene Garderobe insgesamt positiver ein als andere Jugendliche, vor allem als hochmodischer und reichhaltiger.

An die Qualitätseigenschaften von Kleidung (am Beispiel T-Shirt) stellen diese Jugendlichen höhere Anforderungen als andere, besonders an die modische Aktualität (modische Gestaltung, modische Farbe, modisches Material).

Gruppennormen und jugendtypisches Aussehen spielen für Jugendliche, denen der Lebensstandard viel bedeutet, eine größere Rolle als für andere Jugendliche.

Nimmt die Bedeutung des Lebensstandards zu, nimmt auch die Absicht zu, sich durch Kleidung von der älteren Generation zu unterscheiden und sich so zu kleiden, wie es bei Freunden gerade "in" ist.

Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, beziehen ihre modischen Anregungen weitaus stärker als andere Jugendliche aus internationalen Medienbeiträgen (ausländische Modezeitschriften, modische Anregungen durch Stars), aus der öffentlichen Präsenz der Mode (im Straßenbild und in der Disko) und von Freunden.

Modezeitschriften der DDR, Angebote unserer Geschäfte u. a. spielen für sie auch eine Rolle, ihre Nutzung ist aber nicht von der unterschiedlichen Bedeutung des Lebensstandards beeinflusst.

Insgesamt kommen bei diesen Jugendlichen mehr internationale Modeeinflüsse zum Tragen.

6. Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, haben in "Exquisit"-Geschäften und im "Intershop" häufiger gekauft als andere Jugendliche, im normalen Fachhandel etwas weniger.

Ihre Lieblingskleidungsstücke stammen häufiger aus dem kapitalistischen Ausland und aus dem "Exquisit" als bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur geringe Bedeutung hat. Aus dem Konfektionsangebot der Fachgeschäfte und Warenhäuser stammen ihre Lieblingskleidungsstücke etwas weniger.

7. Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, sind mit den Preisen in den Jugendmodeeinrichtungen auch nicht zufriedener als der Durchschnitt der Gesamtpopulation.

Was Jugendliche in den Jugendmodeeinrichtungen zu teuer finden, sind z. T. gerade die Kleidungsstücke, die bei ihnen besonders beliebt sind bzw. die jugendtypisches Bekleidungsverhalten sehr stark mit ausmachen (alle Arten von Hosen und Jacken, Trikots, T-Shirts und Sweatshirts und vor allem alle Arten von Schuhen).

Die Bereitschaft, auch mal in einer oberen Preisgruppe zu kaufen, ist insgesamt recht hoch (rund 50 % der Jugendlichen sind aus verschiedenen Gründen, die hauptsächlich besondere Anlässe und besondere Qualitätsanforderungen beinhalten zum Kauf in der oberen Preisgruppe bereit). Rund 30 % der Jugendlichen würden allerdings nur in einer oberen Preisgruppe kaufen, wenn sie sich dazu gezwungen sehen aus verschiedenen Gründen, die alle auf Mängel des preiswerteren Angebots bzw. fehlende Angebote verweisen.

Weniger als 10 % der Jugendlichen wären unter keinen Umständen zum Kauf in einer oberen Preisgruppe bereit.

Diese Verteilungen zeigen auch für Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, keine anderen Relationen. Ihr Realverhalten zeigt jedoch Unterschiede zu anderen Jugendlichen.

8. Jugendliche, für die die kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung hat, sind ebenfalls sehr modeinteressiert und schließen sich schnell neuen Modetrends an.

Sie unterscheiden sich aber von den anderen Jugendlichen vor allem durch die anderen Absichten, die sie mit ihrem Bekleidungsverhalten betreiben.

Mit zunehmender Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung nimmt auch die Absicht der spielerischen Selbsterprobung mittels Kleidung und das Unterstreichen des individuellen Typs zu.

Individuelle Maßstäbe (Passen einer Mode zum eigenen Typ) gewinnen an Bedeutung, die Tatsache, ob eine Mode sich gesellschaftlich durchgesetzt hat, verliert an Bedeutung mit zunehmender Wichtigkeit der kreativen Selbstvervollkommnung.

Auch diese Jugendlichen beziehen natürlich modische Anregungen aus verschiedenen Quellen, sie können nicht nur aus sich selbst schöpfen.

Mit zunehmender Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung nimmt vor allem die Nutzung "reiner" Modezeitschriften zu (ausländischer und solcher aus der DDR).

Modische Aktualität von Kleidung ist für diese Jugendlichen etwas weniger von Bedeutung als für die Jugendlichen, denen der Lebensstandard wichtig ist, aber keinesfalls ist sie ohne Bedeutung.

Dies zeigt sich in der Einschätzung der eigenen Garderobe und bei der Wichtigkeit modischer Aktualität beim Kauf von Kleidung.

Bei zunehmender Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung nimmt vor allem die Einschätzung der eigenen Garderobe als vielseitig verwendbar zu, was für einen schöpferischen Umgang mit der Kleidung spricht.

Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung große Bedeutung hat, besitzen etwas mehr selbstgefertigte Kleidung als andere Jugendliche. Auch bei nicht zu realisierendem Kauf weichen sie etwas stärker als andere Jugendliche auf Selbstfertigung aus. Ihre Lieblingskleidungsstücke sind ebenfalls etwas häufiger selbstgefertigt.

Bei den Motiven, die Jugendliche insgesamt für die Selbstanfer-

tigung von Kleidung nannten, spielen die Betonung der eigenen Kreativität und Produktivität und der Freude daran eine wichtige Rolle. Ebenso die Umsetzung individueller Ideen.

9. Das Freizeitverhalten der befragten Jugendlichen zeigt keine grundsätzlich anderen Tendenzen als sie in den letzten Jahren immer wieder festgestellt wurden.

Die Spitzengruppe der am häufigsten realisierten Freizeitbeschäftigungen sind öffentliche Freizeitangebote mit unterhaltendem und geselligem Charakter, die Gemeinschaftserlebnisse ermöglichen bzw. bei denen Jugendliche ganz unter sich sind (Diskotheken- und Gaststättenbesuche, private Feten und Kinobesuche).

Von einem Teil der Jugendlichen wird die intensive sportliche Betätigung ebenfalls sehr häufig ausgeübt.

Besuche von Theateraufführungen und Kunstausstellungen wurden von den befragten Jugendlichen häufiger realisiert als beispielsweise von einer Population von 1984 ("Kulturelle Aktivitäten der FDJ").

Dies kann auf den großen Teil der Großstadtjugendlichen, aber auch auf einen realen Besucheranstieg (Kunstausstellungen) zurückgeführt werden.

10. Modenschauen werden relativ stark besucht. Jedes dritte junge Mädchen und jeder vierte junge Mann hatten in den letzten drei Monaten vor der Befragung eine Modenschau gesehen.

Dies ist u. E. zurückzuführen auf neue Formen, Mode zu präsentieren (durch Gruppen, die sowohl Mode, Musik, Tanz, Pantomime, Szenenspiel u. a. als Synthese darbieten) und auf Modenschauen als "Einlage" in Diskotheken. Auch der Einfluß der Modenschauen als Quelle für modische Anregungen hat - gegenüber 1979 - zugenommen.

11. Um Unterschiede im Bekleidungsverhalten und in Einstellungen zur Mode in Abhängigkeit vom Freizeitverhalten zu überprüfen, wurde - stellvertretend für die Bereiche "öffentliche Unterhaltung" und "öffentliche Kunstbegegnung" - das Modeverhalten

regelmäßiger Disko- und regelmäßiger Theaterbesucher miteinander verglichen.

Bei den ermittelten Unterschieden im Modeverhalten ist aber zu berücksichtigen, daß bei den regelmäßigen Diskobesuchern Lehrlinge, bei den regelmäßigen Theaterbesuchern Studenten überdurchschnittlich stark vertreten sind.

12. Jugendliche, die häufig Diskotheken besuchen, sind wesentlich modeinteressierter und reagieren schneller auf neue Modetrends als Jugendliche, die kaum in Diskotheken gehen.

Diskotheken sind Freizeitangebote, die ausschließlich Jugendliche zusammenführen. Bei häufigem Diskobesuch werden deshalb Jugendlichkeit und Gruppennormen als Maßstäbe für eigenes Bekleidungsverhalten wichtiger.

13. Regelmäßige Diskobesucher sind in ihren Einstellungen zur Mode und im Modeverhalten stärker als andere Jugendliche (vor allem solche, die kaum in Diskotheken gehen) vom Verhalten ihres Freundeskreises beeinflusst. Sowohl bei der Entscheidung, ob ein neuer Modetrend mitgemacht wird als auch bei allgemeinen Motiven ihres Bekleidungsverhaltens, spielte das, was die Freunde tragen, eine größere Rolle.

14. Da die regelmäßigen Diskobesucher in der Öffentlichkeit stark vertreten sind, prägen sie das modische Erscheinungsbild von Jugendlichen ganz entscheidend mit. Eindrücke vom modischen Erscheinungsbild Jugendlicher sollten aber nicht allein von den Schlangen vor Diskotheken abgeleitet werden.

15. Regelmäßige Diskobesucher sind nicht nur modeinteressierter und modedefreudiger als Jugendliche, die kaum in Diskotheken gehen, sie stellen auch beim Kauf von Kleidung höhere Anforderungen an modische Aktualität in Gestaltung, Farbe und Material. Auch ihre eigene Garderobe ist modischer als die derjenigen, die kaum in Diskotheken gehen.

Ebenso schätzen sie den Umfang und die Reichhaltigkeit ihrer Garderobe (d. h. eine spezielle Kleidung für die unterschiedlichsten Verwendungszwecke) positiver ein.

16. Modische Anregungen beziehen die regelmäßigen Diskobesucher stärker aus öffentlichen und alltäglichen Quellen (Straßenbild und natürlich aus der Diskothek selbst). Auch hier spielen die Freunde als Quelle für modische Anregungen wieder eine größere Rolle als für seltene Diskobesucher. Internationale Einflüsse kommen bei den regelmäßigen Diskobesuchern stärker als Quelle modischer Anregungen zum Tragen. Sie nutzen häufiger ausländische Modezeitschriften und beziehen etwas häufiger modische Anregungen durch Stars.

17. Regelmäßiger Besuch der Diskothek bestimmt natürlich auch den Bedarf nach Kleidung für diesen Verwendungszweck und das Bekleidungsverhalten beim Diskobesuch.

Dabei gilt: Je alltäglicher die Nutzung ist, umso stärker ist die Tendenz zu einer unalltäglicheren, d. h. spezielleren Kleidung. Dies wird auch durch das Kaufverhalten bestätigt. Regelmäßiger Diskobesuch bringt einen erhöhten Bedarf an Kleidung, die sich für den Diskobesuch eignet, mit sich. Dabei sind die Ansprüche der regelmäßigen Diskobesucher an diese Kleidung besonders hoch. Sie konnten ihre Kaufabsichten nicht immer realisieren.

18. Regelmäßige Theaterbesucher oder Nicht-Besucher sind natürlich auch interessiert an der Mode. Aber ihr Modeinteresse ist unabhängig davon, ob sie oft oder gar nicht ins Theater gehen. Sie interessieren sich allerdings etwas weniger für die Mode als die Diskofans.

Bei häufigem Theaterbesuch ist sowohl ein schnelleres Reagieren auf neue Modetrends zu verzeichnen (bei den Mädchen) als auch eine leichte Zunahme derjenigen, die besonders zögernd auf neue Modetrends reagieren (junge Männer).

19. Für regelmäßige Theaterbesucher ist die Orientierung an Gruppennormen und die Absicht, Jugendzugehörigkeit durch Kleidung auszudrücken, wesentlich unwichtiger als für die regelmäßigen Diskobesucher. Mit zunehmender Häufigkeit von Theaterbesuchen (als Indiz für häufige Kunstbegegnungen) geht die Absicht, sich jugendgemäß bzw. gruppenkonform zu kleiden, stark zurück. Dies zeigt sich sowohl darin, was sie allgemein mit ih-

rer Bekleidung bezwecken als auch bei den Bedingungen, die sie für bedeutsam erachten, um einen neuen Modetrend mitzumachen. Demgegenüber ist die Absicht, mit Hilfe von Kleidung die eigene Individualität zu unterstreichen, für die regelmäßigen Theaterbesucher weitaus wichtiger als für die Diskobesucher. Dies zeigt sich besonders bei den allgemeinen Motiven ihres Bekleidungsverhaltens.

20. Modische Aktualität von Kleidung ist für regelmäßige Theaterbesucher etwas weniger von Bedeutung als für die regelmäßigen Diskobesucher. Während die modische Aktualität bei häufigerer Diskonutzung an Bedeutung zunahm, verliert sie mit zunehmenden kunstrezeptiven Aktivitäten etwas an Bedeutung.

Dies wird in der Beschaffenheit der eigenen Garderobe deutlich, die die regelmäßigen Theaterbesucher als weniger hochmodisch einschätzen, dies zeigt sich auch in der etwas geringeren Bedeutung der modischen Aktualität beim Kauf von Kleidung. Modische Gestaltung, modische Farbe und modisches Material sind den regelmäßigen Theaterbesuchern zwar nicht unwichtig, jedoch weniger wichtig als für die regelmäßigen Diskobesucher.

21. Die Häufigkeit des Theaterbesuchs beeinflusst auch die Art und Weise, sich im Theater zu kleiden.

Bei häufiger Nutzung des Theaters tendieren die Jugendlichen stärker zu alltäglicherer Kleidung im Theater.

Die Normalität der Nutzung bedingt also hier auch eine etwas alltäglichere Kleidung, im Gegensatz zum Bekleidungsverhalten in der Diskothek.

22. Was Jugendliche mit ihrer Kleidung beabsichtigen und bezwecken, welche Funktionen Kleidung haben soll und welche Wirkungen mit ihr angestrebt werden, ist sehr vielschichtig und kaum auf einen Nenner zu bringen.

In der Untersuchung ließen sich drei unterschiedliche Komplexe von Wirkungsabsichten und Funktionsvorstellungen isolieren, die jugendlichem Bekleidungsverhalten vorwiegend (aber niemals ausschließlich) zugrunde liegen.

Jugendliches Bekleidungsverhalten kann vorwiegend gekennzeichnet sein durch die Absicht, mittels Kleidung Resonanz bei anderen und damit Selbstsicherheit zu gewinnen; es kann die Funktion haben, vorwiegend der spielerischen Selbsterprobung (und -findung) zu dienen; es kann schließlich dazu dienen, Gruppen- und Jugendzugehörigkeit zu demonstrieren.

23. Gruppenkonformes Aussehen und Abgrenzen von der älteren Generation (im folgenden immer kurz "jugendtypisches Aussehen" genannt) sind für einen Teil der Jugendlichen durchaus wichtige Funktionen von Bekleidung und Mode, für einen anderen Teil der Jugendlichen sind diese Absichten beim Bekleidungsverhalten mehr oder weniger unwichtig.

24. Jugendliche, die jugendtypisches Aussehen wichtig finden, sind modefreudiger, legen mehr Wert auf modische Aktualität beim Kauf von Kleidung und besitzen eine modisch aktuellere Garderobe als Jugendliche, denen jugendtypisches Aussehen unwichtig ist.

Ein Vergleich mit den Jugendlichen, die mit ihrer Kleidung vorwiegend soziale Resonanz beabsichtigen und die Spaß am Experimentieren mit Kleidung haben, ergibt geringeres Modeinteresse, zögernderes Verhalten gegenüber neuen Modetrends und eine etwas geringere Wichtigkeit der modischen Aktualität von Kleidung bei den Jugendlichen, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen.

Jugendliche, die vorwiegend soziale Resonanz beabsichtigen mit ihrer Kleidung und diejenigen, die Spaß am kreativen Umgang mit Kleidung und am Sich-Selbst-Verwandeln haben, haben ein besonders intensives Verhältnis zur Mode.

25. Nachweisbare Unterschiede im Modeverhalten zwischen Jugendlichen, die jugendtypisches Aussehen beabsichtigen und denjenigen, die dies nicht beabsichtigen, gibt es vor allem in den Tragegewohnheiten von Kleidung, Schmuck und Beiwerk und in den Quellen für modische Anregungen.

Die Tragegewohnheiten bei den jungen Männern, die jugendtypisch aussehen wollen, lassen folgende Verallgemeinerungen zu:

Unkonventionellere Kleidungsstücke wie T-Shirts/Sweat-Shirts und alle neueren Hosenformen (außer Jeans) werden mehr getragen, konventionellere Oberbekleidungsstücke verlieren etwas an Bedeutung.

Das Tragen von Schmuck, modischem Beiwerk und Stickern ist bei diesen jungen Männern weiter verbreitet.

Jugendtypisches Aussehen kann mit Hilfe dieser Accessoires erreicht werden. Das Tragen von Schmuck, Beiwerk und Stickern läßt sich aber nicht auf diese Motive reduzieren.

Es signalisiert auch anderes, unter anderem auch Individualisierungsabsichten im Aussehen.

Die Tragegewohnheiten der jungen Mädchen und Frauen, die jugendtypisch aussehen wollen, lassen folgende Verallgemeinerungen zu: Auch hier sind T-Shirts und Sweat-Shirts wichtigere Kleidungsstücke. Alle typisch weiblichen Kleidungsstücke (Röcke und Kleider) verlieren etwas an Bedeutung, wenn jugendtypisches Aussehen angestrebt wird.

Schmuck und Beiwerk werden von diesen Mädchen weniger getragen.

Insgesamt zeichnet sich die Tendenz ab, daß das Demonstrieren von Gruppen- bzw. Jugendzugehörigkeit Unterschiede im Modegebrauch der Geschlechter nivelliert.

26. Weitere Unterschiede lassen sich auf der Ebene verbaler Aussagen nicht nachweisen. Optische Eindrücke müßten das Bild davon ergänzen, wie sich Jugendliche, die jugendtypisch aussehen wollen, von anderen Jugendlichen unterscheiden.

9. Anhang 1:

Wertorientierungen und grundlegende Einstellungen zur Mode
(Modeinteresse, Aufgeschlossenheit gegenüber Modetrends,
Wirkungsabsichten des Bekleidungsverhaltens, modische An-
regungen)

(Langfassung)

In diesem Abschnitt wird der Zusammenhang von Wertorientierungen und grundsätzlichen Einstellungen zur Mode überprüft, um genauere Aufschlüsse darüber zu erhalten, ob große Aufgeschlossenheit gegenüber der Mode allein Ausdruck materieller Lebensorientierung ist, ob sich künstlerisch kreative Orientierungen und Aufgeschlossenheit gegenüber der Mode einander bedingen oder eher einander ausschließen, ob Orientierung auf Arbeit und Familie Modeinteresse befördert oder eher vermindert.

Zusammenhänge der drei verschiedenen Wertorientierungstypen mit dem Modeinteresse (siehe Tabelle 3, Anhang) zeigen

1. einen starken Zusammenhang von materiellem Lebensstandard und Modeinteresse. Bei großer Bedeutung des Lebensstandards ist auch das Modeinteresse größer.

Dies gilt auch, wenn der Lebensstandardtyp keinen Modeindikator enthält, d. h. wenn die vier anderen Indikatoren, die den Lebensstandardtyp bilden (siehe Blatt 12) und das Modeinteresse korreliert werden!

Dieser Zusammenhang läßt sich nicht auf geschlechtsspezifische Einflüsse zurückführen. Er gilt auch, wenn der Zusammenhang von Modeinteresse und Lebensstandard getrennt nach dem Geschlecht überprüft wird (siehe Tabelle 4, Anhang).

Ist der Lebensstandard ein Wert von großer Bedeutung, interessiert sich zwar jedes zweite Mädchen und nur jeder 5. Junge sehr stark für die Mode, aber die Tendenz ist in beiden Fällen die gleiche. Bei geringerer Bedeutung des Lebensstandards nimmt sowohl bei Mädchen als auch bei Jungen das Interesse an der Mode ab.

2. Es gibt ebenfalls einen starken Zusammenhang zwischen einer Orientierung auf kreative Selbstvervollkommnung und dem Mode-

interesse. Sind künstlerisch-kreative, auf Selbstvervollkommnung gerichtete Werte bedeutsam, so ist auch das Interesse an der Mode größer.

Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung nur eine geringe Rolle spielt, sind auch weniger stark an der Mode interessiert.

Das bedeutet insgesamt: Modeinteresse kann nicht nur als Ausdruck einer stark materiell orientierten Lebenshaltung gewertet werden, sondern es ist ebenso Ausdruck einer künstlerisch-kreativen Orientierung.

Modeinteresse kann ebenso Konsuminteresse sein wie auch Interesse an Kreationen, die sowohl künstlerisch als auch zur eigenen Kultivierung interessant sind.

Diese Zusammenhänge bestätigen sich, wenn Korrelationen von Wertorientierungen mit der Aufgeschlossenheit gegenüber neuen Modetrends vorgenommen werden (vgl. Tabellen 5 und 6, Anhang).

3. Jugendliche, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, verhalten sich selbst auch modedefreudiger als Jugendliche, für die der Lebensstandard nur ein unbedeutender Wert ist, d. h. sie schließen sich im allgemeinen schneller neuen Modetrends an.

Diese Tendenz gilt wiederum sowohl bei jungen Frauen als auch bei jungen Männern.

Sie ist vor allem in den Extrempositionen - schnellstmögliches Reagieren auf Trends bzw. spätes und Nicht-Reagieren - zu beobachten; d. h. bei Jugendlichen, für die der Lebensstandard nur ein unbedeutender Wert ist, ist das Zögern bei neuen Modetrends bzw. die Enthaltensamkeit auch weiter verbreitet. Dies gilt besonders für junge Männer.

4. Bei großer Bedeutung künstlerisch-kreativer Selbstvervollkommnung als Lebenswert reagieren Jugendliche auch schneller auf neue Modetrends.

Schnellstmögliches Reagieren auf neue Modetrends ist bei Jugendlichen, denen kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutender Wert ist, weiter verbreitet als bei Jugendlichen, für die dieser Wert nur eine geringe Bedeutung hat. Der Zusammenhang besteht hier vor allem im positiven Bereich - d. h. zwischen großer Be-

deutung kreativer Selbstvervollkommnung und "modeavantgardistischem" Verhalten. Für die Umkehrung - d. h. Modeenthaltlichkeit bei geringer Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung - kann dieser Zusammenhang nicht nachgewiesen werden.

5. Die Korrelationen von arbeits- und familienbezogenen Wertorientierungen und grundsätzlichen Einstellungen zur Mode stellen sich komplizierter dar.

Dies liegt zum Teil am Charakter der sogenannten arbeits- und familienbezogenen Werte, der nicht so eindeutig zu beschreiben ist wie z. B. der des Lebensstandardtyps, der verschiedene Aspekte des materiellen Lebensniveaus beinhaltet.

Arbeits- und familienbezogene Werte, die den Faktor Arbeit/Familie bilden, enthalten zumindest drei Bedeutungskomponenten:

- die Orientierung auf das engere soziale Umfeld
- die Tendenz, Übereinstimmung/Harmonie herzustellen in den genannten Lebensbereichen (Familie, Arbeitskollektiv, Beruf, Leistungsanforderungen)
- Orientierung auf Werte, die für die Existenz der Gesellschaft grundlegend sind (Leistung, Kollektivbeziehungen, Familie).

Große Orientierung auf Werte des Arbeits- und Familienbereichs schließen ein Interesse an der Mode nicht aus (vgl. Tabellen 3 und 4, Anhang).

Haben die verschiedenen Aspekte der Arbeitstätigkeit und ein glückliches Ehe- und Familienleben große Bedeutung, ist das Interesse an der Mode sogar etwas größer als bei geringer Bedeutung der arbeits- und familienbezogenen Werte. Dies gilt für junge Männer stärker als für junge Frauen.

Auf das eigene Verhalten gegenüber neuen Modetrends hat die Bedeutung arbeits- und familienbezogener Werte kaum einen Einfluß (vgl. Tabellen 5 und 6, Anhang).

Jugendliche, denen die genannten Werte wichtig sind, verhalten sich weder besonders modefreudig noch besonders modeenthaltlich, d. h. das Verhalten gegenüber Modetrends ist von der Arbeits- und Familienorientierung relativ unabhängig.

Insgesamt läßt sich sagen, daß Jugendliche, denen Arbeit und Familie wichtige Werte sind, durchaus modeinteressiert sind,

was aber nicht gleichbedeutend damit ist, möglichst jeden neuen Trend mitzumachen. Sie sind aber auch nicht besonders "modeenthaltsam".

Dies gilt wiederum für junge Männer und Frauen.

6. Berücksichtigt man, welche Bedingungen und Voraussetzungen Jugendliche als persönlich bedeutsam erachten, um sich einem neuen Modetrend anzuschließen, so zeigen sich in Abhängigkeit von dominierenden Wertorientierungen übereinstimmende und unterschiedliche Haltungen (siehe Tabelle 7, Anhang).

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte besonders bedeutsam sind, legen stärkeren Wert auf das Passen eines Modetrends zum eigenen Typ, aber auch darauf, daß eine Mode schon eine gewisse gesellschaftliche Breite und Billigung erfahren hat und gesellschaftlich angemessen (d. h. nicht zu extrem) ist.

Ganz besonders großen Wert auf das Passen zum eigenen Typ legen Jugendliche, für die kreative Selbstvervollkommnung ein wichtiger Wert ist.

Gesellschaftliche Verbreitung, Billigung und Angemessenheit einer Mode sind bei diesen Jugendlichen weniger bedeutsam. Je größer die Bedeutung kreativer Selbstvervollkommnung ist, um so geringer wird die Bedeutung der gesellschaftlichen Verbreitung und Angemessenheit einer Mode!

Bei den anderen Wertorientierungen ist dies genau umgekehrt: Je größer die Bedeutung von Arbeit/Familie und des Lebensstandards ist, umso größer wird auch die Bedeutung der gesellschaftlichen Verbreitung eine Mode als Bedingung für den eigenen Anschluß an diese Mode.

Für Jugendliche, denen kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutender Wert ist, spielen die eigenen Maßstäbe im Umgang mit der Mode offensichtlich eine größere Rolle als die gesellschaftlichen Konventionen im Umgang mit der Mode.

Das Passen eines Modetrends zum eigenen Typ ist zwar für Jugendliche, denen der Lebensstandard bedeutsam ist, ebenfalls eine wichtige Voraussetzung, sich einem Modetrend anzuschließen, aber

der Zusammenhang von Bedeutung des Lebensstandards und Bedeutung des individuellen Maßstabs ist nicht so ausgeprägt wie bei den anderen Wertorientierungen.

Engere Zusammenhänge gibt es zwischen der Bedeutung des Lebensstandards und der Verbreitung einer Mode in der Öffentlichkeit und im Freundeskreis als Voraussetzungen für den eigenen Anschluß an Modetrends.

Je größer die Bedeutung des Lebensstandards ist, um so wichtiger werden auch solche Bedingungen, wie die gesellschaftliche Verbreitung einer Mode und die Verbreitung im Freundeskreis, wenn es darum geht, einen Modetrend mitzumachen.

Die genannten Bedingungen für den Anschluß an einen Modetrend sind für diese Jugendlichen offensichtlich nicht deshalb wichtig, weil sie nicht die ersten sein möchten, die einen Trend mitmachen, sondern als Orientierung dafür, nicht den Anschluß zu verpassen. Bei steigender Bedeutung des Lebensstandards nimmt auch die Tendenz zu, sich extremeren Modetrends anzuschließen.

7. Überprüft man den Zusammenhang von Wertorientierungen und Funktionen von Bekleidung und Mode, d. h. von Wertorientierungen und den Effekten, die Jugendliche mit ihrer Kleidung überhaupt erreichen wollen, so zeigen sich ähnliche Tendenzen im Umgang mit Mode wie sie bereits unter 6. für die einzelnen Wertorientierungstypen gezeigt wurden (vgl. Tabelle 8, Anhang).

Kreative Selbstvervollkommnung als Wert hat vor allem Einfluß auf die Absicht, mit Kleidung und mit dem eigenen Typ zu experimentieren und den individuellen Typ zu unterstreichen.

Bei steigender Bedeutung des Werts kreativer Selbstvervollkommnung nehmen auch die Absichten zu, mit Kleidung den individuellen Typ zu unterstreichen, nimmt der Spaß am Experimentieren und Sich-Selbst-Verwandeln zu.

Die starken Individualisierungsabsichten im Bekleidungsverhalten der Jugendlichen, für die kreative Selbstvervollkommnung bedeutsam ist, gelten auch im Vergleich zu Jugendlichen, bei denen andere Wertorientierungen dominieren.

Der Lebensstandard hat besonderen Einfluß auf die Absicht, mit Hilfe von Kleidung jugendtypisch auszusehen und Resonanz beim anderen Geschlecht zu erzielen.

Jugendliche, für die der Lebensstandard eine große Bedeutung hat, finden es wichtiger als andere Jugendliche, mit Hilfe von Kleidung jugendtypisch auszusehen (Orientieren an Gruppennormen im Freundeskreis und Abgrenzen von der älteren Generation).

Jugendliche, die dem Lebensstandard eine geringere Bedeutung zuschreiben, finden jugendtypisches Aussehen auch weniger wichtig. Gruppengepflogenheiten im Aussehen mitmachen zu wollen, bedeutet ja auch, daß man die Kleidungsstücke bzw. das Zubehör besitzen muß, was bei Freunden gerade "in" ist. Die Bereitschaft, mitzugehen, wenn etwas "in" ist, ist wohl auch deshalb bei Jugendlichen mit großer Bedeutung des Lebensstandards weiter verbreitet.

Bei den Absichten, mit Hilfe von Kleidung zu experimentieren, den individuellen Typ zu unterstreichen, sich zu verwandeln, schön zu sein gab es große Unterschiede zwischen Jungen und Mädchen, die sich niederschlagen bei den Modelfunktionen, die Jugendliche mit großer Bedeutung arbeits- und familienbezogener Werte und geringer Bedeutung dieser Werte angaben. Die Unterschiede sind in diesem Fall stark auf den Unterschied zwischen Jungen und Mädchen in diesem Punkt zurückzuführen.

8. Ob bei den Jugendlichen stärker eine Orientierung auf den Lebensstandard, auf kreative Selbstvervollkommnung oder auf arbeits- und familienbezogene Werte dominiert, hat auch Einfluß darauf, woher sie ihre modischen Anregungen beziehen.

Die möglichen Quellen für modische Anregungen werden in unterschiedlichem Maß genutzt (siehe Tabelle 9, Anhang).

Die arbeits- und familienbezogenen Wertorientierungen haben besonderen Einfluß auf die Nutzung von Medienbeiträgen aus der DDR und Anregungen aus anderen Bereichen unserer Öffentlichkeit.

Jugendliche, für die arbeits- und familienbezogene Werte eine große persönliche Bedeutung haben, nutzen Anregungen aus der Jungen Welt/dem "neuen Leben", aus Modezeitschriften der DDR, die Angebote unserer Geschäfte und Schaufenster häufiger als Ju-

gendliche, für die die genannten Werte nur eine geringe Bedeutung haben und häufiger als andere Jugendliche.

Die weiter vorn registrierte größere Bedeutung der gesellschaftlichen Verbreitung und Angemessenheit einer Mode als Voraussetzung dafür, daß ein Modetrend von diesen Jugendlichen mitgemacht wird, werden durch das Nutzungsverhalten von Quellen für modische Anregungen ergänzt: Für Jugendliche, denen arbeits- und familienbezogene Werte besonders wichtig sind, spielen die modischen Gepflogenheiten, Wertvorstellungen und Normen unserer Gesellschaft eine besonders große Rolle!

Die persönliche Bedeutung des Lebensstandards hat starken Einfluß auf die Nutzung ausländischer Modezeitschriften, auf Anregungen, die von Stars ausgehen, auf die Nutzung der Modeeinflüsse aus dem Straßenbild und die Anregungen durch Freunde.

Jugendliche, für die der Lebensstandard eine große Bedeutung hat, nutzen weitaus häufiger ausländische Modezeitschriften, Anregungen von Stars, Ideen aus dem Straßenbild, etwas häufiger auch Anregungen durch Freunde und Modesendungen aus Rundfunk/Fernsehen, und zwar häufiger als Jugendliche, für die der Lebensstandard geringe Bedeutung hat, aber auch als andere Jugendliche.

Das bedeutet insgesamt, bei diesen Jugendlichen kommen auch mehr Einflüsse zum Tragen, die nicht nur unsere gesellschaftlichen Vorstellungen davon, was Mode ist, zum Gegenstand haben.

Ob die kreative Selbstvervollkommnung für Jugendliche große oder geringe Bedeutung hat, hat keinen so starken Einfluß darauf, welche Quellen für modische Anregungen genutzt werden.

Deutlich wird jedoch eine stärkere Nutzung von "reinen" Modezeitschriften (ausländischen und solchen aus der DDR) und von Ideen aus dem Straßenbild durch Jugendliche, für die die kreative Selbstvervollkommnung ein bedeutsamer Wert ist.

10. Schlußfolgerungen

1. Die engen Zusammenhänge von Modeverhalten und Lebensstandard und das Kaufverhalten der Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, legen folgende Überlegungen nahe: Da wir auf eine ständige Erhöhung des materiellen und geistigen Lebensniveaus orientieren, wird die Zahl derjenigen Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, wahrscheinlich zunehmen. Damit wird auch der Bedarf nach modisch aktueller und qualitätvoller Kleidung weiter zunehmen.

Gegenwärtig wollen oder müssen diese Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, häufiger als andere Jugendliche im Exquisit kaufen.

Die Entwicklung sollte aber nicht dahin gehen, daß bei weiter steigenden Ansprüchen und bei einer eventuell zunehmenden Zahl von Jugendlichen, für die der Lebensstandard große Bedeutung hat, die Möglichkeiten dieser Jugendlichen, sich auch im normalen Fachhandel und in Jugendmodeeinrichtungen zu versorgen, zurückgehen.

Auch der normale Fachhandel sollte Bedürfnissen, die mit einer großen Bedeutung des Lebensstandards einhergehen, gerecht werden können.

2. Wertmaßstäbe für das, was hohes materielles Lebensniveau ausmacht, entstammen auch für die Bekleidung nicht nur dem Produktions- und Warenniveau unserer Gesellschaft.

Diese internationalen Einflüsse, die hauptsächlich, aber nicht ausschließlich durch die Medien präsent sind, werden sich in Zukunft noch verstärken.

Vor allem durch die fortschreitenden Möglichkeiten der audio-visuellen Medien werden Internationalisierungstendenzen im gesamten Bereich der Massenkultur zunehmen, also auch für die Mode.

Diese zunehmenden internationalen Einflüsse haben sehr positive, aber auch negative Seiten.

Zu den problematischen Seiten gehört die Situation der DDR-Modeproduktion, sich noch stärker als bisher an der Weltspitze messen zu müssen.

Was die kulturelle Seite dieser Internationalisierungstendenzen anbelangt, so liegt das Problem für die Mode ähnlich wie für andere Bereiche der Kultur. Die Aufnahme internationaler Tendenzen und die Wahrung eigener kultureller Besonderheiten ist auch für den Bereich der Mode eine Herausforderung.

3. Für die jugendpolitische Arbeit ist u. E. die Erkenntnis wichtig, daß großes Modeinteresse und Aufgeschlossenheit gegenüber Modetrends nicht ausschließlich auf eine stark materiell ausgerichtete Lebensorientierung zurückgeführt werden können.

Modeinteresse und Werte wie hohe Leistungsbereitschaft, Identifikation mit Arbeitsinhalten, gute Kollektiv- und Familienbeziehungen schließen einander nicht aus, sondern stehen in enger Beziehung zueinander.

Jugendliche, für die diese Werte bedeutsam sind, sind auch keineswegs besonders "enthaltssam" gegenüber neuen Modetrends. In ihrem gesamten Modeverhalten lassen sich diese Jugendlichen von den modischen Maßstäben und Normen unserer Gesellschaft besonders leiten.

Ihr Modeinteresse kann gewertet werden als Ausdruck einer insgesamt großen Bereitschaft, sich mit gesellschaftlichen Normen, auch modischen, in Übereinstimmung zu bringen.

Dieser Sachverhalt sollte bei der Bewertung von Jugendlichen beachtet werden. Vorschnelle Schlußfolgerungen vom modischen Erscheinungsbild auf Einstellungen von Jugendlichen sollten auch in Zukunft vermieden werden.

4. Die Absicht, mit der eigenen Kleidung Gruppen- bzw. Jugendzugehörigkeit zu zeigen, hat nur für einen Teil der Jugendlichen Bedeutung. Für einen anderen Teil der Jugendlichen sind diese Absichten gegenstandslos.

Zum Einfluß von Gruppennormen im Bekleidungsverhalten bekennen sich vor allem solche Jugendliche, die öffentliche Unterhaltungsangebote stark frequentieren, wie am Beispiel der regelmäßigen Diskobesucher gezeigt werden konnte.

Wir sollten überprüfen, ob wir nicht dazu neigen, diesen Teil der Jugend für das Ganze zu nehmen und unser Bild vom Modever-

halten der Jugend von dem Teil, der auch als Gruppen- oder Massenerscheinung präsent ist, abzuleiten.

Oberflächliche Einschätzungen vom modischen Erscheinungsbild der Jugend (z. B. solche Aussagen, daß alle gleich aussähen) könnten und sollten vermieden werden.

Der Anspruch Jugendlicher, Individualität zu zeigen, muß ernst genommen werden.

Dabei muß der scheinbare Widerspruch zwischen Individualisierungsabsichten einerseits und dem Tragen von Massenprodukten andererseits weiter aufgeklärt werden.

Anpassung, Vereinheitlichung, "Uniformierungstendenzen und Individualisierungsabsichten sind als zwei nicht automatisch einander ausschließende Seiten einer Erscheinung zu bewerten.

5. Männliche und weibliche Jugendliche, die Gruppen- bzw. Jugendzugehörigkeit mit ihrer Kleidung demonstrieren wollen, gleichen sich in den Tragegewohnheiten von Kleidung und Accessoires einander an. Unterschiede im Modegebrauch der Geschlechter werden partiell nivelliert.

Die Gestaltung und Produktion von Jugendmode richtet einen Teil ihrer Kollektion meist auf diesen Sachverhalt aus. Es gab in den letzten Jahren häufig Bekleidungsstücke, die sowohl für junge Männer als auch für junge Frauen tragbar waren bzw. sind.

Diese Richtung in der Gestaltung von Jugendmode ist sicher weiter zu verfolgen. Trotzdem zeigte die Untersuchung deutlich, daß diese Tendenzen nicht für alle Jugendlichen zutreffen.

Die Stars, die als modische Vorbilder von Frauen genannt wurden, beweisen, daß weibliche Jugendliche sich auch sehr stark wieder auf eine ausgesprochen weibliche Mode orientieren.

Darauf hat sich die Produktion eingestellt und sollte sich auch weiter an der großen Differenziertheit der Modebedürfnisse orientieren.

11. Anhang 2: Tabellen und Übersichten

Tab. 3: Modeinteresse in Abhängigkeit von ausgewählten Wertorientierungen und typischen Formen des Freizeitverhaltens, in %

	Ich interessiere mich für die Mode			
	sehr stark	stark	wenig	überhaupt nicht
Bedeutung Lebensstandard				
groß	36!	51	13	0
mittel	22	56	21	1
gering	13!	52	32	3
Bedeutung kreative Selbstvervollkommnung				
groß	36!	47	16	1
mittel	23	55	21	1
gering	17!	55	26	2
Bedeutung Arbeit/Familie				
sehr groß	34!	49	16	1
groß	24	58	18	0
gering	16!	50	30	4
Diskobesuch				
fast nie	20!	55	24	1
ab und zu	23	55	21	1
oft	32!	50	16	2
Theaterbesuch				
gar nicht	25	54	24	1
ab und zu	28	55	16	0
oft	27	50	22	1

Tab. 4: Modeinteresse in Abhängigkeit von ausgewählten Wertorientierungen und vom Geschlecht, in %

	Ich interessiere mich für die Mode			
	sehr stark	stark	wenig	überhaupt nicht
Bedeutung Lebensstandard				
<u>männlich</u>				
groß	20	53	26	1
mittel	10	48	40	2
gering	5	35	52	8
<u>weiblich</u>				
groß	46	50	4	0
mittel	29	63	8	0
gering	17	62	21	0
Bedeutung Arbeit/Familie				
<u>männlich</u>				
sehr groß	21	46	30	3
groß	11	52	36	1
gering	9	37	48	6
<u>weiblich</u>				
sehr groß	42	49	9	0
groß	31	60	9	0
gering	24	63	12	1

Tab. 5: Reagieren auf neue Modetrends in Abhängigkeit von ausgewählten Wertorientierungen und typischen Formen des Freizeitverhaltens, in %

Ich schließe mich neuen Modetrends an
 1 sobald als möglich
 2 erst, wenn er keine Einzellerscheinung mehr ist
 3 erst, wenn er sich sehr stark durchgesetzt hat
 4 zu einem späteren Zeitpunkt/gar nicht
 0 Darüber habe ich noch nicht nachgedacht

	1	2	3	4	0
Bedeutung Lebensstandard					
groß	35!	32	19	5	9
mittel	21	38	21	10	10
gering!	11!	35	22	19	13
Bedeutung kreative Selbstvervollkommnung					
groß	34!	29	14	12	11
mittel	21	38	23	9	9
gering	16!	39	22	11	12
Bedeutung Arbeit/Familie					
sehr groß	29	35	19	8	9
groß	23	37	20	10	10
gering	20	29	23	13	15
Diskobesuch					
fast nie	19	34	24	12	11
ab und zu	20	38	21	10	11
oft	32!	32	17	9	10
Theaterbesuch					
gar nicht	23	34	21	9	13
ab und zu	25	36	19	9	11
oft	30!	32	10	14!	13

Tab. 6: Reagieren auf neue Modetrends in Abhängigkeit von ausgewählten Wertorientierungen und vom Geschlecht, in %

	1	2	3	4	0
Ich schließe mich neuen Modetrends an					
1	sobald als möglich				
2	erst, wenn er keine Einzelercheinung mehr ist				
3	erst, wenn er sich sehr stark durchgesetzt hat				
4	zu einem späteren Zeitpunkt/ gar nicht				
0	Darüber habe ich noch nicht nachgedacht				
<hr/>					
Bedeutung Lebensstandard					
<u>männlich</u>					
groß	20!	20	29	10!	12
mittel	12	33	25	18	12
gering	4!	26	24	31!	15
<u>weiblich</u>					
groß	44!	35	12!	2!	7
mittel	26	41	19	5	9
gering	15!	42	21!	11!	11
Bedeutung Arbeit/Familie					
<u>männlich</u>					
sehr groß	19	28	26	18	9
groß	11	31	27	19	12
gering	11	25	27	18	19
<u>weiblich</u>					
sehr groß	34	37	16	4	9
groß	29	41	16	5	9
gering	28	35	20	7	10

Tab. 7: Wichtigkeit von Bedingungen und Voraussetzungen für den Anschluß an neue Modetrends, in % (Bezogen auf AP 1+2 = sehr wichtig + wichtig)¹

1. Der neue Modetrend hat sich im Straßenbild durchgesetzt.
2. Meine Freunde schließen sich dem neuen Trend auch an.
3. Ich muß nicht allzuviel Geld dafür ausgeben.
4. Die neue Mode ist nicht zu extrem.
5. Die neue Mode ist (gerade) extrem.
6. Der neue Trend paßt zu mir.

	1	2	3 (nur Ap 1)	4	5	6 (nur Ap 1)
Bedeutung Arbeit/ Familie						
sehr groß	53!	28!	43	72!	32!	67!
groß	48	22	40	72	27	59
gering	44	21	39	59	25	46
Bedeutung Lebensstandard						
groß	57!	33!	49!	67	32!	63!
mittel	50	22	40	73	26	56
gering	38!	14!	33!	68	19!	56
Bedeutung krea- tive Selbstver- vollkommnung						
groß	42	24	43	62	26	70!
mittel	51	24	41	72	24	55
gering	56!	23	41	71!	27	49
Diskobesuch						
fast nie	52	21!	43	74!	25	54
ab und zu	51	22	40	72	26	60
oft	47	28!	42	63!	30	60
Theaterbesuch						
gar nicht	49!	25!	43	70	28!	58
ab und zu	50	20	37	75	28	64
oft	35!	16!	33	60	18!	64!

¹ In den Spalten 3 und 6 ("Geldausgabe" und "Passen zum eigenen Typ") beziehen sich die Angaben nur auf die Ap. "sehr wichtig", da bei 1+2 Unterschiede wieder verwischt werden würden.

Tab. 8: Meinungsübereinstimmung mit ausgewählten Modelfunktionen in Abhängigkeit von Wertorientierungen und Formen typischen Freizeitverhaltens in %.
(Bezogen auf vollkommene Zustimmung)¹

- | | |
|---|---|
| <p>1. Ich kleide mich gern so, wie es bei meinen Freunden gerade "in" ist.</p> <p>2. Ich versuche, mich durch meine Kleidung von der älteren Generation abzuheben.</p> <p>3. Es macht mir Spaß, meine Kleidungsstücke in immer neuer Weise zusammenzustellen, zu "experimentieren".</p> <p>4. Ich versuche, mit meiner Kleidung meinen individuellen Typ zu unterstreichen.</p> | <p>5. Es macht mir Spaß, mittels Kleidung mich selbst zu verwand.</p> <p>6. Kleidung soll mir helfen, schön zu sein.</p> <p>7. Ich fühle mich sicherer im Auftreten, wenn mir meine Kleidung selbst gut gefällt.</p> <p>8. Kleidung ist für mich eine Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des anderen Geschlechts zu gew.</p> <p>9. Meine Kleidung muß in erster Linie bequem und praktisch sein.</p> |
|---|---|

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Bedeutung Arbeit/Fam.									
sehr groß	45	27	46!	55	27!	57!	87	21!	82
groß	41	22	40	50	20	49	84	18	78
gering	41	29	33!	42!	15	38!	73	15!	75
Bedeutung Lebensstandard									
groß	52!	34!	44!	51	29!	58!	86!	29!	81!
mittel	41	22	40	49	20	50	82	16	80
gering	30!	15!	34!	51	12!	35!	78!	9!	75!
Bedeutung kreat. Selbstvervollk.									
groß	39	24	46!	64!	26!	53	86	21	79
mittel	44	23	39	48	20	48	81	17	83
gering	43	28	33!	42!	15!	47	79	19	75
Diskobesuch									
fast nie	34(3)!	22	36!	51	19	52	83	16!	80
ab und zu	43(3)	24	40	50	20	46	82	16	80
oft	51(5)!	28	44!	50	25	51	82	25!	77
Theaterbesuch									
gar nicht	45(4)!	27!	49	48!	22	51	83	19	81
ab und zu	40(3)!	17	43	58	22	47	81	16	72
oft	25(1)!	13!	46	64!!	20	45	83	13	65

¹ In der Spalte 1 (Ich kleide mich gern so, wie es bei meinen Freunden gerade "in" ist.) vollkommene Zustimmung u. mit gew. Einschränkungen (1+2), da Ap 1 kaum besetzt ist.

Tab. 9: Quellen für modische Anregungen in Abhängigkeit von Wertorientierungen und ausgewählten Formen typischen Freizeitverhaltens. Bezogen auf die Ap 1 = häufige Nutzung. (in %)

	JW	andere Zeitun- gen/ Zeit- schr.	Mode- sen- dungen Rundf./ FF	Mode- zeit- schr. DDR	ausl. Mode- zeit- schr.	Moden- schauen	Ange- bot Ge- schäf- te/ Schau- fenster	Ideen v. Str./ Disko	Beklei- dung Freunden	Stars (Rock und Pop, Mode- ratoren u. a.)
<hr/>										
Bedeutung Arbeit/Fam.										
sehr groß	11!	20	17	23!	27	11	28!	44!	24	14
groß	9	18	16	18	25	10	24	37	20	10
gering	4!	15	12	10!	26	5	15!	33!	19	11
Bedeutung Lebensstandard										
groß	10	20	20!	17	34!	13	24	43!	25!	18!
mittel	7	18	14	18	23	7	24	37	19	9
gering	9	15	11!	20	14!!	7	21	29!	16!	3!
Bedeutung kreat. Selbstvervollk.										
groß	8	20	16	21!	31!	9	21	41!	20	12
mittel	8	19	16	19	24	8	24	35	22	11
gering	7	14	13	13!	21!	8	21	33!	19	11

Diskobesuch

fast nie	7	15	15	20	151
ab und zu	9	19	15	20	25
oft	8	19	15	13	331

Theaterbesuch

gar nicht	9	18	16	18	26
ab und zu	11	21	16	20	25
oft	7	19	12	18	27

8	27	27!	16!	8
8	24	36	21	10
10	20	47!	24!	15!

9	24	39	21	12
9	24	32	16	7
5	17	32	16	7

VD - 213 - 59/86
Blatt 94/2. Ausf.

Tab. 10: Kauf von Oberbekleidungsstücken in ausgewählten Handlungseinrichtungen in den letzten 12 Monaten in Abhängigkeit von ausgewählten Wertorientierungen und Formen typ. Freizeitverhaltens in %

im "Exquisit"					
Dort wurde gekauft					
	Überh. nicht	1-2 mal	3-5 mal	mehr als 5 mal	Wenigstens 1 mal gekauft haben insgesamt
Bedeutung Lebensstandard					
groß	37	37	14	12!	63!
mittel	45	38	12	5	55
gering	56!	32	9	3	44
Diskobesuch					
fast nie	55	31	9	5	45
ab und zu	45	38	12	5	55
oft	36!	39	15	10!	64!
Theaterbesuch					
gar nicht	45	37	12	6	55
ab und zu	40	40	13	7	60
oft	35!	36	18	11	65!
im "Intershop"					
Bedeutung Lebensstandard					
groß	67	24	5	4	33
mittel	75	19	4	2	25
gering	79	16	3	2	21!
Diskobesuch					
fast nie	84	14	1	1	26
ab und zu	76	18	4	2	34
oft	58!	29	8	5	42!

Tab. 12: Zufriedenheit mit ausgewählten Bedingungen in den Jugendmodeeinrichtungen in Abhängigkeit vom Lebensstandard in %

Ich bin zufrieden
mit der Qualität des Angebots

sehr stark
bis stark mittel schwach überh.
nicht Das kann
ich nicht
beurtei-
len

Bedeutung
Lebensstandard
groß
mittel
gering

7	32	39	21	1
5	40	37	16	2
5	39	36	16	4

mit den Preisen

Bedeutung
Lebensstandard
groß
mittel
gering

4	25	24	45!	2
4	32	26	36	2
5	29	28	35!	2

mit der Anzahl der Jugendmodeeinrichtungen

Bedeutung
Lebensstandard
groß
mittel
gering

10	45	28	14	3
10	51	26	8	5
12	50	20	9	9

Tab. 15: Wichtigkeit von Qualitätsmerkmalen
verschiedenen Wertorientierungen (I)

	1	2	3	4
1 saubere Verarbeitung				
2 gute Paßform				
3 modische Gestaltung				
4 modische Farbe				
5 modisches Material				
<hr/>				
Bedeutung Lebensstandard				
groß	84	86	87!	82!
mittel	75	79	68	56
gering	66	72	51!	42!
Bedeutung kreative Selbst- vervollk.				
groß	82	85	74	70
mittel	76	81	70	61
gering	70	73	65	54
Diskobesuch				
fast nie	81	83	65!	55!
ab und zu	76	79	69	59
oft	72	79	78!	70!
Theaterbesuch				
gar nicht	77	80	72!	64
ab und zu	71	81	67	57
oft	67	77	67!	61

(am Beispiel T-Shirt) in Abhängigkeit von
 bezogen auf Ap 1 sehr wichtig) in %

- 6 Kombinerfähigkeit
- 7 Haltbarkeit
- 8 Pflegeleichtigkeit
- 9 Hautverträglichkeit
- 10 Formbeständigkeit

	5	6	7	8	9	10
77!	63	76	65	70	80	
52	53	65	53	59	72	
40!	47	61	47	57	66	
67	68!	73	65	73	79	
56	54	68	55	58	72	
51	42!	60	49	55	66	
51!	55	69	60	65	75	
56	55	66	53	60	72	
67!	56	69	55	64	73	
60!	55	69	57	61	74	
53	57	59	49	62	75	
54!	60	63	52	61	69	

VD - ZIJ - 59/86
 Blatt 100/2. Aufl.

Tab. 16: Wichtigkeit der modischen Gestaltung (am Beispiel T-Shirt)
in Abhängigkeit von Wertorientierungen und Geschlecht in %

	Modische Gestaltung wäre für meine Wahl			
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	überhaupt nicht wichtig
Bedeutung Lebensstandard				
männlich				
groß	79!	17	4	0
mittel	59	29	11	1
gering	36!	37	21	5
weiblich				
groß	91!	8	1	0
mittel	72	26	2	0
gering	60!	34	5	1
Bedeutung Arbeit/Fam.				
männlich				
sehr groß	75!	16	7	1
groß	59	29	11	1
gering	55!	27	14	3
weiblich				
sehr groß	83	16	1	0
groß	75	23	2	0
gering	73	23	3	1

Tab: 17 Differenzierte Einschätzung der eigenen Garderobe in Abhängigkeit von verschiedenen Wertorientierungen und Formen und typischen Freizeitverhaltens bezogen auf vollkommene Meinungsübereinstimmung in %

- | | |
|---------------------------------|------------------------------|
| 1 sehr umfangreich. | 4 hochmodisch |
| 2 ausgesprochen kombinierfähig. | 5 ausgesprochen reichhaltig. |
| 3 vielseitig verwendbar. | |

		Meine Garderobe ist				
		1	2	3	4	5
Bedeutung Arbeit/Fam.						
sehr groß	29	25	43!	7 (72)	13 (56)	
groß	19	18	32	4 (65)	9 (46)	
gering	16	13	29!	3 (56)	6 (39)	
Bedeutung Lebensstandard						
groß	26!	22	37	10 (77)!	14 (60)!	
mittel	19	19	35	3 (65)	10 (47)	
gering	15!	15	32	1 (41)!	4 (30)!	
Bedeutung kreat. Selbstvervollk.						
groß	26	21	42!	5 (66)	11 (48)	
mittel	21	18	34	5 (64)	10 (49)	
gering	19	15	27!	4 (61)	8 (42)	
Diskobesuch						
fast nie	19	19	32	3 (58)!	9 (44)!	
ab und zu	20	18	35	4 (64)	10 (46)	
oft	24	21	37	7 (71)!	11 (52)!	
Theaterbesuch						
gar nicht	21	18	34	6 (66)	10 (48)	
ab und zu	20	24	39	4 (63)	11 (50)	
oft	23	19	41	3 (57)	10 (45)	

1 In den Spalten 4 und 5 wurde in Klammern zusätzlich angegeben: vollkommene Meinungsübereinstimmung u. Übereinstimmung mit gewissen Einschränkungen

Tab. 18: Modische Aktualität der eigenen Garderobe in Abhängigkeit von verschiedenen Wertorientierungen und vom Geschlecht in %

Meine Garderobe ist hochmodisch.

Das trifft zu

	voll- kommen	mit gew. Einschrän- kungen	kaum	überhaupt nicht
Bedeutung Lebensstandard				
männlich				
groß	8	59	29	4
mittel	2	53	36	9
gering	2	27	51	20
weiblich				
groß	10	75	13	2
mittel	3	68	25	4
gering	1	47	44	8
Bedeutung Arbeit/Fam.				
männlich				
sehr groß	7	55	28	10
groß	4	50	37	9
gering	3	43	42	12
weiblich				
sehr groß	7	70	20	3
groß	4	67	25	4
gering	4	63	29	4

Tab. 23: Modeinteresse in Abhängigkeit von unterschiedlichen
Modelfunktionen in %

	Ich interessiere mich für die Mode			
	sehr stark	stark	wenig	überhaupt nicht
soz. Resonanz beabsichtigt				
männlich	20	52	27	1
weiblich	42!	53	5	0
Experimentieren beabsichtigt				
männlich	33!	51	16	0
weiblich	44!	51	5	0
Experimentieren nicht beabsichtigt				
männlich	4	27	56	13
jugendtypisches Aussehen be- absichtigt				
männlich	11	63	26	0
weiblich	31	59	10	0
jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigt				
männlich	11	34	49!	6
weiblich	27	60	13	0

Tab. 24: Reagieren auf neue Modetrends in Abhängigkeit von unterschiedlichen Modefunktionen in %

	Ich schließe mich neuen Modetrends an				
	1	2	3	4	0
soz. Resonanz beabsichtigt					
männlich	16	38	27	11	8
weiblich	39	39	15	2	5
Experimentieren beabsichtigt					
männlich	38	28	11	3	15
weiblich	44	34	13	3	6
Experimentieren nicht beabsichtigt					
männlich	9	8	35	38	10
jugendtypisches Aussehen beabsichtigt					
männlich	12	41	36	3	8
weiblich	27	47	20	1	5
jugendtypisches Aussehen nicht beabsichtigt					
männlich	14	20	18	32	16
weiblich	27	36	15	11	11

Tab. 25: Wichtigkeit von Qualitätsmerkmalen (am Beispiel T-Shirt) in Abhängigkeit von unterschiedlichen Modefunktionen (Bezogen auf Ap 1 = sehr wichtig) in %

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. saubere Verarbeitung										
2. gute Paßform										
3. modische Gestaltung										
4. modische Farbe										
5. modisches Material										
6. Kombinierfähigkeit										
7. Haltbarkeit										
8. Pflegeleichtigkeit										
9. Hautverträglichkeit										
10. Formbeständigkeit										
<hr/>										
soz. Resonanz beabsichtigt										
männlich	68	79	78!	65!	58!	43	66	53	64	73
weiblich	87	91	85!	80!	72!	69	70	63	67	77
Experimentieren beabsichtigt										
männlich	80	85	75!	67!	50!	51	56	54	78	76
weiblich	82	86	86!	78!	74!	72	71	58	63	79
Experimentieren nicht beabsichtigt										
männlich	65	73	54	50	47	38	67	58	56	64
jugendtyp. Aussehen beabsichtigt										
männlich	74	70	68!	59!	49!	46	66	60	65	73
weiblich	79	82	81!	71!	69!	64	69	58	60	76
jugendtyp. Aussehen nicht beabsichtigt										
männlich	68	67	41!	37!	31!	38	71	56	55	63
weiblich	74	83	71!	62!	58!	60	65	48	63	76

Tab. 26: Differenzierte Selbsteinschätzung der eigenen Garderobe
in Abhängigkeit von unterschiedlichen Modelfunktionen
in %
Bezogen auf vollkommene Zustimmung
(In Klammern u. Zustimmung mit gewissen Einschränkungen)

Meine Garderobe ist

- | | |
|--|--|
| 1. sehr umfangreich. | 4. hochmodisch. |
| 2. ausgesprochen kombinierfähig. | 5. ausgesprochen reichhaltig.
(Ich bin für viele Anlässe mit speziellen Kleidungsstücken ausgestattet.) |
| 3. vielseitig verwendbar.
(Meine Grundausstattung paßt zu vielen Anlässen.) | |

	1	2	3	4	5
soz. Resonanz beabsichtigt					
männlich	22	14	32	7 (64)!	8
weiblich	25	24	36	9 (81)!	13
Experimentieren beabsichtigt					
männlich	30	24	37	4 (71)!	15
weiblich	27	27	38	8 (80)!	11
Experimentieren nicht beabsichtigt					
männlich	4	8	19	2 (37)	2
jugendtyp. Aussehen beabsichtigt					
männlich	12	16	34	5 (60)!	9 (44)!
weiblich	21	19	37	5 (76)!	12 (58)!
jugendtyp. Aussehen nicht beabsichtigt					
männlich	16!	16	35	5 (34)!	4 (32)
weiblich	26!	23	40	7 (68)!	12 (52)

Tab. 27: Quellen für modische Anregungen in
 Bezogen auf häufige Nutzung in %

	JW nl	andere Zeit- schr.	Mode- sen- dun- gen	Mode- zeit- schr. DDR
<hr/>				
soz. Resonanz beabsichtigt				
männlich	2	9	14	5
weiblich	13	25	21	27
Experimentieren beabsichtigt				
männlich	9	13	18	16
weiblich	10	22	19	24
Experimentieren nicht beabsichtigt				
männlich	2	0	2	0
jugendtyp. Aussehen beabsichtigt				
männlich	5	8	20!	6
weiblich	16!	19!	17	25
nicht beabsichtigtes jugendtyp. Aussehen				
männlich	3	5	5!	3
weiblich	7!	24!	12	25

Abhängigkeit von verschiedenen Modelfunktionen

ausl. Moden-zeit-schr.	Moden-schauen	Angebot Ge-schäfte/Schau-fenster	Ideen v. Str./Disko	Beklei-dung Freunder	Stars
------------------------	---------------	----------------------------------	---------------------	----------------------	-------

27	5	26	45	29	15
34	18	27	51	22	18

36	7	15	43	27	15
35	17	19	45	21	14

5	0	13	21	11	4
---	---	----	----	----	---

20!	3	28!	36!	23!	12
27	11	21	51!	29!	17!

12!	2	20	19!	10	9
27	11	21	24!	9	7

VD - ZIF - 59/86
 Blatt 108 / 2. Austr.

Übersicht 1:

Übersicht über Erzeugnisse, die in der Jugendmode unbedingt billiger angeboten werden sollten.

Von 2 624 befragten Jugendlichen nannten 334 Jugendliche keine Erzeugnisse. Die meisten Jugendlichen gaben mehrere Erzeugnisse an.

Die Gesamtzahl der 6 719 Einzelnennungen setzt sich wie folgt zusammen:

		Nennungen
1. Schuhe u. Stiefel, Lederturnschuhe ...		1594
davon: Stiefel/Winterschuhe	34	
Lederturnschuhe	96	
Freizeitschuhe	15	
2. Hosen		1175
3. Jacken u. Kutten/Parka, Blousons ...		981
davon: Anoraks	54	
Kutten/Parka	30	
Blousons	19	
Windjacken	11	
Jacketts	7	
4. Pullover u. Obertrikotagen/Wollsachen		505
davon: Obertrikotagen/Wollsachen	45	
5. T-Shirts/Sweat-Shirts		392
davon: Sweat-Shirt	24	
6. Blusen		274
7. Mäntel		207
8. Jeans-Bekleidung		177

		Nennungen
9.	Beiwerk/Modeschmuck	166
	davon: Modeschmuck	48
10.	Röcke	154
11.	Unterwäsche	151
12.	Kleider	126
13.	Hemden	93
14.	Kord-Bekleidung	81
15.	Lederwaren, Lederbekleidung, Taschen	51
16.	Strumpfhosen, Strümpfe	54
17.	Freizeitbekleidung	36
18.	Badebekleidung	35
19.	Sportbekleidung	26
20.	Baumwollbekleidung	16
21.	Anzüge	16
22.	Importware	14
23.	Festbekleidung	13
24.	Kostüme	10
25.	Sonstige Nennungen (Westen, Kosmetik, Hite/Mitzen, Motorradbekleidung, Regenbekleidung u. a.)	61

Hinzu kommen Nennungen, die sich auf gesamte
Sortimente beziehen:

	Nennungen
26. modische Sachen allgemein	55
27. gesamtes Sortiment	85!
28. Oberbekleidung	171
	<hr/>
	6 719
	<hr/>

Übersicht 2:

Übersicht über die Motive zur Selbstanfertigung von Kleidung

Auf diese Frage gaben 1 280 Jugendliche keine Antwort,
28 Jugendliche erklärten, warum sie nicht nähen, stricken usw.
1 316 Jugendliche nannten insgesamt 2 348 verschiedene
Gründe für die Selbstanfertigung von Kleidung:

	Anzahl der Nennungen	
1. Umsetzung individueller Vorstellungen/Besitz von Einmaligem, von Einzelstücken/freies Phantasieren und Experimentieren	616	26 %
2. Geld sparend/Angebot zu teuer	522	22 %
3. Angebot entspricht nicht individuellen Vorstellungen oder hat andere Mängel (davon 15 Nennungen: Handelsgrößen passen nicht)	420	18 %
4. ausdrückliche Betonung von Spaß, Freude, Lust zur Handarbeit ausdrückliche Betonung des Hobbys, der sinnvollen Freizeitgestaltung, des Berufs	411	21 %
	70	

Anzahl der
Nennungen

5. andere Vorteile selbstgefertigter Kleidung		
(außer besonderer Betonung der individuellen Vorstellungen)	238	12 %
(z. B. Kleidung ist modischer, hat gute Paßform, besseres Aus- sehen, bessere Farbzusammen- stellung, Kombinierfähigkeit und anderes)		
6. Sonstige Gründe	13	1 %