

Jugend und Mode: Forschungsbericht über das Verhältnis Jugendlicher zur Mode sowie über Bedingungen und Ausprägung modebezogener Verhaltensweisen (Kurzfassung)

Voß, Peter; Stompler, W.

Forschungsbericht / research report

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Voß, P., & Stompler, W. (1979). *Jugend und Mode: Forschungsbericht über das Verhältnis Jugendlicher zur Mode sowie über Bedingungen und Ausprägung modebezogener Verhaltensweisen (Kurzfassung)*. Leipzig: Zentralinstitut für Jugendforschung (ZIJ). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-378263>

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.



JUGEND UND MODE

Forschungsbericht über das Verhältnis Jugendlicher
zur Mode sowie über Bedingungen und Ausprägung
modebezogener Verhaltensweisen
(Kurzfassung)

Leipzig, September 1979

Auftraggeber: Zentralrat der FDJ
Amt für Jugendfragen beim Minister-
rat der DDR
Modeinstitut der DDR, Abt. Mode-
forschung

Auftragnehmer: Zentralinstitut für Jugendforschung

Konsultationspartner: Institut für Marktforschung,
Abt. Textil/Bekleidung

Konzeption: Dr. P. Voß
Dr. W. Stompler
R. Dornick (Modeinstitut)

Methodik: Dr. W. Geier
Dr. W. Stompler
Dr. D. Schreiber

Organisation: Dr. H. Müller
B. Freißer

Datenverarbeitung: Dr. Dr. R. Ludwig

Bericht: Dr. P. Voß
Dr. W. Stompler

Forschungsleiter: Dr. P. Voß

Gesamtverantwortung: Prof. Dr. habil. W. Friedrich

<u>Gliederung</u>	<u>Blatt</u>
0. Einleitung	4
1. Angaben zur Untersuchungspopulation	5
2. Einordnung der Mode in ausgewählte Freizeitinteressen und Konsumwünsche	5
3. Einstellungen Jugendlicher zur Mode und Motive des Modeverhaltens	7
4. Information und Kommunikation in Modefragen	10
5. Einige Aspekte des Modeverhaltens von Jugendlichen	12
6. Einige Aspekte der Bedürfnisse nach jugendgemäßer Bekleidung und ihrer Realisierung	14
7. Das Tragen von Abzeichen/Emblemen und dessen Motivation	18
8. Zusammenfassung und erste Schlußfolgerungen	21

Anhang: 1 Fragebogen

O. Einleitung

Der Bereich "Mode" ist von der Jugendforschung bisher nicht systematisch untersucht worden.

Auf dem X. Parlament der FDJ betonte Genosse Egon Krenz die Verantwortung der FDJ auch für diesen Lebensbereich der Jugend:

"Ein wichtiges ... höchst kulturelles Thema ist für die Jugend die Mode, ihr Inhalt, ihre Form, ihre materielle Basis ... Wir halten weitere Bemühungen, die jugendspezifischen Bedürfnisse der jungen Generation auf diesem Gebiet noch besser zu befriedigen, für notwendig und unterstützen sie."

(Junge Generation 7/76, S. 55)

Gegenwärtig fehlen zuverlässige Informationen über modebezogene Bedürfnisse, Interessen und Verhaltensweisen Jugendlicher. Was wir für jugendpolitische Entscheidungen dringend brauchen, sind Informationen über den Stellenwert der Mode im Leben Jugendlicher, über die Entstehung modebezogener Verhaltensweisen sowie über die ideologische Relevanz dieser Probleme. Auch mit der vorliegenden Untersuchung lassen sich nicht alle Fragen beantworten. Es ist nur ein erster Schritt in dieses für uns neue Gebiet getan worden.

Schwerpunkte unserer Untersuchung waren die Einstellungen der Jugendlichen zu Modefragen, ihre Modeinteressen, die Motive modebezogener Verhaltensweisen sowie der Stellenwert der Mode im System der Wertorientierungen Jugendlicher. Außerdem sollten das reale Modeverhalten und einige seiner Determinanten erforscht werden. Damit wurden von Anfang an jugendpolitisch wichtige Aspekte in die Untersuchung eingebracht.

Die Ergebnisse dienen vor allem zwei Zielen:

1. Der weiteren Verwirklichung der sozialistischen Jugendpolitik, indem Möglichkeiten einer gezielten Einflußnahme auf die Entwicklung eines solchen Modeverhaltens aufgezeigt werden, welches mit den Forderungen der sozialistischen Lebensweise im Einklang steht;

2. Als Informationsquelle für die Erarbeitung von Leitungsentscheidungen in Konsumgüterindustrie und Handel zur Gestaltung eines den Vorstellungen und Wünschen junger Menschen entsprechenden Warenangebotes.

Die Forschungsarbeit ordnet sich ein in die Aufgabenstellungen des Perspektivplanes 1976 - 1980 der Jugendforschung zum Problemkreis: Sozialistische Persönlichkeitsentwicklung - Herausbildung der sozialistischen Lebensweise - Freizeitgestaltung Jugendlicher.

Der vorliegende Bericht ist die Kurzfassung des Forschungsberichtes. Er basiert auf der 61 Seiten umfassenden Langfassung, welche zur Einsichtnahme im ZIJ vorliegt.

1. Angaben zur Untersuchungspopulation

Die Ergebnisse basieren auf Untersuchungen bei
1.652 Lehrlingen und jungen Werktätigen
sowie

461 Direktstudenten

in den Orten Berlin (Hauptstadt der DDR), Rostock, Dresden und Weimar. Von den insgesamt erfaßten 2.113 Jugendlichen waren 42 % männlichen Geschlechts und 58 % weiblichen Geschlechts. Sie verteilten sich auf die einzelnen Tätigkeitsgruppen wie folgt:

Arbeiter in Produktionsbetrieben	22 %
Angestellte in Produktionsbetrieben	20 %
Handelsmitarbeiter	7 %
Lehrlinge (in Produktion und Handel)	29 %
Studenten	22 %

Das Durchschnittsalter der von uns erfaßten Jugendlichen betrug 20,8 Jahre.

2. Einordnung der Mode in ausgewählte Freizeitinteressen und Konsumwünsche

Tabelle 1 stellt das Modeinteresse im Zusammenhang mit einigen Freizeitinteressen dar, deren Bedeutsamkeit in zahlreichen Untersuchungen nachgewiesen wurde.

Tab. 1: Freizeitinteressen Jugendlicher
(in %, Rangreihe nach \bar{x})

Interessengebiete	Anteil der Jugendlichen, die starkes Interesse äußern		
	ges.	männl.	weibl.
Mit Freunden, Bekannten, dem Partner zusammensein	92	90	93
Erholung, Ausruhen	81	76	86
Reisen, Tourismus	70	63	74
Mode	65	46	80 (!)

Fachliche Weiterbildung	57	63	53
Sport treiben	42	55	34 (!)
Politische Weiterbildung	34	40	31
Künstlerische Selbstbetätigung	28	25	30
Mitarbeit in der FDJ	24	25	24
Mitarbeit in einem Jugendklub	23	26	22
Gesellschaftliche Tätigkeit im Wohngebiet, in der Nationalen Front u. ä.	11	14	10

Die einzelnen Interessengebiete grenzen sich hinsichtlich ihrer Ausprägung deutlich voneinander ab. Im Insgesamt der Freizeitinteressen nimmt das Interesse für Mode einen mittleren Rangplatz ein. Die allgemeine Rangordnung der Interessen stimmt mit den Ergebnissen anderer Untersuchungen gut überein.

Mode läßt sich nicht nur in die Interessenstruktur Jugendlicher einordnen, sie kann - als ein in gewissem Sinne immer konsumorientiertes Streben - auch im Zusammenhang mit anderen Konsumwünschen gesehen werden. Die dabei zutage tretenden Präferenzen lassen Schlüsse auf das Sparverhalten und die Ausgabenbereitschaft Jugendlicher zu.

In Tabelle 2 ist so eine Einordnung vorgenommen worden. Auch hier nimmt die Mode einen mittleren Rangplatz ein.

Tab. 2: Konsumwünsche Jugendlicher
(in %, Rangreihe nach \bar{x})

Wunsch	Anteil der Jugendlichen, die dem große Bedeutung zumessen		
	ges.	männl.	weibl.
Eine schöne Wohnung einrichten	92	88	95
Jedes Jahr im Urlaub verreisen	69	63	73
Sich stets nach der Mode kleiden	54	39	66 (!)

Einen Plattenspieler oder ein Tonbandgerät anschaffen	55	63	49
Ein Auto anschaffen	36	46	29 (!)
Ein Wochenendgrundstück erwerben	28	30	26

3. Einstellungen Jugendlicher zur Mode und Motive des Modeverhaltens

Auf dem Gebiet der Mode existieren seit jeher zählebige Vorurteile. Vom äußeren Habitus eines Menschen wird oft direkt auf seine Persönlichkeit geschlossen. Solche Vorurteile sind besonders häufig bei Erwachsenen gegenüber dem Modeverhalten Jugendlicher. Nicht selten tragen diese Vorurteile auch politischen Charakter, d. h. die Kleidung eines Jugendlichen und seine Haartracht werden als Ausdruck seiner Weltanschauung und seiner politischen Haltung interpretiert.

Eine Aufgabe der vorliegenden Untersuchung besteht darin, die Unbegründetheit solcher Vorurteile deutlich zu machen. Das kann über die Erfassung von Einstellungen Jugendlicher zur Mode sowie über die Aufdeckung von Motiven des individuellen Modeverhaltens erfolgen. In den Einstellungen Jugendlicher zur Mode drückt sich der Stellenwert aus, den die Mode im Denken und Handeln Jugendlicher hat. Tabelle 3 gibt einen Überblick über ausgewählte Modeeinstellungen Jugendlicher.

Tab. 3: Einstellungen Jugendlicher zur Mode
(in %, Rangreihe nach \bar{x})

	Anteil der Jugendlichen, die sich zustimmend äußern ¹⁾ ges.
Mode ist ein Teil der Kultur im Leben der Menschen	94 (59)
Die Mode muß sich unabhängig von Politik und Ideologie entwickeln	76 (50)
Eine Mode wird mitgemacht, um sich der Allgemeinheit anzupassen	62 (15)
Die Mode dient dazu, sich von den meisten anderen Menschen zu unterscheiden	36 (9)
Mode ist ein überflüssiger Luxus	25 (3)

1) Die Zahlen in Klammern geben den Anteil vorbehaltlos zustimmender Meinungen an.

Die Mode wird von den Jugendlichen selbst als weitgehend ideologiefrei betrachtet. Drei Viertel der Jugendlichen sind der Meinung, die Mode müsse sich unabhängig von Politik und Ideologie entwickeln. Immerhin 50 % der Jugendlichen stimmen dieser Aussage vorbehaltlos zu.

Die objektiv gegebene Abhängigkeit der Mode von Politik und Ideologie wird also nur von einem kleinen Teil der Jugendlichen erkannt und bejaht. Die Mehrheit der Jugend sieht keine Zusammenhänge zwischen Mode und Politik. Das wurde bereits in einer Untersuchung des ZIJ aus dem Jahre 1976 festgestellt (vgl. MK - 76). Es ist anzunehmen, daß Jugendliche auch ihr eigenes Moderverhalten als unabhängig von ihren politischen Einstellungen betrachten. (Aus Tabelle 4 ist ersichtlich, daß nur wenige Jugendliche die Mode benutzen, um politische Einstellungen auszudrücken.)

Tab. 4: Motive des Modeverhaltens Jugendlicher
(in %, Rangreihe nach \bar{x})

Ich mache die Mode mit, ...	Anteil der Jugendlichen, die sich zustimmend äußern 1)
	ges.
um meinen persönlichen Ge- schmack zeigen zu können	87 (45)
um besonders jugendlich zu wirken	58 (15)
um mein Selbstbewußtsein zu stärken	46 (15)
um mich meinen Freunden anzupassen	39 (8)
um anderen zu imponieren	28 (4)
um gegenüber anderen aufzufallen	19 (3)
um meine Selbständigkeit gegenüber meinen Eltern zu demonstrieren	16 (6)
um wie ein Erwachsener auszusehen	16 (3)
um meine politischen Einstellungen/An- schauungen auszudrücken	13 (3)
um damit Protest gegen allgemeine bekannte Verhaltensregeln zu bekunden	11 (2)

1) Die Zahlen in Klammern geben den Anteil vorbehaltlos
zustimmender Meinungen an.

Wie aus der Tabelle 3 ersichtlich ist, betrachten die meisten
Jugendlichen Mode als einen Teil der persönlichen Kultur.

Diese allgemeine Einstellung wird auch in ihrem individuel-
len Verhalten wirksam. An der Spitze aller Motive für mode-
bewußtes Verhalten steht die Absicht, den persönlichen Ge-
schmack zu zeigen. Die Mode wird bewußt eingesetzt, um die
eigene Persönlichkeit herauszustreichen.

Drei Viertel der Jugendlichen sehen keinen Zusammenhang zwi-
schen Mode und Politik (vgl. Tab. 3). Auch diese Einstellung
schlägt sich in der Motivation des individuellen Verhaltens
nieder. Wie aus Tabelle 4 ersichtlich ist, wird die Mode nur
von einem sehr kleinen Teil Jugendlicher bewußt zur Dokumen-
tation politischer Anschauungen benutzt. Protest gegen die
gesellschaftliche Umwelt steht an letzter Stelle aller Moti-
ve für Modeverhalten. Das ist ein klarer Beweis gegen die

Aussagen bürgerlicher Jugendforscher von einer jugendlichen Subkultur, die sich angeblich besonders deutlich im Modeverhalten ausdrücken soll.

Die Mode wird neben der Betonung der eigenen Persönlichkeit vor allem mitgemacht, um nicht aufzufallen. Aus Tabelle 3 und Tabelle 4 wird klar, daß für unsere Jugendlichen hinsichtlich Mode Anpassung wichtiger ist als Abhebung von anderen. Das scheint eine generelle Tendenz jugendlichen Modeverhaltens zu sein, die sie wahrscheinlich vom Modeverhalten Erwachsener unterscheidet. Genäue Angaben dazu können jedoch erst durch Vergleichsuntersuchungen der Motivation bei Erwachsenenpopulationen gemacht werden.

4. Information und Kommunikation in Modefragen

Bevor sich das Interesse der Jugendlichen für die Mode und speziell an der Bekleidungsmode im realen Verhalten äußert, sammeln und verarbeiten sie - mehr oder weniger gezielt, bewusst und differenziert - eine Fülle von Informationen zur aktuellen Modeentwicklung. Sie beziehen ihre Informationen aus der täglichen Umgebung und dem Warenangebot, über die Massenkommunikationsmittel und im gegenseitigen Meinungsaustausch.

Die in Tabelle 5 ausgewiesenen Angaben zur Nutzung verschiedener Informationsquellen verdeutlichen die Breite des von den Jugendlichen genutzten Informationsangebotes. Gleichzeitig ist ersichtlich, daß die gelegentliche, zufällige Information im Vordergrund steht: Je nach Informationsquelle trifft dies für die Hälfte bis zwei Drittel der befragten Jugendlichen zu.

Tab. 5: Informationsquellen in Modefragen
(in %, Rangreihe nach \bar{x})

Informationsquellen	Anteil der Jugendlichen, die dadurch Anregungen erhalten	
	regelmäßig	zufällig
Angebote in Geschäften und Schaufenstern	31	54
Bekleidungsgepflogenheiten anderer Menschen	27	50
DDR-Modeweitschriften und -kataloge	22	53
"Junge Welt"	26	35
Rundfunk und Fernsehen der DDR	10	62
Jugendmagazin "Neues Leben"	17	45
Andere Zeitungen und Zeitschriften der DDR	9	57
Rundfunk und Fernsehen der BRD	10	44
Modeweitschriften und -kataloge des soz. Auslands	5	51
Modenschauen	6	43
BRD-Modeweitschriften u. -kataloge	6	46

Das Warenangebot und Bekleidungsgepflogenheiten anderer Menschen - bei männlichen wie weiblichen Jugendlichen - in der Rangreihe ganz weit vorn stehen, unterstreicht einmal mehr die von den Jugendlichen in hohem Maße bejahte Anpassungsfunktion der Mode.

Viele Anregungen entnehmen die Jugendlichen den Massenmedien unserer Republik - Massenmedien der DDR werden von einer größeren Zahl der Jugendlichen und mit größerer Regelmäßigkeit als die BRD-Medien zur Information in Modefragen genutzt. Trotzdem darf nicht übersehen werden, daß mehr als die Hälfte der Jugendlichen (m wie w) angeben, im allgemeinen auch Anregungen von westlichen Massenmedien zu erhalten.

Nahezu alle Jugendlichen (96 %) tauschen sich in Modefragen mehr oder weniger häufig mit ihren Altersgenossen oder Erwachsenen aus. Als liebsten Gesprächspartner auf diesem Ge-

biet nannten in unserer Untersuchung

den festen Freund/die feste Freundin	27 %	der Jugendlichen,
andere Freunde, Freundinnen	26 %	" " " "
den Ehepartner	19 %	" " " "
Arbeitskollegen, Studienkameraden	12 %	" " " "
Geschwister	7 %	" " " "
die Eltern	5 %	" " " "

5. Einige Aspekte des Modeverhaltens von Jugendlichen

Für die umfassende Charakterisierung des Modeverhaltens junger Menschen reicht die Methode der schriftlichen Befragung allein sicher nicht aus. Mit unserer Untersuchung konnten wir nur einige Aspekte des Modeverhaltens erfassen.

In der Oberbekleidung und bei der Schuhmode schließt sich die Mehrzahl aller Jugendlichen ziemlich schnell neuen Modetrends an. Auch in solchen Bereichen wie Bekleidungszubehör, Freizeitgestaltung und Wohnraumgestaltung überwiegt der Anteil derer, die neue Moden bereits nach kurzer Zeit mitmachen, gegenüber jenen, die sich den neuen Trends verschließen.

Fast die Hälfte der befragten Jugendlichen schließt sich in kurzer Zeit neuen Formen der Freizeitgestaltung an, und nur ein Drittel tut das überhaupt nicht. Darin drückt sich das unter Jugendlichen weit verbreitete Interesse an einer vielseitigen und abwechslungsreichen Freizeit aus.

Unerwartet groß ist die Ablehnung, die von den Jugendlichen neuen Modetendenzen im Tragen von Talismanen, Emblemen und Abzeichen entgegengebracht wird. Auf diese Problematik wird im Abschnitt 7 des vorliegenden Berichtes noch näher eingegangen.

Tab. 6: Meinungen der Jugendlichen zur Differenzierung zwischen Arbeits-, Freizeit- (Sonntags-) und Festbekleidung (in %)

Items	Anteil der Jugendlichen, die sich zustimmend äußern ¹⁾		
	ges.	männl.	weibl.
Zwischen Alltags- und Sonntagsbekleidung braucht man keinen Unterschied zu machen	71 (52)	63 (44)	77 (58)
Die Alltagsbekleidung muß für Arbeit und Freizeit gleichermaßen geeignet sein	91 (33)	86 (35)	94 (31)
Zu festlichen Anlässen soll man eine entsprechend festliche Garderobe tragen	97 (17)	96 (21)	98 (14)

1) in Klammern: Zustimmung mit gewissen Einschränkungen

Neun von zehn Jugendlichen wünschen eine für Arbeit und Freizeit gleichermaßen geeignete Alltagsbekleidung. Lediglich ein Drittel dieser Jugendlichen (eingeschränkte Zustimmung) wünscht offenbar geringfügige Modifikationen.

Zwei Drittel der männlichen und drei Viertel der weiblichen Jugendlichen meinen, daß keine grundsätzlich von der Alltagsbekleidung verschiedene Sonntagsbekleidung erforderlich sei. Die mit dieser Meinungsäußerung häufig verknüpften Einschränkungen lassen den Schluß zu, daß die Jugendlichen in dieser Hinsicht doch gewisse Differenzierungen vornehmen, indem sie z. B. neue Bekleidungsstücke zunächst bevorzugt an den Wochenenden tragen oder stärker variieren.

Fast ausnahmslos wird für festliche Gelegenheiten einer angemessenen Garderobe der Vorzug gegeben.

6. Einige Aspekte der Bedürfnisse nach jugendgemäßer Bekleidung und ihrer Realisierung

Ansprüche an Eigenschaften und Gestaltung

Nur 14 % der Jugendlichen wünschen in jeder Hinsicht deutliche Unterschiede zwischen ihrer Bekleidung und der der Erwachsenen. Die große Mehrheit (78 %) wünscht lediglich Unterschiede in bestimmten Details.

Im Vordergrund steht in allen Teilgruppen der Jugendlichen der Wunsch nach preisgünstiger Jugendbekleidung. Für mehr als die Hälfte der Jugendlichen zählt diese Eigenschaft zu den beiden wichtigsten Forderungen, die an die Bekleidung gestellt werden. Es folgen die Wünsche nach modischer Aktualität (speziell bei weiblichen Jugendlichen), Kombiniertfähigkeit und Strapazierfähigkeit (letzterer bei männlichen Jugendlichen häufiger als bei den weiblichen Jugendlichen).

Welch kritische Maßstäbe die Jugendlichen an ihre Bekleidung legen - speziell wenn es sich um DDR-Produkte handelt, die anstelle vergleichbarer Erzeugnisse westlicher Herkunft getragen werden können - zeigte die Untersuchung am Beispiel der Jeans-Bekleidung:

Die Hälfte der Jugendlichen (52 %) ist der Meinung, daß Jeans aus der DDR-Produktion denen aus dem kapitalistischen Ausland gleichwertig seien. Der größte Teil dieser Jugendlichen (45 %) macht dabei aber bereits gewisse Einschränkungen.

Nutzung von Jugendmode- und anderen Verkaufseinrichtungen

Die Jugendmodezentren und die speziellen Jugendmodeabteilungen in den Waren- und Kaufhäusern sollen schwerpunktmäßig ein jugendgemäßes Angebot sichern. Aus der folgenden Tabelle geht hervor, inwieweit die Jugendlichen mit diesen Einrichtungen zufrieden sind.

**Tab. 7: Grad der Zufriedenheit mit Jugendmodeeinrichtungen
(in %)**

Zufrieden- heit mit:	hohe Zufrie- denheit	mittlere Zufrie- denheit	schwache Zufrie- denheit	Überhaupt nicht zu- frieden
- Anzahl der Jugendmodeein- richtungen	11	45	28	16
- Verkaufsatmo- sphäre und Bera- tung in JME	11	36	28	25
- Angebotsqualität in JME	6	32	37	25
- Preisniveau in JME	6	30	24	40

Die ausgewiesenen Kennziffern machen deutlich, daß etwa die Hälfte der Jugendlichen nicht oder nur bedingt mit den eigens für sie geschaffenen Jugendmodeeinrichtungen zufrieden sind. Während hinsichtlich der Anzahl existierender Einrichtungen dieser Art und des dort anzutreffenden Preisniveaus die gegebene Situation im wesentlichen durch ökonomische Gründe gerechtfertigt sein dürfte, sollten die Untersuchungsergebnisse doch zu verstärkten Überlegungen veranlassen, wie die Angebotsqualität und die Verkaufsatmosphäre verbessert werden können.

Die Einschätzung des Preisniveaus korreliert erwartungsgemäß mit dem Einkommen der Jugendlichen: Je größer das Einkommen, desto geringer der Anteil von Jugendlichen, die schwache/keine Zufriedenheit angeben.

Junge Menschen kaufen ihre Bekleidung natürlich nicht nur in Jugendmodezentren und speziellen Warenhausabteilungen für Jugendmode. Einen zusammenfassenden Überblick über die Inanspruchnahme unterschiedlicher Verkaufseinrichtungen gibt die Tabelle 8.

Tab. 8: Bekleidungskauf durch Jugendliche in unterschiedlichen Verkaufseinrichtungen im letzten Jahr

Verkaufseinrichtungen:	Käufer in % von ges.	Ø Anzahl der Käufe je Käufer
Fachhandel und Konfektionsabteilungen	86	3,0
Jugendmodexentren und -abteilungen	82	2,7
"Exquisit"-Geschäfte	34	2,2
Intershops	28	2,3
Boutiquen	26	2,2

Im Zusammenhang mit der Bedarfsdeckung bei Bekleidung und mit der Entwicklung der Einstellung Jugendlicher zu Qualität und Gestaltung der Bekleidungserzeugnisse spielen auch Geschenke von Verwandten und Bekannten aus der BRD und aus Westberlin eine gewisse Rolle.

72 % der Jugendlichen haben Verwandte und Bekannte in der BRD oder in Westberlin.

39 % dieser Jugendlichen erhalten von dort Geschenke, mit denen sie einen mehr oder minder großen Teil ihres Bekleidungsbedarfs decken.

Geldausgaben für Bekleidung

In unserer Untersuchung stellten wir fest, daß ungefähr die Hälfte aller Jugendlichen im Monatsdurchschnitt mehr als 50 M für Bekleidung (einschließlich Schuhe und modisches Beiwerk) ausgibt.

Die Höhe der Ausgabenbeträge wird in starkem Maße durch die demografische und sozialökonomische Zugehörigkeit der Jugendlichen differenziert.

Tab. 9: Durchschnittliche monatliche Geldausgaben für Bekleidung (in %) 1)

	Monatlicher Ausgabenbetrag					Durchschnittsbetrag
	keine Ausgaben	bis zu 25 M	bis zu 50 M	bis zu 100 M	über 100 M	
ges.	5	20	28	31	16	61,- M
Lehrlinge	9	32	31	22	6	41,- M
Produktionsarbeiter	4	15	21	34	26	77,- M
Studenten	6	26	35	25	8	46,- M

1) In der Untersuchungspopulation konnten 23 % der Jugendlichen ihre Ausgaben nicht einschätzen (L 30 %). Diese Jugendlichen wurden bei der Berechnung der Häufigkeitsverteilung und der Durchschnittsbeträge nicht berücksichtigt.

Die Durchschnittsbeträge der monatlichen Geldausgaben für Bekleidung lassen eine deutliche Einkommensabhängigkeit erkennen:

Arbeiter und Angestellte mit einem monatlichen Nettoeinkommen	Durchschnittsbetrag der Geldausgaben für Bekleidung
- bis 500 M	75,- M
- bis 600 M	81,- M
- bis 700 M	80,- M
- bis 800 M	83,- M
- über 800 M	89,- M

Tatsächlich ist von einer noch stärkeren Einkommensabhängigkeit auszugehen, da sich bei steigendem Einkommen die Geschlechterproportionen zugunsten der männlichen Jugendlichen verschieben, welche im Durchschnitt nur etwa drei Viertel der Ausgaben weiblicher Jugendlichen für Bekleidung aufwenden.

Lehrlinge geben zwar im Durchschnitt die absolut geringsten Summen für Bekleidung aus, gemessen an dem Einkommen verwenden sie jedoch einen bedeutend höheren Anteil als die jungen Arbeiter für Bekleidungskäufe.

7. Das Tragen von Abzeichen/Emblemen und dessen Motivation

Junge Leute komplettieren ihre Bekleidung gern mit Abzeichen, Anstecknadeln, Aufnähern, Anhängern und ähnlichen Dingen. Sie bevorzugen bedruckte T-Shirts und Jeans mit dem deutlich sichtbaren Markenzeichen. Dagegen ist nichts einzuwenden. Problematisch wird so ein Verhalten allerdings, wenn die Staatsflagge der DDR oder das Sternenbanner auf dem Ärmel getragen werden, oder wenn Rangabzeichen der US-Army auf die Kleidung genäht werden. Über die tatsächliche Verbreitung derartiger Verhaltensweisen ist wenig bekannt.

Subjektive Eindrücke führen meist zu Überschätzungen und damit im Zusammenhang auch zur Überbewertung bestimmter Erscheinungen.

Tabelle 10 gibt die von uns ermittelten Werte an.

Generell läßt sich feststellen, daß nur etwa jeder fünfte Jugendliche derartige Dinge trägt. Die meisten Jugendlichen lehnen das Tragen dieser Sachen ab. Am häufigsten werden Abzeichen, Wappen, Symbole etc. der DDR-Produktion getragen. Demgegenüber spielen Staatssymbole und militärische Rangabzeichen westlicher Länder nur eine untergeordnete Rolle. Die Ablehnung ist hier auch am stärksten.

Tab. 10: Das Tragen ausgewählter Abzeichen und Embleme durch Jugendliche (in %, Rangreihe nach Häufigkeit des Tragens)

	Anteil Jugendlicher, die ...	
	entsprechende Dinge tragen	das Tragen derartiger Dinge grundsätzlich ablehnen
Abzeichen, Symbole von ges. Organisationen der DDR (z. B. GSt, BKK, DTSS, DAV, ADMV)	19	72
Wappen, abzeichen, Symbole von Sportklubs oder -gemeinschaften der DDR	16	74
Plaketten, Medaillons mit Bildern von Beatgruppen, Schlagerstars u. ä.	11	79
Wappenzeichen, Staatsflaggen westlicher Länder (BRD, USA)	7	86
Militärische Rangabzeichen, andere militärische Abzeichen, Symbole aus westlichen Ländern	3	92

Am meisten verbreitet ist das Tragen der in Tabelle 11 angeführten Dinge bei den Lehrlingen. Das gilt für fast alle Positionen. Aber auch männliche ledige junge Arbeiter tragen diese Sachen häufig. Dagegen wird das Tragen von Symbolen, Abzeichen usw. von den Angestellten und besonders von den Studenten am häufigsten abgelehnt.

In bezug auf das Tragen von Wappenzeichen, Staatsflaggen usw. der BRD und der USA zeigen sich deutliche Unterschiede:

männl.	10 %	Lehrlinge	12 %
weibl.	9 %	Arbeiter	12 %
		Angestellte	2 %
		Studenten	1 %

Studenten gesellschaftswissenschaftlicher Fachrichtungen lehnen das Tragen von BRD- und USA-Emblemen ausnahmslos ab!

Militärische Rangabzeichen von NATO-Ländern tragen 5 % der Lehrlinge und Arbeiter. Angestellte und Studenten tragen diese Dinge nur zu 0 bis 1 %.

Diese Ergebnisse stimmen mit einer 1978 durchgeführten Untersuchung überein, in welcher ebenfalls die Häufigkeit des Tragens von USA-Emblemen ermittelt wurde. In dieser Untersuchung wurde ein deutlicher Zusammenhang mit der ideologischen Position nachgewiesen. Jugendliche mit gefestigten ideologischen Positionen lehnen das Tragen derartiger Embleme in der überwiegenden Zahl ab. Dagegen zeigen Jugendliche, die solche Dinge tragen, wenig gefestigte politisch-ideologische Haltungen.

Tab. 11: Motive für das Tragen von Abzeichen und Emblemen
(in %, Rangreihe nach X)

Ich trage derartige Dinge ...	Anteil der Jugendlichen, die sich zustimmend äußern 1)		
	ges.	männl.	weibl.
weil ich damit eine bestimmte persönliche Meinung zum Ausdruck bringen möchte	45 (22)	50 (25)	42 (20)
weil ich das eben chic finde	43 (11)	42 (11)	46 (12)
weil es eben eine Mode ist	34 (9)	29 (7)	39 (10)
weil andere Jugendliche das auch tun	17 (3)	18 (4)	16 (2)
weil ich damit ein bisschen auffallen, mich von anderen unterscheiden möchte	14 (3)	18 (5)	9 (1)
weil die Tatsache daran reizvoll ist, daß sich andere darüber aufregen (es ablehnen)	13 (5)	15 (6)	9 (3)

1) Die Zahlen in Klammern geben den Anteil vorbehaltlos zustimmender Meinungen an.

Wenn es in Diskussionen um das Tragen derartiger Symbole geht, wird oft zugunsten der Jugendlichen behauptet, sie würden sich nichts dabei denken und einfach nur andere nachahmen. Das wird durch die Ergebnisse der Tabelle 11 nicht bestätigt. Mit deut-

lichem Abstand an der Spitze aller Motive steht die Absicht, damit eine bestimmte persönliche Einstellung auszudrücken. Demgegenüber haben andere Motive geringere Bedeutung. Für männliche Jugendliche trifft dieses Motiv noch stärker zu. Da die männlichen Jugendlichen auch häufiger solche Symbole tragen, kann angenommen werden, daß in der Mehrzahl der Fälle tatsächlich eine bestimmte Absicht dahinter steht.

Allerdings geht es auch hierbei nicht um eine Protesthaltung. Dieses Motiv wird an letzter Stelle genannt. Vielmehr ist anzunehmen, daß sich Jugendliche zu einem großen Teil mit dem Symbolgehalt der Dinge identifizieren, welche sie so deutlich zur Schau tragen.

8. Zusammenfassung und erste Schlußfolgerungen

1. In der Interessenstruktur Jugendlicher nimmt Mode einen mittleren Rangplatz ein. Das Interesse an Mode rangiert noch vor solchen Gebieten wie Politik, Sport, Kultur, Weiterbildung und gesellschaftlicher Tätigkeit. Damit haben Mode und modebezogenes Verhalten im Denken und Handeln Jugendlicher einen hohen Stellenwert. Differenzierungen zeigen sich zwischen den Geschlechtern sowie zwischen den Tätigkeitsgruppen. Praktisch bedeutsam ist das generell stärkere Modeinteresse der Mädchen und Frauen.
2. Ein wesentliches Ergebnis der Untersuchung ist der Nachweis, daß Jugendliche in der Mehrheit mit ihrem Verhalten in bezug auf Mode keine politischen Haltungen ausdrücken wollen. Mode wird von ihnen als weitgehend ideologiefrei betrachtet. Ebenso wird Mode kaum benutzt, um irgendwelche Protesthaltungen zu akzentuieren. Dadurch werden Einflüsse der über westliche Medien verbreiteten bürgerlichen Lebensweise von vornherein nicht ausgeschlossen. Die Indifferenz des Verhältnisses von Mode und Politik im Bewußtsein vieler Jugendlicher kann solche Gegnereinflüsse unter Umständen sogar begünstigen.

3. Das Moderverhalten Jugendlicher unterliegt einem starken Konformitätsdruck. Besonders für jüngere Jugendliche (Schüler und Lehrlinge) ist Anpassung an das Moderverhalten Gleichaltriger eines der wichtigsten Motive. Anerkennung und Selbstbewußtsein werden weniger durch eigene auffallende Kleidung als vielmehr durch strikte Beachtung der Gruppennormen erreicht. Jugendliche mit höherer Schulbildung und beruflicher Qualifikation unterliegen diesen Zwängen weniger stark.
4. Jugendliche informieren sich häufig, aber nicht systematisch über Mode. Für ledige Jugendliche sind Gleichaltrige in Modefragen die wichtigsten Kommunikationspartner. Eigene Modeauffassungen werden überwiegend durch Nachahmung des bei anderen beobachteten Moderverhaltens entwickelt. Einen nicht unbedeutenden Einfluß auf das Moderverhalten Jugendlicher haben Beatgruppen und Schlagersänger, darunter auch solche aus der BRD und anderen kapitalistischen Ländern. Allerdings werden hier Gruppen und Personen bevorzugt, die hinsichtlich ihrer Kleidung und ihres gesamten Habitus "gemischt" auftreten.
5. Jugendliche schließen sich im allgemeinen schnell einer neuen Mode an. Entscheidend dafür ist, wie weit verbreitet diese Mode bereits in ihrer sozialen Umgebung ist. Je höher der Anteil der Jugendlichen ist, welche die neue Mode bereits angenommen haben, desto größer wird der Druck auf die Übrigen, sich dieser Mode ebenfalls anzuschließen.
6. Eine strikte Trennung von "Alltagskleidung" und "Sonntagskleidung" gibt es nicht mehr. Jugendliche bevorzugen eine zu allen Gelegenheiten tragbare Kleidung. Neben bestimmten Trageeigenschaften werden von ihnen vor allem Ansprüche an die modische Aktualität und den Preis gestellt. Berücksichtigt man, daß Geldausgaben für Bekleidung das Finanzbudget Jugendlicher am stärksten belasten, wird der hohe Anteil Jugendlicher verständlich, die mit den Preisen in den Jugendmodeeinrichtungen nicht zufrieden sind (zwei Drittel der Jugendlichen).

7. Das Tragen von Abzeichen, Wappen, Symbolen usw. ist weniger verbreitet als erwartet. In bestimmtem Maße ausgeprägt ist diese Erscheinung nur bei den jüngeren Jugendlichen (Schüler und Lehrlinge). Jugendliche, die solche Dinge tragen, wollen damit meist auch eine bestimmte Auffassung dokumentieren. Soweit es sich dabei um Symbole der BRD oder anderer kapitalistischer Länder handelt, verdienen solche Verhaltensweisen Jugendlicher durchaus unsere Aufmerksamkeit.

8. Insgesamt sollten Fragen der Mode in der Arbeit mit der Jugend noch mehr Beachtung finden. In den FDJ-Gruppen könnten interessante Veranstaltungen organisiert werden, wobei insbesondere auch das Verhältnis von Mode und Politik zu diskutieren wäre.

Jugendpolitisch ist von Bedeutung, daß bestimmte Unzufriedenheiten Jugendlicher mit dem Modeangebot eine Orientierung an westlichen Modetrends und damit auch an der bürgerlichen Lebensweise begünstigen können. Es sollten deshalb weitere Anstrengungen unternommen werden, um das Angebot unserer Jugendmode zu bereichern und stets aktuell zu halten.

In diesem Zusammenhang wäre auch die Gesamtkonzeption der Jugendmodeeinrichtungen neu zu durchdenken.

9. Von den für die Modeinformation verantwortlichen Einrichtungen müßten Überlegungen angestellt werden, wie Jugendliche noch besser und wirkungsvoller über das Modeangebot der DDR und der anderen sozialistischen Länder informiert werden können. Solche Informationen sollten mit entsprechenden Wertungen verknüpft werden, um auch im Hinblick auf Mode ästhetische Maßstäbe durchzusetzen und geschmacksbildend zu wirken. Wie Untersuchungsergebnisse zeigen, bieten sich dazu auch Diskotheken und andere Jugendtanzveranstaltungen an.

ZENTRALINSTITUT FÜR JUGENDFORSCHUNG
LFM



Genehmigungsvermerk

Genehmigt als einmalige Erhebung am 8. 5. 1970
und registriert unter Nr. 5370/9/173
Befristet bis zum 31. 7. 1970
Die Beantwortung ist freiwillig!
ZENTRALVERWALTUNG FÜR STATISTIK

1	4	9	
---	---	---	--

Wir bitten Sie herzlich, an einer wissenschaftlichen Untersuchung teilzunehmen. Mit ihr soll erforscht werden, wie junge Menschen über die Mode und damit verbundene Probleme denken. Uns interessieren hierzu vor allem Ihre persönlichen Meinungen und Ihre Erfahrungen. Bitte unterstützen Sie diese Forschungsarbeit, indem Sie den Fragebogen gewissenhaft ausfüllen.

Zuvor noch einige Hinweise:

Ihre Mitarbeit ist freiwillig. Wir bitten Sie aber, jede Frage unbedingt offen zu beantworten.

Ihren Namen brauchen Sie nicht zu nennen. Alle Angaben werden streng vertraulich behandelt. Geheimhaltung sichern wir Ihnen unbedingt zu.

Bitte beantworten Sie die Fragen auf jeden Fall der Reihe nach und blättern Sie nicht vorher den Bogen durch.

Arbeiten Sie selbständig und wenden Sie sich bei Unklarheiten nur an den Untersuchungsleiter.

Das Ausfüllen des Bogens ist einfach:

Jede Frage hat numerierte Antwortmöglichkeiten. Die Nummer der von Ihnen gewählten Antwort tragen Sie bitte in das jeweils vorgesehene Kästchen ein.

Viel Freude beim Ausfüllen und im voraus herzlichen Dank!

ZENTRALINSTITUT FÜR JUGENDFORSCHUNG

H. Friedrich
Prof. Dr. habil. W. Friedrich
Direktor

Zunächst einige Beispiele:

1. Haben Sie schon einmal an einer wissenschaftlichen Umfrage teilgenommen?

Die Antwortmöglichkeiten:

- 1 ja, vor kurzem
- 2 ja, vor längerer Zeit
- 3 nein, noch nie

Falls Sie z. B. noch nie an derartigen Umfragen teilgenommen haben, müßte jetzt eine 3 im Kästchen stehen.

Manchmal gibt es Antwortmöglichkeiten, die für mehrere aufeinanderfolgende Fragen oder Aussagen angewendet werden sollen. Dazu das nächste Beispiel:

2. Wie stehen Sie zu den unter a) bis c) angeführten Aussagen?

Die jeweiligen Antwortmöglichkeiten:

Das entspricht meiner Meinung

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht

Es ist notwendig, ...

- a) daß sich Wissenschaftler mit Jugendproblemen befassen.
- b) daß Jugendliche selbst ihre Meinung zu anstehenden Fragen äußern.
- c) daß jeder Beteiligte ehrlich seine Meinung sagt.

Wenn alle Fragen beantwortet sind, muß jetzt in jedem Kästchen eine Nummer stehen, kein Buchstabe.

Arbeiten Sie bitte selbständig weiter!

Wir wenden uns dem Thema Freizeit zu.

1

3. Zunächst geht es um Ihr Interesse an verschiedenen Freizeitbetätigungen.

Geben Sie für jede der von a) bis l) genannten Tätigkeiten an, wie sehr Sie sich dafür interessieren.

Antworten Sie jeweils:

Das interessiert mich

- 1 sehr stark
- 2 stark
- 3 in mittlerem Maße
- 4 schwach
- 5 überhaupt nicht

- a) mich künstlerisch selbst betätigen (z. B. malen, singen, musizieren, basteln u. ä.)
- b) Sport treiben
- c) Reisen, Tourismus
- d) Mitarbeit in der FDJ
- e) gesellschaftliche Tätigkeit (z. B. in der Nationalen Front, im Wohngebiet)
- f) Mitarbeit in einem Jugendklub
- g) fachliche Weiterbildung
- h) politische Weiterbildung
- i) Mode
- k) mit Freunden, Bekannten, dem Partner zusammensein
- l) mich erholen, ausruhen

4. Jugendliche können ihre Freizeit gemeinsam mit Freunden verbringen, ohne daß diese Zusammenkünfte von der FDJ oder anderen Organisationen ange-regt werden. In diesem Fall spricht man auch von "Freizeitgruppen".

Gehören Sie selbst solchen Gruppen an?

- 1 ja, einer
- 2 ja, mehreren
- 3 nein, keiner

5. Man kann sich für das Leben ver-schiedene Ziele stellen. Von a) bis f) finden Sie davon eine kleine Aus-wahl. Geben Sie bitte für jedes Ziel an, welche Bedeutung es für Sie per-sönlich hat.

Die Antwortmöglichkeiten:

Das hat für mich Bedeutung

- 1 sehr große
- 2 große
- 3 mittlere
- 4 geringe
- 5 überhaupt keine
- o Darüber habe ich noch nicht nachgedacht.

- a) eine schöne Wohnung einzurichten
- b) mich stets nach der Mode zu klei-den
- c) jedes Jahr im Urlaub zu verreisen
- d) ein Auto anzuschaffen
- e) einen Plattenspieler oder ein Tonbandgerät anzuschaffen
- f) ein Wochenendgrundstück zu erwer-ben

25

6. Welche Bedeutung hat die Mode für Sie? Antworten Sie jeweils mit:

Das stimmt

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht

Ich mache die Mode mit, ...

- a) um besonders jugendlich zu wirken.
- b) um meine Selbständigkeit gegen-über meinen Eltern zu demonstrie-ren.
- c) um meine politischen Einstellun-gen/Ansichtungen auszudrücken.
- d) um damit Protest gegen allgemein bekannte Verhaltensregeln zu be-kunden.
- e) um wie ein Erwachsener auszusehen.
- f) um anderen zu imponieren.

30

34

Inwieweit entsprechen die folgenden Aussagen Ihren Auffassungen über Mode?

Die Antwortmöglichkeiten lauten:

Das entspricht meiner Meinung

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht
- 0 Dazu habe ich noch keine Meinung.

7. Eine Mode wird mitgemacht, um sich der Allgemeinheit anzupassen.

8. Mode ist ein überflüssiger Luxus.

9. Mode ist ein Teil der Kultur im Leben der Menschen.

10. Die Mode muß sich unabhängig von Politik und Ideologie entwickeln.

11. Die Mode dient dazu, sich von den meisten anderen Menschen zu unterscheiden.

12. Mode bezieht sich immer nur auf die Bekleidung.

13. Wir kommen nun zur Rolle der Mode in verschiedenen Bereichen des täglichen Lebens. Wie werden nach Ihrer Meinung die Bereiche von a) bis n) von der Mode beeinflusst?

Antworten Sie jeweils:

Das wird von der Mode beeinflusst

- 1 sehr stark
- 2 stark
- 3 in mittlerem Maße
- 4 schwach
- 5 überhaupt nicht
- 0 Das kann ich nicht einschätzen.

a) Kunst (Musik, Literatur u. a.)

b) Wohnraumgestaltung

c) Bekleidung und Zubehör (z. B. Schmuck)

d) Sprache, Umgangsform

e) Ernährung

f) Genußmittelverbrauch (z. B. Alkohol, Zigaretten)

Das wird von der Mode beeinflusst

- 1 sehr stark
- 2 stark
- 3 in mittlerem Maße
- 4 schwach
- 5 überhaupt nicht
- 0 Das kann ich nicht einschätzen.

g) Wissenschaft und Technik

h) Kosmetik, Haar- und Barttracht

i) Tourismus, Reisen

k) Politik, Ideologie

l) Moral, Anstandsregeln

m) zwischenmenschliche Beziehungen im allgemeinen

n) Partnerbeziehungen (Sexualität, Liebe, Ehe)

14. Wie verhalten Sie sich, wenn die jugendliche Mode wechselt oder bestimmte Modetrends erst aufkommen?

Nehmen Sie bitte zu den Gebieten a) bis i) Stellung und wählen Sie jeweils unter:

Auf diesem Gebiet mache ich in der Regel die neue Mode mit

- 1 sofort
- 2 nach kurzer Zeit
- 3 nach längerer Zeit
- 4 überhaupt nicht
- 0 Solche Mode kenne ich gar nicht.

a) in der Oberbekleidung

b) in der Frisur, Haartracht

c) im Schuhwerk

d) im Tragen von Talismanen, Emblemen, Abzeichen usw.

e) im Bekleidungszubehör

f) in der Wohnraumgestaltung

35

40

50

55

45

59

<p>Auf diesem Gebiet mache ich in der Regel die neue Mode mit</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 sofort 2 nach kurzer Zeit 3 nach längerer Zeit 4 überhaupt nicht <p>o. Solche Mode kenne ich gar nicht.</p> <p>g) in den Formen der Freizeitgestaltung (z. B. Feten oder Partys feiern, bestimmte Sportarten betreiben)</p> <p>h) nur für weibliche Personen: im Make-up, in der Kosmetik</p> <p>i) nur für männliche Personen: in der Barttracht</p>		60	<p>17. Woher erhalten Sie modische Anregungen?</p> <p>Antworten Sie bei a) bis l) jeweils mit:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 regelmäßig 2 zufällig 3 nie <p>Anregungen erhalte ich ...</p> <p>a) aus Modezeitschriften, Katalogen der DDR.</p> <p>b) aus Modezeitschriften, Katalogen des sozialistischen Auslands.</p> <p>c) aus Modezeitschriften, Katalogen der BRD.</p> <p>d) aus Rundfunk- bzw. Fernsehsendungen der DDR.</p> <p>e) aus Rundfunk- bzw. Fernsehsendungen der BRD.</p> <p>f) aus der Zeitung 'Junge Welt'.</p> <p>g) aus dem Jugendmagazin 'Neues Leben'.</p> <p>h) aus anderen Tageszeitungen/Zeitschriften.</p> <p>i) durch Modenschauen.</p> <p>k) durch Angebote in Geschäften, Schaufenstern.</p> <p>l) durch Bekleidungsgepflogenheiten anderer Menschen.</p>	70
<p>15. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen für Sie zu?</p> <p>Antworten Sie jeweils mit:</p> <p>Das stimmt</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 vollkommen 2 mit gewissen Einschränkungen 3 kaum 4 überhaupt nicht <p>Ich mache die Mode mit, ...</p> <p>a) um meinen persönlichen Geschmack zeigen zu können.</p> <p>b) um gegenüber anderen aufzufallen.</p> <p>c) um mich meinen Freunden anzupassen.</p> <p>d) um mein Selbstbewußtsein zu stärken.</p>		65	<p>18. Mit wem tauschen Sie am liebsten Ihre Meinung über Modefragen aus?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 Ehepartner 2 fester Freund/Freundin 3 Arbeitskollegen, Schul-, Studienkameraden 4 Geschwister 5 Eltern 6 Freunde/Freundinnen 7 mit niemandem 	75
<p>16. Wie würden Sie sich innerhalb Ihres Arbeits- bzw. Lernkollektivs hinsichtlich Ihres Modeverhaltens einordnen?</p> <p>In meinem Kollektiv gehöre ich zu denjenigen, die sich neuen Moden meistens ...</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 zuerst anschließen. 2 schneller als die Mehrheit anschließen. 3 später als die Mehrheit, aber nicht als letzte anschließen. 4 ganz zuletzt anschließen. 5 gar nicht anschließen. 			<p>19. Erhalten Sie Bekleidungsgegenstände von Verwandten/Bekanntem aus der BRD/Westberlin?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ja 2 nein o Ich habe dort keine Verwandten/Bekanntem. 	80

<p>20. Haben die unter a) bis c) genannten Personen in Modefragen (Bekleidung, Frisur, Kosmetik usw.) die gleiche Meinung wie Sie? Wählen Sie jeweils unter:</p> <p>1 Ja. 2 Nein, aber das führt nicht zu Auseinandersetzungen. 3 Nein, und das führt zu Auseinandersetzungen. 0 Das trifft für mich nicht zu.</p> <p>a) meine Eltern</p> <p>b) meine gleichaltrigen Freunde/ Bekannt</p> <p>c) mein Ehepartner</p>	<p>2</p>	<p>23. Bei welchen Gelegenheiten erscheinen Sie modisch besonders betont (Kleidung, Schmuck, Frisur)? Antworten Sie jeweils mit:</p> <p>1 immer 2 meistens 3 selten 4 nie</p> <p>a) bei der täglichen Arbeit bzw. beim Lernen</p> <p>b) in der allein verbrachten Freizeit</p> <p>c) bei der gemeinsamen Freizeitgestaltung mit anderen</p> <p>d) beim Besuch von Tanzveranstaltungen, Diskotheken</p> <p>e) bei Feiern im Kollektiv (Brigade, Klasse, Seminargruppe)</p> <p>f) bei Feiern in der Familie, in der Verwandtschaft</p> <p>g) beim Besuch festlicher Kulturveranstaltungen (Konzert, Oper, Veranstaltungen von Rundfunk/Fernsehen)</p>	<p>20</p> <p>25</p>
<p>21. In seinem persönlichen Äußeren (Kleidung, Schmuck, Frisur, Barttracht, Make-up) kann man sich nach bestimmten Vorbildern richten. Gibt es unter den von a) bis e) genannten Personenkreisen für Sie in modischer Hinsicht ein Vorbild? Antworten Sie jeweils mit:</p> <p>1 ja 2 nein</p> <p>a) Schauspieler</p> <p>b) bekannte Sportler</p> <p>c) Sprecher, Moderatoren des Fernsehens</p> <p>d) Schlagersänger, Beatgruppen</p> <p>e) bedeutende Politiker</p>	<p>15</p>	<p>24. Wie zufrieden sind Sie mit den unter a) bis d) genannten Bedingungen in den Jugendmodezentren und Jugendmodeabteilungen in Warenhäusern und Kaufhäusern? Antworten Sie jeweils:</p> <p>Ich bin zufrieden</p> <p>1 in sehr starkem Maße 2 in starkem Maße 3 in mittlerem Maße 4 in schwachem Maße 5 überhaupt nicht 0 Das kann ich nicht beurteilen.</p> <p>a) mit der Anzahl der speziellen Jugendmodeeinrichtungen</p> <p>b) mit der Qualität des Angebotes in den Jugendmodeeinrichtungen</p> <p>c) mit dem Preisniveau in den Jugendmodeeinrichtungen</p> <p>d) mit der Verkaufsatmosphäre, der Art der Beratung</p>	<p>29</p>
<p>22. Falls es für Sie solche Vorbilder gibt, geben Sie deren Namen bitte an:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>			

25. Im folgenden geht es vor allem um die Bekleidungsmode:
Wir können Ihnen einige Gründe, warum man sich nur wenig bzw. überhaupt nicht dafür interessieren kann. Antworten Sie bei folgenden Aussagen bitte jeweils mit:

Das trifft zu

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht

Die aktuelle Bekleidungsmode mache ich nicht mit, ...

- a) weil sie zu schnell wechselt.
- b) weil mein Geld dafür nicht reicht.
- c) weil sie unnötiger Luxus ist.
- d) weil ich nichts davon verstehe.
- e) weil ich mir nichts aufzwingen lasse.
- f) weil für mich Charaktereigenschaften wichtiger sind als das Äußere.

Und welche Auffassungen vertreten Sie zu den folgenden Aussagen?

Das entspricht meiner Meinung

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht

26. Zwischen Alltagsbekleidung und Sonntagsbekleidung braucht man keine Unterschiede zu machen.

27. Zu festlichen Anlässen soll man eine entsprechend festliche Garderobe tragen.

28. Die Alltagsbekleidung muß für Arbeit (Schule) und Freizeit gleichermaßen geeignet sein.

29. Sollte sich Ihrer Meinung nach die Jugendbekleidung von der Erwachsenenbekleidung unterscheiden?

- 1 ja, deutlich in jeder Hinsicht
- 2 ja, in bestimmten Details
- 3 nein

30. Was erwarten Sie vor allem von jugendlicher Bekleidung?

Wählen Sie aus den 7 genannten Eigenschaften die zwei wichtigsten aus und tragen Sie die wichtigste an 1., die weitere an 2. Stelle in die Kästchen ein!

- 1 kombinierfähig
- 2 strapazierfähig
- 3 preisgünstig
- 4 passend für alle Gelegenheiten
- 5 modisch aktuell
- 6 farbenfroh
- 7 pflegeleicht

31. Wie oft haben Sie im Verlaufe des letzten Jahres Ihre Bekleidung in den Fachgeschäften von a) bis f) gekauft?

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

a) in den üblichen Fachgeschäften und Warenhausabteilungen für Textilien und Bekleidung

b) in speziellen Jugendmode-Abteilungen der Kauf- bzw. Warenhäuser oder Jugendmode-Zentren

c) im 'Intershop'

d) im 'Exquisit'

e) in Boutiquen

32. Sind Ihrer Meinung nach Jeans der DDR-Produktion (z. B. Boxer, Shanty, Wisent, Goldfuchs) denen des kapitalistischen Auslands (z. B. Mustang, Levis, Lee) gleichwertig?

- 1 ja, vollkommen
- 2 ja, aber mit Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht
- o Das kann ich nicht beurteilen.

33. Wie verhalten Sie sich in der Regel, wenn Sie ein ganz bestimmtes Kleidungsstück nicht Ihren Wünschen entsprechend im Handel kaufen können?

- 1 Ich kaufe ein ähnliches.
- 2 Ich warte ab.
- 3 Ich nähe es selbst.
- 4 Ich gebe das Geld für etwas anderes aus.

Wer bei Frage 33 mit 1, 2, 3 geantwortet hat, geht bitte gleich zur Frage 35 über!

34. Wofür geben Sie Ihr Geld in so einem Falle aus?

.....
.....
.....

Zu einem anderen Thema:

35. Seit einiger Zeit kann man beobachten, daß Jugendliche verschiedene Gegenstände, Abzeichen, Embleme usw. tragen. Wir haben von a) bis i) verschiedene Dinge aufgezählt.

Wie ist das bei Ihnen?

Antworten Sie bitte jeweils mit:

Ich trage so etwas ...

- 1 ständig.
- 2 manchmal.
- 3 nicht, weil das nicht mehr aktuell ist.
- 4 nicht, würde aber gern.
- 5 nicht, weil ich das ablehne.

a) Plaketten, Medaillons mit Bildern von Beatgruppen, Schlagerstars u. ä.

b) Anhänger, Anstecker mit Aufschriften

c) Kreuzchen (mit oder ohne Kette)

d) Wappen, Abzeichen, Symbole von Sportklubs oder -gemeinschaften der DDR

e) Wappenzeichen, Staatsflaggen westlicher Länder (BRD, USA)

f) militärische Rangabzeichen, andere militärische Abzeichen, Symbole aus westlichen Ländern

g) Abzeichen, Symbole von gesellschaftlichen Organisationen der DDR (z. B. GST, DRK, DTSB, DAV, ADMV)

h) Figuren (z. B. Micky-Maus, Fußballmännchen, WM-Maskottchen)

i) Werbeplaketten (Anhänger, Anstecker, Aufdrucke)

Wenn Sie das Tragen derartiger Gegenstände, Abzeichen, Embleme in jedem Falle ablehnen, so beantworten Sie jetzt gleich Frage 37!

36. Warum tragen Sie derartige Abzeichen o. ä.?

Antworten Sie bei a) bis f) jeweils:

Das stimmt

- 1 vollkommen
- 2 mit gewissen Einschränkungen
- 3 kaum
- 4 überhaupt nicht

Ich trage derartige Abzeichen, ...

a) weil andere Jugendliche das auch tun.

b) weil ich das eben chic finde.

c) weil es eben eine Mode ist.

d) weil ich damit ein bißchen auffallen, mich von anderen unterscheiden möchte.

e) weil ich damit eine bestimmte persönliche Meinung zum Ausdruck bringen möchte.

f) weil die Tatsache daran reizvoll ist, daß sich andere darüber aufregen (es ablehnen).

37. An einigen Bekleidungsstücken werden seit geraumer Zeit kleine Firmen- oder Markenzeichen äußerlich angebracht. Was halten Sie davon?

Wählen Sie bei a) bis c) unter:

- 1 Ich bin dafür.
- 2 Das ist mir gleichgültig.
- 3 Ich bin dagegen.
- 4 Das ist mir noch nicht aufgefallen.

a) bei Bekleidungsstücken aus der DDR

b) bei Bekleidungsstücken aus anderen sozialistischen Ländern

c) bei Bekleidungsstücken aus kapitalistischen Ländern

38. Überlegen Sie bitte: Wieviel Geld geben Sie ungefähr im Durchschnitt pro Monat für Bekleidung aus (einschließlich Schuhe und modisches Beiwerk)?

- 1 kein Geld
- 2 bis zu 25 Mark
- 3 bis zu 50 Mark
- 4 bis zu 75 Mark
- 5 bis zu 100 Mark
- 6 bis zu 150 Mark
- 7 bis zu 200 Mark
- 8 bis zu 300 Mark
- 9 mehr als 300 Mark
- 0 Das kann ich nicht einschätzen.

Abschließend bitten wir Sie noch um einige Angaben zur Person:

39. Ihr Geschlecht?

- 1 männlich
- 2 weiblich

40. Ihr Alter?

Tragen Sie Ihr Alter direkt in das Doppelkästchen ein!

41. Ihr Familienstand?

- 1 ledig
- 2 verheiratet
- 3 geschieden

42. Ihr Schulabschluß?

- 1 bis achte Klasse
- 2 neunte Klasse
- 3 zehnte Klasse
- 4 elfte Klasse
- 5 Abitur

43. Ihre höchste berufliche Qualifikation?

- 1 noch Lehrling/Student
- 2 ohne erlernten Beruf
- 3 Teilfacharbeiter
- 4 Facharbeiterprüfung
- 5 Meisterprüfung
- 6 Fachschulabschluß

44. Ihre gegenwärtige Tätigkeit?

- 1 Arbeiter in der materiellen Produktion
- 2 Arbeiter im Dienstleistungsbereich
- 3 Arbeiter/Angestellter im Handel bzw. anderen Bereichen
- 4 Angestellter ohne leitende Funktion
- 5 Angestellter mit Leitungsfunktion
- 6 Schüler
- 7 Student einer gesellschaftswissenschaftlichen Disziplin
- 8 Student einer naturwissenschaftlich-technischen Disziplin
- 9 Lehrling

45. Wieviel Einwohner hat Ihr Wohnort?

- 1 bis 2 000 Einwohner
- 2 bis 10 000 Einwohner
- 3 bis 50 000 Einwohner
- 4 bis 100 000 Einwohner
- 5 über 100 000 Einwohner
- 0 Das weiß ich nicht.

46. Wieviel Einwohner hat der Ort, in dem Sie überwiegend aufgewachsen sind?

- 1 bis 2 000 Einwohner
- 2 bis 10 000 Einwohner
- 3 bis 50 000 Einwohner
- 4 bis 100 000 Einwohner
- 5 über 100 000 Einwohner
- 0 Das weiß ich nicht.

47. Sind Sie Mitglied der FDJ?

- 1 ja, ohne Funktion
- 2 ja, mit Funktion
- 3 nein

48. Nur für Arbeiter und Angestellte: Wie hoch war im letzten Monat Ihr Nettoeinkommen (d. h. mit Feierabend- bzw. Wochenendarbeit u. ä. Einnahmen)?

- 1 bis 500 Mark
- 2 bis 600 Mark
- 3 bis 700 Mark
- 4 bis 800 Mark
- 5 bis 900 Mark
- 6 bis 1 000 Mark
- 7 bis 1 200 Mark
- 8 über 1 200 Mark

49. Nur für Lehrlinge: In welchem Lehrjahr sind Sie?

- 1 erstes Lehrjahr - ohne Abitur
- 2 zweites Lehrjahr - ohne Abitur
- 3 drittes Lehrjahr - ohne Abitur
- 4 erstes Lehrjahr - mit Abitur
- 5 zweites Lehrjahr - mit Abitur
- 6 drittes Lehrjahr - mit Abitur

50. Nur für Studenten: In welchem Studienjahr sind Sie? (Bitte gleich in das Kästchen eintragen!)

Sie kennen sicher Ihre Konfektionsgröße. Wenn ja: Tragen Sie diese bitte wie im Beispiel ein!

Beispiel:

1	6	4
---	---	---

m	8	8
---	---	---

--	--	--

Für Ihre Mitarbeit herzlichen Dank!