

2018-1

Janssen Report



Generation Y

Flexibel, egozentrisch,
freizeitverliebt –
oder doch mehr?

In dieser Ausgabe:

Erwin Gollner

Interview: Wege der Gesundheitsvermittlung

Gerald Bachinger

Patientenrechte im Überblick

Andreas Klein

Soziologie und Ethik der Gen Y

Bernadette Redl

Interview: Die Rolle der Gesundheit
für Gen Y



Inhalt



Impressum

Für den Inhalt verantwortlich Janssen-Cilag Pharma GmbH Vorgartenstraße 206B, 1020 Wien
Telefon: +43 1 610 30 - 0, Fax: +43 1 616 12 41

Freigabenummer

PHAT/CORP/1217/0003

Gestaltung

Goldegg Verlag Wien & Berlin, www.goldegg-verlag.com

Anmerkungen/Disclaimer

Die namentlich gekennzeichneten Beiträge geben die Meinung des Autors oder Interviewten wieder, diese muss nicht mit der Meinung von Janssen übereinstimmen. Aufgrund der besseren Lesbarkeit wird in den Texten und Beiträgen der Einfachheit halber nur die männliche Form verwendet. Die weibliche Form ist selbstverständlich immer mit eingeschlossen.

Bildquellen

Coverbild: © FotolEdhar, Seiten 2, 4 und 5 © Mirko, 2 und 13 © fotomek, 3 © s_1, 3 und 29 © rcfotostock, 7 © kalpis, 17 © s_1 (alle fotolia.de), Seite 10 © thinkstockphotos
Die Bildquellen der AutorInnen-Fotos sind jeweils beim Bild vermerkt.

Impressum

- 5** Gen Y als Herausforderung für ...?
Manuela-Claire Warscher
- 7** Gen Y: Man muss neue Wege der Gesundheitsvermittlung finden
Interview mit Erwin Gollner
- 10** Gen Y hat andere Sorgen, als sich um ihre Gesundheit zu kümmern
Interview mit Bernadette Redl
- 13** Die überdurchschnittlich besondere Generation Y
Valentina Bruns
- 16** Generation Y aus soziologischer und ethischer Perspektive
Andreas Klein
- 18** »Onways« – always online
Elmar Weixlbaumer



18

Onways



29

Patientenrechte im Überblick

22 Jugendstudie »Gen Y als Herausforderung für das Gesundheitswesen«
Petra Schiesser

25 Die Generation Y im österreichischen Gesundheitssystem
Petra Schiesser

27 Zwischen Angebot und Nachfrage: Wie gestalten Unternehmen ein Arbeitsumfeld, in dem die Generation Y ihr Bestes gibt?
Isabelle Kürschner

29 Die Patientenrechte im Überblick
Gerald Bachinger

31 Buchbesprechung
Gollner/Szabo/Schnabel/Schnitzer/Thaller-Schneider:
»Gesundheitsförderung konkret«



Gen Y als Herausforderung für ...?

Manuela-Claire Warscher

Stellt die junge Generation eine Herausforderung dar? Für das Gesundheitswesen oder für die Gesundheitsberufe als Arbeitgeber? Wer ist überhaupt diese Generation, die angeblich so schwer zu greifen ist? Laut des deutschen Magazins »Spiegel« sind sie die Andersmacher. Dabei orientieren sie sich einfach nur an den Voraussetzungen und machen alles ebenso anders wie es die Generationen vor ihnen anders gemacht haben.

Konfrontiert man heute jemanden mit der Frage, wer denn die Gen Y sei, bekommt man häufig die Antwort: »Die in den sozialen Medien.« Tatsächlich nicht weit gefehlt. Nicht umsonst wird die Generation Y, die Geburtsjahrgänge 1981 bis 2000, auch Digital Natives genannt. Sie gilt als gut ausgebildet, technologieaffin, schätzt Freiräume und Work-Life-Balance mehr als Status, Prestige und Besitz. Ihren Mitgliedern wird sogar unterstellt, sich für etwas Besonderes oder Besseres zu halten. Dass sie jedoch trotz guter Ausbildung häufig um einen Job kämpfen müssen, lassen ihre Kritiker gerne unter den Tisch fallen.

Der Trend, Generationen zu benennen und ihnen kollektive Charakteristika zuzuschreiben, sollte mittlerweile ohnehin überholt sein. Selbst in den Sozialwissenschaften ist das Generationenkonzept äußerst umstritten. Eine Masse aus Individuen wird nicht homogen sein. Es wird immer Individualisten geben, die ihren Weg gehen. Die Masse ist und bleibt heterogen, was sie eint, sind ähnliche Erfahrungen. So ist es auch widersinnig, die Gen Y als *die* Gen Y zu bezeichnen. Das Kinbaum Institut an der International School of Management ortete sogar vier »Untergruppen« der Gen Y: die Karriereorientierten, die Ambitionierten, die Erlebnisorientierten und die Orientierungssuchenden. Arbeit, Erfolg, Gesundheit und Privatleben nehmen in diesen Gruppen völlig unterschiedlichen Stellenwert ein. Dennoch wird es schwer sein, das Pauschaldenken wegzubekommen.

Gen Y und die Arbeit

In der Arbeitswelt geht die Mär um, die Gen Y sei faul, sie wünsche sich mehr freie Tage, Sabbatical und schließlich sei auch Homeoffice Teil ihres Wunschzettels. Die Realität

allerdings sieht anders aus. Die Deutsche Bundesbahn befragte vor einiger Zeit ihre 130.000 Mitarbeiter, ob sie im nächsten Jahr sechs zusätzliche Urlaubstage oder 2,6 Prozent mehr Lohn wollen. Die knappe Mehrheit votierte für die Urlaubstage. Aber wer nun denkt, dass hier die jungen Arbeitnehmer exklusiv die freien Tage wählten, der irrt. Junge und alte Arbeitnehmer stimmten exakt gleich ab. Von wegen also »Lohn ist für die junge Generation kein zentrales Thema«. Diese Erkenntnis stimmt übrigens mit einer Untersuchung der TU München überein, wonach Arbeitnehmer unter 40 Jahren seltener das Bedürfnis nach einer »Experimentierkultur«, wie freie Arbeitszeit- oder Arbeitsortwahl, haben als ältere Bedienstete.

Die tatsächliche Herausforderung für Arbeitgeber besteht folglich nicht darin, Arbeitnehmer der Gen Y zu beschäftigen. Die ultimative Herausforderung ist vielmehr, mehrere dieser, so genannten Generationen an Arbeitnehmern mit all ihren unterschiedlichen Charakteristika zu führen und zu koordinieren. In Krankenhäusern und Universitätskliniken nehmen heute Beschäftigte der Generation X (1966–1980) mit 36,1 Prozent und der Generation Y (1981–2000) mit 27,9 Prozent den größten Anteil der Arbeitnehmer ein, gefolgt von den Babyboomern (1956–1965) mit 25,6 Prozent. Den geringsten Anteil hat die Wirtschaftswundergeneration (1945–1955) mit etwas über zehn Prozent. Dieser Generationenvielfalt gilt es mit Personalentwicklungsstrategien und entsprechenden Arbeitsmodellen zu begegnen. So muss von vornherein mitberücksichtigt werden, dass Arbeitnehmer der Gen Y häufiger – in der Regel alle zwei bis fünf Jahre – den Arbeitsplatz wechseln. Ebenso müssen das jeweilige Bekenntnis zum Arbeitgeber, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die

leistungsorientierte Vergütung und die Aufstiegsmöglichkeiten an die Generationsvorstellungen angepasst werden. Nur jene Gesundheitseinrichtungen, die es schaffen, generationsverbindend zu führen, werden auch in Zukunft wettbewerbsfähig sein.

Der Patient der Gen Y

Unlängst stellten Forscher der amerikanischen York-University fest, dass die Gen Y weniger essen und mehr trainieren muss, um nicht adipös zu werden. Darüber hinaus präge auch der Lebensstil das Körpergewicht. Und eben diesen Lebensstil beurteilt die Gen Y tatsächlich eher kritisch, und auch mit der Vorgabe »mehr Sport und weniger essen« wird sich der Großteil nicht anfreunden können. Immerhin treibt nicht mal jeder Zweite zumindest 2–3 Stunden Sport in der Woche. Das hat zumindest eine Integral-Studie im Auftrag von Janssen ergeben.

Stellt sich nun die Frage, ob die Gen Y kränker ist als andere Generationen. Das wird sich wohl nicht so allgemein mit »ja« oder »nein« beantworten lassen. Lediglich depressiver scheinen sie zu sein, wie eine Studie vor einigen Jahren ergab. Menschen brauchen auch weiterhin die direkte Ansprache beim Arzt, entgegen aller Erwartungen, dass die technologieverrückte Generation alles übers Internet und andere Devices regelt. Die junge Generation fordert vom Arzt Soft Skills ein. Es geht um Gespräche auf Augenhöhe, in die sich die Patienten aktiv mit selbst recherchierten Informationen einbringen. Das entspricht im Übrigen exakt den Vorstellungen, die Ärzte der Gen Y haben, nämlich, dass Patienten informiert mit Wissen zum Arztgespräch kommen.

Wo bleiben also die sozialen Medien? Obgleich die Welt der Gen Y primär von sozialen Medien bestimmt wird, gibt es

innerhalb der Generation altersspezifische Unterschiede. Tendieren die jüngeren eher zu Instagram und Snapchat, so sind die älteren Gen-Y-Vertreter überzeugte Facebook-Anhänger. Das zeigte eine rezente Umfrage von SevenOne Media. Facebook ist das öffentliche Fotoalbum der Älteren. Es macht ihre Welt anderen sichtbar und muss daher ihre Lebensrealität nachhaltig verschönt darstellen. Im Zentrum stehen dabei diejenigen, deren Leben und Karrieren friktionsfrei laufen. Der erfolglose Rest bleibt unsichtbar und unöffentlich. Auch in Gesundheitsbelangen üben sich die Jungen in Zurückhaltung. Es dominiert hier im Unterschied zum Privatbereich eher die passive Nutzung von Social Media, Foren oder Blogs.

Fazit

»Hört auf, über uns zu befinden!« – rief kürzlich eine Vertreterin der Gen Y aus. Und sie hat recht. Die Generation der 16- bis 30-Jährigen verfügt exakt über jene Charakteristika, die sie aufgrund der kontinuierlichen Entwicklung von Technologie, Forschung und Weltgeschehen haben muss. Ihre Technologieaffinität beispielsweise rührt vom technologischen Fortschritt, ähnlich wie es die elektrische Schreibmaschine für die Generation X tat. Ihre Welt ist durch die Entwicklungen vernetzter geworden, Zeit und Raum haben eine neue, eine andere Bedeutung bekommen. Dennoch werden sie es sein, die in zehn bis 15 Jahren über die Gen ?? urteilen ... Dann nämlich werden die Menschen der künftigen Generation die Andersmacher sein.

Dr. Manuela-Claire Warscher, MA, ist seit 2016 External Affairs Managerin bei Janssen Österreich.

mit zusammen, dass der Patient die Health Professionals oft nicht versteht. Viele Ärzte sprechen in der Sache wenig verständlich und der Patient fragt nicht nach oder getraut sich nicht, nachzufragen. Das ist das Ergebnis des österreichischen medizinischen Elitedenkens.

JR: *Kann dieses Elitedenken charakterisiert werden?*

Ja, die Charakteristika sind Sprache und Kleidung. Historisch betrachtet sprach der Arzt Latein, um sich von der Masse seiner Patienten abzuheben, und kleidet sich heute immer noch in Weiß, um sich von seinem Umfeld abzugrenzen. Dieses Umfeld umschließt Patient wie andere Gesundheitsberufe. Die Hierarchie innerhalb der Gesundheitsberufe wird – wenig überraschend – in Farben ausgedrückt. Der »Gott in Weiß« bleibt der Arzt und das wurde dem Patienten über Jahrzehnte eingedrillt.

JR: *Welche Auswirkung hat diese Entwicklung nun konkret auf die Health Literacy?*

Nun, der Patient verlässt sich auf die ‚Eminenzen der Medizin‘ und hat daher selten begonnen, sich selbst zu informieren und für seine Gesundheit Verantwortung zu übernehmen. Das ist eine Entwicklung, die man jedoch im Sinne der Patienten und ihrer Gesundheitskompetenz beeinflussen könnte.

JR: *Welche Maßnahmen wären dafür notwendig?*

Es gibt hinsichtlich der Rahmenbedingungen für Gesundheitskompetenz ein europäisches Nord-Süd-Gefälle. In den skandinavischen Ländern ist die Gesundheitskompetenz sozusagen politisch verankert. Dort werden vor Einführung von diversen Maßnahmen sogenannte Health Impact Assessments durchgeführt. Die Anteilnahme vonseiten der Bevölkerung wird aktiv eingefordert. Wenn also beispielsweise eine Fabrik gebaut wird, wird diese Maßnahme nicht nur unter dem ökologischen Gesichtspunkt beurteilt, sondern es wird auch eine Gesundheitsverträglichkeitsprüfung vorgenommen. Die Bevölkerung erhält ein Mitspracherecht. Das heißt also, wenn der Patient das Gefühl bekommt, es wird für ihn entschieden, so wirkt sich das natürlich auch auf die Gesundheitskompetenz aus. Gesundheitskompetenz heißt auch, Verantwortung zu übernehmen.

JR: *Was müsste sich in Österreich diesbezüglich ändern?*

Es müsste wie in den skandinavischen Ländern eine obligatorische Gesundheitsfolgenabschätzung vor Initiierung von Maßnahmen eingeführt werden, und das Gesundheitssystem wäre patientenfreundlicher aufzusetzen, so dass der Patient besser durch das System geführt wird. Das derzeitige System

ist zu ärztelastig. Schließlich müssten sich die Sprache und das Kommunikationsverhalten ändern. Vor allem aber muss nicht nur die Medizin, sondern auch die Prävention und Gesundheitsförderung eine Lobby bekommen.

JR: *Orten Sie einen Generationenkonflikt zwischen der Gen Y und der älteren Generation?*

Wir hören im Rahmen unserer betrieblichen Gesundheitsförderungsprojekte immer wieder, dass Führungskräfte die jungen Mitarbeiter teilweise nicht verstehen. Die Gen Y hat völlig andere Lebensziele, was häufig zu Irritationen führt. Allerdings würde ich das nicht als Generationenkonflikt bezeichnen. Vielmehr sind die jungen Arbeitnehmer weniger obrigkeitshörig, weniger formal und suchen ihre Autoritäten in fachlichen und sozialen Kompetenzen.

JR: *Eine Folge der Bildungspolitik?*

Tatsächlich hat der Bologna-Prozess ein Umdenken herbeigeführt. Heute sind akademische Würden aus dem Blickpunkt verschwunden, da Titel dem Namen nachgestellt werden. Aber das alleine ist es nicht. Die junge Generation ist mit zahlreichen sozialen Änderungen konfrontiert – wie etwa der Migration. In einigen Volksschulen setzen sich die Klassen heute mehrheitlich aus Kindern zusammen, die einen Migrationshintergrund haben und damit auch eine andere Kultur vertreten. Dazu kommt die Herausforderung »Sprache«. Und hier zeigt sich auch einer der Gründe, warum die Gesundheitskompetenz der jungen Generation eher niedrig ist. Das Thema »Gesundheit« spielt keine Rolle in einem Schulunterricht, der von völlig anderen Herausforderungen geprägt ist. Defizite im Bildungsbereich bedeuten daher auch immer Defizite im Gesundheitssystem.

JR: *Aber es gibt doch auch so etwas wie eine Primärsozialisation – also die Bildung im Elternhaus vor Schuleintritt.*

Eltern verlieren ihren sogenannten Expertenstatus bei ihren Kindern schon sehr früh – mit acht Jahren –, danach überträgt sich dieser Status auf Lehrer und dann auf Freunde. Nun zeigt die Realität, dass in der Schule die Vermittlung gesundheitsförderlicher Lebensweisen zu kurz kommt und die Freunde diesbezüglich den gleichen Wissensstand aufweisen. Damit kann es auf diesem Weg keine Wissensvermehrung geben.

JR: *Umso wichtiger erscheint hier also die Rolle des Elternhauses ...*

Richtig: Nur wenn es im Elternhaus wenig Gesundheitsbewusstsein gibt, dann wird dem Kind auch hier nichts ver-

mittelt. Und das Gesundheitsbewusstsein der Eltern bestimmt der eigene Lebensstil. Wenige Eltern sind bereit, das eigene Verhalten zu ändern, um Kindern Gesundheitskompetenz zu vermitteln, also beispielsweise bereits am Vortag die Schuljause der Kinder einzukaufen, damit die Kinder ihren Schulweg zu Fuß gehen und nicht mit dem Auto zur Schule gebracht werden müssen – und die Jause vorher schnell beim Bäcker gekauft werden kann.

JR: *Wenn weder Elternhaus, noch Lehrer und Freunde hier vermitteln können, wer bleibt dann noch?*

Ein besonders erfolgreiches Modell in diesem Zusammenhang sind Multiplikatoren. Hier lehren Laien Laien. Der Experte wird nur fallweise im Hintergrund eingebunden. Auf diese Weise ist der Zugang zu Gesundheitswissen niedrigschwellig geworden. Das Wissen der Laien nimmt zu.

JR: *Das heißt, die Vermittlung von Gesundheitskompetenz über Experten ist eher kontraproduktiv?*

Bis zu einem gewissen Grad ja. Patienten – egal welchen Alters – lehnen die Hochschwelligkeit, die mit dem Expertenvortrag einhergeht, ab. Nachahmungspotenzial findet der Patient im Gleichgesinnten, also in der Person, die sich in einer ähnlichen Lage befindet. Diese ist glaub- und daher vertrauenswürdig.

JR: *Somit wäre es doch sinnvoll, mehr Projekte zu starten, die auf diesen Multiplikatoren-Effekt abzielen.*

Richtig. Leider werden Gesundheitsförderungsforschungsprojekte sehr selten gefördert. Da haben technikbasierte Projekte bessere Chancen. Allerdings ist es tatsächlich so, dass Gesundheit für die Gruppe der Gen Y als ziemlich uncool gilt – es sei denn, man findet ganz neue Kanäle der Wissensvermittlung, wie beispielsweise Gesundheitskabarett. Wir haben im Rahmen eines Projektes genau das versucht und ein ernstes Thema, nämlich Alkoholabhängigkeit, im kabarettistischen Umfeld für Jugendliche aufgearbeitet und es war sehr erfolgreich. Wichtig dabei ist, dass man Themen wählt, die die Jugend gerade beschäftigt.

JR: *Liegt hier nicht nahe, sie dort zu treffen, wo sie sich am häufigsten aufhalten, nämlich in den sozialen Medien?*

Nicht unbedingt. Ich persönlich sehe in der Digitalisierung auch eine Gefahr. Informationen, Daten und Fakten sind zwar schnell auffindbar, allerdings können die Jugendlichen in der Regel die Qualität der Quelle nicht bewerten. Es fehlt ihnen das Verständnis, wie sie die gefundenen Informati-

onen zu interpretieren haben bzw. auch die Fähigkeit zur Informationsselektion.

JR: *Zum Schluss: wie sehen Sie die Gen Y und den Arbeitsmarkt?*

Die Frauenerwerbsquote dieser Generation ist um 7,6 Prozent höher, als es die der älteren Generation war. Damit wird das Thema »Vereinbarkeit von Familie und Beruf« besonders virulent. Die junge Generation sucht bewusst nach Arbeitsstellen, die diese Vereinbarkeit in der Stellenbeschreibung hervorheben. Ihnen ist aber auch die betriebliche Gesundheitsförderung ein besonderes Anliegen, was sich viele Arbeitgeber für Employer-Branding-Strategien zunutze gemacht haben. Die Arbeitsplatzwahl und -attraktivität wird für die Gruppe zur Lebensstil-Frage. Auch der Führungsstil, der bei dieser Generation zur Anwendung kommt, muss sich ändern und darf nicht patriarchalen Ansätzen folgen. Diese Generation fordert Feedback und Supervision ein – Komponenten, die ressourcenorientierte und salutogene Führungsstile bieten.



© Fotografie Iris

Prof. (FH) Mag. Dr. Erwin Gollner MPH MBA ist seit 2002 Studiengangs- und Departmentleiter »Gesundheit« an der Fachhochschule Burgenland.



»Gen Y hat andere Sorgen, als sich um ihre Gesundheit zu kümmern«

Bernadette Redl, Redakteurin beim Standard, über die Rolle der Gesundheit bei Jungen, was sich ändern muss und was die Jungen selbst dazu beitragen können.

Janssen Report: Laut der Umfrage beurteilt die Gen Y ihren eigenen Lebensstil eher kritisch, zeigt sich mäßig motiviert bezüglich gesundheitsfördernder Maßnahmen und betreibt überraschend wenig Sport. Wie erklären Sie sich das im Lichte des allgegenwärtigen Fitness- und »Gesunde Ernährung«-Hypes?

Bernadette Redl: Sämtliche Mitglieder der Generation Y über einen Kamm zu scheren, halte ich für problematisch. Das ist,

als würde man sagen, alle Menschen im Alter zwischen 50 und 70 sind gleich bzw. verhalten sich einem bestimmten Schema entsprechend. Es gibt große Unterschiede zwischen den Zugehörigen zur Generation Y: jene, die großen Wert auf Gesundheit, Ernährung und Fitness legen – meist von den sozialen Medien beeinflusst. Und es gibt andere, für die digitale Auszeiten immer wichtiger werden. Sie lassen sich nicht von Fitness- oder Ernährungshypes lenken.

Zudem gehören viele aus der Generation Y gleichzeitig auch der »Generation Praktikum« an. Sie müssen hart für ihre berufliche Stellung und Anerkennung kämpfen, arbeiten unter prekären Verhältnissen und in befristeten Verträgen. Sie haben ständig das Gefühl, in ihrem Job »ersetzbar« zu sein. Ihnen fehlt die Zeit und Energie, sie haben schlichtweg andere Sorgen, als sich umfangreich um ihre Gesundheit zu kümmern.

JR: *Was braucht es aus Ihrer Sicht, damit Ihre Generation möglichst gesund lebt und möglichst gesund bleibt?*

Sicherlich muss diese Generation noch vermehrt über gesundheitsfördernde Maßnahmen aufgeklärt werden, sowohl von Eltern als auch in der Schule. Unser System ist darauf aufgebaut, dass man sich erst um die Gesundheit kümmert, wenn man krank ist. Doch es muss weit früher angesetzt werden, um gar nicht erst krank zu werden – den meisten ist das jedoch nicht bewusst. Das gilt meiner Meinung nach aber für Menschen in allen Altersklassen.

JR: *Wer sind die wichtigsten Rollenvorbilder in Bezug auf ein gesundes Leben?*

Sicherlich in erster Linie Eltern, Geschwister und Freunde. Für viele spielen auch Influencer aus den sozialen Medien, etwa auf Youtube und Instagram, eine wichtige Rolle.

JR: *Wie wichtig sind der Gen Y beim Thema »Gesundheit« Rollenvorbilder in den sozialen Medien bzw. die sozialen Medien prinzipiell? Was können diese in Sachen Gesundheitskompetenz/Gesunderhaltung leisten oder nicht leisten?*

Auch hier sind die Unterschiede innerhalb der Generation sehr groß. Die einen werden stark von den sozialen Medien beeinflusst, ernähren sich und trainieren so, wie ihre Vorbilder auf Instagram oder Youtube. Für viele, besonders jüngere Vertreter der Generation, dreht sich alles um die Influencer aus den sozialen Medien. Neben den durchaus positiven Auswirkungen, wie etwa einer gesteigerten Gesundheitskompetenz, die dieser Trend haben kann, besteht auch die Gefahr, dass Fehlinformationen oder gesteigerter Ehrgeiz den »Anhängern« dieser Influencer schaden. Hier müssen junge Menschen vor allem kritisch bleiben, die sozialen Medien und was dort vermittelt wird, immer wieder hinterfragen.

Daneben gibt es auch jene Vertreter der Generation Y, die einem Gegenteil angehören. Sie müssen beruflich viel online sein und wollen in ihrer Freizeit digitale Auszeiten genießen. Sie sind kaum in sozialen Netzwerken vertreten und wenig anfällig für Gesundheitstrends, die von dort herrühren.

JR: *Wie viel Digitalisierung braucht die Gesundheitskommunikation mit Ihrer Generation? Was erwarten Sie etwa von Ärzten oder Gesundheitszentren diesbezüglich? (Laut Umfrage beurteilt die Gen Y das digitale Angebot in Arztpraxen kritisch.)*

Hier muss sich noch ganz viel tun. Die Generation Y erledigt beinahe alles online, kaum jemand verschickt oder bekommt noch Briefe. Unser Gesundheitssystem hinkt dabei hinten nach, die Generation wird, meiner Meinung nach, dadurch auch schlechter erreicht. Ein Beispiel: Vor wenigen Wochen habe ich das erste Mal einen Arzttermin online über das Smartphone vereinbart. Das ist nur bei wenigen Ärzten überhaupt möglich. Gerade für junge Menschen sind solche Angebote jedoch ausschlaggebend, etwa bei der Entscheidung für oder gegen einen Arzt. Dafür, dass wir im 21. Jahrhundert leben, wo es für fast alles eine App gibt, ist das System sehr altmodisch.

JR: *Laut Umfrage sind Angebote zur Selbstmessung für die Gen Y, Stichwort »Quantify Yourself«, sehr attraktiv. Wie könnte man diese »Messaffinität« dieser Generation für die Gesunderhaltung zielführend nützen?*

Die Formulierung »zielführend nutzen« hört sich gefährlich an. Vermessungs-Apps sollten lediglich positive Anreize zu mehr Bewegung, gesünderer Ernährung etc. setzen, dann können sie auch zu einem bewussteren, gesünderen Leben führen. Hier besteht jedoch auch die Gefahr, dass etwa Krankenkassen Leistungen an die körperliche Performance von Menschen koppeln. Personen dürfen nicht zu Waren werden, die sich kontrollieren und in Zahlen wiedergeben lassen – dadurch gibt es automatisch Verlierer.

JR: *Um die Gesundheitskompetenz ist es in Österreich prinzipiell, und auch bei der Gen Y im Speziellen, nicht gut bestellt. Wie könnte man das ändern, was braucht es dafür?*

Wie schon erwähnt, braucht es mehr Bewusstsein dafür, dass das Thema »Gesundheit« nicht erst relevant wird, wenn man krank ist. Gesundheit ist für die meisten Jungen ein Thema, das nur die »Alten« betrifft. Das muss sich ändern. Lehrer, Eltern, öffentlichkeitswirksame Kampagnen könnten dazu etwas beitragen.

Und es müssen Rahmenbedingungen für ein gesundes Leben geschaffen werden, etwa mehr Grünflächen, Parks und notwendige Infrastruktur. So können Menschen dazu motiviert werden, sich mehr zu bewegen.

JR: Welche Rolle sollten Schule oder Elternhaus dabei einnehmen?

Eltern und Lehrer sind Vorbilder. Sie müssen vermitteln, dass gesunde Ernährung und Bewegung der Gesundheit guttun und vor allem Spaß machen. Eltern müssen vorleben, wie ein gesundes Leben funktionieren kann, und sie müssen Kinder und Jugendliche kritisches Denken lehren.

JR: Auch im Internet-Zeitalter behalten Bindung und Sicherheit ihre zutiefst wichtige Rolle für den Menschen. Welche Funktion hat aus Ihrer Sicht der Hausarzt für die Gen Y? Was kann der Hausarzt tun, um den Bedürfnissen Ihrer Generation entgegenzukommen?

Das Modell des »klassischen« Hausarztes, der den Patienten seit vielen Jahren kennt und eine gute Beziehung zu ihm hat, kennen viele Vertreter der Generation Y nicht. Ärzte werden häufig gewechselt, vor allem wenn man in der Stadt lebt, häufig umzieht etc. Dennoch wünscht sich auch die junge Generation einen Vertrauten wie einen Hausarzt oder ein Ärztezentrum, an den/das man sich mit gesundheitlichen Fragen wenden kann. Hier wären moderne Kommunikationsformen, etwa dass man dem Arzt Fragen per E-Mail stellen kann, ein guter Schritt in die richtige Richtung.

JR: Beim Arztgespräch bringt sich die Mehrheit der jüngeren Patienten laut Umfrage aktiv ein, zwei Drittel bringen selbst recherchierte Informationen in die Praxis mit. Wie können sich Ärzte gut auf die aktive, mündige Generation einstellen?

Dass ein Patient sich zuvor informiert hat, spricht für eine gewisse Gesundheitskompetenz und dafür, dass er sich selbst für seine Erkrankung interessiert. Ärzte dürfen das nicht abtun, sondern müssen gut zuhören und mögliche Fehlinformationen richtigstellen. Der Arzt hat das nötige Fachwissen, der Patient kennt sich selbst und seinen Körper am besten. Gemeinsam kann eine optimale Lösung gefunden werden. Ärzte dürfen nicht »von oben herab« über Patienten bestimmen – das lässt sich eine junge, informierte Generation nicht gefallen. Junge Menschen hinterfragen prestigeträchtige Berufe wie den des Arztes viel eher.

JR: Wie beurteilen Sie persönlich das österreichische Gesundheitswesen? Was finden Sie positiv, was verbesserungswürdig?

Generell hat die junge Generation einen schlechten Zugang zum Gesundheitswesen. Es fehlt ein Leitsystem. Viele tun sich schwer, einen geeigneten Arzt überhaupt zu finden. Wo beginnt man zu suchen? Wo tritt man am besten in das System ein? Viele wissen zudem nicht, welche (Vorsorge-)Untersu-

chungen in welchem Alter notwendig und üblich sind. Selbst von Hausärzten wird viel Wissen über das Gesundheitssystem vorausgesetzt. Es gibt keine gut zugänglichen, für eine junge Generation aufbereiteten Informationen darüber, wie man als quasi »Unwissender« in das System einsteigen kann, um zu einem kompetenten, gesunden Bürger zu werden.

JR: Wie gut sind Sie über Ihre Patientenrechte informiert? Wie wichtig ist es Ihnen, über Ihre Rechte im Detail Bescheid zu wissen?

Hier ist es wie mit Gesundheitsthemen generell. Sie sind für viele Junge ein Thema, das erst im Alter relevant wird. Das Wissen über Patientenrechte ist schlecht. Darüber Bescheid zu wissen, scheint wenig relevant.



Bernadette Redl, MA, ist Redakteurin in der Gesundheitsredaktion der Tageszeitung »Der Standard«.



Die überdurchschnittlich besondere Generation Y

Valentina Bruns

Bestimmt das Geburtsjahr, welches psychische Problem Menschen später bekommen können? Ganz so einfach ist es nicht, wengleich sich Zusammenhänge zwischen Geburtsjahren und gesellschaftlichen Tendenzen sowie der Präferenz bestimmter Erziehungsstile finden. Das führt – verkürzt gesagt – dazu, dass viele Mitglieder der Generation Y sich für überdurchschnittlich besonders halten. Die Konfrontation mit der Realität bringt Ernüchterung, Selbstzweifel, Aussichtslosigkeit und Niedergeschlagenheit mit sich.

Die Einteilung von Bevölkerungsgruppen gemäß der Geburtsjahre bringt gewisse Einschränkungen mit sich. Generationen sind heterogen, auch wenn diese nicht kultur- oder länderübergreifend zusammengefasst werden. Häufig ist die Gemeinsamkeit zwischen zwei VertreterInnen einer Generation tatsächlich nur das Geburtsjahr bzw. Geburtsjahrzehnt. Das hat zur Folge, dass Beschreibungen ganzer Generationen nur bedingt für alle gültig sein können. Zum Zweck der Verallgemeinerung werden daher kleinere Details und Aspekte überbewertet oder künstlich hervorgehoben. Im Fall der Generation Y, die als Bevölkerungskohorte mit den Geburtenjahrgängen zwischen 1980 und 2000

(der Zeitraum variiert über verschiedene Definitionen hinweg) beschrieben wird, ist diese Problematik recht einfach zu veranschaulichen: In den meisten Darstellungen der Generation Y ist an prominenter Stelle angeführt, dass VertreterInnen dieser Generation äußert gut ausgebildet sind und häufig einen oder mehrere Hochschulabschlüsse haben. Dem gegenüber steht eine nicht zu vernachlässigende Anzahl von Menschen, die ausschließlich über einen Schulabschluss verfügt und keine universitäre Bildungslaufbahn eingeschlagen hat.

Wozu dann ein Artikel über die Generation Y, wenn diese doch so heterogen ist, dass eine Verallgemeinerung unzulässig scheint? Im Schnitt

Ist es zulässig, eine ganze Generation in einen Topf zu werfen?

Überbewertung von Details zum Zweck der Verallgemeinerung

Aufgabe der Mitglieder der Generation Y ist die Bereicherung ihrer Eltern

lassen sich dennoch einige Gemeinsamkeiten finden, die zwar definitiv nicht für alle, aber doch für einen großen Teil der »Betroffenen« gelten. Das kommt zustande, da Menschen einer Generation ähnlichen gesellschaftlichen Entwicklungen ausgesetzt sind bzw. waren. Ihre Eltern haben bestimmte Erziehungsstile bevorzugt, haben ähnliche Lebenseinstellungen oder weltpolitische Erfahrungen gemacht und daraus Vorstellungen über Moral, Lebensmodelle und Lebensziele entwickelt und diese an ihre Kinder weitergegeben.

Kinder der Generation Y im westeuropäischen Raum sind in aller Regel nicht gezeugt worden, um das finanzielle Auskommen bzw. die Existenz der Familie zu sichern, sondern weil sie als Bereicherung des Familienlebens dezidiert gewünscht waren. Das impliziert häufig, dass diese Kinder der wichtigste Lebensinhalt ihrer Eltern waren und nach wie vor sind – was zu einer komplett anderen Beziehungsgestaltung und Erziehungshaltung führt, als dies in den Generationen zuvor der Fall war. Das hat Auswirkungen auf das Selbstverständnis, den Umgang mit eigenen Bedürfnissen und wiederum auf die Lebensgestaltung der Generation Y.

Der auf diese Weise hervorgerufene Zeitgeist führt dazu, dass Menschen der Generation Y eigene Bedürfnisse in den Vordergrund stellen und in besonderem Maß darauf achten, dass sie sich wohlfühlen. Vermittelt wurde dieses neue Selbstverständnis unter anderem über den inflationär gebrauchten Satz »Du bist etwas ganz Besonderes«, häufig begleitet von: »Dir stehen alle Türen offen, du kannst im Leben machen, was du willst.«

Das Fatale daran: Einer ganzen Generation wurde vermittelt, dass jede/r ihrer Angehörigen etwas wirklich Unglaubliches und ganz Besonderes ist: besser, klüger, witziger, schöner, liebevoller ... als alle anderen. Kurz gesagt: Alle sind überdurchschnittlich besonders. Damit eröffnet sich ein statistisches Problem, denn der Begriff des »Durchschnitts« bezieht sich auf das Mittelmaß einer Menge, den sogenannten Normalbereich, in dem der Großteil einer Population wiederzufinden ist. Wer aus diesem »Rahmen« fällt, landet somit im über- oder unterdurchschnittlichen Bereich. Wenn nun aber jedes Mitglied der Generation Y überdurchschnittlich besonders ist, dann ist dies eine Zuschreibung, die auf fast alle zutrifft und das macht die

Überdurchschnittlichkeit zum Durchschnitt – statistisch gesehen bzw. gerade auch nicht statistisch betrachtet. Im realen Empfinden sieht dies anders aus und so versuchen sich überdurchschnittlich besondere Menschen gegenseitig zu beweisen, dass *sie* tatsächlich überdurchschnittlich besonders und nicht nur »mainstream-besonders« sind. Als hilfreich erweisen sich hierfür soziale Medien wie Facebook, Instagram, Snapchat, da ein Foto nicht zwingend die Realität widerspiegelt und somit besser und einfacher das Bild der »Besonderheit« verbreitet werden kann. Auch daran wäre prinzipiell noch nichts auszusetzen.

Es fällt jedoch auf, dass immer mehr Menschen, Männer wie Frauen, aus diesem Altersbereich psychologische und psychotherapeutische Praxen aufsuchen und über ähnliche Herausforderungen klagen: Sie möchten wieder glücklich sein, haben ihr eigenes Ich verloren und würden sich wie in einem Loch gefangen fühlen. Wenn der Leidensdruck so groß ist, dass eigene Netzwerke wie Familie und Freunde nicht ausreichend gut dabei helfen können, diese Themen zu verarbeiten, und psychologische Unterstützung gesucht wird, dann handelt es sich doch um ein Problem und nicht nur um einen eigenartigen Zeitgeist, dem keine Beachtung geschenkt werden müsste. Wie kommt dieses Problem zustande?

Glück ist das Empfinden, das sich einstellen kann, wenn die eigenen Erwartungen in der Realität erfüllt oder gar übertroffen werden. Wenn Erwartetes nicht eintrifft, folgt das Empfinden, unglücklich zu sein. Dadurch entsteht ein gefährlicher Mix: Jemand, dem immer wieder verdeutlicht wurde, dass er/sie etwas ganz unbeschreiblich Besonderes ist und im Leben machen könne, was immer er/sie wolle, hat wenig Chancen, wenn er/sie auf eine Realität trifft, in der auch mal schlecht bezahlte Jobs nötig sind, um die eigene Existenz zu sichern; wo nicht jedes gegründete Start-up Millionäre produziert; wo nicht jedem alle Möglichkeiten offenstehen und wo einfach nicht alles nach Plan laufen muss. Es braucht wahrscheinlich keine weiteren Erklärungen, um zu zeigen, inwiefern diese Kombination depressive Phasen und hoffnungslose Gedanken auslösen kann. Das ist an sich schon eine ungünstige Konstellation, wird hier noch der Gedanke berücksichtigt, dass Erwartungen so etwas

Besonders gute Bildung als Merkmal der Generation Y?

In der Generation Y sind alle besser, klüger, witziger, schöner, liebevoller ...

Probleme wie fehlendes Glück, die Suche nach dem eigenen Ich etc. werden häufiger

Soziale Medien als Inszenierungsraum der eigenen Besonderheit

Mitglieder der Generation Y sind überdurchschnittlich besonders

wie geplante Enttäuschungen sind – und damit sind Ernüchterung, Selbstzweifel, Aussichtslosigkeit und Niedergeschlagenheit vorprogrammiert. Kinder der Generation Y haben gelernt, sehr hohe eigene Erwartungen an sich zu haben und müssen zudem auch mit den Erwartungen ihrer Eltern bzw. des gesamten Umfeldes umgehen. Je höher die Erwartung, desto schwerwiegender die geplante Enttäuschung, insbesondere dann, wenn das eigene Leben auf Erwartungen aufgebaut ist.

Ein weiterer Aspekt ist die viel zu oft zitierte und herbeigesehnte Work-Life-Balance. Wer etwas Besonderes ist und dies auch zeigen möchte, könnte die Idee haben, beispielsweise einen Führungsposten anzustreben – einen möglichst hohen, prestigeträchtigen. Um dorthin zu kommen, braucht es enorme Arbeitsleistungen, viel Zeit und vielleicht auch ein Quäntchen Glück. Arbeitswochen mit 60, 70 oder mehr Stunden sind da keine Seltenheit. Wer jedoch seinen höchstpersönlichen Traum leben möchte, wünscht sich eventuell auch noch eine eigene Familie, ein ausgewogenes Freizeitleben, viele Freunde etc. – und auch das braucht Zeit. Ein intensiver Job braucht im Sinne der Work-Life-Balance ein intensives Freizeitleben ... und diese Rechnung geht auf Dauer nicht auf. Ein Tag hat nur 24 Stunden, es lässt sich nicht alles unterbringen und das ergibt das immer intensiver und stärker werdende Gefühl, ungenügend und frustriert zu sein.

Wie kann ein Entkommen aus diesem Teufelskreis der eigenen Selbstansprüche, großer Zukunftsvisionen und dem Wunsch nach einer ausbalancierten Freizeitgestaltung gelingen? Es kann hilfreich sein, die Stärken dieser Generation in den Fokus zu nehmen. Beim Wahrnehmen der eigenen Bedürfnisse ist die Generation Y richtig gut. Dieser Selbstfokus kann sich äußerst positiv auswirken, wenn die Bedürfnisse nicht nur wahrgenommen werden, sondern ihnen auch tatsächlich nachgegangen wird. Dafür braucht es häufig in erster Instanz den Verzicht auf etwas – auch wenn sich das eventuell makaber anhört. Da nicht alle Bedürfnisse gleichzeitig erfüllt werden können, ist es in einem ersten Schritt wichtig, herauszufinden, welches Bedürfnis besonders relevant ist, um der Erfüllung von ebendiesem Bedürfnis nachzugehen – in Ruhe, ohne Stress und Eile, denn sonst meldet sich das Bedürfnis möglicherweise schneller wieder, da

es nicht real befriedigt ist, sondern nur gestreift oder angeteasert wurde. Die Erfüllung anderer Bedürfnisse kann später folgen oder auch auf längere Zeit aufgeschoben werden. Dieser Fokus kann dazu genutzt werden, tatsächlich bei sich selbst zu bleiben und nicht in permanenten Vergleich mit anderen zu treten (und zum Beispiel ein paar Tage, Wochen, Monate ohne Facebook und Co. auszukommen). Nebenher kann auch die Entwicklung eines realistischen Selbstbilds angenehm im Sinne von »stressreduzierend« sein. Jeder Mensch hat seine Stärken und ist in unterschiedlichen Aspekten etwas Besonderes. Daneben gibt es – und das sollte nicht vergessen werden – noch viele andere besondere Menschen. Es kann dabei durchaus entlastend sein, festzustellen, dass die überdurchschnittliche Besonderheit normales Mittelmaß ist und dieses intersubjektive Gefühl nicht laufend der Umgebung demonstriert werden muss.

Glück tritt ein, wenn die eigenen Erwartungen erfüllt/übertroffen werden

Verzicht auf Vergleich mit Anderen



Mag. Valentina Bruns, BA ist Klinische und Gesundheitspsychologin sowie Vertreterin der Generation Y. Sie arbeitet in eigener Praxis, einem Zentrum für Krisenintervention und Klärung, sowie als Universitätslektorin an der Wirtschaftsuniversität Wien sowie als Vortragende in einigen Aus-, Fort- und Weiterbildungsvereinen im psychosozialen Bereich.

Erwartungen sind geplante Enttäuschungen

Problemfaktor Work-Life-Balance

Überdurchschnittliche Besonderheit als normales Mittelmaß

Generation Y aus soziologischer und ethischer Perspektive

Andreas Klein

Die viel beschworene Generation Y, die gesellschaftlich zunehmend an Aufmerksamkeit gewinnt, ist mit Vorsicht zu charakterisieren, da etliche Zuschreibungen auch auf andere Bevölkerungsgruppen zutreffen und zudem einseitige Betrachtungen provozieren können. Deshalb treten auch reichlich Kritiker auf den Plan. Bereits die zeitliche Eingrenzung, also etwa die Geburtsjahrgänge

zwischen 1980 und 1999, ist umstritten. Bis 2020 wird diese Gruppe jedoch ca. 50 Prozent der Erwerbstätigen ausmachen.

Gemeinsamkeiten bestehen bereits im Umstand, dass diese Generation durchgehend mit Internet, neuen Technologien und Kommunikationsformen aufgewachsen ist, weshalb ihnen auch der Name »Digital Natives« zugeschrieben wird (Always on). Damit verbunden ist eine permanente und rasche Informationsgenerierung im Web, ohne jedoch stets eine rationalkritische Haltung dazu einzunehmen. Ebenso bedeutet dies nicht, dass die junge Generation per se kompetenter mit neuen Technologien umgeht. Viele Junge sind weiterhin recht behütet aufgewachsen, stehen aber fortwährend unter einem enormen Bildungs-, Ausbildungs- und Konkurrenzdruck (die Akademikerrate steigt sukzessive), den bereits die Eltern initiierten. Vielfach wird – auch hierdurch bedingt – ein gefühltes (oder reales) späteres Erwachsenwerden diagnostiziert. Inhärent ist aber auf jeden Fall ein notorisches Hinterfragen von Vorgegebenem (»Y« steht auch für engl. »why«),

wodurch wiederum flache Hierarchien, Flexibilität und Mobilität präferiert werden. Damit hängt zusammen, dass häufig eine gute Work-Life-Balance mit entsprechenden Annehmlichkeiten einer steilen Karriere mit harten Entbehrungen vorgezogen wird. Freiräume, Teams, Selbstverwirklichung und Zeit für Freunde, Familie und »fun« ist dabei wichtig. Dementsprechend soll Spaß auch nicht erst nach der Arbeit, sondern in der Arbeit stattfinden.

Selbstredend findet diese Lebenshaltung nicht immer breite Zustimmung im Berufsalltag, was in gemischtgenerationellen Teams durchaus zu Herausforderungen beiträgt. Umgekehrt sprechen manche geradezu von einer eingebauten Burnout-Sperre. Festgestellt wird zudem häufig ein greifbares Anspruchsverhalten: »Bemüht euch um mich!« Durchkommen und Taktieren zugunsten eigener Vorstellungen haben sie gelernt. Ein entsprechender Wertewandel ist nicht zu übersehen, der mit Stichworten wie Multioptionsgesellschaft, Warenüberfluss, Grenzenlosigkeit samt ungeahnten Möglichkeiten und mit Erleben (statt Überleben) zu tun hat;



Dozent (PD) Univ.Lektor Dr. Andreas Klein ist Lektor an der Universität Wien.

»everything goes«, wie Paul Feyerabend einst sagte. Analog dazu ist eine breite Diversität und Inhomogenität dieser Generation auszumachen.

Klassische etablierte Gesellschaftssysteme, wie etwa Politik, Regierungen, Medien oder Religionen, werden ebenso kritisch betrachtet wie überkommene Statussymbole. Gesundheit, Ernährung (vegetarisch, vegan), Nachhaltigkeit oder Urlaube liegen demgegenüber im Trend. Klassisches Revolutionsverhalten findet man kaum, sondern eher eine gelebte Neuorientierung.

Diese – abgekürzten – Merkmale wiederholen sich in den Gesundheitsberufen: Abstreifen veralteter Strukturen, Abwendung vom Beruf des Allgemeinmediziners hin zum Facharzt, Flexibilität, Mobilität, Teamarbeit, Digitalisierung, Kompatibilität mit eigenen Lebensentwürfen, partnerschaftliche Modelle zwischen Arzt und Patient, immer stärkerer Frauenanteil und großer Wunsch nach Anerkennung sind hier Thema. Als Herausforderung mit Konfliktpotenzial erweist sich dabei das Zusammentreffen unterschiedlicher Generationen in Teams (z.B. Pflege) mit ihren jeweiligen Leitperspektiven und differierenden Ansprüchen. Analog dazu entwickeln sich auch die jungen Patienten hin zu mehr Kundenorientierung mit entsprechend angepassten Angeboten und Strukturen. Die eigene Health Literacy ist allerdings nur selektiv entwickelt – analog zu anderen Gruppen.

Einschränkend ist jedoch auch auf die »Verlierer« dieser Entwicklungen hinzuweisen, die keine gute Ausbildung genießen, sozial schwach sind und im Gesundheitswesen mit bekannten Problemen kämpfen. Hier bedarf es noch erheblicher gesellschaftlicher Anstrengungen und geeigneter Strukturen.



»Onways« – always online

Digital Natives und wie sie die Welt sehen

Elmar Weixlbaumer

Kaum die Augen geöffnet, gilt der erste Blick dem Handy. Lange bevor man seinem Partner oder seiner Partnerin »Guten Morgen« wünscht, werden der Facebook-Account gecheckt, ein paar WhatsApp-Nachrichten beantwortet und rasch die neuesten Posts in den Foren einzelner Newsfeeds gelesen.

Ja, es ist unleugbar: Die Generation der zirka 1985 bis 2000 Geborenen sieht die Welt völlig anders als die Generation X zuvor. Die Bezeichnungen »Gen Y« oder »Millennials« mögen vielleicht konsistent sein, aber das beste Bild ist immer noch das der Digital Natives, also jener Jugendlichen, die als erste Menschen in unserer Geschichte mit Computern groß wurden.

Keine technologische Entwicklung hat das Verhalten von Menschen so grundlegend verändert wie die Erfindungen des massentauglichen Computers und des Internets. Waren bislang Neuerungen nur Verbesserungen von bereits bekannten Verfahren oder neue Lösungen für alte Probleme, so kramelten diese beiden Innovationen unser gesamtes Leben, unsere Art zu kommunizieren, ja zu denken, um. Jeder, der bereits einmal Jugendliche in einem Café beobachtet hat, wie sie schweigend auf ihre kleinen Displays starren und mit manischer Geschwindigkeit Nachrichten an wen auch immer tippen, der hat verstanden, dass diese Generation völlig anders kommuniziert.

Digital geboren heißt nicht digital verstanden

Wir sprechen weithin von *Digital Natives* und nicht von *Digital Literates*, wie es manche Autoren vorschlagen. Es sind keineswegs digitale Gurus, die hier herangewachsen sind. Im Gegenteil, das tiefere Verständnis für die Funktionsweise der Computer scheint stetig abzunehmen – eine Schere, deren Ursachen wohl in der exponentiellen Zunahme der Komplexität der Geräte und gleichzeitig in einem unflexiblen Bildungssystem zu suchen sind. Letzteres ist geprägt von einem Bildungsdogma, das von Vertretern der Generation X geformt wurde: Menschen, die ihren ersten Computer erst im

fortgeschrittenen Erwachsenenalter in Betrieb genommen haben. Menschen, die am grundlegenden Verständnis der Möglichkeiten und Gefahren der Geräte, die ihre Kinder wie selbstverständlich im Großteil ihrer Freizeit benutzen, scheitern.

Während Bildungspolitiker die Einführung von Programmierunterricht fordern, sind die Millennials hauptsächlich damit beschäftigt, dem permanenten Wechsel der Kommunikationsmittel ihrer Freunde zu folgen. Ein tieferes technisches Verständnis ist dafür auch nicht nötig, eher erfordert dieses Verhalten systemische Bildung über die Zusammenhänge und Gefahren des zunehmend rasanteren Medienwechsels.

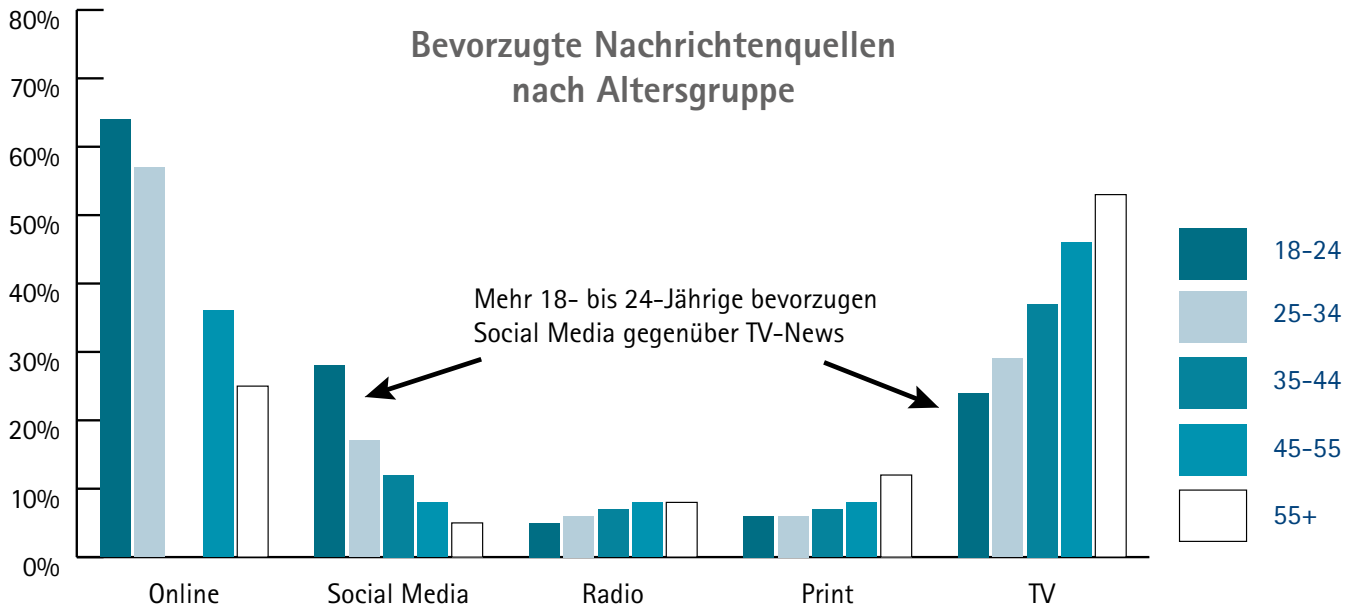
Der Tod des Lehrparadigmas

Manche können sich noch an Schulfächer wie den »Wirtschaftlichen Schriftverkehr« erinnern. Generationen erlernen den Aufbau eines Briefs, die korrekten Formeln am Beginn und am Ende solcher Schreiben. Diese Konsistenz der Kommunikation endete völlig unvorbereitet und schlagartig.

Eine Generation Y verfügt nicht nur über unzählige Kommunikationsmittel, diese ändern sich zudem beständig. Nicht nur, dass es keinen »WhatsApp-Schriftverkehr-Unterricht« in der Schule gibt, wo ältere und erfahrene Lehrer Kindern beibringen, was »richtig« ist. Zur Herausforderung, jedes Medium samt den dazugehörigen sozialen und sprachlichen Spielregeln selbst erlernen zu müssen, kommt noch die Gewissheit, dass jeder Kommunikationsträger in wenigen Jahren mit Garantie durch einen anderen ersetzt werden wird.

Gestern erst wurden tausende SMS versandt, dann auf Facebook gewechselt, durch den Messenger abgelöst, begleitet vom boomenden Instagram mit seinen grafischen Möglichkeiten. Ein kurzer Sidestep über WhatsApp, das – nachdem die Eltern Facebook und WhatsApp gekapert haben – sofort durch wieder neue Kanäle ersetzt werden wird.

In kürzester Zeit sind Vertreter der Gen Y in der Lage, das Potenzial neuer Kommunikationsmittel zu begreifen und ihre technischen Möglichkeiten bis zum Anschlag auszuschöpfen.



Quelle: Reuters Digital Survey, n = 53.000 Personen aus 26 Nationen

Während die Eltern- und Großelterngenerationen sich mühsam die ersten Handgriffe auf den neuen und unverständlichen Geräten angeeignet haben mussten, Maschinen, deren Sinnhaftigkeit lange angezweifelt wurde, ist für deren Nachkommen der beständige Wechsel von Technologie in der Kommunikation seit ihrer Geburt selbstverständlich. Dass nichts Bestand hat, ist Teil ihres neuen Selbstverständnisses. Nicht nur, was Kommunikation betrifft, genauso unvorstellbar ist, dass Kleidung oder Mode länger als eine Saison am Leben bleibt.

Diese Generation benötigt keinen EDV-Unterricht in der Schule. Zum einen: Was wollte man ihnen beibringen? Technische Funktionsweisen oder Programmiersprachen interessieren heutige Jugendliche nicht, benötigen sie nicht und sind in ihrer heutigen Komplexität auch nicht mehr im Rahmen des Schulunterrichts vermittelbar. Anwendungsschulungen im Schulunterricht sind noch absurder, als User sind uns die Jungen bereits weit voraus. Und egal, welches Kommunikationssystem wir unterrichten wollten bis zum Ende des Schuljahres gibt es das Medium vermutlich gar nicht mehr.

Die allwissende Generation

Kommunikation bedeutet senden und empfangen. Dass wir dieses Konzept mit Bildung verknüpfen können, erscheint paradox. Ist doch das Verständnis von Bildung der Generation 40+ eine unidirektionale Kommunikation. Ein Lehrer spricht, die Schüler hören zu und lernen. Kommunikation findet nur statt, wenn das Gelehrte wiederholt und abgeprüft wird. Ob

die Lehre nun durch den Frontalvortrag in der Schule stattfindet oder durch Bücher, bleibt dabei egal.

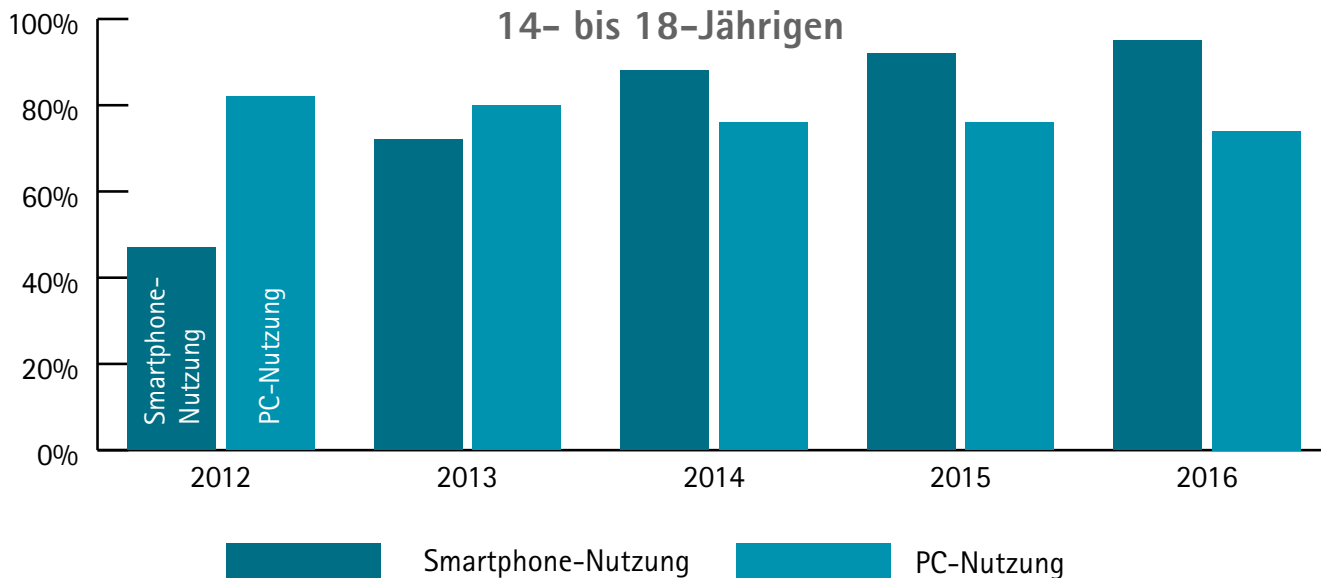
Völlig anders das Verständnis der heute Zwanzigjährigen: Wissen bedeutet Diskutieren, Widerspruch und Demokratie. Millennials haben nicht nur gelernt, dass Wissen und Autorität angezweifelt werden können, ja sogar müssen, sondern dass diesen Zweifeln und diesem Widerspruch auch Gehör geschenkt wird.

Hier tauchen aber auch die großen Unterschiede innerhalb der Generation Y auf. Der Komplexität und Dynamik heutiger Medien können nicht alle folgen. Die Kluft zwischen jenen, die kritisch die Quelle von publiziertem Content hinterfragen und Wert auf qualitativ hochwertige und überprüfbare Information legen, und jenen, die kritiklos aus Wikipedia oder Diskussionsforen ihr Wissen beziehen, wird immer größer.

Nicht zuletzt die steigende Bereitschaft, für hochwertiges Wissen zu bezahlen, vergrößert den Abstand innerhalb der Millennials. Wer über die Mittel verfügt, kostenpflichtige Newsangebote zu konsumieren oder Fachartikel in geschlossenen Datenbanken abzurufen, hat einen klaren Vorteil gegenüber jenen, die auf kostenlose Angebote zurückgreifen müssen.

Gerade im Bereich der Medizin klafft der Spalt zwischen dem Halbwissen aus Foren und Blogs über Erkrankungen, Symptome und Behandlungsmethoden und hochwertigem, aber kostenpflichtigem Wissen weit auseinander. Die Leichtigkeit, mit der Wissen erlangt werden kann, führt oft zum

Nutzung PC und Smartphone der 14- bis 18-Jährigen



Quelle: JIM 2012 - JIM 2016, Angaben in Prozent, n = 1.200

unkontrollierten Konsum von Falschmeldungen, Fake News ohne nachweisbare Provenienz.

Das Jahrtausendealte Paradigma von monopolistischer Meinungsbildung und Informationsverteilung durch Verlage hat heute sein Ende gefunden. Was gestern noch völlig befremdlich erschienen wäre, ist für die gerade erwachsen Werdenen selbstverständlich: Wissen wird nicht widerspruchslos rezipiert, sondern gründlich hinterfragt und den eigenen Lebenseinstellungen angepasst.

Ein Indikator dafür ist die Nutzung des Fernsehens. Einst ein Statussymbol, ist es für heutige Jugendliche ein behördengleicher Diktator, der vorschreiben will, was wir uns zu welchen Uhrzeiten ansehen müssen. Erinnern wir uns an das vorgeschriebene Lachen der Sitcoms der 90er Jahre, wo uns sogar der Humor diktiert wurde. Das widerspricht diametral dem freigeistlichen Denken der Millennials, die überall mitreden wollen, kritisch konsumieren möchten, wann und wo sie wollen.

Ein Fünftel der Streams des Streaminganbieters Netflix wird auf der Toilette konsumiert, der Großteil während der Arbeitszeit auf Firmencomputern. Das ergab eine interne Studie des Medienkonzerns über das Streamingverhalten seiner Kunden. Während die Nachkriegsgeneration sich dem Diktat des Fernsehprogramms widerspruchslos ergibt, entscheidet sich die junge Generation völlig frei, was sie zu jeder Tageszeit, an welchem Ort auch immer, auf ihren Mobiles, Tablets, PCs,

Breitbandfernsehern oder gar am Bildschirm des gehackten Bordcomputers ihrer Autos auf der Autobahn konsumieren möchten.

Bildung, Unterhaltung, Kommunikation, all das ist für die Digital Natives ein einziges Geflecht geworden. Jedes mediale Angebot – News, E-Books, Musik, Film, Spiele – bietet Möglichkeiten zum Austausch mit anderen Usern. Überall wurden Foren installiert, Chat-Funktionen, Möglichkeiten der Vernetzung und der Kommunikation. Online-Spiele sind heute nicht nur oft kostenlos und frei zugänglich, sie bieten auch umfassende Möglichkeiten, andere Spieler kennenzulernen, sich mit ihnen zu vernetzen und auszutauschen.

Während Bildung für viele Generationen das Rezitieren von Aristoteles und Goethe bedeutete, so ist heute das Verständnis der Zusammenhänge einzelner Kommunikationskanäle wesentlich wichtiger geworden. Das Statische ist dem absolut Fluktuierenden gewichen. Qualifikation ist nicht das Wissen über Texte längst Verstorbener, sondern die dynamische Kompetenz, mit einem rasenden Wechsel von Computerprogrammen, Dialekten und Beziehungsnetzwerken umgehen zu können.

Immer und überall

Kommunikation, Medienkonsum und Bildung verschwimmen immer mehr zu einem kontinuierlichen und vor allem allgegenwärtigen Konstrukt. So ähnlich wie die Generation X

irgendwann begriff, dass es überall und immer Lebensmittel geben wird, dass also der Hunger der Kriegs- und Nachkriegsgeneration vorbei ist, hat die Generation Y unbewusst verinnerlicht, dass der Hunger nach Wissen und Kommunikation ein Ende hat. Die Möglichkeit, sich zu bilden, ist allgegenwärtig. Ob sie auch adäquat genutzt wird, ist eine andere Frage.

Mehr als vier Fünftel der Gen Y benutzen das Mobiltelefon mehrmals täglich. Unter den Jugendlichen sind es bereits 92 Prozent, die täglich das Handy verwenden (JIM-Studie 2016). Als Hauptargument wird bei Umfragen das Handy als Informationsquelle angegeben. Fragt man jedoch detaillierter nach, so tauchen wieder Kommunikationskanäle als Hauptanwendungen auf: Nach YouTube (63 Prozent) kommen schon WhatsApp, Facebook und Instagram. Erst an fünfter Stelle taucht Google bei 15 Prozent der Befragten auf, gefolgt wieder von Snapchat. Lieblings-Apps der Millennials sind der Instant-Messenger, WhatsApp und Snapchat, also ausschließlich Kommunikationsmittel.

Die Schattenseite der immerwährenden Verfügbarkeit von Kommunikationsmitteln ist die Hemmungslosigkeit. Wer unkontrolliert und unreflektiert kommunizieren kann, ist leicht in der Versuchung, dies auch zu tun. Shitstorms und wütende Posting-Duelle anonym bleibender User in den Foren der Tageszeitungen zeugen davon.

Digital Natives ohne Computer?

Beim Blick auf die Nutzung stationärer Computer oder Laptops zeigt sich allerdings, dass der Begriff der Digital Natives einen falschen Eindruck erzeugt. Ältere Generationen empfinden den PC als Wissensspeicher und Arbeitsmittel, ein logischer Nachfolger der Schreibmaschine. Digital Natives wurden hingegen ohne PC groß, sie lernten, dass alles Wissen dieser Welt in einem Mobiltelefon versteckt ist. Auch ist die Besitzrate von PCs oder Notebooks über die Jahre bei den Millennials sinkend. Besaßen 2012 noch vier von fünf Jugendlichen einen PC, sind es heute nur mehr drei Viertel (JIM-Studien 2012 und 2016).

Auch klassische Medien verlieren massiv an Bedeutung für die digitale Generation: Fernsehen wird nur mehr zu 45 Prozent regelmäßig konsumiert, Bücher werden nur mehr zu 38 Prozent mindestens einmal pro Woche zur Hand genommen. Letzteres ist insofern bemerkenswert, da sich ein hoher Anteil der Schüler- und Studenten in der Befragungsgruppe befindet, die für ihre Ausbildung eigentlich zum Buch greifen müssten. Ebenso bemerkenswert ist, dass Digital Natives auf das E-Book verzichten: Wenn Bücher gelesen werden, dann gedruckte. Wenn E-Books gelesen werden, eher ausnahmsweise im Urlaub.

Die Generation der heute 17- bis 32-Jährigen zeigt bei ihrer Mediennutzung einige frappante Unterschiede zu den vor-

angegangenen Altersgruppen. Sie haben ihre Kommunikation zu einem Gutteil digitalen Geräten anvertraut, interessieren sich aber darüber hinaus kaum für die Technik dahinter. Sie empfinden Information als permanent und überall verfügbar und sind daran gewöhnt, dass sie hauptsächlich kostenfrei konsumiert werden kann. Gleichzeitig ist diese Generation mit einer Skepsis vor allem den herkömmlichen Medien gegenüber groß geworden. Das inhaltliche und moralische Diktat von TV und Zeitung ist einem Skeptizismus gegenüber Publizierten gewichen.

Es gibt keine Berührungsängste gegenüber neuen Erfindungen und Technologien. Was auf den Markt kommt, wird ohne Scheu erlernt und konsumiert.

Selbstverständlich hat diese gerade erwachsen werdende Generation ihre eigene Jugendsprache. Zwischen Smileys, LOLs und cu hat sich – wie bei jeder anderen Generation zuvor – ein eigener Dialekt gebildet. Bemerkenswert ist, dass das Vokabular dieses Dialekts mehr Beständigkeit hat als die Programme, mit denen dieses ausgetauscht wird.

Insofern sind es doch Digital Natives, in dem Sinne, dass diese Menschen mit Digitalem groß geworden sind und es als etwas Selbstverständliches betrachten.



Foto © Nathalie B. Bauer

Elmar Weixlbaumer ist Verleger, Sachbuchautor und Experte für Medien. Er ist CEO des Goldegg-Verlags in Wien und Berlin sowie Vortragender an Fachhochschulen und anderen Bildungsinstituten zu den Themen »Medien und Bildung«.

Jugendstudie »Gen Y als Herausforderung für das Gesundheitswesen«

Petra Schiesser

Gesundheitskompetenz: Knapp zwei Drittel der Gen Y stufen ihr theoretisches Wissen über eine gesunde Lebensweise als relativ gut ein. Ihren persönlichen Lebensstil beurteilt die Gen Y aber eher kritisch – nur jeder Zehnte stuft den persönlichen Lebensstil als gesund ein. Diese Generation betreibt überraschend wenig Sport (zwei bis drei Stunden pro Woche) und zeigt sich mäßig motiviert bezüglich gesundheitsfördernder Maßnahmen.

- ➔ **Medizinische Versorgung/Patientenrechte:** Die Mehrheit (mehr als 70 Prozent) ist mit der medizinischen Versorgung zufrieden, Befragte, die einen Allgemeinmediziner haben, zeigen sich zufriedener. 80 Prozent haben einen persönlichen Allgemeinmediziner. Ein Defizit herrscht bei jedem Zweiten beim Wissen über Patientenrechte.
- ➔ **Prioritäten bei Arztkontakt:** Ärzte stellen gefolgt vom Internet die wichtigste Quelle bei Gesundheitsfragen dar. Gewünscht werden vom Arzt von neun von zehn Befragten vor allem Soft Skills (Zuhören, ausführliches Erklären, Zeit, Kommunikation auf Augenhöhe). Zeit wird insgesamt als kritischer Faktor gewertet. In Arztpraxen wünscht man sich kurze Wartezeiten und angenehme Atmosphäre. Beim Arztgespräch bringt sich die Mehrheit aktiv ein. Zwei von drei jungen Patienten bringen selbst recherchierte Informationen in die Praxis mit. Die junge Zielgruppe zeigt sich überwiegend adhärent. Für immerhin 50 Prozent sind Internet-Bewertungen für die Wahl von Ärzten oder medizinischen Einrichtungen wichtig.
- ➔ **Informationsquellen bei Gesundheitsthemen:** Besonders wichtig im Netz sind für die Zielgruppe behördliche und unabhängige Websites. Fitness-Apps und Tracker sind beliebter als Gesundheits-Apps (»Quantify yourself«), Social Media wird im Gesundheitsbereich aber eher passiv genutzt.

- ➔ **Soziales Ungleichgewicht:** Health Literacy ist vor allem eine Frage von Bildung und Einkommen. Die Studie weist einmal mehr auf soziales Ungleichgewicht hin. Personen mit niedrigerem Bildungsstand haben nicht nur eine geringere (wahrgenommene) persönliche Gesundheitskompetenz, sie neigen auch eher zu passivem Verhalten bei Arztgesprächen und sind insgesamt schlechter über Patientenrechte informiert.

Sieben Denkanstöße des Janssen Forums

1. Die Schule muss bei der Förderung der Gesundheitskompetenz einspringen

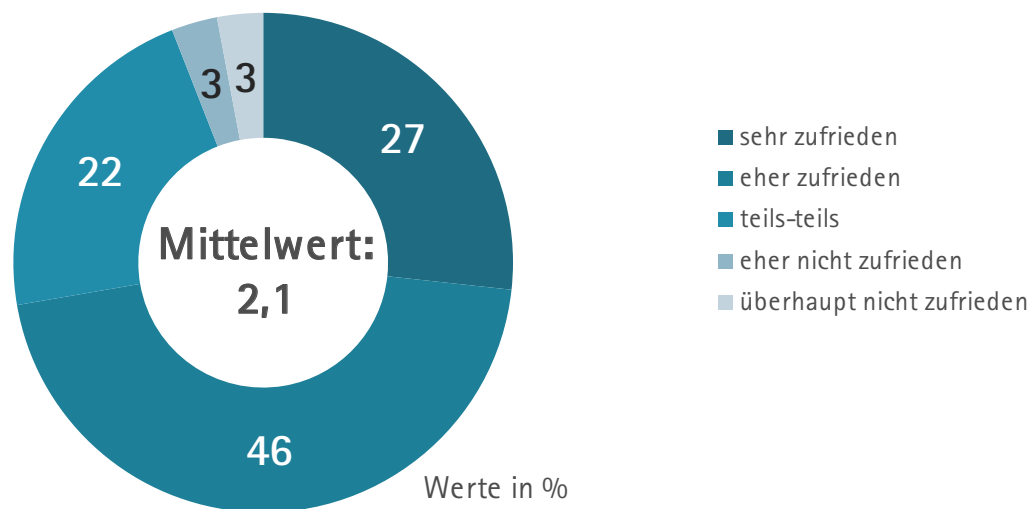
In Österreich herrscht bei der Gesundheitskompetenz (»Health Literacy«) Nachholbedarf, sie sinkt tendenziell. Das betrifft auch junge Patienten: Die generationsübergreifende Weitergabe von Gesundheitswissen in den Familien hat abgenommen, in der Schule findet das Thema »Gesundheit« kaum Platz. Aus Sicht des Janssen Forums müssen die Bildungseinrichtungen, Schulen, aber bereits auch Kindergärten, bei der Vermittlung von Gesundheitswissen und in ihrer Vorbildfunktion eine wesentlich größere Rolle spielen. School Nurses könnten einen Teil der Beratung und Bewusstseinsbildung übernehmen.

2. Psychische Gesundheit muss bereits bei den zehn- bis 14-Jährigen adressiert werden

Von den zehn Rahmen-Gesundheitszielen in Österreich zielt nur eines auf psychische Gesundheit ab, obwohl Depression mittlerweile auch in Österreich zu den verbreitetsten Krankheiten zählt und die Krankheitslast entsprechend hoch ist. Die Gruppe der 10- bis 14-Jährigen muss hier aus Sicht des Janssen Forums dringend in den Fokus aufgrund der langen Latenzzeit bei psychischen Krankheiten rücken. Auch bei diesem Thema wäre die Schule eine wichtige Schnittstelle. Die Praxis

Gesamtzufriedenheit mit der bisherigen medizinischen Versorgung in Österreich

Die Mehrheit der 16- bis 29-jährigen ist mit der bisherigen medizinischen Versorgung zufrieden. Rund jeder Fünfte ist indifferent. Nur wenige zeigen sich dezidiert unzufrieden.



Quelle: INTEGRAL-Onlinebefragung, rep. Österreich 16 bis 29 Jahre, n=500, 5.528 Jugendstudie – Janssen Forum 2017, Nov./Dez. 2016.
Fragestellung: »Denken Sie bitte an Ihre bisherigen Erfahrungen mit Ärzten, medizinischen Einrichtungen und Behandlungen zurück. Wie zufrieden sind Sie alles in allem mit der medizinischen Versorgung, die Sie bisher in Österreich erhalten haben?«

zeigt zudem, dass junge Patienten sich therapeutischer Betreuung gegenüber durchaus aufgeschlossen zeigen, Familien diese aber oftmals nicht finanzieren können. Therapien für junge Patienten müssen daher finanziell besonders unterstützt werden.

3. Jungen Patienten müssen in der richtigen Sprache und über Peers angesprochen und in Entscheidungen eingebunden werden

Um junge Patienten effektiv zu erreichen, muss der niederschwellige Zugang zu validierten Informationen erleichtert werden. Information muss attraktiv sein und in der Sprache und in den Kanälen der Zielgruppe erfolgen. Bei der Entwicklung von Kommunikationsstrategien und Maßnahmen sowie deren Umsetzung sollten die jungen Zielgruppen über Peers aktiv mitwirken, da Vertrauen für effektive Kommunikation wichtig ist. Bei Entscheidungen über künftige Entwicklungen im Gesundheitsbereich sollte die Gen Y aktiv eingebunden werden.

4. Allgemeinmediziner muss kompetenter/glaubwürdiger Partner bleiben

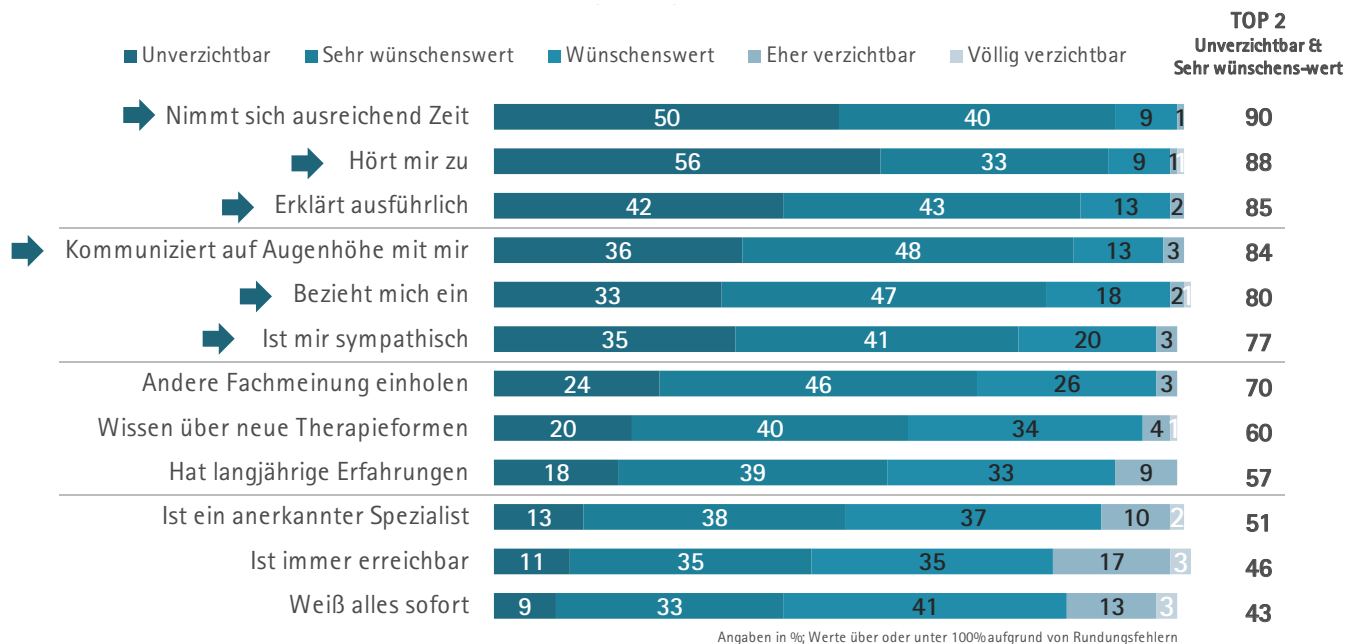
Auch im Internet-Zeitalter behalten Bindung und Sicherheit ihre zutiefst wichtige Rolle für den Menschen. Dementsprechend ist für die Gen Y der Hausarzt immer noch erster Ansprechpartner bei Gesundheitsfragen, von dem junge Patienten vor allem Zeit und Soft Skills im Bereich »Kommunikation« erwarten. Nachdem tradiertes Wissen zunehmend an Bedeutung verliert und die Fülle der Informationen bei der Gen Y häufig eher zu Unsicherheit führt, braucht es eine kompetente persönliche ärztliche Anlaufstelle.

5. Arbeitgeber im Gesundheitswesen müssen Anreizsysteme anpassen

Aus Sicht der Experten des Janssen Forums müssen sich die Arbeitgeber des Gesundheitswesens speziell auf die Arbeitnehmer der Gen Y einstellen und neue Anreizmodelle schaffen. Die Erwartung an Job und Arbeit hat sich verändert, Arbeit muss Sinn stiftend sein. Für Gen Y-Mitarbeiter sind Mitgestaltung,

Wichtige Eigenschaften eines Arztes

Gewünscht sind vor allem **Soft Skills**. Universal- bzw. Spezialwissen oder ständige Erreichbarkeit haben einen deutlich geringeren Stellenwert.



Quelle: INTEGRAL-Onlinebefragung, rep. Österreich 16 bis 29 Jahre, n=500, 5.528 Jugendstudie – Janssen Forum 2017, Nov./Dez. 2016.
Fragestellung: »Sie sehen hier nun einige Eigenschaften, die sich Patienten von einem Arzt wünschen könnten. Wie wichtig ist die jeweilige Eigenschaft für Sie persönlich?«

Work-Life-Balance, Zusatzausbildungen und »Lob/Applaus« tendenziell höhere Motivatoren als Karrierestruktur, Führungspositionen und Gehaltsentwicklung.

6. Arbeitgeber im Gesundheitswesen müssen Führungsverhalten verändern

Gen Y-Mitarbeiter begegnen Führungskräften – auch auf wesentlich höheren Hierarchieebenen – viel eher auf Augenhöhe als früher. Autorität entsteht heute kraft Argumenten und nicht länger kraft der Position. Dies entspricht auch den veränderten Anforderungen an Mitarbeiter, von denen heute mehr Selbstsicherheit, Eigenverantwortlichkeit und Kreativität gefordert wird als von früheren Mitarbeitergenerationen. Das Führungsverhalten muss sich auch im Gesundheitsbereich entsprechend verändern und anpassen. Neue Peer-to-Peer-Modelle können auch am Arbeitsplatz bei Personalauswahl, -ausbildung und -training zielführend sein.

7. Sinkende Leistungsbereitschaft muss für zukünftige Entwicklungen mitbedacht werden

Da es keine »De-facto-Arbeitsplatzsicherheit« mehr gibt, sind Leistungsbereitschaft und Loyalität im Vergleich zu den Vorgenerationen bei Jungmedizinerinnen und -pflegekräften gesunken. Befristete Arbeitsverträge, Personalleasing oder die geforderte hohe Flexibilität verändern auch die Grundeinstellung gegenüber dem Arbeitgeber. In etwa einem Jahrzehnt droht ein Pensionsschub bei Pflegekräften, der für das Gesundheitssystem eine Herausforderung darstellen wird. Die Gesundheitseinrichtungen müssen sich auf die geänderte Leistungsbereitschaft einstellen, um eine langfristig flächendeckende Gesundheitsversorgung zu sichern.

Die Generation Y im österreichischen Gesundheitssystem

Erkenntnisse der Janssen Forum Studie im Vergleich zur älteren Generation

Petra Schiesser

In einer repräsentativen Studie für das Janssen-Forum befragte das Marktforschungsinstitut INTEGRAL Ende 2016 500 16- bis 29-Jährige. Die Studie zeigt auf, dass die junge Generation¹ in vielen Aspekten nicht wesentlich anders tickt als die ältere. Das gilt etwa für das Informationsverhalten bei Gesundheitsfragen oder Anforderungen an Ärzte.

Die junge Generation² ist mehrheitlich mit der medizinischen Versorgung in Österreich zufrieden. Ausgehend von den bisherigen Erfahrungen vergeben rund drei Viertel die Note »Sehr gut« oder »Gut« (27 Prozent sehr zufrieden, 46 Prozent eher zufrieden). Rund jeder Fünfte ist allerdings indifferent (22 Prozent). Aber nur wenige zeigen sich dezidiert unzufrieden (je drei Prozent »Eher nicht«/»Überhaupt nicht zufrieden«). Insgesamt ergibt sich eine Schulnote von 2,1. In einer für das Janssen Forum 2014 durchgeführten Studie³ zeigt sich ein vergleichbares Bild für die Gesamtbevölkerung bzw. die Altersgruppe der über 30-Jährigen. Auch hier wurde die Gesundheitsversorgung mit einem »Gut« bewertet.

Das Internet als fixe, aber nicht wichtigste Informationsquelle in Gesundheitsfragen

Das Internet ist eine fixe Informationsquelle für die 16- bis 29-Jährigen. Dies gilt auch im Zusammenhang mit gesundheitlichen Fragen. Dennoch gibt es keinen Hinweis auf eine

abnehmende Relevanz der medizinischen Profis. Ärzte rangieren an erster Stelle: Zwei Drittel (67 Prozent) würden sich bei gesundheitlichen Fragen »sicher« an einen Arzt wenden, weitere 29 Prozent »eventuell«. Das Internet folgt an zweiter Stelle (59 Prozent »sicher«, 33 Prozent »eventuell«) gefolgt von Familie/Freunden (57 Prozent bzw. 34 Prozent). Ein neuerlicher Blick auf die frühere Studie zeigt ein interessantes Bild: Während bei der Gesamtbevölkerung und den über 30-Jährigen das Internet ebenfalls an zweiter Stelle hinter den Ärzten lag, rangierte es bei den unter 30-Jährigen klar auf Platz eins vor den Ärzten. Somit hat das Internet bei der jungen Generation bei gesundheitlichen Fragen gegenüber 2013/14 etwas an Relevanz eingebüßt. Eine Folge der kritischen Berichterstattung über die Seriosität von Inhalten im Netz?

»Quantify Yourself« & Social Media

Geräte oder Apps zur Selbstmessung sind bei den 16- bis 29-Jährigen beliebt, werden aber längst nicht von allen

- 1 Eine verbindliche Definition der sog. Generation Y oder Generation Why gibt es nicht. Zumeist ist hier die Gruppe der Geburtsjahrgänge 1980 bis 1999 gemeint, eine recht weitgefaste Altersgruppe. In der aktuellen Janssen Jugendstudie wurde die Altersgruppe daher auf die 16- bis 29-jährigen eingeschränkt – d.h. auf ein jüngeres Alterssegment fokussiert.
- 2 Quelle: INTEGRAL Befragung für das Janssen Forum; Repräsentativbefragung für die österreichische 16- bis 29-jährige Bevölkerung; Befragungszeitraum: 24.11. bis 5.12. 2016, Methode: Online
- 3 Quelle: INTEGRAL Befragung für das Janssen Forum; Repräsentativbefragung für die österreichische Bevölkerung 14 Jahre oder älter; Befragungszeitraum: 19.11. bis 14.1.2014, Methode: Telefonisch & Online

verwendet: Knapp sechs von zehn Personen (57 Prozent) haben in den vergangenen zwölf Monaten zumindest eine App oder ein Gadget zum Fitness- oder Gesundheitsmonitoring genutzt. Fitness-Apps sind am beliebtesten (47 Prozent), Gesundheits-Apps (18 Prozent) und Fitness-Tracker-Armbänder folgen mit klarem Abstand (16 Prozent). Knapp jeder Achte (13 Prozent) hat eine Smartwatch verwendet.

Bei Social Media zeigen sich die 16- bis 29-Jährigen zurückhaltender. Rund zwei Fünftel (44 Prozent) haben in den vergangenen zwölf Monaten Social-Media-Angebote im Zusammenhang mit gesundheitlichen Themen oder Fragen genutzt. Hier ist es aber vor allem die passive Nutzung – also das Lesen – von Social-Media-Einträgen, Foren oder Blogs (39 Prozent). Die aktive Nutzung fällt deutlich geringer aus: Nicht einmal jeder Siebente (15 Prozent) hat im vergangenen Jahr einen Arzt oder eine medizinische Einrichtung im Internet bewertet. Noch geringer ist die Teilnehmerate für Diskussionsrunden oder Gesundheitsforen (elf Prozent). Aktuelle

Vergleichszahlen zur Altersgruppe 30+ liegen leider nicht vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass bei der älteren Generation die Nutzung von Social Media in Gesundheitsbelangen deutlich geringer ausfällt.

Von Ärzten wünscht man sich Soft Skills

Die 16- bis 29-Jährige wünschen sich von Ärzten vor allem Soft Skills. Am größten ist der Wunsch, dass sich der Arzt ausreichend Zeit für sie nimmt (90 Prozent »unverzichtbar« oder »wünschenswert«), ihnen zuhört (88 Prozent), ausführlich erklärt (85 Prozent) und mit ihnen auf Augenhöhe kommuniziert (84 Prozent). Universal- bzw. Spezialwissen (43 bzw. 51 Prozent) oder ständige Erreichbarkeit (46 Prozent) haben einen deutlich geringeren Stellenwert. Hier bestätigen sich erneut Ergebnisse der Janssen Forum-Studie 2013/14. Auch damals war der Wunsch nach Soft Skills am größten. Erreichbarkeit, anerkanntes Spezialistentum und langjährige Erfahrungen gewinnen jedoch mit steigendem Alter an Bedeutung.

Zwischen Angebot und Nachfrage: Wie gestalten Unternehmen ein Arbeitsumfeld, in dem die Genera- tion Y ihr Bestes gibt?

Isabelle Kürschner

»Wenn du morgens der Erste bist und abends der Letzte, und wenn du weniger Urlaubstage nimmst und niemals einen Krankheitstag, dann wirst du mehr Erfolg haben als Leute, die das tun. Es ist ganz einfach.« Wer diesen Karrieretipp des ehemaligen New Yorker Bürgermeisters Michael Bloomberg beherzigte, konnte es sicherlich einmal weit bringen. Doch bei den College-Absolventen, die er damit aufs Berufsleben einstimmen wollte, fielen seine Worte auf wenig fruchtbaren Boden und Bloomberg handelte sich viel Spott und Häme ein.

Was erwartet die Generation Y von einem Arbeitgeber?

Deckt er sich doch so gar nicht mit den Vorstellungen, die junge Menschen heute ihrerseits an Arbeitgeber herantragen. Denn das Hintanstellen eigener Bedürfnisse gehört nicht zu den Dingen, die die zwischen 1980 und 1995 Geborenen, die heute unter Oberbegriffen wie Millennials, Digital Natives oder eben Generation Y zusammengefasst werden und die bis 2020 etwa die Hälfte der Arbeitnehmer ausmachen werden, bereit sind, im Arbeitsleben einzubringen. Vielmehr steht das Verlangen nach einem ausgewogenen Verhältnis von Privat- und Berufsleben an der Spitze der Wunschliste weit vor dem Wunsch nach beruflichem Erfolg und Karriere.

Eine aktuelle Studie des *Kienbaum Instituts @ ISM für Leadership & Transformation*¹ zeigt: Für 81 Prozent der Hochschulabsolventen stehen Familie und Freunde an erster Stelle, während Erfolg und Karriere erst mit großem Abstand auf Platz zwei mit 54 Prozent folgen. Konkret heißt das: Junge Menschen wünschen sich vom Arbeitgeber Flexibilität, besonders im Hinblick auf Arbeitszeit und Arbeitsort. Die Arbeit

soll sich ins Leben integrieren, und nicht umgekehrt. Doch während die jungen Berufstätigen Flexibilität einfordern, sind sie selbst weniger als ihre Vorgängergenerationen bereit, diese auch einzubringen. Für den Job quer durchs Land ziehen? Fehlanzeige. Die Nähe zum eigenen Wohnort ist vielmehr ein entscheidender Faktor bei der Wahl des Arbeitgebers. Auch Entdecker- oder Pioniergeist scheinen nicht besonders ausgeprägt, präferieren doch die meisten Millennials den in ihren Augen sicheren Großkonzern gegenüber einem Mittelständler oder Start-up. Überhaupt ist der Mut, den die junge Generation an den Tag legt, gering ausgeprägt. Nur knapp drei Prozent der Befragten nannten ihn als Wert, der ihnen für ihr Berufsleben wichtig ist. Sicherheit hingegen spielt eine große Rolle – die dauerhafte Anstellung innerhalb eines Unternehmens gilt als eines der wichtigsten Ziele für den Karriereweg. Im Gegensatz dazu sind Selbstbestimmung und Unabhängigkeit weniger wichtig.

Offensichtlich will die junge Generation die Vorzüge der neuen Arbeitswelt – wie flexible Arbeitszeiten und -orte – gerne in Anspruch nehmen, ist gleichzeitig aber kaum bereit,

¹ Kienbaum-Absolventenstudie Report 2017: »Arbeitest du noch oder lebst du schon? Noch einmal unter die Lupe genommen: Die Karriereorientierung der Generation Y«, URL: www.kienbauminstitut-ism.de/fileadmin/user_data/KIILT_2017_Absolventenstudie_Report_2017.pdf (zuletzt zugegriffen am 31.3.2017)

die dadurch entstehenden Freiräume mit Eigenverantwortung auszufüllen und dafür auch eine gewisse Unsicherheit in Kauf zu nehmen. Doch der Haken daran ist: Das eine wird ohne das andere nicht funktionieren.

Was bieten Arbeitgeber der Generation Y?

Die Generation Y ist am Arbeitsmarkt gefragt und das weiß sie auch. Der demografische Wandel, die rasante Digitalisierung und die niedrige Arbeitslosenquote kehren die Verhältnisse um: Aus Bewerbern werden gesuchte Talente, deren Vorstellungen von den Unternehmen berücksichtigt werden müssen, wollen sie weiterhin die Besten finden und an sich binden. Denn während die Generation Y ihrerseits Sicherheit und Beständigkeit vom Arbeitgeber erwartet, ist sie selbst durchaus bereit, sich einen neuen Job zu suchen, wenn die Rahmenbedingungen nicht den eigenen Vorstellungen entsprechen. Das wiederum stellt Unternehmen vor die Herausforderung, den begehrten Fachkräften ein ansprechendes Arbeitsumfeld zu bieten, das nicht nur neue Mitarbeiter anzieht, sondern sie auch dauerhaft motiviert und bindet. Für die Personalmanager der Gegenwart stellen sich mehr denn je die Fragen: Womit erreichen wir die nächste Generation? Welche Ziele, Motive und Ansprüche kennzeichnen die nachrückenden Mitarbeiter und künftigen Führungskräfte?

Unternehmen müssen heute radikal umdenken, wie sie ihre Arbeitsbedingungen gestalten. Nicht »Wie kann ich das Beste aus meinen Beschäftigten herausholen?«, sondern vielmehr »Wie kann ich eine Umgebung schaffen, in der meine Beschäftigten ihr Bestes geben (wollen)?«, lautet die Frage, die sich Arbeitgeber heute stellen müssen.

Die eine Antwort darauf gibt es freilich nicht, denn wie alle Generationen sind auch die Ypsiloner keine homogene Alterskohorte. Sie lassen sich segmentieren und differenzieren und müssen als Zielgruppe werte-, ziel- und lebensstilorientiert adressiert werden – eine Herausforderung für das Employer Branding. Es gilt, eine Arbeits- und Unternehmenskultur zu schaffen, in der sich die Mitarbeiter an den Arbeitgeber gebunden fühlen und mit ihren Aufgaben identifizieren. Dazu gehören Investitionen in die Fortbildung der Beschäftigten sowie das Schaffen der Möglichkeit, das eigene Können und Wissen direkt im Rahmen der beruflichen Tätigkeit weiterzuentwickeln. Gleichzeitig kann dem Wunsch nach kollegialer Arbeitsatmosphäre und Work-Life-Integration durch betriebliche Veranstaltungen, Sportprogramme und persönlichkeitsbildende Maßnahmen (wie z.B. Training und/oder Coaching) Rechnung getragen werden. Abgerundet wird das Ganze schließlich durch die Erfüllung von Bedürfnissen nach einer ganzheitlichen Lebensstilintegration, nach Sicherheit und Beständigkeit durch Angebote zur Kinder- und Familienangehörigenbetreuung, durch betriebliche Alters- und Gesundheitsvorsorge – ein bunter Strauß von Fürsorge- und

Wohlfühlmaßnahmen, die heute schon von vielen Unternehmen angeboten und von Beschäftigten (aller Generationen) gut angenommen werden.

Doch sollten sich Arbeitgeber nicht der Vorstellung »viel hilft viel« hingeben und ihre Mitarbeiter nach dem Gießkannenprinzip mit Wohltätigkeiten überhäufen. Vielmehr müssen sich Unternehmen Gedanken machen, welche Bedürfnisse in ihrer Belegschaft tatsächlich vorhanden sind und welche Bestandteile ihres Angebots sie hervorheben und ausbauen möchten.



Dr. Isabelle Kürschner ist Politikwissenschaftlerin und als Auditorin für Beruf und Familie sowie als Beraterin für Mitgliedsunternehmen des amerikanischen Think Tanks Catalyst tätig. Die Fulbright-Stipendiatin verfügt durch ihre praktischen Erfahrungen direkt in Unternehmen sowie ihre Tätigkeit als Referentin für Arbeit und Soziales, Frauen- und Familienpolitik und als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre der Technischen Universität München sowohl auf Arbeitgeber- als auch auf Arbeitnehmerseite über eine tiefe Kenntnis der Materie.



Die Patientenrechte im Überblick

Gerald Bachinger

Die Patientenrechte sind in der Europäischen Union sehr unterschiedlich geregelt. Diese Unterschiede sind damit begründet, dass die Angelegenheiten des Gesundheitswesens nach wie vor (trotz vieler Integrationsbemühungen) alleine in die nationale Gesetzgebungszuständigkeit der Einzelstaaten fallen. Es sind nur wenige Initiativen gestartet worden (die alle noch kein zufriedenstellendes Ergebnis gebracht haben), um die Patientenrechte auf europäischem Niveau auf einheitliche Mindeststandards zu bringen. Einheitliche Mindeststandards, die allerdings für die Einzelstaaten nicht verbindlich sind und auch nicht in der nationalen Gesetzgebung umgesetzt werden müssen, finden sich in Dokumenten des Europarates und der WHO.

Die Ausgangssituation der Patienten

Patient zu sein ist immer eine Ausnahmesituation im Leben. Es bedeutet, von der Aufmerksamkeit, vom Wissen, vom Verhalten und von den Mitteln der Ärzte und weiterer Helfer abhängig zu sein. Die Menschen in

Gesundheitsberufen brauchen aber umgekehrt das Vertrauen, die Informationen und Mitarbeit ihrer Patienten. Eine vertrauensvolle Beziehung zwischen Patient und Arzt ist das Ziel der Patientenrechte. Sie regeln für alle Patienten, medizinischen, therapeutischen und pflegerischen Berufe den

für eine wirksame und sichere Hilfe notwendigen Umgang miteinander.

Alle Patienten müssen sich darauf verlassen können, dass bei jeder medizinisch notwendigen Maßnahme an Körper, Geist und an Seele der eigene Wille entscheidend ist und dass die Würde in jeder Situation bewahrt bleibt. Viele Menschen sehen sich aber als Patient ihren Helfern gegenüber in einer schwächeren Position. Mit den Patientenrechten wird konsequent eingefordert und verfolgt, dass jeder Patient in seiner Behandlung und Pflege als gleichwertiger Partner in seinem Heil- und Pflegeprozess anzusehen ist.

Besonders die Vorstellung, einmal Patient zu werden, soll keine angsterregende Aussicht sein. Die Patientenrechte müssen mit Wort und Tat erfüllt werden und in der täglichen Praxis der Gesundheitsberufe umgesetzt werden.

Die wichtigsten Patientenrechte

Wahrung der Menschenwürde

- Diskriminierungsverbote
- Schutz der Persönlichkeitsrechte und der Privatsphäre
- Ermöglichung einer religiösen Betreuung
- Geheimhaltung, Verschwiegenheitspflicht, Datenschutz
- Ermöglichung von Kontakten mit der Außenwelt und Besuchen
- Sterben in Würde
- Besonderer Schutz bei der Durchführung von klinischer Forschung

Rechte auf Behandlung und Pflege

- Angemessene Leistungen auf dem Gebiet des Gesundheitswesens ohne Unterschied von Alter, Geschlecht, Herkunft, Vermögen, Religionsbekenntnis, Art und Ursache der Behandlung
- Behandlung entsprechend des aktuellen Stands der jeweiligen (etwa medizinisch-pflegerischen) Wissenschaft
- Sicherstellung der notwendigen Versorgung mit Arzneimitteln und Medizinprodukten
- Bestmögliche Schmerztherapie
- Sterben in Würde
- Qualitätskontrolle der Gesundheitsleistungen und Qualitätssicherungsmaßnahmen entsprechend des aktuellen Stands der medizinischen Wissenschaft

Selbstbestimmung

- Zustimmungs- und Ablehnungsrechte von medizinischen Behandlungen
- Regelungen für Organentnahmen
- Patientenverfügungen
- Bestellung von Vertretern (Bevollmächtigten) in

Hinblick auf Zustimmung und Ablehnung von medizinischen Behandlungen

- Regelungen über freiheitsentziehende Maßnahmen, die bei willensunfähigen Patienten zu deren Wohl unabdingbar sind
- Regelungen über Zwangsmaßnahmen bei Auftreten von die Bevölkerung gefährdenden infektiösen Krankheiten (Epidemien)

Information

Aufklärung und Information über Diagnose und Therapie, Risiken und Folgen von medizinischen Behandlungen
Einsichtnahme in die Dokumentation
Erstellung von Abschriften und Kopien der Dokumentation
Bestellung von Vertrauenspersonen

Vertretung von Patienteninteressen

eigens dazu eingerichtete Einrichtungen (Patientenanwaltschaften/Patientenvertretungen)



Dr. Gerald Bachinger ist niederösterreichischer Patientenanwalt und Sprecher der ARGE Patientenanwälte.

Neuerscheinung

Erwin Gollner, Barbara Szabo, Florian Schnabel,
Barbara Schnitzer, Magdalena Thaller-Schneider (Hg.)

Gesundheitsförderung konkret

Ein forschungsgeleitetes Lehrbuch für die Praxis

Lehrbuchreihe der FH Burgenland – Band 1

ISBN: 978-3-902976-97-0, Softcover, 39,90 Euro

Die Gesundheitsförderung befindet sich mehr als 30 Jahre nach der Ottawa-Charta in einer dynamischen Entwicklung. Dies betrifft sowohl die Forschung als auch die praktische Gesundheitsförderungsarbeit. Immer mehr Berufsgruppen widmen sich dem Thema der Gesundheitsförderung, was es zu einem interdisziplinären und allgegenwärtigen Thema macht. Das Lehrbuch gliedert sich im Sinne einer Verzahnung von Theorie und Praxis in zwei zentrale Abschnitte: Im Abschnitt I werden wesentliche theoretische Grundlagen, die für die Umsetzung von Gesundheitsförderung in der Praxis von besonders hoher Relevanz sind, erläutert. Abschnitt II gewährt einen Einblick in verschiedene Projekte der Gesundheitsförderung in unterschiedlichen Settings. Diese reichen von Praxisprojekten in der kommunalen Gesundheitsförderung über anwendungsorientierte Forschungsprojekte zu den Themen »betriebliche Gesundheitsförderung«, »Gesundheitsförderungsprojekte in Bildungseinrichtungen« bis hin zur Erstellung von Leitfäden und Richtlinien für die praxisorientierte Gesundheitsförderung. Im Sinne eines Theorie-Praxistransfers zeigt dieser zweite Abschnitt auf, in welcher Weise sich die theoretischen Grundlagen, die im ersten Abschnitt erläutert werden, in der Projektarbeit wiederfinden. Diese Verknüpfung verfolgt das Ziel eines aktiven Austausches zwischen Forschung und Praxis und soll damit zu einer Weiterentwicklung der Gesundheitsförderungsarbeit beitragen. Das Lehrbuch richtet sich an einen breiten Kreis von Personen- und Berufsgruppen. Neben Studierenden und Lehrenden unterschiedlicher Fachrichtungen an Fachhochschulen, Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen stellen Praktiker in der Gesundheitsförderung eine weitere wesentliche Zielgruppe dar. Der Leser profitiert von der Aufbereitung zentraler praxis-



relevanter theoretischer Grundlagen der Gesundheitsförderung einerseits und den lessons learned einzelner Gesundheitsförderungsprojekte andererseits. Didaktisch besticht das Lehrbuch durch die Integration von Diskussionsfragen und lernunterstützender Elemente wie z. B. Word Clouds und Mind-Maps.

Die Herausgeber, namentlich Erwin Gollner, Barbara Szabo, Florian Schnabel, Barbara Schnitzer und Magdalena Thaller-Schneider, sind ein interdisziplinäres Forschungsteam der FH Burgenland. Dieses widmet sich seit Jahren dem Thema der Gesundheitsförderung, sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus praktischer Sicht.

Janssen Forum

Das Janssen Forum wurde 2012 gegründet, um gemeinsam mit Experten aus dem Gesundheitswesen Impulse zur stärkeren Zusammenarbeit rund um Patientenbedürfnisse jenseits der arzneimittelgestützten Therapien zu setzen. Dabei geht es um Themen wie Beziehung und Kommunikation zwischen Ärzten, Pflegenden, Patienten und Angehörigen. Mit Umfragen und Studien liefert das Janssen Forum Grundlagen für die öffentliche Diskussion.

Das Janssen Forum trifft sich zweimal im Jahr in Wien sowie jeweils einmal in der Steiermark, Oberösterreich und Kärnten.

Der Janssen Report versteht sich als Organ des Janssen Forums und befasst sich schwerpunktmäßig immer mit dem aktuell diskutierten Thema des Forums.

Bisherige Themen/Aktivitäten

2017

→ E-Health/Telemedizin

Welchen Stellenwert nehmen telemedizinische Lösungen aus Sicht der Ärzte, Patienten und Pflege ein?

2016

→ Gen Y als Herausforderung für das Gesundheitswesen

In der Sozialforschung wird die Altersgruppe der 16- bis 30-Jährigen als »Generation Y« bezeichnet. Eine Umfrage unter der Patientenpopulation der »Generation Y« gab Einblicke in die Bedürfnisse dieser Patientenpopulation.

→ Kommunikation und Kooperation an der Schnittstelle

An Schnitt- oder Nahtstellen treffen unterschiedliche Logiken, Fachsprachen und Denkmuster aufeinander. Wie können die verschiedenen Gruppen und Hierarchien im Gesundheitswesen zum Wohle der Patienten besser kommunizieren? Was braucht es, um Kommunikation an den Nahtstellen zu verbessern? Was bringt eine gelungene Kommunikation den Patienten und anderen Stakeholdern im Gesundheitswesen? Diesen Fragen stellte sich das Janssen Forum 2016. Best Practices fasste das Janssen Forum im gleichnamigen Report zusammen.

→ Studie »Patient Pathways«

Eine Studie mit Ambulanzpatienten (AKH Wien) erhebt, wie die Qualität und die Verlässlichkeit verschiedener Informationsquellen zu Therapien und Therapeutika eingeschätzt werden und welche Faktoren motivierend oder demotivierend für Therapien wirken. Aus den Erkenntnissen sollen konkrete Ideen entwickelt werden, wie in Perioden von Zeit- und Kostendruck dem Informationsbedürfnis von Patienten entsprochen werden kann. Die Ergebnisse sollen 2018 vorliegen.

2015

→ Arzt sein heute

Eine Umfrage und Diskussionsgruppen mit österreichischen Ärzten untersuchten 2015 Herausforderungen und Bedürfnisse in der Arzt-Patienten-Beziehung. Die Erhebung stellte Fragen wie »Wie sehen Österreichs Ärzte selbst ihre Rolle?« »Was ist ihnen wichtig, um ihre Patienten im aktuellen Umfeld bestmöglich betreuen zu können?« oder »Was wünschen sie sich von ihren Patienten?« Ergebnis: Einigkeit herrscht unter Österreichs Ärzten, dass eine gute Arzt-Patienten-Beziehung maßgeblich zum Heilerfolg beiträgt. Dies sehen die befragten Allgemeinmediziner fast ausnahmslos und neun von zehn Fachärzten so.

2014

→ Der Patient im Mittelpunkt

2014 veröffentlichte das Janssen Forum die Umfrage »Der Patient im Mittelpunkt«. In einer Erhebung hatte Integral-Markt- und Meinungsforschung dafür die Einstellung der Österreicher zur Gesundheit repräsentativ nach der Methode der Sinus-Milieus® untersucht und mit eigenen Forschungsergebnissen der vergangenen Jahre verknüpft. Die Sinus-Milieus® gruppieren Menschen nach Werten, Lebensweisen und Alltagswirklichkeiten über soziodemografische Merkmale hinaus. Die Erkenntnisse aus der Umfrage fasste das Janssen Forum im Report »Verstehen wir den Patienten?« zusammen.

2013

→ Der digitale Patient

Die Umfrage »Der digitale Patient« unter rund 900 Österreichern befasste sich mit der Rolle der digitalen Medien in Gesundheitsbelangen und deren Auswirkungen auf die Arzt-Patienten-Beziehung. Wie wirkt sich das »Google-Zeitalter« auf die Arzt-Patienten-Beziehung aus und was folgt aus den potenziellen Veränderungen? Was brauchen Patienten im Online-Zeitalter? Ärzte nützen das Internet im Patientengespräch wenig, zeigen sich aber aufgeschlossen, wenn sich Patienten im Web informieren. Die ärztliche Konsultation bleibt Top-Priorität bei Gesundheitsfragen, zeigte die Untersuchung.