

ТЕКСТ АУДИРОВАНИЯ 9-11 КЛАССЫ (ДЛЯ ЖЮРИ)

I: Bei mir im Studio sitzt nun Frau Afra Behn. Frau Behn ist Trendforscherin. Ihr Institut „Jugendtrend“ berät Firmen in vielen Ländern in Trendfragen. Frau Behn, was empfinden Sie zurzeit als den interessantesten Trend bei Jugendlichen?

B: Ich finde es interessant, wie Jugendliche in vielen Ländern die Technik vermenschlichen. Sie ziehen z.B. ihren Handys Kleidchen an und setzen sie auf kleine Stühle. Viele Jugendliche sind heute so vertraut mit technischen Geräten, dass diese wie ein Teil von ihnen sind. Man sieht junge Leute, die beim Laufen SMS schreiben, ohne auf die Tasten sehen zu müssen.

I: Was müssen Jugendliche tun, um „cool“ zu sein?

B: Alles, was mit digitaler Elektronik zu tun hat, ist cool. Die Kids brennen ihre eigene CDs und DVDs, machen Musik, produzieren Filme mit dem Handy und mailen sie ihren Freunden. Oder sie führen digitale Tagebücher, die sie ins Netz stellen. Die Jungen tauschen ihre Erfahrungen miteinander aus, viel mehr, als wir das als Jugendliche getan haben.

I: Und wie sieht es bei der Mode aus?

B: Was klassisch wirkt, ist cool. Zum Beispiel klassische Sportbekleidung oder Kleidung, wie man sie in den Siebziger- oder Achtzigerjahren getragen hat.

I: Und was ist absolut „uncool“?

B: Das kann man so allgemein gar nicht mehr sagen. Jugendliche müssen sich heute nicht mehr so sehr einer Gruppe unterordnen. Sie können etwas ganz Modernes mit einem Sechziger- oder einem Achtzigerjahre-Teil kombinieren und werden trotzdem von ihrer Gruppe akzeptiert.

I: Gibt es denn überhaupt noch Städte oder Regionen, die den Trend bestimmen?

B: Natürlich ist das, was in den großen Städten läuft immer noch sehr wichtig. Aber die Trends verbreiten sich nicht mehr nur von den großen Zentren aus. Dank des Internets können Trends heute schnell von überall her überall hingelangen.

I: Warum gibt es eigentlich diesen Jugendkult?

B: Jung sein und bleiben war schon immer ein Traum der Menschen. Ältere Menschen interessieren sich heute sehr dafür, was die Jungen tun, welche Sportarten oder welche Modegags sie hervorbringen. 14- bis 30-Jährige sind offen für Neues. Deshalb sind sie für Firmen als Kunden interessant.

I: Ist es nicht lächerlich, wie Ältere heute oft Jugendtrends imitieren?

B: Wieso sollen Ältere nichts Neues mehr ausprobieren? Ich finde, dass alt sein nicht langweilig sein sollte. Gerade in dieser Beziehung hat sich in den letzten Jahrzehnten viel geändert und ich finde das gut.

I: Haben sich die Jugendlichen in den letzten Jahren weltweit verändert?

B: Ja, ganz sicher. Sie sind hervorragend mit der Welt vernetzt. Deshalb hängen heutige Jugendliche weniger von der Meinung ihrer Eltern ab. Sie haben früher eigene Ansichten, die sie mit Altersgenossen austauschen. Gerade in Sachen Technologie sind sie Experten. Sie wissen, welches die besten Produkte sind oder wie man Software installiert. Da sind sie ihren Eltern meist überlegen.

I: In vielen Ländern gibt es immer weniger Jugendliche. Bleiben junge Menschen unter 25 in Zukunft für die Wirtschaft noch ein Faktor?

B: Absolut. In den USA geben Jugendliche derzeit etwa 150 Milliarden Dollar pro Jahr aus. Weltweit sind es 350 Milliarden und der Markt wächst immer noch. Dazu kommt, dass Jugendliche den Konsum ihrer Familien beeinflussen. Welches Auto kaufen wir, welche Kosmetikprodukte, welche Esswaren oder welche Haushaltsgeräte?

I: Frau Behn, wir danken Ihnen für das Gespräch.