

Wiedenester Schulungswoche

17. Februar 2005

© by Veit Claesberg

Die junge Generation verstehen

Trends & Jugendszene

Liebe deinen Nächsten wie dich selbst!

inAktion
Missionshaus Bibelschule Wiedenest e.V.
Olper Str. 10
51702 Bergneustadt

www.inAktion.de
www.wiedenest.de

Disposition

1. Einleitung
2. Eingrenzung „Junge Generation“
 - 2.1. Definition „Jugend“
 - 2.2. Bezeichnung der aktuellen Jugendgenerationen
3. Die „Junge Generation“ als „Forschungsobjekt“
4. Aktuelles Umfeld der jungen Generation
 - 4.1. Zeitströmung Postmoderne
 - 4.2. Aktuelle Trends
 - 4.3. Aktuelle Studien
 - 4.3.1. 14. Shelljugendstudie
 - 4.3.2. Trendbuch Generationen: Die neue Moral der Netzwerkkinder
 - 4.4. Jugendszenen
5. Vergleich der Generationen
 - 5.1. Bereich Wertewandeln
 - 5.2. Bereich Lebensorientierung
 - 5.3. Bereich Gesellschaft
 - 5.4. Kulturelles Umfeld
 - 5.5. Medien
6. Anwendungen für die Gemeindearbeit (Thesen)

Literatur

Anhang

A. Hintergrundinformationen zum Thema Jugend/Junge Generation

1. Der Begriff „Jugend“
2. Das 20. Jahrhundert als „Jahrhundert der Jugend“, von Uwe Sander

B. Erklärung „Postmoderne“

C. Hintergrundinformationen zu Trends

D. Auszüge aus der Shell-Studie

E. Gemeinde & Evangelisation in der Postmoderne

1. Einleitung

Wer verantwortlich in der Gemeindearbeit steht hat in der Regel das Interesse alle Generationen mit dem Evangelium - der guten Nachricht und mit biblischer Lehre zu erreichen.

Um Generationen zu erreichen müssen wir die Generation und ihre Denkweisen, Verhaltensweisen und Bedürfnisse verstehen.

- Besonders die **eigene Generation** kennt man relativ gut, weil man in ihr aufgewachsen und groß geworden ist. Man weiß ungefähr wie die Leute im selben Alter (plus/minus 10 Jahre) denken und kann die Lage einschätzen.
- Auch die **ältere Generation** kann man in der Regel noch verstehen, weil es ja die Eltern waren, die einen erzogen haben. Man respektiert sie, nimmt Rücksicht, auch wenn man nicht alles gut heißt.
- Schwierigkeiten hat man vor allen Dingen mit der **jungen Generation**, weil diese Generation in einem Kontext aufwächst, den wir nicht mehr mitbekommen. Sie leben nicht in unserer Welt, sondern in ihrer und uns fällt es schwer sich in ihre Welt rein zudenken. Daher gibt es Leute die sich über die junge Generation Gedanken machen. Sie versuchen zu erfassen, wie die junge Generation aufwächst und wie sie denkt.

Es geht beim analysieren einer Generation darum dem Jungen ein Jude zu sein, dem Heiden ein Heide und dem Senior ein Senior und dem Jugendlichen ein Jugendlicher: **1. Kor. 9, 22.**

2. Eingrenzung „Junge Generation“

Der Begriff „Junge Generation“ oder „Jugend“ ist sehr weiträumig und kann eine Altersspanne von 3-30 bedeuten. Dies liegt z.B. an sehr lange Studienzeiten. Außerdem hat unsere Gesellschaft eine ganze Zeit lang den Hang zur Jugendlichkeit gepflegt, der sich übrigens gerade wieder ändert - Reife ist im Kommen.

2.1. Definition „Jugend“

Eine gute Definition habe ich unter www.net-lexikon.de gefunden¹:

*„Unter **Jugend** versteht man in der westeuropäischen Kultur die Zeit zwischen der Kindheit und dem Erwachsensein, also etwa zwischen dem 10. und 20. Lebensjahr.... Je nach Definition beginnt die Lebensphase erst mit 12 Jahren (ab 13 gilt man als Teenager) und endet mit 18 Jahren (Volljährigkeit) oder auch mit dem Ende der Ausbildung (finanzielle Selbstständigkeit). Zum Teil wird sogar die Kategorie junge Erwachsene bis 26 Jahre im Begriff eingeschlossen.“²*

„Die UN-Generalversammlung definiert Jugendliche als Personen, die zwischen 15 und 24 Jahre alt sind (inklusive der beiden Grenzzahre). In dieser Kategorie soll aber

¹ eine weitere Definition ist z.B. die in der Brockhaus Enzyklopädie 1990, Bd. 11, Stichwort Jugend: „Jugend, im alltägl. Sprachgebrauch ein bestimmender Lebensabschnitt oder ein gruppenspezif. Verhaltensmuster dieser Phase, auch die jeweilige Generation in diesem Lebensalter; im Rahmen einer genaueren Begriffsbestimmung ist Jugend eine komplexe Erscheinung, die sowohl historisch, sozial und kulturell (auch religiös und ökonomisch) geprägt als auch in ihrer Existenz selbst an bestimmte Formen sozialer Evolution gebunden ist.“

² aus www.net-lexikon.de - siehe auch Anhang

zwischen den Teenagern (13 bis 19) und den jungen Erwachsenen (20-24) unterschieden werden, da die Probleme auf soziologischer, psychologischer und gesundheitlicher Ebene stark differenzieren.“³

2.2. Bezeichnung der aktuellen Jugendgeneration

Man versucht die aktuellen Jugendgeneration und die Generation der jungen Erwachsenen mit verschiedenen Begriffen zu umreißen. Dies umfasst vor allen Dingen das Alter der Leute, dem sich relativ pauschal, aber treffend, gewisse Lebensstile zuordnen lassen. Dabei gibt es in Büchern, Studien und Literatur differierende Alterszuordnungen.

- **Babyboomer (oder auch Boosters)⁴ - 1943-1960⁵**
- **Generation X⁶ - 1960-1980⁷** (aber auch 1971-1982 oder 1971-1985)
- **Generation @ - 1980-2000,⁸** (aber auch ab 1984) **oder Generation Y, Generation dot.com, sunshine-Generation, Netzwerkkinder**

„Welcher Name sich für die neue Generation durchsetzen wird, bleibt abzuwarten. In der Öffentlichkeit wahrgenommen wird eine neue Generation zumeist erst 15 bis 20 Jahre nach ihrem ersten Geburtsjahrgang... Aufgrund der zeitlichen Verschiebung zwischen der öffentlichen Wahrnehmung einer neuen Generation und ihrer eigentlichen Geburtsstunde sind die meisten Generationsbeschreibungen Rückblicke.“⁹

Weitere Informationen zum Thema „Jugend/Junge Generation“ im Anhang.

3. Die „Junge Generation“ als „Forschungsobjekt“

In den letzten Jahren hat es auf dem Gebiet der Jugendforschung einen Boom gegeben. Die liegt unter anderem daran, dass hinter solchen Forschungen knallharte Marketing-Interessen stehen.

Viele der Ergebnisse sind für Firmen, Politiker, Journalisten und auch für Kirchen sehr interessant, wenn es um die Frage geht, wie man die junge Generation erreichen kann.

Viele Schlagwörter gibt es in diesem Zusammenhang:

³ ebd.

⁴ Pfister, Jürg, Motivation der Generation X, Nürnberg 2003, S. 19

⁵ Trendbüro: Steinle, Andreas/Wippermann, Peter, Die neue Moral der Netzwerkkinder, Trendbuch Generationen, Piper: München 2003, S. 23

⁶ Titel eines Buches von Douglas Coupland (1990). Untertitel: Das Leben in einer immer schneller werdenden Kultur. Horx dazu: „Die Hauptfigur Andy, ohne Job nach dem Studium und ziemlich pleite, bekommt von einem Großverlag den Auftrag, ein „Wörterbuch der Jugendkultur“ zu schreiben, typische Taschenbuch-Massenware. Er kassiert den (mageren) Vorschuss und verzieht sich mit Claire und Dag, zwei Freunden, nach Südkalifornien. Man nimmt also schlechtbezahlte Aushilfstätigkeiten in der Hamburger- oder Tourismusindustrie an. Man denkt nach, über das Leben und die Welt. Und allmählich setzt sich das Generatin-X-Gefühl zusammen.“

⁷ Trendbüro: Steinle, Andreas/Wippermann, Peter, Die neue Moral der Netzwerkkinder, Trendbuch Generationen, Piper: München 2003, S. 27ff

⁸ ebd.

⁹ ebd.

Shell-Studie, Trends vom Trendbüro, Postmoderne, Zeitströmung, Jugendszene, Jugendkultur

Von unterschiedlichen Seiten versucht man sich dem Objekt „Jugend“ zu nähern und kommt oft zu den gleichen Ergebnissen, die aber unterschiedlich dargestellt und gewertet werden. Es sind Erklärungsversuche die oft sehr pauschal sind. Sie berücksichtigen natürlich nicht die persönlichen Lebensverhältnisse oder die Familiensituation des einzelnen Jugendlichen.

Wichtig ist zu wissen, dass es DIE Jugend so nicht gibt. Es gibt eine Jugend und in ihr gibt es viele Kulturen, oder es gibt eine Jugendkultur¹⁰ und innerhalb dieser Jugendkultur gibt es viele Jugendsubkulturen.¹¹ Ähnlich steht es auch in der Shell-Studie: *„In... medialen Diskursen erscheint >die< Jugend häufig zurechtgemacht stilisiert und auf eine griffige Schlagzeile reduziert und zu einer irgendwie publikumswirksamen benannten >Generation< verdichtet.“*¹²

Dabei ist auch klar: Die Jugend ist nichts ohne die Gesellschaft. Die Jugend ist das Spiegelbild, das Produkt der Gesellschaft. Sie reagiert auf die Welt der Erwachsenen.

Jemand hat gesagt: Jede Gesellschaft bekommt die Jugend, die sie verdient. Vor allen Dingen und in erster Linie wird die junge Generation von ihren Eltern geprägt: *„Je nachdem, wie das Wertesystem der Eltern ist, entwickeln sich Jugendliche in einer bestimmten Art und Weise. Viele glauben zwar, dass hauptsächlich äußere Einflüsse wie die Medien oder einzigartige Erlebnisse wie die Mondlandung das Denken einer Generation bestimmen. Dies trifft jedoch nur bedingt zu. Den größten Einfluss auf das Denken von Kindern hat... das Denken der Eltern... Dabei kann der Einfluss darin bestehen, dass die Werte der Eltern übernommen oder auch abgelehnt werden. Aber ihr Denken bildet den Kontext und den Rahmen.“*¹³ Hier sehe ich auch von der Bibel her die Verantwortung der Eltern, dass ihre Kinder im Sinne Gottes erzogen werden.

4. Aktuelles Umfeld der jungen Generation

4.1. Zeitströmung Postmoderne¹⁴

Man bezeichnet die Zeit in der wir leben gerne als *Postmoderne*.¹⁵ Die Postmoderne ist sozusagen der Obertrend oder die Überschrift über alle Trends und Werte unserer Zeit in der die Generationen zur Zeit aufwachsen.

Es ist die Zeit des HEUTE. Unsere Jugend lebt heute. In welcher Zeit leben wir eigentlich?

¹⁰ Kultur ist Gestaltungs- und Lebensrahmen

¹¹ Ähnlich sieht es Tobias Faix in seinem Buch *Wa(h)re Jugend*, S. 219: „Es gibt eine Jugendbewegung, die sich deutlich von den Jugendbewegungen des letzten Jahrzehnts emanzipiert hat. Aber es gibt keine >Generation X<, wie sie Douglas Coupland beschreibt... Die Jugendbewegung... ist zu vielschichtig, als dass man sie einfach unter einer Etikette ablegen und abstempeln könnte. Das einzige, was den Oberbegriff >Generation X< rechtfertigt, ist, ihn als Oberbegriff für die Jugendbewegung insgesamt zu gebrauchen.“

¹² 13. Shell Jugendstudie, S. 11

¹³ Steinle/Wippermann, a.a.O. S. 24f

¹⁴ siehe auch Anlage B

¹⁵ vgl. Holthaus, S., *Trends 2000 - Der Zeitgeist und die Christen*, Basel 1998, 18ff

Wann die Zeit der Moderne von der Postmoderne abgelöst wurde, ist nicht ganz auszumachen. So etwas vollzieht sich natürlicherweise auch nicht auf einen Schlag, sondern langsam und überlappend. Der Begriff taucht zunächst in den 60er Jahren in der Literaturwissenschaft und dann in der Architektur auf, wo verschiedene Stile einfach miteinander gemischt werden.

Manche markieren den Beginn der Postmoderne mit dem Fall der Berliner Mauer, manche mit dem Beginn des Informationszeitalter, also mit der Erfindung des Internets. Wie dem auch sei. Wir leben vom Übergang der Moderne zur Postmoderne.

Das deutlichste Kennzeichen der Postmoderne dürfte wohl sein, dass die Frage nach der absoluten Wahrheit oder Richtigkeit einen geringen Stellenwert bekommen hat. Man akzeptiert, dass es mehrere Wahrheiten/Richtigkeiten geben kann, besonders im Bereich der Religion und der Ethik.

Weiter kennzeichnend, bzw. Grundlage für das o.g. Denken ist der Pluralismus und der Individualismus.

4.2. Aktuelle Trends¹⁶

Innerhalb der Postmoderne gibt es nun Trends. Diese Trends finden sich nicht nur in der junge Generation, sondern sind generationsübergreifend.

Einige ausgewählte Trends:

⇒ **Trend des Individualismus**

Lt. Trendforscher Matthias Horx ist das der zentrale Code der Kulturentwicklung. Wir entwickeln uns individualistisch. Jeder und damit in Massen. Massen-Individualismus. Ich will über mich selbst bestimmen, selber entscheiden, was gut für mich ist (Adam und Eva).

⇒ **Trend des Pluralismus**

Viele Trends, viele Berufe, viele Produkte, viele Möglichkeiten, viele Optionen, viele Informationen, viele Programme, viele Völker, viele Meinungen, viele Wahrheiten - daraus folgt: Ich muss ständig wählen. Ich muss ständig Entscheidungen treffen. Ich stehe ständig vor der Frage: richtig oder falsch. Es gibt so viel, es ist verwirrend.

⇒ **Trend zum Voyeurismus¹⁷**

Ich mache nicht, ich sehe zu. Big Brother. Reality-Shows im Fernsehen.

⇒ **Trend zur Technisierung**

Internet, Handy, Computer, Virtuelle Realität...

⇒ **Trend zur Religion/Spiritualität**

Religiöse Phase, aber jeder so, wie er mag. Reine Privatsache. Esoterik, Feng Chui, Fußball, Stars

⇒ **Trend zur Authentizität**

Echt und ehrlich sein in einer Welt wo vieles Schein ist. Was echtes kann ich prüfen und für mich nutzbar machen.

4.3. Aktuelle Studien

Hier sind einfach ein paar Schlagsätze zusammen getragen, um ein Blick auf die aktuelle Jugendgeneration zu werfen.

¹⁶ siehe auch Anhang C

¹⁷ vlg. Horx, S. 166

4.3.1. 14. Shelljugendstudie - siehe Anlage D

„Die heutige junge Generation blickt wieder **optimistisch** auf ihre persönliche Zukunft. ... Neben "tollem Aussehen", "Markenkleidung tragen" und neuer "Technik" (Internet, Handy etc.), werden Orientierungen wie "Karriere machen", andererseits aber auch persönliche "Treue" als absolut "in" bezeichnet. Sich "in die Politik einzumischen" ist hingegen "out", was allerdings nicht heißt, dass die Jugendlichen nicht gesellschaftlich aktiv sind. Diese Einstellung der Jugend geht auf einen grundlegenden Wertewandel hin zu einer neuen pragmatischen Haltung zurück. Die Jugendlichen orientieren sich an konkreten und praktischen Problemen, die für sie mit persönlichen Chancen verbunden sind. Dafür zeigen sie heute wieder in erhöhtem Maße persönliche Leistungsbereitschaft...“¹⁸



Die 14. Shell-Studie macht vier Gruppen unter den Jugendlichen aus:

Selbstbewusste Macher & Pragmatische Idealisten:

Mit den Gruppen der "selbstbewussten Macher" und der "pragmatischen Idealisten", die jeweils ein Viertel der Jugend in Deutschland ausmachen, stehen sich die Leistungs- und die Engagementelite der Jugend gegenüber. Selbstbewusste Macher sind ganz besonders ehrgeizig und wollen mehr als andere Jugendliche leisten. Ihr Ziel ist es, einmal verantwortliche Positionen mit Einfluss und Ansehen einzunehmen. Ihr Gesellschaftsbild dreht sich darum, inwieweit die sozialen Bedingungen dem Leistungsgedanken gerecht werden und damit eine produktive gesellschaftliche Entwicklung fördern. Soziales Denken und soziales Engagement gehört zu ihrem Lebenszuschnitt zwar dazu, ist aber dem Leistungsgedanken nachgeordnet. Pragmatischen Idealisten sind Leistung und Sicherheit zwar auch wichtig, sie setzen jedoch eine höhere Priorität auf die weitere und allseitige Humanisierung der Gesellschaft. Sie sind daher für Probleme wie Ausländerfeindlichkeit, Krieg, Umweltverschmutzung und Armut besonders empfindlich. Deshalb sind sie häufig und in den verschiedensten Bereichen gesellschaftlich aktiv und setzen sich für soziale und politische Ziele oder für andere Menschen ein.

Robuste Materialisten und Unauffällige:

Während Macher und Idealisten auf der Gewinnerseite der gesellschaftlichen Entwicklung stehen, finden sich in den Gruppen der robusten Materialisten und der zögerlichen Unauffälligen viele potenzielle Verlierer. Jugendliche mit diesen Werthaltungen sehen verstärkt skeptisch in ihre persönliche Zukunft. Sie kommen mit den Leistungsanforderungen in Schule und Ausbildung weniger zurecht als pragmatische Idealisten und selbstbewusste Macher. Der Unterschied beider Gruppen liegt allerdings darin, dass Unauffällige bevorzugt mit Resignation und Apathie auf ihre ungünstige Situation reagieren... Robuste Materialisten, eine bevorzugt männliche Gruppe, stecken dagegen nicht auf und demonstrieren zumindest äußerliche Stärke. Nicht wenige haben ihre Ellenbogen mobil gemacht, um sich unter Umständen auch auf Kosten anderer das zu nehmen, was sie im fairen Wettbewerb oder mit anderen Mitteln nicht erlangen

¹⁸ Zitat aus der Zusammenfassung der 14. Shelljugendstudie - www.shell-jugendstudie.de

können. Im Zweifelsfall werden dabei soziale Regeln und Übereinkünfte bewusst übertreten. ... Robuste Materialisten betrachten die gesellschaftliche und politische Agenda mit einer diffusen Unzufriedenheit. Ein kleiner Teil der Materialisten neigt zu politischen Radikalismus.

Mit den Unauffälligen ist der Gesellschaft eine Aktivierungs- und Integrationsaufgabe gegeben. Diese Gruppe muss aus ihrer Apathie und Passivität herausgeholt und sozial besser integriert werden... Bei einem Teil der Materialisten, vor allem bei den zu Aggressivität oder zu politischer Radikalität Neigenden, geht es zuallererst um eine strenge Setzung von Grenzen, weil diese (auch besonders gewalterfahrene) Gruppe keine andere Sprache versteht oder verstehen will. Erst wenn aggressive oder radikale Jugendliche wieder das Regelwerk der Gesellschaft akzeptieren, können "weichere" Maßnahmen der Förderung und Integration einsetzen.

4.3.2. Trendbuch Generationen: Die neue Moral der Netzwerkkinder

„Sie vertrauen nur auf sich selbst. Ihr Lebensmotto heißt Selbstdesign. Die Netzwerkkinder sind **Individualisten**, aber keine Egoisten. Sie verhalten sich kooperativ, um das größte Maß an **Freiheit** leben zu können. Von Werteverfall kann keine Rede sein. Höchstens vom Verfall der **Allgemeingültigkeit** von Werten. An die Stelle gesellschaftlicher Normen treten individuelle **Absprachen**. Egal ob es um Arbeitsverträge oder sexuelle Vorlieben geht: Alles wird frei ausgehandelt. Diese Freiheit erfordert jedoch sehr viel mehr **Verlässlichkeit** und Verbindlichkeit. Wo moralische Standards wegbrechen, ist Selbstverpflichtung notwendig. Ansonsten entsteht ein Klima des Misstrauens, das die Handlungsfreiheit aller einengt. Aus diesem Grund sind **Offenheit** und Ehrlichkeit wichtige Werte für die Jugendlichen von heute. **Vertrauen** steht im Zentrum ihrer Moral.“¹⁹

„Was den intellektuellen Niedergang anbetrifft lässt sich feststellen: Kaum eine andere Jugendgeneration hatte eine so hohe Wertschätzung von Bildung wie die heutige.... Sie sind wissbegierig und nehmen ihre Ausbildung sehr ernst, aber sie lernen anders als die Generationen vor ihnen: durch Ausprobieren und Selbermachen. Wo sich die pädagogischen Konzepte diesem Wandel anpassen, findet man auch enthusiastische Schüler.“²⁰

„...doch die Sorge, dass Deutschlands Jugend verdummt oder seelisch verroht, erweist sich als haltlos. Die Angst wird weniger von Fakten denn von einer unterschiedlichen Perspektive genährt. Die Erwachsenen blicken mit ihrer spezifischen Sichtweise und mit ihren moralischen Maßstäben auf die Jugend. Dass es dabei vielfach zu Missinterpretationen kommt, lässt sich nicht ausschließen. Zumal sich die heranwachsende Generation in vielen Dingen anders verhält und eine völlig andere Wahrnehmung der Welt hat als die vorigen Generationen. Bei den Jugendlichen heute handelt es sich um die ersten Generation, die mit Privatfernsehen und Computern aufwächst. Und es ist die erste Generation, die sich selber als global begreift. Hierfür spielt das Internet eine große Rolle...“²¹

„Von Protest keine Spur. Die gegenwärtig 15- bis 25-Jährigen gehören zur ersten Generation in der Bundesrepublik, die ohne Revolte, ja ohne irgendeinen deutlich

¹⁹ Steinle/Wippermann, a.a.O., Coverzitat

²⁰ Steinle/Wippermann, a.a.O., S. 10, 11

²¹ ebd., S. 12, 13

artikulierten Widerspruch gegen die Älteren, zumal die leiblichen Eltern, aufzuwachsen scheint.... Obwohl es offenkundig mit einer recht brachen und verantwortungsvollen Jugendgeneration zu tun haben, herrschen ihr gegenüber viele negative Vorurteile. Das liegt zum großen Teil an der Trägheit gesellschaftlicher Kräfte. Es dauert lange, bis die Beschreibung einer Generation, wie „null Bock“ für die Generation X, einer neuen Wahrnehmung weicht... Und das aktuelle Vorurteil gegenüber der Jugend als „Spaßgeneration“ hält sich ebenso hartnäckig...“²²

4.4. Jugendszenen

Ein weiteres Kennzeichen ist, dass sich die junge Generation in diversen Szenen der Jugendkultur, also Subkulturen trifft.

Es gibt den Mainstream (Hauptkultur) und die Subkultur. Der Mainstream beeinflusst die Subkultur und umgekehrt. Was von der Subkultur vom Mainstream aufgenommen wird, wird oft zum Trend.

In diesen Szenen wird oft nach eigenen Regeln gelebt. Es gibt eigene Musik, eigenen Stile, eigene Klamotten und eigene Formen. Oft verschließen sich die Verhaltensweisen demjenigen, der nicht in der Szene zu Hause ist. Es ist durchaus möglich in mehreren Szenen gleichzeitig zu Hause zu sein. Eine Szene schafft Sicherheit und Anerkennung unter Gleichgesinnten.

Szenenauswahl aus www.jugendszenen.com:

anitfa, black metal, comics, drogen, gothic, graffiti, hardcore, ian, punk, rollenspieler, skateboarding, sportklettern, techno

Szenenauswahl nach Faix:²³

Techno/Dancefloor, Schickies (Karriere, Geld, Elite), Body Culture (Gesundheit und Wellness), Punks (Hardliner, Pop-Punks), Girlies, Rockabillys (50er Jahre), Skins, Faschos (stehen den Skins nahe), Die Engagierten/Alternativen (Friedensbewegung, Umwelt), Grufties (schwarze Szene), Creatives (Film, Grafik, Design), Trend-Sportler, Computer Freaks, Beauties, Heavy Metal, Prolls (Helge Schneider, Tom Gerhardt, Atze Schröder, Was tun wenn's brennt...)

Weitere Szenen:

Christliche Jugendszene (Pfijuko, Christival), Jesus Freaks

²² ebd. S. 23

²³ Aufgrund dieser vielen Szenen, ist es sinnvoll bei missionarischer Jugendarbeit eine Zielgruppe zu bestimmen. Alle kann und wird man, aufgrund der unterschiedlichen Interessen nicht erreichen. Bei gemischter Arbeit ergibt sich die Zielgruppe aufgrund der Gemeindegkids, die ihre Freunde mitbringen.

5. Vergleich der Generationen

Wenn man nun die verschiedenen Generationen miteinander vergleicht, wird das Bild der aktuellen Generation noch klarer.

Der Vergleich ist entnommen aus dem Buch: Trendbüro: Steinle, Andreas/ Wippermann, Peter, Die Neue Moral der Netzwerkkinder, Trendbuch Generationen, München 2003

Sie teilen die Generationen wie folgt ein (siehe oben):

Den Baby-Boomern (1945-1960) folgte die Generation X (1960-1980). Die aktuelle darauf folgende Generation (1980-2000) wird in der Literatur oft Generation Y, oder Generation @, oder Netzwerkkinder genannt.

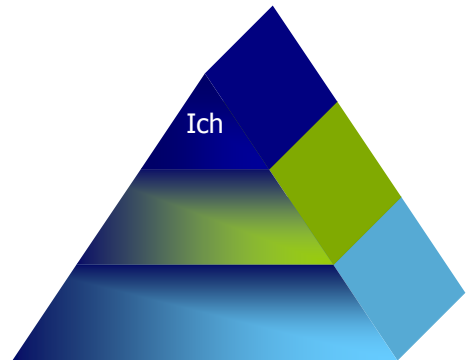
5.1. Vergleich - Bereich Wertewandel

Babyboomer, geb. 45-60

Ziel: Selbstbehauptung

Idealismus
Narzismus
Rebellion
Kreativität
Entfaltung

Protest als wichtigster Wert

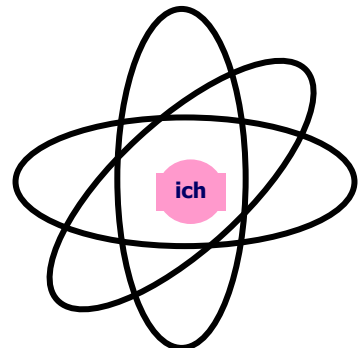


Generation X, geb. 60-89

Ziel: Selbstreflexion

Soft-Individualismus
Zynismus
Pessimismus
Improvisation
Sinnsuche

Skepsis als wichtigster Wert

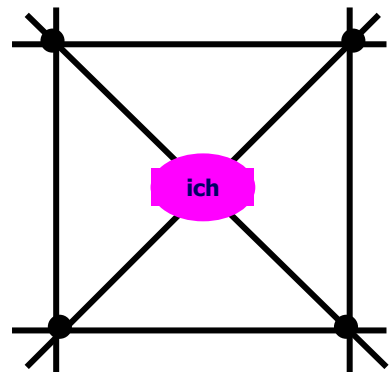


Netzwerkkinder, geb. 80-00

Ziel: Selbstverbesserung

Ich-AG
Pragmatismus
Vernetzung
Kooperation
Effizienz

Vertrauen als wichtigster Wert



Individualität wurde von den drei Generationen sehr verschieden wahrgenommen und gelebt.

Für die **Baby-Boomer** stand **Selbstbehauptung** im Mittelpunkt. Das „Ich“ stand außerhalb der Gesellschaft, die herrschenden Hierarchien wurden abgelehnt. Jeder sollte seinen persönlichen Traum verwirklichen. Das Ich stand außerhalb der Gesellschaft, die herrschenden Hierarchien wurden abgelehnt. Jeder sollte seinen persönlichen Traum verwirklichen.

Die **Generation X** lebte Individualität nicht in der Auseinandersetzung mit der Welt, sondern selbstbezogen nach innen gekehrt. Das „Ich“ kreiste um sich selbst.

Die **NetzwerkKinder** begreifen Individualität als Knotenpunkt in einem Netzwerk. Das „Ich“ behauptet sich weder im Konflikt noch in der Isolation, sondern in freiwilligen Bindungen.

5.2. Bereich Lebensorientierung

Egoismus versus Gemeinschaftssinn

In einer Langzeitstudie fragt das Allensbach Institut immer wieder nach der persönlichen Lebensorientierung. „Worin sehen sie vor allem den Sinn ihres Lebens?“ Das Ergebnis ist deutlich: Individualistische Werte haben an Bedeutung stark zugenommen. Interessant ist, dass Gemeinschaftswerte nicht im selben Maße abgenommen haben. Dem Wohlergehen der Kinder wird sogar eine größere Bedeutung beigemessen als früher. Hinter dieser Entwicklung zeigt sich der Lebensentwurf der Ich-AG. Selbstentfaltung steht im Mittelpunkt. Das „Ich“ will aber auch, dass man du zu ihm sagt. Familie und Kinder bilden weiterhin einen wichtigen Rahmen.

5.3. Bereich Gesellschaft

	Babyboomer Jugendphase 60er/70er	Generation X Jugendphase 80er	NetzwerkKinder Jugendphase 90er/00er
_Politik:	<ul style="list-style-type: none"> _ Erhard-Ära _ Wirtschaftsaufschwung _ Berliner Mauerbau _ 68er-Bewegung _ Vietnamkrieg _ RAF _ Ölkrise 	<ul style="list-style-type: none"> _ Kohl-Ära _ Rezession _ Mauerfall _ Anti-Atom-Bewegung _ Afghanistankrieg _ IRA _ Tschernobyl 	<ul style="list-style-type: none"> _ Schröder-Ära _ New Economy _ EU-Erweiterung _ Globalisierungsgegner _ Globaler Terrorismus _ Al Quaida _ Millennium-Bug
_Freizeit:	<ul style="list-style-type: none"> _ Sexuelle Revolution _ Freie Liebe _ Mensa _ Fußball _ Rollschuhe _ LSD _ Griechenland 	<ul style="list-style-type: none"> _ Single-Partys _ Aids _ McDonanld's _ Tennis _ Skateboard _ Koks _ Berlin 	<ul style="list-style-type: none"> _ Flirt im Chatroom _ Treue auf Zeit _ Coffee-Shop _ Golf _ Kickboard _ Ecstasy _ Ibiza
_Konsum:	<ul style="list-style-type: none"> _ VW Bus _ C&A _ Adidas _ Sandalen _ Schlaghose _ Uschi Obermayer _ Afri-Cola 	<ul style="list-style-type: none"> _ VW Golf _ Benetton _ Nike _ Basketballstiefel _ Netzhemd _ Jane Fonda _ Cola light 	<ul style="list-style-type: none"> _ Mini _ H&M _ Puma _ Sneaker _ Camouflage _ Gisèle Bündchen _ Red Bull

Offene Grenzen statt starrer Blöcke

Während sich für die Babyboomer die Welt durch den Kalten Krieg in Ost und West teilte, erleben die Netzwerkkinder heute eine Ausweitung der kulturellen Grenzen durch die Erweiterung der Europäischen Union. Die zunehmende Vernetzung trägt dazu bei. Das Internet holt den Jugendlichen die Welt ins Haus. Was auch passiert: Sie sind live dabei – wie beim Anschlag auf die Türme des World Trade Center. Probleme auf der anderen Seite der Welt werden schnell zu Problemen vor der eigenen Haustür. Man denkt global, und gerade deshalb formiert sich zunehmend Widerstand gegen die negativen Folgen der Globalisierung.

5.4. Kulturelles Umfeld

Babyboomer: Protestkultur

Slogans: Kritik an Autoritäten



- _ “Wer zweimal mit derselben pennt, gehört schon zum Establishment“
- _ “Unter den Talaren der Muff von tausend Jahren“
- _ “Make love, not war“

Generation X: Verdrängungskultur

Slogans: Null Bock als Prinzip



- _ “Was lacostet die Welt, Geld spielt keine Rolex“
- _ “Wir sind keine Marketingzielgruppe“
- _ “Tötet Onkel Dittmeyer“
- _ “Ich geh kaputt, gehst du mit?“

Netzwerkkinder: Medienkultur

Slogans: Lust auf Vernetzung



- _ “We are one family“
- _ “Piep, piep, pieg, Guildo hat euch lieb“
- _ “Just do it“

„My home is my homepage“

In einem Punkt haben sich die drei beschriebenen Generationen nicht gewandelt: Das Bedürfnis, das Lebensgefühl auf Toilettenwänden zu dokumentieren, besteht nach wie vor. Doch die Parolen von heute drücken keine Kritik mehr an Autoritäten aus wie jene von den Babyboomern damals oder thematisieren den Weltschmerz wie die Sprüche der Generation X. Die Slogans, die man jetzt sieht, drehen sich um die Eroberung des virtuellen Raums und adaptieren die Botschaften der Werbung. Auffällig ist, dass die meisten Sprüche in englischer Sprache sind. Hier zeigt sich der Einfluss einer globalen Medienkultur.

5.5. Vergleich Medien

	_ Babyboomer Jugendphase 60er/70er	_ Generation X Jugendphase 80er	_ Netzwerkkinder Jugendphase 90er/00er
_ Technik:	_ Fernseher _ Öffentlicher Rundfunk _ 8-mm-Film _ Transistorradio _ LPs _ Wählscheibentelefon	_ Personalcomputer _ Kabelfernsehen _ Videos _ Walkman _ CDs _ Tastentelefon	_ Internet _ Satellitenfernsehen _ DVD _ MP3-Player _ MP3-Files _ Handy
_ Helden:	_ Pippi Langstrumpf _ Mickey Mouse _ Star Trek _ Beat Club _ Brigitte Bardot	_ Drei Fragezeichen _ Garfield _ Miami Vice _ Formel Eins _ Thommy Ohrner	_ Harry Potter _ Mangas _ Ally McBeal _ Bravo TV _ Lara Croft
_ Musik:	_ Psychedelic _ Beatles _ Jimmy Hendrix _ Janis Joplin _ Rolling Stones _ Woodstock	_ Grunge _ Depeche Mode _ Boy George _ Nena _ The Cure _ Roskilde	_ Boygroups _ Take That _ Eminem _ Britney Spears _ No Angels _ Love Parade

Vom Wählscheibentelefon zum Handy

Früher stand das Telefon auf dem Flur und wurde strikt zum Informationsaustausch verwendet. Das Familienoberhaupt wachte über den Kommunikationsfluss durch missbilligende Blicke auf die Telefonrechnung zum Monatsende. Heute jobben Jugendliche, um sich ihr Handy selbst bezahlen zu können. Die Musik, die sie hören, laden sie aus dem Netz. Die Plattenindustrie leidet unter dem Datenaustausch, der ihre Gewinne schmälert. Als Nächstes wird es der Filmindustrie an den Kragen gehen, wenn vermehrt Kinohits runtergeladen werden. Die Netzwerkkinder machen ihr eigenes Programm.

6. Anwendung für Gemeindearbeit (Thesen)

Die Erkenntnisse aus den Informationen können nun auf die Gemeindearbeit angewendet werden und zwar in verschiedenen Bereichen:

- anwendbar in Bezug auf die Subkultur der Gemeindekinder und die Generation in der sie leben
 - anwendbar in Bezug auf Evangelisation unter Jugendlichen
 - anwendbar in Bezug auf Lehre für die junge Generation
 - anwendbar in Bezug auf Mitarbeit der jungen Generation
- Hierfür wären weitere Studien und Überlegungen notwendig.

Abschließend noch ein paar allgemeine Statements in Bezug zur Gemeindearbeit allgemein.²⁴

Die junge Generation ist anders. Das äußert sich natürlich nicht nur in dem, was man vielleicht „Alltag“ nennt – es hat Einfluss auf die Gemeinde und die gemeindlichen Zusammenkünfte und das in verschiedenen Bereichen: Musik, Kleidung, Formen, Zeiten...

Die junge Generation ist toleranter, welt-offener, Spaß-orientierter, unverbindlicher ... aber auch flexibler, offener für Neues, herzlicher, authentischer, leidenschaftlicher ... Diese Andersartigkeit führt oft zu Problemen. Zu Missverständnissen, Irritationen, Ärger... und das ist natürlich ganz normal.

Doch leider wird diese Andersartigkeit oft zu schnell, und pauschal, als Negativ bewertet. Auch als **geistlich** negativ – ungeistlich, nicht fromm genug.

Und das ist ein großes Missverständnis, welches die Gemeinden lösen müssen, oder es wird die Gemeinden zerstören. Wenn Jugendliche mit einem brennenden Herz für Jesus, aufgrund eines Rings in der Nase, oder aufgrund der Tatsache, dass Ihnen **Spaß im Leben** wichtig ist, als ungeistlich abgestempelt werden, dann werden sie bestenfalls gehen. Schlimmstenfalls ihren Glauben an Gott frustriert über Bord werfen.

Anders ist kein Synonym für schlecht! Anders sein kann auch genau das bedeuten, was wir alle wollen: **Fortschritt, Wachstum, Entwicklung.**

In Psalm 100,5 heißt es:

„Denn der HERR ist gut zu uns, seine Liebe hört niemals auf, von einer Generation zur anderen bleibt er treu.“

Und das gilt auch für unsere – für die Generation X! Und natürlich auch für die Netzwerkkinder.

Typische Merkmale für die Generation X in Bezug auf die Gemeindearbeit - Thesen²⁵

Beziehungen statt Individualismus

Beziehungen sind **der Schlüssel** zur Lebensqualität und zur Bereitschaft, sich verändern zu lassen! Wenn du einen jungen Menschen prägen möchtest – dann brauchst du eine Beziehung zu ihm!

Bestätigung statt Beifall

Die junge Generation wirkt äußerlich oft cool. Hängende Hosen, lässiger Gang... ABER viele sind innerlich sehr unsicher und auf der Suche nach ihrer eigentlichen Identität! Die Kennzeichen der Postmoderne, unserer Generation sind ja:

Pluralismus, Relativismus, Toleranz, Individualismus, Spiritualität, Sentimentalität!

Dass es in einer solchen Kultur schwer ist, seine Identität zu finden liegt ja auf der Hand. Jugendliche haben kaum festen Halt, kaum Orientierungspunkte. Sie sind sehr

²⁴ Gerade den ersten Teil habe ich von meinen Kollegen Markus Kalb übernommen.

²⁵ aus Pfister, Jürg, Motivation der Generation X, Nürnberg 2003, ergänzt durch Markus Kalb

misstrauisch geworden. Sie suchen nach echter Bestätigung. Sie wollen sich angenommen und ernst genommen wissen. Sie wollen sich selbst entdecken und entfalten (verwirklichen).

Tipp: Jugendliche brauchen Freiraum, um ihre Gaben entdecken zu können! Die Aufgabe an sich (Jungscharleiter gesucht...) ist selten ein motivierender Faktor, diesen Job auch zu übernehmen. Jugendliche brauchen Begleitung, Motivation, Feedback, ... und: Sie müssen Fehler machen dürfen!

Erfahrung statt Theorie

Viele junge Leute sind mit einfachen Fakten nicht zu überzeugen, da ihrer Erfahrung nach (in der Postmodernen Welt) alles relativ ist. Zu beweisen, dass etwas wahr, *weil ja bewiesen*, ist, reicht nicht. Überall erleben Jugendliche, dass beinahe jeder irgendwo Wahrheit für sich beansprucht und diese mit Fakten belegt. Die Frage heute ist, ob es auch **funktioniert!**

Real ist, was sie erfahren haben – oder was sie im Leben anderer als lebbar erkennen! Darum brauchen wir Vorbilder, die echt sind!

Tipp: Je persönlicher und echter sich jemand gibt, desto problemloser sind Jugendliche bereit, ihm zu folgen! Das Erzählen von Geschichten aus dem persönlichen Leben zum Beispiel, ist etwas Echtes. Das imponiert und wirkt glaubwürdig!

Transparenz statt fromme Richtigkeiten

Damit Vertrauen entstehen kann, muss das Leben transparent werden: Die junge Generation prüft sehr stark: Lebt der, was der sagt? Ist das alles nur frommes Gelaber, oder ist das echt? Dazu gehört auch, dass Leiter und Älteste als Menschen wahrgenommen werden, die nicht geistliche Überflieger sind, sondern dass sie als Menschen erkennbar sind, die auch Fehler haben und Fehler machen. Auch der Gemeindeleiter sündigt manchmal! Auch der Älteste ist noch versuchbar!

Transparenz ist wichtig – ohne natürlich gleich einen Seelen-Striptease hinzulegen!

Pragmatismus statt Idealismus

Die Frage die die junge Generation bestimmt ist immer: **Funktioniert es?** Und sie sucht nach Antworten, die in den Kontext des Lebens eingebettet sind.

Tipp: Inhalte möglichst lebensnah vermitteln und mit Bezug zur Praxis! Es kann nicht nur kommuniziert werden, *dass* etwas getan werden soll – es muss auch gesagt werden, *wie* das geschehen kann! Es ist

Toleranz statt Dogmatismus

Achtung: Toleranz heißt nicht: alle haben Recht! Aber Jugendliche sind viel weniger an Dogmen oder Abgrenzung interessiert.

Sie suchen ohne Berührungsängste Kontakte zu anderen Christen und vernetzen sich, unabhängig von einer Evangelischen Allianz. Jugendliche wissen oft nicht in welche Gemeinde sie gehen... und viele gehen seit 10 Jahren in eine Gemeinde ohne genau zu wissen, ob das nun Baptisten oder Brüder sind, und ob es zwischen EFG und FEG einen Unterschied gibt... Es interessiert sie gar nicht! Hauptsache sie fühlen sich wohl, werden gefördert, ernst genommen... Abgrenzung schreckt ab!

Tipp: Sprecht davon, **wofür** ihr seid – nicht davon, wogegen! Abgrenzung und Richten Andersdenkender verursacht meist Frustration, da das meist intolerant und

arrogant wirkt (selbst, wenn er Recht hat). Was also ist TOLL an unserer Gemeinde ... nicht, was ist schlecht bei den anderen?

Einbezug statt Machtausübung

Viele Jungen und Mädchen meiner Generation sind antiautoritär erzogen und reagieren sehr allergisch auf jede Art von Machtausübung, auf offen zur Schau gestellte Autorität und Druck! Der partizipative Führungsstil, bei welchem Junge Leute verantwortlich mit einbezogen werden entspricht uns! (Paulus – Timotheus- Volle Verantwortung obwohl er noch lernen muss...)

Keiner hält heute mehr eine Regel, nur um der Regel willen! Der Sinn muss verstanden werden – oder der Person, die die Regel erklärt, muss Vertrauen genießen!

Tipp: Es gilt herauszufordern, ohne Druck auszuüben! Formulierungen mit „ihr müsst - du musst“ am Besten vermeiden! Z.B. indem man von sich erzählt, in der ersten Person – das motiviert zur Nachahmung! Einfach nur auf die Erfüllung des Missionsbefehls zu beharren, und Gehorsam einzufordern, bringt nichts als Frustration auf beiden Seiten!

Gut ist es auch, wenn die Jugendlichen möglichst viel mit einbezogen werden! Die junge Generation braucht **Freiraum**! Sie braucht einen Ort, in welchem wir unsere Gaben entdecken und ausprobieren können. Einen Ort, wo man auch mal etwas anders machen darf als es bisher üblich war. **Maßstab muss die Bibel sein – nicht die Kultur oder Tradition!** Das schafft Vertrauen!

Wenn mir ein Mensch etwas zutraut – dann motiviert mich das ungemein. Und wenn ich weiß, dass ich nicht von Beginn an perfekt sein muss, sonder Fehler machen darf, die dann korrigiert werden, dann werde ich alles geben! Und mich korrigieren lassen.

Tipp: Jugendliche schon früh einbinden – nicht einfach eine Aufgabe delegieren – sondern immer die Verantwortung mit delegieren. Dabei aber Rückendeckung und Sicherheit geben. So wächst Potenzial!!! Traut uns was zu!

Flexibilität statt Ausdauer

Die große Stärke der jungen Generation ist die Flexibilität. Oft wird von der älteren Generation diese Stärke als große Schwäche gesehen – nämlich in der mangelnden Ausdauer! Und natürlich ist beides richtig. Nutzt jedoch unsere Stärke!

Lebensqualität statt Pflicht und Geld

Viel Freizeit und echte Befriedigung im Beruf ist viel wichtiger als hohes Einkommen! Man will heute wissen, warum man morgens aufsteht! Es muss schon was bringen, Spaß machen!

Das ist ein riesiger Vorteil für Gemeindearbeit! Viele Jugendliche fragen sich, ob sie in ihrem Beruf richtig sind ... sie sehnen sich nach Sinn in ihrer Aufgabe – und was könnte mehr Sinn vermitteln, als an Gottes Reich zu bauen?

Tipp: Die Gemeinde muss vermitteln, dass sie von dem, was sie sagt überzeugt ist! Menschen ohne Jesus gehen TATSÄCHLICH verloren! Ältere in der Gemeinde müssen vorleben, dass sie zufrieden mit ihrem Leben sind; froh, am Leben mit Jesus. Spüren Jugendliche, dass einer etwas **nur aus Pflicht** tut oder sagt, motiviert ihn das nicht!

Nur die Liebe zählt

Zusammenfassend kann man sagen: Wer die junge Generation im Sinne Jesu von Herzen liebt wird auch ohne viele Trendstudien und Analysen die junge Generation erreichen.

Literatur

- ⇒ Brockhaus Enzyklopädie Bd. 11, Jugend, Brockhaus Mannheim 1990
- ⇒ Claesberg, Veit, Zukunft der Jugend, Unterrichtsskript ESMA Konferenz Wiedenest 2001
- ⇒ Deutsche Shell (Hg.), Jugend 2000 Bd. 1 - 13. Shell Jugendstudie, Leske + Budrich Opladen 2000
- ⇒ **Deutsche Shell (Hg.), Jugend 2002, 14. Shell-Jugendstudie**
- ⇒ dran Nr. 2/2002 - Zeitströmungen
- ⇒ Faix, Tobias, Die Wa(h)re Jugend - Jugendliche besser verstehen, Hänssler Neuhausen-Stuttgart 1997
- ⇒ **Gute Nachricht Bibel**
- ⇒ Holthaus, Stephan, Trends 2000 - Der Zeitgeist und die Christen, Brunnen Verlag Basel 1998
- ⇒ Horx, Matthias, Trendbuch 1 - Der erste große deutsche Trendreport, Econ Verlag Düsseldorf 21994
- ⇒ Kalb, Markus, Die junge Generation in Deutschland, Unterrichtsskript Missionarstage MBW Wiedenest 2005
- ⇒ **Pfister, Jürg, Motivation der Generation X, Korntaler Reihe Band 1, Nürnberg 2003**
- ⇒ **Trendbüro (Hg.), Trend 2004, Arbeit, Freizeit, Eigenzeit, Piper München 2004**
- ⇒ **Trendbüro: Steinle, Andreas/Wippermann, Peter, Die neue Moral der Netzwerkkinder - Trendbuch Generationen, Piper München 2004**
- ⇒ Wissenschaftlicher Rat der Dudenredaktion (Hg.), Duden - Die Deutsche Rechtschreibung, Weltbild Augsburg 1999

Web:

www.trendbuero.de

www.jugendszenen.com

www.shell-jugendstudie.de

www.net-lexikon.de

Anhang

A. Hintergrundinformationen zum Thema Jugend/Junge Generation

1. Der Begriff „Jugend“
2. Das 20. Jahrhundert als „Jahrhundert der Jugend“, von Uwe Sander

B. Erklärung „Postmoderne“

C. Hintergrundinformationen zu Trends

D. Auszüge aus der Shell-Studie

E. Gemeinde & Evangelisation in der Postmoderne

Anhang A

Hintergrundinformationen zum Thema Jugend/Junge Generation

1. Der Begriff „Jugend“, aus www.net-lexikon.de

Definition, Bedeutung, Erklärung

Unter **Jugend** versteht man in der westeuropäischen Kultur die Zeit zwischen der Kindheit und dem Erwachsensein, also etwa zwischen dem 10. und 20. Lebensjahr. Diese Zeit wird auch als Adoleszenz bezeichnet. Je nach Definition beginnt die Lebensphase erst mit 12 Jahren (ab 13 gilt man als Teenager) und endet mit 18 Jahren (Volljährigkeit) oder auch mit dem Ende der Ausbildung (finanzielle Selbstständigkeit). Zum Teil wird sogar die Kategorie *junge Erwachsene* bis 26 Jahre im Begriff eingeschlossen.

In die Jugendzeit fällt die Pubertät, das Ende der Schulzeit, der Beginn der Berufsausbildung, die Abnabelung vom Elternhaus und die Identitätsfindung. Deswegen wird die Jugendzeit sowohl vom Jugendlichen, der sie durchlebt, als auch von den Eltern als nicht ganz einfach angesehen. So ist sie auch Gegenstand zumal der Dichtung von Volks- und Studentenliedern bis hin zu einer eigenen Jugend-Literatur.

Der Begriff der Jugend, wie auch der Begriff der Kindheit sind historisch gewachsene Begriffe, die im Zusammenhang mit der jeweiligen Gesellschaftsform gesehen werden müssen. So gab es im 17. Jh. weder eine Kindheit in unserem Sinn noch eine Jugend. Jugend als Lebensphase ist ein Produkt der Modernisierung. In vormodernen, agrarisch strukturierten Gesellschaften mit wenig ausgeprägter Arbeitsteilung wurden die notwendigen Fähigkeiten und Kompetenzen von der Elterngeneration vermittelt. Durch die zunehmende Industrialisierung und Technisierung reichte dies aber nicht mehr aus. Vielmehr sollten die Fähigkeiten und Fertigkeiten in der Schule und der Berufsausbildung erworben werden. Dies bedeutete aber eine längere Freistellung der nachwachsenden Generation vom Arbeitsleben. Ab den 60er-Jahren des 20. Jahrhunderts entwickelte sich Jugend

dann als Folge der Bildungsexpansion, veränderter elterlicher Erziehungsziele, einer zunehmenden kulturellen Autonomie der Jugendlichen und dem Wirken einer jugendspezifischen Konsum- und Unterhaltungsindustrie zu einer relativ eigenständigen Lebensphase.

Die UN-Generalversammlung definiert Jugendliche als Personen, die zwischen 15 und 24 Jahre alt sind (inklusive der beiden Grenzzahre). In dieser Kategorie soll aber zwischen den Teenagern (13 bis 19) und den jungen Erwachsenen (20-24) unterschieden werden, da die Probleme auf soziologischer, psychologischer und gesundheitlicher Ebene stark differenzieren.

Diese Definition wurde für das Internationale Jahr der Jugend gemacht, das 1985 abgehalten wurde. Alle Statistiken der UNO über Jugendliche basieren auf dieser Definition. Laut aktuellen Schätzungen waren 1995 18% (oder 1 Milliarde) der Weltbevölkerung Jugendliche, wovon 85% in Entwicklungsländern leben. Die UNO hat den 12. August zum Tag der Jugend ernannt.

2. Das 20. Jahrhundert als "Jahrhundert der Jugend"

Aus Politik und Zeitgeschichte (B 19-20/2000), 100 Jahre Jugend in Deutschland, von Uwe Sander, Dr. phil. habil., geb. 1955; Professor für Erziehungswissenschaft an der Universität Rostock.

I. Das 20. Jahrhundert als "Jahrhundert der Jugend"

Das 20. Jahrhundert kann man aus unterschiedlichen Gründen als "Jahrhundert der Jugend" bezeichnen. Zum einen konnte sich im 20. Jahrhundert "Jugend" als Lebensphase des Aufwachsens in Deutschland so durchsetzen, dass sie zum allgemeinen biografischen Muster für fast alle Heranwachsenden wurde. Noch im neunzehnten und beginnenden zwanzigsten Jahrhundert traten viele junge Menschen direkt aus der Kindheit in ein arbeitsbelastetes Erwachsenenalter ein. Nur wenige junge Menschen erlebten den Luxus eines Moratoriums der Jugendzeit, in dem viele Zwänge der Kindheit entfielen, aber das eigene Leben und vor allem die Existenzsicherung noch nicht selbstverantwortlich gestaltet werden musste. Nur Heranwachsenden aus gut situierten Verhältnissen (und dann wiederum noch einmal überwiegend den männlichen Heranwachsenden) war es erlaubt, eine Zeit der (Schul-)Ausbildung ohne Erwerbsarbeit zu verbringen, sich in begrenzten Freiräumen mit Gleichaltrigen zu treffen und ein gemeinsames Jugendleben zu genießen, aber gleichzeitig noch den Schutz und die Unterstützung des Elternhauses haben zu können. Das änderte sich dann im Verlauf des 20. Jahrhunderts mit der steigenden Prosperität ab den fünfziger Jahren rapide. Jetzt waren alle Heranwachsenden "Jugendliche", wenn auch noch immer unterschiedlich lang, mit unterschiedlichen Freiräumen und Möglichkeiten ausgestattet, von materiellen und sozialen Ressourcen abhängig und je nach Geschlecht ungleich behandelt.

Mit dieser Durchsetzung der "Jugend für alle" im zwanzigsten Jahrhundert ging allerdings keine Standardisierung der Jugendzeit als biografisches Muster einher. Die "Jugendzeit" als Lebensphase wechselte im 20. Jahrhundert mehrfach ihre Gestalt, differenzierte sich zudem aus und grenzte sich immer diffuser vom Erwachsenenalter ab, sodass im 20. Jahrhundert, kaum dass sich die "Jugend" etabliert hatte, schon wieder vom "Ende der Jugend" die Rede war. Diese Entwicklung der Ausbildung und der Ausdifferenzierung der Jugend vollzog sich unter verschiedenen gesellschaftlichen Einflüssen. Dazu zählen etwa Schulreformen mit tendenzieller

Angleichung von Lebenschancen und der Verlängerung der Ausbildungszeiten, Wertewandel, Kommerzialisierung und Durchdringung der Lebenswelt mit Medien, politische Umwälzungen und nicht zuletzt auch jugendspezifische Einflüsse.

So entstanden seit Anfang des Jahrhunderts vielerlei Jugendkulturen, mit denen sich Jugendliche von der Erwachsenenwelt absetzten und eigene ästhetische Stile, Lebensmuster und Werte kreierten. Die Vielfalt und das Expandieren dieses jugendkulturellen Lebens können als zweiter Grund dafür aufgeführt werden, das 20. Jahrhundert zum Jahrhundert der Jugend zu erklären. Ihr Einfluss auf die gesamte Sozialkultur Deutschlands wie der gesamten (westlichen) Welt war und ist prägend; Kunst, Mode, Musikrichtungen, Lebensziele und Werte allgemein orientieren sich im 20. Jahrhundert immer stärker an jugendkulturellen Vorgaben, und die Freizeitindustrie sowie der Konsumsektor haben sich darauf eingestellt. Und schließlich lässt sich noch ein dritter Grund anführen, nämlich die Durchsetzung von Jugendlichkeit als universale und normative Sozialkulturvorgabe in Deutschland und allen anderen modernen Gesellschaften. Waren ehemals die Phasen Kindheit und Jugend untergeordnete "Statuspassagen" ins Erwachsenenleben, so erringt die Jugendzeit im 20. Jahrhundert "eigenes Recht", d. h. einen hohen Eigenwert und eine starke Attraktivität für die Heranwachsenden. Für junge Menschen verliert damit das Erwachsenenalter als Zielwert an Bedeutung; sie wollen möglichst lange Jugendliche bleiben. Und viele Erwachsene, auch wenn sie schon längst nicht mehr als "Postadoleszente" bezeichnet werden können, pflegen weiterhin den Habitus der Jugendlichkeit, indem sie sich modisch-jung geben. Vergleicht man etwa Fotoaufnahmen von 40-Jährigen der letzten 100 Jahre, so sind - jedenfalls in äußerlicher Wahrnehmung - aus ehemals fast schon "alten" Menschen gegen Ende des 20. Jahrhunderts späte Jugendliche geworden.

Diese Vorgänge haben sich auch auf die Beschäftigung mit und die Beachtung der Jugend ausgewirkt. Nie zuvor wurde Jugend so stark thematisiert und erforscht, über Jugend so intensiv diskutiert wie im vergangenen 20. Jahrhundert; und nie zuvor konnte sich aus der Altersspanne Jugend (die außerhalb des klassischen Erwachsenenalters liegt!) eine so universale Idealfigur für fast alle Erwachsenen entwickeln. Langsam beginnend mit dem Anfang des Jahrhunderts setzte nach und nach die "Karriere" von Jugend als eigenständige Lebensphase bzw. Jugendlichkeit als Lebenshaltung ein; bis sich das, was Friedrich Tenbruck schon früher als "Puerilismus der Gesamtkultur" beschrieben hatte, ab den siebziger Jahren bis zum Ende des 20. Jahrhunderts über nationale Grenzen hinweg als normativer Maßstab für ein "gutes" bzw. attraktives Erwachsenenleben durchsetzen konnte. Das Ganze trägt leicht paradoxe Züge, wurden doch die Menschen im 20. Jahrhundert einerseits immer älter (verbunden mit einem steigenden Anteil von Alten in der deutschen Bevölkerung) und suchten sich dennoch immer jugendlichere Idealbilder, an denen sie sich in körperlicher, ästhetischer und kultureller Hinsicht auszurichten bemühten.

Jugend als Begriff und Konzept zeigt also Flexibilität und lässt sich, wie oben angedeutet, sogar auf "junge Alte" übertragen. Auch sonst wurde und wird der Begriff Jugend im alltäglichen und wissenschaftlichen Sprachgebrauch keinesfalls einheitlich verwendet. Er kann junge Menschen zwischen 13 und 18 bzw. 21 Jahren als Personengruppe meinen, sich also auf eine Zeitspanne der Biografie beziehen, die Jugend genannt wird; Jugend kann ein historisch entstandenes soziales Phänomen

bezeichnen oder den jeweiligen Möglichkeitsraum der Entwicklung, den eine Gesellschaft der nachwachsenden Generation von Jugendlichen bietet. Jugend kann als Erziehungsaufgabe, als gesellschaftliches Problem oder auch entwicklungspsychologisch als Reifephase mit spezifischen psychosozialen Entwicklungsaufgaben verstanden werden, und schließlich ist Jugend auch ein juristischer Terminus. In allen Fällen geht es nicht um etwas naturhaft Vorgegebenes. Denn obgleich heute vielen die Jugendphase wie eine Naturkonstante erscheinen mag, ist sie - historisch gesehen - noch relativ jung. Auch das hat die intensivere wissenschaftliche Beschäftigung mit Jugend im 20. Jahrhundert gelehrt: Sogar der historische Rückblick auf das 20. Jahrhundert lässt sowohl geschichtliche Relativität, gesellschaftliche Bedingtheit, aber auch gewisse Konstitutiva eines Gleichaltrigenlebens Heranwachsender erkennen, das wir Jugend nennen. Zu den notwendigen gesellschaftlichen Vorbedingungen einer peerorientierten und kulturell je besonderen Lebensphase Jugend gehören Institutionen wie z. B. die Schule, die als Kristallisationskerne von Gleichaltrigenkulturen wirken; weiter werden Heranwachsende erst über eine gewisse Freistellung von Arbeit, Familie, Ehe, Verantwortlichkeit und über eine gewissen Autonomie der Lebensführung zu Jugendlichen. Diese Voraussetzungen für Jugendlichkeit und eine im heutigen Sinne charakteristische Jugendphase waren zu Beginn des Jahrhunderts längst nicht für alle jungen Menschen gegeben. Region, Geschlecht und Sozialstatus trennten die Heranwachsenden (eigentlich während der gesamten 100 Jahre) in unterschiedliche Varianten des Jungseins, für die, entsprechend der sozialen und historischen Differenzphänomene, auch unterschiedliche Jugendsemantiken gebraucht wurden.

Diese verschiedenen Jugendsemantiken und gesellschaftlichen Vorstellungen über Jugend durchziehen das gesamte 20. Jahrhundert. Zwar entspricht dabei das unterschiedliche Reden über Jugend in gewisser Weise auch den unterschiedlichen empirischen Jugendphänomenen. Jugendsemantik muss jedoch strukturell vom realen Jugendleben unterschieden werden, sie besitzt einen konstruktiv-virtuellen Charakter, erlangt dann jedoch im Diskurs über die Jugend wiederum Realität. Nach 1900 konnten sich über die vielfältigen Entdeckungen der Jugend durch Politik, Wissenschaft, Konsum, Medien etc. die unterschiedlichsten Jugendsemantiken ausbilden, die jede für sich wiederum Rückwirkungen auf Jugendliche gezeigt hat - pädagogische, sozialpolitische oder rechtliche. Wenn man also die historische Entwicklung der Jugend von 1900 bis 2000 in den Blick nimmt, dann handelt es sich sowohl bei jugendtheoretischen Aufrissen als auch bei empirischen Fakten um Realgeschichte. Die Bilder der Jugend und die konkreten Lebensumstände Jugendlicher haben seit 1900 in wechselseitiger Verschränkung die Geschichte der Jugend bestimmt.

...mehr unter:

http://www.bpb.de/publikationen/U00261,0,0,100_Jahre_Jugend_in_Deutschland.html

B. Erklärung „Postmoderne“ aus www.net-lexikon.de

Die Postmoderne bezeichnet eine geistig-kulturelle Bewegung, die schwer zu definieren ist, aber weitgehend durch ihre Zurückweisung der Moderne unterschieden werden kann.

...

Bestimmte (nicht exklusive und auch nicht erschöpfende) Kennzeichen postmodernen Denkens und Urteilens sind:

- Absage an den seit der Aufklärung betonten Primat der Vernunft (ratio) und der Zweckrationalität
- Verlust des autonomen Subjekts
- Neue Hinwendung zu Aspekten der menschlichen Affektivität und Emotivität
- Ablehnung eines universalen Wahrheitsanspruchs im Bereich philosophischer und religiöser Auffassungen und Systeme
- Sektoralisierung des gesellschaftlichen Lebens in eine Vielzahl von Gruppen und Individuen mit einander widersprechenden Denk- und Verhaltensweisen
- Verlust der Solidarität und des Gemeinschaftsgefühls

In der postmodernen Geisteswissenschaft sind die vorherrschenden Methoden der Poststrukturalismus und der Dekonstruktivismus.

Anhang C

Hintergrundinformationen zu Trends

1. Begriff
2. Vier Trendarten
3. Trends in der Jugendszene
4. Reaktion auf Trends im Rahmen Jugendarbeit
 - 4.1. Anknüpfungsmöglichkeiten an die Jugendkultur (Auswahl)
 - 4.2. Angriff gegen falsche Trends (Auswahl)

1. Begriff

„Ein Trend ist etwas, das kommt. Vielleicht. Vielleicht auch nicht. Jedenfalls ist es noch nicht ganz da, ja die wenigsten wissen, dass da überhaupt etwas kommen wird.“

Trends beschreiben aufkommende Veränderungen in der Gesellschaft. Davon können z.B. Werte, Lebensstile und auch das Kaufverhalten betroffen sein. Ein Trend wächst zumeist von den Rändern der Gesellschaft in deren Mitte hinein. Er ist übertragbar auf andere Kontexte, sonst bleibt er eine singuläre Erscheinung. Der Trend wird am deutlichsten offenbar in der horizontalen Durchdringung der Gesellschaft. Variationen eines Themas erscheinen in unterschiedlichen Kontexten. Beispiel: der Retrotrend. Neben seinen Ausprägungen in der Mode finden sich Retroaspekte im Möbel- und Autodesign. Der VW Beetle hat uns alle glücklich gemacht. Und wenn erst der Bully wiederkommt... Der nächste Trend? Vielleicht Simplifying – Reduktion von Bedienelementen, Zurücknahme von Komplexität. Oder Germanying – die Eindeutschung von Anglizismen? Wir werden sehen.“²⁶

Trend, der - Grundrichtung einer Entwicklung²⁷

2. Trendarten

Man unterscheidet vier Trendarten²⁸:

²⁶ http://www.bjoerk.de/w_trend.html

²⁷ Duden

²⁸ Die Trends sind ihrer „Länge und Dauer“ nach geordnet und beziehen sich auf die westliche Kultur. Vgl. www.zukunftsinstitut.de: Interview mit Matthias Horx. Alle Zitate stammen, soweit nicht anders

a. Metatrends

„...*„Metatrends“, das sind evolutionäre „driving forces“ (treibende Kräfte), die gewissermaßen Ewigkeitswert haben.“*

„*Meta-Trends sind langfristige Trends, sog. Überrends, die das Grundsätzliche beschreiben. Meta-Trends zeigen Veränderungen auf, die tiefgreifend sind und zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Umstrukturierung führen. Meta-Trends beschreiben das grundsätzliche Klima, in dem alles andere wirkt und sich organisiert.“*²⁹

Unter diese Rubrik würde ich auch geistige Zeitströmungen (Zeitgeist), wie Moderne oder Postmoderne³⁰ ansiedeln. In gewisser Weise ist das Christentum auch ein Metatrend

b. Megatrends

„Megatrends sind epochale Veränderungen tief in den ökonomischen und gesellschaftlichen Systemen, wie etwa "Globalisierung" oder "Individualisierung". Megatrends halten über viele Jahre an und verändern alles – von der Lebensalltäglichkeit der Menschen bis zur Mehrwerterzeugung.“

c. Konsumtrends

Wir definieren hier jene Veränderungen, die sowohl das soziale Verhalten als auch das Kauf- und Konsumverhalten beeinflussen, wie etwa Cocooning, Neue Alte, Erlebniswelten etc... Gute Konsumententrends haben Halbwertzeiten von zehn Jahren.“

d. Modetrends

„Dann gibt es Produkt- oder Branchentrends, die sehr kurzlebig sind und kaum die nächste Saison überleben. Modetrends, wenn man so will.“

Erläuterungen:

- Bei den Mega- und Metatrends lässt sich ein Mainstream erkennen. Sie sind langlebig. Metatrends und Megatrends scheinen sich zu bedingen und bedingen wiederum Konsum- und Modetrends.

gekennzeichnet, aus diesem Interview. (Das Interview scheint nicht mehr online zu sein - VC 07.04.2004)

²⁹ siehe <http://www.seefelder.de/wirtschaft/serien/metatrends.htm>. Sie ist eine Gesellschaft für die Beteiligung an Unternehmen, deren Gegenstand die Entwicklung oder der Verkauf von Unternehmen ist. Unter Entwicklung von Unternehmen sind die Neuentwicklung (Unternehmensgründung), die Weiterentwicklung (Projektphase, Investitionsphase) oder die Wiederentwicklung (Sanierungsphase) zu verstehen.

³⁰ Man bezeichnet die Zeit in der wir Leben gerne als *Postmoderne*. Wann die Zeit der Moderne von der Postmoderne abgelöst wurde, ist nicht ganz auszumachen und außerdem geht so etwas ja nicht auf einen Schlag, sondern vollzieht sich langsam. Der Begriff taucht zunächst in den 60er Jahren in der Literaturwissenschaft und dann in der Architektur auf, wo verschiedene Stile einfach miteinander gemischt werden.

Manche markieren den Beginn der Postmoderne mit dem Fall der Berliner Mauer, manche mit dem Beginn des Informationszeitalter, also mit der Erfindung des Internets. Wie dem auch sei. Wir leben vom Übergang der Moderne zur Postmoderne.

Das deutlichste Kennzeichen dürfte wohl sein, dass die Frage nach der absoluten Wahrheit einen geringen Stellenwert bekommen hat. Man geht davon aus, dass es mehrere Wahrheiten geben kann, besonders im Bereich der Religion. Siehe auch den Artikel aus www.net-lexikon.de als Anhang

- Seit der Industrialisierung gibt es verstärkt Konsumtrends. Seit dem Metatrend Individualisierung verstärkt Modetrends. Mehrere Konsum- und Modetrends existieren parallel. Sie sind eher kurzlebig.
- Trends einer Kategorie können sich teilweise widersprechen. Kein Wunder bei einer so großen Gesellschaft. Dies gilt in erster Linie für Mode- und Konsumtrends, die innerhalb verschiedener Subkulturen gelebt werden.
- Als Individuum kann ich mich bewusst gegen einen Trend entscheiden und anders Leben.

3. Trends in der Jugendszene

Ich greife einige Trends, die mir sehr wichtig und offensichtlich erschienen heraus, ohne des Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.

⇒ **Trend des Pluralismus**

Viele Trends, viele Berufe, viele Produkte, viele Möglichkeiten, viele Programme, viele Völker, viele Meinungen, viele Wahrheiten - daraus folgt:

- Ruf nach viel Toleranz, die oft falsch verstanden wird
- viele Optionen, weil ich ständig wählen kann und muss. Was ist richtig, was falsch?
- viel Verwirrung und Orientierungslosigkeit

⇒ **Trend des Individualismus**

Lt. Horx ist das der zentrale Code der Kulturentwicklung. Wir entwickeln uns individualistisch. Jeder und damit in Massen. Massen-Individualismus.

Ich will über mich selbst bestimmen, selber entscheiden, was gut für mich ist (Adam und Eva).

Man fragt: Was bringt mir das? Was nützt es mir? Und nicht: Was hat unser Volk, meine Gemeinde, meine Familie davon?

Egoismus, Ich und mein Magnum, Autonomie, Nützlichkeitsdenken - einige Schlagwörter des Individualismus.

Es kommt dabei auch zur Individualethik. Ich entscheide was richtig und falsch für mich ist.

Gegen diesen Trend spricht allerdings der Wunsch nach einer Familie oder dem Drang das Lebenskonzept Familie anzustreben. Für die Zukunft „... zeigt sich ein breiter Konsens in Richtung auf Beruf und auf Familie... Den meisten gilt als sicher, daß sich Beruf und Familie miteinander verbinden lassen. Sie wollen keineswegs einem Individualismus huldigen, der sich von diesen traditionellen Lebensformen freimacht...“³¹

⇒ **Trend zum Materialismus**

Geld und Besitz sind genial und wichtig. Statussymbole.

⇒ **Trend zum Voyeurismus**³²

Ich mache nicht, ich sehe zu. Big Brother.

⇒ **Trend zur Technisierung**

Internet, Handy, Virtuelle Realität...

⇒ **Trend der Informationsgesellschaft**

1000ende Infos jeden Tag. Was ist wichtig, was nicht...

⇒ **Trend zur polykulturellen Gesellschaft**³³

Viele Szenen und Kulturen in einer Gesellschaft. Multikulti funktioniert nicht.

³¹ 13. Shell Jugendstudie, S. 14

³² vgl. Horx, S. 166

³³ vgl. Horx, S. 178

⇒ **Trend zur Erlebnisgesellschaft**

Spaß und Selbstverwirklichung. Nicht die Arbeit ist der Sinn des Lebens, sondern der Spaß. Das Leben beginnt nach Feierabend. Love Parade, Events, Kicks.

⇒ **Trend zur Religion/Spiritualität**

Religiöse Phase, aber jeder so, wie er mag. Reine Privatsache. Esoterik, Feng Chui, Fußball, Stars

⇒ **Trend zur Authentizität**

Echt und ehrlich sein.

4. Reaktion auf Trends im Rahmen Jugendarbeit

Was für Auswirkungen muss dieses Wissen jetzt auf unsere Jugendarbeit haben. Wo müssen wir anknüpfen und einen Trend (oder Wert) positiv aufnehmen, weil er auch mit Gottes Vorstellungen zusammenpasst und wo müssen wir gegenhalten. Das sind die zwei Möglichkeiten: **Anknüpfung und Angriff!**

4.1. Anknüpfungsmöglichkeiten an die Jugendkultur (Auswahl)

- ⇒ Anknüpfung an den Pluralismus. Das Christentum braucht sich nicht mehr zu verstecken. Hilfen bei der Orientierung für Entscheidungen bieten. Es kann sich als eine gute Option von vielen Möglichkeiten darstellen.
- ⇒ Anknüpfung an den Individualismus. Sich um den einzelnen kümmern. Dabei muss deutlich werden: Gott will nur das Beste für uns. Er will ja, dass es mir als Individuum gut geht. Er liebt dich und mich. Mir geht es aber nur gut, wenn ich mit meinem Schöpfer Kontakt habe und dieser Kontakt ist durch die Sünde zerstört. Dem Individuum wird es nur gut gehen, wenn es Kontakt zum Schöpfer hat.
- ⇒ Anknüpfung an den Trend zur Technisierung und die Wertedimension Modernität. Moderne Stile einsetzen, Internet, Powerpoint...Gute Technik auch und gerade in der Gemeinde.
- ⇒ Anknüpfung an die Erlebnisgesellschaft und Spaßgesellschaft. Mit Jugendlichen zusammen Dinge und Programm erleben und auch Spaß haben ☺.

Genauso wie wir an Teilen von Trends anknüpfen können, müssen wir auch falsche Tendenzen innerhalb der Trends ablehnen:

4.2. Angriff gegen falsche Trends (Auswahl)

- ⇒ Angriff gegen den Pluralismus. Gott ist der einzige Gott.
- ⇒ Angriff gegen den Individualismus. Gefahren eines strengen I. aufzeigen. Die biblische Sicht vom Leib Christi entgegenstellen.
- ⇒ Angriff gegen den Materialismus. Zeigen, dass Geld und Besitz letztlich nichts zählt.
- ⇒ Angriff gegen die Erlebnisgesellschaft. Zeigen das es etwas dauerhaftes Erfüllendes geben muss.

Anhang D

Auszüge aus der Shell-Studie - www.shell-jugendstudie.de

Hauptergebnisse der Shell-Studie: Zusammenfassung

Die heutige junge Generation blickt wieder optimistisch auf ihre persönliche Zukunft. Obgleich die Zukunft unserer Gesellschaft nicht ganz so gut und im Vergleich zu früheren Shell Jugendstudien deutlich uneinheitlicher beurteilt wird, herrscht bei den Jugendlichen in Deutschland dennoch eine positive Grundstimmung vor. Neben "tollem Aussehen", "Markenkleidung tragen" und neuer "Technik" (Internet, Handy etc.), werden Orientierungen wie "Karriere machen", andererseits aber auch persönliche "Treue" als absolut "in" bezeichnet. Sich "in die Politik einzumischen" ist hingegen "out", was allerdings nicht heißt, dass die Jugendlichen nicht gesellschaftlich aktiv sind. Diese Einstellung der Jugend geht auf einen grundlegenden Wertewandel hin zu einer neuen pragmatischen Haltung zurück. Die Jugendlichen orientieren sich an konkreten und praktischen Problemen, die für sie mit persönlichen Chancen verbunden sind. Dafür zeigen sie heute wieder in erhöhtem Maße persönliche Leistungsbereitschaft ("Aufsteigen statt aussteigen"). Dieser grundlegende Trend, der sich bereits in den 90er Jahren angedeutet hatte, wird in der hiermit



vorgelegten neuen Shell Jugendstudie "Jugend 2002" in seinen verschiedenen Ausformungen zum ersten Mal umfassend sichtbar gemacht. Im folgenden werden die Hauptergebnisse der 14. Shell Jugendstudie zusammenfassend dargestellt.

(Anm. VC: Ich habe hier nur einige Punkte der Zusammenfassung eingefügt. Die komplette Zusammenfassung gibt es im Internet).

Clique, Familie und Karriere

Cliquen sind auch heute für die Jugendlichen wichtig, gut 70% sind entsprechend eingebunden. Die Jugendlichen räumen jedoch gleichzeitig der Familie einen hohen Stellenwert ein. Rund drei Viertel der Jugendlichen zwischen 12 und 25 Jahre wohnt noch bei der Herkunftsfamilie. Fast 90% der Jugendlichen geben an, dass sie mit ihren Eltern gut klar kommen, auch wenn es ab und an einmal Meinungsverschiedenheiten gibt. Knapp 70% – und damit deutlich mehr, als in früheren Shell Jugendstudien – würden oder wollen ihre Kinder genauso oder wenigstens ungefähr so erziehen, wie sie selber von ihren Eltern erzogen worden sind. Alles in allem zeigt sich demnach zwischen den familiären Generationen ein hohes Maß an Akzeptanz und Übereinstimmung.

75% der weiblichen und 65% der männlichen Jugendlichen meinen, dass man eine Familie zum „Glücklich sein“ braucht. Neben „Karriere machen“ (82%) steht „Treue“ mit 78% ganz oben auf der Skala der Dinge, die von den Jugendlichen heute als „in“ bezeichnet werden. Über zwei Drittel der Jugendlichen wollen später eigene Kinder – in den neuen Bundesländern mit 76% sogar noch mehr, als mit 64% in den alten Ländern. Wirklich vorhanden sind allerdings eigene Kinder nur bei 4% der Jugendlichen zwischen 16 und 25 Jahren – und auch bei den „Älteren“ zwischen 22 und 25 Jahren haben nicht mehr als 7% der Jugendlichen bereits eigene Kinder. Kinderwunsch und „Kinder kriegen“ sind demnach zwei verschiedene Dinge. Im zeitlichen Trend betrachtet steigt das Durchschnittsalter, in dem Frauen heute in Deutschland Kinder bekommen, tendenziell weiter an, mit der Konsequenz, dass immer mehr Frauen in ihrem Leben wahrscheinlich gar keine Kinder bekommen werden. „Karriere machen“ und Familie schließen sich allerdings bei der Mehrheit der heutigen Jugend hinsichtlich der eigenen Lebensansprüche nicht aus, sondern bilden zwei zentrale Zielvorstellungen für die Lebensführung.

Wertewandel – die pragmatische Generation

Die aktuelle Shell Jugendstudie untersuchte ausführlich die Wertorientierungen der Jugendlichen zwischen 12 und 25 Jahren. Besondere Aufmerksamkeit legte sie auf den längerfristigen Trend der Werte und der Mentalität der Jugend über eine Spanne von knapp 15 Jahre. Im Unterschied zu den 80er Jahren nehmen Jugendliche heute eine stärker pragmatische Haltung ein. Sie wollen konkrete und praktische Probleme in Angriff nehmen, die aus ihrer Sicht mit persönlichen Chancen verbunden sind. Übergreifende Ziele der Gesellschaftsreform oder die Ökologie stehen hingegen nicht im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit der meisten Jugendlichen.

Den Jugendlichen sind im Laufe der 90er Jahre Leistung, Sicherheit und Macht wichtiger geworden. So war in der zweiten Hälfte der 80er Jahre erst für 62% der Jugendlichen "Fleiß und Ehrgeiz" wichtig, 2002 sind es bereits 75%. Die Wichtigkeit des "Strebens nach Sicherheit" stieg von 69% auf 79%, von "Macht und Einfluss" von 27% auf 36% (Vergleich nur für alte Länder möglich, Vergleichsdaten aus der DDR liegen nicht vor). Dagegen ging in der Jugend die Wichtigkeit des "umweltbewussten Verhaltens" von 83% in der zweiten Hälfte der 80er Jahre auf nunmehr nur noch 59% zurück. Somit rangiert in der Jugend heute die Bedeutung des umweltbewussten Verhaltens deutlich hinter der Wichtigkeit von "Fleiß und Ehrgeiz" und hinter dem Sicherheitsstreben. Insbesondere jedoch das politische Engagement steht der heutigen Jugend eher fern. Die Wichtigkeit des "politischen Engagements" war bereits der zweiten Hälfte der 80er Jahre nicht besonders hoch ausgeprägt, sank seitdem jedoch von 33% weiter auf 23% ab.

Die Mentalität der Jugend hat sich insgesamt von einer eher gesellschaftskritischen Gruppe in Richtung der gesellschaftlichen Mitte verschoben. Das betrifft auch die bisher stets besonders kritisch eingestellten Studenten, deren Mentalität sich nunmehr ebenfalls dem gesellschaftlichen Mainstream deutlich annähert. Trotz ihrer Ferne von der "großen Politik" sind die Jugendlichen in ihrem näheren und fernerem Lebensumfeld eine gesellschaftlich aktive Gruppe. Diese breit gefächerte jugendliche soziale Aktivität darf jedoch nicht mit politischem Engagement verwechselt werden. Sie wird von den Jugendlichen nicht so verstanden, auch wenn die positive Wirkung dieser gesellschaftlichen Aktivität "politisch" außerordentlich wichtig ist.

Selbstbewusste Macher und pragmatische Idealisten

Den Trend zur offensiven Bewältigung der aktuellen gesellschaftlichen Agenda bringt eine Aufsteigergruppe aus der breiten sozialen Mitte besonders zum Ausdruck – die "selbstbewussten Macher". Diese Gruppe, die in beiden Geschlechtern gleichermaßen vertreten ist, bringt das psychologische Rüstzeug mit, um sich den neuen Anforderungen in der ganzen Breite des Lebens zu stellen. Ein fordernder und fördernder Erziehungsstil im Elternhaus hat ihnen dieses Rüstzeug vermittelt. Ihnen steht mit den "pragmatischen Idealisten" eine zweite aktive und optimistische Gruppe zur Seite, die bevorzugt aus den bildungsbürgerlichen Schichten stammt und zu 60% weiblich ist. Diese Jugendlichen wären von ihrer Herkunft eigentlich bestimmt gewesen, in Deutschland die Tradition des "Postmaterialismus" der 70er und 80er Jahre fortzuführen. Ähnlich wie bei diesen steht bei pragmatischen Idealisten die ideelle Seite des Lebens im Vordergrund und die materielle im Hintergrund. Jugendliche pragmatische Idealisten unterscheiden sich jedoch auch deutlich von den "Postmaterialisten". Sie sind sicherheitsbewusster, stehen ohne ideologische Scheuklappen zu "Recht und Ordnung" und zum Leistungswettbewerb, auch wenn die selbstbewussten Macher in diesen Punkten noch konsequenter sind.

Mit den Gruppen der "selbstbewussten Macher" und der "pragmatischen Idealisten", die jeweils ein Viertel der Jugend in Deutschland ausmachen, stehen sich die Leistungs- und die Engagementelite der Jugend gegenüber. Selbstbewusste Macher sind ganz besonders ehrgeizig und wollen mehr als andere Jugendliche leisten. Ihr Ziel ist es, einmal verantwortliche Positionen mit Einfluss und Ansehen einzunehmen. Ihr Gesellschaftsbild dreht sich darum, inwieweit die sozialen Bedingungen dem Leistungsgedanken gerecht werden und damit eine produktive gesellschaftliche Entwicklung fördern. Soziales Denken und soziales Engagement gehört zu ihrem Lebenszuschnitt zwar dazu, ist aber dem Leistungsgedanken nachgeordnet. Pragmatischen Idealisten sind Leistung und Sicherheit zwar auch wichtig, sie setzen jedoch eine höhere Priorität auf die weitere und allseitige Humanisierung der Gesellschaft. Sie sind daher für Probleme wie Ausländerfeindlichkeit, Krieg, Umweltverschmutzung und Armut besonders empfindlich. Deshalb sind sie häufig und in den verschiedensten Bereichen gesellschaftlich aktiv und setzen sich für soziale und politische Ziele oder für andere Menschen ein.

Robuste Materialisten und Unauffällige

Während Macher und Idealisten auf der Gewinnerseite der gesellschaftlichen Entwicklung stehen, finden sich in den Gruppen der robusten Materialisten und der zögerlichen Unauffälligen viele potenzielle Verlierer. Jugendliche mit diesen Werthaltungen sehen verstärkt skeptisch in ihre persönliche Zukunft. Sie kommen mit den Leistungsanforderungen in Schule und Ausbildung weniger zurecht als pragmatische Idealisten und selbstbewusste Macher. Der Unterschied beider Gruppen liegt allerdings darin, dass Unauffällige bevorzugt mit Resignation und Apathie auf ihre ungünstige Situation reagieren. Sie haben es nicht gelernt, ihre Interessen offensiv durchzusetzen oder sie wollen es nicht. So finden sie sich mit ihrer Situation ab und entwickeln eine Art passiver Sympathie und Toleranz gegenüber den anderen "Schwachen". Robuste Materialisten, eine bevorzugt männliche Gruppe, stecken dagegen nicht auf und demonstrieren zumindest äußerliche Stärke. Nicht wenige

haben ihre Ellenbogen mobil gemacht, um sich unter Umständen auch auf Kosten anderer das zu nehmen, was sie im fairen Wettbewerb oder mit anderen Mitteln nicht erlangen können. Im Zweifelsfall werden dabei soziale Regeln und Übereinkünfte bewusst übertreten. Obwohl unter den Materialisten vermehrt soziale "Underdogs" sind, schauen sie dennoch auf sozial Schwache und Randgruppen herab. Ausländern, insbesondere wenn sie als "Wohlstandskonkurrenten" wahrgenommen werden, wird aus der Gruppe der Materialisten vermehrt Ablehnung zuteil. Robuste Materialisten betrachten die gesellschaftliche und politische Agenda mit einer diffusen Unzufriedenheit. Ein kleiner Teil der Materialisten neigt zu politischen Radikalismus.

Mit den Unauffälligen ist der Gesellschaft eine Aktivierungs- und Integrationsaufgabe gegeben. Diese Gruppe muss aus ihrer Apathie und Passivität herausgeholt und sozial besser integriert werden. Bei einem Teil der Materialisten, vor allem bei den zu Aggressivität oder zu politischer Radikalität Neigenden, geht es zuallererst um eine strenge Setzung von Grenzen, weil diese (auch besonders gewalterfahrene) Gruppe keine andere Sprache versteht oder verstehen will. Erst wenn aggressive oder radikale Jugendliche wieder das Regelwerk der Gesellschaft akzeptieren, können "weichere" Maßnahmen der Förderung und Integration einsetzen.

Problemsicht und zukünftige gesellschaftliche Aufgabenfelder

Vor dem Hintergrund des Anschlags auf das New Yorker World Trade Center vom 11. September 2001 dominieren bei den Jugendlichen Ängste vor möglichen Terroranschlägen. Auch Sorgen um die schlechte wirtschaftliche Situation sind weit verbreitet. Darüber hinaus wird von einer Mehrheit der Jugendlichen auch auf die Umweltverschmutzung als Problem hingewiesen. Mit 52% gibt eine Mehrheit der Jugendlichen an, im Fall von Risiken für den Menschen lieber auf technische Entwicklungen verzichten zu wollen. Das Thema „Ökologie“ ist von daher bei der Jugend offensichtlich nicht grundsätzlich „out“, hat allerdings nicht mehr die Brisanz der 80er Jahre. Gefragt nach den wichtigsten gesellschaftlichen Zukunftsaufgaben nennen Jugendliche – genau wie auch die Gesamtbevölkerung – nicht zuerst die Ökologie, sondern die Bereiche Arbeitsmarkt, Kinder und Familie sowie Bildung.

Zwischenfazit: Ideologie ist "out"

„Ideologie“ ist bei den Jugendlichen als Orientierungsrahmen offensichtlich „out“. Die auch heute noch häufig geforderte „neue Jugendbewegung“ wirkt in diesem Lichte geradezu anachronistisch. Die Idee von einem selbstbestimmten Leben jenseits von gesellschaftlichen Zwängen, die mit dem Begriff der „neuen Jugendbewegung“ verbunden wurde, passt offenbar immer weniger mit der Lebensrealität und den tatsächlichen Vorstellungen der heutigen Jugend zusammen. Es wäre dennoch falsch, die heutige Jugend pauschal als unpolitisch zu bezeichnen, obgleich die Prioritäten heute anders gesetzt werden als früher. Nur: Politisches Engagement ist heute kein Selbstzweck mehr und schon gar kein Königsweg zur „persönlichen Emanzipation“.

Anhang E

Gemeinde & Evangelisation in der Postmoderne

Aus Focussuisse 2001: Reinhold Scharnowski: Postmoderne II: Evangelisation und Gemeinde für postmoderne Menschen

Brücken für das Evangelium

Wenn Christen sich an diesen Hindernissen festhalten und nicht weiterkommen, als den Verlust der Wahrheit und Autorität zu beklagen, laufen sie Gefahr, sich in einen rückwärtsgewandten Elfenbeinturm einzuschließen. Was in Amerika offensiv diskutiert, im deutschsprachigen Raum aber noch kaum positiv angedacht wird: In vieler Hinsicht bedeutet postmodernes Denken und Empfinden einen radikalen Schritt vorwärts zu einer biblischeren Sicht der Wirklichkeit. Wo können wir dem postmodern denkenden Menschen begegnen? Wo sind die Brücken?

1. Die Suche nach Spiritualität

Nach dem trockenen Materialismus, der bis in die 60er Jahre unsere Gesellschaft beherrschte, ist das eine der erstaunlichsten Neu-Entdeckungen: Der Mensch ist ein geistliches Wesen und hat spirituelle Bedürfnisse. Die Entwicklungen in ex-kommunistischen Ländern wie Russland oder China zeigen das überdeutlich auf. In allen westlichen Ländern ist es zunehmend einfach, mit Menschen über geistliche Fragen zu reden. Es ist zunehmend akzeptiert (außer bei einigen Theologen), dass es eine sehr reale übernatürliche und übersinnliche Welt gibt, auch wenn diese Erkenntnis nicht mit der biblischen Realität gefüllt wird. Sehr viele postmoderne Menschen sind tendenziell geistliche Sucher. Sie suchen geistliche Führer – Männer oder Frauen, die bereit sind, mit ihnen einen Weg zu gehen, so dass sie ihre Antworten selber finden können. Sie suchen jemanden, der nicht einen absoluten Wahrheitsanspruch vor sich herträgt, sondern die Botschaft vermittelt: «Ich gehe einen Weg; ich habe schon einiges entdeckt, das sich lohnt; wenn du willst, können wir ein Stück Weg zusammen gehen.»

2. Das Bedürfnis nach Gemeinschaft

Der moderne Mensch ist Individualist, der postmoderne Individualist in Gemeinschaft. Neue Gruppen, Clans und säkulare Glaubensgemeinschaften entstehen ständig, definiert durch Mode, Musik und andere Ausdrucksformen. Dazugehören ist eins der tiefsten Bedürfnisse des postmodernen Menschen. In Kirchen zeigt sich das im Wandel von «Behave-believe-belong» zu «Belong-behave-believe»: Man gehört dazu, verhält sich wie die Gruppe und lernt erst mit der Zeit verstehen, was die Gruppe eigentlich glaubt. «Dazugehören» ist ein Produkt von Zuwendung, Treue und Zuverlässigkeit – hier können sich christliche Gruppen, Gemeinschaften, Familien und Zellen deutlich unterscheiden und den Weg zum Herzen von Menschen finden.

3. Ein zunehmendes Umwelt- Bewusstsein

Ökologie ist für den postmodernen Menschen kein Gegensatz zu Ökonomie. Leider haben Christen die Wichtigkeit umweltbewussten Verhaltens erst seit relativ kurzer Zeit erkannt; aber hier – im Rückgriff auf die Schöpfung, von der der Weg zum Gespräch über den Schöpfer nicht mehr weit ist – liegt eine Möglichkeit, zu einem bedeutenden Sektor der postmodernen Generation einen positiven Zugang zu finden.

4. Die Suche nach Identität, Sinn und Ziel

Die Fragen «wer bin ich?» und «wozu bin ich da?» sind in der postmodernen Generation sehr aktuell. «Einkaufen bis zum Umfallen» bringt's auf die Dauer nicht. Die unausweichliche Hohlheit vieler Lebenskonzepte wird früher oder später zu einer Tür für das Evangelium. Es muss bildlich und beispielhaft angegangen und von Christen vorgelebt werden, die eine positive, ruhige, nicht aufdringliche Identität in Christus gefunden haben.

5. Ein waches ethisches Bewusstsein

Ungerechtigkeit, Rassismus, Ausgrenzung von Minderheiten – unsere Gesellschaft ist voll von ethischen Fragestellungen und Konflikten, die Einstieg zum Gespräch sein können. Natürlich gibt es viele Antworten, und die biblische Ethik ist nicht die beliebteste und bequemste; aber es ist immerhin ein waches Bewusstsein da, dass Werte nötig sind – auch ein Vorteil gegenüber einem platten Materialismus der Moderne. Toleranz und Fairness sind auf der Werteskala ganz oben.

6. Globale Offenheit

Mobilität ist kein Problem. Man weiss, was in der Welt vorgeht. Andere Kulturen sind in – auch Christen aus anderen Kulturen können bei uns im Westen davon profitieren. Neugierde und Offenheit für anderes können auch für das Evangelium – das ja nicht im Westen entstanden ist – offen machen. Grenzen gibt es so gut wie nicht mehr. Globale Medien wie das Internet bringen neue Dimensionen der Mobilität und Information mit sich – und damit die Bereitschaft, auch Ungewöhnliches zu denken.

7. Toleranz und Unkonventionalität

Toleranz wirkt sich beim postmodernen Menschen häufig so aus, dass er durchaus bereit ist, sich mit christlichen Inhalten, wenn sie nicht fundamentalistisch kommuniziert werden, auseinanderzusetzen. Er braucht Zeit und ist nicht gern gedrängt, aber die Freiheit, sich mit allem zu beschäftigen, ist da. Er ist durchaus bereit – oft gar versessen darauf – aus modernen, auch religiösen Formen auszubrechen. Unkonventionelle Wege des Glaubens haben eine Chance.

8. Praktikabilität

Postmoderne Menschen wollen Antworten auf die realen Fragen ihres realen täglichen Lebens. Sie wollen keine grossen Thesen und Dogmen, sie wollen Ergebnisse. Christen sind herausgefordert, einen Gott zu leben, der in Ehe, Kindererziehung, Lebensstil, Finanzen und Beziehungen «funktioniert».

9. Konkretes soziales Bewusstsein

Postmoderne Menschen sind – parallel zum «Konsumerismus»! – sehr wohl an konkreten lokalen sozialen Problemen interessiert. Wenn wir über grosse sozio-politische Ursachen für den Hunger in der Welt reden, ist das für sie «Rauschen»; aber wenn wir Flutopfern Nahrung und Kleidung senden, respektieren sie uns als Menschen, die ein soziales Gewissen haben. Sie wollen Aktion sehen, die in konkreten Nöten hilft. Das kann eine Tür öffnen für das, was wir glauben.

10. Shalom

Zusammenfassend: «Postmoderne Menschen suchen ein besseres Leben, und zwar

nicht nur auf der materiellen Ebene. Sie haben alle Annehmlichkeiten eines modernen Lebensstils, aber sie suchen mehr: emotionale Geborgenheit, Glück, Frieden, Freude, Liebe» (J. Fountain). Sie mögen das nicht in christlichen Begriffen ausdrücken – obwohl man oft staunt, wie nahe Schlagler oder Inserate einer biblischen Terminologie kommen – aber sie suchen das, was die Bibel «Shalom» nennt und was Jesus zu geben gekommen ist.

Es gibt sicher noch mehr Anknüpfungspunkte. Entscheidend ist, dass wir eines realisieren: Alte Ansätze und Methoden funktionieren nicht mehr. Reine Predigt, Kopfwissen, Dogmen, negative Urteile über andere Religionen oder Lebensstile – all das kommt nicht mehr an. Wir sind wirklich «heraus-gefordert»: heraus aus unseren jahrzehntelang eingeübten Phrasen und festen Antworten, dem fixen Drin-draussen-Denken (man denke nur an den Begriff «Aussenstehende»), Predigten von der sicheren Kanzel herab, dem evangelikalen «Ichweiss- auf-jede-Frage-eine-Antwort»-Verhalten – hin zu vermehrtem Einlassen auf andere Menschen, echter Freundschaft, Fragen und dahin, Sachen offen zu lassen, aber auch überzeugt und liebevoll zu dem zu stehen, was man glaubt.

Auf der anderen Seite ist kein Mensch «nur» postmodern. Jeder Mensch hat einen «Riss in seiner Rüstung», durch den das Evangelium eindringen kann. Jeder ist auch irgendwo – zum Glück – inkonsequent.