

EKHN 2030 – AP7

Prof. Dr. Michael Vilain

Evangelische Hochschule
Darmstadt
University of Applied Sciences
eh-darmstadt.de

 **IZGS**
Institut für Zukunftsfragen der Gesundheits-
und Sozialwirtschaft der EHD

Arbeitsauftrag

Gestaltungsraum 4: Junge Erwachsene und Familien im Umfeld kirchlichen Handelns (z.B. junge ehrenamtliche Mitarbeitende in Gemeinde, Kirchenvorstand, Synode)

In diesem Arbeitspaket soll an zeitgemäßen Fragestellungen, Sichtweisen und Handlungsmöglichkeiten gearbeitet werden, um junge Erwachsene und junge Familien als Mitglieder der Kirche besser wahrnehmen zu können und ihre Lebensräume und Glaubensfragen besser zu verstehen.

Aus den Ergebnissen sollen Impulse entwickelt werden, woraufhin Kirche sich verändern soll und kann, um junge Familien und junge Erwachsene als Mitgliedern von Kirche auch zukünftig Raum zu geben.



Zentrale Fragen:

- Wer engagiert sich - wo? Individuum
- Warum engagieren sie sich? Warum an diesem strukturellen Ort? Struktur
- Welche Bedingungen? Rahmenbedingungen
- Schlussfolgerungen Konsequenzen



Ausgangslage: Kirchliche Engagementfelder

A) Ehrenamtliche Mitglieder in Gremien, Selbstverwaltung:

Kirchenvorstand (Presbyterium, Ältestenrat); ständige Ausschüssen und in sonstigen Gemeindegremien

B1) Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen im Gemeindeleben:

Ehrenamtliche Kindergottesdiensthelfer/innen bis 2008:Laienprediger/innen, Predigthelfer/innen, Lektoren/Lektorinnen, Prädikanten/Prädikantinnen; ab 2010: Lektoren/Lektorinnen; Laienprediger/innen, Predigthelfer/innen, Prädikanten/Prädikantinnen;; Gruppen, die mehrmals im Jahr Gottesdienste mitgestalten; gemeindlicher Besuchsdienst (z.B. Neuzugezogene, Jubilare, u.ä.); Ökumene oder Eine/Dritte-Welt-Arbeit

B2) Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen im Bereich Musik

Kirchenchor, Posaunenchor, Sing- oder Instrumentalkreisen, die mehrmals im Jahr Gottesdienste mitgestalten (einschl. Leiter/innen)

C) Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen in sozialen Tätigkeiten:

Kinder- und Jugendarbeit; Gruppenleiter/innen und Mitarbeiter/innen in Erwachsenenkreisen; Besuchsdienst für Kranke; Besuchsdienst für Altenheimen, Krankenhäusern u.ä. Einrichtungen; Arbeit in sozialen Brennpunkten der Gemeinde; Obdachlosenhilfe; Begleitung von Menschen in besonderen Lebenssituationen; Kindertagesstätten, Horten, zur Hausaufgabenbetreuung u.ä.; andere Felder gemeindlicher Diakonie

D) Ehrenamtliche Mitarbeiter*innen in Organisation, Verwaltung und Management:

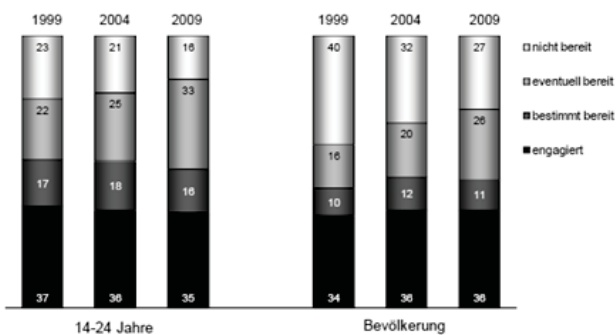
Öffentlichkeitsarbeit, z.B. Gemeindebriefredakteure/ -redakteurinnen; Ehrenamtliche Gemeindebriefverteilerinnen, Gemeindefesten und -basaren; kirchlicher Verwaltungsdienst (ohne Kirchenvorstandstätigkeit); Projekten, Maßnahmen und Angeboten der Kinder- und Jugendarbeit (außer ständige Kreise) einschl. Freizeiten, andere Tätigkeitsfelder,

	2018	2008	Differenz	
			absolut	relativ
Zielgruppe A	19.002	25.700	-6.698	-35,2
Zielgruppe B1	18.267	21.446	-3.179	-17,4
Zielgruppe B2	28.039	31.695	-3.656	-13,0
Zielgruppe C:	15.552	20.877	-5.325	-34,2
Zielgruppe D:	42.735	51.647	-8.912	-20,9
Gesamt:	123.595	151.365	-27.770	-22,5

Wer engagiert sich - wo? Jugend allgemein

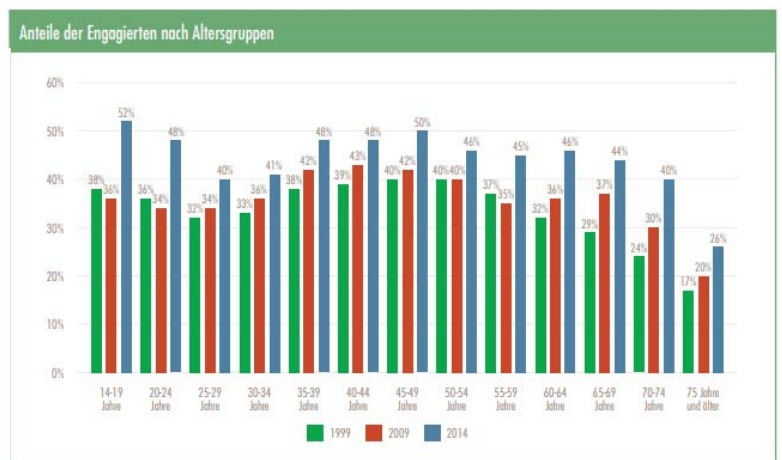


Freiwilliges Engagement und Bereitschaft zum freiwilligen Engagement



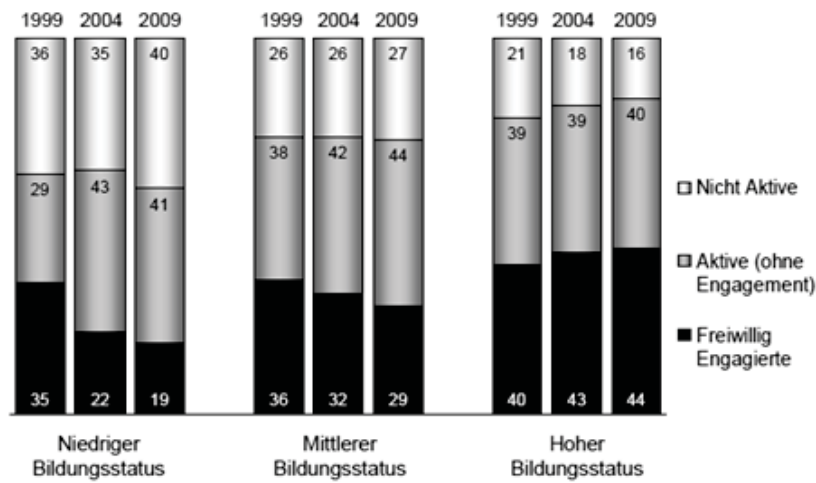
Picot - Sozialwissenschaftliche Projekte & TNS Infratest Sozialforschung

(Bevölkerung ab 14 Jahre, Angaben in %)



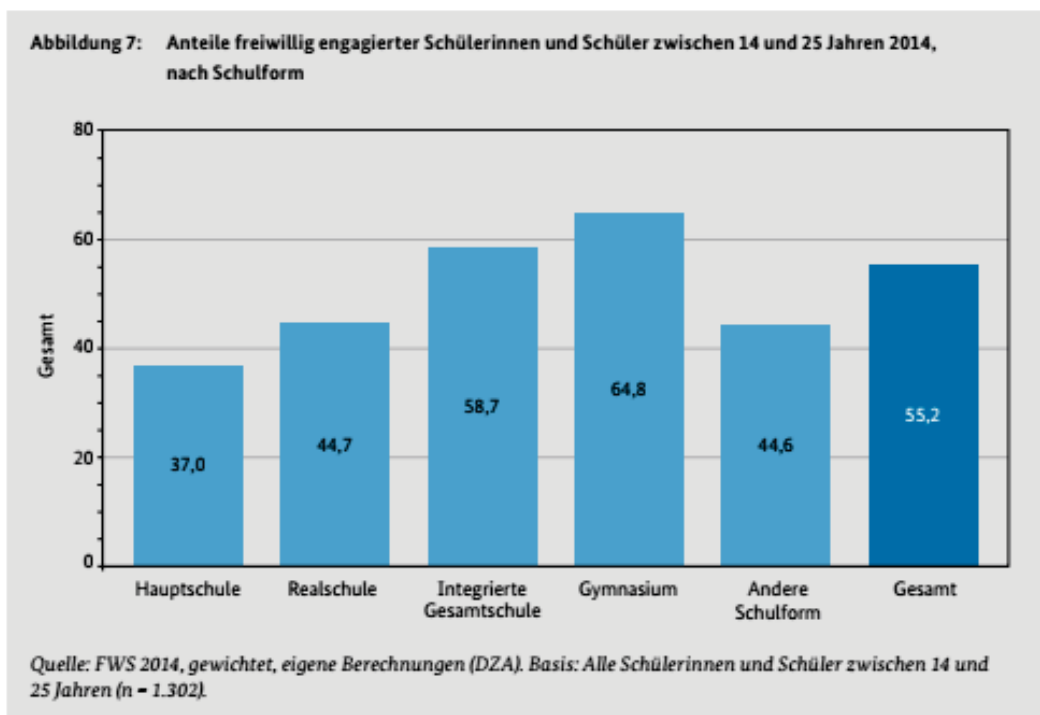
Quelle: Seidemann 2012: 21; Vogel et al. 2016: 99

Aktivität und freiwilliges Engagement nach Bildungsstatus



Jugendliche 14 bis 24 Jahre (Angaben in %)

Engagierte nach Schulformen



In welchen Bereichen engagieren sie sich?

- Sport (12 %)
- Kirche und Religion (7 %)
- Schule und Kindergarten (6 %)
- Kultur und Musik (5 %)
- FFW und Rettungsdienste (4 %)
- Jugendarbeit (4 %)
- Sozialer Bereich (3 %)
- Freizeit und Geselligkeit (3 %)

Stärker politisch motivierte Engagementbereiche wie Umwelt- und Naturschutz, Politik, Lokales Bürgerengagement, aber auch der Bereich Gesundheit spielen mit je 1 bis 2% Engagierten eine eher untergeordnete Rolle.

Vgl. Picot, Sibylle (2012), S. 37.

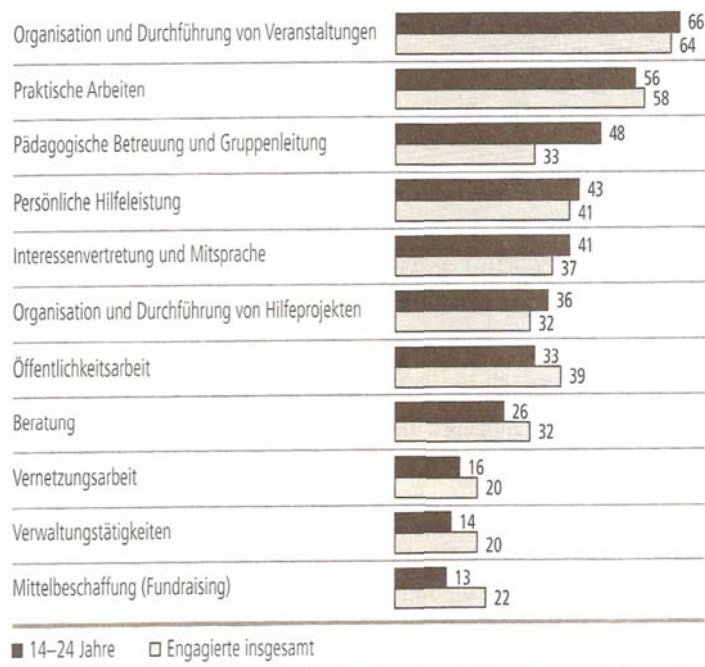
Wo engagieren sich junge Engagierte?

So bestätigt die Sonderauswertung „Jugend in der Zivilgesellschaft“, dass nach wie vor Jugendliche ihre zeitaufwändigste freiwillige Tätigkeit

- im Verein (48%),
- in der Kirche oder anderen religiösen Organisationen (14%),
- in staatlichen oder kommunalen Einrichtungen (5%),
- Verbänden (5%) oder
- in Parteien, Gewerkschaften und anderen Organisationen (zusammen 6 %)

verbringen. Weniger formalisierte Rahmenbedingungen haben zwar einen wachsenden, aber dennoch eher geringen Anteil von lediglich 18 %. (Picot (2012): 132 ff.

Was machen junge Engagierte?

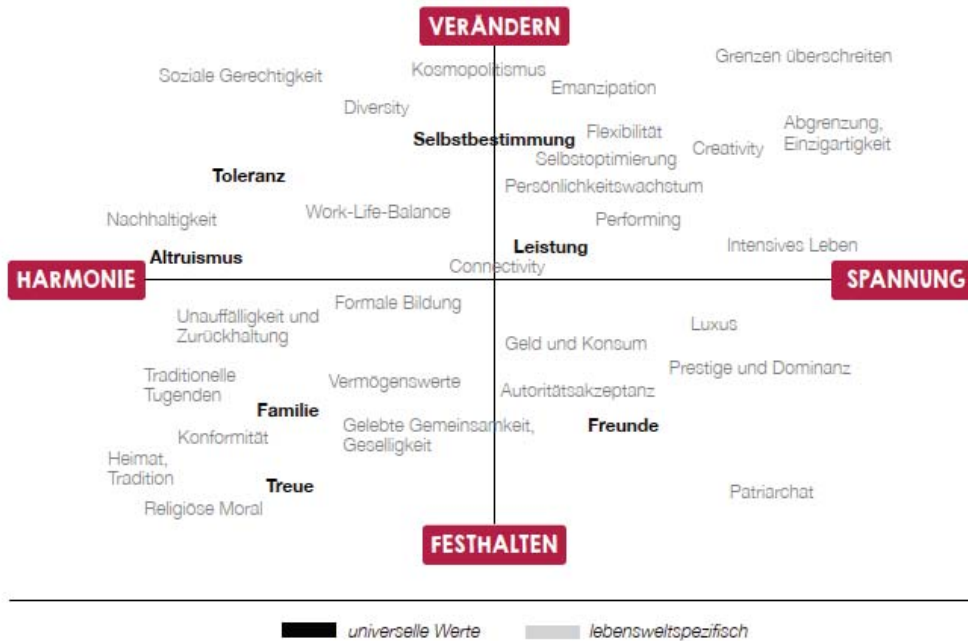


Engagierte ab 14 Jahren mit ihrer zeitaufwändigsten freiwilligen Tätigkeit
(Mehrfachnennungen, Angaben in %)

Picot (2012): 41

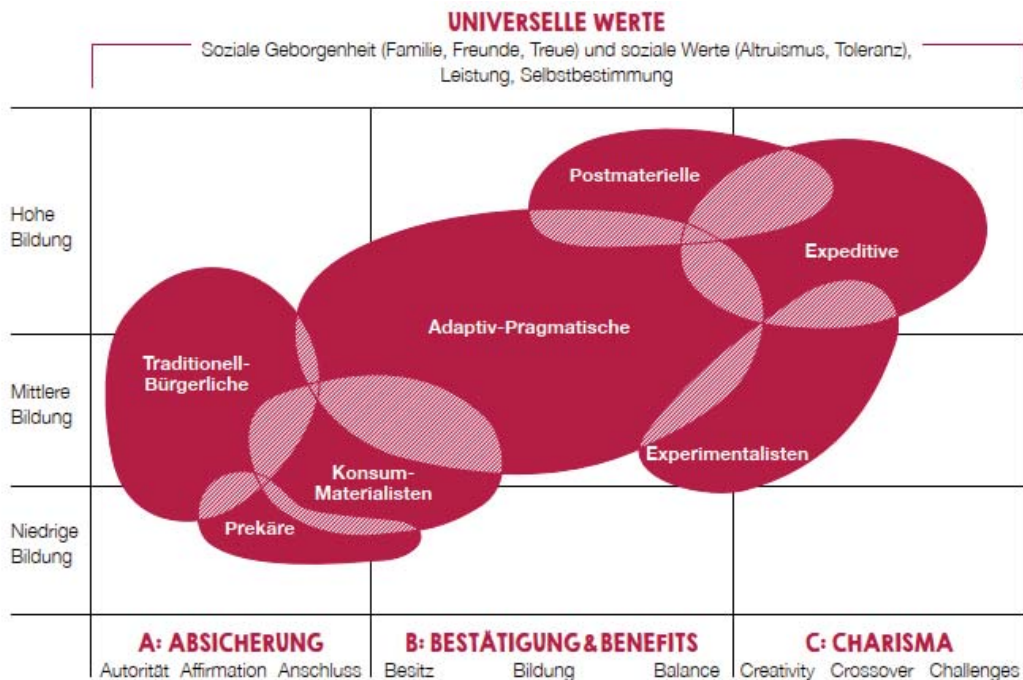
Jugend: Werte und Welten

Werteuniversum von Jugendlichen



Sinus (2020): 30 f.

Universelle und Spezielle Werte



1. Absicherung (A);
2. Bestätigung und Benefits (B);
3. Charisma (C).

„Die Werthaltung Jugendlicher folgt heute weniger einer Entweder-oder-Logik als vielmehr einer Sowohl-als-auch-Logik. Charakteristisch ist eine Gleichzeitigkeit von auf den ersten Blick nur schwer zu vereinbarenden Werthaltungen.“ (Sinus Jugendstudie(2020): 36

Absicherung (A)

**Vor allem bei Jugendlichen mit geringer bis mittlerer
Formalbildung**

Die Grundorientierung „Absicherung“ bildet einen Werteraum ab, in dem die Orientierung an **Autoritäten**, die **Affirmation der bestehenden gesellschaftlichen Ordnung** sowie der Wunsch nach **sozialem Anschluss** zusammenkommen. Dominant ist das Bestreben, fest auf dem Boden der Realität zu stehen und (heimatliche) **Wurzeln zu schlagen**. Ankommen ist wichtiger als Aufbrechen. Diese Grundorientierung beschreibt den expliziten Wunsch nach **verlässlichen Strukturen und autoritativen Leitbildern sowie sicheren materiellen Verhältnissen**. Typisch für dieses Wertecluster sind Risikovermeidung und eine hohe **Ambiguitätsintoleranz** – man sucht Harmonie bzw. vermeidet Konflikte. **Tradierte Autoritäten, sei es in der Religion oder der Familie, werden unbedingt akzeptiert, respektiert und kaum hinterfragt**. Das gilt auch für viele traditionelle Tugenden wie Bescheidenheit, Sparsamkeit, Anstand, Ordentlichkeit und eine starke religiöse Moral.

Bestätigung und Benefits (B)

Moderne gesellschaftliche Mitte
(materialistisch bis postmaterialistisch)

Je nach sozialen, ökonomischen und kulturellen Ressourcen sucht man Bestätigung durch den Besitz von **klassischen Statussymbolen** (materielle Überlegenheitsansprüche), durch die Fähigkeit zur **adaptiven Navigation** (Überlegenheitsansprüche durch hohe bzw. Effizienz) oder durch einen **postmateriell geprägten Habitus** (kulturell-intellektuelle Anpassungsbereitschaft/Überlegenheitsansprüche).

Prinzipiell kennzeichnend für diese Grundorientierung ist das Streben nach einer guten Balance zwischen der **Maximierung der Chancen auf Wohlstand bzw. sozialen Aufstieg einerseits und der Verfolgung individueller Wünsche** und (Freizeit- bzw. Konsum-) Interessen sowie der Pflege sozialer Beziehungen zu Familie und Freund*innen andererseits.

Mode und Konsum sind in dieser Grundorientierung wichtig, um sich dem Mainstream zugehörig fühlen zu können und nicht, um sich von ihm abzugrenzen. Man möchte sich zwar ausdrücken und darstellen, „modern sein“, dabei aber nicht aus dem Rahmen fallen. Typisch ist das vorsichtige Ausbalancieren von Konformität und Kreativität.

Charisma (C)

Expeditive und Experimentalisten

Für die Grundorientierung „Charisma“ sind **Werte und Tugenden charakteristisch**, die auf Außeralltäglichkeit zielen. Sie spiegeln den Wunsch, zu neuen Ufern aufzubrechen (sei es mental, ästhetisch, sozial, kulturell oder geografisch), **spannende Herausforderungen zu suchen, Bewährtes infrage zu stellen**, Alternativen zu erproben und dabei auch **Risiken** einzugehen. Typische Werte, die diesen Wunsch nach einem intensiven Leben zum Ausdruck bringen, sind: **Abenteuer, Exotik, Exploration und Ekstase**. Es geht um das Verlassen der Komfortzone sowie darum, sich selbst zu finden bzw. sich neu zu erfinden. Aufbrechen geht vor Ankommen. In dieser individualistischen Grundorientierung spielen ein charismatisches Inneres und Äußeres eine wichtige Rolle. Man strebt nach einer auratischen Präsenz. Style ist identitätsstiftend.

Kirche und junge Erwachsene

Kirche als Institution

Die Kirchen verdienen einen **Vertrauensvorschuss** – so die Überzeugung vieler Jugendlicher –, weil sie eine **moralische Instanz in der Gesellschaft sind und weil sie ihr Handeln an ethischen Grundsätzen ausrichten**. Insbesondere Befragte, die selbst gläubig sind, sehen das so. Ein weiterer Grund für Vertrauenswürdigkeit ist die wahrgenommene **politische Unabhängigkeit der Kirchen**. Positiv ins Gewicht fällt besonders die dem Prinzip der Nächstenliebe verpflichtete **Seelsorgequalität der Kirchen, die den Menschen bedingungslos Hilfe und Schutz anbieten (zum Beispiel Kirchenasyl für Flüchtlinge)**.

Eine Mehrheit der befragten Jugendlichen hält die Kirchen für „eher vertrauenswürdig“. Allerdings gibt es auch, hauptsächlich vonseiten Postmaterieller, deutliche **Kritik** – entweder aufgrund eigener schlechter Erfahrungen oder aufgrund der vielen Skandale (wie etwa Kindesmissbrauch), über die in den Medien berichtet wird. (Sinus 2020: 424)



Kirche als Arbeitgeberin

Kirche als Arbeitgeberin – vorstellbar oder (eher) nicht? In den Lebenswelten sind die Reaktionen unterschiedlich.

- a) Von allen Lebenswelten haben die **Traditionell-Bürgerlichen** am wenigsten Vorbehalte gegenüber der Kirche als Arbeitgeberin. Nur wenige schließen es per se für sich aus, in einer kirchlichen Einrichtung zu arbeiten. Vielmehr nimmt man eine neutrale Haltung ein. Unterschiede zu anderen Arbeitgeber*innen können die Befragten kaum ausmachen.
- b) Neben den **Traditionell-Bürgerlichen** sind es die **Adaptiv-Pragmatischen**, die sich der Kirche als Arbeitgeberin aufgeschlossen zeigen. Ihre pragmatische Grundeinstellung ist bei der Beschäftigung mit dieser Frage deutlich zu erkennen. Solange jene Berufskriterien, die man für sich formuliert hat, erfüllt sind, gäbe es keinen Grund, nicht in einer kirchlichen Einrichtung zu arbeiten.
- c) **Postmaterielle** sind in dieser Frage zweigeteilter Meinung. **Entscheidend dabei ist, ob und, wenn ja, welche Erfahrungen man mit der Kirche gesammelt hat.** Jugendliche, die von eigenen positiven Erlebnissen berichten (zum Beispiel aus der Pfadfindergruppe, häufiger Besuch der Kirche im Kindergarten), sind der Kirche als Arbeitgeberin gegenüber positiv eingestellt. Jugendliche, die solche Erfahrungen nicht gemacht haben, geben sich eher zurückhaltend. Ihnen fehle der Bezug. Darüber hinaus sei das, was man von der Kirche (bzw. von den Religionen im Allgemeinen) mitbekomme, nicht immer vertrauenerweckend.

O-Töne zum Thema Kirche als Arbeitgeber

„Ich würde es halt einfach machen, wenn es mir Spaß macht und wenn ich da gut Geld verdiene...“ Sinus (2020): 249

Also ich habe ja mit den Pfadfindern, das sind ja christliche Pfadfinder, auch schon was zu tun mit Kirche, und Diakonie ist da auch so mit dabei. Könnte ich mir vorstellen ... habe ich kein Problem mit.“ Sinus (2020): 250

„Nein. Ich bin kein Fan von Kirchen oder Religion. Ich habe da einfach kein Interesse dran.“ (Sinus 2020: 251)



→ Bei den **Expeditiven** und **Experimentalisten** wird besonders betont, dass eine kirchliche Einrichtung als Arbeitgeberin nur infrage käme, wenn einem keine religiösen Vorschriften aufgezwungen würden. In der Lebenswelt der Experimentalisten finden sich vermehrt Jugendliche mit einer generell negativen Haltung zur Kirche und zur Religion.

Im Gegensatz dazu werden in den bildungsfernen Lebenswelten der Prekären und Konsum-Materialisten keine „Bedingungen“ geäußert. Vielmehr artikuliert man eine wenig differenzierte Meinung. Entweder kann man es sich vorstellen, in einer kirchlichen Einrichtung zu arbeiten („Warum nicht?“) oder man schließt es kategorisch aus („Allein der Gedanke so, nein, also nein.“). Auffällig sind hier teils naive, unrealistisch-übertriebene und stereotype Vorstellungen bzw. Bilder von der Kirche und kirchlichen Einrichtungen, die sich **mitunter aus medialen Darstellungen wie Filmen und Serien** speisen.

Exkurs: hochreligiöse Jugendliche

Der religionssoziologische Begriff „hochreligiös“ (Huber 2007) umfasst diejenigen, bei denen der Glaube quasi im Zentrum der Persönlichkeit steht und sich auf die Persönlichkeit auswirkt (z.B. politische Einstellung, Handlungsweisen im Alltag)

Präsentation empirica_jugendstudie_2018_Zusa.,emfassung 2019: 4

Exkurs:

Wertesysteme hochreligiöser Jugendlicher

„sowohl als auch“ statt „entweder oder“ – neue Wertesynthesen (3):

- Flexibilität und Sicherheit beim Beruf (flexicurity)
- Hyperindividualisierung und Sehnsucht nach Gemeinschaft
- Selbstbewusst und angepasst
- Leistungsorientierung und Suche nach Formen der Entschleunigung
- Demokratiezufriedenheit und Misstrauen in Politik/Parteien
- Ehrenamtliches Engagement: für andere und den eigenen Lebenslauf

Präsentation empirica_jugendstudie_2018_Zusa.,umfang 2019: 6



Engagement

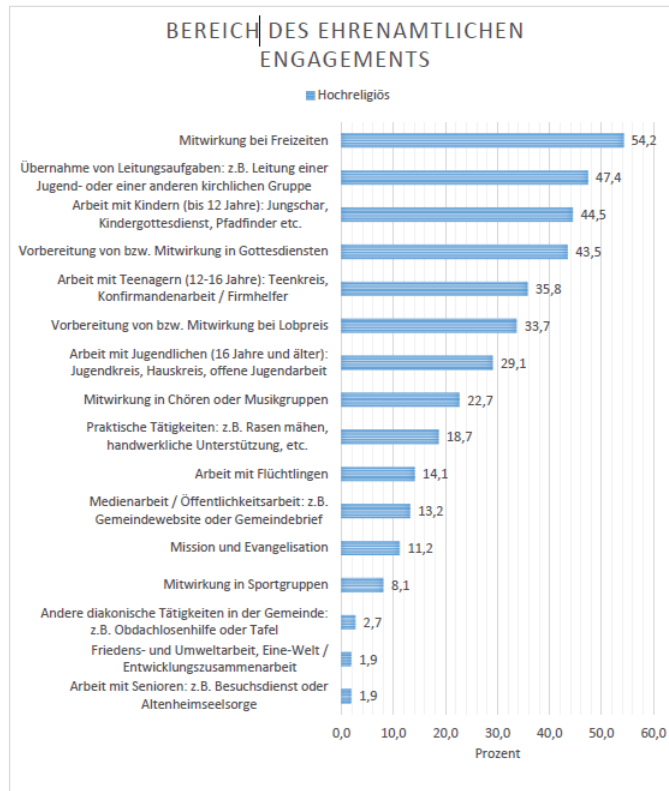
73% der hochreligiösen Jugendlichen sind ehrenamtlich engagiert – das liegt deutlich über dem gesellschaftlichen Durchschnitt (49 %) (4)

☑ Die Motive für ihr Engagement ... sind Ausdruck einer weiteren Wertesynthese:

- Persönlicher Spaß (92%) und Anderen helfen (85%)
- Gemeinschaft (85%) und christliche Motive (77%)

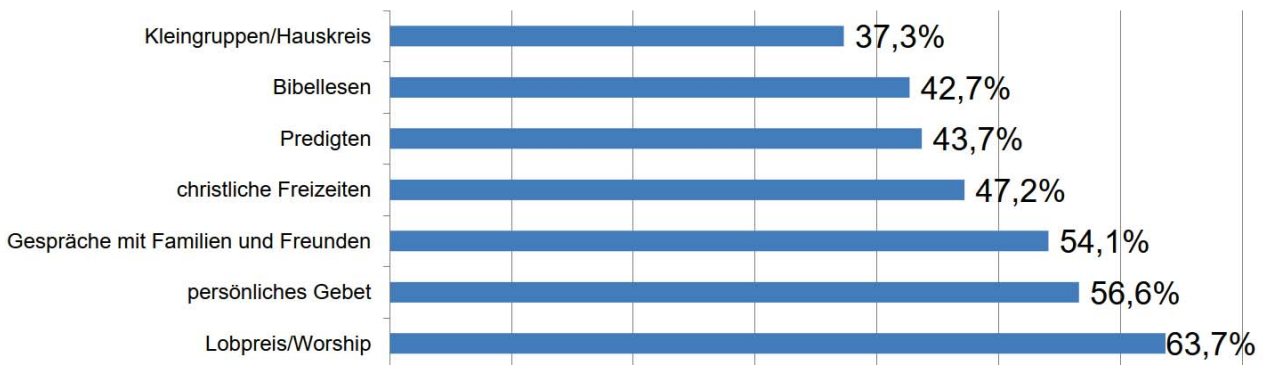


4.2.2 In welchen Bereichen engagierst du dich aktuell ehrenamtlich im christlichen Kontext? (V37)



Formate und Glaubenspraxis: Generation Lobpreis

Was stärkt deinen Glauben?



A) Die untersuchten hochreligiösen Jugendlichen fühlen sich zu 48% der ev. Kirche und 9% den Landeskirchlichen Gemeinschaften verbunden. Der Rest verteilt sich auf FeG, Baptisten und andere Freikirchen.

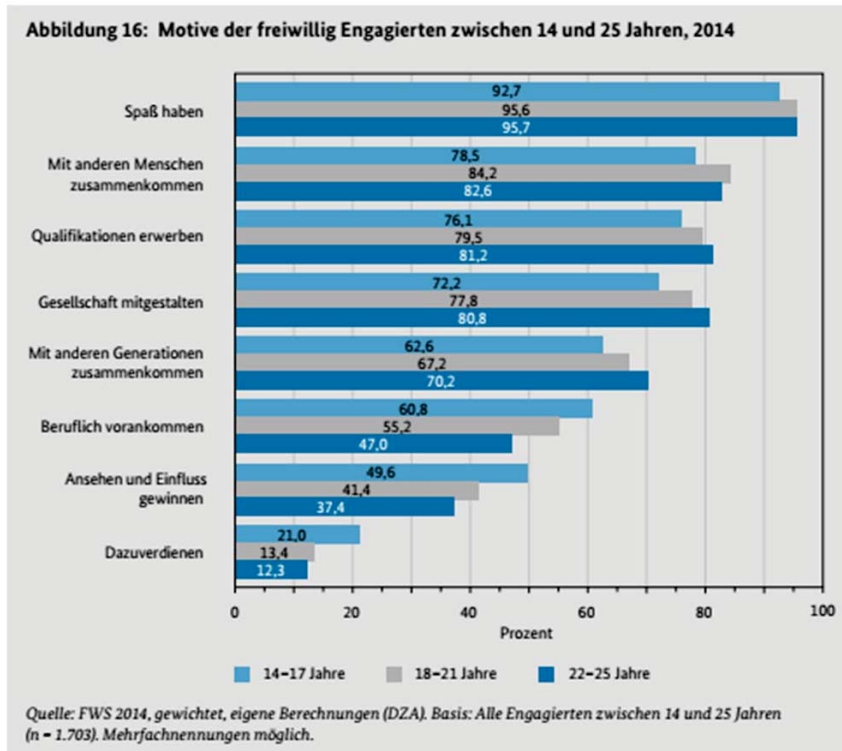
B) Nach Logik der Sinus Milieus lässt sich die Mehrheit der Hochreligiösen irgendwo zwischen adaptiv-pragmatisch und bürgerlich-konservativ einordnen. Eine Ausgangsthese der Studie, dass die Lebenswelten vielfältig sind, wurde widerlegt. Die Milieuverengung ist deutlicher als gedacht.

Präsentation empirica_jugendstudie_2018_Zusa,,emfassung (2019): 5

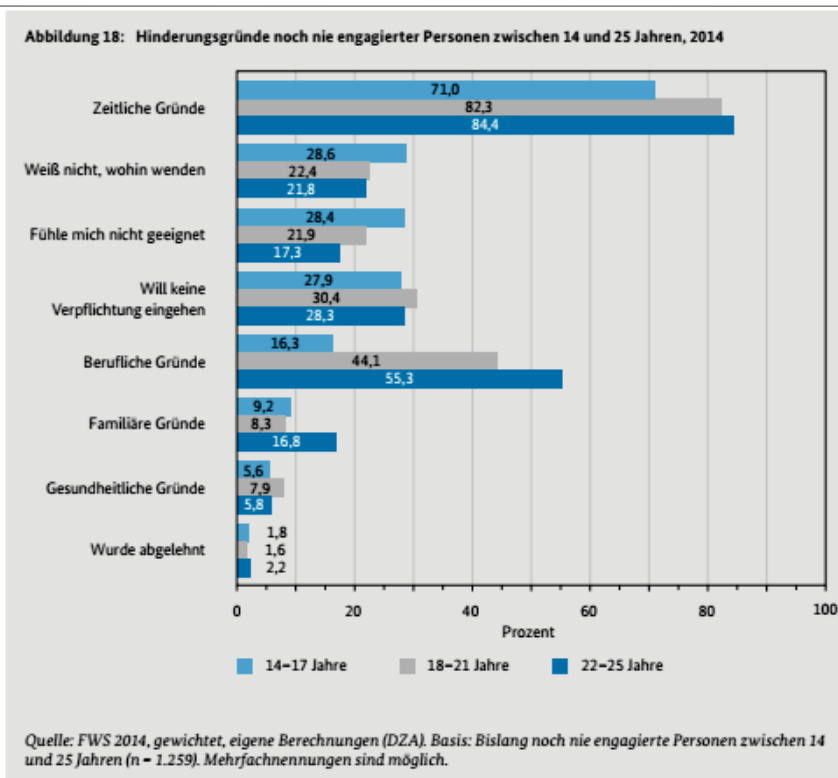
Exkurs Ende

Motive junger Engagierter

Motive der freiwillig Engagierten



Hinderungsgründe

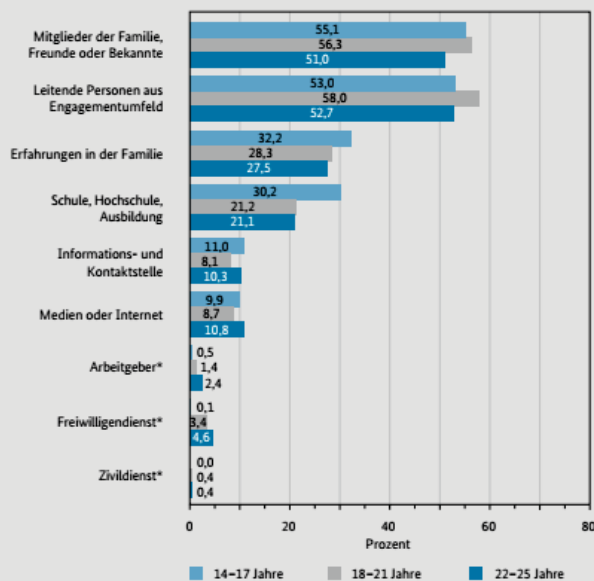


Rahmenbedingungen



Wie kommen junge Menschen zum Engagement?

Abbildung 20: Anstöße der freiwillig Engagierten zwischen 14 und 25 Jahren, 2014

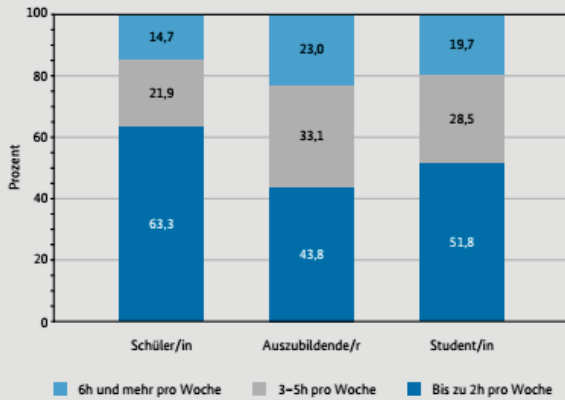


Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten zwischen 14 und 25 Jahren (n = 1.703).

* Die Frage nach dem Arbeitgeber beantworteten nur Erwerbstätige (16,1 Prozent der 14- bis 25-jährigen Engagierten), die Frage nach dem Freiwilligendienst nur Personen, die aktuell einen Freiwilligendienst leisten oder früher einen geleistet haben (8,1 Prozent der 14- bis 25-jährigen Engagierten) und die Frage nach dem Zivildienst nur Männer, die früher einen Zivildienst geleistet haben (2,4 Prozent der 14- bis 25-jährigen Engagierten). Mehrfachnennungen sind möglich.

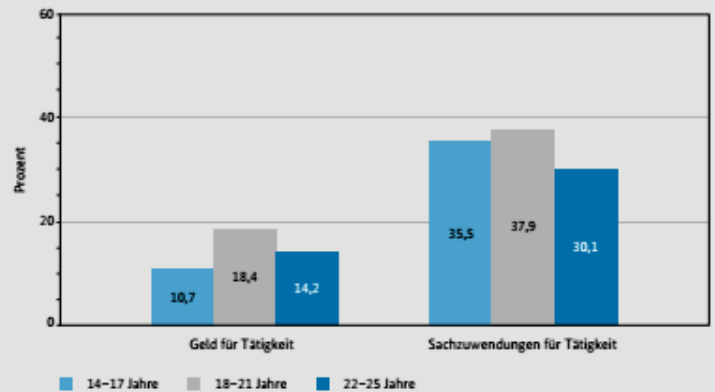
Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf die zeitintensivste Tätigkeit bei Engagierten, die mehrere freiwillige Tätigkeiten ausüben beziehungsweise auf die freiwillige Tätigkeit bei Engagierten, die genau eine Tätigkeit ausüben.

Abbildung 11: Zeitaufwand für die freiwillige Tätigkeit 2014, nach Ausbildungsform



Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten zwischen 14 und 25 Jahren, die sich in der Schule, in der Ausbildung oder im Studium befinden (n = 1.369).
Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf die zeitintensivste Tätigkeit bei Engagierten, die mehrere freiwillige Tätigkeiten ausüben beziehungsweise auf die freiwillige Tätigkeit bei Engagierten, die genau eine Tätigkeit ausüben.

Abbildung 13: Anteile der freiwillig Engagierten zwischen 14 und 25 Jahren, die Geld oder Sachzuwendungen für die freiwillige Tätigkeit erhalten, 2014



Quelle: FWS 2014, gewichtet, eigene Berechnungen (DZA). Basis: Alle Engagierten zwischen 14 und 25 Jahren (n = 1.703).
Hinweis: Die Angaben beziehen sich auf die zeitintensivste Tätigkeit bei Engagierten, die mehrere freiwillige Tätigkeiten ausüben beziehungsweise auf die freiwillige Tätigkeit bei Engagierten, die genau eine Tätigkeit ausüben.

Zentrale Befunde

Zentrale Befunde

Das Freiwillige Engagement nimmt gesamtgesellschaftlich gemäß aller derzeit bekannter Studien seit Jahren zu.

Es ist davon auszugehen, dass eine nennenswerte Abnahme auch bei jungen Engagierten nicht zu beobachten ist. *

Die Zahl der Engagierten in der EKHN ist in den letzten zehn Jahren deutlich rückläufig (knapp ein Viertel über alle Altersgruppen)

Die gesellschaftlichen Ursachen dafür sind vielfältig: wegbrechende Milieus, veränderte Wertegefüge, Engagementformate, Digitalisierung, Skandale und Berichterstattung über Kirchen, **veränderte biographische Bedürfnisse**, veränderte ästhetische Bedürfnisse (z.B. Musik), Diversifizierung und Individualisierung der Bevölkerung...

Nicht hingegen: Eine Verringerung des Bedürfnisses nach Spiritualität/ Religiosität (Werte sind „in“ (Vilain/ Meyer 2014))



* Aufgrund eines Methodenwechsels beim Freiwilligen-Survey lassen sich genaue Aussagen zur aktuellen Entwicklung nicht ziehen.

Zentrale Befunde

Trotz allem haben Kirchen als Institutionen bei fast allen Jugendmilieus – außer bei Experimentalisten und Expeditiven - (noch) einen Vertrauensbonus. Sie erreichen vor allem auf Anpassung und Bewahrung (Gruppe A) ausgerichtete junge Menschen, verlieren jedoch den Kontakt zu einer Mehrzahl der Milieus

Wo junge Menschen positive **Berührung zu Kirche** hatten, sind sie eher bereit diese als Engagement- und/ oder Arbeitsort anzunehmen.

Die verbindenden Grundwerte junger Menschen über alle Milieus hinweg wie Soziale Geborgenheit (Familie, Freunde, Treue) und soziale Werte (Altruismus, Toleranz) spielen Kirche jedoch eigentlich in die Hände (anders als beispielsweise politischen Organisationen). Schnittstellenthemen für viele junge Menschen: Gleichberechtigung, geschlechtliche Identitäten, soziale Gerechtigkeit, Klimawandel, soziale Medien, Datenfreiheit- und -schutz...

Darüber hinaus sind christliche junge Menschen durchschnittlich deutlich häufiger freiwillig engagiert als nicht-religiöse.



Ansatzpunkte

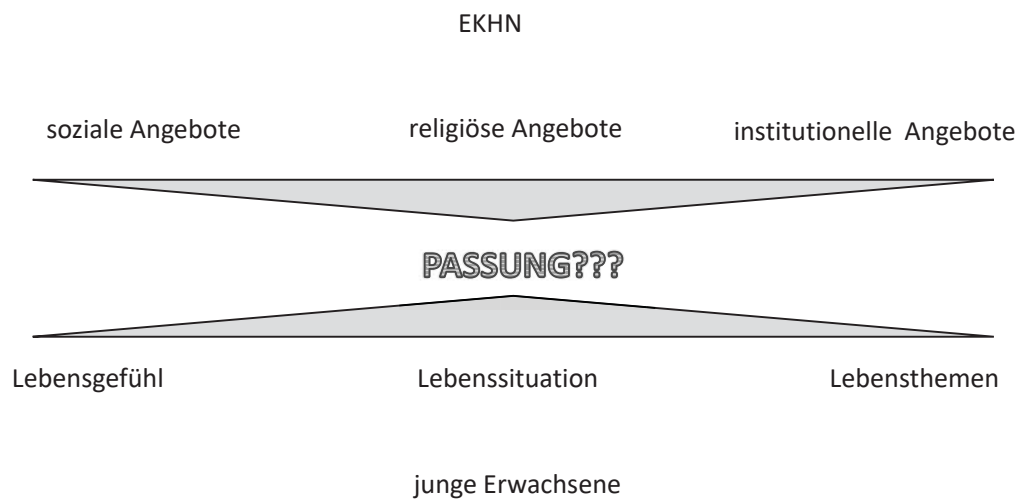


Junge Erwachsene dort abholen, wo sie erreichbar sind!

→ Lebenswelten und Lebensphase sowie die Bedürfnisse in diesen Phasen ernst nehmen!



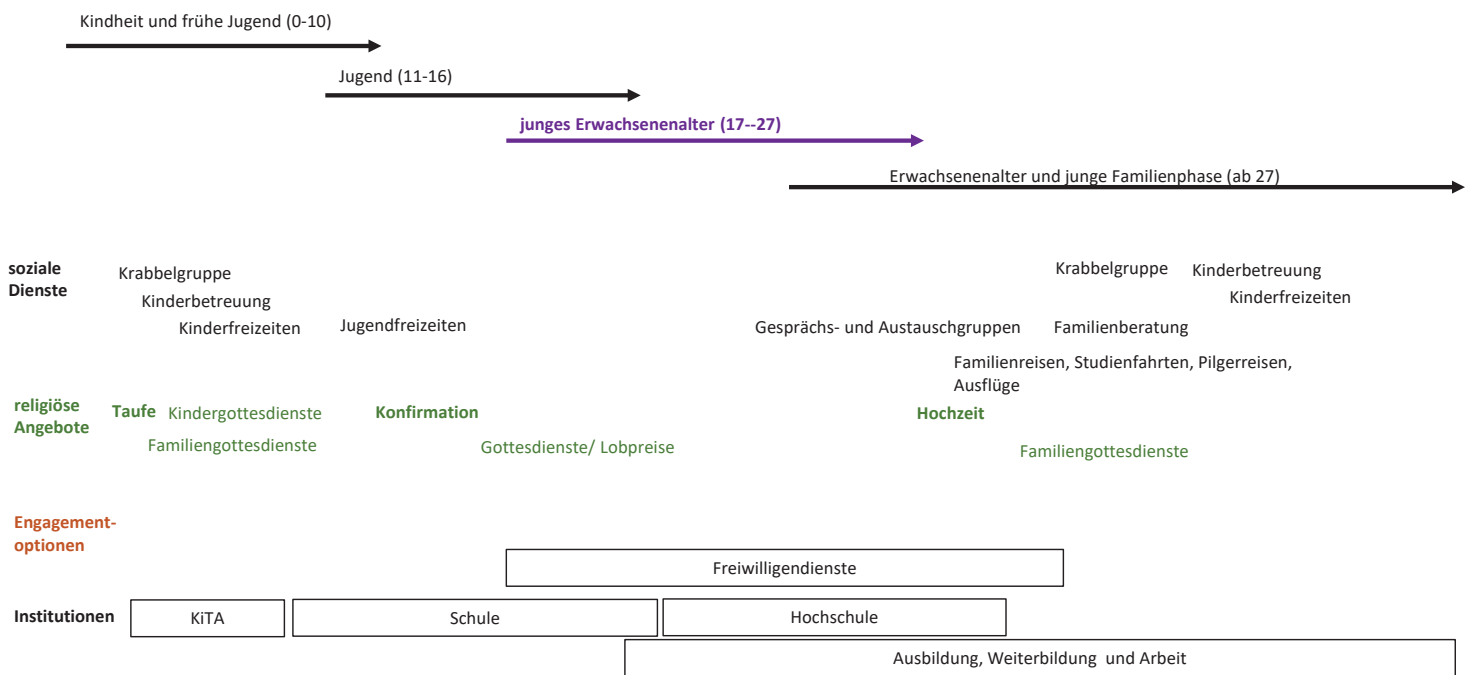
Passungen prüfen!



Junge Erwachsene dort abholen, wo sie erreichbar sind!

- Lebenswelten und Lebensphase sowie die Bedürfnisse in diesen Phasen ernst nehmen!
- Kontaktpunkte identifizieren und entsprechende Angebote organisieren
- Brüche in Lebens- und Mobilitätsphasen begleiten

Lebensphasen und Kontaktpunkte



Junge Erwachsene dort abholen, wo sie erreichbar sind!

- Lebenswelten und Lebensphase sowie die Bedürfnisse in diesen Phasen ernst nehmen!
- Kontaktpunkte identifizieren und entsprechende Angebote organisieren
- Brüche in Lebens- und Mobilitätsphasen begleiten
- Milieuspezifische Einstiegsangebote schaffen

Zusammenfassung Milieuwerte

UNIVERSELLE WERTE		
Soziale Geborgenheit (Familie, Freunde, Treue) und soziale Werte (Altruismus, Toleranz), Leistung, Selbstbestimmung		
<p>Autorität</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoritätsakzeptanz - Patriarchat - religiöse Moral <p>Affirmation</p> <ul style="list-style-type: none"> - traditionelle Tugenden (z. B. Bescheidenheit, Sparsamkeit, Anstand, Ordentlichkeit, Pflichtbewusstsein, Zuverlässigkeit) - Konformität, Status-quo-Orientierung - Zurückhaltung, Unauffälligkeit <p>Anschluss</p> <ul style="list-style-type: none"> - Heimat, Tradition - gelebte Gemeinsamkeit, Geselligkeit 	<p>Besitz</p> <ul style="list-style-type: none"> - materialistische Werte (z. B. Geld, Konsum, Luxus, Vermögenswerte) - Prestige und Dominanz <p>Bildung</p> <ul style="list-style-type: none"> - formale Bildung - Persönlichkeitswachstum (z. B. Skills, Persönlichkeitsentfaltung, Professionalität) - Selbstoptimierung <p>Balance</p> <ul style="list-style-type: none"> - Work-Life-Balance - postmaterialistische Werte (z. B. Nachhaltigkeit, Kosmopolitismus, Diversity, soziale Gerechtigkeit) - Emanzipation 	<p>Creativity</p> <ul style="list-style-type: none"> - künstlerische Praxis - stilistische Bricolage - intellektuelle Neugier <p>Crossover</p> <ul style="list-style-type: none"> - intensives Leben (z. B. Abenteuer, Spaß am Risiko, Ekstase, Stimulation, Experimentierfreude, Spontaneität) - Abgrenzung, Einzigartigkeit - Grenzen überschreiten <p>Challenges</p> <ul style="list-style-type: none"> - Performing - Connectivity - Flexibilität
A: ABSICHERUNG	B: BESTÄTIGUNG & BENEFITS	C: CHARISMA
Autorität Affirmation Anschluss	Besitz Bildung Balance	Creativity Crossover Challenges

Sinus
(2020): 42

Junge Erwachsene dort abholen, wo sie erreichbar sind!

- Lebenswelten und Lebensphase sowie die Bedürfnisse in diesen Phasen ernst nehmen!
- Kontaktpunkte identifizieren und entsprechende Angebote organisieren
- Brüche in Lebens- und Mobilitätsphasen begleiten
- Milieuspezifische Einstiegsangebote schaffen
- Ästhetik und Inhalte anpassen

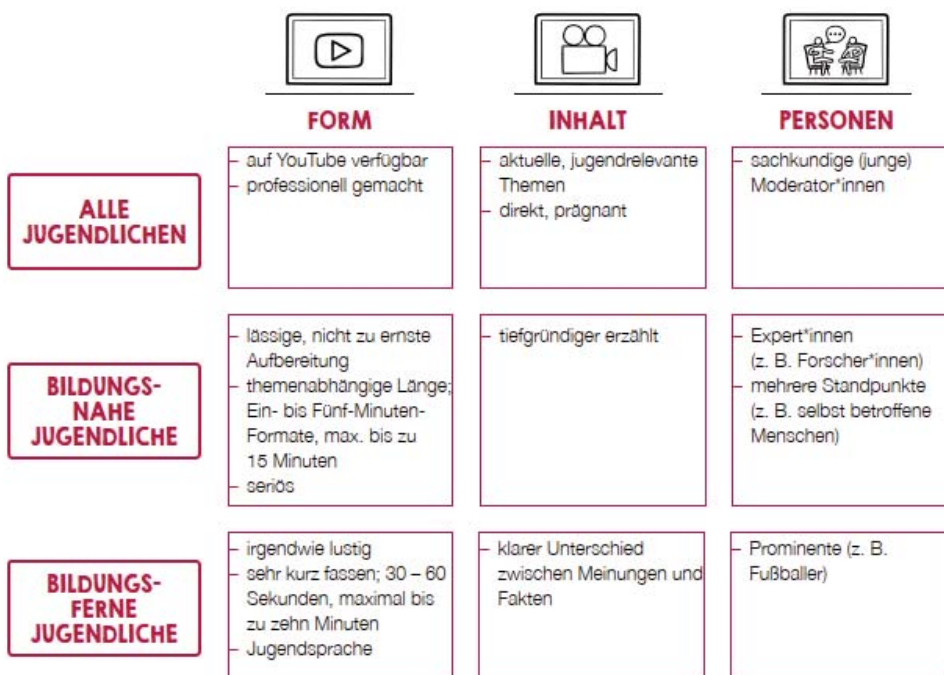
„Dinge, auf die ich nicht verzichten könnte“



sehr häufig genannt
 häufig genannt
 selten genannt

Sinus (2020): 32

„Wie sollten Inhalte aufbereitet/ vermittelt werden?“



„Am sensibelsten für die ästhetische Dimension von Politik sind die Expativen sowie die Experimentalisten. Für sie ist nicht selten schon die Form der Inhalt, das heißt, die äußere Gestalt sendet selbst eine politische Botschaft.“

(Sinus 2020: 481)

Sinus (2020): 491

Junge Erwachsene dort abholen, wo sie erreichbar sind!

- Lebenswelten und Lebensphase sowie die Bedürfnisse in diesen Phasen ernst nehmen!
- Kontaktpunkte identifizieren und entsprechende Angebote organisieren
- Brüche in Lebens- und Mobilitätsphasen begleiten
- Milieuspezifische Einstiegsangebote schaffen
- Ästhetik und Inhalte anpassen
- Zuhören!

Zuhören und ernst nehmen!

„Die Jugend fühlt sich zu wenig gehört und nicht ernst genommen.“

Ein Engagement mit freundschaftlichem, familiärem Charakter kann den Rahmen für Spaß und Freude setzen.

