

Dokumentation

„generation-kick.de

Jugend – was geht?“



Jugendpastorale Studententage

28. – 29. Januar 2008

Marienburg/ Zell

Inhaltsverzeichnis

1. Programm	3
2. Begrüßung	4
3. Vortrag von Klaus Farin „Von Rappern, Grafitis, Skatern und Stylern“	5
4. Präsentationen von Klaus Farin	15
5. Vortrag von Klaus Farin „Wie gelingt es, Jugendliche für ein Engagement zu gewinnen?“	16
6. Beispiele aus der Praxis	22
6.1. Bandprojekt des Café Exodus	22
6.2. BDKJ-Kampagne Geld oder Leben	26
6.3. Jugendgottesdienstprojekt “Gott kannste (nicht) vergessen”	29
6.4. LKW-Projekt der Pfadfinder	31
7. Vortrag von Dr. Hans Hobelsberger „Lebensweltorientierte Jugendarbeit – Herausforderungen, Ressourcen, Perspektiven“ (Schlussfolgerungen für die Jugendpastoral)	34
8. Kleingruppenarbeit	49
9. Ergebnisse der Kleingruppenarbeit	50
9.1. Offene Jugendarbeit	50
9.2. Jugendspirituelle Angebote	52
9.3. Pfarrliche Jugendarbeit	54
9.4. Verbandsarbeit	58
9.5. Herausforderung an die theologische Rede	59
10. Zusammenfassung	61
11. Auswertung	63

Programm

28.01.2008

SEHEN

Hier

10.00 Uhr	Begrüßung, Programm, Orga
10.30 Uhr	„Von Rappern, Gufftes, Skatern & Stylem“ (K. Fann)
12.30 Uhr	Mittagessen + Pause
14.30 Uhr	„Wie gelingt es, Jugendliche für ein Engagement zu gewinnen?“
15.30 Uhr	Kaffee + Kuchen (K. Fann)
16.00 Uhr	Beispiele aus der Praxis
18.00 Uhr	Abendessen
19.00 Uhr	Gottesdienst → Kapelle
20.00 Uhr	Let's fetz! Musik aus den 70er, 80er u 90er Jahren → Clubraum NB

29.01.2008

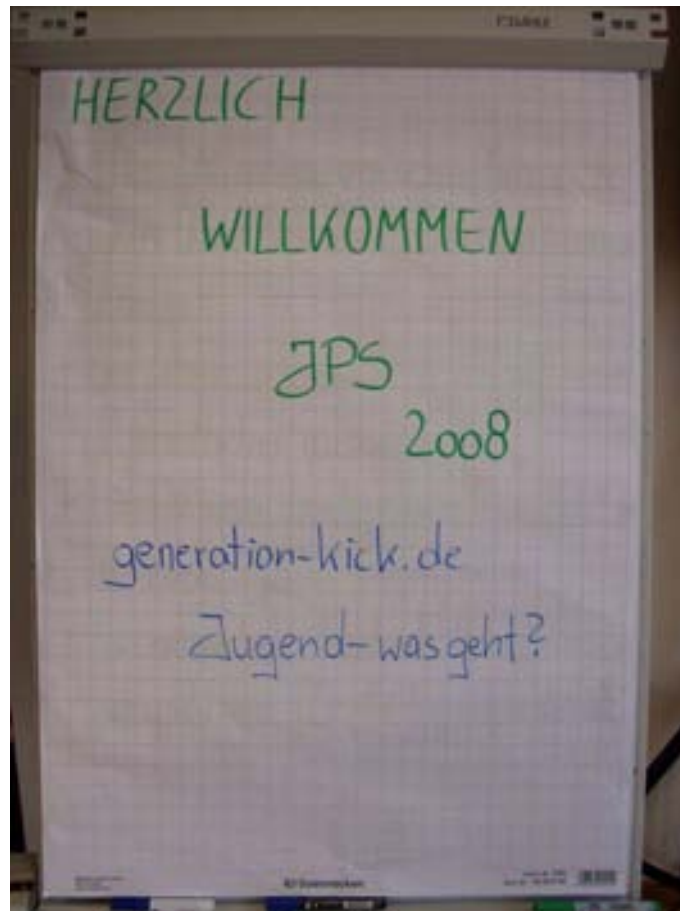
URTEILEN

8.30 Uhr	FRÜHSTÜCK
9.00 Uhr	Morgenimpuls
9.15 Uhr	Schlussfolgerungen für die Jugendpastoral (H. Hobelsberger)

HANDELN

10.00 Uhr	Gruppenarbeit
12.30 Uhr	Mittagessen
14.00 Uhr	Ergebnispräsentation (K. Fann, H. Hobelsberger)
15.00 Uhr	Zusammenfassung
15.30 Uhr	Auswertung
16.00 Uhr	Kaffee + Kuchen + ENDE

Begrüßung



Ziele:

Die TeilnehmerInnen verschaffen sich einen Überblick über die Jugendkulturen und –szenen.

Sie setzen sich mit Engagementformen Jugendlicher auseinander.

Die TeilnehmerInnen analysieren Praxisfelder der kirchlichen Jugendarbeit.

Sie entwickeln konkrete Handlungsperspektiven für die Jugendpastoral.

Vortrag von Klaus Farin

„Von Rappern, Grafitis, Skatern und Stylern“

Mein Job soll es nun sein, Euch in rund einer Stunde zu berichten, was ich gewöhnlich in Tagesseminaren abhandle. Ich muss Euch leider gleich zu Beginn eine Enttäuschung bereiten: Das geht nicht. [Obwohl ich ja von Hause aus Journalist bin, das heißt, die Vereinfachung komplexer Zusammenhänge, die Reduzierung bunter und widersprüchlicher Lebenswelten auf eindimensionale Schwarz-weiß-Bilder eigentlich gelernt habe.]

Aber damit sind wir auch schon im Thema. Denn fast alles, was wir über „die Jugend“ und Jugendkulturen wissen, wissen wir aus den Medien. Medien berichten aber sehr einseitig. Sie sind vor allem an dem Extremen und dem Negativen interessiert. Sie leben nun einmal davon, stets das Außergewöhnliche, Nicht-Alltägliche in den Vordergrund zu rücken und zur Normalität zu erheben: Drei besoffene Neonazis, die „Sieg heil!“ gröhrend durch ein Dorf laufen, erfahren so eine bundesweite Medienresonanz; eine Jugendgruppe, die sich seit Monaten aktiv gegen Rassismus und Rechtsextremismus – oder auch: für Umweltschutz, Frieden, *gegen* Gewalt ... – engagiert, ist in der Regel kaum der Lokalzeitung ein paar Zeilen wert. Die „gute Nachricht“ ist keine. Und was nicht in den Medien stattfindet, gibt es nicht. Zudem neigen Medien in Zeiten harten Konkurrenzkampfes dazu, ihre Themen weiter zuzuspitzen. „Keine Jugendgewalt“ oder „immer weniger“ Gewalt ist auch kein Thema. Und so heißt es tagtäglich: „Immer mehr“ Jugendgewalt, „immer brutaler“ die Täter. Da ist Sensation statt Information gefragt, immer schneller, immer schriller, immer billiger. Und damit nicht einmal der gläubigste Medienkonsument die Realitätslücke zwischen den statistischen Daten, die keinen eklatanten Anstieg von Jugendgewalt erkennen lassen, und den eifernden Kommentaren bemerkt, haben sich Journalisten einen cleveren Kunstgriff einfallen lassen: Sie berichten erst gar nicht mehr über die objektive Gewaltlage, sondern über das „subjektive Sicherheitsgefühl“. „X Prozent der Bevölkerung haben Angst vor ...“ (wahlweise: Skinheads, Ausländern, Klimakatastrophen ...). Ob diese Angst aber überhaupt einen Bezugspunkt in der Realität hat, wird gar nicht erst hinterfragt – und keiner merkt’s angesichts der erschreckenden Prozentzahlen ...

Dieser kurze Exkurs zu Beginn sollte uns noch einmal zu Bewusstsein bringen, dass das, was wir glauben, über „die Jugend“ zu wissen, nicht unbedingt der Realität entspricht, sondern der veröffentlichten Realität, dem, was Medien aus der unendlichen Fülle täglicher Ereignisse auf Basis ihrer subjektiven Perspektive und Interessenlage für uns vorsortieren und für berichtenswert erachten. Medien präsentieren uns also nur einen kleinen – negativen! – Ausschnitt von „Jugend“ (zudem mit oft haarsträubend schlecht recherchierten „Fakten“), den wir pars pro toto nehmen.

Dass diese Botschaft von der ewig schlimmeren Jugend bei uns auf so fruchtbaren Boden fällt, ist allerdings kein neuer Trend: Seit Sokrates vor mehr als 2.000 Jahren heißt es über jede Jugend, sie sei schlimmer, respektloser, konsumtrotteliger, unpolitischer, unengagierter als die letzte – sprich: wir selbst. Dies ist jedoch mehr einer gnädigen Rosarot-Zeichnung unserer eigenen Jugendphase geschuldet. Nehmen wir nur einmal als Beispiel die berühmten „68er“, die nachfolgenden Generationen seitdem stets als leuchtendes Vorbild vorgehalten werden: Eine ganze Generation auf den Barrikaden, politisiert und engagiert, Aktivisten einer sexuellen und Kulturrevolution. In der Realität gingen damals nur 3-5 Prozent der StudentInnen demonstrierend auf die Straße und die BRAVO-Charts der Jahre 1967 bis 1970 verzeichnen als mit großem Abstand beliebtesten Künstler der Jugend jener Jahre nicht die Rolling Stones, Jimi Hendrix oder die Doors, sondern Roy Black.

Es waren Minderheiten, die sich damals engagierten, auch wenn es ihnen gelang, ihrer ganzen Generation ihren Stempel aufzudrücken. Nicht anders ist es heute: Die Mehrheit jeder Generation ist bieder, spießig, konsumtrottelig und unengagiert. Es sind immer Minderheiten, die etwas bewegen, manchmal sogar die Gesamtgesellschaft verändern. Doch dazu kommen wir ja noch später im zweiten Part.

Etwa 20 – 25 Prozent der Jugendlichen in Deutschland gehören Jugendkulturen an; sie sind also Punks, Gothics, Skinheads, Fußballfans, Skateboarder, Rollenspieler, Jesus Freaks usw. und identifizieren sich mit ihrer Szene. Minderheiten, sicherlich, die allerdings *opinion leader* ihrer Generation sind und – am deutlichsten sichtbar im Musik- und Modegeschmack – die große Mehrheit der Gleichaltrigen beeinflussen. Diese gehören zwar nicht selbst einer Szene/Jugendkultur an, sympathisieren aber mit einzelnen Szenen und orientieren sich an ihnen, besuchen vielleicht am Wochenende entsprechende Partys, Konzerte etc., hören bevorzugt die scene-eigene Musik, wollen sich aber nicht verbindlich festlegen. Jeder Szene-Kern wird so von einem mehr oder weniger großen Mitläuferschwarm umkreist, der zum Beispiel im Falle von Techno und HipHop mehrere Millionen Jugendliche umfassen kann.

Musik ist für fast alle Jugendlichen so ziemlich das Wichtigste auf der Welt. Auch die Mehrzahl der Jugendkulturen, von denen heute die Rede ist, sind musikorientiert: Techno, Heavy Metal, Punk, Gothics, auch Skinheads gäbe es nicht ohne Punk und Reggae/Ska; selbst für die Angehörigen der Boarderszenen, eigentlich ja eine Sportkultur, spielt Musik eine identitätsstiftende Rolle. Dabei geht es nie nur um Melodie und Rhythmus, sondern immer auch um Geschichte, Politik, grundlegende Einstellungen zur Gesellschaft, die nicht nur die Texte und Titel der Songs/Tracks vermitteln, sondern auch die Interviews, Kleidermarken, nonverbalen Gesten und Rituale der KünstlerInnen. Musik ist für viele Jugendliche, vor allem denen in Szenen, ein bedeutender Teil der Identitätsfindung.

Für die meisten Menschen – auch für Jugendliche selbst – erwecken Jugendkulturen heute einen sehr diffusen Eindruck: Immer mehr, immer schneller, immer schriller. Sicherlich ist es richtig, dass heute im Vergleich zu den 50er, 60er, 70er Jahren sehr viele Jugendkulturen existieren, deren Angehörige zudem nicht mehr leicht einzuordnen sind. Gab es zu meiner Jugendzeit – ich bin Jahrgang 1958 – eigentlich nur die Mofa-Cliquen, die Fußball-Fans, die Hardrock/Heavy-Metal-Fans, uns Langhaarige und die Spießer von der Jungen Union, und jeder hat sein Gegenüber gleich beim Äußeren erkannt und einordnen können, so gibt es heute nicht nur einige hundert Stilvariationen und Untergruppen – nicht *den* Heavy-Metal-Fan, sondern die Black Metalller und die New-Wave-of-British-Heavy-Metal-Fans und die Traditionalisten von der Deep-Purple-Fraktion usw., nicht *den* Techno-Fan, sondern rund ein Dutzend Techno-Spielarten von Gabber bis Goa. Und deren Vertreter erfüllen zudem nicht immer unsere visuellen Erwartungen und Vorurteile: Da ist der Popper mit dem Silberköffchen in Wirklichkeit ein anarchistischer Computerhacker, der rassistische Neonazi kommt langzottelig und im Style von Lemmy von Motörhead daher. Die zentrale Botschaft heutiger Jugendkulturen scheint zu sein: Wenn du glaubst, mich mit einem Blick einschätzen zu können, täuscht du dich gewaltig. (Oder andersherum: Wer wissen möchte, was sich hinter dem bunten oder auch schwarzen Outfit verbirgt, muss schlicht mit dem Objekt der Begierde reden.)

Die Vielfalt der heutigen Jugendkulturen entsteht zum einen dadurch, dass nichts mehr verschwindet: Alle Jugendkulturen, die es jemals gab, existieren heute noch: Sie sind vielleicht nicht mehr so groß, so bedeutend, so medienwirksam, aber sie leben. Und wenn man sich die großen Szenen der Gegenwart ansieht, stellt man schnell fest, dass auch mitnichten alljährlich neue bedeutende Jugendkulturen entstehen. Die größte Jugendkultur der 90er Jahre war ohne Zweifel Techno. Bis zu 5 Millionen – jeder vierte Unter-Dreißigjährige –

identifizierte sich seinerzeit mit dieser elektronischen Musik-Party-Kultur. Doch Techno entstand bereits 1988/89 und hat Vorläufer (z. B. House), die weitere zehn Jahre zurückreichen. Heute ist HipHop – Oberbegriff für Graffiti, Breakdance und die Musik: Rap, DJing, MCs – weltweit die mit Abstand größte Jugendkultur. Mit keinem anderen Musikgenre wird so viel Umsatz bei Unter-Zwanzigjährigen gemacht, in jeder Stadt in Deutschland – sei sie noch so klein – existieren HipHop-Kids. Doch auch HipHop ist keine Erfindung der späten 90er Jahre, sondern bereits Anfang der 70er Jahre in der Bronx/New York geboren worden. Bereits 1979 erschien auch auf dem deutschen Markt die erste HipHop-Single „Rapper’s Delight“ von der Sugarhill Gang. Punk – eine weitere der wichtigen „Stammkulturen“, vielleicht nicht von der Menge her: Punk ist ein Minderheitenphänomen mit wenigen hunderttausend Szene-Angehörigen, aber von der Kreativität und dem Einfluss auf andere Szenen her – entstand 1975/76. Die Skateboarder lassen sich bis auf die Surfer der 50er Jahre zurückführen. Gothics – früher auch Grufties, Dark Waver, New Romantics etc. genannt – erlebten ihre Geburt bereits um 1980/81 als Stilvariante des Punk: eine introvertierte, melancholische neue Blüte, geprägt vor allem von Jugendlichen mit bildungsbürgerlichem familiären Hintergrund, denen Punk zu „aggressiv“ und zu „prollig“ war. Das typische Kennzeichen heutiger Jugendkulturen scheint zu sein, dass sie alt sind.

Dass dies nicht jedem sofort auffällt, liegt an einem Stilprinzip, das sich seit den 90er Jahren als dominant herausgebildet hat: Crossover. Der ständige Stilmix, die Freude am individuellen Collagieren eigentlich unpassender Stilelemente zu immer neuen, bunteren (oder eben düsteren) Neuschöpfungen. Dies gilt sowohl für die Mode als auch für die Musik: Aus Punk und Heavy Metal entsteht Hardcore und Grunge, Punk und Techno gemischt ergibt Prodigy, HipHop und Heavy Metal vereint Body Count. Dies hat insgesamt die Grenzen zwischen den Szenen offener gestaltet. Selbstverständlich ist jeder Szene-Angehörige immer noch zutiefst davon überzeugt, der einzig wahren Jugendkultur anzugehören (Arroganz ist seit jeher ein wichtiges Stilmittel von Jugendkulturen), doch die Realität zeigt: Kaum jemand verbleibt zwischen dem 14-ten und 20-ten Lebensjahr in einer einzigen Jugendkultur; typisch ist der regelmäßige Wechsel: Heute Punk, in der nächsten Saison Gothic, ein Jahr später vielleicht Skinhead oder Skateboarder. Oder gleich Punk *und* Jesus Freak, Skateboarder *und* HipHopper etc.

Was macht Jugendkulturen eigentlich für Jugendliche so attraktiv?

Jugendkulturen ordnen die nicht nur von Jugendlichen als immer chaotischer empfundene Welt. Sie sind Beziehungsnetzwerke, bieten Jugendlichen eine soziale Heimat, eine Gemeinschaft der Gleichen. Wenn eine Gothic-Frau aus München durch Hamburg oder Rostock läuft und dort einen anderen Gothic trifft, wissen die beiden enorm viel über sich. Sie (er)kennen die Musik- und eventuell sexuellen Vorlieben des anderen, haben mit Sicherheit eine Reihe derselben Bücher gelesen, teilen ähnliche ästhetische Vorstellungen, wissen, wie der andere zum Beispiel über Gewalt, Gott, den Tod und Neonazis denkt. Und falls die Gothic-Frau aus München eine Übernachtungsmöglichkeit in Hamburg oder Rostock sucht, kann sie mit hoher Sicherheit davon ausgehen, dass ihr der andere weiterhilft, selbst wenn die beiden sich nie zuvor gesehen haben. Jugendkulturen sind *artificial tribes*, künstliche Stämme und Solidargemeinschaften, deren Angehörige einander häufig bereits am Äußeren erkennen (und ebenso natürlich ihre Gegner). Sie füllen als Sozialisationsinstanzen das Vakuum an Normen, Regeln und Moralvorräten aus, das die zunehmend unverbindlichere, entgrenzte und individualisierte Gesamtgesellschaft hinterlässt. Jugendkulturen liefern Jugendlichen Sinn, Identität und Spaß.

Jugendkulturen sind grundsätzlich vor allem Konsumkulturen. Sie wollen nicht die gleichen Produkte konsumieren wie der Rest der Welt, sondern sich gerade durch die Art und Weise

ihres Konsums von dieser abgrenzen; doch der Konsum vor allem von Musik, Mode, Events ist ein zentrales Definitions- und Identifikationsmerkmal von Jugendkulturen. Das bedeutet auch: Wo Jugendkulturen sind, ist die Industrie nicht fern.

Vielleicht ist dies einer der deutlichsten Generationenbrüche: Jugendliche lieben den Markt, die Industrie, die Kommerzialisierung ihrer Welt. Sie wissen: Ohne die Industrie keine Musik, keine Partys, keine Mode, keinen Spaß. Sie fühlen sich – anders als von ihrer üblichen erwachsenen Umgebung – zu Recht von der Industrie geliebt und respektiert. Schließlich gibt diese Milliarden Euro jährlich aus, nur um sie zu umwerben, ihre Wünsche herauszufinden und entsprechende Produkte auf den Markt zu bringen.

Selbstverständlich verläuft der Prozess der Kommerzialisierung einer Jugendkultur nicht, ohne Spuren in dieser Jugendkultur zu hinterlassen und sie gravierend zu verändern. Die Verwandlung einer kleinen Subkultur in eine massenkompatible Mode bedingt eine Entpolitisierung dieser Kultur, eine Verallgemeinerung und damit Verdünnung ihrer zentralen Messages: So mündete der „White Riot“ (The Clash) der britischen Vorstadt punks in der neugewellten ZDF-Hitparade; HipHop, ursprünglich eine Kultur afro- und latinoamerikanischer Ghettojugendlicher gegen den weißen Rassismus, mutierte zu einem Musik-, Mode- und Tanzstil für jedermann; aus dem illegalen, antikommerziellen Partyvergnügen der ersten Techno-Generation wurde ein hochpreisiges Disco-Eventangebot etc.

Die Industrie – Nike, adidas, MTV und wie sie alle heißen – erfindet keine Jugendkulturen. Das müssen immer noch Jugendliche selbst machen, indem sie eines Tages beginnen, oft unbewusst, sich von anderen Gleichaltrigen abzugrenzen, indem sie etwa die Musik leicht beschleunigen, die Baseballkappe mit dem Schirm nach hinten tragen oder nur noch weiße Schnürsenkel benutzen. Das bekommen nach und nach andere Jugendliche mit, oft über erste Medienberichte, manche finden es cool und machen es nach. Eine „Szene“ entsteht. Die nun verstärkt einsetzenden Medienberichte schubladisieren die neue Jugendkultur, machen Unerklärliches ein Stück weiter erklärlicher, heben zu stigmatisierende und/oder vermarktbare Facetten hervor, definieren die Jugendkultur (um) und beschleunigen den Verbreitungsprozess. Ab einer gewissen Größenordnung denkt auch die übrige Industrie – allen voran die Mode- und die Musikindustrie – darüber nach, ob sich diese neue Geschichte nicht kommerziell ausbeuten lässt. Aus einer verrückten Idee wurde eine Subkultur, wird nun eine Mode, ein Trend.

Will man ein neues Produkt auf dem Markt platzieren, muss es zunächst einmal auffallen. Spektakulär daherkommen. Es muss scheinbar noch nie Dagewesenes präsentieren. Das heißt, so paradox es auch klingen mag: Je rebellischer eine Jugendkultur ausgerichtet ist, desto besser lässt sie sich vermarkten. Nicht die Partei- oder Verbandsjugend, nicht der Kirchenchor oder der Schützenverein, sondern Punks und Gothics, Skateboarder und HipHopper sind die wahren Jungbrunnen für die Industrie. Denn schließlich lässt sich nur das Neue verkaufen, nicht die Hosen und CDs von gestern. „Konservative“ Jugendliche, die sich aktuellen Trends verweigern, die kein Interesse daran haben, sich von den Alten abzugrenzen, die nicht stets die neue Mode suchen, sondern gerne mit Vati Miles Davis oder die Rolling Stones hören, mit Mutti auf der Wohnzimmerecouch bei der ARD in der letzten Reihe sitzen, statt im eigenen Zimmer ihre eigenen Geräte und Programme zu installieren, und bereitwillig die Hosen des großen Bruders auftragen, statt sich vierteljährlich mit den jeweils neuen Kreationen einzudecken, sind der Tod der jugendorientierten Industrie.

Doch weil diese Kommerzialisierung ihrer Freizeitwelten auch negative Folgen hat und die Popularisierung ihrer Szenen ein wichtiges Motiv der Zugehörigkeit zu eben diesen Szenen

aushebelt – nämlich die Möglichkeit, sich abzugrenzen –, schafft sich die Industrie automatisch eine eigene Opposition, die sich über den Grad ihrer Distanz zum kommerziellen Angebot definieren: Wenn alle bestimmte Kultmarken tragen, trage ich eben nur No-Name-Produkte. Sag mir, welche Bands auf MTViva laufen, und ich weiß, welche Bands ich garantiert nicht mag. – Auch hier sind es wieder Minderheiten, doch diese gehören oft zu den Kreativsten ihrer Generation.

Denn trotz aller Kommerzialisierung sind zumindest für die Kernszene-Angehörigen Jugendkulturen vor allem ein Ort des eigenen kreativen Engagements. Wer wirklich dazugehören will, muss selbst auf dem Skateboard fahren, nicht nur die „richtige“ teure Streetwear tragen, selbst Graffiti sprühen, nicht nur cool darüber reden, nicht nur zu den Highlights der Szene, sondern auch im Alltag Präsenz zeigen. Es sind schließlich die Jugendlichen selbst, die die Szenen am Leben erhalten. Sie organisieren die Partys und andere Events, sie produzieren und vertreiben die Musik, sie geben derzeit in Deutschland mehrere tausend szene-eigene, nicht-kommerzielle Zeitschriften – sog. *Fanzines* – mit einer Gesamtauflage von mehr als einer Million Exemplaren jährlich heraus. Für sie sind Jugendkulturen Orte der Kreativität und des Respektes, den sie sich durch ihr Engagement verdienen. – *Respekt*, Anerkennung ist das, was Jugendliche am meisten im Alltag vermissen, vor allem von Seiten der Erwachsenen.

Ein differenzierter Blick auf Jugendliche und ihre Freizeitkulturen lohnt sich also – nicht nur, weil er ein Schlüssel für die Arbeit mit und das Verständnis von Jugendlichen sein kann. Wer sich mit Jugendkulturen beschäftigt, lernt nicht nur Einiges über Jugendliche, sondern ebenso viel über sich und die Mehrheitsgesellschaft.

Literatur zum Weiterlesen:

Farin, Klaus: generation-kick.de. Jugendsubkulturen heute. C.H. Beck, München 2001
Farin, Klaus: Über die Jugend und andere Krankheiten. Essays und Reden 1994-2008. Archiv der Jugendkulturen, Berlin 2008

Klaus Farin ist Fachautor, Dozent und Leiter des Berliner Archiv der Jugendkulturen e.V. (www.jugendkulturen.de). Kontakt: klaus.farin@jugendkulturen.de

Zwischenfragen

- TN: Es war oft die Rede von der **schlechten Darstellung der** Jugend in den Medien. Erfüllt diese vielleicht eine gesellschaftliche Funktion?
Ref: Die Gesellschaft arbeitet generelle Probleme und Schwächen an der Jugend ab. Beispiele sind Aussteiger oder Alkoholkonsum.
Außerdem hat die Jugend keine Lobby und die Gefahr, wegen der Darstellung von Jugendlichen angegriffen zu werden, ist recht gering, auch wenn sie ungerechtfertigt ist.
- TN: Wie sieht es in anderen Ländern aus: Gibt es dort eine ebenso starke **Einordnung und Kategorisierung** von Jugend in Musiksparten/ Szenen?
Ref: In Deutschland spielen Medien eine besonders große Rolle. Die wenigsten Jugendkulturen entstehen in Deutschland, sondern werden über Medien erst hierher importiert. Deshalb die starke Medienpräsenz. Außerdem gibt es hierzulande mehr Schubladen und es ist wichtiger als anderswo, alles irgendwie einzuordnen. Mit der Medienberichterstattung geht aber immer schon eine Veränderung, Verwässerung und Überprägung einher. Sie bezieht sich weniger auf die Inhalte der entsprechenden Szenen, sondern eher auf das Aussehen und Verhalten.

- TN: Wir haben gehört, dass sich nur 20 % der Jugendlichen einer **Szene zuordnen**. Aber haben diese 20 % vielleicht eine Orientierungsfunktion?
Ref: Gerade das macht Jugendkulturen so interessant. Sie sind Meinungsmacher und Role Models. Diejenigen, die in Szenen drin sind, haben Einfluss auf den Rest der Jugend. Dieser „Rest“ wiederum würde sich selbst keiner Szene zuordnen, aber ist nah dran an den Jugendkulturen (z. B. in Sachen Musik). Aber es wird auch gewechselt, wenn's langweilig wird. Das wird deutlich an den Charts, die heute von Rap-Musik dominiert sind (z. B. Bushido), was früher anders war. In der Mode findet sich genauso ein großer Einfluss der Jugendszenen, dort vielleicht am offensichtlichsten: Die Schnitte (z. B. breite Hosen) und Marken kommen aus den Szenen (derzeit sind vor allem Skateboarder und Hip Hopper prägend). In der Musik ordnen sich zwar nicht so viele dem Punk zu, aber die Ärzte und die Toten Hosen hören sehr viele. Man spricht von „Wochenend-Punks“ oder auch Wochenend–Grufties. Jugendszenen-Leute sind nicht anders als die anderen Jugendlichen, nur expressiver und genau deshalb für die Forschung so interessant.
- TN: Es hieß eben, die **Zuordnung** zu einer Szene sei mehr oder minder **zufällig**. Gibt es wirklich keinen Einfluss der sozialen Herkunft?
Ref: Bei einigen Gruppen gibt es noch Tendenzen, aber generell wird der Zusammenhang zwischen Merkmalen und Szenezuordnung immer geringer. Als Beispiel: Neonazis sind Durchschnitt der Gesellschaft und entgegen der landläufigen Meinung nicht stärker von Arbeitslosigkeit betroffen. Das einzige Kriterium, das man mit dieser Szene in Verbindung bringen kann, ist die Bildungsferne, aber auch dort ist der Zusammenhang nicht mehr so stark. Insgesamt wird die Gesellschaft mehr und mehr eine Mittelschicht-Gesellschaft. Die alten Schichtmodelle passen nicht mehr. Man spricht von einer Proletarisierung der Mittelschicht, die immer mehr auch Verhaltensweisen der Arbeiterschicht übernimmt.
- TN: Noch einmal zu den **Jesus-Freaks** als spezielle Szene: Wie sehen die denn aus? Woran erkenne ich die?
Ref: Jesus-Freaks sind punkig, freakig und wilder als der Rest. Wild aussehen ist wichtig. Ursprünglich waren die Jesus-Freaks vor allem Straßenkinder und Punks. Gegründet hat sich diese Szene, weil diese Leute eben anders waren als der Rest und weil sie zwar gläubig waren, aber so, wie sie aussahen und waren, nicht in die Kirche rein kamen und dort nicht aufgenommen wurden. Das war der Anstoß, um eigene Gruppen zu gründen und unter sich zu beten, also quasi eigene Gemeinden von Ausgestoßenen zu bilden. Heute ist das nicht mehr so, die Szenezugehörigen sind bürgerlicher geworden. Aber deshalb haben Jesus-Freaks auch heute noch ein freakiges Aussehen.

Zusammenfassung des Vortrags in Thesen

1. In den Medien wird nur ein kleiner Abschnitt von Jugend abgebildet.
2. Musik ist identitätsstiftendes Element für Jugendkulturen.
3. Medien definieren Jugendkulturen. Damit wird alles uniformer.
4. Jugendkulturen sind immer Konsumkulturen.
5. 20 % der Jugendlichen gehören zu Jugendkulturen.
6. Jugendkulturen sind Beziehungsnetzwerke.
7. Anliegen der Jugendkulturen ist die Abgrenzung nach außen.
8. Jugendkulturen als Solidargemeinschaften
9. Respekt durch Kreativität gewinnen
10. Jugendkulturen haben eine Leidenschaft.

Diskussion

- TN: Wir haben gehört, dass die **Medien** bei der Entstehung von Jugendkulturen eine wichtige Rolle spielen. Wie sah das bei den Jugendkulturen der 20er Jahre, bei den Wandervögeln aus, als es die Medien, wie wir sie heute haben, noch nicht gab?
Ref: Auch damals haben die Medien schon eine Rolle gespielt. Das ist nicht zu unterschätzen. Es gab viele Berichte über die Wandervögel, meistens in Medien von Firmen, die die Wandervögel ausgestattet haben. Auch an den Schulen gab es viel mediales Material zu den zeitgenössischen Jugendkulturen.
Für die Entstehung und Verbreitung waren aber damals in der Tat die Medien noch nicht so entscheidend. Diese Jugendkulturen entstanden aus dem Zeitgeist heraus (Wandervögel: zurück zur Natur). Die Medien haben also eine geringere Rolle gespielt als heute.
Auch bei den Jugendkulturen der 50er Jahre war der Einfluss der Medien noch nicht so groß. Damals war eher die Musik von Belang und amerikanische Soldaten waren wichtige Vermittler für die Jugendkulturen.
Heute sind nicht nur die Medien, sondern auch Industrie und Markt schneller und professioneller. Überall stehen Informationen zu Jugendkulturen (z. B. über bestimmte Bands oder Sportvereine) zur Verfügung. Damit sind auch die Möglichkeiten, bei einer Jugendkultur mitzumachen, größer, weil der Zugang viel leichter ist.
- TN: Zu den Jugendkulturen zählen sich nur 20 % der Jugendlichen. Trotzdem **kopieren** sie viele Jugendliche bzw. richten ihre Wochenendgestaltung an ihnen aus. Wie groß ist diese Gruppe? Und wie groß ist die Gruppe, die bewusst ganz ohne Jugendkultur bleiben will?
Ref: 80 % der Jugendlichen sind Jugendkultur-affin, also zugehörig oder zumindest sympathisierend. Es ist selten, dass gar kein Interesse vorhanden ist. Die große Masse der Jugendlichen ist sehr wohl von den Jugendkulturen beeinflusst. Bei manchen bleibt es allein bei diesem Einfluss, bei anderen verdichtet er sich. Nur 20 % sehen sich tatsächlich als Teil einer Jugendkultur.
- TN: Zu den Jugendkulturen gehört sicher auch eine **inhaltliche Profilierung**. Was davon rettet sich in die Masse?
Ref: Je weiter entfernt Jugendliche von Jugendkulturen sind, desto eher sind sie lediglich für die Wochenendplanung wichtig. Dann sind auch schnelle Wechsel möglich. Wenn Jugendliche aber näher dran sind, spielt auch das inhaltliche Profil eine Rolle.
Je größer eine Jugendkultur ist, desto mehr verdünnt sich der Inhalt. Für kleine Szenen aber ist der Inhalt von großer Bedeutung. So ist es für Skins beispielsweise sehr wichtig, die ganze Geschichte der Jugendkultur herunterbeten zu können.
- TN: An Jugendkulturen nehmen **hauptsächlich Jungs** teil. Welche Gründe gibt es dafür?
Es gibt tatsächlich kaum originäre Mädchenkulturen. In letzter Zeit tut sich da ein bisschen was, aber die meisten Jugendkulturen sind nach wie vor zumindest männlich dominiert, wenn nicht ausschließlich männlich. Beispiele dafür sind Hooligans und Rechte – entgegen anders lautender Medienberichte – sowie Punks, Skater und Hip Hopper. Die große Ausnahme sind die Gothics. Das ist eine relativ große Jugendkultur, in der der Anteil der Frauen tatsächlich bei 50 % liegt. Das wird in der Selbstpräsentation deutlich, die weiblich oder androgyn ist, in der also auch Jungs weiblichen Idealen folgen.
Wichtig bei diesem Punkt ist das Frauenbild der Szene. Zum Beispiel ist auch für Frauen mit entsprechender Gesinnung die rechtsextreme Szene unattraktiv, weil das Frauenbild keineswegs modern, sondern noch sehr traditionell ist.

Es gibt zwei sichere Weg, um Frauen auszuschließen: Gewalt und exzessives Trinken (bzw. exzessiver Drogenkonsum generell). Beides schreckt Frauen ab und sie würden sich einer Jugendkultur, die diese beiden Merkmale aufweist, nicht anschließen – unabhängig von der Gesinnung.

- TN: Aber Damen trinken doch mittlerweile angeblich auch öfter und mehr. Wie passt das zusammen?
Ref: Das wird oft behauptet, aber dafür gibt es keine Belege. Ebenso hört man immer wieder die Behauptung, dass Drogen allgemein immer früher konsumiert werden. Das stimmt genau so wenig.
- TN: Das Lied von der ach so schlechten Jugend ist schon alt. Aber es stellt sich die Frage nach der Weiterentwicklung. Sind die 20 % der Jugendlichen, die Jugendkulturen angehören, das Schmierfett für die **gesellschaftliche Weiterentwicklung**? Und wie sieht es bei den 80 % aus, die mit Jugendkulturen zumindest sympathisieren? Entwickeln die sich alle mit der Zeit hin zum Bürgerlichen?
→ zurückgestellt, siehe weiter unten
- Ref: Noch einmal zu **Drogen, Alkohol, Nikotin** usw.
Es gibt keine Studien, die eine Zunahme des Drogenkonsums bestätigen. Im Gegenteil: Bei den seriösen Daten ist der Konsum seit Jahren immer konstant. 5 % jeder Generation konsumieren illegale Drogen. Es gab einen kleinen Anstieg in den 90ern durch die Techno-Szene mit ihrem Exstasy-Konsum, der aber längst wieder abgeflaut ist. Probieren tun viele mal illegale Drogen, aber nur wenige bleiben dabei.
Genauso ist es mit dem Alkohol: Flatrate-Parties sind keine neue Erfindung und es gibt auch hier keinen Anstieg im Konsum. Dasselbe gilt fürs Rauchen.
Ebenso wenig entspricht das öffentliche Bild der Jugendkriminalität den Fakten. Hier gibt es einen Rückgang, keinen Anstieg. Lediglich in qualitativer Hinsicht ist ein geringer Anstieg zu verzeichnen, aber auch das nur bei 2 bis 3 % der jugendlichen Kriminellen.
Was zunimmt ist die empfundene Bedrohung. Bei einigen nimmt das Sicherheitsgefühl ab, z. B. in Stadtteilen, in denen die Jugendkriminalität ein neues Phänomen ist. Hier gibt es tatsächlich einen Anstieg, aber nicht bei der Jugendkriminalität selbst.
- TN: Noch mal zur **Integration von Mädchen** und zum Geschlechterverhältnis. Welche Erklärungen gibt es dazu?
Ref: Zwei wichtige Aspekte wurden ja schon genannt: Gewalt und Drogenkonsum. Darüber hinaus gibt es auch große Sozialisationsunterschiede zwischen Mädchen und Jungs. Für Mädchen gibt es viel mehr konservative Rollenerwartungen. Deshalb stoßen sie auch auf viel mehr Widerstand, wenn sie beispielsweise Punk sein wollen. Jungs dagegen dürfen über die Stränge schlagen. Bei Mädchen wird das sofort sanktioniert. Wenn also ein Mädchen sich dennoch den Punks anschließt, ist das ein Emanzipationsakt. Dafür musste sie viel mehr Widerstände überwinden als ein Junge. Das gilt auch für progressive Elternhäuser. Außerdem gehen Jungs mehr raus, während Mädchen angehalten werden zuhause zu bleiben.
Mädchen sind darüber hinaus den Jungs in der Kommunikationskompetenz um einiges voraus. Jungs bevorzugen eher große Gruppen, die weniger kommunikativ sind. Mädchen treffen sich dagegen in kleinen Kreisen von Freundinnen, die mehr reden und intensiv kommunizieren.
Jugendkulturen sind eher aktiv und weniger Kommunikationsorientiert. Ausnahme dabei sind die Gothics, bei denen Kommunikation wichtig ist (Tagebücher etc.). Deshalb ist bei ihnen auch der Frauenanteil höher.
Auch der Umgang mit Technik spielt eine Rolle. Mädchen haben damit immer noch weniger am Hut. In vielen Szenen spielen aber Technik und Computer eine Rolle. Neues gibt es in den Bereichen Hexen und Manga. Diese sind weiblich dominiert.

- TN: Reduziert sich die **Identifikation mit der Jugendkultur** mit dem Alter?
Ref: Jugendkulturen wachsen sich aus. Ein entscheidender Punkt liegt um 18/ 19 Jahre. Da steigen viele aus. In diesem Alter liegt der Ausbildungsbeginn, die Jugendlichen haben mehr Geld zur Verfügung, vielleicht ein Auto – insgesamt mehr Möglichkeiten. Deshalb ist die Clique dann nicht mehr so aufregend und langsam verliert sich der Kontakt. Auch erste Partnerschaften spielen dabei eine Rolle.
Entscheidend ist auch, dass Jugendkulturen ohnehin Freizeitkulturen sind, also nicht auf alle Bereiche des Lebens bezogen und eher Gegenstück zum alltäglichen Stress.
Auch Musik wird mit dem Alter unwichtiger und rückt in den Hintergrund. Die Texte sind nicht mehr so wichtig und die Musik wird nicht mehr so gezielt eingesetzt (z. B. zur Stimmungserzeugung, wie bei Jugendlichen verbreitet).
- Ref: Die Frage nach dem **Spurenhinterlassen** ist schwierig zu beantworten. Die persönliche Meinung dazu: In Institutionen hinterlassen Jugendkulturen keine Spuren (daher auch das geringe Engagement in diesem Bereich), die Politik wäre dann wohl auch anders. Einfluss haben Jugendkulturen wohl eher im zwischenmenschlichen Bereich, z. B. auf die Eltern.
- TN: Jugendliche verbringen heute oft sehr viel Zeit vorm **Computer**. Kann man da auch von einer Jugendkultur sprechen? Stichwort Generation Web 2.0.
Ref: Eine Generation ist das sicher nicht. Diese Bezeichnung wird zwar oft benutzt, ist aber nicht treffend. Heute gibt es keine Gemeinsamkeiten mehr, die eine ganze Generation umfassen – zumindest keine wichtigen. Es gibt im Gegenteil große Unterschiede und Generation ist zum reinen Marketing-Begriff geworden.
Jugendkulturen gibt es allerdings schon, die sich im Computer-Bereich ansiedeln lassen: LAN, Spiele, Musik, You-Tube, MySpace. Gerade für das Freizeitverhalten von Jugendlichen spielen Computer und Internet eine Rolle. Aus diesem Bereich heraus haben sich viele Jugendkulturen gebildet.
Andere große Bereiche sind Sport und Musik. Alle drei zusammen bilden die drei großen Säulen der Jugendkulturen.
- TN: Gibt es eine **spezielle Kleidung**, an der man diese Computer-Jugendkulturen erkennen kann?
Ref: Mode ist in diesem Bereich nicht so wichtig. Musik und Mode bilden oft eine Einheit. In der Computer-Szene gibt es aber kein einheitliches Outfit. Mode ist nicht bei allen Szenen wichtig.
Insgesamt gibt es in der Computerszene wohl ein eher modisches, modernes Outfit, aber keine eigenen Merkmale, die besonders hervorzuheben sind.
- TN: Noch mal zu **Alkohol und Mädchen**: Wird nicht auch bei denen harter Alkohol immer mehr Thema, auch das „Warmsaufen“? Nach eigenen Erfahrungen gibt es immer mehr Alkoholleichen, auch bei Mädchen. Gibt es da Untersuchungen dazu?
Ref: Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung macht Studien zu diesem Thema. Eine spezielle Studie zum „Ansaufen“ ist nicht bekannt. Da kann man einiges beobachten, aber es gibt keine profunden Studien.
Klar ist, dass heute mehr Mädchen rauchen und Alkohol trinken, so wie insgesamt mehr geraucht und getrunken wird. Aber der Anteil bei Mädchen ist nicht bedeutend gestiegen. Es gibt da immer wieder mal Trends hin, die aber meistens schnell wieder abebben.
Vor ein paar Jahren war es mit dem Kiffen ähnlich. Das war kurz ganz angesagt. Das ist aber auch schnell wieder abgeflaut. Es gibt öfter solche Phänomene, die aber nicht dauerhaft sind.
Dazu passt auch wieder das Thema Alcopops. Manche Forscher sagen, dass sich das Risiko mit der verschärften Gesetzgebung eher noch verstärkt hat, weil die Jugendlichen jetzt wieder zu wirklich harten Getränken greifen.

Entscheidende Argumente in diesem Themenbereich für Jugendliche sind Gesundheit, Aussehen und Fitness. Diese Dinge werden immer wichtiger laut Studien und ziehen mehr als Verbote.

- TN: Vor kurzem gab es eine Pressemitteilung zum Anstieg des Alkoholkonsums in Deutschland. Andererseits sollen Jugendliche wieder von Alcopops weg sein. Die Szene wurde aber auch älter und darf jetzt Alcopops konsumieren. Wie ist also solch eine Meldung zu interpretieren, dass Deutschland auf Listenrang 5 im **Alkoholkonsum** steht?

Ref: In unserem Kulturkreis ist Alkohol keine illegale Droge. Deshalb ist es auch normal, wenn Jugendliche welchen konsumieren. Wenn Alkohol selbstverständlich ist, ist auch klar, dass Jugendliche mitmachen.

Generell trinkt allerdings die ältere Generation mehr. Und da gibt es keine Diskussion über dieses Thema, bei Jugendlichen aber sehr wohl. In nahezu jeder Jugendkultur gibt es Gegenbewegungen, wenn das auch eher Minderheiten sind. Z. B. schreiben Bands Songs dazu. Das Thema wird also diskutiert, bei Jugendlichen sensibler als bei den Älteren. Und es sind andere Kriterien wichtig (Fitness, Gesundheit, etc.).

Die Ablehnung gegenüber Alkohol ist in der jugendlichen Altersgruppe deutlich stärker als bei den Erwachsenen, der Widerstand ist stärker. Die Freunde sind einflussreich und deren Einstellung zu Alkohol. Wenn Drogenkonsum nicht gebilligt wird, wirkt sich das direkt auf das Verhalten aus.

Präsentationen von Klaus Farin

Präsentation zu Jugendkulturen

Präsentation zum Projekt „Culture on the road“

Fragen dazu:

- TN: Mit welchen Kosten ist zu rechnen, wenn man so einen Besuch buchen will, und wie sieht der Rahmen aus?
Ref: Die Kosten sind abhängig von den Leuten. Jeder der Referenten bekommt 250 € am Tag. Meistens sind es zwei Leute pro Workshop. Allerdings gibt es auch Fördermöglichkeiten.
Meistens dauert so ein Workshop einen Tag.
- TN: Welche Ziele liegen diesem Projekt zugrunde?
Ref: Ziele sind ganz klar politische Bildung und Toleranz. Das wird aber so vermittelt, dass es die SchülerInnen interessiert.
Die Jugendlichen können an solchen Workshop-Tagen um 13 Uhr nach Hause gehen, aber auch bleiben, wenn sie es wollen. Und die meisten bleiben.
Dann gibt es aber auch die Aktivworkhops, in denen die Jugendlichen etwas Kreatives tun (Sprayen, CD, Streetdance, Theater). Dabei sollen Selbstbewusstsein und Anerkennung erworben werden. Da hoffen wir immer, dass die Aktivitäten auch irgendwie weitergeführt werden können.
Außerdem bieten wir auch eine Lehrerfortbildung an, ebenso wie Elternabende.
Es gibt allerdings auch ein paar „Nebenziele“. So haben unsere Teamleute fast alle selber einen Migrationshintergrund. Und das gibt uns die Möglichkeit, Vorurteile zu entkräften (z. B. dass Polen klauen), ohne das aktiv zu kommunizieren.
- TN: Die Workshopleiter sind selber Szeneleute. Wie ist es gelungen, diese für politische Bildung zu gewinnen?
Ref: Nach unserer Erfahrung ist es nicht schwer, Szeneleute für solche Projekte zu gewinnen. Die Frage ist erstmal: Will man das? Wenn ja, ist es kein Problem, Leute dafür zu kriegen. Szeneleute gibt es fast überall und darunter finden sich meistens auch welche, die für so was zu haben sind.
Wir suchen selber aktiv, bekommen aber auch viele Anfragen. Allerdings erwarten wir auch gewisse Qualifikationen. Die Leute müssen natürlich selber tolerant sein und dürfen keine fragwürdige Haltung zu Drogen haben. Außerdem müssen sie sich regelmäßig fortbilden, zum Beispiel zu Themen wie Mobbing, Umgang mit aggressiven Schülern, etc.
- TN: Zu dem Projekt gehört also auch Elternarbeit. Aus welchen Gründen?
Ref: Nun ja, wir sind dann eh schon da. Es bietet sich also an, mit der Aktion für die Schülern eine für ihre Eltern zu verbinden. Die Eltern wissen, dass ihre Kinder tagsüber an unseren Workshops teilnehmen und sind dadurch schon neugierig. Und der Bedarf an Wissen zu diesem Thema ist durchaus vorhanden.
Natürlich gibt es die Elternarbeit von uns aber auch extra, als eigene Veranstaltung.

Vortrag von Klaus Farin

„Wie gelingt es, Jugendliche für ein Engagement zu gewinnen?“

Selbstverständlich ist die Mehrzahl der Jugendlichen konsumtrottelig, unengagiert und angepasst – schon allein deshalb, weil sie ihren eigenen Alten – uns – viel ähnlicher sind, als sie es selbst wahrhaben wollen. Schließlich ist es auch die Erwachsenenengesellschaft, die die Jugendlichen lenkt und ihre Möglichkeiten und Lebensbedingungen determiniert.

- Eine Gesellschaft, die Millionen Arbeitslose erduldet und schon 14-Jährige dazu nötigt, sich Sorgen um ihre berufliche Zukunft zu machen, kann wohl kaum erwarten, eine rebellische Jugend heranzuziehen. Rebellion braucht Freiräume. Unter den heutigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hätte der Aufbruch der „68er“ Jahre niemals stattgefunden.
- Eine Gesellschaft, die Jugendlichen langfristig planbare Rahmenbedingungen und sichere Zukunftsperspektiven verweigert, kann wohl kaum erwarten, dass Jugendliche selbst langfristige Lebenspläne, Engagements, Utopien gar entwickeln. Sei flexibel! heißt das Motto der Erwachsenenengesellschaft. Wenn du keine Arbeit in deiner Stadt findest, geh' in eine andere. Fixiere dich nicht auf eine bestimmte Firma, eine bestimmte Branche – sie könnten schon morgen ein Auslaufmodell sein. Sei flexibel! Lerne ständig dazu, neue Sprachen, neue Technologien. Flexibilität statt Nachhaltigkeit, Ambivalenz statt Identität. Und wenn Menschen in einem zentralen Bereich ihres Lebens, dem Arbeitsmarkt, immer wieder unmissverständlich bedeutet wird, nicht Kontinuität, sondern nur steter Wandel garantiere ihnen eine Zukunft, so ist es kaum verwunderlich, dass sie diese Lehre auch auf andere Bereiche ihres Lebensalltags übertragen und langfristig orientierte Strukturen – Parteien, die meisten Jugendverbände, Kirchen und andere Großorganisationen – meiden wie die Pest. „No future!“, die sinnstiftende Parole der Punks der 70er Jahre, ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen.
- Eine Gesellschaft, in der nicht Stahl und Automobile, sondern die Freizeitindustrie den Großteil des Bruttosozialproduktes erarbeitet, eine Freizeit- und Medienindustrie, die nicht nur Jugendlichen rund um die Uhr suggeriert, Jugend und Glück lasse sich nur durch stets steigenden Konsum erhalten, darf sich nicht wundern, wenn Jugendliche in der Tat massenhaft der ihnen von Erwachsenen verabreichten Droge Konsumrausch unterliegen und auf die Frage nach dem Sinn des Lebens antworten: „Spaß haben“.

Und das macht durchaus Sinn. Auch wenn ältere Generationen die Konsumfreude, den Marken-Fetischismus und die grundsätzliche Zuneigung Jüngerer zur Industrie selten nachvollziehen können. Dabei ist permanenter Konsum die Existenzgrundlage einer kapitalistischen, profitorientierten Gesellschaft wie der unsrigen. Kaufen statt selber machen, Massenprodukte statt kreative Eigenschöpfungen. So leben wir in einer Gesellschaft der Couch-Potatoes, der mehrheitlich Nicht-Engagierten, der bloß Konsumierenden all dessen, was der bunte Markt uns offeriert – ob Politik oder Sport, Musik oder Theater, Sex oder Gesinnung. [Nebenbei: Ganze Branchen und Industriezweige leben auch wieder ganz gut davon, die Folgeschäden und Nebenwirkungen dieser permanenten Konsumsucht zu "beseitigen": Diätprogramme, Fitnessstudios, Wellnessprodukte, Schönheitschirurgen, Polizei, Kriminalprävention, Schuldenberatungen etc.]

Es sind stets Minderheiten, die sich in Konsumgesellschaften engagieren, die durch ihr Engagement aber zugleich – wie wir auch am Beispiel der Achtundsechziger gesehen haben – die gesamte Gesellschaft entscheidend prägen und evolutionär verändern können.

Diese Engagierten, diese Kreativen gibt es auch heute, auch und vor allem unter Jugendlichen. Glaubt man aktuellen Studien, sogar mehr als je zuvor. Die Zahl ehrenamtlich engagierter Jugendlicher steigt. Noch keine Jugendkultur – weder die Wandervögel noch die Hippies noch die Jugendzentrumsbewegung der 70er Jahre – hat so viele Jugendliche aktiviert wie HipHop, die derzeit weltweit größte Jugendkultur.

Dennoch ist es schwieriger geworden, die prinzipiell Willigen auch zur Tat zu treiben. 80 Prozent der Jugendlichen äußern sich in Studien und Umfragen dahingehend, dass sie bereit wären, sich zu engagieren. Dass es viele dann doch nicht tun, hat unterschiedliche Gründe. Neben den individuellen – zu viel Stress im Job, in der Familie, in der Beziehung, die eigene Bequemlichkeit etc. – ist hier vor allem interessant: Ein hoher Prozentsatz derjenigen, die sich nicht engagieren (wollen), sind ehemals Engagierte. Ex-Schülersprecher, Ex-Gewerkschaftsjugendaktivisten, Ex-Jugendzentrumsbewegte, Ex-Parteimitglieder. Sie haben es versucht und sind an den verkrusteten Strukturen und Verhältnissen gescheitert.

Die Jugend des 21. Jahrhunderts definiert offenbar zahlreiche Begriffe anders als wir. “Politik” wird von ihnen selten als Prozess und Chance der Gestaltung ihres eigenen Lebensalltags gesehen, sondern auf Partei- und Regierungspolitik reduziert, auf etwas Unangenehmes oder zumindest Abstraktes, welches auf für Jugendliche unerreichbaren und undurchschaubaren Ebenen stattfindet. Der Begriff Politik ruft heute Assoziationen wie Korruption, Egoismus, Doppelmoral, Langeweile und Ueffektivität hervor; Politiker gelten als unehrlich oder unfähig und schon allein kulturell/ästhetisch als jugendfreie Berufsgruppe. Dass von den rund 80 Prozent der Engagementbereiten nur 1-2 Prozent sagen, sie könnten sich ein Engagement in einer Partei vorstellen, sagt genug – über die Verfasstheit der Parteien, nicht über die Jugendlichen.

Was macht die Bereiche, in denen sich Jugendliche engagieren, für diese attraktiver als die traditionelle Partei- oder Jugendverbandsarbeit? Aktuelle Untersuchungen der Strukturen, ProtagonistInnen und Ziele der Initiativen und Bewegungen, in denen Jugendliche der Gegenwart überproportional engagiert sind, enthüllen sieben Kriterien, die Jugendliche offenbar als unabdingbar für ihre Bereitschaft zum gesellschaftlichen Engagement sehen:

1. Keine Hierarchien

Die Strukturen, in denen sich Jugendliche engagieren, sind kaum hierarchisiert. Hierarchien bilden sich, wenn überhaupt, eher spontan und informell aufgrund von längeren oder kürzeren Erfahrungen und unterschiedlichen Persönlichkeiten, die Rangfolgen sind jedoch flexibel. Auch jeder “Neuling” wird sofort an sämtlichen Entscheidungen beteiligt. Die Gruppe der AktivistInnen kann Ziele und Wege (weitreichend) selbst bestimmen.

2. Spaß-Kultur

Jugendliche des 21. Jahrhunderts engagieren sich nicht mehr bloß aus einem Pflichtgefühl heraus. Sie sind nicht bereit, ihre Freizeit für Termine zu opfern, die sie als “unangenehm” und “stressig” empfinden. Sie wollen Spaß haben – auch bei der Beschäftigung mit ernststen Angelegenheiten. Das setzt voraus, dass sie ihre Alltagskultur – ihre Sprache und ihre Rituale, ihr Outfit, ihre Musikleidenschaft – nicht verleugnen müssen.

3. Freundschaften

Wenn Jugendliche sich engagieren, ist mitunter der Weg das Ziel: Sie wollen nicht nur etwas Bestimmtes erreichen, sondern schon auf dem Weg dahin nette Leute kennenlernen, Freundschaften für den Alltag knüpfen. Orte jugendlichen Engagements sind stets auch Kontaktbörsen für Cliques und Singles.

4. Keine Taktik, keine Kompromisse

Die Bewegungen und Initiativen, in denen Jugendliche sich engagieren, sind eindeutige, punktgenaue, zeitlich limitierte Lobby-Gruppen. Lässt sich das Ziel nicht erreichen, steigen sie aus oder versuchen es auf anderen Wegen. Interessenkonflikte, wie sie Parteien, Kirchen und andere Großorganisationen mit gesamtgesellschaftlichem Repräsentanzanspruch auszeichnen, taktische Rücksichtnahmen auf andere "Fraktionen" oder "übergeordnete" Interessenlagen (zum Beispiel in Wahlkampfzeiten) sind ihnen tendenziell wesensfremd.

5. Action statt Schulungskurse

Jugendliche erleben Zeit anders als Erwachsene. Sie (er)leben alles intensiver, also rennt ihnen die Zeit ständig davon. Für Jugendliche kosten zehn Minuten Langeweile gleich Stunden ihres Lebens ... So suchen sie Strukturen, die es ihnen ermöglichen, sofort zu handeln. Sie haben keine Zeit und nicht das Bedürfnis, das Objekt ihrer Empörung (zum Beispiel Klimawandel, weltweite Armut, die Atom-Technologie) erst monatelang zu studieren, sich durch die Komplexität des Themas entwaffnen, ihrer Spontaneität berauben zu lassen. Sie sind ungeduldig, eher visuell als textorientiert, wissen, dass eine zu intensive, lang andauernde Beschäftigung mit einem Thema ihre Tatkraft absorbiert. Sie vertrauen auf die Richtigkeit ihres Gefühls und der (zumeist durch Medienberichte ausgelösten) moralischen Empörung – und schreiten zur Tat. Strukturen, in denen Jugendliche sich engagieren, müssen Aktionsmöglichkeiten bieten, Kopf und Körper der Jugendlichen ansprechen und beanspruchen und last but not least als Wirkungsbeleg die öffentliche, also mediale Sichtbarkeit des Engagements gewährleisten.

6. Realistische Ziele

Die Ziele der Gruppen, in denen Jugendliche sich engagieren, sind gegenwartsbezogen, ihre Realisierung scheint oft "greifbar nahe". Obwohl die von Jugendlichen getragenen Bewegungen in der Regel auf einem rigoros fundamentalistisch vertretenen humanistischen, ökologischen und Gewalt ächtenden Grundverständnis basieren, beinhalten ihre konkreten Zielsetzungen selten gesamtgesellschaftliche Forderungen an Politik und Wirtschaft – also zum Beispiel nicht die gesetzliche Ächtung von Rassismus, sondern die Rücknahme einer konkreten Abschiebung oder diskriminierenden Maßnahme im direkten Lebensumfeld der Jugendlichen. Die Ziele müssen realistisch und in einem überschaubaren Zeitrahmen erreichbar sein.

7. Engagement auf Zeit

Jugendliche sind durchaus bereit, sehr viel Energie in eine Sache zu investieren, doch dies nur so lange, wie sie es für sinnvoll und spannend erachten. Bewegungen und Gruppen, in denen sich Jugendliche engagieren, müssen ihnen die Möglichkeit lassen, von Anfang an hundertprozentig mitzuwirken und ebenso jederzeit wieder aussteigen zu können.

Sinn und Spaß sind also die Triebkräfte, die Jugendliche veranlassen, ihre Klubs oder PCs zeitweilig verwaisen zu lassen, um Gutes zu tun. Jugendliche engagieren sich immer dann, wenn sie sich persönlich betroffen fühlen und daran glauben, durch ihre Aktivitäten wirklich etwas bewirken zu können. Kritischer als ihre Vorgänger-Generationen prüfen sie sehr genau, ob die Engagementangebote Sinn machen, das heißt, das anvisierte Ziel realistischerweise zu

erreichen ist, ihnen von Anfang an weitreichende Möglichkeiten der Partizipation geboten werden (sie wollen nicht nur Flugblätter verteilen, sondern auch formulieren dürfen) und der Weg zum Ziel nicht zur Tortur wird, weil man gezwungen ist, ständig mit Langweilern und Unsympathen zu kommunizieren. Da jede/r Vierzehnjährige weiß, dass Menschen ab 30 in der Regel ziemlich *uncool* werden, bevorzugen Jugendliche von vornherein Gleichaltrigen-Strukturen, in denen ihnen (möglichst wenige) Erwachsene allenfalls mit Rat und Tat, Geld und Infrastruktur zur Seite stehen. So existiert heute ein dichtes Netzwerk jugendlichen Engagements, das, schon allein aufgrund seiner Kommunikationswege (Flyer, Handy, Internet, Party-Zentralen als News Boxes) weitgehend unbemerkt von älteren Jahrgängen, stets spontan, aber sehr effektiv eine Vielzahl von Aktivitäten entfaltet.

In diesen überwiegend jugendkulturellen Netzwerken kommt oft alles zusammen, was Jugendliche fasziniert: Musik, Mode, Körperkult, Gleichaltrigenstrukturen und selbstbestimmtes Engagement. Natürlich könnten engagementwillige Jugendliche auch bei den Pfadfindern, in der christlichen Jugendgruppe oder bei der Freiwilligen Feuerwehr landen (und viele tun das ja auch). Ihr Engagement ist nicht grundsätzlich antiinstitutionell gemeint. Dass der Aufschwung jugendlichen Engagements bisher an Parteien, Gewerkschaften, Amtskirchen und zahlreichen traditionellen Jugendverbänden spurlos vorbeizieht, hat seine Ursache nicht in der Politik- und Institutionenfeindlichkeit der Jugend, sondern in der Jugendfeindlichkeit der Politik und der Institutionen – in ihrer autistischen Erstarrung zwischen taktischen Geplänkeln, tradierten Alt-Herren-Ritualen, bürokratischen Endlosschleifen und der Forderung nach bedingungsloser Anerkennung einer Autorität, die nicht oder nur historisch begründet wird und nicht tagtäglich neu verdient werden muss. Partizipation von Jugendlichen bedeutet für Erwachsene nun einmal logischerweise, ein Stück ihrer Macht abzugeben. Und daran "mangelt es etwas", wie sogar die Bundesregierung in ihrem Jugendbericht 2006 feststellte.

So bleiben der Ruf und die Suche vieler Jugendlicher nach Möglichkeiten persönlichen Engagements ohne Echo. Parteien, Jugendeinrichtungen und -verbände, die engagierte Jugendliche in ihren Reihen haben wollen, werden zukünftig anders 'aussehen' müssen als heute.

Literatur:

Klaus Farin: Jugendkulturen in Deutschland. Band 1: 1950 – 1989, Band 2: 1990 – 2005. Bundeszentrale für politische Bildung (<http://www.bpb.de/publikationen/UC1KFJ,0,0,Zeitbilder.html>), Bonn 2006.

Klaus Farin, Jahrgang 1958, ist Fachautor, Dozent und Leiter des Berliner Archiv der Jugendkulturen e.V. (www.jugendkulturen.de). Kontakt: klaus.farin@jugendkulturen.de.

Ergänzungen:

- Farin: Das Projekt „Culture on the road“ ist ein Beispiel dafür, wie man Themen so aufgreifen kann, dass Jugendliche sie auch annehmen. Oft können Schüler bedeutend mehr als ihre Lehrer ihnen zutrauen. Zu Beginn ist das Misstrauen der Lehrer oft groß und danach sind sie sehr erstaunt, was alles dabei rumgekommen ist.
- Dr. Hobelsberger: Engagement wird heute anders gemessen als früher. Auch deshalb differieren die Zahlen zu diesem Bereich so.

Zusammenfassung in Thesen:

1. Mehrzahl der Jugendlichen ist nicht engagiert.
Mehrzahl der Erwachsenen ist nicht engagiert.
2. Engagement im Nahbereich (persönliche Betroffenheit)
3. politisches Engagement nicht im gesellschaftlichen Bereich, sondern in anderen Netzwerken (z. B. Internet, Fan-Seiten von Künstlern)
4. Effektivität, Zeitnähe, Mitbestimmung
5. zwei Faktoren für Engagement: Sinn und Spaß

Diskussion

- Dr. Hobelsberger: **Nahbereich** ist hier nicht räumlich gemeint, sondern es geht um Betroffenheit. In diesem Sinne gedeutet wird klar, dass der Nahbereich wächst, zum Beispiel über das Internet.
Der persönliche Kontakt ist wichtig. Es kann aber dennoch auch der Eine-Welt-Bereich oder Afrika sein, zu dem eine Bindung besteht.
- Farin: Es sind tatsächlich die **Inhalte**, die wichtig sind.
Das muss nichts Klassisches, Parteipolitisch, den Staat Betreffendes sein, sondern etwas, was das eigene Leben betrifft.
- TN: Ist dieses Engagement der Jugend vielleicht auch gegen unsere anti-utopische Gesellschaft gerichtet, die keine Alternative parat hat? Denn Jugendliche sind schließlich sehr wohl **utopisch**, wenn auch nicht unbedingt politisch gedacht. Geht es also auch um Widerspruch?
Ref: Früher gab es noch den Glauben, etwas verändern zu können, und man dachte dabei durchaus langfristig. Utopisches Denken braucht diese Basis.
Jugendliche heute sind aber eher auf Kurzfristigkeit getrimmt. Sie haben kaum noch den Glauben daran, ihr eigenes Leben zuverlässig planen zu können, geschweige denn die Gesellschaft.
Die Basis für Utopie fehlt also. Unter den heutigen wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen wäre wohl auch die 68er-Revolution nicht möglich gewesen.
- TN: Es ist ja eine bestimmte Einstellung, die sich in Jugendkulturen ausdrückt. Um dies ernst zu nehmen, muss man sich also wirklich **drauf einlassen** und Jugendkulturen nicht nur als Ausdrucksform begreifen. Die Herausforderung liegt im Sich-Anhören, was sie zu sagen haben.
Ref: Zwei Begriffe tauchen dabei immer wieder: Respekt und authentisch oder „real“ sein. Das heißt, es geht nicht darum, die Jugendszenen zu imitieren. Was Jugendliche am wenigsten mögen, ist so zu tun, als sei man auf derselben Ebene. Man darf nicht so tun als ob, aber muss neugierig und offen sein. Man muss sie akzeptieren in der Andersartigkeit. Man braucht dafür auch keine Ahnung zu haben. Das ist natürlich hilfreich, aber nicht wichtig, um mit Jugendlichen ins Gespräch zu kommen.
Jugendliche kann man dann als Experten akzeptieren und zuhören. Alles andere ist für sie schlichtweg anscheimen.
- TN: Wichtig ist dabei auch, die **Funktion der Jugendkulturen** nicht zu zerstören, keinen „Neokolonialismus“ zu betreiben. Damit zerstört man alles, was Jugendkulturen ausmacht, also das Sich-Abheben
Ref: Eine Jugendkultur ist Lebensinhalt und kann deshalb nicht einfach übernommen und kommerzialisiert werden. Das zwingt die Cracks dazu, immer wieder Neues zu erfinden, um sich weiter abzugrenzen. Gegenseitiger Respekt ist entscheidend.
Wir müssen Partner sein. Zum Beispiel stehen meistens keine Räume zur Verfügung,

vor allem keine, in denen die Gruppe einfach sein kann. Wir sollten die Träger sein, die betreuen und jugendliche Interessen fördern (Bsp: Skaterbahn).

Das heißt nicht, dass wir nicht mit Szene-Elementen arbeiten können. Sprays ist beispielsweise bei Jugendlichen sehr beliebt. Das können wir verwenden, aber eben nur als künstlerisches Element. Man kann ihre Dinge als Mittel einsetzen, ohne die Szene damit anzugreifen. Szene-Leute selber erreicht man damit allerdings nicht. Auch Tanzen ist ein gutes Beispiel. Wenn man nur das einzelne Moment aufgreift, ist auch die Szene-Authentizität nicht wichtig und man muss selbst nicht szenezugehörig sein.

- TN: Bei Szene-Zugehörigkeiten gibt es oft Schemata und wenn man nicht reinpasst, bleibt man nicht **nachhaltig** dabei. Das ist auch bei unserer Arbeit wichtig. Wie schafft man das Bewusstsein, dass man nicht so und so sein, um dazuzugehören?

Ref: In der Praxis begegnet uns oft das Problem, Jugendliche nicht langfristig binden zu können. In der Tat ist langfristiges Engagement nicht mehr so verbreitet. Aber die, die sich engagieren und das schon früh, bleiben engagiert und wechseln lediglich Themen und damit auch die Organisation bzw. den Verband. Engagement muss sich lohnen. Unpolitische Jugendliche sind oft frustrierte ehemals engagierte. Doch bei positiven Erfahrungen bleiben sie dabei. Das ist auch eine Form von Nachhaltigkeit.

Es sind übrigens immer Minderheiten, die die Gesellschaft verändern. Deshalb ist es wichtig, auch auf kleine Gruppen von Jugendlichen zu kucken, weil die viel bewegen können.

Beispiele aus der Praxis

„Welcome to the Punk Rock Show“ vom Café Exodus in Saarbrücken

Organisation eines Konzerts des „AK Rock“



Saarbrücken

Zielgruppen

- SchülerInnen und StudentInnen ab 14 Jahren (BesucherInnen)
- Bands (Newcomer, denen die Chance gegeben werden soll, sich zu etablieren)

Entscheidende Faktoren, warum das Projekt funktioniert

- Der AK Rock legt den Rahmen und die Struktur fest (trifft sich wöchentlich)
- Thema interessiert Jugendliche
- Räumlichkeiten stehen zur Verfügung (Größe, Mietmöglichkeit, Mietkosten, Lage, räuml. Nähe)
- Langfristige detaillierte Buchung der Konzertveranstaltungen
- Kartenvorverkaufssystem bindet die Bands ein
- Auf langfristige Arbeit mit Bands ausgelegtes Konzept
- AK betreibt VVK an div. Schulen
- Flyer, Plakate (Entwurf im AK, Druck...) werden vom AK, Freiwilligen aus d. Exodus und Bands verteilt
- Einbindung von Schulen/Kooperationspartnern
- Bands werden i.d. Planung mit einbezogen (Anlagen, Flyer, Auftrittreihenfolge, Plakatiermöglichkeiten)
- AK engagiert sich selbst an dem Abend = Übernahme Verantwortungsbereiche (Kasse, Theke, Garderobe, Einkauf, Security...)
- Günstige Konditionen für regelmäßige Ausleihen hochwertiger Musikanlage und prof. Tontechniker → Bandzufriedenheit (techn. ideale Bedingungen)
- Planung der Bands für konkretes Konzert (Mischung)
 - Musikstile (in der Regel ähnlich)
 - Alter des Publikums (Bands für jüngere und ältere BesucherInnen)

- Erstauftritt – arrivierte Bands
- Herkunft der Bands (Stadt u. Orte im Umland)
- Schulzugehörigkeit der Bandmitglieder: div. Schulen berücksichtigen (Regel)
- Belohnungsprinzip für AK-Mitglieder (Getränke, Sandwichs, Nachfeier) und für Bands
- Mitfinanzierung durchs Kulturamt der Stadt (wichtig für Planungssicherheit)
- Positives Image fürs JUZ (Stadtverband)

Beteiligung der Jugendlichen
→ siehe Erfolgsfaktoren

Nachhaltige Wirkung

- „JUZ“-Konzerte vom Café Exodus haben sich etabliert (einen „Namen“ bekommen)
 - Durch Kooperationen/Konzerte werden Leute auf AK Rock aufmerksam (Mischung div. Schulen)
 - Rockwiese als Jahres-Highlight
 - 3 Tage
 - 50 Helfer
 - 20 Bands
 - Charity Rock
 - Andi 2004 Konzert: neue Leute mit eigenen Themen
 - Ansehen des Café Exodus
 - Bandszene
 - Umfeld d. Jugendlichen
 - Kommunen (Verwaltung, Parteien)
 - Interesse der Bands gesteigert nochmal aufzutreten
- Bands nutzen Exodus um nachzufragen und neue Ideen zu transportieren

AK Rock

Marina Burghard	Schlossgymnasium	18 J.
Hannan Chalabi	Ludwigsgymnasium	16 J.
Raphael Clemens	Waldorfschule	18 J.
Johannes Dörrenbecher	Fachoberschule	16 J.
Jelena Harbeke	Deutsch-Franz-Gymn.	17 J.
Peter Junghänel	Arbeiter	26 J.
Kim Junold	Otto-Hahn-Gymn.	18 J.
Paula Kaminski	Rotenbühlgymn.	17 J.
Eileen Klein	Ludwigsgymn.	18 J.
Sven Knaflie	Azubi	18 J.
Nora Roelofs	Rotenbühlgymnasium	18 J.
Peter Christoph Schneider	Gymnasium Neunkirchen/Saar	16 J.
Ann-Kathrin Steibert	Willi-Graf-Gymn.	18 J.
Cathrin Unlaut	Willi-Graf-Gymn.	17 J.

Theolog. Ansatz

1. diakonischer Ansatz

- Dienst an der Jugend (Besucher des Konzertes)
- Dienst an den Bands (Chance für Nachwuchsbands, Kleine Jugendbands)..
- Dienst der Jugend an sich selbst

2. communio – Ansatz (koinonia -)

- Förderung der Gemeinschaft (communio) mit den beteiligten Partnern : Planung – Durchführung- Reflexion (Partner SV der Schulen , Bands) mit den Grundsätzen Gleichwertigkeit, Partizipation an der Leitung , (HA – Leitung trägt Verantwortung dies einzuhalten)
- aber auch in gemeinsamer Nachfeier .(oder beim gemeinsame Verpflegung der Helfer und Bands – Sandwich nach Wahl) – Stichwort : Besondere Qualität der Konzerte ist ein Motivationsgrund mitzumachen.
- SV ´s erhalten die Möglichkeit die Gemeinschaft (communio) ihrer Schülerschaft zu fördern .
- ... im Sinne von „implizite Theologie“

---- Konsequenz : Ziele(1) erweitern

Ergänzung

- Kartenvorverkaufssystem bindet Bands ein:
Die Bands bezahlen Geld dafür, dass sie auftreten dürfen. Sie versuchen also zumindest so viele Karten zu verkaufen, dass sie Null auf Null rauskommen.

Anhang:

Vertrag
zwischen

Café Exodus
Johannisstr.9
66111 Saarbrücken
Tel.:0681/371416
Fax:0681/371428

Bandname :
vertreten durch:
Anschrift:
Tel/Mail:

(Kooperationspartner 1)

(Kooperationspartner 2)

für das KONZERT am 23.03.07 im JUZ Försterstraße

1. Das Café Exodus mietet den Veranstaltungsort und organisiert die Anlage, regelt den Getränkeverkauf usw.
2. Ebenso druckt das Café Exodus die Plakate, Handzettel und Eintrittskarten und gibt diese an die Bands weiter.
3. Das Café Exodus zahlt jeder Band 75 € Garantiegage, für den Aufbau werden vom Café Exodus Sandwiches bereitgestellt.
4. Jeder Musiker erhält 3 Getränkegutscheine.
5. Die Bands zahlen dem Café Exodus 150 € und erhalten dafür 50 Eintrittskarten zum Verkauf für je 3 €.
6. Der Gewinn der weiteren an der Abendkasse verkauften Karten wird auf die Bands verteilt.
7. Jede Band hat 45 Minuten Spielzeit zur Verfügung.

Saarbrücken, den _____

Unterschrift Café Exodus

Unterschrift Band

Bankverbindung der Band/des Bandvertreters:

Kontoinhaber	
Kreditinstitut	
Bankleitzahl	
Kontonummer	

BDKJ „Geld oder Leben“- Kampagne im Dekanat Bad Kreuznach



Grunddaten des Projektes

- Projekt in der Jugendarbeit erwachsen aus der Firmvorbereitung
- Gemischte Projektgruppe mit 7-15 Jugendlichen aus Deutschland, Chile und Bolivien zw. 15 u. 24 Jahren
- Aktionsformen und Projektschritte wurden gemeinsam mit den Jugendlichen geplant und ausgestaltet

Bausteine und Aktionsformen des Gesamtprojektes

- Inhaltl. und kreatives Vorbereitungswochenende
- Mitgestaltung Jugendgottesdienst in Windesheim
- Straßentheater in Bad Kreuznach
- Straßentheater bei der G8 Kundgebung in Rostock
- Jugendgottesdienst zum Hl. Martin „Stoff aus dem die Träume sind“

Theologischer Ansatz

Biblisch – theologisch

- Gott der Gerechtigkeit
(Sozialprophetie des AT - Jesus Christus: „Ich bin gekommen, um den Armen die frohe Botschaft zu bringen...“; Identifikation Jesu mit den Armen Mt 25: „Was ihr einem meiner geringsten Brüder...“, ...)

- Einsatz für Solidarität und Gerechtigkeit steht im Zentrum des christlichen Glaubens.

Christlich – anthropologisch

- Der Mensch als Abbild Gottes ist weltoffen und kann sich frei zur Welt als transzendenzfähiges Wesen verhalten.
- Das Christusereignis/ Inkarnation als endgültige Bestätigung der Würde eines jeden Menschen

Leitendes Seelsorgeverständnis

- Vier Merkmale der Seelsorge:
 - kirchlich,
 - eschatologisch („schon“ - „noch nicht“ des Reiches Gottesrelativiert unser menschliches Handeln),
 - dialogisch (qualifizierte Begegnungen),
 - universal (Alle Menschen und die Schöpfung sind Ziel der Seelsorge.)
- Evangelisierungsparadigma:
 - Vorrang von Leben und Tod vor Glaube und Unglaube
 - Koinonia und Diakonia als Glaubwürdigkeitskriterien für Martyria und Liturgia

Situation und Motivation der Jugendlichen

- Entwicklungspsychologisch bedingtes Streben nach Unabhängigkeit und eigenverantwortlicher Lebensgestaltung
- Bedürfnis nach Wertschätzung der eigenen Person und Lebensvorstellungen
- Betroffenheit angesichts der globalen Ungerechtigkeit, teilweise auch Resignation
- Empathiefähigkeit und Solidaritätsbereitschaft
- Wunsch nach Gegenwartsgestaltung, Suche nach Handlungsmöglichkeiten
- Bedürfnis nach Orientierung in einer komplexen Wirklichkeit
- Bedürfnis nach authentischen und glaubwürdigen Vorbildern
- Lust an Selbsterfahrung, sich selbst ungezwungen auszuprobieren in einer Gruppe Gleichaltriger
- Sehnsucht nach Unterbrechung des Alltags durch eine intensive Zeit und Engagement für ein gemeinsames Ziel

Zielkriterien des Projektes – seine kurz- bzw. langfristige Wirkung

- Jugendliche haben sich als Subjekt ernst genommen gefühlt
- Jugendliche konnten einen selbstbestimmten Beitrag leisten hin zu einem gelingenden und verantworteten Leben innerhalb der gegebenen sozialen und ökonomischen Wirklichkeit
- Das Projekt förderte das Selbstbewusstsein, die Kreativität, die Persönlichkeitsentwicklung sowie die Eigenverantwortlichkeit der Jugendlichen in einer Atmosphäre gegenseitiger Wertschätzung.
- Das Projekt hat den Jugendlichen Raum und Möglichkeiten eröffnet, selbstbestimmt ihrem natürlichen Bedürfnis nach Gegenwartsgestaltung nachzukommen.
- Die Projektgruppe wurde zum Erfahrungsraum gelungenem Miteinanders (kooperative Spiele, Lagerfeuer, gemeinsames Kochen, Bodypercussion).
- Die Jugendlichen, die Passanten und die Gottesdienstbesucher wurden ganzheitlich sensibilisiert für die Verbindung der eigenen Lebenswelt mit globalen Zusammenhängen und der Lebensrelevanz des Themas globale Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit für das eigene Leben.

- Jugendliche gaben ein persönliches, glaubwürdiges Zeugnis durch die Übereinstimmung bzw. Verbindung von Wort und Tat, von Glauben und Leben.
- Jugendliche wurden sensibilisiert für den Zusammenhang der eigenen Werte und Anliegen der Jugendlichen und dem christlichen Gott, der ein Gott der Gerechtigkeit ist, und ein menschenwürdiges Leben in Fülle für alle Menschen will.

„Gott kannste (nicht) vergessen“ Jugendgottesdienstprojekt des Dekanates Koblenz



„Gott kannste nicht vergessen!“

Jugendgottesdienstprojekt des Dekanates Koblenz
Läuft seit dem 1. Advent 2005

- Durchhaltevermögen und Beständigkeit
- Offenheit in der Beteiligungsstruktur
- Offenheit für Veränderungen (Sprache, Gestaltung, Symbolik, Musik)
- Ziel: Ermutigung, Wertschätzung, Aufrichtung

Es wird wahrgenommen, auch in der nichtkirchlichen Öffentlichkeit

Beteiligung:

- Bei der Vorbereitung (Kreis, der sich gebildet hat oder bestehende Gruppe)
- ihre Themen und Anliegen
- ihre Sprachformen
- ihre kreativen Ansätze

Zukunftswerkstatt nach 1 ½ Jahren

- Im Gottesdienst selbst wird auf Beteiligung und Wertschätzung der Jugendlichen geachtet
- Verknüpfung von jugendlicher Mikrosprache mit der Makrosprache unserer Tradition auf kreative Weise
- Erwachsene werden zeitweise getrennt
- Gebetsprache nimmt spontan Bezug auf den Beitrag der Jugendlichen

Wer nicht kommt:

- MessdienerInnengruppen aus den Pfarreien

Wer kommt:

- Jugendliche aus den Verbänden
- Einzelne Suchende
- Gelegentlich Firmgruppen

Zur theologischen Begründung:

- Ein Ortswechsel, eine „coole location“:
Moses erfährt von der Möglichkeit zur Befreiung nicht **im** Land der Unterdrückung,
sondern **außerhalb**, in Midian....
- Berührung mit dem „Anderen“, mit der Widerstands- und Hoffnungssprache der Bibel

Pfadfinder-Projekt: Bau eines Gruppenraumes in einem LKW

Begriffsklärungen:

- Pfadfinderstufe: Jugendliche zwischen 14 und 17 Jahre in der DPSG
- Trupp: Die Gesamtgruppe der Pfadfinderstufe
- Runde: Feste Kleingruppen des Trupps
- Stamm: ‚Ortsgruppe‘ der DPSG

Ausgangssituation:

- Eine Pfadfindergruppe, die sich schon als Jungpfadfinder kannte (Wohngebiet: für Bad Kreuznach eher im sozialen Brennpunkt) und sich über einen längeren Zeitraum (vier Monate) mit der Frage auseinandergesetzt haben, was es bedeutet Pfadfinder in dieser Altersstufe zu sein.
- Dabei wurde auch klar, dass es eigentlich dazu gehört, dass es ein Truppzentrum gibt, einen Ort, an dem sich die Runden treffen, am besten aber so, dass es ein Ort ist, an den jedes Truppmitglied jederzeit hingehen kann.
- Es war nicht möglich einen solchen Raum in der Pfarrei zu bekommen, da die Schlüsselfrage und die bei jugendlichen auftretende ‚Unordnung‘ für die Gemeinde so nicht zu lösen war.
- So entstand die Idee, einen LKW in ein Truppzentrum, in ein Wohnmobil umzubauen.

Bauphase:

Es wurde ein entsprechender LKW erworben und in der von den Jugendlichen gesetzten Zeit (fünf Monate) in ein vom TÜV abgenommenes Wohnmobil umgebaut. Dazu gehörte auch, dass die Jugendlichen zu den handwerklichen Aufgaben qualifiziert wurden. Einzelerfolge, wie ungefähre Halbzeit wurden entsprechend gewürdigt.

Nachhaltigkeit:

Der LKW hat sich als Raum für den Trupp, die Runden und die Einzelpersonen etabliert gehabt. Es gab ein hohes Verantwortungsbewusstsein für dieses Gefährt, verbunden mit dem Stolz, etwas Außergewöhnliches geschaffen zu haben, das von vielen Seiten mit Anerkennung beachtet wurde. Das Projekt hat dauerhaft dazu beigetragen die pfadfinderische Identität zu bilden und zu leben.

Erfolgskriterium:

Vertrauen in die Kompetenzen und das Durchhaltevermögen der Jugendlichen.
Entscheidungen und Durchführungen lagen bei den Jugendlichen.
Gruppenleiter als diejenigen, die mitmachen aber nicht an sich reißen, die den Rücken frei halten ohne einfach alle Steine aus dem Weg zu räumen.

Theologischer Gedanke:

Implizite Theologie, das, was die Jugendlichen auch sonst von den Leitern hörten und mitbekamen an Wertschätzung und der Bedeutung jedes einzelnen wurde so verdeutlicht. Es ging neben dem Bau darum, Talente, Fähigkeiten an ich und anderen zu entdecken.

Diskussion

- TN: Eine Frage zum LKW-Projekt: Wo stand der LKW? Wo kam er her? Wie war das mit Kosten, Sponsoren und Umfeld?
Projektleiter LKW: Der Kostenrahmen ist immens. Dahinter stand ein ganzer Stamm mit entsprechenden finanziellen Mitteln. Damals fielen jeweils 30.000 DM für Anschaffung und Umbau an.
Stehen kann so ein LKW theoretisch überall. Es wäre auch möglich gewesen, ihn auf dem Gelände der Pfarrgemeinde abzustellen. Da hätte aber die Gefahr bestanden, dass die Reifen kaputt gestochen werden. Und LKW-Reifen sind. Deshalb stand dieser hier auf dem Gelände der Firma von meinem Vater.
Es gab bei diesem Projekt auch finanzielle Unterstützung von außen.
So etwas in der Art heute wieder zu machen, wäre schwierig. Es gibt neue Steuerbestimmungen, die den Unterhalt solch eines Wagens sehr teuer machen können.
- TN: Eine Frage zum Jugendgottesdienst-Projekt: Welche Vorgaben, Materialien etc. gibt es für die Jugendlichen? Und wie viele Treffen veranschlagt ihr pro Gottesdienst?
Projektleiterin Jugendgottesdienst: Die Jugendlichen nennen Thema und Input (z. B. einen Filmausschnitt). Die Verbindung zur Bibel wird dann gemeinsam gesucht. Wir machen also einen Vorschlag, welche Bibelstelle dazu passen könnte.
In der Regel gibt es zwei Treffen. Die Gottesdienste sind alle vier Wochen, der zeitliche Rahmen für die Vorbereitung ist schon deshalb ziemlich eng.
- Eine Frage zur Art und Weise der Vorstellung: Die theologische Begründung kam mir etwas „drauf gesetzt“ vor (Redewendungen wie „net viel“, „ein bisschen“). Könnt ihr dazu was sagen?
Projektleiterin Jugendgottesdienst: Ne, war's nicht.
Projektleiter LKW: Es war eher ein theologischer Nachsatz als Ansatz. Im Verband steckt schon der christliche Ansatz, aber die konkreten Überlegungen waren im Anfang nicht theologisch. Das kam eher aus dem Grundverständnis heraus, wie ich mit Jugendlichen arbeite, das aber wiederum sehr wohl fundiert ist.
- Nachfrage: Natürlich findet sich im Handeln eine implizite Theologie, aber wie bewusst ist der theologische Ansatz im Arbeiten?
Projektleiter LKW: Das ist jetzt eher eine Frage an die Persönlichkeitsstruktur und Reflektiertheit, ob das sehr bewusst und ein Ausdruck des Glaubens ist.
Projektleiter Bandabende: Am deutlichsten war der theologische Bezug beim Berichtschreiben. Dieser Vortrag heute ist die endgültige Form, aber dieses Verständnis war nicht von Anfang an so vorhanden. Das Bewusstsein kommt vor allem dann, wenn noch mal für bestimmten Anlass das Projekt beschreibt.
Projektleiterin Kampagne: Die Theologie ist schon eher implizit. Hier wurde der theologische Ansatz von Theologen für Theologen beschrieben und wirkte vielleicht deshalb etwas aufgesetzt.
Projektleiterin Jugendgottesdienst: Der eigentliche Punkt ist, dass wie in einer neuen Situationen neues Denken in Gang setzen müssen. Das ist immer Thema bei der Motivation.
- Frage zum Band-Projekt: Nehmt ihr jede Band? Oder hört ihr euch die vorher an?
Projektleiter Bandabende: Das ist eine Vertrauensfrage. Auf die Sache mit dem Geld zum Beispiel lässt sich gar nicht jede Band ein.
Wir lassen aber auch nicht jede Band spielen. Schließlich sollen ja auch Leute kommen. Wir haben in der Regel 220-300 zahlende Gäste.
Da lassen wir nur Bands ran, von denen wir Demos haben oder die dem AK bekannt sind.
Dazu muss man auch sagen: Musiker sind liebe Leute, aber total verpeilt. Wichtig ist

daher auch, dass ein fester offener Treff im Hintergrund steht, wo eine Band auch auf den letzten Drücker noch für Absprachen hinkommen kann.

Außerdem ist die Mischung der Bands für einen Abend ein Kriterium.

- Noch eine Frage zum Band-Projekt: Habt ihr nur Cover-Bands?
Projektleiter Bandabende: In der Regel nur Selbstgemachtes. Hier und da machen wir Ausnahmen. Vielleicht sind auch mal 1- 2 Cover im Set, aber meistens wird eigenes Zeug gespielt.
- Noch eine Frage zum Band-Projekt: Welche Rahmenbedingungen gibt es bei euren Veranstaltungen, also vor allem in Sachen Alkohol und Gewalt? Das kann ja bei Jugendlichen in einem solchem Rahmen durchaus Thema sein.
Projektleiter Bandabende: Alkohol gibt es bei uns selbstverständlich. Selbstverständlich deshalb: Wenn ein Thema draus wird und Alkohol vermieden werden soll, wird's zum Problem. Denn dann wird's gleich zur Freiheitssache. Natürlich gibt es aber nicht jeden Alkohol, sondern nur Bier und nichts Hartes.
Außerdem haben wir eine Einlasskontrolle. Das sind Leute aus dem eigenen Team, mindestens vier. Und Kontrolle heißt Tasche auf, durchsuchen und Gegenstände einsacken, wenn nötig. Auch Schirme versehen wir mit Namen und legen sie in eine große Kiste. Die kann man dann hinterher wieder abholen.
Das größte Problem ist der Alkohol draußen vor der Tür, wo wir keine Kontrolle haben. Obwohl unsere Getränke nicht allzu teuer sind. Wobei schon ein Problem ist, dass immer mehr Jugendräume Brauereiverträge abschließen.
- Projektleiter LKW: Nachsatz zur Frage zum theologischen Ansatz
Ausgangspunkt ist Evangelium, von dem man nur das, was man verstanden hat, auch umsetzen kann. Jeder ist ein Abbild Gottes und hat eben das zu bieten, was er kann. Wesentlich ist entsprechend, jeden so anzunehmen, wie er ist, und daraus etwas zu machen. Das war wohl der Ansatz.

Vortrag von Dr. Hans Hobelsberger

Lebensweltorientierte Jugendarbeit

Herausforderungen, Ressourcen,
Perspektiven

Überblick

- Soziologische Herausforderungen
- Umgang mit den Herausforderungen
 - Jugendkulturarbeit
 - Engagement

Soziologische Herausforderungen

- Zentrale Attraktoren (zentral für die soziale Orientierung und bestimmend für Vergemeinschaftung und Engagement)
 - Spannende Leute
 - Brücke zu attraktiven Szenen
 - Vehikel der Verwirklichung der eigenen Bedürfnisse und Ziele



Soziale und biographische Nützlichkeit

Soziologische Herausforderungen

- Nützlich für die Identitätsbildung:
Zugehörigkeit, Abgrenzung, Selfperformance



Mit dem, was ich tue, wofür ich mich engagiere, wo ich mich zugehörig erkläre, darf ich nicht nur „Nicht schlecht“ aussehen, sondern damit muss ich „schön“ ausschauen

Soziologische Herausforderungen

- In enger Verbindung mit der Frage nach dem Richtigen und Wahren
 - Pragmatisch
 - Zielgerichtet
 - Funktional



Nützlichkeit + Sinn + Fun = Spaß

Soziologische Herausforderungen

- „Kirche“ beginnt mit: „immer weniger ...“ aber Kirche und kirchliche Jugendarbeit ist eine große Ressource
- Passung mit eher traditionellen Lebenswelten und Lebensstilen, die quantitativ zunehmend in die gesellschaftliche Nische geraten und ihre gesellschaftliche Leitfunktion eingebüßt haben

Soziologische Herausforderungen

- Verlorene bzw. eingeschränkte soziale und biographische Nützlichkeit der Kirche und der kirchlichen Jugendarbeit
 - Jugendliche bewerten das Image der Kirche sowie kirchlicher Organisationen vor dem Hintergrund ihrer eigenen kulturellen Orientierungen und Präferenzen: Mit Kirche sehe ich nicht gut aus
 - Ästhetische Inkompatibilität
 - Geringe Kompatibilität der Gesellungsformen

Soziologische Herausforderungen

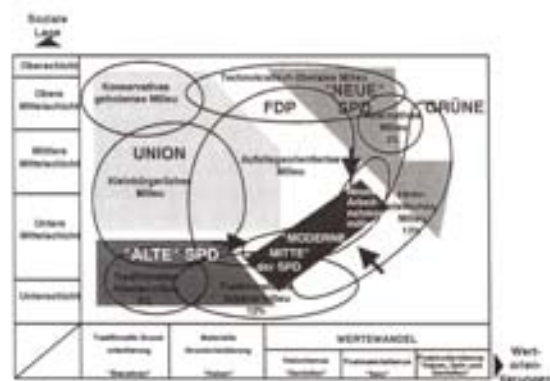
- Kirchliche Funktion: Folie negativer Abgrenzung
- „Verszenung“ von Kirche
 - Bedeutung von Ästhetisierung
 - Punktuelle Aktualisierung der Zugehörigkeit
 - Weniger Reichweite in den Alltag
 - Bedeutung von Treffpunkten und Events
- „Femininisierung“ von Kirche

Umgang mit den Herausforderungen

- Diakonisch und/oder ästhetisch
 - Diakonie spielt theologisch in einer anderen Liga als Ästhetik
 - Marketing oder Pastoral
 - Subjekte oder Konsumenten
 - Konzentration auf Erfolg versprechende Lebensstile oder diakonisch-gesellschaftlicher Auftrag
 - Sicherung des „Bestandes“

Reform nicht Revolution

Die Situation 1991
Positionierung der Parteien im Milieumodell (West)



Umgang mit Herausforderungen

- Ist Mitgliedschaft in der kirchlichen Jugendarbeit eine positive Referenz bei interessanten Leuten meines Alters, in meinem Lebenslauf?
- Zentral: Passung herstellen
 - Von den Jugendlichen her denken
 - Pluralisierung der Sozialformen
 - Schaffung neuer sozialer Orte und Räume (sozialräumlich-lebensweltbezogen; Zentren; „Andersorte“)

Jugendkulturarbeit

- Raum geben, Infrastruktur bereitstellen
- Keine Kolonialisierung
- Persönlichkeitsentwicklung
- Soziales Lernen

Religiös-existenzielle Jugendkulturarbeit

- Inhaltlichen und ästhetischen Aneignung als Ziel
- Macht jungen Menschen zu Trägern der Verkündigung
- Methode: Raum und Gelegenheit für jugendkulturell-ästhetische „Codierung“ durch junge Menschen schaffen
- Schaffung von „Anregungszusammenhänge“

Religiös-existenzielle Jugendkulturarbeit

- Methode: Projektarbeit, Anknüpfungspunkte, jugendkulturelle Medien (Video, Fotografie, Musical, Theater), Präsentation
- Inhalt: zentrale christliche Themen und Symbole (Bibel, Kreuz, geprägte Zeiten) oder existenzielle Erfahrungen
- Kombination von Jugendkulturarbeit und Engagement

Engagementbindung

- „Eine Organisation, die Schwierigkeiten hat, erwartetes ehrenamtliches Engagement zu mobilisieren und einzubinden, ist selbst das Problem!“ (Michael N. Ebertz)
- Entscheidend für ein Engagement ist die „Passung“

Engagementfördernde Bedingungen

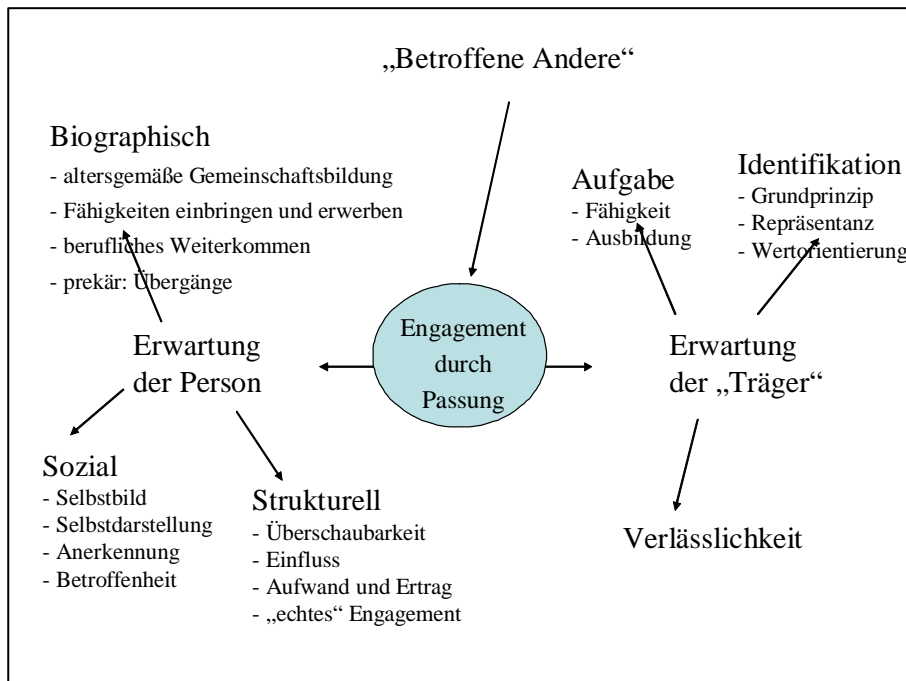
- Engagement und Aktivität beruhen auf
 - Sozialen Ressourcen: gesellschaftliche Integration, Konfessionalität, Freundeskreis
 - Kulturellen Ressourcen: Bildung (zentral), Wertorientierung, fordernder und fördernder Erziehungsstil, Bewältigung von zukünftigen Herausforderungen, Einschätzung der eigenen Wirksamkeit
 - Materiellen Ressourcen (bei Jugendlichen schwieriger nachzuweisen)



Kirchliche Jugendliche verfügen über gute Ressourcen. Das bildet sich in der Häufigkeit ihres Engagements ab

Engagementförderung

- Engagement bindet, wer Passung herstellen kann
- Engagement ist nicht mehr selbstverständliche Ressource, sondern zu „produzierendes“ und pflegendes Gut



Engagementförderung

- Engagementmanagement
 - Zulassen und Ermöglichen
 - Anregen und Ansprechen
 - Bilden und Begleiten
 - Profil entwickeln
 - Überschaubarkeit und Verlässlichkeit herstellen
 - Kompensieren und Kontinuität wahren
 - Beraten und Vermitteln
 - Öffentliche, gesellschaftliche, politische Anerkennung schaffen
- Problemanzeige in Verbänden: Engagementmanagement kann nicht allein von Engagierten geleistet werden!

Engagementformen

- Kirchliche Jugend(verbands)arbeit braucht pluristrukturelles und pluriformes Angebot
 - Ehrenamt
 - Projekt-Engagement
 - Event-Engagement
 - Sozialpraktika
 - Freiwilligendienste

Ehrenamt

- Dominierend ist die institutionelle Perspektive: Organisationsthema, Thema der Angebotsseite
- Passend eher für „integrierte“ Jugendliche
- Wahlämter sind eher „passend“ für junge Männer
- Grundprinzip von Verbandsarbeit
- Tragende Säule von kirchlichen und gemeindlichen Lebens
- „Krise“ des Ehrenamtes ist vorrangig eine Organisationskrise

Ehrenamt

- Entwicklungsperspektiven
 - Überschaubarkeit und Selbstbestimmung herstellen
 - Balance der individuellen Bedürfnisse und institutionellen Ansprüche
 - Ehrenamtsmanagement
 - Institutionelle Räume zur Aneignung freigeben
 - Anerkennung durch Wirksamkeit

Projektengagement

- Nutzbarmachung der Struktur und Pädagogik der Projektarbeit
 - Überschaubarkeit durch zeitliche Begrenzung
 - Ergebnisorientierung
 - Orientierung auf das eigene Lebensumfeld
 - Eigenständiges und kooperatives Arbeiten
 - Integration von Lern- und Handlungsprozesse
- Bereicherung der Arbeit bestehender Gruppen

Projektengagement

- Zentral: relevante Probleme anpacken, keine „Spielwiesen-Projekte“
- Möglichkeiten und Ressourcen realistisch planen
- Öffentliche Präsenz schaffen
- „Nach dem Projekt ist vor dem Projekt“

Eventengagement

- Spielart des Projektengagements hinsichtlich der formalen Struktur
- Engagement-Projekte werden als etwas „Außergewöhnliches“ organisiert, um Attraktivität zu schaffen
- Aktion einer Deutungs- und Veranstaltungselite zur Aktivierung von Mitgliedsgruppen
- Nachhaltigkeit?
- Kein Ansatz der subsidiäre Hilfe zur Selbsthilfe
- Jugendkulturell anschlussfähig
- Öffentlichkeitswirksam

Sozialpraktika

- Anlass und Methode sozialen Lernens mit Herz, Kopf und Hand
- Zusammenarbeit Schule und Jugendarbeit (Stichwort Freiwilligkeit)
- Freiwillig: hauptsächlich Mädchen und junge Frauen
- Engagement wird zum Lernanlass
- „Echtes Engagement“ ermöglichen, damit hilfsbedürftige Menschen nicht zum Objekt sozialen Lernens für junge Menschen werden, die solche Erfahrungen in ihrem Alltag nicht machen können
- Fokus des Praktikums muss ein für die Institution und für die betreuten Menschen sinnvoller Einsatz
- Praktika ermöglichen zentrale soziale Lernerfahrungen
- Wichtige berufsorientierende Funktion

Freiwilligendienste

- Ermöglichen auf Grundlage einer freien Entscheidung eine intensive und längerfristige gemeinnützige Tätigkeit im Rahmen eines institutionellen Arbeitszusammenhanges (FSJ, FÖJ, EVS, Anderer Dienst im Ausland, MaZ, Schalomdienste, Pfarreipartnerschaften, Entwicklungspolitischer Freiwilligendienst ...)
- Konzeptionell prägend sind
 - Doppelcharakter von Bildungsjahr und Orientierungsphase
 - Ernstcharakter
- „Die“ weibliche Art des Engagements
- In der Verbindung von Moratorium und realer Anforderung liegt die hohe Akzeptanz der Dienste durch die Freiwilligen (Passung)
- Erforderlich ist professionelle Vorbereitung und Begleitung
- Freiwilligendienst ist Baustein einer „Engagement-Karriere“

Zwischenfragen und Diskussion:

- TN: Wenn es also so schwierig ist, Jugendliche für Engagement zu begeistern, stellt sich aber auch die Frage: Was hat **kirchliche Jugendarbeit**, dass sie Jugendliche bindet?
Ref: Dazu später mehr.
- TN: In den 90ern war ja mal unsere Aussage: Wir sind **Kirche, aber anders**. Das ist natürlich schwer zu realisieren, aber eigentlich nach wie vor, was wir wollen: aus dem bürgerlichen Bild raus.
Ref: Da geht's um die Wahrnehmung. Jugendliche, auch katholische, kucken auf Kirche und kirchliche Jugendverbände und beides wirkt aus diesem Blick sehr ähnlich.
- TN: Um beim PGR als Beispiel zu bleiben: Kann man sagen, dass eine bestimmte Sitzungskultur vielleicht auch die Funktion hat, **jugendliche Kultur auszugrenzen**?
Ref: Böse formuliert kann man schon sagen: Wir wissen es ja eigentlich besser, aber erwarten, dass sich die Jugendlichen auf uns einstellen.
In den 80ern war die Haltung der Jugend noch anders. Damals wollten Jugendliche was verändern, die haben sich breit gemacht, wenn sie irgendwo dazukamen.
Heute ist das vorbei. Wenn sie nicht willkommen sind, gehen Jugendliche eben wieder. Genau wie Erwachsene das auch tun.
Da muss es ein Umdenken geben. Man muss das als Strukturproblem erkennen. Man muss Jugendstile so ernst nehmen, dass da Kompatibilität entstehen kann, und nicht Jugendliche so verändern wollen, dass sie auf uns und unsere Strukturen passen.
- TN: Ein wichtiger Punkt dabei ist: Welche Möglichkeiten haben wir? Wo beheimaten wir uns? Also wenn man zum Beispiel von den Pfadfindern kommt, ist das ja auch eine Kultur, in der man zuhause ist. Etwas ganz Neues zu probieren ist dann schwierig. Die

Pfadfinder-Kultur ist schließlich die **Basis, aus der heraus man überhaupt Jugendarbeit** macht.

Ref: Wesentlich ist, dass man kritisch reflektiert. Man muss aber nicht unbedingt wirklich etwas völlig Neues machen.

Man sollte sich die eigenen Ressourcen ansehen und diese gezielt einsetzen. Und sie nicht verspielen, indem man einem Phantom hinterherjagt.

- TN: Damit sind wir dann auch wieder beim Respekt haben und dabei, **sich tatsächlich zu begegnen** statt zu sagen „ihr müsst zu mir kommen“. Man braucht dann auch die Ressourcen und die Traute, diesen Schritt zu wagen. Hat man diese nicht, muss man es wohl ganz lassen.

Ref: Außerdem ist die Idee der Vernetzung wichtig. Verbände müssen lernen, dass sie nicht mehr die Monopolisten sind. Sie sind nicht für jede Jugend passend und nicht jede Jugend ist integrierbar. Gemeinsame Projekte sind aber dennoch möglich.

- TN: Wenn beim Engagement für Jugendliche das „Gut-Aussehen“ so wichtig ist, stellt sich die Frage, warum es trotzdem Messdiener gibt, die zu ihrem Engagement stehen. Wenn man zugibt, Messdiener zu sein, bringt das eher Nachteile. Warum sind die **Jugendlichen, die dazu stehen**, aber dann trotzdem vorhanden, wenn „schön sein“ so wichtig ist?

Ref: Das kann vielleicht auch eine Form der Abgrenzung sein: Ich bin anders als die anderen. Vielleicht geht es auch um Anerkennung, die sie durch ihre Position in der Gruppe und in der Gemeinde bekommen.

Wahrscheinlich handelt es sich dabei ja um jüngere Messdiener. Das Gros hört im Alter von 13/ 14 Jahren auf. Dann, wenn anderes wichtiger wird: das, was die Freunde und Kumpels sagen.

Ein Hinweis ist wichtig: Man muss sich die Frage stellen, was die von mir haben, und das dann aufbauen. In der in aeJ-Studie beispielsweise waren Gemeinschaft und sozialer Freundeskreis die entscheidenden Punkte. In einer kleinen Studie aus Rottenburg-Stuttgart ergaben sich 4 Typen, die alle auf einen anderen Benefit aus waren. Es lassen sich also auch nicht alle Jugendliche über einen Kamm zu scheren.

Gruppenarbeit

Arbeitsauftrag:

Arbeitsaufträge für die Kleingruppenarbeit:

- 1. Bestimmt eine/n Moderator/in.**
- 2. Bestimmt eine/n Protokollant/in, die/der die Ergebnisse verschriftlicht und im Plenum vorstellt.**
- 3. Stellt Eure Ergebnisse schriftlich in Form von drei aussagekräftigen Thesen vor und begründet diese. (pro These ein Flipchart-Papier!)**



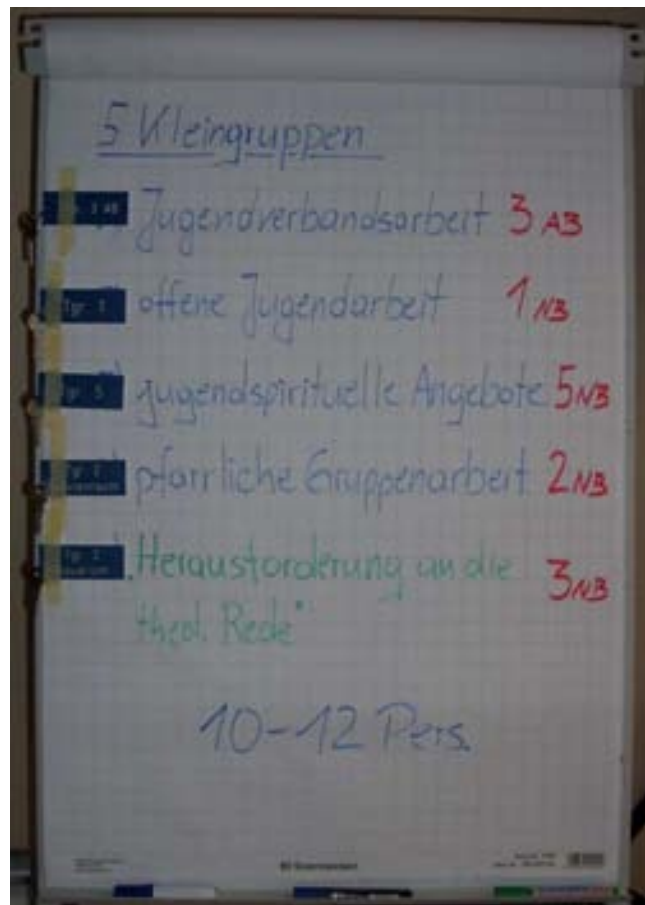
Frage zur Bearbeitung:

Wo liegt die soziale und biographische Nützlichkeit unserer Form der kirchlichen Jugendarbeit aus dem Blickwinkel...

- **der Jugendlichen, die daran teilnehmen**
- **der Jugendlichen, von denen wir wollen, dass sie daran teilnehmen.**

Zeitraumen für die Gruppenarbeit ca. 10:00-12:30h

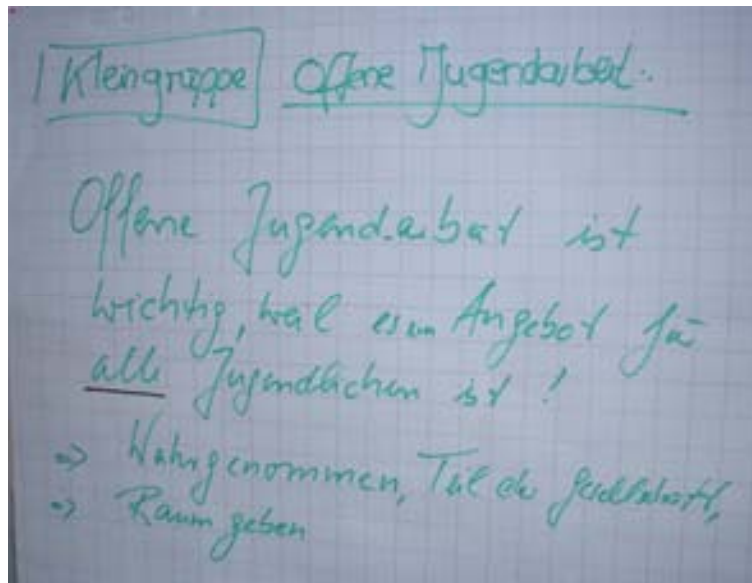
Aufteilung:



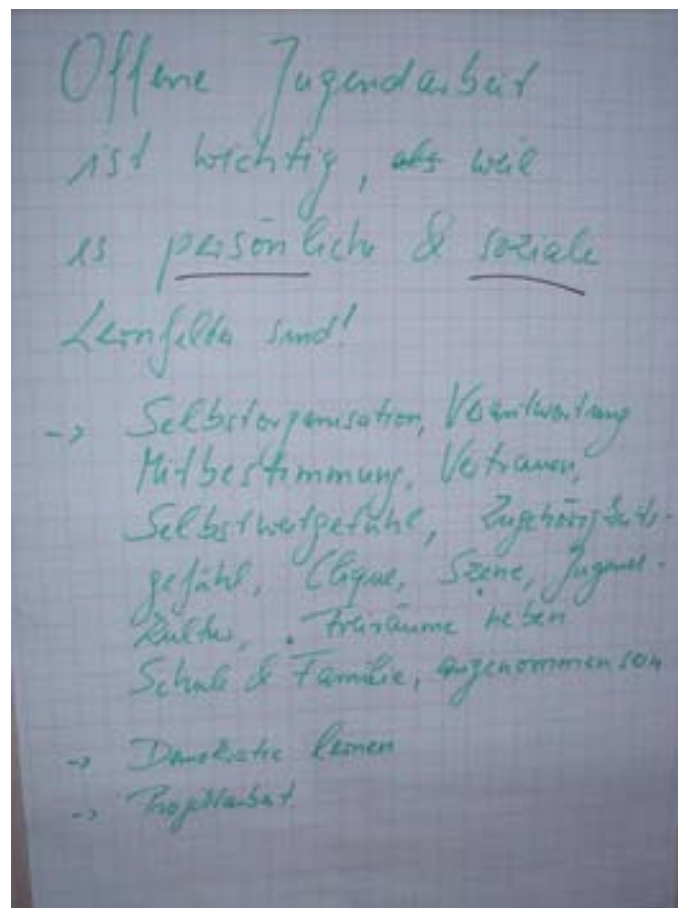
Ergebnispräsentation

Offene Jugendarbeit

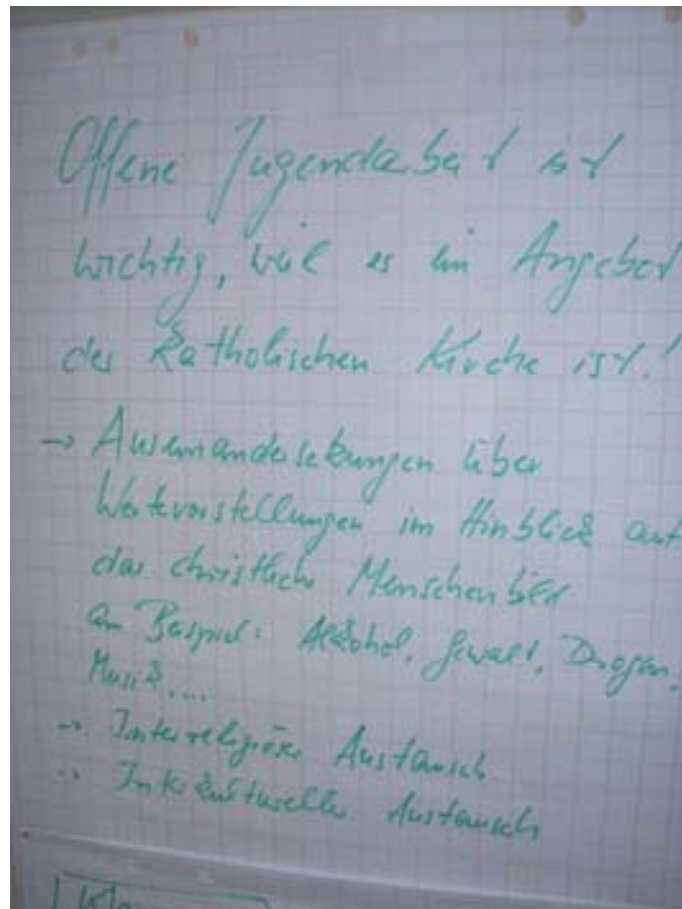
Wir haben unseren Überlegungen allgemein die Frage zugrunde gelegt, warum offene Jugendarbeit wichtig ist, und haben die geforderten drei Thesen als Antwort auf diese Frage formuliert.



- Offene Jugendarbeit ist ein Angebot für alle, also auch für alle Szenen und alle Milieus. Es bleibt natürlich die Frage, ob alle dieses Angebot auch annehmen. Aber prinzipiell bringen wir den Jugendlichen den hier oft erwähnten Respekt entgegen, nehmen sie wahr und sind offen für alle.



- Offene Jugendarbeit bietet Lernfelder.
Als konkrete Beispiele sind zu nennen: Selbstorganisation, Verantwortungsgefühl, Vertrauen, Selbstwertgefühl, Zugehörigkeit, Freiräume, Angenommensein, Demokratie lernen, Projektarbeit.



- Ein zweiter wichtiger Aspekt sind Wertvorstellungen, die in der offenen Jugendarbeit als Angebot der katholischen Kirche eine Rolle spielen, also das christliche Menschenbild, aber auch der Austausch mit anderen Kulturen.

→ Frage aus dem Plenum: Die Aufgabenstellung bezog sich auf den Blickwinkel der Jugendlichen. Inwiefern habt ihr diesen berücksichtigt?

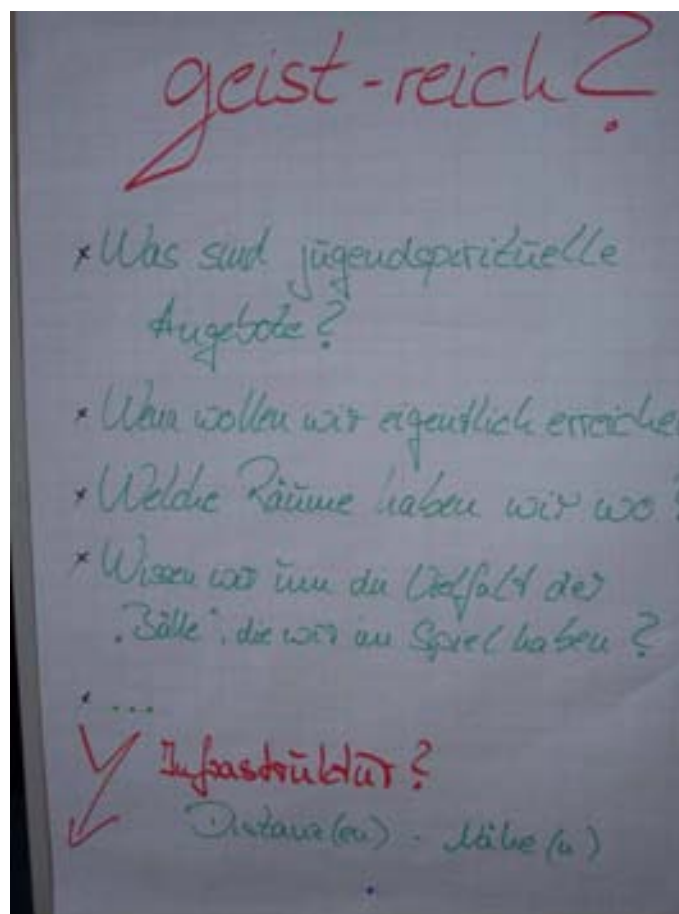
Die Kleingruppe dazu: Am Anfang hatten wir eine gute Diskussion dazu, die uns dazu gebracht, dass es anmaßend und spekulativ wäre, wenn wir aus diesem Blickwinkel argumentieren würden. Wir können nicht wissen, wie Jugendliche das ausdrücken würden. Wenn man das Bandprojekt von gestern als Beispiel nimmt, würden Jugendliche dabei vielleicht den „Spaß“ in den Vordergrund stellen und wir würden „Organisieren lernen“ betonen. Deshalb haben wir unsere Ergebnisse nicht direkt aus Sicht der Jugend formuliert.

Jugendspirituelle Angebote

Bevor wir überhaupt die eigentliche Fragestellung behandelt haben und den Blickwinkel der Jugendlichen, haben wir zuerst festgehalten: Eigentlich müssten wir nicht über die Jugendliche reden, sondern wenn mit ihnen und deshalb ist die Fragestellung mit Vorsicht zu behandeln.

Zu den Ergebnissen:

Zunächst haben wir überlegt, dass jugendspirituelle Angebote immer etwas mit Geist zu tun haben, also Geist-reich sein sollten. Was uns zu der Frage führte: Was ist das eigentlich, ein jugendspirituelles Angebot? Wen wollen wir erreichen? Welche Räume haben wir? Und wichtig ist auch das Wissen um Spielbälle, die schon vorhanden sind (Kooperationspartner, etc.). Das führt uns auch zu infrastrukturellen Problemen, etwa den zunehmenden Distanzen in größer werdenden Dekanaten.



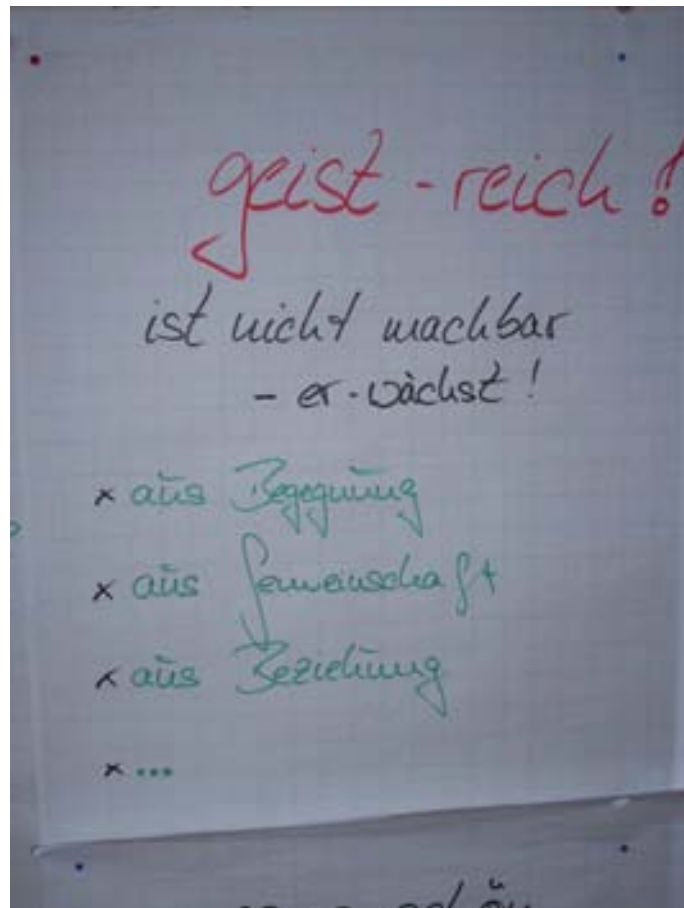
Zu unseren hoffentlich Geist-reichen Angeboten haben wir dann festgehalten: Geist kann man nicht machen, sondern er erwächst in Angebot und Gruppe.

Damit kommen wir zu unseren drei Thesen.

Geist erwächst aus:

- Begegnung
- Gemeinschaft
- Beziehung

Und diese Liste wäre fortsetzbar.



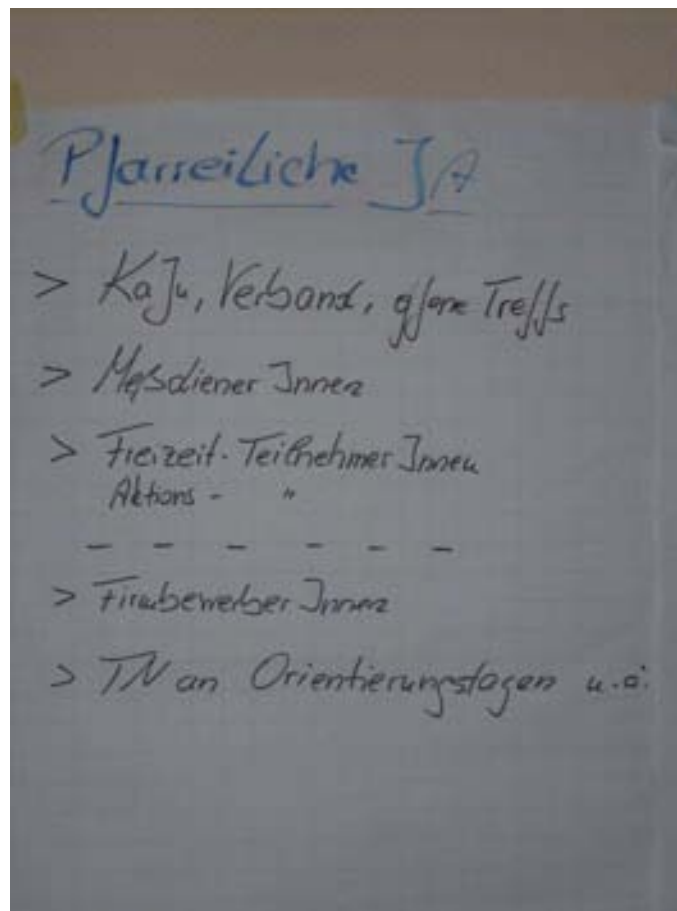
Wesentlich ist dabei, was schon vorausgesetzt wird. Die Angebote müssen niederschwellig sein. Was dann bleibt sind die Punkte: Gemeinschaft, schon als spirituelles Ereignis, nicht nur als Event; Ruhe und Stille und damit diesem Bedürfnis der Jugend nachzukommen; Aufgreifen von Themen der Jugend; Kommunizierbarkeit der Themen und Angebote.



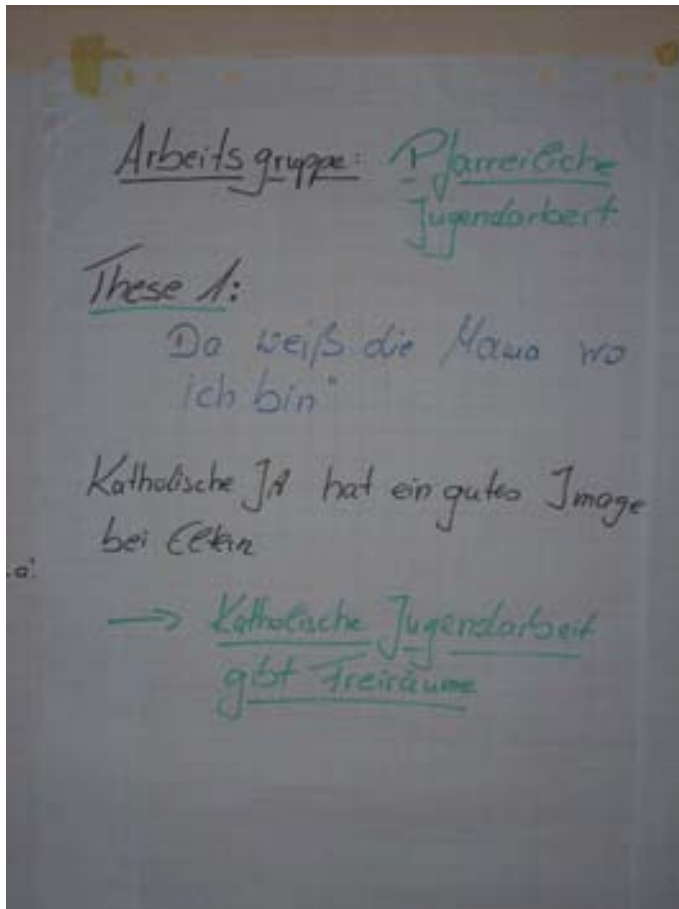
Pfarrliche Jugendarbeit

Dabei haben wir am Anfang allerdings schon eine Zielgruppenunterscheidung vorgenommen. Die TeilnehmerInnen an pfarrlicher Jugendarbeit sind schließlich sehr vielfältig: Da gibt es die Leute aus KaJu, Verband oder offenen Treffs, die MessdienerInnen und die Leute, die an punktuellen Angeboten teilnehmen (Freizeiten, Aktionen, ...). Das war für uns die erste Gruppe von TeilnehmerInnen. Die zweite sind die FirmbewerberInnen, die dritte TeilnehmerInnen an Orientierungskursen und ähnlichem.

Zunächst müssen wir sagen, dass wir uns nur mit der ersten Gruppe von Jugendlichen befasst haben, nämlich denen, die bereits an den Angeboten teilnehmen. Auf diese sind unsere Thesen bezogen.

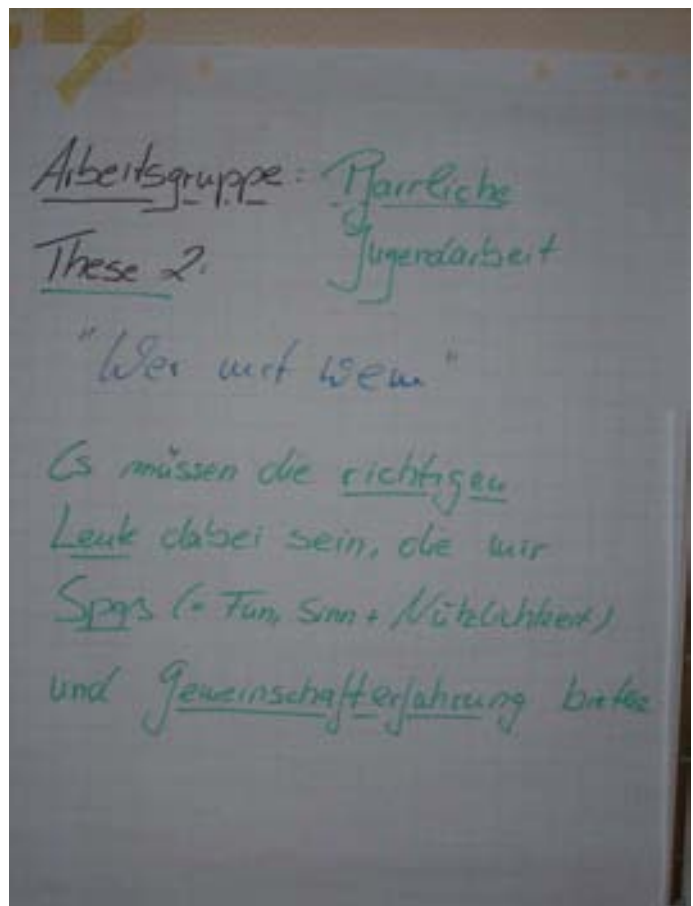


Zu unseren Thesen:

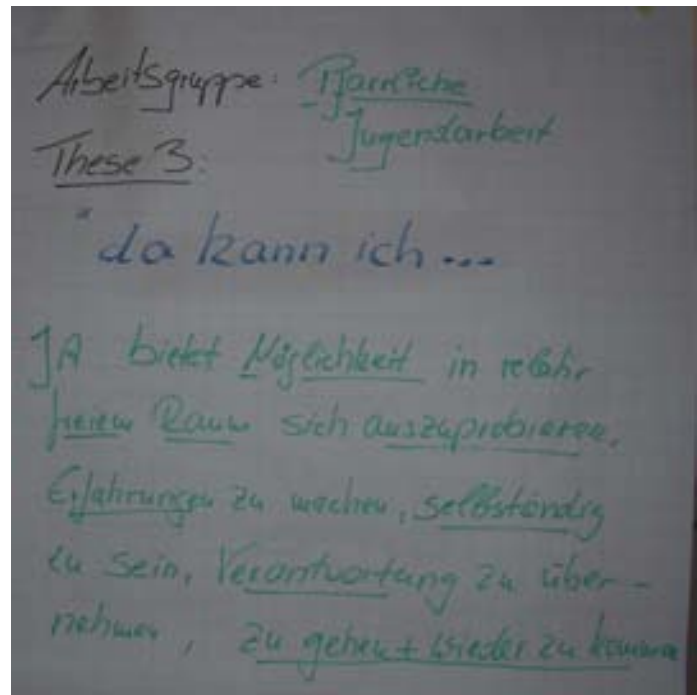


- Da weiß die Mama wo ich bin. Katholische Jugendarbeit hat ein gutes Image bei Eltern. Dadurch ergeben sich Freiräume für die Jugendlichen. Sie dürfen dann eher länger weg bleiben und zu Veranstaltungen mitfahren.

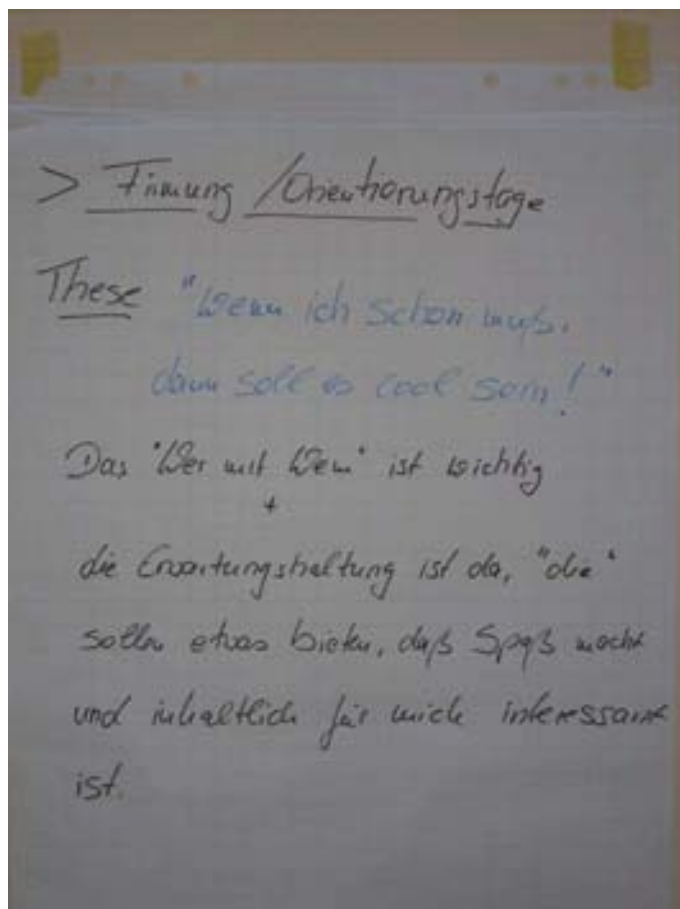
- Wer mit wem
Es müssen die richtigen Leute dabei sein und die Angebote müssen Spaß bringen – dabei Spaß sehr wohl verstanden in dem Sinne, wie es hier diskutiert wurde, also mit Sinn und Nützlichkeit verbunden. Außerdem ist eine Gemeinschaftserfahrung wichtig.



- Da kann ich
Hier geht es darum, was
pfarrliche Jugendarbeit bietet.
Nämlich einen relativ freien
Raum um sich auszuprobieren,
selbständig zu sein,
Verantwortung zu übernehmen
und mit der Möglichkeit zu
gehen, aber auch
wiederzukommen.



Immer wieder in der Diskussion ist die Gruppe der Firmlinge. Dazu haben wir eine andere These entwickelt. Dabei ist entscheidend: Steht ein Zwang oder zumindest ein äußerer Druck dahinter? Deshalb haben wir die These formuliert:



- Wenn ich schon muss, dann soll es wenigstens cool sein.
Deshalb ist das wer mit wem wichtig. Jugendliche melden sich ab, wenn die falschen Leute dabei sind. Und es gibt eine Erwartungshaltung, nämlich dass Spaß und Inhalt dabei sind, ohne dass den Jugendlichen vorher unbedingt klar ist, welches Thema für sie angesagt ist. Dafür gibt es dann aber auch einen Vertrauensvorschuss.

→ Frage aus dem Plenum: Noch mal zum Gehen und Wiederkommen: Was unterscheidet uns denn da von einem Sportverein?

Die Kleingruppe dazu: Dass wir projektorientiert arbeiten. Aber mit dem Projekt nicht alles vorbei ist, sondern ein Wiederkommen möglich ist – etwa beim nächsten Projekt. Vielleicht wird das von Jugendlichen nicht so wahrgenommen und muss stärker betont werden. Ein Beispiel dafür ist die 72h-Aktion.

Es gibt noch zwei Aspekte, die nicht in den Thesen drin sind:

Einmal die Wertschätzung von Jugendlichen. Wir bieten ihnen Infrastruktur (Raum, Geld, Personen).

Und dann eine Art Gegenbewegung. Zum Beispiel gab es diese T-Shirts beim Katholikentag: „Ich bin katholisch, atheistisch kann jeder“ oder so ähnlich. Katholische Jugendarbeit kann also für die Biographie wichtig sein und in Richtung Jugendkultur gehen, weil sie Möglichkeiten der Abgrenzung bietet. Auch wenn das sicher nur ein kleiner Bereich ist.

Verbandsarbeit

Auch wir hatten das Problem diskutiert, niemanden fragen zu können, haben dann aber versucht aus unserer subjektiven Erfahrung heraus die Fragen zu beantworten.

Wir haben einige Punkte zusammengetragen, die verbandliche Jugendarbeit bieten kann: Gemeinschaft, Freundschaft, Mitbestimmung, inhaltliche Arbeit, Spaß, Räume, personelles Angebote, Hilfen im Alltagsleben (etwa wenn Probleme aus dem Alltag in Gruppenstunden aufgegriffen werden), Leitungserfahrung, Engagement und Kompetenzen in diesem Bereich sind nachweisbar. Zusammenfassend haben wir formuliert: biographische und soziale Nützlichkeit.

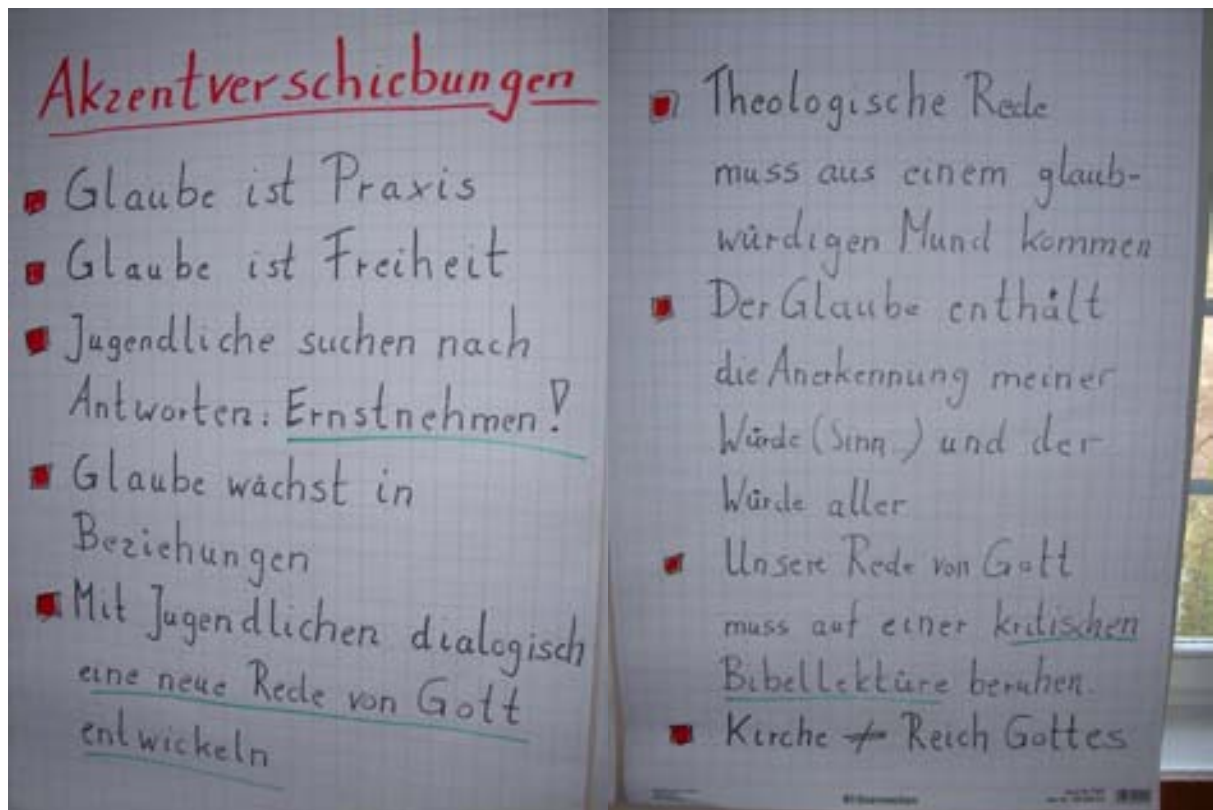


Aber eigentlich müssten dazu schon die Jugendlichen selber befragt werden.

Wir sind dann in der Diskussion schnell zu anderen Punkten gekommen, die aber keine Thesen sind: Offene und niedrigschwellige Formen – gibt's die und wenn ja, wie sehen sie aus? Passt die Lebenswelt der Jugendlichen noch zur Verbandsstruktur – also schnelllebig und kurzfristig gegenüber festen Strukturen? Zielgruppenbestimmung – Jeder Verband hat sein Profil, aber hat man sich wirklich damit auseinandergesetzt, wen man erreichen will? Unsere zusammenfassende These oder Frage dazu ist: Imagearbeit und Außenwahrnehmung: Was wird dafür getan und wie wird die Nützlichkeit nach außen transportiert?

Herausforderung an die theologische Rede

Wir haben Akzentverschiebung als Überschrift gewählt. Diese halten wir nämlich für notwendig.



Unsere Plakate sind eher als Meilensteine des Gesprächsverlaufs zu verstehen denn als Themen. Unser Arbeitsauftrag war ja etwas ungenauer.

- Kein leeres Gespräch: Glaube ist Praxis.
- Firmung kann kein Zwang sein, denn Glaube ist Freiheit und macht frei, auch nein zu sagen und wiederzukommen.
- Jugendliche haben ein Recht auf Antworten für ihre Fragen. Dieses Antworten sollten wir ernst nehmen und Glaube nicht verniedlichen.
- Glaube wächst in Beziehungen. Er ist nicht deduktiv. Er braucht Begegnung, sich anschließen, gern zusammen sein. Zusammen Glauben lernen ist wichtig, geht sogar nur gemeinsam.
- Mit Jugendlichen dialogisch die Rede von Gott entwickeln. Jugendliche sind selbst Theologen. Wir müssen ihnen das nur zutrauen. Dann bekäme Kirche was zu hören.
- Glaubwürdiger Mund, der sich in der Praxis erweisen muss, also in der Menschlichkeit, die immer ein Kriterium für Glaube ist.
- Es muss immer um meinen Sinn, mein Leben und gleichzeitig das aller gehen. Das lässt sich nicht trennen.
- Die Rede von Gott muss auf einer kritischen Bibellektüre beruhen. Auch die Bibel steht sich manchmal selbst im Weg. Die kritische Lektüre ist die Basis.
- Kirche ist nicht das Reich Gottes, sondern versucht es nur zu werden und es gibt auch andere Formen. Kirche muss da offen und ehrlich mit sich bleiben.

→ Frage aus dem Plenum dazu: War zuerst die Überschrift da oder ist diese eher als Zusammenfassung zu verstehen?

Gemeint ist die Verschiebung von dem, was üblicherweise als Theologie begriffen wird. Da geht es immer um den Glauben *an* und es wird der Kopf angesprochen, hier aber geht es um die Praxis. Die Überschrift kam erst im Nachhinein.

Zusammenfassung/ Bündelung:

(ebenfalls in 3 Thesen)

Dr. Hans Hobelsberger:

Es sind nicht unbedingt drei Thesen, aber drei Akzente sollten noch einmal hervorgehoben werden.

- Gute Erfahrungen tragen durch die Biographie.
Wir sollten darauf vertrauen: Wenn Jugendliche eine gute Erfahrung machen, ist die Chance sehr hoch, dass sie sich später daran erinnern. Das kann als eine Entlastung begriffen werden. Es bedeutet aber auch eine große Aufgabe, weil dann jede Begegnung so gestaltet werden sollte, als wäre sie die letzte. Oft gibt es nur diese eine Chance. Allerdings ist die Gestaltung meistens eher so, als wäre es der Auftakt zu etwas anderem. Aber: Eine Großveranstaltung etwa ist eine Großveranstaltung. Sie muss in sich stimmig und rund sein und dadurch Berührungspunkte schaffen. Andererseits ist nicht alles vertan mit einer Gelegenheit. Oft gibt es eine zweite Chance in einem gewissen Alter. Ein Beispiel dafür sind Wiedereintritte bei Eltern von Kommunionkindern, bei denen die Kommunion des Kindes der Anlass für die Auseinandersetzung mit Kirche und Glaube ist. Wichtig ist also die positive Erfahrung, aber es gibt auch eine zweite Chance.
- Katholischsein kann eine Szene prägen.
Wir sind nicht kulturell unsichtbar. Events in Reinform gibt es nicht, sondern immer nur im Kontext – von Musik, Sport, aber eben auch von Religion. Damit ergibt sich die Chance, kulturell mit unseren Kontexten zu prägen. Insgesamt lassen sich Tendenzen feststellen, dass sich der Jugendbereich der Kirche „verszent“. D. h. kulturell-ästhetisch gestützte Zugehörigkeit und Abgrenzung und eine Sozialform, die punktueller und ereignisorientierter ist und die Treffpunkte und Events braucht.
- Die Frage nach der biographischen und sozialen Nützlichkeit
Bei allen in den Kleingruppenberichten genannten pädagogischen Vorzügen bleibt die Frage, ob Jugendliche das auch so sehen. Und das ist nicht allein auf die Formulierung zu reduzieren. Dass sie es anders formulieren ist klar, aber vielleicht nehmen sie es auch anders wahr. Wir müssen den Blickwinkel der Jugendlichen übernehmen und wissen, was sie bei uns finden. Diese Frage müssen wir nutzen, um weiterzukommen.

Klaus Farin

Gerade sind 50 Leute daran gescheitert, in anderthalb Stunden drei Thesen zu formulieren. Wie soll einer allein das also schaffen? Zumal Referenten dazu neigen bildungsresistent zu sein und doch nur ihren eigenen Standpunkt wiederzugeben.

Aber zwei Gedanken können vielleicht doch aufgegriffen werden, die immer wieder aufgetaucht sind:

- Inhalte funktionieren nur, wenn sie durch authentische Persönlichkeiten repräsentiert werden.
Das eigene Auftreten muss gut reflektiert sein. Auch bei schlechtem Image der Kirche können ihre Mitarbeiter cool sein.
- Nicht anbieten, sondern selber machen lassen.
Man muss die Jugendlichen sich Respekt erwerben lassen durch ihre eigene Arbeit. Das Ziel kann dabei durchaus vorgesteckt sein, aber eigentlich ist der Weg das Ziel.
Außerdem sei gewarnt vor Eventhype. Da ist der Markt immer besser.

