

# Jugendtrends in Deutschland

Über die Heterogenität und Ambivalenz der deutschen  
Jugendbiographie

Dr. Tobias Faix



Marburger Bibelseminar

2008

# Inhaltsangabe

<b>A</b>	<b>DIE JUGENDBIOGRAPHIE: WER ODER WAS IST JUGEND? .....</b>	<b>4</b>
1.	ALTERSPHASE JUGEND .....	6
2.	JUGENDKULTUR .....	7
3.	JUGENDSZENE .....	8
4.	JUGENDTRENDS .....	11
5.	JUGENDCLIQUEN (PEER-GROUPS).....	13
<b>B</b>	<b>JUGENDTRENDS IM GESAMTGESELLSCHAFTLICHEN ZUSAMMENHANG</b>	
	<b>15</b>	
1.	SOZIALISATIONSTHEORIEN IN DER JUGENDFORSCHUNG .....	15
2.	JUGEND IN DER OPTIONSGESELLSCHAFT .....	17
3.	DER HANG ZUM TRANSZENDENTEN.....	18
4.	DER ERLEBNISDRANG.....	20
5.	SCHULE, AUSBILDUNG & ARBEIT .....	22
6.	PERSÖNLICHKEIT ALS NEUER WERT .....	23
<b>C</b>	<b>DER ZUSAMMENHANG VON MUSIK &amp; SZENEN .....</b>	<b>24</b>
1.	DIE BEDEUTUNG DER MUSIK FÜR DIE JUGENDSZENEN .....	24
2.	DER WANDEL DER JUGENDKULTUREN: UNÜBERSCHAUBAR VIELE SUBSZENEN.....	24
3.	WARUM GIBT SO UNZÄHLIG VIELE NEUE SZENEN? .....	25
<b>D</b>	<b>ÜBERBLICK ÜBER AKTUELLE JUGENDSZENEN IN DEUTSCHLAND .....</b>	<b>26</b>
1.	BLACKMETAL.....	26
2.	HARDCORE .....	28
3.	HIP-HOP.....	30
4.	GOTHIC .....	31
5.	SKATEBOARDING .....	33
6.	TECHNO .....	36
7.	„DIE NEUBÜRGERLICHEN/SPIEßER“ .....	38
8.	MAINSTREAM .....	39
9.	NEUE SZENEN.....	40
10.	DIE SPRACHE DER JUGEND .....	41
<b>E</b>	<b>WAS HEIßT DAS FÜR DIE CHRISTLICHE JUGENDARBEIT? .....</b>	<b>43</b>
1.	DIE SELBSTKONSTRUKTION DER GOTTESVORSTELLUNG .....	44
2.	HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE MISSIONARISCHE PRAXIS .....	44

## **Jugend!?**

*Jugendliche sind öffentlich präsent und doch nicht greifbar.*

*Jugendliche sind vernetzt und doch beziehungsunfähig.*

*Jugendliche sind optimistisch und doch verhalten.*

*Jugendliche wollen Spaß und lieben die Moral.*

*Jugendliche denken an sich und wissen um Teamarbeit.*

*Jugendliche sind politisch interessiert, aber nicht engagiert.*

*Jugendliche glauben light und suchen schwer.*

*Jugendliche leben grenzenlos und suchen Regeln.*

*Jugendliche sind sexy auch ohne Sex.*

*Jugendliche wollen Freiheit und suchen Familie.*

*Jugendliche lieben Optionen und leiden an ihnen.*

*Jugendliche wissen viel und müssen immer besser werden.*

*Jugendliche sind jung und haben mit 25 die Krise.*

*Jugendliche lieben Öko und essen bei McDonald.*

*Jugendliche haben ein komplexes Leben und handeln pragmatisch.*

*Jugendliche glauben an Gott und kennen ihn nicht.*

## **A Die Jugendbiographie: Wer oder was ist Jugend?**

Schon der Versuch zu beschreiben, wer oder was Jugend ist, gestaltet sich schwierig. Es gibt weder den Jugendlichen noch die Jugend (Wetzstein u.a. 2005:13). Die Lebensphase Jugend, früher noch eindeutig als bloße Durchgangsphase von der Kindheit zum Erwachsensein definiert, ist heute mehr und mehr ein Kulturphänomen, zunehmend losgelöst von scharfen Altersgrenzen. Doch nicht nur durch die Verlängerung der Jugendphase bis in die 30er ist Jugend heute keine homogene Gruppe mehr, sondern auch deshalb, weil sich die jugendkulturellen Trends und Szenen enorm vervielfacht und ausdifferenziert haben (Stampler, 2006:1).

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Jugendliche einzuteilen, wie zum Beispiel nach Alter, Reife oder Persönlichkeit, aber es gibt keinen Prototypen, an dem sich orientiert werden könnte. Jugendliche sind Teil einer Familie, eines Freundeskreises, eines sozialen Netzes, Teil der gesamten Gesellschaft. Jugendliche verändern sich und werden verändert. Jeder Jugendliche ist ein einmaliges Individuum mit eigenen Gefühlen, Vorstellungen und Prägungen. Dies sollte man sich immer vor Augen malen, wenn man von, über und mit Jugendlichen redet. Es geht um Leben und nicht um eine theoretisch starre Einteilung. Leider lässt sich zweiteres auch im Folgenden nicht völlig ausschalten. Wenn man über mehrere Jugendliche schreibt, versucht man immer einen größtmöglichen gemeinsamen Konsens als Basis zu finden, dies schließt andere ebenfalls wichtige Merkmale wie Interessen, Freizeitgestaltung, Fähigkeiten etc. nicht aus. Dazu kommt die Besonderheit des Jugendalters mit den entwicklungspsychologischen Phasen der Pubertät und der Adoleszenz.

Mit dem Begriff Jugend werden normalerweise Menschen einer bestimmten Altersgruppe verbunden. Aber die Festlegung dieser Altersgruppe bereitet weitgehend Schwierigkeiten. Soziologen sind sich über genaue Altersangaben uneinig. Schelsky, der die erste Jugendsoziologie nach dem 2. Weltkrieg in Deutschland schrieb, widmet diesem Problem elf Seiten in seiner Soziologie über die deutsche Jugend, dem ersten vollständigen Jugendbericht der Nachkriegszeit (Schelsky, 1963:21-34). In den Altersangaben merkt man die Veränderung durch die Jahrzehnte; wurden in den 50ern grob die 15-20jährigen als Jugendliche bezeichnet, geht der Schnitt langsam nach oben. In den 90ern wird der Begriff Jugend von dem Begriff „Twentysomethings“<sup>1</sup> abgelöst, man merkt deutlich die „Steigerung“. Laut deutscher Gesetzgebung ist ein Jugendlicher zwischen 14 und 17 Jahre alt, die 18-20jährigen werden als „Heranwachsende“ bezeichnet. Neben diesen Verschiebungen des Alters gibt es eine weitere Verschiebung demographischer Art. Waren in den 50er Jahren noch über 1/3 der Deutschen unter 20 Jahre, so sind es heute gerade mal 20%, Tendenz weiter sinkend (Hitzler 2006:1). Obwohl die Zahl der Jugendlichen in Deutschland stetig abnimmt, nimmt das Interesse an der deutschen Jugendbiographie ständig zu. Dies hat mit den Auflösungen klarer homogener Strukturen und Jugendszenen zu tun, wie wir sie über Jahrzehnte in Deutschland vorgefunden haben (Breyvogel, 2005:9-68). Die demographische Zahl von Jugendlichen mag zurückgehen, das Phänomen „Jugendlichkeit“ breitet sich hingegen weiter aus. Jugend scheint nicht mehr nur ein Thema des Alters zu sein, wie es bisher eingegrenzt wurde, sondern vielmehr ein Lebenseinstellung. Dazu

---

<sup>1</sup> So bezeichnet D. Coupland die neue Jugendgeneration von 16 bis 29 Jahren, vgl. Douglas Coupland, *Generation X - Geschichten für eine immer schneller werdenden Kultur* (Berlin: Aufbau Verlag, 1994).

später mehr. Zuerst sollen verschiedene Begrifflichkeiten erklärt werden und somit die äußeren Rahmenbedingungen festgelegt werden.

Definitionsmöglichkeit des Begriffs Jugend:

Interessant ist die Definition von Jugend in der Brockhaus Enzyklopädie<sup>2</sup>:

*„Jugend, im alltägl. Sprachgebrauch ist ein bestimmender Lebensabschnitt oder ein gruppenspezif. Verhaltensmuster dieser Phase, auch die jeweilige Generation in diesem Lebensalter; im Rahmen einer genaueren Begriffsbestimmung ist Jugend eine komplexe Erscheinung, die sowohl historisch, sozial und kulturell (auch religiös und ökonomisch) geprägt, als auch in ihrer Existenz selbst an bestimmte Formen sozialer Evolution gebunden ist.“*

An dieser sehr komplexen Definition kann man erkennen, wie kompliziert und wie schlecht fassbar dieses Thema ist. Eine weitere Definition von Jugend gibt der Soziologe H. Bertram wieder, wenn er schreibt:

*„Jugend stellt sich empirisch nicht als eine einheitliche Kultur oder als ein einheitliches Phänomen dar, sondern je nach gesellschaftlicher Zugehörigkeit zu bestimmten Teilgruppen, je nach sozialer Situation ganz unterschiedlich [...]“<sup>3</sup>*

Der Jugendbegriff<sup>4</sup> sowie verwandte Begrifflichkeiten wie Jugendalter, Jugendbiographie, Jugendphase oder Jugendkultur werden bei den folgenden Überlegungen eine entscheidende Rolle spielen, zumal die Zielgruppe aller Überlegungen Jugendliche sind. Deshalb gilt es im Folgenden eine Verständnisgrundlage zu bilden, was Jugendliche sind und wie sie im gesellschaftlichen Kontext zu verstehen sind.

Dabei ist festzustellen, dass es um diese Begriffe in den letzten Jahren eine große Unsicherheit und auch eine Neuentdeckung einer ganzen Generation gab (Schröder & Leonhard 1998:18-20). Deshalb wird nicht auf die eine Typologisierung einer Jugendgeneration oder einzelner Fragestellungen dazu eingegangen, sondern es werden die Zusammenhänge verschiedener Jugendentwicklungen, die für das Thema relevant sind, aufgezeigt und die Korrelation mit Jugendforschung und der daraus veränderten Religiosität der Jugendlichen verdeutlicht.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Brockhaus Enzyklopädie Bd.11, *Jugend*, (Mannheim: Brockhaus Verlag, 1990), 253.

<sup>3</sup> H. Bertram, *Jugend heute* (München: CH. Beck Verlag, 1987), 3.

<sup>4</sup> Im Folgenden werden die Begriffe: Jugend, Jugendalter, Jugendphase, Jugendgeneration oder Jugendbiographie synonym verwendet.

<sup>5</sup> Eine umfassende Beschreibung der Geschichte und Entwicklung der Jugend findet man u.a. in Göppel, R. 2005. *Das Jugendalter: Entwicklungsaufgaben – Entwicklungskrisen – Bewältigungsformen*, Dudek, P. 2002. *Geschichte der Jugend*. IN: *Handbuch Kindheits- und Jugendforschung*. Leske + Budrich. Baacke, D. 2004. *Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung*. 4. Auflage. Juventa oder Schumann-Hengsteler/Trautner. 1996. *Entwicklung im Jugendalter*.

## 1. Altersphase Jugend

In dieser Begriffsdefinition soll eine rein altersbezogene Einteilung für das Jugendalter vorgenommen werden, um im Hinblick auf die Thesis eine stringente Vorlage für die zu untersuchende Zielgruppe zu haben. Jugend ist eine Altersphase im Lebenszyklus eines jeden Menschen, „die mit dem Einsetzen der Pubertät um das 13. Lebensjahr beginnt“ (Schäfers 2001). Die Jugendphase folgt der Kindheit und wird vom Erwachsensein abgelöst. Vor allem Letzteres bereitet den Soziologen, Pädagogen und Entwicklungspsychologen immer wieder Schwierigkeiten, da der Übergang ins Erwachsenenalter sehr unterschiedlich bewertet wird. Die Pubertät ist einer der einschneidendsten Lebensabschnitte eines Menschen, die besonders physiologisch-biologische, aber auch psychische Veränderungen mit sich bringt<sup>6</sup> (Baacke 1994:36). Ein weiteres Merkmal ist die Adoleszenz, in der sich der junge Mensch von seinen Eltern und bisherigen Verhaltensweisen ablöst (Schröder 1998:31-37). Diese Merkmale des Jugendalters gilt es zu beachten, wenn eine Altersunterteilung vorgenommen wird. Im Folgenden sollen nun verschiedene Altersunterteilungen der Lebensphasen bei Jugendlichen aus verschiedenen Blickwinkeln dargestellt werden, um dann eine klare Aufteilung vornehmen zu können.

Zuerst soll die aktuelle Forschungslage einiger führender Soziologen, Pädagogen und Psychologen dargestellt werden (Göppel 2005:3-5). So teilen die Soziologen Schäfers (Schäfers 2001:19) und Hurrelmann (Hurrelmann, 1999:50), der Pädagoge Baacke (Baacke 1994:36-44) und der Entwicklungspsychologe Fend (Fend 1990:13) das Jugendalter wie folgt auf:<sup>7</sup>

- die 13- bis 18-Jährigen (pubertäre Phase): Jugendliche im engeren Sinne
- die 18- bis 21-Jährigen (nachpubertäre Phase): jugendliche Heranwachsende<sup>8</sup>
- die 21- bis 25-Jährigen (und ggf. auch Ältere): Nachjugendphase oder junge Erwachsene, die aber in ihrem sozialen Status und ihrem Verhalten noch als Jugendliche anzusehen sind (Fend und Baacke beispielsweise setzen diese Phase bis zum Alter von 30 Jahren an)

Es herrscht über die verschiedenen Disziplinen hinweg eine weitgehende Einigkeit, was die Aufteilung des Jugendalters betrifft, deren Begründung in den vorgenannten entwicklungspsychologischen Merkmalen der Pubertät liegt (Göppel 2005:4-5).<sup>9</sup> Neben diesen Aufteilungen möchte ich noch eine weitere, auf den ersten Blick vielleicht ungewöhnlich erscheinende Aufteilung ergänzen - die der deutschen Gesetzgebung. In § 7 des Kinder- und Jugendhilfegesetzes ist Folgendes zu lesen:

„(1) Im Sinne dieses Buches ist

1. Kind, wer noch nicht 14 Jahre alt ist ...
2. Jugendlicher, wer 14 aber noch nicht 18 Jahre alt ist,

---

<sup>6</sup> Ausführliche Beschreibungen zur Pubertät bei Baacke: Die 13 bis 18-Jährigen oder Fend: Vom Kind zum Jugendlichen Bd. 1-3.

<sup>7</sup> Diese Dreiteilung kann zur Vereinfachung in zwei Teile aufgegliedert werden: 1. die Adoleszenzphase (die 13- bis 17-Jährigen) und 2. die Postadoleszenzphase (die 18- bis 25-Jährigen).

<sup>8</sup> Diese Phase lässt Baacke ganz aus.

<sup>9</sup> Aber es gibt auch andere Meinungen, wie beispielsweise Zinnecker, der die neue Jugendgeneration in einer Altersspanne von zehn bis 18 Jahren sieht. (Zinnecker u.a. 2002:13-20)

3. junger Volljähriger, wer 18 aber noch nicht 27 Jahre alt ist,
4. junger Mensch, wer noch nicht 27 Jahre alt ist.“

Diese Einteilung soll noch ergänzt werden durch den Hinweis der Religionsmündigkeit im Bürgerlichen Gesetzbuch:

§ 5: **Religionsmündigkeit** ist die Befugnis, das Recht auf freie Religionsausübung selbständig geltend machen zu können. Sie besteht ab dem 14. Lebensjahr. (Gesetz über die religiöse Kindererziehung, BGB1.1 S. 2002, 2023)

## 2. Jugendkultur<sup>10</sup>

Jugendszenen und Jugendtrends sind integraler Bestandteil der Lebenswelt von Jugendlichen. Jugendkulturen sind mitunter selbst zum Kult geworden, Teil einer „populären Religionskultur“. Jugendliche verhandeln und bearbeiten ihre eigenen Fragestellungen und Probleme autonom innerhalb dieser Szenen. Die institutionalisierte Erwachsenenwelt bleibt aus diesen Bereichen jugendlicher Erlebniskultur weitgehend ausgeschlossen: Elternhaus, Schule oder Kirchen haben keine Teilhabe an Jugendkulturen.

Eine Jugendkultur oder eine Jugendbewegung besteht nie im luftleeren Raum, sondern entwickelt sich im Rahmen der jeweiligen gesellschaftlichen Strukturen. Es kann gesagt werden, dass die Jugendkultur eine Antwort auf die gesellschaftlichen Probleme der jeweiligen Zeit ist. Dies wird bei der Beobachtung der Jugendkulturen der letzten 50 Jahre mehr als deutlich. So wie sich die Gesellschaft verändert, sich weiter entwickelt, so wird die Jugend von dieser Veränderung geprägt und beeinflusst. Es entstehen einzelne Bewegungen, die meistens Vorreiter aus Film oder Musik haben, denen die breite Masse im braven kommerzialisierten Abstand folgt. Gab es in den 50er bis 70er Jahren große einheitliche Jugendkulturen, die die Massen mit sich gezogen haben, so gab es Ende der 80er Jahre eine Aufsplitterung der großen Strömungen. Daraus ergab sich eine völlig neue Situation. Eine Jugendkultur macht sich an äußeren Manifestationen fest, zum einen durch die Kleidung und zum anderen durch das Verhalten. Zu einer Jugendbewegung gehören nie alle Jugendlichen, sondern nur ein Teil der Jugendlichen, der aber prägend für die ganze Gesellschaft ist.

Kultur ist immer territorial gedacht, Jugendszenen und die darin gelebte spezifische Jugendkultur sind global. Jugendszenen sind thematisch fokussierte soziale Netzwerke, in denen sich Jugendliche mit gleichen kulturellen Interessen und ähnlichen Weltanschauungen zusammenfinden. Jugendliche, die sich zu einer bestimmten Szene bekennen, bilden eine Gemeinschaft - und zwar weltweit. Für das Wir-Gefühl einer Szene ist es unerheblich, ob sich die einzelnen Mitglieder persönlich kennen oder auf verschiedenen Kontinenten leben. Sie gehören zusammen, weil sie Einstellungen, Interessen und Ausdrucksmittel miteinander teilen, interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln. Die Soziologie hat dafür einen Fachbegriff gefunden - sie bezeichnet Szenen als "Formen der posttraditionalen Vergemeinschaftung". In dem Maße in dem die herkömmlichen Sozialisationsagenturen wie Familie, Schule, Kirche und Politik an Bedeutung verlieren, werden Szenen für Jugendliche immer wichtiger. Szenen schaffen nicht nur attraktive Freizeitangebote, sondern sie stehen auch für ein unverwechselbares Lebensgefühl und sie sind Gesinnungsgemeinschaften und Orientierungssysteme.

---

<sup>10</sup> Nach Stampler, 2006:2-4.

Sie stehen für eine soziale Heimat in einer Welt, die zunehmend unübersichtlicher wird.

Stampler definiert Jugendkultur folgendermaßen (Stampler 2006:1):

*Jugendkultur ist das Wissen der Jugendlichen zu verstehen wer, unter welchen Umständen, wann, was, wie und warum zu tun und zu lassen hat. Jugendkultur ist die Alltags- und Leitkultur der Jugendlichen.*

Breyvogel unterscheidet zwischen Jugendkultur, Popularkultur und Massenkultur (nach Breyvogel, 2005:9-13). Dabei geht es nach der Popularität und Ausbreitung der jeweiligen Kultur. Bleibt es über Jahre ein fester und überschaubarer Kult spricht Breyvogel von einer Jugendkultur wie beispielsweise bei Hardcore. Steigt die Popularität an und der Kult wird sozusagen über die eigene Kultur ausgebreitet und wirkt in die Alltagskultur von Jugendlichen hinein, spricht er von Popularkultur, wie zum Beispiel HipHop. Wird dieser „Kult“ industriell verbreitet und sinnentleert, spricht Breyvogel von einem Massenkult (bspw. H&M, Dancefloor).

### 3. Jugendszene

Die neue Gesellschaftsordnung der Jugend: Die Szene

Spricht man heute über Szenen, dann geht es um einen anderen Begriff als in den 70er oder 80er Jahren. War dort der Begriff Szene meist mit Querdenkerei und Untergrund besetzt, entstehen in den 90er Jahren überall dort Szenen, „wo Menschen freiwillig gemeinsame Interessen, Wertvorstellungen und Freizeitaktivitäten entwickeln oder ganz einfach die gleichen Konsumartikel schön finden. Sie weichen die alten Strukturen der Gesellschaft, also soziale und lokale Herkunft oder Bildungshierarchien, auf und erzeugen neue.“<sup>11</sup> Schulze definiert den Begriff Szene in den 90er Jahren folgendermaßen:

*„Eine Szene ist ein Netzwerk von Publika, das aus drei Arten der Ähnlichkeit entsteht: partielle Identität von Personen, von Orten und von Inhalten. Eine Szene hat ihr Stammpublikum, ihre festen Lokalitäten und ihr typisches Erlebnisangebot.“<sup>12</sup>*

Jeder Einzelne kann sich also zu der Szene halten, die seiner Ideologie, seiner Musik oder seinem Hobby am ehesten entspricht. Durch diese relativ scharfe Abgrenzung der verschiedenen Szenen wächst die Intensität innerhalb der Szene, es entsteht ein großes Zusammengehörigkeitsgefühl.

Eine Jugendszene ist eine offene, um eine gemeinsame Identifikation gruppierte Gruppe Jugendlicher. Diese Identifikation kann ganz unterschiedlich sein, wie beispielsweise:

- Musikstil
- Modestil
- Sport
- technisches Mittel: Computer etc.

---

<sup>11</sup> K. Janke/S. Niehues, a.a.O., 17.

<sup>12</sup> G. Schulze, a.a.O., 463.



## ➔ Religion

Wichtige Erkennungsmerkmale einer Szene sind:

Szenen sind Netzwerke, die Leute kennen, die Leute kennen, die Leute kennen...

Portal: Wo und wie treffen sich Jugendliche? Nicht, was man macht, ist oftmals entscheidend, sondern, dass man sich trifft und da ist.

Erkennung: Habitus, also die Kleidung (Unterscheidung zwischen Alltag/Freizeit) die als äußeres Erkennungsmerkmal gilt. Dies wird zunehmend schwerer für Jugendlichen, da immer mehr Mütter mit ihren Töchtern einkaufen gehen und Väter ihre Söhne nach den neusten Turnschuhmarken fragen. Aber der Habitus als Merkmal der Abgrenzung ist ein wichtiges Szenemerkmal und eine Abgrenzung an Ältere oder Gleichaltrige aus anderen Szenen.

Waren Jugendszenen Mitte des 20. Jahrhunderts meist auch ideologisch gefüllt und eine gesellschaftsverändernde Maxime, so hat sich dies mit der Jahrhundertwende zunehmend verändert. Mit Zunahme der Individualisierung und Pluralisierung wurden viele Szenen hedonistischer, mit Zunahme der technischen Möglichkeiten strukturell vernetzter. Übliche Bindungen oder gar Verpflichtungen an eine bestimmte Szene gibt es in der posttraditionalen Zeit kaum noch, statt dessen verbindet lediglich eine Übereinstimmung von Neigungen, Vorlieben und Leidenschaften die jeweiligen Szenen. Hitzler beschreibt Jugendszenen im Kontext des 21. Jahrhunderts deshalb folgendermaßen:

*Eine Szene ähnelt typischerweise einem „Überraschungsei“: Es gibt was zum Naschen, d.h. vielerlei Möglichkeiten, zu konsumieren; es gibt was zum Spielen, also vielfältige Unterhaltungsangebote; und es gibt Überraschungen, d.h. ‚action‘ und spannende Beteiligungsoptionen. Eine Szene ist eine amorphe Form von lockerer Gemeinschaft unbestimmt vieler Beteiligter. Sie ist eine Gemeinschaft, in die man nicht hineingeboren oder hineinsozialisiert wird, sondern die man sich aufgrund irgendwelcher Interessen selber aussucht und in der man sich eine Zeit lang mehr oder weniger ‚zu Hause‘ fühlt. Eine Szene weist typischerweise lokale Einfärbungen und Besonderheiten auf, ist jedoch nicht lokal begrenzt, sondern, zumindest im Prinzip, ein weltumspannendes, globales – und ohne intensive Internet-Nutzung der daran Beteiligten kaum noch überhaut vorstellbares – Gesellungsgebilde. Natürlich gibt es in einer Szene keine förmlichen Mitgliedschaften. Weil Szenen, anders als formalisierte Organisationen, also keine Türen haben, weder hinein noch hinaus – auch nicht in einem metaphorischen Sinne –, bewegt man sich in einer Szene vielmehr eher wie in einer Wolke oder in einer Nebelbank: Man weiß oft nicht, ob man tatsächlich drin ist, ob man am Rande mitläuft oder ob man schon nahe am Zentrum steht. Gleichwohl realisiert man irgendwann ‚irgendwie‘, dass man ‚irgendwie‘ dazugehört. Und da die Ränder der Szene ohnehin verschwimmen, hat man in der Regel einen problemlosen Zugang zu ihr und kann sie ebenso problemlos auch wieder verlassen.*

Waldemar Vogelsang fasst die stilistischen Strukturmerkmale von jugendkulturellen Szenen so zusammen:

- Kampf um Exklusivität und Distinktion
- Ästhetisierung des Alltäglichen

- Temporalität, Trivialisierung und Selbstverwandlung
- Marktabhängigkeit anstelle von Herkunftsgebundenheit
- Medien als Generatoren von Jugendkulturen
- Körperpraktiken und -bilder

Nicht alle, die sich einer Jugendszene zugehörig fühlen, sind absolute Insider. In der Szeneforschung unterscheidet man in Bezug auf die Bindung zur Szene drei Intensitätsstufen (Stampller 2006:4-5):

1. **Kernszene:** Der harte Kern der Szene ist klein, aber tonangebend. Hier sind die wahren Insider angesiedelt, die der Szene Richtung geben und für kulturelle Innovationen zuständig sind.
2. **Aktive Konsumenten** sind jene Jugendlichen, die sich sehr intensiv mit den Werten der Szene auseinandersetzen und den Szenecode perfekt beherrschen, sie leben dies aber nicht so kompromisslos wie der Szenekern. Hier finden sich auch die sogenannten Szenesurfer, jene Jugendlichen, die sich mit mehreren Szenen identifizieren.
3. Jugendliche der **Mainstream-Szene** sind nur am Rande vom Szeneleben berührt. Sie sind Imitatoren der Szene, die sich mehr am kommerziellen Markt orientieren. Der Szenecode hat nur in abgeschwächter Form für sie Bedeutung. In der Mainstream-Szene ist die Szene nur mehr ein jugendgerechtes Konsumangebot.

Je nach Forschungsblickwinkel und Kriterien lassen sich die verschiedenen Szenen zu Szenetypen zusammenfassen.

Im Jugendkultur-Guide von Großegger und Heinzlmaier sind die vier Hauptstränge der Jugendszenen:

1. **Musikszenen** (HipHop-Szene, Techno-Szene, Metal-Szene),
2. **Funsport-Szenen** (Snowboarder-Szene, Skateboarder-Szene, Beachvolleyball-Szene),
3. **Computer-Szenen** (Gamer, Chatter, ICQ-Freaks,...) und
4. **Jugendliche Subkulturen** (Skinhead-Szene, Punk-Szene, Gothic-Szene).

Hitzler entwirft in "Leben in Szenen" eine andere Szenekarte. Er unterscheidet zwischen:

1. **Selbstverwirklichungs-Szenen** (Graffiti-Szene, Skater-Szene, Sportkletter-Szene),
2. **Aufklärungs-Szenen** (Hardcore-Szene, Antifa-Szene) und
3. **Hedonistischen Szenen** (Techno-Szene, Drogen-Szene).

An diesen Aufzählungen ist zu sehen, dass die Szenen zahlreich und sehr ausdifferenziert sind. Szenen sind ständig in Bewegung und verändern ihre Gestalt. Eine wissenschaftliche Analyse mag vielleicht den Eindruck vermitteln, alles wäre übersichtlich und klar zuordenbar. Im wirklichen Leben sind die Abgrenzungen diffus und die Grenzen zwischen den einzelnen Szenen nicht so scharf. "Crossover" und "Sampling" sind angesagt - das Surfen zwischen den Stilen und Szenen. Oft ist die Überschaubarkeit sogar für Szeneinsider nicht immer so eindeutig. Die Szenecodes zu beherrschen und das komplexe System der Zeichen und Symbole immer dechiffrieren zu können, ist mit einem enormen Aufwand verbunden, der trotzdem vor

Fehlgriffen im Dresscode oder falschen Interpretationen nicht schützt. Manch einer ist sogar schon an der Farbe der Schuhbänder gescheitert.

Nach welchen Gesichtspunkten auch immer eine Einteilung vorgenommen wird, die Szenenlandschaft ist weit und dynamisch und bietet noch viel Platz für Fans, Freaks und ForscherInnen. Für den Bereich der Jugendarbeit wäre eine interessante Fragestellung, wie Organisationen für die kontinuierliche Jugendarbeit an Jugendszenen partizipieren könnten bzw. wie eine Jugendorganisation für Jugendliche (wieder) so interessant wird wie eine Jugendszene.

#### 4. Jugendtrends

Ein Trend kann und will die Kultur, insbesondere die Jugendkultur, bestimmen und dadurch auch Werte verändern. Die Trendforschung (die es in Amerika schon seit Jahrzehnten und seit einigen Jahren auch in Deutschland gibt) sieht sich als Wegweiser für die Frage, wie sich unsere Alltagskultur entwickeln wird, z. B. wie wir in näherer Zukunft die Haare schneiden, was wir essen und wie wir uns kleiden werden. Wie ein Trend entsteht und sich gesellschaftlich durchsetzt, hängt von drei wichtigen Faktoren ab:<sup>1</sup>

- **Innovation** - er muss neu im Sinn von anders sein
- **Identifikation** - er muss die Befindlichkeit der Zeit treffen
- **Multiplikation** - er muss über Kommunikationsmittel und Marketing verbreitet werden

Nur wenn alle drei Faktoren zusammenkommen, hat ein Trend die Chance, sich gesellschaftlich durchzusetzen und z. B. die Jugend zu prägen und zu beeinflussen.

#### Die Trendforschung als Wissenschaft

Matthias Horx vom ersten deutschen Trendbüro beschreibt die Trendforschung folgendermaßen: „Trendforschung beschäftigt sich mit Philosophie und Soziologie, aber auch mit so profanen Dingen wie Zahnbürsten, Teddybären, Küchengeräten, Verpackungstexten, Duftnuancen, Kopfschmerztabletten, Gartenzwergen, Lampenformen und Kuchen-Essgewohnheiten. Trendforschung ist die Ethnologie der Gegenwart. Sie interessiert sich für die Zukunft, ist aber vornehmlich auf die Gegenwart gerichtet. Nur wenn wir verstehen, was heute passiert, können wir die Zukunft entwerfen.“<sup>2</sup>

Dass die Trendforschung eine relativ neue Wissenschaft ist, liegt unter anderem daran, dass es in den 60er oder 70er Jahren eine Hauptkultur gab, die einige Subkulturen hatte, die aber nie im Gegensatz zur Hauptkultur standen. Daraufhin gab es meistens eine Gegenbewegung auf die Hauptkultur. Erst mit Beginn der 80er gab es die so genannte „Everything-goes-Mentalität“, d. h. im Prinzip ist alles möglich, es können verschiedenen Stile und Trends zusammengemischt werden und daraus selbständige Trends entstehen. In der Bekleidung wird dieses Verhalten als *Decade blending* bezeichnet: zwei oder mehr Artikel aus verschiedenen Jahrzehnten werden wahllos kombiniert, um einen eigenen Stil zu kreieren (Patchwork). Diese Zusammenwürfelung von verschiedenen Stilen (Zitaten) aus verschiedenen Zeiten wird auch als „Zitatenkultur“ genannt und reicht von der Mode über die Musik bis in die verschiedensten Lebensbereiche hinein. Jugendliche haben es äußerst schwer, sich in dieser Spannung der Trends zurechtzufinden. Sie stehen einer Fülle von Trends

und Einflüssen gegenüber, die, noch einmal kräftig gemischt, ganz neue Kreationen ergeben.

### **Der Einfluss des amerikanischen Trendmarktes auf Deutschland**

Durch die Verschiebung der Trends wird der Wertewandel vorangetrieben. Jugendliche stehen in der Spannung angebotener Trends, die durch die Unterhaltungsindustrie „schmackhaft“ gemacht werden und den Werten, die sie einerseits brauchen und andererseits abschaffen wollen. Einen sehr großen Einfluss auf den Trendmarkt und den Wertewandel in Deutschland hat Amerika, was das folgende Schaubild verdeutlichen soll:

Kulturhistorische Pipeline Amerika-Deutschland nach Horx:<sup>3</sup>

	Amerika	Deutschland
Beginn der Jugendrevolte	1964	1966
Beginn der Krisenära	1972	1977
Beginn der Konservativen Wende	1978	1982
Höhepunkt des hedonistischen Wertesystems	1987	1990
Beginn der Remoralisierungsphase	1992	1996
Retrospiritualität/Postkommerzialisierung	2001	

Dass es sich bei den Jugendtrends um ein Spiel zwischen Marketing, Kaufkraft und Jugendinnovation handelt ist längst jedem Jugendlichen klar. Aber Jugendliche spielen damit und lassen sich auf den „Deal“ mit dem Kommerz ein. Sie fühlen sich ernst genommen, weichen aus und lassen sich kaufen und verkaufen. Hip sein ist alles und weitergehen, auf der Suche nach dem nächsten Trend.

Ein Beispiel von den Münchner Medientagen soll das verdeutlichen:<sup>13</sup>

#### *Jugendliche sind auf der Suche nach großen Gefühlen*

Dies heißt für Zeitungen:

- Rationale Information langweilt – der Abstand zur alltäglichen emotionalen Stagnation der Erwachsenen wird gewollt
- Es muss Gelegenheit geboten werden, *mitzuerleben* à la GZSZ, *mitzuleiden* à la Schicksalsreportagen oder sich *mitzufreuen* à la POPSTARS

#### *Die Jugend hat ein Problem mit dem Überfluss*

Dies heißt für Zeitungen:

- Es gibt einen starken Wettbewerb mit anderen Medien – Zeitungen müssen sich hier ihre funktionale Nische schaffen
- Neben der Aktualität und Lokalität kann vor allem dadurch gepunktet werden, dass Orientierung bei den wichtigen Themen geboten wird – der Fels in der Informations-Brandung (Testberichte, Hintergründe, Tests etc.)

<sup>13</sup> [http://www.medientage-muenchen.de/archiv/2004/Dammler\\_Axel1.pdf](http://www.medientage-muenchen.de/archiv/2004/Dammler_Axel1.pdf)

### *Die Jugend will Qualität*

Dies heißt für Zeitungen:

- ➔ Die Jugendlichen ernst nehmen!
- ➔ Den zuständigen Redakteuren muss Kompetenz zugetraut werden – bitte kein Schülerzeitungsniveau
- ➔ Es müssen die Qualitätsmaßstäbe angelegt werden, die für Jugendliche wirklich relevant sind

Was bedeuten die folgenden drei „Trendsätze“ für eine Jugendarbeit:

### *Jugendliche mögen es bunt und abwechslungsreich*

Dies heißt für die Jugendarbeit:

### *Die Jugend ist pragmatisch*

Dies heißt für die Jugendarbeit:

### *Die Jugend sucht Beziehungen (Identifikation)*

Dies heißt für die Jugendarbeit:

## **5. Jugendcliquen (Peer-Groups)**

Peer-Groups sind nicht nur laut der neusten Shellstudie wichtig, sondern gehören in der Pubertät und Adoleszenz zu den primären Gruppen der jugendlichen Entwicklung. 83% der deutschen Jugendlichen sagen auch, dass ihnen die Clique wichtig ist. Gruppenbildung ist nicht nur etwas Normales, sondern auch etwas sehr Wichtiges im Jugendalter. Viele Jugendlichen suchen eine Gruppe von „Gleichgesinnten“, in der sie sich sicher und verstanden fühlen, in der sie sich aber auch profilieren und reiben können. Sie brauchen den Austausch über die täglichen Probleme wie Schule oder Eltern. Musik, Videos und PC-Games werden ausgetauscht und es wird über die neuesten Trends diskutiert. Vielfach nimmt die Clique die Funktion der Eltern ein. Zu Hause hat man ständig Ärger, man fühlt sich nicht verstanden, möchte abends länger weg, will verschiedene Dinge (Alkohol, Zigaretten etc.) ausprobieren und steht somit in einem ständigen Konflikt mit den Eltern. In der Clique ist dies anders. Plötzlich findet man „Leidensgenossen“, die mit denselben Problemen kämpfen und die gleichen Ziele haben. Man kann sich sein Leid klagen und sich gegenseitig zu neuen Taten motivieren. Hier findet man

Ansprechpartner, die einen verstehen, einem Bestätigung und Selbstvertrauen geben. Die natürliche Folge ist, dass sich viele Jugendliche über ihre Clique identifizieren. „Ich bin, was die Clique ist.“ Was im Positiven Selbstvertrauen und Konfliktbewältigung ist, kann auch ins Negative umschlagen. Meinungen der Gruppe werden einfach ungefiltert und unreflektiert übernommen. Besonders, wenn die Clique einen starken Anführer hat, sind Teenies mit einer schwach ausgeprägten Persönlichkeit in der Gefahr, vieles mitzumachen, was sie sonst niemals machen würden, nur um dabeizusein und dazuzugehören.

Wetzstein unterscheidet fünf Typen von Cliques und ihre innere Zugehörigkeit:

Zugehörigkeit	Orientierung
Geborgenheitsorientierte Zugehörigkeit	Familienersatz, Sicherheit
Interessenzentrierte Zugehörigkeit	Zusammenhalt, Sinnsuche, Selbstverwirklichung
Fluide Zugehörigkeit	Spaß, Autonomie, Erlebnis
Prekäre Zugehörigkeit	Zusammenschluss aufgrund von Ausgrenzung, Anerkennungsdefizite
Jugendliche ohne Cliquesanschluss	Soziale Randständigkeit

*Was für Szenen werden sich die einzelnen Cliques anschließen?*

*Was bedeutet das für die Jugendarbeit?*

## **B Jugendtrends im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang**

Die theoretische Einordnung des Jugendbegriffs vor dem Sozialisationshintergrund erscheint mir für diese Arbeit auch von Bedeutung, da sie wesentlich zum Verständnis der heutigen Jugendbiographie beiträgt und sich in den letzten Jahrzehnten stark verändert hat. Diese Veränderungen der postmodernen Welt spiegeln sich im Leben von Jugendlichen auf verschiedenen Ebenen wider und zeigen sich in Sozialisationstheorien. Aber nicht nur zum richtigen Verständnis des Jugendbegriffs sind die Sozialisationstheorien wichtig, Mette & Steinkamp weisen zurecht darauf hin, dass die Praktische Theologie, wenn sie empirisch forschen will, die Sozialisationstheorien ihres Untersuchungsgegenstandes genau erfassen muss. So schreiben sie (Mette & Steinkamp 1983:35):

*Nur wenn die Sozialisationstheorie als integrierte Theorie von Subjekt, Gesellschaft und Geschichte konzipiert wird, kann sie zu ergründen versuchen, wie Persönlichkeitsentwicklung, insbesondere der Aufbau sozialer Identitäten in dialektischer Beziehung mit der realen Lebenswelt vonstatten geht.*

Deshalb sollen im Folgenden einige Grundlagen der Sozialisationstheorien in der Jugendforschung kurz skizziert werden.

### **1. Sozialisationstheorien in der Jugendforschung**

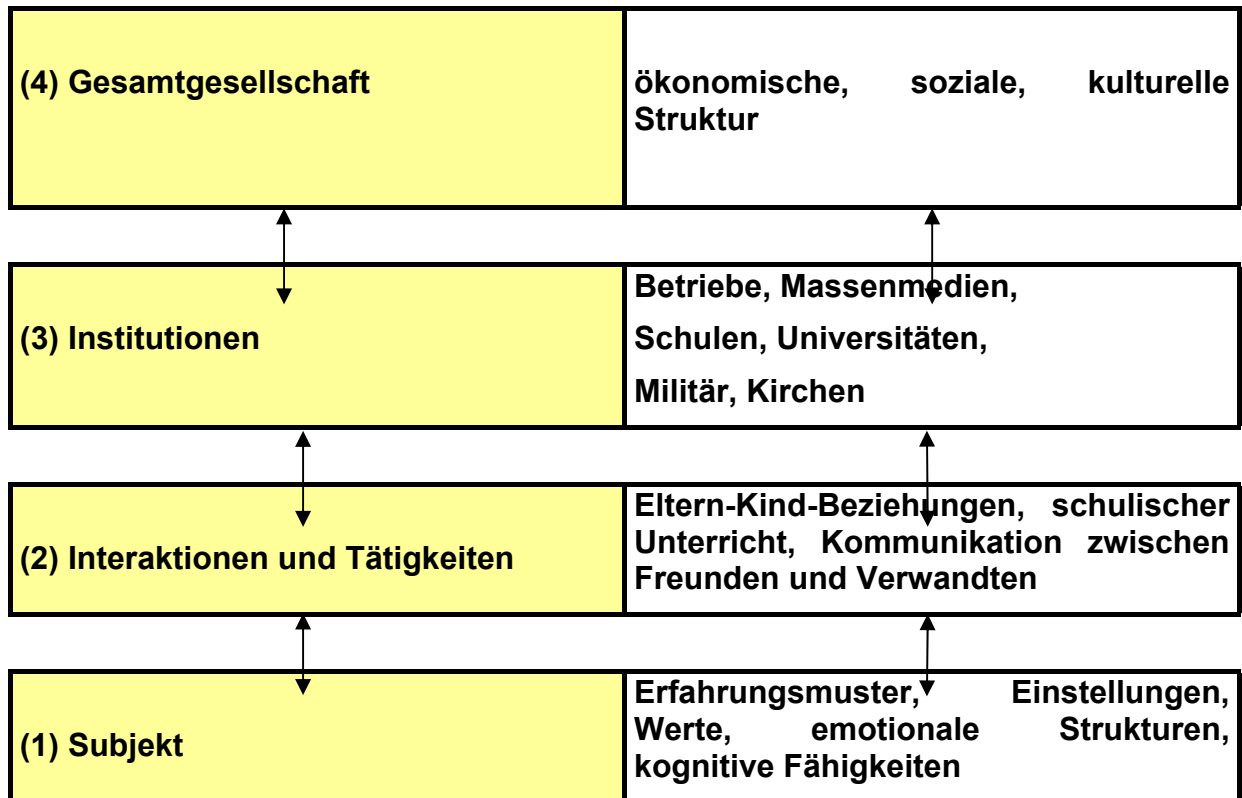
Sozialisationstheorien<sup>14</sup> beschäftigen sich mit der Frage, wie sich ein Mensch innerhalb der Gesellschaft eigenständig entwickelt, sozusagen ein Mitglied der Gesellschaft wird (Zimmermann 2000:13). Wer oder was beeinflusst die Persönlichkeitsentwicklung eines Menschen? Sozialisation hinterfragt diese Entwicklung mit verschiedenen theoretischen Modellen<sup>15</sup> und wendet sich dabei gegen ein zu enges Verständnis der Erziehung, eine zu einseitige biologische Auffassung, die den Menschen in seiner Entwicklung auf genetisch vorgegebene Anlagefaktoren zurückführt und gegen eine zu idealistische und individualistische Position im Reifeprozess eines Menschen (Gudjons 1994:139).

Ziel der Sozialisation ist die Subjektwerdung des Menschen, dabei unterstreicht Tillmann, dass es vier verschiedene gesellschaftliche Ebenen gibt, die die Persönlichkeitsentwicklung wechselseitig, sowie indirekt als auch direkt beeinflussen können (Tillmann 2001:17-18):

---

<sup>14</sup> Der Begriff Sozialisation hat sich zu Beginn des 20. Jahrhunderts im wissenschaftlichen Diskurs durchgesetzt und wurde vom französischen Soziologen Emile Durkheim eingeführt. Später hat er sich in der theoretischen Diskussion um das grundlegende Menschen- und Gesellschaftsbild in der Theoriebildung in Psychologie, Soziologie und Pädagogik durchgesetzt und ist seit 20 Jahren ein wichtiger Bestandteil der interdisziplinären Forschung (Hurrelmann 2001:13-17).

<sup>15</sup> Es gibt nicht die Sozialisationstheorie, sondern lediglich verschiedene Modelle und Ansätze. Dabei unterscheidet man zwei große Theorieansätze: Die psychologischen Theorien (Lern- und Verhaltenspsychologie, Psychoanalyse oder den ökologischen Ansatz) und die soziologischen Theorien (struktur-funktionale Theorie, symbolischer Interaktionismus oder den gesellschaftstheoretischen Ansatz) (Gudjons 1994:141-154).



Die wechselseitige Beeinflussung trifft besonders für die Jugendphase zu, da in dieser Zeit die Ebenen zwei und drei eine entscheidende Rolle spielen. Die Übergänge von der Kindheit ins Jugendalter und vom Jugendalter ins Erwachsenenalter sind wichtige Phasen im Sozialisationsprozess und werden deshalb besonders untersucht (Tillmann 2001, 21). Da die Korrelation von Erziehung (Elternhaus), Institution (Schule, Kirche etc.) und Gesellschaft (sozioökologische Umweltbedingungen, Medien etc.) zur Persönlichkeitsentwicklung maßgeblich beitragen, wird Sozialisationsprozessen innerhalb der Jugendforschung eine wichtige Bedeutung zugemessen (Hurrelmann, 2001:246-255).<sup>16</sup> Die Korrelationen sind für die Frage der Gottesvorstellungen bei Jugendlichen von Bedeutung, da sie die Entwicklung der Gottesvorstellungen innerhalb der verschiedenen Sozialisationsprozesse und Sozialisationsstufen aufzeigen.

Die Sozialisationsforschung klärt auch die Frage, wie die Begrifflichkeit Jugend im gesellschaftlichen Kontext zu definieren und zu verstehen sind. Sie bedient sich interdisziplinär der verschiedensten Forschungsergebnisse und fügt sie zu einem Ganzen zusammen (Tillmann 2001:202-266). Die Verbindung verschiedener Theorieansätze zur Sozialisation im Jugendalter ist wichtig, da die Komplexität dieser Phase des totalen Umbruchs in einer immer schneller werdenden Kultur enorm zugenommen hat. Dieser Teil der Jugendforschung ist gerade für das gestellte Thema wichtig.

#### Ebenen der Jugendlichen und ihre Wahrnehmung am Beispiel von Religiosität:

- **Makroebene:** Wie wird die Gesellschaft von Jugendlichen wahrgenommen und welche Rolle spielen gesellschaftliche Veränderungen im Leben von Jugendlichen? Dies bezieht sich zum einen auf das allgemeine Leben und

<sup>16</sup> Die zurzeit wichtigsten Sozialisationstheorien von Hurrelmann und Tillmann widmen der Sozialisation im Jugendalter jeweils ganze Teile ihrer Theorieansätze (Tillmann, 2001:191-285; Hurrelmann 2001:138-156 und 246-260).



Aufwachsen, aber zum anderen auch auf die Alltagsreligiosität von Jugendlichen. Hier gehören Fragen nach der Pluralisierung und dem Dialog der Religionen oder der Exklusivität des Christentums herein.

- **Mesoebene:** Religiöse Institute, öffentliche Verbreitung von religiösen Inhalten innerhalb des Kontextes der Jugendlichen (Kirchen, Religionsunterricht etc.).
- **Mikroebene:** Hier liegt die individuelle religiöse Einstellung und die subjektive religiöse Praxis (Gottesvorstellungen) der Jugendlichen (geprägt von Familie, Peergroup etc.).

Welche Zusammenhänge gibt es zwischen den verschiedenen Ebenen? (Beispielsweise die Korrelation zwischen traditionellem/institutionalisiertem und persönlich/subjektivem Glauben.) Welchen Einfluss haben Institutionen noch auf die religiöse Entwicklung von Jugendlichen? Gibt es einen Rückzug vom „öffentlichen Glauben“ hin zum „privaten Glauben“? (Ziebertz, 2003:125). Oder gibt es gar eine Trennung von einem institutionellen Glauben und privater Religiosität?

## 2. Jugend in der Optionsgesellschaft

Jugendliche wachsen heute in einer Umgebung der Optionen auf. Sie haben mehr Wahlmöglichkeiten als irgendeine Generation vor ihr. Niemals zuvor in der Geschichte gab es so viele verschiedene Trends, eine so große Vielfalt an Angeboten, aus denen die Jugend auswählen kann, sogar muss. Nie gab es so viel Subkulturen und einen so unbeständigen „Mainstream“ wie in den 90er Jahren. Weder in den 70er noch in den 80er Jahren gab es eine solche Flut von verschiedenen Strömungen und nie zuvor waren diese Strömungen so schnelllebig und unbeständig wie heute. Niemals waren die Jugendlichen so hin- und hergerissen in ihren Entscheidungen wie in den 90er Jahren. Es wird ihnen nichts mehr vorgegeben, es ergeben sich selten Dinge zwangsläufig wie beispielsweise die Schule. Fast überall haben die Jugendlichen die Freiheit, unter vielen verschiedenen Möglichkeiten auszuwählen. Die Medien werben mit schillernden Bildern und ansprechenden Texten für die besten Lebenserleichterungen und unterstützen jeden Trend, der nur annähernd verspricht, Profit abzuwerfen. Gab es früher drei Fernsehprogramme, gibt es heute bis zu 48! Gab es früher zwei oder drei Jugendmagazine, so gibt es heute für jede Subkultur gleich mehrere. Was soll ich anziehen? Eine banale Frage, die beim heutigen „Markenkult“ für viele Jugendliche zur Identitätsfrage wird. Was ist gerade im Trend? Welches Computerspiel ist im Moment „in“? Welche CDs sind in den Charts? Welche Berufe haben Zukunft? Wie kann ich in all diesen verschiedenen Trends, Strömungen und Angeboten meine eigene Identität finden?

Diese und viele andere Fragen kommen zur normalen Entwicklung der Jugendlichen hinzu<sup>17</sup> und machen das Leben für Jugendliche immer komplexer und zwar in allen Lebensbereichen. Komplexität wird zu einem Gefühl, man kann sogar sagen zu einem Lebensgefühl. Man spricht in diesem Zusammenhang auch von der „Kultur der Wahl“. Es gibt eine Unmenge neuer Trends und Erscheinungsformen, die entdeckt und ausprobiert werden müssen. Jeder Jugendliche hat heute mehr Optionen, als irgendein Jugendlicher vor ihm. Es wird immer schwerer, die eigene Identität zu

---

<sup>17</sup> Dazu gehören: Das zentrale Problem der Selbstfindung, die Ablösung von den Eltern, die kognitive Weiterentwicklung und Integration von Werten, der Abschluss von Schul- und Berufsausbildung und die Aufnahme und Unterhaltung zum anderen Geschlecht. Vgl. W. Gernert, Jugendhilfe, UTB Wissenschaft (München: E. Reinhardt Verlag, 1993) 33.

finden und Verantwortung zu übernehmen. Dieser Konflikt, den die Jugendlichen erleben, ist für viele Erwachsene nicht nachvollziehbar. Für viele Erwachsene ist die komplexe Lebenswelt der Jugendlichen nicht fassbar. Sie können die damit verbundenen Konflikte in keiner Weise verstehen und sehen nur das Positive, nämlich die Wahlmöglichkeit, die sie nie hatten. Die Eltern, in ihrer eigenen Jugend von der Wirtschaftswunderzeit geprägt, leistungs- und erfolgsorientiert, wollen ihren Kindern helfen. Doch diese wollen von ihren Eltern keine Hilfe. Im Gegenteil, die Jugend macht die vorherige Generation für den ökologischen und ökonomischen Zustand unseres Landes verantwortlich. Und viele Jugendliche sind nicht bereit, sich zu engagieren, wenn es darum geht, den „Karren wieder aus dem Dreck zu ziehen“. Jugendliche sind hervorragende Beobachter, sie sehen die zerstörten Ehen ihrer Eltern, die Staatsverschuldung, die Umweltverschmutzung, die Unehrllichkeit vieler öffentlicher Personen und vieles mehr. Viele Jugendliche fühlen sich von der Generation ihrer Eltern missverstanden und viele Eltern geben ihren Kindern gute Ratschläge und verstehen nicht, warum ihre Kinder sich gegen diese vehement zur Wehr setzen. Dieser Generationskonflikt des gegenseitigen „Nicht-Verstehens“ durchzieht nahezu alle gesellschaftlichen Institutionen, wie Familie, Schule und Arbeitsplatz bis hin zu Kirchen und Vereinen.

Gerade in dieser Situation suchen viele Jugendliche Menschen, denen sie vertrauen können, die ihnen helfen, in dieser komplexen Situation den Überblick zu behalten und mit ihnen ihren eigenen Weg suchen. Ein Mentor kann in solch einer entscheidenden Lebensphase die ganze Zukunft positiv mitprägen, ohne dass er dem Jugendlichen die Entscheidungen abnimmt.

Jugendliche sehen sich selbst in einer Maschinerie, aus der es zum Teil kaum ein Entrinnen mehr gibt. Es ist nicht nur so, dass die Wahlmöglichkeiten fast unbegrenzt sind, viele Wahlmöglichkeiten sind auf dem zweiten Blick gar nicht so offen, wie dies von der Öffentlichkeit proklamiert wird. Dies zeigt das Beispiel Arbeitsplatz. Den Jugendlichen wird suggeriert, dass ihnen alle Arbeitsplätze offen stehen, dies ist aber nicht so. Die Einstellung erfolgt immer noch nach sozialer Herkunft, Leistungsnachweis und Bildungsstand. Dazu kommen die Zukunftsperspektiven, die manche Arbeitsplätze haben oder auch nicht. Die Kriterien engen die Wahlmöglichkeiten bis auf ein Minimum ein. „Aber“ und „Problem“ sind die Keywörter der Alltagskultur vieler Jugendlicher geworden.<sup>18</sup> Die Jugend wächst in einer sehr großen Spannung auf. Auf der einen Seite wird ihr gesagt, dass es noch nie so viele Möglichkeiten gab, sich zu entwickeln, noch nie hatten Jugendliche so viel Geld zur Verfügung, noch nie waren sie so gut informiert wie in den 90er Jahren. Auf der anderen Seite hat die Sache ein „*aber*“, einen Haken, einen „Zeigefinger“, der sagt: „Entwickle deine Begabungen, aber denk an den Arbeitsplatz. Konsumiere, *aber* denk an die Umwelt. Lebe deine Sexualität, *aber* denke an Aids. Tu was du willst, *aber* denk dran!“

### **3. Der Hang zum Transzendenten**

Wenn man nach der Glaubwürdigkeit von Kirchen unter Jugendlichen fragt, stehen diese ganz unten. Überraschend ist allerdings, dass 38 % der Jugendlichen sich selbst als Christen bezeichnen, davon aber nur 2% regelmäßig in die Kirche gehen. 54% glauben zwar an Gott, doch nur 8% an den Gott der Bibel!<sup>19</sup> Wir sehen also eine

---

<sup>18</sup> Horx, *Das Zukunftsmanifest*, 53.

<sup>19</sup> Vgl. Gerhard Schmidtchen, a.a.O., 155-157.

ganz große Verschiebung und Neufüllung der Begrifflichkeiten. Eine Verschiebung weg vom christlich-biblischen Glauben hin zum transzendent-mystischen Glauben.

54% der Jugendlichen glauben an Gott. Eine solche Angabe sagt kaum etwas über die inhaltliche Qualität des Glaubens aus, sondern zeigt lediglich, dass viele der heutigen Jugendlichen nicht ohne transzendenten Bezug leben können. Man darf nicht vergessen, dass sich auch in Deutschland der religiöse Pluralismus ausgebreitet hat. Man glaubt an einen Gott, an irgendeinen, sei es Allah, Buddha oder ein übergeordneter Gott, der über das Universum herrscht. Gott hat nicht unbedingt etwas mit dem Gott der Bibel und des Christentums zu tun. Es ist heute leicht, an einen Gott zu glauben, da jeglicher Gottesglaube von der Gesellschaft akzeptiert wird. Der Pluralismus erlaubt es, dass jeder an den Gott glaubt, den er haben will, jeder toleriert den Glauben des anderen. Der Soziologe H. Barz schreibt zur Gleichstellung Gottes: „Dass Christen, Moslems, Juden und Buddhisten unter verschiedenen Namen eigentlich denselben Gott meinen, charakterisiert den heute noch denkbaren Gott, [...] die einen sagen Buddha, die anderen sagen Manitu, die dritten sagen Gott und die vierten sagen Trallala.“<sup>20</sup> Der Pluralismus ist vielschichtig - alles ist möglich.

Am deutlichsten wird die plakative Verwestlichung des Buddhismus beim so genannten „Business-Buddhismus“<sup>21</sup>, Meditation für Manager und Angestellte, deren eigentliche Religion die Firma als verschworene Glaubensgemeinschaft darstellt.

Mit dem Pluralismus und der neuen religiösen Vielfalt macht sich ein neuer Hang zum Transzendenten bemerkbar. Während in Deutschland die traditionellen Kirchen mit ständig steigenden Zahlen von Kirchengläubigern zu kämpfen haben, sucht die Masse der Bevölkerung neue Ebenen, um ihren Glauben auszuleben. Seit Anfang der 90er Jahre gibt es eine Renaissance der Transzendenz und Spiritualität und zwar auf den unterschiedlichsten Ebenen und Richtungen: von Tarot, Bergkristalle, westlicher Buddhismus, Sekten oder der gewaltig aufkommende Glaube an Sternzeichen und die gesamte Astrologie. Natürlich macht sich das Fernsehen diese Esoterikwelle zu Nutzen und schon gibt es „Akte X“, eine Mystery Serie. Aus Amerika kommt die Esoterikshow „Psi Faktor“, in „Terra X“ werden Vampire und Yetis gejagt, weiterhin gibt es „Millennium“, „Nowhere Man“, „Outer Limits - Die unbekannte Dimension“, „Dark Skies“ und wem das noch immer nicht reicht, der kann sich eine Diskussion über Ufos, Wunderheiler, Kornkreise, Tarot oder Pyramiden in der Nachmittagsshow „Talk X“ anschauen. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren bestätigt wie die neue Shell Jugendstudie belegt, in der 49% der Jugendlichen an einen Gott glauben.<sup>22</sup>

Besonders beliebt sind Kombinationen aus verschiedenen religiösen und magischen Glaubensformen, die zu einer so genannten „City-Religion“ zusammengebastelt wird. „Immer mehr Städter stehen auf Magie und Esoterik. Warum? Weil sie sich holen, was in der Hektik, Stress und Sachlichkeit fehlt: Sie wollen sich und andere spüren.“<sup>23</sup>

Passend zur „City-Religion“ bastelt man sich auch gleichzeitig einen passenden Gott, der die Wünsche erfüllt, die man ganz persönlich an ihn stellt. Das Ergebnis ist ein „Instantgott“ für den persönlichen Hausgebrauch, der je nach Bedarf

---

<sup>20</sup> H. Barz, *Postmoderne Religion Jugend und Religion Bd. 2* (Opladen: Leske + Budrich 1992), 119.

<sup>21</sup> Ebd., 122.

<sup>22</sup> 15. Shell Jugendstudie, Fischer Verlag 2006.

<sup>23</sup> Ebd., 102

zusammengemixt wird. Horx beschreibt dies folgendermaßen: „Bildlich gesprochen: Statt in der Kirche vor dem Altar zu knien, bauen wir uns zu Hause eine Kultstätte. Statt der christlichen Bilder inszenieren wir eine private Ikonographie mit persönlichen Devotionalien. Statt des einzigartigen Gottes basteln wir uns einen Instantgott“<sup>24</sup>.

Ein neuer Hang zur Emotionalität macht sich innerhalb dieser Pseudo-Religionen breit. Man will sich selbst erleben. Umso aufgeklärter, sachlicher und wissender unsere Gesellschaft wird, desto mehr sehnt sie sich nach einem transzendenten Ausgleich, um die eigene emotionale Sehnsucht und innerlichen Leere zu füllen. Rund 18 Euro geben die Deutschen jährlich für Selbsterfahrungsseminare und Esoterikzubehör aus.<sup>25</sup> Diese Emotionalität wird auch im nächsten Punkt sichtbar.

#### 4. Der Erlebnisdrang

War früher z. B. Einkaufen ein normales Ritual, das zum Alltag dazugehörte, werben heute sämtliche Warenhäuser damit, dass bei ihnen das Einkaufen zum Erlebnis wird. Die Ausgaben für nicht existenzielle Dinge gingen in den letzten Jahren drastisch nach oben. Erlebnisorientiert bedeutet, dass nicht eine Sache (Sachorientierung) im Vordergrund steht, sondern die Beziehung zu Personen und Handlungen. Der postmoderne Mensch lebt von Erlebnissen, die auf irgendwelchen Beziehungen beruhen. Das gilt nicht nur für die Freizeitgestaltung und den Urlaub, sondern auch für die Ehe, Familie, Freundschaften, Vereinsleben etc. Es geht immer um Beziehungen, die das Leben bereichern und zum Event machen. Auch die Gemeindefarbeit bildet darin keine Ausnahme. Die Gemeinde muss so beschaffen sein, dass Erlebnisse (Events) stattfinden, aber das Christsein darin nicht aufgeht. Beziehungen müssen so sein, dass sie zur Gemeinschaft werden und zum geistlichen Wachstum beitragen und nicht nur ein Putschmittel für einige glückliche Stunden werden.

Es stellt sich jetzt die Frage: „Was ist überhaupt ein Erlebnis/Event<sup>26</sup>? Ist es nicht völlig subjektiv, wenn es von den Empfindungen des einzelnen abhängt?“ Das Entscheidende ist hierbei, dass Erlebnisse nicht vom eigenen Subjekt empfangen, sondern vom Subjekt selbst gemacht werden. „Was von außen kommt, wird erst durch die eigene Verarbeitung zum Erlebnis.“<sup>27</sup> Es kommt also nicht nur auf die von außen gegebene Einflüsse an, sondern vor allem, wie sie einem präsentiert werden. Wenn man z. B. früher ein Auto kaufte, ging es darum, von Punkt A zu Punkt B zu kommen, heute ist das Auto ein Repräsentationsmittel und die Fahrt wird als ein Erlebnis verkauft. In der Werbung für Automarken geht es nicht mehr um das reine Fortbewegen, sondern um das Vergnügen am Fahren. Eine der ersten Firmen, die den Erlebnisdrang der neuen Generation praktisch umgesetzt hat, ist der Sportartikelhersteller Nike. Das Wunderwerk heißt „NIKETOWN“. Es handelt sich

---

<sup>24</sup> M. Horx, *Trendbuch 2*, a.a.O., 103.

<sup>25</sup> Vgl. L. Handwerk, „Total pranormal“: 9-12.

<sup>26</sup> „Bei einem Event geht es um die organisierte Einzigartigkeit eines Erlebens, in dem sich der Einzelne als Teil einer Gemeinschaft erfährt, verbunden durch ein gemeinsames „Feeling“. Die Spannung zwischen Vergesellschaftung und Vereinzelung wird im Rausch des Events aufgehoben. Sinnsuche wird durch Selbststilisierung im Gemeinschaftserlebnis kompensiert. (...) Der Sinn des Lebens besteht im Wunsch, ‚dass ich glücklich bin, viel Freude habe‘“. Rüdiger Thomas, *Kultur und Gesellschaft*, in: Deutschland TrendBuch, Opladen 2001, S. 497.

<sup>27</sup> Ebd., 44.

nicht mehr um normale Geschäftsräume, in denen ein Kunde seine Sportschuhe oder seine Trainingshose kauft, sondern um ein riesiges Projekt auf fünf Verkaufsebenen mit integrierten Sporthallen, in denen man verschiedene Sportprodukte gleich praktisch ausprobieren kann, mit Riesenleinwänden, auf denen Videoclips oder aktuelle Sportevents gezeigt werden oder verschiedene Pavillons, in denen Originalutensilien von prominenten Sportlern zu bewundern sind. „NIKETOWN“ ist eine Mischung aus Sportgeschäft, Sportmuseum und Disneyworld und eines der erfolgreichsten innovativsten Projekte des Jahres. „NIKETOWN“ soll es nach New York, Atlanta, Chicago und Seattle auch bald in Berlin, London, Tokio und Sydney geben.

Der Mensch nimmt bestimmte Reize wahr und fängt an, darauf zu reagieren. Wenn er aber schon mit einer Menge an Reizen aufwächst, braucht er neue Reize, die ihn wieder zum Erleben bestimmter Ereignisse animieren. Durch Satelliten und Kabelfernsehen, Computerspiele, Musikvideos mit immer schnelleren Schnittfolgen, Techno/Dancefloormusik mit bis zu 200 Beats pro Minute, etc. erleben vor allem Kinder und Teenager schon im jungen Alter eine Reizüberflutung, mit der sie oftmals nicht umgehen können und die sie entweder psychisch labil macht oder abstumpfen lässt. Parallel zu dieser erlebnisorientierten Entwicklung hat sich aus den oben beschriebenen Gründen ein völlig neuer Markt entwickelt. Mit Fortschreiten der technologischen Entwicklung hat es in den letzten Jahren eine regelrechte Explosion auf dem Verbrauchermarkt gegeben. „Multimedia“. Datenhighway, Cyberspace, Internet, Sparten-TV etc. sind nur einige wenige Beispiele aus dem reichhaltigen Programm, das uns die Zukunft plastisch vor Augen malt. Was gestern noch ein utopischer Science-Fiction Thriller war, ist morgen schon Realität. (Bsp. Flut/Tornado in den Südstaaten der USA)

Der durchorganisierte Wochenablauf vieler Jugendlicher, die in Schule, Ausbildung oder Studium stehen, fordert geradezu einen Gegenpol oder Ausgleich. Dieser Gegenpol soll das bieten, was der normale durchstrukturierte Tagesablauf vermissen lässt: Spaß erleben! Torsten Görke, dessen Agentur „Team Action Sports“ Extremveranstaltungen in ganz Deutschland anbietet, bringt es auf den Punkt, wenn er behauptet: „Es gibt viele Leute, die einen normalen Alltag haben und die irgendwo eine Ersatzbefriedigung suchen.“<sup>28</sup> Diese Ersatzbefriedigung bietet er in Extremsportarten wie Bungee-Jumping, Freeclimbing oder Fallschirmspringen an. Bungee-Jumping war die erste der sogenannten „Thrillsportarten“. Es geht darum, den ultimativen Kick zu erleben, seinen Adrenalinstoß zu spüren und um seine eigene Existenz zu bangen. Es geht hierbei um mehr als nur um Fun, es geht um ein existentielles Erlebnis!

Diese gesellschaftlichen Merkmale machen u. a. die Jugendbewegung interessant und wichtig. Die Jugendlichen selbst sind durch die gesellschaftlichen Veränderungen und das enorme Interesse an ihnen verunsichert. Wenn wir im Folgenden über Jugendliche sprechen, sind zwei Dinge wichtig. Zum einen ist jeder Jugendliche ein Individuum, der in einem bestimmten sozialen Umfeld aufgewachsen ist und geprägt wurde, er ist einzigartig und nicht vergleichbar, um aber grobe Linien und Trends festzustellen, muss pauschalisiert werden, da wir sonst zu keinerlei Ergebnis kommen. Zum anderen hat sich die Alterspanne von Jugendlichen aufgelöst. Man spricht heute bei 14-29jährigen von Jugend. Und oftmals sogar darüber hinaus, die Grenzen sind fließend, dank Werbung und Konsum. Fühle dich jung und jugendlich auch noch mit 55!

---

<sup>28</sup> Ebd., 158.

Doch diese, sehr weit gefasste Altersspanne ist vor allem für Marketingexperten und Trendforscher interessant, denen es um eine möglichst große „gemeinsame Masse“ geht, die man möglichst gut vermarkten kann. Für die Jugendarbeit muss man aber eine grundsätzliche Unterscheidung treffen, da es einen großen Unterschied zwischen den Teenies<sup>29</sup> (13-17 Jahren) und den Jugendlichen (18-29 Jahren) gibt. Im Folgenden soll es im Wesentlichen um Jugendlichen<sup>30</sup> und ihre Lebenswelt gehen.

## 5. Schule, Ausbildung & Arbeit

Ausbildung in den letzten Jahrzehnten hieß vor allem Ausbildung in Schulen, Universitäten und Lehrbetrieben. Dabei wird vor allem Wissen vermittelt. Der Vermittler dieses Wissens steht eher im Hintergrund, das Wissen ist weitgehend losgelöst von der zu vermittelnden Form. Der Grund dafür liegt vor allem in der Distanz zwischen Vermittler und Zuhörer. Es besteht keine persönliche Ebene, auf der eine eigene Meinung und Persönlichkeit vermittelt werden kann. So gibt es zwischen Vermittler und Lernenden eine sehr große Lücke. Dazu kommt, dass in jeder Ausbildung sehr viel über das Medium Buch oder Computer (Internet) gelernt wird, was für die reine Wissensvermittlung von großem Vorteil ist, aber für die Persönlichkeitsentwicklung nicht gerade förderlich wirkt. In vielen Jahrhunderten vorher war dies anders, Meister und Lehrer hatten ihre Schüler, die mit ihnen umherzogen und von ihnen lernten, dabei ging es nicht nur um Wissen, sondern auch um die Umsetzung dieses Wissens in der Praxis und um eine eigene Persönlichkeitsentwicklung des Lernenden.

Dazu kommt, dass unser Bildungssystem völlig verändert wird und sich der neuen Ökonomie anpassen muss. Durch das ständige Weiterbilden und die rasante Entwicklung von Wissen auf fast allen Gebieten spricht man heute von „Lernenden Lehrern“. Lehrer werden Schüler ausbilden und selbst von den Schülern lernen. Die Zeit des Frontalunterrichts wird vergehen und Schüler müssen lernen, ihren eigenen Lernprozess voranzutreiben, wobei der Lehrer mehr den „Hebammenjob“ hat. Das Ziel wird sein, dass die Klassen kleiner werden und die Lehrer sich intensiver und umfassender um wenige Schüler kümmern. Eine Art Mentoring im Kleingruppenbereich. Es wird sich zeigen, ob so etwas finanziell umsetzbar ist oder ob es, wie momentan, es nur einer kleinen Elite zur Verfügung steht. Mentoring wird aber im Bildungssystem eine immer größere Bedeutung bekommen (so sind große Konzerne immer öfter bereit, in ein Zusammenspiel zwischen Wirtschaft und Studium mit Mentoren zu investieren).

Folgendes Schaubild soll die Veränderungen im Bildungsbereich verdeutlichen:

### Abbildung 4: Vergleich Alte Pädagogik/Lernen im 21. Jahrhundert

---

<sup>29</sup> Teenies zeigen wieder mehr Engagement, wollen sich aktiver in verschiedenen Organisationen beteiligen, sehen die Zukunft positiver und gehen spielend mit der Technik und dem Fortschritt der 90er Jahre um. Gleichzeitig haben sie Schwierigkeiten eigene Entscheidungen zu treffen, kontinuierlich an einer Sache dran zu bleiben und stehen vielem recht unkritisch gegenüber. Vgl. unter anderem Jugend 2002: 22-23; 277-281.

<sup>30</sup> Wenn im Folgenden von Jugendlichen gesprochen wird, dann wird dies sehr pauschalisierend getan. Dem Autor ist klar, dass jeder Jugendliche einzigartig ist. Dass jeder Jugendliche durch sein soziales Umfeld geprägt und beeinflusst wurde. Doch um einen großen Überblick zu bekommen lässt sich diese Pauschalisierung nicht vermeiden.

Alte Pädagogik	Lernen im 21. Jahrhundert
Schule als Institution frontal „Lehrstoff“ als Ziel Lehrer als „Stoffvermittler“ Schule als Insel im ökonomischen Umfeld Ideales Menschenbild: „Du sollst werden, wie...“	Schule als lernendes Unternehmen dezentral Handlung als Ziel Lehrer als Mit-Lernender Schule als „mixed economy“ Plurales Menschenbild: „Du kannst werden wer Du bist...“

(Quelle: Matthias Horx, Die acht Sphären der Zukunft)

## 6. Persönlichkeit als neuer Wert

Dabei geht man davon aus, dass 70% Persönlichkeit und 30% Wissen und Kompetenz für die Führungsverantwortung der Zukunft gefragt sein werden. Entscheidend ist nicht das Volumen, sondern die Relevanz und Anwendbarkeit des Wissens. Da aber genau in diesem Bereich die größten Defizite bei den jungen Mitarbeitern liegen und diese bei der Ausbildung/Studium kaum verbessert werden, legen immer mehr Ausbildungsstätten einen gesteigerten Wert auf Mentoring, um aus Wissen Kompetenz werden zu lassen. So beschreibt *Günther Würfele* in seinem Buch „Lernende Elite“ die Anforderungen an einen Mitarbeiter der Zukunft wie folgt:

*„Der Mitarbeiter der Zukunft wird sehr viel mehr als bisher Verantwortung für ein eigenes Konzept des lebenslangen Lernens tragen. Das Unternehmen wird ihm dabei helfen. Das kann nicht nur durch die dafür zuständigen Abteilungen geschehen. Führungskräfte aller Ebenen werden daran gemessen werden, wie gut sie diesen Prozess unterstützen. Das erkennt man meist daran, wie häufig einer ihrer Mitarbeiter in Projektgruppen mitarbeitet, höher qualifizierte fachliche Jobs oder weitergehende Führungsverantwortung übernimmt. Unterstützung der Mitarbeiterförderung ist Chefsache. Mitarbeiterförderung im Sinne des Förderns und Forderns zielt auf die Schwerpunkte: das Lernen lernen. Lernen als Zuwachs an Lernfähigkeit und veränderte Lerneinstellung. Integration von beruflicher und privatpersönlicher Entwicklung. Die Balance zwischen Eigenverantwortung und Gesamtverantwortung des Unternehmens im Rahmen der ganzheitlichen Verantwortungsfelder als neue Dimension des Lernens.“*

Durch die immer steigenden Anforderungen im heutigen Berufsleben und durch die immer komplexere Lebenswelt, in der wir aufwachsen und leben, versucht man durch Mentoring die Lücke zwischen Lehrenden und Lernenden wieder zu schließen.

Aber diese Beobachtungen werden nicht nur von Unternehmern und Managern, sondern auch im christlichen Bereich gemacht. Gerade in führenden Positionen gibt es im christlichen und vor allem im evangelikalen Bereich ein Vakuum. Deshalb versucht man, durch neue Organisationen und Wege die Prinzipien des Mentoring

anzuwenden. Auch in christlichen Gemeinden gibt es erste Versuche, geistliche Impulse und Prägungen durch Mentoren an die jüngere Generation weiterzugeben. Aber oft scheitert es daran, dass es kaum geistliche Leiter gibt, die sich als Mentoren verstehen und junge Leute mit in ihre Arbeit hinein nehmen. Dazu kommt ein großer Generationskonflikt, der ein Zusammenarbeiten zwischen Leuten im Alter von 40 bis 60 Jahre und der jüngeren Generation im Alter um 15 bis 29 Jahre sehr schwierig macht.

## **C Der Zusammenhang von Musik & Szenen**

### **1. Die Bedeutung der Musik für die Jugendszenen**

Musik hat einen hohen Stellenwert bei Szenen und Bewegungen die mit Jugend zu tun haben. Sie war nicht nur in den 60er oder 70er Jahren Ausdruck eines Lebensgefühls, sondern auch heute im 21. Jahrhundert hat sie nur wenig von ihrer Bedeutung für die Jugendszene verloren. So gibt es viele verschiedene Musikstile. Klassik, Blues, Jazz, Rock, Heavy-Metal, House, R'n B, Drum n'Bass, Punk, Grunge, Brit-Pop, Pop, EMO, Techno, Disco, Gospel, Rock'n roll, Electro, Country, Volksmusik, Folk, Reggae, etc. Jeder Musikstil entwickelte im Laufe der Zeit noch diverse Unterstile. So gibt es zum Beispiel beim Heavy Metal folgende Unterstile: Dark-, Doom-, US-, NWOBHM-, Progressive-, Speed-, Black-, White-, Gothic-, Death-, Trash- und New Metal. Aber nicht nur im Metal gibt es eine solche Vielzahl an Unterstilen. So unterteilt sich auch House in French, Acid, Chicago usw. Musik ist vielschichtig geworden, aber in fast jedem Bereich in dem sich neue Stile, Untergruppen und Änderungen herausbilden, kann dies als Beleg für seine Bedeutung angesehen werden. So gab es früher in den 70ern, Anfang der 80er nur zwei bedeutende Turnschuhhersteller. Adidas und Puma. Zwischen einem von beiden musste entschieden werden. Heute kommen da noch unzählige Marken hinzu. Der Turnschuh ist längst Alltags- und Trendschuh geworden. Seine Bedeutung für die Menschen ist immens. So ist es auch im Bereich der Musik. Musik hat für die Jugend einen hohen Stellenwert. Das wird daran deutlich, dass Musik so gut wie überall in ihrem Alltag vorkommt. Musik ist der omnipräsente Soundtrack des Alltags. Ob nun in der Straßenbahn, in der Fußgängerzone oder im Cafe. Dank dem MP3 Player gibt es keine musikfreien Zonen mehr.

Das Zitat eines Teen soll die Bedeutung der Musik (nicht für alle) Punkt bringen:

*Ich kann mir ein Leben ohne meine Musik auch gar nicht mehr vorstellen. Musik bestimmt mein Leben und hat mir schon sehr geholfen wenn es mir schlecht ging. Auch wenn es mir gut geht höre ich immer Musik, fast den ganzen Tag lang wenn ich zuhause bin, habe ich Musik an, damits mir noch besser geht. Also immer wo es mir möglich ist, habe ich auch meine Musik. Brauche sie einfach zum Leben.*

### **2. Der Wandel der Jugendkulturen: Unüberschaubar viele Subszenen**

Musik ist nach wie vor Zentrum vieler Jugendszenen. Neue `Fun´ Sportarten und virtuelle Computerwelten sind hinzugekommen. Doch die Bedeutung der Musik für die Szenen konnten sie auch nicht brechen. So hat HipHop wie kein anderes Musikgenre sehr stark die Sprache, die Mode und die Begrüßungsrituale der



Jugendszene geprägt. Jedoch hat HipHop, als stark beeinflussende Jugendkultur in seiner Entwicklung zum jugendkulturellen Mainstream an Profil verloren. Die kommerzielle HipHop Kultur hat beispielsweise ein extrem klischeehaftes Frauenbild produziert. Der HipHop verliert als bis dato letzte bedeutende Jugendszene an Bedeutung. Früher gab es immer eine andersartige Gegenbewegung zum derzeit aktuellen Trend. Doch zurzeit gibt es nicht Neues. Man spricht von einer 'beunruhigenden Normalisierung'. Die Jugend ist nur noch wenig rebellisch. Sie ist angepasst geworden.

Dieses wird am LBS Bausparkassen Werbespot deutlich, in dem die Tochter am ende des Gespräches sagt: 'Papa, wenn ich groß bin, dann will ich auch mal Spießler werden'. Und diese Reaktion, obwohl beide in einer Wohnwagensiedlung leben und der Vater alle anderen als 'Spießler' abtut.

Früher waren die 'Spießler' sozusagen das 'Feindbild' aller Jugendkulturen. Ob es nun die Hippies, die Punks oder die Gothics waren. Doch heute sind die jugendlichen Subkulturen kaum noch eine krasse Herausforderung mehr für den spießigen Mainstream. Heute dagegen kann man immer mehr feststellen, dass an die Stelle von provozierenden Subkulturen ein zäher eher unauffälliger Strom von unübersichtlich vielen 'Mainstream Minderheiten' getreten ist. An die Stelle der großen Jugendbewegungen sind viele Szenen und Stile getreten. Eine Ausdifferenzierung ungeahnten Ausmaßes hat stattgefunden. Die Zahl der heute in Deutschland vertretenen 'artificial tribes'- Stammgesellschaften, die sich durch Treffpunkte und Stilmerkmale voneinander unterscheiden, wird in manchen Marktstudien auf 400 bis 600 geschätzt. Früher hatte man die Wahl zwischen Beatles und Stones. Zwischen Punk oder Disko, New Wave oder Heavy Metal. Und die meisten wussten, wer denn nun rot oder blau, rechts oder links, war. Heute gibt es allein in der Gothic Szene mindestens 18 Untergruppen (klassische Gothic-Stil, Romantik-Stil, Industrial-Stil, Cyber-Gothic-Stil, SM-Stil, 'Gothic-Lolita-Stil' etc.)

### **3. Warum gibt so unzählig viele neue Szenen?**

Ein weiteres Charakteristikum der heutigen Jugendszene ist die direkte industrielle Vermarktung. Ohne die Revolution der Kommunikationsmittel durch Musikfernsehen, PC und Internet wäre die Ausdifferenzierung der Szenen nicht denkbar. Insbesondere die Kleidungsindustrie nutzt, wenn sie den Trend nicht sogar selber inszeniert, jede sich bietende neue Szene aus, um daraus Geld zu machen. Die kreativsten Menschen der Jugendkultur treiben die Trendscouts der Industrie quasi vor sich her. Denn ständig gibt es neue Unterscheidungen mit entsprechenden Zeichen und Ritualen. Denn die Jugendlichen bringen ihren Wunsch nach Selbstkontrolle und Abgrenzung zur Kultur der Erwachsenen durch Selbstinszenierungen zum Ausdruck. Ob das nun der Bereich der Körperstrategie ist (Mode, Styling, Bewegungskulturen und Formen der körperlichen Selbstdarstellung, szenespezifische Drogenkulturen), der Bereich der geschlechtsbezogenen Identitätsentwicklung oder der Bereich der szenespezifischen räumlichen Mobilität. Diesen gesamten Bereich der Selbstinszenierung können die jungen Menschen selbst gestalten, im Gegensatz zu den anderen Übergangsbereichen wie Schule, Beruf und Familie. Dadurch bedingt entsteht der Eindruck, dass sich viele Jugendliche nur noch mit sich selbst beschäftigen. Individualismus und 'Jetzt leben' könnte man als Hauptmotto für die Jugendlichen bezeichnen. Politisches und soziales Interesse scheinen stark an den Rand des Interesses gedrängt. Doch der Jugendforscher Klaus Farin hält die Annahme, die Jugend sei angepasst und

unpolitisch für falsch. Er möchte diese Annahme differenzierter betrachtet haben. Er sagt, die Weigerung junger Leute, sich als 'politisch engagiert' darzustellen, könne nicht als Gleichgültigkeit gedeutet werden. Farin macht diese an einem Beispiel deutlich: In einer Vorstadtdisco, deren Betreiber plötzlich anfang, Ausländer mit dem Hinweis »nur für Klubmitglieder« abzuweisen. Eine Gruppe von Mädchen organisierte einen Boykott, andere Cliques schlossen sich an. Der Betreiber musste Konkurs anmelden, der neue Pächter beendete die Diskriminierung, die Mädchen kamen zurück und tanzten weiter. Die Organisatorin des Boykotts habe darin »keine politische Aktion« gesehen, so Farin, sie habe nur »die Diskriminierung unserer Freunde in unserer Disco« nicht hinnehmen wollen.

Die Tatsache, dass Parteien oder sonstige politisch engagierte Organisationen Probleme haben Jugendliche zu mobilisieren, hat weniger mit Ignoranz, als vielmehr mit einem Vertrauensverlust von Institutionen, Kirchen und Parteien zu tun. Was festhalten werden kann, ist das Desinteresse der Jugendlichen an Ideologien und Theorien. An die Stelle von Rebellion und Abgrenzung sind Selbstinszenierung, Ritual und Erlebnis getreten. Die meisten Jugendlichen inszenieren wie oben bereits erwähnt selbst. Viele sind heute erlebnisfixierte Gelegenheitsjäger, die seltsamerweise zugleich Ordnung suchen. Denn in ihrem Leben und häufig in der Familie finden sie keine Ordnungen und Sicherheiten mehr. Wir können also den bereits oben erwähnten Hauch von Anpasstheit und Spießbürgerlichkeit wahrnehmen. Jugend von heute ist nicht wie die Jugend von gestern und schon gar nicht wie die von übermorgen.

## **D Überblick über aktuelle Jugendszenen in Deutschland**

Es gibt eine große Zahl an Jugendszenen. Die Skater, die Hip-Hop Szene, die Gothic -, Techno -, Punk-, Hardcorezene usw. usw. Ich möchte hier nur einen groben Überblick, auf die meiner Ansicht nach bedeutendsten Szenen, geben. Hierbei orientiere ich mich stark an den Informationen die ich der sehr guten und umfangreichen homepage [www.jugendszenen.com](http://www.jugendszenen.com) entnommen habe. Dabei gehe ich einfachheitshalber alphabetisch vor.

### **1. Blackmetal**

Black Metal ist das 'schwarze Schaf' unter den Jugendszenen. Es umschreibt eine Musikszene die seit den frühen 90er Jahren durch intensive Medien-Berichterstattung über ihre sog. 'satanischen' Verbrechen (wie z.B. den sog. 'Satansmord' in Witten im Juni 2001) und Verbindungen zum Nationalsozialismus ihres Underground-Status enthoben und einer breiten Öffentlichkeit als Gewalt verherrlichende und Gewalt fördernde Szene präsentiert wurde.

Diese Musikrichtung zeichnet sich durch provokante und zumeist satanisch/okkulte Texte aus. Black Metal ist eine extreme und düstere Form des in den 80er Jahre sich etablierenden Heavy Metal. Aus dem Black Metal der frühen Neunziger entwickelten sich bis heute zahlreiche Strömungen. Norwegen könnte man als Ursprungsland dieser Musikrichtung bezeichnen. Die bekanntesten Bands sind Gorgoroth und Borknagar.

#### *Daten und Fakten*

Die ursprüngliche Idee des Black Metal besteht darin, Härte- und Geschwindigkeitsgrenzen zu überwinden. Die Anfänge nahm diese Musikrichtung mit

Band wie Mercyful Fate (später King Diamond) und Bathory (Schweden), die in den Achtzigern okkulte und satanische Texte zu einem schockierenden Konzept zusammen bastelten. Man kann diese Zeit getrost als die Geburtsstunde des Black Metal bezeichnen. Dieses düstere Konzept wurde den frühen 90ern erst in Norwegen und anschließend in ganz Nord- und Mitteleuropa weiter verfolgt.

In der 2.Hälfte der 80er Jahre hatte der Death Metal hinsichtlich seiner musikalischen Härte und seiner visuellen Gewaltdarstellungen den Black Metal überholt. Daraufhin radikalisierte sich der Black Metal noch einmal ideologisch. Dies hatte zur Folge, dass die Bands nicht nur davon sangen, sondern tatsächlich mordeten, zahlreiche Kirchen nieder brannten und Friedhöfe verwüsteten.

Wenn heute von 'der Black Metal-Szene' die Rede ist, so ist damit hauptsächlich die Szene gemeint, dem 'Nordic Black Metal' der frühen Neunziger Jahre entwickelte.

Trotz der immer wieder auftretenden Berichterstattung über die 'Teufelsmusik' in Massen-Medien (z.B. im Zusammenhang mit dem in Bochum verhandelten sog. 'Satansmord') erreichen von mehreren tausend Bands nur verhältnismäßig wenige fünfstellige Verkaufszahlen. Bands der ersten Stunde wie Immortal, Dark Throne und Emperor (die sich 2001 auflösten) gehören zu den erfolgreichsten. Der englischen Band Cradle Of Filth gelang durch ausgeklügeltes Marketing in Verbindung mit einem Vampir-Image mit ästhetischer Nähe zu zeitgenössischen Stoker- und Rice-Verfilmungen für kurze Zeit sogar der Sprung in die Pop-Liga, was eine teenie-gerechte Vermarktung in der 'Bravo' dokumentiert. Angesichts der Verkaufszahlen von Alben und Magazinen sowie der Besucherzahlen auf relevanten Konzerten kann man darauf schließen, dass es in Deutschland rund 20 000 bis 30 000 Black Metal-Hörer gibt, aus denen sich einige tausend Fans rekrutieren, die Black Metal nicht nur als Musik konsumieren, sondern ihren Lebensstil (Kleidung, Literatur, Ideologie, Religion, Spiritualität) zumindest teilweise danach aus richten.

### *Lifestyle*

Black Metal lebt von einer Aura des 'ultimativ Bösen', welche sich auf den ersten Blick hauptsächlich in einer nachdrücklich satanischen bzw. antichristlichen Haltung spiegelt. Umgedrehte Kreuze, nach unten ausgerichtete Pentagramme und mittelalterliche Darstellungen des Teufels in Gestalt eines Geißbocks gehören zum Standard-Repertoire des Black Metal. Häufig sind diese Symbole in aufwendige Schriftzüge eingearbeitet, so dass alleine das Band-Logo ein kleines Kunstwerk darstellt und bei näherer Betrachtung Rückschlüsse auf den ideologischen, spirituellen und/oder philosophischen Hintergrund der Musik zulässt. Dabei sind insbesondere im Black Metal zahlreiche Logos so kryptisch gestaltet, dass sie nur von 'Eingeweihten' umfassend gedeutet werden können. Zahlreiche Black Metal-Bands tragen 'Corpsepaint', d.h. sie schminken sich dämonische Leichenmasken, hinter denen sie menschliche Züge verbergen können. Sie führen damit eine Tradition fort, die in den Achtzigern der MERCYFUL FATE-Sänger KING DIAMOND von den Schock-Rockern KISS aufgegriffen hatte.

Als wichtigste Treffpunkte dienen der Black Metal-Szene kleine Clubs und Konzerthallen mit einem Fassungsvermögen von bis zu 1.500 Menschen, in welchen die Tourneen gebucht werden. Durch die zunehmende Popularität in den letzten Jahren wurden auf großen, jährlichen Metal-Festivals wie dem 'Wacken Open Air' in Norddeutschland, dem 'Dynamo' in Holland und selbst dem Gothic-Festival 'Wave Gotik Treffen' in Leipzig spezielle Bühnen und Veranstaltungsorte eingerichtet, auf denen hauptsächlich Black Metal-Bands spielten. Die übrigen Treffpunkte lassen sich Bandphotos und Fanzines entnehmen: Zahlreiche Musiker posieren vor Burgen,

Ruinen, historischen Gemäuern und in der freien Natur. An diesen Orten verbringen einige einen Teil ihrer Freizeit und lassen sich von ihrer Ausstrahlung inspirieren.

Die Black Metal-Szene ist stark hierarchisch strukturiert, wobei zum Erreichen eines hohen Rangs in der Szene die Glaubwürdigkeit hinsichtlich der in Texten beschriebenen Einstellungen wichtig ist. Hohes Ansehen genießen daher vor allem ältere Musiker, die ihrem Stil treu geblieben sind, oder Musiker, die ihren Worten (meist illegale) Taten folgen ließen.

In den Underground-Tagen der frühen 90er existierten ausschließlich kleine Fanzines mit einer Auflage von bis zu einigen hundert Exemplaren, die sich den Demo-Bands widmeten und ihnen häufig ausführliche Interviews gewährten, die schon damals verdeutlichten, dass es den Szene-Mitgliedern nicht nur um extreme Musik ging. Im Rückblick sind vor allem das SLAYER-Magazin aus Norwegen und das ISTEN-Magazin aus Finnland erwähnenswert, die die Entwicklung der Second Wave of Black Metal über einen langen Zeitraum begleiteten, förderten und häufig mit einem szeneutypischen Augenzwinkern dokumentierten. Berichte über Black Metal im weitesten Sinn tauchen auch in Deutschland immer wieder in etablierten Magazinen (Spiegel, Stern), Zeitungen (FAZ), Boulevard-Blättchen (BILD) und im Fernsehen (z.B. auf Pro 7 bei 'Arabella Kiesbauer' oder 'Die Pro 7-Reporter') auf. Seit September 1994 erschien in Deutschland mit dem ABLAZE ein Magazin, welches sich beinahe ausschließlich dem Black Metal widmet und bis 2003 mit mehreren tausend Exemplaren im Bahnhofsbuchhandel vertrieben wurde.

Noch größere Verbreitung findet das LEGACY (ex-DEFTONE), welches mit einer fünfstelligen Auflage alle zwei Monate erscheint und sich gegenüber Mainstream-Metal- Zeitschriften wie dem ROCK HARD und dem HAMMER im Wesentlichen auf die dunklen und harten Spielarten des Metal spezialisiert hat. Auch in Gothic- und Gruffie- Magazinen & -Fanzines gehören Artikel über Black Metal-Bands zum etablierten Inhalt. Die Musik wird natürlich auf CDs und DVDs, aber auch - und darauf legen zahlreiche Black Metal-Fans großen Wert - auf Vinyl und/ oder auf Tape veröffentlicht. Gerade die Bands, die sich den Mechanismen der Pop-Musik-Vermarktung verschließen wollen, veröffentlichen gerne auf Vinyl und legen Wert auf eine stimmungsvolle Gestaltung, welche sich oft im Preis bemerkbar macht. Nicht selten werden Artikel in begrenzter Stückzahl (z.B. 666 Kopien) hergestellt und per Hand numeriert.

## **2. Hardcore**

Hardcore (HC) heißt 'harter Kern'. Auch wenn der Begriff auf Gewalt hindeutet, ist die HC-Szene eigentlich nicht gewalttätig. Die HC-Szene ist vielmehr eine politisch orientierte Musik-Szene. Die HC'ler wollen mit ihrer Musik ihrem Denken und Lebensgefühl Ausdruck verleihen.

### *Daten und Fakten*

In den USA entstand in den 80ern Hardcore als eigenständige Szene. Etwas später etablierte sie sich auch in Europa. Die Wurzeln lassen sich unschwer im Punk ausmachen. Die Abgrenzung zum Punk beruhte auf dem Vorwurf der Kommerzialisierung und dem überhand nehmenden Alkoholkonsum in der Punk Szene. Um sich vom Punk abzugrenzen, entwickelte sich eine eigene HC-Kultur. Sie basiert auf einem relativ einfach strukturierten, schnellen und aggressiv wirkenden Musikstil. Punk und Metal Elemente sind die Haupteinflussfaktoren. Als Urgestein gelten Polit-Punk-Bands wie die Dead Kennedys oder auch Black Flag. Ebenfalls in

Abgrenzung zum Punk basiert die HC-Kultur auf ideologischen Inhalten, die sich in den Songtexten widerspiegeln. Zu den Anfängen waren sie noch fast ausschließlich politisch ausgerichtet. Heute ist das inhaltliche Spektrum deutlich weiter gefächert. Ebenso hat sich auch die Szene im Laufe der Jahre in einige leicht voneinander abweichende Stile weiterentwickelt. Gemeinsam ist allen Generationen und Unterstilen ist der Anspruch des 'Do-it-yourself (DIY)'.

'Old School', 'New School' und 'Emocore' verweisen auf die drei bedeutendsten, stilistischen Differenzierungen. 'Old School' bezeichnet die am deutlichsten auf den Punk-Ursprung zurückgehende Stilrichtung. 'New School'-Harmonien erscheinen im Vergleich komplizierter und sind durch Einflüsse von Heavy Metal oder Jazz geprägt. 'Emocore' – die jüngste Stilrichtung – klingt demgegenüber weitaus melodischer und rückt damit in die Nähe von 'Alternative Rock' oder 'Power Pop'. Daher besteht weitestgehend Uneinigkeit darüber, ob 'Emo' überhaupt noch dem Hardcore zuzuordnen ist. Die Größe der Szene liegt momentan schätzungsweise bei 60.000 HC-Anhängern in der gesamten BRD. Boomte HC in den 80er Jahren noch enorm, so schrumpfte die Szene in den 90er Jahren auf ein relativ geringes Maß zusammen. Musikrends – wie etwa der Einzug von Emocore-Bands in die Heavy Rotation großer Musik-TV-Sender oder der Umstand, dass New School-Bands noch zur Jahrtausendwende vom Nu Metal-Hype profitierten – haben relativ kurzzeitig dazu geführt, dass die Hardcore-Szene (zunächst) regen Zulauf. Doch auch diese Entwicklungen sind mittlerweile als rückläufig zu bezeichnen, so dass die Szenegröße (inzwischen wieder) stagniert.

Typische Hardcore'ler sind durchschnittlich etwa 20 Jahre alt, die Spanne der vertretenen Altersgruppen liegt zwischen 15 und 30 Jahren. Bildungsgrade mit leichter Schlagseite hin zu höheren Abschlüssen sind recht homogen verteilt. Jedoch hat auch diese Szene ein sehr deutlicher Männerüberhang. Nur ca. 15% der Szenemitglieder sind weiblich.

### *Lifestyle*

Hauptthemen der Szene sind Gerechtigkeit, Toleranz und Solidarität. Dabei ist es wichtig, diese Themen auch im Alltag zu leben. Die bedeutsamsten Grundsätze des Hardcore- Lebensstils sind mit den Begriffen 'Straight Edge' (SxE) und 'Do-it-yourself' (DIY) verbunden. 'Straight-Edge' fokussierte in den Anfangszeiten der Bewegung in erster Linie auf den freiwilligen Verzicht von Drogen aller Art, Tierprodukten und Gewalt – verbunden mit der Auffassung, eine solche Lebensweise versetze Individuen in die Lage, klar und vernünftig zu denken und zu handeln, eine positive Grundhaltung zu erlangen und eine Vorbildfunktion im eigenen Umfeld einzunehmen. Meistens wird die Straight-Edge-Einstellung als kennzeichnend und richtungsweisend für die gesamte Hardcore-Szene angesehen. 'Do-it-yourself' bezeichnet die Selbsttätigkeit der Szenegänger, die sich in der Organisation von politischen Gruppen, der Herausgabe von Zeitschriften und Informationsmaterialien, der Veranstaltung von Konzerten und der Produktion von Tonträgern zeigt. Die Ziele Selbstaufklärung und Konsumverzicht wirken dabei als Motivation.

Das mit Abstand bekannteste Symbol der Hardcore- Szene ist das X, das für die Straight-Edge-Bewegung steht (häufig auch: XXX oder SxE).

Das X – mit schwarzem Filzstift auf den Handrücken gemalt – ist bei Straight-Edge-Konzerten auf den in die Luft gestreckten Fäusten der Konzertbesucher zu sehen bzw. auch als T-Shirt-Aufdruck verbreitet. Das X dient bei der Straight-Edge-Bewegung als Selbstkennzeichnung, um den freiwilligen Verzicht auf bewusstseinsverändernde Substanzen auszudrücken.

Konzerte stellen sowohl das typische Event als auch den typischen Treffpunkt der HC-Szene dar. Partys oder Discoververanstaltungen haben sich bislang in der Szene nicht durchsetzen können.

Konzerte finden in der Regel in preiswert zu mietenden Räumlichkeiten statt, d.h. in Jugendzentren, autonomen Zentren, Kneipen und Diskotheken, oder auch in ehemaligen Lager- oder Fabrikhallen. Ebenso wird auf aufwendige Lichtanlagen oder Dekorationen verzichtet: Was zählt, ist vorrangig die Soundanlage. Daher liegen die Eintrittspreise normalerweise nicht über 5 bis 15 Euro – abhängig davon, wie viele der meist drei bis fünf auftretenden Bands von weither angereist sind. Die Besucherzahlen liegen zwischen 30 und 500 Personen, seltener auch darüber.

### **3. Hip-Hop**

Fälschlicherweise werden die Begriffe Hip-Hop und Rap oft synonym verwendet. Hip-Hop vereint die vier Elemente Rap, DJ'ing, Breaken und Graffiti unter einem gemeinsamen Dach. Seit Mitte der 90er Jahre gehört die Hip-Hop-Szene zu den populärsten Jugendkulturen in Deutschland. Denn es geht primär darum, sich selbst zu verwirklichen.

#### *Daten und Fakten*

Die Größe der Szene ist nur schwer zu schätzen. Wahrscheinlich gibt es weit über drei Millionen an Hip-Hop interessierte Jugendliche in Deutschland. Die Hauptverbreitung dieser Musikrichtung fand Mitte der 90er Jahre statt, als Hip-Hop in Deutschland einen wahren Boom erlebte. Viele Szenemitglieder sehen in den kommerziellen Erfolgen von Hip-Hop-Crews einen 'sell-out', also einen Ausverkauf, von Szenewerten an die Musikindustrie und befürchten den Verlust der 'wahren Werte' des Hip-Hop als 'Underground-Kultur'.

In der Hip-Hop-Szene finden Mitglieder aus allen Gesellschaftsschichten zusammen. Besonders populär ist Hip-Hop nach wie vor bei Migranten. Die Altersspanne der Szenegänger liegt zwischen 14 und 34 Jahren. Der Altersdurchschnitt liegt bei 20 Jahren. Die Hip-Hop Szene ist wie fast alle Szenen stark männlich dominiert. Dieses Phänomen wird oft mit dem aggressiven Umgang der einzelnen Szenemitglieder untereinander erklärt, von dem Frauen eher abgeschreckt würden. In der Tat ist der Umgangston auf Battles und Hip-Hop Jams provokant und manchmal sogar beleidigend. Graffitisprayer sind ein nicht wegzudenkender Bestandteil der Szene. Durch sie wird Hip-Hop (auch für Außenstehende) sichtbar. Graffiti ist für viele der Einstieg in die Hip-Hop Szene. Sie kommen über Kontakte zu anderen Sprayern auf Hip-Hop Events und versuchen sich z. T. auch im Rappen oder Breaken.

#### *Inhalte*

Hip-Hop hat seinen Ursprung in der afroamerikanischen Kultur und darum verwundert der hohe Anteil an Migranten in der Szene nicht. Politische Themen kommen dadurch relativ häufig vor. Die Musik wird als Sprachrohr genutzt, um auf soziale Probleme, wie z.B. Ausländerfeindlichkeit, hinzuweisen. Grundsätzlich gibt es aber keine vorgegebenen Inhalte und Themen in der Szene. Feiern und 'Chillen' sind wichtige Bestandteile von Hip-Hop Jam's. Die Szene ist daher nicht als 'politisch' im herkömmlichen Sinne zu bezeichnen. Prinzipiell kann jeder Inhalt in einem Raptext untergebracht werden. Es ist wichtig 'real' zu sein (authentisch), d. h. sich vom 'Mainstream' abzuheben. Darum müssen Raptexte nachvollziehbar und in sich stimmig sein, um von der Szene angenommen zu werden. Das Bedeutsamste

überhaupt ist die Aktivität eines Szenemitglieds. Passives Konsumieren von Angeboten reicht nicht aus, um sich erfolgreich in der Szene zu etablieren.

### *Lifestyle*

Wie in fast allen Szenen gibt es hauch im Hip-Hop eine Vielzahl an ritualisierten Verhaltensweisen. Die wohl bekannteste ist das 'Battlen'. Ein 'Battle' ist ein Wettkampf zwischen zwei oder mehreren Hip-Hop's im 'Rappen', 'Breaken', 'Sprayen' oder 'DJing'. Dabei treten die Teilnehmer gegeneinander an um ihre Fähigkeiten zu messen. In der Regel werden die Gewinner durch den Zuspruch des Publikums ermittelt. In letzter Zeit werden bei Wettbewerben immer häufiger auch Jurys eingesetzt, die Teilnehmer bewerten und sich auf einen Sieger einigen.

Eine nicht so höfliches, nichts desto trotz beliebte Ritual ist das gegenseitige 'Dissen' während eines 'Battles'. 'Dissen' leitet sich von 'disrespect' ab und meint die negative Darstellung anderer Personen in Raptexten. 'Freestylen' ist improvisiertes Rappen. Dabei versucht ein MC seine Texte in Form von (möglichst) kreativen Reimen mit dem Beat des DJ's zu verbinden. So ist ein 'Freestyle Battle' ist ein verbaler Schlagabtausch. Zu den typischen Treffpunkten der Szene gehören in erster Linie die Jams. Dort kann man Gleichgesinnte treffen und sich miteinander austauschen und feiern. Ein weiterer Treffpunkt ist nicht selten die einschlägigen Plattenläden, die sich auf diese Musikrichtung spezialisiert haben. Es gibt eine Unmenge an Medien, worüber die Hip-Hop Szene kommuniziert.. 'Fanzines' und Magazine bilden immer noch die wichtigsten Informationsquellen der Szene. Es gibt neben bundesweiten Magazinen wie dem 'Backspin' auch kleine lokale Blätter. Die großen Musiksender MTV und Viva haben seit langem spezielle Hip-Hop Sendungen wie beispielsweise 'Fett MTV' oder 'Mixery Raw Deluxe' im Programm. Flyer und Internetseiten informieren die Szene über Jam's und größere Events.

## **4. Gothic**

Gothic meint nicht den Baustil Gotik. Aber es nimmt mittelalterliche Elemente wie Mystic und Dunkelheit auf. Die Gothic Szene kennzeichnet sich einerseits durch eine längst vergangene romantisierende Zeit aus. Dieser wird durch den Lebens- und Kleidungsstil deutlich Ausdruck verliehen. Andererseits spiegeln sich durch die Bedeutung der Ästhetik und die ausgeprägte Individualität Elemente der Postmoderne in dieser Szene wieder. Die 'Gothic-Szene' (auch: 'schwarze Szene') gilt irgendwie immer noch als geheimnisumwittert. Die zum Teil auffällige dunkle Aufmachung ist für viele Menschen unserer Gesellschaft anstößig und skurril. Typische Vorurteile sind: Todessehnsucht, Selbstmordgefährdung, Rechtsradikalismus, Satanismus, Opferritualismus etc.

### *Daten und Fakten*

Die Entstehungszeit der Gothic-Szene kann man auf Ende der 70er/ Anfang der 80er Jahre datieren. Wie beim Hardcore ist auch hier der Ursprung im Punk zu suchen. Musikjournalisten prägten in den 70ern den Begriff 'Gothic', da ruhig-melancholische Elemente in der Musik verwendet wurden. Damals war es noch keine Subkultur. Ebenfalls aus dem Punk entspringen die New Waver. Die Grenzziehung zum Punk erfolgte vor allem über das äußere Erscheinungsbild, welches im Gegensatz zum Punk vornehm, gepflegt, edel und aristokratisch anmutete und über die unterschiedlichen Denkweisen. Als Entstehungsraum gilt England, mit dem Londoner Club 'Batcave' als zentraler Treffpunkt der sich neu formierenden Subkultur. Die Farbe Schwarz, auch schon im Punk-Stil prägend, wurde als Abbild des

gegenwärtigen gesellschaftlichen Zustandes begriffen. Entsprechend des darauf basierenden äußeren Erscheinungsbildes ergibt sich die heute, neben dem Begriff 'Gothic', dominierende Bezeichnung dieser Subkultur als 'Schwarze Szene'.

Die Gothic-Szene ist im Vergleich zu Hip-Hop und Techno verschwindend gering. Schätzungsweise 50.000 bis 100.000 Personen sind Teil dieser Szene. Aktuell kann die Gothic-Szene wieder einen starken Zulauf verzeichnen. Dies wird oftmals von langjährigen Szenemitgliedern skeptisch gesehen. So genannte 'Pseudos' oder 'Fakes' (Leute, die Styling und Modetrends den Vorzug vor den eigentlichen Inhalten geben) lehnt man kategorisch ab, und auch die seit Mitte der 90er Jahre laufende Kommerzialisierung der Szene wird kritisch hinterfragt. Auch hier kann man eigentlich nicht von einer reinen Jugendkultur sprechen. Es finden sich hier Leute im Alter von 14 Jahren aufwärts ohne feste obere Altersgrenze. Viele gehen bereits einem geregelten Arbeitsleben nach und haben eigene Familien. So ist es auch keine Seltenheit auf entsprechenden Festivals (etwa dem Wave-Gothic-Treffen) ganze 'Gothic-Familien' anzutreffen. Das zahlenmäßige Verhältnis der Geschlechter innerhalb der Szene ist, im Vergleich zu anderen Szenen, sehr ausgewogen.

### *Lifestyle*

Die Gothics beschäftigen sich vermehrt mit fremden und vergangenen Kulturen und Denkweisen (Mittelalter und Romantik). Außerdem mit Übersinnlichem und Transzendendem ( Religionen, Mystik, Magie, Esoterik, Okkultismus etc.). Außerdem mit dem Mensch an sich und mit dem Menschen verbundene Phänomene und Theorien ( Sexualität, Identität, Psychologie, Astrologie etc.). Darüber hinaus haben viele Interesse an altertümlichen Gebäuden (Burgen, Ruinen), bestimmten Formen von Kunst, Literatur und Wissenschaft (Lyrik, Gothic-Novels etc.). Gegenüber der 'Normalgesellschaft' herrscht aufgrund der Beschäftigung mit solchen Themen eine gewisse Arroganz bis hin zum Elitedenken. Traurigkeit, Melancholie, gesellschaftskritische Haltung und Pazifismus kennzeichnen ebenfalls das Denken und Eigenschaften dieser Szene. Versucht man diese einzelnen Momente zu einer abstrakten Schlüsselkategorie zu verdichten, welche alle genannten Momente in sich vereint (Synthese), so gelangt man zur 'Kategorie des Inhalts': Ihre spezifischen Haltungen und Weltdeutungsmuster sehen Die Gothics haben sich eine gewisse spezifische Haltung und eine Art Weltdeutungsmuster angeeignet. Sie befinden sich in ihrem "schwarzen Kosmos", der sie von der (begrenzten) 'Normalgesellschaft' abhebt. Durch das Niveau und der Authentizität hebt man sich vom 'Rest der Welt' ab. In diesem elitären Denken spiegelt sich der Mythos der Seelenverwandtschaft untereinander wider

In der Schwarzen Szene wird vor allem individuelle Kreativität groß geschrieben, insbesondere wenn es um das eigene Auftreten geht. Aber eine zunehmende Kommerzialisierung bringt auch immer einen Verlust individueller Kreativität mit sich. Die großen Internetkaufhäuser versorgen die Szenemitglieder mit allem, was das 'Schwarze Herz' begehrt. Von der Bekleidung bis zur Zimmereinrichtung ist alles im schwarzen Stil zu finden. Was man sich in den Anfangszeiten der Szene selber basteln oder schneiden musste, ist heute käuflich zu erwerben. Dennoch wird versucht, trotz solchen Kommerzialisierungs- und Standardisierungsversuchen von Seiten des Marktes, die eigene Kreativität zu erhalten.

Es gibt unterschiedliche Stile. Der klassische Gothic-Stil wird durch weißgeschminkte Gesichter im Kontrast zu schwarzem Mund und blutunterlaufenen Augen und die eher weite, hochgeschlossene und weniger auf Erotik ausgelegte Kleidung gekennzeichnet.



Der Romantik-Stil unterscheidet sich vor allem durch die verschiedene Korsettarten und der Reifrock auf. Des weiteren gibt es den Industrial-Stil. Hierbei sind Gasmasken, Schweißerbrillen, Mundschutz, Schutz- und Tarnanzüge stilprägend. Der Cyber-Gothic-Stil nimmt Einflüsse der Technoszene auf. Stilprägend sind hier Glitter und Galmour. Dann gibt es noch den SM-Stil der durch Materialien wie Lack, Latex und Leder sehr martialisch aber zugleich erotisch wirkt. Zu guter Letzt der 'Gothic-Lolita-Stil', welcher im Moment bei den Frauen sehr angesagt ist. Man kokettiert hier mit dem 'Kindchenschema'. Stilprägend sind kurze Petticoats, Tüll, Spitze, die Kleidung erinnert an Ballerinas, Kellnerinnen, Schuluniformen und Dirndl.

Die wichtigsten Events und zugleich jährliche Höhepunkte im Szeneleben sind die großen Festivals. Hier natürlich zu allererst das 'Wave-Gotik-Treffen' zu nennen, bei dem Anhänger der Gothic-Szene aus der ganzen Welt über Pfingsten nach Leipzig kommen. Des Weiteren das 'Mer'a Luna' in Hildesheim, das 'Woodstage' in Dresden und das 'Amphi Festival' in Köln. Dazu kommen noch die verschiedensten kleineren, regionalen Treffen.

Zentrale Szenetreffpunkte sind zunächst szenetypische Clubs, Partys und Diskotheken. Absinth ist wie Rotwein ein sehr beliebtes Getränk dieser Szene. Viele Szenemitglieder halten sich zudem gerne an mystisch-romantischen, einsamen Orten wie Burgruinen oder Friedhöfen auf, um die dortige Stille zu genießen, sich an frühere Zeiten zurückzuerinnern und sich die eigene Vergänglichkeit zu vergegenwärtigen. Auf den Friedhöfen werden zudem die Grabskulpturen und Engelsstatuen bewundert und oftmals auch fotografiert.

## **5. Skateboarding**

Skaten ist eine Sportart. Und zwar nicht nur irgendeine, sondern eine hoch ausdifferenzierte, voraussetzungsvolle Sportart. Ziel ist die Beherrschung möglichst vieler und möglichst schwieriger Tricks an unterschiedlichsten 'Spots' im öffentlichen Raum bzw. in 'Skate-Hallen' oder 'Skate-Parks'. Skateboarding bedeutet jedoch für ‚echte‘ Skater wesentlich mehr als ‚nur‘ die Ausübung einer bestimmten Sportart: Für sie ist Skateboarding notwendig verknüpft mit einem bestimmten 'lifestyle', der alle Lebensbereiche kontaminiert. Somit bildet für Skater die Zugehörigkeit zur Szene ein wesentliches sinn- und identitätsstiftendes Element.

### *Daten und Fakten*

Die ersten Skateboards tauchten Ende der 50er Jahre in Kalifornien auf. Jedoch konnten sich erst im Jahr 1963 die ersten fabrikfertigen Skateboards auf den Markt durchsetzen. Daraufhin hat sich diese Sportart USA-weit verbreitet. Die Boards fanden reißenden Absatz und es kam zu einem ersten großen ‚Skatboard-Boom‘, der jedoch bereits Mitte der 60er Jahre aufgrund der immer noch bestehenden technischen Unausgereift der Boards wieder abebbte. Mitte der 70er Jahre schwappte die ‚Skateboard-Welle‘ nach Europa über, nach Deutschland zunächst durch Angehörige der US-Army. Da zu dieser Zeit in München besonders viele Kalifornier stationiert waren, entwickelte sich diese Stadt zur ersten ‚Skate-Hochburg‘ in Deutschland. ‚Kopf‘ der Münchner Szene war der Skater Lulu Magnus, durch dessen Initiative 1977 auch der erste Skatepark Deutschlands entstand. Zu Beginn der 80er Jahre trat Titus Dittmann, eine weitere zentrale Figur des deutschen Skateboardings, erstmals in Erscheinung. Er hat den Sport und das zugehörige Material im Anschluss an einen USA-Aufenthalt in seine Heimatstadt Münster gebracht und dort populär gemacht. Auch heute noch zählt Münster – nicht zuletzt

aufgrund der anhaltend vielfältigen Aktivitäten von Titus Dittmann - zu den Zentren in der Landschaft der (deutschen) Skater-Szene.

### *Daten und Fakten*

Die Skater-Szene stellt aktuell die größte sportzentrierte Jugendszene in Deutschland dar. In der gesamten BRD gibt es etwa eine Million Skateboardfahrer, darunter gut zweihunderttausend, die den Sport so betreiben, dass sie, auch um ihr Niveau zu halten, (fast) täglich fahren. Die Zentren der Skater-Szene liegen derzeit in Köln, Düsseldorf, Münster, Hamburg, Wiesbaden/Frankfurt, München, Berlin und Stuttgart. Die meisten Skater steigen zwischen dem zwölften und vierzehnten Lebensjahr in die Szene ein. Eine Altersuntergrenze kann jedoch nicht ausgemacht werden: Nicht selten sieht man bereits Sechsjährige Skateboard fahren. Die Teilhabe am Szeneleben mit all seinen Facetten, also auch Partys, Reisen zu Contests etc., beginnt allerdings in der Regel doch erst im Teenager-Alter. Eine Altersobergrenze lässt sich ebenfalls nicht ziehen. Grundsätzlich ist es möglich, bis ins hohe Alter hinein zu skaten. Das Gros der Szenemitglieder jedoch ist zwischen 14 und 21 Jahren alt. Die Skater-Szene ist eindeutig männlich dominiert. Mädchen oder Frauen nehmen meist die Rolle von Zuschauerinnen ein. Eher selten sieht man Mädchen selber aktiv Skateboard fahren oder als Teilnehmerin bei einem Contest.

Skaten ist eine voraussetzungsvolle sportliche Aktivität, deren Ziel darin besteht, möglichst viele und möglichst schwierige Tricks ‚stehen‘ und diese miteinander kombinieren zu können. Die Erreichung dieses Ziels erfordert neben einem außerordentlichen Maß an Ausdauer und Disziplin, sehr viel Körper- und damit einhergehende Boardbeherrschung. Das Erlernen eines neuen Tricks kann manchmal Wochen oder sogar Monate in Anspruch nehmen. Deshalb macht das Beherrschen dieser Sportart Skater in ihrer Selbstwahrnehmung zu etwas ‚Besonderem‘, zu jemandem, der etwas tut, was nicht jeder ohne weiteres tun kann – wie es z.B. bei Inline-Skates der Fall ist.

Skaten besteht aber nicht nur im Nachvollzug vorgegebener Kunststücke. Ein wesentliches Moment ist darüber hinaus der kreative Umgang mit der Architektur des öffentlichen Raumes sowie der möglichen Kombination bzw. Anordnung von Tricks darin. Skater fasziniert die ‚Bearbeitung‘ zweckfremder Gegenstände mit ihrem ‚Werkzeug‘, dem Skateboard. Es ist die Transformation von leblosen Objekten (Mülleimern, Treppenstufen, Geländern etc.) in ‚lebendige‘ Landschaften, die Eroberung bzw. Aneignung urban-anonymer Räume, die das Skaten vom reinen Sport zu einem künstlerischen Gestalten macht.

### *Lifestyle*

Wer ‚wirklich‘ skaten will, lässt sich auf eine komplexe, schwierige und nur mit sehr viel Zeitaufwand zu erlernende Angelegenheit ein. Aber gerade darin besteht eben die Motivation, etwas ‚Besonderes‘ zu können, was nicht allen möglich ist. Skating wird somit zu einer täglichen Aufgabe und Herausforderung, der man sich jedoch freiwillig, selbstbestimmt und mit Freude stellt. Skateboarding ist dabei keine einsame Angelegenheit; man trifft sich an Spots und hat Spaß daran, gemeinsam (neue) Tricks auszuprobieren und zu erlernen. Man unterhält sich, man hört Musik, man fährt gemeinsam durch die Stadt usw. Kommunikativität und Gemeinschaft sind wichtige Bezugspunkte der Szene. Der typische Skater lebt in einer urbanen Welt, die ihm aber keineswegs als zu verändernder Missstand erscheint (wie dies z.B. in der (Antifa-)Szene oder bei den Punks der Fall ist), sondern als Möglichkeitsraum. Hier eröffnet sich dem Skater die Gelegenheit, eigene Erfahrungen zu machen, wobei er sich jedoch nicht von gesellschaftlichen Zwängen einengen lassen möchte.

Da viele Skater noch minderjährig sind, wohnen sie typischerweise bei ihren Eltern und lassen sich von diesen ihren Sport finanzieren bzw. nehmen Gelegenheitsjobs an, um sich das Skating-Material leisten zu können. Intensives Skaten erweist sich dabei als ausgesprochen teure Angelegenheit: beispielsweise müssen die Boards bei täglicher Benutzung nach etwa einem Monat ersetzt werden; ähnlich verhält es sich mit den Schuhen. Nicht nur kostet Skaten viel Geld, es erfordert auch einen sehr hohen - aber von einem 'echten' Skater gerne erbrachten - Zeitaufwand. Schulische oder berufliche Aktivitäten werden so angelegt, dass möglichst viel Zeit für die 'eigentliche' Beschäftigung bleibt. Freundschaften bestehen zum Großteil innerhalb der Szene, und auch Liebesbeziehungen werden dort gesucht bzw. haben mitunter stark unter dem Sport zu leiden. Der 'echte' Skater sieht Skaten folglich als wesentlichen Bestandteil seiner Identität. Das Lebensmotto lautet dabei: Habe Spaß, mach was du willst, entwickle dich selbst, lass dir dabei nicht zu viel vorschreiben und lass dich nicht in eine Ecke drücken, wo du auf bestimmte Dinge verpflichtet wirst!

Musik ist in der Skater-Szene allgegenwärtig. Häufig bringen Skater Ghetto-Blaster oder andere transportable Abspielgeräte mit zu den Spots, und durch die Skate-Hallen schallt ohnehin ständig ziemlich laut Musik. Musik gehört einfach zum Fahren dazu, denn sie vermittelt den Skatern ein synthetisches Gefühl von Brett, Umgebung, Spot und ihren eigenen Bewegungen. Die Kleidung in der Skater-Szene kann man als Street-Wear beschreiben. Man legt dabei sowohl auf Funktionalität und Bequemlichkeit als auch auf Ästhetik großen Wert. Bevorzugt werden sehr weite Hosen, die aus einem stabilen Stoff hergestellt sind und gleichzeitig Bewegungsfreiheit garantieren. Der Oberkörper ist zumeist von weiten, unifarbeneen bzw. mit einfachen Aufdrucken versehenen T-Shirts bedeckt. Im Weiteren kommt dem Schuhwerk eine zentrale Bedeutung zu, denn dieses muss eine optimale Reibung zwischen Skateboard und Skater sichern, einen Sturz abfedern und zudem festen Halt bieten. Schuhe sind neben den Boards auch das meistbeworbene Produkt in Magazinen; zahlreiche Firmen wie z.B. 'Emerica', 'DC', 'Axion' oder 'Globe' konkurrieren hier auf einem Markt, der als unberechenbar und schnelllebig gilt. Insgesamt bleibt festzuhalten, dass Skater sich sehr markenbewusst geben und ästhetische Kriterien bei der Wahl des Outfits eine große Rolle spielen. Sei es an öffentlichen Spots oder in Skate-Hallen: die Zusammenkünfte von Skatern zeichnen sich durch eine Vielzahl ritualisierter Verhaltensweisen aus. Sei es das 'richtige' Aufnehmen des Boards, die Begrüßung an den Spots oder die Einhaltung der Abstände beim Fahren von Figuren an den Spots: das Wissen und die Einhaltung dererlei Rituale markiert die Zugehörigkeit zur Szene.

Das Hauptevent der Skater-Szene ist der Wettkampf, der so genannte 'Contest' (wichtige Contests sind z.B. der 'C.O.S.-Cup'/ deutsche Meisterschafts-Serie oder der 'Münster Monster Mastership'/ Weltmeisterschaft, der mittlerweile umbenannt wurde in 'Globe Worldchampionchips of Skateboarding'), bei dem es jedoch nicht ausschließlich und in erster Linie um Plazierungen geht, sondern auch um Gespräche, das Treffen von Kollegen, d.h. um die Gemeinschaft. Desweiteren hat jeder Contest ein umfangreiches Rahmenprogramm - von Breakdance-Vorführungen über Rampen zur Benutzung für das Publikum bis zu diversen Musikeinlagen. Am wichtigsten ist jedoch die abendliche Party, welche typischerweise nicht in einem abgeschlossenen Rahmen stattfindet, sondern jedem (bzw. jeder) offen steht, der (die) sie besuchen möchte.

Wie in anderen Szenen auch, sind einschlägig spezialisierte Magazine sehr wichtig für die Kommunikation der Skater. Mit dem 'Limited Skateboard Magazine' und dem 'Monster Skateboard Magazine' sind es (neben vielen anderen) im bundesdeutschen

Raum vor allem zwei Hefte, die über Contests, Produkte oder Skateanlagen berichten. Großen Raum nehmen aber vor allem Photos von bekannten Skatern ein, die vor der Kamera ihre spektakulären Tricks vorführen. Ein zweites, wichtiges Kommunikationsmedium sind Videos von bekannten Skatern. Diese Videos werden im Auftrag von Skateboardartikel-Produzenten hergestellt und dienen zunächst Werbezwecken. Dabei wird das Videogucken meistens richtig zelebriert: man schaut nach neuen Tricks, neuen Styles usw. Als Treffpunkte, in der Szene 'Spots' genannt, fungieren Örtlichkeiten, die in besonderer Weise für das Skaten geeignet sind. Eine wichtige Rolle spielt dabei zunächst der Belag: beispielsweise wird die Domplatte in Köln einhellig als 'gigantisch guter Belag' bezeichnet und ist deswegen ein sehr beliebter und auch über Köln hinaus bekannter Spot. Die Eignung eines Spots hängt im Wesentlichen aber auch davon ab, wie viele Tricks dessen bauliche Struktur möglich macht. Als Treffpunkte zunehmend wichtiger werden Skate-Hallen, die sich in jüngster Zeit flächendeckend ausbreiten.

Außerdem gibt es noch eine weitere Kategorie von Treffpunkten, nämlich solche, an denen nicht geskatet wird, aber dennoch Szeneleben stattfindet: die Skate-Shops. Hier halten sich Skater häufig über einen längeren Zeitraum, der sich durchaus über mehrere Stunden erstrecken kann, auf, verschaffen sich einen Überblick über das zum Verkauf stehende Warenangebot, unterhalten sich über örtliche oder überregionale Spots, über die Qualität von Kleidung und von Skateboards, über andere Skater, anstehende Events u.ä. Solche Shops werden in der Regel von Skatern geführt (und werden dann als Skater-owned-Shops bezeichnet), bzw. zumindest kommt das Personal aus der jeweiligen lokalen Szene.

## **6. Techno**

Die Techno-Szene ist vielleicht neben dem Hip-Hop die bedeutendste Jugendszene der Neunziger Jahre. Durch sie wurde die dortige Generation stark geprägt. Die Anhänger dieser Szene werden als Technoide bezeichnet. Techno galt vielen als Bewegung derer, die sich dem gesellschaftlichen Engagement verweigern, um sich der privaten Lust hinzugeben.

### *Daten und Fakten*

Allgemein wird der Ursprung der Techno-Szene auf Anfang der 80er Jahre in Chicago datiert. 'House' hieß ein neuer Musikstil, der seinen Namen in Anlehnung an den legendären Disco-Club 'Warehouse' bekommen hatte. Als Schlüsselevent der Techno-Szene kann man getrost die Loveparade in Berlin, die zu Spitzenzeiten mit 1,5 Mio. Besuchern aufwarten konnte, ansehen. Nach dem vorläufigen Ende der Berliner Loveparade im Jahr 2004 ist Techno - der Begriff hat sich inzwischen als Oberbegriff für die verschiedenen Spielarten elektronischer Tanzmusik eingebürgert. Die Shell-Jugendstudie zählte schon 1997 1 bis 1,5 Mio. regelmäßigen Szenegängern und 2 bis 2,5 Mio. 'Gelegenheitstechnoiden' aus. In den 90er Jahren war Techno eine Jugendkultur. Inzwischen wird Techno zwar von den Massenmedien noch als solche bezeichnet, hat sich aber entscheidend gewandelt. Die Shell-Jugendstudie taxierte den Anteil der unter 20jährigen 1997 noch auf zwei Drittel. Inzwischen liegt der altersmäßige Schwerpunkt bei den Anfang 20jährigen. Nicht wenige Szenegänger der 90er sind Techno treu geblieben, so dass zumindest in den großstädtischen Clubs Besucher über 30 zum Alltag gehören. Damit vollzieht Techno eine ähnliche Entwicklung wie Rock, der einst als Jugend- und Protestkultur eingeschätzt wurde und sich nun in ausverkauften Hallen mit 60jährigen Stars vor einem 50jährigen Publikum präsentiert.

## *Lifestyle*

Techno ist in der Gesellschaft mit unterschiedlichen Begriffen und Vorstellungen belegt. Für manche ist es eine Musikrichtung für andere vielmehr ein bestimmter Lebensstil. Wie kaum bei einer (Jugend-) Szene zuvor steht Tanzen neben der Musik im Mittelpunkt des Interesses der Technoiden. Was auf jeden Fall zum Techno gehört sind Drogen. Sie spielen und spielen in der Techno-Szene eine große Rolle. Dabei geht es nicht nur um den Konsum der gesamtgesellschaftlich etablierten Drogen Alkohol und Nikotin. Das Partygeschehen ist aber nicht flächendeckend geprägt vom Konsum illegaler Drogen. Insbesondere ältere Technoide zeichnen sich durch einen hohen Drogenkonsum aus. Dies bleibt nicht ohne Vorbildwirkung auf jüngere Szenegänger. Ganz platt gesagt. Ohne Drogen ist man nicht wirklich Teil der Szene. Nur die wenigsten verzichten auf Drogen egal welcher Art. Neben Drogen ist Spaß, Tanzen und die Musik Kennzeichen der Szene.

Die Kombination von Technomusik, Ambiente und 'Feierstimmung' auf Techno-Events soll idealerweise ein aus dem Alltag herausgehobenes Glücksgefühl vermitteln und vor allem dem Ziel dienen, 'einfach nur Spaß zu haben': "Jeder will in guter Stimmung sein und abfeiern". Was ziemlich egoistisch klingt, hat durchaus eine starke soziale Komponente - die besondere Intensität des Erlebens auf Techno-Parties setzt gefühlte Gemeinsamkeit des Erlebens voraus. Eine Party feiern heißt immer, zusammen eine Party feiern und gemeinsam Spaß zu haben. Gemeinsam das "Jetzt" erleben wird genossen. Techno-Events bieten aber nicht nur Gelegenheit zum Tanzen, sondern sind auch der Ort, an dem man 'neue Leute' kennen lernen, gemeinsam 'abhängen' und sich (unbeschwert) in einem pflichtfreien Raum mit 'Gleichgesinnten' austauschen kann. Gewalt und Rassismus ist in der Szene fast nicht anzutreffen. Toleranz, gepaart mit Individualismus kennzeichnet die Technoszene aus. Politische oder gesellschaftliche Themen sind weitestgehend Fehlanzeige. Da man sich die 'Partylaune' nicht durch solche Problembereiche verderben lassen will. Auch persönliche Probleme werden gemieden. Die meisten gehen während der Woche einer regelmäßigen Tätigkeit bzw. Schule oder Ausbildung nach und stürzen sich am Wochenende ins mehr oder weniger exzessive Partygeschehen. Ein szenetypisches Motto lautet: 'Hart feiern, hart arbeiten'. Zeichen und Symbole aus traditionellen oder völlig anderen Kulturzusammenhängen werden in die Szene eingebaut, ohne dabei sachlich oder ideologisch neu belegt zu werden. Jedes Mitglied der Szene versucht durch seine Kleidung, die eigene Identität zu markieren. Dazu stehen zahlreiche Mode-Labels zur Verfügung, die oftmals von Szenegängern gegründet wurden. Wer vor Mitternacht auf eine Techno-Party kommt, wird enttäuscht sein. Sie beginnen in der Regel nicht vor Mitternacht und enden erst am nächsten Morgen. Sie finden in Clubs statt - in Discos (ein verpönte Begriff) tanzen 'die anderen', die sich mit DJs zufrieden geben, die sich der aktuellen Charts bedienen und womöglich noch mit CDs (statt Vinyl) auflegen. Im Vorfeld ist ein 'Warm-up' im privaten Kreis fast schon Standard. Meist wird die ganze Nacht getanzt. Die Extremsten tanzen mitunter auch bis zum nächsten Mittag. Danach begibt man sich oft noch gemeinsam mit Freunden zum 'Chill-Out' (z.B. in eine Privatwohnung, ein Hotelzimmer oder an einen anderen (schönen) Ort). Höhepunkte in der Szene sind immer so genannte 'Raves'. Groß aufgelegte Tanzparties, an denen mehrere Tausend Menschen teilnehmen.

Flyer sind DAS Informationsmedium Nummer eins. Sie werden in Plattenläden, Clubs und Klamottenläden verteilt. Insider können allein an der Machart der Flyer erkennen, ob es sich dabei um die Ankündigung einer (für sie und ihren Musikgeschmack) lohnenden Veranstaltung handelt oder nicht. Auch in der Techno Szene gibt es eine größere Anzahl an Magazinen. Bedeutende deutschsprachige Techno-Magazine

sind das 'Groove' und das 'Raveline'. Das Internet nimmt natürlich an Bedeutung ständig zu. Anderen Szenen begegnen Technoide im Regelfall mit Gleichgültigkeit. Eine wirklich bedeutende Verbindung zu anderen Jugend- oder Subkulturen existiert nicht.

## 7. „Die Neubürgerlichen/Spießer“<sup>31</sup>

„Spießer-Wochen“, „Spießer-Starthilfe“, „Spießer-Urlaub“ – die LBS (www.lbs.de) packt den Zeitgeist bei den Hörnern und versucht mit Ironie junge Kunden zu gewinnen. Mit der „Neuen Spießigkeit“ und der „Neuen Bürgerlichkeit“ geistern zwei Trend-Vokabeln durch den Medienwald. Wird jetzt das Kleinkarierte zur Gesellschaftsutopie ausgerufen? Gartenzwerg statt Che Guevara? Hier sind drei Typen aus der biedermeierlich-hippen Kleinbürgerwelt:

A: Der Neo-Knigge-Spießer

B: Der Wohlfühl-Spießer

C: Die Generation Safety-First

Die Kultur der „Neuen Bürgerlichkeit“, von uns einst als Mega-Trend der postmateriellen Gesellschaft prognostiziert (Zukunftsletter 08/2003), beginnt die Fußgängerzonen, Fitnessstudios und die Köpfe der Zeitgeist-Poeten zu erobern. Der stille Kleinbürger, einst das Feindbild der Alt-68er, hat Gesellschaft bekommen. Und zwar nicht nur die von Campino, der sich nach Jahren als Punk-Idol öffentlich per Presseerklärung als Spießer outete. „Die Zeit“ räumte in der Ausgabe vom 9. März 2006 die ersten Seiten ihres Feuilletons für das Thema frei und widmet sich in ihrem Online-Portal mit Multimedia-Beweisen den dem neuen Bürgerlichkeitstrend.

Tanzkurse bzw. „Antiblamierkurse“ stehen bei der Jugend hoch im Kurs („Welt am Sonntag“, 16. Juli 2006). Bausparverträge boomen („Handelsblatt“, 4. Juli 2006), muffige Schrebergärten werden von der Antiprotest-Jugend erobert („Welt“, 22. Juli 2006). Und die TAZ machte im ersten Quartal 2006 („Die feinen Unterschiede“) daraus sogar eine Reihe. Das hochseriöse Debatten-Magazin „Cicero“ hat in Günter Jauch die Symbolfigur der Neuen Bürgerlichkeit ausgemacht.

A. Neo-Knigge-Spießer: Ehrgeiz ist geil, Werte auch – wenn's der Karriere hilft

Status- und wenn dienlich auch wertorientiert kommen sie daher. Konservative Jugendliche und Yuppies besuchen Benimmkurse, die Ratgeber-Branche auf diesem Gebiet boomt (www.knigge-rat.de, www.stil-kunde.com). Etikette ist neuerdings ein Zeichen von Hippieness. Man wägt ab und kalkuliert, was einem selbst und der eigenen Familie von Vorteil ist. Papa und Mama denken immer noch antiautoritär – doch ihre neuspießigen Kinder verkünden: „Ehrgeiz ist geil“. Das Wohn-Cocoon dieses Spießertypus beherbergt hyperfunktionale Designer-Küche à la Kochstudio zum Nachkochen der angesagtesten Trend-Speisen. Markenidentitäten bieten ihnen Heimat und Zugehörigkeitsgefühl – vom richtigen Portemonnaie und Trinkjoghurt bis zur „richtigen“ Hunderasse (Viszla) oder exotischem Reptil für das heimische Terrarium.

- ☞ Alter: 25-35 Jahre (werden, wenn die ersten Karrierestufen genommen sind, etwas entspannter)

---

<sup>31</sup> [http://www.zukunftsinstitut.de/verlag/zukunftsdatenbank\\_detail?nr=1573](http://www.zukunftsinstitut.de/verlag/zukunftsdatenbank_detail?nr=1573)

- Konsumpräferenz: Status-Luxus wird angestrebt, aber vorläufig wird auf vorzeigbares Mittelmaß vertraut
- Bevorzugte Markenartikel: Peek & Cloppenburg, Esprit

#### B. Arm, aber glücklich: Die Wohlfühl-Spießer

Sie bevölkern den Prenzlauer Berg und das Frankfurter Westend, kaufen auf dem Erzeugermarkt Gemüse und Obst (wenn es der eigene Garten oder Balkon nicht hergibt) und bevorzugen lokale Marken. „Heimspiel“, „Ich-war-ein-Dirndl“ oder „Human Empire“ heißen ihre bevorzugten Mikrolabels und stehen für ehrliche Produkte. Wer unter diesen Jüngern des Öko-Biedermeier noch keine eigene Familie gründen will oder kann (Generation Praktikum), sucht sich eine WG-Familie, in deren trautem Kreise man/frau die Heimeligkeit und neue Gemütlichkeit lebt, die man in der von prekären Arbeitsverhältnissen (vgl. „Zukunftsletter“ 05/2006) geprägten Außenwelt nicht findet. Man kocht zusammen (bevorzugt Bio), plant gemeinsame Wandertouren und hat das kollektive „Tatort“-Schauen zum Ritual erklärt. Kontrollierte Ekstase heißt das Freizeit-Credo der intuitiven Spießer: Man (und Frau) konsumiert Shisha statt Haschisch und verzichtet auf ein Bier, damit das heilige Frühstück mit Freunden und der Spaziergang mit Kind und Hund am nächsten Morgen auch in aufgeräumter Verfassung zelebriert werden kann.

- Alter: 20-45 Jahre (viele springen in die Kategorie A um, wenn festes Gehalt in Aussicht steht)
- Konsumpräferenz: Von eBay über Secondhand bis Alnatura reicht die Bandbreite – Konsum ist schließlich nicht alles.
- Bevorzugte Markenartikel: Camper, Muji

#### C. Generation Safety-First: Neue Spießer zwischen Trotz und Notwendigkeit

Wo die wirtschaftliche und politische Lage kaum noch Sicherheit verspricht, werden Freunde, Familie, Religion und Tradition als Rettungsanker reaktiviert. Religion und Tradition feiern bei der Generation Safety-First ihr Comeback, nicht nur aus spirituellem Bedürfnis, sondern weil es Trost und Vertrautheit spendet. Nach Auskunft des Standesamtes Frankfurt entschließen sich vor allem immer mehr junge Leute zum Bund für die Ehe. In Baden-Württemberg sind die Kirchenaustritte erstmals seit Jahrzehnten rückläufig. Die in ihrem Glauben an eine Sicherheit und Wohlstand versprechende Zukunft tief erschütterte Generation sucht Zuflucht in alten deutschen Tugenden in neuem – klinsmännischem – Gewandt. Treue, Höflichkeit, Fleiß, Sparsamkeit, Ehrlichkeit, Standhaftigkeit, Bescheidenheit und Disziplin mit einer guten Portion Stolz und Sentimentalität in den Farben Schwarz-Rot-Gold. Als Neo-Biedermeier und Neue Heimatseligkeit hat sich das selbst bis in die Design Annuals 2006 durchgeschlagen: Das Hirschgeweih kombiniert mit edel-puristischem Design oder ehrliche Materialien wie Holz in Verbindung mit floralen Mustern. Das sind Inbegriffe der Sehnsucht „back to the roots“.

## 8. **Mainstream**

Wie sieht der oder die deutsche Jugendliche aus? Wenn etwa 50% der deutschen Jugendlichen zu den eben beschriebenen Szenen gehören, bleiben weitere 50%. Wie lassen sie sich einordnen? Zum einen in neue, (öffentlich) unbekannte Szenen und zum anderen in keine der aktuellen Jugendszenen. Sie führen ein normales Leben und sind mit ihrer Peer-Group (Clique) vernetzt. Interessant ist auch hier, in dieser relativ großen Mainstreamgruppe, die Heterogenität und die

Widersprüchlichkeit der Jugendlichen. Aber genau dies ist ein Kennzeichen der aktuellen Jugendbiographie, sie lässt sich weder vereinnahmen, noch stigmatisieren.

Einige Statements sollen dies, etwas überzogen, verdeutlichen:

*Jugendliche sind öffentlich präsent und doch nicht greifbar.*

*Jugendliche sind vernetzt und doch beziehungsunfähig.*

*Jugendliche sind optimistisch und doch verhalten.*

*Jugendliche wollen Spaß und lieben die Moral.*

*Jugendliche denken an sich und wissen um Teamarbeit.*

*Jugendliche sind politisch interessiert, aber nicht engagiert.*

*Jugendliche glauben leicht und suchen schwer.*

*Jugendliche leben grenzenlos und suchen Regeln.*

*Jugendliche sind sexy auch ohne Sex.*

*Jugendliche wollen Freiheit und suchen Familie.*

*Jugendliche lieben Optionen und leiden an ihnen.*

*Jugendliche wissen viel und müssen immer besser werden.*

*Jugendliche sind jung und haben mit 25 die Krise.*

*Jugendliche lieben Öko und essen bei McDonald.*

*Jugendliche haben ein komplexes Leben und handeln pragmatisch.*

*Jugendliche glauben an Gott und kennen ihn nicht.*

### *Beispiel H&M*

Wie kaum eine andere Ladenkette versteht es die schwedische Bekleidungsfirma H & M (Hennes & Mauritz, Hennes ist übrigens schwedisch und heißt „Für Sie“) verschiedene Szenen und Trends so zu kombinieren, umzuwandeln und auf den Markt zu bringen, dass es die breite Masse der deutschen Jugend anspricht. Der 1947 gegründete Konzern hatte Ende der 80er Jahre nur vereinzelte Filialen in Deutschland und erfreute sich einem mäßigen Bekanntheitsgrad. Dies änderte sich schlagartig ändern. Durch eine fast einzigartige Werbekampagne eroberten H & M Plakate die deutschen Städte. Erotische Dessous-Werbung mit den führenden Topmodells (Cindy Carwford, Pamela Anderson Lee, Naomi Campbell, Anna Nicole Smith etc. auf weiblicher Seite; Markus Schenkenberg, Eric Roberts, Vladimir Horowitz, etc. auf männlicher Seite) wurden an strategisch günstigen Positionen wie Bushaltestellen oder Bahnhöfen plakatiert und so zum Blickfang vieler Passanten. Die Kampagne hatte Erfolg. Heute zählt H & M zu den marktführenden Unternehmen in Deutschland, hat über 100 Filialen und 3800 Mitarbeiter (davon 80% weiblich).

## **9. Neue Szenen...**

Es entstehen jederzeit und überall neue Trends und somit auch neue Szenen, manche erblicken nie das Licht des marketingeförderten Durchbruchs und sterben



unerkannt wieder ab, manche tummeln sich unbeachtet der öffentlichen Meinung im Untergrund. Einige neue Szenen, die das Potenzial haben zu einer eigenständigen Jugendszene zu werden, sollen kurz aufgelistet werden:

- ➔ You-Tube-Posumenten
- ➔ Wikipedia-Autoren
- ➔ Themen-Blogger
- ➔ LAN-Gamer
- ➔ Trekkies
- ➔ Graffiti
- ➔ JesusFreaks
- ➔ etc.

## 10. Die Sprache der Jugend<sup>32</sup>

Neben der dialektischen Vielfalt in Deutschland (Hessisch, Bayrisch, Sächsisch etc.) hat sich auch eine Sprache der Jugend entwickelt. Und ebenso wie die Hessen Probleme haben die Schwaben zu verstehen, so hat die ältere Generation teilweise Schwierigkeiten die jüngere Generation zu verstehen. Hinter dem Bemühen der Jugendlichen um eine eigene Sprache steckt die Suche nach einer eigenen Identität. Durch eine eigene Ausdrucksweise soll eine Abgrenzung zur Welt der Erwachsenen erfolgen. Die dominierenden Themen der Jugendsprache sind natürlich Themen dieser Entwicklungsphase (Sex, Schule, Körper, Aussehen, Attraktivität). Diese Sprache der Jugend wird jedoch nicht von allen Jugendlichen in den unterschiedlichen Regionen Deutschlands gleich angewandt. Auch hier gibt es lokale Begriffe und Ausdrücke, die nicht von allen Jugendlichen überall verwendet werden. Trotzdem möchte ich an dieser Stelle, die gebräuchlichsten Ausdrücke und Wörter aufführen, um einen kleinen Einblick in die sich ständig verändernde Sprache der Jugend zu geben. Denn die Jugendsprache ist schnelllebig und nur ein geringer Teil der Wörter wird über einen längeren Zeitraum verwendet und setzt sich dauerhaft durch (wie zum Beispiel Worte wie `cool` oder `geil`).

ab(ripen) - **stehlen** - Hast du die Musik abgerippt? - Nein, im Saturn gekauft.

abziehen - **klauen** - Das habe ich aus dem Schlecker abgezogen.

Achselmoped - Deoroller - Leih mir mal dein Achselmoped.

Akne-X – **viele Pickel im Gesicht haben** – Eh, guck mal. Der Eddie hat Akne-X.

Analhusten – **Blähungen haben** - Hör mal mit dem Analhusten auf. Das stinkt.

ansaugen – **küssen**- Der Marci saugt die Lisa wieder mal an.

asslig – **eklig** – Das ist so asslig bei dem im Zimmer.

aufpimpen – **aufmotzen** – Der hat seinen Polo aber ganz schön aufgepimpt.

Bauarbeiterdekolletee – **zu tief sitzende Hose** – Guck! Das Bauarbeiterdekolletee von Ben.

---

<sup>32</sup> Zusammengestellt von Andi Schuss.

Bildungsschuppen – **Schule** – Endlich brauch ich den Bildungsschuppen nicht mehr sehen.

bläuen – **schwänzen** – Der Kai bläut schon zum dritten mal Mathe diese Woche.

Bong – **Wasserpfeife** - Heute Abend ne Bong rauchen?

breit – **betrunken** - Mann ist der breit.

Böse –**gut**- Das Konzert letzte Woche war echt böse.

Checkerbraut – **sehr intelligente Frau** – Die Pia ist echt ne Checkerbraut.

cremig – **locker bleiben** - Alter, bleib doch cremig.

cruisen – **ziellos umherfahren** – Durch die Stadt cruisen.

de luxe – **super** – Der Film war de luxe.

dissen – **sich abfällig über jemanden äußern** – Peter und Jan haben Lisa gedisst.

Einlauf – **Ärger**- Da habe ich von meinem Meister einen Einlauf bekommen.

Einwegstopfer – **Tampon**- Kannste mir mal einen Einwegstopfer borgen?

Ellies – **Eltern** – Meine Ellies sind am Wochenende weg.

Faker – **Simulant** – Der Tom ist ein alter Faker.

Fratzengeballer – **Schlägerei** – Vor der Disse kam es wieder zu einem Fratzengeballer.

Frittenbunker – **Imbissbude**- Komm, lass uns mal in den Frittenbunker gehen.

Fünf-Finger-Rabatt – **Diebstahl** – Das sieht aber nach einem Fünf-Finger-Rabatt aus.

göbeln – **erbrechen**- Nach dem Wodka musste ich göbeln.

gefickt sein – erwischt werden – Da wurden wir vom Lehrer beim Abschreiben gefickt.

Hasenhirn – **Dummkopf** – Peter ist ein echtes Hasenhirn.

Hirnblähungen – **dumme Ideen** – Jetzt behalt doch mal deine Hirnblähungen für dich.

Hau rein! – **Tschuß** – Hau rein, Alter!

juckig – **Lust auf Sex haben** – Lena war ganz schön juckig gestern.

Krampfadergeschwader – **Gruppe von älteren Menschen** – Da, ein Krampfadergeschwader!

Latte – **egal** – Das ist mir doch latte was du heute Abend machst.

Losrocken – **losgehen**- Es ist schon spät. Lass uns mal losrocken.

Lungenbrötchen – **Zigarette** – Gib mir mal ein Lungenbrötchen.

Männerabstellplatz – **Bierzelt** – Paul is mal wieder beim Männerabstellplatz.

muckelig – **gemütlich** – Der Laden ist ja muckelig.

Murmelschuppen – **Kirche** – Kein Bock jeden Sonntag auf ´n Murmelschuppen.

Nixchecker – **dumme Person** – Das ist ja ein echter Nixchecker.

Partyparasit – **uneingeladener Gast** – Schon wieder dieser Partyparasit.

peilen – **verstehen** – Der peilt ja gar nix.  
Pfosten – **dumme Person** – Was ist das denn für ein Pfosten?  
Pitschen – **ein Bier trinken** – Lass uns mal ein Bier pitschen.  
Poppen – **Sex haben** – Die poppen doch ständig.  
porno – **super** – Das ist ja porno.  
rallen – **verstehen** – Jetzt erst rall ich das.  
Ritzenputzer – **Stringtanga** – Die zeigt mal wieder ihren schwarzen Ritzenputzer.  
saugen – **downloaden** – Der saugt sich mal wieder Filme aus dem Netz.  
schlauchen – **schnorren** – Ich schlauch mir mal ne Zigarette.  
Schmacko – **attraktiver Junge** – Der Andi ist ein Schmacko!  
Schneckattack – **Junge mit mehreren hübschen Mädels** –  
Standard! – **Natürlich!** – Kommste mit zur Eintracht? Standard!  
Terrorkrümel – **nervende Person** – Jetzt halt mal den Rand, du Terrorkrümel.  
Tight – **super**- Das neue Need for speed ist ja tight.  
Umdrehung – **Alkoholprozente** – Das Bier hat 4,8 Umdrehungen.  
vollpanne- **blöd**- Der Abend war ja vollpanne.  
wackern – **feiern** – Lass uns wackern gehen.  
Wasserstange – **Urin lassen** – Ne Wasserstange in die Ecke stellen.  
zocken – **spielen** – Zocken wir am Wochenende?  
Zugetackert- **Person mit vielen Piercings** – Guck dir mal die zugetackerte Alte an.

## **E Was heißt das für die christliche Jugendarbeit?**

Für die postmoderne Gesellschaft der Zukunft wird die Form der kulturell adaptiven Diffusion der Identitätsentwicklung nach Marcia zunehmend Bedeutung erlangen. Denn durch die Vielfalt der Jugendszenen und Multioptionalität bei der Berufs-, Klamotten- und Konsumgüterwahl wird es immer mehr Menschen mit diffusen Identitäten geben. Menschen, die keine Identität mehr entwickeln. Der Person erscheint es sinnvoll, sich beruflich und privat nicht festzulegen, um den kulturellen Anforderungen besser gerecht werden zu können. Klare Werte und feste Lebensziele hindern beim Anpassungsprozess. Doch gerade der Wunsch nach Ordnungen und Sicherheiten erwächst ja gerade wieder bei den Jugendlichen.

Gerade hier kann christliche Jugendarbeit, als eine Szene des Mainstreams, Akzente setzen. Denn wir haben die Chance Normen, Werte und Orientierung zu vermitteln. Weil wir als Christen eben das haben, wonach sich viele Jugendlichen sehnen. Wir haben ein von Jesus Christus geprägtes Lebenskonzept. Dieses gilt es gegen die säkularen Strukturen in die Waagschale zu werfen. Es soll hier nicht um christliche Religion, um das Christentum gehen. Es soll hier allein um Jesus Christus gehen. Um den Lebensstil den der Sohn Gottes uns vorgelebt hat. Hier können wir den

Jugendlichen eine Identität und Orientierung vermitteln, um im Dschungel der Möglichkeiten des Lebens einen Kompass dabei zu haben.

Das hat auch Auswirkungen auf die Religiosität und die eigene Gottesvorstellungen.

## **1. Die Selbstkonstruktion der Gottesvorstellung**

Die Kirche gehört als religiöse Institution für Jugendliche immer noch zum Glauben dazu, aber sie hat kaum noch Einfluss auf die Gestaltung des Glaubens. Sie steht als Symbol, das individuell gefüllt werden muss (Ebertz 2004:15-29). Wenn die Kirche aber an Einfluss verliert, wie kommen Jugendliche dann zu ihren Gottesvorstellungen? Hier stehen wir an einer wichtigen Frage. Jugendliche stehen oftmals für einen individuellen Glauben der Selbstkonstruktion. Aus ihrem familiären Erbe heraus, unter dem gesellschaftlichen Einfluss, suchen sie die eigenen, subjektiven, religiösen Erfahrungen und je nachdem wie sie ausfallen, entsteht langsam die eigene Gottesvorstellung. Diese Selbstkonstruktion des Glaubens steht unter vielen verschiedenen Einflüssen und hat mit der eigenen Identitätsbildung zu tun. Die Selbstbestimmung der Jugendlichen nimmt auch auf der Ebene der eigenen Religiosität zu und ist zu einem formalen Kriterium von Religiosität in der postmodernen Gesellschaft geworden. Dabei gibt es eine durchaus positive religiöse Orientierung und einen steigenden Hang zum Transzendenzen. Religion hat sich in der Selbstkonstruktion der Gottesvorstellungen geweitet (Knoblauch & Schnettler 2004:5-14). Während der christlich-biblische Bezug weiter abnimmt, steigt der spirituell-metatheistische Bezug an (Schweitzer 2003:94-96). Die Autonomie der eigenen Religiosität treibt dabei viele Jugendliche in eine Privatisierung des eigenen Glaubens. Man macht sich Gedanken, sucht religiöse Erfahrungen, ist offen für neue transzendente Formen, macht dies aber mit sich selbst aus, konstruiert die eigene Gottesvorstellung. (Ziebertz, Kalbheim & Riegel 2003:406). Deshalb gibt es auch kaum noch einheitliche Gottesbilder, sondern es müssen neue Typologien unter engen Zielvoraussetzungen gebildet werden, um überhaupt noch Gemeinsamkeiten bei den Glaubenskonstruktionen der Jugendlichen festzustellen, wenn man nur an der religiösen Oberfläche kratzen möchte.

## **2. Herausforderungen für die missionarische Praxis<sup>33</sup>**

Hier sollen thesenartig Impulse für die missionarische Jugendarbeit in Deutschland gegeben werden, die sich aus den bisherigen Ergebnissen und Interpretationen generieren.

### *Offenheit statt Angst*

Viele Jugendliche haben ein Bedürfnis über ihre Religiosität zu sprechen, sind aber auch sehr unsicher gegenüber ihren eigenen Gottesvorstellungen. Es herrscht ein großes Misstrauen anderen Menschen gegenüber und so redet man in öffentlichen Räumen kaum über die eigenen Gottesvorstellungen. Geben christliche Jugendarbeiten oder Gemeinden anders denkenden und glaubenden Jugendlichen die Chance und den Raum zur Begegnung oder ist man sich selbst genug? Hat man Angst sich mit anderen auseinanderzusetzen? Angst, dass der eigene Glaube hinterfragt wird? Angst dass die eigene Gruppe gesprengt wird? Angst dass man mit

---

<sup>33</sup> Die Herausforderungen beziehen sich inhaltlich auf die Ergebnisse der Doktorarbeit des Autors die im Frühjahr 2007 im LIT Verlag erscheint.

seinem eigenen Glauben, abgelehnt wird? Diese Ängste spiegeln ein Grundproblem in der eigenen Gottesvorstellung bei vielen Christen wider und müssen Stück für Stück in Gottesvertrauen umgewandelt werden. Nun weiß ich, dass dies ein langer Weg ist, aber nur durch das Wagnis anderen zu begegnen wird es sich ändern. Die Offenheit, dem anders Glaubenden zu begegnen ist die Grundvoraussetzung für Mission. Das Wissen, dass die *missio Dei* durch mich wirkt, egal wo ich bin, ist ein Schlüssel diese Ängste zu überwinden. Gottes Mission ist nicht abhängig von meinen Bekenntnissen, meiner Kreativität oder meiner Jugendarbeit und schon gar nicht muss ich den allmächtigen Gott verteidigen, ich kann ihm nur in Demut dienen.

### *Beziehungen statt Programme*

Erstaunlich bei der Interpretation der Ergebnisse war, dass viele der befragten Jugendlichen über ihren Glauben und ihre Gottesvorstellungen reden wollen, dies aber nur in einem sehr geschützten Rahmen tun wollen. Das heißt, dass Gespräche über den Glauben vor allem auf der Beziehungsebene ablaufen und nicht über die Programmebene. Viele Jugendarbeiten in Deutschland konzentrieren sich auf das Programme und setzen darauf ihre inhaltlichen Schwerpunkte, so dass wenig Zeit bleibt Beziehungen entstehen zu lassen. Beziehungen entwickeln sich aber nur über einen längeren Zeitraum und in einem offenen Konzept.

Beziehungs- und Begegnungsräume schaffen und niederschwelliger einander begegnen auf der Basis der Konvivenz wäre eine richtige Konsequenz. Beziehungs- und Begegnungsräume entstehen nicht von selbst, sondern müssen geplant werden; Konvivenz, Dialog und Zeugnis sind kein Zufall sondern eine geistliche Einstellung. Diese Einstellung spiegelt eine Frage der Wertschätzung wider, die oftmals noch die richtige Lehre und das unterhaltsame Programm vor dem Wert und der Achtung des anders denkenden Menschen sieht.

### *Annahme statt Apologetik*

Die in der Postmoderne aufgewachsenen Jugendlichen suchen aber nicht in erster Linie die richtige Lehre oder die absolute Wahrheit, sondern sie suchen echte Beziehungen und geschützte Räume. Konvivenz setzt den Respekt und die Annahme meines Gegenübers voraus, auch wenn er anders denkt, anders lebt oder anders aussieht. Diesen Versuch der Annahme zu erleben ist für Jugendliche wichtiger als das Glaubensbekenntnis des Jugendkreises oder der Gemeinde. Vertrauen baut sich nicht dadurch auf, dass ich meinen Glauben gegenüber dem Anderen verteidige, sondern indem ich auf ihn zugehe und einen gleichberechtigten Dialog aufbaue. Ziel ist es, den Dialog zu fördern und apologetische Bekenntnisse abbauen.

### *Erfahrungen statt Dogmen*

Eigene subjektive Erfahrungen sind für Jugendliche der größte Zugang zur Veränderung ihrer eigenen Gottesvorstellung. Wie in den Interviews gelesen, sind die meisten Jugendlichen unter bestimmten Bedingungen offen für eigene religiöse Erfahrungen. Diese Erfahrungen müssen nicht spektakulär sein, sondern geschehen im Alltag der Jugendlichen. Hier müssen Räume geschaffen werden, in denen diese Alltagsspiritualität die Freiheit zur Entfaltung bekommen kann. Themen wie Gebet, Heiliger Geist, Spiritualität oder Mystik müssen wieder mehr in den Mittelpunkt gerückt werden. Erfahrungstheologische Anleitungen aus der Bibel können miteinander erlebt werden, wie beispielsweise Abendmahl, Handauflegung, (biblische) Feste feiern. Alle Sinne der Jugendlichen sollen angesprochen werden, so dass eindruckliche Erlebnisse geschaffen werden, wie zum Beispiel beim Abendmahl: hören (auf die Einsetzungsworte, auf die Stimme Jesu), sehen (Brot,

Wein als sichtbare Gegenwart Jesu, Abendmahlsgeschirr), fühlen (sich gegenseitig Brot und Wein geben und dann selbst in den Händen halten), riechen (der Duft von Brot und Wein) und schmecken (das Brot essen und den Wein trinken). Diese Erlebnisse stehen nicht im Widerspruch zur Theologie oder zu Dogmen und Bekenntnissen, sondern lassen sie in den Händen der Jugendlichen lebendig werden.

#### *Partizipation statt Konsumdenken*

Diese gemeinsamen Erlebnisse fördern die Identifikation und helfen jedem einzelnen Jugendlichen ein Teil des Ganzen zu sein. Die Partizipation ist die Grundlage für eigene Erfahrungen. Dies kann aber nur auf eine freiwillige einladende Art und Weise geschehen. Jeder muss selbst entscheiden, wie und warum er oder sie teilnimmt. Weiterhin spielt sich die Partizipation auf der Zeugnisebene ab. Jeder kann sagen, was er denkt oder fühlt, und somit seinen Beitrag zum Ganzen geben.

Konsumdenken und Bedienungsmentalität sind sehr verbreitet in der Postmoderne. Durch die Verunsicherung lehnen sich viele Jugendliche zurück und beobachten erstmal kritisch was da so geschieht.

#### *Kleine Gruppen statt große Veranstaltungen*

Für die Umsetzung der bisher beschriebenen Punkte sind Großveranstaltungen wenig hilfreich, vielmehr werden kleine, überschaubare Gruppen benötigt, in denen Beziehungen und Vertrauen entstehen können und Konvivenz, Dialog und Zeugnis Raum finden. Großveranstaltungen haben ihren Sinn und Zweck eher in der Motivation von Christen oder für die christlich sozialisierten oder interessierten Jugendlichen (siehe sicher/veränderbare Gottesvorstellung), aber werden die religiöse Suche vieler Jugendlicher nicht beantworten können. Identifikation geschieht über das Vertrauen zu Menschen und nicht über perfekte Programme. Deshalb sind Begegnungsräume, Kleingruppen etc. wichtige inhaltliche Bestandteile einer Jugendarbeit und nicht nur pädagogisches Beiwerk.

Das Ziel von Mission ist es nicht, Menschen einzuladen, Menschen ein gutes Programm zu liefern oder Menschen zu einem Glaubensbekenntnis aufzurufen, sondern sie mit dem Herzen Gottes in Berührung zu bringen.

## Literaturhinweise

### **Gesellschaft:**

Beck, U. 1986. *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne.* Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bürger, Peter. 2000. Ursprung des postmodernen Denkens. Velbrück Wissenschaft.

Feldmann, Klaus: Soziologie kompakt: Eine Einführung. 3., überarbeitete Auflage. Wiesbaden 2005, Verlag für Sozialwissenschaften.

Horx, Matthias: Die acht Sphären der Zukunft. Ein Wegweiser in die Kultur des 21. Jahrhunderts. 3. Auflage. Wien/Hamburg, Signum Verlag.

Horx, Matthias: Wie wir leben werden – unsere Zukunft beginnt jetzt. Frankfurt 2005, Campus Verlag.

Hurrelmann, Klaus: Lebensphase Jugend. Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. 6. Auflage. Grundlagentexte Soziologie. Weinheim/München 1999, Juventa Verlag.

Jugendwerk der Deutschen Shell (Hg.). Jugend 2006. Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus. 15. Shell Jugendstudie. Frankfurt 2006, Fischer Taschenbuchverlag.

Kimball, Dan. 2005. Emerging Church - Die postmoderne Kirche. Asslar, Gerth Medien.

Schäfers, Bernhard: Jugendsoziologie. 7., aktualisierte und überarbeitete Auflage. Opladen 2001, Leske + Budrich/UTB.

Schulze, G. 1995. Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. 5. Auflage. Frankfurt: Campus Verlag.

Schweitzer, Friedrich: Postmoderner Lebenszyklus und Religion. Eine Herausforderung für Kirche und Theologie. Gütersloh 2003, Gütersloher Verlagshaus.

V. Zima, Peter. 1997. Moderne / Postmoderne. Auflage: 2., überarb. Aufl. UTB, Stuttgart.

Welsch, Wolfgang: Wege aus der Moderne. Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion. 2., durchgesehene Auflage. Berlin 1994, Akademie Verlag.

Welsch, Wolfgang. 2002. Unsere postmoderne Moderne. 6., Auflage. Akademie Verlag.

### **Jugend/Jugendkultur:**

Abels, Heinz: Jugend vor der Moderne. Soziologische und psychologische Theorien des 20. Jahrhunderts, Leske + Budrich, Opladen 1993.

Alemann, Heine von (Hrsg.): Mensch Gesellschaft!. ,Leske + Budrich, Opladen 1995.

Allerbeck, U.;Hoag, W.: Jugend ohne Zukunft. Einstellung, Umwelt, Lebensperspektiven, Piper, München 1985.

Anz,Philipp;Walder,Patrik (Hrsg.): Techno. Ricco Bilger, Zürich 1995.

- Baacke, Dieter: Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung, Juventa, Weinheim <sup>3</sup>1999.
- Baacke, Dieter: Die 13 bis 18jährigen. Einführung in das Jugendalter, Beltz, Weinheim (1983) <sup>7</sup>1994.
- Bandura, A. 1979. Sozial-kognitive Lerntheorie. Stuttgart, Klett Verlag.
- Barthelmes, J.; Sander, E.: Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14jährige, Medienerfahrung von Jugendlichen Band 1 Deutschen Jugendinstitut/Juventa, München/Weinheim 1997.
- Barz, Heiner: Meine Religion mach ich mir selbst!. Religion der Jugend heute, Psy.Heute, 22.Jg., 7/95, S.20ff.
- Barz, Heiner: Religion ohne Institution?. Jugend und Religion Band 1, Leske+Budrich, Opladen 1992.
- Barz, Heiner: Die junge Generation in den Alten Bundesländern. Jugend und Religion Band 2, Leske+Budrich, Opladen 1992.
- Barz, Heiner: Postsozialistische Religion. Die junge Generation in den Neuen Bundesländern. Jugend und Religion Band 3, Leske+Budrich, Opladen 1993.
- Barz, H. 2001. Wertewandel und Religion im Spiegel der Jugendforschung. In: Deutsche Jugend, Jg. 49. S. 307-313.
- Bäuerle, Siegfried (Hg.): Kriminalität bei Schülern. Band 2: Der Umgang mit Schülerkriminalität in der Praxis, Angewandte Psychologie, Stuttgart 1989 ,
- Benz, Ute: Gewalt und Fernsehen. Der Umgang mit bedrohlichen Bildern, Metropol, München 1997 38,--DM Bespr. in Psy.h., 7/97, S.81.
- Bertram, H. 1987. Jugend heute. Die Einstellung der Jugend zur Familie, Beruf und Gesellschaft. München, DJI-Verlag.
- Breyvogel (Hg.). Eine Einführung in Jugendkulturen. Lehrbuch. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2005.
- Blask, F. *Ich will Spaß! - Eine Generation jenseits von Gut und Böse*. (München: Wilhelm Heyne Verlag, 1996).
- Biener, K.: Gesundheit der Jugend. Medizinische und pädagogische Aufgaben, Hans Huber, Göttingen/Bern 1991 kt. 221 S., 58,--DM,
- Bopp, Jörg: Die Jugend: angepaßt und aufsässig. , Psych.Heute, 15.Jg., 9/95, S.28-35.
- Böpple, F. /Knüfer, R. *Generation XTC: Techno und Ekstase*. (Berlin: Volk und Welt Verlag, 1996).
- Böhnisch, L. Münchmeier, R. *Pädagogik des Jugendraums: Zur Begründung und Praxis einer sozialräumlichen Jugendpädagogik*. (München: Juventa Verlag, 1993).
- Bois-Reymond, M. du. Oechsle, M. (Hg.). *Neue Jugendbiographie? Zum Strukturwandel der Jugendphase*. (Opladen: Leske + Budrich, 1990).
- Borries, Bode von: Das Geschichtsbewußtsein Jugendlicher. Juventa, Weinheim/München 1995.
- Brenner, Gerd; Grubauer, Franz (Hrsg.): Typisch Mädchen? Typisch Junge?. Persönlichkeitsentwicklung und Wandel der Geschlechterrollen, Praxishilfen für die Jugendarbeit Juventa, Weinheim 1991.



- Brenner, Gerd; Hafeneger, Benno (Hrsg.): Pädagogik mit Jugendlichen. Bildungsansprüche, Wertevermittlung und Individualisierung, Juventa, Weinheim/München 1996.
- Brenner, G./B. Hafeneger (Hg.). *Pädagogik mit Jugendlichen - Bildungsansprüche, Wertevermittlung und Individualisierung*. (München: Juventa Verlag, 1996).
- Brockhaus Enzyklopädie. *Jugend*. Bd.11. (Mannheim: Brockhaus, 1990).
- Brühwiler, H. Methoden der ganzheitlichen Jugend- und Erwachsenenbildung. (Opladen: Leske + Budrich, 1992).
- Bundesministerium für Jugend, Familie und Gesundheit: Die verunsicherte Generation -Jugend im Wertewandel. Ein Bericht des SINUS-Instituts, Leske+Budrich, Opladen 1983.
- Deese, U. Jugend und Jugendmacher - Das wahre Leben in den Szenen der Neunziger. (Düsseldorf: Metropolitan Verlag, 1996).
- Degerloh, St.; Hentschel, M. (Hg.): Knockin' on Heaven's Door. Mit Jugendlichen die Religion ihrer Lebenswelt entdecken, Gütersloher, Gütersloh 1997 192 29,80 DM, 3-579-03016-7.
- Deller, Ulrich; Fritsch, Gerolf; Kozdon, Baldur: Erziehung in der "Offenen Gesellschaft". , Klinkhardt, Bad Heilbrunn/Obb. 1990 174 19,80 DM, 3-7815-0668-1 DFG-Schwerpunktprogramm. 1988. *Vergleichende Kindheits- und Jugendforschung*. Bonn: DFG.
- Ecarius, Jutta: Individualisierung und soziale Reproduktion im Lebensverlauf. Konzepte und Lebenslauforschung, Leske + Budrich, Opladen 1996.
- Ehmann, Hermann: Affengeil. Ein Lexikon der Jugendsprache. C.H.Beck, München<sup>3</sup>1994.
- Ehmann, Hermann: Oberaffengeil. Neues Lexikon der Jugendsprache, C.H. Beck, München 1996.
- Entwurf einer pluralitätsfähigen Religionspädagogik, Gütersloher Verlagshaus 2002
- Erdmann, Johannes; Werner, Georg; Rückriem, Georg; Wolf, Erika (Hg.): Jugend heute. Wege in die Autonomie, Klinkhardt, Bad Heilbrunn 1996 229 29,80 DM, 3-7815-0841-2.
- Esser, Barbara; Holzer, Kerstin: Die romantischen Realisten. Jugend 2000, Focus 12/2000 vom 20. März, S. 62-74.
- Farin, Klaus. Generation kick.de, C.H. Beck Verlag, 2001.
- Faix, Tobias: Die Wa(h)re Jugend. Jugendliche besser verstehen, Hänssler, Neuhausen-Stgt 1997.
- Faix, Tobias: Deine Meinung zählt! Was interessiert junge Leute von heute. Jugendstudie des RMJ 1996-1998 Zusammengefasst und kommentiert von Tobias Faix, RMJ, Kassel 1998.
- Faix, Tobias. Gottesvorstellungen bei Jugendlichen. LIT Verlag, 2007.
- Farin, Klaus: Generation kick.de. Jugendsubkulturen heute, C. H. Beck, München 2001.
- Farin, Klaus; Seidel-Pielen, Eberhard: Skinheads. C.H.Beck, München<sup>3</sup>1995.

- Fend, H. 1988. Sozialgeschichte des Aufwachsens. Bedingungen des Aufwachsens und Jugendgestalten im 20. Jahrhundert. Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Fend, H. 1990. *Vom Kind zum Jugendlichen. Der Übergang und seine Risiken*. Entwicklungspsychologie der Adoleszenz in der Moderne Band 1. Bern, Stuttgart, Toronto: Hans Huber Verlag.
- Fend, H. 1991. *Identitätsentwicklung in der Adoleszenz. Lebensentwürfe, Selbstfindung und Weltaneignung in beruflichen, familiären und dpolitisch-weltanschaulichen Bereichen*. Entwicklungspsychologie der Adoleszenz in der Moderne Band 2. Bern, Stuttgart, Toronto: Hans Huber Verlag.
- Fend, H. 1994. *Die Entdeckung des Selbst und die Verarbeitung der Pubertät*. Entwicklungspsychologie der Adoleszenz in der Moderne Band 3. Bern, Stuttgart, Toronto: Hans Huber Verlag.
- Ferchhoff, Wilfried: Jugend an de Wende vom 20. zum 21. Jahrhundert. Lebensformen und Lebensstile, Leske&Budrich, Oplanden 1999.
- Ferchhoff, Wilfried; Neubauer, G.: Patchwork-Jugend. Eine Einführung in postmoderne Sichtweisen, Leske&Budrich, Oplanden 1997.
- Fusch, H.; Thiemann, Fr.: Stefan steht nur am Rand. Wie die Industrialisierung der Kindheit scheitert..., Pädagogik, 50. Jg., Heft 4/1998, S.42-45.
- Gabriel, Gabriel; Holthausen, Bernd; Schäfer, Heiner: Präventive Projekte gegen Jugendkriminalität. , DJI Bulletin Heft 46, Februar 1999.
- Gergen, Kenneth J.: Das überflutete Selbst. Identitätsprobleme im heutigen Leben, Carl-Auer-Systeme, Heidelberg 1996 K/400 S., 48,--DM.
- Gernert, W. *Jugendhilfe*. 4. völlig neubearbeitete Auflage. UTB für Wissenschaft (München: E. Reinhardt Verlag, 1993).
- Gille, Martina; Krüger, Winfried Hrsg.): Unzufriedene Demokraten. Politische Orientierungen der 16- bis 29jährigen im vereinigten Deutschland, DJI-Jugendsurvey 2 Leske + Budrich, Opladen 2000.
- Gillis, J. R. *Geschichte der Jugend*. (München: W. Heyne Verlag, 1994).
- Gorschenek, G. (Hg.). *Grundwerte in Staat und Gesellschaft*. (München: C.H.Beck Verlag, 1977).
- Günther, H. *Die verwöhnte Generation? Lebensstil und Weltbilder 14-19jähriger*. (Hans Martin Schleyer Stiftung, 1982).
- Goebel, Johannes; Clermont, Chrisoph: Die Tugend der Orientierungslosigkeit. Rowohlt, Reinbek 1999 18,90 DM, 3-499-60599-6.
- Grandt, Guido und Michael: Jugend-Okkultismus: Faszination des Verborgenen. Falken, Niedernhausen 1997.
- Hagemann-White, Carol: Kirche - Clique - Religion. Fallstudien zur kirchlichen Jungendarbeit in der Großstadt, DJI, München 1994 132 19,80 DM, 3-87966-355-6
- Hannover, B.: Das dynamische Selbst. Die Kontextabhängigkeit selbstbezogenes Wissens, Hans Huber, Göttingen/Bern/Toronto 1996.
- Herms-Bohnhoff, Elke: Hotel Mama - Die Nesthocker-Generation. , Psy.Heute, 19. Jg, 9/92, S.64-71.
- Herms-Bohnhoff, Elke: Hotel Mama. Warum erwachsene Kinder heute nicht mehr ausziehen, Kreuz, Stuttgart 1993.

Höring, P. C.: Jugendlichen begegnen. Jugendpastorales Handeln in einer Kirche als Gemeinschaft, Praktische Theologie heute 41 Kohlhammer, Stuttgart 2000 360 59,95 DM, 3-17-015892-9.

Hebecher, Eike. Die Netzgeneration, Campus Verlag, 2001.

Hitzler, Roland. Leben in Szenen, Leske + Budrich, 2001.

Huber, Andreas: Eine leidende Generation. Young is beautiful - oder nicht? Die "@ Generation", Psychologie Heute, 27.Jg., 2/2000, 52-55.

Hundsatz, A.; Klug, H.-P.; Schilling, H. (Hrsg.): Beratung für Jugendliche. Lebenswelten, Problemfelder, Beratungskonzepte, Juventa, Weinheim 1995.

Hurrelmann, Klaus. Lebensphase Jugend, Juventa Verlag, 6. Auflage, 1999.

Hurrelmann, Klaus: Junge Frauen: sensibler und selbstkritischer als junge Männer. Eine Befragung von ca 1700 Jungen und Mädchen, Pädagogik, 43. Jg., 7-8/1991, S.58.

Hurrelmann: Einführung in die Sozialisationstheorie. Über den Zusammenhang von Sozialstruktur und Persönlichkeit, 7. Auflage, 2001

IBM Jugendstudie: Wir sind O.K.!. Stimmungen, Einstellungen, Orientierungen der Jugend in den 90er Jahren, Bund-, Köln 1995.

Janke, Klaus; Niehues, Stefan: Echt abgedreht. Die Jugend der 90er Jahre, C.H.Beck, München <sup>3</sup>1995.

Jugend privat: Verwöhnt? Bindungslos? Hedonistisch?. Ein Bericht des SINUS-Instituts, Leske+Budrich, Opladen 1985.

Jugenwerk der Deutschen Shell (Hrsg.): Jugend '97. Zukunftsperspektiven, gesellschaftliches Engagement, politische Orientierung, 12. Shell Jugendstudie Leske + Budrich, Opladen 1997.

Kahle, Reinhard: Auf dem Sprung. Jugendliche zwischen Abkehr von der Politik und Aufbruch zu neuen Engagement. Ergebnisse der neuen Shell Jugendstudie, Pädagogik, Heft 7-8/1997, S.66-71.

Käsler, Helga: Bitte hört, was ich nicht sage. Signale von Kindern und Jugendlichen verstehen, die nicht mehr leben wollen, Kösel, München 1996.

Kaufmann, Hans Bernhard: Auf der Suche nach Glaubensgewißheit. Junge Menschen fragen nach ihrer Identität, Aussaat-u.Schriftenmissions-, Neukirchen-V. 1988.

Kaufmann, H. B. *Auf der Suche nach Glaubensgewißheit: Junge Menschen fragen nach Identität.* (Aussaat- und Schriftenmissionsverlag, 1988).

Klein, M. *Thrill-Pädagogik - zum Umgang mit dem unkontrollierten Risiko*, Pädagogik mit Jugendlichen. Hg. Gerd Brenner und Benno Hafeneger (Weinheim, München: Juventa Verlag, 1996).

Krafeld, F.J. *Cliquen und Pädagogik.* Pädagogik mit Jugendlichen, Hg. Gerd Brenner, Benno Hafeneger. (Weinheim, München: Juventa Verlag, 1996).

Keddi; Pfeil; Strehmel; Wittmann; Kellermann; Schjönfeld u.a.: Mehr als Kinder, Küche und Karriere. Gehen Frauen in Führung u.a. Themen, DJI Bulletin Heft 48, Oktober 1999.

Klemm, Klaus: Die Kellerkinder der Globalisierung: Jugend ohne Beruf. mit Tabellen, Pädagogik, 2/2001.

Knauer, Reingard; Brandt, Petra: Kinder können mitentscheiden. Beteiligung von Kindern und Jugendlichen in Kindergarten, Schule und Jugendarbeit, Luchterhand, Neuwied/Berlin 1998.

Kögler, Traugott: Veränderte Kindheit, verlängerte Jugend. , Glaube und Erziehung, 50Jg., 6/98, S.47.

Kolip, Petra: Freundschaften im Jugendalter. Der Beitrag sozialer Netzwerke zu Problembewältigung, Juventa, Weinheim 1993.

Kullen, Siegfried: Die Macht der Jugendszene. Glauben und Erziehung 48.Jg., Nr.6/96, S.43ff und 7/8 1996, S.51ff.

Leggewie, Claus: die 89er. Portrait einer Generation, Hoffmann und Campe, Hamburg 1995.

Leske + Budrich (Hg.). *Die verunsicherte Generation Jugend und Wertewandel*. (Opladen: Leske + Budrich, 1983).

Leske + Budrich (Hg.). *Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*. Band 1. Jugendwerk der Deutschen Shell. ( Leske + Budrich, 1992).

Leske + Budrich (Hg.). *Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*. Band 3. Jugendwerk der Deutschen Shell. (Leske + Budrich, 1992).

Leske + Budrich (Hg.). *Jugend '92: Lebenslagen, Orientierungen und Entwicklungsperspektiven im vereinigten Deutschland*. Band 4. Jugendwerk der Deutschen Shell. (Leske + Budrich, 1992).

Leske + Budrich (Hg.). *Jugend privat Verwöhnt? Bindungslos? Hedonistisch?*. (Opladen: Leske + Budrich, 1985).Mansel, J. *Leistungsarbeit in der Schule: Null-Bock oder Bock auf interessante Tätigkeiten*. Die Jugend von heute. Hg. Jürgen Mansel, Andeas Klocke .(Weinheim, München: Juventa Verlag, 1996).

Leyk, Günter: Mit der Jugend von Gott sprechen. Gottesbilder kirchlich orientierter Jugendlicher im Horizont korrelativer Theologie, Kohlhammer, Stuttgart 1994 DM 59,80.

Lenz, K. 1986. Alltagswelten von Jugendlichen. Frankfurt: Campus Verlag.

Lenz, K. 1988. Die vielen Gesichter von Jugendlichen. Frankfurt: Campus Verlag.

Lindner, Werner: Jugendprotest seit der fünfziger Jahre. Dissens und kultureller Eigensinn, Leske+Budirch, Opladen 1996.

Line, Gudrun; Pelull, Wolfgang (Hg.): *Jugend: Arbeit und Interessenvertretung in Europa*. Befunde aus der Jugendforschung und gewerkschaftlichen Praxis, Leske + Budrich, Opladen 1993.

Mansel, Jürgen: Angst vor Gewalt. Eine Untersuchung zu jugendlichen Opfern und Tätern, Jugendforschung Juventa, Weinheim 2001 304 49,80 DM, 3-7799-0470-5.

Mansel,Jürgen;Klocke,Andreas (Hrsg.): *Die Jugend von Heute: Selbstanspruch, Stigma und Wirklichkeit*. Juventa, München 1996.

Maurer, Friedemann: Lebensinn und Lernen. Zur Anthropologie der Kindheit und des Jugendalters, Klinkhardt, Bad Heilbrunn/Obb. <sup>2</sup>1992 174 29,80 DM, 3-7815-0707-6.

Meier, Jörg Otto: Eigentlich sind wir gut drauf. Jugendliche über heute und morgen, Rowohlt, Reinbek 1999.

- Merkena: Jahrbuch Jugendforschung 2001, Leske + Budrich, 2001
- Mohr, R. *Zaungäste - Die Generation , die nach der Revolte kam*. 4. Auflage. (Frankfurt: Fischer Verlag, 1992).
- Müller-Thrau, C.-P. *Laß uns mal ´ne Schnecke angraben: Sprache und Sprüche der Jugendszene*. 5. Auflage. (Düsseldorf: Econ Verlag, 1983).
- Ipkow;Weingardt u.a.: Lebenswelten Jugendlicher. Jugendarbeit - Schule - Gemeinde, Christliche Initiative Brennpunkt Erziehung, IMD 21, 1998.
- Oerter, R. (Hg.) 1985. Lebensbewältigung im Jugendalter. Weinheim VCH Verlag.
- Oerter, K. 1987. Jugendalter. In: Oerter, R.; Montada, L. (Hg): Entwicklungspsychologie. München: Urban & Schwarzenberg. Seite 265-337.
- Oerter, R.; Montada, L. (Hg) 1987. Entwicklungspsychologie. München: Urban & Schwarzenberg.
- Opaschowski, Horst W.: Arbeitsmensch 2000. Für die junge Generation sind Leistung und Lebensgenuß keine Gegensätze mehr, Die politische Meinung, 41. Jg., Nr. 324, November 1996.
- Pipher, Mary: Pubertätskrise junger Mädchen und wie Eltern helfen können. Krüger, Frankfurt/M. 1996.
- Platta, Holdger: Identitäts-Ideen. Zur gesellschaftlichen Vernichtung unseres Rabe, Horst: Jugend. Beiträge zum Verständnis und zur Bewertung des Jugendproblems, Universitätsverlag, Konstanz 1984.
- Raabe, H. (Hg.). *Jugend: Beiträge zum Verständnis und zur Bewertung des Jugendproblems*. (Konstanz: Universitätsverlag, 1984).Radde, M. Sander, U. Vollbrecht R. (Hg.). *Jugendzeit - Medienzeit*. (München: Juventa Verlag, 1988).
- Radde, Martin; Sander, Uwe; Ollbrecht, Ralf (Hrsg.): Jugendzeit - Medienzeit. Daten, Tendenzen, Analysen für eine jugendorientierte Medienerziehung, Juventa, Weinheim 1988.
- Regenbogen, Arnim: Sozialisation in den 90er Jahren. Lebensziele, Wertmaßstäbe und politische Ideale bei Jugendlichen, Leske + Budrich, Opladen 1997.
- Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hg): Band 4: Datenhandbuch. Materialien zum 8. Jugendbericht, Deutsches Jugendinstitut, Weinheim 1990 ,
- Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hrsg.): Band 3: Risiken des Heranwachsens. Materialien zum 8. Jugendbericht, Deutsches Jugendinstitut, Weinheim 1990 ,
- Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hrsg.): Band 2: Lebensverhältnisse Jugendlicher. Materialien zum 8. Jugendbericht, Deutsches Jugendinstitut, Weinheim 1990.
- Sachverständigenkommission 8. Jugendbericht (Hrsg.): Band 1: Jugendhilfe - Historischer Rückblick und neuere Entwicklungen. Materialien zum 8. Jugendbericht, Deutsches Jugendinstitut, Weinheim 1990.
- Saunders, N. *Ecsatsy*. 3. unveränderte Auflage. (Zürich: Verlag Ricco Bilger, 1996).
- Schäfer, B. Soziologie des Jugendalters, UTB, 6. Auflage, 1998.
- Schäffers, Bernhard: Soziologie des Jugendalters. UTB 1131 Leske + Budrich, Opladen (1994) <sup>6</sup>1998.

- Schelsky, Helmut: Die skeptische Generation. Eine Soziologie der deutschen Jugend, Ullstein, Frankfurt/M. 1957.
- Schmidtchen, Gerhard: Wie weit ist der Weg nach Deutschland?. Sozialpsychologie der Jugend in der postsozialistischen Welt, Leske + Budrich, Opladen (1997) <sup>2</sup>1997.
- Schröder, Helmut: Jugend und Modernisierung. Strukturwandel der Jugendphase und Statuspassagen auf dem Weg zum Erwachsensein, Juventa, Weinheim/München 1995.
- Schröder, Achim. Jugendkultur + Adoleszenz. Luchterhand, 1998.
- Schweitzer: Die Suche nach eigenem Glauben. Einführung in die Relegionspädagogik des Jugendalters, Gütersloher Verlagshaus, 1996
- Speitkamp, Winfried: Jugend in der Neuzeit. Deutschland vom 16. bis 20. Jahrhundert, Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 1998 322 49,--DM.
- Spokk (Hrsg.): Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Bollmann, Mannheim 1997.
- Stange, Helmut: Jugend, Identität, Sexualität. Zur Ambivalenz von Individualisierungsprozessen unter erschwerten Lern- und Lebensbedingungen, Projekt, 1994.
- Steinle/Wippermann. Die neue Moral der Netzwerkkinder. Piper Verlag, münchen 2003.
- Storch, Maja: Das Eltern-Kind-Verhältnis im Jugendalter. Eine empirische Längsschnittstudie, Juventa, Weinheim 1994.
- Streit, Fischer;Münchmeiner: Acht Jugendporträts zur 12. Shell Jugendstudie. Leske + Budrich, Opladen 1997.
- Schumann-Hengsteler, R./Trautner, H-M. 1996. *Entwicklung im Jugendalter*. Göttingen: Hofgrefe Verlag.
- Tremmel, Jörg: Der Generationenbetrug. Plädoyer für das Recht der Jugend auf Zukunft, Eichborn, 1996.
- Tully, Claus J. (Hg.): Erziehung zur Mobilität. Jugendliche in der automobilen Gesellschaft, Campus, Frankfurt/M. 2000.
- Tully, Claus J.; Schulz, Ulrike: Mobilität in der Jgendiforschung. Jugendkultureller Alltag - untersucht im Rahmen des Projekts U@Move, in: Deutsches Jugendinstitut, Das Forschungsjahr 2000, S. 46-57 DJI, München 2001.
- Vaitkus, Alfons: Jugend gibt es nicht. Zum Dilemma der Sozialpädagogik im Umgang mit einem Schlüsselbegriff, Athenäus, Frankfurt 1988.
- Veen, Hans-Joachim: Eine Jugend in Deutschland?. Orientierungen und Verhaltensweisen der Jugend in Ost und West, Leske + Budrich, Opladen 1994.
- Velten, Dieter: Jugend 2000. Anmerkungen zur 13. Shellstudie, Glaube und Erziehung, 52.Jg., 4/00.
- Walder, P./P. Anz. *Techno*. (Zürich: Verlag Ricco Bilger, 1995).
- Wetzstein u.a. Jugendliche Cliques. Zur Bedeutung der Cliques und ihrer Herkunftswelten. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2005.
- Wunderlich, Ursula: Suizidalität bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Roderer, 2000.

Zinnecker, Jürgen: Jugendkultur 1940-1985. Leske+Budrich, Opladen 1987.

**Internet:**

[www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de) abgelesen am 19.10.2006

[www.zeit.de](http://www.zeit.de) abgelesen am 10.10.2006

[www.fr-aktuell.de](http://www.fr-aktuell.de) abgelesen am 10.10.2006

[www.jugendszenen.com](http://www.jugendszenen.com) abgelesen am 10.10.2006

[www.berlinonline.de](http://www.berlinonline.de) abgelesen am 10.10.2006

<http://www.jugendszenen.de/home/index.php?>

<http://www.jugendinfo.de/themen.php/251/1668>

[www.stangl-taller.de](http://www.stangl-taller.de) abgelesen am 21.04.2006

---

<sup>1</sup> Nach einem Vortrag von K. Janke, Köln.

<sup>2</sup> M. Horx, *Trendbuch*, (Düsseldorf: Econ Verlag, 1993), 6+7.

<sup>3</sup> M. Horx: a. a. O., 20.