

GENERATION Z

eine Zusammenfassung von Thomas Engelke

Quellenangabe: OneHope <https://onehope.net/wp-content/uploads/2020/10/What-We-Know-About-Gen-Z-2020-1.pdf>

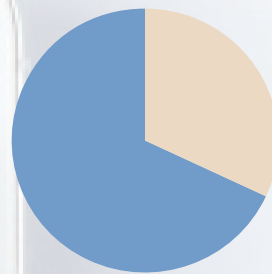
„This may be getting to the heart of the issue. “Social media is where they feel most “seen”—but the version of themselves that is being seen isn’t authentic,” Barna writes. Teens appear to be sharing their real lives with others, but the things they post online may not match how they really feel.” (S.29)

DAS KANN DOCH NICHT SEIN

Gen Z hat im Vergleich zu den vorherigen Generationen eine geringere Risikobereitschaft. Viele haben persönlich konservative Einstellungen. Laut einer niederländischen Studie haben sich (nur) 16% im Schulalter betrunken, 12% einen Joint geraucht und 9% Sex gehabt.

IMPLEMENTIERE

Gib dir Mühe, Gen Z zu verstehen (Denkweise, Herausforderungen, Überzeugungen, Verhaltensweisen Merkmale, Lebenswelt [...]). Ein tieferes Verständnis der Kinder und Jugendlichen wird zwangsläufig deinen Dienst an ihnen beeinflussen, sei es hinsichtlich der Gestaltung der Kinder- und Jugendtreffen oder hinsichtlich der Kommunikation des Evangeliums. Welche Chancen und Herausforderungen finden sich in Gen Z, um sie mit der Botschaft des Evangeliums zu erreichen? Wie lässt sich das konkret in den Dienst als Kinder- oder Jugendmitarbeiter umsetzen?



68 %

der Gen Z - angehörigen USA-Teens fühlen sich aufgrund von Social Media manchmal

oder oft traurig, ängstlich und deprimiert (S.29).

Diese Zahl verdeutlicht neben der Tatsache, dass Social Media in der Untersuchung von Gen Z eine große Bedeutung hat, einen Aspekt der negativen Effekte der „Online-Welt“ auf Kinder und Jugendliche.

IN EINEM SATZ

Der Literaturüberblick (Metastudie) bietet eine Einführung in die Gen Z – anhand der Kategorien *prägende Ereignisse, Glaubensüberzeugungen, Einstellungen und Verhaltensweisen, Technikeffekt sowie Lernen, Arbeiten und Führen* – mit dem Ziel, die Herausforderungen, aber auch die Chancen aufzuzeigen, die sich nutzen lassen, um junge Menschen mit der Wahrheit und Hoffnung des Evangeliums zu erreichen.

Bei dem zugrundeliegenden Dokument

What we know about Gen Z (Was wir über Gen Z wissen) handelt es sich nicht um eine eigene Studie, sondern um einen Literaturüberblick (Literature Review). Mit dem Ziel, als Vorbereitung eigener Studien einen Blick auf die bestehende Forschung über Gen Z zu werfen, wurde dieser im Oktober 2018 von Feed, einer OneHope - Initiative, herausgegeben.

In dem Literaturüberblick wird im Sinne einer Metastudie auf 38 Primärstudien über Jugendliche der Gen Z zurückgegriffen. Während die Daten der meisten Studien aus den USA oder Kanada stammen (21 von 38 Studien), basieren andere auf Studien u. a. aus Australien, Vietnam, Afrika, Europa oder auf global angelegten Studien.

Was ist Gen Z

Die Bezeichnung Gen Z stammt aus der Generationenforschung. Diese teilt die Bevölkerung entsprechend dem Alter in Gruppen ein, genannt Generationen bzw. Kohorten, um die (gemeinsamen) Merkmale der Menschen einer Generation zu untersuchen. Auch den prägenden Ereignissen in der Zeit des Erwachsenwerdens kommt eine wichtige Rolle zu. Letztendlich entsteht für jede Generation tendenziell ein Archetyp.

Gen Z, auch iGen, Homelanders oder Post-Millennials genannt, ist der Name für die neuste Generation. Zu ihr gehören all diejenigen, die in dem Zeitraum von 1997-2012 geboren wurden, wenngleich es über die exakten Grenzen keinen Konsens gibt. Die beiden vorherigen Generationen werden Millennials (1981-1996 geboren) und Gen X (1965-1980 geboren) genannt. Weltweit umfasst Gen Z 1,8 Mrd. (23,7% der Weltbevölkerung) und in Europa 116 Mio. (16% der Bevölkerung Europas) Menschen.

Ziel der Generationenforschung

Allgemein ausgedrückt dient Generationenforschung dem Zweck, die einzelnen Menschen einer Generation besser zu verstehen. Sie findet Anwendung im Marketing, im Bildungswesen und in der Arbeitswelt. Doch auch für die Kirche ist Generationsforschung relevant. So haben junge Menschen heute im Gegensatz zu vorherigen Generationen eine andere Sicht auf die Welt, auf den Glauben, auf sich selbst und auf die Zukunft. All das hat einen direkten Einfluss auf die Art und Weise, wie wir als Christen Kirche im Heute gestalten und jungen

Menschen begegnen. Junge Menschen zu verstehen hat den Zweck, ihnen effektiver dienen zu können. Christlich motivierte Generationenforschung will die Kirche bzw. die Kinder- und Jugendmitarbeiter ausrüsten, indem sie ihnen Möglichkeiten und Herausforderungen zu erkennen gibt, Kinder und Jugendliche mit der Wahrheit und mit der Hoffnung des Evangeliums zu erreichen.

Aufbau des Literaturüberblicks

Im Hauptteil des Literaturüberblicks werden die Studienergebnisse mithilfe folgender Kategorien dargestellt: Prägende Faktoren, Glaubensüberzeugungen, Einstellungen und Verhaltensweisen, Lernen, Arbeiten und Führen, sowie der Technik-Effekt. Nach einer Einleitung, die allgemeine Informationen über den Literaturüberblick, der Generationenforschung und Gen Z enthält, werden außerdem Schlüsselergebnisse kurz und bündig dargestellt. Eine Zusammenfassung mit Ausblick schließt das Dokument ab.



**YOUTH
INSIDE**

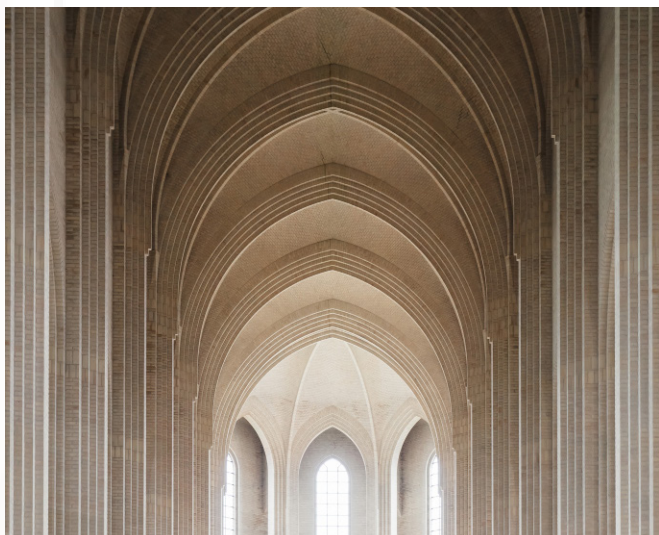
Ergebnisse

Der Literaturüberblick – selbst eine Zusammenfassung (Metastudie) – enthält zahlreiche qualitative und quantitative Umfrageergebnisse. Diese ergeben letztendlich erst in ihrer Gesamtheit ein (verständliches) Bild der Gen Z. Repräsentativ seien im Folgenden zu jeder Kategorie eine kleine Auswahl der Ergebnisse genannt. Ein kleiner Abschnitt fasst die wichtigsten Feststellungen zusammen.

Was Gen Z geprägt hat

- Weltwirtschaftskrise, 9/11, Naturkatastrophen
- Internet: *always-on, always-connected digital life*
- Smartphones, Social Media
- Multikulturelle Gesellschaften
- LGBTQ

Zu den prägenden Ereignissen in der Zeit des Erwachsenwerdens gehören die Weltwirtschaftskrise (2008), die Terroranschläge in New York (2001) samt dem seitdem andauernden Krieg gegen den Terror und Naturkatastrophen besonders großen Ausmaßes (2004, 2010, 2011). Diese Ereignisse haben in der Gen Z eine Sicht der Welt als unsicheren und gefährlichen Ort sowie eine Überbesorgnis im Blick auf finanzielle Aussichten hinterlassen. Die Verbreitung des Internets führte zudem zu einem „always-on, always-connected digital life“; Die Welt ist ruhelos; Jeder bekommt an jedem Ort mit, was in der Welt passiert. Internetverbundene Smartphones, soziale Medien, multikulturelle Gesellschaften und Toleranz- bzw. Selbstbestimmungsdebatten (LGBTQ) haben großen Einfluss auf Gen Z. Gleichheit (Equality) hat sich zu einem nicht-verhandelbaren Wert entwickelt.



Glaubensüberzeugungen

in **12 von 21** europäischen Ländern identifizieren sich über die Hälfte (55-91 %) nicht mit einer Religion oder Konfession.

in **18 von 21** europäischen Ländern besuchen **weniger als 10 %** jede Woche einen Gottesdienst.

56 % der UK-Teens, die an Gott glauben, sind nicht daran interessiert, mehr von Gott zu erfahren.

36 % der USA-Teens, die in die Kirche gehen, bezeichnen Menschen, die zur Kirche gehen, als heuchlerisch.

für **25 %** ist die Kirche kein sicherer Platz, um Zweifel zu äußern.

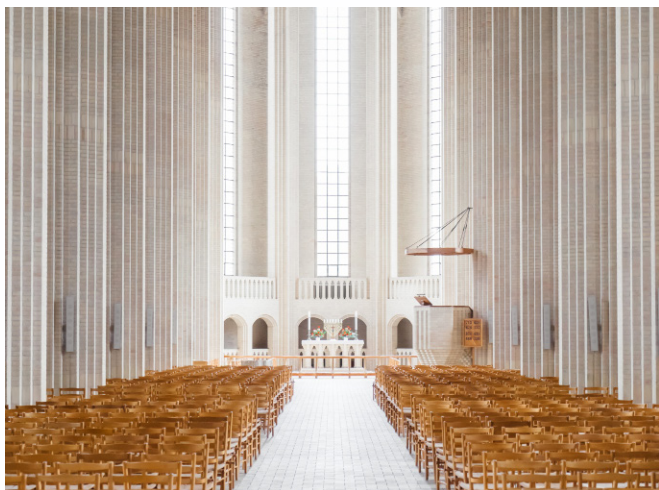
25 % verknüpfen Kirche mit einem richtenden Bild.

04 % der USA- Teens, die sich als Christen bezeichnen, haben eine biblische Weltanschauung.

weniger als **10 %** der UK-Kirchen behandeln regelmäßig Themen, die bei der Gen Z ganz oben auf der Liste stehen (mentalhealth and self-esteem, sex and relationships, same-sex attraction).

Im Vergleich zu vorherigen Generationen ist Gen Z rein von den Zahlen her weniger religiös. Während weniger in die Kirche gehen, gibt es mehr Atheisten. Religiöse Indifferenz ist ein zunehmendes Phänomen (sog. „nones“). Dabei haben sich viele nicht bewusst gegen die Kirche bzw. den Glauben entschieden. Die einen sind einfach in einer nach-christlichen Kultur aufgewachsen. Andere haben das Interesse verloren. Viele sind weniger anti-christlich als einfach nicht-christlich. Crossman stellt erschreckender Weise fest: „[T]hey seemingly lost interest and drifted away [...] young people don't think a life with Jesus is worth their time“ (S. 15). Viele meinen, Jesus nicht zu brauchen. Sie haben kein Interesse daran, mehr über Gott zu erfahren.

Was Gen Z von der Kirche erwarten würde, zeigen folgende negative Stimmen hinsichtlich der Institution Kirche: Sie ist eine Gemeinschaft ohne Ziel und Leidenschaft ... Viele Kirchgänger sind Heuchler ... Sie behandelt keine



interessanten Themen ... Sie ist für das persönliche Leben nicht relevant ... In der Kirche findet man keine Antworten auf spirituelle Fragen.

Unter christlichen Kindern und Jugendlichen ist eine Lücke in biblisch begründetem Glauben festzustellen. Nur wenige haben eine echt-biblische Weltanschauung. Zudem sind sich viele in ihren Glaubensbekenntnissen nicht sicher, Zweifel sind da. Dass absolute Wahrheit nicht unbedingt als Wert angesehen wird, trägt seinen Teil dazu dabei (Relativismus). Dazu ist Toleranz ein Gen Z – kennzeichnender Wert. Gen Z – Teens haben Angst, definitive Aussagen zu treffen. In ihrer Harmoniebedürftigkeit machen sie ungern Aussagen über etwas, was Gegenwehr verursachen könnte.

Einstellungen und Verhaltensweisen

USA Teens beschreiben sich als:

- 42 % glücklich
- 34 % zuversichtlich
- 29 % aufgeregt
- 29 % motiviert
- 28 % optimistisch

2 / 3 der USA-Teens machen sich Sorgen über ihre Zukunft.

für 42 % der USA-Teens ist finanzielle Sicherheit der Maßstab für Erwachsensein.
(Vergleichswert: Millennials 25 %)

77 % meint, man muss härter als die letzte Generation arbeiten, um ein erfüllendes Berufsleben zu haben (USA).

Im Schulalter haben sich
16 % betrunken
12 % einen Joint geraucht
09 % Sex gehabt
(Niederlande)

7 / 10 USA-Teens finden es akzeptabel als ein Geschlecht geboren zu werden, sich aber wie ein anderes zu fühlen.

47 % sehen sich selbst als jemanden, der in etwas Experte ist (USA).

Im Blick auf Einstellungen und Verhaltensweisen ist Gen Z voll von Kontrasten.

Zum einen sind sie im Blick auf Wirtschaft, finanzielle Aussichten oder Umwelt zwar wenig optimistisch, haben jedoch einen hohen persönlichen Optimismus.

Zum anderen haben sie zwar konservative persönliche Einstellungen, im Blick auf soziale Probleme sind sie jedoch höchst fortschrittlich.

Viele sehnen sich nach finanzieller Unabhängigkeit. Dafür wollen sie sich auf ihre Karriere fokussieren, hart arbeiten und neue Wege finden, mit den aktuellen Problemen umzugehen. Sie sind zuversichtlich, dass sie Probleme bewältigen können. Arbeitslosigkeit, Terrorismus oder Studienkosten bereiten dennoch Sorgen. Da sie erfahren haben, dass die Welt sich über Nacht ändern kann, wollen sie im Blick auf solche Situationen nicht unvorbereitet sein. Sie sind kritisch eingestellt und haben offene Augen.

Interessanterweise ist ihre Risikobereitschaft vergleichsweise gering einzuschätzen.

Viele lassen sich Zeit im Erwachsenwerden. In vorherigen Generationen war man vergleichsweise schneller erwachsen. Nicht wenige sind politisch und sozial engagiert – mit liberalen Tendenzen (1/3 der USA-Studenten). Gleichberechtigung ist ein Schlüsselthema für Gen Z. Sie vermeiden Gegenwehr. Dabei fällt es 50% schwer, mit Menschen aus einem anderen ethnischen Hintergrund oder mit Menschen, die andere Glaubensüberzeugungen teilen, zu reden. Tendenziell neigen sie dazu, solche Themen einfach zu vermeiden oder zu ignorieren. 34% wissen nicht einmal, ob die meisten ihrer Freunde ihre Glaubensüberzeugungen teilen.

Kurzum: „Driven, ambitious, and progressive, yes, but a Gen Z teen is still a teen—with hopes and dreams and plenty in life still to figure out“ (S. 22).

für 59 % ist YouTube die bevorzugte Lernmethode.

47 % verbringen mindestens 3 Stunden am Tag bei YouTube (USA).

Ranking der besten Lernmethoden:

1. Learning by doing
2. Zusehen
3. Online-Recherche
4. Gruppenarbeit

69 % haben den Traum, ein eigenes Unternehmen zu gründen.

79 % geben zu, dass sie zuvor mehr Bildung brauchen und Fähigkeiten erlernen müssen.

65 % wollen es an die Spitze der Karriereleiter schaffen (USA).

für ca. 1/3 ist die Angst zu Versagen ein Hindernis dafür, eine Führungsposition anzustreben.

Gen Z sind keine Passiv-Lerner. Sie lernen am effektivsten bzw. liebsten, indem sie selbst etwas tun (learning by doing), zusehen, (Online-)Recherche betreiben oder in Gruppen arbeiten. Youtube ist in diesem Kontext eine häufig benutzte Plattform. Auch wenn sie ein ausgeprägtes „do it yourself-mindset“ (S. 32) haben und dementsprechend Selbstmotivation mitbringen, brauchen sie weiterhin Anleitung, Lernstrukturen und v.a. die Gesellschaft von Gleichaltrigen bzw. Freunden.

Viele sehen Bildung als Chance, ihr kritisches Denken zu verbessern und sind davon überzeugt, dass sie für die Karriere Wesentliches außerhalb der Schule lernen. Eine hohe Bildung sehen sie als Schlüssel für eine zukünftige Karriere, die ihrerseits einen hohen Stellenwert innehat.

Gen Z hat einen unternehmerischen, kreativen und ambitionierten Geist. Sie sind motiviert, ihre eigene Zukunft zu gestalten. Viele streben danach, ein eigenes Unternehmen zu gründen und Leitungsrollen einzunehmen. Sie verbinden damit zusätzliche Freiheit und die Möglichkeit, andere zu coachen, Einfluss auf die Gesellschaft auszuüben und einen Unterschied zu machen. Dabei haben jedoch nicht wenige Angst zu versagen. Auch wenn sie mit freudiger Erwartung und Anspannung nach vorne schauen, sind nicht wenige nervös und fühlen sich noch nicht vollständig vorbereitet.



Gen Z lässt sich als unstetig beschreiben. Während viele noch nicht wissen, was sie machen wollen, erwarten 60% bis zum 30. Lebensjahr unterschiedliche Karrierelaufbahnen einzuschlagen. Eine positive Einstellung, klare Erfolgsziele und eine offene Kommunikation sind die am meisten gewünschten Eigenschaften ihrer potenziellen Chefs.

Der Technik-Effekt

90 % gehen mit Smartphones ins Bett (USA).

80 % der Internetnutzer nutzen regelmäßig ein anderes Gerät beim Fernsehen („second screening“).

ca. 1/3 der USA-Teens meint, Social Media beeinflusst direkt deine Beliebtheit.

68 % fühlen sich aufgrund von Social Media manchmal oder oft traurig, ängstlich und deprimiert (USA).

für 58 % ist Social Media eine Hilfe, sich selbst auszudrücken (USA).

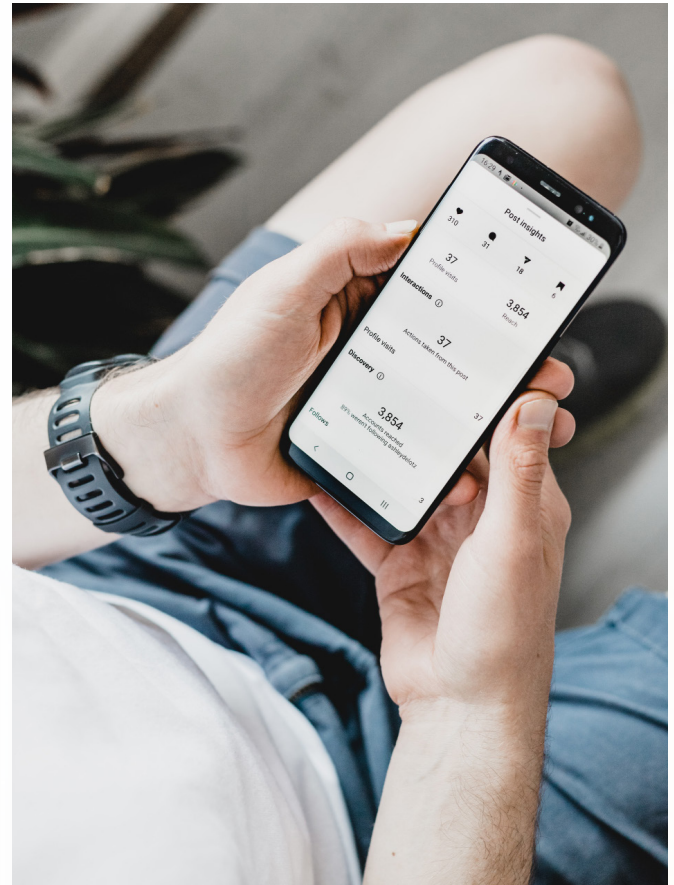
Gen Z kann als erste Generation als digitale Natives bezeichnet werden. Die meisten sind mit Internet, Smartphones und Social Media aufgewachsen. All das hat enorme Auswirkungen, wenngleich längst noch nicht alle (Langzeit-)Effekte bekannt sind.

Die durchschnittlichen Zeiten im Internet, am Bildschirm und in Social Media sind beachtlich. Die meisten nutzen mehrere Bildschirme gleichzeitig und gehen nicht ohne ihr Smartphone zu Bett. Social Media ist ihr täglicher Begleiter. Gen Z ist eine „on-demand generation“ (S. 28). Wenn sie etwas wollen, erwarten sie die gewünschten Inhalte, egal wo sie sind.

Durch zahlreiche Plattformen sind sie permanent in der Lage, ihre eigene Online-Identität zu kuratieren. Dort können sie entscheiden, wer sie sein wollen. Doch das Problem ist, dass diese Identität keine authentische Version ihres Selbst ist. Deshalb lässt sich formulieren: Obwohl sie online am meisten gesehen werden, weiß hierdurch keiner, wie sie sich wirklich fühlen.

Gen Z ist grundsätzlich vorsichtig im Netz. Bevorzugt werden Plattformen, die Impermanenz ermöglichen (z.B. Snapchat). Vielen ist bewusst, zu häufig online zu sein. Nicht wenige fühlen sich müde. Ihnen macht der Druck zu schaffen, permanent Aufmerksamkeit generieren zu müssen. Social Media gibt ihnen ein schlechtes Gewissen und das Gefühl, etwas zu verpassen. Auf der anderen Seite hilft Social Media 58% der USA-Teens, sich selbst auszudrücken.

Manche Forscher haben eine Korrelation zwischen Bildschirmzeit und Depressionen, genereller Unzufriedenheit und sogar Suizidgefahr festgestellt.



Bedeutung für die Kinder- und Jugendarbeit

Was soll ein Kinder- oder Jugendmitarbeiter mit all den Zahlen und Informationen anfangen?

Wie bereits erwähnt, besteht das Ziel darin, die junge Generation zu verstehen. Ein Verständnis der Kinder und Jugendlichen (ihrer Lebenswelt, ihrer Denkweisen, ihrer Herausforderungen, ihrer Glaubensüberzeugungen [...]) ist ein wichtiger Eckstein für eine erfolgreiche Kinder- und Jugendarbeit.

Kinder und Jugendliche mit der Botschaft von Jesus Christus zu erreichen und einen bleibenden und standfesten Glauben in ihnen zu fördern- so könnte man das letztendliche Ziel formulieren. Aus der Beschäftigung mit Gen Z lassen sich sicherlich viele verschiedenste Schlüsse für die Kinder- und Jugendarbeit folgern. An dieser Stelle sollen in Form der folgenden 10 Stichworte nur ein paar kurze Impulse zum Weiterdenken gegeben werden:

1. Hoffnung: Das Evangelium im Zentrum

Das Evangelium sollte das Zentrum *jeder* Kinder- und Jugendarbeit sein, egal in welcher Generation. Doch Herangehensweisen, Schwerpunkte oder die Art und Weise der Kommunikation können sich unterscheiden.

Gen Z braucht Hoffnung. Auf ihre Sicht der Welt als gefährlichen und unsicheren Ort (s.a. Corona-Krise), auf ihre Versagensängste oder auf ihre Sorgen im Blick auf ihre (finanzielle) Zukunft lässt sich wunderbar mit der Hoffnung des Evangeliums und mit der Hoffnung, die bei Gott zu finden ist, antworten. Gott hat alles in der Hand: Die ganze Welt, aber auch jeden persönlich (Ps 33). Jesus hat am Kreuz die Grundlage für eine herrliche Zukunft eines jeden Einzelnen gelegt. Gott gibt Geborgenheit und (inneren) Frieden: Auf ihn können wir unsere Sorgen werfen. Gott wird eine Welt schaffen, in der Gerechtigkeit wohnt (2.Pet 3,13).

Gen Z meint, die Zukunft liegt in ihrer eigenen Hand. Das diszipliniert und motiviert, setzt aber genauso unter Druck und schnürt Ängste und Sorgen nur noch enger.

Kinder und Jugendliche brauchen kein Selbstbewusstsein, sie brauchen Christusbewusstsein. Glauben heißt, Gott die Kontrolle abzugeben. Die Kraft zum Leben kommt nicht aus uns selbst, Gott gibt sie uns in seiner Gnade (2.Pet 1). Diese Botschaften sollten wir Kindern und Jugendlichen von klein auf immer wieder aufzeigen. Das kann zum Beispiel bedeuten, regelmäßig gemeinsam für ihre Sorgen und Ängste zu beten.

2. Authentizität: Die (neue) Währung

Heuchelnde Kirchengänger, Gemeinschaften ohne Leidenschaft oder halbgare Aussagen: All das schreckt Kinder- und Jugendliche ab. Nicht nur für Gott, sondern auch für Gen Z ist die Frage nach der Echtheit eine ganz zentrale. An dieser Stelle sind vor allem die Mitarbeiter gefragt. Ich kann mich noch heute daran erinnern, wie einer meiner Jugendleiter sein persönliches, sehr bewegendes Glaubenszeugnis erzählt hat: Es war echt! An die meisten seiner Themen erinnere ich mich dagegen nicht mehr (was nicht heißt, dass sie schlecht waren). Es ändert vieles, wenn der Glaube in dem Leben der Leiter einen erkennbaren Unterschied macht und sie spürbar Freude, Motivation und Leidenschaft haben. **Kinder und Jugendliche brauchen Leiter mit Integrität.** Leiter, die etwas aus ihrem persönlichen Leben erzählen können, sodass der Glaube echt und lebendig wird. Leiter, die vor Leidenschaft sprühen – nicht nur für die Kinder und Jugendlichen, sondern auch für Gott.

3. Relevanz: Themenauswahl bedenken

Die Zahlen zeigen, dass für viele Kinder und v.a. für Jugendliche Kirche keine Relevanz hat. Oftmals werden die Themen, die sie am meisten interessieren und beschäftigen, in der Kirche nicht aufgegriffen. Ob Jesus, Petrus oder Paulus, sie haben immer in die Lebenswirklichkeit ihrer Hörer und Leser hineingesprochen. Wir sollten das auch tun! Natürlich können wir nicht jede Woche über Homosexualität, Gleichberechtigung oder mentale Gesundheit sprechen. Doch diese Themen einfach zu ignorieren, ist auch keine Lösung. **Wir müssen Jugendliche, die ohnehin mit diesen Themen konfrontiert werden, die biblische Sicht (die Sicht Gottes) auf diese Themen zeigen.** Andernfalls ist es nicht verwunderlich, dass der Glaube für sie keine Bedeutung hat, wenn er zu den Themen, die sie am meisten beschäftigen, nichts zu sagen hat. Es ist relativ einfach, einen sich durch die biblischen Geschichten hangelnden vorgefertigten Kurs Woche für Woche abzuarbeiten. Doch es erfordert Mühe, die Themen immer wieder auf die Lebenswelt der Kinder- und Jugendlichen zuzuschneiden. Was hat die Bibel dazu zu sagen? Welche biblischen Erzählungen oder Lehrtexte geben Antworten auf die drängenden Fragen der Kinder- und Jugendlichen? Weiß ich überhaupt, was meine Jugendlichen gerne behandeln würden?

4. Real Life: Gegenpol zur (medialen) Reizüberflutung

Dass Gen Z dermaßen von YouTube, Social Media und dem Internet allgemein eingenommen ist, bietet eine große Chance für die Kinder- und Jugendarbeit: **Wir können ihnen das „echte Leben“ zeigen.**

Umfragen zeigen, dass weiten Teilen der Gen Z die mediale Reizüberflutung zu Kopf steigt, auch wenn nur wenige aus eigenem Antrieb etwas dagegen unternehmen. Viele sind müde und die Sehnsucht nach dem realen Leben ist groß. Dies beweist nicht zuletzt der bekannte YouTube Kanal „The Real Life Guys“ mit über 1 Millionen Abonnenten. Weg von den Bildschirmen. Raus aus der Bequemlichkeit und Anonymität. Tagesausflüge, Zeltlager, Lagerfeuer, Bastelbuden und vieles andere bietet mehr denn je die Chance, Kontakt zu Kindern und Jugendlichen aufzubauen und mit ihnen ins Gespräch zu kommen.



5. Partizipation: Diskutieren statt referieren

Gen Z hört zwar weniger gerne langen Vorträgen zu, doch das heißt nicht, dass sie kein Interesse haben. **Sie wollen mit einbezogen werden:** Ob durch eigenverantwortliche Recherche oder Gruppendiskussionen. Einzelne Teens könnten mit in die Erarbeitung von Themen einbezogen werden. Man könnte sie herausfordern, nach Videos o.ä. Materialien zu einem Thema zu suchen. Learning by doing ist ein zentraler Begriff. Biblische Aussagen lassen sich wunderbar in Form von Videoclips oder anderen kreativen Aufarbeitungen (z.B. Bilder) darstellen.

6. Festigkeit: Zweifel, Sprachfähigkeit und das biblische Weltbild

Gen Z ist eine unstetige Generation. Zudem haben sie Zweifel: Sie wachsen in einer Welt auf, in der Gott weitestgehend keinen Platz hat. Dass wenigstens gemeindeinterne Kinder und Jugendliche Bibelwissen mitbringen, ist nicht selbstverständlich. Dies ist eine riesige Herausforderung, doch wir sollten uns dieser Herausforderung stellen. **Bei allen Veränderungen in der Art und Weise, dürfen wir nicht vernachlässigen, ihnen das ganze Evangelium, ja das biblische Weltbild, zu erklären.** Wir müssen ihnen die Wichtigkeit aufzeigen, die Bibel zu lesen und zu beten. Wir müssen ihre Zweifel ernst nehmen, zuhören und darauf antworten. Wir müssen ihnen helfen, gegenüber ihren Freunden sprachfähig zu sein. Wir müssen mit ihnen gemeinsam für den Glauben in einer säkularisierten Welt kämpfen. Dahinter liegt auch eine Chance: Wir dürfen den Kindern und Jugendlichen vermitteln, dass die Bibel, dass Jesus das feste Fundament ist, das die Welt nicht bietet.

7. Atmosphäre: Positivität, Offenheit, Konkretheit

Von ihren zukünftigen Chefs wünscht sich Gen Z eine positive Einstellung, konkrete Ziele und eine offene Kommunikation. Auch wenn wir nicht ihre Chefs sind, dürfen wir uns dies zu Herzen nehmen: **Positivität ausstrahlen, offen kommunizieren (Ehrlichkeit!) und ganz konkrete Ziele aussprechen** (ob für den Kinder- und Jugendtreff oder für das Leben der Kinder und Jugendlichen).

8. Identität: gottgeschaffen und gottgeliebt

Social Media setzt Gen Z enorm unter Druck. Aus Likes und Kommentaren beziehen sie ihre Beliebtheit. Durch Posts, Insta-Stories u.a. versuchen sie, sich eine Identität zu schaffen, die von ihnen selbst und anderen gemocht und akzeptiert wird. Auch an dieser Stelle dürfen Kinder- und Jugendleiter den Kindern und Jugendlichen mit dem Evangelium antworten. Sie sind gottgeschaffen und gottgeliebt. Er liebt sie, wie sie sind. Er hat eine Identität in sie hineingelegt. Sie müssen sich nicht neu erfinden. Sie sind ihm so viel wert, dass er seinen Sohn für sie hat sterben lassen. **Wir dürfen diese Liebe an die Kinder und Jugendlichen weitergeben:** echtes Interesse zeigen, ihnen zuhören und sie an- und aufnehmen.

9. Verantwortung: Kinder- und Jugendliche herausfordern und fördern

Gen Z ist engagiert, eigenverantwortlich, unternehmerisch und motiviert, hart zu arbeiten. Sie meinen, zu vielem im Stande zu sein. Doch sie wissen auch, dass sie noch vieles lernen müssen und sehnen sich danach, dass Menschen ihnen (außerhalb der Schule) helfen, Fähigkeiten zu erlernen. Dies ist eine Chance für Kinder- und Jugendarbeit in Gemeinden. Sie können ihnen schon früh Verantwortung übertragen und sie so zum einen schulen und zum anderen noch mehr integrieren. **Kinder und Jugendliche dürfen durchaus herausgefordert werden.** Selbst wenn sie mal etwas nicht perfekt machen, ist es eine Chance, ihnen eine weitere Lebensweisheit beizubringen.

10. Gemeinschaft: Einsamkeit überwinden

Social Media macht einsam. **Doch Kinder und Jugendliche sind gerne mit anderen Menschen und Freunden in Gemeinschaft.** Für Kinder- und Jugendarbeit ist dies eine Chance, wenn sie noch mehr auf Gemeinschaft achten.

„The need for intentional, costly discipleship for children and youth from an early age has never been greater. [...] [E]ngaging young people with their faith and retaining them within the Church is one of the greatest missions opportunities we have ever faced, but it will require intentionality.“ (S.18)



Zusammenfassung von Thomas Engelke

Hg. von Youth Inside | www.youthinside.de

Teil des Praxisinstitut Gemeindeaufbau und Gemeindeentwicklung e.V. | c/o Freie Theologische Hochschule Gießen
z. Hd. Prof. Dr. Philipp Bartholomä | Rathenastr. 5-7 | 35394 Gießen

Ausblick

Wer sich tiefer mit Gen Z beschäftigen möchte, wird leicht frei zugängliches Material finden. OneHope ist ein guter Startpunkt (s.a. Internetseite). Der Literaturüberblick verweist zudem auf viele Einzelstudien.

In der Kinder- und Jugendarbeit sollte man grundsätzlich sensibel für die Unterschiede in den Generationen sein und entsprechend darauf reagieren. Es wird vermutlich wenig aussichtsvoll sein, Jahrzehnte lang das gleiche Programm abzuarbeiten. Das Lesen von Gen Z Studien ist sicherlich nicht das einzige Mittel. Sich darin zu üben, mit den Kindern und Jugendlichen offen zu kommunizieren, ihnen zuzuhören und sich in ihre Lebenswelt hinein-zudenken sollte die Grundhaltung sein.

Bei allem Benefit, gerade auch für eine missionarische Kinder- und Jugendarbeit, den Gen Z – Forschung der Kinder- und Jugendarbeit geben kann, sind ihr sicherlich auch Grenzen gesetzt. Auch wenn jede Generation letztendlich auf einen Archetyp zugespitzt wird, gibt es immer noch unterschiedliche Kinder und Jugendliche. Ob unterschiedliche familiäre oder kulturelle Hintergründe oder einfach andere Persönlichkeiten: Menschen sind, denken und fühlen unterschiedlich. Jedoch sind, so unterschiedlich Menschen schon innerhalb einer Generation sein können, bestimmte Grundmuster bei allen Menschen – egal welcher Generation – gleich. Alle sind von Natur gottentfremdet und gottverfeindet (Kol 1,21). Allen erzählen wir von Jesus Christus: Die Antwort auf ihr größtes Problem.