

„Sinus“, soziale Milieus und Kirche

I. Worum geht's und was sind soziale Milieus?

1. Menschen sind unterschiedlich drauf!

Um die Menschen zu verstehen, reichen objektive Daten nicht aus. Es gibt zunehmend verschiedene subjektive Weisen die Welt zu deuten, zu bewerten, Lebensstile, Denkweisen...: **„soziale Milieus“**

Diese Milieuorientierungen hängen mit Wertvorstellungen und sozialem Status (Beruf, Bildung, Einkommen...) zusammen.

2. Milieus sind Schwerpunkte von Denkweisen – die gibt's nicht wirklich als Gruppe!

Diese Milieus sind reine Konstruktionen, Schablonen von außen; Schwerpunkte von Denkweisen, Denklogiken - keine realen Gruppen, Cliques, Szenen.

3. Wie ich drauf bin, kann man sehen und hören: Ästhetik und Kultur!

Milieus und ihre Denklogik drücken sich vor allem ästhetisch, kulturell aus: Kleidung, Aussehen, Musik, Wohnung, Produkte, Medien, Literatur...

-> Bildcollagen, Musikcollagen

4. Wenn ich weiß, wo ich dazugehöre und wo ich nicht dazugehöre, spüre ich eher, wer ich bin: Abgrenzung und Differenzierung!

Milieus grenzen sich (ästhetisch) voneinander ab; um zu spüren, wer ich bin, brauche ich als einzelner diese Abgrenzung – unsere Gesellschaft produziert Differenzierungen; Differenzierung und Abgrenzung sind quasi ein Grundmechanismus der modernen, komplexen, globalen Gesellschaft (bzw. die Reaktion der Menschen darauf).

5. Jugendliche und junge Erwachsene

Bei jungen Menschen ist die Milieudifferenzierung besonders deutlich – sie müssen sich selbst in einer komplexen Welt verorten.

Jugendliche müssen sich kulturelles Kapital erarbeiten, um Sinn und Sicherheit zu finden: Einarbeitung in die Symbolwelt einer Szene, eines Milieus; Aneignung von szenerelevanten Wissensbeständen, Kompetenzen, Wertvorstellungen und kulturellen Praktiken – all das erzeugt „gefühlte“ Zugehörigkeit, liefert eine soziale Position und erzeugt gleichzeitig Abgrenzung von anderen.

Sie streben also geradezu danach, speziell und anders drauf zu sein als andere.

II. Das Sinus-Milieumodell

Ein bekanntes und eingängiges Modell sozialer Milieus hat Sinus-Sociovision (Heidelberg) entwickelt.

Das **Sinus-Milieumodell** basiert auf einer Einteilung von

- drei Wertegenerationen (A: traditionell-materielle Werte, B: postmaterielle Werte, C: Nutzen- und Simulationswerte) und
- einer zweiten Achse mit sozialen Schichten – auf diesen beiden Dimensionen entstehen dann die Milieu-Schwerpunkte („Kartoffeln“)

A-Wertegeneration: traditionell-materielle Werte

Prägung der 50er/60er Jahre; Einordnung, Pflichterfüllung, **Selbstkontrolle**

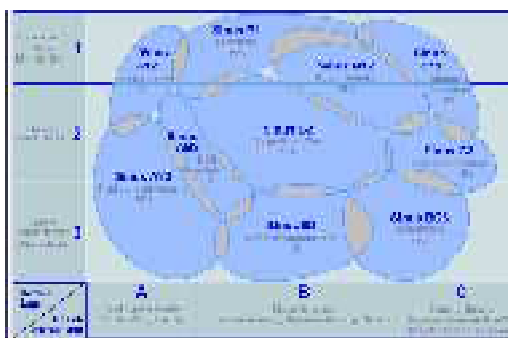
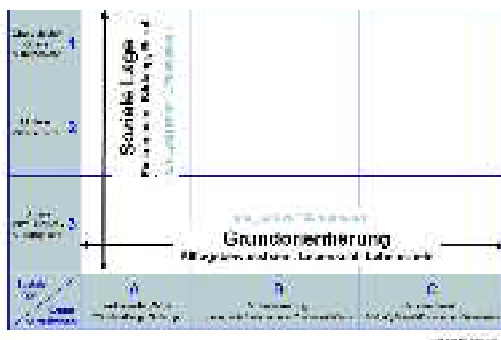
B-Wertegeneration: postmaterielle Werte

Prägung der 70er/80er Jahre; Sein statt Haben, **Selbstverwirklichung**

C-Wertegeneration: Nutzen- und Simulationswerte

Prägung ab den 90er Jahren; Leben mit individualisiertem Risiko in einer komplexen, paradoxen, globalen Welt; **Selbstmanagement**

„die Welt hat nicht auf mich gewartet“, „ich muss durch mein Leben navigieren“, „alles ist paradox, nichts ist wirklich“



Diese Grundorientierungen bestehen nun interessanterweise analog auch im Blick auf Glaube und Kirche.

Für die A-Generation sind Kirche und Glaube etwas Vorgegebenes, in das ich mich einfügen habe; Gott ist der Große, der Objektive – typisches Liedgut: „Großer Gott wir loben Dich“ und „Ein Haus voll Glorie schauet“.

Für die B-Generation sind Glaube und Kirche Orte der Selbstverwirklichung, der Veränderung, der Wandlung; Gott steht für Gerechtigkeit und Veränderung der Welt, Jesus Christus mit seinen politischen Dimensionen wird wichtig. Typisches Liedgut: „Kleines Senfkorn Hoffnung“

Für die C-Generation bieten Glaube und Kirche Bausteine, deren man sich im Rahmen des nötigen Selbstmanagements fallweise bedienen kann; Gott steht am ehesten für das Geheimnisvolle und das Schöne. Typisches Liedgut: bislang Fehlanzeige!

Die Wertegenerationen sind nicht identisch mit demographischen Generationen – es gibt auch heute junge Menschen, die zur A- oder B-Wertegeneration gehören. Allerdings liegt der quantitative Schwerpunkt der unter 27-Jährigen im C-Wertedenken.

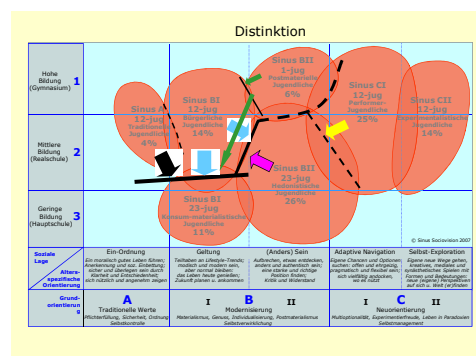
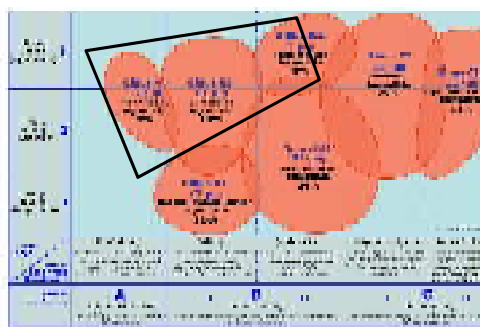
III. Die Sinus-Studie U27 von 2008 (Auftraggeber: BDKJ und Misereor)

Ergebnisse der Sinus U27-Studie:

1. **kirchliche Jugendarbeit erreicht drei Milieus** (Traditionelle, Bürgerliche und Postmaterielle) und damit **ca. 1/4 aller katholisch getauften jungen Menschen**. „Erreichen“ heißt: kommunikativ erreichen, d.h. eine bekannte Größe in der Wahrnehmung der jungen Menschen sein (kenn ich, hab ich schon gehört, ...)
2. Alle Milieus grenzen sich voneinander ab. Allerdings ist die **Abgrenzung der Kirchenmilieus gegenüber dem konsummaterialistischen Milieu** am stärksten: „wir wollen mit Euch nichts zu tun haben!“
3. Die **Leitmilieus** verschieben sich: aktuell gibt das postmaterielle Milieu gesellschaftlich den Ton an, künftig werden dies die Milieus der Modernen Performer und Experimentalisten sein. Kirche und kirchliche Jugendarbeit verlieren damit voraussichtlich historisch erstmals die Verbindung zu den gesellschaftlichen Leitmilieus.
4. Insbesondere aus Sicht der modernen Jugendmilieus (Experimentalisten und Performer) ist **für eine Beteiligung wichtig**,
 - a. welche interessanten Menschen dort zu treffen sind,
 - b. ob sich eine Brücke zu interessanten Szenen bietet,
 - c. ob die Beteiligung einen weiter bringt
 - d. dass dort mediale Kommunikationsmöglichkeiten vorhanden sind und professionell genutzt werden

Kirchliche Jugendarbeit hat demgegenüber das Image des Langsamen, Behäbigen und Lokalen sowie des technisch Rückständigen.

„Katholische Jugendverbände sind ein Auffangbecken für jene, die sonst keinen Anschluss finden, die behäbig und heimatverbunden sind, in biederer Bürgerlichkeit verharren und lokal verhaftet sind – oft dicke, behäbige, langweilige, skurrile, weltfremde Leute.“
 (Sinus-Milieustudie U27, S. 26)



IV. Sinus U27: Milieus und Milieulogik im einzelnen

Denklogik und Werte der Kirchenmilieus (TRAD, BÜM, PostMat)

Einordnung, Tradition, Bewährtes, Reproduktionslogik

Normalität

Selbstverwirklichung und Ideale

Weltverbesserung und Engagement

Gemeinschaft und Solidarität

Denklogik und Werte der unteren Milieus (KonsMat, HED)

Selbstverwirklichung und Bestätigung „dazugehören“ durch Konsum

Sehnsucht nach guten Verhältnissen (es besser haben als die Eltern...)

Selbstbehauptungs- und Genusslogik

Denklogik und Werte der modernen (Jugend-)Milieus (ModPerf, Exp)

Die Welt ist komplex und paradox; Individualisierung, Sinn gibt's nur abschnittsweise im Leben, dauernder Neuentwurf der eigenen Biographie.

-> Selbstmanagement und Navigation durch's Leben; versch. Formen der Bewältigung:

- Nutzen-Orientierung, Leistungs und Erfolgslogik, Qualität (Performer)
- Experimentelles Leben, nichts wiederholen, alles immer neu erfinden, Kurationslogik (Experimentalisten)
- Spaß, Genuss, Freiheit, Genusslogik (Hedonisten)

-> Kirchenmilieus und untere Milieus - zahlreiche Wertedifferenzen:

- Ausgrenzungserfahrungen!
- Sprache
- Bildungsmangel
- Konsumkritik - Konsumlust
- Körperfeindlichkeit - Körperbetonung
- Spaßbremse

-> Kirchenmilieus und moderne (Jugend-)Milieus - zahlreiche Wertedifferenzen:

- Fortschritt – Rückständigkeit (Perf)
- friedlich und genügsam statt erfolgsaggressiv (Perf)
- langsam und besinnlich statt effizient (Perf)
- Gut gemeint statt gut (Perf)
- Autorität und Vorgegebenes statt Autozentrik (Perf)

- Gemeinschaft ist wichtig – hohe Individualität („ich find's toll, allein durch's Leben zu gehen“) Perf+Exp
- große Bedeutung von Online-Kommunikation – technische Rückständigkeit von kirchlichen Bereichen, fehlende Online-Präsenz (Perf + Exp)

- Wiederholungen statt Neuem (Exp)
- Dogmatismus (EXP)
- langweiliges Personal (Exp)

V. Wie gehen wir pädagogisch und pastoral mit dieser Situation um?

Die Kirche ist das Zeichen des Heils für alle Menschen, nicht nur für Kirchenmitglieder (Vatikanum II). Kirchliche Jugendarbeit wendet sich deshalb an alle jungen Menschen (BJA-Leitbild) – die eingeschränkte Reichweite, die die Sinus-Studie zeigt, stellt deshalb eine Herausforderung dar.

- o welchem Milieu, welcher Denklogik gehöre ich, gehören wir an?
- o welche Aspekte von anderen Milieus sind interessant für mich, für uns?
- o was kann ich akzeptieren, was lehne ich ab?
- o wer lebt um mich herum, wen kenne ich?

- > nötig ist ein Umgang der Akzeptanz mit anderen Milieus
- > es gibt nicht **die** Angebote, Sozialformen etc. für alle!
- > Differenzierung in der Wahrnehmung, Differenzierung im Handeln
- > die Formen der einen Milieus können gerade nicht in andere Milieus exportiert werden – dort müssen Formen quasi neu erfunden werden!

Analytische Fragen:

Welchem Milieu, welcher Denklogik gehöre ich, gehören wir an?

Milieuort unseres Verbands?

Wer nimmt an unserem Programm teil? Wen wollen wir erreichen?

Unsere Präsenz in Online-Communities?

Arbeitspraktische Fragen:

Wie machen sich Milieus, Milieuunterschiede in unserer Arbeit bemerkbar?
Arbeitsformen und Methoden?

Wo bieten wir welche Differenzierungen an?

Welche Motivationen für Engagement
und welche Formen
sind bei uns toleriert und möglich?

Politische Bewertung:

Die C-Milieuorientierungen sind eine Weise der Reaktion auf moderne Lebensbedingungen, eine besonders funktionale – aber sind sie die einzig möglichen?

Sinus-Milieus sind ein Analyseinstrument – es bietet keine gesellschaftspolitische Bewertung. Wer gestaltet wie die Welt?

Perspektiv-Fragen:

Welche Formen und Angebote sind mit den Prinzipien verbandlicher Jugendarbeit möglich, welche nicht?

Was können wir von anderen Milieus lernen, was lehnen wir ab?
Wer lebt um uns herum? Wen könnten wir kennen lernen?

Verbände sind als milieuspezifische Angebote entstanden und sind ein differenziertes Angebot – brauchen wir vielleicht neue Jugendverbände?

Mehr zum Ansatz der sozialen Milieus auf der Seite der SINUS-Sociovision-GmbH
(www.sinus-sociovision.de).

Zu Marktforschungszwecken ist mittlerweile ganz Deutschland nach den Milieus
,kartographiert': für jeden **Postleitzahlbezirk** gibt es eine Erhebung, wie sich die sozialen
Milieus dort verteilen.
Für rund 500 € pro PLZ-Bezirk kann diese Erhebung bezogen werden bei der Firma Microm
(www.microm-online.de).

Die Sinus-Studie U27 selbst...

...ist für 55 Euro beim Buchdienst Wernau, im Verlag Haus Altenberg oder im Buchhandel
erhältlich:

Verlag Haus Altenberg, Düsseldorf | ISBN 978-3-7761-0215-4
MVG Medienproduktion, Aachen | ISBN 978-3-88916-285-4

Werkbuch

Rund ein Jahr nach dem Erscheinen der Studie soll ein Werkbuch vorliegen, das einzelne
Themen im Querschnitt betrachtet, Forderungen und Best-Practise vorstellt.

Das Werkbuch wird voraussichtlich 2009 erscheinen.

Handbuch aus dem Bereich der Erwachsenenbildung:

H. Barz, R. Tippelt, Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland, Praxishandbuch
Milieumarketing, 2004 (*enthält u.a. didaktische Überlegungen im Blick auf einzelne Milieus*)

Praxisreflexion

Hinaus ins Weite, Gehversuche einer milieusensiblen Kirche, Ebertz/Hunstig (Hg.), Würzburg
2008

Sinus-Downloads: BDKJ-Bundesverband www.bdkj.de

1. Im BDKJ-Journal 2/2008 wurden die gerade erschienenen Studienergebnisse erstmals
skizziert. Neben einem einführenden Artikel finden sich auch wichtige Grafiken und eine
tabellarische Übersicht über die jugendlichen Milieus:

- [Sinus-Einführung](#)

2. Prof. Dr. Dr. Michael N. Ebertz, selbst Mitglied im Beirat der Studie, hat für den BDKJ-
Bundesverband eine Zusammenschau der jugendlichen Milieus in Bezug auf Politik, Bildung,
Freizeit und Religion erarbeitet:

- [Resonanz und Distanz](#) (Prof. Ebertz)

3. Eine „Reise durch die Milieus der Jungen Erwachsenen“ von Peter Thomas, erschienen in der
September/Oktober-Ausgabe 2008 des BDKJ-Journals, bietet einen humorvollen Überblick über
die Lebenswelten der jungen Menschen im Alter von 20 bis 27 Jahren.

- [Sinus-Reise Junge Erwachsene](#) (Peter Thomas)

Weitere Artikel zu Sinus-Milieus und Kirche bei der Katholisch Sozialethischen
Arbeitsstelle unter www.ksa-hamm.de