

Zeichen der Zeit



Foto:pixabay.com

„Inner beauty“ (innere Schönheit)

Ein Schaubild des Statistischen Bundesamtes von 2022 stellt die Verteilung der Einwohner Deutschlands in sieben Generationen dar (Stand Ende 2021):

Generation Alpha (bis 11 Jahre = 11,2%),
Generation Z (12-25 Jahre = 13,9%),
Generation Y (26-40 Jahre = 19,1%),
Generation X (41-55 Jahre = 19,9%),
Baby Boomer (56-65 Jahre = 15,1%),
Nachkriegsgeneration (66-75 Jahre = 11%)
Generation bis 1945 (ab 76 Jahre = 9,8%).

Das IfD Allensbach hat ebenfalls 2022 erfragt, wie die drei Generationen mit dem aktuell größten Zukunftspotential, also die Generationen X, Y und Z, wertemäßig orientiert sind. Bei allen drei Generationen führt „gute Freunde haben, enge Beziehungen zu anderen Menschen“ die Liste an, gefolgt von „für die Familie da sein, sich für die Familie einsetzen“. Bei der Generation Z fällt auf, dass Werte wie „viel Spaß haben, das Leben genießen“, „starke Erlebnisse haben, Abenteuer, Spannung“, „ein abwechslungsreiches Leben haben“ und „hohes Einkommen, materieller Wohlstand“ im Vergleich mit den vorherigen Generationen höher im Kurs stehen. Dagegen fallen Werte wie „eine glückliche Partnerschaft“, „Kinder haben“, „Auseinandersetzung mit Sinnfragen des Lebens“, „politisches Engagement“ gegenüber den früheren ab. Der Wert „Religion, feste Glaubensüberzeugung“ ist ebenfalls schwächer als bei den anderen und nur für 15% der Befragten von Bedeutung. Dominiert also Ego-zentrik über Allgemeinwohlorientierung?

Ein Gegenbeispiel: Bei der diesjährigen Wahl zur Miss Germany überzeugte die 21jährige Kira Geiss die Jury nicht nur mit ihrer äußeren Attraktivität, sondern – und das lässt aufhorchen – mit ihrem Einsatz für die Jugend und ihrem christlichen Glauben. Kurz vor dem Abrutschen in den Alkohol und ein asoziales Milieu lernt sie in einem Jugendkreis die lebensverändernde Botschaft der Bibel kennen. Sie gründet mit anderen die „Eastside Jugendgemeinde“ in Magdeburg“, wird Jugendbeauftragte. Ihr besonderes Augenmerk aus christlicher Motivation gilt der „Generation Z“: Wie erreicht man sie? Wie kann man am besten auf sie eingehen? Wie kann sie sich aus dem emotionalen Druck der sozialen Medien lösen?

Kira Geiss hat die Miss-Wahl gewonnen und so Aufmerksamkeit für den christlichen Glauben in Verbindung mit sinnvoller Care-Arbeit erzeugt. Was bei Schönheitswettbewerben sich durchzusetzen scheint, könnte auch anderswo beispielhaft sein: Äußerlich sympathisches Auftreten gepaart mit innerer Vision hat Vorbildcharakter. Man wünscht sich mehr davon.

Michael Schlüter