

# Lost in Translation – Wie steht es um das Werteverständnis junger Leute heute?

Werteatlas Bayern: Ergebnisse einer Studie zum  
Werteverständnis junger Erwachsener in Bayern, erstellt  
durch die Brunswick Group und die Stiftung Wertebündnis  
Bayern, 2018



# Methodik der Studie

|                                                                                      |                                   |                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>QUALITATIVE<br/>BEFRAGUNG</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Face-2-Face Befragung</li> <li>■ Insgesamt 30 Interviews</li> </ul>                                |
|    | <b>QUANTITATIVE<br/>BEFRAGUNG</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Online Befragung</li> <li>■ Insgesamt 841 Interviews</li> </ul>                                    |
|    | <b>STICHPROBE</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Repräsentative Befragung junger Erwachsener in Bayern im Alter von 16 bis 25 Jahren</li> </ul>     |
|   | <b>BEFRAGUNGS<br/>ZEITRAUM</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Juni-September 2018</li> </ul>                                                                     |
|  | <b>DAUER DER<br/>BEFRAGUNG</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Face-2-Face: Durchschnittlich 60 Minuten</li> <li>■ Online: Durchschnittlich 23 Minuten</li> </ul> |

Nur 50%  
der  
Befragten  
können mit  
dem Begriff  
„Werte“  
etwas  
anfangen.

*„Werte sind vielleicht so etwas wie Regeln. Wenn es so ist, dann sind abhängig z.B. vom jeweiligen Land, der Kultur oder auch von der Religion. Und Werte bestimmen das Leben miteinander.“*

*„Den Begriff kenne ich nicht, Werte sind für mich Charaktereigenschaften. Ich habe den Begriff Wert bei einem Menschen noch nie benutzt.“*

*„Werte sind Regeln, die ich auch weitergeben will und irgendwie auch weitergeben muss. Und dabei hat jeder andere Werte und auch andere Werte vermittelt bekommen. Allerdings nutze ich den Begriff Wert nicht.“*

*„Also, ich finde, Werte geben einem irgendwie diesen roten Faden. Man hat dann so diese Punkte, wonach man sein Leben ausrichten kann.“*

1. Werte sind nicht überholt –  
auch wenn der Begriff es  
scheinbar ist.



BRUNSWICK

# Der Kontext bestimmt das Verständnis eines Wertes

**Fragmentierung und Pluralismus in unserer Gesellschaft führen dazu, dass die Verständigung hinsichtlich der Bedeutung von Werten deutlich schwieriger wird.**

Vielfalt unterschiedlicher  
Beschreibungen des  
jeweiligen Wertebegriffes  
(Basis: qualitative Vorstudie)



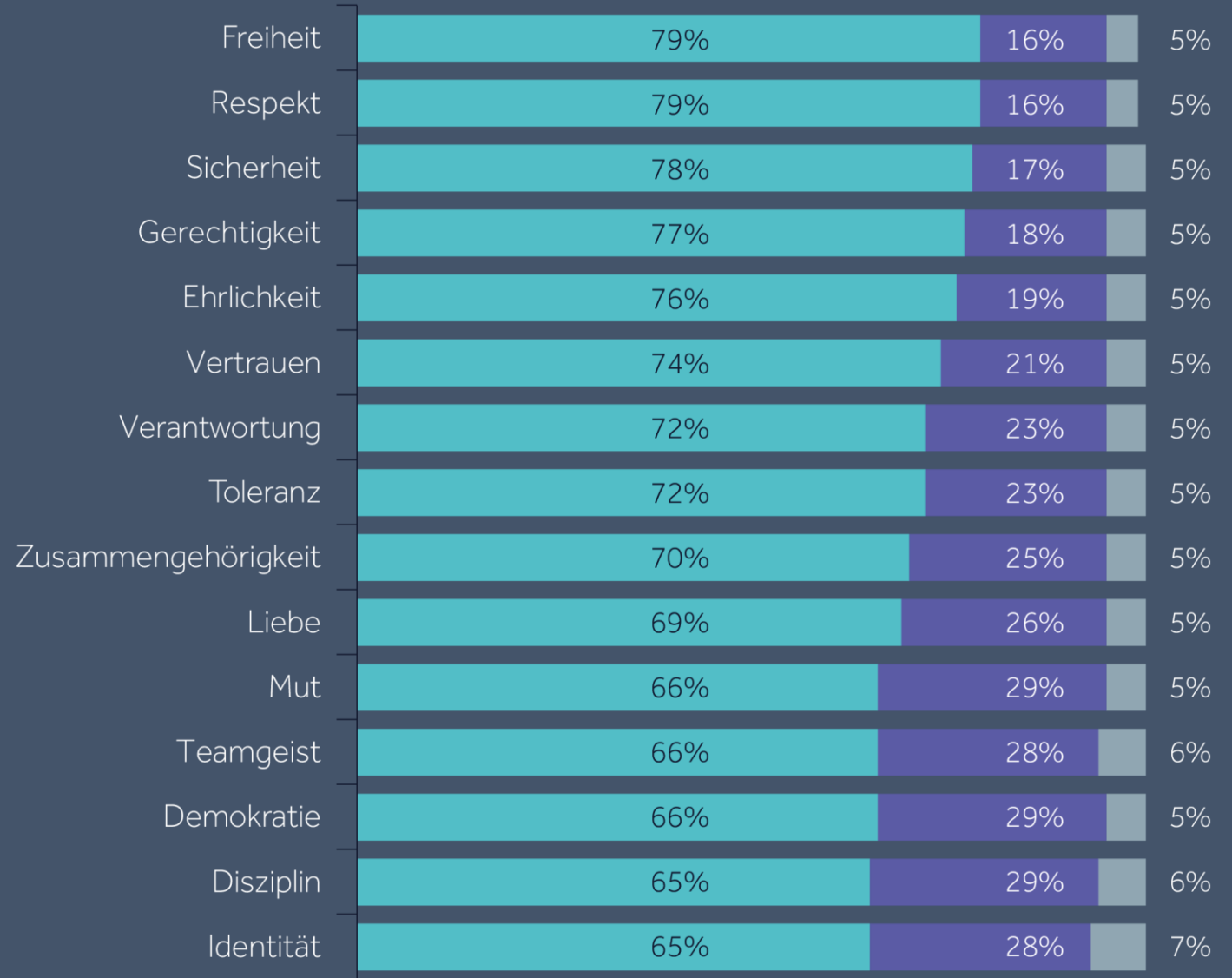
1. Werte sind nicht überholt – auch wenn der Begriff es scheinbar ist.

2. Abstrakte Begriffe müssen mit Leben gefüllt werden.

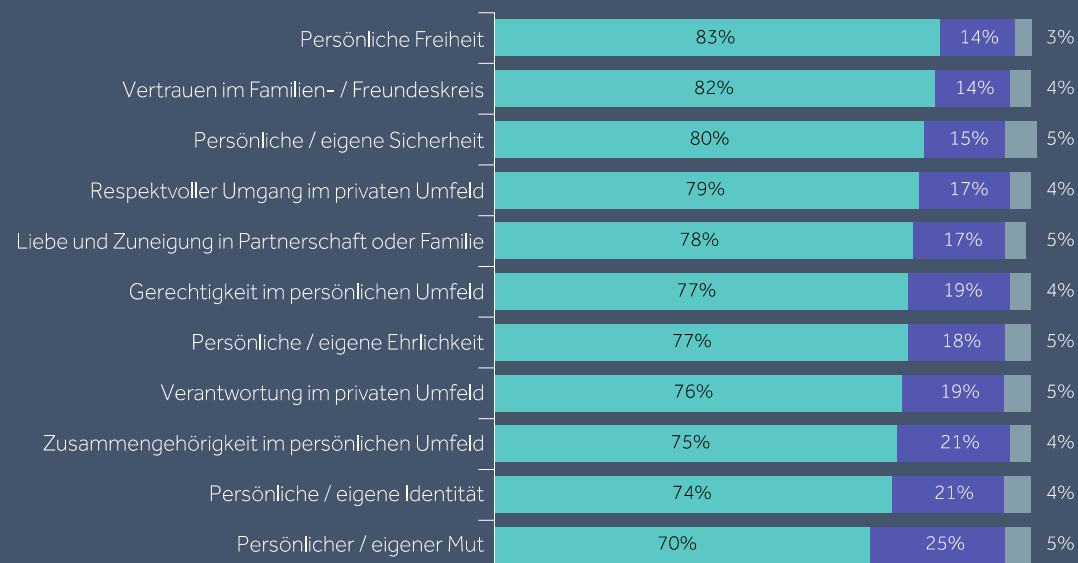
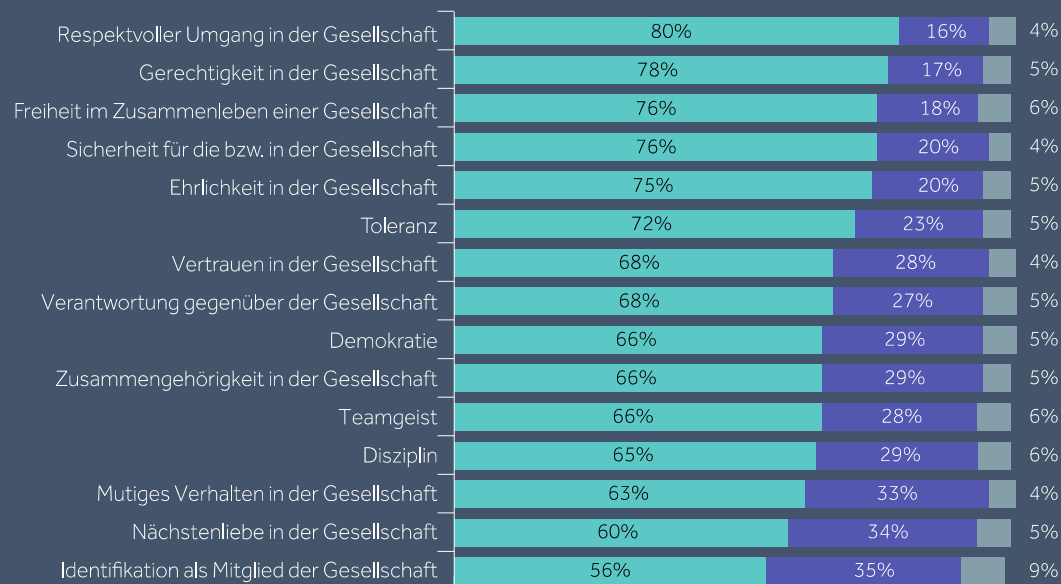


BRUNSWICK

# Freiheit und Respekt (als abstrakte Werte) haben die größte Bedeutung



# Werte im persön- lichem Kontext sind relevanter



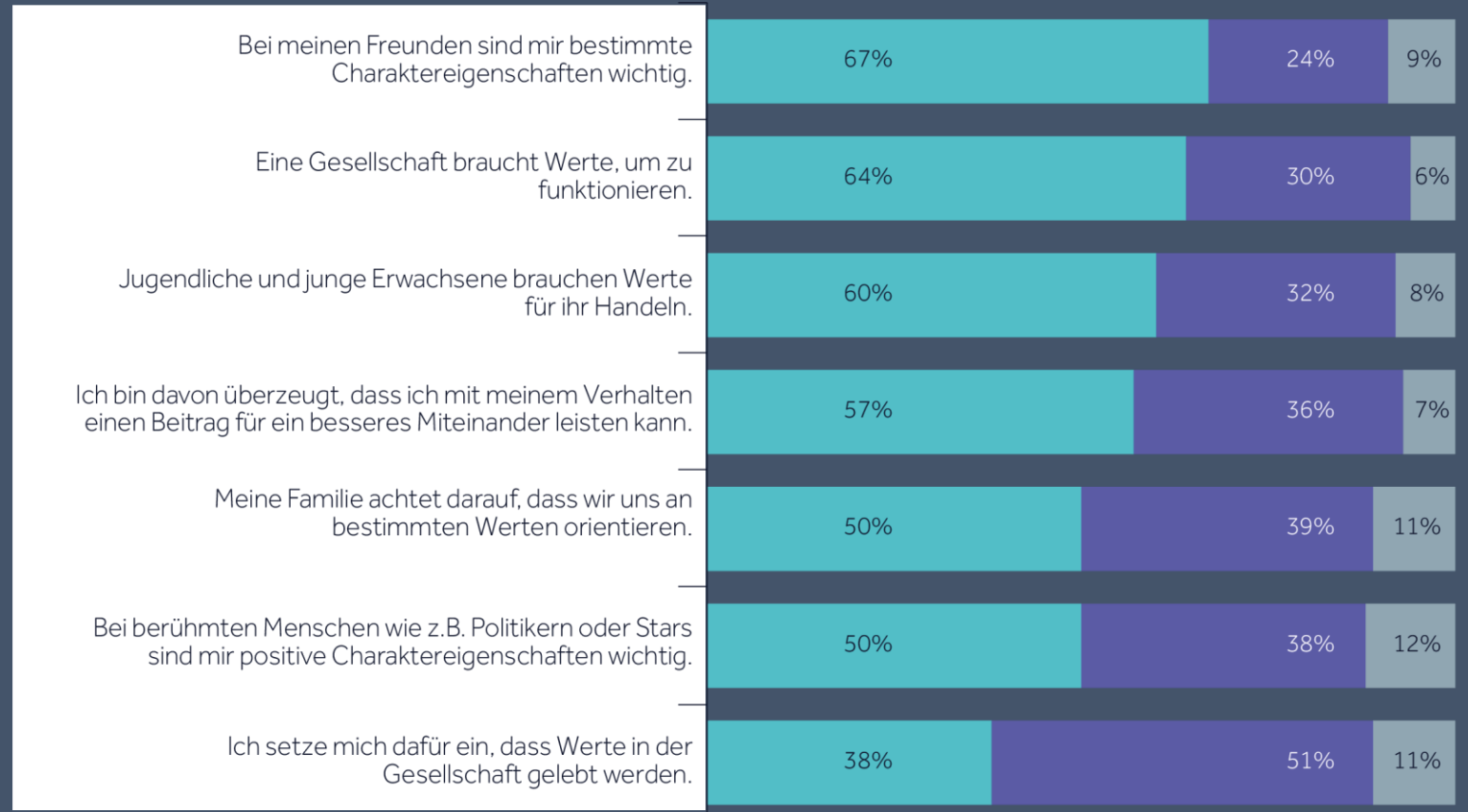
1. Werte sind nicht überholt – auch wenn der Begriff es scheinbar ist.
2. Abstrakte Begriffe müssen mit Leben gefüllt werden.

### 3. Die Kontextualisierung von Werten ist entscheidend.



BRUNSWICK

# Es gibt mehr Nutznießer von Werten als aktive Werte- botschafter.



1. Werte sind nicht überholt – auch wenn der Begriff es scheinbar ist.
2. Abstrakte Begriffe müssen mit Leben gefüllt werden.
3. Die Kontextualisierung von Werten ist entscheidend.
4. Werte werden geschätzt, kaum aktiv gefördert.



BRUNSWICK

# Ungenutztes Potenzial zur Werte- vermittlung

- Eltern geben ihren Kindern ein Wertegrundgerüst mit. Es ist entscheidend bereits im Kindesalter Werte vermittelt zu bekommen.
- Potenzial der Schule wird zu wenig genutzt.
- Auch Institutionen / Arbeitgebern und Medien werden mehr Möglichkeiten zur Wertevermittlung zugeschrieben.

## Familien als Nukleus für die Entwicklung von Werten, Potenzial von Schulen zu wenig genutzt Wertevermittlung

■ Social Media (Facebook, Snapchat, Instagram etc.)  
■ Reportagen / Nachrichten

■ Schule / LehrerInnen  
■ Kindergartenprojekte  
■ Medien: Internetnutzung

■ Vorgesetzten / Kollegen  
■ TrainerInnen

■ Kindergarten / KindergärtnerInnen  
■ Arbeitsumfeld

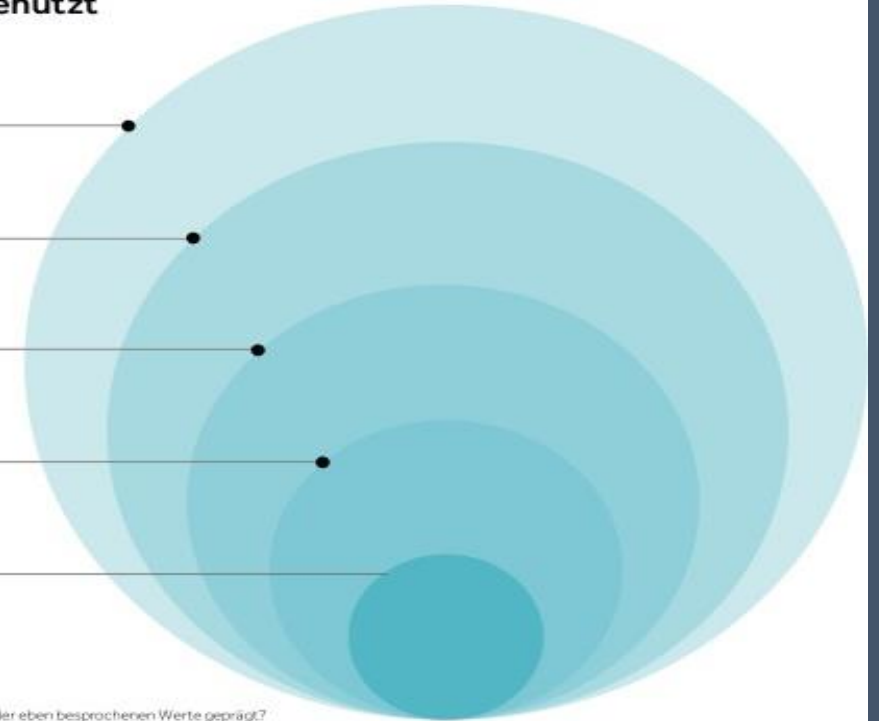
■ Filme  
■ Bücher

■ Verein / Gruppe

■ Eltern / enge Verwandte  
■ Eigenes Informieren

■ Freunde / Freundinnen /  
Freundeskreis

F5. In welchem Maße haben die folgenden Personen, Einrichtungen oder Kanäle Dein Verständnis der eben besprochenen Werte geprägt?



1. Werte sind nicht überholt – auch wenn der Begriff es scheinbar ist.
2. Abstrakte Begriffe müssen mit Leben gefüllt werden.
3. Die Kontextualisierung von Werten ist entscheidend.
4. Werte werden geschätzt, kaum aktiv gefördert.

## 5. Die Bildung von Werten erfolgt über Erleben.



BRUNSWICK

1. Werte sind nicht überholt – auch wenn der Begriff es scheinbar ist.
2. Abstrakte Begriffe müssen mit Leben gefüllt werden.
3. Die Kontextualisierung von Werten ist entscheidend.
4. Werte werden geschätzt, kaum aktiv gefördert.
5. Die Bildung von Werten erfolgt über Erleben.



BRUNSWICK



# BRUNSWICK