



Bayer Vital GmbH
Unternehmenskommunikation
51366 Leverkusen
Deutschland
Tel. +49 214 30-1
media.bayer.de

Presse-Information

Aktuelle Sozialstudie von Bepanthen-Kinderförderung und Universität Bielefeld als Publikation veröffentlicht:

Schlechtes Zeugnis fürs Sozialverhalten: Gemeinschaftssinn-Studie jetzt als Broschüre und zum Download

- Weil nicht nur Schulleistungen zählen: Studie untersucht Sinn für das gemeinschaftliche Miteinander von Kindern und Jugendlichen
 - Studienergebnisse jetzt umfassender als Publikation zusammengestellt
 - Mädchen sozialer, aber deutlich unzufriedener mit sich selbst als Jungen
-

Leverkusen, 05. Februar 2020 – In den Schulen schlägt aktuell die Stunde der Zwischenzeugnisse – doch nicht nur Leistung spielt in der Entwicklung von Kindern und Jugendlichen eine Rolle. Als ein tragender Pfeiler unserer Gesellschaft gilt der Gemeinschaftssinn, zu dem Kompetenzen wie Empathie, Solidarität, Respekt und Hilfsbereitschaft gehören. Allerdings ist es um diese Aspekte in der heranwachsenden Generation nicht gut bestellt: Ein solches „Zeugnis“ stellt die aktuelle Sozialstudie der Universität Bielefeld im Auftrag der Bepanthen-Kinderförderung aus. Die Ergebnisse zum Gemeinschaftssinn bei Kindern und Jugendlichen hat die Bepanthen-Kinderförderung jetzt als [Publikation](#) veröffentlicht.

Neben den zentralen Erkenntnissen bietet die Broschüre vertiefende Informationen zu den einzelnen Dimensionen des Gemeinschaftssinns sowie Einblicke in Studiendesign und Methodik. So wird erklärt, in welchem Rahmen beispielsweise die Interviews mit den Umfrageteilnehmern stattfanden, und wie die Studie unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Holger Ziegler, Fakultät für Erziehungswissenschaft, Universität Bielefeld, als bevölkerungsrepräsentativ für Großstädte angelegt wurde.

Eklatante Unterschiede zwischen den Geschlechtern

Eines der deutlichen Ergebnisse: In beiden untersuchten Altersgruppen weisen Mädchen einen deutlich stärkeren Gemeinschaftssinn auf als Jungen (Kinder: 39 zu 20 Prozent, Jugendliche: 79 zu 56 Prozent). Sie verhalten sich grundsätzlich mitfühlender, hilfsbereiter,

weniger gleichgültig und weniger abwertend. In der Beurteilung der eigenen Lebenszufriedenheit liegen Mädchen im Jugendalter jedoch deutlich hinter den Jungen zurück. Auch das Selbstwertgefühl fällt bei jugendlichen Mädchen im Vergleich zu ihren männlichen Altersgenossen geringer aus (Lebenszufriedenheit: Jungen 66 Prozent versus Mädchen 56 Prozent; Selbstwertgefühl: Jungen 66 Prozent versus Mädchen 57 Prozent).

Für beide Geschlechter betrachtet verfügen mehr als ein Fünftel der befragten Kinder (22 Prozent) und sogar ein Drittel der Jugendlichen (33 Prozent) über einen mangelhaft ausgeprägten Gemeinschaftssinn. Eine signifikante Rolle spielt bei den 12- bis 16-Jährigen offenbar die Einstellung der Eltern: Zumindest die negativen Aspekte des Gemeinschaftssinns, Gleichgültigkeit und Abwertungsverhalten, werden durch die elterliche Haltung beeinflusst. Das Empathievermögen wie auch das solidarische Verhalten der Jugendlichen prägen die Eltern hingegen nur marginal.

Einblicke in die Wahrnehmung von Kindern und Jugendlichen

Sei es in der Schule, in der Freizeit oder zu Hause: „Die Ergebnisse liefern wichtige Einblicke in die Wahrnehmung und aktuelle Lebensrealität von Kindern und Jugendlichen“, kommentiert Regina Gropp, Sprecherin der Bepanthen-Kinderförderung, die Ergebnisse. Der aktuellen Studie zufolge zeigen sich beispielsweise fast drei Viertel aller befragten Kinder (70 Prozent) zumindest teilweise gleichgültig gegenüber Gleichaltrigen in Problemlagen und weisen ihnen die individuelle Schuld dafür zu. „In unserer heutigen Gesellschaft kommt das gemeinschaftliche Miteinander offenbar in Teilen zu kurz“, sagt Gropp. „Die neu veröffentlichte Studienpublikation bietet alle Informationen zur Sozialstudie ‚Generation Rücksichtslos‘ auf einen Blick und schafft so eine Wissensbasis sowie Anknüpfungspunkte für Eltern, Erziehende und Interessierte.“

Die aktuelle Broschüre zur Sozialstudie der Bepanthen-Kinderförderung steht zum Download bereit unter www.bepanthen.de/kinderfoerderung/sozialforschung/gemeinschaftssinn.

Über Bayer

Bayer ist ein weltweit tätiges Unternehmen mit Kernkompetenzen auf den Life-Science-Gebieten Gesundheit und Ernährung. Mit seinen Produkten und Dienstleistungen will das Unternehmen den Menschen nützen, indem es zur Lösung grundlegender Herausforderungen einer stetig wachsenden und alternden Weltbevölkerung beiträgt. Gleichzeitig will der Konzern seine Ertragskraft steigern sowie Werte durch Innovation und Wachstum schaffen. Bayer bekennt sich zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und steht mit seiner

Marke weltweit für Vertrauen, Zuverlässigkeit und Qualität. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte der Konzern mit rund 117.000 Beschäftigten einen Umsatz von 39,6 Milliarden Euro. Die Investitionen beliefen sich auf 2,6 Milliarden Euro und die Ausgaben für Forschung und Entwicklung auf 5,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen sind im Internet zu finden unter www.bayer.de.

Die Bayer Vital GmbH vertreibt die Arzneimittel der Divisionen Consumer Health und Pharmaceuticals sowie die Tierarzneimittel der Geschäftseinheit Animal Health in Deutschland. Mehr Informationen zur Bayer Vital GmbH finden Sie unter: www.gesundheit.bayer.de

Ihre Ansprechpartnerin:

Regina Gropp, Tel. +49 214 30-51353, Fax: +49 214 30-58270

E-Mail: regina.gropp@bayer.com

Mehr Informationen unter media.bayer.de

Folgen Sie uns auf Twitter: twitter.com/BayerPresse_DE

rg (2020-0027)

Zukunftsgerichtete Aussagen

Diese Presseinformation kann bestimmte in die Zukunft gerichtete Aussagen enthalten, die auf den gegenwärtigen Annahmen und Prognosen der Unternehmensleitung von Bayer beruhen. Verschiedene bekannte wie auch unbekannt Risiken, Ungewissheiten und andere Faktoren können dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Finanzlage, die Entwicklung oder die Performance der Gesellschaft wesentlich von den hier gegebenen Einschätzungen abweichen. Diese Faktoren schließen diejenigen ein, die Bayer in veröffentlichten Berichten beschrieben hat. Diese Berichte stehen auf der Bayer-Webseite www.bayer.de zur Verfügung. Die Gesellschaft übernimmt keinerlei Verpflichtung, solche zukunftsgerichteten Aussagen fortzuschreiben und an zukünftige Ereignisse oder Entwicklungen anzupassen.