

**HUMANISTISCHER VERBAND
DEUTSCHLANDS**

Allensbacher Akzeptanzstudie zu Lebensauffassung,
speziellen Angeboten, Engagement

Vertraulich!

**Nachdruck, Vervielfältigung oder Veröffentlichung dieser Daten, ganz oder teilweise, nur mit Genehmigung des
INSTITUTS FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH**

INHALT

	Seite
Zur Einführung.....	1
Inwieweit die Lebensauffassung des Humanistischen Verbands Deutschlands der eigenen entspricht.....	2
Interessentenpotentiale	4
Anhänger des HVD – in welchen Gruppen?	6
Wie attraktiv sind die Angebote des HVD?.....	11
Allgemein interessante und identitätsstiftende Angebote	14
Bedarfscluster.....	16
Bereitschaft zum Engagement für den HVD	17
Im weitesten Sinne ansprechbar – sofern einem der HVD vertraut ist	18
Welche Gruppen den HVD unterstützen würden.....	19
Ausblick.....	22

Anhang

- Allgemeine Anmerkungen zur Faktorenanalyse
- Faktorenanalyse
- Untersuchungsdaten
- Fragebogenauszug mit Original-Anlagen

Zur Einführung

Wie groß ist das Bevölkerungssegment, das zur Lebensauffassung des Humanistischen Verbands Deutschland (HVD) neigt? Welche Angebote des HVD wirken anziehend? Und inwieweit besteht eine Bereitschaft, den Verband durch Mitgliedschaft, durch Spenden oder auf andere Weise zu unterstützen?

Diesen Fragen geht die vorliegende Studie nach, die im Auftrag des HUMANISTISCHEN VERBANDS DEUTSCHLANDS, Berlin, vom INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH, Allensbach am Bodensee, erhoben wurde, und zwar im Oktober/November 2004 bei einem repräsentativen Querschnitt der Bevölkerung ab 16 Jahren; die Ermittlungen waren Teil einer Mehr-Themen-Umfrage unter 2033 Personen.

Damit wird die Akzeptanz des Humanistischen Verbands Deutschlands auf einer bezogen auf relevante gesellschaftliche Gruppen breitestmöglichen Basis untersucht. Die Befunde bestätigen, wie sinnvoll dieser breite Studienansatz ist; denn durch ihn wird am deutlichsten erkennbar, welche Gruppen sich vom Humanistischen Verband Deutschlands stark oder aber kaum angesprochen fühlen. Wir überprüfen dies nicht nur für demographische Gruppen wie Männer und Frauen, Alters-, Bildungs- und Berufsgruppen; ganz wichtig sind hier auch die Analysen für die ost- und westdeutsche Bevölkerung, von den überzeugten Mitgliedern der Kirchen bis zu den konfessionslosen Deutschen, von den politisch Links- bis zu den Rechtsorientierten und auch den Anhängern der politischen Parteien.

Auf den folgenden Seiten finden sich die wichtigsten Befunde der Studie, im Anhang sind sämtliche Daten ausführlich und für die wichtigen gesellschaftlichen Gruppen dokumentiert, außerdem nähere Einzelheiten zur Methode, ein Repräsentanznachweis sowie die Fragestellungen im Originalwortlaut.

Allensbach am Bodensee
Anfang Dezember 2004

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH

Inwieweit die Lebensauffassung des Humanistischen Verbands Deutschlands der eigenen entspricht

Der Humanistische Verband Deutschlands wurde den Befragten unserer Studie wie folgt vorgestellt: "Es gibt den Humanistischen Verband Deutschlands, der eine Lebensauffassung vertritt, wie sie hier auf der Karte beschrieben ist. Wenn Sie das bitte einmal durchlesen."

Die Karte hatte folgendes Aussehen:

Der Humanistische Verband Deutschlands vertritt diese Lebensauffassung:

- ein eigenständiges, selbstbestimmtes Leben, das auf ethischen und moralischen Grundüberzeugungen beruht
- ein Leben frei von Religion, ohne den Glauben an einen Gott
- andere weltanschauliche und religiöse Lebensauffassungen zu achten, zu respektieren

Dem schloß sich als Kernfrage an: "Einmal alles zusammengenommen: Entspricht das Ihrer eigenen Lebensauffassung voll und ganz, überwiegend, eher nicht oder gar nicht?"

Diese Lebensauffassung entspreche ihrer eigenen

- "voll und ganz", erklären 7 Prozent der Deutschen,
- und 42 Prozent halten dies für "überwiegend" zutreffend, während sie der Lebensauffassung von
- 21 Prozent "eher nicht" entspricht
- und der von 25 Prozent "gar nicht".

Damit stimmt der Lebensauffassung des HVD

- jeder zweite Deutsche zumindest überwiegend zu (49 Prozent),
- während sich eine fast gleich große Bevölkerungsfraction eher von ihr distanziert (46 Prozent).

Interessentenpotentiale

Wenn demnach mehr als dreißig Millionen Deutsche mit Kernprinzipien des HVD (der bundesweit rund zehntausend Mitglieder hat) eher übereinstimmen als sie ablehnen, wird hier zwar ein beachtliches Sympathiepotential für den Humanistischen Verband Deutschlands erkennbar. Dabei erscheinen allerdings zwei der drei Prinzipien, nämlich

- eigenständiges, selbstbestimmtes Leben, das auf ethischen und moralischen Grundüberzeugungen beruht,

sowie

- andere weltanschauliche und religiöse Lebensauffassungen zu achten, zu respektieren,

in Deutschland weit weniger kontrovers zu sein als das *Leben frei von Religion, ohne den Glauben an einen Gott*.

Zum Spannungsfeld dieser Lebensorientierungen folgende empirische Hintergrundinformationen:

- Auch wenn die Mitgliederzahl der christlichen Konfessionen in den letzten Jahrzehnten gesunken ist: eine breite Mehrheit, nämlich 7 von 10 Deutschen sind Mitglied einer Kirche (in unserer Studie 68 Prozent).
- Die meisten sind allerdings nicht als ausgeprägt religiös charakterisierbar: Nur 13 Prozent gehen regelmäßig – das heißt jeden oder fast jeden Sonntag – zur Kirche und 24 Prozent gelegentlich; das Lebensziel "Religion, feste Glaubensüberzeugung" ist nur knapp einem Viertel (22 Prozent) der Deutschen sehr wichtig.
- Dagegen legen mehr als zwei Drittel der Deutschen besonderen Wert auf Autonomie: "Unabhängigkeit, sein Leben weitgehend selbst bestimmen" (69 Prozent).
- Und spricht man die Bevölkerung auf Normen an, auf Erziehungsziele, die sie bei Kindern heute für besonders wichtig halten, so zählen für ein Viertel "Fester Glaube, feste religiöse Bindung" dazu (26 Prozent),
- aber "tolerant sein, Andersdenkende achten" halten dreimal so viele Deutsche für sehr wichtig (79 Prozent).¹

¹ Vgl. allensbacher bericht (Nr. 18/2003): Höflichkeit und Sparsamkeit wieder hoch im Kurs. Die gesellschaftlichen Vorstellungen von Kindererziehung verändern sich. (<http://www.ifd-allensbach.de>)

Der Wert des selbstbestimmten und toleranten Lebens wird also hochgradig unterstützt, – der eines betont religiösen Lebenszuschnitts indessen nur von einer Minderheit. Deshalb jedoch zu erwarten, daß religiös weniger engagierte Christen auch auf die Religion und einen Gottesglauben verzichten wollten, wäre unrealistisch. Denn die weitaus meisten Deutschen bekennen sich ausdrücklich zu ihrer Kirche, zum Christentum oder einer Religion – lediglich rund ein Fünftel der Bevölkerung verneint eine religiöse Bindung: "Der Glaube sagt mir nichts, ich brauche keine Religion".²

Kommen wir nun zurück auf unsere Ermittlung, inwieweit die Lebensauffassung des HVD der eigenen entspricht. Offenbar identifizieren sich zahlreiche Befragte "überwiegend" mit ihr:

- die beiden (wie wir sahen) sehr populären Prinzipien des selbstbestimmten Lebens und des Respekts vor anderen Weltanschauungen leuchten ein,
- nicht aber das von einem religionsfreien Leben,

(viele stimmen also mit zwei der drei Ziele überein). Da ein religionsfreies Leben aber entscheidend zum Selbstverständnis des Humanistischen Verbands Deutschlands gehört, sollte man zu seinem engeren Interessentenpotential auch nur diejenigen rechnen, die auch dieses Prinzip vertreten, die also mit der in unserer Studie vorgestellten Lebensauffassung des HVD *voll und ganz* übereinstimmen. Diese Zielgruppe umfaßt die schon erwähnten 7 Prozent der erwachsenen Bevölkerung, was 4,23 Millionen Deutschen entspricht.

² Elisabeth Noelle-Neumann und Renate Köcher (Hrsg.): Allensbacher Jahrbuch der Demoskopie 1998-2002: Der Balkon des Jahrhunderts. München, Allensbach am Bodensee 2002, S. 359 und Institut für Demoskopie, Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 7032 (Oktober 2002).

Anhänger des HVD – in welchen Gruppen?

In welchen Kreisen der Gesellschaft trifft man nun relativ stark oder aber nur schwach auf diese dem HVD am nächsten stehende Zielgruppe (von insgesamt 7 Prozent)?

- Männer und Frauen gehören ihr praktisch in gleichen Anteilen an (7 Prozent),
- Jüngere werden hiervon überdurchschnittlich angesprochen: 7 Prozent der Unter-30jährigen und knapp 9 Prozent der 30- bis 44jährigen bekennen sich voll und ganz zur Lebensauffassung des HVD, während es unter den 45- bis 59jährigen nur noch 6 Prozent sind und bei den 60jährigen und älteren mit 5 Prozent noch weniger.
- Ob man berufstätig ist oder nicht, spielt für die Neigung zum HVD keine wesentliche Rolle (7 zu 6 Prozent) – und von den Berufskreisen neigen nur die Facharbeiter mit 8 Prozent eher überdurchschnittlich zur Lebensauffassung des HVD.
- Eindeutig hängt die Neigung vom Bildungsgrad ab, je höher der Abschluß, desto stärker bekennt man sich zum Lebenskonzept des HVD; zu 5 Prozent diejenigen mit einfachem Schulabschluß und doppelt so häufig, wer Abitur oder ein Studium abgeschlossen hat (10 Prozent).
- Auch Personen mit relativ viel Einfluß auf ihr soziales Umfeld, die Meinungsführer, fühlen sich stark vom HVD angezogen, nämlich mit 10 Prozent praktisch doppelt so häufig wie die übrige Bevölkerung (5 Prozent). Zu den Meinungsführern zählen übrigens 30 Prozent der Bevölkerung, sie werden von uns nach einem Modell ermittelt, das die Meinungsführer in allen gesellschaftlichen Schichten erfaßt (siehe dazu Näheres im Anhang).
- Regional betrachtet, trifft der HVD in den neuen Bundesländern mit 11 Prozent fast in doppelt so hohem Grad auf Anhänger wie in den alten Bundesländern (6 Prozent). Wir weisen die Befunde auch aufgliedert für die meisten Bundesländer oder zumindest eng zusammenhängende Regionen aus. Dabei ist statistisch zu berücksichtigen, daß die Ergebnisse etwa für Schleswig-Holstein und Hamburg oder für Mecklenburg-Vorpommern auf Stichproben von weniger als 100 Befragten basieren und sie eine größere statistische Schwankungsbreite haben als etwa die für Nordrhein-Westfalen, wo die Stichprobe mehr als 300 Personen umfaßt. Das heißt: Unterschiede von wenigen Prozentpunkten können zufällig sein und sollten eher vorsichtig interpretiert werden. Mit diesem Vorbehalt dokumentieren wir, daß sich in unserer Studie die höchsten HVD-Interessentenanteile in Mecklenburg-Vorpommern zeigten, und zwar mit 17 Prozent, gefolgt von Berlin

mit 14 Prozent, in Thüringen mit 12 Prozent, Sachsen-Anhalt und Sachsen mit 10 Prozent und Brandenburg mit 9 Prozent. In Westdeutschland fühlten sich lediglich die Befragten in Schleswig-Holstein und Hamburg überdurchschnittlich vom HVD angezogen (8 Prozent), gefolgt von Bayern und Nordrhein-Westfalen (6 Prozent), Niedersachsen und Bremen sowie Hessen (4 Prozent), während die Neigung zum HVD in Rheinland-Pfalz und im Saarland am geringsten ist (3 Prozent).

- Erwartungsgemäß neigt zur Lebensauffassung des HVD besonders, wer nie Mitglied einer Kirche war (15 Prozent), die aus der Kirche Ausgetretenen zwar etwas schwächer, aber mit 13 Prozent auch noch weit überdurchschnittlich. Beide Gruppen sind jedoch mit ihren Anteilen von 14 bzw. 18 Prozent an der Bevölkerung noch immer Minderheiten; die zwei Drittel Deutschen hingegen, die Mitglied einer Kirche sind, stimmen lediglich zu 3 Prozent voll und ganz mit der Lebensauffassung des HVD überein – darunter die Protestanten noch eher (4 Prozent) als die Katholiken (3 Prozent).
- Und geht man aus vom Grad des religiösen Engagements, nämlich der Frequenz des Kirchenbesuchs, so neigen von den regelmäßigen Kirchgängern lediglich 2 Prozent zu dieser Lebensauffassung, wer gelegentlich zur Kirche geht zu 4 Prozent, seltene Kirchenbesucher zu 5 Prozent – und, wer nie zur Kirche, geht zu 14 Prozent.
- Das eindeutige Bekenntnis zur Lebensauffassung des HVD ist zwar unter politisch Interessierten nicht signifikant ausgeprägter als unter den weniger Interessierten (je 7 Prozent),
- aber es differenziert ganz entscheidend nach parteipolitischen Orientierungen: die Lebensauffassung des HVD entspricht am wenigsten der von Anhängern der CDU/CSU (4 Prozent), die Anhänger der FDP stimmen mit ihr zu 5 Prozent überein, die der SPD zu 6 Prozent – und damit die Anhänger der traditionsreichsten westdeutschen Parteien eher unterdurchschnittlich. Dagegen stimmt jeder zehnte Anhänger von Bündnis 90/Die Grünen uneingeschränkt der Lebensauffassung des HVD zu (10 Prozent) – und von den PDS-Anhängern fast jeder fünfte (18 Prozent). Die Anhänger der Parteien werden durch die Frage ermittelt, welche Partei einem wie sympathisch ist; als Anhänger gelten hier diejenigen, die eine Partei an die oberste Stelle ihrer persönlichen Sympathieskala setzen.
- Unabhängig davon messen wir auch den subjektiv empfundenen politischen Standort, und zwar auf einer Skala von 0 = ganz links bis 100 = ganz rechts. Hier zeigt sich eindeutig: Je mehr man sich als linksorientiert einstuft, desto eher entspricht die Lebensauffassung des HVD der eigenen: Wer sich weit links einstuft, teilt zu 13 Prozent diese Lebensauffassung, die mäßig Linksorientierten mit

9 Prozent zwar deutlich weniger, aber noch immer klar überdurchschnittlich. Von denen, die sich politisch in der Mitte einstufen, bis zu den weit rechts Orientierten variieren die Akzeptanzanteile hingegen nur noch gering und sind stets unterdurchschnittlich (jeweils 5 in der Mitte, für gemäßigt rechts und für weit rechts-außen Stehende). Die politische Orientierung wird übrigens in der Regel gern und mühelos angegeben, rund 15 Prozent stufen sich als sehr links auf der Skala ein, 19 Prozent als mäßig links, 34 Prozent in der Mitte, 18 Prozent als mäßig rechts und 14 Prozent als sehr rechts; eher linksorientiert sind danach 34 Prozent und 32 Prozent eher rechtsorientiert.

Neigung zur HVD-Lebensauffassung

Die Lebensauffassung des HVD entspricht der eigenen -

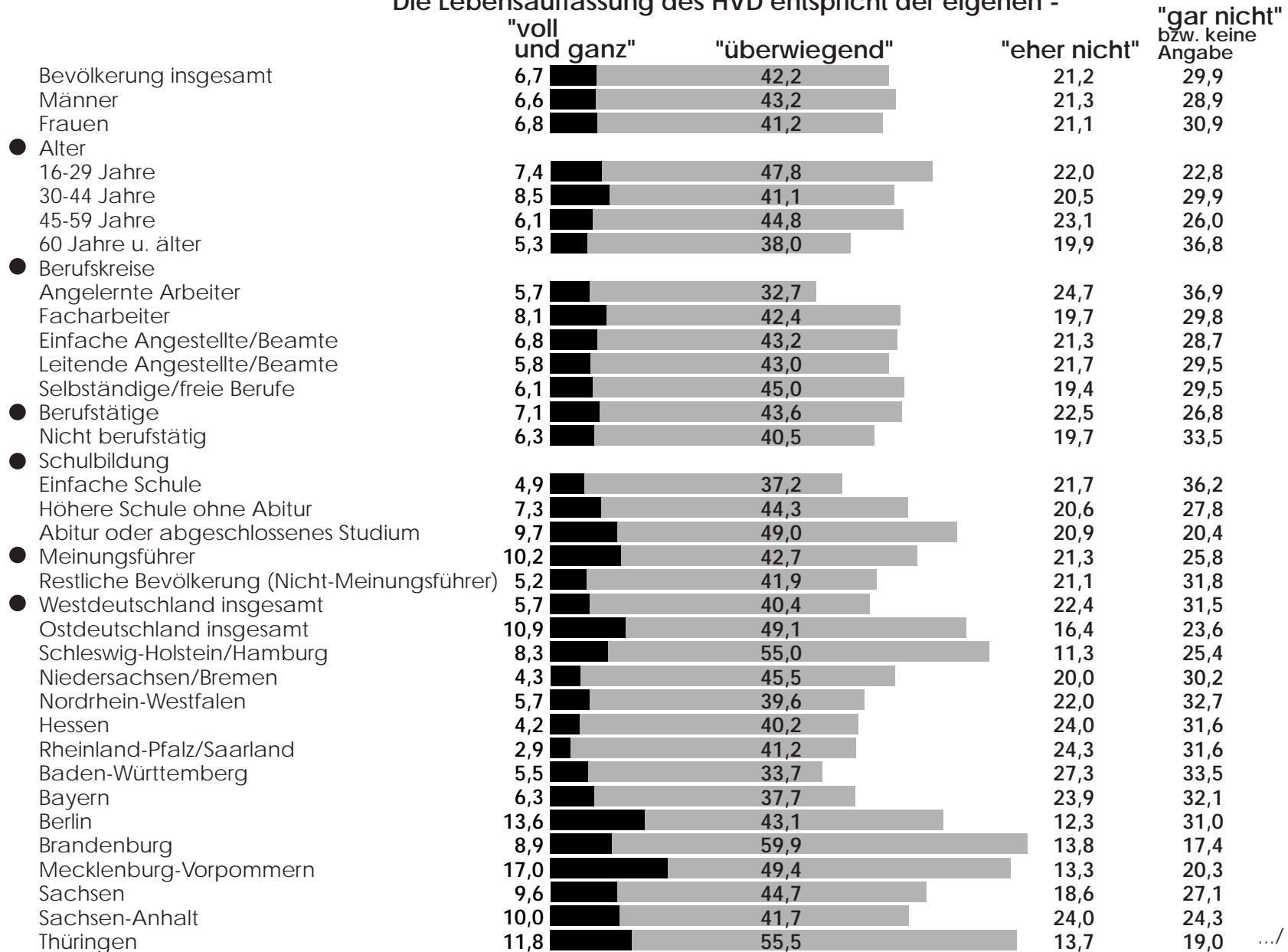
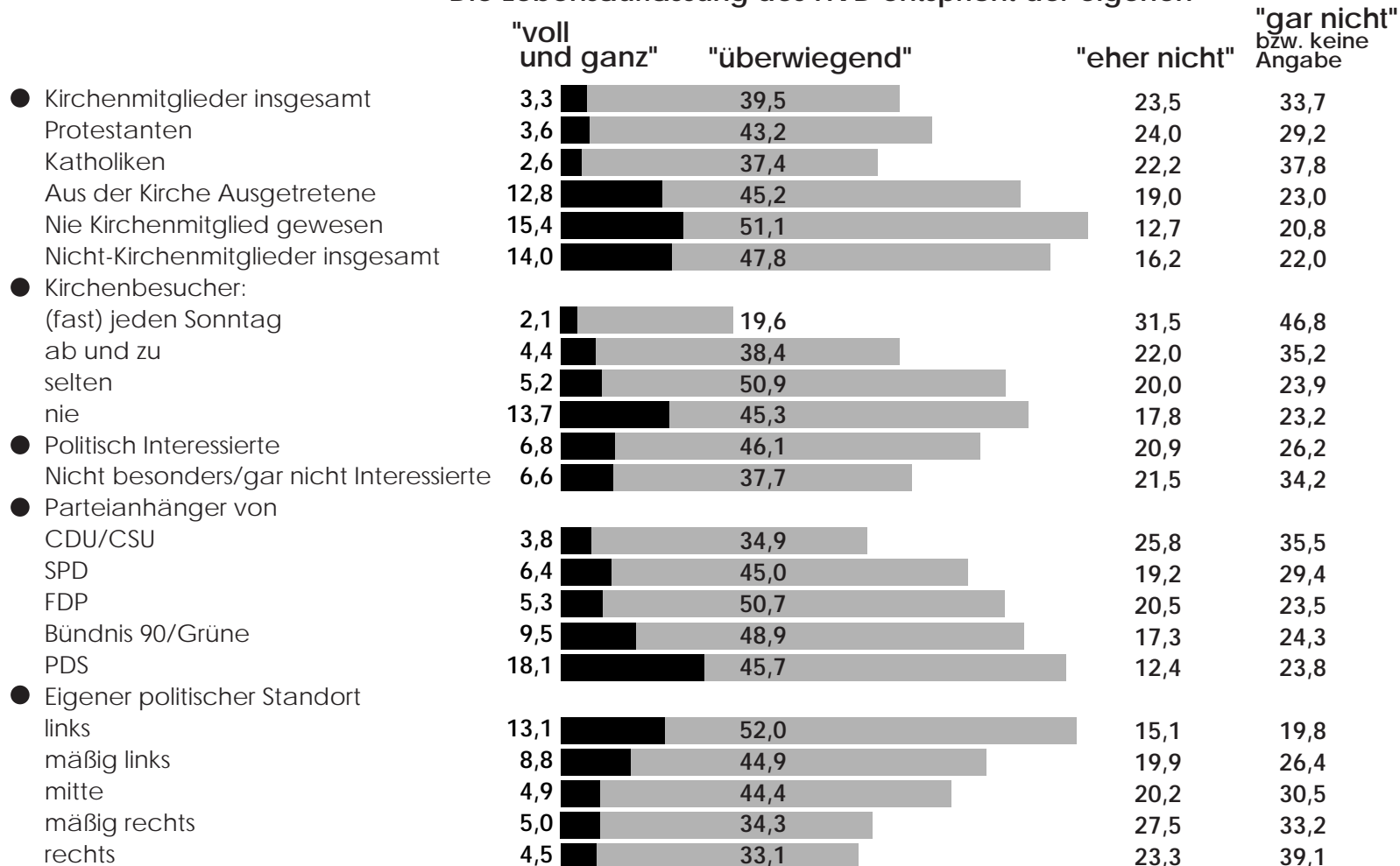


Schaubild 1

Neigung zur HVD-Lebensauffassung

/...

Die Lebensauffassung des HVD entspricht der eigenen -



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 7063, Okt./Nov. 2004

Schaubild 1

Wie attraktiv sind die Angebote des HVD?

Nach der vorstehenden Ermittlung wurden den Befragten 12 detaillierte Angebote des HVD auf einer Liste präsentiert, die Frage dazu lautete: "Was davon finden Sie persönlich interessant?"

Diese Frage ist allen Personen gestellt worden, die sich zuvor nicht von der Lebensauffassung des HVD vollkommen distanziert hatten (das heißt 75 Prozent). Damit wird auch erkennbar, welche der Angebote spezifisch für die Zielgruppe des HVD attraktiv sind – und welche auf eine eher allgemeine Akzeptanz stoßen.

Wie das Interesse an den Angeboten abstuft ist, belegt das folgende Schaubild:

- die Angebote sind am attraktivsten für das engere HVD-Interessentenpotential, das voll und ganz mit dessen Lebensauffassung übereinstimmt: denn hier hält man im Durchschnitt 7,6 der 12 geprüften Angebote für interessant (wie aus der Summe für sämtliche Angebote hervor geht);
- wer die Lebensauffassung des HVD überwiegend teilt, findet 6,5 der Angebote interessant,
- und wer mit der Lebensauffassung des HVD eher nicht übereinstimmt, nur noch 4,5 der Angebote.

In der engeren Zielgruppe des HVD, die sich uneingeschränkt zu dessen Lebensauffassung bekennt, werden

- an oberster Stelle die Dienste für Senioren für interessant gehalten, und zwar von 79 Prozent,
 - an zweiter Stelle der Lebenskundeunterricht an Schulen, mit 74 Prozent,
 - praktisch gleichauf mit den Angeboten für Kinder und Jugendliche (74 Prozent)
 - sowie Tages- und Begegnungsstätten für Kinder wie auch für Alte (73 Prozent).
 - Sterbebegleitung findet diese Zielgruppe zu 72 Prozent interessant,
 - Beratung und Hilfe bei Patientenverfügungen interessieren 69 Prozent,
 - Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen 64 Prozent,
 - nicht-kirchliche Trauerfeiern mit einem Trauerredner 59 Prozent,
 - Beratung von Familien und Paaren 57 Prozent,
 - Studienfahrten, Bildungs- und Kulturreisen 50 Prozent,
- während etwas weniger als die Hälfte der engeren Zielgruppe des HVD

- Ausstellungen, Lesungen, Vorträge zu Fragen der Humanistischen Lebensauffassung interessant findet (45 Prozent)
- oder Fest- und Feierangebote zu wichtigen Ereignissen des Lebens wie Namensfeier, Jugendfeier, nicht-kirchliche Hochzeitsfeier (44 Prozent).

Welche Angebote des HVD sind interessant?

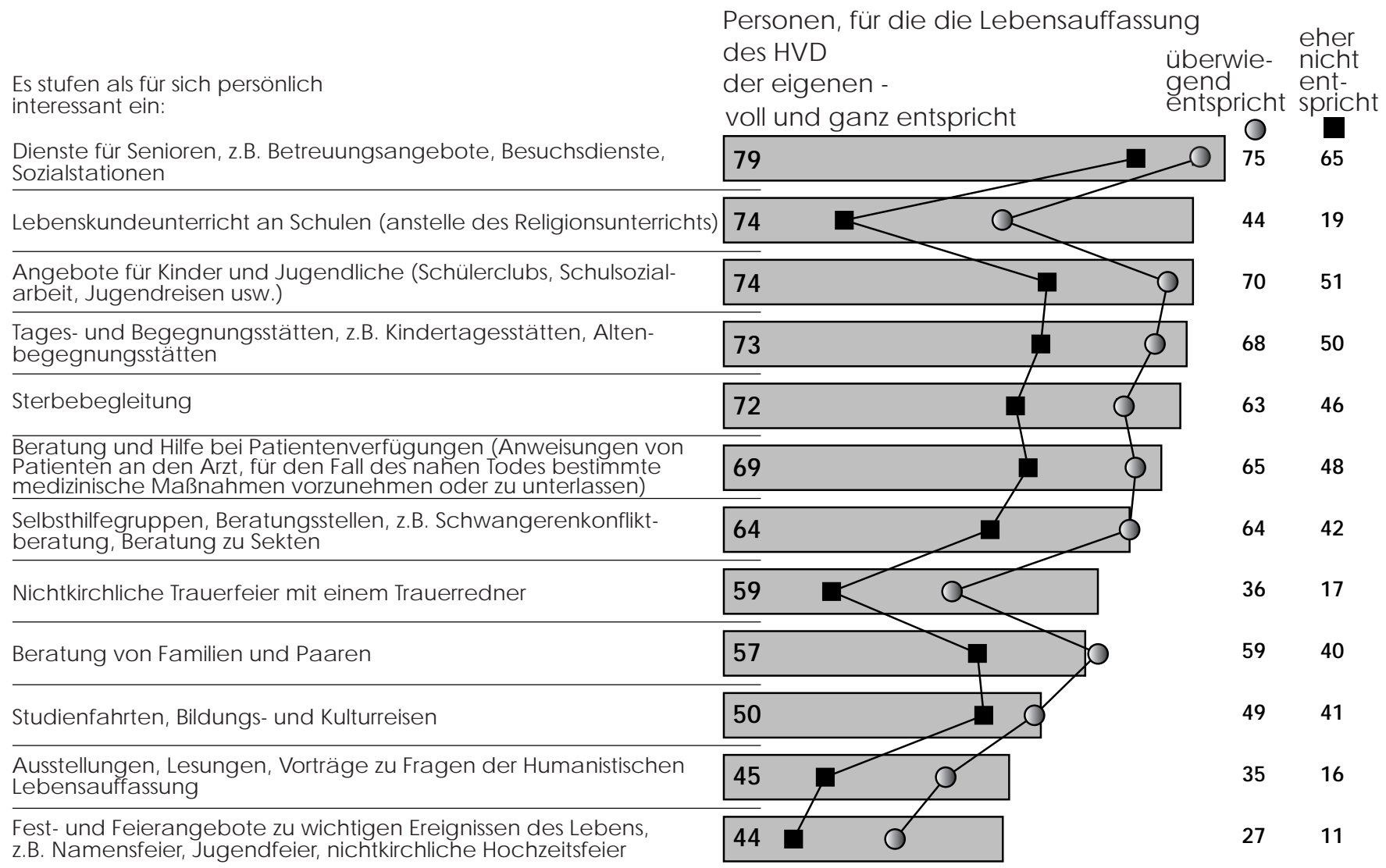


Schaubild 2

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 7063, Okt./Nov. 2004

Allgemein interessante und identitätsstiftende Angebote

Das vorstehende Schaubild belegt, daß sich auch die Kreise, die sich schwächer mit dem HVD identifizieren, von einer Reihe dieser Angebote hochgradig angesprochen fühlen; und selbst wer dem HVD eher distanziert gegenübersteht, hält immerhin noch mehrheitlich

- dessen Senioren-Dienste für interessant (65 Prozent)
- oder seine Angebote für Kinder und Jugendliche (51 Prozent)
- oder die Tages- und Begegnungsstätten (50 Prozent).

Hierin drückt sich aber auch eine generelle positive Einstellung gegenüber sozialen Initiativen aus, ganz gleich, wer sie anbietet. Je stärker die engere Zielgruppe des HVD diese Initiativen begrüßt, desto wichtiger ist es für den HVD, sie auch als Angebot zu pflegen. Je mehr es allerdings vergleichbare Angebote von anderen Einrichtungen gibt, desto weniger dürfte der HVD daraus eine spezifische Anziehungskraft ableiten können. Seine spezifische Anziehungskraft gewinnt der HVD indessen aus Angeboten, die von seiner engeren Zielgruppe besonders geschätzt werden – und von weniger nahe Stehenden nur relativ selten. Dazu zählen:

- Lebenskundeunterricht an Schulen, die die engere HVD-Zielgruppe zu 74 Prozent interessant findet – indessen nur Minderheiten derer, die überwiegend mit dem HVD übereinstimmen (44 Prozent) oder ihm eher distanziert gegenüberstehen (19 Prozent).
- Nicht-kirchliche Trauerfeier mit einem Trauerredner: Die engere Zielgruppe findet diese zu 59 Prozent interessant (gegenüber 36 bzw. 17 Prozent in den weniger nahestehenden Gruppen)
- Fest- und Feierangebote zu wichtigen Ereignissen des Lebens wie Namens-, Jugendfeier oder nicht-kirchliche Hochzeitsfeier: 44 Prozent finden sie in der engeren Zielgruppe interessant (gegenüber 27 bzw. 11 Prozent)

Diese Angebote differenzieren also besonders zwischen eindeutigen Anhängern des HVD und jenen, die ihm eingeschränkt positiv oder eher skeptisch gegenüberstehen. Zwar nicht so krass, aber in gewissem Grad gilt dies auch für das Angebot, die humanistische Lebensauffassung näher zu erklären, zu vermitteln:

- Ausstellungen, Lesungen, Vorträge zu Fragen der Humanistischen Lebensauffassung finden nämlich 45 Prozent der engeren Zielgruppe interessant (gegenüber 35 und 16 Prozent).

Wichtig an diesen Befunden ist, daß man die einzelnen Angebote nicht allein nach ihren bloßen Akzeptanzraten bewertet. Drei der vier zuletzt genannten Angebote gehören auch unter der engeren HVD-Zielgruppe keineswegs zu den am stärksten gewünschten (abgesehen vom Lebenskundeunterricht). Höhere Akzeptanzraten für andere Angebote signalisieren zwar, in welche Richtung sich verstärkte Initiativen für den HVD lohnen könnten. Dies sollte aber nicht zu einer Vernachlässigung der Angebote vom Lebenskundeunterricht bis zu den nicht-kirchlichen Feiern und der Vermittlung der humanistischen Lebensauffassung führen, denn diese sind für den HVD besonders identitätsstiftend.

Bedarfscluster

Unter den Angeboten gibt es welche, die man relativ häufig zusammen als interessant empfindet, aus denen sich gewissermaßen Bedarfscluster bilden. Durch eine sogenannte Faktorenanalyse werden diese sichtbar, deren Daten sind im Anhang näher dokumentiert. Danach werden oft gemeinsam als interessant eingestuft

- die nicht-kirchlichen Trauerfeiern mit einem Trauerredner,
- Fest- und Feiertagsangebote zu wichtigen Ereignissen,
- Lebenskundeunterricht an Schulen (anstelle des Religionsunterrichts),

was man zusammenfassend überschreiben kann als "nicht-kirchliche Feiern und Lebenskunde". Dies sind genau die Angebote, die – wie oben gezeigt – speziell vom engeren Interessentenpotential des HVD geschätzt werden.

Außerdem findet man häufig gemeinsam die folgenden Angebote des HVD interessant:

- Beratung und Hilfe bei Patientenverfügungen
- Dienste für Senioren
- Sterbebegleitung
- Tages- und Begegnungsstätten
- Selbsthilfegruppen und Beratungsstellen
- Beratung von Familien und Paaren,

sie lassen sich unter "soziale Dienste" zusammenfassen.

In einer dritten Dimension gebündelt reizen die Angebote des HVD:

- Studienfahrten, Bildungs- und Kulturreisen
- Ausstellungen, Lesungen, Vorträge zu Fragen der Humanistischen Lebensauffassung
- Angebote für Kinder und Jugendliche
- Beratung von Familien und Paaren;

wir fassen sie zusammen unter "Bildung sowie Kinder-Jugend-Familie".

Bereitschaft zum Engagement für den HVD

Wie viele Deutsche würden sich für den HVD engagieren? Nachdem die Befragten unserer Studie sich zur Lebensauffassung des HVD und seinen detaillierten Angeboten geäußert hatten (und damit auch darüber informiert wurden), folgte die Ermittlung "Könnten Sie sich vorstellen, den Humanistischen Verband zu unterstützen, ich meine jetzt als Mitglied, durch Spenden oder auf andere Weise, oder kommt das für Sie nicht in Frage?":

- 1 Prozent der Bevölkerung erklären, daß sie sich eine Mitgliedschaft vorstellen können,
- 5 Prozent können sich vorstellen, den HVD durch Spenden zu unterstützen, und
- 10 Prozent ein anderes Engagement für den HVD.

Damit ist ein Sechstel der deutschen Bevölkerung bereit, den HVD als Mitglied, durch Spenden oder sonst zu unterstützen (17 Prozent). Wer mit der Lebensauffassung des HVD voll übereinstimmt, will ihn fast zur Hälfte unterstützen, nämlich zu 47 Prozent,

- und zwar denken hier 5 Prozent an eine Mitgliedschaft,
- 13 Prozent an ein Spendenengagement und
- 29 Prozent an eine andere Form der Unterstützung.

Wie stark eine solche Unterstützung abbröckelt, wenn die Lebensauffassung des HVD nicht vollkommen geteilt wird, zeigt sich in folgendem:

- wer damit nicht vollständig, aber immerhin überwiegend übereinstimmt, ist nur noch zu 27 Prozent bereit, sich zu engagieren (2 Prozent als Mitglied, 8 Prozent durch Spenden, 17 Prozent durch anderes);
- und wer diese Lebensauffassung eher distanziert sieht, will nur noch zu 8 Prozent den HVD unterstützen (und zwar niemand als Mitglied und jeweils 4 Prozent durch Spenden oder auf andere Weise).

Im weitesten Sinne ansprechbar – sofern einem der HVD vertraut ist

Rund 63 Millionen Deutsche sind 16 Jahre und älter. Wenn

- sie sich zu 1,2 Prozent eine Mitgliedschaft im HVD vorstellen können, besteht hierzu eine Bereitschaft bei einer Dreiviertelmillion Deutscher (oder genauer rund 760.000),
- den HVD durch Spenden zu unterstützen, können sich 5,4 Prozent vorstellen, dies sind 3,4 Millionen Deutsche,
- und hinter den 10,2 Prozent, die den HVD auf andere Weise unterstützen würden, stehen 6,4 Millionen.

Zusammengefaßt errechnet sich daraus eine Bereitschaft, sich für den HVD zu engagieren, bei rund 10,5 Millionen Deutschen, allerdings unter der Voraussetzung eines ähnlichen Informationsgrads über den HVD wie in unserer Studie; denn hier wurde diese Bereitschaft ja erst ermittelt, nachdem die Befragten sowohl über die Lebensauffassung des HVD als auch über dessen einzelne Angebote näher informiert waren.

Welche Gruppen den HVD unterstützen würden

Mit einer deutlich überdurchschnittlichen Unterstützung kann der HVD, bezogen auf die 17 Prozent in der Gesamtbevölkerung, in folgenden gesellschaftlichen Gruppen rechnen:

- bei den Unter-30jährigen (19 Prozent) und bei den 45- bis 59jährigen (20 Prozent),
- im Berufskreis der leitenden Angestellten/Beamten (19 Prozent),
- bei den Berufstätigen (18 Prozent),
- bei Personen mit einem mittleren Schulabschluß oder mit Abitur/Studium (jeweils 20 Prozent),
- unter Meinungsführern (21 Prozent)
- in Ostdeutschland (21 Prozent), und zwar besonders in Mecklenburg-Vorpommern (26 Prozent), Thüringen (25 Prozent), Brandenburg (24 Prozent) und Sachsen-Anhalt (21 Prozent).
- Nicht-Kirchenmitglieder sind zu 22 Prozent bereit, sich für den HVD zu engagieren, und unter den Kirchenmitgliedern noch eher die Protestanten (16 Prozent) als die Katholiken (12 Prozent).
- Wer nie zur Kirche geht, will den HVD in jedem fünften Fall unterstützen (20 Prozent), aber auch seltene Kirchenbesucher in keineswegs geringerem Grad (20 Prozent) – und die gelegentlichen Kirchenbesucher mit 15 Prozent noch mehr als doppelt so häufig wie die regelmäßigen Kirchgänger (6 Prozent).

Außerdem gehören zu den Unterstützern in relativ starkem Anteil:

- die politisch Interessierten (20 Prozent),
- die Anhänger der PDS (25 Prozent), von Bündnis 90/Die Grünen (21 Prozent) und der FDP (20 Prozent)
- und politisch weit links Stehende (25 Prozent).

Damit verfügt dieses weiteste Unterstützer-Segment über ein ähnliches Profil wie die oben beschriebene engere HVD-Zielgruppe.

Engagement für HVD - in welchen Gruppen?

Frage: "Wenn Sie sich jetzt noch einmal die Karte mit der Beschreibung der Lebensauffassung ansehen, die der Humanistische Verband Deutschlands vertritt. Könnten Sie sich vorstellen, den humanistischen Verband zu unterstützen, ich meine jetzt als Mitglied, durch Spenden oder auf andere Weise, oder kommt das nicht in Frage?"

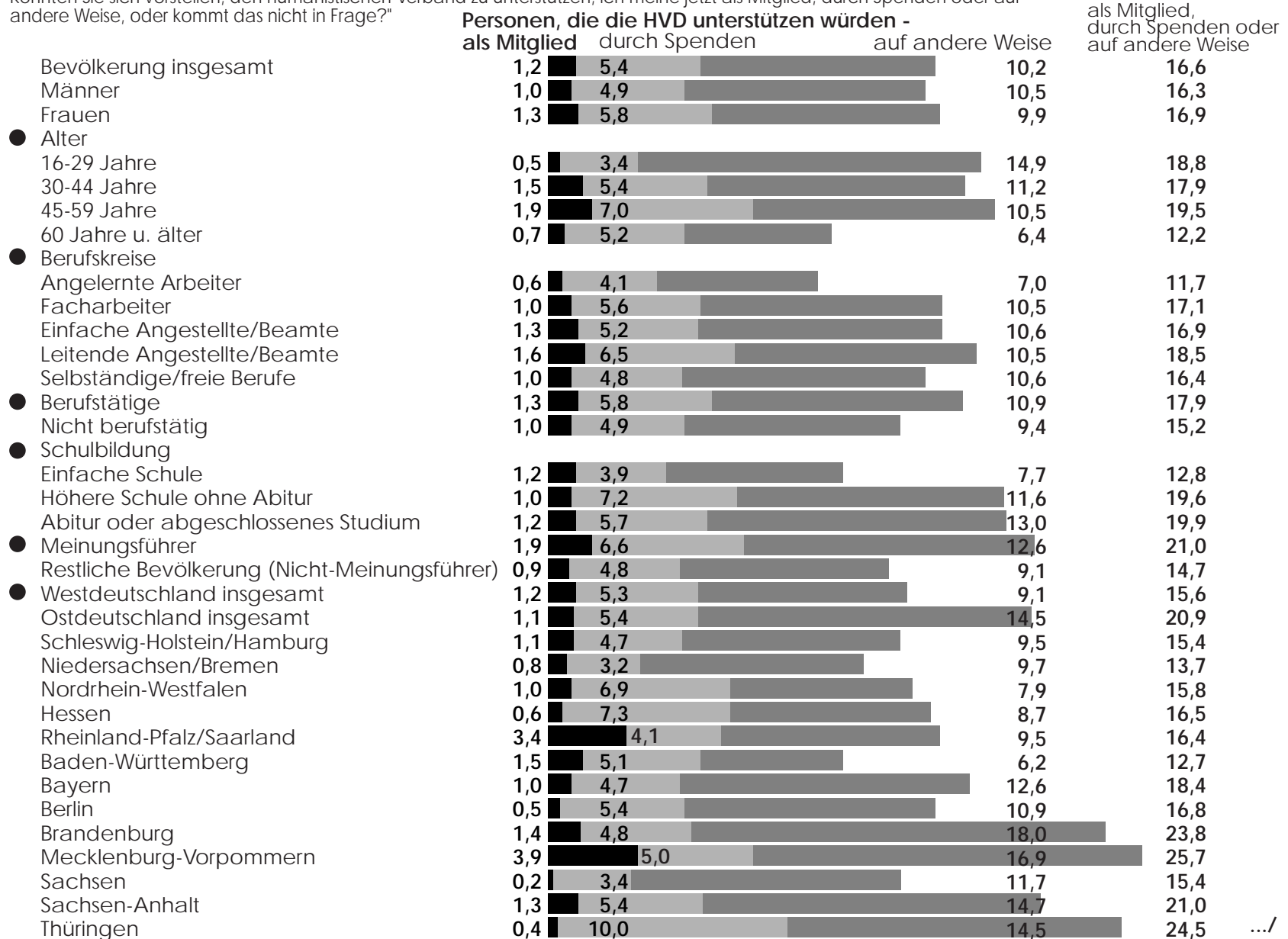
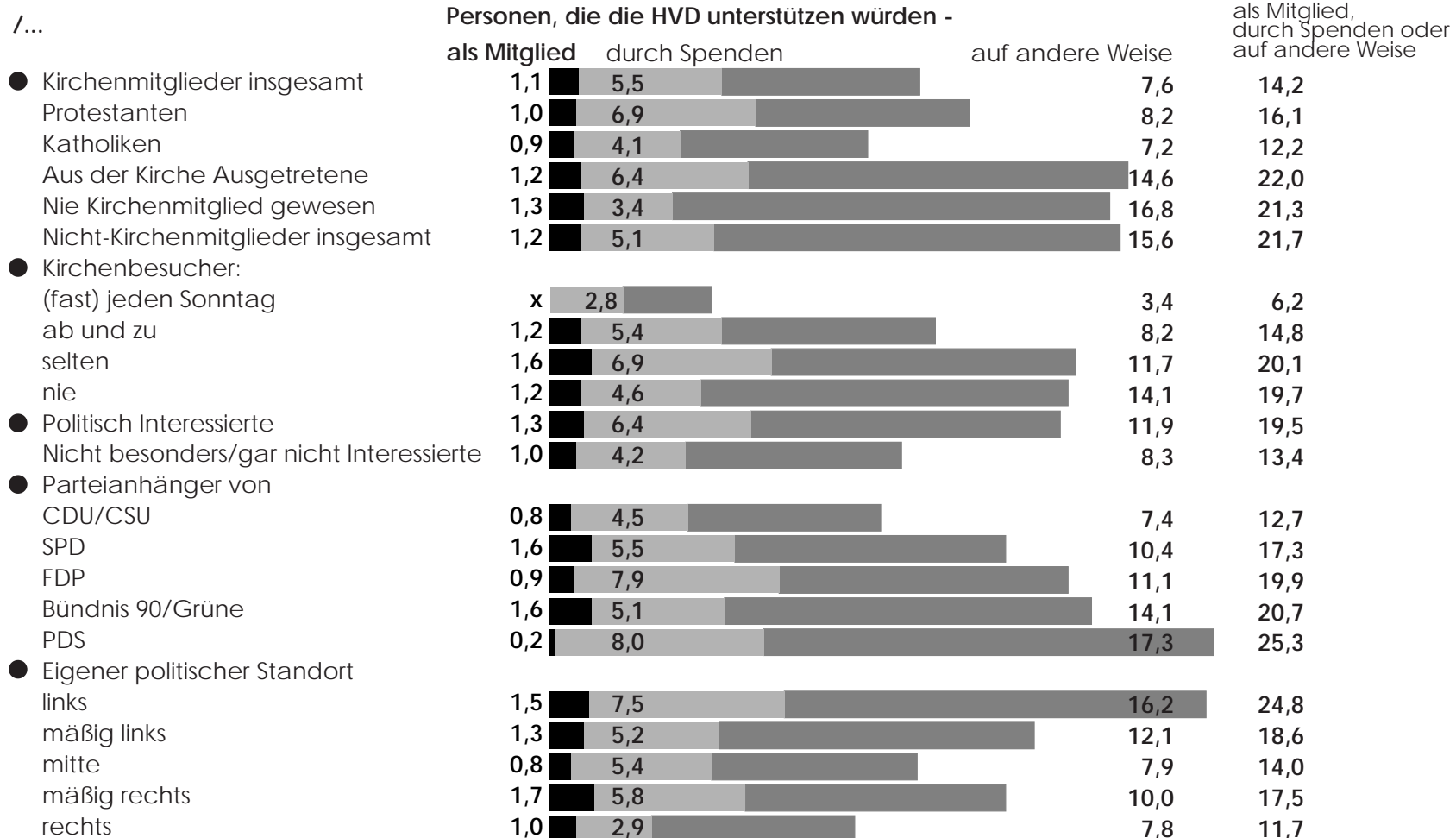


Schaubild 3

Engagement für HVD - in welchen Gruppen?

Frage: "Wenn Sie sich jetzt noch einmal die Karte mit der Beschreibung der Lebensauffassung ansehen, die der Humanistische Verband Deutschlands vertritt. Könnten Sie sich vorstellen, den humanistischen Verband zu unterstützen, ich meine jetzt als Mitglied, durch Spenden oder auf andere Weise, oder kommt das nicht in Frage?"



Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 7063, Okt./Nov. 2004

Schaubild 3

Ausblick

Der Humanistische Verband Deutschlands stößt mit seiner Lebensauffassung bei der Hälfte der Bevölkerung eher auf Zustimmung als auf Distanz, völlig mit ihr übereinstimmt allerdings nur jeder sechzehnte Deutsche.

Von einer relativ breiten Akzeptanz kann der HVD mit seinen „weicheren“ Lebensprinzipien eines eigenständigen, selbstbestimmten Lebens sowie dem Respekt vor anderen Religionen und Weltanschauungen ausgehen. Konfliktträchtig ist für die Deutschen jedoch ein Leben frei von Religion, ohne Glauben an einen Gott. Wenn die Kirchen auch sinkende Mitgliederzahlen haben und nur eine Minderheit der Deutschen ein betont religiöses Leben führt, so bestätigt auch die vorliegende Studie, wie begrenzt die Minderheit der Deutschen ist, die ausdrücklich ein Leben ohne Religion akzeptiert. Dennoch sollte der HVD seine strategischen Überlegungen auf diese Minderheit konzentrieren; daß der HVD vor allem hier auf potentielle Mitglieder oder Unterstützer trifft, wird durch die Studie klar belegt.

Wir haben nicht untersucht, inwieweit der HVD und seine Angebote in Deutschland bekannt sind. Deshalb ist hier auch nicht abschätzbar, welche Anstrengungen es bedürfte, um die Interessenten des HVD besser als bisher zu erschließen. Aber eindeutig ist aus der Studie ablesbar, mit welchem Tenor, welchen Angeboten und in welchen gesellschaftlichen Gruppen sich der HVD aber am ehesten entwickeln kann.

Der HVD hat hochgradig akzeptierte Angebote, denen sich der Verband umso mehr widmen sollte, je mehr sie auch von der Kernzielgruppe, die ein religionsfreies Leben präferiert, gefordert werden. Andererseits: Je mehr und vergleichbare Angebote es von anderen Einrichtungen gibt, desto weniger kann der HVD durch sie eine anhaltende und spezifische Anziehungskraft erwarten. Deshalb sollten die einzelnen Angebote des HVD nicht allein danach bewertet werden, wie populär sie für die Zielgruppe des HVD sind. Werden bestimmte HVD-Angebote rein quantitativ weniger favorisiert, die aber entscheidend sind für das Selbstverständnis des HVD – wie etwa die nicht-kirchlichen Feiern –, dann sind diese Angebote auch als das Besondere des Verbands speziell herauszustellen. Darauf zu verzichten oder es nicht ent-

schieden genug anzubieten, könnte zu einem Verlust von Identität und Profil führen
– und der HVD würde verwechslungsfähiger, austauschbarer.

A N H A N G

- Allgemeine Anmerkungen zur Faktorenanalyse
- Faktorenanalyse
- Untersuchungsdaten
- Fragebogenauszug mit Original-Anlagen

ALLGEMEINE ANMERKUNGEN ZUR FAKTORENANALYSE

Die Faktorenanalyse ist ein mathematisch-statistisches Verfahren, mit dem überprüft wird, ob sich eine Vielzahl von Variablen (Items, Statements) auf einige Grundthemen (Faktoren, Dimensionen) reduzieren lassen. Man geht dabei von dem Gedanken aus, daß bei den Befragten verschiedene charakteristische Dispositionen vorliegen, die typische Gruppierungen beziehungsweise Bündelungen von Aussagen bedingen. Die Faktorenanalyse extrahiert solche miteinander verwandten Aussagen. Eine große Zahl von meist ungeordneten Einzelaussagen kann so auf einige wenige Faktoren reduziert werden, die den miteinander verwandten Aussagen gemeinsam sind.

Die Rückführung der einzelnen Aussagen auf die Basisfaktoren stellt einen Verdichtungsprozeß dar, der auf folgenden Voraussetzungen fußt: Miteinander hochkorrelierende Aussagen weisen mit großer Wahrscheinlichkeit auf die Existenz eines gemeinsamen Faktors hin; niedrig oder überhaupt nicht miteinander korrelierende Beurteilungen gehen auf verschiedene Faktoren zurück.

Die Korrelationsmatrix ist also Ausgangspunkt für die Berechnung der Faktoren. In ihr ist eine Konfiguration von Aussagen in einem Raum zunächst unbekannter Dimensionen gegeben.

Diese Korrelationsmatrix ist im Laufe der faktoriellen Berechnung dann erschöpft, wenn alle echten gemeinsamen Faktoren extrahiert sind und nur noch Zufallskorrelationen in der Korrelationsmatrix enthalten sind. Für jeden Faktor werden im Hinblick auf die Aussagen (Variablen) bestimmte Werte, sogenannte Ladungen, ausgewiesen. Die Ladungen zeigen an, wie stark die einzelnen Aussagen mit den Faktoren verbunden sind: sie sind zu betrachten als Korrelationen der einzelnen Aussagen mit den Faktoren. Auf die Faktorladungen lassen sich somit die Interpretationsmöglichkeiten von Korrelationskoeffizienten anwenden.

Technisch gesehen läuft eine Faktorenanalyse in zwei Teilen ab. Der erste besteht in der eigentlichen Reduktion der Variablen durch die sogenannte Haupt-Komponenten-Lösung (principal component solution). In diesem Rechenverfahren wird zuerst der Faktor berechnet, der die meisten Unterschiede (= Varianz) im Original-Datensatz erklärt. In der Reihenfolge, wie die weiteren Faktoren gebildet werden, erklären sie immer weniger der ursprünglichen Varianz, so daß der Rechengang an einem bestimmten Punkt abgebrochen werden muß, damit nicht sinnlose Faktoren,

die zur Interpretation keinen Beitrag leisten, produziert werden. Dieser Punkt wird durch das Abbruchkriterium bestimmt. Im vorliegenden Programm wird dazu die Größe des Eigenwertes (das ist die Summe der quadrierten Faktorladungen) der jeweiligen Faktoren herangezogen. Nur diejenigen werden ausgedruckt und weiterverarbeitet, deren Eigenwert nicht kleiner als 1 ist (sogenanntes Kaiser-Kriterium).

Im zweiten Teil der Faktorenanalyse werden die auf die beschriebene Weise ermittelten Faktoren einer sogenannten VARIMAX-Rotation unterzogen. Sie ist notwendig, um die Faktoren so in den Merkmalsraum zu legen, wie es für ihre Interpretation am günstigsten ist. Die resultierenden Faktoren sind weitaus eindeutiger zu beschreiben als die ursprünglichen.

Die Variablen, die mit den rotierten Faktoren die höchsten Ladungen aufweisen, bestimmen ihre Bedeutung. Die Namen, die sie erhalten, erschließen sich aus dem Sinn der jeweils in einem Faktor zusammengefaßten, ihn aufgrund der hohen Ladungen konstituierenden Einzelaussagen.

Faktorenanalyse
 12 Variable
 Programm: Principal Component Solution
 Varimax Rotation
 Eigenwerte > 1.0

FAKTORENANALYSE

'Welche HDV-Angebote findet man interessant?'

Bundesrepublik Deutschland
 Bevölkerung ab 16 Jahre
 n = 2033

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 7063

<u>Faktor</u>	<u>Arbeitstitel</u>	<u>Eigenwerte</u>	<u>Kumulierte Anteile der Eigenwerte</u>	<u>Kumulierte Anteile an der erklärten Varianz</u>
1	Soziale Dienste	4,03834	.33653	62,3 %
2	Nicht-kirchliche Feiern und Lebenskunde	1,37145	.45082	83,5 %
3	Bildung sowie Kinder-Jugend-Familie	1,07155	.54011	100,0 %

ROTIERTE FAKTORENMATRIX

FRAGE: "Hier auf dieser Liste ist einiges aufgeschrieben, was der humanistische Verband Deutschlands anbietet. Was davon finden Sie persönlich interessant?" (Listenvorlage)

ANTWORTAUSPRÄGUNG: Dichotomisch (Trifft zu (1), trifft nicht zu (0))

<u>Variable - Nr.</u>	<u>%</u>	<u>Text</u>	<u>Faktorladung ≥ +/- .45</u>			
			<u>Fakt. 1</u>	<u>Fakt. 2</u>	<u>Fakt. 3</u>	<u>Kommuna- litäten h2</u>
10	43,2	Beratung und Hilfe bei Patientenverfügungen (Anweisungen von Patienten an den Arzt, für den Fall des nahen Todes bestimmte medizinische Maßnahmen vorzunehmen oder zu unterlassen)	.75	-.17	.06	.59
7	52,1	Dienste für Senioren, z.B. Betreuungsangebote, Besuchsdienste, Sozialstationen	.72	-.04	.18	.56
11	42,2	Sterbebegleitung	.72	-.12	.07	.54
6	45,5	Tages- und Begegnungsstätten, z.B. Kindertagesstätten, Altenbegegnungsstätten	.56	-.09	.41	.49
8	41,3	Selbsthilfegruppen, Beratungsstellen, z.B. Schwangerenkonfliktberatung, Beratung zu Sekten	.56	-.11	.40	.49
9	38,0	Beratung von Familien und Paaren	.47	-.09	.53*)	.51
2	23,4	Nicht-kirchliche Trauerfeier mit einem Trauerredner	.22	-.81	-.06	.71
1	17,0	Fest- und Feierangebote zu wichtigen Ereignissen des Lebens, z.B. Namensfeier, Jugendfeier, nicht-kirchliche Hochzeitsfeier	-.03	-.76	.25	.64
5	28,2	Lebenskundeunterricht an Schulen (anstelle des Religionsunterrichts)	.17	-.65	.21	.50
4	33,7	Studienfahrten, Bildungs- und Kulturreisen	.08	-.05	.78	.61
3	21,4	Ausstellungen, Lesungen, Vorträge zu Fragen der Humanistischen Lebensauffassung	.09	-.16	.62	.42
12	46,5	Angebote für Kinder und Jugendliche (Schülerclubs, Schulsozialarbeit, Jugendreisen usw.)	.30	-.17	.55	.43
9	38,0	Beratung von Familien und Paaren	.47*)	-.09	.53	.51

*) Der Listenpunkt lädt zusätzlich auf diesem Faktor

UNTERSUCHUNGSDATEN

Befragter Personenkreis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland.

Anzahl der Befragten: West 1241 Personen
Ost 792 Personen
Insg. 2033 Personen

Auswahlmethode: Repräsentative Quotenauswahl

Die Auswahl erfolgte disproportional für die alten und die neuen Bundesländer, der Osten wurde mit knapp 40 Prozent deutlich stärker berücksichtigt als es dem Bevölkerungsanteil von 20 Prozent entspricht.

Den Interviewern wurden dabei Quoten vorgegeben, die ihnen vorschrieben, wie viel Personen sie zu befragen hatten und nach welchen Merkmalen diese auszuwählen waren. Die Befragungsaufträge oder Quoten wurden nach Maßgabe der amtlichen statistischen Unterlagen auf Bundesländer und Regierungsbezirke und innerhalb dieser regionalen Einheiten auf Groß-, Mittel- und Kleinstädte sowie Landgemeinden verteilt. Die weitere Verteilung der Quoten erfolgte auf Männer und Frauen, verschiedene Altersgruppen sowie auf Berufstätige und Nichtberufstätige und die verschiedenen Berufskreise.

Gewichtung: Zur Aufhebung der Disproportionalität bezüglich alter und neuer Länder und zur Angleichung an Strukturdaten der amtlichen Statistik erfolgte eine faktorielle Gewichtung der Ergebnisse.

Repräsentanz: Die gewichtete Stichprobe entspricht, wie die Gegenüberstellung mit den amtlichen statistischen Daten zeigt, der Gesamtbevölkerung ab 16 Jahre in der Bundesrepublik Deutschland. Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, daß die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen.

Art der Interviews: Die Befragung wurde mündlich-persönlich (Face-to-Face) nach einem einheitlichen Frageformular vorgenommen. Die Interviewer waren angewiesen, die Fragen wörtlich und in unveränderter Reihenfolge vorzulesen.

Anzahl der eingesetzten Interviewer: An der Befragung waren insgesamt 465 nach strengen Testmethoden ausgewählte, nebenberuflich für das Institut tätige Mitarbeiter beteiligt.

Termin der Befragung: Die Interviews wurden vom 28. Oktober bis 9. November 2004 durchgeführt.

Archiv-Nr. der Umfrage: 7063

STATISTIK

der in der Umfrage 7063 befragten Personengruppe (Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) im Vergleich zu den Zahlen der amtlichen Statistik.

	Umfrage <u>Okt./Nov. 2004</u>	amtliche <u>Statistik (*)</u>
	%	%
<u>REGIONALE VERTEILUNG</u>		
Westl. Länder einschl. West-Berlin	80	80
Östl. Länder einschl. Ost-Berlin	<u>20</u>	<u>20</u>
	100	100
Norddeutschland (Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen, Bremen)	16	16
Nordrhein-Westfalen	21	21
Südwestdeutschland (Hessen, Rheinland-Pfalz, Saarland)	14	14
Baden-Württemberg	12	12
Bayern	15	15
Berlin	4	4
Nordostdeutschland (Brandenburg, Mecklenb.-Vorp., Sachsen-Anhalt)	9	9
Sachsen und Thüringen	<u>9</u>	<u>9</u>
	100	100
<u>WOHNORTGRÖSSE</u>		
unter 5.000 Einwohner	17	17
5.000 bis unter 20.000 Einwohner	26	26
20.000 bis unter 100.000 Einwohner	27	27
100.000 und mehr Einwohner	<u>30</u>	<u>30</u>
	100	100
<u>GESCHLECHT</u>		
Männer	48	48
Frauen	<u>52</u>	<u>52</u>
	100	100
<u>ALTER</u>		
16 - 29 Jahre	18	18
30 - 44 Jahre	27	27
45 - 59 Jahre	23	23
60 Jahre und älter	<u>32</u>	<u>32</u>
	100	100

(*) Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) nach Daten der amtlichen Statistik.

Quelle: Mikrozensus 2003.

STATISTIK

der in der Umfrage 7063 befragten Personengruppe (Deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) im Vergleich zu den Zahlen der amtlichen Statistik.

	Umfrage <u>Okt./Nov. 2004</u>	amtliche <u>Statistik (*)</u>
	%	%
<u>BERUFSTÄTIGKEIT</u>		
Erwerbspersonen (Berufstätige und Arbeitslose)	59	59
Nichterwerbspersonen	<u>41</u>	<u>41</u>
	100	100
<u>BERUFSKREISE (**)</u>		
Arbeiter	19	19
Angestellte	30	31
Beamte	4	3
Selbständige und freiberuflich Tätige	6	6
Nichterwerbspersonen	<u>41</u>	<u>41</u>
	100	100
<u>FAMILIENSTAND</u>		
Verheiratet	57	57
- Männer	29	28
- Frauen	28	29
Ledig	25	27
Verwitwet, geschieden	<u>18</u>	<u>16</u>
	100	100
<u>HAUSHALTSGRÖSSE</u>		
Von der deutschen Wohnbevölkerung ab 16 Jahre leben in Haushalten mit		
- 1 Person	21	21
- 2 Personen	38	38
- 3 Personen	19	19
- 4 Personen	16	16
- 5 und mehr Personen	<u>6</u>	<u>6</u>
	100	100

(*) Original- und Schätzwerte (für die deutsche Wohnbevölkerung ab 16 Jahre) nach Daten der amtlichen Statistik.

Quelle: Mikrozensus 2003.

(**) für Berufstätige und Arbeitslose (Einstufung Arbeitslose nach zuletzt ausgeübter Berufsstellung)

Für Formulierung und Anordnung
alle Rechte beim IfD !

Auszug aus der
Hauptbefragung 7063
Oktober 2004

INTERVIEWER: Fragen wörtlich vorlesen. Bitte die Buchstaben oder Zahlen neben zutreffenden Antworten einkreisen. Wenn keine Antworten vorgegeben sind, auf den punktierten Linien Antworten im Wortlaut eintragen. Alle Ergebnisse dieser Umfrage dienen dazu, die Meinung der Bevölkerung zu erforschen und besser bekanntzumachen.

Nach einigen Einleitungsfragen zu neutralen Themen:

1. INTERVIEWER überreicht große dunkelgelbe Karte und überläßt sie dem/der Befragten bis einschließlich Frage 3 !

"Etwas anderes: Es gibt den Humanistischen Verband Deutschlands, der eine Lebensauffassung vertritt, wie sie hier auf der Karte beschrieben ist. Wenn Sie sich das bitte einmal durchlesen."

(INTERVIEWER: Der/dem Befragten Zeit zum Lesen lassen!)

"Einmal alles zusammengefasst:

Entspricht das Ihrer eigenen Lebensauffassung voll und ganz, überwiegend, eher nicht oder gar nicht?"

VOLL UND GANZ	1
ÜBERWIEGEND	2
EHER NICHT	3
GAR NICHT	4**
KEINE ANGABE	5

** Gleich übergehen zum nächsten Fragenkomplex!

2. INTERVIEWER überreicht **weiße** Liste 1 !

"Hier auf der Liste ist einiges aufgeschrieben, was der Humanistische Verband Deutschlands anbietet. Was davon finden Sie persönlich interessant?" (Alles Genannte einkreisen!)

/ 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 /
/ 11 / 12 /

NICHTS DAVON	0
KEINE ANGABE	9

3. "Wenn Sie sich jetzt noch einmal die Karte mit der Beschreibung der Lebensauffassung ansehen, die der Humanistische Verband Deutschlands vertritt. Könnten Sie sich vorstellen, den Humanistischen Verband zu unterstützen, ich meine jetzt als Mitglied, durch Spenden oder auf andere Weise, oder kommt das für Sie nicht in Frage?"

JA, ALS MITGLIED	1
JA, DURCH SPENDEN	2
JA, AUF ANDERE WEISE	3
KOMMT NICHT IN FRAGE	4
UNENTSCHEIDEN, KEINE ANGABE	5

L I S T E 1

Welche dieser Angebote, die der Humanistische Verband Deutschlands anbietet, finden Sie persönlich interessant?

- (1) Fest- und Feierangebote zu wichtigen Ereignissen des Lebens, z.B. Namensfeier, Jugendfeier, nichtkirchliche Hochzeitsfeier
- (2) Nichtkirchliche Trauerfeier mit einem Trauerredner
- (3) Ausstellungen, Lesungen, Vorträge zu Fragen der humanistischen Lebensauffassung
- (4) Studienfahrten, Bildungs- und Kulturreisen
- (5) Lebenskundeunterricht an Schulen (anstelle des Religionsunterrichts)
- (6) Tages- und Begegnungsstätten, z. B. Kindertagesstätten, Altenbegegnungsstätten
- (7) Dienste für Senioren, z.B. Betreuungsangebote, Besuchsdienste, Sozialstationen
- (8) Selbsthilfegruppen, Beratungsstellen, z.B. Schwangerenkonfliktberatung, Beratung zu Sekten
- (9) Beratung von Familien und Paaren
- (10) Beratung und Hilfe bei Patientenverfügungen (Anweisungen von Patienten an den Arzt, für den Fall des nahen Todes bestimmte medizinische Maßnahmen vorzunehmen oder zu unterlassen)
- (11) Sterbebegleitung
- (12) Angebote für Kinder und Jugendliche (Schülerclubs, Schulsozialarbeit, Jugendreisen usw.)

Der Humanistische Verband Deutschlands vertritt diese Lebensauffassung:

- ein eigenständiges, selbstbestimmtes Leben, das auf ethischen und moralischen Grundüberzeugungen beruht
- ein Leben frei von Religion, ohne den Glauben an einen Gott
- andere weltanschauliche und religiöse Lebensauffassungen zu achten, zu respektieren