



Profilierung
 Professioneller Umgang mit Religion in der Heilerziehungspflege
 Religiöse Kommunikation 2020/21
 Theorie und Praxis einer kognitiven Laienlinguistik
 Co-Creation im Kultursektor
 Ekklesiale Identität und Reform

Berufsorientierungen junger Geflüchteter. Eine qualitative SINUS-Studie

Armut wirkt sich in vielfältiger Weise auf die Lebens- und Lernbedingungen von Kindern aus. Die interdisziplinäre Studie nimmt das innerhalb der Religionspädagogik bisher vernachlässigte Phänomen Kinderarmut in den Blick. Sie leistet einen wichtigen Beitrag zur theoretischen und analytischen Aufarbeitung von sozialer Benachteiligung im Kontext einer inklusiven Religionspädagogik der Vielfalt, wobei ein reifizierungskritisches Denken als zentrales Strukturmerkmal die Arbeit prägt. Auf religionsdidaktischer Ebene werden problembewusst konzeptionelle Bausteine und Varianten eines armutssensiblen Religionsunterrichts entwickelt und inklusionstheoretisch Antinomien, Spannungsfelder und Dilemmata armutssensiblen religionspädagogischen Handelns reflektiert.

Die Welt wandelt sich in rasender Geschwindigkeit. Alles dreht sich, wirkt aus den Fugen geraten. Eine Wirklichkeit, die nicht selten auf Unverständnis trifft und nach Erklärungen fordert. Diese gelingen aber oft nicht befriedigend, was die Frage aufwirft, ob sie ausreichend sind, um die komplexen Veränderungen darzustellen. Können sie das noch? Oder müssen sie weiterentwickelt werden? Bedarf es vielleicht anderer Ansätze, um das 21. Jahrhundert verstehen zu können? Andreas Herteux schließt die offenen Lücken, offeriert eine Vielzahl von neuen bzw. weiterentwickelten Erklärungsansätzen für globale gesellschaftliche, politische sowie wirtschaftliche Phänomene und bietet damit eine faszinierende Sicht auf ein neues Zeitalter: das des kollektiven Individualismus.

Dieses Buch zeigt, warum ko-kreative Angebote und Prozesse im Kulturmanagement immer wichtiger werden, wie sie konkret aussehen und gestaltet werden können. Durch die Digitalisierung verschwinden die Grenzen zwischen Sender und Empfänger, zwischen Produzent und Konsument zusehends. Das wirft gerade für den angebotsorientiert denkenden Kultursektor viele Fragen auf: Wie wird diese Entwicklung unser Verständnis von Kultur, das Kulturangebot und die Kulturkommunikation verändern? Welche neuen künstlerischen und kommunikativen Formate und Formen entstehen? Wie können interaktive und ko-kreative Prozesse aus Managementperspektive gesteuert werden? Dieses Werk unternimmt eine erstmalige Annäherung an das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven. Neben theoretisch orientierten Beiträgen wird das Potenzial von Co-Creation anhand von zahlreichen Fallbeispielen aufgezeigt. Zielgruppen: Kulturschaffende, Künstler, Kreative, Kulturpolitiker und Kulturwissenschaftler

Kommunikation über Gesundheitsthemen ist im Alltag, in den Medien und auch in professionellen Kontexten der Prävention und Gesundheitsversorgung von großer Bedeutung. Das Lehrbuch gibt einen anschaulichen Einblick in wesentliche Inhalte des Forschungsgebiets der Gesundheitskommunikation. Dadurch ist es eine ideale Grundlage für Vorlesungen und Seminare, die sich mit diesen und angrenzenden Themenkomplexen beschäftigen. Die zentralen Begriffe, Theorien, Methoden und empirischen Befunde werden kurz und verständlich erklärt.

Zahlreiche Anwendungsbeispiele, Exkurse und Literaturhinweise helfen dabei, die Inhalte zu verstehen und zu festigen und sollen zur weiterführenden Beschäftigung mit den Inhalten anregen. Das Lehrbuch eignet sich für Studierende der Kommunikationswissenschaft, Gesundheits- und Pflegewissenschaft sowie Medizin ebenso wie für Fach- und Führungskräfte aus diesen Bereichen. Die AutorInnen sind anerkannte ExpertInnen in Forschung und Lehre im Bereich Gesundheitskommunikation.

Wie Vereine nachhaltig zu starken Marken werden: Analyse, Planung, Umsetzung, Controlling

Handbuch Ganztagsbildung

Marktsegmentierung – Konsumententypologien – Buyer Personas

Quo vadis, Soziale Arbeit?

Religionspädagogik

Aufbruch in die Lebenswelten

Freundschaften im gesellschaftlichen Wandel

**Max Bolze entwickelt an der Schnittstelle zwischen Alter(n)s- und Lebensstilforschung ein interdisziplinäres Forschungsprogramm, das er als Sozialstrukturanalyse des höheren Alters charakterisiert. Den Kern bildet ein handlungstheoretisch fundiertes Mehrebenenmodell zur Analyse von Lebensführungen. Mit diesem gelingt es, die sozialwissenschaftliche Diskussion um eine soziale und kulturelle Differenzierung des Alter(n)s theoretisch-konzeptionell präziser zu erfassen und empirisch zugänglich zu machen. Hierfür werden methodologische und empirische Zugänge gelegt, über die durch Methodenintegration eine Verbesserung der in der Lebensstilforschung häufig problematisierten Typenbildung erreicht werden kann.**

**Martin Sturmer unterstützt Sie in diesem essential dabei, wie Sie durch intelligentes, systematisches Eigenmarketing zum Experten werden und allein dadurch Ihre Auftragsbücher füllen. Mit dem Ansatz der Profilierung zeigt der Autor, wie eine glasklare Positionierung, die eindeutige Definition der Zielgruppe, eine stimmige Inszenierung und die richtigen Kommunikationsmaßnahmen entlang der Customer Journey zum nachhaltigen unternehmerischen Erfolg führen. Der entscheidende Vorteil dieser Methode: Sie müssen sich nirgends aufdrängen, sondern Sie werden von Medien und potenziellen Kunden direkt kontaktiert.**

**Kaum ein gesamtgesellschaftlicher Komplex hat eine größere Bedeutung als der der Pflege, denn dieser muss heute und in der Zukunft die Versorgung von Millionen Pflegebedürftigen erbringen. Ob er dies auf Dauer qualitativ-hochwertig noch zu leisten vermag, darf dagegen hinterfragt werden, denn zu offensichtlich sind die Lücken und Mängel im System. In der Regel werden diese Herausforderungen allerdings aus dem Blickwinkel der Nachfrage, des Bedarfs an Arbeitskräften, betrachtet, weniger aus dem der tatsächlichen oder potenziellen Pflegekräfte. Ein Ansatz, der oft verkennt, dass das Individuum heute einem völlig neuen Reizrahmen einer sich dynamisch wandelnden Wirklichkeit ausgesetzt ist, der sich prägend auf Persönlichkeitsentwicklung, Verhalten oder die Kompetenzen auswirkt. Aus dem Homo sapiens ist in vielen Fällen ein Homo stimulus geworden. Auf diesen Homo stimulus sind die aktuellen Formen der Pflegeausbildungen oft nur unzureichend vorbereitet. Die Folgen sind hohe Abbruchquoten und eine zunehmende Diskrepanz zwischen gesellschaftlichem Nutzen des Berufes und dessen Ansehen. Um den Bedarf an Pflegekräften für die Zukunft sichern zu können, erscheint es daher notwendig zu untersuchen, mit welchen Einflüssen des kollektiven Individualismus Auszubildende in der Pflege im 21. Jahrhundert konfrontiert werden, wie diese sich auf Persönlichkeit, Verhalten und Kompetenzen auswirken und wie mit ihnen umzugehen ist. Das Ziel von Andreas Herteux Standardwerk ist es daher primär, individuelle und gesellschaftliche Veränderungen der Gegenwart und der nahen Zukunft für die Pflegeausbildung darzulegen, die Folgen zu betrachten, und sekundär, erste Anpassungsvorschläge zu skizzieren, um auf ein geändertes Auszubildendenverhalten sowie variierende Kompetenzen reagieren zu können.**

**Martin Sturmer zeigt in diesem essential, dass Mitarbeiter die besten Markenbotschafter sind – im Unterschied zu externen Influencern überzeugen Kommunikatoren aus dem eigenen Unternehmen (Corporate Influencer) durch Authentizität, Engagement und Fachwissen. Corporate Influencer haben ein enormes Potenzial: Sie stärken die Markenbekanntheit und steigern die Interaktionsraten mit Kunden und Interessenten. Außerdem verbessern sie die Mitarbeiterbindung und unterstützen den Aufbau einer starken Arbeitgebermarke. Der Autor vermittelt die wichtigsten Methoden und Instrumente für Unternehmen, die selbst ein erfolgreiches Corporate-Influencer-Programm ins Leben rufen wollen.**

Eine explanative Studie

Gesundheitskommunikation

Praxis der Sinus-Milieus®

Armutssensibilität als religionspädagogische Herausforderung

in der Erwachsenen- und Weiterbildung

Werte und Werthaltungen von Grundschullehrkräften

Die zehn Sinus-Milieus® als Zielgruppen kirchlichen Handelns

*Hans-Joachim Eberhard und Arnold Krostka entwickeln auf der Grundlage einer umfassenden Sichtung der Freundschaftsforschung und mittels einer qualitativ-psychoanalytischen Untersuchung anhand von Gruppendiskussionen eine Theorie der Freundschaft von 20- bis 40jährigen Berlinern.*

*Ganztagsbildung ist zu einem Schlüsselbegriff in der gegenwärtigen Bildungsdebatte geworden, der neue Perspektiven auf ein umfassendes Bildungsverständnis in der Wissensgesellschaft eröffnet. Er kennzeichnet innovative Kooperationsformen zwischen Schule, Jugendhilfe und anderen soziokulturellen Einrichtungen, mit dem Ziel, allen Kindern und Jugendlichen eine ganzheitliche Erziehung und Bildung zu ermöglichen. Die 'Grundbegriffe' bieten als Handbuch erstmalig einen umfassenden Gesamtüberblick, in dem das Handlungsfeld terminologisch geklärt und systematisch erörtert wird. In ihrer bildungstheoretischen Fundierung und empirischen Verankerung werden Entwicklungen der Ganztagsbildung mit neuen Strukturen einer Politik des gerechten Aufwachsens verbunden und in bildungs- und sozialpolitischen Forderungen konkretisiert.*

*Welchen Beitrag kann kirchliche Bildung für und mit Ältere(n) leisten, um die vielfältigen Kompetenzen Älterer sichtbar zu machen? Wie kann in Zeiten des demografischen Wandels Beteiligungsgerechtigkeit begünstigt werden? Wie kann digitale Exklusion im Alter verringert, wie das intergenerationelle Miteinander gefördert werden? Die Autorin geht in vorliegender Monografie derlei Fragen nach - und entwickelt schließlich die Vision, Mentoring-Projekte mit Älteren als Keimzellen für generationenübergreifende Inklusions-Netzwerke zu gestalten. Hierdurch wird aufgezeigt, welches Potenzial dem Format des Mentoring innewohnt und: welchen Beitrag es leisten kann zur Wandlungs- und Innovationsfähigkeit von Kirche und zum Etablieren einer digitalisierten Zivilgesellschaft. [Broadening Competences in Old Age. An Investigation into the Specific Chances of Mentoring Projects for Church Education of the Elderly] What contribution can church education make for elderly people and with elderly people in order to make visible their diverse competences? How can we promote participatory justice in times of demographic change? How can we minimize digital exclusion in old age? How can we encourage intergenerational cooperation? In this monograph, the author explores these questions and ultimately develops the vision of designing mentoring projects with the elderly as nuclei for cross-generational networks of inclusion. In this way we can see the potential inherent in the mentoring format, and the contribution this format can make to the church's capacity for change and innovation and to the establishment of a digitalized civil society.*

*Strategisches Vorgehen ist essenziell für eine erfolgreiche Unternehmensführung. Dieses Lehrbuch zeigt - ausgehend vom St. Galler-Modell - die verschiedenen Ebenen der strategischen Unternehmensführung und -planung auf und stellt die jeweiligen Analyse- und Planungsinstrumente anhand vieler Beispiele, Fallstudien und Transferaufgaben aus der Praxis verständlich dar.*

*Durch seine prägnante, aber inhaltlich präzise Darstellung ist das Buch nicht nur für Fach- und Führungskräfte interessant, sondern auch für Studierende und Dozenten dualer Studiengänge geeignet.*

Programm- und Angebotsentwicklung

Krisenkommunikation in Sondersendungen des deutschen Fernsehens

Kinderarmut und Religionsunterricht

Jugendliche und Jugend

Taufpraxis in Geschichte, Gegenwart und Zukunft

Politics, Economy, and Culture in Late Modernity

MDG-Trendmonitor

Dieses Buch ist der Marktsegmentierung gewidmet. Hierunter versteht man die Aufteilung des Absatzmarktes nach bestimmten Kriterien in Käufersegmente, die bezüglich ihres Kaufverhaltens in sich möglichst homogen und untereinander möglichst heterogen sind. Auf diese Weise lassen sich kaufverhaltensrelevante Unterschiede zwischen Konsumenten identifizieren, typische Marketingkonzepte zu gewinnen. Das Buch gliedert sich in vier Themenkomplexe: 1. Marktsegmentierung, die aus Strukturierung und Bearbeitung des Marktes besteht 2. Konsumentengruppen (etwa Kinder/Jugendliche, Singles, Senioren) sowie deren Charakteristika 3. Konsumententypologien, die sich in theoretisch ausgerichtete und empirisch geprägte Ansätze unterscheiden 4. typische Käufer transformiert werden Zielgruppen sind Studierende und Lehrende in Bachelor- und Masterstudiengängen an Universitäten, (Fach-) Hochschulen, Dualen Hochschulen/Berufsakademien sowie Praktiker, die aus der Lektüre des Buchs Anregungen für ihre tägliche Arbeit gewinnen möchten.

Seit ihrer „Erfindung“ Ende der 1970er Jahre wurden viele Hundert Projekte mit dem gesellschaftswissenschaftlichen Zielgruppenmodell der Sinus-Milieus durchgeführt, meist empirische Forschungsprojekte und meist unveröffentlichte Auftragsarbeiten. Aber es gibt auch zahlreiche publizierte Studien mit und zu den Sinus-Milieus – zu den unterschiedlichsten Themen. W autoritative Darstellung des Milieuansatzes von SINUS und dessen Anwendungsmöglichkeiten, also eine – möglichst breit zugängliche – Veröffentlichung, die die Gültigkeit der Sinus-Milieus im Kontext der soziokulturellen Dynamik begründet, ihre Aktualität in Zeiten von Digitalisierung und Globalisierung untermauert und ihren Nutzwert für Wissenschaft und Wirtschaft vorliegende Buch liefert Informationen über die Sinus-Milieus „direkt von der Quelle“. aus Sicht der Erfinder, Entwickler und Anwender des Ansatzes. Geschrieben haben die hier zusammengestellten Essays die wissenschaftlichen Beiräte, Gesellschafter, Mitarbeiter, Kunden und Partner der für die Sinus-Milieu verantwortlich zeichnenden Schwesterinstitute SINUS (Heide Schöler) und SINUSplus (Heide Schöler). Die Autoren zeigen auf, aus ihrer je eigenen Perspektive und Erfahrung, was es mit den Sinus-Milieus auf sich hat und wozu sie gut sind Die AutorenMatthias Arnold, Bertram Barth, Heiner Barz, Silke Borgstedt, Marc Calmbach, Jens S. Dangschat, Michael N. Ebertz, Berthold Bodo Flaig, Jan Hecht, Nico Hribernik, Rolf Küppers, Florian Mahrl, Martin Mayr, Sven Reinecke, Norbert Schäfers, Tautscher, Peter Martin Thomas, Christoph Wortmann

Das Buch gibt praktische Ratschläge für den zielgruppensensiblen Umgang mit den unterschiedlichen Milieus in der kirchlichen Arbeit. Es enthält kompakte Beschreibungen der 10 Sinus-Milieus und charakterisiert ihre typischen Einstellungen zu Glaube, Religion und Kirche. Für jedes Milieu wird ein kirchliches Kommunikationskonzept präsentiert und anhand konkreter Beispiele diskutiert.
Milieus? • Warum braucht die Kirche die Milieus? • Kirchliche Arbeit mit den Sinus-Milieus• Elemente eines kirchlichen Kommunikationskonzepts Die Autoren Dr. Heinzpeter Hempelmann ist Professor für Systematische Theologie und Religionsphilosophie an der Evangelischen Hochschule Tabor in Marburg. Berthold Bodo Flaig ist Geschäftsführer der SINUS Markt- und Sozialforschung.
Dieses Buch zeigt Verantwortlichen in Sportvereinen, wie sie eine langfristige Strategie entwickeln können, die eine starke, attraktive Vereinsmarke schafft, durch die neue Mitglieder gewonnen sowie bestehende gehalten werden können. Es erläutert Schritt für Schritt die wichtigsten Aspekte und Bestandteile der strategischen Vereinsmarkenentwicklung, damit sie im Homefitness weiterhin wettbewerbsfähig und attraktiv für die Zielgruppe bleiben. Der Autor schildert die nötigen fünf Schritte der Strategieentwicklung und was es dabei zu beachten gilt. Viele inspirierende Fragen sollen die Leser auf die praktische Spur bringen: Besitzt der Verein eine eigene Vereinsidentität und schriftlich formulierte Vereinsgrundsätze? Welche Marketinginstrumente stehen dem Verein zur Verfügung, um die Ziele umzusetzen? Wie kann der Verein die gesetzten Ziele und entwickelten Strategien überprüfen? Ein leicht nachzuvollziehender Leitfaden mit zahlreichen Praxisbeispielen.

The End of Illusions

Neue Herausforderungen in der Krankenpflegeausbildung im 21. Jahrhundert

Overtourism

Strategische Unternehmensführung

Mit intelligentem Marketing zum gefragten Experten

Die aufgeregte Gesellschaft

Mitarbeiter als Markenbotschafter

**Die Studie entwirft auf der Basis eines sozio-kognitiven Wissensbegriffs ausgehend von den alltäglichen Lebenswelten ein umfassendes Modell laienlinguistischen Wissens, das mittels einer empirischen Untersuchung plausibilisiert wird. Zudem findet zum ersten Mal eine umfassende Modellierung des Laien statt. Am Ende stehen damit ein theoretisch fundiertes Bild des linguistischen Laien sowie umfassend analysierte Daten zu Sprachkonzepten im Alltag.**

**Wolf Clüver stellt ein Konzept für eine religionssensible Heilerziehungspflege vor, das Assistierende jedweder religiöser oder weltanschaulicher Einstellung befähigt, Menschen jedweder religiöser oder weltanschaulicher Einstellung Assistenz zu leisten. Die fortschreitende religiöse Ausdifferenzierung unserer Gesellschaft durch die Zunahme der muslimischen Communities, durch die wachsende Zahl nicht konfessionell gebundener Menschen sowie durch die Binnendifferenzierung innerhalb der christlichen Konfessionen stellt eine Herausforderung dar. Mit dieser umzugehen und sie für die Arbeit in der Heilerziehungspflege fruchtbar zu machen, Gelingensbedingungen zu formulieren und auf kritische Weichenstellungen aufmerksam zu machen, leistet dieser Praxisband.**

**Der Sammelband beleuchtet Zustand und Perspektiven des bundesdeutschen demokratischen Systems vor dem Hintergrund der zuletzt für Parteien, Politiker und die repräsentative Demokratie im Allgemeinen diagnostizierte Akzeptanzkrise. Sowohl gesellschaftliche Entwicklungen als auch institutionelle Rahmenbedingungen werden in den Blick genommen und verschiedene Ansätze der Reform demokratischer Prozesse diskutiert.**

**Entwicklungspädagogische Theorien, Konzepte und Methoden 2**

**Eine Untersuchung der spezifischen Chancen von Mentoring-Projekten für die kirchliche Altenbildung**

**Lebensführung im Alter(n)swandel**

**Das "Wir" organisieren**

**Online-Kommunikation für Zielgruppen mit einem nachhaltigen Lebensstil  
Corporate Influencer**