

Standpunkt der ANU Bayern zur Umweltbildung/Bildung für nachhaltige Entwicklung mit Jugendlichen

Trotz gesellschaftlicher Umbrüche mit positivem Blick in die Zukunft

Jugendliche wachsen heute mit vielen Freiheiten auf, doch sie haben es nicht leicht: Gesellschaftliche Veränderungen wie die Entwicklung von der Industrie- zur Wissensgesellschaft, der Rückbau des Sozialstaates, wachsende (Jugend)Arbeitslosigkeit, Jugendarmut und die Individualisierung sind Merkmale dieser Entwicklung. Trotzdem blickt die heutige junge Generation mehrheitlich optimistisch in ihre persönliche Zukunft. Es herrscht bei den Jugendlichen in Deutschland der 14. Shellstudie zufolge eine eindeutig positive Grundstimmung vor.¹ „In“ sind Markenkleidung und neue Technik (Internet, Handy etc.), Orientierungen wie Karriere machen oder persönliche Treue. „Out“ dagegen ist, sich in die Politik einzumischen, was aber nicht heißt, dass sie sich überhaupt nicht einmischen. *Gesellschaftliche Aktivität* definieren Jugendliche heutzutage als *nutzen- und aktionsbezogen, kurzfristig und lustbetont*. Sich langfristig in einen Agenda 21-Prozess einzumischen ist zu langweilig, zu träge. Aber z.B. in diesem Rahmen eine Citybound-Aktion zum Thema Eine Welt und Fairer Handel zu gestalten, worüber auch die örtliche Presse berichtet², oder neue Formen der Jugendpartizipation zu erproben, wenn die Rahmenbedingungen Veränderungen ermöglichen, das ist cool, dafür können Jugendliche sich begeistern.

Vom Bamby-Syndrom zum Nachhaltigkeits-Missverständnis

Zur gesellschaftlichen Veränderung gehört auch, dass Jugendliche immer weniger über ihre natürliche Umwelt wissen und kaum reale Bezüge zur Natur herstellen können. Eine Befragung von SchülerInnen der 6.-9. Klassen 2005 in Nordrhein-Westfalen zum Thema Natur zeigt, dass Jugendlichen *elementare Alltagskenntnisse über die Natur fehlen* und ihr Wissen um unsere Abhängigkeit von den natürlichen Ressourcen gering ist. Gleichzeitig wird Natur durch eine rosarote Brille wahrgenommen. Viele Jugendliche assoziieren in ihr Harmonie und finden alles, was natürlich ist, gut. Natur muss sauber, schön, aufgeräumt und intakt sein, sich selbst begreifen sie aber nicht als Naturwesen (vgl. Brämer³). Das Verhältnis vieler Jugendlicher zur Natur lässt sich in 4 Thesen zusammenfassen:

- Das Bambi-Syndrom: Die Natur wird infantilisiert. Aus jugendlicher Sicht ist sie gut, schön, sauber, harmonisch, seelenvoll, hilflos, man darf nur mit Vorsicht mit ihr in Kontakt treten und nichts töten, fällen etc.
- Das Nutzen-Tabu: Die Jugendlichen wissen sehr wenig über die Natur und so gut wie nichts über die Produktion von Existenzmitteln. Sie verdrängen, dass ihr Leben auf einer Nutzung der Ressourcen der Natur basiert und wollen auch davon nichts wissen.

¹ Deutsche Shell (Hg.), Hurrelmann, Klaus u.a.: Jugend 2002. Zwischen pragmatischem Idealismus und robustem Materialismus, Frankfurt a. M, 2002

² Knoll, Doris, Viktoria: Agenda 21 und Citybound. Kompetent in die Zukunft. In: Plankstettener Kreis (Hrsg.): Umwelt bildet nachhaltig. Konzepte, Praxisberichte, Szenarien, München 2002, S.112-116

³ Brämer, Rainer: Jugendreport Natur 06: Natur obskur. Naturentfremdung in der Hightechwelt, Marburg 2006; http://www.jagdnetz.de/community/dokumente/download/Report_Natur06.pdf

- Das Schlachthaus-Paradox: Die Aufzucht von Tieren und Pflanzen wird bejaht, die daraus resultierenden Produkte werden genossen, die Produktion aber wird verabscheut (Bäume dürfen nicht gefällt, Tiere nicht geschlachtet werden).
- Daraus resultiert 4. das Nachhaltigkeits-Missverständnis: Ohne Verständnis für das eigene Eingebundensein in Natur ist es schwer möglich, zu einer nachhaltigen Einstellung und zu naturverträglichem Handeln zu kommen.

Umweltbildung arbeitet mit nach Milieus und Werthaltungen differenzierten Zielgruppen

Doch Jugend ist nicht gleich Jugend. Festgestellt haben Klaus Hurrelmann und die Jugendforscher der Shellstudie 2002 einen *Wertewandel* hin zu einer *neuen pragmatischen Haltung*. In einer Synthese werden „alte“ Werte wie Fleiß, Ehrgeiz, Macht, Einfluss und Sicherheit mit den „neuen“ Selbstverwirklichungswerten Kreativität, Unabhängigkeit, Lebensgenuss und Lebensstandard kombiniert. Die Jugendlichen *orientieren* sich lifestylgerecht *an konkreten und praktischen Problemen*, die für sie mit *persönlichen Chancen* verbunden sind. Und dafür zeigen sie in erhöhtem Maße *persönliche Leistungsbereitschaft*, "aufsteigen statt aussteigen" ist die Devise. Und wollen wir Jugendliche für die Umweltbildung gewinnen, müssen wir daran anknüpfen. Wie, das zeigt z.B. Elisabeth Marie Mars in ihren Jugendprojekten, in denen Jugendliche ihre Meinung und ihre Gedanken zur Nachhaltigkeit formulieren⁴.

Die Shellstudie unterteilt die Jugendlichen in vier grundsätzliche Wertetypen: in die pragmatischen Idealisten, die robusten Materialisten, die selbstbewussten Macher und in zögerliche Unauffällige. *Für die Umweltbildung interessant* ist z.B. die Gruppe der *pragmatischen IdealistInnen*, die in fast allen Feldern der organisierten und informellen sozialen Netzwerkbildung zu finden ist. Sie stellen ein Viertel der untersuchten Jugendlichen, vorzugsweise Mädchen, sie gestalten mit Selbstbewusstsein Aktivitäten in Schule, Beruf, Freizeit, Gemeinde und sozialen Organisationen. Ihre tonangebende Mentalität ist eine Mischung aus wacher Umweltwahrnehmung und beherztem Ergreifen von Chancen der Umweltgestaltung.

Doch diese positive Grundhaltung gilt nicht für alle. Die 14. Shell-Studie konstatiert auch ein Auseinanderfallen der untersuchten Jugendpopulation in eine erfolgreiche und eine weniger erfolgreiche Hälfte. Wir haben ein sehr hohes soziales Gefälle nach sozialer Herkunft, Bildungsaussicht, Schulerfolg und persönlicher Zuversicht bei der Gestaltbarkeit der Zukunft. Es ist kein Geheimnis, dass immer mehr Jugendliche im reichen Deutschland unter die Armutsgrenze fallen. Immer offensichtlicher wird auch der Zusammenhang zwischen Bildungshintergrund der Eltern und dem Bildungsniveau der Jugendlichen und die Benachteiligung von Jugendlichen mit Migrationshintergrund. Nur ca. 41% der Jugendlichen gehören zu der Gruppe der privilegierten GymnasiastInnen. Für die anderen wird es tendenziell immer schwerer und belastender; sie kommen oft mit den täglichen Lebensanforderungen nicht gut zurecht und versprechen sich keine aussichtsreichen Positionen im Wettbewerb. Ca. 10% der Jugendlichen verlässt unser Bildungssystem ohne Abschluss und ohne Aussicht auf einen Beruf. Auch diese Gruppe ist wichtig für die Umweltbildung. Sie zu motivieren, ihr Aktionen anzubieten, ihre Kompetenzen zu stärken, ist sicher eine besondere Herausforderung.

Bildung für nachhaltige Entwicklung mit Jugendlichen – Chancen durch Kompetenzen
Ganzheitliche Bildung ist bei vielen Jugendlichen gefragt. Die Qualität von Bildung bestimmt mehr und mehr die Lebenschancen junger Menschen und sie wissen es. Lebenslanges Lernen ist nicht nur eine Forderung der OECD. Gefragt wird nicht nur, was und wie in den Schulen

⁴ Arbeitsstelle Weltbilder (Hrsg.): Jugend schreibt Zukunft. Gedanken und Bilder zur Nachhaltigkeit, München 2002 und Arbeitsstelle Weltbilder (Hrsg.): Crossroads, München 2006

gelernt wird, sondern auch und welche Kompetenzen man in der außerschulischen Bildung, erwerben kann. Der Begriff der **Schlüsselkompetenzen**, also die Fähigkeiten und Fertigkeiten, die der Einzelne braucht, um aktiv handelnd sein privates und gesellschaftliches Leben zu managen, durchzieht die Bildungsdebatte aus schulischer und außerschulischer Sicht. Der Kompetenzbegriff bildet auch die Klammer zwischen der allgemeinen und der Umweltbildung. Und wir können ganz selbstbewusst in dieser Bildungsdebatte mitreden. Wir wissen es aus zahlreichen Projekten, haben es evaluiert und veröffentlicht: Umweltbildung vermittelt und fördert Kompetenzen. Wir nennen sie in Prof. Gerhard de Haans Terminologie **Gestaltungskompetenz**⁵. Zu ihnen gehören kognitive, emotionale und soziale Komponenten. Wir wissen, dass Jugendliche in unseren Projekten der Umweltbildung vieles von dem lernen, was in den PISA-Studien als Manko festgestellt wurde: Teamfähigkeit, Kooperation, Empathie, Querdenken, selbständige Lösungssuche, Ergebnispräsentation und vieles mehr. Erwartet wird, dass neben **lerntechnischen** und **sozialen Kompetenzen** auch **Medien- und interkulturelle Kompetenz** zu wichtigen Bestandteilen der Umweltbildung werden. „Handy-trendy“ ist z.B. ein Nachhaltigkeitsprojekt, in dem Jugendliche sich vielseitige Kompetenzen aneigneten, indem sie ihre eigene Internetseite zu den ökologischen, gesundheitlichen, sozialen, technischen und wirtschaftlichen Aspekten des Themas Handy geschaffen haben.⁶

Wir arbeiten in der Umweltbildung mit nach Milieus und Werthaltungen differenzierten Gruppen von Jugendlichen. Die gesellschaftlichen Umbrüche fordern von der Umweltbildung mit Jugendlichen eine kreative Auseinandersetzung mit Milieus und Wertetypen. Jugendstudien und Sinus-Milieuuntersuchungen zeigen konsumsoziologische Perspektiven auf. Um Jugendliche anzusprechen, müssen wir die Lebenswirklichkeiten ihrer Milieus berücksichtigen, pädagogische Konzepte sollen daran anknüpfen. Erforderlich ist:

- **neue jugendgemäße Aktionsformen zu finden**, die den Wertetypologien und Milieus der Jugendlichen entsprechen. Dazu gehören z.B. stark erlebnisbezogene Angebote, Einbeziehen von neuen Medien, Fun und Aktion, Lebensstilorientierung, Selbstbestimmung und Lernen in selbstorganisierten Gruppen.
- **anzuknüpfen an der Lebenswirklichkeit, an Bedürfnissen oder Defiziten der Jugendlichen**. Dazu gehört unter anderem auch die Bildung attraktiv zu machen und Bildungschancen zu erhöhen. Durch das Freiwillige Ökologische Jahr oder Schülerfirmen geschieht da schon einiges. Wichtig sind auch Kooperationen mit der Wirtschaft, wie beim Nürnberger Mobilitätsprojekt „Pauk & Ride“, in das Jugendliche mit ihren Ideen einbezogen sind z.B. mit Target – der modernen Schnitzeljagd nicht nur im Internet.

Erwartungen an die Umweltbildung mit Jugendlichen

Die wichtigsten Anforderungen an die Umweltbildung mit Jugendlichen im Sinne nachhaltiger Entwicklung sind folgende:

Umweltbildung muss Profil zeigen

Bildung ist – nicht nur die Shellstudie hat das eruiert – gefragt bei jungen Leuten. Nutzen wir das mehr aus als bisher! Stellen wir das Profil der Umweltbildung besser nach außen dar. Die Umweltbildung hat da einiges zu bieten. Wir sollten das, was wir machen, noch besser vermarkten. Das ist auch in Hinblick auf neue Kooperationspartner wichtig. Die **gemeinsame Marketingstrategie der bayerischen Umweltbildner** und die neue Dachmarke Umweltbildung.Bayern sind dazu der richtige Weg.

⁵ vgl. Gerhard de Haan: Kompetent für die Gestaltung der Zukunft. In: ANU Bayern, Schnittmenge Mensch. Bildung für nachhaltige Entwicklung als neue Lernkultur, Politische Ökologie, Sonderheft 12, März 2000

⁶ vgl. www.handy-trendy.de, ein Projekt mit Jugendlichen von Ökoprosjekt – MobilSpiel e.V. 2005/6

Einmischen, Profil zeigen, und das auch im politischen Kontext. Ob es um Gentechnologie, um Kernkraft oder um Mitbestimmung geht, Umweltbildung mit Jugendlichen ist immer auch politische Bildung und darf die Auseinandersetzung nicht scheuen.

Tut Gutes und redet davon - den Nutzen der Umweltbildung gut verkaufen

Auch der *Nutzen ist wichtig* und soll kommuniziert werden. Nehmen wir Bezug zu unseren Werteprofilen, so wollen viele Jugendliche wissen, was ihnen die Mitarbeit und ihr Engagement nützen. Es gibt dafür schon gute Ansätze. Z.B. geben verschiedene Projekte oder Einrichtungen einen **Kompetenzpass** heraus, in dem die Aktivitäten und Fähigkeiten der Jugendlichen dokumentiert werden. Er hilft ihnen, ihre Fähigkeiten besser einzuschätzen und weiter zu entwickeln, ist ein Plus bei beruflichen Bewerbungen und hat in der Region eine gute Akzeptanz. Eine Zertifizierung der Arbeit erhöht auch die Chance neue Partner zu gewinnen, z.B. in der regionalen Wirtschaft, in Schule und Beruf. Dazu könnte die Umweltbildung durch ihre *regionalen Netzwerke* viel beitragen.

Umweltbildung wirkt nachhaltig

Ich habe aus der Perspektive der ANU, des Dach- und Fachverbands der Umweltbildung, verschiedene Ansätze aufgezeigt, wie erfolgreiche Umweltbildung mit Jugendlichen funktionieren kann. Im Sinne nachhaltiger Entwicklung ist Umweltbildung für Jugendliche ein Baustein einer lebenslangen Bildung und trägt dazu bei, dass Jugendliche selbstbestimmt und aktiv ihre Umwelt im Sinne nachhaltiger Entwicklung gestalten.

Marion Loewenfeld
ANU Bayern
Juni 2006