

schwerpunkt

» Neustart überfällig! Junge Erwachsene als Chance und Herausforderung für die politische Erwachsenenbildung

Städter Ü50, gutbürgerlich, christlich geprägt, mit hohem formalem Bildungsabschluss und weißer Hautfarbe – so lassen sich die meisten Besucher von Veranstaltungen der politischen Erwachsenenbildung beschreiben. Egal, ob bei der Lesung in der örtlichen Volkshochschule oder bei der Studienreise nach Italien – junge Erwachsene trifft man bei diesen Bildungsangeboten selten und im ländlichen Raum, wo es insgesamt weniger junge Menschen gibt und Veranstaltungen ohnehin schlechter besucht sind, ist das Fehlen eines jüngeren Publikums besonders gravierend. Die Gewinnung der neuen Generation für die politische Erwachsenenbildung ist nicht geglückt – sei es, weil die Problematik im Vorfeld zu wenig bedacht wurde oder weil keine erfolgreichen Wege gefunden wurden. Fakt ist: Die Babyboomer-Generation findet sich offensichtlich in den Veranstaltungsausschreibungen wieder, jüngere Erwachsene, also Menschen zwischen 20 und 45, nicht. Sie trifft man am ehesten noch bei Angeboten der Familienbildung oder in Persönlichkeitstrainings, aber eben nicht bei Diskussionen, Workshops und Vorträgen zu politischen Themen. Das ist fatal, da genau diese Altersgruppe aktuell und zukünftig die Weichen für die Zukunft stellt – für sich privat und im beruflichen Kontext, für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Genau dabei würden ihnen die Kompetenzvermittlung und die Inhalte der politischen Bildung helfen. Schließlich befähigt politische Bildung dazu, Informationen zu sammeln, zu hinterfragen, zu diskutieren, sich eine

Meinung zu bilden, Kontroversen und Ambiguitäten auszuhalten – kurz: sich in einer komplexer werdenden Welt zurechtzufinden und sie mitzugestalten. Dass die jüngere Landbevölkerung von Angeboten

der politischen Bildung noch schlechter erreicht wird als die städtischen jungen Erwachsenen, verschärft das Problem, dass Dorfbewohner/innen ihre Themen und Meinungen schlechter in Politik, Medienberichterstattung und zivilgesellschaftlichen Diskurs einbringen und sie weniger mitgestalten können. Zwar funktioniert der Austausch zwischen Alt und Jung auf dem Land noch etwas besser als in der Stadt, aber dies kann eine weitere negative Folge der Abwesenheit junger Gesichter in der politischen Erwachsenenbildung nicht auffangen: Wenn die Angebote nur ältere Erwachsene erreichen, kommt der Austausch zwischen Jungen und Alten zu kurz. Die sich abzeichnenden Generationenkonflikte mit ihren politisch brisanten Fragen werden nämlich nicht zwischen allen Betroffenen ausgetragen, sondern lediglich von einer Seite betrachtet. Fragen der Altersarmut, des Rentenlochs, der Arbeitsbelastung werden nicht moderiert ausdiskutiert, sondern bro-



Johanna Rohde

Studienleiterin
„Gesellschaftspolitische
Jugendbildung“ der Ev.
Landjugendakademie in
Altenkirchen (Westerwald)
rohde@lja.de
www.lja.de

deln im Verborgenen, Lösungen werden nicht gemeinsam gefunden, nicht einmal gemeinsam gesucht.

Wie lassen sich diese Defizite beheben? Wie kann ein Neustart für die politische Erwachsenenbildung gelingen? Wie kann politische Bildung für die Zielgruppe der jungen Erwachsenen, sowohl im städtischen Umfeld als auch im ländlichen Raum, attraktiv gemacht werden? Ein Blick auf die politische Jugendbildung kann hier spannende Impulse setzen.

I. Themensetzung: Stellt das ICH in den Mittelpunkt von Bildungsangeboten und arbeitet die Relevanz der Themen für Alltag, Karriere und Selbstfindung heraus!

Der Alltag von Auszubildenden, Studierenden, Berufsanfänger/innen und jungen Eltern ist stressig und anspruchsvoll. Zusatzveranstaltungen müssen somit einen unmittelbaren Mehrwert bieten, um als interessant und hilfreich angesehen zu werden. Politische Bildung darf sich daher nicht auf eine Erweiterung des Allgemeinwissens oder Nice-to-know-Inhalte beschränken, sondern muss Themen behandeln, die unmittelbar an den Alltag anknüpfen und Alltagsfragen aufgreifen. Ich stelle in der politischen Jugendbildung fest, dass Jugendliche und junge Erwachsene ihre Erfahrungen teilen, das eigene Leben und Handeln reflektieren und persönliche Themen diskutieren wollen. Rege Diskussionen entstehen, wenn es stark um persönliche Werte und Probleme, weniger um theoretische politische Fragen oder weltpolitische Entscheidungen geht. Die Frage nach dem „guten Leben“ spricht Jugendliche mehr an als die, wie die Friedenspolitik des 21. Jahrhunderts aussehen soll. Die Gespräche junger Erwachsener drehen sich in erster Linie um ihren Nahbereich, beispielsweise um die Chancen und Herausforderungen neuer Arbeitsbedingungen, die Digitalisierung, Familienmodelle, innovative Wohnformen etc. Diese könnten und sollten durch Bildungsangebote fachlich unterfüttert werden.¹ Daran anknüpfend könnten sie zu grundlegenden politischen Fragen weitergeführt werden. In der politischen Jugendbildung beobachte ich z. B. ein großes Interesse an Fragen der Nachhaltigkeit, der Digitalisierung und der Gerechtigkeit, wohl weil diese Themen sehr unmittelbar aus der Lebenswelt der Jugendlichen hervorgehen. Außerdem lässt sich feststellen, dass die nach dem Jahr 2000 Geborenen ein hohes Maß an Beteiligung fordern. Dieses Verlangen nach Mitgestaltung wird auch bzw. gerade auf dem Land, wo häufig ein diesbezügliches Defizit empfunden wird, laut – wenn Gelegenheit dazu gegeben wird! Politische Bildung muss gerade diese Räume zur Diskussion, Meinungsbildung und Einflussnahme eröffnen und dazu verschiedene Bevölkerungsgruppen zusammenbringen.

Bei der Themenfindung sollte die politische Erwachsenenbildung immer auch die typischen Interessen und Hobbys der jungen Generation im Blick haben. Sind die Bedürfnisse zu reisen, Gleichgesinnte zu treffen und Lebens(abschnitts)partner zu finden, Freundschaft und Partnerschaft durch gemeinsame Aktivitäten zu festigen, Menschen zu helfen usw. auch als solche nicht exklusiv jugendspezifisch, so differiert doch die Art und Weise, diese Bedürfnisse zu befriedigen, in den unterschiedlichen Altersgruppen recht stark. Dies muss sowohl bei Inhalten als auch bei Formen der Vermittlung berücksichtigt werden, da eine angebotene Veranstaltung nicht unbedingt durch das Kernthema oder die Auswahl der Hauptaktivität attraktiv wird, sondern erst durch die konkrete Umsetzung.

Bei der Planung von Bildungsreisen zum Beispiel reicht es nicht, ganz allgemein an ein festgestelltes Reiseinteresse anzuknüpfen, sondern es muss bedacht werden, dass Jugendliche grundlegend anders reisen als etwa Rentner, andere Ansprüche an Unterkünfte, Reisebegleitung und Aktivitäten stellen. Ist eine vegane Verpflegung möglich? Kommt man auf der Reise in den Austausch mit jungen Einheimischen, z. B. durch moderierte Gespräche mit Student/inn/engruppen? Besucht man Orte, die die eigenen Freunde z. B. in Social-Media-Stories beeindruckt können? Das sind Fragen, deren Bedeutung zwar zwischen den verschiedenen Milieus junger Menschen variiert, die junge Erwachsene aber insgesamt sehr viel mehr beschäftigen als ältere und die daher bei der Planung von Bildungsmaßnahmen berücksichtigt werden sollten.

Auch Veranstaltungen, die durch die Hoffnung darauf, Gleichgesinnte oder gar Lebens(abschnitts-)partner zu finden, zur Teilnahme motivieren können, müssen für junge Erwachsene anders aussehen als bisher gängige Angebote der politischen Bildung. Wenn eine junge politisch interessierte Person heute Angebote der Volkshochschulen, Parteien, Landeszentralen für politische Bildung o. Ä. wahrnimmt, dann in dem Bewusstsein, dass sie an diesem Abend vermutlich keine neuen Freunde finden wird. Würden diese Veranstaltungen aber tatsächlich zu Treffpunkten für junge Menschen mit ähnlichen Interessen, wäre das mit Sicherheit für viele junge Menschen ein überzeugendes Argument für die Teilnahme. Ein Weg, diese Hoffnung zu wecken und zu bedienen, wäre es, die Zielgruppe bei der Bewerbung der Veranstaltung klar zu benennen, also beispielsweise mit dem Untertitel „Ein Diskussionsabend für Unter-30-Jährige“ zu versehen. Dann könnten sich die Teilnehmenden sicher sein, Menschen zu treffen, mit denen sie sich durch Alter, Interesse an Politik insgesamt sowie den Willen zur Auseinandersetzung mit dem spezifischen Thema usw. verbunden fühlen, was wiederum eine solide Grundlage für längerfristige Freundschaften wäre. Und warum nicht gar ein Wochenendseminar

¹ Für einen Überblick über „Zukunftsthemen“ empfiehlt sich ein Blick auf die Megatrend-Map des Zukunftsinstituts: https://www.zukunftsinstitut.de/documents/downloads/MegatrendMapZukunftsinstitut_120918.pdf (Zugriff am: 29.9.2020)

anbieten, das sich explizit an Singles richtet und das Interesse an aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen und die Suche nach Partnerschaft verbindet? Seminare beispielsweise zu „Geschlechterrollen gestern und heute“, „Leben in der globalisierten Welt“, „Zukunftsvisionen“ würden es jungen Menschen ermöglichen, das Streben nach politischer Bildung und Partnerschaft zu verknüpfen und so Synergieeffekte zu erzielen.

Als Themen für Bildungsangebote sind insbesondere Werte und ihre Veränderungen in der modernen Gesellschaft, das Zusammenleben in Familie, Dorf und Weltgemeinschaft, Selbstwirksamkeit, Ehrenamt usw. für junge Menschen interessant und können im Rahmen von Orientierungstagen, Bildungsreisen, Methodentrainings, Sozialkompetenztrainings etc. zielgruppengerecht behandelt werden. Bei der Frage, was die zukünftigen Erwachsenen für Interessen und Bildungsbedarfe haben, hilft auch ein Blick in die Jugendstudien, die jährlich bzw. alle zwei Jahre ein detailliertes Bild von den Interessen, Gewohnheiten und Bedürfnissen junger Menschen, und somit zukünftiger Zielgruppen der Erwachsenenbildung, zeichnen.² Diese Erhebungen belegen auch die Schnellebigkeit des 21. Jahrhunderts, der gerade in der politischen Bildung Rechnung getragen werden muss. Waren Anfang 2019 die drohenden Uploadfilter ein omnipräsentes Thema, schienen sich Ende des gleichen Jahres alle Gespräche um den Klimaschutz zu drehen. Diese Themen kurzfristig aufzugreifen, ist für die an Jahresprogramme gebundene und oft auf mittelfristig ausgeschriebene Fördergelder angewiesene Erwachsenenbildung eine Herausforderung, der sie sich stellen muss, wenn sie junge Menschen ansprechen will.

II. Rahmenbedingungen und Formate: Ermöglicht Austausch auf Augenhöhe, beweist Flexibilität und Spontanität und verabschiedet euch von klassischen Formaten und Orten der politischen Erwachsenenbildung!

Traditionelle, scheinbar bewährte Formate gehören auf den Prüfstand, wenn die politische Erwachsenenbildung einen Neustart wagen will:

Wenn dank Streamingdiensten jederzeit zig Dokumentationen und anspruchsvolle Filme abrufbar sind, werden Filmabende in stickigen Seminarräumen kaum attraktiv sein. Der Organisator muss sich fragen, was seine Veranstaltung für einen Mehrwert im Vergleich zu einem Netflix-Abend auf der heimischen Couch bietet, insbesondere wenn die Anreise im ländlichen Raum lang und kompliziert ist. Wirkliche Kinoatmosphäre, erzeugt durch riesige Leinwände, gemütliche Kinosessel und Popcornduft, die Möglichkeit zum anschließenden persönlichen Gespräch mit hochkarätigen Gästen oder zum Netzwerken mit Menschen, die die Teilnehmenden in Ehrenamt und/oder Beruf voranbringen können,



Eine „chillige“ Atmosphäre – Jugendliche beim Workshop „Wir mischen mit! Partizipation in Deutschland“ der Evangelischen Landjugendakademie Altenkirchen 2018

sind für junge Menschen attraktiv und müssten in der Werbung herausgestellt werden.

Auch das Format der Podiumsdiskussion sollte hinterfragt werden, denn viele ihrer Charakteristika, zumindest wenn sie in ihrer traditionellen Form stattfindet, stehen konträr zu den Bedürfnissen und Gewohnheiten der jungen Generation. Podiumsdiskussionen, bei denen auch heute noch häufig die sogenannten „alten weißen Männer“ die Welt erklären und die Teilnehmenden lediglich Fragen stellen, bieten eben keinen Raum, um Erfahrungen zu teilen, sich auf Augenhöhe zu begegnen und persönliche Gespräche zu führen. Alternativen bieten Speeddating-Formate und Barcamps, die in der politischen Jugendbildung beliebt und inzwischen gebräuchlich sind, im Erwachsenenbereich aber noch viel zu wenig aufgegriffen werden.

Zudem muss die Bildungslandschaft der Diversifizierung der Gesellschaft Rechnung tragen. Da die Interessen und Vorlieben der Bevölkerung immer vielfältiger werden, wird es kaum möglich sein, mit einer einzelnen Veranstaltung eine große Gruppe von Teilnehmenden zu erreichen. Stattdessen sollten die Veranstaltungen gezielt auf kleine Personengruppen zugeschnitten werden, auch wenn das weniger rentabel ist.³ Gleichzeitig erhalten sie dadurch auch einen intimeren Rahmen, in dem man sich als Individuum mehr angesprochen fühlt und motivierter ist, mitzudiskutieren. Wenn die Erwartungen bezüglich der Teilnehmendenzahlen sanken, würde davon gerade der ländliche Raum profitieren. Denn hier scheitern derzeit nicht wenige Ideen für Bildungsangebote an der Einschätzung der Veranstalter, dass man die vom Fördergeldgeber geforderten 15 bis 20 Anmeldungen nicht erreichen werde.

Insgesamt stellt sich die Frage, ob wir uns nicht von dem Versuch, junge Erwachsene in die politische Bildung zu holen, trennen und eher überle-

² Die bekanntesten Jugendstudien sind die Sinus-Studie 2020 (<https://www.sinus-institut.de/veroeffentlichungen/meldungen/detail/news/jetzt-erhaeltlich-sinus-jugendstudie-2020/news-a/show/news-c/NewsItem/>), die Shell-Studie (<https://www.shell.de/ueberuns/shell-jugendstudie.html>) und die JIM-Studie (https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/JIM/2019/JIM_2019.pdf) (Zugriff am: 6.10.2020).

³ Vgl. zu diesem Punkt: Kafka, Reinhard: Erwachsenenbildung darf sich immer wieder neu erfinden. Eine Ermunterung zur stärkeren Zielgruppendifferenzierung, in: Forum Erwachsenenbildung 3/2020, S. 40–43.



Zeitgemäße Methoden beim Seminar „Morgen sind WIR Geschichte! Online-Ausstellung über die Fluchtbewegung gestalten“ 2019

gen sollten, wie Bildungsakteure zu den jungen Erwachsenen kommen können. Sie könnten sich z. B. konkret am Programm von Musikfestivals beteiligen, in Cafés Diskussionsimpulse platzieren oder am Rande von Dorffesten Informationsgespräche führen. Nicht Gedenkstätten, Stadtbibliotheken und Akademien wären dann die Orte politischer Bildung, sondern Fitnessstudios, angesagte Kneipen und öffentliche Plätze. Diese Partner zu gewinnen, kostet Zeit und erfordert attraktive Veranstaltungskonzepte. Aber für hochkarätige Diskussionsrunden mit jungen Prominenten aus Musik, Film und Politik, wie z. B. mit dem Sänger Henning May von Annemaykanterreit, den Musikern von Kraftklub, der Autorin und Moderatorin Sophie Passmann, dem Satiriker Martin Sonneborn oder dem Juso-Vorsitzenden Kevin Kühnert, die für viele junge Menschen Identifikationspersonen sind und die sich gesellschaftspolitisch engagieren, könnte man sicherlich Dorfkneipen und -bars als Veranstaltungsorte gewinnen.

III. Zielgruppenansprache und Werbung: Nutzt Social Media und findet neue Kooperationspartner!

Die Sehgewohnheiten und Informationskanäle der jungen Generation sind andere als die der über Fünfzigjährigen. Mit Plakaten und Newslettern erreicht man junge Menschen nicht, Social Media ist da effektiver. Die Erwachsenenbildung sollte bei ihrer Öffentlichkeitsarbeit verstärkt auf Facebook-Veranstaltungsankündigungen, stilvolle Insta-

gram-Posts und alltagssprachlich geschriebene und persönlich gehaltene Beiträge bei WhatsApp und anderen Messengern setzen. Gerade auf dem Land, wo auf der Straße nur vereinzelt junge Menschen anzutreffen sind, eröffnen Social-Media-Kanäle Wege, diese Zielgruppe über bevorstehende Veranstaltungen zu informieren, zum anderen aber auch das Interesse für politische Themen zu wecken.

Der wichtigste Kanal für die Gewinnung von Teilnehmenden und die Begeisterung für politische Bildung ist und bleibt auch im digitalen Zeitalter der persönliche Kontakt und die Mund-zu-Mund-Propaganda. In der politischen Jugendbildung spielen Vereine, Sozialarbeiter und Jugendverbände bereits eine große Rolle bei der Konzeption von Veranstaltungen und der Gewinnung von Teilnehmenden, eben weil sie die Interessen der Jugendlichen in die Veranstaltungsplanung einbringen und Jugendliche dank der engen Beziehung persönlich zur Teilnahme an neuen Formaten motivieren und Hemmschwellen senken können. Auch die Erwachsenenbildung sollte auf Einzelpersonen und Einrichtungen zugehen und Multiplikator/innen gewinnen, die einen Draht zu jungen Menschen haben, wie z. B. Vereine und Bars. Gerade im ländlichen Raum sind Vereine und Fitnessstudios, aber auch Fast-Food-Ketten Anlaufpunkte für junge Menschen und sollten von Bildungsakteuren nicht belächelt, sondern als Partner ernstgenommen werden. Zumal sie, wie oben erläutert, allein schon als Orte für politische Bildung attraktiv sind.

IV. Das wichtigste Prinzip: Schafft Augenhöhe!

Sobald junge Menschen für Angebote der politischen Bildung gewonnen wurden, ist die konkrete Ausgestaltung der Veranstaltung unglaublich wichtig. Die Eindrücke, die junge Teilnehmende sammeln, entscheiden schließlich darüber, welches Bild sie von politischer Erwachsenenbildung haben. Meine Praxiserfahrung in der Jugendbildung und mein Alltag als junge Erwachsene haben mir gezeigt, dass das Gefühl von Augenhöhe das A und O ist: Erst wenn bei Veranstaltungen auch jungen Expert/inn/en eine Bühne geboten wird und wenn „Co-Referate“, also überlange Wortmeldungen von „alten weißen Männern“ der Vergangenheit angehören, werden junge Erwachsene wirklich Teil der politischen Erwachsenenbildung sein. Eine Atmosphäre der Anerkennung, die völlig unabhängig von Alter, Lebenserfahrung, Bildungsabschluss und Geschlecht ist, wird von der jungen Generation in Stadt und Land sehr geschätzt und ermöglicht einen Zugang zur politischen Bildung, der inspiriert, prägt und im wahrsten Sinne des Wortes bereichert.