

## **Worldcafé, Thementisch 3 „Jugend erreichen – Politische Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“**

**DBU-Tagung „Umweltbildung“, 20. Januar 2016**

Gastgeberin: Maria Ullrich, *teamGLOBAL/denk global!*, Bonn

Gastgeber: Janis Fifka, *Europäisches Jugendparlament in Deutschland e. V.*, Berlin;

Protokollantin: Anne Genslein

Es wurde in drei unterschiedlich zusammengesetzten Diskussionsrunden erörtert, welche Rolle Jugendliche in der Bildung für eine nachhaltige Entwicklung (BNE) spielen und wie junge Menschen dafür am besten erreicht werden.

Generell wurde angemerkt, dass die Beteiligung aller gesellschaftlicher Gruppen, nicht nur der Jugendlichen, bei der Kommunikation von Nachhaltigkeit nötig ist. Besonders bei jungen Menschen ist es wichtig, so früh wie möglich Werte und Normen zu kommunizieren und ein Bewusstsein für die Auswirkung ihres Handelns zu schaffen. Dies knüpft direkt an das politische Handeln sowie dem Handeln eines jeden einzelnen an – „Du bist verantwortlich und kannst etwas beitragen!“. Dabei sollte vor allem die Rolle der Jugendlichen als Multiplikatoren nicht unterschätzt und außer Acht gelassen werden. Sie sind wichtige Informationsträger für nachhaltiges Handeln für Gleichaltrige, Jüngere sowie für Ältere wie die eigenen Eltern oder Verwandte. Des Weiteren besitzen sie die Kompetenz mit modernen Medien wie Facebook oder Twitter umzugehen. Diese Medien stellen heutzutage ein wichtiges Kommunikationsmedium dar, über das viele Menschen erreicht werden können. Außerdem sollte der Enthusiasmus, die Neugierde und der Mut zum Risiko junger Menschen nicht unterschätzt werden. Hierbei ist besonders darauf abzustellen, dass junge Menschen potentiell mit weniger vorgeprägten Einstellungen an Themenkomplexe herangehen und somit unvoreingenommener und demnach auch einfacher zugängliche Akteure und im Umkehrschluss auch authentische Multiplikatorinnen und Multiplikatoren sein können. Dahinter steckt viel Potenzial, wobei es hier wichtig ist, den Jugendlichen zu vertrauen und ihnen auf Augenhöhe zu begegnen. Außerdem müssen den jungen Menschen die für ihr Handeln nötigen Rahmenbedingungen – sowohl fachlich als auch finanziell – zur Verfügung gestellt werden.

Da Jugendliche eine wichtige Rolle bei der Kommunikation spielen, kam anschließend die Frage auf: Wie kann man die Jugendlichen gut erreichen und was ist dabei wichtig? Die wesentlichen Anknüpfungspunkte um Jugendliche zu erreichen, sind Klassenkameraden, ehemalige Schüler, Verbände, Vereine, Schulen – über die Curricula – und Eltern. Hier wurde angemerkt, dass man nicht nur Vereine und Jugendorganisationen einbinden soll, die sowieso schon themenaffin sind, sondern, dass zum Beispiel auch Sportvereine angesprochen werden sollten. Allgemein wurde festgehalten, dass es keine Rolle spielt, wo und durch wen Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) kommuniziert wird – ob in der Schule selbst oder an einem außerschulischen Lernort, durch die Lehrkraft oder jemand Externes oder bei außerschulischen Aktivitäten. Wobei es für die Jugendlichen schon attraktiv ist, wenn sie einen außerschulischen Ort besuchen. Dies sorgt für Abwechslung und es kann auf das Wissen von Fachleuten zurückgegriffen werden. Zumal ein schulischer Rahmen auch einen unbeabsichtigten und unerwünschten Effekt des zwangsweisen Engagements und Interesses für das Thema der BNE verursachen kann, da hier Notengefüge und die Erfahrungen schulischer Zusammenhänge in Verknüpfungen geraden. Eine wichtige Anmerkung an dieser Stelle war, dass Möglichkeiten gefunden werden müssen, wie BNE in die Schulstruktur eingebaut werden kann und

wie Schulen dafür gewonnen werden können, mehr Zeit für BNE zu investieren und sie im Unterricht zu integrieren. Hier womöglich auch in das weitere Umfeld bzw. das Schulprogramm für Begleitangebote der Schulen.

Wie bereits angesprochen, spielen moderne Medien eine wichtige Rolle, um junge Menschen zu erreichen. Dazu gehören Plattformen wie Twitter und Facebook, aber auch youtube. Des Weiteren spielen Eltern und Lehrer in ihrer Vorbildfunktion auch eine wesentliche Rolle bei der Kommunikation von Nachhaltigkeit und nachhaltigem Handeln. Hinzu kommen noch die außerschulischen Aktivitäten wie beispielsweise in Verbänden und Vereinen. Diese könnten zusätzlich auf sich aufmerksam machen und neue Mitglieder gewinnen, wenn sie in die Schulen gehen und sich vorstellen. Als wichtiger Punkt wurde hier noch angemerkt, dass für die Kommunikation von BNE verschiedene Formate genutzt werden müssen und man sich nicht auf wenige einzelne Mitteilungsformate festlegen darf.

Um Jugendliche zu gewinnen, ist es wichtig, dass sie einen Bezug zwischen BNE und sich selbst finden. Demnach müssen die Projekte/Tätigkeiten einen Realitäts- und Alltagsbezug haben. Dazu gehört auch, dass die Jugendlichen die Aspekte zum Thema Nachhaltigkeit nicht nur in der Schule wiedergeben, um wie bereits o.g., gute Noten zu erhalten, sondern auch von den Jugendlichen gelebt und weitergetragen werden. Für viele junge Menschen ist auch eine langfristige Bindung für ein ehrenamtliches Engagement nicht sehr attraktiv. Deshalb könnten durch kürzere Projektzeiten mehr Leute für solch einen Dienst gewonnen werden. Allgemein ist hier auch die Gruppendynamik anzusprechen und, dass solch ein Engagement viel attraktiver ist, wenn man Mitstreiter hat. An dieser Stelle wurde auch die Förderung von Peer-to-Peer und Mentoren angemerkt.

Eine besondere Herausforderung ist auch, dass viele verschiedene Ebenen und unterschiedliche Charaktere anzusprechen sind, um möglichst viele zum Mitwirken zu begeistern. Zusätzlich muss die Lücke zwischen den Extremen – Unterstützer und Gegner – gefüllt werden. Dazu gehört auch, dass Entschuldigungshaltungen, wie „ich habe keine Zeit, um mit dem Fahrrad zu fahren, mit dem Auto geht es viel schneller“ oder „ich würde gerne nachhaltig einkaufen, aber bei den ganzen Labels blickt doch keiner mehr durch“ oder „ich alleine kann doch sowieso nichts bewirken“, immer wieder neu gesellschaftlich diskutiert werden. Es muss somit viel Lobbyarbeit stattfinden und dafür gesorgt werden, dass BNE und das Engagement dafür als „cool“ gelten.