

## Europavermittlung mit „bildungsfernen Zielgruppen“

Eine Frage von Haltung, Formaten und neuen Ideen

Eine Studie des Deutschen Jugendinstituts von 2003<sup>1</sup> legt nahe, dass Wissen, Interesse und Identifikation mit Europa stark vom Bildungsgrad und der sozialen Situation abhängen, da sie mit politischem Interesse, Fremdsprachenkompetenz und Selbstwirksamkeitsvertrauen zusammenhängen. Jugendliche mit diesen Kompetenzen sind auch diejenigen, die einen leichteren Zugang zu Angeboten der Europabildung und europäischen Mobilitätsprogrammen haben. Auch die traditionellen Angebote der politischen Bildung zum Thema Europa werden meist von den bereits Interessierten wahrgenommen. Die Europavermittlung in Schulen ist generell verbesserungswürdig, aber kommt insbesondere in Hauptschulen und der beruflichen Bildung gänzlich zu kurz.

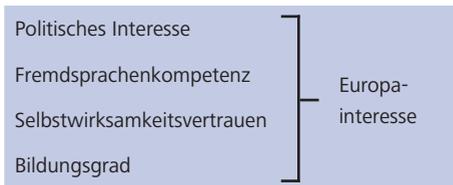


Abb. 1: Faktoren für Europa-Interesse, eigene Darstellung,

Quelle: Gaiser u.a., in APuZ 47 (20.11.2006)

Eine Intensivierung der Europavermittlung an so genannte „bildungsferne Zielgruppen“ ist also wichtiger denn je, damit Europa nicht zu einem Elitentema wird. Ein Europa der Bürger ist nur auf breiter Basis möglich, zumal antieuropäischer Populismus besonders bei Menschen auf fruchtbaren Boden fällt, die nur wenig Berührung mit Europa haben. Europavermittlung mit und für „bildungsferne Zielgruppen“ ist wichtig für Demokratie und Chancengleichheit. Deshalb räumen die europäischen Mobilitätsprogramme (insbesondere das Programm „Jugend in Aktion“) Projekten mit dieser Zielgruppe Priorität ein und auch in der politischen Bildung wird die Arbeit mit Zielgruppen, die nicht zu den „üblichen Verdächtigen“ auf Seminaren gehören, immer wichtiger. So hat die Bundeszentrale für politische Bildung kürzlich eine Projektgruppe „Politikferne Zielgruppen“ eingerichtet.

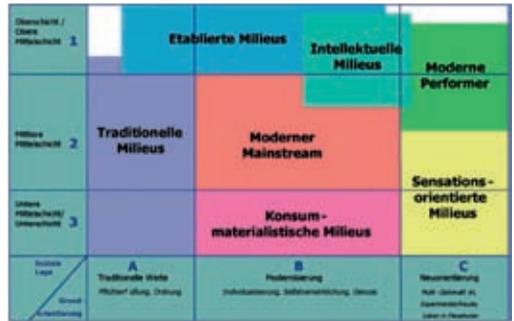
In diesem Artikel sollen Voraussetzungen, Ansätze und erfolgskritische Momente für Projekte aufgezeigt werden. Zuvor ist aber eine kritische Reflexion des Begriffs „bildungsferne Zielgruppen“ nötig.

1 W. Gaiser u.a. diskutieren die Frage der Europaorientierung, s. dazu W. Gaiser u.a.: Die Zukunft Europas im Blick der Jugend; in: Aus Politik und Zeitgeschichte 47 (20.11.2006), S. 18-25.

## Vorsicht Fallen – Zielgruppendefinitionen

Um ein Bildungsprojekt zu konzipieren, ist es wichtig und sinnvoll, die Gruppe mit der man arbeiten wird, möglichst gut zu kennen, um Inhalte und Methoden auswählen zu können und ein angemessenes Programm zu planen. Für die praktische Arbeit sind jedoch Orientierungen nötig, weshalb man verallgemeinert und Zielgruppen definiert. Beim Design von Bildungs- und Kommunikationsprogrammen auf institutioneller oder politischer Ebene führt daran kein Weg vorbei. Allerdings muss kritisch gefragt werden, ob Definitionen von Zielgruppen soziale Wirklichkeit nur abbilden oder nicht auch produzieren.

Traditionell wurde in der politischen Bildung zwischen Jugend- und Erwachsenenbildung unterschieden, woraus sich Bereiche mit je eigenen Herangehensweisen und Methoden entwickelten. Ein klassischer Teilnehmerkreis politischer Bildung sind „junge Erwachsene“. Diese Zielgruppe ist durch Alter definiert, meist in einer Spanne von 16-25. Das neue EU Programm Jugend in Aktion hat die Altersspanne auf 30 erweitert, um sozialen Veränderungen Rechnung zu tragen. Die Bezeichnung „Junge Erwachsene“ impliziert in der politischen Bildung auch die Idee der Freiwilligkeit und Mündigkeit, die eine wichtige Grundlage für Veranstaltungen der politischen Bildung darstellt. Traditionelle Angebote politischer Bildung werden jedoch nicht von allen sozialen Gruppen gleichsam wahrgenommen, sie bleibt allzu häufig eine Sache von Gymnasiasten.



Quelle: Sinus Sociovision, *The Sinus Milieus International/Meta Milieus*, Heidelberg 2006 (Manuskript); Übersetzung des Verfassers.

An der Institution Schule nehmen alle teil, aber auch hier wird im dreigliedrigen Schulsystem zwischen drei „Zielgruppen“ differenziert: Gymnasium, Realschule, Hauptschule. Die PISA-Studie hat gezeigt, dass Schüler/-innen hier weniger nach Intelligenz, sondern nach sozialer Herkunft sortiert werden. Das dreigliedrige Schulsystem ist ein Beispiel, wie eine Kategorisierung Wirklichkeit schafft. Auch der Begriff „Bildungsferne Zielgruppen“ muss in diesem Sinne kritisch betrachtet werden. Wer ist oder soll „bildungsfern“ sein? Unter diesem relativ neuen Zielgruppenetikett werden verschiedene herkömmliche Kategorien zusammengefasst:

In den Kinder- und Jugendplänen sowie im EU Programm JUGEND wurde seit Langem eine Breitenwirksamkeit der Angebote außerschulischen Lernens gefördert. Förderungsschwerpunkte wurden auf die präventive Arbeit mit „Problemjugendlichen“ und im Sinne

sozialer Gerechtigkeit auf Angebote für „benachteiligte Jugendliche“ gelegt. Schon in den Bezeichnungen wird die starke Defizitorientierung deutlich. Die deutsche Agentur JUGEND für Europa versucht dies durch die Bezeichnung „Jugendliche mit besonderem Förderbedarf“ zu umgehen. Dieser Begriff bezieht sich zwar auf die Notwendigkeit spezifischer Ansätze und Arbeitsweisen, ist aber wiederum sonderpädagogisch konnotiert. Seit Beginn der Integrationsdebatte fordern z.B. die Bundeszentrale für politische Bildung und das EU-Jugendprogramm, Jugendliche mit Migrationshintergrund verstärkt anzusprechen und fördern dies auch. Bei aller Relevanz beinhaltet dieser Zielgruppenbegriff jedoch die Gefahr, diese Jugendlichen vor allem kulturell und als Fremde zu charakterisieren, was auch in der Semantik des Worts Hintergrund (nicht sichtbar / verdeckt) angelegt ist. Sie als homogene Gruppe zu betrachten, fördert Stigmatisierung zusätzlich.

Ein neuer Ansatz ergibt sich aus den Studien von Sinus-Sociovision (2005)<sup>2</sup>, die Milieus von Lebensstil- und Werteorientierungen ausgehend definieren und prototypisch beschreiben (Hedonisten, Konsummaterialisten, Liberale Intellektuelle, Moderne Performer...). Die Studie fördert auf differenzierte Weise zu Tage, dass die herkömmliche rein vertikale Schichtung (Arbeiter, Mittelstand, Bildungsbürgertum, obere Mittelschicht und Oberschicht) zur Beschreibung von Einstellungs-, Verhaltens- und Lebensweisen nicht mehr greift (s. Abbildung 2). Die traditionelle Arbeiterkultur ist der Studie zu Folge vor allem durch Milieus mit hedonistischen und konsummaterialistischen Lebensweisen abgelöst worden. Die Projektgruppe der Bundeszentrale für politische Bildung bemüht sich, spezielle Angebote für diese Gruppen zu entwickeln. Die Sinus-Studie gibt weiterhin interessante Aufschlüsse bezüglich des Rezeptions- und Medienverhaltens der genannten Gruppen, allerdings sind die Kategorien stark stereotypisiert. Zur Entwicklung von Bildungsangeboten muss hier stärker differenziert werden, Zuschreibungen müssen vermieden werden. Alle oben genannten Kategorien, die oft unter dem Etikett „bildungsferne Zielgruppen“ zusammengefasst werden, unterliegen der Gefahr, soziale Stigmatisierung fortzusetzen. Trotzdem bietet der Begriff die Möglichkeit zu einer produktiven Definition:

### „Bildungsferne Jugendliche“

- haben geringeren Zugang zu formalem Bildungserfolg
- haben aufgrund von Misserfolgserfahrungen eine distanzierte Einstellung zu Inhalten und Methoden der formalen Bildung
- haben besondere Bedürfnisse, was Lerninhalte und -arten betrifft
- bringen aber auch Potenziale ein.

2 Ausführlich beschrieben bei S. Hradil: *Soziale Milieus – eine praxisorientierte Forschungsperspektive*; in: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 44-45 (30.10.2006), S. 3-10.

Die Arbeit mit diesen Jugendlichen bringt zwei wichtige Herausforderungen mit sich: Zum einen gilt es, nicht an Bildungsniederlagen anzuknüpfen, sondern an Potenziale. Zum anderen bedarf es einer Pädagogik politischer Bildung, die an spezifischen Bedürfnissen ansetzt, aber gezielt auch Inhalte vermittelt. Hierzu sind angepasste Lernräume und neue Codes politischer Bildung erforderlich.

### **Erfolgskritische Momente der Vermittlung**

Lernformate und -formen für nicht-klassische Zielgruppen der politischen Bildung sind nicht hinreichend entwickelt. Codes und Lernformate müssen angepasst werden, wobei folgende Punkte erfolgskritische Momente der Europavermittlung mit „bildungsfernen Jugendlichen“ darstellen:

### **Ansatz bei Kompetenzen und nicht bei Defiziten**

„Bildungsferne“ bedeutet nicht, dass Jugendliche nichts gelernt haben, sondern dass sie in anderen Räumen als der formalen Bildung (Schule) Kompetenzen erworben haben. Viele bringen eine Direktheit, Spontaneität und Schlagfertigkeit in Projekte ein, die z.B. Gymnasiasten nicht gelernt bzw. verlernt haben. Diese Eigenschaften prägen oft auch den Umgang mit Sprache und Medien. Theater, Video, Musik sind handlungsorientierte Lernformen, die wiederum Ausgangspunkte für Austausch und Diskussion geben und somit mit inhaltlicher Vermittlung vereinbar sind.

### **Offene und informelle Lernsituationen**

Viele der Jugendlichen sind konzentriertes Zuhören über längere Zeit nicht gewohnt. Kreativ-künstlerische und spielerische Ansätze sind daher geeigneter als rein rezeptive Lernsituationen oder Lernformen, die an Unterricht erinnern. Das heißt nicht, dass eine inhaltliche Vermittlung nicht möglich ist – allerdings sind hier offene Situationen zu bevorzugen, die Raum für Austausch und Diskussion geben. Hierzu sind Lernsituationen im informellen Rahmen besonders wichtig: Klein- und Kleinstgruppengespräche, Gespräche auch außerhalb des Programms oder kleine, persönliche Runden, die bei den Fragen von Teilnehmern/-innen ansetzen. Offene und informelle Lernformen sind personalintensiv, was bei der Konzeption von Projekten berücksichtigt werden muss.

### **Greifbare Inhalte**

Klassische politische Bildung versucht Wissen über politische Ideen, Institutionen und Ereignisse zu vermitteln. Dabei geht es um Begriffe, Konzepte und Ereignisse, die analysiert und diskutiert werden. Dies ist auch mit „bildungsfernen Zielgruppen“ möglich, allerdings muss

die Vermittlung anders ansetzen: Inhalte dürfen nicht als abstrakt, „über die Köpfe hinweg“ oder als irrelevant wahrgenommen werden, sondern müssen greifbar sein.

Politische Bildung sollte also nicht bei der „Institutionenkunde“ ansetzen, sondern mit der Herstellung von Bezügen zur Lebenswirklichkeit der Jugendlichen, um ein Interesse an der Auseinandersetzung mit europäischen Themen zu wecken. Ein weiterer wichtiger Faktor ist Authentizität. Dazu kann das Gespräch mit Menschen beitragen, die unmittelbar mit dem Thema zu tun haben. Das Thema Europa kann auch vor Ort erfahren werden, z.B. in Form von Stadterkundungen (Rallyes) oder Reportagen.

Bei der Planung von Projekten sollten folgende Kriterien beachtet werden:

### Erfolgskritische Eigenschaften für eine greifbare Vermittlung des Themas Europa

Plenumsphasen	Eigen- und Gruppenarbeit	Arbeit mit Referenten
Kompakt: Einheiten von 15-25 Minuten Dauer, klare Orientierung über zu erwartenden Inhalt und Ergebnis, Relevanz verdeutlichen	Handlungsorientiert: aktivierende Methoden, spielerische Elemente	Authentisch: Greifbare Persönlichkeiten mit einem authentischen Bezug zum Thema
Verständlich: Visualisierungen, Beispiele mit Bezug zu den Teilnehmern/-innen, Inhalte von Jugendlichen in eigene Worte fassen lassen	Assoziationsfördernd: z.B. angepasste Szenariomethode, Simulationen, Planspiele	Dialogisch: Raum zum Diskutieren, Abschweifen, Spekulieren, Philosophieren lassen, Jugendliche als Experten ihrer Lebenssituation

### Umgang mit Informationen

Jugendliche „bildungsferner Zielgruppen“ sind häufig durch populistische Diskurse zu Europa geprägt, z.B. „Euro = Teuro“ oder „Wegen der Osterweiterung verlieren wir unsere Arbeitsplätze“. Solche Positionen können situativ aufgegriffen und diskutiert werden. Interessant ist es, mit Teilnehmern/-innen zu solchen Themen medienpädagogisch angeleitete Internetrecherchen in Kleinstgruppen durchzuführen.

### Pädagogische Dimension

Lernprozesse sind meistens nicht linear und können kippen. Eine kompetente pädagogische Begleitung ist daher unabdingbar. Hierbei ist es auch wichtig, die Zielgruppe differenziert zu betrachten. Während einige jugendkulturell geprägt sind und viel Raum zur Perfor-

mance und eventuell auch klare Grenzen benötigen, sind andere besonders schüchtern und zurückhaltend und benötigen ganz andere, eher ermutigende Formen sozialpädagogischer Unterstützung. Projekte müssen in Bezug auf Formate und Personal so angelegt sein, dass eine differenzierte pädagogische Begleitung möglich ist.

### **Begleitung von Mobilität und Interkulturalität**

Eine intensive Begleitung ist insbesondere bei europäischer Mobilität nötig, da viele der Jugendlichen Reisen nicht gewöhnt sind. Hierbei sind klare Regeln und Orientierungen wichtig. Ein weiterer kritischer Faktor ist, dass mehrsprachige Situationen für viele Jugendliche der Zielgruppe zunächst ungewohnt sind. Mit Mitteln der Sprachanimation und Begegnungspädagogik können solche Hemmnisse schnell abgebaut werden. Das Konzept der Sprachanimation<sup>3</sup> wurde vom Deutsch-Französischen Jugendwerk entwickelt und bedeutet die spielerische Einbeziehung der Muttersprachen in Kommunikationsprozesse bei Jugendbegegnungen. Mit Sprachmittlung ist mehr als klassische Konsekutivübersetzung gemeint, sondern eine Unterstützung der interkulturellen Kommunikation insgesamt.

### **Mögliche Projektformate**

Die oben genannten Punkte sind nicht nur für „bildungsferne Zielgruppen“, sondern für die Arbeit mit Jugendlichen insgesamt relevant. Hier ist also keine „Sonderpädagogik“ gemeint, sondern eine verstärkte und besonders sorgfältige Beachtung einschlägiger pädagogischer Prinzipien. Dabei sollte auch die Frage gestellt werden, ob unbedingt spezifische Angebote gemacht werden müssen, oder ob die Arbeit mit heterogenen Gruppen im Sinne von Integration nicht produktiver ist. In jedem Fall müssen geeignete Lernformen und -situationen geschaffen werden, die dann aber auch für verschiedene Zielgruppen funktionieren können. Insgesamt können alle einschlägigen Formate europapolitischer Bildung angepasst werden:

- Inhaltlich ausgerichtete Jugendbegegnungen
- Seminare (mit kreativen und handlungsorientierten Methoden)
- Studienreisen
- Verknüpfung von Informations- und Unterhaltungsangeboten, z.B. bei Festivals

Europavermittlung an „bildungsferne Zielgruppen“ ist eine anspruchsvolle Aufgabe, insbesondere was die inhaltliche Vermittlung angeht. Hierzu sind auch eine verstärkte Vernetzung und Zusammenarbeit verschiedener Akteure und Träger nötig.

---

3 Hierzu ausführliche Informationen und methodische Hinweise auf der Homepage des Deutsch-Französischen Jugendwerks, u.a.: [www.dfwjw.org/paed/langue/sa.html](http://www.dfwjw.org/paed/langue/sa.html) (21.10.2007)

## Institutionelle Rahmenbedingungen: Vernetzung und Zusammenarbeit

Ein Grundproblem für alle Träger europapolitischer Bildung ist die Frage, wie „bildungsferne Jugendliche“ überhaupt erreicht werden können. Hierzu sind eine verstärkte Verzahnung formaler und nonformaler Bildung sowie eine Zusammenarbeit zwischen Trägern der politischen Bildung und Trägern der beruflichen Bildung oder Sozial- und Jugendarbeit nötig. Netzwerke und Austausch zwischen unterschiedlichen Trägern sind auch für die pädagogische Gestaltung von Angeboten wichtig. Die Zusammenarbeit sollte sich nicht nur auf die „Rekrutierung“ der Jugendlichen beschränken, sondern bereits bei der Konzeption von Projekten beginnen. Ebenso bedeutsam sind die Auseinandersetzung und die Diskussion über das Selbstverständnis von politischer Bildung und die Zielsetzung von Europavermittlung. Die pädagogische Dimension darf nicht ignoriert werden, nur auf ihrer Basis ist die Vermittlung von Inhalten möglich. Umgekehrt darf dies nicht heißen, dass eine inhaltliche Vermittlung nicht oder nur in geringen Maßen stattfinden kann. Es geht um eine Frage der Haltung, nämlich Jugendliche – unabhängig von ihrer sozialen Herkunft – als Menschen und Bürger/-innen ernst zu nehmen.

**Christian Ernst**, Jahrgang 1979, Studium der Germanistik und Romanistik, Gründungsmitglied des Modell Europa Parlament Deutschland e.V, seit 2003 Leitung von Seminaren der politischen Bildung zum Thema EU, seit 2004 Konzeption und Begleitung internationaler Jugendbegegnungen zu europapolitischen Themen mit Jugendlichen „mit besonderem Förderbedarf“ für Zeitfeil e. V., 2006 Mitglied im Projektplanungs- und Leitungsteam des europapolitischen Jugendfestivals von Zeitfeil e. V. „Europe in a village“ in Gantikow, 2007 Berater der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) Brasilien im Bereich CSR, 2007 mit der Europaurkunde von der Staatskanzlei Brandenburg ausgezeichnet.

**Kontakt:** [christian.ernst@zeitfeil.org](mailto:christian.ernst@zeitfeil.org)

**Claudia Nickel**, Jahrgang 1978, Studium der Romanistik und Volkswirtschaftslehre, zurzeit Promotion an der Universität Potsdam, 2001-2004 Mitglied des Exekutivkomitees der Alliance of European Voluntary Organisations, 2002-2003 Mitglied des Europäischen Jugendforums, Leitung von Jugendbegegnungen und Seminaren zum Thema Europa und zu Mobilitätsprogrammen, 2006 Mitglied im Projektplanungs- und Leitungsteam des europapolitischen Jugendfestivals von Zeitfeil e. V. „Europe in a village“ in Gantikow, 2007 mit der Europaurkunde von der Staatskanzlei Brandenburg ausgezeichnet.

**Kontakt:** [claudia.nickel@zeitfeil.org](mailto:claudia.nickel@zeitfeil.org)