

Konsum als Lernfeld

Zum Beispiel bei kritischen Stadtrundgängen



Konsum bietet in der Bildungsarbeit mit Jugendlichen viele Ansätze zum Lernen. Junge Menschen lernen komplexe Sachverhalte zu erkennen, sich anhand von Informationen eine Meinung zu bilden und – da Konsum eine Alltagshandlung ist – damit auch Konsequenzen für ihr eigenes Handeln zu erwerben. In verschiedenen Projekten zum Bereich Konsum & Globalisierung, vor allem rund um die konsumkritischen Stadtrundgänge von WELTBewusst, konnten in den vergangenen Jahren Erfahrungen gesammelt werden, welche Faktoren in der Bildungsarbeit mit Jugendlichen zum Thema Konsum hilfreich sind und was hinderlich sein kann.

In der heutigen Konsumgesellschaft bietet sich die Auseinandersetzung mit dem Thema Konsum grundsätzlich an, da es um relevante Themen der Lebenswelt geht und zahlreiche Bezüge zu Bereichen von Ökologie, Ökonomie, Politik und Kultur enthalten sind. „Konsum“ birgt dabei ein wahres Geschenk für die Bildungsarbeit: Das Interesse der Zielgruppe! Jugendliche erkunden in ihrer Lebensphase die Konsumwelt und geben ihr mehr oder weniger knappe Geld für kleine und große Anschaffungen aus. Konsum ist wichtige Ausdrucksform für den eigenen Lebensstil und ein relevanter Bestandteil des sozialen Lebens, z.B. der gemeinsame „Bummel“ mit Freundinnen und Freunden. Dies gilt unabhängig von Ort, Milieu, Bildungsgrad oder ob mit „Migrationshintergrund“ oder ohne.

NACHHALTIGER KONSUM & GLOBALISIERUNG

Eine Möglichkeit von „Konsum als Lernfeld“ ist, sich mit komplexen globalen Zusammenhängen exemplarisch zu befassen und Handlungsmöglichkeiten und Alternativen zu erkunden. Die klassischen Fragen „Woher kommt mein T-Shirt? Was

hat mein Hamburger mit dem Regenwald zu tun? Wie hängen mein Handy und der Krieg im Kongo zusammen?“ behandeln nach wie vor bestehende Grundprobleme der globalisierten Warenproduktion. Die Auseinandersetzung mit der Produktion solcher Produkte informiert über problematische Zustände in anderen Teilen der Welt und klärt über globale Zusammenhänge auf. Es wird deutlich, wie Konsumentinnen und Konsumenten in den wohlhabenderen Ländern von der rücksichtslosen Ausbeutung von natürlichen Rohstoffen in Ländern des Südens ebenso profitieren, wie von der Ausnutzung der ohnehin günstigen Arbeitskraft zu geradezu erpresserischen Konditionen, z.B. in der Textilindustrie.

NACHHALTIGER KONSUM BLEIBT EIN TRENDTHEMA

Das Thema kritischer Konsum ist in den letzten Jahren populär geworden. Zahlreiche Bücher und Einkaufsratgeber sind erschienen, dutzende Kampagnen und Projekte thematisieren das Thema und die „Weltreise einer Jeans“ findet sich in manchem Schulbuch. Aber weder die Produktionsweise der Unternehmen noch die Konsummuster der Bevölkerung haben sich bislang deutlich geändert. Im wuchernden „Siegel-Dschungel“ ist es auch für motivierte Akteure zunehmend schwer, zu erkennen, was Wert hat und was reines „Greenwashing“ ist. Von Seiten der Politik ist dabei keine Hilfe in Sicht, eine klarere Kennzeichnung oder gar verbindliche Regelungen für Standards sind nicht zu erwarten.

Entsprechend bleibt es ein Anliegen, junge Menschen zu „kompetenten Konsumentinnen und Konsumenten“ zu bilden und das Bewusstsein um Preis und Marke um weitere Komponenten zu erweitern. Es geht dabei um die grundlegenden Kompetenzen „Erkennen, Bewerten, Handeln“. Wenn erkannt wird, was bei Konsumpro-

dukten problematisch sein kann, z.B. die Produktionsbedingungen oder der Ressourcenverbrauch, so ist das Bewusstsein etwas geschärft und Jugendliche können kritischer hinterfragen, was ihnen hier nun als grünes Produkt angeboten wird.

KONSUM ALS LERNFELD MIT OFFENEM HORIZONT

Es ist ebenso wichtig wie lohnenswert, genügend Raum für Bewertung und Entscheidungsfindung zu geben. Sehr häufig zeigt sich bei Aktivitäten oder Projekten eine klare Ausrichtung hinsichtlich „des Ergebnisses“ einer Lerneinheit. Von vornherein haben gerade politisch motivierte Bildungsanbieter bereits „die richtige Antwort“, und „eine gute Lösung“ für die behandelte Problematik. Die Motivation für das ganze Projekt scheint nicht selten zu sein, die eigene Empörung und Überzeugung über gewisse Zustände in der Welt nun auch bei den jungen Menschen (der Zielgruppe) auszulösen. Hier liegt nicht nur ein grundlegendes Problem für Bildungsarbeit, sondern auch der dickste Stolperstein beim Lernfeld Konsum.

Wertvoll ist eine klare Differenzierung: Jugendliche zu informieren und dann die Diskussion zu öffnen für die Bewertung der Fakten und die Erörterung der eigenen Positionierung. Wenn die Lernbotschaft lautet „Was da passiert ist ganz schlimm, wir müssen dringend unseren Lebensstil ändern und zwar so ...“ wird dies in der Regel als belastend und wenig motivierend empfunden und es trägt im Endeffekt recht wenig zur Stärkung der Urteilskraft bei.

Je offener also Informationen ausgeteilt, Optionen aufgezeigt und zur Diskussion gestellt werden, umso leichter gelingt es, wirklich eine Auseinandersetzung einzuleiten. Eine vereinfachte Darstellung, Moralisierung oder Handlungsanweisungen, ebenso wie der Einsatz von gruseligen Bildern und erschreckenden Geschichten ist selten hilfreich.

KONSUM JUGENDLICH & JUGENDRELEVANT BEHADELN

Das Konzept der „peer-to-peer education“ hat sich in vielen Bereichen bewährt, und gerade beim Thema Konsum ist es hilfreich, wenn es von relativ gleichaltrigen Menschen behandelt wird. VertreterInnen der Eltern/Lehrer-Generation sind bei Jugendlichen nicht nur als EinkaufsberaterInnen gänzlich unerwünscht, sondern auch zunehmend als Werteinstanz überstrapaziert.

Eine reine peer-to-peer Struktur ist dabei nicht notwendig, auch junge Erwachsene sind im Horizont der Teilnehmenden verankert und ein interessantes Modell zum Abgleich der eigenen Meinung und Handlung, sowie der Entscheidungsfindung.

Das Interesse und die Motivation der Jugendlichen an Konsumthemen ist zudem höher, wenn es um für sie attraktive und relevante Produkte geht. Die Produktion von Schnittblumen (z.B. Rosen in Ostafrika oder Südamerika) ist skandalös, dennoch ist es kein besonders reizvolles Thema für Jugendliche, verglichen mit Jeans oder Handys oder Hamburgern. Dies ist bei der Auswahl von Themen, vor allem beim Einstieg in die Thematik, zu berücksichtigen.

HERAUSFORDERUNGEN UND STOLPERSTEINE

Das Konzept des „Wählen mit dem Einkaufskorb“ wird – zu Recht – vielfach kritisiert. Die Reduktion von politischem Handeln auf den kritischen Konsum ist problematisch und daher zu vermeiden. Es ist wichtig aufzuzeigen, dass Konsum zwar eine Handlungskomponente ist, aber eben politisches Engagement nur ergänzt, nicht

ablöst oder ersetzt. Ebenso bietet ein vermeintlich fröhliches „öko-konsumieren“ im Stile der LOHAS nur wenige Perspektiven für umfassende Nachhaltigkeit in globalem Maßstab.

Hier bietet sich die Verknüpfung zum Thema „kollektives Handeln“ an, um zu zeigen, was individualisierter Konsum bewirken kann und was nicht. Aber auch in Bezug auf Konsum an sich, ist eine kollektive Perspektive interessant, etwa mit der Frage der Mitbestimmung im schulischen Umfeld: Wie ist der Einkauf in der Cafeteria und Mensa organisiert? Welches Papier wird in der Schule verwendet? Wer entscheidet darüber und nach welchen Kriterien? Wie können wir hier Einfluss nehmen und was ändern? Konsum kann hierbei ein Einstieg in viele andere Lernprozesse sein!

Die Frage der Handlungsoptionen ist auch von besonderer Relevanz bei der Arbeit mit Jugendlichen aus schwachen wirtschaftlichen Verhältnissen. Ihnen ist ein „Öko-upgrade“ oft nicht möglich. Gleichwohl bestehen verschiedene Handlungsoptionen und Alternativen, die in der Diskussion zu erkunden sind.

Da, wie im Bereich „Globales Lernen“ insgesamt, die Gefahr besteht, bestimmte Bilder des globalen Südens von der „Armut und Hilflosigkeit der Menschen“ zu reproduzieren, gilt es sensibel mit Bildern und Begriffen umzugehen. Grundlegend erlaubt das Konsumthema hier aber einen relativ differenzierenden Einblick: Armut als Folge von unfairen Handelsbeziehungen vermittelt ein anderes Bild als Armut als Grundzustand der „3. Welt“, der ohne fremd finanzierte Brunnen, Schulen, etc. nicht überwunden werden wird. Indem auch über kleinbäuerlichen Widerstand gegen Gentechnik oder Arbeitskämpfe der

TextilarbeiterInnen gesprochen wird, kann dieses Bild des Südens, welches immer noch in vielen Medien gepflegt wird (und Hilfswerke unterstützen dies gern auf Plakatwänden) widerlegt werden.

KONSUM ALS WEITES LERNFELD

Wie bereits argumentiert, befasst sich „Konsum als Lernfeld“ zentral mit der Stärkung der Urteilskraft von jungen Menschen. Die Arbeit zum Thema Konsum kann dabei auch zur gemeinsamen Auseinandersetzung mit grundlegenden Fragen führen: Wie entscheide ich mich anhand meines Wissens und meiner Werte im konkreten Fall? Welche Umstände und Mehrkosten nehme ich in Kauf? Wo kann ich den Einfluss, den ich habe, auch ausüben? Hier hat gerade das Thema Konsum eine besondere Note, da es eine unmittelbare Handlungsrelevanz hat. Während ich mir zu politischen oder sozialen Fragen in der Regel „nur“ eine Meinung bilde, bin ich im Bereich Konsum direkt auf meinen nächsten Kaufakt verwiesen, der mir meine Haltung und Handlung verdeutlicht. Und es ist nicht unwahrscheinlich, dass meine Haltung und meine Handlung divergieren und ich in Konflikt mit mir selbst bin.

Damit verbundene Fragen von Ambiguität und Dilemma, welche in Bereichen des Demokratielernens oder auch interkulturellen Lernens oft zentral behandelt werden, finden sich somit im Bereich Konsum. Hier entstehen Möglichkeiten und Herausforderungen. Die kritische Aufklärung über Auswirkungen unseres Kaufverhaltens ist nur der Anfang der Möglichkeiten, Konsum als Lernfeld zu erschließen.

Dabei sind die Ansätze für eine Auseinandersetzung mit dem Konsum vielfältig, etwa über die Fragen von Lebensstilen, die Kommerzialisierung unserer Lebenswelt, den Umgang mit Geld, oder der Bedeutung von Konsum im Bereich nachhaltige Entwicklung. Letztendlich ist Konsum als Lernfeld ein Raum, um mit Kant zu fragen „Was ist der Mensch, was soll er tun?“ oder jugendgerechter – „Was machen wir hier eigentlich?“



Jochen Dallmer arbeitet bei der BUNDjugend als Koordinator für WELTbewusst, dem Projekt zum Thema Konsum & Globalisierung.
www.weltbewusst.org
jochendallmer@bundjugend.de