

Minister a.D. Walter Hirche, Präsident der Deutschen UNESCO-Kommission

Thesenpapier:

Verhältnis von kulturellen Grundlagen und Bildung zu wirtschaftlichem Wachstum, Wohlstand und Lebensqualität – Verbraucherbildung, Bildung für nachhaltige Entwicklung

1. Die globale Herausforderung hinsichtlich der Nachhaltigkeit unserer Lebensstile macht deutlich, dass wirtschaftliches Wachstum allein nicht als verlässlicher Indikator für die Entwicklung unserer Gesellschaft betrachtet werden kann.

Die langfristige Bewältigung der tiefen systemischen Krisen der Gegenwart erfordert ein umfassenderes, wertegebundenes Verständnis von Entwicklung. Das Konzept der Nachhaltigkeit, das nicht nur die ökonomische, sondern auch die soziale und ökologische Dimension integriert, gilt heute zu Recht als der notwendige Orientierungsrahmen für die gesellschaftliche Entwicklung. Das weitere Leben auf Kosten von Mitwelt, Umwelt und Nachwelt ist nicht zukunftsfähig. Jedes Messen von Wohlstand und Lebensqualität impliziert auch ein bestimmtes Menschenbild. Der große Aufbruch Europas in der Renaissance spiegelt das wider, erst recht die industrielle Dynamik. Schon Friedrich List hat bspw. 1841 auf das „immaterielle Kapital“ hingewiesen, Max Weber auf die protestantische Ethik als Wirtschaftsfaktor. Globale Entwicklungsindikatoren müssen viel stärker am Erfordernis der Nachhaltigkeit ausgerichtet werden. Sie müssen – wie das die Aufklärung wollte – zudem kulturelle Bedürfnisse und die Entfaltung kultureller Potenziale stärker berücksichtigen. Außerdem muss die Qualität öffentlicher Dienstleistungen angemessen in Wert gesetzt werden (Kinderbetreuung, Bildungswesen, Gesundheitsversorgung, kulturelle Infrastruktur u.a.), auch für die Vorstellung von persönlichem Reichtum und Wohlstand. Entwicklungsländer, die in eine bessere Bildung, Gesundheit und Berufsausbildung der Jugendlichen zwischen 12 und 24 Jahren investieren, deren Zahl mittlerweile ein Rekordniveau erreicht hat, könnten für ein kräftiges Wirtschaftswachstum und einen massiven Rückgang der Armut sorgen, so ein bei der Jahrestagung der Weltbank in Singapur vorgelegter neuer Weltbankbericht.

2. Die Ausrichtung am Prinzip der nachhaltigen Entwicklung muss sich zwingend auch in den Bildungssystemen niederschlagen. Bei der Bestimmung von Bildungskompetenzen und Indikatoren für Bildungserfolg müssen die Zielsetzungen der BNE künftig viel stärkere Berücksichtigung finden.

Wir wissen längst, dass unser heutiges Handeln Einfluss auf das Leben unserer Kinder und auf das Leben von Menschen in anderen Weltregionen hat. Bildung ist eine der zentralen Strategien zum Erreichen von Nachhaltigkeit. Kindergärten und Schulen, Universitäten und andere Bildungseinrichtungen müssen – altersangemessen – nachhaltiges Denken **und Handeln** vermitteln. Die nahezu ausschließliche Fokussierung von Bildungsprozessen und

Erfolgsindikatoren auf kognitive Fähigkeiten wird den Erfordernissen einer modernen Wissensgesellschaft nicht gerecht. Wir verfügen heute über das Wissen und die Erfahrung, um Bildungsinhalte, -methoden und -ziele signifikant im Sinne einer Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) zu verbessern. Wir wissen, wie wir Bildungssysteme in Richtung lebenslanges Lernen ausrichten und die Verbindungen zwischen formaler, non-formaler und informeller Bildung verbessern können. BNE betont kreative und kritische Ansätze, langfristiges Denken, Innovation und die Befähigung, mit Unsicherheit umzugehen und komplexe Probleme zu lösen. Verknüpft mit den verschiedenen Bedürfnissen sowie den konkreten Lebensbedingungen der Menschen fördert BNE ganz allgemein die Fähigkeit zu Problemlösungen und bezieht dabei die Praktiken und das Wissen lokaler Kulturen ebenso ein wie neue Ideen und Technologien. Im Rahmen der Umsetzung der UN-Dekade BNE (2005-2014) wurden in Deutschland bisher 1300 Projekte und 13 Kommunen als offizielle Dekade-Projekte ausgezeichnet. Dies zeigt den großen Reichtum an Initiativen, den es in unserem Land gibt. Ein Beispiel ist das Projekt „Multiplikatoren-ausbildung Nachhaltige Schülerfirmen“ der Freien Universität Berlin in Kooperation mit der BNEAgentur Niedersachsen e.V., das von der Deutschen Bundesstiftung Umwelt (DBU) gefördert wird. Nachweisbar haben solche Angebote zur Verringerung der Abbrecherzahlen und zur Motivationssteigerung beigetragen.

- 3. Die Verbraucherbildung ist wichtiger Bestandteil einer Bildung für nachhaltige Entwicklung und muss angesichts wachsender Komplexität von Angeboten und Produkten (hier sei nur beispielhaft auf Fragen des Datenschutzes bei der Nutzung des Internets verwiesen) gezielt gefördert werden. Verbraucherbildung ist heute besonders wichtig in den Bereichen Finanzkompetenz, Medienkompetenz, Ernährung, nachhaltiger Konsum und Verbraucherrechte.**

Umwelt-, Natur- und Klimaschutz genießen einen hohen Stellenwert bei der deutschen Bevölkerung. Doch die Bereitschaft sich dafür zu engagieren hängt in entscheidendem Maße von der Bildung ab. Das ergaben übereinstimmend zwei aktuelle Studien zum Natur- und Umweltbewusstsein in Deutschland. Überraschenderweise sind Bildungsmaßnahmen darin überhaupt kein Thema. Die Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ in Deutschland hat für das Jahr 2012 das Thema Ernährung als Schwerpunkt. Auf Grundlage dieser Thematik sollen die Aktivitäten der Dekade-Akteure gezielt eingesetzt, neue Partner gewonnen und die Öffentlichkeit für dieses Thema sensibilisiert werden. Die Herausbildung eines bewussten Konsumverhaltens nimmt dabei eine zentrale Stellung ein. Dies kann auch zur Stärkung regionaler Kreisläufe führen. Verbraucher haben dank der zunehmenden Konkurrenz zwischen Marken und der neuen Kommunikationsmittel am Einfluss gewonnen, um Produktionsprozesse von der Nachfrageseite aus zu steuern. In diesem Kontext kann Verbraucherbildung eine wichtige Rolle spielen, um ein nachhaltiges Wachstum zu fördern. Der Trend ist deutlich: der Gesamtumsatz fair gehandelter Produkte in Deutschland hat sich zwischen 2004 und 2009

verdreifacht¹, die Importmengen von Bio-Produkten haben sich zwischen 2007 und 2010 ungefähr verdoppelt². Verbraucherbildung ist nur ein Schlüssel zu nachhaltigem Wachstum und einer besseren Lebensqualität. Neues Verbraucherbewusstsein ist auch auf Seiten der öffentlichen Hand geboten: auf der Beschaffungsseite ist „wirtschaftlich günstig“ nicht gleichzusetzen mit „am billigsten“. Andere Akteure – insbesondere auch auf der Produktionsseite – müssen ihren Beitrag leisten und Verantwortung übernehmen, ggf. auch über die Definition von Regeln. Zielpersonen der Verbraucherbildung sind nicht nur Lerner in formeller und informeller Bildung, sondern auch Lehrende der Verbraucherbildung.

- 4. Der offene und konstruktive Umgang mit kultureller Vielfalt und die Nutzung dieser Vielfalt als gesellschaftliche und ökonomische Ressource ist ein zunehmendes Erfordernis unserer Gesellschaft; nicht nur aufgrund der Dynamik der Globalisierung, in der nationale Identitäten immer stärker auf eine Öffnung ihres Weltverständnisses angewiesen sind, sondern auch aufgrund der besonderen demografischen Situation Deutschlands, die wachsende Einwandererzahlen mit sich bringen wird.**

Die UNESCO hat in ihrer „Allgemeinen Erklärung zur Kulturellen Vielfalt“ (2001) vor zehn Jahren von „Menschen und Gruppen mit zugleich mehrfachen, vielfältigen und dynamischen kulturellen Identitäten“ gesprochen, um die Werte pluralistischer demokratischer Gesellschaften zu aktivieren und zu stärken. 2005 folgte auf die „Erklärung“ ein völkerrechtliches Übereinkommen zur kulturellen Vielfalt, das auch von Deutschland ratifiziert wurde. Das Leben in kultureller Vielfalt ist bereichernd und fördert erwiesenermaßen die Kreativkräfte einer Gesellschaft im Wettstreit der Ideen. Dies muss aber erlernt werden und stellt die gewachsene kulturelle Selbstverortung von Menschen vor Herausforderungen. Um seinen Wohlstand und das Wohlbefinden der Bürger langfristig sichern zu können, muss sich Deutschland noch intensiver zu einer weltoffenen, vielfältigen, am Prinzip der Nachhaltigkeit ausgerichteten Bildungs- und Wissensgesellschaft entwickeln.

- 5. Kulturelle Bildung und künstlerische Erziehung leisten einen wichtigen Beitrag zur Herausbildung selbstbewusster, kreativer und verantwortlicher Persönlichkeiten und zur Innovationsfähigkeit einer Gesellschaft.**

Kulturelle Bildung fördert Kreativität und Initiative, emotionale Intelligenz, Fähigkeit zu kritischer Reflexion, Selbstständigkeit und Kommunikationsvermögen. Sie ist damit ein wichtiger Bestandteil einer Bildung, die auf eine Steigerung der Lebensqualität ausgerichtet ist. Kulturelle Bildung fördert die Entwicklung der Kultur- und Kreativwirtschaft, zu der eine EU-Arbeitsgruppe im Juni 2010 feststellte: „Die Kultur- und Kreativbranche wächst schnell und leistet

¹ <http://library.fes.de/pdf-files/wiso/08341.pdf>

² http://www.boelw.de/uploads/media/pdf/Dokumentation/Zahlen_Daten_Fakten/ZDF2011.pdf

einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung auf globaler Ebene (Städte, Regionen, Nationen) – die Bedeutung und der wirtschaftliche Stellenwert der Kultur- und Kreativbranche auf nationaler und regionaler Ebene sind keine Frage des Glaubens mehr, sondern unbestritten Wirklichkeit geworden.“³ EU-Kommission: „Geistiges Eigentum ist das Kapital, durch das die künftige Wirtschaft genährt wird“. Lineares Wachstum („Immer mehr vom Gleichen“ – P. Pinzler) wird so abgelöst von einer wertorientierten Entwicklung. Alle Formen von Rechten des geistigen Eigentums sind Ecksteine der neuen, wissensbestimmten Wirtschaft. Wert, Marktkapitalisierung und Wettbewerbsvorteile der europäischen Unternehmen werden künftig zum großen Teil von deren immateriellen Vermögenswerten abhängen. Geistiges Eigentum ist das Kapital, durch das die künftige Wirtschaft genährt wird. Eine bessere Nutzung der Portfolios an geistigem Eigentum durch Lizenzvergaben und kommerzielle Verwertung ist ein zentraler Faktor eines erfolgreichen Geschäftsmodells.

³ http://ec.europa.eu/culture/documents/maximising_potential_ccis_de.pdf