

Herman Josef Heinz, Werner Tzscheetzsch

Neue Milieus und Lebenskönnerschaft

Bildungskongress zum Wert katholischer Erwachsenenbildung

Kongresse sind auch dafür da, zu zeigen, was der Veranstalter leistet und wie gut seine Leistungen sind. Schau- fensterveranstaltungen sind notwendig für die Imagepflege und deshalb von Zeit zu Zeit erforderlich. Der Bildungskongress in Karlsruhe hatte aber nicht nur dieses Ziel, sondern sollte dafür sensibilisieren, wo Herausforderungen, offene Fragen und virulente Probleme der kirchlichen Erwachsenenbildung in der Freiburger Erzdiözese liegen.

Das Hauptthema des Bildungskongresses »Mit Kompetenz in die Zukunft« am 09./10. November 2007 in Karlsruhe, wurde im Grundsatzreferat von Professor Dr. Rudolf Tippelt, Universität München, perspektivenreich entfaltet. Ihm ging es darum, das Erscheinungsbild kirchlicher Erwachsenenbildung zu skizzieren und die Fragen zu formulieren, die für sie lebenswichtig sind. Wer wird durch die Veranstaltungen erreicht, wer nicht und welche Gründe gibt es dafür?

Ein zweiter thematischer Schwerpunkt des Kongresses lag in der Beantwortung der Frage, was Bildung mit Lebenskunst oder wie Professor Dr. Hans-Joachim Höhn es formulierte, mit Lebenskönnerschaft zu tun hat. Wozu ist sie gut? Was bedeutet sie für den Einzelnen im Blick auf die Gestaltung seines Lebens? Ein dritter Fragekreis, der von Professor Dr. Dr. Bernhard Uhde mit dem provozierenden Begriff »Wirtschaftstheologie« markiert wurde, stellte die Frage nach der Sprache und der Verständlichkeit von kirchlichen Erwachsenenbildungsveranstaltungen im Bereich der Theologie.

Es ging in diesen Diskussionen nicht darum, alte Postulate neu zu dekla-

mieren und die altbekannten begrifflichen Konstrukte von Adressatenorientierung, Lebensnähe oder Lebensorientierung zu wiederholen. Die Teilnehmenden sollten angeregt werden, sich im Blick auf die operative Ebene von Bildungsarbeit mit entsprechenden Konsequenzen zu beschäftigen. Einige Wochen nach dem Kongress ist wahrnehmbar, dass viele kirchliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in Karlsruhe dabei waren, in ihren Gremien und Teams sich mit den drei thematischen Schwerpunkten weiter beschäftigen wollen.

Wie kann man neue Teilnehmende gewinnen?

Professor Tippelt hat gezeigt, dass von den zehn sog. Sinusmilieus in der kirchlichen Erwachsenenbildung im Wesentlichen nur drei Milieus erreicht werden: bürgerliche Mitte, Traditionsverwurzelte und Etablierte.

Im Rahmen eines groß angelegten Forschungsprojektes mit dem Titel »Im Ziel« hat der Lehrstuhl von Professor Tippelt in München an zehn ausgewählten Standorten in Deutschland, dazu zählte auch das Bildungswerk der Erzdiözese Köln und das Ökumenische Bildungszentrum St. Clara in Mannheim, Strategien entwickelt, die es ermöglichen, Teilnehmende aus den anderen Milieus gezielt anzusprechen.

Im Rahmen dieses Projektes wurde auch der Begriff der »Produktklinik« entwickelt. Die »Produktklinik« ist ein methodisches Instrumentarium, um Teilnehmererwartungen und -bedürfnisse verschiedener Milieus genauer kennen zu lernen und ansprechende

Marketingstrategien zu entwickeln. Entscheidend dabei ist, dass nicht über diese Milieus gesprochen wird, sondern dass man sich mit Menschen aus diesen Milieus austauscht und so einen direkten Eindruck von ihren Erwartungen bekommt. Darüber hinaus können sie an entsprechenden Planungsprozessen partizipieren, in denen über Themen und gestalterische Elemente von Programmflyern gesprochen wird. Auch die »Ansprache in Wort und Bild« wird damit einem Test unterworfen. Mit diesen unmittelbaren »Milieukenntnissen« kann dann in die eigentliche Planungsphase von milieuspezifischen Veranstaltungsformen und Inhalten eingetreten werden. Es ist verblüffend zu sehen, welche eindeutigen Reaktionen unterschiedliche Designs von Erwachsenenbildungsankündigungen hervorrufen. Ohne solche Tests bei der grafischen Gestaltung von Printmedien in der Erwachsenenbildung geht es heute nicht mehr.

Welches didaktische Format kommt in den unterschiedlichen Milieus besonders gut an und wie sollte die Raumästhetik sein, damit sich Leute mit ihren Vorstellungen darin in etwa wiederfinden können? Wie wirken sich aufgereihete Stuhlreihen oder eine lockere Bestuhlung auf die Kommunikation der Teilnehmenden aus? Dies sind »alte« Fragen, aber sie werden immer noch zu wenig sorgfältig bearbeitet. Überdurchschnittlich vertreten sind in der Regel 68- bis 75-jährige Nichterwerbstätige, Hausfrauen und Rentner. Und die Zahl der Seniorinnen und Senioren wird weiter steigen.

Die Herausforderung der Kirchlichen Erwachsenenbildung besteht darin, den unterschiedlichen Milieus nach-

zuspüren und ansprechende Angebote zu platzieren. Dazu sind milieuspezifische Anreize zu vermitteln. Marketing wird damit auch zu einem sozialen Thema. Die Hinwendung zu den unterschiedlichen Milieus ist aber nicht nur ein werbestrategisches Element, sondern auch ein Gebot der Gerechtigkeit. Es müssen Veranstaltungen entwickelt und angeboten werden, die auch von Menschen besucht werden, die sich eher schwer tun mit den traditionellen Orten und den traditionellen Formen der Weiterbildung. Dies erfordert auch eine verstärkte Fortbildung der Dozentinnen und Dozenten und eine Aufmerksamkeit auf Sprachspiele, die so eingesetzt werden müssen, dass die Angebote der kirchlichen Erwachsenenbildung verständlich werden. Um einladend sein zu können, muss auch das mitunter anzutreffende negative kirchliche Image durch entsprechende positive Signale abgebaut werden. Es grassiert immer noch das Vorurteil, dass die Kirche durch Erwachsenenbildungsveranstaltungen indoktrinieren möchte und nur über ein verengtes Kursangebot verfügt.

Lebenskönnerschaft ein Bildungsziel?

Kritisch zurückfragen kann man im Blick auf solche Strategieüberlegungen, ob dadurch nicht das Profil und der »Mehrwert« der kirchlichen Erwachsenenbildung verloren gehen. Das Erscheinungsbild oder das Design von kirchlicher Erwachsenenbildung darf nicht zum letzten Maßstab ihres Auftretens werden und sie darf sich schon gar nicht in Inszenierungen, die gut ankommen, oftmals aber mehr Schein als Sein sind, erschöpfen. Dies ist selbstverständlich kein Plädoyer gegen eine gute Ästhetik von Veranstaltungen und entsprechend gut gearbeiteten Präsentationstechniken. Das verlangt schon die Menschenfreundlichkeit einer Bildungsarbeit, die Menschen motivieren soll, sich weiterzuentwickeln und zu entfalten. Entscheidend für das Profil und die Richtung der Erwachsenenbildung sind allerdings die inhaltlichen Positionen, die ins Gespräch gebracht werden.

Im Bereich der Persönlichkeitsbildung lässt sich dies gut zeigen. Wenn das entscheidende Ziel ist, dass Bildungsprozesse gelingendes Menschsein ermöglichen und fördern sollen, dann muss wenigstens umrisshaft klar sein, was mit diesem Menschsein oder Menschwerden gemeint ist. Hans-Joachim Höhn führt im Unterschied zur Lebenskunst die Lebenskönnerschaft als ein Vermögen an, wodurch das Individuum »gekonnt« auf die Herausforderungen des Lebens einzugehen vermag. »Lebenskönnerschaft« hat nach ihm mit der Ausbildung bewussten Daseins und mit der Bildung von Selbstbewusstsein zu tun. In beides spielen Charakter- und Gewissensfragen hinein. Um diese Könnerschaft zu erreichen, empfiehlt Höhn eine Besinnung auf die klassische Ethik mit den Kardinaltugenden: Klugheit, Tapferkeit, in allem das rechte Maß und Gerechtigkeit.

Dieser überraschende Rekurs mag für einen Sozialethiker plausibel sein, für die Erwachsenenbildung klingt dieser Vorschlag eher überraschend. Brauchen wir wirklich in der Erwachsenenbildung so etwas wie einen »Beichtspiegel«, der uns in Sachen Menschsein den richtigen Weg weist? Besteht nicht die Gefahr einer gewissen Bevormundung, die dem Ziel eines selbstbestimmten Lebens zuwiderläuft? Soll die Bildung wieder »normiert« werden?

Wenn Höhn in der Rückbesinnung auf Maßstäbe wie die Kardinaltugenden einen möglichen Mehrwert der kirchlichen Erwachsenenbildung sieht, dann könnte dies schon erhebliche Konsequenzen für die Planung von Veranstaltungen im Bereich der Persönlichkeitsbildung haben. Sprechen wir überhaupt über Tugenden in der Erwachsenenbildung? Geht es uns nicht eher darum zu zeigen, wie man leicht und erfolgreich durchs Leben kommt und ist z. B. die Tugend der Tapferkeit nicht durch die Verleihung von zahlreichen Tapferkeitsmedaillen in vielen Kriegen »untauglich« geworden? Es lassen sich relativ schnell viele Bedenken gegen die Beschäftigung mit der Tugendethik in der Persönlichkeitsbildung vorbringen, die mit einer Perver-

tierung dieser Tugenden zu tun haben. Ohne eine Neuformulierung und einer im richtigen Sinne verstandenen »Modernisierung« dieser Tugenden wird die Erwachsenenbildung damit nicht arbeiten können. Ohne Maßstäbe gerät sie aber in die Gefahr von Willkür und allzu schneller Anpassung und in den Sog einer Wellnesskultur, in der es nur noch »schön« und »entspannt« zugeht. Wichtige existenzielle Fragen und auch Nöte, die es in jedem Leben gibt, lassen sich mit Wohlfühlszenarien nicht lösen. Die entscheidende Frage in der Persönlichkeitsbildung bleibt eben: Was ist »tauglich« und was fördert eine »Lebenskönnerschaft«, vor allem auch in Situationen, in denen man das Leben nicht »leicht« nehmen kann.

Eine neue Diskussion, welchen »Mehrwert« die Persönlichkeitsbildung in kirchlichen Bildungseinrichtungen haben könnte, der eben nichts mit Indoktrination zu tun hätte, sondern mit lebensstauglichen Persönlichkeitsstrukturen, wäre ein wichtiger Beitrag zur gegenwärtigen Debatte zum Thema »Werte und Bildung«. Abstrakte Diskussionen über Werte und die Feststellung, dass sie für das Funktionieren einer Gesellschaft unverzichtbar sind, bleiben Postulate ohne Wirkung, wenn nicht nach den lebenspraktischen Konsequenzen gefragt wird. Tugenden sind Einstellungen, die das Handeln unmittelbar bestimmen und deshalb auch als »praktisch« bezeichnet werden können. Eine neue Beschäftigung mit Tugenden für eine »Lebenskönnerschaft« würde so auch die Wertediskussion lebensweltlich konkretisieren.

Prof. Dr. Werner Tzscheetzsch ist Ordinarius für Religionspädagogik und Katechetik an der Universität Freiburg.

Dr. Herman Josef Heinz leitet das Diözesanbildungswerk Freiburg.