

Klemm, Ulrich; Fahrbach-Gansky, Beri

Kampagnenarbeit. Ein Weiterbildungsmodell zwischen Aktion und Reflexion

Zeitschrift für Entwicklungspädagogik 14 (1991) 2, S. 16-17



Quellenangabe/ Reference:

Klemm, Ulrich; Fahrbach-Gansky, Beri: Kampagnenarbeit. Ein Weiterbildungsmodell zwischen Aktion und Reflexion - In: *Zeitschrift für Entwicklungspädagogik* 14 (1991) 2, S. 16-17 - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-64408 - DOI: 10.25656/01:6440

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-64408>

<https://doi.org/10.25656/01:6440>

in Kooperation mit / in cooperation with:

ZEP

Zeitschrift für internationale Bildungsforschung
und Entwicklungspädagogik

"Gesellschaft für interkulturelle Bildungsforschung und Entwicklungspädagogik e.V."

<http://www.uni-bamberg.de/allgpaed/zep-zeitschrift-fuer-internationale-bildungsforschung-und-entwicklungspaedagogik/profil>

Nutzungsbedingungen

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Kontakt / Contact:

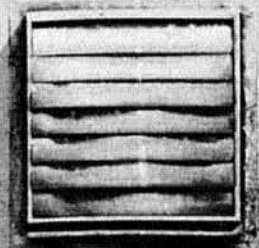
peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Digitalisiert

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

ZEFED



- **Freizeitorientierte Erwachsenenbildung**
Ein neues Paradigma?
- **Volkshochschularbeit**
Verlust von Kompetenz!?
- **Frauenakademie**
Neue Wege in der Frauenbildung?
- **Kultur- und Sozialarbeit**
Lernen vor Ort
- **Soziokulturelle Zentren**
Fortbildungsbedarf
- **Erwachsenenbildung auf dem Lande**
Neuland in Sicht!?
- **Golfkrieg**
Bildungsarbeit noch zeitgemäß?

vhs atelier



Erwachsenenbildung in der Freizeitgesellschaft

Zeitschrift für Entwicklungspädagogik

Sozialer Wandel als Herausforderung für Philosophie und Pädagogik

14.Jahrgang

Juni

2

1991

ISSN 0175-0488D

- | | | |
|---|----|--|
| Horst W. Opaschowski | 2 | Freizeitorientierte Erwachsenenbildung - ein neues Paradigma? |
| Ulrich Klemm | 8 | Verlust von Kompetenz!
Stichworte zu Legitimations- und Identitätsfragen gegenwärtiger Volkshochschularbeit |
| Lothar Heusohn | 12 | "... mehr als 'just for fun'".
Neue Wege in der Frauenbildung - Projekt und Idee der Ulmer "Frauenakademie" |
| Christian Schulz | 15 | Überleben (nur) ohne Pädagogen |
| Ulrich Klemm /
Beri Fahrback-Gansky | 16 | Kampagnenarbeit.
Ein Weiterbildungsmodell zwischen Aktion und Reflexion |
| Klaus I. Rogge | 18 | Lernen vor Ort.
Zwischen Kultur- und Sozialarbeit |
| Klaus I. Rogge /
M. Thüneman-Aepkers | 22 | Zum Fortbildungsbedarf soziokultureller Zentren
Ergebnisse einer empirischen Untersuchung |
| Ulrich Klemm | 24 | Trendbericht
Stiefkind ländliche Erwachsenenbildung - Neuland in Sicht!? |
| Horst Siebert | 26 | Bildungsarbeit im Schatten des Nahost-Konflikts
Bildung - eine zeitgemäße Idee? |
| Asit Datta | 30 | Der Golfkrieg und die Erwachsenenbildung |
| Zeppelin | 34 | Chickenhearted old World |
| | 31 | Rezensionen
u.a. Kurzrezensionen neuer Unterrichtsmaterialien und Zeitschriften (B.Toepfer) |
| | 46 | Leserbriefe |
| | 47 | Informationen |

Impressum: ZEP - Zeitschrift für Entwicklungspädagogik. Sozialer Wandel als Herausforderung für Philosophie und Pädagogik. 14.Jg 1991 Heft 2. Die Zeitschrift erscheint im Verlag Schöppe & Schwarzenbart Tübingen / Hamburg. Herausgeber: Gesellschaft zur Förderung der Entwicklungspädagogik GfE Geschäftsführender Herausgeber: Alfred K. Tremel Redaktionsanschrift: 2055 Dassendorf, Pappelallee 19, Tel. 04104/3313. Redaktions-Geschäftsführer: Arno Schöppe, Tel. 040/6541-2921. Redaktion: Prof.Dr. Asit Datta, Hannover; Dr. Hans Gängler, Dortmund; Pfr. Georg-Friedrich Pfäfflin, Stuttgart; Dipl.Päd. Ulrich Klemm, Ulm; PD Dr. Gottfried Orth, Karlsruhe; Klaus Seitz M.A., Nellingsheim; Prof.Dr. Alfred K. Tremel, Hamburg. Kolumne: Barbara Toepfer (ZEppelin), Amöneburg; Ständige Mitarbeit: Irene Gocht (Lyrik, Kurzprosa), Tübingen; Achim Heinrichs (Fotos), Tübingen. Technische Bearbeitung/EDV: Heike Selinger, Claudia Stern (incl. Layout), Britta Tschinkel Anzeigenverwaltung: Verlag Schöppe & Schwarzenbart, Nonnengasse 1, 74 Tübingen, Tel.: 07071/22801. Verantwortlich i.S.d.P: Ulrich Klemm für den Themenschwerpunkt; im übrigen der geschäftsführende Herausgeber Titelbild: Achim Heinrichs Fotos: Achim Heinrichs, Tübingen (sowie div. Privatfotos);

Anmerkung: Generische Maskulina werden im Text, falls von den Autoren nicht anders vermerkt, dem Sprachgebrauch im Deutschen entsprechend, geschlechtsneutral verwendet.

Erscheinungsweise und Bezugsbedingungen:

erscheint vierteljährlich; Jahresabonnement DM 28,- Einzelheft DM 7,-; alle Preise verstehen sich zuzüglich Versandkosten; Zu beziehen durch alle Buchhandlungen oder direkt vom Verlag. Abbestellungen spätestens acht Wochen vor Ablauf des Jahres.

Verlagsanschrift: Verlag Schöppe & Schwarzenbart, Nonnengasse 1, 74 Tübingen, Tel.: 07071/22801. ISSN 0175-0488 D

Ulrich Klemm / Beri Fahrbach-Gansky

Kampagnenarbeit

Ein Weiterbildungsmodell zwischen Aktion und Reflexion

Unter dem Stichwort Regionalkampagne bzw. Kooperationskampagne soll am Beispiel der "Aktion Naturgarten Langenau 1990" ein Erwachsenenbildungsmodell vorgestellt werden, das inhaltlich und methodisch Perspektiven für neue Formen der Weiterbildung bieten kann und als Ergänzung zur klassischen Seminar- und Vortragsdidaktik zu werten ist - vor dem Hintergrund der Suche nach einer zeitgemäßen Methodik und Didaktik im Bereich allgemeiner und politischer Bildung.

1. Auf der Suche nach neuen Wegen in der ökologischen Bildung

Eine zentrale Frage im Kontext der ökologischen Bildung ist heute weniger die nach den Inhalten, bzw. nach der Verfügbarkeit von Wissen und Informationen - die heutige Informationsgesellschaft überflutet den Menschen geradezu mit Umweltkatastrophen und Rettungsrezepten - sondern die nach der Transformation von der Information zur Aktion, vom Bewußtsein zur Handlung nach dem Motto: "Information ist noch kein Wissen"! D.h., es geht um die sozialpsychologische und pädagogische Frage nach der "besseren" Methodik und Didaktik ökologischen Lernens. Die klassischen Formen der Kurs- und Vortragsarbeit in der Erwachsenenbildung, aber auch punktuelle Projektarbeit wie Biotopanlage, greifen heute in weiten Teilen zu kurz, auch wenn sie selbstverständlich ihre Berechtigung haben und wertvoll sind. Es muß heute in besonderem Maße um neue Formen und Wege der Bewußtseins- und Handlungsarbeit gehen. Für die regionale Ebene, d.h. für den Bereich einer Kleinstadt, soll dies exemplarisch an einer "Naturgartenkampagne" vorgestellt werden. Anhand eines Erfahrungsberichts werden zunächst Ziele, Programm und Verlauf dieser Aktion vorgestellt.

2. Ziele, Programm und Verlauf der Naturgartenkampagne - ein Report

Naturgarten? ungepflegt und verwildert, unordentlich und unästhetisch? Es ist erstaunlich, welche breite Resonanz ein Thema mit so hartnäckigen Vorurteilen finden kann. Darf man daher auf eine gewisse Neugier, auf Lernwillen oder gar auf die Bereitschaft, sich dem Unmöglichen auszusetzen, schließen? Darf man gar so vermessen sein, daranzugehen, dieses Potential zu nützen?

Gründe gibt es genug. Daher schien es uns, dem BUND Langenau, angebracht, zusammen mit der Ulmer Volkshochschule (als zentralem Koordinator und Organisator) eine ganzjährige Naturgartenkampagne durchzuführen. Die Sparkasse Ulm übernahm dabei einen Großteil der anfallenden Sachkosten. Ganz entscheidend war auch die finanzielle, personelle und fachliche Unterstützung der Stadt Langenau an diesem Projekt, die sich mit Sonderaktionen (Fassadenbegrünungsprogramm, Zisternenförderung, Naturgartenwettbewerb) beteiligte.

Folgendes Programm kam zustande:

- Monatlich ein Vortrag (Themen: Grundlagen, pestizidfreie Gemeinde, Fassaden-

begrünung, Wasseranlagen, biologische Schädlingsbekämpfung, Bauerngärten, Gartenplanung, Insekten);

- eine Sammelmappe mit monatlichen Beiträgen in einer Auflage von 600 Stück (Themen: Boden, Düngung, Wiese, Teich, Bauen im Garten, Kompostierung, Mischkultur/Hügelbeet, Bäume/Sträucher/Hecken);

- Zeitungsbeiträge in der Gartenrubrik;

- Aktionen (Bodenproben mit Beratung, Naturralley);

- Ausstellungen;

- Seminare (Obstgehölzschnitt, Kompostseminar, Wintergärten, Obstbaumpflege, Photogruppe);

- die Gemeinde bewilligte Zuschüsse für Hof- und Fassadenbegrünung und schrieb einen Wettbewerb "Naturnaher Garten" aus;

- ein Kindergarten begleitete die Aktion;

- es bestand die Möglichkeit, sich telefonisch beraten zu lassen (Landratsamt).

Am Programm kann man unschwer einige Zielvorstellungen der Aktion erkennen: Kinder und Jugendliche wollten wir mit einbeziehen (Kindergarten, Rallye), ebenso die Gemeindeverwaltung ("die pestizidfreie Gemeinde") und eine möglichst breite Öffentlichkeit erreichen (Pressearbeit).

Startschuß war der 21. Februar 1990. Es gab auch Überraschungen, beispielsweise,

daß ein so attraktives Thema wie "Wasseranlagen im Garten" sehr wenig Hörer anlockte oder ein Kompostseminar mangels Anmeldungen ganz entfallen mußte.

Es schien auch, als ob im 2. Halbjahr nach den Sommerferien und gegen Ende der Aktion das Interesse zurückging (sinkende Aktualität oder unübersichtliche Länge der Aktion?). Insgesamt jedoch war die Resonanz erfreulich hoch: bei den Vorträgen (1.000 Besucher insgesamt), wie bei den Anträgen auf Zuschüsse, bei den Bodenproben (71) und beim Sammeln der Naturgartenmappe-Beiträge.

Den Erfolg, den die Aktion für die Natur, für Boden, Wasser und Lebewesen erbrachte, läßt sich freilich nur schwer nachweisen.

Ein Punkt soll abschließend noch herausgegriffen werden, nämlich das Schaffen und Zulassen von Lebensraum für Pflanzen und Tiere. Es besteht hier oft die Vorstellung, das sei durch einfaches "Vernachlässigen" zu erreichen und jeder Teich sei auch schon ein Biotop. Welch ein Irrtum! Vielmehr ist hier fundiertes Wissen über die Lebensweise von Tieren und Insekten und über ökologische Zusammenhänge vonnöten. Oft nämlich entscheiden Details über den ökologischen Wert einer Sache, wie z.B. beim Teich, bei dem erst durch den Verzicht auf die gefräßigen Fische andere Arten eine Chance erhalten. Andere gezielte Maßnahmen betreffen Nist- und Überwinterungshilfen (z.B. Stehenlassen von Stauden) und Beschaffung von Brutplätzen usw., dazu gehören Trockenmauern, Fassadenbegrünung, Nistkästen usw.. Unzweifelhaft hat hier die Aktion einiges an Wissen vermittelt und einen nachhaltigen Eindruck hinterlassen können.

3. Kampagnenarbeit - ein neues didaktisches Paradigma?

Im folgenden geht es um andragogische Aspekte und Begründungen der Kampagnenarbeit als Kern einer engagierten Erwachsenenbildung.

Bildungspolitischer Ausgangspunkt dieser Projektmethode sind zwei Thesen. Einmal muß festgestellt werden, daß die ökologische Frage heute mehr denn je zu einem gesellschaftlichen Schlüsselproblem geworden ist, das allerhöchste Priorität in einem Wertekatalog der Erwachsenenbildung erhalten muß. Außerdem muß man davon ausgehen, daß sich die ökologische Bildung im Bereich der Erwachsenenarbeit derzeit insgesamt mehr denn je nach neuen Wegen orientiert um handlungsrelevanter zu werden; Stichwort: Von der Information

über das Wissen zur Aktion. Vor diesem Hintergrund wird "Ökologie konkret" zur bildungspolitischen Leitlinie einer andragogischen Umweltbildung. Übertragen auf ein Kampagnenmodell als didaktischer Rahmen müssen in diesem Sinne folgende strategische Kriterien im Vordergrund stehen:

Es geht zunächst um den Aufbau einer "ökologischen Seilschaft", d.h. nur im Rahmen einer Kooperation verschiedener



Veranstalter (im Falle der Naturgartenkampagne waren dies die Ulmer Volkshochschule, der BUND Langenau, die Stadt Langenau, die Sparkasse Ulm sowie gefördert vom Alb-Donau-Kreis und der Akademie für Umwelt und Naturschutz Baden-Württemberg) können die finanziellen, personellen und inhaltlichen Anforderungen erfüllt werden, die die Kontinuität - dem zweiten Kriterium - garantieren. Nur das Zusammenfassen verschiedener Kompetenzen und die Bereitschaft zur interdisziplinären Teamarbeit ermöglichen eine Kampagne über einen längeren Zeitraum hinweg (die Naturgartenkampagne Langenau ging von Januar 1990 bis Januar 1991). Von Bedeutung ist eine, nach Möglichkeit hauptamtlich besetzte, zentrale Koordinationsstelle, die die Inhalte erarbeitet, Werbung koordiniert, Veranstaltungen vorbereitet und Ansprechpartner für Außenstehende ist (im Falle der Naturgartenkampagne war dies die Ulmer Volks-

hochschule). Ein weiteres Kriterium ist die Handlungsrelevanz, d.h. die Schwerpunktsetzung auf Aktionen, Projekte, Serviceangebote jenseits klassischer Vortrags- und Seminarangebote; Stichwort: Methodenvielfalt.

Schließlich erfordert eine solche Kampagne auch neue Wege des Marketing. Es geht um eine offensive Werbung. Das klassische Plakat bzw. das Programmheft genügen angesichts der Medien- und Werbeflut längst nicht mehr, um für kritische Bildungsinhalte zu animieren. So steht für dieses Methodenpaket unter dem Strich, daß es in besonderem Maße Disziplin und vor allem Teamfähigkeit der Veranstalter voraussetzt. So wie in den Siebziger Jahren für die politische Erwachsenenbildung die Zielgruppenarbeit angesichts gesellschaftlicher Realitäten und ihrer andragogischen Wahrnehmung in weiten Teilen im Vordergrund stand, so werden in den Neunziger Jahren u.a. ökologische Fragen als Schlüsselprobleme behandelt werden müssen. Dies erfordert jedoch neue Strategien der Präsentation sowie ein neues Selbstverständnis von Weiterbildungseinrichtungen - vor allem von Volkshochschulen.

Es geht um die Konzentration von finanzieller, inhaltlicher und personeller Kompetenz bei der andragogischen Antwort auf gesellschaftliche Schlüsselfragen. Einen Ansatz hierzu bietet das Konzept der Regional- und Kooperationskampagne als Netzwerk verschiedener Kompetenzen.

Was hier am Beispiel von Umweltbildung aufgezeigt wurde, läßt sich auch auf andere Bereiche übertragen. Statt "Ökologie lernen" kann es auch heißen "Frieden lernen", "Demokratie lernen", etc., das Prinzip ist dasselbe: politische und allgemeine Bildung müssen das Getto der Klassenzimmerbildung verlassen. Nur in der Kombination von Reflexion und Aktion kann heute die Erwachsenenbildung ihren politischen Auftrag in einer Demokratie erfüllen - die klassischen Formen wie Vorträge oder Seminare erhalten zunehmend statistische Alibifunktionen und beruhigen eher das Gewissen der Teilnehmer und Veranstalter.

Berl Fahrbach-Gansky, Jg. 1964, staatlich geprüfte Musiklehrerin, derzeit Hausfrau, Schriftführerin der BUND Ortsgruppe Langenau.

Ulrich Klemm, vgl. biographische Angaben auf Seite 11, zum Artikel "Verlust von Kompetenz".