



Bildungsmarkt 2003:

Millenniumsziel Armutsbekämpfung – Da mache ich mit

Hintergrund

Die Veranstaltung ist eingebettet in die langjährige inlandsbezogene Informations- und Bildungsarbeit von staatlichen und nicht-staatlichen Akteuren der Entwicklungszusammenarbeit. In ihrem Zentrum steht das im April 2001 ins Leben gerufene Aktionsprogramm 2015, welches den deutschen Beitrag zur angestrebten Halbierung der weltweiten Armut bis zum Jahr 2015 skizziert. Armutsbekämpfung wird darin als die in der Entwicklungszusammenarbeit alles überwölbende Aufgabe definiert. Ein wesentliches Ziel des Aktionsprogrammes ist es, *„das Verständnis in der deutschen Öffentlichkeit für die weltweite Armutsbekämpfung vertiefen, denn Armutsbekämpfung ist ein Beitrag zur globalen Zukunftssicherung.“* Übergeordnetes Anliegen des begleitenden Öffentlichkeitsarbeitskonzepts der Bundesregierung ist es daher, in Hinblick auf den Handlungsschwerpunkt Armutsbekämpfung *„schnell und über mehr als ein Jahrzehnt Bekanntheit, Identifikation und Handlungsbereitschaft auszulösen“*.

Obwohl der Inlandsaspekt dem Aktionsprogramm somit inhärent ist, hat die deutsche Öffentlichkeit es bislang nur am Rande zur Kenntnis genommen. Auch von Seiten der Nichtregierungsorganisationen wurde daher eine gezielte Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit zur konzeptionellen Begleitung des Aktionsprogramms 2015 eingefordert (vgl. VENRO-Papier „Armut bekämpfen – Gerechtigkeit schaffen“, Dez. 2001).

Ziel eines Bildungsmarkts von Bund und Ländern zum Thema „Globales Lernen im Dialog - unter besonderer Berücksichtigung des Aktionsprogramms 2015: Der Beitrag Deutschlands zur weltweiten Halbierung extremer Armut“ ist es daher, Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit als die beiden zentralen Instrumente einer breiteren gesellschaftlichen Verankerung der Notwendigkeit von Armutsbekämpfung zusammenzuführen. Im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen und das Medieninteresse auf sich ziehenden Veranstaltungsform sollen Bildungsakteure ermutigt und in die Lage versetzt werden, die Thematik der Armutsbekämpfung künftig noch kompetenter und sachgerecht qualifiziert in die schulischen und außerschulischen Bildungsinstitutionen hineinzutragen.

Die Umsetzung des Aktionsprogramms wie auch der diesbezüglichen Informations- und Bildungsarbeit bedarf ständiger Absprachen und Rückkopplungen mit einer Vielzahl von Akteuren. Ziel ist dabei z.B. durch die Einführung einer Kommunikationsmarke, einer „Markenidentität“ einen Rahmen zu schaffen, in welchen sich viele (existierende) Bildungsprojekte und Maßnahmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit anderer staatlicher wie nichtstaatlicher Organisationen integrieren lassen. Durch die Einbeziehung von PR-Impulsen anderer Organisationen wie auch durch die Nutzung der komparativen Vorteile der einzelnen Organisationen z.B. bzgl. des Zugangs zu den verschiedenen Zielgruppen, lassen sich Kräfte bündeln und Synergieeffekte nutzen.

Entwicklungspolitische Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit muss deutlich machen, dass Armutsbekämpfung eine wichtige Aufgabe globaler Strukturpolitik ist, dass über die Bekämpfung von Armut auch globale Zukunftsfähigkeit gesichert wird.

Wichtige Kernbotschaften, die Informations- und Bildungsarbeit transportieren muss, lauten

A) Armut ist kein weit entferntes Problem

- Die Auswirkungen von Armut machen an der Schwelle des Bürgers / der Bürgerin nicht halt
- Armutsbekämpfung ist eine Form der Friedenssicherung/Konfliktprävention
- Jeder und jede hat Handlungsmöglichkeiten

B) Armutsbekämpfung war und ist erfolgreich

Entwicklungspolitische Öffentlichkeits- wie Bildungsarbeit bedarf der Heraus- und Vorstellung von Best-practice-Beispielen von Entwicklungs- und Bildungsprojekten in Ländern des Südens, wobei besonderes Augenmerk auf die vielfältigen Kooperationsformen (Wirtschaft – Politik / Schulen – NRO etc.), Rückkopplungen und Wechselwirkungen geworfen werden sollte.

C) Das Ziel „2015“ ist ein Ziel der gesamten Gesellschaft

Das ehrgeizige, aber nicht utopische Ziel der Armutshalbierung kann nur mit gemeinsamen Anstrengungen und unter Nutzung von Synergien und Bündelung von Kräften erreicht werden.

Ziel von Öffentlichkeitsarbeit zum Aktionsprogramm 2015 muss es auch sein, die Diskussion in Politik, Wissenschaft und Zivilgesellschaft zu wichtigen Fragen der Armutsbekämpfung wie der diesbezüglichen Bildungs- und Informationsarbeit zu fördern.

Die Bundesländer sind dabei nicht nur als Ansprechpartner, sondern als Umsetzer des Programms in den Bereichen gefragt, die – wie Bildung und Forschung - in ihrer besonderen Kompetenz liegen. Neben den staatlichen Akteuren kommt den Nichtregierungsorganisationen im Bereich der Erstellung von Materialien und der Planung und Durchführung von themenbezogenen Kampagnen, Aktionen und Veranstaltungen eine besondere Rolle zu. Im Rahmen des hier geplanten Bildungsmarktes gilt es deshalb, die langjährige Arbeit, die Nichtregierungsorganisationen und staatliche Akteure in den unterschiedlichsten Bildungssektoren leisten, zu bilanzieren, stärker zu vernetzen und gezielt an die Öffentlichkeit zu bringen sowie sie insbesondere in Bezug auf die zehn Punkte des Armutsaktionsprogramms hin „abzuklopfen“, um gegebenenfalls neue Schwerpunkte zu setzen bzw. Eckpfeiler eines pädagogischen Konzepts zu bestimmen.

Konkrete Fragen, die sich staatliche wie nichtsstaatliche Bildungspraktiker in diesem Zusammenhang stellen müssen, sind:

- *welche* Aspekte aus dem Aktionsplan können *wie* zielgruppengerecht und anschaulich bearbeitet werden?
- was bietet Anknüpfungspunkte zu eigenem Handeln?
- wie kann es gelingen, der weltweiten Armutsbekämpfung größere öffentliche Beachtung zu verschaffen?

Der geplante gemeinsame Bildungsmarkt von Bund, Ländern und NRO kann so als eine zentrale öffentlichkeitswirksame Veranstaltung zum Aktionsprogramm 2015 und seinen gesamtgesellschaftlichen und bildungspolitischen Implikationen gelten, als ein Identifikation stiftendes Initial-Event mit hohem Symbol- und Nachrichtenwert.

Im Rahmen der Veranstaltung könnte ein Slogan bzw. ein visuelles Wiedererkennungsmerkmal zum Aktionsprogramm 2015, der von den an der Konzeptentwicklung des Aktionsprogramms beteiligten EZ-Organisationen als wichtiger Schritt hin zu einer Marke „Aktionsprogramm 2015“ beurteilt wurde, an zentraler medienwirksamer Stelle vorgestellt bzw. eingeführt werden.

Durch den hohen Stellenwert, den die Bildungspraxis in der Konzeption eines Bildungsmarktes erfährt, werden gezielt Multiplikatoren verschiedener gesellschaftlicher Ebenen angesprochen und eingebunden. Dieser Aspekt wie auch die Einrichtung einer die Bildungsangebote spiegelnden Website sowie einer mit dem Internetangebot kombinierten CD-ROM dienen als Instrumente der kontinuierlichen, transparenten und breitgestreuten Information der Nachhaltigkeit der Veranstaltung in der Bildungspraxis wie auch in den Bereichen Vernetzung und Kooperationsförderung.