

Katja Brunsch: Umwelt-Medien-Wettbewerbe

„Umwelt ist auch ‚out‘, weil sie bereits überall drin ist - ob Schule oder Politik, ob Beruf oder Alltag. Umweltbewusstsein und -verhalten scheinen zu universellen gesellschaftlichen Pflichtgrößen geworden zu sein.“

1. Der Handlungsbedarf für die Umweltpädagogik besteht nun darin, Umwelt wieder im Nahbereich der Kinder und Jugendlichen zu etablieren, weg vom Universellen, hin zum Konkreten und Persönlichen. Hier können Umwelt-Medien-Wettbewerbe ansetzen und Anreize schaffen, Umweltwissen, Umweltbewusstsein oder gar Umwelthandeln zu fördern. Umwelt-Medien-Wettbewerbe agieren auf zwei Wegen: Zum einen versuchen sie, Kinder und Jugendliche dazu anzuregen, sich mit Umweltthemen auseinander zu setzen, diese medial aufzubereiten und somit Umweltwissen und Umweltbewusstsein zu fördern. Zum anderen können sie Heranwachsende dazu anhalten, (eigene) Umweltprojekte zu dokumentieren und darzustellen. Indem sie so Öffentlichkeit für ihre Projekte finden, übernehmen sie auch eine Multiplikatorfunktion, die andere Kinder und Jugendliche ebenfalls zu verstärktem Umwelthandeln motivieren kann. Halten Heranwachsende doch „ – und dies vielfach zu recht – ihr Tun für modellartig und vorbildhaft, das auch anderen vermittelt werden sollte.“

2. Um die Spannweite bei der Gestaltung von Umwelt-Medien-Wettbewerben aufzuzeigen, sollen nun ausgewählte Beispiele vergangener und aktueller Wettbewerbe betrachtet werden. Wie sich zeigen wird, sind prinzipiell alle Medien geeignet, die beschriebenen Ziele zu erreichen. Aus medien- und umweltpädagogischer Sicht stellen sich vor allem folgende Fragen: Was steht im Vordergrund des Wettbewerbs – die Umwelt oder die Medien? Welche Hilfestellungen werden den TeilnehmerInnen für die Umsetzung ihrer Projekte geboten? Inwiefern unterstützen die OrganisatorInnen eine Veröffentlichung der eingereichten Arbeiten?

Ein Medium – zwei Wettbewerbe: der „Malwettbewerb mit Gustafson“ und der Karikaturenwettbewerb „Umwelt? – Natürlich!“ arbeiten mit sehr ähnlichen Medien – dem Comic und der Karikatur. Und natürlich geht es bei beiden Wettbewerben auch um Umwelt. Doch damit auch genug der Gemeinsamkeiten. Bei Gustafsons Malwettbewerb entsteht der Eindruck, dass die Natur nur als Themengeber für einen eigentlich künstlerischen Wettbewerb fungiert: Letztlich wird vorrangig die technische Umsetzung bewertet und die Hilfestellung für die Teilnehmenden beschränkt sich auf einen virtuellen Comic-Kurs. Die Ausschreibung zu „Umwelt? – Natürlich!“ hingegen enthält eine Vielzahl thematischer Vorschläge und Denkanstöße. Auch was die Schaffung von Öffentlichkeit anbelangt, unterscheiden sich die Wettbewerbe stark. Während bei „Gustafsons Malwettbewerb“ die Zeichnungen im Internet veröffentlicht werden müssen, um überhaupt am Wettbewerb teilnehmen zu können, findet sich bei „Umwelt? – Natürlich!“ kein Hinweis auf eine geplante Publikation der Einsendungen. Das erklärte Ziel des Wettbewerbs – Meinungsbildung zu unterstützen – bezieht sich wohl nur auf diejenigen, die ohnehin teilnehmen.

Sonnen- und Schattenseiten des alltäglichen großstädtischen Lebens standen im Mittelpunkt des Fotowettbewerbs „Asphaltkultur“. Berlin in Bildern sollte festgehalten werden – von Naturidylle bis Umweltzerstörung waren alle Blickwinkel willkommen und wurden später auch öffentlich ausgestellt. Jugendliche auf Umwelt aufmerksam zu machen – dieses Ziel unterstützten die Veranstalter mit Workshops, in denen neben Fotografierrundlagen auch eine Exkursion zum Thema „Stadt und Umwelt“ angeboten wurde.

Für den „Bundeswettbewerb NaturTageBuch“ sollen sich Kinder zwischen acht und zwölf Jahren einen

Liebblingsplatz in der Natur suchen und ihn beobachten und erforschen. In einem NaturTageBuch halten sie mit Zeichnungen, Geschichten, Fotos oder ähnlichem fest, wie sich ihr Lieblingsplatz im Laufe des Jahres verändert. Die Kinder erhalten zahlreiche gestalterische und inhaltliche Tipps und werden auch informiert, wie sie Naturschutzaktionen durchführen können. Veröffentlicht werden nur ausgewählte Arbeiten, jedoch werden alle Einsendungen mit einem kleinen Preis belohnt.

Auf Multimedialität setzten die Wettbewerbe „Bio find' ich Kuh-l“ und „HaZweiOh“. Hier waren alle Medien erlaubt, um die Themen Öko-Landbau beziehungsweise Wasser darzustellen. Bei beiden Wettbewerben wurden die besten Arbeiten im Internet veröffentlicht. Ausführliche thematische und gestalterische Hilfestellungen für TeilnehmerInnen und LehrerInnen bot jedoch nur „Bio find' ich Kuh-l“.

Anders als die vorgenannten Wettbewerbe prämier(ten) der „Future Online Award“ des WDR-Jugendumweltpreises 2002 (JUP) und der Wettbewerb „Jugend-Umweltreporter Niedersachsen – JUNi“ konkrete Umweltprojekte von Jugendlichen und deren mediale Aufbereitung. Die Anreize sind bei beiden Wettbewerben sehr hoch. So veröffentlichte der WDR beispielhafte Projekte im Internet, wurden die Sieger im WDR portraitiert und durften schließlich zum Klimagipfel nach Johannesburg fahren, um dort ihre Projekte vorzustellen. In Zusammenarbeit mit dem Grimme Institut wurden Workshops für Jugendliche, JournalistInnen und PädagogInnen angeboten. Der JUNi hat sich zum Ziel gesetzt, SchülerInnen dazu zu bewegen, das Umweltengagement an ihrer Schule journalistisch darzustellen. Prämiert werden nur die journalistischen Arbeiten, beispielsweise mit Praktika in großen Medienanstalten. Profitieren können allerdings auch die MacherInnen der Umweltprojekte, wird ihnen doch durch die Beiträge ihrer MitschülerInnen eine öffentliche Plattform geschaffen, die auch andere SchülerInnen begeistern und zum Nach- oder Mitmachen anregen kann. Informationen zu den Projekten werden an lokale Medien weitergeleitet und im Internet veröffentlicht. Unterstützung erhalten die NachwuchsjournalistInnen und Umweltengagierten durch Paten aus dem Medien- und Umweltbereich, die im Internet Fragen beantworten, und durch umfangreiche Informationsmaterialien, die auf der Homepage des Wettbewerbs bereitstehen.

Es besteht kein Zweifel daran, dass es unabdingbar ist, Kinder und Jugendliche zur Auseinandersetzung mit Umwelt anzuregen, sei es auf der Wissens- oder der Handlungsebene. Es ist jedoch ebenso erforderlich, Umweltengagement von Kindern und Jugendlichen öffentlich zu machen – als Anreiz oder als Anregung. Beides können Umwelt-Medien-Wettbewerbe leisten. Bei der Schaffung von Öffentlichkeit besteht jedoch leider noch Nachholbedarf.

(merz 2004-5, S. 40-42)