

Jahresbericht 2005/06

Von der Pädagogik zur Kundenorientierung - wo bleibt das biblische Menschenbild?

In den letzten Jahren wird immer mehr von Kundenorientierung gesprochen - vor allem auch im schulischen Bereich. Was ist aber damit gemeint? An was soll die Orientierung ausgerichtet werden? Diese Fragen in der Regel mit recht allgemein gehaltenen Begriffen aus der Bildungsreform wie etwa verschiedener Kompetenzen beantwortet. Welchen Beitrag kann die Religionslehre dazu leisten?

Zunächst einmal stellt sich die grundlegende Frage: Wer ist überhaupt der Kunde? Eigentlich sollte es der Schüler, also das Kind in der Unterstufe, der Jugendliche in der Mittelstufe und der junge Erwachsene in der Oberstufe sein. Hört man aber in Diskussionen genauer hin oder liest in Artikeln zwischen den Zeilen, so sind meist andere Kunden im Visier. Zum einen sollen die Eltern zufriedengestellt werden. Oftmals ist es ein berechtigtes Anliegen der Eltern – berechtigt oder nicht sei dahingestellt-, dass die Schüler möglichst problemlos durch die Schule kommen, ohne Wiederholung einer Jahrgangsstufe, ohne schlechte Noten, am besten ohne großen Aufwand. Dabei wird selten die Schülerpersönlichkeit selbst in den Mittelpunkt gestellt, deren Fragen und Anliegen, Probleme und Wünsche. Zum anderen sollen die wirtschaftlichen Bedürfnisse erfüllt werden: Der Schüler soll möglichst genau die geforderten Kompetenzen erlernen, damit er sich später möglichst reibungslos in die Arbeitswelt einfügen kann. Auch das ist aus der Sicht der Wirtschaft eine durchaus legitime Forderung. Hier werden aber die Interessen der Schüler oft nur sekundär in Betracht gezogen, die individuelle Persönlichkeit der Schüler bleibt in schlimmsten Fall auf der Strecke, was in vielen derzeitigen Debatten um die Bildungspolitik deutlich wird..

Woher kommt diese Orientierung am „Kunden“, welche Orientierung ist überhaupt gemeint? Der Begriff „Kunde“ ist ein Begriff aus der Marktwirtschaft. Es soll etwas verkauft oder eine Dienstleistung angeboten werden, und zwar so, dass der Käufer oder Konsument zufrieden gestellt wird. Zugleich muss aufgrund der Konkurrenz am freien Markt möglichst kostengünstig gewirtschaftet werden. Für die Schule würde das bedeuten, dass Staat und Träger die Schule mit minimalem Aufwand für die größte Zufriedenheit beim Kunden, oder was dafür gehalten wird, sorgen müssen. Diese Kunden sind vor allem Eltern und Wirtschaft. Zwar besteht bei den Schulen eigentlich kein freier Markt, aber aufgrund der Finanznot der öffentlichen Haushalte gelten hier ähnliche Zwänge der Ökonomie und Haushaltsführung.

Die Religionspädagogik kann hier eine gewisse Korrektur bieten. Zwar muss sie sich auch dem Diktat der Kosten unterwerfen - große Gruppengrößen oder dürftige Ausstattung -, aber ihre Themen sind in der Regel nicht zweckorientiert am Markt ausgerichtet. Vielfach werden Inhalte behandelt, die stark auf die Persönlichkeit der Schüler und auf deren Stellung in der Welt ausgerichtet sind. Religionslehre will den Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, kurz dem *paidos* ein Diskussionsforum bieten,

bei dem sie mit Blick auf die vielfältigen Perspektiven der verschiedenen Weltanschauungen ihre eigenen Positionen in der Welt finden lernen sollen. Insbesondere die christliche Perspektive soll ihnen weiterhelfen - über alle kostengünstige Marktorientierung hinaus -, eine Identität aufzubauen, die selbstbewusst und mündig im Vertrauen auf Gott ihren Weg in die Zukunft geht.

Dass dies manchmal nicht ganz bequem oder mit der herrschenden Meinung nicht konform ist, ergibt sich schon aus dem theologischen Anspruch. Religion ist oft ein Ärgernis, da sie sich um Dinge kümmert, die nicht immer bequem oder unmittelbar nützlich sind. Religionspädagogik fordert gerade vom Schüler eine Entscheidung zu einer eigenständigen und mündigen Persönlichkeit, was im biblischen Menschenbild - der Mensch als Ebenbild Gottes - grundgelegt ist. Damit steht die Freiheit des Menschen im Vordergrund, eine Freiheit zur kreativen Entfaltung, aber auch zu einem verantwortlichen Handeln. Der Mensch steht in konstruktivem Dialog mit seinen Mitmenschen und der Umwelt und hat damit Verantwortung für eine von ihm gestaltete Geschichte.

Diese kurzen Hinweise zum biblischen Menschenbild sollen verdeutlichen, dass Religionslehre in einer markt- und kundenorientierten Konsumgesellschaft durchaus einen notwendigen und unerlässlichen Gegenpol zu einem wirtschaftlichen Effektivitätsdenken bilden kann und muss. Vielleicht ist es gerade die heutige Aufgabe der Religionspädagogik, dem *paidos* im Sinne dieses Menschenbildes wieder zu seiner Bedeutung zu verhelfen, auch und vor allem angesichts der Möglichkeiten, Schwierigkeiten und Grenzen unserer gegenwärtigen Gesellschaft. Das kann in einer konsumorientierten und oft angepassten Gesellschaft jedoch nicht konfliktfrei sein. Aber was Pädagogik, Erziehung von Menschen, je bequem?

*Rupprecht Loser/Thomas Peter
für die katholische und evangelische Religionslehre*