

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 85 (2005)
Heft: 10-11

Artikel: Bildung ja - aber welche?
Autor: Mohr, Ernst
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-167397>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 16.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ernst Mohr

Bildung ja – aber welche?



Zu keiner Zeit wurde im «alten Europa» so einvernehmlich über die Notwendigkeit von Investitionen in die Bildung gesprochen wie in den vergangenen Jahren schwachen wirtschaftlichen Wachstums. Die Pisa-Studien und die ihnen gewährte Aufmerksamkeit sind der sichtbare Ausdruck dieser Überzeugung: Wenn koreanische Kinder besser lesen könnten als unsere Kinder, dann schade das unserer Wettbewerbsfähigkeit. Es gelte aufzuholen! Widerspruch ist kaum zu hören, schon gar nicht aus dem Bildungssektor.

Gerade darum lohnt es sich, kritisch nachzufragen. Wenn es etwa heisst, Bildung sei die Schlüsselressource für den alten Kontinent – welche Bildung ist dann gemeint? Nicht jede Art von Humankapital wird einem Land gleichermassen dabei helfen, im globalen Wettbewerb zu bestehen. Wenn aber unterschiedliche Arten von Bildung unterschiedlich hilfreich sind, welche Art von Bildung nützt dann heute dem «alten Europa»?

Aus ersichtlichen Gründen drückt sich die Bildungslobby um die Beantwortung solcher Fragen; die Suche nach Antworten würde das vermeintliche Einvernehmen ja schnell strapazieren. Allein, Bildung ist nur dann eine überzeugende Antwort auf die Frage nach der Zukunft des «alten Europa», wenn – erstens – eine Aussage dazu gemacht wird, welche Wettbewerbsposition überhaupt angepeilt werden soll. Zweitens muss plausibel dargelegt werden

können, dass angesichts der übrigen Standortfaktoren die angestrebte Wettbewerbsposition erreichbar, drittens, dass sie langfristig auch zu verteidigen ist. Am Beispiel einer Spezialisierung auf das, was man die «Symbolgesellschaft» nennen könnte, sei dies verdeutlicht.

Wenn das Dienstleistungszeitalter jene Epoche bezeichnet, in der Unberührbares in grossem Stil verkaufbar wurde, dann ist das Symbolzeitalter jene Epoche, in der in grossem Stil Berührbares gekauft und dabei für Unberührbares bezahlt wird. Ein «Symbol» steht für mehr als sich selbst; der Schlüsselprozess in der Symbolgesellschaft ist das Eindampfen komplexer Zusammenhänge zu einem für das Ganze stehenden Symbol. Marken sind solche Symbole. Sie sorgen dafür, dass Produkte vielfältige Nebenfunktionen erhalten, die ihren Wert jeweils steigern.

Mit Symbolgütern kann viel Geld verdient werden; das gilt für Unternehmen wie für ganze Volkswirtschaften. Nicht jedes Unternehmen aber kann Symbolgüter mit Gewinn herstellen, und nicht jede Volkswirtschaft kann sich mit Vorteil darauf spezialisieren.

Wenn dies die Bedingungen korrekt beschreibt, unter denen der globale Wettbewerb heute stattfindet, dann kann eine Investition in Bildung für diese Symbolgesellschaft in der Tat ein Ausweg für das «alte Europa» sein. Weil Berührbares in der Herstellung immer billiger wird, dürfte China unaufhaltsam zur Werkbank der Welt aufsteigen. Das grosse Geld aber wird nicht primär in der Fertigung, sondern in der Sinnstiftung verdient – und hier liegt vielleicht eine Chance für das «alte Europa».

Nur: aus Berührbarem ein Symbol zu machen, für das die Menschen mehr Geld ausgeben als für das Berührbare an sich, ist komplex. Klassisches Schul- und Universitätswissen reichen nicht aus. Gefragt ist Interdependenz zwischen Kunst und Wirtschaft, ein Zusammenspiel zwischen Kreativität und Ordnung im Denken. Mit repetitiver Büffelei haben diese Anforderungen wenig zu tun. Es braucht die richtige Kultur, und die ist bekanntlich weder schnell produziert noch einfach nachgemacht. Und doch ist sie die Voraussetzung dafür, dass die Besetzung der beschriebenen Nische in der globalen Arbeitsteilung gelingt und langfristig auch verteidigt werden kann.

Unser Beispiel zeigt, dass die Forderung nach mehr Bildung im «alten Europa» zwar nicht falsch, aber in dieser Pauschalität auch nicht hilfreich ist. Bildung als Ausweg aus der Wachstumskrise verlangt im Bildungssektor selbst, aber auch mit Blick auf die konkrete Positionierung im Rahmen globaler Arbeitsteilung, eine präzisere Wegbeschreibung als jene, die die grosse Koalition von Bildungslobbyisten zu geben gewohnt ist.

ERNST MOHR, geboren 1955, ist Rektor der Universität St. Gallen.