



„Lernen lernen – digital und literal“ (DIGIalpha)

Fokusgruppe: Ansprachestrategien zur Gewinnung von Teilnehmenden



**Forschungsinstitut
Betriebliche Bildung**

Agenda:

1. Teilnehmende für DIGIalpha-Kursangebote gewinnen

=> Milieusensible Ansprache

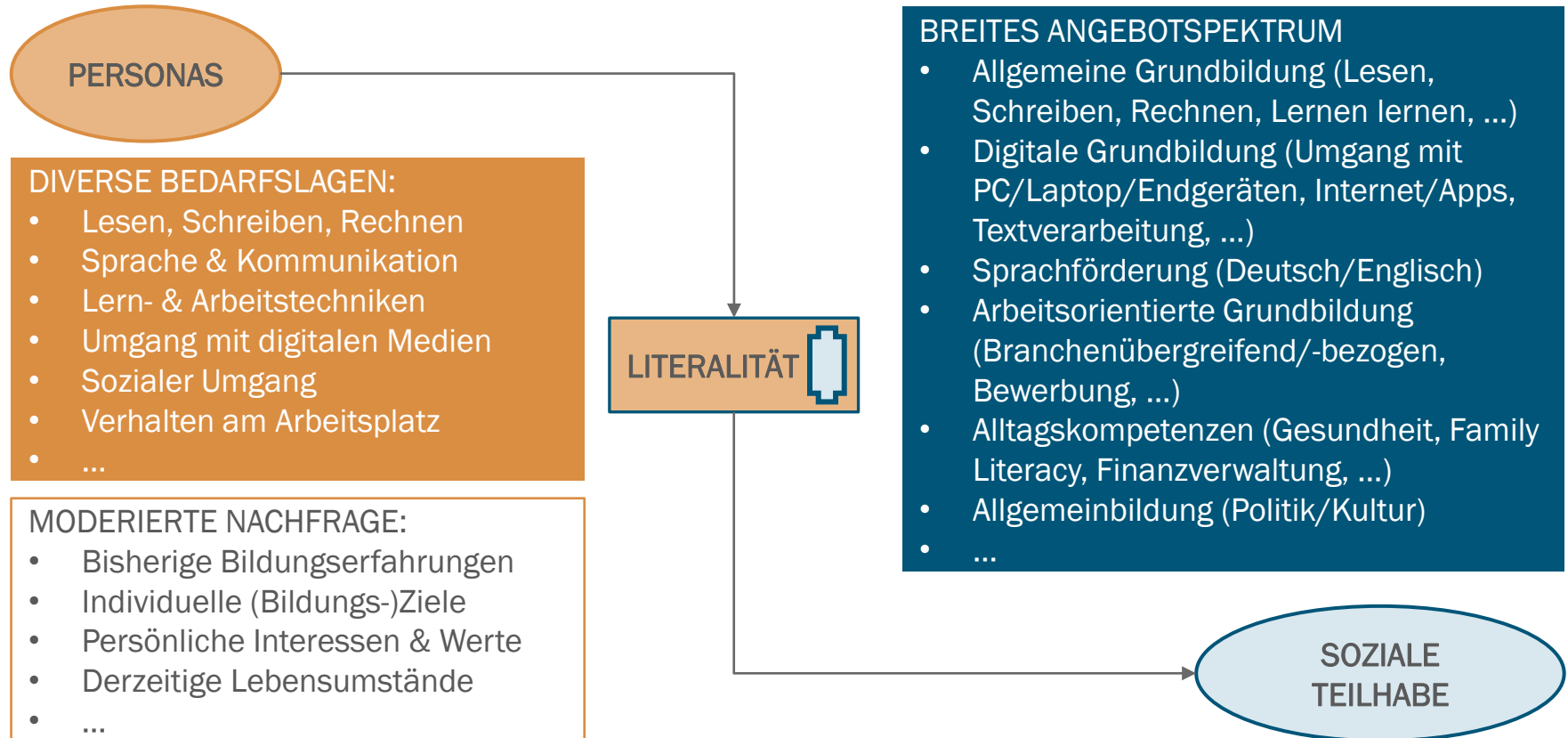
2. Zugänge über den Sozialraum nutzen

=> Bewerbung (Sensibilisierung & Information)

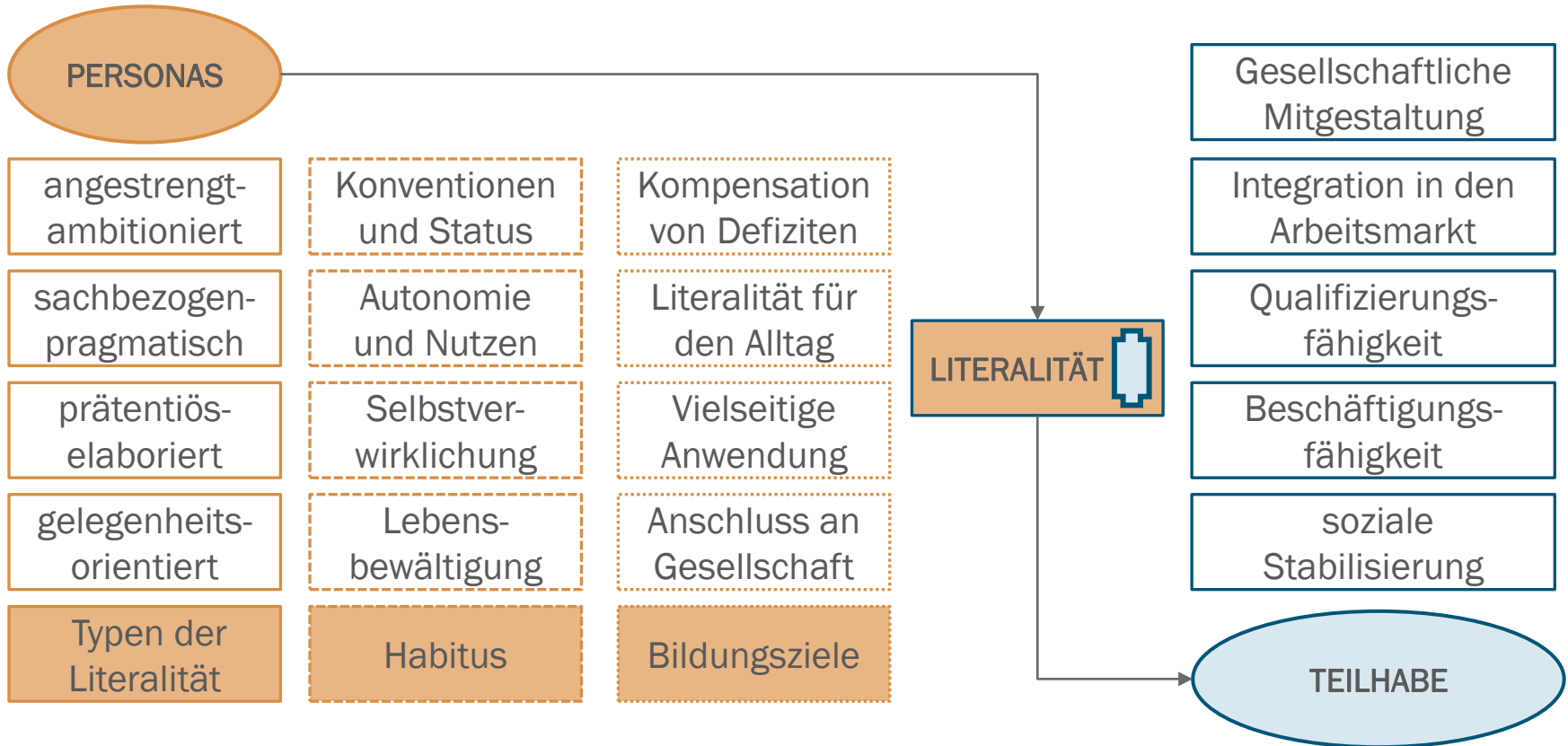
3. Die Kooperationsbereitschaft stärken

=> Vernetzung

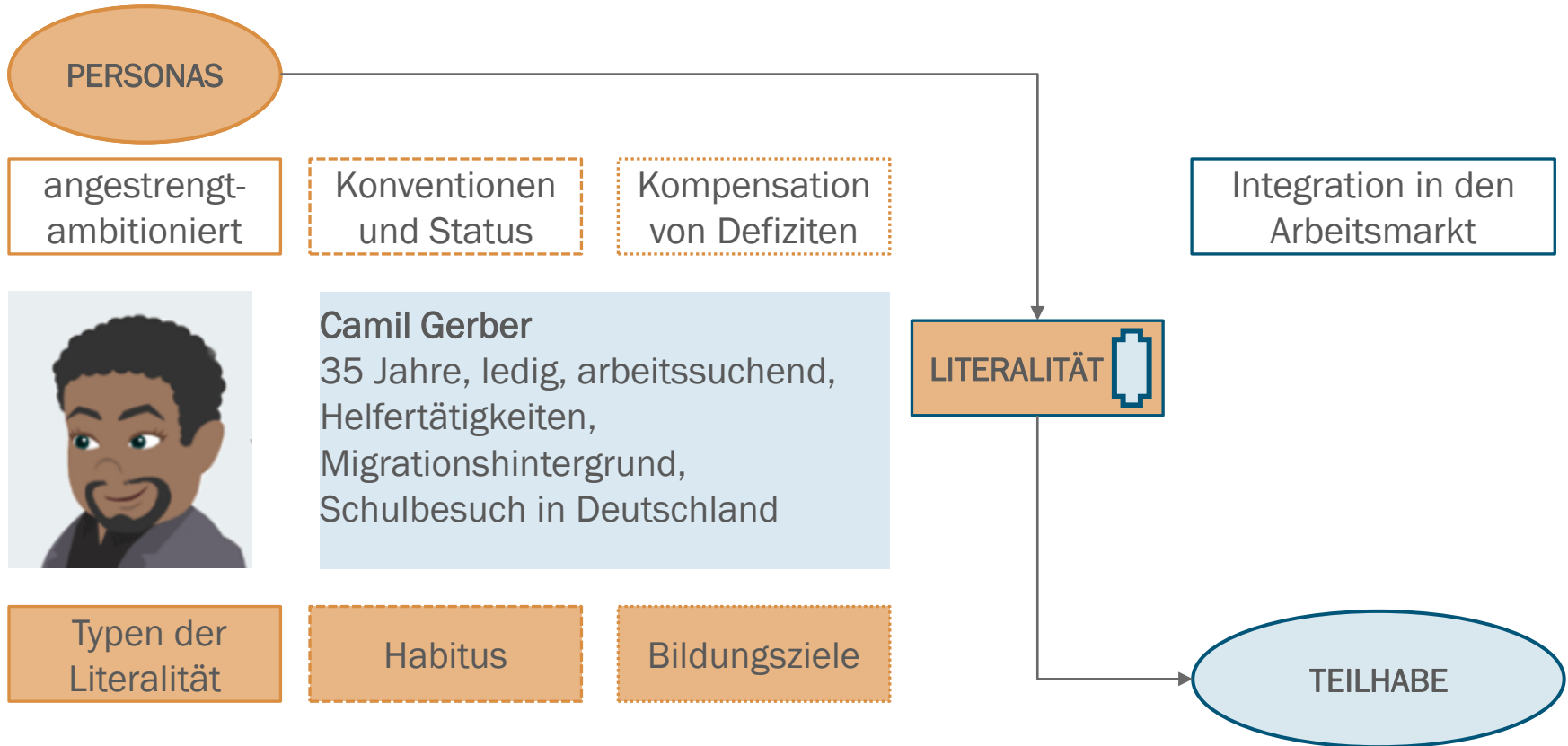
Angebotsentwicklung entlang der Bedarfslage



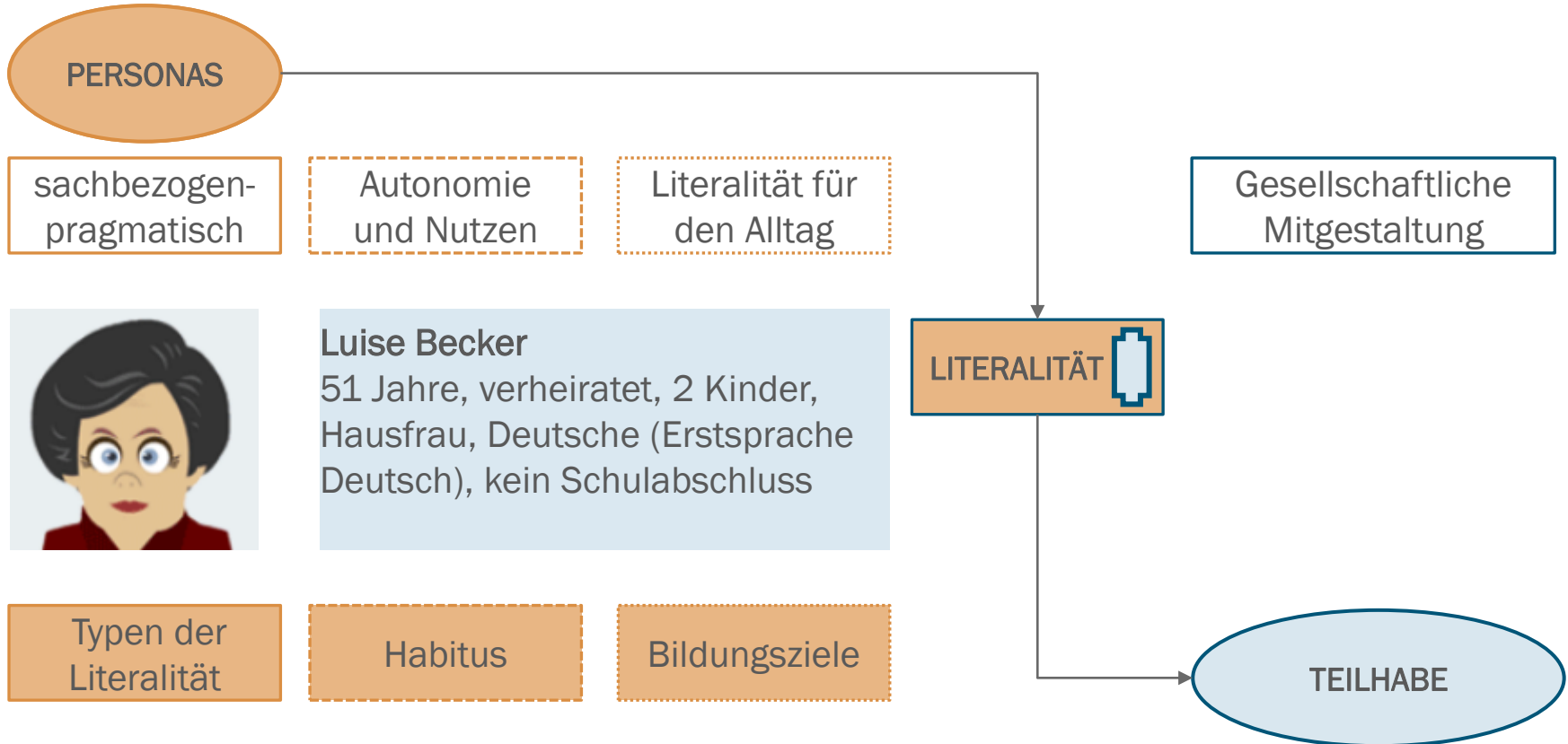
Nachfrageorientierung durch Milieuperspektive



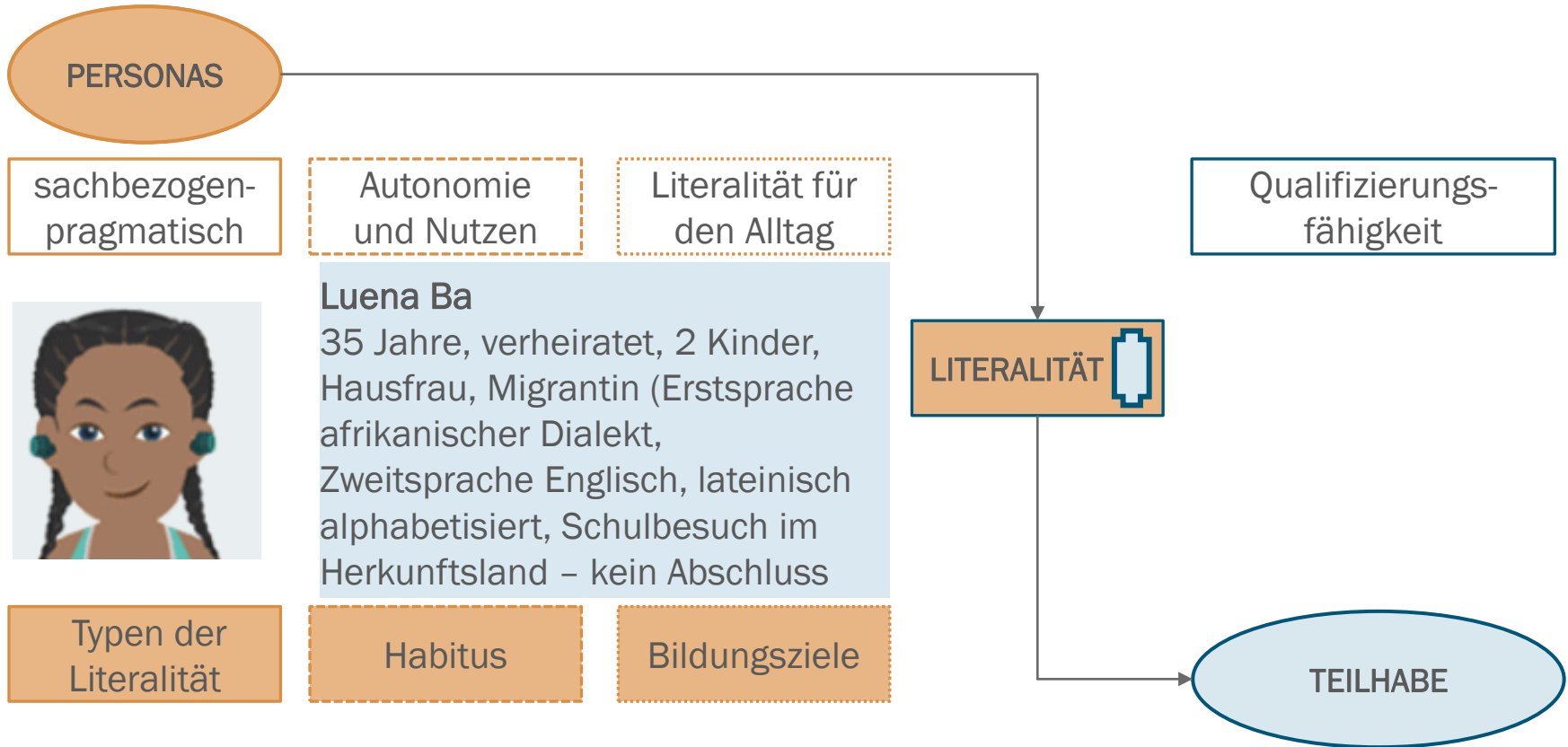
Milieuspezifische Personas



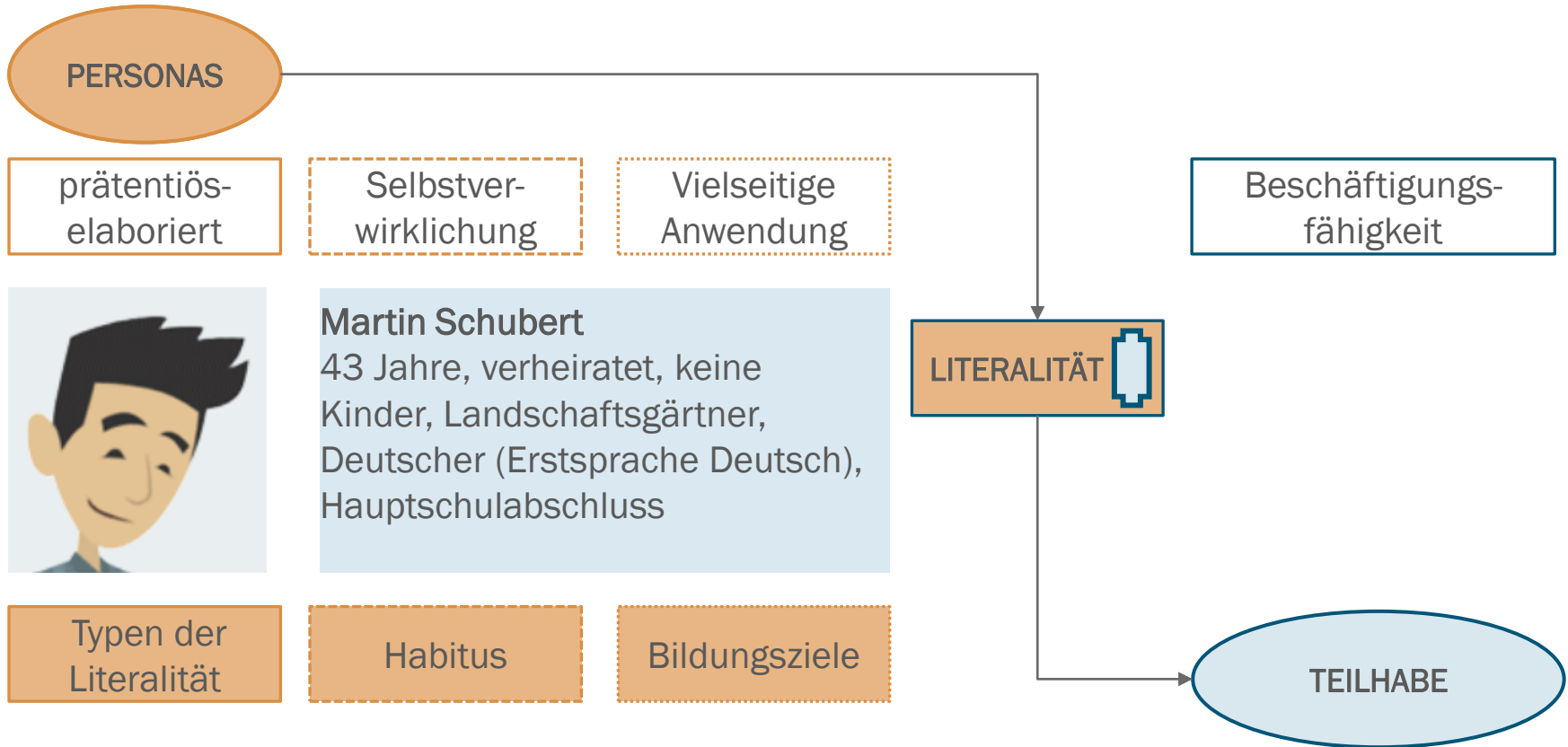
Milieuspezifische Personas



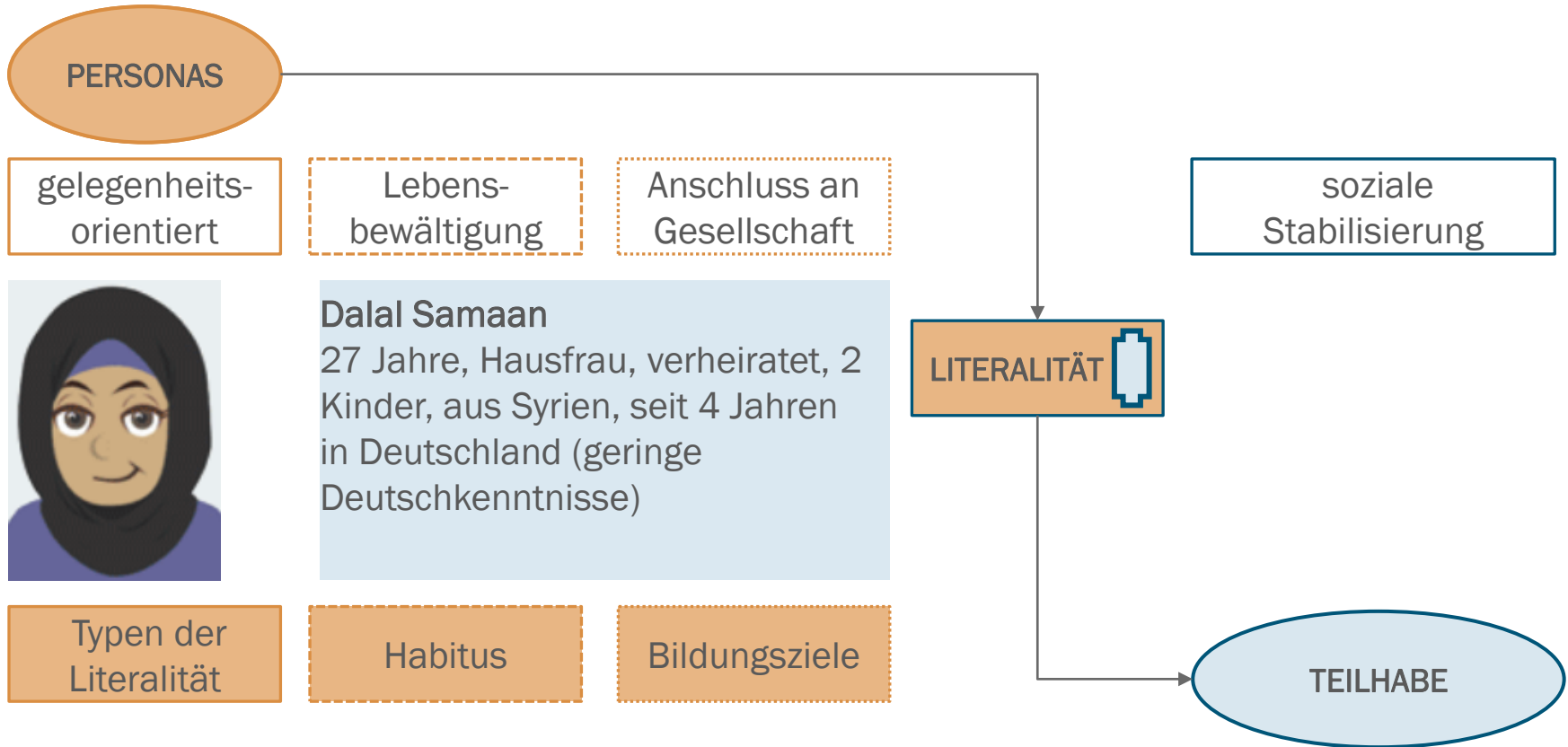
Milieuspezifische Personnas



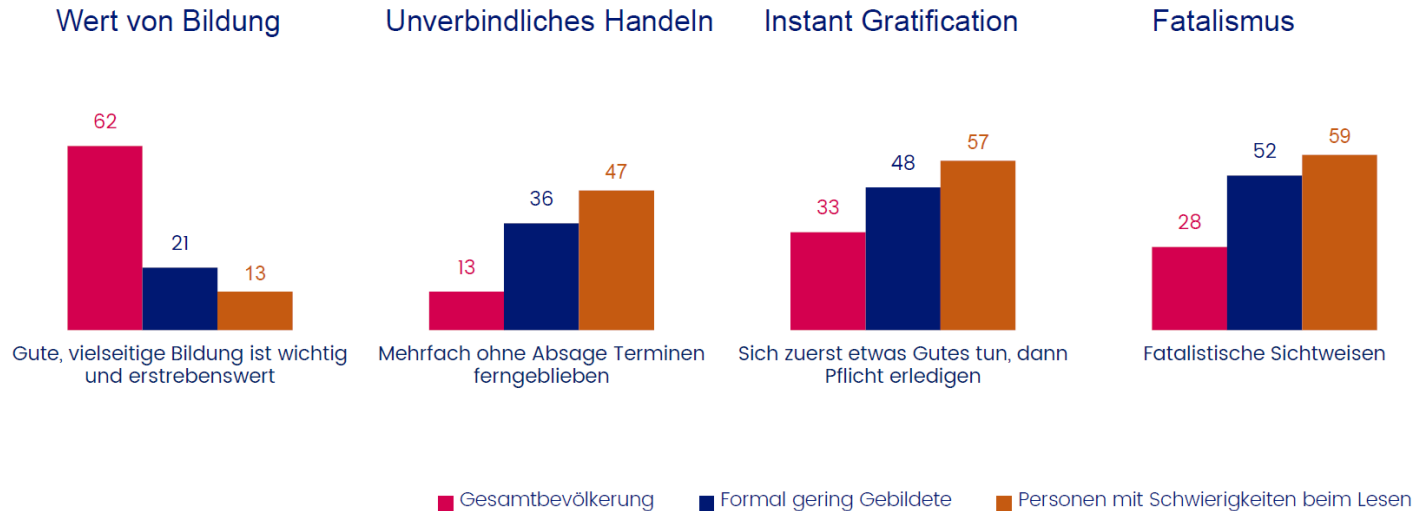
Milieuspezifische Personas



Milieuspezifische Personas



Differenzen zwischen Gesamtbevölkerung und formal gering Gebildeten in zentralen Denk- und Handlungsmustern



Basis: Formal gering Gebildete (n=534 – davon n=227 mit Schwierigkeiten beim Lesen), Gesamtbevölkerung (n=1.041) | Stiftung Lesen und Institut für Demoskopie Allensbach 2022

Abfrage: Ansprachewege

Wie erreichen wir die Zielgruppe bisher?

Welche Erfahrungen gibt es?

*Nutzen Sie mit uns das Tool AhaSlides für den Austausch über diese Fragen.
Folgen Sie dafür dem untenstehenden Link oder scannen Sie den QR-Code ein.*

<https://audience.ahaslides.com/utrptxsiyc>



Wie erreichen wir die Zielgruppe bisher?



Ansprachepraktiken

- Medien und öffentliche Kampagnen
- Öffentliche Veranstaltungen
- Sensibilisierung von Multiplikatorinnen und Multiplikatoren
- mündliche Weiterempfehlung
- Zugänge über (Beratungs-) Angebote im Sozialraum
- ...

Zubringerstrukturen GBZ Status Quo

Öffentlichkeitsarbeit	Netzwerkarbeit		Multiplikatoren	
Print (Flyer, Programm)	Sensibilisierung	vhs Umfeld	Lebenswelt/ Sozialraum	Arbeitswelt
Medienberichte	Qualifizierung	Kursangebote/ Lehrkräfte	Beratungseinrichtungen	Betriebe
Influencer	Family Literacy	Mund-zu-Mund-Propaganda	Mitwissendes Umfeld	Arbeitsverwaltung
Website - leichte Sprache				

Ansprachewege nach Teilnehmendengruppen



Ambitionierte

=> mehrsprachige Flyer, Kontakt über Vertrauensperson

Interessierte

=> Informationen in Leichter Sprache, Ermutigung durch Vertrauenspersonen

Resignierte

=> Vertrauensarbeit

Ansprachestrategien Bewerbung (Teil 1)

- Ansprachematerialien und Öffentlichkeitsarbeit nach Zielsetzungen und Zielgruppen differenzieren und passgenau gestalten
- Kreative, unkonventionelle Anspracheformate konzipieren und umsetzen
- Lernende als Expert*innen einbeziehen
- Grundbildungsinhalte und lebensweltlichen Nutzen bei der Etikettierung der Lernangebote deutlich machen
- Sämtliche Kommunikationskanäle und -formate bedienen
- Verschiedene Wege zur Kontaktaufnahme ermöglichen

=> DIGIalpha Print- und Online Materialien für die Öffentlichkeitsarbeit

Vgl. Erfolgsfaktoren für gelingende Ansprache (Lück & Redder 2022, S. 125)

Ansprachestrategien Vernetzung (Teil 2)

- Geeignete Lebensweltorte im Sozialraum auswählen
- Ein Multiplikatorennetzwerk aufbauen und pflegen
- Mit sozialräumlichen Einrichtungen kooperieren
- Kontinuierliche Präsenz im Sozialraum zeigen und mit den Multiplikator*innen im Gespräch bleiben
- Bundesweite Kampagnen mit lokalen Angeboten verzahnen
- Den Themen Ansprache und Öffentlichkeitsarbeit einen festen Bestandteil in der Grundbildungsarbeit einräumen

=> Checkliste für milieusensible Ansprache

Vgl. Erfolgsfaktoren für gelingende Ansprache (Lück & Redder 2022, S. 125)

Abfrage: Zugänge zur Zielgruppe

Wer im Sozialraum kann unterstützen? (relevante Akteure)
Und wie können diese Akteure unterstützen?

Was müssen Berater*innen wissen? (Sensibilisierung für Grundbildung)

Welche Informationen brauchen sie? (ÖA-Materialien zu Kursangeboten)

<https://audience.ahaslides.com/59rz9sjbgm>



Abfrage: Ergebnisse

Wer im Sozialraum kann unterstützen? (relevante Akteure)



- Beratende in kommunalen Arbeitsagenturen (ARGE) und in Arbeitsvermittlungen anderer Trägerschaften
- Beratende in Sozialberatungsstellen (Schwangeren-, Erziehungs-, Familien-, Ehe-, Lebens-, Frauen-, Schul-, Insolvenzberatungsstellen, Beratungsstellen für Kinder, Jugendliche und Eltern, Wohnsitzlosenhilfe usw.)
- ErzieherInnen in Kindertagesstätten, LehrerInnen
- Mitarbeitende in Wohlfahrtsverbänden und Vereinen der Wohlfahrt (Caritas, Diakonie, Die Tafel, CJD usw.)
- Mitarbeitende von Stadtteilbüros und der Stadtverwaltung, Quartiersmanager*innen
- Mitarbeitende im Bereich Justiz und Recht (Bewährungshilfe, Polizei, Haus des Jugendrechts, Justizvollzugsanstalten usw.)

Was müssen Berater*innen wissen? (Sensibilisierung für Grundbildung)

verfügbare kursangebote
ansprache zielgruppe
rolle der scham

Anforderungen an Berater*innen

- Vertrauen aufbauen => Erkennen
- Gesprächsanlässe schaffen => Ansprechen
- über Kursangebote informieren => Handeln

Abfrage: Ergebnisse

Welche Informationen brauchen Berater*innen? (ÖA-Materialien zu Kursangeboten)



👤 20 🧑 2/7

Diskussion: Netzwerken



Wie können Sie die Kooperationsbereitschaft im Sozialraum stärken?

Worauf kommt es bei der (direkten, persönlichen) Ansprache an?

Was funktioniert, z.B. in Hinblick auf interdisziplinäre Zusammenarbeit?

Nutzen Sie mit uns das Tool Padlet für den Austausch über diese Fragen.

<https://padlet.com/digialphalernenlernen/digialpha-fokusgruppe-ansprachekonzept-mkjyuslsuzdosdpp>



Wie können Sie die Kooperationsbereitschaft im Sozialraum stärken?

- Bei Treffen Quartierssozialarbeiter dazustoßen -> stetiger Informationsfluss
- Konkrete Angebote nennen
 - Im Moment gibt es immer...
 - Dauerhaft gibt es...
- Persönliche Kontakte – gute Verbindungen
 - Vertrauen muss da sein, die Chemie muss stimmen
 - Auf Augenhöhe sprechen
 - Wissen, Person ist bei dem Kursangebot gut aufgehoben
- Win-Win-Situationen – ähnliche Interesse verfolgen: Bei professionellen Berater*innen ist die Zielgruppe schon im Kopf, Lehrkräfte an Schulen sind leider als Ansprechpartner oft überfordert

Wie können Sie die Kooperationsbereitschaft im Sozialraum stärken?

- Jobcenter
 - Beim Jobcenter kommt es immer auf den Vermittler an
 - Die Verbindung von dem Vermittler zum Kunden ist sehr wichtig
 - Das Jobcenter hat die gute Erfahrung mit Kooperationspartnern immer im Hinterkopf und vermittelt immer wieder mal
 - Jobcenter-Ansprechpartner möchten es einfach haben, am besten immer Flyer an den Teamleiter senden
 - Evtl. in Absprache mit der Leitung Angebot bei KURSNET veröffentlichen (AZAV!?) -> direkter Zugang

- Was funktioniert z.B. Im Hinblick auf interdisziplinäre Zusammenarbeit?
 - Persönliches Vertrauen
 - Stetiger Informationsfluss
 - Über alle Angebote informieren

- Tröster, M., Mania, E., & Bowien-Jansen, B. (2018). MultiplikatorInnen als TüröffnerInnen zu Angeboten der Grund-/Basisbildung. Erste Erfahrungen mit Sensibilisierungsworkshops. *Magazin Erwachsenenbildung. at*, 34(08), 2 – 10.
- Lück, A. & Redder, M., M. (2022). Ansprechen – aber wie? Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren für die Ansprache gering literalisierter Erwachsener in der Lebenswelt. Ein Gespräch der Projekte aktiv-S, Knotenpunkte für Grundbildung, mittendrin, ALFA-Media und Neu Start St. Pauli. In: Johannsen, U., Peuker, B., Langemack, S. & Bieberstein, A. (Hg.). *Grundbildung in der Lebenswelt verankern. Praxisbeispiele, Gelingensbedingungen und Perspektiven*. Wbv
- Pape, N. (2018). *Literalität als milieuspezifische Praxis. Eine qualitative Untersuchung aus einer Habitus- und Milieuperspektive zu Teilnehmenden an Alphabetisierungskursen*. Münster: Waxmann.

Zum Weiterlesen

- Johannsen, U., Peuker, B., Langemack, S. & Bieberstein, A. (Hg.). Grundbildung in der Lebenswelt verankern. Praxisbeispiele, Gelingensbedingungen und Perspektiven. Wbv
- Kemner, J., Fischer, L.M., & Walpuski, F. (2020). Wie die Ansprache und Unterstützung von gering literalisierten Erwachsenen gelingt. Zwischenergebnisse aus den Projekten InSole und GruKiTel. *dis.kurs*, 27(3), 10–12.
- Mania, E., Ernst, E. S. J., & Wagner, F. (2022). Teilnehmendengewinnung in der Weiterbildung und spezifische Ansprachestrategien in der Alphabetisierung und Grundbildung – ein systematisches Literaturreview. *ZfW* (2022) 45:171–190
<https://doi.org/10.1007/s40955-022-00206-w>
- Mania, E., & Thöne-Geyer, B. (2018). Spezifika der Angebotsentwicklung in der Alphabetisierung und Grundbildung. *texte online*. <http://www.die-bonn.de/id/36922>

Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb)

Rollnerstraße 14

90408 Nürnberg

 www.f-bb.de

Miriam Amberg

 0911 27779-33

 miriam.amberg@f-bb.de

Dominique Dauser

 0911 27779-82

 dominique.dauser@f-bb.de

Thomas Schley (Projektleitung)

 0911 27779-382

 thomas.schley@f-bb.de