

Mobile Bildungsberatung – mit Schwerpunkt Grundbildung

RÜCKBLICK (2016 bis 2018)

Ida Wehinger Stand: 12.9.2018

Nach zwei Jahren praktischer Erfahrungen als Mobile Bildungsberaterin mit dem Schwerpunkt Alphabetisierung und Grundbildung, werden im Folgenden wesentliche Aspekte und Ergebnisse festgehalten.

- **Stellenkombination:**

(In Kooperation zwischen Lesen und Schreiben e.V., dem Grund-Bildungs-Zentrum und dem LernLaden Neukölln wurde eine kombinierte Stelle ‚Koordination Alpha-Bündnis Neukölln und Mobile Bildungsberatung im Bereich Grundbildung‘ entwickelt. Bei der Konzipierung dieser Stelle hatten sich die Akteure positive Synergieeffekte erhofft.)

Auswertung:

Kombination der Stelle eignet sich hervorragend in der Kommunikation sowohl mit Multiplikator*innen, als auch mit der Zielgruppe. (Ein Gesicht, eine Adresse, einen Kontakt.) Damit können Wege und Vermittlungsbarrieren deutlich gesenkt, bzw. verkürzt werden. Auch Angebote im Bereich Alphabetisierung und Grundbildung können mit dieser Stellenkombination passgenauer und bedarfsorientierter konzipiert und entwickelt werden.

Fazit:

Stelleneinteilung 15 h Koordination und 15 h Bildungsberatung ist empfehlenswert. Allerdings flexible Einteilung der Stunden je Monate sinnvoll (kaum Kapazität für konzeptionelle Tätigkeiten). Nachteil: Keine direkten Kolleg*innen zum Austausch.

- **Aufsuchende Beratung:**

(Mobile Bildungsberatung wurde unter anderem als aufsuchende Beratung durchgeführt. Mit dem Ziel eine größere Anzahl der betroffenen Personen -funktionale Analphabet*innen- zu erreichen.)

1) Aufsuchend durch Kooperationen mit Sozialhilfe- und Bildungsträgern

Annahme und Umsetzung: F.A. befinden sich aufgrund ihrer Schwierigkeiten mit der Schriftsprache in unterschiedlichen Problemlagen. Zugänge zur Zielgruppe wurden über Kooperationspartner, die in den Bereichen Wohnungs- und Miethilfe, Sozialhilfe, etc tätig sind, gesucht = nur indirekten Kontakt mit der Zielgruppe.

In Teamsitzungen und Dienstbesprechungen wurde über Thematik informiert und die Mobile Bildungsberatung vorgestellt. Ziel war es, Mitarbeiter*innen und Berater*innen zu

sensibilisieren, sodass diese die Betroffenen an Mobile Bildungsberaterin weitervermitteln können.

Auswertung:

Zugang zur Zielgruppe bleibt abhängig von der Kooperationsbereitschaft der Sozialhilfe- und Bildungsträger, bzw. der einzelnen Mitarbeiter*innen.

Bildung spielt oft erst nachrangig eine Rolle. Thema f.A. wird durch andere Themen ‚in den Schatten gestellt‘. Bildungs- und Sozialhilfeträger müssen in den meisten Fällen eine Art Feuerwehrfunktion erfüllen. Themen wie bspw. Schulden, Gericht und Wohnungslosigkeit müssen zuerst angegangen werden, da dringlicher, um existentielle Schwierigkeiten der Betroffenen zu lösen.

Fazit:

Erwartungen, die Zielgruppe direkt zu erreichen, müssen zurückgestellt werden. Das heißt, dieses Format sollte nicht als aufsuchende Arbeit verstanden werden, sondern vielmehr als Sensibilisierung von und Information an Beschäftigte in pädagogisch-sozialen Arbeitsfeldern.

2) Aufsuchend in Form von Präsentation in offenen, niedrighschwelligen Gruppen

Zugänge zur Zielgruppe in niedrighschwelligen bereits bestehenden Angeboten für eine breite, offene Zielgruppe (Kiez-Cafés, Eltern-Cafés, Frühstück-Cafés). Teilnehmer*innen wurden sowohl als möglicherweise Betroffene als auch als Multiplikator*innen verstanden, die das Thema f.A. in ihr soziales Umfeld tragen.

Auswertung:

Betroffene werden teilweise auch direkt erreicht. Aufgrund der Sensibilität sinnvoll, die Zielgruppe als Multiplikator*innen zu verstehen.

Fazit:

Gutes Format, um möglichst viele Personen zu erreichen (Multiplikator*innen-Effekt). Wichtig: Kontaktdaten weiterleiten und Ansprechpartnerinnen nennen, damit sich Betroffene im Anschluss anonym melden können.

Weitere Ideen:

Erreichen der Zielgruppe durch öffentliche Aktionen (ansprechen und informieren von Passant*innen unterschiedlicher sozialer Milieus – spiegelt die Heterogenität der Zielgruppe wieder)

➔ Kampagne notwendig, Fördergelder für Öffentlichkeitsarbeit (Personal- und Sachkosten) notwendig

- **Inhalte der Beratung:**

Bildungsberatung wird verstanden als Beratung zu Bildung und Beruf - Weiterbildungsberatung. (entspr. Fachkonzept Beratung zu Bildung und Beruf der SenAIF).
Ziel der Bildungsberatung: Vermitteln in Bildungsangebote im Grundbildungsbereich (Lesen, Schreiben, Rechnen, PC).
Zusätzlich wird Beratung von f.A. in weiterführende Bildungsangebote nach der Teilnahme an Lernangeboten (Ausbildung; Weiterbildung) angeboten.

Auswertung:

Bildungsbegriff muss weitergedacht werden - eher als Form von Teilhabeberatung.
Teilnahme an Bildungsveranstaltungen ist oft nicht erster Grund für das Aufsuchen der Beratung. Persönlicher Bedarf liegt in vielen Fällen im Bereich Hilfestellung im Alltag. (Bsp. Wo bekomme ich Unterstützung, bei Wohnungsfragen; bei der Bewältigung von Schriftverkehr; in der Kommunikation mit dem Jobcenter; etc.)

Fazit:

**Beratungsangebot muss sich stärker an der Lebenswelt der Zielgruppe orientieren.
Inhalte der Beratung breiter definieren – Teilhabeberatung!**

- **Beratungsbedingungen:**

Faktoren, die aufgrund der Erfahrungen notwendig sind, um gelingende Beratung durchzuführen.

- ✓ Kostenlos
Zielgruppe bezieht in vielen Fällen Sozialhilfe/Grundsicherung.
- ✓ Niedrigschwellig
einfache Wege der Terminvereinbarung sollten möglich sein.
- ✓ Konkrete Ansprechpartner
Erstkontakt zur Beratungsstelle sollte keine Enttäuschung auslösen – bspw. durch falsche Telefonnummern, etc.
- ✓ Kontinuität
Kontaktaufnahme oft erst Monate nach Erhalt der Kontaktdaten.
- ✓ Anonym
Vertrauen spielt aufgrund des schambehafteten Themas eine maßgebliche Rolle.
- ✓ Ohne zeitlichen Druck
Ratsuchende bringen oft großen Redebedarf mit. In vielen Fällen ist Beratung in Einfacher Sprache notwendig.
- ✓ Ganzheitlich

Alle Problemlagen integrierend. Grundbildungsbedarf in individuelle Kontexte setzen. Ratsuchende sind in Alltags- und Lebenswelten integriert, in denen Räume und Kapazitäten für Weiterbildung begrenzt bis nicht vorhanden sind.

- ✓ Engmaschige Begleitung
Termine sollten kurzfristig vergeben werden können; Vermittlung und Begleitung engmaschig gestalten. Motivation zur Teilnahme an einem Lernangebot, oft ‚fragil‘.
- ✓ Ohne Vermittlungsdruck
Schule und Lernen sind oft verbunden mit Negativerfahrungen. Ratsuchende bringen persönliche Barrieren zu Lernangeboten mit, die erst überwunden werden müssen.

Fazit:

Kennzahlen der Beratungen sollten entsprechend der Zielgruppe ausgerichtet werden:

Anzahl Folgeberatungen; Dauer der Beratungen; Qualitative Faktoren stärker integrieren

- **Zielgruppe:**

Erwachsene mit Grundbildungsbedarf. Fokus auf funktionale Analphabet*innen.

Auswertung:

Die Zielgruppe der f. A. ist **äußerst** heterogen. (Begriffe, die die Zielgruppe beschreiben: Beschäftigung / Leistungsbezug;; Eltern / Kinderbetreuung; Jugendliche / Erwachsene /Senioren; Kultur und Gender; Schriftsprach- und Grundbildungskompetenzen; Menschen mit Lernhinderung oder anderen relevanten Einschränkungen; Geflüchtete / Aufenthaltsstatus;)

Wichtige Erkenntnisse:

- 1) F.A. auf Alpha-Level 4:
Unerwartet viele Personen auf Alpha-Level 4 suchen Rat in der Bildungsberatung.
Vermutung: Die Zielgruppe empfindet ihre Situation sehr belastend. = bildungsnahen Personen, d.h. starke Motivation sich zu verbessern, an der Gesellschaft teilzuhaben.
Vergleichen sich mit anderen bildungsnahen Personen. Sehen einen persönlichen Bildungsbedarf.
- 2) Bildungsbegriff:
Personen mit geringen Grundbildungskompetenzen identifizieren sich weniger mit dem Bildungsbegriff. Weiterbildung spielt oft eine geringe, bis keine Rolle. Bildungsbegriff ist für eine große Zielgruppe zu abstrakt, akademisch und hochkulturell.
- 3) Migrant*innen in Neukölln:
Sehr auffallend ist im Bezirk Neukölln, dass eine hohe Anzahl Migrant*innen in die Zielgruppe der f.A. fallen.