

Input: Monika Tröster, DIE

Moderation: Dr. Sabine Schwarz, Lernende Region Köln e.V.

AG 2: Ansprachestrategien und Adressatengewinnung in der (Finanziellen) Grundbildung

CurVe-Dialog II

„Neue Akteure, neue Inhalte, neue Zugänge zu Finanzieller Grundbildung“

Bonn, 14. September 2015

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung
Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen



1. Herausforderungen der Ansprache
2. Ansprachestrategien

Wo liegen die Herausforderungen?

- Fokus auf mündlichen Kommunikationskanälen
- Persönliche und direkte Ansprachemethoden
- Aufsuchende und motivierende Ansprache
- Einbezug des Umfelds
- „Schlüsselpersonen“ als Hauptmarketinginstrument

„Doppelte Verankerung von Bildungsdistanz“ als Problem der Nichtbeteiligung

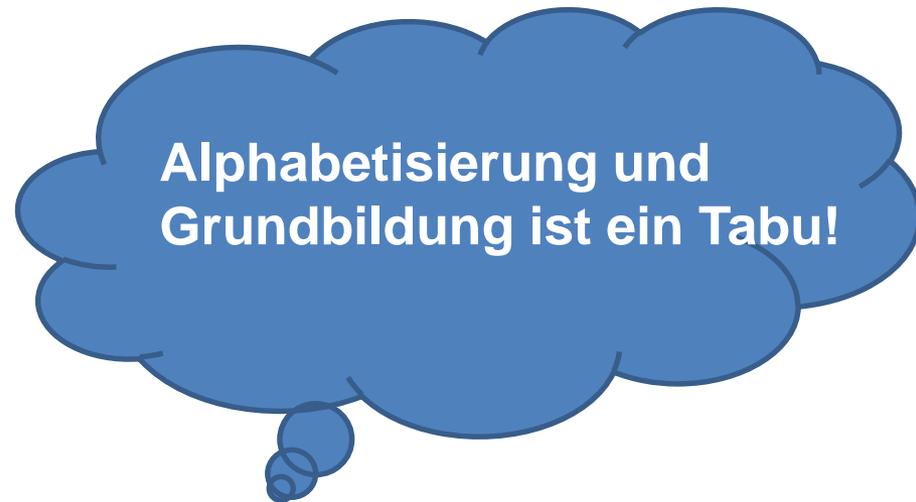
Die doppelte Verankerung von Bildungsdistanz wird wie folgt beschrieben: „Nicht nur die Individuen haben Distanz zu institutionalisierter (Weiter-)Bildung, sondern umgekehrt hat auch die institutionelle Weiterbildung soziale und kulturelle Distanz zu diesen Adressat/inn/en“

Quelle: Bremer, Kleemann-Göhring & Wagner, 2015, S. 17

Wie kann diese doppelte Bildungsdistanz verringert werden?

- Nähe zum Alltag und zur Lebenswelt der Adressat/inn/en schaffen
- Wandel von einer „Komm-Struktur“ zur „Geh-Struktur“
- Aufsuchende Strategien aus dem Konzept der Sozialraumorientierung
- Orte non-formaler und informeller Bildung in den Blick nehmen

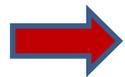
Wo liegt die besondere Herausforderung?



Finanzielle Grundbildung ist ein in doppelter Hinsicht sensibles Thema.

Keine generelle und allgemeingültige
Empfehlung möglich, da die Zielgruppen
sehr unterschiedlich sind.

Aber:



Erfahrungsbasierte Hinweise

Strategien der Ansprache

- Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort

Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort

Schuldnerberatungsstellen **Stadtteilbüros**

Nachbarschaftsetagen **Migrationsberatung**

Mehrgenerationenhäuser Eltern-Café **Jobcenter**

Tafel **Stadtteilmütter** **Seniorenheime**

Beratungsstellen Betriebe im Niedriglohnsektor

Kirchengemeinden/kirchliche Einrichtungen

Lotsen **Moscheen** **Selbstlernzentren**

Familienbildungsstätten

Strategien der Ansprache

- Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort
- Persönliche Ansprache

Persönliche Ansprache

- über Schlüsselpersonen
 - Schuldnerberater/innen
 - Lehrende in der Familienbildung (Nachhilfelehrer/innen)
 - Mitarbeitende in kirchlichen und sozialen Einrichtungen
 - Geschäftsführung, Personalverantwortliche, Ausbilder, Betriebsräte, Mitarbeitervertretungen im Rahmen der betrieblichen Bildung
- über die Kursleitenden
- neue Dozent/inn/en können sich in bestehenden Kursen persönlich vorstellen und ihr Angebot bewerben

Strategien der Ansprache

- Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort
- Persönliche Ansprache
- Auswahl geeigneter Formate (Schnupperkurse als Einstieg)

Strategien der Ansprache

- Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort
- Persönliche Ansprache
- Auswahl geeigneter Formate (Schnupperkurse als Einstieg)
- Sprache und Stilmittel

Sprache und Stilmittel

Wie kann ein bedeutungsschwerer und belehrender Duktus im Umgang mit dem Thema Geld vermieden werden?

- Einsatz verfremdender und irritierender Elemente
- „trockener“ Humor als Stilmittel
- Nutzung verschiedener zielgruppenadäquater Kommunikationskanäle und Medien wie
 - Comics
 - Videoclips
 - Plakataktionen
- Gestaltung von ansprechenden Lernmaterialien

Sprache und Stilmittel

Good-Practice Beispiel 1:

„SKINT!“ (Pleite!)

Interaktive
lernerzentrierte
Materialien



Skint! Support Notes

Introductory exercises, discussion points, & more to help you get the most out of Skint!



Read Skint

Download the PDF or access a fully interactive digital version of Skint, featuring signing, audio description and subtitles.



About Skint!

Learn more about Skint!, our interactive, learner centred money management resource specifically created for adult literacy and numeracy support groups



Skint! Videos

Watch videos and catch up with interviews related to Skint!



Skint! for England

Click here to read the version of Skint! recently launched in England

Scottish Book Trust & schottische Regierung

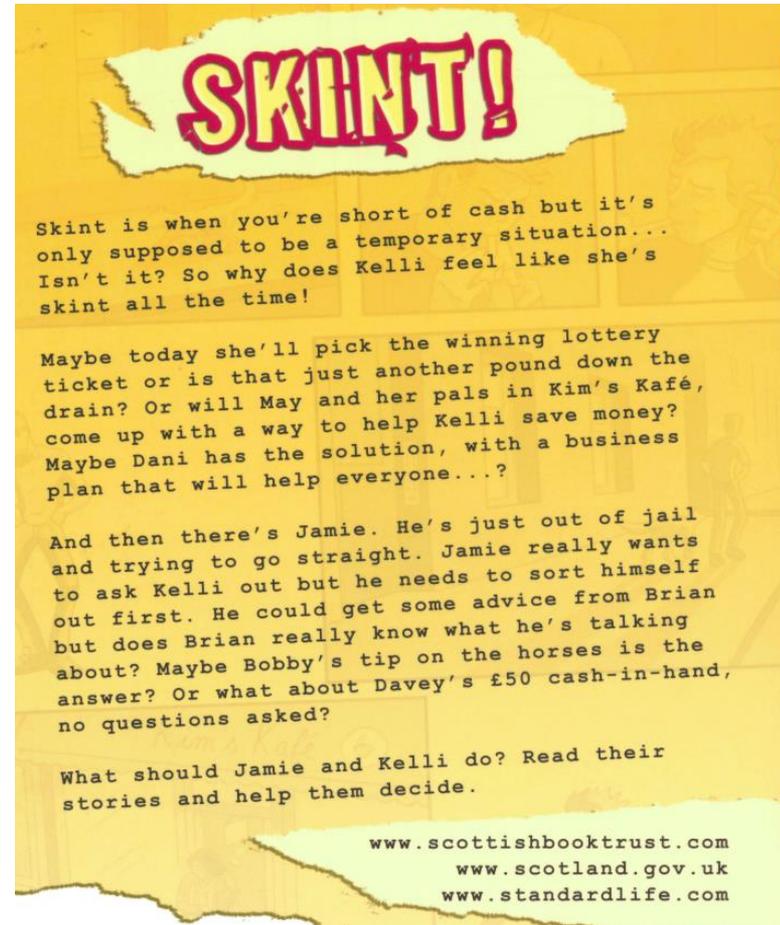


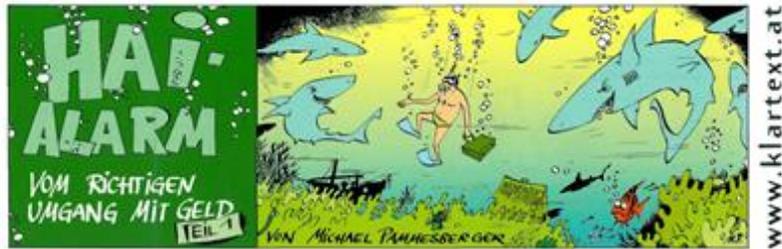
Sprache und Stilmittel

Was ist SKINT?

Eine illustrierte Geschichte in zwei Handlungssträngen, die

- neue Aspekte im Umgang mit Geld entdecken lässt
- kritische Aufmerksamkeit und Verantwortung im Umgang mit Geld fördert
- gesellschaftliche Gegebenheiten gleichberechtigt und vielfältig widerspiegelt
- wesentliche Lebensübergänge aufgreift.





www.klartext.at



www.klartext.at



www.klartext.at



www.klartext.at

Sprache und Stilmittel

Good-Practice-Beispiel 2: „Vom richtigen Umgang mit Geld“

Eine unkonventionelle Anleitung in Form handlicher Comics, die von KLARTEXT – Schuldnerberatung Oberösterreich im Rahmen der Präventionsarbeit entwickelt worden sind.

die

Sprache und Stilmittel

Wie finde ich einen ansprechenden Titel für das Angebot?

Beispiel:

Schlechte Zeiten – gute Zeiten.

Leben wie die Geissens?

- Bezug zu zwei aktuellen Fernseh-Soaps
- Bewusste Umkehrung von der Serie GZ-SZ richtet den Fokus auf eine positive Entwicklung der Lebenssituation
- Die Soap „Leben wie die Geissens“ wird aufgegriffen und gleichzeitig in Frage gestellt
- Lebensstil der Familie Geissen steht im eklatanten Widerspruch zu der aktuellen Lebenswelt der angesprochenen Zielgruppe

Irritierende und ironische Formulierungen können Aufmerksamkeit und Interesse wecken!

Sprache und Stilmittel

Wie kann Werbematerial gestaltet werden?

Elternwerkstatt
Rund um's Taschengeld
bei Kindern im Alter von 5 bis 10 Jahren



Mein Kind will Taschengeld!
Alle anderen bekommen auch Taschengeld!
Mit anderen mithalten ist nicht so leicht.
Mein Kind will mitreden.

Wer kann kommen:
Alle, die Kinder im Alter von 5 bis 10 Jahren haben oder betreuen.

Wann:
...

Kosten:
...

Wo:
...

Information & Anmeldung:
...



GUT HAUSHALTEN – OHNE KREDIT

Sie arbeiten, verdienen Geld und sind trotzdem oft knapp bei Kasse? Woran kann das liegen und wie kriegt man das in den Griff? In dem Angebot „Gut haushalten – ohne Kredit“ werden Sie zu Ihrem eigenen Finanzexperten und befassen sich mit den Fragen:

- » Wie kann man weniger Geld ausgeben und trotzdem gut leben?
- » Welche Vergünstigungen, Ermäßigungen und Befreiungen gibt es?
- » Welche staatlichen Unterstützungen kann man beantragen?

Angebot	Zielgruppe	Termin
Gut haushalten - ohne Kredit

Ich interessiere mich für das Angebot und würde gerne teilnehmen

Name: _____

Anmeldefrist: ...
Anmeldung bitte an ...

Das Angebot wird im Rahmen des Projektes CurVe (www.die-curve.de) ermöglicht. CurVe befasst sich mit dem Thema „Finanzielle Grundbildung für Erwachsene“. CurVe wird durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBWF) unterstützt.

Sprache und Stilmittel

Wie kann Werbematerial gestaltet werden?

- Einfache und verständliche Sprache verwenden
- Regeln „leichter Sprache“ beachten
- Kurz und prägnant formulieren
- Übersichtlich und klar gestalten
- Mit Hilfe von Grafiken oder Bildern visualisieren

Strategien der Ansprache

- Zusammenarbeit mit Einrichtungen vor Ort
- Persönliche Ansprache
- Auswahl geeigneter Formate (Schnupperkurse als Einstieg)
- Sprache und Stilmittel
- **Sensibilisierung**

Sensibilisierung

Gewinnung neuer Teilnehmenden über die Sensibilisierung der Multiplikator/inn/en

➔ **Workshop** „Finanzielle Grundbildung, ein
Thema in der Beratung – Bedarfe erkennen -
ansprechen - handeln“

Herausforderung für die Multiplikator/inn/en:

Grundbildungsbedarf bei den Ratsuchenden, Klient/inn/en
und Kund/inn/en erkennen und entsprechend handeln

Handreichung Finanzielle Grundbildung

Zielgruppen

- Programmplanende, Lehrende, Beratende, Einrichtungsleitung, Grundbildungskoordinator/inn/en usw.
- Multiplikator/inn/en
- politische Entscheidungsträger

Perspektive Praxis

- praxisorientierte Hilfestellungen
- Good-Practice-Beispiele
- Checklisten



Haben Sie Fragen?

1. Wie schätzen Sie die Beispiele und Erfahrungen ein?
2. Was sind Ihre Erfahrungen?
3. Welche Herausforderungen sehen Sie?
4. Welche Unterstützung wünschen Sie sich?

Bremer, H., Kleemann-Göhring, M., & Wagner, F. (2015). *Weiterbildung und Weiterbildungsberatung für „Bildungsferne“*. Ergebnisse, Erfahrungen und theoretische Einordnungen aus der wissenschaftlichen Begleitung von Praxisprojekten in NRW. Bielefeld: W. Bertelsmann.

Klartext – Schuldnerberatung Oberösterreich (2009). *Vom richtigen Umgang mit Geld. Eine unkonventionelle Anleitung*.

Mania, E., & Tröster, M. (2015). *Finanzielle Grundbildung. Programme und Angebote planen*. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag.

Schwarz, S., Christiani, H., & Tröster, M. (2015, im Erscheinen). *Finanzielle Grundbildung. Bedarfe erkennen und handeln. Ein Workshop-Konzept zur Sensibilisierung von Fachkräften in Bildung, Beratung und Betreuung*. Bonn: DIE. Abzurufen unter: <http://www.die-bonn.de/doks/2015-alphabetisierung-01.pdf>

Scottish Book Trust (2011). *Skint!* Abgerufen von: www.scottishbooktrust.com/learning/adult-learners/skint

Wagner, D. (2011). Schlüsselpersonen in der Alphabetisierungs- und Grundbildungsarbeit. In Projektträger im DLR e.V. (Hrsg.), *Zielgruppen in Alphabetisierung und Grundbildung Erwachsener. Bestimmung, Verortung, Ansprache* (S. 245–259). Bielefeld: W. Bertelsmann.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Monika Tröster
Projektkoordinatorin CurVe

T 0228 3294-306
troester@die-bonn.de

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung
Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen e.V.
Heinemannstr. 12-14
53175 Bonn