



Aufsuchende Beratung am ALFA-Mobil

Handreichung zum Wissenstransfer

Ein Projekt des



© alle BVAG

Übersicht

- 
1. Aktionen
 2. Schulungen
 3. Presse
 4. Social Media
 5. Lernbotschafter:innen



1. Aktionen

1.1 Planung

1.2 Ausstattung

1.3 Ansprache

1.4 Besondere Formate

1.5 Vernetzung

1.1 Planung: Aktionen der aufsuchenden Beratung

- Geeigneten Termin finden (regionale Feiertage und Wochenenden beachten), Jahreszeit beachten: April-September „Draußen-Aktionen“; Oktober-März „Drinnen-Aktionen“
- Bei Aktionen, die ein erhöhtes Fahrtaufkommen mit sich bringen, wird nach Möglichkeit eine Verknüpfung von mehreren Orten in der Region geplant.
- Wichtig: in der Logistik je nach Entfernung des Aktionsstandorts einen Tag für die An- und Abreise einplanen. Bsp.: Mo Anreise, Di, Mi & Do Aktionen, Fr Abreise
- Zeitrahmen der Aktion mit Bedacht wählen: Öffnungszeiten der Geschäfte, des Marktes, etc. (wann ist der höchste Publikumsverkehr?)
- Zum Beispiel ist ein Fest, welches vor Ort gerade stattfindet, nicht unbedingt ein geeigneter Standplatz. Das Alleinstellungsmerkmal kann verloren gehen. Eines der Projektergebnisse zeigt, dass höhere Sichtbarkeit erzielt wird, wenn man die Menschen dort anspricht, wo sie sich in ihrem Alltag befinden.
- Lokale Kooperationspartner:innen bitten, einen geeigneten Standplatz zu organisieren.
geeignete Standplätze: Plätze mit viel Publikumsverkehr, Eingang von Supermärkten, Drogeriemärkten, Baumärkten, Einkaufsstrassen (Öffnungszeiten der Geschäfte beachten), gut besuchte Wochenmärkte, City Center, etc.
- Bei Aktionen mit Übernachtung: geeignetes Hotel zum Übernachten finden, Stornierungsfristen beachten (Krankheitsfall, Panne auf der Autobahn, etc.)

1.1 Planung: interne Übersicht

- Übersicht der Organisation
- Zettel digital und handschriftlich anlegen, bei jeder Dienstreise ausgedruckt mitführen
- Ermöglicht ggf. auch unkomplizierte Vertretung im Krankheitsfall
- Wichtig: mobile (ggf. private) Telefonnummer der lokalen Partner:innen notieren, falls spontan etwas vorfällt

DATUM:		ORT:	
Entfernung von Berlin/Münster:			
Kooperationspartner_in:			
Name:			
Funktion:			
Telefon:			
Mail:			
Anlass für den ALFA-Mobil-Einsatz:			
Zeitraum:			
Adresse Veranstaltungsort evtl. Parkplatz für Auto in der Nähe?			
Wer begleitet die Aktion vor Ort?			
Wer kümmert sich um Genehmigungen?			
Pressearbeit, wir/die?			
Kurse vor Ort?			
Kontakt auf Etiketten?			
Was muss bezahlt werden?			
Besonderheiten/ Corona-Schutz u.a.			
<input type="checkbox"/> Kursanbieter vor Ort informiert?	<input type="checkbox"/> Leitfaden vor Ort: Leitfaden für Leichter	<input type="checkbox"/> Etiketten gedruckt?	<input type="checkbox"/> Hygiene-Utensilien gepackt?
<input type="checkbox"/> „So gelingt die AM-Aktion“ und „Hygienekonzept“ geschickt?	<input type="checkbox"/> Pressemitteilung verschickt?	<input type="checkbox"/> Presseschau?	<input type="checkbox"/> Handy und Tablet aufgeladen?
<input type="checkbox"/> Standgenehmigung erhalten?	<input type="checkbox"/> Honorarkraft gefunden?	<input type="checkbox"/> Auto gepackt?	<input type="checkbox"/> Post für Facebook? Instagram?
			<input type="checkbox"/> Formular Aufwandsgepäck?
			<input type="checkbox"/> Autoübergabe (nachzufüllen)
			<input type="checkbox"/> Belege (Hotel, AE usw.) an Kassier?

1.1 Planung: Leitfaden für lokale Kooperationspartner:innen erstellen

- Geeigneten Termin finden (regionale Feiertage und Wochenenden beachten), Jahreszeit beachten: April-September „Draußen-Aktionen“, Oktober-März „Indoor-Aktionen“
- Bei Aktionen, die ein erhöhtes Fahraufkommen mit sich bringen, wird nach Möglichkeit eine Verknüpfung von mehreren Orten in der Region geplant.
- Wichtig: in der Logistik je nach Entfernung des Aktionsstandorts einen Tag für die An- und Abreise einplanen. Bsp.: Mo Anreise, Di, Mi & Do Aktionen, Fr Abreise
- Zeitrahmen der Aktion mit Bedacht wählen: Öffnungszeiten der Geschäfte, des Marktes, etc. (wann ist der höchste Publikumsverkehr?)
- Zum Beispiel ist ein Fest, welches vor Ort gerade stattfindet, nicht unbedingt ein geeigneter Standplatz. Das Alleinstellungsmerkmal kann verloren gehen. Eins der Projektergebnisse zeigt, dass höhere Sichtbarkeit erzielt wird, wenn man die Menschen aus ihrem Alltag abholt.
- Lokale Kooperationspartner:innen bitten, einen geeigneten Standplatz zu organisieren.
geeignete Standplätze: Plätze mit viel Publikumsverkehr, Eingang von Supermärkten, Drogeriemärkten, Baumärkten, Einkaufsstraßen (Öffnungszeiten der Geschäfte beachten), gut besuchte Wochenmärkte, City Center, etc.
- Bei Aktionen mit Übernachtung: geeignetes Hotel zum Übernachten finden, Stornierungsfristen beachten (Krankheitsfall, Panne auf der Autobahn, etc.)

1.1 Planung: Leitfaden für lokale Kooperationspartner:innen erstellen

Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Aktion



KONTAKT
 Alfabank Jankovic, 325 - 49 09 31 53
alfabank@alfabank.de

Freibriefe 04192, 030 807 325-10
www.alfabank.de



Öffentlichkeitsarbeit mit dem ALFA-Mobil



Anfrage

Anfragen für den Bereich West (Schleswig-Holstein bis Baden-Württemberg) an: alfabank@alfabank.de
 und für den Bereich Ost (Mecklenburg-Vorpommern bis Bayern) an: alfabank@alfabank.de

ein Termin ist gar kein und von uns bestritten!
 Doch ist der nächste Schritt eine SofFolge und ggf. eine Einlassensanmeldung für ALFA-Mobil, die es so zu sein in Ordnungsmittel oder Bürgeramt.

Sollten Gebühren anfallen, so sprechen Sie uns gerne an, wir haben eine Bescheinigung für Gemeinutzprojekte.



Planung

- ...wir richten uns an deutschsprachige, erwerbsfähige Erwachsene von 18-64 Jahren. Daher nehmen wir nicht Teil an Aktionen, die sich überwiegend richten an: Kinder und Jugendliche, Menschen, die nicht Deutsch sprechen, Senior:innen und Menschen mit Behinderung
- ...das ALFA-Mobil kommt in der Regel an einem **Werktag**
- ...ein guter Standort ist ein **belebter Platz**, z.B. in Innenstädten, vor bzw. in Super- und Baumärkten, Einkaufszentren und auf Wochenmärkten
- ...vorzugsweise stehen wir nicht in oder vor Ihrer Einrichtung, denn wir wollen **Menschen ansprechen**, die Sie noch nicht kennen!
- ...das Mobil darf nicht am Standort stehen? >>> bitte einen alternativen Parkplatz organisieren (das Mobil ist zu hoch für Tiefgaragen)



Planung

April – September:
Das ALFA-Mobil steht draußen

Oktober – März:
Das ALFA-Mobil steht drinnen

z.B. **VOR** einem Supermarkt, Baumarkt, auf einem belebten Platz, Wochenmarkt...





Am Stand

Eine Aktion geht 3-4 Stunden (bitte absprechen)...

...und wird von Ihnen durchgehend begleitet

Ihre Materialien und Flyer sind gerne gesehen!

Welche Toilette können wir benutzen?




Das ALFA-Mobil wird begleitet...

...von zwei ALFA-Mobil-Mitarbeiter:innen und einer Lernbroschürierin oder einem Lernbroschürer.

Geben Sie uns gerne Bescheid, wenn jemand aus Ihrem Les- und Schreibkurs mitmachen möchte!

Wir können nach Absprache eine Aufwandsentschädigung in Höhe von 100 € zahlen und ggf. Reisekosten erstatten.




Das ALFA-Mobil bringt mit...

- 3 x 3 Meter Pavillon
- Koffertheken, Sitzgelegenheiten, Aufsteller
- Flyer mit Ihrem Kontakt (Träger, Ansprechperson, Telefonnummer)
- Informationsmaterialien und Ansichtskampare
- Give-aways (Kugelschreiber etc.)
- Rätsel, Buchstabenwürfel und Glücksrad




Öffentlichkeitsarbeit: Einladungen

Wen können Sie zur ALFA-Mobil-Aktion einladen?

- Andere Bildungseinrichtungen
- Stadt- / Bibliothek
- Jobcenter und Arbeitsagentur
- Bürgermeister oder Bürgermeisterin, Stadtverwaltung
- Tafel, AWO, Caritas und andere Wohlfahrtsverbände
- Andere wichtige Akteure, z.B. Sozialarbeiter:innen und Sozialbetriebe in Kitas, usw.
- Beratungsstellen, z.B. Schuldnerberatung, Familienzentrums, Schwangerschaftsberatung usw.

→ Versenden Sie gern unsere gemeinsame Pressemitteilung. Am besten funktionieren mündliche / telefonische Einladungen!

→ Nutzen Sie unsere Ankündigungskarte, die wir Ihnen gerne vorab zuschicken!

→ Sucht ihr Angebot in unserer ALFA-Telefon-Datenbank?
<https://kursdatenbank.alphabetisierung.de/>




Öffentlichkeitsarbeit: Presse einladen

Sie laden ein:

- Lokale Zeitungen
- Radio
- Lokale TV-Sender

DeutschlandsRadio Kultur
 Radiole Zeitung
 General-Anzeiger
 OSTMEER-ZEITUNG




Checkliste zur ALFA-Mobil-Aktion

- Termin bestätigt
- Aktionszeit abgesprochen
- Genehmigung(en) bei der Stadt o.ä. eingeholt
- Adresse vom Aktionsstandort weitergeleitet
- Kontaktangaben für: den Flyer verschickt
- Mobile Telefonnummer (für Notfall – Autopanne, Krankheit etc.) weitergegeben
- Lernbroschürierin oder Lernbroschürer angefragt
- Einladungen verschickt
- Plakate aufgehängt
- Presseinformation versendet
- Flyer, Give-aways, Roll up etc. gepackt
- Eintrag in der ALFA-Telefon Datenbank überprüft



Wir freuen uns auf die gemeinsame Aktion mit Ihnen!




1.1 Planung: Aktionen auf Messen

- Anmeldefristen beachten
- Standplatzgebühren beachten
- Ist die Zielgruppe der Messe die Richtige für die Aktion?
- Standplatz auswählen (Standnachbarn, nach Thematik geordnet?)
- Kooperationspartner in der Region vor Ort einladen, um mit am Stand zu informieren (örtliches Angebot bewerben)
- Lernbotschafter:innen einladen
- Zielgruppengerechte Werbematerialien erstellen (Flyer, etc.)
- Genügend Give-Aways dabei haben
- Parkmöglichkeiten vor Ort beachten
- Ggf. rechtzeitig Hotel buchen
- Standzeiten beachten, evtl. mehr Personal einplanen bei mehreren Tagen





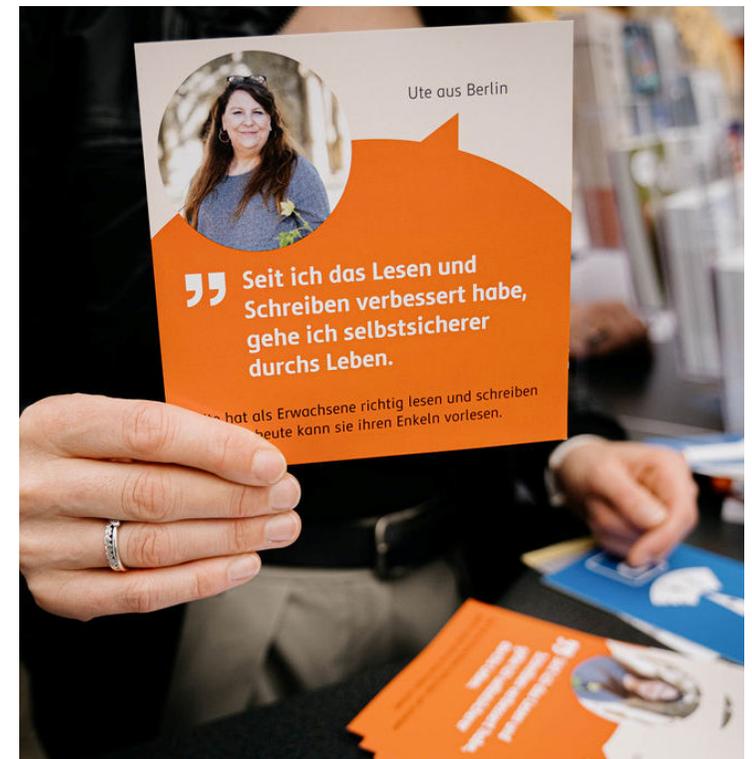
1.2 Ausstattung



- Koffertheken → sind leicht zu transportieren, bieten gute Werbefläche, bieten Stauraum und die Möglichkeit, Flyerstände aufzustellen und Materialien auszulegen
- Pavillon → schützt vor Regen und Sonne, bietet gute Werbefläche, bietet die Möglichkeit, Roll-Ups zu befestigen
- Roll-ups → machen auf den Stand aufmerksam und bieten eine große Werbefläche
- Gewichte → werden benötigt, damit der Pavillon und die Roll-ups bei Wind und Wetter sicher stehen
- Stehtische → um Give-aways, Werbematerialien oder Ansichtsexemplare auszulegen. Lassen den Stand einladend wirken und bieten sich für Gespräche an.
- Stühle
- Aufsteller → um Werbematerialien, Ansichtsexemplare, Broschüren usw. ansprechend zu präsentieren

1.2 Ausstattung

- Flyer mit lokalem Kontakt: Träger, Ansprechperson, Telefonnummer → zur niedrigschwelligen Kontaktaufnahme mit einem Anbieter für Lese- und Schreibkurse vor Ort
- Informationsmaterialien und Ansichtsexemplare -> sowohl für direkt betroffene Personen als auch für das mitwissende Umfeld (Partner, Arbeitskollegen etc.) und das professionelle Umfeld
- Rätsel und Quizze üben Anziehungskraft auf Interessierte aus
- Give-aways → Kugelschreiber, Parkscheiben, Kartenspiele, Brillenputztücher, Taschen, Buntstifte, Magnete..., alle Give-aways sollten möglichst lange haltbar sein, damit sie auch lange in den Haushalten verweilen und die Informationen über Jahre hinweg verfügbar bleiben. Parkscheiben und Brillenputztücher bieten sich besonders an, da dort die Werbefläche sehr groß ist.



1.2 Ausstattung

- Würfel → Die Würfel ziehen insbesondere Kinder und ihre Eltern an. Dadurch gelingt Kontakt zu Zielgruppen, die sich sonst für eine aufsuchende Beratung seltener Zeit nehmen würden.
- Glücksrad zieht ebenfalls insbesondere Kinder, Jugendliche und ihre Eltern an, die sich erhoffen, einen Preis zu gewinnen



1.2 Ausstattung: Give-aways

- Kugelschreiber, Parkscheiben, Kartenspiele, Brillenputztücher, Taschen, Buntstifte, Magnete, Notizblöcke und -bücher, Radiergummis, Bleistifte, Tassen
- Vorsicht bei verderblichen und hitzeempfindlichen Werbemitteln und Wegwerfartikeln
- Give-aways mit großer Werbefläche sind zu bevorzugen (Parkscheibe, Brillenputztuch)
- Stofftaschen sind sehr nachhaltig, bieten eine sehr große Werbefläche und sie können direkt für den Transport von Infomaterialien vom Stand genutzt werden.



1.3 Ansprache

Bei der Ansprache von Passant:innen des ALFA-Mobil-Stands unterstützen verschiedene Materialien und die Ausstattung des Stands...



1.3 Ansprache

Mit Flyer-Paketen und Sätzen wie „Guten Tag, für Sie zum Mitnehmen.“

- Pakete mit Kontaktflyer, ggf. Flyer mit Informationen zum Lernangebot, Postkarte, geeignetem Give-away (z.B. Parkscheibe vor Supermarkt/Einkaufszentrum oder Brillenputztuch im Sommer) und Kugelschreiber eignen sich für das Zugehen auf Passant:innen.
- Für Passant:innen, die stehen bleiben und Interesse zeigen, kann angeschlossen werden, um was es sich beim Paket handelt: „Wir informieren über Lese- und Schreibkurse für Erwachsene. Über 6 Millionen Erwachsene haben Schwierigkeiten mit dem Lesen und Schreiben. Für sie gibt es Lernangebote, zum Beispiel hier bei der lokalen Volkshochschule. Falls das für Sie oder Menschen in Ihrem Umfeld interessant ist, wissen Sie, an wen Sie sich wenden müssen. Die Beratung (und Kurse) ist(/sind) kostenlos.“



1.3 Ansprache

Mit Quiz am Stand und Sätzen wie „Guten Tag, wollen Sie Ihre Rechtschreibung testen? Es gibt auch etwas zu gewinnen!“

- Mit Quiz-Bögen oder Give-aways wie Taschen, auf denen ein Rechtschreib-Quiz abgedruckt ist, auf Passant:innen zugegangen werden: „Können Sie mir sagen, wie der Begriff richtig geschrieben wird?“
- Nach Ausfüllen des Quiz kann übergeleitet werden, dass die meisten Menschen früher oder später an ihre Grenzen hinsichtlich ihres Rechtschreibwissens gelangen. Über 6 Millionen Erwachsene kommen früh an ihre Grenzen. Für sie gibt es Grundbildungskurse usw.



1.3 Ansprache

Am Glücksrad mit Sätzen wie „Möchten Sie mal drehen und mit mir spielen? Es gibt auch etwas zu gewinnen!“

- Am Glücksrad, auf dem Buchstaben stehen, können je nach Alter der Passant:innen, Sprach-Spiele gespielt werden, die Wörter und Sätze zum Gegenstand haben. Zum Beispiel kann die Person aufgefordert werden, einen Satz nur aus Wörtern zu bilden, die mit dem angezeigten Buchstaben beginnen.
- Nach dem Spiel kann übergeleitet werden zum Lesen- und Schreibenlernen für Erwachsene.



1.3 Ansprache

Typische Reaktionen von Passant:innen – und Antworten darauf

Bestimmte Reaktionen von Passant:innen häufen sich, sodass sich vorbereitet werden kann, schlagfertig und präzise zu antworten. Es folgt eine Auswahl möglicher Gesprächsverläufe:



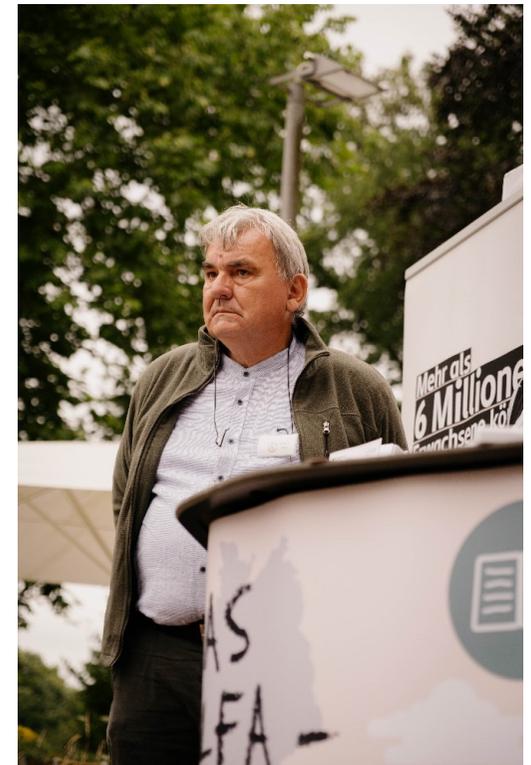
I.3 Ansprache

„Ich habe keine Zeit, ich muss weiter.“

Kein Problem, nehmen Sie den Flyer mit, lesen Sie ihn sich zuhause durch und rufen Sie bei Fragen sehr gerne an.

„Ich kann lesen.“

Auch Sie möchten wir erreichen. Jede achte erwachsene Person hat Schwierigkeiten, d.h. statistisch kennen Sie Betroffene oder lernen sie kennen. Denken Sie gerne an Ihr Umfeld und geben Sie die Informationen weiter.



I.3 Ansprache



„In meinem Umfeld können alle lesen und schreiben.“

Das mag sein. Denken Sie an ihr entfernteres Umfeld. Vielleicht gibt es Menschen in Ihrer Nachbarschaft, im Verein oder anderen Orten, an denen Sie unterwegs sind, von denen Sie es nicht ahnen, weil man wenig schriftsprachlich teilt. Außerdem sind Betroffene oft sehr gut darin, ihre Schwierigkeiten zu verstecken. Haben Sie vielleicht beruflich mit Menschen zu tun? Dann wären Sie ein wichtiger Multiplikator für das Thema! Legen Sie den Flyer gern an ihrem Arbeitsplatz aus!

„Das betrifft bestimmt nur Ausländer!“

Die LEO-Studie hat nur Menschen erfasst, die auf Deutsch an der Studie teilnehmen konnten. Davon ist sogar mehr als die Hälfte auch mit Deutsch aufgewachsen.

1.3 Ansprache

So antworten Lernbotschafter:innen selbst auf andere typische Reaktionen:

„Warum gibt es in Deutschland trotz Schulpflicht Erwachsene mit Schwierigkeiten beim Lesen und Schreiben?“

Christian: „Der Lernerfolg eines Kindes hängt nicht nur von der Schule ab und lässt sich deshalb auch nicht durch Schulpflicht garantieren. Ich besuchte die Schule, habe mich aber mit dem Lernen schwergetan und wurde nicht entsprechend gefördert.

Meine Erfahrung war: überlastete Schulen, überforderte Lehrer. Noch schlimmer wird es, wenn wegen der Lernschwierigkeiten Mobbing durch Mitschüler dazukommt. Da schließt man innerlich mit der Schule ab.

Auch das Leben außerhalb der Schule spielt eine große Rolle. Wenn im Elternhaus Druck oder Gewalt im Spiel sind, geht man als Kind psychisch vorbelastet in die Schule.“



1.3 Ansprache

„In der DDR gab's sowas nicht!“

Ute: „Das Problem gibt es überall, auch in Ostdeutschland. Das zeigt die LEO-Studie, die nicht zwischen West und Ost unterscheidet. Die größte Gruppe von Betroffenen ist laut Studie zwischen 1963 und 1972, das heißt auch zu Zeiten der DDR, geboren. Durch mein ehrenamtliches Engagement als Lernbotschafterin bin ich bundesweit vernetzt mit Menschen, die im Erwachsenenalter das Lesen und Schreiben gelernt haben. Darunter sind auch Menschen, die in der DDR aufgewachsen sind. Anders als das Thema DDR sind Lese- und Schreibschwierigkeiten noch nicht Geschichte. Auch heute noch verlassen in West wie Ost Menschen das Bildungssystem ohne ausreichende Kompetenzen. Das muss sich ändern und dafür müssen wir gemeinsam anpacken – allen voran die Politik! Denn die Generationen nach uns sollen es besser und leichter haben.“



1.3 Ansprache



© BMBF/ bundesfoto / Kurc

„Warum suchen sich Betroffene keine Unterstützung?“

Harald: „Wir Betroffenen verstecken uns, weil die Gesellschaft manchmal immer noch schlecht auf uns reagiert. Ich musste das selbst schmerzlich erfahren, zum Beispiel im Arbeitsleben. Als mein damaliger Arbeitgeber von meiner Schwierigkeit mit dem Lesen und Schreiben Wind bekommen hat, hat er mich entlassen – und das, obwohl mein Vorarbeiter zufrieden mit mir war. Kein Wunder, dass sich Betroffene dann verstecken, wenn nicht auf ihre Qualitäten, sondern nur auf ihr Defizit geblickt wird. Das fördert die eigene Scham und man nimmt das Bild, dass die Gesellschaft von Betroffenen hat, selbst an: man denkt, man sei blöd. Das will man nicht zugeben und es hindert daran, Lernangebote aufzusuchen. Deshalb ist es wichtig, Vorurteile abzubauen und die Einstellung der Gesellschaft gegenüber Betroffenen zu verändern, damit ihnen Perspektiven geboten werden.“

1.3 Ansprache

„Das sind bestimmt alles Sozialhilfeempfänger!“

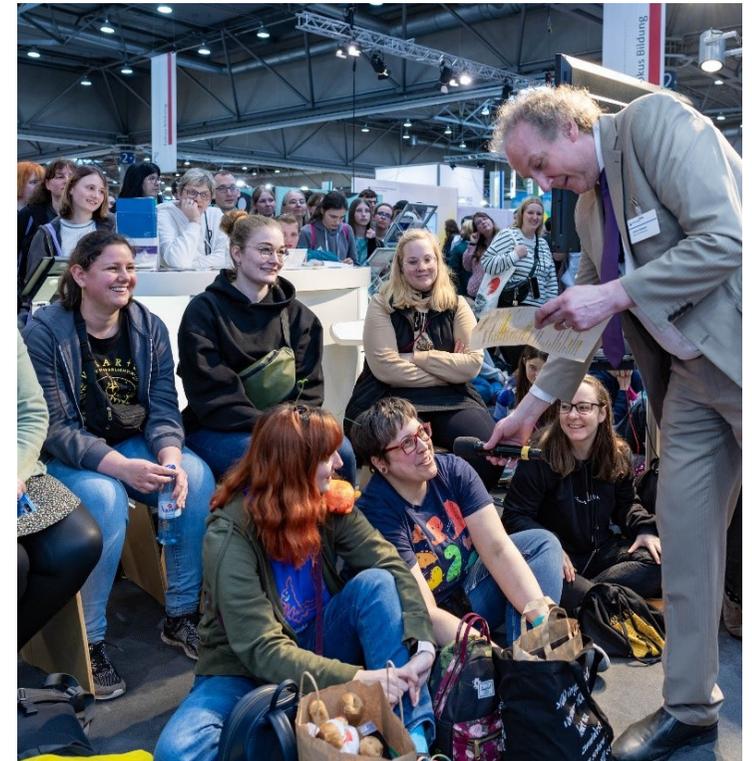
Ute: „Mein Leben ist wie das von so vielen anderen Betroffenen der Beweis, dass das nicht so ist. Ich habe jahrelang viel und hart gearbeitet. Neben meinem regulären Job bin ich abends noch putzen gegangen, damit ich meiner Tochter den Besuch auf einer Privatschule finanzieren konnte. Wir sind alles andere als faul, im Gegenteil: oft müssen wir aufgrund unserer Lese- und Schreibschwierigkeiten länger arbeiten. Außerdem: Viel wichtiger, als mit dem Finger auf manche Menschen zu zeigen ist mir, dass es Grundbildung für alle gibt – erst recht für Menschen, die von Armut betroffen sind.“



© Frederike Coring, vhs Tempelhof-Schöneberg

1.4 Besondere Formate

- z.B. anlässlich des Weltalphabetisierungstags oder auf Messen, in Theatern usw.
- Quiz → am Infostand, in Bars oder Pubs, auf Messen wie der Leipziger Buchmesse. Über Humor und Spielfreude wird Fachwissen vermittelt. Während die Sieger ermittelt werden, können Interviews / Gesprächsrunden mit Lernbotschafterinnen und Lernbotschaftern geführt werden.
- Bingo → die einzelnen Zahlen lassen sich sehr gut mit Fachwissen füllen, zum Beispiel die Zahl 8 → am 8. September ist Weltalphabetisierungstag. Sehr niedrigschwellig, alle können teilnehmen, ohne dass spezielles Wissen vorausgesetzt wird. Spielerische Vermittlung von Fachwissen



1.4 Besondere Formate

- ein Schiff mieten und Banner an den Seiten anbringen, Schilder hochhalten, an den verschiedenen Stopps die Bevölkerung aufsuchend beraten
- Künstler:innen → wirken motivierend auf Passant:innen. Dadurch gelingt Kontakt zu Zielgruppen, die sonst für eine aufsuchende Beratung nicht stehen geblieben wären



1.5 Vernetzung

- Neben aufsuchender Beratung von gering Literalisierten und vom mitwissenden Umfeld sowie der Sensibilisierung der Öffentlichkeit bietet die ALFA-Mobil-Aktion Anlass, lokale Akteur:innen zu vernetzen, die Berührungspunkte mit gering Literalisierten haben
- Akteur:innen lernen lokale Grundbildungsanbieter und Lernangebote sowie weitere Lernmöglichkeiten wie das *vhs-lernportal* kennen
- Eingeladene Akteur:innen erhalten fachliches Wissen von den
→ wissenschaftlichen Mitarbeiter:innen
Akteur:innen werden zu Multiplikator:innen und können Betroffene besser erkennen und eine erste Lern- bzw. Verweisberatung bieten

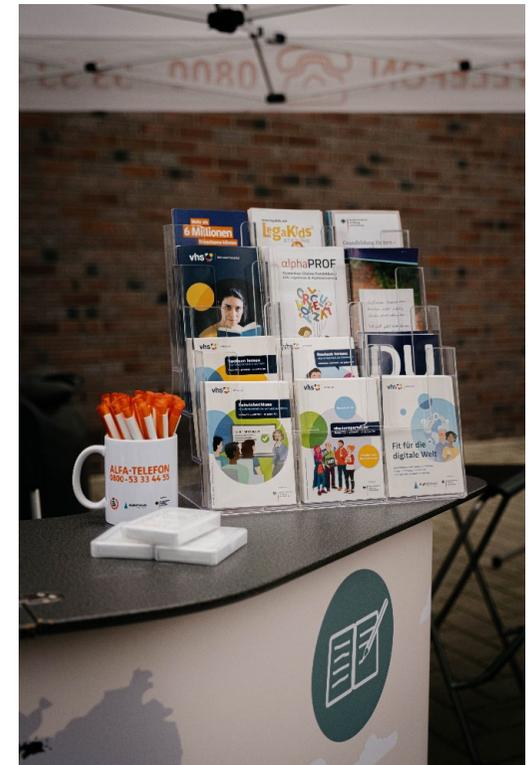
1.5 Vernetzung

- Durch Netzwerkaufbau werden auch Kooperationen ermöglicht, beispielsweise zwischen den Grundbildungsanbietern und Betrieben, Kultureinrichtungen, Vereinen usw., die von Vereinbarungen über (regelmäßige) Sensibilisierungs-Schulungen bis hin zu Einrichtungen von zusätzlichen Lernangeboten reichen können.
- Für die Netzwerkpflge eignen sich z.B.:
 - Mailverteiler
 - Institutionalisierte Austauschformate wie runde Tische, Arbeitskreise und Alpha-Bündnisse.

1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Bildung

- Andere Grundbildungsanbieter wie Volkshochschulen, Mehrgenerationenhäuser und sonstige Träger
- Bildungsberatungen
- Andere Bildungseinrichtungen, insbesondere Träger der Erwachsenenbildung, aber auch der außerschulischen Jugendbildung
- Kindergärten und Kindertagesstätten: Über frühkindliche Bildungs- und Erziehungseinrichtungen können sowohl Erzieher:innen als auch Eltern für die Relevanz von frühkindlicher Lese-Förderung und Vorlesen sensibilisiert werden. Außerdem können Erzieher:innen gering literalisierte Eltern auf Grundbildungsangebote hinweisen.
- Grundschulen: Im Rahmen der Elternarbeit können Lehrkräfte oder Schulsozialarbeiter:innen gering literalisierte Eltern erreichen.
- Weiterführende Schulen und Berufsschulen: Personal an Schulen kann Jugendliche mit Lese- und Schreibschwierigkeiten über Lernangebote informieren, die nach Beenden der Schule aufgesucht werden können.



1.5 Vernetzung – Akteur:innen



Arbeit

- Jobcenter: Laut LEO 2018-Studie sind gering literalisierte Menschen überdurchschnittlich häufig betroffen von Erwerbslosigkeit, insbesondere auch über längere Zeit. Sensibilisierte Teamleiter:innen, Fallmanager:innen und Berater:innen bei Jobcentern sind deshalb wichtige Multiplikator:innen, die in Grundbildungsangebote vermitteln können.
- Agentur für Arbeit
- Betriebe vor Ort, zum Beispiel in den Branchen Nahrungsmittelzubereitung, Reinigung, Bauen, Transport, Gastronomie und Textil: In Branchen wie diesen sind insbesondere Hilfsarbeiter:innen häufig gering literalisiert. Betriebe können arbeitsorientierte Grundbildungskurse einrichten oder ihre Mitarbeiter:innen an bestehende Angebote verweisen.
- Träger der Jugendberufshilfe, die berufsvorbereitende Bildungsmaßnahmen und ausbildungsbegleitende Hilfen anbieten

1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Beratung & Soziale Arbeit

Gering literalisierte Erwachsene sind vulnerabel hinsichtlich sozialer Problemlagen wie materielle Armut.

- Sozialberatung
- Schuldenberatung
- Drogenberatung
- Wohnungslosenberatung
- Streetworker, Kältehilfen und Notunterkünfte für Wohnungslose
- Örtliche Tafel und Suppenküchen
- Jugendzentren
- Bildungs- und Beratungsakteur:innen im Sozialraum, wie Stadtteil- und Quartiersmanager:innen



1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Inklusion

- Anlaufstellen für Menschen, die behindert werden, sowie deren Angehörige
- Lebenshilfe und Werkstätten für Menschen, die behindert werden

Integration

- Integrationsbeauftragte
- Selbstorganisierungen von Migrant:innen



1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Kultur & Freizeit

- Stadtbüchereien, die mit einem Bücherangebot und Lesungen in einfacherer Sprache zu inklusiveren Orten werden
- andere Kultureinrichtungen wie Museen, Theater etc., die ihr Programm für gering Literalisierte öffnen können.
- Religionsgemeinschaften
- Vereine, wie z.B. Sportvereine



1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Selbsthilfe & Ehrenamt

- (Koordinierungsstellen von) Selbsthilfegruppen
- Ggf. Selbsthilfegruppen von gering Literalisierten
- Stellen der Ehrenamtskoordination

Gesundheit

- Ärzt:innen, insbesondere Hausärzt:innen, und Krankenhäuser: Ort der medizinischen Versorgung werden von den meisten Menschen aufgesucht. Sensibilisiertes Personal kann gering Literalisierte, die an den Orten mit Schriftsprache konfrontiert werden, erkennen und ansprechen. Zudem eignet es sich, in Wartezimmern auf Grundbildungsangebot aufmerksam zu machen.



1.5 Vernetzung – Akteur:innen

Politik, Behörden & Co.

- Bürgermeister:innen
- Landrät:innen
- Andere relevante politische Amtsträger:innen
- Bürgerbüros
- Ämter
- Behörden und sonstige Orte der Stadtverwaltung, die im direkten Kontakt mit Bürger:innen stehen
- Amts-, Jugend- und Sozialgericht





2. Schulungen

- 2.1. Planung und Schulungsformate
- 2.2. Wissenswertes zur „ALFA-Mobil-Schulung“
- 2.3. Auswahl der Inhalte
- 2.4. Übungen in der Schulung
- 2.5. Antworten auf schwierige Fragen

2.1 Planung und Schulungsformate:

- Beim Planen der Schulungen ist auf eine ausreichende Vorlaufzeit zu achten. Das Bewerben der Schulung, Einladen von Teilnehmer:innen bzw. der Anmeldeprozess sowie ggf. die Raumfindung benötigen Zeit.
- Zur Schulung eingeladen werden können Personen aus unterschiedlichsten Berufsfeldern und Institutionen, die als Multiplikatoren fungieren und in ihrer beruflichen Tätigkeit mit der Zielgruppe der gering Literalisierten in Kontakt kommen können, z.B. Mitarbeitende in Jobcentern oder medizinisches Personal
- Beteiligt an der Durchführung der Schulung sind ein:e Referent:in, ein:e Lernbotschafter:in und ggf. eine weitere Person als Backup sowie für technischen Support und die Betreuung des Chats in der Videokonferenz.
- Die ALFA-Mobil-Sensibilisierungsschulung „Wissen, Erkennen, Helfen“ kann in zwei Formaten angeboten werden.
 - Schulung vor Ort und in Präsenz beim jeweiligen lokalen Kooperationspartner
 - Online-Option über ein Videokonferenztool wie Zoom
- Kommen die Teilnehmenden der Schulung aus dem gleichen Ort oder der gleichen Institution, ist eine Präsenzsulung möglich – soll die Schulung jedoch „offen“ sein für Interessierte aus dem gesamten Bundesgebiet, vereinfacht das Online-Format die Durchführung.

2.2 „Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Schulung“

- Zur Erleichterung der Informationsvermittlung bzgl. organisatorischer Fragen zur Sensibilisierungsschulung wird im Projekt ALFA-Mobil das PDF-Dokument „Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Schulung“ genutzt.
- Ermöglicht eine gebündelte Übermittlung der relevantesten Informationen rund um die Schulung und bietet den Vorteil, dass den Organisatoren alle relevanten Informationen dauerhaft zum Nachschlagen zur Verfügung stehen.

Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Schulung



Kontakt

Susann Günther, 030 857 335 50
s.guenther@alphabetisierung.de

Adrian Eppel, 030 857 570 83
a.eppel@alphabetisierung.de

Ein Projekt des
 Bundesverband
Alphabetisierung
und Grundbildung e.V.

 AlphaDekade
2016-2026

GEFÖRDERT VOM
 Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

2.2 „Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Schulung“



Unsere Lernbotschafter*innen

... geben dem Thema „geringe Literalität“ ein Gesicht. Sie sind aktiv in die Schulung mit eingebunden und berichten aus ihrem eigenen Leben, von ihrem persönlichen Weg in den Grundbildungskurs und beantworten gerne Ihre Fragen.

...berichten über

- Kindheit und Schulbildung
- Den Alltag mit Lese- und Schreibschwierigkeiten
- Ihren beruflichen Werdegang
- Persönliche Stärken, Fähigkeiten und Ressourcen
- Wie die Ansprache einer betroffenen Person gelingen kann
- Motivation zum Besuch eines Kursangebots
- u.v.m.



- Folgende Inhalte finden sich im „Wissenswert“-Dokument:
 - Fotografische Vorstellung einer Schulungssituation. Dies soll dazu dienen, eine Vorstellung vom generellen Schulungsrahmen zu geben.
 - Informationen rund um die Anfrage einer Schulung. Interessenten finden sofort die für sie korrekte Ansprechperson mitsamt Kontaktdaten.
 - Informationen zu Länge, Format und möglichen einzuladenden Teilnehmern für die Schulung. So können die wichtigsten Informationen auch direkt schriftlich von Kooperationspartner:innen in ein Einladungsschreiben übernommen werden.
 - Übersicht über die notwendigen (technischen) Voraussetzungen.
 - Übersicht zu den Lernbotschafter:innen des ALFA-Mobils, die bei jeder Schulung einen aktiven Teil übernehmen.

2.2 „Wissenswertes zur ALFA-Mobil-Schulung“

- Checkliste mit den wichtigsten zu bearbeitenden Punkten, die von dem Kooperationspartner abgearbeitet werden kann. Sie hilft, einen Überblick über erledigte und noch offene Aufgaben zu geben.

Checkliste zur ALFA-Mobil-Schulung



- Termin bestätigt
- Schulungszeit und -dauer abgesprochen
- Bei Präsenzveranstaltungen: Raum gefunden, technische Ausstattung überprüft und Schulungs-Adresse ans ALFA-Mobil weitergeleitet
- Bei Online-Schulungen: Zoom-Nutzung geprüft/Fremdsoftware abgesprochen
- Mobile Telefonnummer für Notfälle weitergegeben
- Einladungen verschickt
- Eigene Materialien für Teilnehmende gepackt



2.3 Auswahl der Inhalte:

- Menschen, die in ihrem beruflichen Kontext auf gering Literalisierte treffen, werden über das Thema im Allgemeinen informiert und dazu geschult und aufgeklärt, wie man betroffene Personen erkennen und wie eine sensible Ansprache gelingen kann.
- Darüber hinaus werden die Teilnehmenden befähigt, sich selbständig über lokale Kurs- und Hilfsangebote zu informieren und betroffene Personen in einem Gespräch an entsprechende Stellen weiterzuvermitteln.
- Folgende Inhalte sind Teil der ALFA-Mobil-Sensibilisierungsschulung und sind für Multiplikatoren aus unterschiedlichsten Bereichen ausgewählt worden. Bei Bedarf werden die Schulungen für besondere Multiplikatorengruppen (bspw. medizinisches Personal) erweitert bzw. angepasst.
- Die ALFA-Mobil-Schulung unterteilt sich in 3 Hauptbereiche „Wissen“, „Erkennen“ und „Helfen“.

2.3 Auswahl der Inhalte:

- Für einen persönlichen und interaktiven Einstieg in die Thematik startet die Schulung mit der Abfrage von Leseanlässen bei den Teilnehmenden. Dies ermöglicht es, bei ihnen das Bewusstsein dafür zu wecken, dass Lesen weitaus mehr ist, als das freizeitliche Lesen von Literatur und dass sich Leseanlässe durch den gesamten Alltag ziehen. So wird ein erstes Gespür dafür geweckt, was es bedeuten kann, Schwierigkeiten beim Lesen und Schreiben zu haben und wie sich das auf den Alltag auswirkt.
- Nach der Sammlung von Leseanlässen folgt eine kurze Vorstellung des ALFA-Mobil-Projekts und dessen Arbeits-Schwerpunktbereiche. Dies dient dazu, die Arbeitsbereiche des Projekts über die Schulung hinaus bei den Teilnehmenden bekannt zu machen und aufzuzeigen, welche anderen Unterstützungsmöglichkeiten das Projekt bietet, sodass die Teilnehmenden im Anschluss an die Schulung ggf. weitere Formate beim Projekt anfragen.
- Um den Schulungsteilnehmenden einen Einblick in die große Individualität von Wissensständen bei gering Literalisierten zu geben und eine Basis für die spätere Betrachtung von Alpha-Leveln zu legen, werden im Verlauf der Schulung mehrere Schriftproben aus einem Lese- und Schreibkurs präsentiert.

2.3 Auswahl der Inhalte:

- Die Schulung enthält verschiedene praktische Übungen. Diese praktischen Übungen sind ein Kernelement der Schulung, da sie es den Teilnehmenden ermöglichen, zu erfahren, wie es sich anfühlt, sich einzelne Buchstaben oder Wörter erarbeiten zu müssen, wesentlich länger als normalerweise zum Lesen eines Textes zu brauchen und was es bedeutet, einen Text nicht sinnentnehmend lesen zu können.
- Das Hauptaugenmerk des ersten Teils der Schulung „Wissen“ liegt auf der Vermittlung relevanter und für die Teilnehmenden ggf. überraschender Fakten und Zahlen aus der LEO-Studie 2018 und gibt ihnen eine klare Definition des Begriffs selbst sowie der Alpha-Level, die geringe Literalität ausmachen.
- Näher betrachtet werden der Anteil gering Literalisierter an der erwachsenen Bevölkerung in Deutschland und die Verteilung der Betroffenen in den Alpha-Leveln, prozentuale Verteilung im Hinblick auf Geschlecht, Herkunftssprache und Altersgruppen, die Berufstätigkeit und primäre Tätigkeitsbereiche, in denen gering Literalisierte arbeiten und der formelle Bildungsstand gering Literalisierter.
- Darüber hinaus wird intensiv auf die Lebenswelt Betroffener eingegangen und näher betrachtet, in welchen Lebensbereichen geringe Literalität zu Einschränkungen führen kann und welche Konsequenzen dies mit sich bringen kann. Um mit einem positiveren Blick auf geringe Literalität weiter in die Beratungs- und Vermittlungstätigkeit zu gehen, schließt sich eine Übersicht an Stärken und Fähigkeiten Betroffener an, die dabei helfen, das „Stigma“ der geringen Literalität aufzulösen und positive Aspekte in den Vordergrund zu rücken.

2.3 Auswahl der Inhalte:

- Neben dem Blick auf wichtige Zahlen und Fakten ist ein weiterer elementarer Bestandteil des „Wissen“-Teils die Betrachtung der Ursachen und Hintergründe geringer Literalität. Sie dient dazu, bei den Teilnehmenden eine Sensibilität dafür zu schaffen, dass die Ursache geringer Literalität nicht in der Person oder mangelnder Anstrengung begründet liegt, sondern vielmehr in strukturellen gesellschaftlichen Problemen zu verorten ist.



Einblick in die Broschüre „Geringe Literalität in Deutschland“, BVAG

2.3 Auswahl der Inhalte:

- Die beiden letzten Teile der Schulung, „Erkennen“ und „Helfen“, zielen auf die berufliche Realität der Schulungsteilnehmenden ab und haben zum Ziel, diese in ihrer beruflichen Tätigkeit im Umgang mit Betroffenen zu stärken und praktische Lösungsoptionen an die Hand zu geben.
- Der Punkt „Erkennen“ befähigt die Teilnehmenden, nach der Schulung in ihrer beruflichen Tätigkeit Anzeichen für geringe Literalität bei Personen auszumachen.
- Der Teil „Helfen“ stellt dann konkrete Gesprächssituationen in den Vordergrund und ermöglicht es, sich eine Vorstellung davon zu machen, wie ein solches Gespräch ablaufen kann und worauf geachtet werden sollte. Zudem werden den Teilnehmenden Tipps für den Gesprächseinstieg und verschiedene Hilfsmöglichkeiten (z.B. das ALFA-Telefon) an die Hand gegeben, um Betroffene bestmöglich zu unterstützen.



   **ALFA-TELEFON**
0800-53 33 44 55

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Wörter erkennen
- Leseübung, die das Phänomen geringe Literalität verdeutlicht
- Ausführung: Stummschaltung aus, Schreibbeispiele fliegen rein, wenn Sie etwas erkennen, rufen Sie es rein
- Ziel: Zu sehen ist ein Wortbeispiel aus einem Lese- und Schreibkurs und zeigt, wie unterschiedlich die Wissensstände der Lernenden sind
 - Einzelne Buchstaben
 - Wortebene
 - Druck-/Schreibschrift wechselt
 - Groß-/Kleinschreibung wechselt
 - Getrennt- und Zusammenschreibung wechselt
 - Teilweise mit Rechtschreibfehlern
 - Teilweise etwas dazugemalt, Ziffern
 - Unsicherheiten
- Die Übung verdeutlicht zudem, welche Anforderungen durch die Heterogenität auch auf die Lehrkräfte warten.

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Leseübung, die das Phänomen geringe Literalität verdeutlicht

Im Lese- und Schreibkurs

„ ich wollte immer lesen und schreiben lernen
zum Beispiel Briefe lesen können.
Bei Elternabende Protokolle schreiben können
Hausaufgaben vom mein Kindel
Kontrolle können,
ich möchte Hauptschule Abschluss machen“

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Leseübung, die das Phänomen geringe Literalität verdeutlicht
- Ausführung: Stummschaltung aus, vorlesen lassen (auch zeilenweise möglich), dann Einordnung in Alpha-Level
- Ziel: Wie genau sehen die Ausprägungen aus? → Alpha-Levels. Die Teilnehmenden sollen ein Gefühl dafür bekommen, wie groß die Bandbreite unter den Erwachsenen mit Lese-Schreibschwierigkeiten ist.
- Hier zwischen Alpha-Level 3 und 4, nicht scharf abgrenzbar, sondern situationsbedingt fluktuierend (hier: Mischung aus Druck- und Schreibschrift, teils fehlerhafte Worttrennung, fehlerhafte Groß- und Kleinschreibung)

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Lesen auf Alpha-Level 2-3
- Leseübung, die einem das Gefühl vermitteln soll, wie es sich auf Alpha-Level 2-3 liest.
- Ausführung: Stummschaltung aus, vorlesen lassen (auch zeilenweise möglich)
- Ziel: Vorlesen, um sich in Alpha-Level 2-3 hineinversetzen zu können
 - Wie geht es Ihnen? (Emotionen)
 - Wie sind Sie vorgegangen? (Strategien)
 - Man kann den Text lesen, aber sinnentnehmendes Lesen ist schwierig, dauert länger
 - Was ist gemeint? Sinn entnehmen nochmal schwieriger! Konzentration aufs Lesen sorgt dafür, dass er nicht auf Anhieb entnommen werden kann. (Lösung: Lächeln)

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Lesen auf Alpha-Level 2-3

Lesen auf Alpha-Level 2-3

Esk ost etni chtsa bere sgib tvi el
Esma chtde nre ichde resb ek ommt
ohn edend eresg ibtär merz uma chen
Esda uer tnure inena uge nbli cka berdi
eer in ne rung b lei btman chmalf ürim
mer.

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Beispiel aus einem Lese- und Schreibkurs vorlesen
- Leseübung, die das Phänomen geringe Literalität verdeutlicht
- Ausführung: Stummschaltung aus, vorlesen lassen (auch zeilenweise und wortweise möglich)
- Ziel: Neben dem ersten Textbeispiel, soll hier ebenso fürs Schriftbild und das Alpha-Level sensibilisiert werden.
 - Hinweis Groß- und Kleinschreibung
 - Druck-/Schreibschrift gemischt
 - Start, Fehler, neuer Ansatz eine Zeile darunter
 - Name wie gemalt, muss öfters geschrieben werden, quasi „auswendig gelernt“ (vgl. Kinder, die früh nur ihren Namen schreiben können)
 - Unklares, verzerrtes Schriftbild
 - Lernende haben unterschiedliche Schriftbilder und erkennen eigenes oft nicht wieder
 - Frage: Können die TN erraten, welches Alpha-Level hier vorherrscht?

2.4 Übungen in der Schulung:

- Im Lese- und Schreibkurs: Beispiel aus einem Lese- und Schreibkurs vorlesen

Beispiel aus dem Lese- und Schreibkurs

ich will eine Lehre machen

Dann bin ich Maurer

++

früher will ich lesen und schreiben lernen

Suchen Sie (Ralf)

„Ich will eine Lehre machen. Dann bin ich Maurer.“

Vorher will ich lesen und schreiben lernen.“

Ralf, 22 Jahre, Kursteilnehmer

2.4 Übungen in der Schulung:

- Symbolschrift-Übung

Praktische Übung

Ετωα φεδερ αχητε Ερωαχησενε ιν
Δευτσηλανδ ηατ γροσσε Προβλεμε βειμ
Λεσεν υνδ Σχηρειβεν.

Δασ βεδευτετ, δασσ αυχη ιν [Ορτσανγαβε]
ινσγεσαμτ [Ανζαηλ] φυνκτιοναλε
Αναλπηαβετεν λεβεν, διε αυφ
Υντερστυετζυγγ ανγεωιεσεν σινδ.

2.4 Übungen in der Schulung:

- Symbolschrift-Übung
- Schreibübung, die das Phänomen geringe Literalität verdeutlicht
- Ausführung: Teilnehmende bekommen ein Symbolschrift-Alphabet ausgehändigt und müssen den Text in Einzelarbeit übersetzen. 10 Minuten Zeit, der Text muss nicht zwingend am Ende komplett übersetzt sein, Druck machen durch Hinweise auf verbleibende Zeit, auf fertige TN hinweisen, danach Stummschaltung aus, vorlesen lassen (auch satzweise möglich)
- Ziel: Teilnehmende sollen ein Gefühl dafür bekommen, wie anstrengend es ist, so einen Text zu übersetzen bzw. zu lesen. Der Stress und Zeitdruck und ggf. Peinlichkeit, die in diesem Moment entstehen, sollen sensibilisieren für die Lebenswelt von leseungeübten Menschen. Die Übung dient dem Zweck, die Inhalte der Schulung nicht nur rational zu verstehen, sondern auch zu erleben
 - Emotions-Auswertung: Frust im Raum?
 - Strategien-Auswertung
 - Hier geschützter Raum, stellen Sie sich vor wie es Menschen im Alltag geht, die etwas lesen/vorlesen müssen und das bei viel längeren Texten

2.5 Antworten auf schwierige Fragen:

- Auf Studien und Fachliteratur verweisen (LEO-Studie, ALFA-Mobil Broschüre, etc.)
- Auf andere Expert:innen verweisen (Legasthenie →BVL, Jobcenter, BAMF, etc.)
- Frage an die Gruppe zurückgeben, kann evtl. jemand aus der Runde die Frage beantworten? Gerade bei speziellen Fragen zum Beispiel beim Jobcenter können die Kolleg:innen oftmals helfen.
- Sollte man keine Antwort wissen, kann man sich die Frage notieren und im Anschluss an die Schulung per Mail die Antwort nachreichen. Eine Liste mit nützlichen Links wird in jedem Fall verschickt.
- Wenn man bereits mit gering literalisierten Erwachsenen gearbeitet oder Erfahrungen gemacht hat, kann man auch dieses Wissen einsetzen.



3. Presse

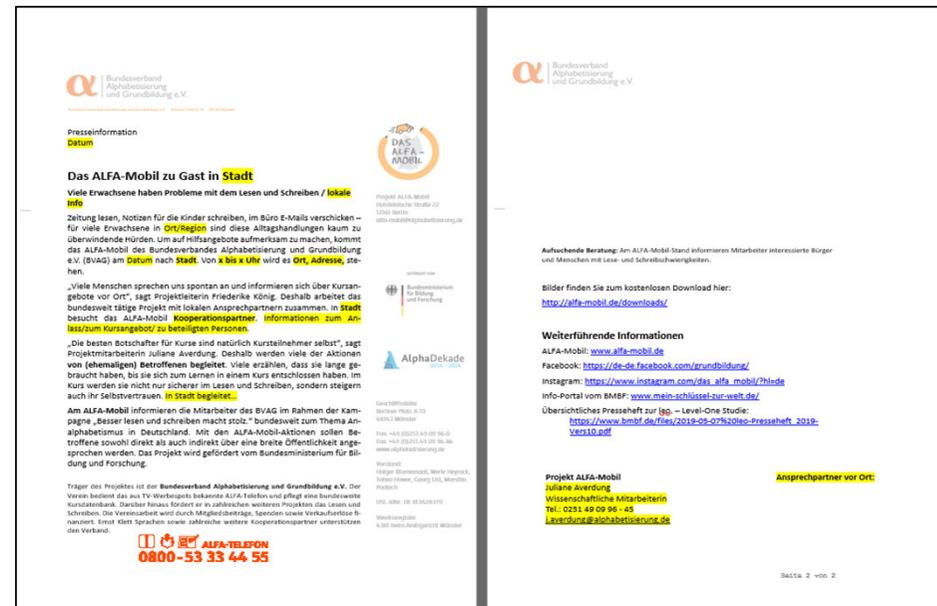
3.1 Pressemitteilungen

3.2 Pressearbeit während und nach der Aktion

3.3 Presseanfragen allgemein

3.1 Pressemitteilungen für Aktionen

- Allg. Presseinfo wird gemeinsam mit Kooperationspartner:innen erstellt (ALFA-Mobil sendet ein Muster mit dem „Grundgerüst“)
- Inhalte die wichtig sind: Ort, Datum, Uhrzeit, geschätzte Anzahl von lokalen Betroffenen laut der aktuellen LEO-Studie (siehe Berechnungsschlüssel), Kooperationspartner:innen vor Ort, Infos zum Projekt (Wissenstransfer, Förderung BMBF, BVAG), Angaben zu Lernbotschafter:innen und Lernangebot vor Ort
- Die Presseinfo wird ca. eine Woche im Vorfeld an die entsprechenden Presseverteiler gesandt.
- Presseverteiler erhält man entweder über Kooperationspartner:innen vor Ort oder über eigene Recherche
- Wichtig sind die Kontaktdaten, für Rückfragen der Presse



3.2 Pressearbeit während der Aktion

Presse kommt nicht immer angekündigt zur Aktion → Immer darauf vorbereitet sein.

Pressemappe vorbereiten: Pressemitteilung, Infos zum Projekt, Broschüre „Wissen, Erkennen, Helfen“, Infos zum Angebot vor Ort, Infos zum BVAG, ALFA-Telefon, Infos zur Kampagne, Kuli und Postkarten, Baumwolltasche oder andere Give-aways, Visitenkarte mit Kontaktdaten

- Mit Lernbotschafter:in (LB) im Vorfeld klären, ob ein Interview in Ordnung ist. NIEMAND ist dazu verpflichtet.
- Einverständnis bei Fotos von LB für die Presse im Vorfeld klären
- Wichtige Details sind: **Funktionaler** Analphabetismus, nicht Analphabetismus bzw. „Lese- und Schreibschwierigkeiten“
- Wenn LB interviewt wird (und evtl. unerfahren ist), mit einem Ohr zuhören und ggfs. einschreiten, wenn persönliche Grenzen überschritten werden oder Unterstützung gefragt ist → wir schützen LB vor negativer Presse
- Im Interview immer versuchen Grundinfos zum Projekt, zum BVAG, der BMBF-Förderung/AlphaDekade und ALFA-Telefon unterzubringen
- Presse um Mitschnitt des Interviews oder den Artikel bitten, wenn es zur Veröffentlichung kommt
- Eigene Visitenkarte der Presse mitgeben



3.3 Presseanfragen allgemein

Erörtern, was der Schwerpunkt des Interviews sein soll, welcher Rahmen, Verlag, etc.

Wenn es um ein Interview mit einem Lernbotschafer (LB) geht unbedingt abklären, welche Fragen gestellt werden, bevor die Anfrage an LB weitergeleitet wird

Ggfs. LB unterstützen bei einem Interview → Büro, Skype, ZOOM, etc.

Nach einer Aufwandsentschädigung erkundigen, wenn es um eine Presseanfrage für ein Interview mit einem LB geht. Hintergrund: die Person nimmt sich extra Zeit, Urlaub auf der Arbeit, etc. = Wertschätzung

Wenn es möglich ist, immer nach dem fertigen Interview/Artikel fragen, um ggfs. noch Korrekturen vorzuschlagen

Infos zum ALFA-Mobil, BMBF-Förderung und Kampagne, Träger (BVAG), ALFA-Telefon einbringen

Checkliste für Presseanfragen/ speziell für Interviews mit Lernenden	
Vorab bestenfalls per Telefon zu besprechen	
☐	Wo wird der Beitrag erscheinen?
	Wer erstellt den Beitrag und führt das Interview durch?
	Welche Person/en möchten Sie befragen? (Lernende, Bildungsexperten des Bundesverbandes, Pressesprecher)
	Sollte diese Person besondere Kriterien erfüllen? (z.B. berufstätig, (m/w), Migrationshintergrund)
	Was beinhaltet der Beitrag? (Fotos, Videoaufnahmen, Text ...) Umfang des Beitrags?
	Wo kann das Interview stattfinden (bundesweit, Region, Stadt?)
	Wann soll das Interview durchgeführt werden?
	Für wann ist die Veröffentlichung des Beitrags geplant?
	Wie stellen Sie sich den Ablauf der Rechercharbeiten und des Interviews vor?
	Welche Themen interessieren Sie besonders?
	Gibt es festgelegte Fragen, auf die sich die Beteiligten im Vorfeld vorbereiten können?
	Gibt es sonstige Besonderheiten, die im Vorfeld bedacht/ vorbereitet werden sollten? (z.B. benötigte Materialien)
	Ist es möglich, das die Lernerin oder der Lerner von uns begleitet wird?
	Wie sehen Ihre Regelungen für Aufwandsentschädigungen aus?
	Gibt es die Möglichkeit, dass wir den Beitrag vor der Veröffentlichung betrachten können?
	Wir empfehlen, die Nummer des ALFA-Telefons einzubinden und senden Ihnen die Grafik zu. Haben Sie die Möglichkeit, die Nummer in Ihren Beitrag einzubinden?
	Sofern die betreffenden Projekte und Institutionen im Beitrag aufgeführt werden, empfehlen wir die Einbindung der Grafiken z.B. BVAG, ALFA-Mobil, ALFA-Media, lokale Kursanbieter.



4. Social Media

4.1 Einführung

4.2 Textinhalt

4.3 Sprachregister

4.4 Bilder

4.5 Sonstiges

4.1 Einführung

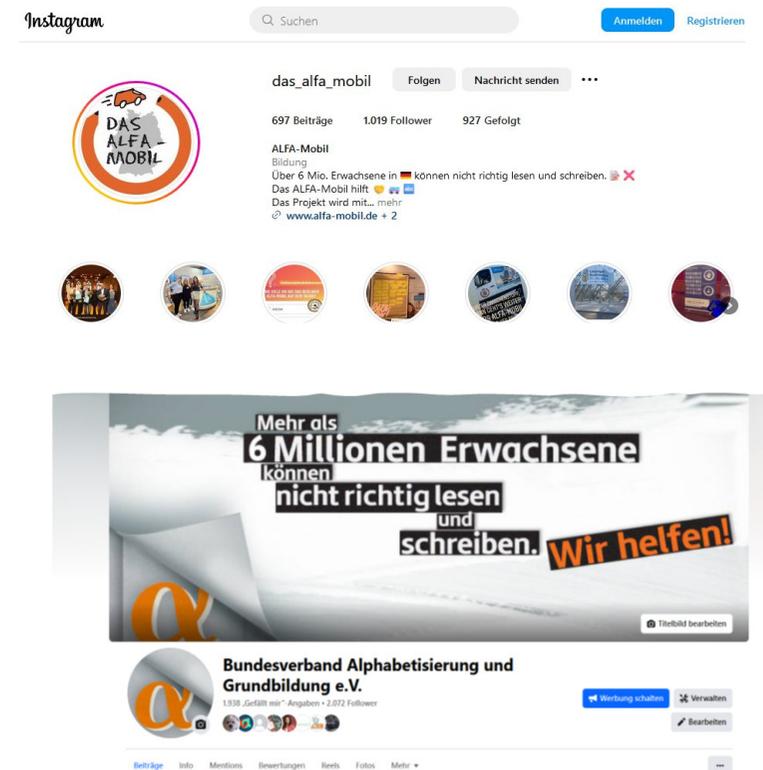
Beiträge, bestehend aus mindestens einem Bild und kurzem Text, werden bei jeder Öffentlichkeitsaktion oder anlassbezogen auf den Social Media-Plattformen Instagram und Facebook veröffentlicht.



Benutzername: „das_ alfa_mobil“



Benutzername: „Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung“
(ALFA-Mobil-Beiträge werden mit „#alfamobil“ gekennzeichnet.)



4.1 Einführung

Der Social Media-Auftritt des ALFA-Mobils dient:

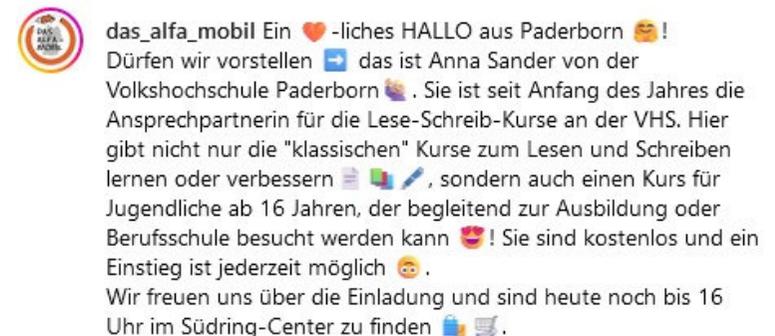
- der Ankündigung und Dokumentation von Aktionen und Aktivitäten
- der Information für Interessierte aus der fachlichen Community
- der Vernetzung mit Kooperationspartner:innen und Multiplikator:innen
- der Sensibilisierung der allgemeinen Öffentlichkeit und des mitwissenden Umfelds
- der Ausweitung der Projektarbeit in den digitalen Raum.



4.2 Textinhalt

Die Beitragstexte der Postings enthalten verschiedene Inhalte:

- Was ist Anlass des Beitrags bzw. auf den Fotos zu sehen, z.B.: „Das ALFA-Mobil ist heute von 10 bis 14 Uhr zu Gast auf dem Marktplatz in Münster“.
- Es wird außerdem auf Lern- und Unterstützungsangebote aufmerksam gemacht. Bei Aktionen wird auf lokale Kooperationspartner:innen, ihre Kurs-Angebote und Kontaktmöglichkeiten, bei Beiträgen ohne lokalen oder regionalen Bezug wird auf Beratungsangebote wie das ALFA-Telefon verwiesen.
- Lokale Bezüge wie Sehenswürdigkeiten oder tagesaktuelle Referenzen wie besondere Tage, Jubiläen, parallel stattfindende Events etc. eignen sich als alternative Aufhänger.
- Auch Begegnungen vor Ort bzw. Situationen in Beratungsgesprächen können direkt in den Beitrags-Text einfließen.
- Die Texte sind positiv, motivierend, bestärkend und Mut machend.



4.2 Textinhalt

In den Beiträgen werden verschiedene Kernbotschaften der Öffentlichkeitsarbeit des ALFA-Mobils variierend platziert. Dazu zählen:

- Jede achte erwachsene Person in Deutschland hat Schwierigkeiten mit dem Lesen und Schreiben.
- Über gering Literalisierte gibt es viele Vorurteile, die abgebaut werden müssen.
- Als erwachsene Person lesen und schreiben zu lernen ist möglich.
- Es gibt verschiedene Lernanlässe, wie z.B. berufliche Weiterentwicklung.
- Lesen und Schreiben ermöglicht gesellschaftliche Teilhabe.

Diese Botschaften können anhand der **Erfahrungen und Biographien der Lernbotschafter:innen** vermittelt werden.



das_alfa_mobil "Es ist für mich eine Bereicherung, das Lesen und Schreiben gelernt zu haben und noch weiter zu lernen. Dadurch ist mein Selbstbewusstsein gestiegen, so dass ich heute ohne Scham auch ein Theater besuchen und meine Seele dort baumeln lassen kann" 📖 ✍️ 🎭 .

Armin, unser Lernbotschafter, unterstützt uns heute in der @stadthalle_singen bei der bundesweiten Theaterturnee 🗣️ "Der erste Mensch".

In der Pause konnte er einigen Theaterbesuchern an unserem Info-Stand 📌 von seinem Weg erzählen und da ist dieses schöne Zitat entstanden 🗣️ ❤️ .

4.3 Sprachregister

Die Beitragstexte bemühen sich um eine **einfachere Sprache**.

Dabei wird auf folgendes geachtet:

- die **Satzstruktur möglichst simpel** zu halten, das heißt es werden möglichst viele Haupt- und wenig Nebensätze verwendet.
- **Längere, zusammengesetzte Wörter werden getrennt** und bildungssprachlicher Jargon vermieden. Begriffe, die nicht selbsterklärend sind, werden kurz erklärt.
- Die **Schriftsprache wird durch Emojis** und andere Symbole unterstützt. Das erleichtert sinnentnehmendes Lesen auch bei ungeübteren Leser:innen und lockert den Text auf.
- Die **lockere sprachliche Formulierung** wird durch das Duzen der Leserschaft ergänzt.
- **Witze oder Sprichwörter** oder andere bekannte Slogans eignen sich als Aufhänger.
- Bei Öffentlichkeitsaktionen vor Ort können **lokale sprachliche Besonderheiten** wie Dialekt aufgegriffen werden.



das_alfa_mobil Liebelein, schön, dat do do bess! ❤️

Nachdem wir im letzten Jahr eine sehr erfolgreiche Aktion mit der VHS Rhein-Erft in Köln Pulheim hatten, stehen wir heute wieder gemeinsam im Stadtteil Wesseling und bewerben das breite Grundbildungsangebot der Volkshochschule 📖 📄 ✍️.

➡️ Denn im September starten erstmals in diesem Stadtteil die kostenlosen Lese-Schreib-Kurse für Erwachsene 🙏 🗣️. Nach den ersten Gesprächen gab es schon einige Interessenten und Multiplikatoren, die das neue Angebot sehr begrüßen 😊.

Auch die stellvertretende Bürgermeisterin Monika Engels-Welter nahm sich ausreichend Zeit um sich mit den Kollegen von der VHS und unserem Lernbotschafter Ingo auszutauschen.

Bei Interesse kann man sich bei Anastasia Knaus melden:

📞 02232 9450726!



Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung e.V. 😊 fühlt sich fröhlich mit VHS Dortmund – hier: Dietrich-Keuning-Haus ...

Gepostet von Alex Alfa

· 30. April · Dortmund · 🌐

Dortmund ist für Fußball und den Verein [Borussia Dortmund](#) bekannt 🌐 🟡 ⚫.

Damit auch das vielfältige 📖 Lese- und Schreibangebot bekannter wird, sensibilisieren wir heute vor dem Dietrich-Keuning-Haus in der Dortmunder Nordstadt. 😊

An der [VHS Dortmund](#) ist Anika Brühl für die Lese- und Schreibkurse zuständig und freut sich immer über neue Teilnehmende! ❤️

[#alfamobil](#) [#Dortmund](#) [#bvb](#) [#lesenundschreiben](#)

4.4 Bilder

Zu jedem Beitrag gibt es ein mindestens ein, meist mehrere Fotos.

Es eignen sich:

- Fotos von Lernbotschafter:innen und Kooperationspartner:innen am ALFA-Mobil-Stand;
- Fotos von Beratungs- oder Sensibilisierungsgesprächen
- Selfies und Portraits von strahlenden/lächelnden Personen wie Lernbotschafter:innen;
- Fotos mit prominenten Standbesucher:innen wie bspw. Bürgermeister:innen, Politiker:innen etc.;
- Sehenswürdigkeiten, besondere Plätze o.ä. des besuchten Ortes;
- Fotos von der Stand-Ausstattung, Materialien und Info-Flyern mit Kontaktmöglichkeiten sowie von Logos wie dem des ALFA-Telefons;
- Kreative Formate wie Detailaufnahmen, Fotomontagen o.ä.



4.4 Bilder

Zusätzlich wird bei Bildern auf Folgendes geachtet:

- Aus mindestens einem Bild sollte der Bezug zum Thema Lesen und Schreiben lernen hervorgehen.
- Die Bilder sollten zum Beitragstext passen.
- Auch Videos lassen sich in Beiträge einbringen. Sie eignen sich z.B. für Lernbotschafter:innen-Statements oder Jahresrückblicke.



das_alfa_mobil und vhs_oelde_enningerloh
Oelde



das_alfa_mobil Markttag in Oelde 🍎🍌🥗👤!

Bei strahlendem Sonnenschein ✨ informieren wir heute zusammen mit der Volkshochschule Oelde-Enningerloh alle Interessierten über das lokale Kursangebot 📖. Lernbotschafter Oliver 👤 verteilt fleißig Jutebeutel mit vielen Informationen 📖📄📑📚 rund um das Thema Lesen und Schreiben lernen für Erwachsene 📖📄📑📚. Viele Marktbesucher nehmen dieses Geschenk gerne an ❤️ und tragen die wichtigen Infos weiter 📖📄📑📚. Hoffentlich finden sich noch einige Teilnehmer für den laufenden Lese- und Schreibkurs an der Volkshochschule Oelde-Enningerloh 📖📄📑📚.

4.5 Markieren

- Auf Instagram lassen sich die Profile von Kooperationspartnern, Projektmitgelbern, etc. auf den Beitragsbildern und im Text **markieren**. Markierte Partner erhalten eine Benachrichtigung über die Markierung und können den Beitrag direkt „ liken“ und auch in der „Story“ teilen. Durch letzteres wird der Beitrag für 24 Stunden auch Follower:innen der Partner ausgespielt – seine Reichweite wird erhöht.
- Auf Facebook kann „verlinkt“ werden, das heißt das beispielweise Partner im Beitragstext so angegeben werden können, dass Nutzer:innen der Plattform auf den Namen des Partners klicken können, um die entsprechende Seite zu besuchen. Dazu muss die eigene Seite der Partner-Seite folgen. Vor dem Partnernamen im Text muss ein @ eingegeben werden, z.B. „@VHS Köln“.



 das_alfa_mobil Moiniii vom Born-Center am Osdorfer-Born  in Hamburg-Altona   !
Ein nicht allzu bekannter und gut angesehener Stadtteil, mit gerade nicht dem besten Ruf hier in Hamburg 🙄🙄 ... den wir aber heute ordentlich aufmischen und für das Thema Lesen und Schreiben sensibilisieren 📖📚📝.
Gerade das breit gefächerte Angebot der @vshamburg ist hier gut gefragt 📖💡!
Auch der wöchentliche LernTREFF in der hiesigen Bücherhalle ist eine perfekte Möglichkeit für Erwachsene die persönlichen Lese- und Schreibkenntnisse zu verbessern 📖❤️.

4.5 Hashtags

Jeder Beitrag wird mit Hashtags versehen:

- Auf der Plattform Instagram werden weit mehr Hashtags eingesetzt, da es dort im Gegensatz zu Facebook ein gängiges Mittel ist, um neue Follower:innen zu generieren.
- Themenbezogene Hashtags ermöglichen Nutzer:innen der Plattformen, Beiträge bei gezielter Suche zu finden. Sucht eine Nutzerin zum Beispiel nach dem Hashtag #alfamobil, werden ihr alle Beiträge, die mit dem Hashtag versehen wurden, angezeigt.
- Themenbezogene Hashtags werden um **allgemeinere Hashtags** erweitert werden, um Nutzer:innen der Plattformen zu erreichen, die nicht explizit nach den themenbezogenen Hashtags suchen. Beispiele wären Hashtags zum Ort, zum Bundesland, zu Wahrzeichen, zu Veranstaltungen, zum Wetter usw.

#alfamobil #1von8
#lesen #schreiben
#alphabetisierung #alfatelefon
#lernen #grundbildung
#schreibdichnichtab
#lebenslangeslernen #abc
#gemeinsamstark
#lerner #alphadekade
#bmbf #bibb #erwachsenenbildung
#volkshochschule
#mehrgenerationenhaus
#stadt
#wahrzeichen



#alfamobil
#lesen #schreiben
#stadt



4.5 Storys

- Stories bei Instagram sind **temporär sichtbare** Inhalte. Sie werden Follower:innen **24 Stunden** ausgespielt.
- Stories sind **Videos oder Fotos**, die mit **Text, Standort, Hashtags** und vielem mehr versehen werden können. Sie lassen sich mit **Musik** untermalen oder mit bewegten **Animationen (GIFs)** verzieren.
- Um die Interaktion mit Follower:innen zu erhöhen, eignen sich z.B. die **Quiz- oder Fragen-Option**, die sich in die Story integrieren lassen.
- Stories können beispielsweise den Verlauf einer Öffentlichkeitsaktion und das **Geschehen am Stand kleinteiliger dokumentieren**, einen **Blick hinter die Kulissen** bieten oder **O-Töne** wie z.B. **inspirierende Statements von Lernbotschafter:innen** einfangen.
- Auch bei dem Veröffentlichen einer Story ist ratsam, **Kooperationspartner zu markieren**, damit diese die Story wiederum direkt in ihrer Story teilen können.





5. Lernbotschafter:innen

5.1 Rolle

5.2 Netzwerk

5.3 Vorteil

5.1 Rolle der Lernbotschafter:innen



- Lernbotschafter:innen sind ehemalige Betroffene, die dem Thema Geringe Literalität eine eigene Stimme verleihen. Sie unterstützen das Projekt ehrenamtlich bei den verschiedenen Veranstaltungsformaten, d.h. sie sind sowohl bei öffentlichkeitswirksamen Aktionen als auch bei Sensibilisierungsschulungen ein fester Bestandteil des Teams und unserer Beratung.
- Sie haben die Erfahrung in einem Lese- und Schreibkurs hinter sich oder gehen noch in einen Kurs. Das heißt auch, dass sie sich auf verschiedenen Alpha-Levels befinden und dementsprechend ihre unterschiedlichen Perspektiven einbringen können.

5.2 Netzwerk an Lernbotschafter:innen



© BVAG ALFA-Mobil-Training Juli 2024

- Das Projekt verfügt über ein Netzwerk von ca. 50 Lernbotschafter:innen aus dem gesamten Bundesgebiet. Insbesondere bei Aktionen mit Infostand ist es wichtig, dass möglichst ein Lernbotschafter bzw. eine Lernbotschafterin aus der Region dabei ist und sowohl Betroffene berät und ihnen Mut macht als auch von den eigenen Erfahrungen beim Lernangebot vor Ort erzählt.
- Dadurch, dass Lernbotschafter:innen aus ganz Deutschland mit uns unterwegs sind, helfen sie uns, Vorurteile zu widerlegen (→ siehe I.4 Ansprache). Sie können nämlich bestätigen, dass es das Phänomen Geringe Literalität genau in der Region gibt. Dies wird von der allgemeinen Bevölkerung oft bestritten bzw. nicht geglaubt.
- Auch bei Sensibilisierungsschulungen sind Lernbotschafter:innen ein zentraler Bestandteil der Projektarbeit (→ siehe II.3 Schulungen).

5.3 Vorteil von Lernbotschafter:innen

- Lernbotschafter:innen verleihen dem Phänomen Geringe Literalität in fachlichen Beiträgen, in den Medien (→ III.2 Pressearbeit) sowie in der Ansprache gegenüber der allgemeinen Bevölkerung (→ II.4 Ansprache) eine erhöhte Glaubwürdigkeit und Authentizität.
- Während die wissenschaftlichen Mitarbeitenden hauptsächlich für die Vermittlung von Zahlen, Fachwissen und Erfahrungswerten zuständig sind, machen die Lernbotschafter:innen mit ihrer eigenen Lebensgeschichte das Thema greifbarer. Zudem geben sie selbst hilfreiche Hinweise aus eigener Perspektive für Kooperationspartner:innen, Multiplikator:innen und Grundbildungsanbieter:innen. Sie erfüllen also nicht nur eine allgemeine Aufklärungsfunktion, sondern sind neben Mutmacher:innen auch ganz konkret beratend tätig.



Impressum



© das Copyright aller Graphiken, Schriftproben und Fotos liegt beim BVAG, sofern nicht anders ausgezeichnet. Screenshots stammen von Social-Media-Kanälen des BVAG und des Projekts ALFA-Mobil. Sollte ein Hinweis auf Bilder Dritter irrtümlicherweise fehlen, wenden Sie sich bitte direkt an uns.

Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung e.V. (BVAG)

Berliner Platz 8-10
48143 Münster

Kontakt

E-Mail: bundesverband@alphabetisierung.de

Geschäftsstelle in Münster: 0251-490 996 0

Inhaltlich verantwortlich: Dr. Nicole Pöppel

Standort Berlin

Holsteinische Str. 22
12161 Berlin

Vertretungsberechtigte Personen

Vorstand: Holger Blumensaat, Merle Heyrock, Tabea Hower, Georg List, Marsilia Podlech
Vereinsregister 4381 | Amtsgericht Münster