Erfahrungen in der Arbeit mit MultiplikatorInnen in der Basisbildung

Ein Recherchebericht im Rahmen der ESF-Projekts Basisbildung - Systementwicklung Steiermark.

Institut für Arbeitsmarktforschung und -betreuung Steiermark
Marina Edler, Peter Stoppacher

Graz: April 2016

Bildung verbindet.

EUROPÄISCHE UNION
Diese Maßnahme wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds finanziert.
Weiterführende Informationen:
http://ec.europa.eu/esf/

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Sozialfonds

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung - Erfahrungen in der Arbeit mit MultiplikatorInnen 1
2. Arbeitsschritte und Erhebungsmethoden 2
3. Die Relevanz von MultiplikatorInnen in der Basisbildung 3
4. Basisbildungsbedarf in den Projektregionen 5
5. Do's und Don'ts in der Arbeit mit MultiplikatorInnen 6

Sensibilisierung und Aufklärung potentieller MultiplikatorInnen 7

Die „richtige“ Ansprache 9

Netzwerkarbeit und persönliche Kontakte zu Kooperationspartnern 9

Wissen um Angebote und Unterstützungsmöglichkeiten 11

6. Ideen/Erfahrungen/Versuche 11
7. Wichtige/potentielle MultiplikatorInnen 15

Auflistung aller genannten Stellen, an denen potentielle MultiplikatorInnen zu vermuten sind: 16

8. Optimierungsvorschläge 17
9. Resümee 18

Literaturverzeichnis 20

1. Einleitung - Erfahrungen in der Arbeit mit MultiplikatorInnen

Laut PIAAC haben bis zu einer Million Menschen in Österreich einen Basisbildungsbedarf. Das sind Personen, die das Bildungssystem ohne ausreichende Kenntnisse verlassen, Personen, die bestimmte Kompetenzen mangels Gebrauch wieder verlernen oder auch solche, die ohne entsprechende Kompetenzen nach Österreich gekommen sind. Mit der Initiative Erwachsenenbildung wurde das Ziel gesetzt, flächendeckend Angebote für diese Zielgruppe umzusetzen. Kursmaßnahmen vor allem auch in ländlichen Regionen sind von besonderer Relevanz, da für Betroffene eine lange Anreise, vor allem weil sie sich oftmals in einer schwierigen Arbeitsmarktsituation befinden und über wenig finanzielle Ressourcen verfügen, eine oft unüberbrückbare Hürde darstellt. Allerdings sind in vielen ländlichen Regionen bislang nur wenige Angebote umgesetzt, teilweise kamen geplante Kurse auch mangels Anmeldungen nicht zustande. Ein Grund dafür ist u.a., dass fehlende Basisbildungskompetenzen im ländlichen Raum in noch viel höherem Ausmaß als stigmatisierend erlebt werden und daher die Inanspruchnahme der (zumeist seltenen) Angebote gering ist. Häufige weitere Hürden sind Schwellenängste gegenüber der Erwachsenbildung, ein geringes Selbstbewusstsein in Bezug auf eigene Fähigkeiten, die Erreichbarkeit des Angebots und familiäre Verpflichtungen.

Die Folge ist, dass sich Anbieter und Angebote vor allem in den städtischen Regionen konzentrieren, obwohl der Bedarf auch in den ländlichen Regionen gegeben ist. Das bedeutet, dass in ländlichen Regionen besondere Strategien erforderlich sind, um Angebote zielgruppenadäquat[1] zu gestalten und sie in annehmbarer Form „platzieren“ zu können.

Auch in den beiden obersteirischen Bezirken Liezen und Murtal als ländlich geprägte Regionen gab es bislang Schwierigkeiten, ausreichend TeilnehmerInnen für Basisbildungsangebote zu erreichen, manchmal führte das dazu, dass Kurse nicht zustande kamen. Deshalb wurde mit dem Projekt „Basisbildung – Systementwicklung Steiermark“ der systematische Versuch gestartet, exemplarisch unter Nutzung von MultiplikatorInnen Wege zu finden, um diese Hürden zu überwinden, zur Enttabuisierung des Themas Basisbildung in diesen Regionen beizutragen, vertrauenswürdige Erstkontaktmöglichkeiten für Betroffene und deren Umfeld zu schaffen und potentiell Betroffenen Zugänge zu den Angeboten zu ebnen. Damit soll eine wichtige Basis geschaffen werden, dass Anbieter zielgruppenadäquate Angebote „maßgeschneidert“ gestalten können. Geschulte und „empowerte“ MultiplikatorInnen haben dabei die besondere Funktion, die Brücke zu Betroffenen und deren persönlichem Umfeld herzustellen bzw. im Sinne der Sensibilisierung, Enttabuisierung und Information regionale Schnittstellen zwischen Betroffenen, deren Umwelt und Anbietern zu bilden.

MultiplikatorInnen sind dabei Menschen, die - vor allem aus ihrem beruflichen Kontext - die Lebenswelten, Bedürfnisse und Erwartungen „ihrer“ Zielgruppen kennen und dies auch in die Angebotsplanung einbringen. Eine Herausforderung dabei ist es, potentielle MultiplikatorInnen aus unterschiedlichen Lebensbereichen zu „finden“, zu sensibilisieren und mit notwendigen Fähigkeiten auszustatten, damit sie in ihren Kontexten Betroffene und deren Umfeld ansprechen und motivieren können. Ziel ist ein Pool von qualifizierten und motivierten MultiplikatorInnen, die sowohl für Anbieter Hilfestellungen leisten, um Angebote, die auf spezielle Bedarfe unterschiedlicher Zielgruppen ausgerichtet sind, entwickeln zu können, als auch das wichtige Thema in der Region verbreiten und für Interessierte „vertrauenswürdige“ AnsprechpartnerInnen sind. Sie fungieren durch die erweiterte persönliche Ansprache von Betroffenen und deren Umfeld als Brücke zu den

[1] Adäquate maßgeschneiderte Bildungsangebote müssten beispielsweise auch auf einen zeitlich nicht zu weit entfernten absehbaren konkreten Nutzen und auf die Erfüllbarkeit von Lernanforderungen Bezug nehmen.

Bildungsangeboten und stellen mit ihren Kontakten und ihrem Zielgruppenwissen einen Beitrag zur Professionalisierung von Bildungsanbietern und TrainerInnen da.

2. Arbeitsschritte und Erhebungsmethoden

Um eine Basis für die geplante MultiplikatorInnenarbeit zu schaffen, wurde im Rahmen des gegenständlichen Projekts eine Kurzrecherche über eine erfolgreiche Einbindung von MultiplikatorInnen bzw. eine Erhebung über diesbezügliche Erfahrungen von Basisbildungsanbietern in ländlichen Regionen durchgeführt. Die Erfahrungen von Anbietern in vergleichbaren peripheren Gebieten, in denen Stigmatisierungsängste den Zugang zu den Zielgruppen besonders erschweren mit der MultiplikatorInnenarbeit sollten für die gegenständliche Arbeit genutzt werden. Vor allem die Vorgangsweisen dieser Anbieter, um MultiplikatorInnen für die erleichterte TeilnehmerInnenakquisition anzusprechen und auch kontinuierlich einzubinden, ihre Erfahrungen, welche Informationen für MultiplikatorInnen wichtig sind, um potentielle TeilnehmerInnen an Basisbildungsangeboten ohne zu stigmatisieren oder einzuschüchtern anzusprechen und für die Teilnahme motivieren zu können, sowie die bestmöglichen Formen der Kooperation mit MultiplikatorInnen im Sinne einer kontinuierlichen Pflege und Erweiterung des Pools an MultiplikatorInnen zu eruieren, stehen dabei im Fokus. Die Ergebnisse sind sowohl für die strategische Ausrichtung der MultiplikatorInnenarbeit als auch für die Inhalte des Curriculums zum „Empowerment“ der MultiplikatorInnen von Relevanz.

Erhebungsinstrumente dafür sind themenzentrierte und leitfadengestützte Interviews vor Ort bzw. telefonisch Befragungen von Verantwortlichen jener Anbieter, die Basisbildungsangebote in den Regionen außerhalb der Zentren in den Bundesländern Niederösterreich, Oberösterreich, Tirol, Steiermark, Burgenland, Kärnten, Salzburg und Vorarlberg umsetzen. Diesen Erhebungen vorgeschaltet waren eine Literatur- bzw. Internetanalyse zum Thema Einbindung von MultiplikatorInnen, profitiert wurde auch von der Kenntnis von Akquisitionsstrategien von Anbietern, die im Rahmen der Evaluation der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung kontaktiert wurden.[2] Mit diesen Arbeitsschritten wurde eine Vorauswahl getroffen, bei welchen Anbietern explizit MultiplikatorInnen bei der Akquisition potentieller TeilnehmerInnen eine Rolle spielen.

Die Erhebungen zum Thema MultiplikatorInnen im Bereich Basisbildung fanden im Zeitraum November 2015 bis Jänner 2016 statt. Kontaktiert wurden neun Einrichtungen[3] aus unterschiedlichen Bundesländern, dabei wurden elf Personen befragt. In drei Einrichtungen wurden Interviews vor Ort geführt, bei den anderen wurden Telefoninterviews eingesetzt. Zusätzlich ersuchten manche Kontaktierte um die Zusendung der wichtigsten Leitfragen und beantworteten diese schriftlich bzw. sandten exemplarisches Material für die Sensibilisierung der MultiplikatorInnen mit, z.B. Gesprächsleitfäden für den Erstkontakt, kurze Informationsfolder und sonstige Arbeitsmaterialien.

Die neun kontaktierten Einrichtungen haben unterschiedliche Einzugsgebiete und Zielgruppen und decken mit Ausnahme Wiens alle Bundesländer ab. So gibt es große Erwachsenenbildungseinrichtungen, die in ihren Bundesländern teilweise alleiniger Anbieter von Basisbildungskursen

[2] Peter Stoppacher und Marina Edler unter Mitarbeit von Karin Reinbacher: Evaluation der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung. Im Auftrag der Initiative Erwachsenenbildung. Graz 2014.

[3] VHS Kärnten, VHS Burgenland, BHW NÖ, ISOP, Abc Salzburg, okay.zusammen.leben, VHS Tirol, Alom, VHS Salzburg/Saalfelden. Von der Einrichtung in Vorarlberg wurden zwei Personen interviewt, da sich deren Zielgruppe (Schulen, Lehrstellen versus Klientel der Offenen Jugendarbeit) hinsichtlich der Akquisition voneinander unterscheidet.

sind und mit ihren Angeboten in den letzten Jahren – auch vor dem Hintergrund des Anspruchs der Initiative Erwachsenenbildung nach einer flächendeckenden Versorgung – verstärkt in die Regionen „gegangen“ sind. Dank ihrer Größe und breiten Akzeptanz haben diese Anbieter eventuell Vorteile beim Zugang zu MultiplikatorInnen in ländlichen Regionen, trotzdem wurde die die maximal vorgesehene Gruppengröße oft bei weitem nicht erreicht, an manchen vorgesehenen Standorten kam es auch zu keiner Umsetzung. Bei anderen Anbietern handelt es sich um oft kleine und regional verankerte Einrichtungen, die in vielerlei Bereichen auch außerhalb der Basisbildung tätig sind und aus diesem Grund oft schon mit sonstigen Beratungs- und Betreuungseinrichtungen, sozialen Initiativen, Gemeinden, Behörden und vor allem mit dem AMS vernetzt sind und deshalb leichter Zugang zu den Zielgruppen finden. Ein befragter Anbieter ist im Auftrag des Landes vor allem im Bereich Integration tätig.

3. Die Relevanz von MultiplikatorInnen in der Basisbildung

Umfassende und aktive gesellschaftliche, politische und berufliche Partizipation setzt gewisse Grundkenntnisse im Bereich der sprachlichen Kompetenz, der Literarisierung, grundlegender Rechenoperationen sowie weitere Schlüsselkompetenzen voraus.[4] Anhand wissenschaftlicher Befunde und Studien wie beispielweise PIAAC[5] wird allerdings ersichtlich, dass nicht alle in Österreich wohnhafte Personen ausreichende Kompetenzen in diesen Bereichen aufweisen. So verfügen laut PIAAC 17,1% oder rund 970.000 Personen der 16-65-Jährigen in Österreich nur über niedrige Lesekompetenzen. Diese Personen können, wenn überhaupt, nur kurze Texte lesen und haben Schwierigkeiten, Informationen aus längeren Texten zu erfassen - davon waren zum Erhebungszeitpunkt rund 532.700 Personen erwerbstätig.[6]

Risikofaktoren sind geringe Sprachkenntnisse, fehlende bzw. niedrige Bildungsabschlüsse wie maximal Pflichtschulabschluss, Migrationshintergrund und ein nachteiliger sozioökonomischer Hintergrund. Rund 60% oder 532.000 Personen aus der Risikogruppe sind erwerbstätig. Zwischen den Arbeitsplatzanforderungen und Basisbildungskompetenzen wurde ein eindeutiger Zusammenhang eruiert. Je geringer die Arbeitsplatzanforderungen in Bezug auf Lesen, Schreiben, Rechnen, IKT etc. sind, desto weniger entwickelt sind oft auch die abrufbaren Kompetenzen. Dies wird mit fehlenden Trainings- und Übungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz und der geringen Partizipation an betrieblicher Weiterbildung in Zusammenhang gebracht, verwiesen wird aber auch auf persönliche Einstellungen und Verhaltensweisen, in denen Lernen und Weiterbildung keinen großen Stellenwert besitzen. Überproportional viele Risikopersonen sind Hilfskräfte bzw. kommen aus Bereichen mit niedrigen Qualifikationsanforderungen. Auch die höheren Risikoanteile bei Frauen werden durch diese Zusammenhänge erklärt.

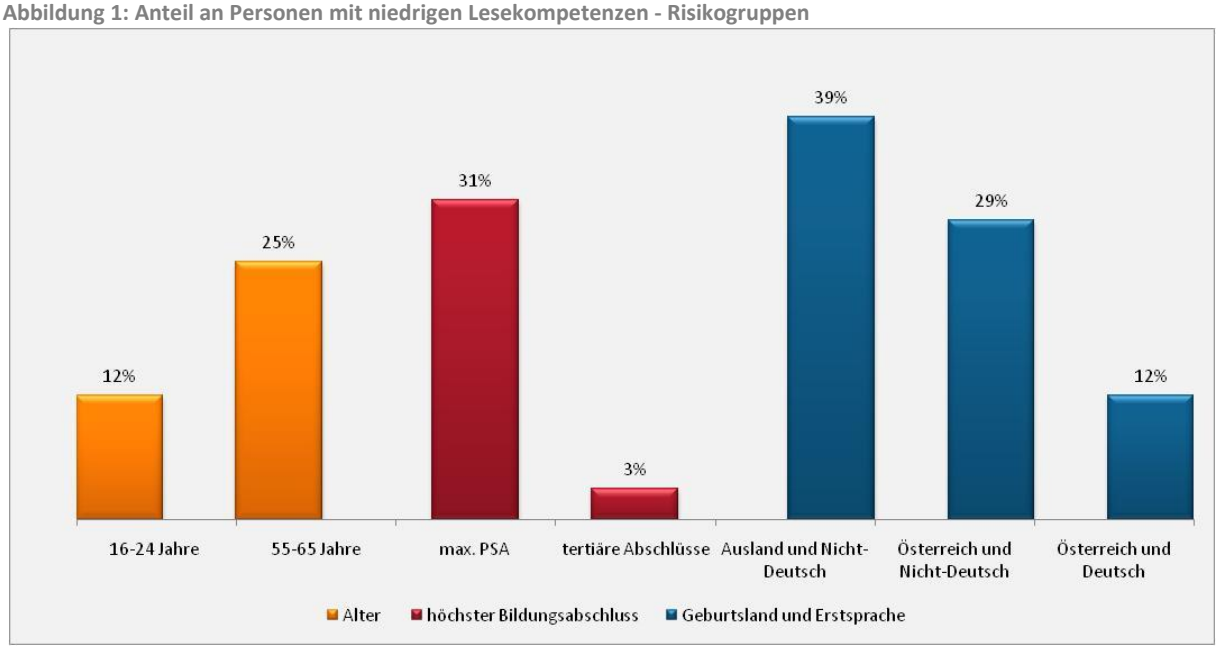
Auch ein höheres Alter stellt laut PIAAC einen Einflussfaktor dar - so liegt der Anteil an Personen mit niedriger Lesekompetenz bei den 55-65-Jährigen bei 25%, während er im Vergleich bei den 16-24-Jährigen nur 12% beträgt. In diesem Zusammenhang sind neben Kohorteneffekten durch eine schlechtere schulische Versorgung, größere Klassen oder eine kürzere Schulzeit in der Vergangenheit

[4] Vgl. Programmplanungsdokument Initiative Erwachsenenbildung - Länder-Bund-Initiative zur Förderung grundlegender Bildungsabschlüsse für Erwachsene inklusive Basisbildung 2015-2017. Wien 2015, S. 19.
[5] STATISTIK AUSTRIA (2013). Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen. Erste Ergebnisse der PIAAC-Erhebung 2011/12. Wien: STATISTIK AUSTRIA. Unter MLSF in der Abbildung werden Personen mit derart mangelhafter Lese- und Sprachfähigkeit verstanden, dass sie nicht an der Erhebung teilnehmen konnten.
[6] Vgl. Ebda, S. 40, S.130.

auch die oben erwähnten beruflichen Zusammenhänge sowie persönliche Weiterbildungsdispositionen als Ursachen zu erwähnen. Benötigt(e) jemand in der beruflichen Tätigkeit kaum schriftsprachliche Kompetenzen und gab es auch sonst wenig Anlass und Gelegenheit, das Erlernte zu üben, ist die Gefahr größer, dass diese Fähigkeiten auch wieder verlernt werden. Nicht umsonst gelten arbeitsplatznahe Bildungsaktivitäten als wichtige Möglichkeit, um Derartigem vorzubeugen.

Einen weiteren Einflussfaktor stellt das Bildungsniveau der Eltern dar. Kinder, deren Eltern über einen niedrigen Bildungsabschluss verfügen, weisen eine geringere Lesekompetenz auf als Kinder von höher gebildeten Eltern.[7]

Abbildung 1: Anteil an Personen mit niedrigen Lesekompetenzen - Risikogruppen



Quelle: Statistik Austria, PIAAC 2011/12 – Bevölkerungsanteile ohne MLSF, Bearbeitung IFA Steiermark 2016

Diese alarmierenden Zahlen bestätigen deutlich die Relevanz und die Notwendigkeit von Angeboten im Bereich Basisbildung. Ersichtlich wird außerdem, dass Betroffene nicht bloß - wie in der öffentlichen Wahrnehmung oft vermutet wird - Personen mit nicht-deutscher Erstsprache sind, sondern die Zielgruppe von Basisbildungskursen eine stärkere Heterogenität aufweist und ebenso Personen ohne Migrationshintergrund sowie auch sehr viele Erwerbstätige umfasst.

Die Ergebnisse der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung zeigen allerdings auf, dass vor allem Erwerbstätige als Zielgruppe nicht erreicht werden konnten: Nur 10% der Teilnahmen an Basisbildungskursen waren über die Geringfügigkeit hinausgehend erwerbstätig. Weiters wurde ersichtlich, dass hinsichtlich der Zielgruppenerreichung Personen ohne Migrationshintergrund schwerer *„zu erreichen“* sind als Personen mit Migrationshintergrund. Diese sind eher für Basisbildungskurse zu gewinnen, da bei ihnen fehlende Kenntnisse von Deutsch in Sprache und Schrift nicht mit Scham und Angst vor Stigmatisierung verbunden sind. Dieser Befund wird auch durch die Kennzahlen der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung belegt: Unter allen Teilnahmen wiesen 69% einen Migrationshintergrund auf. Der Anteil an Personen ohne Migrationshintergrund im Bereich Basisbildung lag hingegen lediglich bei neun Prozent[8] und ist laut

[7] Vgl. Ebda, S. 40f.
[8] Vgl. Ebda.

dem ersten Monitoring-Halbjahresbericht 2015[9] im Sinken begriffen: Immerhin wiesen hier nur noch 6,7% keinen Migrationshintergrund auf.

Erfahrungen der befragten Anbieter bestätigen diesen Befund. So würden beispielsweise in Kärnten vorwiegend MigrantInnen an Basisbildungskursen teilnehmen, während die „klassische Klientel" (Personen mit negativen Schul- und Lernerfahrungen, BildungsabbrecherInnen etc.) und generell Personen mit Deutsch als Erstsprache gerade im ländlichen Raum nur „*spärlich vertreten*" seien. Ein Problem sei zudem, dass diese Zielgruppe in einem Umfeld von Personen mit hauptsächlich DaF/DaZ leicht „*wegbrechen*" würden. Vor allem in ländlichen geprägten Regionen - beispielsweise im Bezirk Hermagor - sei es nicht möglich gewesen, genügend Personen für einen Basisbildungskurs zu akquirieren. Auch Anbieter aus anderen Bundesländern berichten davon, dass es Schwierigkeiten gäbe, ÖsterreicherInnen bzw. Personen mit Deutsch als Erstsprache zu „*erwischen*".

Deutlich ist daher, dass für diese „klassische Zielgruppe" andere Zugänge notwendig wären und hier vor allem die Arbeit von MultiplikatorInnen gefragt ist. Sie sind vor allem für den Zugang zu Erwerbstätigen und Personen mit Deutsch als Erstsprache, die bemüht sind, ihre mangelnden Kenntnisse nicht öffentlich sichtbar werden zu lassen, von zentraler Bedeutung. Im ländlichen Raum sind sie von noch größerer Relevanz, da hier aufgrund der geringeren Anonymität höhere Hemmschwellen und ein größeres Schamgefühl existieren.

Bei der Sensibilisierung von MultiplikatorInnen bzw. bei der Akquisition potentieller KursteilnehmerInnen gilt es daher spezielle und auf die Heterogenität der Zielgruppe ausgerichtete Strategien zu entwickeln. Dieser Umstand ist vor allem bei der Positionierung und Sensibilisierung der MultiplikatorInnen zu beachten.

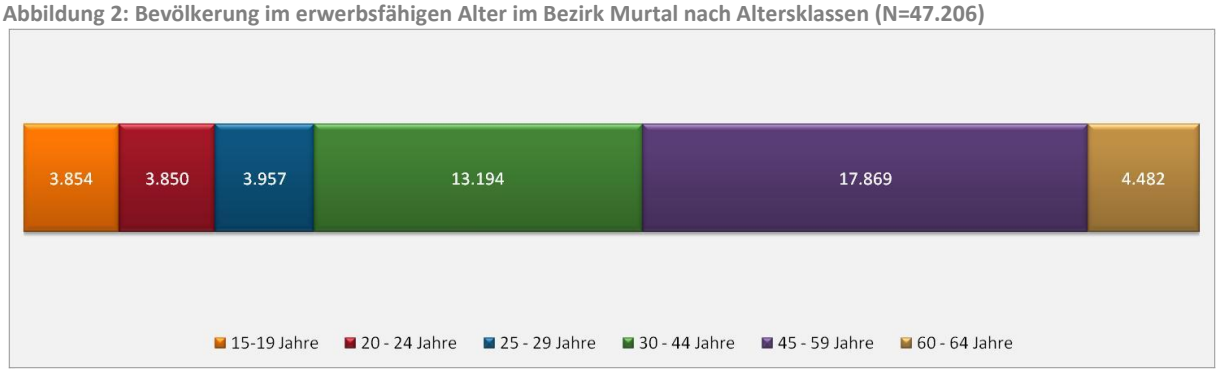
4. Basisbildungsbedarf in den Projektregionen

Den - zumindest statistischen - Bedarf an Basisbildungsangeboten in den beiden Projektregionen Murtal und Liezen verdeutlicht die statistische Umlegung der PIAAC-Erhebung auf Bevölkerungsdaten. Im Bezirk Murtal leben 47.206 Personen im erwerbsfähigen Alter. Von PIAAC ausgehend und auf die Bevölkerung im Erwerbsalter umgerechnet verfügen 8.072 Personen in diesem Bezirk über niedrige Lesekompetenzen und weisen somit einen Basisbildungsbedarf auf.[10.] Ein Großteil von ihnen ist in jener Altersklasse von 45-59 Jahren, die in Basisbildungsangeboten traditionell unterrepräsentiert ist. Oft sind dies Erwerbstätige, die kaum erreicht werden. Dabei soll nochmals betont werden, dass gerade sie laut PIAAC eine erhöhte Wahrscheinlichkeit aufweisen, zur Risikogruppe mit geringen Lesekompetenzen zu gehören. So haben 55-Jährige laut PIAAC ein 2,5fach höheres Risiko, über geringere Lesekompetenzen zu verfügen als20-Jährige.

[9] Vgl. Initiative Erwachsenenbildung: Monitoring. 1. Halbjahresbericht 2015 - zum Stichtag 15.02.2016 über den Zeitraum von 01.01.2015 bis 30.06.2015, S. 11.

[10] Vgl. STATISTIK AUSTRIA: Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen - Erste Ergebnisse der PIAAC Erhebung 2013, S. 80.

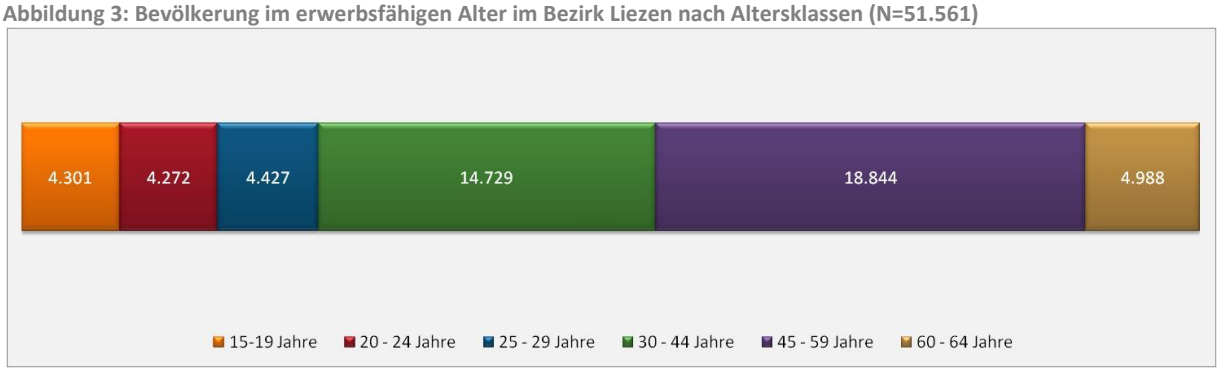
Abbildung 2: Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter im Bezirk Murtal nach Altersklassen (N=47.206)



Quelle: WIBIS Steiermark – Datenstand: Mai 2015; Bearbeitung IFA Steiermark 3/2016

Im Bezirk Liezen zeigt sich ein ähnliches Bild. Von den dort lebenden 51.561 Personen im erwerbsfähigen Alter sind rund 46% mindestens 45 Jahre alt. Die Umlegung der PIAAC-Ergebnisse auf die gesamte Erwerbsbevölkerung in Liezen ergibt, dass 8.817 Personen in dieser Region über niedrige Lesekompetenzen verfügen und daher zur Zielgruppe von Basisbildungskursen gehören.

Abbildung 3: Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter im Bezirk Liezen nach Altersklassen (N=51.561)



Quelle: WIBIS Steiermark – Datenstand: Mai 2015; Bearbeitung IFA Steiermark 3/2016

Trotz der hohen Zahl an Personen mit Basisbildungsbedarf in den beiden Regionen stellt der Zugang zur Zielgruppe eine Herausforderung dar, weshalb in den letzten Jahren teilweise bereits genehmigte Basisbildungskurse nicht zustande gekommen sind. Besonders der Umstand der geringeren Anonymität in ländlichen Regionen stellt eine besondere Hürde bei der Zielgruppenerreichung dar. Hinsichtlich des Stellenwerts von MultiplikatorInnen im ländlichen Raum wird daher auch von allen befragten Einrichtungen angegeben, dass diese bei der Akquise bzw. beim Zugang zur Zielgruppe sehr wichtig seien.

5. Do's und Don'ts in der Arbeit mit MultiplikatorInnen

Im Folgenden werden die Erfahrungen der befragten AnbieterInnen in der Arbeit mit MultiplikatorInnen wiedergegeben und Beispiele, wie diese in die Umsetzung von Basisbildungsangeboten in ihrer Region genutzt wurden, skizziert. In diesem Zusammenhang wird ebenso auf „don'ts“[11]- also Dinge, die es dabei zu vermeiden gilt - eingegangen, da gerade aus Fehlern konstruktive Schlüsse gezogen werden können. Ein besonderes Augenmerk wird auch auf

[11] Die „Don'ts“ werden aus der Entwicklungsarbeit in der Entwicklungspartnerschaft „In.Bewegung“ abgeleitet. Vgl. Brigitte Bauer, Gerhild Sallaberger: Aufbau von Basisbildungsstrukturen in einer ländlichen Region. Basisbildungszentrum abc Salzburg. Gefördert von BMUKK/ESF. Projekt: In.Bewegung. Salzburg. 2010.

erfolgreiche praktische Beispiele der Arbeit mit MultiplikatorInnen bzw. noch wenig erprobte Ideen dafür gelegt.

Sensibilisierung und Aufklärung potentieller MultiplikatorInnen

Ein wichtiger Teil in der Arbeit mit MultiplikatorInnen besteht vor allem in deren Sensibilisierung. Entsprechend der weitgehenden Tabuisierung mangelnder Basisbildung in der Öffentlichkeit ist kaum ein genaueres Wissen über Arten und Ausmaß des Basisbildungsbedarfs, über die Folgen davon, über Angebote für Betroffene etc. vorhanden. Viele Personen kennen bei näherem Nachdenken zwar Personen, bei denen sie vor allem mangelnde Lese- und Schreibkompetenzen vermuten, diese werden aber eher als Einzelfälle in einer Gesellschaft, in der schriftsprachliche Kenntnisse a priori und besonders nach neun Jahren Schulpflicht angenommen werden. Ausnahmen werden sozialen Randgruppen oder zugewanderten Bevölkerungsgruppen zugeordnet. Zudem herrscht entsprechend dem ehemals verwendeten Begriff des „(sekundären) Analphabetismus“ ein „Entweder-Oder-Denken“ vor, die vielen Facetten von nicht ausreichender Basisbildung zwischen Analphabetentum und Schreiben-, Lesen- und Rechnen-Können oder neu hinzugekommene Ausformungen, z.B. nicht dem vorausgesetzten gesellschaftlichen und beruflichen Standards im Bereich EDV oder selbständiger Problemlösung (Lernen lernen), sind oft total „unterbeleuchtet“.

Von zentraler Bedeutung in der Sensibilisierung ist es, ein Bild über das empirisch erfasste Phänomen nicht ausreichender Basisbildung zu vermitteln und damit das Phänomen in seiner vollen Breite zu bewusst zu machen sowie allen Personen, die mit potentiellen KandidatInnen der Basisbildung in Kontakt kommen könnten, ein Bewusstsein über den Stellenwert von Basisbildung in modernen Gesellschaften, vor allem auch für die Teilhabe am Arbeitsmarkt etc. zu vermitteln.

Da MultiplikatorInnen die erste Ansprechperson für die Zielgruppe darstellen bzw. von dort aus erste Informationen an potentielle Betroffene überliefert werden, ist es von großer Bedeutung, dass diese über ausreichend Wissen über die Zielgruppe verfügen und einen sensiblen Umgang mit dieser beherrschen, weshalb eine intensive Einführung in das Thema Basisbildung sowie eine diesbezügliche differenzierte Wahrnehmung notwendig ist. Erst, wenn diese über ausreichend Informationen über die Zielgruppe, einen nicht stigmatisierenden Umgang mit ihnen, Anzeichen von Basisbildungsmängeln, Vermeidungsstrategien, mit fehlender Basisbildung verbundenen Grenzen und Einschränkungen, individuelle Erfolgsbeispiele, aber auch über vorhandene Angebote verfügen, könnten die MultiplikatorInnen tatsächlich *„in Einsatz“* gehen.

Generell sei bei der Sensibilisierungsarbeit sehr vorsichtig vorzugehen. Ziel soll nicht sein, dass neue MultiplikatorInnen jeder Person, die beispielsweise Schwierigkeiten beim Ausfüllen eines Formulars hat, Basisbildungsbedarf unterstellen. Zu betonen sei daher, dass nicht immer „Analphabetismus“ vorliegen muss, sondern auch andere Ursachen, z.B. altersbedingte Probleme oder ungeschicktes Verhalten mangels ausreichender Übung - wenn sich beispielsweise PensionistInnen mit dem Ausfüllen von EDV-gestützten Formularen nicht auskennen - u.a.m. vorliegen können. Ein sensibler Umgang mit dieser Thematik sei daher das *„Um und Auf“*. MultiplikatorInnen sollten dazu fähig sein, sich in die Lage von Betroffenen hineinversetzen zu können. Dies sei notwendig, damit die MultiplikatorInnen entsprechend sensibel auf Personen mit Basisbildungsbedarf reagieren können. Außerdem müsse verdeutlicht werden, dass ein solcher Bedarf *„auch bei uns vorkommt“* und nicht bloß MigrantInnen davon betroffen sind.

Die Befragten empfehlen hierbei, die Betroffenheit *„am eigenen Leib“* spürbar zu machen, beispielsweise durch bestimmte Übungen (Rechtshänder müssen mit der linken Hand schreiben etc.). Eine weitere Übung, um sich besser in die Thematik hineinversetzen zu können, sei diesbezüglich, sich zu überlegen, was Personen an einem Tag alles an schriftlicher Information *„vorgesetzt bekommen“*, wo überall Basisbildungskenntnisse benötigt werden bzw. welche Schwierigkeiten mit fehlenden Grundkenntnissen einhergehen. Dadurch sei es in weiterer Folge auch möglich, bestimmte Vertuschungsstrategien der Betroffenen eher zu identifizieren. Wertvoll können beispielsweise anschauliche Demonstrationsbeispiele sein, in denen aufgezeigt wird, wie es zu einem Basisbildungsbedarf kommen kann bzw. welche Hintergründe Betroffene aufweisen können. Das Wissen um Entstehungszusammenhänge kann dafür genutzt werden, um das Gefühl, selbst schuld zu sein, zu reduzieren und das Problem in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen, z.B.: *„Oft entstehen diese Probleme aufgrund einer schwierigen Schulzeit, die Kinder verlieren den Anschluss. Was in der Volksschule nicht gesichert gelernt wurde, kann kaum noch nachgeholt werden“*. Krankheiten, ein schwieriges Elternhaus, Ausgrenzung, Stigmatisierung und negative Lernerfahrungen tragen beispielsweise dazu bei, dass nach der Schulzeit alles, was mit Lesen oder Schreiben zu tun hat, gemieden wird und vieles von dem, was sie schon gekonnt haben, verlernt wird. Beispiele aus der Praxis (beispielsweise der Bericht über eine Person, die in der Volksschule Gehirnhautentzündung hatte und dadurch beim Lernen der Buchstaben viel versäumt hat) sorgten zudem für größeres Verständnis und vielerlei *„Aha-Erlebnisse“*. Auch seien positive Rückmeldungen bzw. Erfolgsgeschichten ehemaliger KursteilnehmerInnen für ein breiteres Verständnis von Basisbildung dienlich. Nach Angaben der Befragten würden auch Statistiken wie beispielweise PIAAC *„die Augen öffnen“* und den Bedarf greifbarer machen.

Don't:

Von zentraler Bedeutung sei, dass BeraterInnen bzw. MultiplikatorInnen **über Entstehungszusammenhänge von Basisbildungsbedarf, über die Bedeutung und Auswirkung mangelhafter Schreib- und Lesekompetenzen sowie über aktuelle Lernangebote in der Region informiert** sind. Betroffene bräuchten oft mehrere Anläufe, um sich beispielsweise für einen Anruf bei einer Beratungseinrichtung "durchzuringen" und die Chance, dass sie dies ein zweites Mal tun, sei eher gering. **Unwissenheit der MultiplikatorInnen *("Das kann ich Ihnen jetzt nicht sagen")* hätte daher enorme Konsequenzen.**

Weiters effektiv sei es, wenn MultiplikatorInnen die Möglichkeit geboten wird, direkt in den Lehrgang zu kommen, Zielgruppen, Inhalte und Lernsettings kennenzulernen, den Unterricht mitzuerleben und TeilnehmerInnen kennenlernen zu können: *„Vor Ort sein hat oft den größten Effekt.“*

Die „richtige“ Ansprache

Ist dieses Bewusstsein für Basisbildung geschaffen, stellt in weiterer Folge oftmals die richtige Ansprache von Betroffenen eine Herausforderung dar, weshalb Tools bzw. Anleitungen, wie diese stattfinden könnte, gefordert werden.

Generell ist festzuhalten, dass der Aspekt der *„richtigen Ansprache“* eine zentrale Bedeutung in der Schulung von MultiplikatorInnen darstellt, es diesbezüglich aber kein einzig „richtiges Vorgehen“ geben kann, sondern stets viel Gefühl und Berücksichtigung der speziellen Situation notwendig ist. Einige Beispiele können die unterschiedlichen Wege verdeutlichen:

Ein Anbieter löst dieses „Problem“ dadurch, indem ein Informationsblatt mit der Aussage *„da hätt‘ ich was für Sie, schauen Sie sich das mal an“* an potentielle Betroffene mitgegeben wird, um möglichst diskret auf das Angebot hinzuweisen. Kurze und verständliche Informationsmaterialien, die man mitgeben kann (z.B.: Flyer, etc.), so dass der/die Betroffene bei Bedarf in Ruhe zu Hause nach überlegen kann und nicht vor anderen „enttarnt“ wird, haben sich oft als hilfreich erwiesen. Sie sind vor allem für Vertrauenspersonen der Betroffenen (falls es solche gibt) von enormer Bedeutung.

Eine andere Möglichkeit (basierend auf einer Befragung von TeilnehmerInnen bei einem Anbieter, wie sie auf das Problem angesprochen werden hatten wollen) ist jene, Personen in einem 4-Augen-Gespräch direkt anzusprechen, beispielsweise mit: *„Ich hab‘ das Gefühl, dass Sie sich schwer beim Lesen und Schreiben tun. Liege ich da richtig? Ich kenne da eine Einrichtung, die Kurse macht*“ oder *„Ich sehe, Sie tun sich schwer mit dem Ausfüllen*“ oder *„Ich habe Ihren Antrag gesehen und einiges nicht lesen können.*“

Wichtig dabei sei es gleichzeitig, den Druck von den Betroffenen zu nehmen: *„Und ich kann Ihnen sagen: Es geht sehr, sehr vielen Menschen in Österreich so wie Ihnen. Alleine in der Stadt Salzburg haben 15.000 Erwachsene Probleme mit dem Lesen - und das Gute ist: Es gibt Hilfe – ganz in der Nähe.*" Die Botschaft *„Ich kenne einige Leute, denen es so geht. Das ist mir nicht neu*“ sei ein wichtiger Teil der Enttabuisierung. Mit entsprechenden Faktenwissen um die Verbreitung des Phänomens und demonstrativen Einzelbeispielen sollte der allzu häufigen Individualisierung des Problems (*„allein ich habe versagt*“) entgegengetreten werden und damit auch die Enttabuisierung befördert werden.

Netzwerkarbeit und persönliche Kontakte zu Kooperationspartnern

Die Erfahrungen der befragten Anbieter gehen dahin, dass für eine erfolgreiche Vernetzung und Einbindung von MultiplikatorInnen ein kontinuierlicher persönlicher Kontakt sowie eine laufende Netzwerkpflege unerlässlich sind. Persönliche Überzeugungsarbeit sei, auch wenn sie wesentlich zeitintensiver ist, bei der Sensibilisierungsarbeit von MultiplikatorInnen von besonderer Bedeutung, dazu gehört beispielsweise die persönliche Vorstellung der Basisbildungsangebote, ihrer Inhalte, Modalitäten, Zeitabläufe etc. in der Region durch Anbieter selbst und eine klare Formulierung der jeweiligen Erwartungen an die kontaktierte Stelle, ihrer angedachten Rolle und Aufgaben – das impliziert letztendlich auch ein klares Commitment über die Kooperation. Erst wenn ein Gesicht mit einem Angebot verbunden werde, sei eine Mitarbeit und Weitervermittlung wahrscheinlich, die vermittelnde Person müsse das Gefühl haben, dass sie das Angebot ohne schlechtes Gefühl empfehlen können. Weiters wichtig seien die verständliche Darstellung der Entstehungszusammenhänge und Folgen von mangelnder Basisbildung, entsprechende abgesicherte

Fakten sowie möglichst anschauliche „Erfolgsbeispiele." Auf jeden Fall müsse bei der Kooperationspflege die jeweils leitenden Personen eingebunden, wenn nicht zu allererst angesprochen werden.

Beispiele aus der Arbeit der Anbieter unterstreichen diesen mühsamen Prozess der Kooperationspflege: So hat ein Träger für die Information von Gemeinden „einfache A1-Plakate" mit einem Behälter für Flyers inklusive Telefonnummer gedruckt und diese nach einem Gespräch in jeder Gemeinde der Region zur Weiterverwendung hinterlassen, z.B. dass die Unterlagen in bestimmten Ämtern (Meldeamt, Sozialamt, …) zugänglich aufgelegt/angebracht würden. Das Interesse und die Bereitschaft war da, notwendig wären aber laufende erneute persönliche Vorsprachen oder zum Beispiel Kurzvorstellungen bei den MitarbeiterInnen gewisser Abteilungen, bei Dienstbesprechungen etc. Auch andere Anbieter bekunden, dass sie viele Ressourcen in den Aufbau von Kooperationen gesteckt hätten, häufig aber auch vergleichsweise ergebnislos, wenn kein Nachsetzen möglich war. Hilfreich bei diesen Bemühungen seien insgesamt persönliche Kontakte zu wichtigen Stellen. Eine Information ohne persönliche Kontakte wird zumeist als vergeudeter Energieeinsatz bezeichnet. Symptomatisch dafür ist das Resümee einer Befragten in einer Einrichtung, die aufgrund der großen Bedeutung von MultiplikatorInnen im ländlichen Raum seit Jahren versucht, diese anzusprechen, um viele kleine regionale Angebote umsetzen zu können. Diese Arbeit sei *„sehr personalintensiv, da nur das persönliche Gespräch wirklich funktioniert, teure Inserate und Folder sind zum Fenster ´rausgeworfenes Geld*". Das persönliche Gespräch sei auch *„emotional fordernd*", wichtig sei es ebenfalls, einfache Beispiele zu bringen und Hintergründe verständlich darzulegen.

Periodische Treffen mit beispielsweise AMS-BeraterInnen (solche werden noch am öftesten tatsächlich umgesetzt), Gemeinde- oder Betriebsver-treterInnen, BeraterInnen und BetreuerInnen diverser Einrichtungen, besonders von jenen, wo potentielle KursteilnehmerInnen vermehrt anzutreffen seien, u.a.m., vor allem aber persönliche Vorsprachen bzw. Vorstellungen seien daher notwendige Tätigkeitsfelder von Anbietern, um MultiplikatorInnen auf den aktuellsten Stand zu bringen. Die ständige Kooperationspflege - am besten im persönlichen Kontakt - sei dafür Um und Auf und ist Teil eines Prozesses, der kontinuierlich und permanent verläuft.

Don't:

Zum Aufbau von Basisbildungs-strukturen in ländlichen Regionen sei es **unbedingt notwendig**, dass, nachdem das Thema Basisbildung in einer Region „angestoßen" wurde und potentielle Kooper-ationspartnerInnen gewonnen wurden, **weiter „daran gearbeitet"** und dafür Zeit aufgebracht wird. Ohne ein „**dran bleiben"** würde sich die Liste neuer KooperationspartnerInnen mit einem Schlag drastisch reduzieren.

Der persönliche Kontakt zwischen Trägern und MultiplikatorInnen, so ein Anbieter, ersetze viele schriftliche Unterlagen zum Thema Basisbildung. Diese wollten nach Angaben von Befragten nicht viel zum Lesen, sondern wollen wissen, was den Kurs ausmacht und wo sie jemanden hinschicken können, weshalb Folder/Flyer mit zwei Seiten inklusive Telefonnummer des jeweiligen Trägers in Verbindung mit persönlichem Kontakt als ausreichend erscheint.

Exemplarisch für eine erfolgreiche Vernetzung steht ein Anbieter, der seit vielen Jahren eine Projektstelle installiert hat, deren Hauptaufgabe im Netzwerken liegt, daher gäbe es auch ein großes Netzwerk (in alle Richtungen, mit bildungspolitischen Maßnahmen, der offenen Jugendarbeit,

Schulen, dem AMS, Beratungseinrichtungen), durch welches immer wieder MultiplikatorInnen mit Zugang zur Zielgruppe, in diesem Fall Jugendliche, angesprochen werden könnten. Eine gute Voraussetzung sei die enge Anbindung an zuständige Abteilungen des Bundeslandes gewesen. Zentral sei, dass diese MultiplikatorInnen sensibilisiert werden und den Wert der Basisbildung erkennen, aber auch, dass wir *„immer wieder beweisen, dass wir das können – die beste Werbung sind die eigenen erfolgreichen KlientInnen.*“ Die BetreiberInnen suchen sowohl einzelne MultiplikatorInnen persönlich auf, stellen das „Projekt“ und den „Mehrwert daraus“ vor, damit die MultiplikatorInnen *„dafür brennen, sonst können sie das nicht vermitteln.*“ Weiters gibt es auch Vernetzungstreffen mit allen, der persönliche Einzelkontakt sei aber effektiver. *„Wir haben sehr viel getan und sind immer noch am Tun und bleiben dran*.“ Nur so sei auch eine „nachgehende“ Akquisition möglich, die MultiplikatorInnen sprechen die Zielgruppe, geben mit ihrem Einverständnis die Telefonnummer weiter und *„wir kontaktieren dann die genannte Person und treffen uns an einem Ort ihrer Wahl.“*[12]

Wissen um Angebote und Unterstützungsmöglichkeiten

Wichtig sei es einerseits, dass MultiplikatorInnen Kenntnis darüber erlangen, wofür Basisbildung steht und welche Inhalte in den Kursen vermittelt werden, andererseits, dass sie die Modalitäten der konkreten regionalen Angebote kennen, die Dauer, die Teilnahmevoraussetzungen, den Ablauf, den Nutzen und vor allem auch konkrete AnsprechpartnerInnen dort. Auch an dieser Stelle soll noch einmal die zentrale Bedeutung davon hervorgehoben werden, dass die MultiplikatorInnen genau über die jeweiligen Angebote im Bereich Basisbildung in der Region Bescheid wissen müssen und die Maßnahmen nicht mit anderen Projekten wie beispielsweise Deutschkursen o.ä. gleichsetzen. Bei Bedarf sollen MultiplikatorInnen aber auch in der Lage sein, anonyme Erstberatungsmöglichkeiten, etwa die Alphabetisierungshotline zu nennen. Wenn MultiplikatorInnen selbst genügend Informationen und Hintergrundwissen besitzen, können sie auch selbst in ausreichendem Ausmaß erstberatend tätig sein.

Voraussetzung dafür sei u.a. eine enge Abstimmung mit dem Träger und den MultiplikatorInnen. Diese müssen klar wissen, welche Inhalte in den Kursen vermittelt werden, sie *„müssen den Wert der Basisbildung erkennen“* und wissen, welche Zielgruppe im speziellen angesprochen werden soll. Diesbezüglich sei es am besten, dass die MultiplikatorInnen zeitweise *„direkt in den Unterricht kommen und das Angebot und die Zielgruppe persönlich erleben, vor Ort sein hat den größten Effekt, man bekommt dann ein Gefühl dafür.*“ Weitere praktizierte Möglichkeiten, dass MultiplikatorInnen sich selbst ein Bild machen können, sind beispielsweise „Tage der offenen Tür“ bei den Anbietern oder öffentliche Abschlussfeiern, wo Teilnehmerinnen selbst ihre Lernerfolge vorstellen, wichtige EntscheidungsträgerInnen den Wert dieses Bildungsangebotes bekunden, Informationsgespräche für Einzelne oder Informationsnachmittage für Gruppen, wo zum Beispiel auch Methoden der Basisbildung vorgestellt werden können.

6. Ideen/Erfahrungen/Versuche

Im Folgenden werden einige exemplarische Ansätze sowohl aus der Literatur als auch den Schilderungen der kontaktierten Anbieter dargestellt, wie die Zielgruppenerreichung bewerkstelligt werden kann bzw. wie Basisbildungsangebote in ländlichen Regionen implementiert werden können.

[12] Diese Einrichtung hat nach eigenen Aussagen ein Extratool entwickelt, mit welchem Multis erkennen können, ob jemand Basisbildung benötigt oder nicht.

Nach den Erfahrungen der Evaluation der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung verfolgen die meisten Anbieter gezielte Akquisitionsstrategien, in deren Rahmen auch die Arbeit mit MultiplikatorInnen und Öffentlichkeitsarbeit eine große Bedeutung haben. Die Strategien sind vielfältig und reichen von traditioneller Medienarbeit mit Presseberichten (Kampagnen in Regional- und Lokalzeitungen) oder Informationsschaltungen über Folder, Flyer und Aushänge an frequentierten Orten (in öffentlichen Verkehrsmitteln, Arztpraxen, Spitälern, Gemeinden, Sozialeinrichtungen, …) bis zu Kooperationen mit öffentlichen Einrichtungen oder NGO's für die jeweils adressierte Zielgruppe oder Straßenaktionen. Bei vielen Trägern ist eine Nutzung des Internet für Informationsarbeit mittlerweile selbstverständlich, einige setzen auch gezielt auf den Einsatz sozialer Medien, die vor allem für Jugendliche zu einem zentralen Kommunikationsmedium geworden sind. Als Folge einer verlangten stärkeren Zielgruppenorientierung und einer vermehrten Ansprache schwer erreichbarer AdressatInnen sind teilweise auch die Community-Arbeit oder Informationstätigkeiten im Wohnumfeld forciert worden. Häufig sind die Träger auch mit sonstigen Dienstleistungsangeboten gut vernetzt, beispielsweise seien hier Angebote zur „Elternbildung" oder „Lernhilfe" oder Kooperation mit Fraueneinrichtungen, Kindergärten, Gemeinden, Schuldnerberatungen, Wohnprojekten, Beratungsstellen etc. genannt. Ein wichtiger Kooperationspartner ist das AMS, das vor der Initiative Erwachsenenbildung in manchen Bundesländern auch vermehrt Basisbildungsangebote finanziert hat. Auch die teils öffentlichen Zertifikatsverleihungen oder Abschlussfeiern haben unter anderem die Funktion, eine breitere Öffentlichkeit für das Problem zu sensibilisieren bzw. über den „Schneeballeffekt" auf das Angebot aufmerksam zu machen. Teilweise wird auch versucht, überregional bekannte Persönlichkeiten aus der Politik oder auch Kultur für Veranstaltungen zu gewinnen und sie als „Verstärker" für den Zugang zu regionalen EntscheidungsträgerInnen zu nutzen. Wichtig für die meisten Träger ist nach wie vor die Mundpropaganda durch zufriedene TeilnehmerInnen.

Im Rahmen der gegenständlichen Recherche wurden unterschiedliche erprobte oder konzipierte Vorgangsweisen eruiert. Als ein internationales Beispiel, wie der Zugang zu Basisbildung für Erwerbstätige ermöglicht werden kann, dient der Einsatz sogenannter **„agents of change"**. Ursprünglich kommt das Konzept des Change Managements aus dem Bereich der Wirtschaft, da Unternehmen sich nahezu im ständigen Wandel befinden und sich, um konkurrenzfähig zu bleiben, ständig verändern müssen. Diese Veränderungen werden jedoch oftmals nicht von den MitarbeiterInnen mitgetragen, weshalb Change Agents die Aufgabe zuteil wird, den MitarbeiterInnen die Veränderungsprozesse näherzubringen und dafür Akzeptanz zu schaffen.[13] Diese Aufgabe lasse sich auch auf den Bildungsbereich - im speziellen auf den Bereich der Basisbildung – übertragen. Die Agents sollten die allgemeinen Teilhabechancen der Zielgruppen verändern, indem sie Personen beim Einstieg in den Bildungsprozess unterstützen.[14] In Großbritannien wurden zu diesem Zweck die sogenannten **Union Learning Representatives (ULR)** eingesetzt. Hier nutzte das britische Bildungsministerium das Netzwerk der Gewerkschaften für die Akquisition, aber auch Information und Betreuung von Menschen mit Basisbildungsbedarf in Betrieben.[15] In einem fünftägigen Grundlehrgang wurden BetriebsrätInnen zu ULR ausgebildet. Im Fokus stehen dabei Themen, wie Sensibilisierung, Ansprache der Zielgruppe u.a.m. Nach diesem Lehrgang sind die ULR in den

[13] Vgl. Berndl, Alfred: Agents of change. Professionalisierung von MultiplikatorInnen in der Basisbildung. IN: Zwischenbilanz. die Basisbildung in Österreich in Theorie und Praxis. Herausgegeben von ISOP GmbH, Otto Rath und Mariella Hahn, Netzwerk Basisbildung und Alphabetisierung in Österreich, In.Bewegung, S.180.
[14] Vgl. Ebda, S. 181.
[15] Vgl. Ebda.

Betrieben Ansprechstelle für Weiterbildung im Bereich Basisbildung, geben Informationen rund um Basisbildungsangebote in der jeweiligen Region weiter und versuchen Betroffene zur Kursteilnahme zu ermutigen. Die ULR stellen zudem die Schnittstelle zwischen MitarbeiterInnen, KursteilnehmerInnen, der Firmenleitung sowie der Erwachsenenbildungseinrichtungen mit ihren TrainerInnen dar. 2008 haben ca. 15.000 englische Gewerkschaftsmitglieder die Ausbildung zum ULR absolviert.[16]

Als Pendant dazu wurde In Österreich im Rahmen der Entwicklungspartnerschaft „In.Bewegung II" die Ausbildung zum **Regionalen Bildungsagenten (RBA)** entwickelt, welche sich vor allem durch das Wissen um Bildungsbedarfe und die Lebenssituation von Menschen in deren konkreten regionalen Kontext profilieren und somit Personen mit Basisbildungsbedarf beim Einstieg in Bildungsprozesse optimal unterstützen können. *„Für viele Personen ist der gelungene Einstieg die erste positive Erfahrung mit (Weiter-)Bildung. Die TeilnehmerInnen spüren den Nutzen von Bildung zum ersten Mal: Ich kann lernen, ich kann das schaffen!"*[17] Das Konzept hat sich bislang in Österreich aber nicht richtig durchsetzen können, einzelne Anbieter versuchen von Zeit zu Zeit Betriebsräte und –rätinnen für die Mitarbeit zu gewinnen, der Erfolg auf breiter Front ist aber ausgeblieben.

Bei anderen Anbietern erwiesen sich auch **Workshops beispielsweise in ÖGB-Schulen für BetriebsrätInnen** als konstruktiv, mit vielen Aha-Erlebnissen, *„jetzt weiß ich, warum der Kollege nicht mitgefahren ist, er hatte wohl Angst, das wir da auf sein Geheimnis draufkommen könnten."* In diesem Zusammenhang sind auch „BildungslotsInnen" nach dem Vorbild der „KulturlotsInnen" in der gewerkschaftlichen Arbeit denkbar. Diese organisieren und erstellen Programme bzw. Angebote (z.B. Theaterbesuch mit Blick hinter die Kulisse, Gespräche mit RegisseurInnen etc.) für Betriebe, sofern der Betriebsrat mindestens 10 Interessierte zusammenbekommt. Ziel ist es, Barrieren zu verringern. Analog könnten Betriebsräte/innen Bildungsfragen aufbereiten, zur Weiterbildung motivieren und generell Bildung als Lösung unterschiedlicher Probleme mit unterschiedlichem Nutzen „bewerben". Ebenso wäre eine aufsuchende bzw. betriebsübergreifende Bildungsberatung denkbar.

Ein Anbieter in Niederösterreich **kooperiert mit der Arbeiterkammer** Niederösterreich. Zusammen veranstalten sie fünf Mal im Jahr niederschwellige **Bildungsmessen**, zu denen Angestellte und ArbeiterInnen der AK, aber auch das AMS u.a.m. eingeladen werden. Der niederösterreichische Anbieter ist mit TrainerInnen und Verantwortlichen vor Ort. Eigenen Angaben nach ergeben sich durch diese Messen einige Teilnahmen an Basisbildungskursen.

In einem anderen Versuch, dem Projekt „alphapower" wurde vor ca. drei Jahren versucht, **Personen im Gesundheitsbereich** – Krankenhäusern, , private medizinische Einrichtungen etc. - zu sensibilisieren. Ausgangsannahme war, dass das Personal in der Verwaltung (Aufnahme), Pflege, TherapeutInnen und ÄrztInnen in Reha- und Kurbetrieben etc. bei längerer Begleitung/Betreuung von Personen dementsprechende Probleme erkennen sollten. Ziel war es daher, den Blick für Basisbildungsbedarfe zu schärfen. Auch hier ging es um die zentrale Frage, wie man Betroffene richtig anspricht, ohne zu stigmatisieren bzw. ohne abschreckend zu wirken. Vor allem Ärzte und ÄrztInnen wurden wenig erreicht, auch weil sie aus Zeitgründen am wenigsten diesbezügliche Probleme sehen würden. Das Pflegepersonal mit intensiverem Kontakt zu PatientInnen wäre eher interessiert gewesen. Allerdings konnte das Pilotprojekt aus Finanzierungsgründen nicht weiterverfolgt werden.

[16] Vgl. Ebda.
[17] Ebda, S. 183.

Ein Anbieter in Salzburg hat seit einigen Jahren **mit Schularbeit** begonnen, um Betroffene zu erreichen. Die dahinterstehende Überlegung war, dass in dem Moment, wo Kinder in die Schule kommen, Eltern vielfach *„gefragt“* sind. Sie wollten die eigenen Kinder bestmöglich unterstützen, hätten aber oft Schwierigkeiten, Mitteilungen zu lesen, Formulare auszufüllen oder Kinder bei den Hausübungen zu unterstützen. Das sei oft der Auslöser/der Moment, wo sie sich *„einen Ruck geben und sich bei uns melden.“* Diesbezüglich seien LehrerInnen als Vermittlungspersonen wichtig. Vor allem Menschen mit Deutsch als Erstsprache würden sich vor ihren Kindern genieren. Für die Sensibilisierung des Lehrpersonals seien praktische Beispiele und das Nennen des Nutzens für alle Seiten (auch für die Schule) notwendig, ebenso ein Einblick in die Arbeitsweise und die Voraussetzungen für die Teilnahme. Da Schulen oft *überlastet* sind, wird versucht, das Angebot in *„sechs Minuten“* bei Konferenzen vorzustellen. Weiters haben sie darum gebeten, zu Elternkonferenzen eingeladen zu werden, was sich allerdings als schwierig gestaltet hat. Eine Alternative dazu, wenn es manchen der PädagogInnen schwer fällt, die Eltern anzusprechen, wäre eine direkte Vorstellung des Angebots bei Elternabenden und Elternsprechtagen: So können Eltern von *„außen“* angesprochen werden. bzw. auch Informationsmaterial an die - hoffentlich - richtige Adresse weiter gegeben werden.

Aus den Erfahrungen einer Befragten aus Salzburg erwies sich **Gemeindearbeit als *„relativ mühsam“***. In diesem Bundesland wurde der Versuch gestartet, Plakate mit einem Behältnis für Infozettel über Basisbildungsangebote mit Telefonnummer in jeder Gemeinde im Pinzgau aufzuhängen. Es hat sich herausgestellt, dass Interesse bzw. Bereitschaft da war, beispielsweise solche Plakate im Meldeamt aufzuhängen. Resümierend räumt diese Befragte jedoch ein, dass es notwendig wäre, dies laufend zu wiederholen, beispielsweise via Kurzpräsentationen im Sozialhilfeverband o.a.m. In einem anderen Bundesland wird auf die Einbindung der „Bildungsgemeinderäte/innen“ hingewiesen, die gleichzeitig sensibilisieren, Auskunft für Interessierte bereitstellen wie auch die Gemeindeinfrastruktur als (offene) Lernorte („Zentren für Lernen“) organisieren sollten.

Nach den Ergebnissen der Initiative Erwachsenenbildung besteht ein Erreichbarkeitsproblem vor allem bei der früher „klassischen“ Klientel von Basisbildung, SchulabgängerInnen mit geringer Schriftsprachkompetenz, negativen Lern- und Schulerfahrungen, sowie mit der Angst vor neuerlicher Stigmatisierung, wenn sie ihre fehlenden Fertigkeiten öffentlich machen, da diese nach wie vor in der Öffentlichkeit als individuelles Versagen und weniger als Folge komplexer sozialer Prozesse bzw. von Benachteiligung begriffen wird. Neben einer weitergehenden „Enttabuisierung“ sind daher verstärkte Bemühungen notwendig, um mit Einbindung des Umfelds bzw. von Vertrauenspersonen lernungewohnte, lernschwache, lerntraumatisierte und bildungsbenachteiligte Personen verstärkter anzusprechen. Dazu gehören auch ältere Betroffene, die bis dato nur einen geringen Anteil der TeilnehmerInnen von Basisbildungsangeboten ausmachen. Eine weitere Möglichkeit bestünde in der verstärkten Kooperation mit Betrieben, laut PIAAC sind immerhin 60% der Risikogruppen mit nicht ausreichenden Lese- und Schreibkompetenzen am Arbeitsmarkt integriert. Unter den TeilnehmerInnen von Basisbildungskursen finden sich Beschäftigte hingegen nur selten. In Bezug auf eine „arbeitsplatzorientierte Grundbildung“, wie sie in Deutschland seit längerer Zeit im Mittelpunkt steht, wird eine Erweiterung des Themenspektrums von Basisbildung (z.B. EDV-Bereich, Fremdsprachenkenntnisse, alltags- und betriebsspezifische Problembewältigung) als notwendig betrachtet, um Zugänge zu öffnen.

Die Befunde zeigen deutlich, wie wichtig MultiplikatorInnen in Hinblick auf die Zielgruppenerreichung sind und liefern zudem Ansatzpunkte, an denen in dem hier vorliegenden Projekt angeknüpft werden kann.

7. Wichtige/potentielle MultiplikatorInnen

Als wichtige potentielle MulitplikatorInnen werden vor allem BeraterInnen des Arbeitsmarktservice Österreich genannt. Vereinzelt wird allerdings angegeben, wenig Erfolg bei diesen potentiellen MultiplikatorInnen gehabt zu haben, da nach Angaben der AMS-BeraterInnen Basisbildung mit ihrem „*Kerngeschäft*" wenig zu tun habe. Außerdem würden teilweise zu wenig Kursstunden für den Bezug von DLU vorliegen. Daher gibt es auch Überlegungen, Kurse mit einem zu geringen Stundenkontingent beispielsweise auf 20 Stunden aufzustocken. Neben den BeraterInnen des AMS sind aber auch alle arbeitsmarktpolitischen Beschäftigungs-, Beratungs- und Betreuungsprojekte als Orte, wo vermutlich Personen mit Basisbildungsbedarf vermehrt auftreten, stärker für die Akquisition zu gewinnen. Manche Anbieter haben daher in Kooperation mit Beschäftigungsprojekten „integrierte Basisbildungsangebote" direkt in diesen Projekten umgesetzt, das Problem dabei seien häufige Ausfälle wegen Krankheiten, nicht immer „*ganz freiwilliger*" Teilnahme und eingeschränkter Motivation, vorzeitigen Austritten etc. gewesen. Teilweise wurde Basisbildung auch in Gefängnissen umgesetzt.

Weitere wichtige Stellen, an denen MultiplikatorInnen zu verorten sind, seien außerdem Betreuungseinrichtungen beispielsweise für Personen mit psychischen Problemen, Produktionsschulen, Beschäftigungsprojekte, Beratungseinrichtungen, Sozialämter und Sozialinitiativen, Schulen, Kindergärten, Elternvereine, Stadtteilzentren, Sachwalterschaft, Streetworkerinnen, die Schuldnerberatung, Jugendprojekte, Einrichtungen am Übergang zwischen Schule und Arbeitsmarkt. Vorteil bei vielen dieser Einrichtungen ist, dass die Personen bei diesen bereits in einer Maßnahme sind und durch MultiplikatorInnen, die oft Vertrauenspersonen sind bzw. einen guten Kontakt zu den Betroffenen haben, leichter erreicht und motiviert werden können.

Anzudenken sei außerdem, ob ÄrztInnen bzw. PflegerInnen und TherapeutInnen als MultiplikatorInnen hilfreich sein könnten. Die Einbindung von MedizinerInnen mache insofern Sinn, da ein fehlerhaftes Verständnis beispielweise von Rezepten, Beipackzetteln, etc. eine Gefährdung darstellen könne. Bislang wurden ÄrztInnen allerdings kaum erreicht, diesbezüglich gäbe es nach Angaben der Anbieter noch Nachbesserungsbedarf.

Eine Zusammenarbeit mit Sozialberatungseinrichtungen wie beispielsweise StreetworkerInnen, SozialarbeiterInnen, Sachwalterschaft, Mindestsicherungsbehörden, Jugendcoaching, MitarbeiterInnen von Jugendzentren, Beschäftigungsprojekte und mit anderen AMS-finanzierten Einrichtungen zur Sensibilisierung von MultiplikatorInnen sei besonders wichtig.

Ein weiterer wichtiger Punkt bei der Akquisition potentieller TeilnehmerInnen von Basisbildungskursen ist das Ansprechen der Verwaltung auf allen Ebenen. Auf Bezirkshauptmannschaften müsse es beispielsweise auffallen, wenn Probleme beim Ausfüllen eines Formulars vorliegen.

In diesem Sinne stellt weiters vor allem die Positionierung von MultiplikatorInnen in der Gewerkschaft bzw. in den Betrieben oder von UnternehmensvertreterInnen bzw. PersonalistInnen aus Branchen mit vielen Arbeitsplätzen mit niedrigen Qualifikationsanforderungen und/oder hoher

Saisonbeschäftigung, um Erwerbstätige mit Basisbildungsbedarf zur Teilhabe zu motivieren, eine zentrale Aufgabe dar. Als Problem wird von den Anbietern allerdings hervorgehoben, dass viele Betriebe jedoch nicht immer eine Höherqualifikation ihrer Arbeitskräfte wollen, da diese eine höhere Entlohnung bedeuten würde. Andererseits würden vor allem aber viele Kleinunternehmen auch bemüht sein, langjährig geschätzte MitarbeiterInnen zu behalten, auch wenn sie für neue Aufgaben und Anforderungen z.B. für Spezialaufgaben oder für die Übernahme zusätzlicher Arbeiten eventuell eine „Basisbildung" mit unterschiedlichen spezifischen Inhalten auf unterschiedlichen Niveaus benötigten. Eine weitere neue Zielgruppe sind beispielsweise auch neue (oft unfreiwillige) Selbständige bzw. Einpersonenunternehmen in Tätigkeitsfeldern mit oft geringen Verdienstmöglichkeiten (Zustellung, Reinigung, Werbung, …), die oft vom Scheitern bedroht sind, u.a. auch weil ihre Basisbildung nicht immer ausreichend gegeben ist.

Aus den Erfahrungen der Befragten erweisen sich diesbezüglich Sensibilisierungsworkshops entweder aufsuchend (bei größeren Organisationen auch im Rahmen von „Dienstbesprechungen") oder gemeinsam für mehrere als sinnvoll. Wichtig sei, dass alle eingebunden werden, auch die Geschäftsführung, um einen Anstoß für weiteren „Austausch", wer eventuell in Frage komme, zu geben.

Weiters sollte eine verstärkte Beteiligung der Sozialpartner (über ihre regionalen VertreterInnen und Vorfeldorganisationen) angestrebt werden. Besonders MultiplikatorInnen aus Betrieben bzw. Innungen mit einem hohen Anteil an Niedrigqualifikationsarbeitsplätzen sollten diesbezüglich aktiver werden.

Angedacht werden kann ebenso eine Vernetzung mit migrantischen Selbstorganisationen, die wiederum Zugang zu Personen mit Basisbildungsbedarf haben.

Breiter angesetzt könnten generell sogenannte „Integrationsfiguren" - also Personen, die sich im unmittelbaren sozialen Umfeld der Betroffenen befinden, installiert werden, um den Zugang zu Personen mit Deutsch als Erstsprache herstellen zu können.

Festzuhalten sei an dieser Stelle auch, dass ebenso ehemalige TeilnehmerInnen MultiplikatorInnen sein können. Ein Anbieter erwähnt diesbezüglich, dass die eigenen AbsolventInnen oftmals die beste Werbung für ihren Kurs seien, da sie sich über ihre positiven Erfahrungen im Kurs in ihrem Umfeld austauschen und somit wiederum Personen motivieren.

Auflistung aller genannten Stellen, an denen potentielle MultiplikatorInnen zu vermuten sind:

- Personalabteilungen der großen Firmen
- Kindergärten
- Parteien und Vorfeldorganisationen
- Nachhilfeinstitute
- Gemeinden
- EB-Einrichtungen
- Schulen
- Medien: Presse u Radio, Netzwerke
- soziale/karitative Einrichtungen
- AMS-BeraterInnen,
- AMS-ausgelagerte Einrichtungen

- Bildungsberatung
- Gemeinden/Sozialämter
- Psychiatrie (viele psychische Erkrankungen rühren auch von Unsicherheit/Unkenntnis grundlegender Kompetenzen)
- SozialarbeiterInnen
- AK-Sozialfonds für Menschen, die durch sämtliche Netzte durchgefallen sind, Bildungseinrichtungen der Sozialpartner
- diverse Sozialeinrichtungen
- Transitarbeitsprojekte
- Justizanstalt
- Alphabetisierungshotline
- Pfarren

8. Optimierungsvorschläge

In erster Linie sei es notwendig eine stärkere und breitere Öffentlichkeitsarbeit anzusetzen, um fehlende Basisbildung zu enttabuisieren und damit eine verstärkte Nutzung von Angeboten anzustoßen. Die Öffentlichkeitsarbeit sollte sich besonders auch an Vertrauenspersonen aus dem Umfeld Betroffener richten. Vielen sei der Begriff an sich auch nicht geläufig bzw. sie könnten damit *„kaum bis gar nichts anfangen“*, weshalb eine stärkere mediale Aufbereitung des Themas empfohlen wird. Zunächst erscheint es zentral, in der Bevölkerung ein Bewusstsein dafür zu schaffen, dass auch in einem Land wie Österreich mit neun Jahren Schulpflicht nicht alle Personen über ausreichend Basisbildungskompetenzen verfügen. Besonders wertvoll erscheint hier, wie bereits erwähnt, die Aufbereitung von Statistiken wie PIAAC und die Schilderung von Praxisbeispielen, um den Bedarf zu veranschaulichen und greifbarer zu machen. Basisbildung soll in der Gesellschaft entstigmatisiert werden, das Phänomen begriffen werden, und der Bedarf an Basisbildung keine Schande für die/den Betroffene/n darstellen. Eine Enttabuisierung beispielsweise wie im Gesundheitsbereich mit Themen wie Aids, etc. von Basisbildung in der breiten Bevölkerung soll Ziel einer intensivierten Öffentlichkeitsarbeit sein.

Don't:

Vor allem wichtig sei ein **sensibler Umgang mit dem Thema Basisbildung seitens der Medien**. Wie Medien Basisbildungsbedarf darstellen, sei entscheidend für die Akzeptanz dafür in der Bevölkerung. Gewarnt wird davor, dass diskriminierende **Begriffe in Zeitungen wie „Halb-Analphabeten“ oder „funktionale Analphabeten“** sowie Berichte, in denen **KursteilnehmerInnen als „unmündige Opfer“** dargestellt werden, eine **abschreckende Wirkung** haben. Umso wichtiger ist daher, dass Medien einen sensiblen Umgang mit diesem Thema pflegen oder eventuell **Artikel vor ihrer Veröffentlichung von ExpertInnen (Anbietern etc.)** in diesem Bereich **gegenlesen lassen**.

Für Basisbildungskurse an sich empfehlen manche Befragte, eine Titulierung, die nicht stigmatisierend wirkt, zu verwenden. Beispielsweise eine eventuell Titel wie „Rechtschreibtraining“, „Legasthenie“, „EDV“ (wie in manchen In.Bewegung-Betriebsangeboten erprobt).

Die Notwendigkeit und die positiven Effekte einer stärkeren Öffentlichkeitsarbeit werden auch durch die Erfahrungen der Befragten bestätigt. Diese zeigen, dass es den *„größten Widerhall“* nach österreichweiten Radio- und/oder Fernsehspots gegeben hat und sich diese Werbemaßnahmen, auch wenn sie sehr kostenintensiv sind, als wirksame Mittel bei der Zielgruppenerreichung herauskristallisiert haben. Bemängelt wird allerdings, dass seit der Entwicklungspartnerschaft „In.Bewegung“ eine bundesweite Aktion zum Thema Basisbildung diskutiert wird, allerdings bislang nichts umgesetzt wurde.

Um eine breitere Öffentlichkeitsarbeit von Seite der Anbieter ermöglichen zu können, fordern die Befragten mehr (finanzielle) Ressourcen, die bereits vor Beginn der Maßnahme in den Projektanträgen miteinkalkuliert werden sollen.

9. Resümee

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass es beim Einsatz von MultiplikatorInnen im Bereich Basisbildung zunächst von zentraler Bedeutung ist, den MultiplikatorInnen einen umfassenden Eindruck über Basisbildung und das, was sie „ausmacht“, zu vermitteln. Besonders wichtig erscheint hier ebenso, dass MultiplikatorInnen nicht nur die Basisbildungskurse vor Ort genau kennen und ein kontinuierlicher Kontakt bzw. Austausch zwischen ihnen und den Anbietern vorliegt, sondern auch, dass sich diese in die Situation von Menschen mit Basisbildungsbedarf hineinversetzen können und auch über deren „Vertuschungsstrategien“ im Bilde sind – die Befragten erwähnen hier Übungen, die ein „Gespür“ für die Betroffenen vermitteln sollen. Zu Überlegen gilt daher nach Absprache mit diesen Anbietern eine Art Workshop o.ä. abzuhalten, in welchem solche Übungen zum Einsatz kommen und Basisbildungsbedarfe aufgezeigt und darüber diskutiert wird.

Generell steht Sensibilisierung bei der Arbeit mit MultiplikatorInnen im Fokus. In diesem Sinne stellt auch die richtige Ansprache potentieller Betroffenen einen relevanten Faktor dar. Eigenen Angaben nach besitzen manche Anbieter gewisse Tools bzw. Unterlagen, um Hilfestellung für das richtige Ansprechen zu bieten. Ein Austausch mit diesen Anbietern könnte daher für das hier vorliegende Projekt fruchtbar sein.

Besonders wichtig ist zudem eine permanente Kooperation bzw. ein stetiger Austausch zwischen Anbietern und MultiplikatorInnen, die am besten in regelmäßigen Abständen persönlich vor Ort stattfindet. Aus den Befunden zeigt sich, dass sporadischer Austausch, vor allem nur zu Beginn beim Aufbau der MultiplikatorInnen, nicht ausreichend ist und die viele Vorarbeit zunichte machen kann – diesbezüglich wird immer wieder auf das die Kontinuität bei der Kontaktarbeit hingewiesen.

Hinsichtlich Öffentlichkeitsarbeit besteht noch viel Nachholbedarf, ist es in Österreich noch immer für viele nicht vorstellbar, dass Menschen mit Basisbildungsbedarf in der Bevölkerung vorhanden sind oder vielen das Angebot an Basisbildungskursen bzw. der Begriff Basisbildung an sich vollständig unbekannt oder mit falschen Assoziationen behaftet ist. Aufklärungsarbeit und Entstigmatisierung sind daher zentrale Aufgaben, die es zum Teil auch medial zu lösen gilt. Ernsthafte Öffentlichkeitsarbeit und in weiterer Folge Aufklärung bzw. Sensibilisierung der Bevölkerung kann daher nur über längerfristige, konsequente Medienarbeit erreicht werden.

Aus der Recherche können folgende wichtige Aufgaben für MultiplikatorInnen zusammengefasst werden, um diese zu erfüllen, sind dem auch entsprechende Kompetenzen und Kenntnisse gegenübergestellt:

Aufgaben – Anforderungen

- **Aufklärung und Sensibilisierung** durch vorhandene Expertise über Basisbildung im jeweiligen Umfeld
- **Positive Stimmungs- und Meinungsbildung** betreiben – z.B.: über Entstehungszusammenhänge (weg von der Individualisierung), Ausmaß des Phänomens (Statistik – Erfassung), Nutzen und Mehrwert von Basisbildungsangeboten, Erfolgsbeispiele
- **Aufmerksamkeit** gegenüber möglicher **Anzeichen von Basisbildungsbedarf** – sensible Ansprache potentieller Betroffener
- Überzeugt und engagiert **für das Thema Basisbildung eintreten** – *„MultiplikatorInnen müssen für Basisbildung brennen“*
- **Information** von Betroffenen und ihrem Umfeld über Angebote und den jeweiligen Modalitäten – Weiterverweise dazu oder zu anonymer Beratungsmöglichkeit (z.B.: Alphatelefon)
- **Weitergabe von Kurzinformationen**, Basismaterial an sonstige Interessierte
- **Schnittstelle zwischen Anbietern und Betroffenen** – Vermittlung von Informationen
- **Teilnahme an Vernetzungstreffen** – strategische Reflexion und Aktualisierung des Wissens

Kenntnisse/Fertigkeiten

- **Wissen über Träger und Angebote der Basisbildung** – Methoden, Inhalte, Abläufe, Teilnahmevoraussetzungen, AnsprechpartnerInnen; Projektbeschreibungen – Ablauf, Dauer, Voraussetzungen, klar aufbereitete Unterlagen, Abgrenzung zu ähnlichen Angeboten
- **Wissen über anonyme Erstberatungsmöglichkeiten** – Alphatelefon, regionale Koordinationsstellen, netzbasierten Lern- und Testmöglichkeiten, Internetplattformen
- **Wissen über Zielgruppen**, Ausmaß, Vermeidungsstrategien, Anzeichen von fehlender Basisbildung – Spektrum des Basisbildungsbegriffs
- **Empathie und Fähigkeit zum Perspektivenwechsel** - „Gefühl“ für Zielgruppe, ihren Grenzen, Hemmnissen und „Knackpunkten“ der Motivation – „Tools der Ansprache“ – Übungsmöglichkeiten für das Erkennen und Ansprechen
- **Tipps für Kommunikation und Ansprache**
- wichtigste **Ergebnisse der Forschung/Statistik**
- **Regionale Annäherung an Zielgruppen**
- **Unmittelbare Kenntnis von „plastischen“ Erfahrungsberichten** – Zielgruppen und Basisbildungsangebote direkt kennenlernen
- **Kenntnis von zielgruppenadäquaten sensiblen Ansprachemöglichkeiten**
- **kurzes Informationsmaterial:** z.B.: Folder/Flyer mit zwei Seiten ausreichend in Verbindung mit persönlichem Kontakt, Kontaktadressen, etc.

Literaturverzeichnis

Bauer, Brigitte, Sallaberger, Gerhild: Aufbau von Basisbildungsstrukturen in einer ländlichen Region. Basisbildungszentrum abc Salzburg. Gefördert von BMUKK/ESF. Projekt: In.Bewegung. Salzburg 2010.

Berndl, Alfred: Agents of change. Professionalisierung von MultiplikatorInnen in der Basisbildung. IN: Zwischenbilanz. die Basisbildung in Österreich in Theorie und Praxis. Herausgegeben von ISOP GmbH, Otto Rath und Mariella Hahn, Netzwerk Basisbildung und Alphabetisierung in Österreich, In.Bewegung, S.180 - 185

Monitoring „Initiative Erwachsenenbildung“, 1. Halbjahresbericht 2015 - zum Stichtag 15.02.2016 über den Zeitraum von 01.01.2015 bis 30.06.2015. Erstellt von der Länder-Bund-Monitoringgruppe. Wien.

Programmplanungsdokument „Initiative Erwachsenenbildung“. Länder-Bund-Initiative zur Förderung grundlegender Bildungsabschlüsse für Erwachsene inklusive Basisbildung 2015-2017. Erstellt von der Länder-Bund-ExpertInnengruppe „Initiative Erwachsenenbildung“. Wien: Stand Jänner 2015.

Schlüsselkompetenzen von Erwachsenen - Erste Ergebnisse der PIAAC-Erhebung 2011/12. Wien: STATISTIK AUSTRIA 2013.

Stoppacher, Peter; Edler, Marina unter Mitarbeit von Reinbacher-Fahrner, Karin: Evaluation der ersten Periode der Initiative Erwachsenenbildung. Im Auftrag der neun Bundesländer und des Bundesministeriums für Bildung und Frauen. IFA Steiermark. Graz 2014.