

Wirkfaktoren zur Bildungsbeteiligung

Zielgruppenerreichung von
„bildungsungewohnten“ Frauen

Überblick

- Definition „Zielgruppe“
- „good practices“ für niederschwellige Zielgruppenerreichung
- Wirkfaktoren für die Weiterbildungsbeteiligung

Definition: Zielgruppe

- Erwerbstätige und arbeitslose Frauen ohne bzw. mit geringer Berufsausbildung:
 - die einen Qualifikationsabschluss bis max. der berufsbildenden mittleren Schule besitzen
 - die in den letzten 2 Jahren keine beruflich verwertbare Weiterbildungsveranstaltung besucht haben
 - vorrangig: Frauen mit Pflichtschulabschluss
- Frauen mit keinen bzw. geringen IKT-Kenntnissen

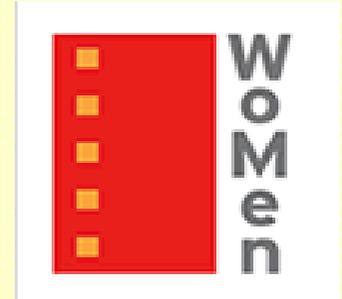
„good practices“

**zur niederschweligen
Zielgruppenerreichung**

- WoMen Tirol
- Prescriptions for Learning
- Bildungswegweiser
- Frauen und IKT im Burgenland

WoMen Tirol

- Zielgruppe: Frauen; Betriebe
- Ziele: Verbesserung des Zugangs von Frauen zu IKT; Förderung weiblicher Karrieren
- Inhalte: kostenlose Lehrgänge; Ausbildung zu IT-Fachfrau
- Regionale Bildungsberatung



Zielgruppenerreichung/Sensibilisierung

- Beratungsbus – aufsuchende Bildungsberatung
- Schnupperworkshops (EDV-Basiskurse)
- Verständigungstheater „Elektrika“ zu Geschlechterrollen
- Filmdokumentation über Projekt



Bildungsberatung in Kaiserwinkl

(Interview: Mag.^a Kemper)

- Top-Down-Strategie auf politischer u. arbeitsmarktpolitischer Ebene: hauptsächlich telefonische Kontaktaufnahme mit höchster regionalpolitischer Ebene, Bezirkshauptmännern und Bürgermeistern, sowie mit AMS-Leitung
- Vorstellen des Projekts – Einladungen folgten
- Bürgermeister forderten Frauen explizit dazu auf, Beratung zu besuchen
- Beratungsbus wurde gemietet, tageweiser Einsatz, 2 Beraterinnen
- Nach Bedarf Kosten für kleinere Fortbildungseinheiten in Bildungsinstitutionen übernommen bzw. Trainings vor Ort angeboten (Bsp.: in Kössen Basis-EDV-Kurs in Hauptschule, Kinderbetreuung in Krabbelstube)

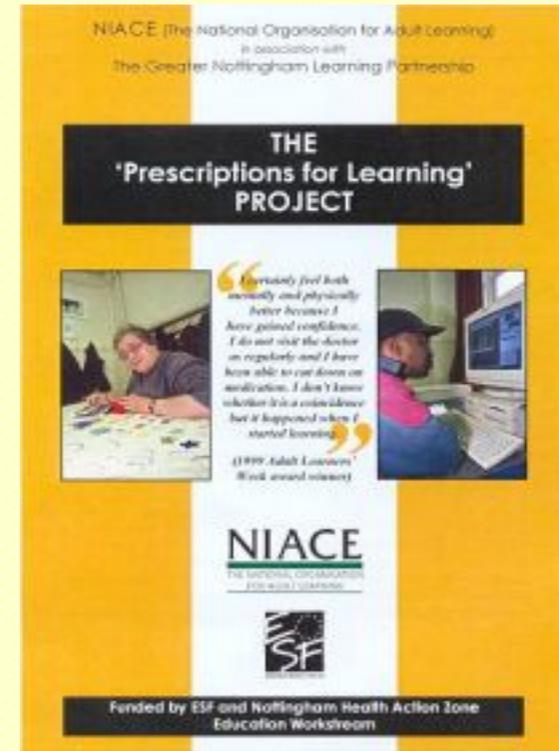
Ergebnisse

- Bildungsberatung von Großteil der Frauen sehr gut angenommen
- Top-Down-Strategie sehr wichtig für die Motivation der Frauen, zu Veranstaltungen zu gehen (da mangelnde Anonymität am Land nachteilig)
- Anfangs etwas schleppende Nachfrage, da Mundpropaganda sehr wichtig

Prescriptions for Learning (UK)

(Piette, Brec'hed: Evaluation of 'Prescriptions for Learning' Project. Department of Lifelong Learning, University of Wales, Bangor.)

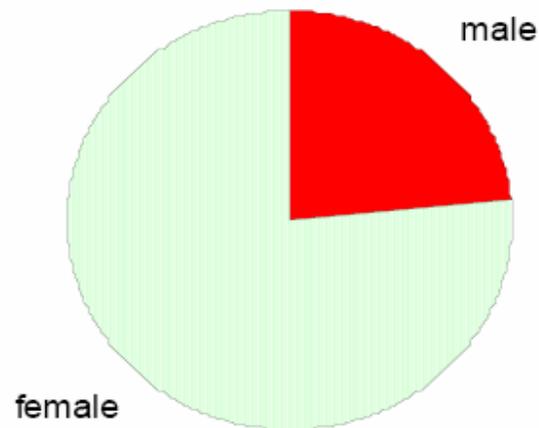
- Ausgangslage: Bildungshintergrund u. Gesundheitszustand hängen zusammen
- Menschen mit wenig Basisqualifikationen sind anfälliger für Krankheiten (psychosomatisch, Depression etc.)
- Projekte in Wales u. England (von NIACE) durchgeführt



- Zielgruppe: „bildungsferne“ Personen, mit mentalen und physischen gesundheitlichen Problemen
- Ziel: Erhöhung der Weiterbildungsbeteiligung von „bildungsfernen“ Personen
- Kooperation mit ÄrztInnen
- Vom Arzt verschriebene Lernrezepte – Überweisung zu Bildungsberater (Sprechstunden in der Arztpraxis)
- Sensibilisierung des Krankenpersonals für den positiven Einfluss für Lernen auf die Gesundheit

Geschlechterverteilung

Gender of those referred to PfL



Nord-Wales

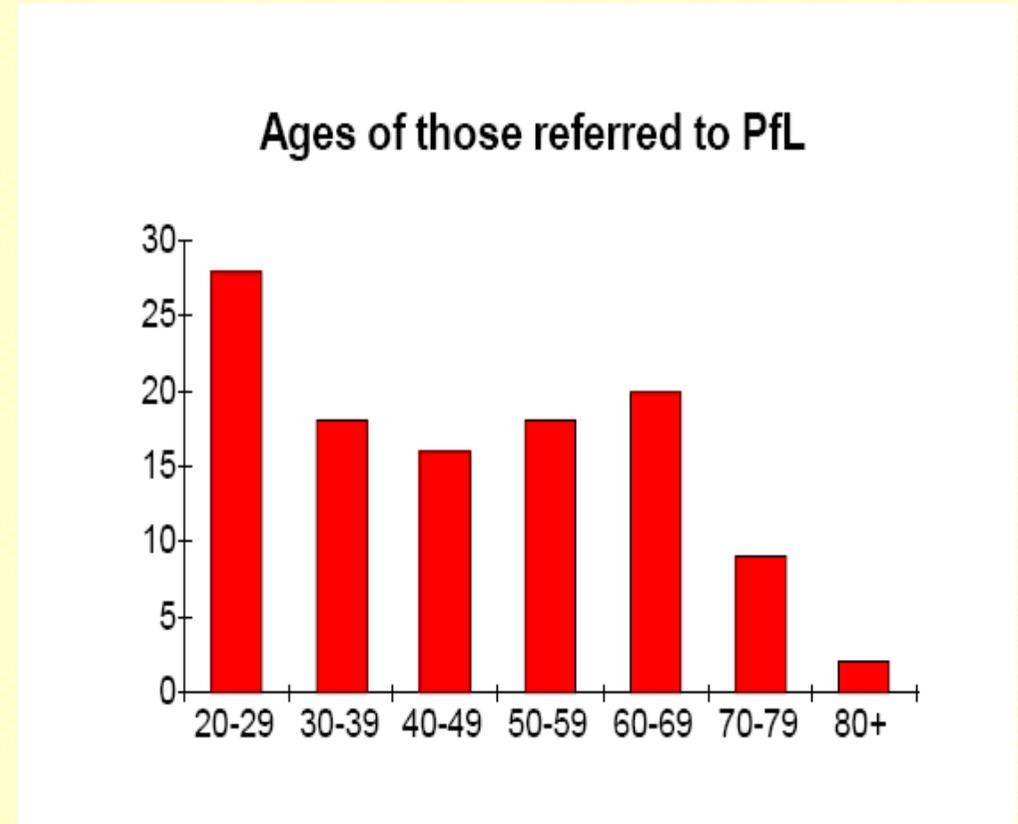
(Juli 2002- Juli 2003):

N= 111

- 85 Frauen
- 26 Männer

Alter der TeilnehmerInnen

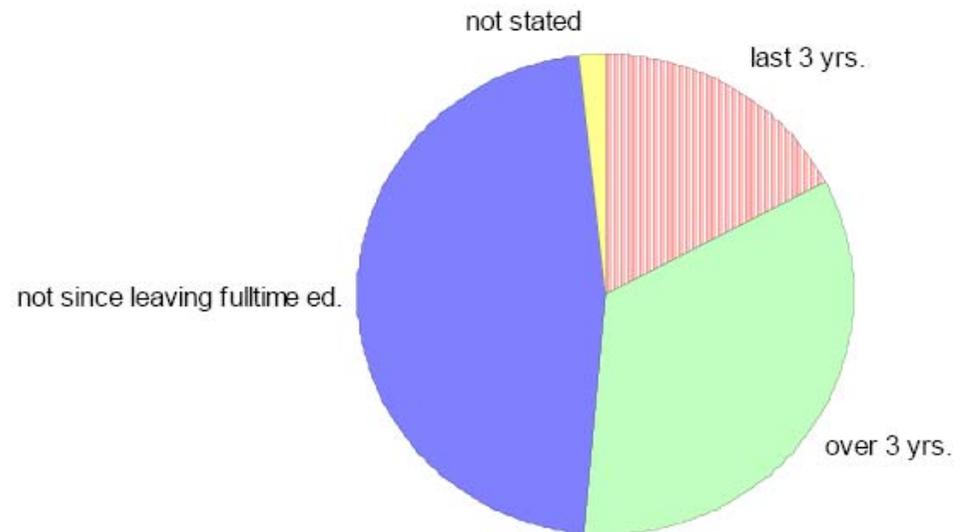
- Relativ ausgewogene Verteilung der Altersklassen
- Viele ältere Menschen über 50, die eher schwer zu erreichen sind



Bildungserfahrung

- 19 hatten Bildungserfahrungen in den letzten 3 Jahren
- 52 keine Weiterbildung seit Berufs-bzw. Schulausbildung
- 38 letzte Bildungserfahrung länger als 3 Jahre her
- 81,1% der Befragten „bildungsfern“
- 2 keine Angabe

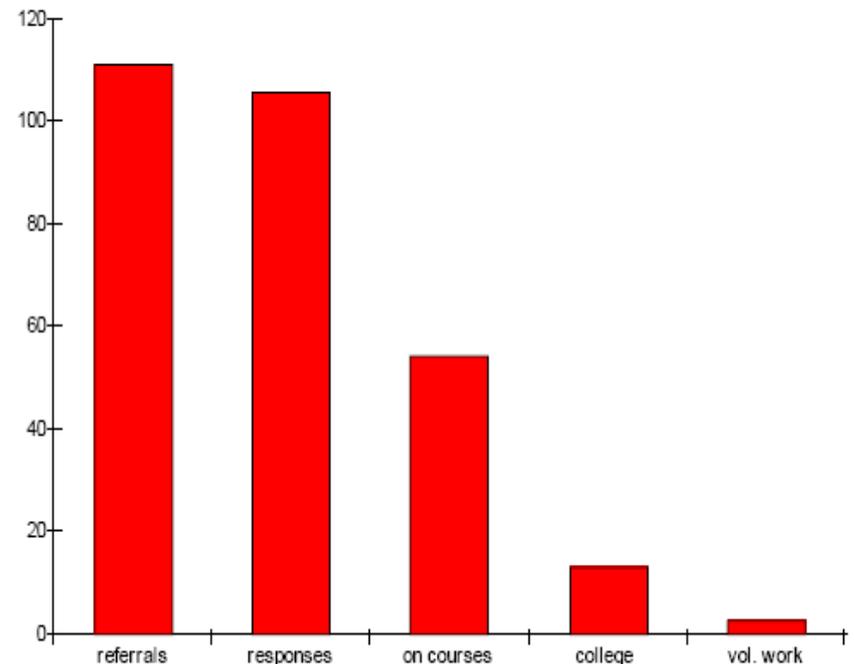
Previous Involvement in Learning



Ergebnisse

- 111 PatientInnen vom Arzt eine „Überweisung“ zur Bildungsberaterin erhalten
- davon 106 gefolgt
- 54 (60%) meldeten sich für eine Weiterbildungs-veranstaltung an
- 41 keine Bildungsaktivitäten, davon waren 10 an Angeboten nicht interessiert, 31 bekundeten Interesse, kamen aber nicht zu Veranstaltungen

Numbers involved at different stages



- Einige TeilnehmerInnen engagierten sich in ehrenamtlichen Tätigkeiten (Organisieren sozialer Events in Gemeindezentren, Möbelrecycling)
- Beteiligung an Bildungsangeboten des örtlichen Anbieters (zuvor wurde diese „bildungsferne“ Zielgruppe von Anbieter nicht erreicht)
- bestehende Bildungsangebote zum Teil nicht angenommen, da nicht geeignet od. unpraktisch
- Ältere „bildungsferne“ Menschen gut erreicht
- Feststellung gesundheitlicher (mentaler u. physischer) Verbesserungen durch den zuständigen Arzt

- Projekt: Kosteneffektivität und vollständige Zielerreichung
- Motivierung von „bildungsfernen“ Frauen u. Männern zur Weiterbildung
- Abhalten verschiedener Kurse bzw. Vermittlung (IBT, IKT, Tai Chi, Selbstvertrauen stärken, Kunst, Handarbeit, -werk)
- Steigerung des Selbstwertgefühls, Aktivierung, neue Lebensperspektiven
- Ermutigung zu weiterführender Bildung
- Verstärkte soziale Integration von ehemals sozial isolierten Personen
- Verbessertes Gesundheitszustand einiger TeilnehmerInnen, Absetzung von Medikamenten
- Positive Auswirkungen auf Familienleben (Entlastung der Kinder als „Pfleger“, verbesserte Lebensqualität)

“Wegen Depression und Angstzuständen bin ich seit 6 Jahren arbeitslos. Ich hatte viel Unterstützung von meinem Arzt. Er hat mich Pat im Februar vorgestellt, und sie brachte mich dazu, Kurse zu besuchen, über Selbstvertrauen aufbauen, Tai Chi, Computerkurse, Kunst und Handwerk. Das hat mir geholfen, wieder hinauszugehen, wieder mehr Selbstvertrauen zu haben, und wieder unter die Leute zu kommen. Sie hat mir mehr geholfen, als ich sagen kann. Ich weiß nicht, was ich ohne ihre moralische Unterstützung getan hätte. Sie hat versucht, mich durch meine schlimmste Zeit während meiner Scheidung zu bringen. (...).“

(Klientin, Projekt Nord-Wales)

„Es wurde in einem allgemeinen Gespräch erwähnt, der Doktor hat uns gefragt, ob wir Lust hätten, irgendetwas Neues zu machen. Das hörte sich interessant an.“

„Ich dachte, ich sollte es tun, weil der Doktor es sagte.“

„Ich hab nicht verstanden, wozu das Ganze. Als ich Mike (Anm.: der Bildungsberater) sah, weinte ich, was für mich sehr beschämend war. Aber letztendlich war es in Ordnung.“

*(Reaktionen auf die Überweisung des Arztes;
Nottingham-Projekt)*

Marketing: Bildungswegweiser (Tirol)

(Interview Mag.^a Irowec, Modul 6, Bildungsberatung)



- Professionalisierung (Beauftragung einer Werbeagentur, Werbepsychologe)
- Umbenennung des Projekts in „Tu-was.com“
- Entwicklung eines niederschweligen Folders
- EB beschränkt auf Lernfeste: Bildungsorganisationen boten Schnupperkurse an
- Regionale Bildungsberatung vor Ort: Verteilung von Broschüren
- Aussendung des Folders an Arztpraxen, Tiroler Gemeinden (Veröffentlichung im Gemeindeblatt), Kindergärten, mit Bitte an Weitergabe
- Auffällige Plakataktion (orange/schwarz) in Postbussen
- Inserat in Regionalzeitung unter Rubrik „Arbeit finden“



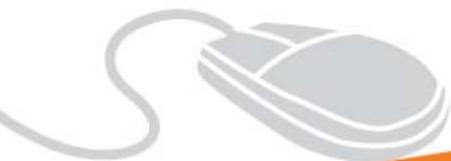
Bei uns bekommen Sie persönliche Beratung und Infos über Förderungen:



Natürlich auch im Internet!

Kurse und Weiterbildungs-Angebote von 0 bis 24 Uhr

www.tu-was.com



Innsbruck, Universitätsstraße 15a am Zukunftszentrum, 1. Stock, Telefon: 0512/58 02 01
e-mail: beratung@tu-was.com

Dienstag und Donnerstag von 9 bis 19 Uhr

Die genauen Termine für die Bezirke Imst und Landeck finden Sie im Beiblatt und im Internet unter:
www.tu-was.com/beratung

Orientierung suchen
Weiterbildung wählen
Arbeit finden

Kostenlos, diskret und auf Wunsch anonym. Für professionelle Kinderbetreuung ist gesorgt!



Gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds und des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.

Innsbruck, Bezirk Imst und Bezirk Landeck

Wenn Ihnen hier etwas bekannt vorkommt, sind Sie bei uns richtig!

»Ich will wieder in das Berufsleben einsteigen!«

»Alle sagen, ich sei zu alt für einen Jobwechsel.«

»Ich kann mir einen Kurs nicht leisten.«

»Ich suche eine sinnvolle Beschäftigung.«

»Regelmäßige Kurse sind für mich unmöglich, wie kann ich mich trotzdem weiterbilden?«

»Ich will wieder Spaß am Arbeiten haben!«

»Ich suche einen Job, bei dem ich unter Leute komme.«

»Habe Pflichtschulabschluss und will jetzt endlich was dazu lernen!«

»Ich bin über 40, jetzt möchte ich neu durchstarten.«

»Was soll ich denn machen? Ich kann ja nichts.«

»Welche Förderungen kann ich in Anspruch nehmen?«

»Wer sagt mir, wo meine Stärken liegen?«

»Ich will endlich einen Beruf, der mich fordert!«

»Möchte meinen Beruf wechseln...«

Sie beschäftigen sich gerade mit diesen Themen?



Orientierung suchen

Wenn Sie darüber nachdenken, welcher Beruf zu Ihnen passt. Wenn Sie auf der Suche sind nach Ihren persönlichen Stärken, Wünschen und Zielen. Wenn Sie nicht genau wissen, wie Sie wieder in das Berufsleben einsteigen können...

Weiterbildung wählen

Wenn Sie wissen möchten, welche Weiterbildungen in Ihrer Nähe stattfinden. Zu einer Zeit, die für Sie möglich ist. Wenn Sie noch unsicher sind, welcher Kurs Sie Ihrem Ziel näher bringt. Wenn Sie eine Förderung in Anspruch nehmen möchten...

Arbeit finden

Wenn Sie wissen wollen, wie eine zeitgemäße Bewerbung ausschauen soll. Wenn Sie Tipps für eine Bewerbung benötigen. Wenn Sie mehr Sicherheit für ein Bewerbungsgespräch brauchen. Oder wenn Sie die Jobbörsen im Internet im Griff haben wollen...

tu-was.com

Ergebnisse

- Statistik: Erhöhung der Beratungszahlen um 47%
- 12,3% aller beratenen Frauen (n=110) haben die Pflichtschule nicht od. max. abgeschlossen
- 49,6% aller beratenen Frauen sind FacharbeiterInnen
- Empfehlung: Auslagerung der Öffentlichkeitsarbeit an „Profis“
- Keine Ergebnisse zur Bildungsbeteiligung

Frauen u. IKT im Burgenland

(Interview: Mag.^a Tormann)

- Zielgruppe: Mädchen u. Frauen
- Ziele: Verbesserung der Bildungsbeteiligung von Frauen in der IT-Branche

Inhalte:

- Schnupperworkshops
(Basisbildung)
- IKT-Lehrgänge für Frauen mit EDV-Kenntnissen
- Einrichtung eines Servicecenters

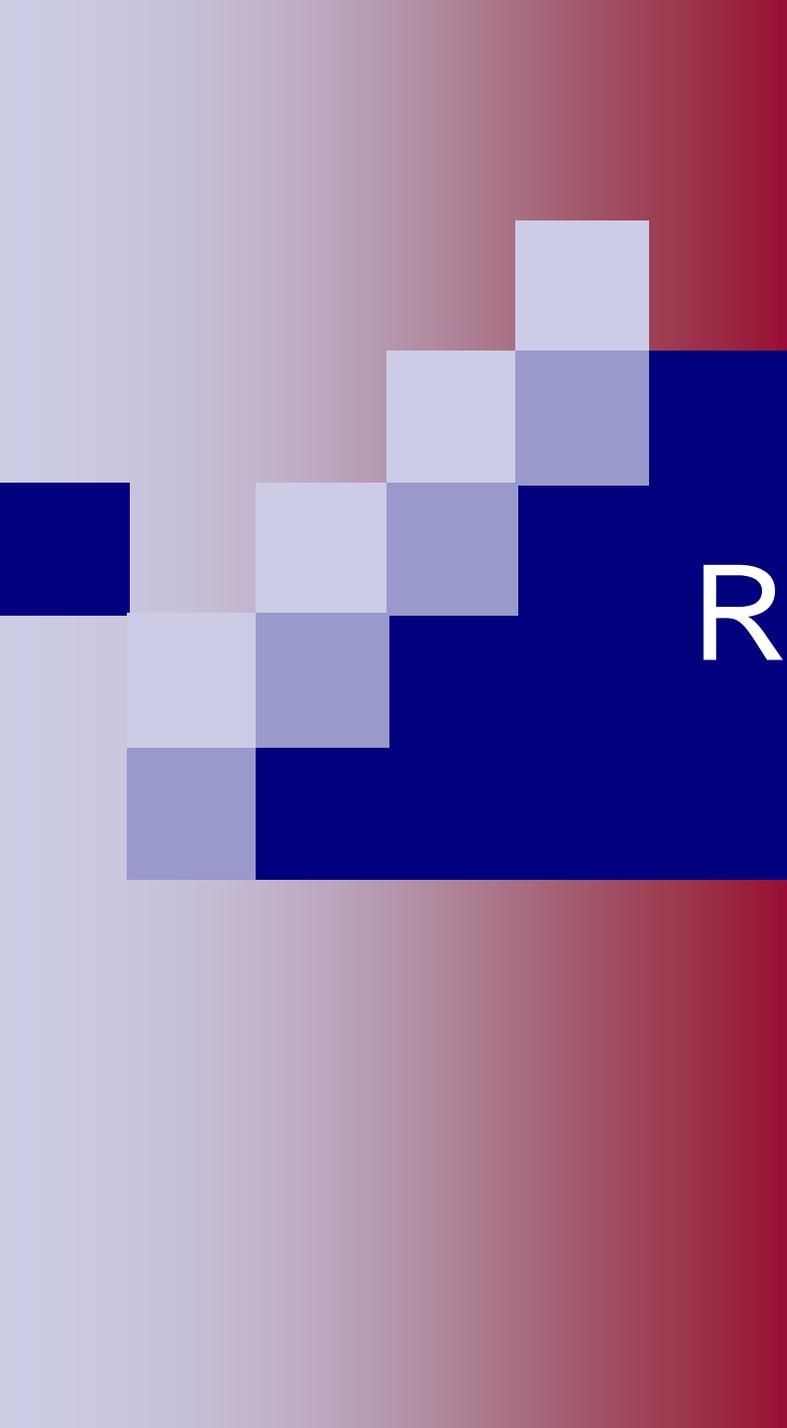


Schnupperworkshops

- 4-wöchige Workshops mit mobilen Geräten (in acht Gemeinden)
- Zielgruppe: Frauen u. Mädchen mit/ohne EDV-Kenntnissen
- Akquisition: Landesrätin unterstützte Projekt – Aussendungen zur an alle Haushalte
- Einbeziehung der Gemeinde (Bürgermeister)
- Informationsveranstaltungen (Frauen, PC und Kaffee)
- Pressekonferenz (Presseartikel); Folder; Plakate

Ergebnisse

- Sehr große Nachfrage in Gemeinden (in zwei Gemeinden zwei Workshops durchgeführt)
- Angebotene Kinderbetreuung wurde nicht in Anspruch genommen (Frauen organisierten das privat)
- Im gesamten Projekt nahmen 450 Personen an Qualifizierungen teil



Resümee

Informationsverbreitung

- Lokale, regionale Medien (Zeitung, Radio, TV)
- Persönliche Aussendung an Haushalte
- Heranziehung von MultiplikatorInnen
- Organisation von „Bildungsevents“
- Mundpropaganda

Inhaltlich:

- Positive Darstellung des Lernens (Fallbeispiele)
- Vermeidung des Terminus „Lernen“ (kann Ablehnung, Versagensangst hervorrufen)
- Zielgruppenadäquates „wording“
- Kommunizierung der Lernziele, der praktischen Verwertbarkeit

MultiplikatorInnen

- Einbindung der politischen Ebene (Bezirkshauptmannschaft, Bürgermeister)
- Einbindung der arbeitsmarktpolitischen Ebene
- Kooperation mit regionalen Frauengruppen, -beratungsstellen, ÄrztInnen, MigrantInnenvereinen, Sozialzentren:
 - Bsp.: Bildungspartnerschaft Vorarlberg: Sensibilisierung und Erreichung von jugendlichen MigrantInnen durch VertreterInnen von MigrantInnenzentren u. Jugendarbeit – Informierung der Jugendlichen in Moscheen, türk. Sportvereinen etc.
- Einbindung lokaler Infrastruktur (Kaffeehaus, Gasthaus, Schulen, Kindergärten)
- Einbindung lokaler Personen als „WerbeträgerInnen“ und „InformantInnen“ (FriseurIn, BriefträgerIn, VerkäuferIn, Greißler)

Wirkfaktoren zur Weiterbildungsbeteiligung „bildungsferner“ Frauen

- Erhöhte Chancen auf dem Arbeitsmarkt
- Kinderbetreuungsangebote, Unterstützung bei Pflege
- Rücksichtnahme bei Unterrichtszeiten
- Lokale Erreichbarkeit
- Kostengünstigkeit
- Persönliche, soziale Kontakte
- Platz für informelle Aktivitäten (Gespräche in informeller Atmosphäre)
- Kreatives, anwendungsorientiertes Lernen statt verschulte Kurse
- Resultat des Lernprozesses muss direkt für die Lebenspraxis verwertbar sein

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

