

Kanelutti-Chilas, Erika

Herausforderung Öffnung oder: die verschlungenen Wege zu neuen Zielgruppen

Magazin erwachsenenbildung.at (2016) 29, 8 S.



Quellenangabe/ Citation:

Kanelutti-Chilas, Erika: Herausforderung Öffnung oder: die verschlungenen Wege zu neuen Zielgruppen - In: Magazin erwachsenenbildung.at (2016) 29, 8 S. - URN: urn:nbn:de:0111-pedocs-125747 - DOI: 10.25656/01:12574

<http://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0111-pedocs-125747>

<http://dx.doi.org/10.25656/01:12574>

in Kooperation mit / in cooperation with:

Meb



Magazin
erwachsenenbildung.at

<http://www.erwachsenenbildung.at>

Nutzungsbedingungen

Dieses Dokument steht unter folgender Creative Commons-Lizenz: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de> - Sie dürfen das Werk bzw. den Inhalt vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen sowie Abwandlungen und Bearbeitungen des Werkes bzw. Inhaltes anfertigen, solange Sie den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use

This document is published under following Creative Commons-License: <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en> - You may copy, distribute and render this document accessible, make adaptations of this work or its contents accessible to the public as long as you attribute the work in the manner specified by the author or licensor.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.



Kontakt / Contact:

peDOCS
DIPF | Leibniz-Institut für Bildungsforschung und Bildungsinformation
Informationszentrum (IZ) Bildung
E-Mail: pedocs@dipf.de
Internet: www.pedocs.de

Mitglied der


Leibniz-Gemeinschaft

Magazin

erwachsenenbildung.at



Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs

www.erwachsenenbildung.at/magazin

Ausgabe 29, 2016

Bildungs- und Berufsberatung in Österreich

Standortbestimmung, Reflexionsräume
und Perspektiven

Praxis

Herausforderung Öffnung oder:
die verschlungenen Wege zu
neuen Zielgruppen

Erika Kanelutti-Chilas



Herausforderung Öffnung oder: die verschlungenen Wege zu neuen Zielgruppen

Erika Kanelutti-Chilas

Kanelutti-Chilas, Erika (2016): Herausforderung Öffnung oder: die verschlungenen Wege zu neuen Zielgruppen.

In: Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 29, 2016. Wien.

Online im Internet: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/16-29/meb16-29.pdf>.

Druck-Version: Books on Demand GmbH: Norderstedt.

Erschienen unter der Creative Commons Lizenz CC BY 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

Schlagworte: Bildungsberatung, Berufsberatung, Erwachsenenberatung, neue Zielgruppen, niederschwellige Beratung, mobile Beratung, aufsuchende Beratung



Kurzzusammenfassung

Der vorliegende Praxisbeitrag speist sich aus dem Erfahrungsschatz der Autorin, die sich seit mehr als zwei Jahrzehnten mit Fragen des Zugangs zu Bildung und Bildungsberatung in Österreich befasst. Im Fokus stehen die Ergebnisse zweier in den Jahren 2012 und 2014 durchgeführter Untersuchungen zum Thema niederschwellige Bildungsberatung. In der ersten Studie wurden die Einschätzungen erfahrener BildungsberaterInnen zu den Ursachen für Zugangsbarrieren zur Bildungsberatung erhoben und es wurde erörtert, wie Bildungsberatung generell niederschwelliger gestaltet werden kann. Die Folgestudie befasste sich mit den Erfahrungen, die KollegInnen der Bildungsberatung in Österreich konkret mit mobiler und aufsuchender Beratung gemacht haben. Unter welchen Voraussetzungen sind diese Beratungsformate ziel führend? Was muss gewährleistet sein, damit mit diesen Angeboten auch neue Zielgruppen angesprochen werden? So ist für die Akzeptanz einer mobilen Beratung in den Regionen u.a. wesentlich, welche Räume vor Ort angeboten werden und ob diese „diskret“ erreichbar sind. Bei aufsuchender Bildungsberatung im öffentlichen Raum und im Rahmen von Veranstaltungen scheinen offene Formate sowie eine gute und regelmäßige Kooperation mit Peers und „Brückenmenschen“ wesentlich. (Red.)

09

Praxis

Herausforderung Öffnung oder: die verschlungenen Wege zu neuen Zielgruppen

Erika Kanelutti-Chilas

**„Bildung‘ und ‚Beratung‘, das sind ja zwei wirkliche Angstwörter mitunter...“,
formulierte einst eine Interviewpartnerin im Hinblick auf niederschwellige
Zugänge zur Bildungsberatung.**

Tatsächlich ist Bildungsberatung per se kein niederschwelliges Angebot. Im Gegenteil, dieses Angebot spricht in erster Linie bereits bildungsaffine Menschen an. Es wird aktiv von Personen nachgefragt, die für ihre Pläne bessere Entscheidungsgrundlagen wünschen, bei denen sich weniger die Frage stellt, ob sie an Weiterbildung teilnehmen, als vielmehr, wie sie das am besten angehen.

BildungsberaterInnen stehen daher vor der Aufgabe, ihr Angebot auf breitester Ebene zu verankern. Die Ideen, die sie dafür entwickeln, sind so vielfältig wie die Erfahrungen, die sie dabei machen.

Soll die Bildungsberatung auch Personen erreichen, die eine Teilnahme an Weiterbildung von sich aus nicht unbedingt in Betracht ziehen, so reicht bildungsangebotsnahe Beratung nicht mehr aus. Neue Konzepte, Formate und Orte der Beratung sind gefragt und werden teilweise bereits ausprobiert, um das Angebot niederschwelliger zu machen.

Vor einigen Jahren hatte ich die Möglichkeit, gemeinsam mit Alexandra Kral im Rahmen von zwei Fokusgruppen und zwanzig ausführlichen Interviews Einsichten und Einschätzungen erfahrener BildungsberaterInnen zur Frage, welche Herausforderungen mit tatsächlich niederschwelliger

Bildungsberatung verbunden sind, einzuholen und zu bündeln (siehe Kanelutti-Chilas/Kral 2012). Die InterviewpartnerInnen benannten dabei einerseits strukturelle Zugangsbarrieren zur Teilnahme an Bildung, andererseits individuelle Hinderungsgründe, die v.a. der Nutzung von Beratung entgegenstehen.

Demzufolge ist Bildungsberatung für die meisten Menschen nur dann ein Thema, wenn die Teilnahme an Bildung auch als sinnvoll und möglich erlebt wird. Faktoren wie z.B. ein abgelegener Wohnort, geringe Deutschkenntnisse oder körperliche Einschränkungen stehen dem oft entgegen, ebenso der familiäre Hintergrund, eine schwierige finanzielle Situation, Betreuungspflichten bzw. erlebte Diskriminierung am Arbeitsmarkt (siehe ebd.).

Wer davon ausgeht, dass eine möglicherweise interessante Ausbildung nicht finanzierbar ist bzw. ohnehin keinen Effekt auf die Arbeitssituation hat, wird sich auch kaum dafür interessieren – und schon gar nicht für eine Bildungsberatung!

Aus eher individuellem Erleben heraus entstehen jene Hürden, die es vielen Menschen schwer machen, Beratung in Anspruch zu nehmen. Eine

enorme Rolle spielen dabei schlechte Erfahrungen mit der Schule oder mit anderen Institutionen, die zu Misstrauen oder Versagensängsten führen. Aus Sicht mancher Betroffener repräsentieren BildungsberaterInnen genau jene Einrichtungen, an denen sie selbst gescheitert sind. Hier eine Vertrauensbasis herzustellen, ist eine nicht zu unterschätzende Aufgabe. Dazu kommt, dass für viele, und zwar offenbar vorwiegend für Männer¹, „Beratung“ mit Hilfsbedürftigkeit oder Defizit konnotiert ist (vgl. ebd., S. 30). Sie nehmen das Angebot bestenfalls dann an, wenn ihr individueller Leidensdruck überbietet.

Um also die vielen Menschen mit ihren verschiedensten Vorgeschichten zu erreichen, sind unterschiedliche Ansätze parallel zu verfolgen. Denn es gibt nicht *das eine* niederschwellige Angebot und *den einen* niederschweligen Zugang: Eine Niederschwelligkeit kann vielmehr nur durch eine Vielfalt an Formaten und Zugängen erreicht werden.

Grundsätzliche Voraussetzungen für den Weg zur Bildungsberatung

Aus den Fokusgruppen und Interviews lassen sich mehrere notwendige Schritte ableiten, die dem Besuch einer Bildungsberatung vorausgehen:

- Ich habe ein Problem.
- Ich weiß, dass es Bildungsberatung gibt.
- Ich bringe mein Problem mit dem Beratungsangebot in Verbindung und erwarte mir davon die Lösung des Problems.
- Ich vertraue den beratenden Organisationen und
- ich erreiche das Angebot gut und einfach.

Bildungsberatung ist noch viel zu wenig bekannt, als dass die meisten Menschen „automatisch“ an diese Möglichkeit denken würden, wenn sie sich mit Fragen zu beruflicher Umorientierung oder Ausbildung herumschlagen (vgl. ebd., S. 29). Es sind noch viele kommunikative Signale durch Öffentlichkeitsarbeit und Sensibilisierung notwendig. Diese Signale werden von den EmpfängerInnen in der Regel auch nur

dann registriert und abrufbar gespeichert, wenn sie zur individuell rechten Zeit und in der für sie richtigen Form ausgesendet werden!

Was zur Verbreitung bereits umgesetzt wird

An der Steigerung des Bekanntheitsgrades von Bildungsberatung wird allorts gearbeitet. Beratungsstellen betreiben Websites und Facebook-Seiten, erstellen Folder, pflegen Kontakte zu MultiplikatorInnen, einige haben anschauliche Imagefilme für Bildungsberatung erstellt. Weitere bereits eingesetzte Hebel, um Bildungsberatung weiter zu verbreiten, sind zum Beispiel:

PartnerInnen als Türöffner gewinnen

Seit 2011 haben sich für die Initiative Bildungsberatung Österreich, die vom Europäischen Sozialfonds und dem Bildungsministerium kofinanziert wird, Bundesländer-Netzwerke gebildet: Die Projektträger gewannen Organisationen als PartnerInnen, die als „Türöffner“ für einzelne Zielgruppen fungieren sollen und selbst Bildungsberatung anbieten. Es sind dies MigrantInnenvereine und Frauenberatungsstellen, Jugendzentren und Beratungseinrichtungen für Menschen mit Behinderung und auch die Arbeiterkammern, die in mehreren Bundesländern seit langem in der Bildungsberatung aktiv sind. Dieser Ansatz ist durchaus vielversprechend. Zumindest im jeweiligen Aktionsradius der Partnereinrichtungen werden neue Personengruppen erreicht – mehr Menschen erfahren so von der Existenz von Bildungsberatung.

Wesentlich dabei ist, dass diese Organisationen der jeweiligen Zielgruppe tatsächlich gut genug bekannt sind und die Ratsuchenden Vertrauen in deren Kompetenz und Verlässlichkeit haben. Im Allgemeinen bleibt aber weiterhin die „Komm-Struktur“ erhalten: Die Ratsuchenden müssen das Angebot als ausreichend nutzbringend wahrnehmen, um es aktiv aufzusuchen.

¹ Ähnlich den Erfahrungen aus der Bildungsberatung, bei der immer eine markant unterdurchschnittliche Nutzung durch männliche Ratsuchende festzustellen ist, führt auch eine Studie über Männerarbeit in Österreich aus (BMSG 2004, S. 59): „Die Klientenbefragung hat gezeigt, dass persönliche Probleme im Durchschnitt 79 Monate herumgetragen werden, bis der Betroffene Kontakt mit einer professionellen Beratungsstelle aufnimmt“.

Beratung auch per Telefon und Internet

Ratsuchende müssen sich auch nicht unbedingt physisch zur Beratung begeben: Die meisten Landesnetzwerke haben inzwischen eine zentrale Telefonnummer, über die nicht nur Termine vereinbart, sondern auch Informationen gegeben und de facto ggf. auch Kurzberatungen durchgeführt werden. Ganze Beratungssequenzen können auch online geführt werden. Im geschützten Bereich eines Beratungsprogramms lassen sich Interessierte orts- und zeitunabhängig von extra geschulten BildungsberaterInnen beraten. Dieses Format kommt auch jenen Menschen entgegen, die sich lieber schriftlich ausdrücken und (physische) Distanz zu Beratungspersonen bevorzugen.

„Hinausgehen“: BeraterInnen unterwegs

BildungsberaterInnen versuchen auf die eine oder andere Art Zugangsbarrieren für benachteiligte Personengruppen zu senken, indem sie sich selbst auf den Weg machen und den (potenziellen) Ratsuchenden entgegenkommen.

Folgestudie zu den Erfahrungen mit mobiler und aufsuchender Beratung

In einer Follow-up Erhebung konnte ich gemeinsam mit Lydia Rössler zehn KollegInnen aus der Initiative Netzwerk Bildungsberatung Österreich zu ihren Erfahrungen mit mobiler und aufsuchender Bildungsberatung befragen (siehe Kanelutti-Chilas/Rössler 2015). Nachfolgend finden sich ausgewählte Ergebnisse aus diesen Interviews.

Zwischen Kommen und Gehen: mobile Beratung

Um dem Umstand Rechnung zu tragen, dass Randbezirke, kleinere Städte und ländliche Regionen unterversorgt sind, fahren BeraterInnen regelmäßig, einmal pro Woche oder pro Monat oder auf Vereinbarung „hinaus“. Sie kommen den KundInnen entgegen, um diesen weite Anreisen zu ersparen. Und doch müssen auch die KundInnen zur Beratung kommen. Auch sie müssen „*einen Ort aufsuchen, der nicht oder im beschränkten Maß der eigenen Alltagssituation und dem eigenen Lebensumfeld*

entspricht“ (Burger 2013, S. 39). Nicht nur das: Sie müssen einen Termin vereinbaren und möglicherweise noch lange darauf warten. Das kann, allem Entgegenkommen der BeraterInnen zum Trotz, eine Zugangsbarriere für die Ratsuchenden darstellen.

Die InterviewpartnerInnen berichteten aber auch von einem anderen paradoxen Phänomen: Nämlich, dass sich manche KundInnen genieren, zur Bildungsberatung zu gehen, oder befürchten, es könnte in ihrem Ort bekannt werden, dass sie sich beruflich verändern wollen. Diese Menschen gehen dann lieber doch nicht zur Bildungsberatung vor ihrer Haustüre – oder aber fahren in einen anderen Bezirk zur Beratung.

Ob die mobilen Beratungsangebote angenommen werden oder nicht, hängt noch von anderen Faktoren ab, wie z.B.: Ist das Angebot ausreichend bekannt? Welche Räume werden vor Ort angeboten? Sind sie „diskret“ erreichbar? Werden die Termine ausgehängt und regelmäßig im Gemeindeblatt kommuniziert?

So formulierte eine Interviewpartnerin, dass die Chance, dass Ratsuchende zur mobilen Bildungsberatung kommen, mit dem Zeitpunkt der Aussendung der Gemeindezeitschrift (in der auf das Angebot aufmerksam gemacht wird) korreliert (vgl. Kanelutti-Chilas/Rössler 2015, S. 21). Im Idealfall kommt es zu sehr fruchtbaren Kooperationen mit Gemeinden, die „*uns regelmäßig, wenn wir danach fragen, ein Platzl in der Gemeindezeitung zur Verfügung stellen“* (zit.n. ebd., S. 22), oder BeraterInnen sogar zu regionalen Treffen einladen. Dort können die BeraterInnen das Angebot auch den BürgermeisterInnen der benachbarten Gemeinden vorstellen (ebd., S. 38).

Sozialräumliche Begegnung: aufsuchende Beratung

Wenn BildungsberaterInnen selbst Orte aufsuchen, die dem Lebensraum potenzieller Ratsuchender entsprechen, so erschließen sich ganz andere Möglichkeiten der Interaktion. Die BeraterInnen können die Art, wie sie mit den Menschen in Kontakt treten, anpassen und auf die Sprache, die Wünsche und die Befürchtungen unmittelbar reagieren. Andererseits müssen sie ihr eigenes gewohntes Terrain verlassen

und standardisierte Beratungsformate können nur selten durchgespielt werden.

Bei aufsuchender Beratung geht es darum, „*Menschen in einer Lebenssituation und zu dem Zeitpunkt (zu) erreichen, zu denen sie von der Bildungsberatung besonders profitieren*“ (ebd., S. 15). Immer wieder gelingt der Einstieg über Gruppenberatungen, aus denen sich dann persönliche Beratungsgespräche ergeben.

Die BeraterInnen sammeln vielfache Erfahrungen mit aufsuchender Bildungsberatung bei Bildungsträgern, in Communitys, am Arbeitsplatz oder bei Events und im öffentlichen Raum:

Werden BeraterInnen zum Beispiel von Bildungsträgern und Communitys zu Deutsch, Basisbildungs- oder Pflichtschulkursen eingeladen, können sie dort für weitere Beratungen oder Bildungsschritte werben. In Eltern-Kind-Gruppen nehmen sie Kontakt mit Frauen in Karenz auf und bieten Gruppenberatungen an. BildungsberaterInnen von biber Salzburg und dem Bildungsnetzwerk Steiermark berichten von regelmäßigen Info-Terminen, die dann besonders gut gelingen, wenn Peers der jeweiligen Communitys diese Veranstaltungen propagieren bzw. selbst daran teilnehmen. Punktuell kamen auch bereits Kooperationen mit Einrichtungen der Sozialen Arbeit zustande, wie z.B. im Rahmen eines Besuchs beim Verein Streetwork in Kärnten.

Beratung am Arbeitsplatz bietet eine gute Möglichkeit, um vor allem mit geringqualifizierten ArbeitnehmerInnen ins Gespräch zu kommen. Die AK Oberösterreich konnte beispielsweise in Kooperation mit dem jeweiligen Betriebsrat in großen Betrieben Informationsveranstaltungen über das Nachholen des Lehrabschlusses durchführen. Die Bildungsberatung Steiermark beteiligt sich regelmäßig an Informationsveranstaltungen in Kasernen. Grundwehrdiener kurz vor dem Abrüsten nehmen dieses Angebot – das gegebenenfalls auch zu vertieften Beratungsgesprächen führt – gerne an.

Mit Beratung im öffentlichen urbanen Raum versucht die Bildungsberatung in Wien schon seit einigen Jahren Menschen an unterschiedlichen Orten und in unterschiedlichen Situationen zu erreichen. Die BeraterInnen haben unterschiedliche

Strategien entwickelt, bauen Tische mit Fahnen auf sowie halbwegs geschützte „Beratungsecken“. Sie sind an Orten, wo sich Menschen bewegen, um andere zu treffen, um von A nach B zu eilen oder um sich kurz auszuruhen. Wichtig dabei ist, die Menschen auch aktiv anzusprechen. So besuchen die BeraterInnen Parks, Bahnhöfe, Schwimmbäder und Märkte. Offenbar eignen sich die beiden ersten besser – was an der Haltung liegen dürfte, mit der die Orte aufgesucht werden. Denn wer z.B. ins Schwimmbad geht, will sich gerade entspannen oder Sport betreiben – nicht aber unbedingt sich mit Bildungs- oder Berufsfragen auseinandersetzen.

Resümee: erste Learnings

Aufsuchende Beratung ist ein Risiko, der Ausgang immer ungewiss: Der schönste Beratungstermin im Park kann durch einen Sturzregen wortwörtlich ins Wasser fallen; zu einem gruppendynamisch ungünstigen Zeitpunkt in eine Gruppe eingeladen zu werden, führt leicht in eine Sackgasse; und es kann oft wirklich lange dauern, bis die Kontaktaufnahme gelingt und ein Gespräch stattfinden kann. Dennoch ist aufsuchende Beratung ein ganz wichtiger Ansatz, um andere Zielgruppen zu erreichen: Denn was „Bildungsberatung“ ist und warum sie von Nutzen sein kann, können die BeraterInnen im direkten Gespräch in der passenden Sprache und im passenden Kontext klären.

Aus den erwähnten Interviews (siehe ebd.) lassen sich einige Rückschlüsse ziehen, was die Wahrscheinlichkeit einer gelungenen aufsuchenden Beratung betrifft:

Enge Kooperationen mit Vereinen und Schulungseinrichtungen, mit Peers und politischen RepräsentantInnen bieten jedenfalls eine gute Basis – allerdings unter der Voraussetzung, dass die „Brückenmenschen“ selbst eine klare Vorstellung von Bildungsberatung haben. Denn auch wenn es verlockend war, hat es sich mehrmals als wenig zielführend erwiesen, Einladungen zu „Events“ (wie z.B. einer „Frauenkulturschiffahrt“ oder einem „Bildungszirkus“) zu folgen. Wenn die Gäste z.B. auf Feiern, Weihnachtsbummel oder Ähnliches eingestellt sind, so ist es für die BeraterInnen nicht leicht, Interesse für ihr Angebot zu entwickeln,

geschweige denn, Beratungsgespräche zu führen. Es wird „mühsam, wenn du mit Bildungsangeboten mit Schweinsbraten und weißem Spritzer konkurrierst“ (zit.n. ebd., S. 39).

Auch ist eine gewisse Regelmäßigkeit der Aktivitäten hilfreich: Sind BeraterInnen öfters bei Vereinen, in Schulungen oder an bestimmten öffentlichen Plätzen zu Gast, so wächst sukzessive das Vertrauen bzw. sinkt die Berührungsangst. Es liegt dann an ihnen, „eine gute Stimmung für Bildung“ zu machen, auch bei Personen, die möglicherweise schlechte Schulerfahrungen haben – kein ganz einfaches Unterfangen. Es geht also auch darum, Lust auf Dinge zu machen, die als aufbauender Einstieg erlebt werden können.

Es braucht Gesprächssituationen, die nicht „nach Beratung riechen“ und auch nicht so genannt werden². Offene Settings, Beratungen „zwischen Tür und Angel“ (siehe Knab 2013 u. 2014; Deutschmann 2014; Sieckendiek 2014) können wichtige Gesprächsangebote für beratungsskeptische Menschen darstellen. Allerdings lässt sich diese notwendige Offenheit der Formate nicht immer leicht realisieren – umso weniger, als gleichzeitig Bestrebungen bestehen, Beratungsformate möglichst strikt zu standardisieren.

Die BeraterInnen sind jedenfalls noch stärker gefordert als bei stationären Beratungen (vgl. ebd., S. 44). Sie

- benötigen viele neue Ideen, um mit bisher nicht erreichten Personen in Kontakt zu kommen
- müssen Kontakte zu Brückenmenschen erschließen, aufbauen und aufrecht halten
- müssen sich auf neue, teilweise unklare Rollen einlassen und mit Unerwartetem umgehen können
- müssen Frustrationen aushalten und teilweise auch auffangen
- müssen offen sein
- müssen die Gratwanderung schaffen, potenzielle Ratsuchende aktiv anzusprechen, ohne aufdringlich zu sein...

All das verlangt ausreichend Zeit und Ressourcen und setzt die Anerkennung dieser Bemühungen durch die Auftraggeber voraus. Viel spezifisches Handwerkszeug und ein verstärkter Austausch mit der Sozialen Arbeit sind nötig, um aufsuchende und mobile Bildungsberatung zum Erfolg zu führen – und so Bildungsberatung überhaupt besser zugänglich zu machen.³

2 Ein interessantes Konzept wurde in der Zwischenzeit von der Bildungsberatung in Wien ausprobiert: Mitglieder von unterschiedlichen ethnischen Communitys werden als „aktive Peers“ zur Unterstützung der Bildungsberatung ausgebildet, sprechen Mitglieder ihrer Peergroup gezielt an und führen gemeinsam mit BildungsberaterInnen halbprivate „Bildungsstratsche“ durch.

3 Ein weiterer, ganz anderer Weg, Bildungsberatung breiter bekannt zu machen und ihren konkreten Nutzen herauszukehren, wird aktuell mit dem Ausbau des bib-wiki beschritten, indem lebensweltliche Bezüge zur Beratung hergestellt werden: Unterschiedlichste Fragestellungen werden möglichst knapp und übersichtlich und vor allem nutzerInnenorientiert beantwortet. Nicht die Angebote stehen im Vordergrund, sondern eben die Fragestellungen der UserInnen. Die Fragen reichen von „Ich möchte Deutsch lernen“ über „Ich suche einen (besseren) Arbeitsplatz“ bis zu „Ich muss mit einem kleinen Einkommen auskommen“, „Ich werde gemobbt“ oder „Ich möchte in Österreich Fuß fassen“. Überall dort, wo es sinnvoll ist, wird auf die Möglichkeit der Bildungsberatung verwiesen. Dieser einfache Kniff bringt Bildungsberatung in Zusammenhang mit dem „ganz normalen Leben“.

Literatur

BMSG – Bundesministerium für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz (Hrsg.) (2004): Männerarbeit in Österreich. Studie im Auftrag des Bundesministeriums für soziale Sicherheit, Generationen und Konsumentenschutz, Sektion V, Männerpolitische Grundsatzabteilung, Wien. Online im Internet: http://www.bmask.gv.at/cms/site/attachments/1/6/0/CH2247/CMS1229354807138/maennerarbeit_in_oesterreich.pdf [Stand: 2016-09-20].

Burger, Manuela (2013): Aufsuchende Bildungsberatung. Notwendige Rahmenbedingungen und mögliche Handlungsansätze (= unveröff. Masterarbeit, Universitätslehrgang Erwachsenenbildung/Weiterbildung, Alpen-Adria Universität Klagenfurt).

Deutschmann, Gernot (2014): Der Bildungsberater als Streetworker. In: Melter, Ingeborg/Kanelutti-Chilas, Erika/Stifter, Wolfgang (Hrsg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III. Wirkung, Nutzen, Sinn. Bielefeld: W. Bertelsmann, S. 83-89.

Kanelutti-Chilas, Erika/Kral, Alexandra (2012): Niederschwellige Bildungsberatung – Herausforderung auf allen Ebenen. Verbesserte Zugangswege zu einem vielfältigen Angebot. Abschlussbericht. Online im Internet: <http://www.in-between.or.at/Niederschwellige%20Bildungsberatung%20Abschlussbericht.pdf> [Stand: 2016-09-20].

Kanelutti-Chilas, Erika/Rössler, Lydia (2015): Hinausgehen. Bildungsberatung „außer Haus“ – Erfahrungen aus den Landesnetzwerken für Bildungsberatung. Abschlussbericht. Online im Internet: <http://www.in-between.or.at/Hinausgehen%20final%20September%202015.pdf> [Stand: 2016-09-20].

Knab, Maria (2013): Beratung zwischen Tür und Angel. Professionelle Gestaltung von offenen Settings – ein Beitrag für mehr Gerechtigkeit. In: Nestmann, Frank/Engel, Frank/Sieckendiek, Ursel (Hrsg.): Das Handbuch der Beratung, Bd. 3: Neue Beratungswelten. Tübingen: dgvt-Verlag, S. 1525-1537.

Knab, Maria (2014): In offenen Settings beraten. In: Melter, Ingeborg/Kanelutti-Chilas, Erika/Stifter, Wolfgang (Hrsg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III. Wirkung, Nutzen, Sinn. Bielefeld: W. Bertelsmann, S. 71-81.

Sieckendiek, Ursel (2014): Weil es einen Unterschied macht: Beratung in Diversität und sozialer Gerechtigkeit. In: Melter, Ingeborg/Kanelutti-Chilas, Erika/Stifter, Wolfgang (Hrsg.): Zukunftsfeld Bildungs- und Berufsberatung III. Wirkung, Nutzen, Sinn. Bielefeld: W. Bertelsmann, S. 59-69.



Foto: Fotostudio Ludwig Schöpp

Dr.ⁱⁿ Erika Kanelutti-Chilas

erika.kanelutti@in-between.or.at
<http://www.in-between.or.at>
+43 (0)1 218902820

Erika Kanelutti-Chilas studierte Erdwissenschaften in Wien und Montpellier. Im Bereich der Erwachsenenbildung ist sie seit 1993 tätig. Sie war für den Aufbau und die Leitung des Erwachsenenbildungs-Informationsservices EBIS (1993-1997) verantwortlich. Als Projekt- und Teamleiterin arbeitete sie u.a. in der ÖSB Unternehmensberatung und am Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung (öibf). Seit 2011 leitet sie den Verein „in between“, Verein für Vernetzung, Forschung und Wissenstransfer zur Förderung gesellschaftlicher Teilhabe.

The Challenge of Opening Up or: the Serpentine Ways to New Target Audiences

Abstract

This article has emerged from the author's wealth of practical experience; she has spent more than two decades exploring questions of access to education and lifelong guidance in Austria. The focus is on the results of two studies conducted in 2012 and in 2014 on the topic of drop-in lifelong guidance. The first study collected the opinions of experienced lifelong guidance counsellors on the reasons for barriers to access to lifelong guidance and explained how lifelong guidance can be organized in general on a drop-in basis. The follow-up study was concerned with the experiences that colleagues in lifelong guidance had specifically had in mobile and visiting counselling in Austria. Under what conditions are these forms of counselling expedient? What must be guaranteed so that new target audiences can be reached with these offerings? For mobile counselling to be accepted in the regions, it is critical to see what spaces are available at the site and whether these can be reached "discreetly." With visiting lifelong guidance in public spaces and as part of events, open forms as well as good and regular cooperation with peers and people that function as "bridge builders" seem to be essential. (Ed.)

Impressum/Offenlegung

Magazin erwachsenenbildung.at

Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs
Gefördert aus Mitteln des BMBF
erscheint 3 x jährlich online, mit Parallelausgabe im Druck
Online: www.erwachsenenbildung.at/magazin

Herstellung und Verlag der Druck-Version:
Books on Demand GmbH, Norderstedt

ISSN: 1993-6818 (Online)
ISSN: 2076-2879 (Druck)
ISSN-L: 1993-6818
ISBN: 9783741289620

Projektträger



CONEDU – Verein für Bildungsforschung und -medien
Marienplatz 1/2/L
A-8020 Graz
ZVR-Zahl: 167333476

Medieninhaber



Bundesministerium für Bildung
Minoritenplatz 5
A-1014 Wien



Bundesinstitut für Erwachsenenbildung
Bürglstein 1-7
A-5360 St. Wolfgang

Herausgeber der Ausgabe 29, 2016

Mag. Wolfgang Bliem (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)
Dr. Rudolf Götz (ÖSB Consulting GmbH)

HerausgeberInnen des Magazin erwachsenenbildung.at

Mag.^a Regina Rosc (Bundesministerium für Bildung und Frauen)
Dr. Christian Kloyber (Bundesinstitut für Erwachsenenbildung)

Fachredaktion

Univ.-Prof.ⁱⁿ Dr.ⁱⁿ Elke Gruber (Universität Graz)
Dr. Lorenz Lassnigg (Institut für höhere Studien)
Mag. Kurt Schmid (Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft)
Mag.^a Julia Schindler (Frauen aus allen Ländern)
Dr. Stefan Vater (Verband Österreichischer Volkshochschulen)
Ina Zwerger (ORF Radio Ö1)

Online-Redaktion

Mag.^a Bianca Friesenbichler (Verein CONEDU)
Mag. Wilfried Hackl (Verein CONEDU)

Fachlektorat

Mag.^a Laura R. Rosinger (Textconsult)

Übersetzung

Übersetzungsbüro Mag.^a Andrea Kraus

Satz

Mag.^a Sabine Schnepfleitner (Verein CONEDU)

Design

Karin Klier (tür 3))) DESIGN)

Website

wukonig.com | Wukonig & Partner OEG

Medienlinie

Das „Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs“ enthält Fachbeiträge von AutorInnen aus Wissenschaft und Praxis und wird redaktionell betrieben. Es richtet sich an Personen, die in der Erwachsenenbildung und verwandten Feldern tätig sind, sowie an BildungsforscherInnen und Studierende. Jede Ausgabe widmet sich einem spezifischen Thema. Ziele des Magazin erwachsenenbildung.at sind die Widerspiegelung und Förderung der Auseinandersetzung über Erwachsenenbildung seitens Wissenschaft, Praxis und Bildungspolitik. Weiters soll durch das Magazin der Wissenstransfer aus Forschung und innovativer Projektlandschaft unterstützt werden. Die eingelangten Beiträge werden einem Review der Fachredaktion unterzogen. Zur Veröffentlichung ausgewählte Artikel werden lektoriert und redaktionell bearbeitet. Namentlich ausgewiesene Inhalte entsprechen nicht zwingend der Meinung der HerausgeberInnen oder der Redaktion. Die HerausgeberInnen übernehmen keine Verantwortung für die Inhalte verlinkter Seiten und distanzieren sich insbesondere von rassistischen, sexistischen oder sonstwie diskriminierenden Äußerungen oder rechtswidrigen Inhalten.

Alle Artikel und Ausgaben des Magazin erwachsenenbildung.at sind im PDF-Format unter www.erwachsenenbildung.at/magazin kostenlos verfügbar. Das Online-Magazin erscheint parallel auch in Druck (Print-on-Demand) sowie als eBook.

Urheberrecht und Lizenzierung

Wenn nicht anders angegeben, erscheint die Online-Version des „Magazin erwachsenenbildung.at“ ab Ausgabe 28, 2016 unter der Creative Commons Lizenz CC BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>).



BenutzerInnen dürfen den Inhalt zu den folgenden Bedingungen verbreiten, verteilen, wiederveröffentlichen, bearbeiten, weiterentwickeln, mixen, kompilieren und auch monetarisieren (kommerziell nutzen):

- Namensnennung und Quellenverweis. Sie müssen den Namen des/der AutorIn nennen und die Quell-URL angeben.
- Angabe von Änderungen: Im Falle einer Bearbeitung müssen Sie die vorgenommenen Änderungen angeben.
- Nennung der Lizenzbedingungen inklusive Angabe des Links zur Lizenz. Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter die dieses Werk fällt, mitteilen.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt. Nähere Informationen unter www.creativecommons.at.

Im Falle der Wiederveröffentlichung oder Bereitstellung auf Ihrer Website senden Sie bitte die URL und/oder ein Belegexemplar elektronisch an redaktion@erwachsenenbildung.at oder postalisch an die angegebene Kontaktadresse.

Kontakt und Hersteller

Magazin erwachsenenbildung.at
Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs
p. A. CONEDU – Verein für Bildungsforschung und -medien
Marienplatz 1/2/L, A-8020 Graz
redaktion@erwachsenenbildung.at