

Tool-Sammlung

Lernangebote

Leitfäden, Tipps und Vorlagen



Lernangebote



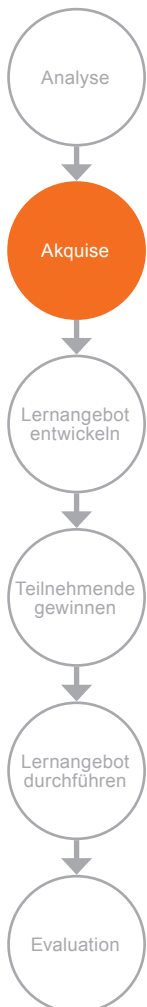
Argumente für Unternehmen

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Tipps

Argumente für
Unternehmen

Seite 1/3



Folgende Argumente können Unternehmen überzeugen, auf das Thema mangelnder Grundbildungskennntnisse aufmerksam zu machen und die Bedeutung von Fortbildungen und möglichen Grundbildungskursen betonen.

Allgemein

- Laut der leo.-Level-One Studie sind ca. 57% aller Personen mit Lese- und Schreibschwierigkeiten erwerbstätig. Damit ist es prozentual sehr wahrscheinlich, dass auch in diesem Unternehmen betroffene Personen arbeiten.
- Je nachdem in welchem Unternehmen geworben wird, kann die Auskunft über die am häufigsten betroffenen Branchen Wirkung erzielen
 - z. B. 56% aller Mitarbeitenden in Bauhilfsarbeiten; 46% in Erdbewegungsmaschinerie; 40% im Bereich Reinigungs- und Hilfskräfte.
- Fehlende Grundbildungskennntnisse können die Ursache für Fehler in Arbeitsabläufen sein, z. B. in der Dokumentation von Abläufen oder in der Bedienung von Maschinen. Dies kann folgende Auswirkungen haben:
 - Prozesse werden verzögert, da bei den betreffenden Mitarbeitenden nachgefragt werden muss.
 - Prozesse laufen „falsch“, da die nachfolgenden Arbeiten auf fehlenden oder fehlerhaften schriftlichen Informationen basiert.
 - Arbeitsunfälle können durch das Nicht-Erkennen von Gefahrenquellen bzw. das Nicht-Lesen von entsprechenden Warnhinweisen geschehen.
 - Missverständnisse und Kommunikationsschwierigkeiten mit Kunden können aufgrund mangelnder Lese- und Schreibfertigkeiten auftreten.
 - Ressourcen (Zeit, Material etc.) werden aufgrund von falschen Abläufen und Wiederholungen der Tätigkeiten verschwendet.
- Dem Unternehmen kann neben einem personellen auch ein finanzieller Verlust durch höheren Aufwand oder auch Ausfall von Mitarbeitenden entstehen.
- Aufgrund der Angst enttarnt zu werden, lehnen einige Personen mit Lese- und Schreibschwierigkeiten Beförderungen ab oder kündigen. Dadurch kann Arbeitsausfall und der Wegfall von wertvollem Arbeitswissen die Folge für ein Unternehmen sein.
- Betriebliche Weiterbildung sollte nicht nur Fach- und Führungskräften zu Gute kommen, sondern alle Mitarbeitenden erreichen. Insbesondere in un- und angelernten Berufen werden selten Fortbildungen bzw. Entwicklungsperspektiven gegeben. Ein Unternehmen kann sich hier deutlich positionieren und dadurch auch an Image gewinnen.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Tipps

Argumente für
Unternehmen

Seite 2/3

Angebot: Teilnahme an einer Fortbildung für Personal- & Führungskräfte

- Die Fortbildung informiert den Betriebsrat/die Personalabteilung/die Führungsebene ausführlich über das Thema Grundbildung und Alphabetisierung. Durch die Reflektion in Bezug auf den eigenen Arbeitskontext kann gemeinsam überlegt werden, welche Ansätze für das Unternehmen sinnvoll umsetzbar sind.
 - Hierbei ist es wichtig darauf zu achten, dass das Unternehmen nicht „belehrt“ wird, sondern eine Kooperation angestrebt wird.

Angebot: Grundbildungskurse am Arbeitsplatz

Betriebliche Weiterbildung kommt meist besserqualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zugute; für Personen mit Grundbildungsbedarfen gibt es dagegen selten Angebote. Das liegt zum einen daran, dass viele Arbeitgeber sich nicht bewusst sind, dass ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Defizite beim Lesen, Schreiben und Rechnen haben. Zum anderen wissen viele Arbeitgeber nicht, welche Kurs- und Lernmöglichkeiten bestehen und wie diese konzeptionell gestaltet sind. Weiterbildungskurse für Höher- und Hochqualifizierte sind weit bekannt – sei es eine bestimmte Software-Schulung oder ein Kurs für „Business English“ – wohingegen Kurse zum Verbessern der Lese- und Schreibkompetenzen weitläufig unbekannt sind. Daher ist es wichtig, bereits an dieser Stelle die Vielseitigkeit von Grundbildungsangeboten zu erklären und auch zu betonen, dass ein Angebot inhaltlich mit dem Arbeitgeber abgestimmt bzw. entwickelt sein kann. Um Unternehmen im ersten Schritt von der hohen Bedeutung eines solchen Angebots zu überzeugen, können folgende Argumente genutzt werden:

- Höhere Problemlösung und verbesserte Kommunikation der Mitarbeitenden
- Steigerung der Qualität und Produktion
- Höhere Flexibilität der Mitarbeitenden
- Stärkung des Selbstvertrauens der Mitarbeitenden
- Höhere Mitarbeiterzufriedenheit = höhere Produktivität
- Soziales Engagement des Unternehmens wird positiv wahrgenommen
- Weiterbildungen in der Grundbildung können dazu beitragen, die Situation von benachteiligten Mitarbeitenden und ihre beruflichen Kompetenzen zu verbessern, die Flexibilität des Unternehmens erhöhen und einen gesamtgesellschaftlichen Beitrag zur Verbesserung des Arbeitsmarktes zu leisten.
- Unternehmen erhalten die Möglichkeit, die Potenziale aller Beschäftigten zu nutzen und damit auch betriebswirtschaftlich zu erschließen.
- Grundbildungskurse können unternehmensspezifisch gestaltet werden, d. h. neben der Vermittlung von Lese- und Schreibkenntnissen kann spezifisches Wissen gelehrt werden, z. B. im Umgang mit digitalen Medien (z. B. Formulare am PC ausfüllen), Begriffe der Branche, Vorbereitung auf spezifische Führerscheine.



Vorbereitung der Argumentation

PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Tipps

Argumente für
Unternehmen

Seite 3/3

Bevor ein Gespräch mit diesen Argumenten geführt wird, ist es von Vorteil, sich folgende Fragen selbst zu beantworten:

Warum meine Institution?

Warum sollte das Unternehmen ausgerechnet mit meiner Institution zusammenarbeiten?
Was spricht für mich?
Welche Erfahrungen bringe ich mit?

Warum zu diesem Zeitpunkt?

Warum sollte das Unternehmen jetzt im Bereich Grundbildung aktiv werden?
Welche zeitlichen Besonderheiten könnte es im Unternehmen geben?

Warum unterstützen?

Warum sollte das Unternehmen etwas verändern?
Was spricht dafür, ein Grundbildungsangebot aufzubauen?
Was wird es das Unternehmen kosten bzw. kann ich einen Probekurs kostenfrei anbieten?

Welches Ergebnis will ich während des Gesprächs erzielen?



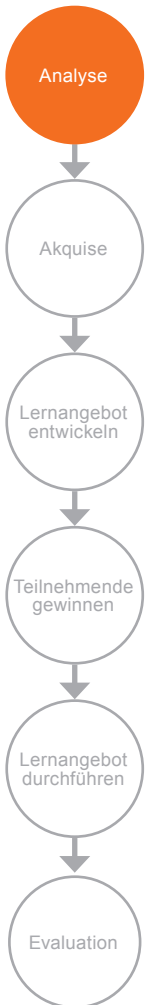
Bestandsaufnahme und Branchendaten

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Vorlage

Bestandsaufnahme
und Branchendaten

Seite 1/3



Bevor Bestrebungen in der Akquise von Unternehmen für arbeitsplatzorientierte Grundbildung angegangen werden, sollten in einem ersten Schritt die eigenen Kapazitäten und die Situation der Betriebe vor Ort betrachtet werden. Folgende Leitfragen können dafür behilflich sein:

Gibt es bereits Unternehmen, die mit der Volkshochschule kooperieren? Könnten diese Unternehmen auch für Grundbildung offen sein?

.....

.....

.....

.....

Wie viele zeitliche Ressourcen stehen mir für die Akquise von Unternehmen zur Verfügung?

.....

.....

.....

.....

Wer sind die größten Arbeitgeber der Region und zu welcher Branche zählen diese?

Unternehmen	Mitarbeiterzahl	Branche



Welche Grundbildungsbedarfe könnte es in dem jeweiligen Unternehmen geben?

PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Vorlage

Bestandsaufnahme
und Branchendaten

Seite 2/3

Welche Personen in dem jeweiligen Unternehmen könnten als Ansprechpartner dienen?

Gibt es Gremien/Schlüsselpersonen in der Kommune, die man zur Ansprache nutzen könnte?

Welche Unternehmen engagieren sich innerhalb der Kommune sozial bzw. gesellschaftlich? Wie könnte dieses Engagement als Argument für den Bedarf an betrieblicher Weiterbildung im Bereich Grundbildung genutzt werden?



PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Vorlage

Bestandsaufnahme
und Branchendaten

Seite 3/3

Branchen & Daten zur Unternehmensanalyse

Die Daten entstammen der leo.-Level-One Studie der Universität Hamburg aus dem Jahr 2012. Für die Argumentation wichtige Kennziffern und Daten dazu sind:

- Das Verhältnis von Männern (45%) und Frauen (55%) in allen Branchen zusammengesetzt ist vergleichsweise ausgewogen.
- In Qualifikationsstufen übersetzt finden sich die meisten betroffenen Personen in un- und angelernten Tätigkeiten (37%/33%).

Von den erwerbstätigen funktionalen Analphabet*innen sind:

- ca. 40% in Vollzeit beschäftigt und rund 16% in Teilzeit
- ca. 80% in Wirtschaftsbetrieben tätig
- 38% in Kleinbetrieben bis 19 Mitarbeitenden tätig
- 37% in Betrieben mit mehr als 50 Mitarbeitenden
- 38% in einem Vertrag mit weniger als 1.000 Euro brutto/Monat angestellt

Prozentualer Anteil der funktionalen Analphabet*innen an allen Beschäftigten dieser Berufsgruppe

Laden- und Marktstandverkäufer*in	15%
Kellner*in und Barkeeper*in	16%
Baumetallverformer*in / Metallbaumonteur*in	23%
Klempner*in / Rohrinstallateur*in	24%
Fahrer*in schwerer LKWs	25%
Maler*in / Tapezierer*in	26%
Koch*Köchin	27%
Gärtner*in, Saat- / Pflanzenzüchter*in	28%
Hilfsarbeiter*in in der Fertigung	29%
Hausmeister*in, Hauswart*in etc.	30%
PKW- / Taxi- / LKW-Fahrer*in	32%
Transport- / Frachtarbeiter*in	34%
Hilfskräfte, Reinigungspersonal etc.	40%
Führer*in von Erdbewegungs-Maschinen u.ä	46%
Bauhilfsarbeiter*in	56%



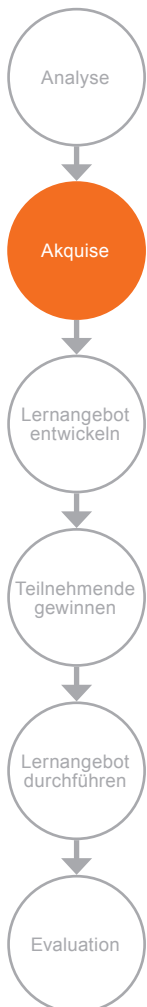
Akquise von Unternehmen

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Akquise von
Unternehmen

Seite 1/2



Die Akquise von Unternehmen zur Umsetzung von Grundbildungsangeboten am Arbeitsplatz kann ein langwieriger Prozess sein, der in verschiedene Schritte gegliedert werden kann.

Medium und Termine

Je nach Budget und zeitlichen Ressourcen können verschiedene Formen für die Ansprache von Unternehmen genutzt werden. Idealerweise werden diese Methoden auch parallel verwendet, um den Rücklauf zu erhöhen:

1. Über Presse und Printmedien

Ein Aufruf kann in der lokalen Presse, im Radio und in Printmedien gestartet werden, um Unternehmen in der Region und deren Umfeld auf die Thematik hinzuweisen und den Kontakt zur eigenen Institution anzubieten. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass alle wichtigen Informationen geliefert werden und gleichzeitig das Thema wertfrei und für den Arbeitgeber attraktiv angesprochen wird, z. B. in dem von Grundkenntnissen anstatt Schreibproblemen gesprochen wird.

2. Auf Infoveranstaltungen (z. B. Messen, Tagungen etc.)

Regionale Fachmessen, ein öffentlicher Empfang im Rathaus oder die eigenen Veranstaltungen können genutzt werden, um mit Flyern oder im Gespräch auf das Angebot aufmerksam zu machen. Dabei kann Unternehmen entweder ein Angebot für Grundbildungskurse unterbreitet oder ebenfalls ein Aufruf bzw. ein Gesuch nach Kooperationen für den Bereich Grundbildung gestartet werden. Häufig gibt es in Kommunen auch Veranstaltungen, die sich speziell an Betriebe und Unternehmen richten (z. B. Unternehmertreffen), welche sich für eine Information und Ansprache gut eignen können.

3. Empfehlung durch Dritte

Eine Empfehlung durch außenstehende Personen, beispielsweise ein Vorstandsmitglied eines anderen Unternehmens, kann bei der Akquise weiterer Unternehmen sehr hilfreich sein. Wenn bereits Kontakte zu politischen oder wirtschaftlichen Akteuren in der Region existieren, können diese als Türöffner in ihren eigenen Netzwerken agieren. So können Termine für erste Gespräche vereinbart oder auf Veranstaltungen eine persönliche Vorstellung arrangiert werden.

4. Persönlich

Die gezielte Ansprache einzelner Personen (Personalverantwortliche, Betriebsräte, Betriebsleitungen, Abteilungsleitungen, Auszubildende) innerhalb eines Betriebes ist ein wichtiges Vorgehen für die Akquise von Unternehmen. Unter Umständen bestehen bereits lokale Kontakte, die genutzt werden können. Ansonsten müssen solche „Schlüsselpersonen“ erst informiert und auch von einem Nutzen eines Grundbildungsangebots überzeugt werden.



Kontaktaufnahme

PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Leitfaden

Akquise von
Unternehmen

Seite 2/2

1. Identifizieren von Schlüsselpersonen

In einem ersten Schritt sollten geeignete Schlüsselpersonen eines Unternehmens identifiziert werden. Dies kann die Führungsebene sein, jedoch auch Personalverantwortliche, Gleichstellungs-/Integrationsbeauftragte oder auch der Betriebsrat. In manchen Fällen kann man sich auch direkt an den Vorsitz wenden, wenn z. B. durch einen lokalen Pressebericht oder ein Interview ersichtlich wird, dass diese Person sich für Weiterbildung und Grundbildung interessiert und einsetzt. Die Auswahl einer geeigneten Ansprechperson hängt natürlich auch von der Größe des Unternehmens ab.

2. Erstkontakt

Ein Erstkontakt sollte – entgegen dem Wortlaut – immer auf zwei Arten erfolgen: Einem Gespräch, zumeist telefonisch und einer flankierenden E-Mail, die den Kontext und das konkrete Anliegen näher erläutert. Die Reihenfolge dieser beiden Aktionen kann variieren und hängt auch von der eigenen Persönlichkeit ab. Häufig wird jedoch zunächst die E-Mail geschickt, in der bereits eine telefonische Kontaktaufnahme angekündigt wird. Vorteile hierin liegen zum einen darin, dass die angerufene Person zur E-Mail zurückgeführt werden kann und während des Gesprächs diese vor Augen hat. Zum anderen kann es auch den Effekt hervorrufen, dass die angerufene Person bereits eine Assoziation mit dem eigenen Namen hat und dadurch das Gefühl egedämmt wird, von außen „überrumpelt“ zu werden.

3. Follow-Up

Nach dem erfolgten Erstkontakt wird meistens eine erneute Kontaktaufnahme seitens des Unternehmens zugesichert, z. T. mit dem Wortlaut „nach einer Prüfung werden wir uns ggfs. bei Ihnen melden“. Hier ist Fingerspitzengefühl gefragt, zu realisieren, welche Person im ersten Gespräch ein echtes Interesse gezeigt hat. Diese Unternehmen sollten nach einer angemessenen Zeitspanne (ca. 2-3 Wochen) noch einmal kontaktiert werden, um herauszufinden, wie der aktuelle Stand ist. Am Ende dieser Phase des „Nachhakens“ sollte ein Termin im Unternehmen zur Präsentation des Angebots vereinbart worden sein. Es ist wichtig, das Gespräch nicht zu beenden ohne gemeinsam über die weiteren Schritte gesprochen und eine verbindliche Zusage erhalten zu haben.

4. Termin/Präsentation

Ein Kontakttermin im Unternehmen kann unterschiedliche Gestalt annehmen. Dieser Termin kann mit der Geschäftsführung selbst, einer Stellvertretung oder auch der Personalabteilung erfolgen. Dabei sollten (wenn möglich) einige kurze Power-Point-Folien präsentiert werden oder die Informationen in Printform anschaulich dargestellt werden. Dabei wird ein kurzer Einblick in die Thematik des funktionalen Analphabetismus und Grundbildungsdefiziten gegeben und deren Bedeutung für den Arbeitsalltag und Prozesse dargestellt. Der Fokus sollte aber auf der zukünftigen Kooperation liegen, d. h. ob Fortbildungen für die Führungsebene bzw. den Betriebsrat durchgeführt werden und ob ein Angebot im Bereich der Grundbildung realisiert werden kann. An dieser Stelle ist eine gute Argumentation von besonderer Bedeutung.



Gute Gesprächsführung

PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Tipps

Gute
Gesprächsführung

Seite 1/2

Umgang/Auftreten

Zum Einstieg sollte versucht werden, als erstes ein „Ja“ des Kunden zu bekommen. Dies kann zu einem beliebigen Thema sein, z. B. die Frage „Haben Sie heute bereits etwas gelesen?“. Im Gegensatz dazu wird in Präsentationen häufig mit einer Einstiegsfrage begonnen wie z. B. „Kennen Sie funktionalen Analphabetismus?“ – dabei wird erwartet, dass die Person mit „Nein“ antwortet, damit man dann sein eigenes Wissen präsentieren kann. Dabei kann auch ein offener Ansatz verfolgt werden, z. B. mit der Frage „Was erwarten Sie heute von diesem Termin?“ oder „Was würden Sie gern im Bereich der Mitarbeiterqualifizierung verändern?“. Das Ziel solcher Fragen ist die Einbeziehung des „Kunden“.

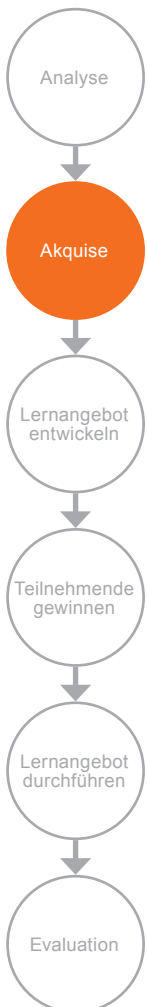
Einwände/Ablehnung

Häufig nehmen Betriebe zuerst eine ablehnende Haltung ein und argumentieren, dass es in ihrem Unternehmen keine Personen mit Lese- und Schreibproblemen gibt. Dies ist der Annahme geschuldet, eine abgeschlossene Berufsausbildung gehe mit dem Vorhandensein von Grundbildung einher. Ein Unternehmen nimmt daraufhin an, dass ein Eingeständnis von mangelnden Lese- und Schreibkenntnissen auch mangelnde berufliche Kompetenzen der Mitarbeitenden und vor allem Nachlässigkeit bei deren Einstellung bedeuten. Daher ist es wichtig, im Gespräch zu erläutern, dass Lese- und Schreibschwierigkeiten der Mitarbeitenden kein schlechtes Licht auf das Unternehmen werfen. Viele Erwerbstätige können betroffen sein und es ist sehr positiv zu bewerten, wenn sich ein Unternehmen für die Qualifizierung seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stark macht. Einwänden sollte man im Gespräch konstruktiv und offen begegnen. Folgende Ansätze können hier unterstützen:

- Zuhören statt argumentieren
- Konkrete Antworten geben
- Positive Kompetenzen betroffener Personen hervorheben
- Betonen, dass gemeinsam eine Lösung gefunden werden kann

Konkret werden

Das Gespräch sollte mit einem konkreten Zeitplan oder einer Idee für ein Angebot abschließen. Wichtig ist hierbei, dass Verbindlichkeiten auf beiden Seiten festgelegt werden und auch ein gemeinsames Vorgehen abgesprochen wird. Sollte von Seiten des Unternehmens zögerlich reagiert werden, kann auch die Finanzierungsfrage eine Rolle spielen. Im Vorfeld sollte daher abgeklärt sein, ob dem Unternehmen eine Art Schnupperkurs kostenfrei angeboten werden könnte. Solche Angebote können Unternehmen schlussendlich überzeugen, sich in dieses neue Themengebiet zu wagen. Für die eigene Vorbereitung ist es hilfreich, sich ein minimales und ein maximales Ziel zu stecken. Beispielsweise wäre die Einladung zu einem weiteren Gespräch und einer möglichen Fortbildung der Führungskräfte das minimale und ein gemeinsam konzipiertes Grundbildungsangebot mit Aussicht auf Finanzierung durch das Unternehmen das maximale Ziel. Anhand dieser eigenen Vorstellungen kann man versuchen, das Gespräch zu lenken.





PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Tipps

Gute
Gesprächsführung

Seite 2/2

Exkurs: Das DISG Modell

Bei dem sog. DISG-Modell handelt es sich um eine Typologie, die von William Moulton Marston im Jahre 1928 entwickelt wurde und auf vier Persönlichkeitskategorien beruht. Je nachdem welcher „Typ“ im Gespräch gegenübersteht, kann das eigene Verhalten entsprechend angepasst werden.

D = Dominant

Dieser Persönlichkeitstyp zeichnet sich vor allem durch die folgenden Charaktereigenschaften aus: entschlossen, ruhelos, anspruchsvoll, willensstark, gesprächig, hartnäckig, direkt.

Eine vorteilhafte Argumentation besteht daher aus direkten Fragen, einer zielstrebigem Präsentation, einer Betonung auf Effizienz und Gewinnen für das Unternehmen und den Kunden selbst entscheiden zu lassen.

I = Initiativ

Dieser Persönlichkeitstyp zeichnet sich vor allem durch die folgenden Charaktereigenschaften aus: begeisterungsfreudig, gewinnend, kontaktfreudig, inspirierend, herausfordernd.

Eine vorteilhafte Argumentation besteht daher in einer lockeren, freundlichen Art mit offenen Fragen, einer Betonung der Besonderheiten und des Imagegewinn des Unternehmens. Der I-Typ kann meist durch eine optimistische Bekräftigung der Tendenz überzeugt werden.

S = Stetig

Dieser Persönlichkeitstyp zeichnet sich vor allem durch die folgenden Charaktereigenschaften aus: loyal, einsichtig, verbindlich, ausgleichend, aufmerksam, rücksichtsvoll.

Eine vorteilhafte Argumentation besteht daher in einer freundlichen und ruhigen Art und einer Betonung der Beständigkeit und Transparenz des Unternehmens. Bei Einwänden braucht dieser Typ eine unterstützende Lösungsfindung und ist daran interessiert, gemeinsam eine passende Lösung zu finden.

G = Gewissenhaft

Dieser Persönlichkeitstyp zeichnet sich vor allem durch die folgenden Charaktereigenschaften aus: gewissenhaft, vorsichtig, gründlich, logisch, akkurat, diplomatisch.

Eine vorteilhafte Argumentation besteht daher in einer taktvollen, nüchternen Art mit vielen Details und Sachkenntnis. Die Betonung sollte dabei auf der Qualität des Unternehmens und des Angebots liegen und die Überzeugung erfolgt ohne Druck.

Natürlich entspricht keine Person ausschließlich einem Persönlichkeitstyp und diese Vorgaben dienen lediglich als Orientierung, um während eines Gesprächs zu ermitteln, auf welche Art von Ansprache und Überzeugung die gegenüberstehende Person unter Umständen am besten reagiert.



Kommunale Eigenbetriebe

PLANEN

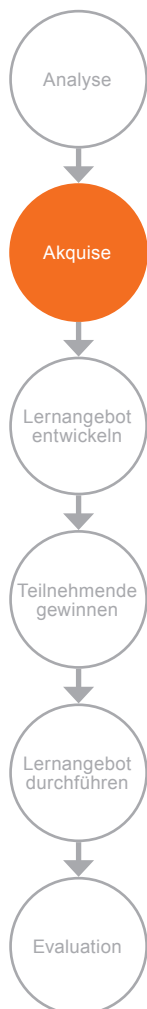
ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Tipps

Kommunale
Eigenbetriebe

Seite 1/1



Definition

Nach deutschem Kommunalrecht handelt es sich beim Eigenbetrieb um eine Organisationsform, die ausschließlich von Gemeinden, Kreisen und Zweckverbänden betrieben werden kann. Diese Betriebe verfügen dabei nicht über eine eigene Rechtspersönlichkeit, was sie von einer AG oder GmbH unterscheidet. Meistens werden als Eigenbetriebe die Versorgungsbetriebe für bspw. Wasser, Strom oder Abfall geführt.

Klassische Eigenbetriebe können sein:

- Stadtentwässerung
- Abfallwirtschaft/Stadtreinigung
- Gebäudewirtschaft
- Bühnen, Museen oder Veranstaltungszentren
- Kindertagesstätten
- Wasserbetriebe
- Strom-/Energieversorgung
- Nahverkehrsbetriebe
- Bäder- und Freizeitzentren
- Jobcenter
- Strom- und Energieversorgung
- Telekommunikation/ Radio

Des Weiteren gibt es sog. Eigengesellschaften, die rechtlich und wirtschaftlich aus der Kommunalverwaltung ausgegliederte GmbHs oder AGs bilden, jedoch zu hundert Prozent der Kommune angehörig sind. Diese Betriebe können in Organigrammen der Gemeinde häufig im Beteiligungsbericht der Gemeinden gefunden werden. Dazu können zählen:

- Kliniken
- Behindertenarbeitsbetriebe
- Pflegeheime
- Wohnungsbau und Betreuung
- Sparkassen (anteilig)
- Datenverarbeitungszentren
- Gartenbaubetriebe
- Baugesellschaften
- Flughafen oder Häfen- & Güterverkehr
- Messe & Kongresszentren

Beide Organisationsformen eignen sich gut, um für Grundbildungskurse und Fortbildungen angesprochen zu werden. Durch die Zugehörigkeit zur Kommune können auch die strategischen Netzwerk- und Kooperationspartner, wie z. B. Bürgermeisterinnen und Bürgermeister oder Dezernentinnen und Dezernenten für eine Ansprache genutzt werden.



Angebote für Unternehmen

PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Leitfaden

Angebote für
Unternehmen

Seite 1/2

Fortbildungen bei Unternehmen gewinnen

Ähnlich wie die Durchführung von Fortbildungen in kommunalen Institutionen müssen auch privatwirtschaftliche Unternehmen und kommunale Eigenbetriebe erst vom Nutzen der Fortbildung für Personalverantwortliche und Führungskräfte überzeugt werden. Dies kann in mehreren Schritten erfolgen:

1. Türöffner identifizieren

Um Unternehmen auf die Thematik mangelnder Grundbildungskennntnisse und Lösungsansätze anzusprechen, können verschiedene Personen als Türöffner fungieren:

» **Personalverantwortliche**

Häufig kennen Personalverantwortliche die realen Arbeitsbedingungen gut und wissen, welche Fortbildungsmöglichkeiten den Arbeitnehmenden zur Verfügung stehen. Dadurch können sie auch bei der Bewerbung im Haus unterstützen.

» **Betriebsrat**

Auch Betriebsräte sind zumeist gut über die Kenntnisse oder auch Schwierigkeiten der eigenen Mitarbeitenden informiert. In manchen Betrieben kann es auch vorkommen, dass bereits eine oder mehrere Personen über die Thematik der Lese- und Schreibprobleme geschult wurden und als Mentor oder Mentorin für die Kolleginnen und Kollegen ansprechbar sind.

» **Chancen-/Inklusionsbeauftragte**

Diese Personengruppe kann sich am gewinnbringendsten für eine Bewerbung in Unternehmen erweisen, da ihre Aufgabe per Definition darin liegt, benachteiligte Mitarbeitende besonders zu unterstützen und sich für Chancengerechtigkeit einzusetzen.

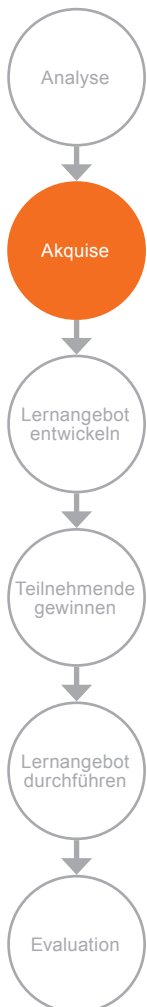
2. Überzeugen

» **Ansprache**

Kontakte, die während Fachtagungen oder Veranstaltungen geknüpft werden, sind der ideale Einstieg für eine Erstansprache des Unternehmens. Dabei kann zunächst ein Telefonat voran gehen, indem an das Kennenlernen erinnert und daran angeknüpft wird. Im Anschluss sollte eine E-Mail mit allen Informationen über das Besprochene folgen und mit einem Termin zur erneuten Kontaktaufnahme enden (z. B. „Gern werde ich in der X. KW erneut auf Sie zukommen“).

» **Argumentation**

Überzeugen können statistische Zahlen zu Betroffenen aus der leo.-Level- One-Studie. Die Zahl von 7,5 Mio. funktionalen Analphabetinnen und Analphabeten bundesweit sorgt meist für eine hohe Aufmerksamkeit und Erstaunen. Diese Zahl kann auch auf das Bundesland bzw. den Landkreis heruntergebrochen werden (Formel laut leo.-Level-One Studie: Einwohnerzahl x 0,63 x 0, 145). Besonders wichtig ist es, in Unternehmen auf die Schrift- und Leseanforderungen bei bestimmten Arbeitsprozessen einzugehen. In einem Pflegeunternehmen gibt es bspw. häufig Schwierigkeiten mit dem Ausfüllen der





PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Angebote für
Unternehmen

Seite 2/2

Dokumentationsbögen oder dem Lesen von Gebrauchsanweisungen und Warnschildern. Irritation, Fragen und Fehlern bei den Mitarbeitenden oder der Verwaltung sind mögliche Folgen hierbei, wodurch ein enormer Mehraufwand entstehen kann. Generell sollte bei Unternehmen in der Argumentation darauf geachtet werden, die wirtschaftlichen Faktoren und Argumente zu betonen.

» **Good-Practice-Beispiele**

Sollten in der Kommune bereits andere Unternehmen Interesse an der Fortbildung bekundet haben, bzw. Fortbildungen durchgeführt haben, können diese als gutes Beispiel genutzt werden, um die eigene Kooperationskompetenz darzustellen. Weiterhin können sich manche Unternehmen dadurch angespornt fühlen, ihren Mitarbeitenden ebenfalls Angebote zukommen zu lassen.

» **Termin**

Wenn das Unternehmen zu einer Vorbesprechung einlädt, sollte diese Chance genutzt werden, eine kurze Präsentation (10 Minuten) des Themas und der hohen Bedeutung von Unternehmensfortbildungen und Grundbildungskursen zu halten. Ein zeitlicher Fahrplan sollte hierbei ebenfalls vereinbart werden. Wichtig ist, dass der Termin mit einer gegenseitigen Vereinbarung für das weitere Vorgehen geschlossen wird. Hierdurch wird Verbindlichkeit geschaffen und Sie haben einen Aufhänger für die anschließende Kontaktaufnahme.

Mentor*innen ausbilden

Neben den Fortbildungen bzw. Informationsveranstaltungen für die Fach- und Führungsebene kann auch der Ansatz verfolgt werden, bestimmte Mitarbeitende zu Mentorinnen und Mentoren im Bereich Grundbildung auszubilden. Diese Mitarbeitenden können dadurch Personen auf Augenhöhe begegnen und diesen als Lernberaterinnen und Lernberater zur Seite stehen. Zentrale Aufgaben sind hierbei:

- die Unterstützung der betroffenen Kolleginnen und Kollegen, Lernbedürfnisse zu erkennen
- die Ermutigung, diesen Lernweg anzugehen
- zu passenden Lernangeboten beraten

Diese Lern- bzw. Kursangebote können dabei im besten Fall im Haus durch das Unternehmen selbst angeboten werden. Ist dies nicht der Fall, sollte über externe Angebote bei Weiterbildungsträgern und der lokalen Volkshochschule beraten werden.

Dem Unternehmen kann eine Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zum Mentoring angeboten werden. Ein gutes Konzept hat hierbei das DGB Bildungswerk im Projekt MENTO entwickelt. Die Mentorenqualifizierung kann auch in Kooperation mit diesem bundesweiten Projekt stattfinden.

Wichtig ist hierbei zu beachten, dass Mitarbeitende freiwillig eine solche Tätigkeit übernehmen. Anders als bei gesetzlich vorgeschriebenen Tätigkeiten wie Brandschutzbeauftragten oder Ersthelfern muss daher hier auf eine positive Unterstützung des Unternehmens geachtet werden. Zukünftige Mentorinnen und Mentoren sollten eher aus eigenem Antrieb ihr Interesse bekunden.



Unternehmensbedarf ermitteln

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Unternehmensbedarf
ermitteln

Seite 1/4



Eine Bedarfsanalyse gemeinsam mit dem Unternehmen durchzuführen erfüllt zwei Zwecke: Zum einen wird das Lernangebot so genau wie möglich an die Lernbedürfnisse und den Arbeitsalltag der potentiellen Teilnehmenden angepasst. Zum anderen wird die Personal- und Führungsebene des Unternehmens in die inhaltliche und fachliche Planung involviert, sodass eine tiefgehende Sensibilisierung dieser Personengruppe für Lese- und Schreibschwierigkeiten und mögliche Hürden im eigenen Unternehmen erfolgt.

Die nachfolgenden Bereiche sollten mit dem Unternehmen gemeinsam durchgegangen bzw. abgestimmt werden. Dies erfolgt in der Regel mit Mitarbeitenden der Personal- und Führungsebene. Hat sich das Unternehmen bereits vorher mit dem Thema Grundbildung befasst und beispielsweise Mentorinnen und Mentoren ausgebildet, sollten diese mit einbezogen werden. Im Idealfall werden die ermittelten Bedarfe durch eine anonyme Umfrage im Unternehmen bestätigt.

1. Tätigkeitsfelder

Das Ziel hierbei ist es, ein möglichst genaues Bild zu erhalten, welche Tätigkeiten in dem jeweiligen Unternehmen ausgeführt werden. Einzelne Arbeitsplätze und -abläufe sollten anhand von typischen Positionen beschrieben werden (bspw. Rezeption, Service, spezieller Maschinenbetrieb). Leitfragen hierbei können sein:

- Welche Tätigkeitsfelder gibt es in Ihrem Betrieb?
- Von welchen Positionen werden diese Tätigkeitsfelder bedient bzw. bearbeitet?
- Gibt es darüber hinaus weitere Tätigkeiten bzw. Mitarbeitende ohne konkrete Positionsbezeichnung in Ihrem Betrieb?

2. Anforderungen und Kompetenzen

In diesem Schritt wird gemeinsam erörtert, welche Anforderungen die beschriebenen Tätigkeitsfelder haben und welche Kompetenzen Mitarbeitende mitbringen oder im Laufe des Anlernprozesses dafür erwerben müssen. Leitfragen können sein:

- Welche fachlichen Kompetenzen benötigen Ihre Mitarbeitenden zur Erledigung der Tätigkeit XY (z. B. spezielle Software, Führerscheine, Sprachkenntnisse)?
- Welche überfachlichen Kompetenzen benötigen Ihre Mitarbeitenden zur Erledigung der Tätigkeit XY (z. B. Kommunikation/Ausdrucksfähigkeit, analytisches Vorgehen, Problemlösung)?

An dieser Stelle sollte darauf geachtet werden, dass nicht nur über Tätigkeiten, bei denen Lesen und Schreiben zentrale Elemente sind, nachgedacht wird. Viele Personen werden angesichts des Themas dazu neigen, nur solche Tätigkeiten zu benennen. Daher ist es wichtig, das Gespräch gut zu lenken und bei Bedarf explizit nach weiteren Tätigkeiten und Kompetenzen zu fragen. Dabei kann darauf verwiesen werden, dass auch die mündliche Ausdrucksweise von Lese- und Schreibschwierigkeiten beeinflusst wird und eine Verbesserung dieser Fähigkeiten sich auf die kommunikativen Kompetenzen der Mitarbeitenden positiv auswirken kann.



PLANEN

ÜBERZEUGEN

UMSETZEN

Leitfaden

**Unternehmensbedarf
ermitteln**

Seite 2/4

3. Lesen und Schreiben im Unternehmen

In diesem Schritt sollte über den täglichen Gebrauch von Schriftsprache im Unternehmen gesprochen werden. Leitfragen können sein:

- Welche Schriftformen und Dokumente werden im Arbeitsalltag der Tätigkeit XY benötigt bzw. verwendet (z. B. E-Mails, Warnhinweise, Dokumentationsbögen)?

Hier sollte das Unternehmen die Materialien zur Verfügung stellen, sodass diese gemeinsam betrachtet werden können. Besonders aufgeschlossene Unternehmen, die viel Zeit für diese Bedarfsanalyse zur Verfügung stellen, können gebeten werden, eine beliebige Mitarbeiterin bzw. einen Mitarbeiter zum Gespräch zu bitten und ihren bzw. seinen Arbeitsalltag Schritt für Schritt durchzusprechen. Wenn nötig sollte auch ein Durchgang durch Produktionsstätten o. ä. erfolgen, denn häufig werden gerade Warnhinweise oder Gebrauchs- und Reparaturanweisungen von Maschinen in der Aufzählung übersehen.

4. Problematiken

An dieser Stelle kann es mitunter zu anfänglichem Widerstand oder Zurückhaltung seitens des Unternehmens kommen, da Fehler in Prozessen oder Produktionsabläufen nicht gern thematisiert werden. Dabei kann es hilfreich sein, erneut auf die eigene Verschwiegenheit zu verwiesen. Unter Umständen kann dies auch schriftlich in der anschließenden Kooperationsvereinbarung festgehalten werden. Die Frage nach Problemen im Arbeitsalltag soll dazu anregen, deren mögliche Ursachen zu erkennen und problemlösend anzugehen. Leitfragen können sein:

- Bei welchen Tätigkeiten/Prozessen kommt es zu Problemen oder Missverständnissen?
- Wo könnten Ursachen für diese Fehler liegen?
- Sind einige Abläufe bspw. neu implementiert worden?

Die letzte Frage zielt darauf ab herauszufinden, wie neue Regelungen oder Abläufe im Unternehmen angegangen werden. Werden ausreichend Schulungen und Praxisbeispiele hierzu durchgeführt oder erhalten Mitarbeitende lediglich die Anweisung, sich mit neuem Material und Abläufen schriftlich zu befassen? Diese Betrachtung ist wichtig, da es die Personal- und Führungsebene dazu anregt, ihre Schulungspraktiken auf deren Niederschwelligkeit hin zu überprüfen.

5. Weiterbildungsbedarf ableiten

Gemeinsam kann nun aus den vorangegangenen Antworten ermittelt werden, welche Bedürfnisse die Mitarbeitenden im Bereich Grundbildung haben könnten. Dabei sollte seitens des Weiterbildungsträgers an dieser Stelle nicht zu vertiefend auf die didaktisch-methodische Aufbereitung eingegangen werden. Leitfragen können sein:

- Welche Kompetenzen bzw. Tätigkeiten können durch Lese- und Schreibangebote verbessert werden?
- Welche konkreten Abläufe bzw. Schriftformen sollten nach Beendigung des Lernangebots besser bearbeitbar sein?



PLANEN
ÜBERZEUGEN
 UMSETZEN

Leitfaden

Unternehmensbedarf
ermitteln

Seite 3/4

- Was sollen die Mitarbeitenden am Ende des Lernangebots besser können und wissen?
- Wie sind diese Verbesserungen den Interessen des Unternehmens dienlich?
- Wie können diese Verbesserungen auch den Mitarbeitenden im (Berufs-) Alltag helfen?

Die letzten beiden Fragen zielen darauf ab, nicht nur die eigenen (wirtschaftlichen) Unternehmensinteressen zu verfolgen, sondern auch den Vorteil für die Individuen zu erkennen. Im Rückschluss lassen sich diese Vorteile natürlich auch wieder auf Unternehmensvorteile übertragen (z. B. Mitarbeiterzufriedenheit, Aufstiegschancen, weniger Krankheitsausfall bzw. Abwesenheiten).

6. Organisatorische Fragen

Zum Abschluss der Bedarfsanalyse müssen die organisatorischen Rahmenbedingungen geklärt werden.

Räumlichkeit: An welchem Ort soll das Lernangebot stattfinden - in den Räumen des Unternehmens oder des Weiterbildungsträgers?

Beides weist Vor- und Nachteile auf: So sind Lernangebote in den Räumen des Unternehmens zeitlich und logistisch für die Mitarbeitenden besser zu bewältigen. Auf der anderen Seite kann es dazu führen, dass Teilnehmende, die nicht von anderen Mitarbeitenden gesehen werden möchten, dem Kurs fernbleiben. Für die Beantwortung dieser Frage sind daher die Einschätzung des Betriebsklimas und auch die Lage eines möglichen Raumes innerhalb des Betriebs zentral.

Zeit: Soll das Lernangebot während der Arbeitszeit, in der Freizeit oder anteilig stattfinden?

Die wenigsten Unternehmen werden einer vollständigen Einbindung in die Arbeitszeit zustimmen. Andererseits sollte darauf geachtet werden, dass den Mitarbeitenden kein zu hoher Zeitaufwand bspw. in Form von An- und Abreise entsteht, da dies eine Teilnahmebereitschaft hindern könnte. Zumeist hat sich die 50/50-Form als bestes Modell erwiesen. Das bedeutet, dass bspw. die ersten 45 Minuten als Arbeitszeit gezählt wurden und die restliche Zeit als Freizeit aufgebracht wurde. Dem Unternehmen entsteht ein geringerer „Arbeitsverlust“ und den Teilnehmenden wird deutlich, dass sie diesen Kurs auch für ihre persönliche Entwicklung besuchen. Dadurch kann die Bereitschaft zur Teilnahme unter Umständen gesteigert werden.

Häufigkeit: Wie oft sollte das Lernangebot stattfinden (z. B. 2 x pro Woche/Monat oder ein Kompaktkurs)?

Die Beantwortung dieser Frage ist auch häufig von den regulären Arbeitszeiten der Mitarbeitenden abhängig. Pflege- bzw. Reinigungsunternehmen wechseln z. T. ihre Dienstpläne in bestimmten Taktungen (z. B. alle 6 Wochen). Nach so einem Wechsel wäre es manchen Teilnehmenden nicht mehr möglich den Kurs zu besuchen, sodass in diesem Fall ein kompaktes, intensiveres Angebot die bessere Wahl wäre. Andere Unternehmen, wie z. B. Grünflächenämter oder Stadtwerke als kommunale Eigenbetriebe haben zumeist geregeltere Arbeitszeiten, sodass in solch einem Fall ein längerfristiges Angebot geplant werden kann.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Unternehmensbedarf
ermitteln

Seite 4/4

Umfang: In welchem zeitlichen Umfang sollte das Lernangebot stattfinden?

Generell gilt, dass je länger und dauerhafter ein Kursangebot gestellt wird, desto mehr Lerneffekte können erreicht werden. Um Unternehmen ein erstes Lernangebot zu unterbreiten, kann zunächst ein kürzeres Format von bspw. 30 Unterrichtseinheiten (UE) angeboten werden, um dessen Erfolg zu testen und auch die Zusammenarbeit evaluieren zu können. Im Anschluss sollten dann jedoch längerfristige Kursformate angestrebt werden.

Ist die Bedarfsanalyse mit dem Unternehmen positiv verlaufen und die Kooperation wird bestätigt, sollte dies schriftlich in einer kurzen Kooperationsvereinbarung festgehalten werden. Hierbei sollte die Verschwiegenheit des Weiterbildungsträgers über Interna des Unternehmens ebenso enthalten sein, wie die Zusicherung des Unternehmens, den Kurs durch positive Bewerbung und ein gutes Betriebsklima zu unterstützen. An dieser Stelle sollte auch festgehalten werden, wie die Gewinnung von Teilnehmenden organisiert werden sollte und eine Mindestteilnehmerzahl vereinbart werden. Der Weiterbildungsträger kann dabei anbieten, bei der Teilnehmendengewinnung zu unterstützen, beispielsweise durch Hilfe bei der Erstellung von Flyern und Infomaterial.



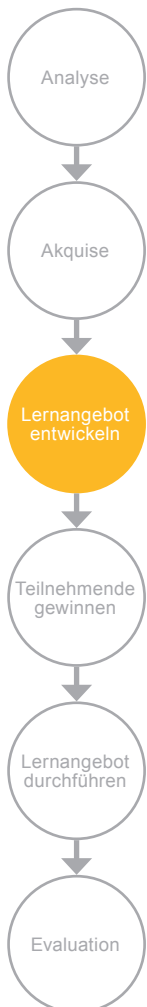
Kurskonzepte erstellen

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Kurskonzepte
erstellen

Seite 1/5



Wenn klar ist, dass das Lernangebot im Unternehmen tatsächlich stattfinden kann, sollte das Konzept ausgearbeitet werden. Da, wie bereits geschildert, ein solches Lernangebot die sehr spezifischen und auf die jeweiligen Tätigkeiten und Anforderungen im Unternehmen angepassten Inhalte umfassen muss, ist es notwendig, für jedes Lernangebot ein eigenes Konzept zu entwickeln. Dies kann durch die Organisatorin oder den Organisator des Bildungsträgers oder durch die Lehrkraft geschehen.

Wahl der Lehrkraft

Bei der Wahl einer geeigneten Lehrkraft sollten verschiedene Kriterien berücksichtigt werden. Je nach Ausrichtung des Kurses steht ein spezifisches Fachwissen (z. B. technisches Zeichnen, Buchhaltung etc.) im Vordergrund, weshalb diese Expertise vorhanden sein muss. Gleichzeitig sollte die Person Erfahrung im Unterrichten und im Umgang mit Lese- und Schreibschwierigkeiten haben, idealerweise nachweisbar durch eine Qualifikation. In manchen Fällen eignet sich auch der Einsatz von zwei Lehrkräften, um den jeweiligen Bedarf abzudecken. In den meisten Fällen ist es jedoch leichter, wenn die Lehrkraft dem Grundbildungsbe- reich entstammt und sich das nötige Fachwissen und den Wortschatz aneignet.

Konzepterstellung

Zentrale Elemente der Konzepterstellung für ein Lernangebot umfassen

1. Formulierung von Lernzielen

Zunächst muss unterschieden werden, ob die Lernziele kognitiver (Wissen), affektiver (Interessen/Einstellungen) oder psychomotorischer (Sensorik/Technik) Art sind. In einem solchen Lernangebot wird in der Regel nach ausschließlich kognitiven Lernzielen gestrebt.

In einem ausformulierten Lernziel sollten drei Bereiche bzw. Fragen abgedeckt sein:

- » **Endverhalten**
hier wird das zu erwartende Endverhalten der Lernenden nach dem Lernprozess beschrieben
- » **Bedingungen**
beschreibt, z. B. welche Mittel den Lernenden zur Verfügung stehen
- » **Maßstäbe**
können in Bezug auf Mengen, Zeiten aber auch bestimmten Normen angegeben werden

Beispiele:

Die Teilnehmenden können eigenständig E-Mails gemäß den kommunikativen Erfordernissen der Arbeitssprache formulieren.

Die Teilnehmenden können mit Hilfe des Werkzeugs XY die vorgegebenen Daten technisch korrekt zeichnen.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Kurskonzepte
erstellen

Seite 2/5

Häufige weitere Verben hierbei sind u. a.: wissen, verstehen, anwenden, analysieren, formulieren, zusammenfassen, ableiten, auswählen, bestimmen, zuordnen, unterscheiden, vergleichen

I. Übergeordnete Lernziele

Übergeordnete Lernziele werden vor Beginn des Kurses definiert, um am Ende des Lernprozesses überprüfen zu können, ob das erwünschte Ergebnis erreicht wurde. Sie dienen daher auf folgenden Ebenen:

- Dem Lehrenden, indem der Kurs und die einzelnen Lerneinheiten auf das übergeordnete Lernziel hin strukturiert und geplant werden können.
- Den Lernenden, da sie bereits zu Beginn des Lernprozesses eine Orientierung und u. U. Ansporn erhalten.
- Dem Unternehmen, da eine klare Vorstellung vom Lernerfolg der eigenen Mitarbeitenden entsteht.
- Der Teilnehmendengewinnung, da sie als Motivation und Anregung in der Bewerbung des Kurses eingesetzt werden können.

II. Grob- und Feinziele

Diesen übergeordneten Lernzielen schließt sich die Formulierung von Grob- und Feinzielen für jede Unterrichtsreihe bzw. -phase an.

Grobziele werden für jede Unterrichtsreihe oder thematische Einheit ebenfalls anhand der drei eingangs beschriebenen Kriterien formuliert. Sie werden jedoch auf den spezifischen Rahmen dieser Unterrichtsreihe zugeschnitten. Wenn ein Kurs bspw. das Verstehen und Verfassen verschiedener Textsorten gemäß der Arbeitssprache als übergeordnetes Lernziel hat, wäre das Verfassen von E-Mails eine Unterrichtseinheit innerhalb dieses Kurses. Hierfür wäre ein geeignetes Grobziel das eigenständige Formulieren von E-Mails entsprechend des Adressaten.

Feinziele sind diesen Grobzielen untergeordnet und werden für jede Unterrichtsphase definiert. Am vorherigen Beispiel orientiert wären einige Feinziele bspw. das Kennen und Unterscheiden von verschiedenen Sprachregistern (formell und informell, je nach Adressat), das Wissen um korrekte Formulierungen je nach Sprachregister oder bestimmte Phrasen, die im digitalen Schriftverkehr relevant sind.

Die Formulierungen sollten allerdings immer mit den übergeordneten Lernzielen rückgekoppelt werden, um sicherzustellen, dass diese schlussendlich auch erreicht werden.

Die Praxis des Kursgeschehens erfordert jedoch eine hohe Flexibilität seitens der Lehrkraft für jede Lerneinheit. Insbesondere die Heterogenität der Lerngruppe, die Lernerfahrungen und die Dynamik der Gruppe können erst nach Kursbeginn erfasst und in die weitere Planung mit einbezogen werden. Es empfiehlt sich daher, die Feinplanung erst nach Kursbeginn weiter auszubauen. Für die eigene Struktur aber auch die Motivation der Teilnehmenden sollten die Grobziele jedoch vorher ausgearbeitet werden. Aus den Grobzielen kann außerdem ein Ablaufplan erstellt werden, der den Teilnehmenden beim ersten Termin ausgehändigt wird. Dadurch erhöht sich zum einen die Bereitschaft und Motivation der Teilnehmenden,



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Kurskonzepte
erstellen

Seite 3/5

zum anderen kann die Lehrkraft dies aber auch für einen Austausch über die gesteckten Lernziele nutzen und diese ggfs. anpassen. Im Sinne des selbstgesteuerten Lernens und der Lernerautonomie kann die Grobzielplanung auch direkt im ersten Austausch mit den Teilnehmenden gemeinsam diskutiert und erstellt werden. In einem betrieblichen Lernangebot kann es jedoch vorkommen, dass die Lernenden mit dieser Aufgabe überfordert sind, als Gruppe direkt zu Beginn gemeinsam über ihre Ziele zu diskutieren. Für diese Entscheidung ist daher ein gutes Gespür der Lehrkraft unabdingbar.

2. Materialien

Je nach Inhalt ist der Einsatz von digitalen Medien im Lernangebot unabdingbar, wenn z. B. der Umgang mit speziellen Programmen geübt werden soll. Die Lehrkraft sollte daher überlegen, wie sie diese einsetzt und einen Zugang für jeden Teilnehmenden zu PC, Laptop oder Tablet sicherstellen. Zusätzlich zum Bedarf des spezifischen Tätigkeitsfeldes der Teilnehmenden können digitale Lernumgebungen wie das [VHS-Lernportal](#) oder die Plattform [ich-will-deutsch-lernen.de](#) eingesetzt werden. Hier stehen Lese- und Schreibübungen auf verschiedenen Niveaustufen zur Verfügung, die durch die Bearbeitung sowohl das Lesen und Schreiben als auch den Umgang mit dem Computer und Schriftsprache in digitalen Medien verbessern.

Neben digitalen Produkten werden ausgedruckte Arbeitsblätter und Materialien benötigt. Hier sollte zum einen im Unternehmen nachgefragt werden, ob es bestimmte Dokumente (z. B. Pflege- oder Reinigungsprotokolle, Warnhinweise, Dienstanweisungen) gibt, die im Unterricht besprochen werden sollten. In Vorbereitung dieser Materialien lernt die Lehrkraft zusätzlich den typischen Sprech und Wortschatz des Unternehmens kennen und kann darauf näher eingehen und Übungen vorbereiten. Im Materialpool auf [grundbildung.de](#) stehen den unterschiedlichen Niveaustufen und Themen entsprechende Arbeitsblätter und Übungen zur Verfügung, die ergänzend im Kurs eingesetzt werden können.

3. Lernstandsdiagnostik

Zu Beginn des Kurses sollte von der Lehrkraft kurz der Wissensstand der Teilnehmenden erhoben werden, um die weitere Planung der Lerneinheiten zu verbessern. Hierzu kann die Alpha-Kurzdiagnostik, die auf [grundbildung.de](#) zum Download verfügbar ist, angewendet werden. Den ungefähren Lernstand der einzelnen Teilnehmenden zu kennen ermöglicht es der Lehrkraft die nächsten Unterrichtseinheiten zu planen und die zu verwendenden Materialien zu differenzieren. Hierzu lohnt sich auch eine Recherche gängiger Strategien zur Binnendifferenzierung bei heterogenen Gruppen.

4. Lernzielkontrolle

Die Überprüfung der gesetzten Lernziele ist nicht nur für die Lehrkraft eine gute Kontrolle der eigenen planerischen Fähigkeiten, sondern dient den Teilnehmenden auch als Rückmeldung und Bewusstwerden ihres eigenen Lernprozesses. Dabei ist jedoch darauf zu achten, dass anders als das Wort Kontrolle suggeriert, die Teilnehmenden in einer wertschätzenden Art und Weise Feedback und Empfehlungen zum weiteren Lernen erhalten. Verschiedene Methoden dieser Lernzielkontrollen können dabei angewendet werden.

Das gesamte Kurskonzept sollte wenn möglich in einem tabellarischen Ablaufplan festgehalten werden.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Kurskonzepte
erstellen

Seite 4/5

1. Beispielkurs: „Fit am PC“

Teilnehmende:

Hausmeister eines kommunalen Unternehmens mit keinen oder sehr geringen Kenntnissen im Umgang mit dem PC.

Kursziele:

Die Teilnehmenden lernen die Programme Excel und Word kennen und üben serviceorientierte Kommunikation per E-Mail. Am Ende können die Teilnehmenden mit beiden Programmen Arbeitszeiterfassungsbögen mit dem richtigen Wortschatz ausfüllen. Die Teilnehmenden können darüber hinaus das Mailprogramm aufrufen und E-Mails serviceorientiert schreiben und versenden.

Kursdauer:

25 Unterrichtseinheiten; 1 x/Woche in den Räumen der lokalen Volkshochschule

Inhalte:

Die Lerneinheiten wurden in drei Bereiche eingeteilt (Umgang mit dem PC; Umgang mit den Programmen; Schreiben). In diesen Bereichen wurden gleichwertig Kenntnisse über die Arbeit mit dem PC (z. B. die gängigen Browser, Arbeiten mit der Maus und Tastatur und E-Mail Nachrichten) vermittelt und darüber hinaus insbesondere im dritten Bereich auf textspezifisches Schreiben und den dazugehörigen Wortschatz eingegangen. Das Lernportal ich-will-deutsch-lernen.de wurde im dritten Bereich ebenfalls eingesetzt.

2. Beispielkurs: Vor-Kurs Deutsch für Sozialassistentin*innen

Teilnehmende:

Personen, die eine Ausbildung zur Sozialassistent*in absolvieren wollen und ihre Deutschkenntnisse für die spezifischen schriftsprachlichen Anforderungen verbessern sollten.

Kursziele:

Die Teilnehmenden lernen verschiedene Lese- und Texterschließungstechniken kennen und können diese für den (Ausbildungs-) Alltag anwenden. Die Teilnehmenden setzen sich darüber hinaus mit den Schriftformen der Tätigkeit auseinander (bspw. Protokolle, Tätigkeitsberichte) und können diese dem geforderten Wortschatz entsprechend ausfüllen und bearbeiten.

Kursdauer:

30 Unterrichtseinheiten in einem Zeitraum von 3 Monaten

Inhalte

Unterschiedliche Lesestile (globales, orientierendes und selektives Lesen) wurden thematisiert und anzuwenden geübt. Das gleiche gilt für Lesestrategien; hier wurden Techniken zur Aktivierung des Vorwissens und Bedeutungerschließung im Textkontext gelernt. Die Teilnehmenden haben sich außerdem mit verschiedenen Operatoren und Aufgabenstellungen auseinandergesetzt und geübt, wie mit Verständnisproblemen umgegangen werden kann. Tätigkeitsbezogen wurden insbesondere Textproduktion (Elterneinladungen, Protokolle etc.) und der dazugehörige Wortschatz geübt.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Kurskonzepte
erstellen

Seite 5/5

3. Beispielkurs: Mathematik für Auszubildende

Teilnehmende

Personen, die sich in Ausbildung eines Amtes der Stadtverwaltung befinden und dort Nachholbedarf in mathematischen Grundkenntnissen haben.

Kursziele

Die Teilnehmenden können verschiedene mathematische Verfahren voneinander unterscheiden und das richtige Verfahren zur Lösung der Aufgabe bzw. des Problems wählen. Die Teilnehmenden können diese Verfahren darüber hinaus unter Hinzunahme von Hilfsmitteln (z. B. Kalkulator) korrekt anwenden.

Kursdauer

30 Unterrichtseinheiten in 10 Wochen

Inhalte

Insbesondere die Verfahren Maßstäbe umzurechnen, Flächen- und Volumen zu berechnen, Prozentrechnung sowie Grundlagen der Vermessungstechnik wurden vermittelt und anzuwenden gelernt. Darüber hinaus mussten sich die Teilnehmenden mit den verschiedenen Fachbegriffen auseinandersetzen und die jeweiligen Operatoren verstehen. Verschiedene Problemlöseprozesse wurden thematisiert und eingeübt und Verständnisprobleme verbalisieren gelernt. Darüber hinaus sollte als Nebeneffekt des Kurses ein Entstehen von Arbeitsgruppen ermöglicht werden.



Lernangebote bewerben

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Lernangebote
bewerben

Seite 1/1

Bei der Gewinnung von Teilnehmenden stellt sich zunächst die Frage, welchen Titel das Lernangebot erhält. Dabei ist darauf zu achten, dass es Personen mit Lese- und Schreibschwierigkeiten unangenehm sein kann, diese offen zuzugeben. Auch befürchten manchen eine Abwertung durch andere Kolleginnen und Kollegen, wenn diese die Teilnahme an einem solchen Kurs bemerken sollten. Ein unverfänglicher Titel des Kurses (z. B. „Serviceorientiert Schreiben“ / „Reinigungsprotokolle richtig bearbeiten“ etc.) kann dabei abhelfen.

Ist der Titel gefunden, muss im Unternehmen für das Lernangebot Werbung gemacht werden. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten und Wege. Es sollte vorab mit dem Unternehmen geklärt werden, wer die Verantwortung für die Umsetzung der Bewerbung übernimmt. Unterschiedliche Formate können sein:

» Aushänge/Flyer

Diese können im Unternehmen bspw. an schwarze Bretter oder in Schaukästen aufgehängt werden. Bei der Gestaltung sollte darauf geachtet werden, dass alle relevanten Informationen zu Zeit, Ort und Inhalten des Kurses deutlich erkennbar sind. Für die Beschreibung des Kurses kann auch auf die ausformulierten Lernziele und Inhalte des Konzepts zurückgegriffen werden, da diese Interessierten eine gute Vorstellung von den zu erwartenden Lernprozessen liefern können. Der Flyer kann alternativ auch allen Gehaltsabrechnungen beigelegt werden.

» Bekanntmachung des Kurses über das Intranet/via E-Mail

Besteht ein internes Intranet sollte dieses für eine kurze Meldung wenn möglich auf der Startseite oder in der Rubrik Fortbildungen genutzt werden. Eine weitere Möglichkeit besteht in einer Rundmail der Personalabteilung oder der Geschäftsführung, die auf das Lernangebot verweisen und der ebenfalls ein Flyer angehängt sein sollte.

Die Unterstützung durch die Geschäftsführung ist ohnehin ein wichtiges und motivierendes Signal für potenzielle Teilnehmende. Es lohnt sich daher, in allen Werbemaßnahmen mindestens ein aufwertendes Zitat von Führungskräften aufzunehmen, um so Interessierten zu zeigen, dass ihnen keine Nachteile durch eine Kursteilnahme entstehen können.

» Direkte Ansprache

Wenn es im Unternehmen ausgebildete Mentorinnen und Mentoren für das Thema Grundbildung gibt, können diese das direkte (vertrauliche!) Gespräch mit Personen suchen, bei denen sie Lese- und Schreibprobleme bemerkt haben oder vermuten. Gibt es bisher keine festen Ansprechpersonen für das Thema können alternativ auch Personalverantwortliche, Gleichstellungsbeauftragte oder Führungskräfte diese Aufgabe übernehmen. Hier sollte allerdings vorher die Fortbildung zum Erkennen und Ansprechen von funktionalen Analphabetinnen und Analphabeten besucht werden, um eine sensible und informative Ansprache zu gewährleisten.





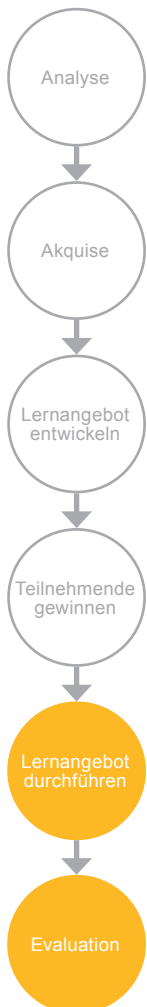
Lernangebote organisieren

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Lernangebote
organisieren

Seite 1/1



1. Durchführung vorbereiten

Steht das Lernkonzept fest und sind genügend Teilnehmende gefunden worden, muss die konkrete Durchführung des Kurses geplant werden. Dazu zählen folgende Komponenten:

» **Lehrkraft einweisen**

Nachdem ein Honorarvertrag mit der Lehrkraft aufgesetzt wurde, sollte diese mit den nötigen Informationen über das Unternehmen, den Tätigkeitsbereich, die genaue Anzahl an Teilnehmenden und Angaben zu deren Vorwissen (falls vorhanden) versorgt werden.

» **Material**

Mit dem Unternehmen ist im Vorfeld zu klären, ob das Material über den Weiterbildungsträger oder das Unternehmen selbst gestellt wird. In der Regel werden allgemeine Materialien, wie bspw. Übungsblätter des DVV-Rahmencurriculums vom Weiterbildungsträger bzw. der Lehrkraft vorbereitet. Arbeitsmaterialien aus dem spezifischen Berufsalltag der Teilnehmenden (bspw. Protokolle/Warnhinweise etc.) sollten vom Unternehmen in ausreichender Anzahl zur Verfügung gestellt werden.

» **Raum und Technik**

Insbesondere bei einem geplanten Einsatz von digitalen Medien sollte die Ausstattung mit dem Unternehmen im Vorfeld abgesprochen werden. Nach Möglichkeit sollten Teilnehmende nicht auf ihre eigenen Endgeräte zurückgreifen müssen, sondern PCs, Notebooks oder Tablets des Unternehmens nutzen. In der ersten Lerneinheit werden zur Registrierung im Portal eine Handynummer oder eine E-Mail Adresse der Teilnehmenden benötigt.

» **Unterschriftenliste und Teilnahmezertifikate**

Sowohl für eigene Dokumentationszwecke als auch zum Nachweis gegenüber dem Unternehmen sollten Unterschriftenliste geführt werden, die bei jeder Sitzung abgezeichnet werden. Dabei sollten gängige Datenschutzbestimmungen beachtet werden. Mit dem Unternehmen ist im Vorfeld außerdem abzuklären, welche Art von Teilnahmebescheinigung gewünscht ist. Unter Umständen hat das Unternehmen eigene Vorlagen oder Standards, die von der Lehrkraft lediglich um die Kursinhalte und Zeiten ergänzt werden.

2. Evaluation

Feedback der Teilnehmenden und der Lehrkraft zu erhalten ist ein wichtiger Schritt, um sowohl der eigenen Institution als auch dem Unternehmen den Erfolg des Lernangebots aufzuzeigen. Das Feedback sollte so konstruiert sein, dass sich Rückschlüsse auf die Lehrkraft, die Inhalte, Lernergebnisse und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden in Bezug auf ihren Berufsalltag ziehen lassen. Auf dieser Basis kann anschließend das Gespräch mit dem Unternehmen gesucht werden, um mögliche Anschlusskurse zu besprechen. Im Vorfeld des Lernangebots sollte mit dem Unternehmen besprochen werden, ob dieses auf eine Lernkontrolle am Ende des Kurses besteht. Dabei sollte vorsichtig darauf hingewiesen werden, dass aufgrund hoher Heterogenität in Gruppen eine standardisierte Lernkontrolle verzerrte Ergebnisse präsentieren könnte und ein individuelles Feedback der Teilnehmenden mehr Aufschluss geben kann.



Organisation eines Lerncafés

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Organisation eines
Lerncafés

Seite 1/2

Ein Lerncafé bietet die Chance, ein offenes Angebot zu schaffen, das Personen mit Grundbildungsbedarfen ohne Voranmeldung selbstständig nutzen und auch Beratung in Anspruch nehmen können. Ein Lerncafé kann durch eine Kursleiterin oder einen Kursleiter oder mit Unterstützung von Ehrenamtlichen betreut werden und sollte offen gestaltet sein. Das Lernangebot richtet sich an alle Bevölkerungs- und Altersgruppen und lässt sich gut durch computergestütztes Lernen ergänzen.

1. Raum und Betreuung finden

Ein Lerncafé sollte in einem ausreichend großen Raum ausgerichtet werden, damit möglichst vielen interessierten Personen Platz zum Selbststudium gegeben werden kann. Empfehlenswert ist daher ein Raum mit mindestens 10-15 individuellen Arbeitsplätzen. Bestenfalls sind einige dieser Arbeitsplätze mit Computern oder Notebooks ausgestattet, sodass jede und jeder Lernende nach den eigenen Lerninteressen entscheiden kann, wie gelernt wird. Empfehlenswert ist die Anwesenheit einer ausgebildeten Kursleitung während der Öffnungszeiten. Diese kann individuell unterstützen und ggfs. in weitere Lernangebote vermitteln.

2. Zeiten festlegen und bewerben

Ein offenes Lerncafé sollte mindestens zweimal pro Woche angeboten werden und zeitlich großzügig bemessen sein, denn die Öffnungszeiten sollten sich an verschiedene Zielgruppen richten. Jüngere Personen und solche ohne derzeitige Arbeitsstelle können am Nachmittag ein Angebot wahrnehmen, wohingegen erwerbstätige Personen in der Regel in den frühen Abendstunden am besten verfügbar sind. Wie bei allen Lernangeboten ist eine zielgruppen-gerechte Bewerbung wichtig, z. B. über Printmedien aber auch Social Media (Facebook, Twitter etc.).

3. Lernmaterial auswählen

Das Lerncafé soll ein offenes Angebot darstellen, daher müssen unterschiedliche Arten von Lernformaten bereitstehen. Das DVV-Rahmencurriculum bietet zum Beispiel branchenspezifische Varianten auf verschiedenen Alpha Levels an. Das Material kann dann über die Online-Materialsuche auf grundbildung.de gefunden und ausgedruckt werden. Alternativ kann am PC mit den Teilnehmenden zusammen je nach Interessensgebiet eine Übung ausgewählt und anschließend ausgedruckt werden. Über das vhs-Lernportal können Personen mit Deutsch als Erst- oder Zweitsprache für sie passende Übungen finden. Hierfür werden Laptops bzw. PCs benötigt. Für den Einstieg in die Programme ist meistens eine kurze Einweisung und Erklärung des Portals nötig. Unter Umständen muss die Lehrkraft den Lerner oder die Lernerin beim Registrieren (Anmeldung mit gültiger E-Mail-Adresse) unterstützen.

4. Lernbetreuung

Manche Besucher kommen in ein offenes Angebot, um individuell und in Einzelarbeit zu lernen, bspw. am PC. Andere wiederum nehmen das Angebot wahr, da sie unsicher sind, ob ein regelmäßiges Kursangebot zu ihnen passt oder sie erst einmal „schnuppern“ möchten, welche Materialien und Lernmöglichkeiten es überhaupt gibt. Die Lehrkraft sollte daher ein gutes Auge und Feingefühl dafür haben, wer welche Unterstützung wünscht. Insbesondere



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Organisation eines
Lerncafés

Seite 2/2

Personen, die bisher kein passendes Angebot gefunden haben oder schlechte Lernerfahrung in Unterrichtssituationen gemacht haben, können über ein offenes Lernangebot wieder ans Lernen herangeführt werden. Natürlich kann und sollte die Lehrkraft nach eigenem Ermessen für das reguläre Kursangebot Empfehlungen aussprechen. Jedoch ist hierfür mitunter etwas Zeit nötig. Mit dem neuen vhs-Lernportal werden auch Schulungen für Lernbegleiterinnen und Lernbegleiter angeboten, die Personen weiterbilden, sowohl im Online-Portal, als auch in einem Präsenzlernangebot Lernende zu unterstützen.



Online-gestütztes Lernen mit dem vhs-Lernportal

PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Online-gestütztes
Lernen

Seite 1/2

Das vhs-Lernportal des Deutschen Volkshochschul-Verbands (DVV) vereint die Angebote von ich-will-lernen.de und ich-will-Deutsch-lernen.de. Als Deutschlands größtes offenes Lernportal bietet es auf der einen Seite tausende Übungen zur Alphabetisierung und Grundbildung und wendet sich andererseits an Erwachsene, die Deutsch auf den Niveaustufen A1 bis B2 lernen und üben wollen. Alle Inhalte sind auch mobil nutzbar. Sie können im Rahmen von Blended-Learning-Kursen eingesetzt werden, eignen sich aber auch als Selbstlerninstrument, z. B. in offenen Lernangeboten. Durch die Förderung des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) ist die Nutzung kostenlos.

Einsatzszenarien in einer Bildungseinrichtung

- Kursleiterinnen und Kursleiter können das Portal als Blended-Learning-Instrument nutzen und ihre Teilnehmenden als Tutoren betreuen. Sie können einzelnen Lernern oder dem gesamten Kurs Übungen zuweisen, offene Übungen korrigieren, Feedback geben und den Lernstand beobachten. Darüber hinaus können die vielfältigen, multimedialen Lerninhalte des Portals in den Präsenzunterricht integriert werden und ermöglichen so Binnendifferenzierung und abwechslungsreiche und spielerische Unterrichtsformen.
- Lernbegleiterinnen und Lernbegleiter müssen ihren Lernenden nicht nur „über die Schulter schauen“, sie können sich zusätzlich einen Raum einrichten, in dem sie Übungen und andere Lernmaterialien bereitlegen können. Auf diese Weise können sie die Lernbegleitung aktiv gestalten und ihre Lernenden optimal in ihrem Selbstlernprozess unterstützen.

Organisation eines Lernangebots

1. Technische Voraussetzungen

Um das Lernportal im Kurs oder im offenen Lernangebot einsetzen zu können, müssen einige technische Voraussetzungen erfüllt sein.

- Hierzu gehört in erster Linie eine stabile und öffentliche WLAN-Verbindung. Auf diese Weise können Lernende (notfalls) auch ihre eigenen Geräte wie z. B. Smartphones oder Tablets benutzen.
- Es sollte pro Lernendem ein technisches Endgerät zur Verfügung stehen. Dies können PC's, Laptops, Tablets oder Smartphones sein. Nötig ist dabei nur eine aktuelle Browser-Version.
- Darüber hinaus werden je nach Kurs Headsets oder Kopfhörer benötigt.
- Den Einsatz im Unterricht, z. B. im Plenum, erleichtern zudem Beamer, Laptop und Lautsprecher.
- Die Registrierung erfolgt entweder per Handy-Nummer oder per Mail-Adresse.

2. Personelle Voraussetzungen

Das Lernportal ist nutzerfreundlich und intuitiv. Kursleitende benötigen daher keine vertieften EDV-Kenntnisse, sondern ausschließlich Grundkenntnisse in der Nutzung digitaler Geräte und des Internets. Darüber hinaus ist die Bereitschaft, sich auf die Arbeit mit digitalen Medien einzulassen, eine zentrale Voraussetzung.



PLANEN
ÜBERZEUGEN
UMSETZEN

Leitfaden

Online-gestütztes
Lernen

Seite 2/2

3. Schulungen

Zur optimalen Nutzung des Lernportals bietet der DVV kostenlose Schulungen für Kursleitende sowie Lernbegleiterinnen und Lernbegleiter an (jeweils 6 Unterrichtseinheiten). Inhalte der Schulungen sind

- das didaktische Konzept der jeweiligen Kurse
- Funktionen für Lernende und Tutoren
- Zusammenspiel zwischen Tutor und Kursgruppe (Schulung für Kursleitende)
- Einsatzszenarien des Portals im Unterricht bzw. der Lernbegleitung
- Einführung in die vhs.cloud und das Online-Schulungsangebot.

Bei Interesse an einer Schulung sowie bei allen Fragen zum vhs-Lernportal steht das Team zur Verfügung.

4. Räumlichkeiten und Organisation

Das Lernportal bietet eine unterstützende Funktion für den Präsenzunterricht. Daher kann bei der Organisation auf die bereits existierenden Rahmenbedingungen der Präsenzkurse zurückgegriffen werden (z. B. ein- bis zweimal pro Woche in den Abendstunden). Bei der Auswahl der Räumlichkeiten sind die technischen Voraussetzungen unter Punkt 1 zu beachten. Bei der Bewerbung des Angebots sollte der Hinweis auf den Einsatz digitaler Medien prominent platziert sein und bei der Beratung von potentiellen Teilnehmenden der eigene Zugang zu Smartphone, Tablet oder PC erörtert werden, um das Lernportal auch außerhalb der Kurszeiten nutzen zu können.