

## **We Weiterbildungstag Ruhr, 6. September 2017**

### **Ergebnisse der AG „Formate für junge Leute“:**

#### **1. Anregungen zur Diskussion**

##### **1.1. Schlaglicht Statistik**

Im Jahr 2016 waren rd. 16% der Teilnehmer/innen an Veranstaltungen der VHS Arnsberg/Sundern zwischen 18 und 25 Jahre alt.

Davon besuchten rd. 50% Deutsch- und Integrationskurse.

Insofern waren ebenfalls rd. 8% aller Teilnehmer/innen am klassischen VHS-Angebot zwischen 18 und 25 Jahre alt. Zum Vergleich: über 65 Jahre alt waren 17%.

##### **1.2. Thesen und Fragen zu jungen Formaten**

- „Die Generation Ü 16 nimmt uns überhaupt nicht wahr. Insofern lehnt sie Weiterbildung und Weiterbildungseinrichtungen auch nicht ab. Aber: Wie und mit welchen Angeboten wird bzw. würde sie uns wahrnehmen?“
- „Junge Leute zu mobilisieren ist schwierig, aber wenn sie einmal auf der Reise sind, dann mit sehr viel Energie!“
- „Sollte ein Bildungsträger Ressourcen in Ü 16 oder lieber in Ü 45 investieren? Es handelt sich um eine eher kleine, stark umkämpfte Zielgruppe – aber eben auch um Teilnehmer/innen der Zukunft.“
- „Junge Menschen zwischen Ü 16 sind in der Regel sowieso damit befasst, zu lernen, sich auszubilden, zu studieren – was sollen sie sich da noch weiterbilden?“
- Die Frage bei der Entwicklung eines jungen Angebots ist:  
Wo liegt für die Jugendlichen der Mehrwert?
- Wichtige Themen für Ü 16 sind Reisen, Alltagsbewältigung, Orientierung, Identitätsfindung und Digitales.
- Unabdingbar ist die Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern, welche Ü 16 erreichen.
- Ü 16 ist nicht U 16!!!! ....und will so auch nicht wahrgenommen werden.

#### **2. Ergebnisse und Meinungen aus der Arbeitsgruppe**

(21 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus sehr unterschiedlichen Weiterbildungseinrichtungen)

- Um junge Menschen mit Weiterbildungsangeboten zu erreichen, gibt es keine standardisierten Erfolgsmodelle. Es gibt aber gewisse Themen und Herangehensweisen, die mit Sicherheit nicht zum Erfolg führen.
  - o Erfolglos wird die Bewerbung von Angeboten sein, wenn sie im traditionellen Stil (Stichwort: Programmheft) erfolgt.
  - o Erfolgsversprechend kann eine Ansprache von festen Gruppen statt einzelner Jugendlicher sein.
  - o Zentral ist es, junge Leute dort aufzusuchen, wo sie sich bewegen: Einführung einer „Bring-“ statt einer „Komm-Struktur“
  - o Wichtig ist ein Dialog mit den jungen Leuten. Grundlage von Angeboten muss die Sicht der Jugendlichen, nicht die der Pädagogen sein.

- Gibt es überhaupt einen Weiterbildungsbedarf bei Jugendlichen? Wenn die Frage so den Jugendlichen gestellt wird, dann sicherlich nicht. Wichtig sind Anlässe, Umbrüche und wirkliche Interessen der Jugendlichen (z.B. am Theaterspielen)
  - o Partizipation: Ein Projekt für Jugendliche sollte nicht gänzlich durchgeplant sein, um dann auf Anmeldungen zu hoffen. Vielmehr sollte eine Projektidee mit den Jugendlichen besprochen werden, um ihre Meinungen, Wünsche und Anregungen miteinfließen zu lassen. Somit sind auch ihre Anmeldungen größtenteils gesichert.
  - o Auch wenn von Jugendlichen kein direkter Bedarf formuliert wird: Öffentliche Bildungseinrichtungen haben einen verstärkten Erziehungsauftrag und folgen mit Angeboten für junge Leute ihrem gesellschaftlichen Bildungsauftrag.
- Unabdingbar sind Kooperationen, um Jugendliche zu erreichen. Potentielle Kooperationspartner sind Schulen, aber auch Jugendtreffes, Vereine oder Freizeiteinrichtungen und öffentliche Jugendhilfeträger
  - o Je „bildungsferner“ die Jugendlichen sind, desto wichtiger sind Kooperationspartner, die die Jugendlichen u.U. sogar verpflichten, an Weiterbildungsveranstaltungen, bzw. -anlässen teilzunehmen
  - o Mögliche Herangehensweise: Über die Firmen/Betriebe, um für Auszubildende ein Bildungsangebot zu schaffen. Außerdem könnte ein Arbeitsgeber seinen Azubis/Angestellten für besondere Verdienste etc. einen Kurs schenken – z.B. Kochen bei der VHS
  - o Weitere Zielgruppen, die über Kooperationen erreicht werden können: junge Migrant/innen, junge Eltern
- Es ist unabdingbar, das soziale Milieu und die Lage der Jugendlichen sehr genau zu betrachten. Jugendliche aus dem Milieu des Bildungsbürgertums haben wahrscheinlich gänzlich andere Interessen als Jugendliche aus schwierigen sozialen Verhältnissen.
- Weiterbildungseinrichtungen brauchen ein menschliches Gesicht. Jugendliche kommen nicht in Büros oder Verwaltungen – sie müssen die Menschen kennen, die die Projekte/Veranstaltungen begleiten oder die für die Institution stehen.
  - o Die Kursleiter/-referenten sollten möglichst keine „alten Hasen“ sein, sondern dynamisch und jung, um den Zugang zu Jugendlichen zu finden
- Das politische Recht auf Weiterbildung gilt für alle Jugendlichen – unabhängig von der sozialen Lage der Herkunftsfamilie. Es ist angemessen, zur Realisierung dieses Rechts zum Teil erheblichen Aufwand zu betreiben.
  - o Chancengleichheit gewährleisten
- Angebote für Jugendliche sollten immer kostengünstig sein und keine Bindung an langfristige Termine voraussetzen.
  - o Es sollte über Alternativen der Finanzierung nachgedacht werden. Das klassische Entgeltmodell scheint wenig erfolgversprechend.

Am Schluss braucht es Flexibilität, Freude am Ausprobieren neuer Wege und Gelassenheit beim Erschließen der jungen Zielgruppe.

Lena Willeke (Jugendbüro der Stadt Sundern)  
 Carina Middel (Bildungszentrum Sörpesee)  
 Klaus-Rainer Willeke (VHS Arnsberg/Sundern)