PROFESSIONELLE PRAKTIKEN

Bildung Rocks oder: Wie mache ich Bildung für Junge Erwachsene attraktiv?

Muss man Bildung überhaupt attraktiv machen? Die Antwort lautet schlicht: Ja.

Oliver T. Streppel

Medienpädagoge & zertifizierter Blended-Learning-Designer
Projektleiter: Kompetenzzentrum – Digitales Lernen Kirche

o.streppel@eaew.de

https://digitales-lernen-kirche.de

Ein Projekt stellt sich vor: Zur Evangelischen Erwachsenen- und Familienbildung in Württemberg (EAEW) gehört unter anderem der Dachverband der Evangelischen Bildungswerke. Diese landeskirchlichen Bildungswerke haben durch ihre dezentralen Strukturen ein sehr buntes Portfolio, was ihre Bildungsangebote, ihre Referierenden und ihre Locations angeht. Und sie haben ein gemeinsames Problem: Sie erreichen junge Erwachsene mit ihren Angeboten nicht – sei es, weil die Konzepte wenig nachhaltig sind, wie im Fall der Stadtakademie Hospitalhof in Stuttgart, weil das Portfolio zu stark kirchlich geprägt ist, um junge Menschen wirklich anzusprechen, wie beim ökumenischen Bildungszentrum Sanctclara in Mannheim, oder weil, wie im Falle des Kreisbildungswerks auf der Ostalb, die Vernetzung der Erwachsenenbildung mit speziellen Konzepten für junge Erwachsene zwischen den einzelnen Gemeinden fehlt. Ziel des Projektes und der drei genannten Projektpartner war es, inhaltlich, thematisch sowie über verschiedene Marketingwerkzeuge herauszufinden, wie junge Erwachsene für evangelische Bildungsarbeit begeistert werden können.

Das Alter „junger Erwachsener" wurde in diesem Projekt auf zwischen 25 und 40 Jahren festgesetzt. Nun kann man die berechtigte Frage stellen, ob nicht auch schon 18-Jährige „junge Erwachsene" sind und warum die Obergrenze bei 40 und nicht bei 50 Jahren liegt. In der Projektbeiratssitzung vom Februar 2018 wurde die Frage nach der genauen Zielgruppe noch einmal gestellt: Wollen wir Berufsschüler/innen, Studierende, junge Arbeitnehmer/innen oder Familien erreichen? Da Auszubildende und Studierende durch Uni-Netzwerke und Jugendpfarreien sehr gut erreicht werden, wurde festgelegt, dass es wichtiger sei, sich auf die jungen Berufseinsteiger/innen zu konzentrieren. Auch junge Familien werden in Bildungseinrichtungen kaum noch wahrgenommen, sobald die Elternzeit vorüber ist. Also war es für das Projekt interessant, noch einmal besonders auf die jungen Erwachsenen bis 40 zu blicken.

Eine Erkenntnis bei der Durchführung der einzelnen Veranstaltungen war, dass Formate, die in Stuttgart gelingen, noch lange nicht in Mannheim, und schon gar nicht auf der Ostalb, funktionieren müssen. Auch die inhaltlichen Schwerpunkte liegen meist sehr unterschiedlich. Während junge Menschen in Stuttgart sich gern zu einer gemeinsamen Führung durch die Oper oder „Auf ein Bier mit der Philosophie" treffen, laufen in der KEB Esslingen eher Formate wie gemeinsame *Lost-Places-Fotografie*. Auf der Ostalb funktionieren primär Familienthemen, da diese Themen in den dörflichen und kleinstädtischen Strukturen kaum durch andere Bildungsanbieter besetzt werden, während man Formate wie die Lost-Places-Fotografie sowieso bei Anbietern in Großstädten sucht. Ein klarer Trend ist darin zu sehen, dass junge Menschen sich gerne innerhalb einer *Peergroup* weiterbilden und *On-demand-Angebote* sowie eine Weiterbildung mit *hohem Unterhaltungswert* und wenig Zeitaufwand wollen.

Das Projekt hat für Veranstaltungen teils auf neue Konzepte wie ein *Edu-Live-Action-Role-Play* (Edu-LARP) zurückgegriffen, bei dem es darum ging, eine Geschichte aus der Bibel „in echt" zu erleben. Dazu wurden echte Beduinenzelte organsiert, das Leben von früher rekonstruiert und in einem dreitägigen Rollenspiel das Leben Josephs erlebbar gemacht, indem die Teilnehmenden in die Rollen der Handwerker, Soldaten, Bauern etc. schlüpften. Wir haben tatsächlich Jung und Alt für dieses Projekt gewinnen können. Des Weiteren haben wir *Edu-Escaperooms* durchgeführt, bei denen es darum ging, sich spielerisch mit neuen Medienformaten wie *Virtual Reality*, *QR-Codes* und *Augmented Reality* auseinanderzusetzten. Die Teilnehmenden wurden hierzu in einen Raum eingesperrt und mussten innerhalb von 15 Minuten mit Hilfe der Medien einen sechsstelligen Code finden, der die Tür nach draußen wieder öffnet. Professionelle Escaperooms erfuhren vor Corona großen Zulauf. Auch unser Edu-Escaperoom-Versuch wurde gut angenommen. Wir haben *TED-Talk-Reihen* modifiziert und angeboten. Sehr erfolgreich war dabei unsere „9-Min.-Talk"-Veranstaltung, zu der wir sechs Speaker/innen eingeladen haben, die jeweils einen neun-

minütigen Vortrag hielten, zu Themen, die Stuttgart brennend interessieren, wie Nachhaltigkeit, Radfahren, die Flüchtlingskriese etc. Diese Reihe war ein allgemeiner Erfolg, die *360°Videoworkshops* funktionierten hingegen nur bei Jugendlichen. Mit ihnen haben wir die Workshops durchgeführt, um in einer zweiten Veranstaltung die Eltern bzw. die gesamte Kirchengemeinde einzuladen, sich das 360°-Videoergebnis der Jugendlichen anzuschauen und von ihnen erklären zu lassen. Zudem haben wir auch auf altbewährte Konzepte wie *aufsuchende Bildung* zurückgegriffen, bei denen wir eine Veranstaltung im Kindergarten konzipiert haben, wo wir mit den Kindern und den Eltern gemeinsam grillten, und die Eltern sich, da die Kinder beschäftigt waren, in dieser Zeit über Medienerziehung informieren konnten.

Es ist kaum der Erwähnung wert, dass man junge Erwachsene vor allem über soziale Netzwerke erreicht und dabei ein guter Werbeauftritt vonnöten ist, der insbesondere an mobile Endgeräte angepasst werden muss. Wir haben informell Bildungsinhalte auf Facebook und Instagram eingestellt, geteilt und geliked, mit großem Erfolg. Es ist schwierig geworden, als Bildungsanbieter wahrgenommen zu werden. Für ein positives Projektergebnis war es wichtig, die entsprechenden Zielgruppen auszuloten und mit ihnen zusammen das Angebot zu erstellen. Jedoch müssen junge Erwachsene mobil sein, was dazu führt, dass es den klassischen Teilnehmerstamm kaum noch gibt. Nachhaltig Teilnehmende zu binden ist ungeheuer schwierig. Daher ist es essenziell, immer wieder auf junge Menschen zuzugehen und sie immer wieder neu zu begeistern. Das Prinzip *one size fits all* funktioniert bei jungen Menschen nicht, dafür sind die Ansprüche zu unterschiedlich. Jedes Bildungswerk braucht seine eigenen Formate – das gilt sowohl für Seminare als auch für Veranstaltungen. Eventuell sind klein angelegte Coachings zielführender, um junge Menschen zu erreichen, wie es das Format *Art of Hosting* der EAEW, das Coaching zum Thema Medien und Marketing beim Jugendwerk in Aalen oder die On-demand-Angebote der LEF gezeigt haben, mit denen gezielt bestimmte Peergroups erreicht werden konnten.

Grundlegend bei der Konzeption von Programmen für junge Erwachse ist also: Wir müssen sie über die Kanäle ansprechen, die sie sowieso nutzen (Programmhefte, Facebook, Xing, eigene Blogs etc.); wir müssen die Programme mit ihnen gemeinsam entwickeln (z. B. zielgerichtete Coachings oder Marktplätze vor Ort); digitale Angebote müssen ergänzen, nicht zusätzlich entstehen. Da der

Werbekarte für die Veranstaltung "Was ist mir heilig", bei der es um eine Familienveranstaltung zur Stärkung der Medienkompetenz mit Hilfe der 360°-VR-Technik innerhalb der Familien ging.

Weiterbildungsmarkt im Zuge der Digitalisierung gewaltig expandiert, muss die evangelische Bildung einen Weg finden, einerseits aus der Masse hervorzustechen, sichtbar zu werden und so ihre Zielgruppen zu erreichen, andererseits seriös und professionell aufzutreten. Um Bildungswillige dauerhaft an sich zu binden, ist es jedoch am wichtigsten, durch die Qualität der Bildungsangebote zu überzeugen.

Da es für das Projekt sinnvoll war, die theoretische und die praktische Herangehensweise zu dokumentieren, wurden zwei Wege gefunden, diese zu veröffentlichen. Der praktische Teil mit den verschiedenen, bereits oben beschriebenen Tests (z. B. Edu-LARP, 9-Min.-Talk, 360°-Video-Workshops und vieles mehr) wurde in Form eines Blogs dokumentiert. Dieser beschreibt die methodischen Hintergründe, die Durchführung und die Ergebnisse genauso wie weitere wichtige Aspekte, die für die Arbeit mit und für junge Erwachsene interessant sind.

Der Blog ist hier zu finden:
www.bildungrocks.wordpress.com

Für den theoretischen Teil ist ein eigener Reader entstanden, der in dieser Ausgabe auf der Seite 44 rezensiert wurde: Oliver T. Streppel: Bildung Rocks – Wie wird Weiterbildung für jüngere Erwachsene interessanter? tredition, Hamburg 2019. ISBN 978-3-7482-7577-0