

Webseite gegen Bildungsabbruch

Das Potenzial unentdeckter Talente aufspüren

Der Arbeitsmarktservice Wien will Jugendliche ohne abgeschlossene Ausbildung über eine zielgruppengerechte Webseite wieder zurück ins Boot holen. Die Sprache ist auf ein Minimum reduziert und plakativ. Ein Fragebogen soll direkt zur passenden Beratungsstelle führen.

Von Doris Landauer. Sie leitet das Projekt «Perspektiven für unentdeckte Talente» im Auftrag des Arbeitsmarktservice AMS in Wien.

– Keine guten Aussichten für Jugendliche, die das Bildungssystem frühzeitig verlassen: In Österreich ist jede fünfte Erwerbsperson, die maximal eine Pflichtschulausbildung absolviert hat, arbeitslos, in Wien ist es gar jede vierte – und die Tendenz ist steigend. Daher gilt es, Lücken zu schliessen und neue Möglichkeiten auszuloten, wie Jugendliche erreicht werden können, damit sie eine Ausbildung beginnen respektive weitermachen und abschließen. Die durchgängige Botschaft lautet: «Tu was, mach was, streng dich an, es lohnt sich. Wenn es schiefgelaufen ist, gibt es immer noch einen anderen Weg.»

Österreich hat ein gut ausgebautes und anerkanntes berufsbildendes Schulwesen sowie ein ebenso anerkanntes duales Ausbildungssystem. Daneben existiert eine Ausbildungsgarantie für all jene, die am freien Arbeitsmarkt keine betriebliche Lehrstelle finden. Wenn sich auch in jedem einzelnen dieser Angebote Verbesserungspotenziale orten ließen, kann man im Prinzip von ganz guten Voraussetzungen ausgehen. In Wien gibt es überdies ein dichtes Netz an Anlauf- und Beratungsstellen.

Die Jugendlichen bringen häufig mit: Schulmüdigkeit, Schulabsenz, Erfahrung von Ausgrenzung, ein nur wenig unterstützendes Elternhaus, soziale Isolation, Gewalt- und Missbrauchserfahrung, Drogen- und andere Süchte, Krankheit, Migrationserfahrung. Die Fachliteratur hat die möglichen subjektiven Hindernisse für eine Ausbildung hinlänglich aufgezeigt. Die Bandbreite der oft multipel auftretenden

Probleme ist groß. Hingegen wurden die Potenziale der Jugendlichen in ihrer Geschichte bei vielen noch nie wertgeschätzt, sodass sie auch die Betroffenen als nicht relevant erachten. So haben wir etwa in einer Studie erhoben, dass viele Jugendliche teilweise sehr viele Sprachen gelernt haben – ein ungenutztes Potenzial!

Bildungsrendite aufzeigen

Es gilt aber vor allem auch, die unmittelbar greifbaren Vorteile für die Jugendlichen selbst aufzuspüren und aufzuzeigen. Vorteile, die ihnen zuteil würden, wenn sie trotz widriger Umstände die Strapazen einer Ausbildung auf sich nähmen. Hier kann auf die Bildungsrendite verwiesen werden, das heisst auf das langfristig höhere Einkommen, die erheblich geringere Häufigkeit und Dauer von Arbeitslosigkeit sowie auf alle mit höherer Bildung einhergehenden Sekundärprofite: bessere Gesundheit, weniger Straffälligkeit, höheres Prestige, bessere Jobs.

Viele der betroffenen Jugendlichen können nicht gut lesen. Das Internet stellt zwar alle Informationen zur Verfügung. Doch um diese für sich nutzbar zu machen, wäre eine routinierte Lesekompetenz erforderlich. Wir haben diese Hürden abgetragen, indem wir auf unserer Webseite www.unentdeckte-talente.at den Jugendlichen – auf ihrer momentanen Lage aufbauend – möglichst zielsicher nur wenige Beratungsstellen anbieten, die aber sehr spezifisch auf ihr jeweiliges Problem eingehen können.

Konkret geht das so: Ein Online-Fragekatalog zur Ortung der Ausgangslage bildet die Navigation durch die Beratungslandschaft. Die jeweilige Antwort führt zu einer logisch nächsten Frage, bis das Problem so weit erfasst ist, dass ein Ergebnis geliefert und die richtige Beratungsstelle empfohlen werden kann. Die Fragen dürfen nicht so spezifisch sein, dass man auf die Person schließen könnte (Datenschutz). Auch haben wir darauf geachtet, keine diskriminierenden Fragen zu stellen, insbesondere aus den Themenschwerpunkten Schule und Lehre. Mit etwa 40 Fragen werden mehr als 100 Ergebnisse geliefert und (ohne Außenstellen) fast 60 verschiedene Beratungsstellen empfohlen. Das ergibt zwischen 70 und 80 verschiedene Adressen, die von den Jugendlichen in der jeweiligen Lage direkt angesprochen werden können und ihre Dienste für die Jugendlichen kostenlos anbieten.

Um Schwellenängste zu reduzieren, haben wir auch eine Art Empfehlungsschreiben konzipiert. Dieses bietet einerseits eine örtliche und zeitliche Orientierungshilfe an (Name der Anlaufstelle, Adresse, Öffnungszeiten, Stadtplan), andererseits soll es den Jugendlichen ermöglichen, auch «ohne Worte» die Anlaufstelle beanspruchen zu dürfen. Sie können sich einen Ausdruck machen, diesen mitnehmen und herzeigen. Mit dieser Art von Empfehlungsschreiben des Arbeitsmarktservice AMS wird auch die Gefahr verringert, abgewiesen zu werden.

Weil Jugendliche in der schwierigen Lage, in der sie sind, sich oft nicht wahr-

genommen fühlen, holen wir auch ihre Meinung zu den empfohlenen Anlaufstellen ein. Sie dürfen den Anlaufstellen Noten geben und sie auch verbal beurteilen. Und vor dem Hintergrund, dass sich Jugendliche nur dann öffnen, wenn sie Vertrauen zu den Ansprechpersonen haben, haben wir die Webseite sehr individualisiert gestaltet: Hinter jeder Aussage steckt eine Person, ein Gesicht, das angesprochen und kritisiert werden kann. Ein Video mit den Empfehlungen der Peergruppe soll mehr bewirken als 1000 geschriebene Worte. Trotzdem kann auf geschriebene Sprache nicht ganz verzichtet werden. Sie wird aber, soweit es geht, sehr kurz und einfach gehalten. Wo es einer zusätzlichen Untermauerung bedarf (zum Beispiel bei Analphabetismus oder fehlender Unterstützung durch die Eltern), bieten wir zusätzlich noch Videos mit gesprochenem Text an.

Im Labor getestet

Beim Testen der Webseite an Jugendlichen hat sich herausgestellt, dass sich diese auf den Fragebogen stürzen: Das Interaktive kommt ihnen offenbar entgegen. Zehn Prozent der Testpersonen haben sich auch die Unterseite «Bildung bringt's» angeschaut. Die anderen Seiten wurden von den Testpersonen nicht beachtet. Auch das Video kommt gut an, allerdings wird es in der Laborsituation nicht von allen angeschaut.

Ganz anders die potenziellen Multiplikatoren wie Lehrer oder Trainerinnen. Diese beginnen mit der Begutachtung der Unterseite «Bildung bringt's» und sind teilweise empört über die saloppe und populistische Sprache sowie die fehlende Political Correctness. Sie monieren auch die plakativen Slogans, die Werbung für Produkte, welche für die Jugendlichen viel zu teuer seien, sowie das nicht erreichte pädagogische Ziel («Wir wollen die Jugendlichen doch endlich von ihrem Konsumverhalten abbringen»). Oft sind sie mit den Umkehrschlüssen der Aussagen nicht einverstan-

den: «Es sind doch nicht alle Ungebildeten hässlich. Es werden doch nicht alle straffällig, die nichts lernen.» Vielfach beenden die potenziellen Multiplikatoren die Begutachtung auch gleich damit, weil sie ihr Urteil schon gefällt haben.

Dieselben Multiplikatoren sind dann ganz angetan, wenn sie das Video über die Absichten der Projektleiterin vorgeführt bekommen. Für sie wurde es auch auf die Unterseite «Das Projekt» ein zweites Mal gepostet, wo die Jugendlichen gar nicht mehr hinkommen (die Multiplikatorinnen schauen sich umgekehrt aber die Startseite nicht bis zum unteren Ende an).

Rückmeldungen der Jugendlichen, die die Webseite von Multiplikatorinnen vorgeführt und nach ihrer Meinung befragt wurden, geben – wenig überraschend – oft die Meinung dieser wieder. Aus den Rückmeldungen, die bislang via Webseite direkt abgegeben wurden, lässt sich noch kein Schluss ziehen und noch weniger lassen sich Handlungsoptionen ableiten («Ich habe nicht gefunden, was ich gesucht habe»). Die unter «Das Projekt» veröffentlichten Testimonials sind vollzählig und wurden auch nicht bestellt. Dass eher positive Reaktionen abgegeben werden, ist zu erwarten und darf daher auch nicht überschätzt werden.

In den ersten drei Monaten haben 1500 Besucherinnen und Besucher zumindest eine Frage beantwortet und es wurden 650 Downloads des Empfehlungsschreibens gemacht. Würde es sich dabei um die exakt beschriebene Zielgruppe handeln, wäre das Ergebnis sehr zufriedenstellend. So weit ist es noch nicht.

Auf eine Verbreitung über die sozialen Medien durch die Jugendlichen selbst kann nur sehr bedingt gehofft werden, denn es ist für Jugendliche wohl wenig «cool» zuzugeben, dass sie Probleme hatten, biedere Anlaufstellen als Hilfe akzeptiert und deren Unterstützung auch noch für gut befunden haben. Mit einer mündlichen Weiterempfehlung unter den Peers ist schon gar nicht zu rechnen. Es gilt daher, die Adresse medial in Erinnerung zu behalten, damit Jugendliche, wenn sie sie brauchen, darauf auch zugreifen können.

Derzeit arbeiten wir an der Vermarktung. Es gilt, verschiedene Kanäle zu benutzen und alle Anlaufstellen, Schulen, Jugendeinrichtungen und den öffentlichen Raum, in dem sich die Jugendlichen aufhalten, mit entsprechenden Werbeträgern zu versorgen. –

.....
www.unentdeckte-talente.at



Jugendliche ohne Ausbildung wieder ins Boot holen: Videos erzeugen Aufmerksamkeit, mittels Fragebogen werden die nächsten Schritte aufgezeigt.