

Wie wird Weiterbildung für jüngere Erwachsene interessanter?

PROJEKT-ZWISCHENBERICHT



Ein Projekt der Evangelischen
Erwachsenen- und Familienbildung
in Baden und Württemberg

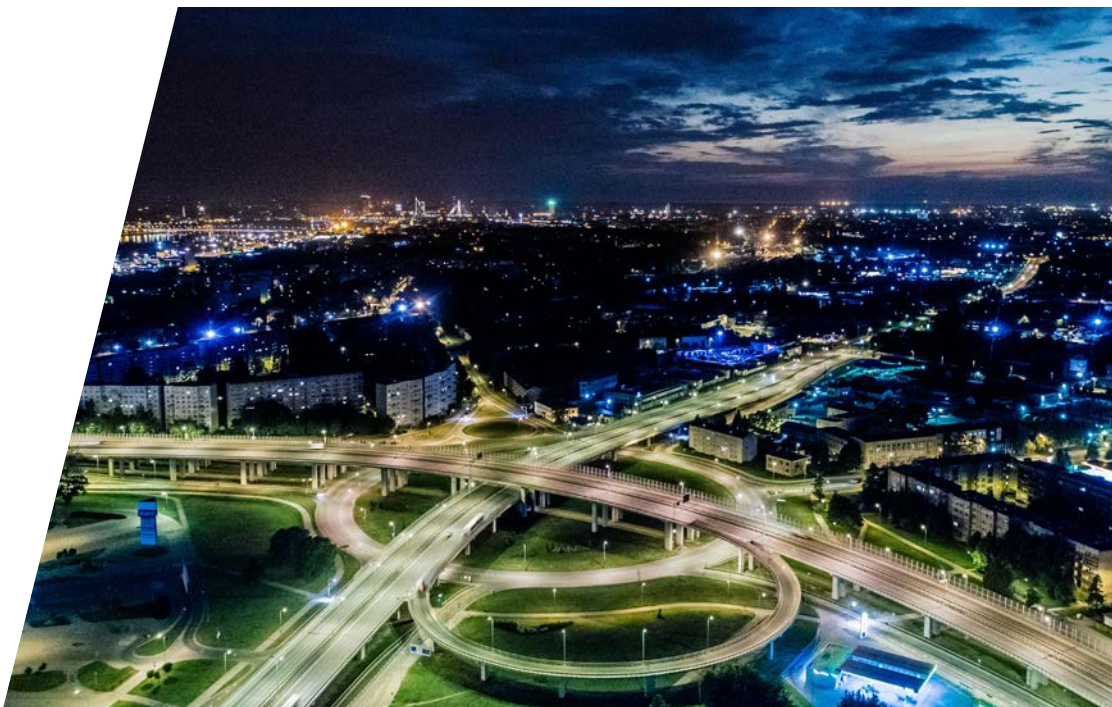
IMPRESSUM

Projektlaufzeit:	April 2017 – April 2020 (zzgl. Verlängerung bis Dez. 2022)
Projektverantwortung:	Pfarrer Dr. Wolfgang Schnabel
Projektleitung:	Oliver T. Streppel, MA
Projektauftrag:	LageB (Landesarbeitsgemeinschaft der Evang. Bildungswerke in Württemberg) EAEW (Evang. Erwachsenen- und Familienbildung in Württemberg) Evangelische Erwachsenenbildung Baden
Projektpartner:	Dr. Rolf Ahlrichs (Evang. Bildungszentrum Hospitalhof in Stuttgart) Henrik Althöhn (Evang. Kreis-Bildungswerk Ostalb) Dr. Joachim Vette (Ökumenisches Bildungszentrum Sanctclara in Mannheim)
Homepage:	www.eaew.de
Kontakt:	EAEW, Büchsenstraße 37, 70174 Stuttgart Telefon: 0711 / 22 93 63 - 462 E-Mail: info@eaew.de
Umschlaggestaltung:	Oliver T. Streppel, MA
Bildnachweise:	Seite 3, 7, 11, 12, 19, 21, 25, 33 – © Canstockphoto Seite 4, 17, 47 – © Pixabay / Seite 31 – © Adobe Stock Seite 15, 23, 37, 43, 45 – © Oliver Streppel

*"Es gibt nur eins, was auf Dauer teurer
ist als Bildung, keine Bildung."*

JOHN F. KENNEDY





Bildung Rocks - oder wie mache ich Bildungsangebote für für 25- bis 40-Jährige attraktiv?

Wie mache ich Bildung interessant? Diese Frage ist keine neue. 1971 baute Luigi Colani für die Möbelfirma Flötotto ein Learning Egg. Sollte das ein Ausblick in die Zukunft sein, quasi eine futuristische Installation, die damals schon auf Prinzipien des E-Learning baute? Individuell durch Filme oder Radio Lerninhalte zeitunabhängig in einer Lernkapsel ungestört lernen? Eventuell sogar schon mit einer Telefonschaltung? Vielleicht.

Doch wie ist das denn mit der Bildung? Warum muss man sie attraktiv machen? Sollte Bildung nicht als Privileg angesehen werden? Im Prinzip schon. **Denn nicht alle auf dieser Welt haben Zugang zu Bildung.** Und Bildung ist eine bedeutende Wirtschaftssäule. Darum ist es in Deutschland zu einem schwierigen Grad geworden zwischen Wettbewerb der Bildungsanbieter und der Anerkennung von Bildungsangeboten als Garant für Wohlstand und Zufriedenheit innerhalb der Bevölkerung.

Die Evangelische Erwachsenen- und Familienbildung in Baden und Württemberg will nun ihren Beitrag dazu leisten, dass ihr hohes Gut, die Bildung, auch die Bevölkerung erreicht. Doch wie? Gerade Menschen zwischen 25 und 40 werden schwer erreicht. **Es sind Menschen, die auf der Autobahn des Lebens zwischen Karriere und Familie rasen.** Deshalb wurde ein Projekt ins Leben gerufen, das theoretisch und handlungsorientiert dieser Frage nachgeht. Aus diesem Projekt heraus ist dieser Zwischenbericht entstanden. Mir hat es unheimlich Spaß gemacht, das Projekt zu gestalten und ich hoffe, dass ich Ihnen diesen Spaß mitgeben kann. :-)

Oliver T. Streppel, MA

A handwritten signature in black ink, reading "Oliver T. Streppel". The signature is written in a cursive, flowing style.

	Seite
1. Die Zielgruppe	
1.1 Eingrenzung der Zielgruppe auf 25- bis 40-Jährige	8
1.2 Definition der Zielgruppe im Vergleich der Kohortenbeschreibung oder in die Buchstaben X Y Z	10
1.3 Vergleich der Zielgruppe nach der Unterteilung in Milieus (Kirchliche / Jugendliche / Erwachsenenmilieus)	13
2. Die Projektkonzeption	
2.1 Beschreibung der Beteiligten	15
2.2 Beschreibung der Pilotstandorte und des Projektbeirats	16
3. Projektverlauf	
3.1 Best-Practice-Beispiele von weiteren Akteuren der Bildung junger Erwachsener	18
3.2 Beschreibung getesteter Formate inkl. zugrunde liegender Methoden und Empfehlungen	20
4. Ausblick	
4.1 Projektverlängerung: nächste Schwerpunkte	44
4.2 Nachhaltigkeit	48
4.3 Dank	49



1.1 Eingrenzung der Zielgruppe auf 25- bis 40-Jährige

Die jungen Erwachsenen in diesem Projekt sind per Definition zwischen 25 und 40 Jahre alt. Nun kann man die berechnete Frage stellen, ob „junge Erwachsene“ nicht bei 18 Jahren beginnen und warum die Grenze bei 40 und nicht 50 Jahren liegt. Denn junge Erwachsene sind in der Regel zwischen 18 und 28 Jahre alt. Dann beginnt das Erwachsenenalter und vielleicht das Familienalter. Somit hätten wir in diesem Projekt die Frage, ob wir Berufsschüler*innen, Studenten*innen, junge Arbeitnehmer*innen und Familien mit erreichen wollen. In der **Projektbeiratssitzung** vom Februar 2018 wurde die Frage nach der genauen Zielgruppe noch einmal hinterfragt. Hierbei wurde festgelegt, dass Menschen in der Ausbildung von Uninetzwerken und Jugendpfarreien sehr gut erreicht werden. Wichtiger sei es, die jungen

Berufseinsteiger*innen zu erreichen. Junge Familien werden im Kleinkindalter ganz gut erreicht, aber sobald die Elternzeit vorbei ist, werden die jungen Familien kaum mehr in Bildungseinrichtungen wahrgenommen. Also war es für das Projekt interessant, auch hier noch einmal auf die jungen Erwachsenen bis 40 zu blicken.

Darum nun die Eingrenzung auf **das Alter zwischen 25 und 40 Jahre**. In diesem Zusammenhang wurde ebenfalls die Frage aufgeworfen, ob es sinnvoll ist, nach den **Milieus** Ausschau zu halten und parallel im soziologischen Begriff der Kohorten zu denken. Eine gängige Beschreibung für solche Kohorten ist die Einteilung in **Generation X, Y und Z**. Denn „die jungen Erwachsenen“ pauschal gibt es nicht. Somit hat das Projekt über diese Werkzeuge der Milieu-Studie und Kohortenbeschreibung die Möglichkeit gesucht, Peergroups ausfindig zu machen, die entweder frisch im Beruf anfangen, oder aus der Elternzeit wieder in den Beruf einsteigen.

Die Teilnehmer des Projektbeirates werden ab Seite 16 beschrieben.



Ausführliche Informationen hierzu im Reader ab Seite 24



Die Milieus werden ab Seite 13 beschrieben.



Die Generation Y wird ab Seite 10 beschrieben.



Die Pilotstandorte werden ab Seite 16 beschrieben.



www.barcamp-stuttgart.de



www.lef-wue.de



Zu einem Projekt gehört natürlich auch die Ist-Analyse. Wird denn die Zielgruppe tatsächlich nicht erreicht? In den drei Projektstandorten **Hospitalhof in Stuttgart, Kreis-Bildungswerk Ostalb, ökumenisches Bildungszentrum Sanctclara in Mannheim** gibt es keine Zahlen, nur Beobachtungen, die besagen, dass Sanctclara die jungen Erwachsenen gar nicht erreicht, im Kreisbildungswerk Ostalb so gut wie nicht, und in dem Bildungswerk Hospitalhof sind sie zwar zu sehen, jedoch nicht zu den hauseigenen Bildungsangeboten, sondern lediglich zu Angeboten, die entweder für oder von jungen Erwachsenen gemacht werden, wie zum Beispiel **das Barcamp Stuttgart**.

Das heißt, die Zielgruppe wird hier nicht nachhaltig erreicht bzw. zielgerichtet erreicht. In den Familienbildungsstätten, die in der **LEF** organisiert sind, gibt es unterschiedliche Rückmeldungen, da die Familienbildungsstätten auch unterschiedlich organisiert sind. Junge Erwachsene ohne Familie werden jedoch eher nicht erreicht. Junge Familien werden erwartungsgemäß sehr gut erreicht. Bei einer **nicht-repräsentativen**

Umfrage in Schwäbisch Gmünd stellten wir fest, dass junge Menschen in diesem Alter viel über Berufsweiterbildung nachdenken. Theologische Themen wurden hier nicht benannt. Auch gab es einige Wortmeldungen zum Thema Marketing, also wie sie angesprochen werden möchten. Hier gaben sie an, dass sie über Berufnetzwerke wie Xing oder LinkedIn Weiterbildungsangebote erwarten. Da die jungen Menschen als eigene Zielgruppe im Marketing erfasst sind, war es für das Projekt hier notwendig, eine Eingrenzung auf das Alter 25–40 einzugehen. Denn sonst gäbe es zu viele unterschiedliche Marketingüberlegungen, die hätten angestellt werden müssen.

Ein Blick in die Literatur verrät uns, dass junge Erwachsene in diesem Alter viel Zeit für berufsbedingte Weiterbildung aufwenden. Allerdings im gleichen Maße auch Weiterbildung, die nichts mit dem Beruf direkt zu tun hat, sondern Spaß macht, ihre Interessen weiterbringt und sie vernetzt. Für das Projekt waren also die Fragen wichtig: **Wie, mit welchen Inhalten und mit welchen Formaten erreichen wir diese Menschen?**



Ausführliche Informationen hierzu im Reader ab Seite 104



Quelle: Lesebuch zur Tagung der EKD-Synode 2014



Ausführliche Informationen hierzu im Reader ab Seite 58

1. DIE ZIELGRUPPE THEORIE

1.2 Definition der Zielgruppe im Vergleich der Kohortenbeschreibung oder in die Buchstaben X Y Z

— Ausführliche Informationen hierzu im Reader ab Punkt 4.4



— Autor: S. Burghard
Verlag: Gabel Verlag
Jahr: 2016

Die **Generation Y** ist die erste Generation überhaupt, die mit den Techniken und Möglichkeiten der Digitalisierung aufwächst, mit völlig neuen Kommunikationsmöglichkeiten. Vertreter*innen dieser Generation werden deshalb auch als „digital natives“ bezeichnet. Dies hat auch Auswirkungen auf die Themenfelder ‚Weiterbildung‘ und ‚neues Lernen‘. Hier werden neue Angebotsformen notwendig, etwa Lernstoff on demand, Infotainment, Gamification, Lernen von den Besten, Blended Learning. Das heißt, die digitale Welt und die analoge Welt müssen zusammen eine Einheit ergeben – und das selbstverständlich auch in der Bildung. Prominente **Schlagworte sind hier ‚Schwarmintelligenz‘ oder ‚soziales Lernen‘ und ‚Netzwerken‘**. Denn vieles spielt sich in Communities und Netzwerken ab, doch

gerade Onlinenetzwerke funktionieren erst dann gut, wenn man sich auch im ‚Real Life‘ kennenlernt. Um die Generation zu beschreiben, wird eine Studie zu Rate gezogen, die sich als Marketingstrategie-Werkzeug etabliert hat.

Die Sinus-Studie des Zukunftsinstituts: Durch das Fehlen von extremen politischen Krisen oder Nöten, eine Überversorgung durch die Eltern und einen effizienten Sozialapparat erwarten die jungen Menschen zwischen 20 und 35 höchste materialistische Standards, einen guten Job, der sich mit der Freizeit gut vereinbaren kann, und wollen, was Firmenangelegenheiten angeht, immer mitbestimmen.

Wenn man die Zielgruppenanalyse der Generation Y aus dieser Studie heranzieht (die davon ausgeht, dass die Zielgruppe, Stand 2013, zwischen 20 und 35 Jahre alt ist und eine Fachhochschulreife mitbringt), so zeigt sich, dass für sie Communities, Peergroups und Netzwerke eine herausragende Rolle spielen. Offenheit ist für sie ein zentraler Punkt, gerade wenn es um



Autoren: T. Huber & C. Rauch
Verlag: Sinus International GmbH
Jahr: 2016

Themen wie die Homo-Ehe, Religions- und Glaubensfreiheit oder Veganismus geht. Auf einer anderen Ebene gehören Aspekte wie Open Data, Open Science, Open Education, Open Innovation dazu, also die Beteiligung und Partizipation aller an entsprechenden Themen, ohne jemanden durch Finanzierung oder technische Hürden auszuschließen.





1.3 Vergleich der Zielgruppe nach der Unterteilung in Milieus (Kirchliche / Jugendliche / Erwachsenenmilieus)

Autoren:
M. Calmbach et al.
Publikation: „Sinus
Markt- und
Sozialforschung“
Jahr: 2016



Junge Menschen werden gerne über einen Kamm geschoren. Doch auch hier gibt es Milieustudien, die zeigen, dass sie Bildung unterschiedlich wahrnehmen. Einer der spannendsten Punkte jedoch ist, dass junge Menschen Bildung immer noch analog verstehen. Digitale Medien sind für sie nicht bildungstiftend, sondern ausschließlich unterhaltender Natur.

Laut der Sinus-Studie werden prekäre & hedonistische **Milieus von der Kirche** zwar durch die diakonischen Einrichtungen erreicht, jedoch gibt es hier kaum Menschen, die der Kirche und damit der Bildung offen gegenüber stehen. Ein Vergleich kirchlicher Studien mit der **Erwachsenen-Studie** zeigt, dass die adaptiv

pragmatischen Milieus gerade ausreichend erreicht werden, die expeditiven Milieus aber sehr gut erreicht werden. Das sind aber genau **die Milieus**, die laut einer Hochrechnung in Zukunft zusammen 40% der deutschen Bevölkerung ausmachen werden. Und um die expeditiven Milieus zu erreichen, müssen digitale Bildungsmethoden und außergewöhnliche Orte gekonnt miteinander vereint werden. Gleichzeitig muss Bildung einen Zugang zu interessanten Projekten und Menschen gewähren.

Die Adaptiv-Pragmatischen werden mit gut geführten Blended-Learning-Kursen mit wenig Freizeitbedarf erreicht.



Autor: Evang. Oberkirchenrat, Publikation: Werkstattbericht „Sinus Studie Evangelisch in Württemberg“, Jahr: 2012



Autor: P. M. Thomas, Publikation: Weiterbildung S. 36 – 39, Jahr: 2019



Ausführliche
Informationen
hierzu im Reader
ab Punkt 4.5

2. DIE PROJEKTKONZEPTION THEORIE

Dieses Projekt war von Anfang an konsequent basisorientiert ausgerichtet. Dazu brauchte es die Verankerung vor Ort über Projektstandorte. In diesem Projekt ging es um folgende Ziele:

- Konzeptionserstellung, Erprobung und Auswertung von Formen evangelischer Erwachsenenbildung mit jüngeren Erwachsenen im Alter von 25 – 40 Jahren
- Erkenntnisse über notwendige Rahmenbedingungen sowie förderliche und hinderliche Faktoren (Haupt- / Ehrenamtliche, Räume, Themen, Angebotsformen usw.)
- Breite Umsetzbarkeit durch Bezug auf regional unterschiedliche Gegebenheiten (Stadt / Land, unterschiedliche Kooperationspartner vor Ort wie z. B. Bezirksjugendwerke, unterschiedliche Themen usw.)
- Verbreitung und Nachhaltigkeit durch Auswertung und Multiplizierung der Ergebnisse innerhalb der Evangelischen Landeskirchen Baden und Württemberg.
- Vernetzung von Akteuren der Bildungsarbeit mit jüngeren Erwachsenen (z. B. Hochschulgemeinden und Hochschulen) sowie Expert*innen innerhalb und außerhalb der Landeskirche (z. B. Start-up-Szene, Club-Szene usw.)

2.1 Beschreibung der Beteiligten



Die **Evangelische Erwachsenenbildung in Württemberg** (EAEW) ist der Dachverband der Landesarbeitsgemeinschaftender Württembergischen Bildungswerke (LageB), Familienbildungsstätten (LEF) und der Seniorenarbeit (Lages). Als Dachverband bietet die EAEW wenige Weiterbildungsformate an, die, unabhängig vom Alter, unterschiedlichste Klientel ansprechen. Ansonsten versucht sie, über Projekte ihre Bildungseinrichtungen zu unterstützen und für sie Lobbyarbeit zu betreiben.



Die Bildungswerke (organisiert in der LageB) haben durch ihre Gemeindearbeit und dezentralen Strukturen ein sehr buntes Portfolio, was ihre Bildungsangebote, ihre Referierenden und ihre Locations angeht. Jedoch gibt es auch Bildungshäuser innerhalb der

LageB, die als Bildungszentren organisiert sind. Die **Evangelische Erwachsenenbildung in Baden** hat sich diesem Projekt angeschlossen. Sie ist ähnlich wie die LageB organisiert.



2. DIE PROJEKTKONZEPTION THEORIE

2.2 Beschreibung der Pilotstandorte und des Projektbeirats



VHS BW
www.vhs-bw.de

Pädagogisches
Theologisches
Zentrum
www.ptz-rpi.de



Evang. Bildungs-
zentrum Hospitalhof
www.hospitalhof.de



Das Projekt wurde von einem Projektbeirat begleitet, der beratende Funktion hatte. Er hat das Projekt maßgeblich mit geformt.

Die Vertreter*innen der **VHS Baden-Württemberg**, des **Pädagogisch Theologischen Zentrums (PTZ)**, der PH Ludwigsburg sowie der Evangelischen Erwachsenenbildung in Baden (EEB) und der drei Pilotstandorte saßen in diesem Beirat. Dieser Beirat tagte regelmäßig alle 6 Monate. Hier wurden Vorschläge vereinbart, welche konkreten Veranstaltungen mit welchen zugrunde liegenden Methoden ausprobiert werden sollen, wer diese Veranstaltungen organisiert, bewirbt und durchführt.

Das **Evangelische Bildungszentrum Hospitalhof** in Stuttgart hat bereits ein sehr starkes Portfolio, womit es junge Menschen erreicht, allerdings wenig nachhaltig.

Hier hieß es, ganz neue Formate zu denken und auszuprobieren. Angedacht waren Instagram-Stadttouren oder Veranstaltungen im Pecha-Kucha-Format. 2018 wurde hier eine eigene 50%-Stelle für junge Erwachsene als Projektstelle besetzt. Diese arbeitet nun unter anderem mit anderen Playern wie dem Jugendpfarrer und dem Katholischen Pendant „kreuz & quer“ zusammen. Ein Erfolgsformat hier war eine Bildungsreise nach Jerusalem.

Sanctclara hat ein sehr stark kirchlich geprägtes Portfolio und erreicht als Bildungszentrum selbst keine jungen Erwachsenen. Doch es ist sehr stark in Mannheim durch Kooperationen vernetzt und erreicht hier über manche Formate wie religionsübergreifende Straßenfeste auch junge Menschen. Hier wurde 2018 ebenfalls eine eigene Projektstelle für junge Erwachsene besetzt.

Im Kreisbildungswerk in der Ostalb gibt es viele Gemeinden, die Bildungsarbeit leisten. So ist es schwierig zu sagen, wieviel junge Menschen hier erreicht werden. Jedoch wurde hier stark der Fokus auf Familien gelegt, oder Peergroups vor Ort wie z. B. die EJA.



Evangelisches
Bildungszentrum
Sanctclara
www.sanctclara.de



EEB Ostalb
www.eeb-ostalb.de

..... PRAXIS



3.1 Best-Practice-Beispiele von weiteren Akteuren der Bildung junger Erwachsener



KEB-JIN
[www.facebook.com/
Jin-26897805
6602198](https://www.facebook.com/Jin-268978056602198)

In den ersten Wochen hat sich die Projektleitung auf den Weg gemacht, unter vielen Akteuren der Erwachsenenbildung Best-Practice-Beispiele zu finden. Herausragende Beispiele sind aus der **katholischen Erwachsenenbildung in Esslingen** zu nennen, die sehr erfolgreich Lost-Places-Fotografie, Herstellung von Pralinen, Besuch auf der Lama-Farm, für Führungskräfte Vorträge und einen Besinnungs-Tag anbietet. Hier funktionieren die Formate sehr gut, da die Projektleiterin sehr darauf achtet, eine eigene Peergroup aufrecht zu halten, die als relativ geschlossener Kreis funktioniert.

Das katholische Bildungswerk Stuttgart hat ein eigenes Projekt für junge Erwachsene aufgelegt. Es heißt **„kreuz & quer“**. Erfolgreich lanciert wurden Themen wie: „Fahradkurs für geflüchtete Frauen“, oder „auf ein Bier mit der Philosophie“. In der **Jugendkirche** laufen besondere Stadtführungen zum Beispiel zu Lost Places recht gut. Auch gibt es gerade bei jungen Erwachsenen einen Trend, interkulturell gemeinsam etwas zu erleben. Zum Beispiel trifft sich eine Gruppe zum gemeinsamen, internationalen Kochen.

Im Theaterhaus gibt es im Programm immer wieder **Science-Slam**-Veranstaltungen. Das Besondere hier ist, dass diese als Wettbewerb funktionieren, die Präsentationen zeitlich begrenzt sind und einen wissenschaftlichen Ansatz haben. Das Projekt „Junge Erwachsene“ hat eine ähnliche Veranstaltung initiiert, jedoch mit kürzeren Beiträgen, ohne Wettbewerbscharakter und in direktem Bezug zu Stuttgart, die sogenannten 9 Minute Talks.



kreuz & quer
www.kuq-stuttgart.de



**Ev. Jugendkirche
Stuttgart**
[www.jugendkirche-
stuttgart.de](http://www.jugendkirche-stuttgart.de)



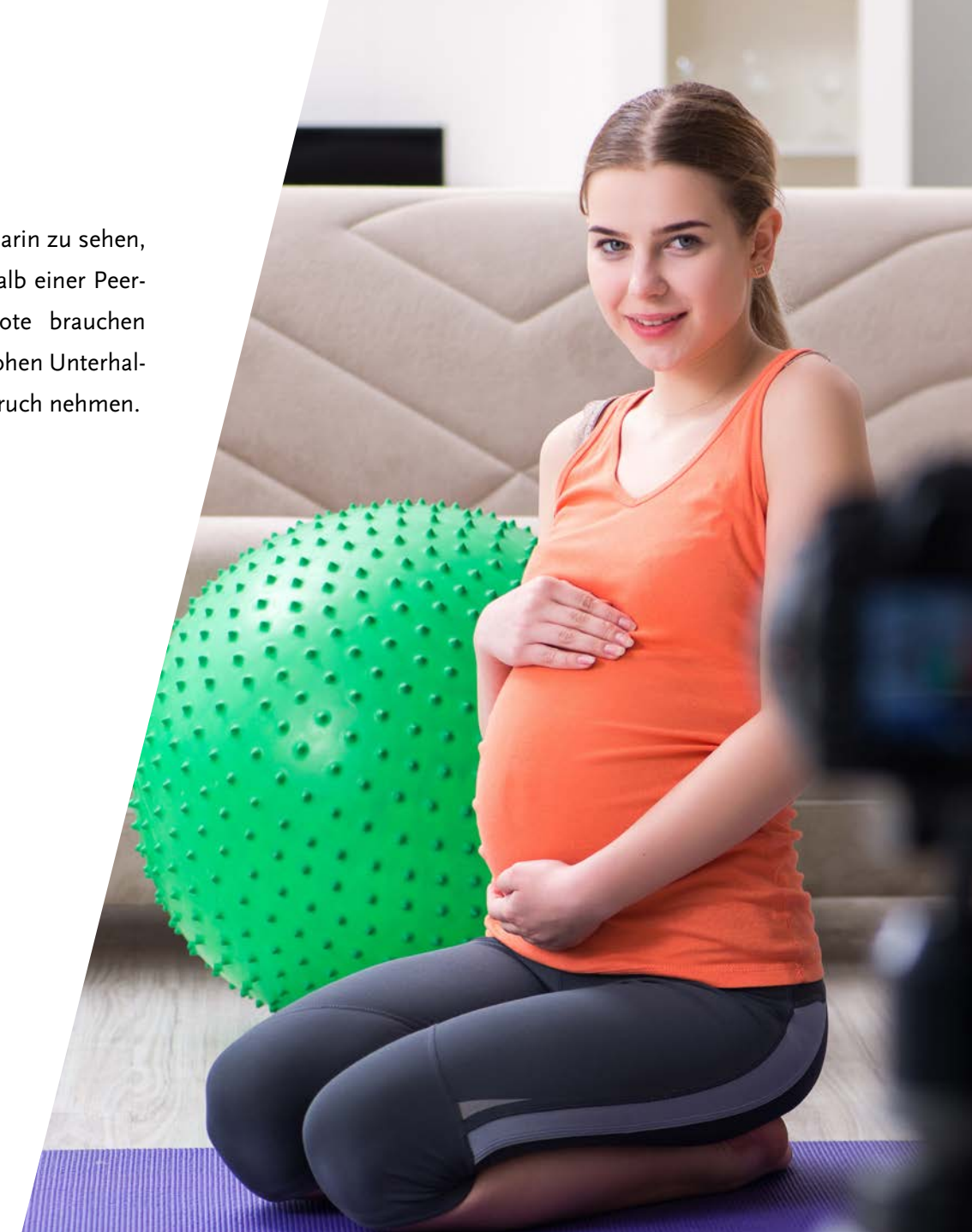
Theaterhaus
[www.science-
slam.com](http://www.science-slam.com)



Ausführliche
Informationen
hierzu im Reader
ab Punkt 8



Ein klarer Trend bei den **Recherchen** ist darin zu sehen, dass junge Menschen sich gerne innerhalb einer Peer-group weiterbilden, on-demand-Angebote brauchen und Weiterbildungen wollen, die einen hohen Unterhaltungswert haben und wenig Zeit in Anspruch nehmen.



3.2 Beschreibung getesteter Formate inkl. zugrunde liegender Methoden und Empfehlungen



ISBN-Paperback:
978-3-7482-7577-0

Wie oben in der Projektkonzeption beschrieben, untergliedert sich das Projekt in zwei Bereiche. Dies ist einmal der Bereich, der die Metaebene in Augenschein nimmt, also welche Rahmenbedingungen müssen erfüllt sein, dass junge Erwachsene erreicht werden. Das reicht über die Angebotsform bis hin zur Angebotswahrnehmung. Dabei entstand eine ausführliche **Projektanalyse** in Form eines Readers, in dem die Lebenswelten der jungen Erwachsenen gründlich erörtert werden.

Im zweiten Bereich des Projektes sollte es um konkrete Formate mit entsprechenden Methoden gehen, die vor Ort ausprobiert werden. Diese Veranstaltungsformate werden nun im Folgenden kurz vorgestellt. Nähere

Informationen dazu sind über den **Projektblog** abrufbar. Dieser ist als Link jeweils hinterlegt oder einfacher über den QR-Code.



Für Veranstaltungen haben wir teils auf neue Konzepte wie ein Live-Action-Role-Play (LARP) zurückgegriffen, teils auch auf altbewährte Konzepte wie „aufsuchende Bildung“. Was jedoch bei allen Tests der einzelnen Veranstaltungen herauskam, war die Erkenntnis: Formate, die in Stuttgart funktionieren, laufen schwer in ähnlichen Metropolen wie Mannheim und gar nicht in dörflichen Bildungseinrichtungen wie auf der Ostalb. Auch die Schwerpunkte liegen meist sehr unterschiedlich.

www.bildungrocks.
wordpress.com



Ausführliche
Informationen
zu den Methoden
im Reader
ab Seite 127

Bietet die KEB in Stuttgart eher kulturelle Angebote mit ihrem Projekt „kreuz & quer“ an, das sich auf junge Menschen spezialisiert hat (z. B. gemeinsame Führung durch die Oper, oder auf ein Bier mit der Philosophie zusammen mit FFGZ), laufen in der KEB Esslingen eher Formate wie gemeinsame Lost-Places-Fotografie. In der Ostalb funktionieren primär Familienthemen, da es hier nur eine Familienbildungsstätte vor Ort hat. Das Entwickeln eines „one-size-fits-all“-Formats hat deshalb nicht wirklich funktioniert. Auch sind die Zielgruppen zu unterschiedlich für ein solches Format.

Darum die **Empfehlung**, genau abzuwägen, welche Peergroup man erreichen will, und daraufhin ein Konzept entwickeln.



Erfahrungswerkstatt: Familie

Ort:	Kreisbildungswerk Ostalb-Lorch
Kooperation:	Naturino Kinderhaus
Methoden:	• Aufsuchende Bildung • Erlebnispädagogik • konstruktivistische Didaktik: Partizipativität • Marktplatz • Gallerywalk
Teilnehmende:	8 Familien
Zeit:	3 h am Nachmittag



Eine halbe Stunde lang wurde gemeinsam gespielt. Dann entwickelten die Kinder zusammen mit der Betreuerin ein Spiel, während die Eltern in den Gemeinschaftsaal gingen. Dort gab es Plakate zum Thema Medien und Spiel, die sie als Informationsquelle nutzen konnten. Auch waren eine Bücher- und Kaffeecke aufgebaut. Am Marktplatz konnten die Teilnehmenden Augmented und Virtual Reality ausprobieren. In einem offenen Gespräch tauschten sich die Teilnehmenden unter fachkundiger Leitung aus und erfuhren so Neues. Sie teilten ihre ganz eigenen Erfahrungen mit den anderen Teilnehmenden. Am Ende gab es noch gemeinsames Spielen und Grillen.

Hier wurde sehr erfolgreich bewiesen, dass es sehr gut funktioniert, wenn aufsuchend im Kindergarten eine Veranstaltung zu einem Familienthema für Familien angeboten wird. Wichtig ist das Format, also nicht einen Vortrag zu halten, sondern mit einem Gallery-Walk und einem Marktplatz Gesprächsanreize zu geben, um diese nachher in der Gruppe im kleinen Kreis zu besprechen. Dies kam sehr gut an.

Eine genaue Beschreibung liegt auf dem Projektblog unter dem Eintrag:

<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/05/28/aufsuchende-bildung-die-erfahrungswerkstatt-familie-in-lorch>



3. PROJEKTVERLAUF PRAXIS

360°-Videoworkshop

Ort:	Renningen
Kooperation:	EJW
Methode:	• Aufsuchende Bildung • Erlebnispädagogik • konstruktivistische Didaktik: Partizipativität • 360°-Videopädagogik • Konstruktivistische Didaktik • Lernen durch Lehren • Erweiterter Funktionsraum durch Gottesdienst
Teilnehmende:	6 Jugendliche / < 60 Personen
Zeit:	3 Tage je unterschiedlich lang

Am ersten Workshoptag wurde zusammen mit Jugendlichen ein 360°-Videoworkshop durchgeführt. Das Thema ‚mobbing‘ wurde hier von den Jugendlichen selbst gewählt und besprochen. Anschließend wurde ein Drehbuch geschrieben, der Film realisiert, geschnitten und gezeigt. An einem nachfolgenden Termin wurde das Making-of dieses Tages in einem Gottesdienst eingebunden. An diesen Gottesdienst war eine offene Informations-Veranstaltung angeschlossen, bei dem die Jugendlichen ihren Film mit Hilfe von VR-Brillen zeigen konnten und sowohl den Inhalt des Filmes als auch die Technik erklärten. Zu dem ersten Workshoptag wurden sowohl Eltern als auch Jugendliche eingeladen. Gekommen sind lediglich die Jugendlichen. Der Gottesdienst war eine Möglichkeit, der Gemeinde zu zeigen, was es in Renningen für interessante Jugendarbeit gibt und wie wichtig den Jugendlichen das Thema Cybermobbing ist.



Anschließend gab es eine offene Informations-Veranstaltung. Hier hatten die Jugendlichen die Möglichkeit, ihre Erfahrungen an die Besucher*innen weiterzugeben und kamen dadurch in die Lage, in die Rolle eines/r Lehrenden zu schlüpfen. Diese Veranstaltung hatte großen Zulauf und die Teilnehmenden dieser Veranstaltungen lobten sowohl die Jugendlichen als auch das Format selbst, somit war es ein großer Erfolg.

In einem zweiten Versuch in Leonberg wurden ausschließlich Tandems von Eltern und Kinder eingeladen, jedoch gab es hier keine Anmeldung. Daraus schließen wir, dass der Workshop selbst eher nur mit Jugendlichen oder jungen Erwachsenen funktioniert, nicht im Familienkontext. Der Elternabend wiederum funktioniert dann auch im Familienkontext.

Mehr zu diesem Projekt auf dem Projektblog unter:

<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/03/16/360-videos-als-filmpadagogische-methode>



9 Minutes Talk

Ort: Stuttgart
Kooperation: kreuz & quer (KBW Stuttgart)
Methode: Event-Methode
Teilnehmende: < 60 Personen
Zeit: 3 h

An einem Abend wurden sechs Redner*innen eingeladen, um zum Thema „Wie sieht Stuttgart in der Zukunft aus?“ einen neun Minuten langen Vortrag mit ihrem jeweils eigenen Schwerpunkt zu halten. Anschließend hatten die Gäste Zeit, sich noch gemütlich zusammenzusetzen und sich auszutauschen. Fast die maximale Anzahl an Gästen wurde für den Veranstaltungsraum erreicht. Somit ist die Veranstaltung als Erfolg zu bewerten. Auch die Rückmeldungen der Teilnehmenden waren sehr positiv, sie wollten gleich einen neuen Termin für eine solche Veranstaltung festmachen.



Das Ziel mit dieser Methode ist, junge Erwachsene dort abzuholen, wo sie sich befinden, denn Pecha-Kucha-Nights, Science Slams, 12 Minutes sind angesagte Formate.

Mehr zu diesem Projekt auf dem Projektblog unter:
<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/08/09/9-minutes-talk-das-neue-lounge-format>



Bibel-LARP

Ort: Jettingen
Kooperation: Christliche Gemeindereitschule, Missionarischer Dienst, Waldritter e. V.
Methode: LARP als Methode
Teilnehmende: < 16 Personen
Zeit: 3 Tage

In einem dreitägigen Abenteuer-Camp wird eine Geschichte aus der Bibel als Live-Action-Rollenspiel nacherlebt. Hier geht es darum, Menschen ein Thema erleben zu lassen, statt es nur im Unterricht zu hören oder aus Büchern zu lesen. LARP's (Live Action Role Plays) werden mittlerweile auch in Schulen angeboten, um zu speziellen Themen eine intrinsisch motivierte, immersive Erfahrung zu bekommen.



Für den Schulunterricht und für Vereine haben sich die **Waldritter e. V.** als Ansprechpartner gegründet. Das Bibel-Larp soll auch zu einem Angebot ausgebaut werden, das man buchen kann.

Mehr zu diesem Projekt auf dem Projektblog unter:
<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/05/17/bibel-larp>



Waldritter
www.waldritter.org

Barcamp

Ort:	Stuttgart
Kooperation:	Barcamp Stuttgart
Methode:	• Barcamp als Methode • Aufsuchende Bildung
Teilnehmende:	k.A.
Zeit:	3 Tage, jeweils unterschiedlich lang

Das Barcamp als Methode hat als Basis, dass sich eine Gruppe Menschen findet, die sich, ohne vorher genau zu wissen, was sie erwartet, weiterbilden lassen wollen. Denn die Methode lebt davon, dass innerhalb eines Rahmens (zeitlich, örtlich und ggf. thematisch) aus der Gruppe Sessions angeboten werden. Sessions sind eine Art Vortrag, die ohne Vorgabe von Form und Technik gehalten werden. Innerhalb des Barcamps Stuttgart wurden Themen des Projektes „Junge Erwachsene“ als Sessions angeboten. Hierbei wurde die Infrastruktur der Veranstaltung genutzt, um die Zielgruppe direkt



anzusprechen und von der Zielgruppe selbst auch etwas zu lernen. Die Barcamp-Methode funktioniert jedoch nur, wenn man entsprechende Peergroups beisammen hat. Ein Barcamp unter völlig freien Voraussetzungen anzubieten, wird höchstwahrscheinlich erst einmal nicht funktionieren. In geschlossenen oder teilgeschlossenen Systemen kann diese Methode jedoch sehr gewinnbringend sein.

Mehr dazu auf dem Bildung-Blog unter:
<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/08/09/barcamp-vs-art-of-hosting-zwei-veranstaltungskonzepte-stellen-sich-vor>



Escape Room

Ort:	Göppingen
Kooperation:	Werke und Dienste Erwachsene der Evangelischen Landeskirche in Württemberg
Methode:	• Escape Room als Methode • Aufsuchende Bildung
Teilnehmende:	k.A.
Zeit:	15 Minuten

Escape Games oder Escape the Room Games kommen aus den Browserspielen, welche typischerweise per „Point-and-Click“ gesteuert werden. Analog dazu gibt es Umsetzungen des Spielprinzips als Gruppenspiel, bei dem Menschen in einer vorgegebenen Zeit in einem realen Raum Aufgaben oder Rätsel lösen müssen, um das Spiel zu beenden.

Innerhalb einer Referenten*innenklausur wurde ein Escape Room in das Tagesprogramm eingebaut. Diese Methode wurde ganz bewusst auf 15 Minuten begrenzt, damit sie als kleine erlebnispädagogische Einheit funktionieren kann. Es bereitet die Gruppe auf die kommenden Inhalte vor. Jedoch braucht man innerhalb eines Escape Rooms ein paar Personen, die bereits einen Escape Room durchgemacht und Freude daran haben, sonst funktioniert die Methode nicht. Dann macht sie unheimlich Spaß und kann als Start in ein Thema gewinnbringend eingesetzt werden.

Mehr zu diesem Projekt auf dem Projektblog unter:
<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/04/09/edu-escaperoom-eine-erfolgreiche-methode-beim-referententag-in-goppingen>



EJA-Arbeitswochenende

Ort:	Aalen
Kooperation:	Evangelisches Jugendwerk Aalen
Methode:	Coaching-Methode
Teilnehmende:	k. A.
Zeit:	2 Tage

Wir haben innerhalb des Arbeitswochenendes des BAK ein Coaching zum Thema Bildungsmarketing direkt vor Ort mit den ehrenamtlichen Verantwortlichen des Jugendwerks Aalen durchgeführt. Bei dieser Veranstaltung sollte das Marketing für das Kreis-EJW noch einmal überarbeitet werden. Als Rückmeldung gab es viel Lob, da die Teilnehmer mit Hilfe dieser Methode ihre persönlichen Ziele weiterentwickeln konnten. Innerhalb des Coachings gab es Inputs durch eine Präsentation, Standortbestimmung, Game-based Learning und Diskussionen.



Familienblog

Ort:	Reutlingen
Kooperation:	Haus der Familie
Methode:	Blog als E-Learning Methode
Teilnehmende:	k. A.
Zeit:	Noch im Aufbau

Dieser Blog befindet sich noch in Vorbereitung. Sobald er geschaltet ist, wird es sehr wahrscheinlich einige Zeit brauchen, bis er am Markt angekommen ist. Auch sind Blogs meist zugeschnitten auf Milieus. Jedoch gibt es dafür einen Markt, und dass sie informell einen Mehrwert bringen, ist unbestritten. Darum wird es im Haus der Familie in Reutlingen bald einen Blog zum Thema Familie geben.



3. PROJEKTVERLAUF PRAXIS

Blockbuster

Ort:	Stuttgart / Mannheim / Aalen
Kooperation:	Benjamin Stoll / Kerstin Sturm
Methode:	Blended Learning
Teilnehmende:	–
Zeit:	2 Tage Präsenz / 4 Wochen online

Die ersten beiden Termine des Blended-Learning-Kurses mussten mangels Teilnehmender abgesagt werden. Nun wurden noch zwei Termine geplant, bei denen mehr in Werbung investiert wurde. Der Kurs war zunächst als klassischer Blended-Learning-Kurs aufgebaut. Das heißt, es gab zwei Präsenztermine, davor war ein E-Learning-Modul geschaltet, das sowohl sehr viele Videos als Tutorials beinhaltete als auch Aufgaben, die gelöst werden sollten. Nach den Präsenzveranstaltungen gab es eine Webkonferenz für offen gebliebene Fragen und ein Forum.

Durch den Einsatz von Videos sollte der Einstieg in die Lernplattform sehr leicht fallen. Auch innerhalb der Lernplattform sollte die Schwelle sehr niedrig sein, weshalb wir auf Lernspiele verzichteten, wenig zu lesen

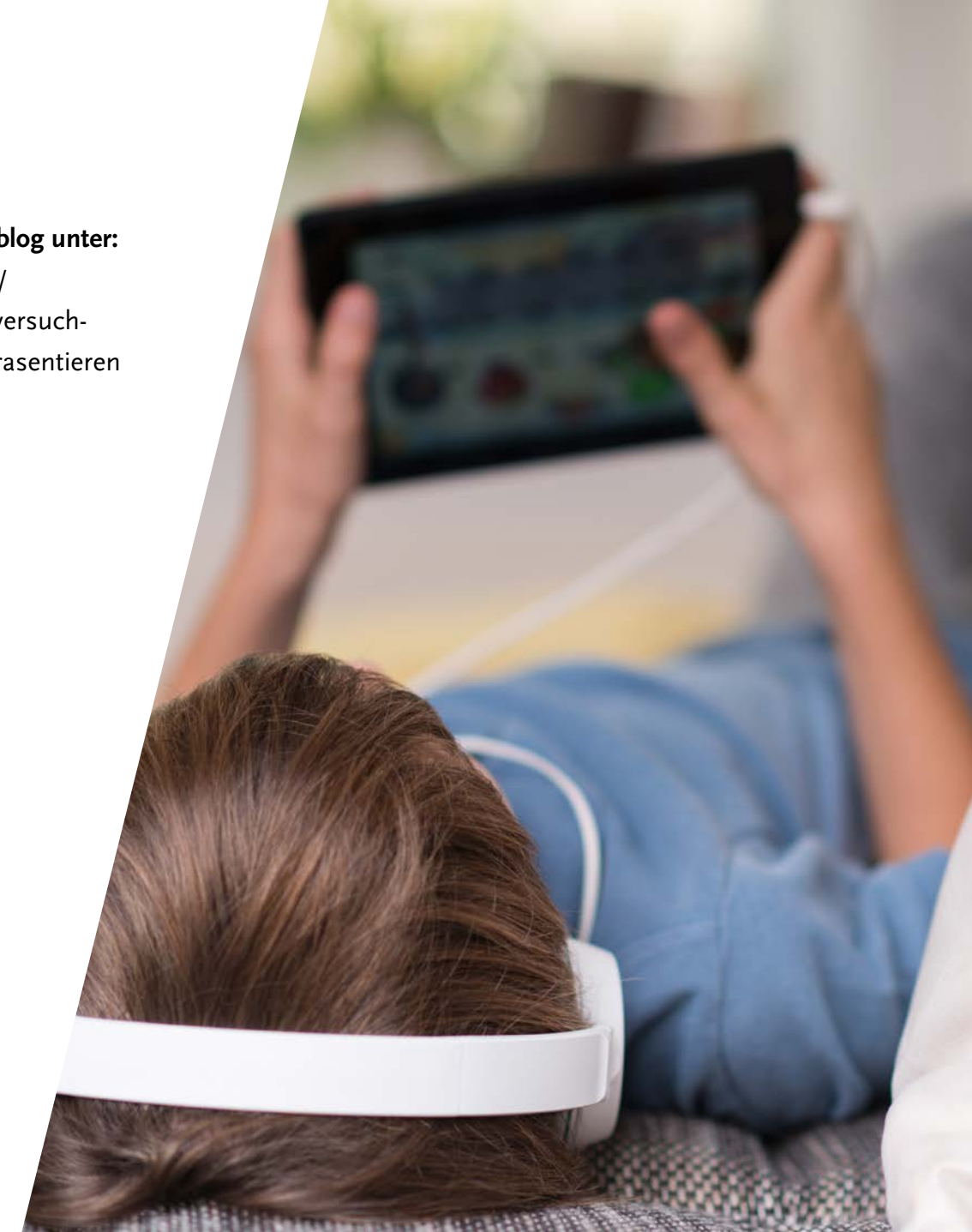
vorsahen und Aufgaben einstellten, die einen direkten Bezug zur Arbeit der Teilnehmenden hatten, also nicht zum Abfragen von Wissen. Und es gab eine Fülle von Videos. Theoretisch ist es denkbar, solch einen Workshop auch über soziale Kanäle wie WhatsApp, Facebook und YouTube zu bestreiten.

Leider hat der Kurs nur knapp nicht die benötigte Teilnehmerzahl erreicht. Der Grund hierfür liegt wohl darin, dass junge Erwachsene keine Berufsbildung bei kirchlichen Trägern suchen und darum eigentlich auch kostenfreie Angebote in diesem Bereich erwarten.



Mehr Informationen auf dem Projektblog unter:

<https://bildungrocks.wordpress.com/2019/08/09/blended-learning-mein-versuch-blockbuster-mit-hollywood-technik-prasentieren>



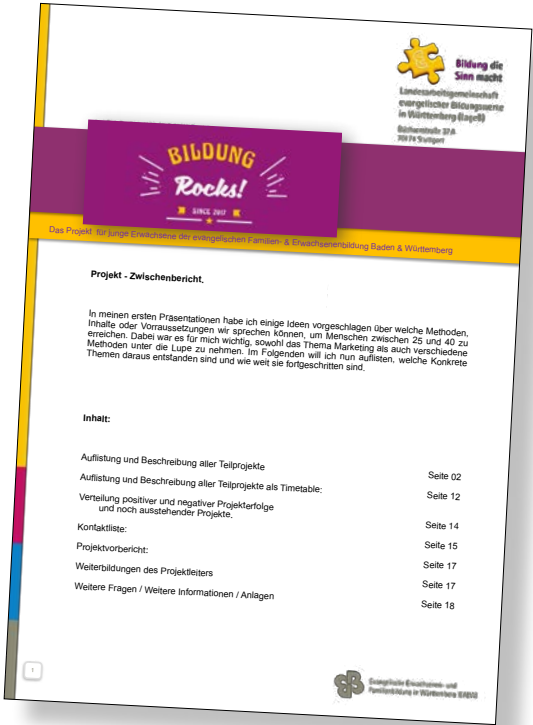
3. PROJEKTVERLAUF PRAxis

Der Zwischenbericht ist als Download auf der EAEWSeite nachzulesen: www.eaew.de/eaew-projekte/jungeerwachsene.html

Im Folgenden ist ein Auszug aus dem **Projekt-Zwischenbericht** in Form eines Newsletters zu sehen, in dem alle Maßnahmen zeitlich aufgelistet sind. Dieser Zwischenbericht ist auf der EAEW-Homepage im Projektreiter „Junge Erwachsene“ zu finden. Im Folgenden sind noch einmal alle getesteten Formate in einer Zeitachse dargestellt. Zudem sind noch einmal kurz alle Ergebnisse daraus formuliert.

Vor Beginn des Projektes wurde bereits vom Projektleiter eine Ist-Stand-Analyse über Megatrends in der Erwachsenenarbeit ausgearbeitet. Diese wurden in Form von konkreten Veranstaltungskonzepten verschiedenen Gremien der Projektinteressenten wie HPM-Sitzungen und Vorstandssitzungen der EAEW und der LageB sowie den Vorständen der teilnehmenden Bildungswerke präsentiert. Auch wurde versucht, eine Bedarfsanalyse und einen Ist-Stand der Bildungswerke zu erstellen. Dies alles wurde gesammelt und in einen ersten Projektvorbericht gefasst, der 2018 dem EAEW-Vorstand präsentiert wurde. Er gleicht inhaltlich dem aktuellen Reader, der separat veröffentlicht wurde.

Zudem wurden im ersten halben Jahr des Projekts viele Gespräche geführt, die zum Ziel hatten, Kooperationen herzustellen, Konkurrenzen auszuschließen oder Erfahrungen abzugreifen. Prominente Partner



waren hier die KEB (Katholische Erwachsenenbildung) Rottenburg-Stuttgart, die AJŠ (Aktion Jugend Schutz), das keb Stuttgart mit dem Projekt „kreuz & quer“, die keb Esslingen mit dem Projekt JIN (Jung Innovativ Nah), die Bavaria-Film-Seminare, die Akademie der kulturellen Bildung Nordrhein-Westfalen, das EJW Württemberg, der CVJM Württemberg und Stuttgart sowie der VCP Württemberg und andere. Die daraus abgeleiteten Erkenntnisse flossen ebenfalls in den ersten Projektvorbericht als auch in die geplanten Veranstaltungen mit ein. Weitere Ergebnisse aus diesen Gesprächen flossen in Projektanträge der Landeskirchlichen Roadmap Digitalisierung ein. Das waren zum einen eine digitale Lernplattform zum Aufbau von Medienkompetenz im Bereich Bewegtbild für Bildungsanbieter, das nun abgespeckt im Kompetenzzentrum digitales Lernen wiederzufinden ist. Aus der Bayerischen Landeskirche wurde hierzu auch Bedarf angemeldet. Zum anderen wurde ein Projekt initiiert, dass sich mit der besseren Handhabung von Marketingstrategien und Anmeldeprozessen

beschäftigt hat. Es sollte ein State-of-the-Art-Werkzeug auf Web- und Opensource-Basis erschaffen werden, das sowohl die Anmeldung bei Veranstaltungen als auch die Kommunikation mit den Teilnehmenden und Marketingwerkzeugen wie Soziale-Mediendienste oder Newsletter grundlegend vereinfacht und digitalisiert. Leider verschleppte sich diese Idee so sehr, dass für viele Familienbildungsstätten und Bildungswerke nun ein solches Programm zu spät kommt. Der Bedarf war richtig erkannt worden und es war bereits ein erster Projektplan von einer Agentur beauftragt worden, doch leider kam es nie zur Umsetzung. Als große Hürde stellte sich in dem Projekt heraus, dass am Anfang die Aufgaben der Projektleitung nicht klar genug definiert waren. So liefen die Erwartungen der verschiedenen Partner sehr stark auseinander. Während von der Landesstelle von vornherein gesagt wurde, der Projektleiter kann nur Ideen geben und unterstützen, wurde vor Ort erwartet, dass der Projektleiter Veranstaltungen autark plant und durchführt. Dies war jedoch mit einer 50 %-Projektleiterstelle so nicht durchführbar.

3. PROJEKTVERLAUF PRAKIS

Die Pilotstandorte Sanctclara und Hospitalhof haben während der Projektzeit auch auf Anraten des Projektleiters hin eine eigene Projektstelle für junge Erwachsene vor Ort geschaffen und sind damit recht erfolgreich. Im Bildungswerk Ostalb wurde wahrscheinlich der Projektleiter im Vorstand des Bildungswerkes zu früh vorgestellt, so dass hier noch keine konkreten Projektstrukturen vorgestellt werden konnten, sondern lediglich die Projektideen, was nicht mit dessen Erwartungen korrespondierte. Daher empfand das Bildungswerk Ostalb die konkreten Veranstaltungsdurchführungen eher enttäuschend, wobei die geringe Anzahl an Veranstaltungen hier mehrere Ursachen hatte.

Die Projektmittel von 5.000 Euro für Sachmittel und 6.000 Euro für Veranstaltungsmittel wurden primär in Werbung und Videotechnik investiert. So wurde für die 360°-Videoveranstaltung und den Videopodcast ein Schnittrechner, sowie Software und Softwaretemplates und auch ein Greenscreenstudio angeschafft, das Werke und Dienste bereits gemeinsam genutzt haben.

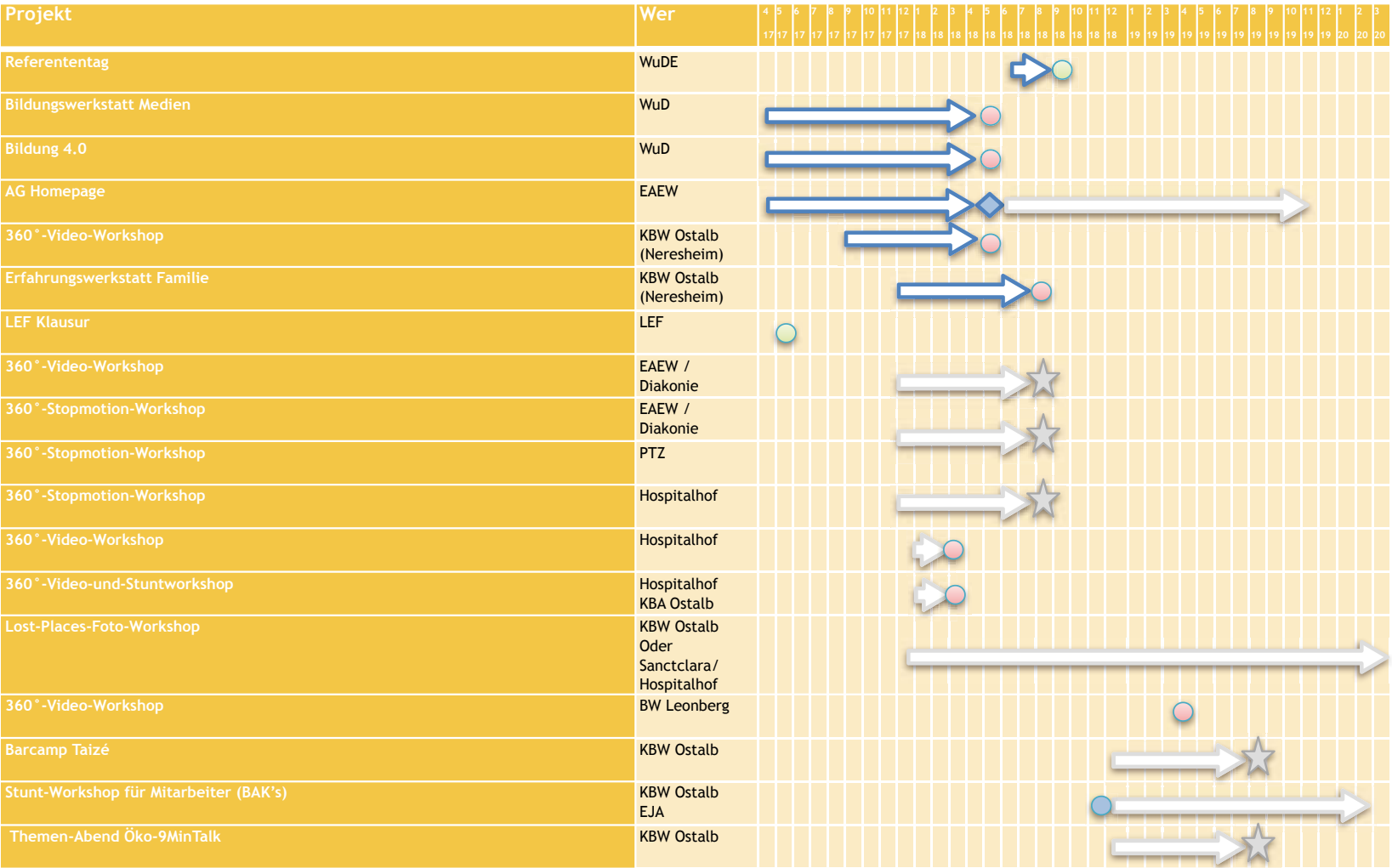
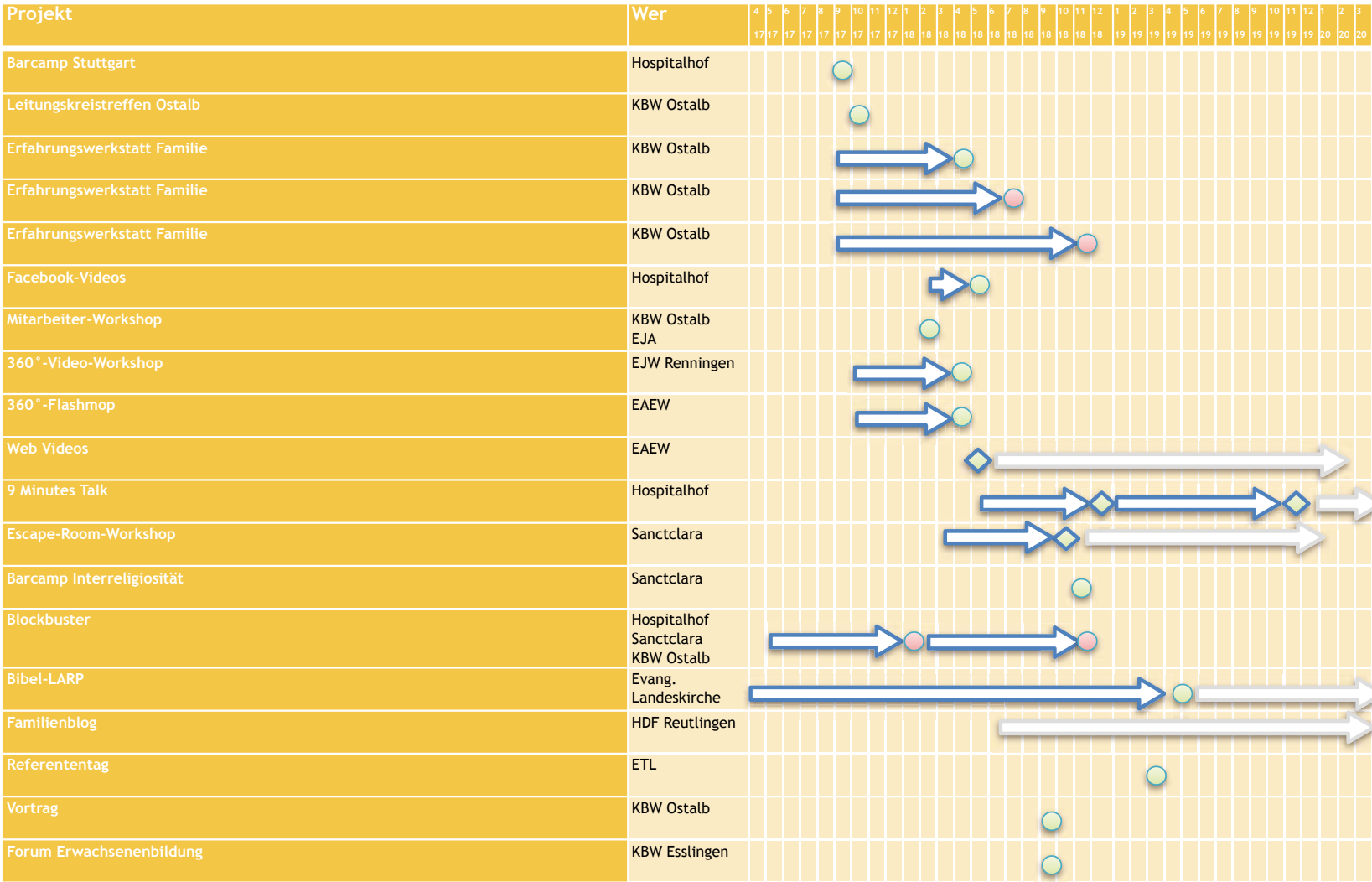
Prinzipiell war dieses Geld ausreichend angesetzt. Für die Stelle war EG11 vorgesehen, so dass hier auch von vornherein ein professioneller Mitarbeiter eingeplant war. Eine grundlegende Schwierigkeit des Projektes bestand zum einen in der konkreten Vorstellung eine „one-size-fits-all“-Veranstaltung zu kreieren, was nicht funktioniert hat, weil die Rahmenbedingungen zu unterschiedlich waren. Zuerst war eine Forschungsarbeit zusammen mit der EH geplant, doch dieser Gedanke wurde wieder fallen gelassen, auch wenn Geld hierfür bereitgestellt worden war.

Genau dieser Spagat zwischen konkreten Veranstaltungen und der Metaebene führte am Ende des Projektes zu Schwierigkeiten, da Veranstaltungen nicht validiert werden konnten. Denn die Analyse der Rahmenbedingungen ging ebenfalls vom Zeitbudget des Projektleiters ab, sind doch beides wichtige Erfolgsfaktoren. Die Validierung der Veranstaltungskonzepte soll nun in der Projektverlängerung geschehen.



-  = Veranstaltung hat statt gefunden
-  = Veranstaltung wurde abgesagt
-  = Veranstaltung ist in Planung mit einem definierten Ende
-  = Veranstaltung befindet sich in der Planung, aktuell pausiert
-  = Planungszeitraum für die Veranstaltung
-  = Erwarteter Planungszeitraum
-  = Veranstaltung mit Folgeveranstaltung

3. PROJEKTVERLAUF PRAxis



3. PROJEKTVERLAUF PRAKIS

Name und Art Begründung	Veranstaltungsort (und war dieser Ideal)	Datum & Status
Web-Video= Marketing Zusammen mit dem Projekt „Integration“ der EAEW wurden neue Marketingwege ausprobiert.	EAEW Hier sind beide Projekte angesiedelt.	› Mai › Positiv abgeschlossen › Thema: Integration › ca. 120 Klicks
Barcamp Stuttgart Analyse, um ähnliche Formate zu konzipieren und Kontakt zur Zielgruppe zu knüpfen.	Hospitalhof Das Barcamp findet hier statt.	› 16. September 2017 › Positiv abgeschlossen › 2 Veranstaltungen je mit › Thema: Medien › ca. 40 Tn › Thema: Bildung › ca. 5 Tn
Leitungskreistreffen Ostalb Kennenlernen der Multiplikatoren und erste digitale Medienschulung, Ausprobieren erster Veranstaltungs-Methoden wie Storytelling, Marktplatz, Gallerywalk, etc.	KBW Ostalb Der Leitungskreis gehört zum Bildungswerk.	› 14. Oktober 2017 › Positiv abgeschlossen › Thema: Medien › ca. 30 Tn
Erfahrungswerkstatt Familie Familienbildung mit Eventcharakter, Werkstattcharakter, Austauschplattform, Themen-Markplatz, Praxistest und Platz, die Kinder mitzunehmen zum Thema MEDIENKOMPETENZ	KBW Ostalb Im ländlichen Raum finden sich wenige oder keine FBS'n und die Familienthemen haben hier einen höheren Stellenwert.	› 17. März 2018 › Positiv abgeschlossen › Thema: Medien › ca. 6 Fam.
Facebook-Videos = Marketing Zusammen mit dem Projekt B27 des Hospitalhofes wurden neue Kommunikationswege ausprobiert.	Hospitalhof Da hier bereits eine Facebookseite bestand und die Projekte so leicht beworben werden konnten.	› April 2018 › Positiv abgeschlossen › etwa 100 Klicks
Mitarbeiterworkshop Medienworkshop mit Coaching und aufsuchendem Charakter	KBW Ostalb mit EJA (Evangelische Jugend Aalen) Hier wurde in Kooperation mit dem KBW Ostalb direkt die Zielgruppe angesprochen und innerhalb einer Peergroup über Ihre Themen gesprochen.	› Mai 2018 › Positiv abgeschlossen › Thema Medien: › ca. 20 Tn
360°-Flashmop-Video Zusammen mit dem Projekt „Integration“ der EAEW wurden neue Marketingwege ausprobiert.	EAEW Hier sind beide Projekte angesiedelt.	› 30. April › Abgeschlossen › Thema: Integration › etwa 100 Klicks

Name und Art Begründung	Veranstaltungsort (und war dieser Ideal)	Datum & Status
360°-Videoworkshop inkl. Gottesdienst und inkl. Gemeindevormittag Filmpädagogik als Workshop mit 360°-Kamera inkl. der Verwendung des Filmes in einem Gottesdienst und einem Gemeindevormittag, an dem die Jugendlichen ihren Familien und der Gemeinde ihren Film und das 360°-Medium erklären und zeigen. Es sollte versucht werden, mit den Filmen sowohl Familienbildung, als auch junge Eltern zu erreichen.	EJW Renningen Zusammenarbeit mit jemandem aus der Zielgruppe und Zusammenarbeit mit jemandem, der selbst als Multiplikator in diesem Bereich arbeiten kann.	› 21. April 2018 › Positiv abgeschlossen › Thema: Medien › Filmworkshop etwa 6Tn › Gemeindevormittag etwa 60Tn
Escape-Room-Workshop Neues Format. Und neue Kooperation mit der Zielgruppe (www.3alog.de)	Sanctclara Hier entstand der Kontakt zu 3alog und der Wunsch nach einem Escape-Room-Baukasten.	› September 2018 › Abgeschlossen › Thema: Interreligiosität › Wird weitergeführt.
9 Minutes Talk Mischung aus „TED-X“, „Pecha-Kucha Night“ und „Science Slam“	Hospitalhof Ist ein Großstadtthema.	› Februar 2019 & November 2019 › Positiv abgeschlossen › TN: 70
Bibel-LARP (Live Action Role Play) Aus diesem Larp soll ein Format entstehen, das sich KBW's buchen und für ihrer Verwendung umsetzen können.	Evang. Landeskirche (Diakonie) Hier besteht bereits eine Peergroup der Zielgruppe, die mit diesem Projekt unterstützt wird.	› Ab Mai › Positiv abgeschlossen › Thema: Bibel › TN: 2* je etwa 60
Referententag zum Thema „Junge Erwachsene“ Multiplikatoren finden und Erfahrungen austauschen. Testen von aussuchender Bildung, Coaching-, Gallerywalk-Methode	BW Evang. Tagungsstätte Löwenstein	› Mai 2019 › Positiv abgeschlossen › Thema: Medien und Junge Erwachsene › TN: 10
Vortrag „Digitale Kirche“ Das Thema und eine neue Art des Vortrages mit Marktplatz sollen junge Erwachsene in Heubach erreicht werden.	KBW Ostalb (Hier gab es eine entsprechende Anfrage.)	› Okt. 2018 › Positiv abgeschlossen › Thema: digitale Kirche › TN: 30

3. PROJEKTVERLAUF PRAXIS

Name und Art Begründung	Veranstaltungsort (und war dieser Ideal)	Datum & Status
Leitungskreistreffen Ostalb (Kennenlernen der Multiplikatoren und erste digitale Medienschulung)	KBW Ostalb (Der Leitungskreis gehört zum Bildungswerk)	› 14. Oktober 2017 › Abgeschlossen › Thema: Medien › ca. 30Tn
Erfahrungswerkstatt Familie Familienbildung mit Eventcharakter, Werkstattcharakter, Austauschplattform, Themen-Markplatz, Praxistest und Platz, die Kinder mitzunehmen zum Thema MEDIENKOMPETENZ	KBW Ostalb (Im ländlichen Raum finden sich wenige oder keine FBS'n und die Familienthemen haben hier einen höheren Stellenwert.)	› 17. März 2018 › Abgeschlossen › Thema: Medien › ca. 6 Fam.
Facebook Videos = Marketing Zusammen mit dem Projekt B27 des Hospitalhofes wurden neue Kommunikationswege ausprobiert.	Hospitalhof (Da hier bereits eine Facebookseite bestand und die Projekte so leicht beworben werden konnten)	› April 2018 › Abgeschlossen › Etwa 100 Klicks
Mitarbeiterworkshop Medienworkshop	KBW Ostalb mit EJA (Evangelische Jugend Aalen) Hier wurde in Kooperation mit dem KBW Ostalb direkt die Zielgruppe angesprochen und innerhalb einer Peergroup über Ihre Themen gesprochen.)	› Mai 2018 › Abgeschlossen › Thema: Medien › ca. 20 Tn
Forum Erwachsenenbildung Es sollen Multiplikatoren erreicht werden, die junge Erwachsene ansprechen und darüber diskutieren.	KBW Esslingen Hier gibt es bereits ein entsprechendes Forum mit viel Vorerfahrungen.	› Okt 2018 › Thema: digitale Kirche und Junge Erwachsene › TN: 35 › Lief sehr gut.
Referententag Hier sollen die eigenen Referenten mit den neuen Bildungsmethoden einmal in Berührung gebracht werden. Z.B.: Escape-Rooms	WuDE (Werke und Dienste Erwachsene)	› Okt. 2018 › Thema: Escape-Room, Social Media, Marketing › TN: 12
360°-Videoworkshop / Thema Interreligiosität Aus dem Workshop lässt sich ein „Medienkoffer“ erstellen, den man sich als Bildungseinrichtung ausleihen kann und den Workshop einfach anbieten kann.	EAEW & Diakonie Hier gibt es direkt Zugang zur Zielgruppe und die Diakonie war auf der Suche nach neuen Bildungsmethoden.	› Konzeptphase › Projekt pausiert.
360°-Stopmotion-Workshop Aus dem Workshop lässt sich ein „Medienkoffer“ erstellen, den man sich als Bildungseinrichtung ausleihen kann und den Workshop einfach anbieten kann.	EAEW & Diakonie Hier gibt es direkt Zugang zur Zielgruppe und die Diakonie war auf der Suche nach neuen Bildungsmethoden.	› Konzeptphase › Projekt pausiert.
360°-Stopmotion-Workshop Aus dem Workshop lässt sich ein „Medienkoffer“ erstellen, den man sich als Bildungseinrichtung ausleihen kann und den Workshop einfach anbieten kann.	PTZ Das PTZ ist mit im Projektbeirat und hat durch die Diakonie auch Bezug zu der Zielgruppe.	› Konzeptphase › Projekt pausiert.

Name und Art Begründung	Veranstaltungsort (und war dieser Ideal)	Datum & Status
360°-Video-und-Stuntworkshop Die Teilnehmer sollen ein 360°-Video erstellen und alles über Medien lernen und gleichzeitig einen Stuntworkshop machen dürfen, um den Zeitgeist mit Parcouring etc. mitzunehmen.	KBW Ostalb in Verbindung mit EJA	› Planungsphase › Soll 2020 kommen.
Lost-Places-Workshop In einer Kirche etc. wird ein Fotoworkshop im Lost-Places-Stil angeboten. Das ist gerade hip und bei KEB in Esslingen sehr erfolgreich.	KBW Ostalb (Im ländlichen Raum finden sich wenige oder keine FBS'n und die Familienthemen haben hier einen höheren Stellenwert) Mit Instagram-Anteilen bei Sanctclara / Hospitalhof	› Konzeptphase
Barcamp Taizé Wir planen ein Vernetzungstreffen für eine Peergroup und treten dort nicht als Veranstalter sondern als Dienstleister auf.	KBW Ostalb	› Konzeptphase › Pausiert
Calisthenic Workshop „Gesunder Geist / gesunder Körper“	KBW Ostalb in Verbindung mit Eja Hospitalhof	› Konzeptphase
Themenabend „Bewahrung der Schöpfung“ im „9-Minutes-Talk-Stil“	KBW Ostalb in Verbindung mit Umweltgruppen	› Konzeptphase › Pausiert



4. AUSBLICK

4.1 Projektverlängerung: nächste Schwerpunkte

Um also die jungen Erwachsenen zu erreichen, sollten gewisse gesellschaftliche Veränderungen berücksichtigt und manche Trends mitgemacht werden.

Marketing: Aufgrund der Digitalisierung ist es notwendig, einen guten Webauftritt zu haben. Dieser muss technisch auch insbesondere für mobile Endgeräte passen. Inhaltlich geht es um die Frage, wie ich Interesse für mein Produkt wecke, wie ich den Kaufwunsch und schließlich auch die Kaufhandlung auslöse. Man sollte hier also nach dem AIDA-Marketingmodell (Attention / Interest / Desire / Action) vorgehen. Natürlich wird es auch ‚klassische‘ Werbung weiter geben, doch die modernen, digitalen Wege, Nutzer zu erreichen, müssen

mit bedacht werden. Dazu zählt auch, sich mit einer Google-Marketingstrategie auseinander zu setzen, und sich Gedanken zu machen, wie man wo welchen sozialen Kanal bedient.

Blended Learning: Es wird nicht notwendig sein, als einzelne Bildungseinrichtung ganze Blended-Learning-Kurse zu stemmen. Aber es kann sinnvoll sein, dies mit anderen zusammen zu tun und Kooperationen zu bilden. Zudem kann es auch sinnvoll sein, einen eigenen Video- oder Podcastkanal zu eröffnen, um dort kostenlose Tutorials anzubieten und so indirekt Werbung für Veranstaltungen zu machen. Kommerzielle Bildungsanbieter betreiben das so bereits recht erfolgreich.

Edutainment: Die Leute wollen unterhalten werden – und zwar immer wieder neu, immer wieder frisch. Das kann mithilfe von wechselnden Veranstaltungsorten funktionieren oder durch interessante Formate. Hier heißt es, kreativ zu sein und Neues auszuprobieren. Die klassischen Seminarformate werden es schwer haben, sich auch in Zukunft zu behaupten. Denn Edutainment ist gerade für die knapperen Aufmerksamkeitsspannen geeignet. Es bietet Formate, die kurz, knapp und unterhaltend sind.



4. AUSBLICK

Wechselndes Anforderungsprofil an und von der jungen Generation. Egal, ob man nun an die Generation-Y-Formel glaubt oder nicht: Fakt ist, dass es einen gravierenden Wandel der Ansprüche an die Bildungseinrichtungen gibt, denn auch die Ansprüche an die jüngere Generation haben sich geändert. Sie soll mobil sein, sie soll soziale Kompetenzen besitzen und flexibel sein, denn Kamin-Karrieren in einer Firma mit nur einem Ausbildungsprofil gibt es nicht mehr. Die Kommunikation ist schneller geworden. Die wechselnden Ansprüche an das Know-how wächst rasant. Hier heißt es nun, auf die Ansprüche, die an die Menschen gestellt werden, zu reagieren und ihnen das entsprechende Bildungsangebot so zu präsentieren, wie sie es brauchen. Dafür gibt es jedoch keine allgemeingültige Formel. **Vielmehr muss jeweils die entsprechende Zielgruppe ausgelotet und mit ihr zusammen ihr Angebot erstellt werden. Da jedoch junge Erwachsene mobil sein müssen, führt es dazu, dass es einen klassischen Teilnehmerstamm kaum noch gibt. Nachhaltig Teilnehmende zu binden, ist ungeheuer schwierig.** Wichtig ist auf jeden Fall, dass man

immer wieder neu auf junge Menschen zugeht und sie immer wieder neu begeistert. **Darüber hinaus ist eine große Markenstärke und eine globale Aufstellung von Vorteil.** Teilweise schafft dies der CVJM, weil CVJM-Mitglieder ihrem Verein einen Vertrauensvorschuss geben und so an eine starke Marke dahinter glauben.

Es war angedacht „Bildung Rocks“ als Marke für junge Erwachsene zu etablieren. Dies wäre zielführend gewesen, denn eine globale starke Marke wird gesehen und somit kann die Zielgruppe besser erreicht werden. Doch für dieses Projekt war dieses Anliegen zu ambitioniert. Für ein gutes Markenmanagement kann es zudem sinnvoll sein, auf Zertifizierungen von Referierenden zurückzugreifen, so etwa wie es das Evang. Medienhaus macht. Außerdem funktioniert das Prinzip „one-size-fits-all“ nicht. 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, so wie es mit „Art of Hosting“ der EAEW

funktioniert. Oder on-demand-Angebote, wie bei dem abrufbaren Programmen der LEF, um Peergroups zu erreichen.

In der Projektverlängerung sollen nun neue Pilotstandorte in Boot geholt werden, damit vorhandene Veranstaltungskonzepte auch anderswo ausprobiert werden können. Ziel ist es, die vorhandenen Veranstaltungskonzepte zu validieren und weitere, neue Konzepte zu testen.

Des Weiteren soll der Projekt-Blog weiter ausgebaut werden, sodass dieser zu einer wichtigen Informationsquelle heranreifen kann.



4. AUSBLICK

4.2 Nachhaltigkeit

Diese Broschüre dient als Zwischeninformation, da das Projekt weitergeht. Zudem gibt es noch die ausführliche Projektanalyse in Form eines Readers, in dem noch einmal tiefer in die Lebenswelt der jungen Erwachsenen eingetaucht wird und auf theoretischer Basis analysiert wird, wie sich die Erwachsenen-Arbeit verändern könnte.

Der Reader ist unter der **ISBN-Nr: 978-3-7482-7577-0** zu bestellen oder über EAEW-Homepage abrufbar.



Des Weiteren gibt es den **Projektblog**, bei dem mit Videopodcasts, Interviews, Gastbeiträgen, Links, und Downloads die Möglichkeit besteht, zu wichtigen oder interessanten Fragen im Bereich „junge Erwachsene“ Antworten zu finden oder zu bekommen.

(In den Beschreibungen der Veranstaltungskonzepte sind QR-Codes eingebunden. Diese lassen sich mit einem Android-OS einfach mit der Kamera-App scannen und abrufen. Bei Apple-OS gibt es dafür eine Funktion im Sperrbildschirm oder in der Notiz-App. Der Windows-App-Store bietet online einige QR-Code-Scanner entweder auf der Basis an, dass der Bildschirm gescannt wird, oder mithilfe der Webcam. Anleitungen hierzu sind leicht im Netz zu finden.)

www.bildungrocks.wordpress.com



4.3 Dank

Vielen Dank an Dr. Wolfgang Schnabel, der dieses Projekt mit seinem Einsatz ermöglicht hat.

Vielen Dank an Dr. Rolf Ahlrichs für seine Geduld, mit uns spannende Formate zu entwickeln.

Vielen Dank an Dr. Joachim Vette für die extrem produktiven Gespräche.

Vielen Dank an Henrik Althöhn, dass wir gemeinsam viele schöne Veranstaltungen gemacht haben.

Vielen Dank an den Beirat, der das Projekt gut und sicher weitergebracht hat.

Und ich möchte mich bei den vielen Kollegen und Kolleginnen bedanken, die ich besuchen durfte und die mir Tür und Tor geöffnet haben und mich an ihrer Arbeit haben teilhaben lassen, selbst unter dem Fokus, etwas zu finden, das man noch besser machen kann.



Evangelische Erwachsenen- und
Familienbildung in Württemberg (EAEW)

Evangelische Erwachsenen- und Familienbildung in Württemberg (EAEW)

Büchsenstr. 37, 70174 Stuttgart

Verantwortlich: Dr. Wolfgang Schnabel, Leiter der EAEW-Landesstelle

Email: info@eaew.de

Telefon: +49 (0)711/ 22 93 63 - 462

Telefax: +49 (0)711/ 22 93 63 - 470



info@eaew.de

Blog: www.bildungrocks.wordpress.com

Homepage: www.eaew.de

Facebook: @bildungrocks

Instagram: ev-erwachsenenbildung-wue

YouTube: eaew