



Wie gewinnt man Erwerbslose für die Teilnahme an Gesundheitsförderungsangeboten im Stadtteil?

Ergebnisse und Erfahrungen aus dem Projekt
„Gesundheit leben – Gesundheitsförderung bei Langzeitarbeitslosen
in Marzahn-Hellersdorf“ (2015 bis 2017)



Gesundheit
Berlin-Brandenburg e.V.
Arbeitsgemeinschaft
für Gesundheitsförderung

Impressum

Wie gewinnt man Erwerbslose für die Teilnahme an Gesundheitsförderungsangeboten im Stadtteil?

Redaktion: Stefan Bräunling, Svenja Rostosky, Stefan Pospiech (V.i.S.d.P.)

Kontakt:

Gesundheit Berlin-Brandenburg e. V.

Friedrichstraße 231 | 10969 Berlin

Web: www.gesundheitbb.de

Fon: 030 – 44 31 90 60

Layout: Connye Wolff

Bildnachweise: Titelgrafik: Britta Willim; Fotos sämtlich: © STZ Mosaik

Stand: Juni 2017

Druck: Pinguin Druck



Das Projekt „Gesundheit leben“ wurde gefördert durch die Europäische Union, die Bundesrepublik Deutschland und das Land Berlin im Rahmen der Zukunftsinitiative Stadtteil, Teilprogramm Soziale Stadt.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	4
1. Einleitung	
1.1 Einführung	5
1.2 Ausgangslage und Aufbau	6
2. Hintergrund	
2.1 Arbeitslosigkeit und Gesundheit	9
2.2 Das Projekt „Gesundheit leben“	11
3. Erfahrungen im Projekt „Gesundheit leben“	
3.1 Wie bewege ich erwerbslose Menschen zur Teilnahme an Angeboten der Gesundheitsförderung?	13
3.2 Wie können die Menschen zur langfristigen Teilnahme motiviert werden?	27
3.3 Welche Rahmenbedingungen sollten in den Einrichtungen gegeben sein?	35
4. Erprobte Zugangswege aus anderen Projekten	41
5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen	44
6. Tipps zum Weiterlesen	49

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen, liebe Leserinnen und Leser,

wie gelingt es, erwerbslose Menschen für Angebote der Gesundheitsförderung und Prävention zu gewinnen? Wo lassen sich gemeinsam mit ihnen Aktivitäten zu diesem Themenfeld entwickeln und gestalten? Wie kann der „Setting-Ansatz“ der Gesundheitsförderung mit Leben gefüllt werden? Geeignete Zugangs- und Ansprachewege werden in vielfältigen Projekten an vielen Orten gesucht und erprobt.

Im Rahmen des Projekts „Gesundheit leben“, Juli 2015 bis Juni 2017, wurde intensiv daran gearbeitet, Gesundheitsförderung und Prävention mit Gemeinwesenarbeit zu verbinden: In den fünf beteiligten Nachbarschaftseinrichtungen im Berliner Bezirk Marzahn-Hellersdorf wurden Angebote für und mit erwerbslosen Menschen entwickelt und umgesetzt: dem Stadtteilzentrum Mosaik, dem Bürgerhaus Südspitze, dem Stadtteilzentrum Hellersdorf-Ost, Kompass – Haus im Stadtteil und dem Frauenzentrum Matilde –. Erwerbslose Menschen konnten mit einiger Ausdauer und sensiblem Vorgehen für Kurse und regelmäßige Gruppen zur Gesundheitsförderung und Prävention gewonnen werden. Diese Angebote werden überwiegend auch nach dem Ende dieses Projekts weitergeführt.

Erfahrungen und Erkenntnisse aus diesem Projekt werden Ihnen in dieser Handreichung als Anregungen zur Verfügung gestellt. Für die Zusammenstellung danken wir neben vielen weiteren Projektbeteiligten insbesondere den Gruppenleiterinnen und dem Gruppenleiter Joachim Adam, Gudrun Benz, Franziska Feist, Janine Lau, Ursula Röhr und Christine Schietzel sowie den Kolleginnen bei Gesundheit Berlin-Brandenburg Claudia Voigt und Svenja Rostosky.

Kerstin Moncorps, Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf von Berlin
Manfred Bahr, Stadtteilzentrum Mosaik, Wuhletal gGmbH
Stefan Bräunling, Gesundheit Berlin-Brandenburg



1 Einleitung

*„Das ist das erste Mal seit langem für viele,
dass sie einfach Mensch sein dürfen,
ganz ohne Stigma.“¹*

1.1 Einführung

Arbeitslosigkeit bringt unterschiedliche Belastungen mit sich, vor allem stellt sie jedoch auch ein Gesundheitsrisiko dar. Gesundheitliche Einschränkungen wiederum erschweren die Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt.

Um diesen Teufelskreis zu durchbrechen, hat die Gesundheitsförderung das Thema Arbeitslosigkeit in den letzten Jahren stärker in den Fokus gerückt. Es gibt bereits zahlreiche Ansätze, gemeinsam verbindliche Strukturen zu entwickeln und die Lebenswelten arbeitsloser Menschen gesundheitsförderlich zu gestalten. Allerdings ist der Zugang zu dieser Zielgruppe oft schwierig und die Praxis zeigt, dass erwerbslose Menschen mit gesundheitlichen Einschränkungen zu wenig durch wirksame Angebote erreicht werden.

Die Frage „Wie gewinnt man Erwerbslose für die Teilnahme an Gesundheitsförderungsangeboten im Stadtteil?“ stellt das zentrale Thema dieser Handreichung dar. Auf Grundlage der Erfahrungen, die von Mitte 2015 bis Mitte 2017 in dem Projekt „Gesundheit leben – Gesundheitsförderung bei Langzeitarbeitslosen in Marzahn-Hellersdorf“ gemacht worden sind, werden die Fragen, wie man erwerbslose Menschen zur Teilnahme an solchen Angeboten bewegen sowie langfristig dazu motivieren kann, näher beleuchtet.

¹ Die in dieser Handreichung eingefügten Zitate stammen aus dem Fokusgruppengespräch, welches mit Gruppenleiterinnen und Gruppenleitern aus „Gesundheit leben“ geführt worden ist. Einzelne von ihnen sind selbst von Erwerbslosigkeit betroffen.



1.2 Ausgangslage und Aufbau

In der Praxis wurde in den vergangenen Jahren in zahlreichen Projekten mit einer außerordentlichen Vielfalt und Kreativität auf die strukturellen Schwierigkeiten in diesem Handlungsfeld reagiert. Erfolg versprechende Zugangswege wurden immer wieder neu gesucht und vor Ort erprobt.

So auch im Projekt „Gesundheit leben“, welches sich an erwerbslose Menschen im Setting Stadtteil richtet und als charakteristische Besonderheit die Angebote direkt in wohnortnahen Einrichtungen der Gemeinwesenarbeit integriert.

Im Rahmen des Projekts wurden in fünf Nachbarschaftseinrichtungen, in Großsiedlungen des Berliner Bezirks Marzahn-Hellersdorf, Kurs- und Gruppenangebote entwickelt. Ziel war es, die gesundheitliche Lage der Teilnehmenden zu verbessern, langfristige gesellschaftliche Teilhabemöglichkeiten zu schaffen und nachhaltige Netzwerkstrukturen aufzubauen.

Settings bzw. Lebenswelten werden nach dem Präventionsgesetz als „für die Gesundheit bedeutsame, abgrenzbare soziale Systeme insbesondere des Wohnens, des Lernens, des Studierens, der medizinischen und pflegerischen Versorgung sowie der Freizeitgestaltung einschließlich des Sports“ definiert. Ein Setting kann durch eine formale Organisation (z.B. Schule, Betrieb), die regionale Situation (z.B. Kommune, Stadtteil) oder die gleiche Lebenslage (z.B. Arbeitslosigkeit) beschrieben werden. Menschen verbringen ihr Leben in einer Vielzahl verschiedener Lebenswelten. Diese haben einen entscheidenden Einfluss auf die Lebensqualität und Gesundheit der Menschen. Gleichzeitig können die Bedingungen im Setting von den Personen selbst beeinflusst und verändert werden.

Zahlreiche, verschiedene Zugangswege wurden in dem Projekt erprobt, welche in dieser Handreichung dargestellt und diskutiert werden. Diese wurden anhand regelmäßiger mündlicher Rückmeldungen durch die Kursleiterinnen und Kursleiter sowie zum Teil durch Forschungsprojekte der



Alice Salomon Hochschule Berlin (ASH) erfasst. Als weitere Methode wurde ein Fokusgruppengespräch gewählt. Dieses fand zwischen den Gruppenleiterinnen und Gruppenleitern der einzelnen Angebote statt und verfolgte als Fokusthema die Teilnehmergewinning. Die Ergebnisse dieser Diskussion wurden im Nachgang gebündelt und stellen den Hauptteil dieser Handreichung dar. Zusätzlich wurden die Ergebnisse der verschiedenen Forschungsprojekte der ASH in Bezug auf das Thema Zugangswege untersucht und mit eingearbeitet. Auch andere Zugangswege aus ausgewählten Projekten wurden betrachtet.

Auf Basis dieser Untersuchungen werden am Ende dieser Handreichung Schlussfolgerungen gezogen und Empfehlungen für zukünftige, vergleichbare Projekte formuliert.

Adressatinnen und Adressaten

- Organisationen und Träger, in deren Einrichtungen Zugänge zur Gesundheitsförderung für arbeitslose Menschen geschaffen werden, insbesondere Nachbarschaftseinrichtungen
- Jobcenter, die Gesundheit als einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die Integration in eine Beschäftigung betrachten
- Kommunale Einrichtungen für Gesundheit, die gemeinsam mit ihren Partnern Strukturen und Maßnahmen vor Ort entwickeln
- Akteure aus dem Gesundheitswesen, die in ihrer alltäglichen Arbeit einen schlechteren Gesundheitszustand bei Erwerbslosen feststellen

Der Arbeitsprozess

Um die Handreichung zu erstellen, wurde anfangs eine umfassende Recherche zum Thema Arbeitslosigkeit und Gesundheit durchgeführt. Es folgte die Organisation und Vorbereitung des Fokusgruppengesprächs und anschließend dessen Durchführung. Außerdem wurde ein Einzelgespräch mit einer weiteren Kursleiterin geführt. Im Nachgang wurden die beiden Gespräche ausgewer-



tet und die Ergebnisse gebündelt. Die Erkenntnisse werden unter dem Punkt „Erfahrungen im Projekt ‚Gesundheit leben‘“ mit den Ergebnissen aus den vier Forschungsprojekten der ASH-Studierenden ausführlich diskutiert. Im darauffolgenden Kapitel werden zusätzlich interessante Zugangswege aus anderen Projekten beschrieben. Um die wichtigsten Ergebnisse festzuhalten und für weitere Projekte handhabbar zu machen, werden in Kapitel 5 Schlussfolgerungen gezogen und Handlungsempfehlungen formuliert. Für interessierte Leserinnen und Leser werden abschließend „Tipps zum Weiterlesen“ aufgeführt.

Im weiteren Verlauf der Handreichung wird der Begriff *erwerbslos* verwendet. Eine Person ist nicht per se *arbeitslos*, also ganz ohne Arbeit, wenn sie keiner erwerbstätigen Beschäftigung nachgeht. Die Erfahrungen zeigen vielmehr, dass viele Menschen, die in keinem bezahlten Beschäftigungsverhältnis stehen, neben der aktiven Suche nach einer Erwerbsarbeit unterschiedliche private oder ehrenamtliche Beschäftigungen in ihren Alltag integrieren.



2. Hintergrund

Bevor die konkreten Erfahrungen aus „Gesundheit leben“ beleuchtet werden, sollen zuerst wichtige Forschungserkenntnisse zum Thema Arbeitslosigkeit und Gesundheit betrachtet und das Projekt selbst vorgestellt werden.

2.1 Arbeitslosigkeit und Gesundheit

Das Thema Gesundheit ist in Bezug auf die Zielgruppe erwerbsloser Menschen von großer Bedeutung. Sie weisen eine höhere Kranken- und Sterblichkeitsrate auf, sind wesentlich höheren gesundheitlichen Belastungen ausgesetzt und verfügen über deutlich geringere gesundheitliche Ressourcen als Erwerbstätige. Die mit Langzeitarbeitslosigkeit verbundenen psychischen und sozialen Belastungen können zu Ängsten, Stress und auch physischen Beschwerden führen, die sich im Laufe der Zeit chronifizieren können. Krankheit bzw. gesundheitliche Einschränkungen können dabei sowohl Ursache als auch Folge der Erwerbslosigkeit sein. Aus diesem Grund ist der Bedarf an zielgruppenspezifischen Angeboten der Prävention und Gesundheitsförderung für Erwerbslose besonders hoch.

Die Möglichkeiten für eine nachhaltige Gesundheitsförderung bei erwerbslosen Menschen sind durch das Präventionsgesetz (2015) deutlich erweitert worden. Die Bundesagentur für Arbeit, die Gesetzlichen Krankenversicherungen und die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung übernehmen Verantwortung und leiten, mithilfe der Vorgaben des Gesetzes, Ressourcen in bisher bei weitem nicht möglichem Ausmaß in dieses Handlungsfeld. Vor allem für die kommunale Koordinierung der Gesundheitsförderung ergeben sich dadurch erweiterte Handlungsspielräume und neue Zugangswege werden eröffnet. So können die Betroffenen darin unterstützt werden, ihre Gesundheit und Erwerbsfähigkeit langfristig zu erhalten.

Der Zugang zu erwerbslosen Menschen gestaltet sich allerdings als schwierig. In der Praxis zeigt sich, dass sie nur schwer für Angebote der Gesundheitsförderung und Prävention zu gewinnen sind. Die Gründe hierfür sind vielfältig.



- Zum einen existieren herkömmliche Settings der Gesundheitsförderung wie Kindergärten, Schulen oder Betriebe nicht für Erwerbslose, weshalb neue Strategien entwickelt werden müssen, um den Zugang zu dieser Bevölkerungsgruppe zu verbessern. Bisher wenig genutzte Settings, die in diesem Zusammenhang an Bedeutung gewinnen, sind kommunale Strukturen oder Stadtteile. (Zu der Idee, ein Jobcenter unter Mitwirkung und zum Nutzen aller beteiligten Gruppen zu einem Setting unter dem Leitbild „Gesundheitsförderliches Jobcenter“ weiterzuentwickeln, ist bisher leider keine praktische Umsetzung bekannt geworden.)
- Zum anderen stellt die Akteurskonstellation eine Schwierigkeit dar, denn die Institutionen, die den besten Zugang zu erwerbslosen Menschen haben, wie Jobcenter, Träger von Beschäftigungs- und Qualifizierungsmaßnahmen, Krankenkassen und Gesundheitsämter, befinden sich bisher nicht in der Lage, die Federführung für eine breit aufgestellte und nachhaltige Gesundheitsförderung bei Erwerbslosen zu übernehmen.
- Auf der Seite der Adressatinnen und Adressaten zeigt sich außerdem eine Ausprägung des „Präventionsdilemmas“: Oft trauen sie sich nicht, sich Strukturen von Ämtern und Institutionen anzuvertrauen oder sich auf dortige Angebote einzulassen. Gründe dafür können vorhandene Ängste oder schlechte Erfahrungen sein.
- Außerdem bestehen erwerbslose Menschen im Falle gesundheitsbezogener Unterstützungsangebote oft darauf, dass ihr vorrangiges Ziel, wieder in Arbeit zu kommen, nicht aus den Augen verloren wird.
- Diverse weitere Aspekte spielen eine Rolle, wie zum Beispiel das Spannungsverhältnis zwischen dem Zwang in der Arbeitsförderung und der notwendigen Freiwilligkeit aller Gesundheitsförderungsangebote sowie die Terminwahl der Angebote, krankheitsbedingte Abwesenheit oder die Größe der Gruppen.



Aus diesen Gründen ist es besonders wichtig, viele verschiedene Zugangswege in Gesundheitsförderungsprojekten für erwerbslose Menschen zu entwickeln und umzusetzen.

2.2 Projekt „Gesundheit leben“

Das Projekt „Gesundheit leben“ hat die Gesundheitsförderung und Arbeitsförderung mit der Gemeinwesenarbeit verbunden. Im Vordergrund standen die Stabilisierung der gesundheitlichen Lage sowie die soziale Integration und die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit erwerbsloser Menschen. Träger des Projekts, welches vom 1. Juli 2015 bis zum 30. Juni 2017 lief, war Gesundheit Berlin-Brandenburg e.V. Es förderte die Zusammenarbeit zentraler Institutionen bei der Reintegration Erwerbsloser in den Arbeitsmarkt. Die zentralen Kooperationspartner waren die Träger der fünf beteiligten Nachbarschaftseinrichtungen, das Bezirksamt Marzahn-Hellersdorf, das Jobcenter Marzahn-Hellersdorf und die gesetzlichen Krankenversicherungen. Die Aktivitäten wurden durch die ASH im Rahmen von Forschungsprojekten unterstützt und begleitet.

Die fünf Nachbarschaftseinrichtungen in Marzahn-Hellersdorf – das Stadtteilzentrum MOSAIK, das Stadtteilzentrum Hellersdorf-Ost, das Bürgerhaus Südspitze, KOMPASS-Haus im Stadtteil und das Frauenzentrum Matilde – spielten die zentrale Rolle bei der Umsetzung der Projektziele. Erwerbslose Personen durchliefen dort ausgewählte Kursangebote und bekamen die Möglichkeit, einen gesundheitsbewusst(er)en Alltag zu erproben.

Die Angebote ließen sich in drei Kategorien unterteilen:

- Punktuelle Nutzung: Interessierte Personen konnten einzelne Termine in Nachbarschaftseinrichtungen wie Informationsveranstaltungen, Sommerfeste oder ein gemeinsames Kennenlern-Frühstück besuchen.



- Kursteilnahme: In den Nachbarschaftseinrichtungen wurden verschiedene Sportkurse wie eine Rückenschule, Entspannungstraining oder Gymnastik mit dem Swingstab; mehrere Ernährungskurse sowie Achtsamkeitstrainings und ein Kurs zum Thema Gewaltprävention und Selbstverteidigung angeboten.
- Offene Gruppen: In diesen themenunabhängigen Gruppen konnten sich die Teilnehmenden gemeinsam auf Aktivitäten einigen. Es wurden beispielsweise Theaterbesuche oder Fahrradtouren unternommen.

Durch die Teilnahme an den Angeboten wurden die erwerbslosen Personen mit weiteren psychosozialen, Sport- und kulturellen Einrichtungen im Sozialraum aktiv in Kontakt gebracht. Die zentralen Mitwirkenden haben sich auch über die Projektlaufzeit hinaus vorgenommen, die modellhaft erprobten Ansätze und Angebote in ihren eigenen Strukturen zu verankern und einen Transfer der Erkenntnisse im Land Berlin zu unterstützen.



3. Erfahrungen im Projekt „Gesundheit leben“

3.1 Wie bewege ich erwerbslose Menschen zur Teilnahme an Angeboten der Gesundheitsförderung?

Wie einleitend dargestellt wurde, gibt es zahlreiche Gesundheitsförderungsangebote für erwerbslose Menschen. Jedoch kann es sich schwierig gestalten, die Zielgruppe zur Teilnahme an diesen zu bewegen. In dieser ersten Phase, in der die Ansprache und die erstmalige Gewinnung der Teilnehmenden im Vordergrund stehen, spielen vor allem drei Faktoren eine bedeutende Rolle: Die Grundhaltung, mit der man auf die Menschen zugeht; die Ansprachewege, über die man versucht, sie zur Teilnahme zu bewegen sowie bereits einzelne Aspekte der Angebotsgestaltung.

Grundhaltung

Den Menschen auf gleicher Augenhöhe begegnen

„Ich kenne dein Problem, ich sehe dich mit deinem Problem, ich weiß was, wo du Hilfe bekommst.“

Beim Zugang zu erwerbslosen Menschen spielt es eine essenzielle Rolle, ihnen auf gleicher Augenhöhe zu begegnen. Es sollte vermieden werden, mit einem erhobenen Zeigefinger oder mit einem Blick von oben herab auf sie zuzugehen. Die grundlegende Einstellung der Personen, die die Leute ansprechen und die sie für die Angebote gewinnen wollen, ist von großer Bedeutung. Sie müssen offen sein, die Menschen bestenfalls persönlich ansprechen und dürfen keine Vorurteile gegenüber der Zielgruppe haben.

Es hat außerdem einen entscheidenden Vorteil, wenn zwischen der Person, die die Leute anspricht, und den Angesprochenen bereits eine Kommunikations- und Vertrauensbasis besteht. Als Beispiel wurde in dem Gespräch die Marktfrau genannt, die als Multiplikatorin für solche Projekte eingesetzt werden könnte. Die Erfahrungen zeigen zudem, dass von Erwerbslosigkeit Betroffene ebenfalls geeignete Akteure bei der Ansprache sind. Wenn ein Kurs bereits



besteht, ist es sehr wertvoll, wenn die Teilnehmenden selbst Mund-zu-Mund-Propaganda dafür betreiben. Sie können die Situation gut einschätzen und Informationen und Erfahrungen aus ihrer eigenen Sicht weitergeben. Bestenfalls kennen die potentiellen Teilnehmerinnen und Teilnehmer auch den Kursleiter oder die Kursleiterin bereits. So kann eine wichtige Hemmschwelle von vornherein genommen werden.

Exkurs:

Die klientenzentrierte Gesprächsführung nach Rogers

Bereits Carl Rogers stellte Mitte des letzten Jahrhunderts die Bedeutung der Grundhaltung im Kontakt mit Klienten und Klientinnen in den Fokus. Er entwickelte mit der Gesprächstherapie ein psychotherapeutisches Verfahren, welches die Beziehung zum Klienten und zur Klientin als Schlüssel zum Erfolg sieht. Er ging davon aus, dass Menschen selbst am besten wissen, wie sie ihre Probleme lösen können. In Phasen, in denen sie dazu nicht fähig sind, muss der Therapeut oder die Therapeutin sie darin unterstützen, sich wieder frei zu entfalten. Je mehr ein Individuum verstanden und akzeptiert wird, desto besser ist es in der Lage, sein individuelles Leben zu gestalten.

Eine Säule in Rogers' Konzept ist die personenzentrierte Haltung, die sich beim Umgang mit Klienten und Klientinnen im gleichzeitigen Auftreten von drei Prinzipien zeigt:

Kongruenz/Echtheit: Therapeuten und Therapeutinnen müssen sich ihrer Rolle bewusst sein (Selbstübereinstimmung) und eine ehrliche, echte und offene Haltung gegenüber Klienten und Klientinnen haben.

Wertschätzung/Akzeptanz: Die bedingungslose Akzeptanz soll ausdrücken, dass Klienten und Klientinnen nicht nur angenommen werden, wenn sie ein bestimmtes Verhalten zeigen. Sie werden stets respektiert.

Empathie: Das Denken und Fühlen der Klienten und Klientinnen soll bestmöglich wahrgenommen und verstanden werden.



Stigmatisierung vermeiden

„Vorurteile wie ‚Du willst ja nur nicht‘ oder ‚Du kannst das sowieso nicht‘, stehen einem bis oben.“

In der Gesellschaft herrscht gegenüber erwerbslosen Menschen oft ein Bild, das von Vorurteilen geprägt ist. So ist es nicht verwunderlich, dass viele Betroffene sich (irgendwann) selbst mit diesem Bild identifizieren und sich stark stigmatisiert fühlen. Es entsteht ein Schamgefühl, erwerbslos zu sein. Einige trauen sich nicht, an den Gruppen teilzunehmen, weil sie fürchten, beispielsweise nicht die richtigen Sportsachen zu besitzen oder bei bestimmten Themen nicht mitreden zu können. Sie haben Angst, dort bloßgestellt oder enttäuscht zu werden.

Genau aus diesen Gründen muss den potentiellen Teilnehmerinnen und Teilnehmern bereits bei der Ansprache deutlich gemacht werden, dass ihnen in den Gruppen ohne jegliche Vorurteile begegnet wird und sie nicht stigmatisiert werden.

Ein Weg, eine mögliche Stigmatisierung zu vermeiden, ist es, die Angebote für erwerbslose und andere Teilnehmende zu öffnen. In manchen Gruppen in „Gesundheit leben“ wurde dieser Weg erprobt und zeigte sich dabei als erfolgversprechend. So werden erwerbslose Menschen nicht von Anfang an in eine „Schublade“ gesteckt, sondern besuchen die Kurse gemeinsam mit anderen Teilnehmenden aus ihrer Nachbarschaft.

Und letztendlich geht es genau darum, Menschen aus der Isolation zu holen, zu motivieren und zu sagen:

„Hier sind Menschen, denen geht es genauso wie euch – ihr seid hier nicht alleine – ihr müsst euch für nichts schämen.“



Vielfältige Zugangswege nutzen

„Es ist wichtig, wer wem welche Information wie vermittelt.“

In Projekten wie „Gesundheit leben“ geht es immer darum, eine Vielzahl von Ansprachewegen zu nutzen, um erwerbslose Menschen auf die Angebote aufmerksam zu machen und sie zur Teilnahme zu bewegen. Unterschiedliche Akteure müssen sich daran beteiligen, vielfältige Materialien über verschiedene Medien und Wege zu verbreiten. Grundsätzlich braucht es aber auch immer vor allem Ausdauer, Geduld und Überzeugungskraft.

Im Folgenden werden zuerst jeweils die spezifischen Ansprachewege aus „Gesundheit leben“ vorgestellt, bevor die wichtigsten Erfahrungen und Ergebnisse aus dem Projekt gebündelt dargestellt werden.

Zentrale Einrichtungen

In „Gesundheit leben“ wurden einige bezirkliche Einrichtungen zentral in das Projekt eingebunden.

Im Jobcenter Marzahn-Hellersdorf wurde eine Folie im „Warte-TV“ mit den Projektangeboten sowie einem Link zum Informationsportal www.hilfsangebote.de installiert. Die Integrationsfachkräfte machten die Angebote bei ihren Kunden und Kundinnen bekannt und gaben dazugehörige Flyer aus. Weitere Aktivitäten dieses zentralen Partners werden an anderen Stellen in dieser Handreichung nachgezeichnet.

Im Sozialamt wurde Klienten und Klientinnen ebenfalls unter Nutzung der Projekt-Flyer empfohlen, die Angebote von „Gesundheit leben“ in den Nachbarschaftseinrichtungen zu nutzen.

Ebenfalls wurde das Projekt den Kollegen und Kolleginnen im bezirklichen „Netzwerk Alleinerziehende“ vorgestellt und über die vier Anlaufstellen „Info-Points für Alleinerziehende“ dafür geworben.



Die Ansprache potentieller Teilnehmerinnen und Teilnehmer über zentrale Einrichtungen wie das Jobcenter oder das Sozialamt, ist auf alle Fälle ein wichtiger Weg. Bei diesem Ansatz muss allerdings besonders darauf geachtet werden, dass sich die Zielgruppe leicht unter Druck gesetzt fühlen kann. Durch die vorhandene Abhängigkeit von diesen Institutionen oder allgemein schlechten Vorerfahrungen mit den Einrichtungen, kommt es häufig vor, dass bei erwerbslosen Menschen direkt ein Klischee angesprochen ist, wenn beispielsweise vom Arbeitsamt die Rede ist. Teilweise entsteht ein Gefühl des Zwangs, etwas machen zu müssen. Auch das Verteilen von Flyern vor solchen Einrichtungen wurde als ungünstiger Weg erfahren.

„Das Schlimme ist, die Leute kommen da schon frustriert raus [...] die hatten schon so einen Stress. Da ist es schon schwierig, an die Leute ranzukommen, auch mit Freundlichkeit.“

Ein weiteres strukturelles Problem ist, dass die Mitarbeitenden zentraler Einrichtungen systembedingt häufig selbst unter hohem Druck stehen und dadurch nicht die Möglichkeit haben, sich langfristig und umfassend mit den Klienten und Klientinnen zu befassen.

Aus diesen Gründen ist es umso bedeutender, der empfundenen Stigmatisierung bewusst entgegenzuwirken. Zum einen sollten die Mitarbeitenden in zentralen Einrichtungen mit viel Empathie und einer wertschätzenden Grundhaltung auf ihre Kunden und Kundinnen zugehen.

Zum anderen müssen hierfür auch strukturelle Möglichkeiten geschaffen werden, damit die Mitarbeitenden die Ressourcen haben, sich ausgiebig mit jeder Person beschäftigen zu können!



Flyer und Plakate

Die im Rahmen des Projekts gestalteten Flyer und Plakate enthalten eine Übersicht über die Projektstruktur, die Angebote, die einzelnen Kooperationspartner sowie einen weiterführenden Link. Die Flyer wurden an die fünf beteiligten Nachbarschaftseinrichtungen und die anderen beteiligten Institutionen im Projekt versendet, um sie dort auszulegen und auszugeben. Einige Nachbarschaftseinrichtungen haben auch selbst Flyer oder Plakate zu ihren Angeboten und Kursen erstellt und diese bei sich verbreitet.

Flyer und Plakate, die in den Räumlichkeiten oder Schaukästen im Außenbereich der Nachbarschaftseinrichtungen ausgelegt bzw. aufgehängt werden, sind ein guter Weg, um Teilnehmende auf die Angebote aufmerksam zu machen. Auch Aushänge in Hausaufgängen werden als günstig eingeschätzt.

Wichtig bei diesen Materialien ist jedoch vor allem ihre Gestaltung. Heutzutage erlebt jede und jeder eine regelrechte Überhäufung mit Flyern, die für unterschiedlichste Dinge werben. Aus diesem Grund sollte ihre Individualität hervorgehoben werden, damit sie direkt auffallen. Dies wird jedoch nicht über möglichst viele Farben umgesetzt. Stattdessen können die Materialien gerne einfach und schlicht gehalten werden und sollten nicht zu teuer aussehen.

„Unsere Erfahrung: Kunterbunt fliegt sofort weg. Wenn das wieder zu bunt ist, denkt man wieder es ist Reklame und es wird in den Müll geschmissen.“

Was sich deshalb bewährt hat, sofern man bereits Teilnehmende hat und noch mehr gewinnen möchte, ist das eigene Gestalten, Plakatieren und Verteilen der Materialien durch die Teilnehmenden selbst. So kommt es aus der Zielgruppe für die Zielgruppe. Eine Gesprächsteilnehmerin berichtete:

„Es kam von ihnen und wurde mit Herzblut verteilt und sieht auch nicht gleich so schickimicki aus, und das wurde auch angenommen.“



Neben der Gestaltung sind natürlich auch die Inhalte wichtig. Diese müssen transparent gemacht und konkret beschrieben werden.

„Letztendlich dient der Flyer aber nur dazu, dass die Daten und der Ort draufstehen. Die eigentliche Werbekraft ist die Motivation der Leute, die die Flyer verteilen. Die Hauptsache ist die Überzeugung und die Empathie, mit der die Leute ihre Motivation weitergeben. Dies weiterzugeben, also letzten Endes geht es nur darum.“

Persönliche Ansprache

Die persönliche Ansprache wurde über verschiedene Wege umgesetzt. Die beteiligten Kooperationspartner im Projekt, die Einrichtungs- und Kursleitungen sowie die Teilnehmenden selbst haben Informationen zu dem Projekt verbreitet. Auch auf Veranstaltungen in den Nachbarschaftseinrichtungen wurden Personen angesprochen.

„Oft ist den Leuten nicht bewusst, dass es auch um das Zwischenmenschliche geht oder darum, sich gegenseitig aufzufangen. Das geht am allerbesten über den direkten Kontakt.“

Die persönliche Ansprache und die Mund-zu-Mund-Propaganda sind die Wege, über die die meisten erwerbslosen Menschen auf die Angebote aufmerksam werden. Unabhängig davon, wer die Informationen weiterträgt, der direkte Kontakt ist meist der erfolversprechendste Weg. Die Gruppen können bei Bekannten, Verwandten, Freunden oder Freundinnen oder in Selbsthilfegruppen bekannt gemacht werden und Besuchende der Nachbarschaftseinrichtungen können auf dortigen Veranstaltungen angesprochen werden. Auch bereits bestehender Kontakt zu erwerbslosen Menschen sollte unbedingt genutzt werden. So können beispielsweise bereits vorhandene Telefonlisten aus anderen Kursen verwendet werden, um die Leute persönlich anzusprechen.



Beispiel:

Eine Kursleiterin berichtete davon, dass sie mit den Teilnehmenden aus ihrem Kurs häufig im Bezirk unterwegs war und dabei von Hundebesitzerinnen und -besitzern darauf angesprochen worden ist, was sie denn dort machen würden. Darüber kamen sie ins Gespräch und das Angebot konnte weiter publik gemacht werden.

Die Außenpräsenz ist ein entscheidender Faktor, um Teilnehmende zu gewinnen. Die Werbung auf Gesundheitstagen oder beispielsweise auch auf Wochenmärkten oder Bahnhöfen hat sich bewährt. Durch die persönliche Ansprache kann direkt gegen mögliche Vorurteile, wie zu hohe Kosten, angedredet werden und potentielle Hemmschwellen können genommen werden. Es wird angenommen, dass viele erwerbslose Menschen sich nicht zu den Angeboten trauen, solange sie nicht wissen, um was es sich genau handelt. Falsche Vorstellungen oder Erwartungen können so bereits persönlich aufgeklärt werden.

Veranstaltungen

Über Veranstaltungen wie diese können potentielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht nur auf die Aktivitäten aufmerksam gemacht, sie können auch direkt vor Ort persönlich angesprochen werden. Durch Informationsveranstaltungen, die bestenfalls in den beteiligten Nachbarschaftseinrichtungen stattfinden, kann man viele interessierte Menschen aus der Nachbarschaft erreichen. Es zeigten sich hohe Teilnehmerzahlen und eine gute Resonanz.



Im Rahmen von „Gesundheit leben“ wurden unterschiedliche Veranstaltungen organisiert, um erwerbslose Menschen auf die Angebote aufmerksam zu machen. Im Bürgerhaus Südspitze wurde beispielsweise ein Sommerfest veranstaltet und im Stadtteilzentrum MOSAIK wurden erwerbslose Menschen und ihre Partner und Partnerinnen zu einem kostenlosen Frühstück in lockerer Runde eingeladen. Außerdem veranstaltete das Stadtteilzentrum MOSAIK drei Informationsabende zu den Themen „Psychische Folgen von Langzeitarbeitslosigkeit“, „Achtsamkeit“ und „Gesundes Essen und Trinken“. Für diese Veranstaltungen wurde jeweils mit Plakaten geworben und zu einer erschien im Nachgang ein Artikel in der Online-Ausgabe der Anzeigenzeitung „Berliner Woche“.

Internet

Auch verschiedene Internetseiten wurden genutzt, um die Öffentlichkeit über Angebote im Rahmen von „Gesundheit leben“ zu informieren. Über die Internetplattform www.hilfsangebote.de, welche ein Orientierungsportal für Unterstützungsangebote im Stadtbezirk Marzahn-Hellersdorf ist, kann beispielsweise relativ einfach eine Übersicht der Angebote gefunden werden. Auf der offiziellen Website von Gesundheit Berlin-Brandenburg e.V. befinden sich zudem die wichtigsten Informationen zum Projekt.

Außerdem führen die Teilnehmenden zweier Gruppen eigene Facebook-Seiten („Arbeitslosentruppe“ und „Von uns – Für uns“), die kontinuierlich über aktuelle Neuigkeiten, Aktivitäten und Veranstaltungen informieren. Der Ernährungskurs „Von uns – Für uns“ veröffentlicht dort auch regelmäßig Rezepte.

Die Wahl der Medien muss sich nach der Zielgruppe richten, die sie ansprechen sollen. In welchem Ausmaß Internetplattformen oder Websites genutzt



werden, kann nicht immer einfach nachvollzogen werden. Bewährt haben sich jedoch auf alle Fälle Facebook-Seiten und Facebook-Gruppen, die von den Teilnehmenden der Kurse selbst geführt werden können. Darüber entsteht ein Kettensystem, und Teilnehmende können über mehrere Ecken auf die Angebote aufmerksam gemacht werden. Außerdem sollten Informationen zu den Projekten und Angeboten auch über tragereigene Websites zugänglich gemacht werden, um die Fachöffentlichkeit zu informieren.

Zeitungsartikel

In der Online-Ausgabe der „Berliner Woche“ erschienen zwei Artikel. Einer behandelte einen Informationsabend zum Thema „Achtsamkeit und die Bewältigung von psychischen Folgen von Langzeitarbeitslosigkeit“. Ein anderer berichtete von einem Ausflug der Gruppe „Treffpunkt MOSAIK“ in die Werkhallen bei Märkisches Landbrot GmbH. Der „Treffpunkt MOSAIK“ wurde zudem in einem weiteren Artikel der „Berliner Woche“, auch in gedruckter Version, vorgestellt.

Das Stadtteilzentrum Hellersdorf-Ost berichtete ebenfalls von seinem Treff für Arbeitslose in einer vereinsinternen Zeitschrift.

Lokale Zeitungen sind ein geeignetes Instrument, um erwerbslose Menschen auf die Gruppen aufmerksam zu machen. Über kostenlose Wochenzeitungen („Anzeigenblättchen“) oder Online-Medien kann ein breites Publikum erreicht werden.



Adressverteiler

In einem Teilprojekt der ASH entstand gemeinsam mit dem Bürgerhaus Südspitze die Idee, einen Adressverteiler aufzubauen. Das Bürgerhaus hat zahlreiche persönliche Beziehungen zu erwerbslosen Menschen, die ihm im Rahmen der Arbeitsförderung über das zuständige Jobcenter zugeteilt worden sind. Da diese Kontakte jedoch nach Ablauf der Maßnahmen meist nicht weitergeführt werden, sollte nun ein Adressverteiler zur weiterführenden Kontaktaufnahme entwickelt werden. Über diesen Verteiler wurden im weiteren Verlauf regelmäßige Serienbriefe mit Veranstaltungsprogrammen und –einladungen sowie Gutscheinen verschickt. Der Verteiler wurde stetig weitergeführt und wird auch nach Auslaufen des Projekts eigenständig weiterverwendet.

Ein solcher Adressverteiler stellt eine geeignete Methode dar, um auf bereits vorhandene Kontakte zurückzugreifen. Die Auswertung zeigte, dass einige neue Teilnehmende dadurch für die Angebote gewonnen werden konnten. Mittlerweile führt auch ein weiteres Stadtteilzentrum einen Adressverteiler. Wichtig bei der Erstellung eines solchen Verteilers sind vor allem die Handhabbarkeit und die möglichst einfache Gestaltung und Umsetzbarkeit, so dass er, wie in diesem Projekt, auch von anderen Akteuren selbstständig geführt werden kann. Außerdem müssen datenschutzrechtliche Bestimmungen eingehalten werden. Aus diesem Grund wurden in „Gesundheit leben“ zusätzlich Einverständnisformulare mitgesandt.

Gutscheine

Der Adressverteiler der ASH wurde mit dem Versenden von Gutscheinen und Freikarten kombiniert. Diese galten für Kurse oder Veranstaltungen der Wahl im Bürgerhaus Südspitze, die dadurch kostenlos besucht werden konnten. Sie sollten einen Anreiz schaffen, um an Angeboten des Bürgerhauses teilzunehmen.



Gutscheine oder Freikarten für Kurse oder Veranstaltungen zeigten sich in anderen Projekten prinzipiell als geeignete Methode, um erwerbslose Menschen mit möglichst geringer Hemmschwelle zur Teilnahme an Angeboten zu bewegen. In diesem Projekt wurden die zweimal versendeten Gutscheine jedoch nicht eingelöst.

Eine angemessene Wortwahl wählen

Unabhängig davon, ob es um die persönliche Ansprache oder die Gestaltung der Materialien geht, spielt eine angemessene Wortwahl immer eine große Rolle.

Bereits der Titel der Angebote kann eine Hemmschwelle darstellen. Deshalb sollte darauf geachtet werden, eher ein Wort wie *arbeitssuchend* oder *erwerbslos* statt *arbeitslos* zu verwenden. *Arbeitssuchend* klingt nicht nur respektvoller, diese Unterscheidung kann auch entscheidend für die Motivation der (potentiellen) Teilnehmerinnen und Teilnehmer sein.

Auch der Begriff *Gesundheit* muss mit Bedacht eingesetzt werden. Von einigen wird er positiv aufgenommen, bei vielen ist dieser Begriff dagegen negativ belegt. Das Verständnis von *Gesundheit* ist heutzutage oft radikal, es wird vermittelt, dass man eine Verpflichtung hat, gesund zu sein.

„Gesundheit muss etwas Leichteres werden dürfen und da muss man in der Werbung drauf achten.“

Wie in einem der Forschungsprojekte der ASH dargestellt worden ist, können nach Faltermaier und Kühnlein (2000)² vier dynamische Gesundheitstypen unterschieden werden. Diese lassen sich, wie die Studierenden herausgefunden haben, auch bei erwerbslosen Menschen nachweisen.

² Faltermaier, T. & Kühnlein, I. (2000). Subjektive Gesundheitskonzepte im Kontext: Dynamische Konstruktionen von Gesundheit in einer qualitativen Untersuchung von Berufstätigen. Zeitschrift für Gesundheitspsychologie, 8 (4), 137-154.



Exkurs:

Gesundheitstypen

Typ „Schaltermodell“: Der Typ „Schaltermodell“ kennzeichnet sich durch ein dichotomes Denken hinsichtlich des Vorhandenseins von Krankheit und Gesundheit aus. Gesundheit wird vor allem durch die Abwesenheit von Krankheit beschrieben.

Typ „Batterie-Modell“: Gesundheit wird bei diesem Typ als endliches Reservoir verstanden, welches im Laufe des Lebens kontinuierlich abnimmt.

Typ „Akkumulator-Modell“: Dieser Typ zeichnet sich dadurch aus, dass Gesundheit im Laufe des Lebens zwar abnimmt, aber durch vielfältige, günstige Einflüsse wie z.B. Rehabilitationsmaßnahmen wieder auffüllbar ist.

Typ „Generator-Modell“: In diesem Fall wird Gesundheit als ein erweiterbares Potential verstanden. Sie spielt bei diesem dynamischen Typ eine wichtige Rolle.

Zudem sollte das Wort *Projekt* aus dem Titel ferngehalten werden. Zwar werden viele Kurse im Rahmen von Projekten angeboten, dadurch wird jedoch vermittelt, dass es sich möglicherweise nur um ein befristetes Engagement des Anbieters handelt. Dies kann zu einer negativen Erwartungshaltung führen.

Über den Titel kann die angesprochene Schublade bereits umgangen und so eine Stigmatisierung vermieden werden. Statt ein Angebot „Arbeitslosen-Frühstück“ zu nennen, kann ein Name wie „Frühstück für Menschen mit schmalen Geldbeutel“ gewählt werden.

Bei der Auswahl der Titel für die Kurse sollte wie bei der Gestaltung der Flyer mit einfachen Mitteln gearbeitet werden. Bestmöglich sollte die Offenheit bereits über den Namen vermittelt werden.



„In der Werbung muss mitgeteilt werden: Hier sind Menschen wie du, du bist hier nicht alleine.“

Beispiele:

„Von uns – für uns“

„Menschen wie du und ich“

„Fühl dich wohl in deinem Kiez“

Angebotsgestaltung

Schnupperkurse anbieten

Es ist sinnvoll, den Menschen die Möglichkeit zu geben, erst einmal in die Gruppen hinein zu schnuppern und diese auszuprobieren. Viele wissen meist gar nicht, um was es in den Kursen eigentlich geht. So bekommen sie die kostenlose Möglichkeit, die Angebote auszuprobieren, und sie können selbst entscheiden, was ihnen gefällt und was nicht.

Ein breites Angebotsspektrum gestalten

„Jeder bietet etwas Anderes an, wie eine Schachtel Pralinen. Jeder sucht sich aus, was für ihn passt. Das ist, was uns so ausmacht.“

Aus dem Grund, dass man nicht alle mit einer Gruppe erreichen kann, ist es von Vorteil, ein breites Angebot an Kursen und Kursinhalten anzubieten. So kann auf die unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse der (potentiellen) Teilnehmerinnen und Teilnehmer eingegangen werden. Außerdem zeigen die Erfahrungen, dass es sich bewährt hat, die Gruppen für jedes Alter und Geschlecht offen zu halten.



Das Wichtigste in Kürze:

- Erwerbslosen Menschen muss auf gleicher Augenhöhe begegnet werden.
- Es muss mit einer offenen, unvoreingenommenen Haltung auf die Menschen zugegangen werden.
- Vielfältige Ansprachewege, Materialien und Medien müssen genutzt werden, wobei vor allem die persönliche Ansprache gefördert werden sollte.
- Es muss auf eine sensible und bedachte Wortwahl geachtet werden.
- Unterschiedliche Interessen und Bedarfe müssen durch ein breites Angebotsspektrum gedeckt werden.

3.2 Wie können die Menschen zur langfristigen Teilnahme motiviert werden?

Wenn es gelungen ist, erwerbslose Menschen zur Teilnahme an den Angeboten zu bewegen, stellt eine weitere Herausforderung deren langfristige Motivation dar. Hier spielen ähnliche Faktoren eine Rolle wie in der ersten beschriebenen Phase. Den Teilnehmenden muss mit einer wertschätzenden Grundhaltung begegnet werden und unterschiedliche Punkte in der Angebotsgestaltung müssen beachtet werden.

Grundhaltung

Den Menschen auf gleicher Augenhöhe begegnen

„Dass man einfach auch gesehen wird, ist sehr wichtig.“

Den Menschen auf Augenhöhe und mit einer offenen, unvoreingenommenen Haltung zu begegnen, ist in jeder Phase von Bedeutung. Gerade in den Gruppen bietet sich hierzu die optimale Gelegenheit. Viele Teilnehmende kommen möglicherweise bereits mit negativen Vorerfahrungen zu den Angeboten, weshalb es besonders wichtig ist, ihnen diese Vorurteile zu nehmen. Sie müssen



als Menschen wahrgenommen werden und ihnen muss Wertschätzung entgegengebracht werden. Eine Gesprächspartnerin erzählte, dass dies durch gegenseitiges Duzen in ihrem Kurs umgesetzt werde.

Stigmatisierung vermeiden

Auch dieser Punkt spielt durchgehend eine wichtige Rolle. Es gibt viele Klischees bezüglich der Zielgruppe oder, wie in diesem Fall, gegenüber dem Bezirk Marzahn-Hellersdorf. Häufig fehlt eine Identifikation der Menschen mit ihrem Bezirk und den dortigen Einrichtungen. Diese Vorurteile müssen in den Gruppen angesprochen und gemeinsam überwunden werden.

„Das ist das erste Mal seit Langem für viele, dass sie einfach Mensch sein dürfen, ganz ohne Stigma.“

Den Menschen soll, zumindest in den Kursen, der Fokus auf ihre Probleme genommen werden. Sie sollen darin unterstützt werden, von diesen vorhandenen Stigmata wegzukommen. Die Gruppen müssen so aufgebaut und organisiert sein, dass möglichst viel Informationsaustausch stattfinden kann.

Das Ziel von Kursangeboten soll nicht vorrangig beispielsweise die Stärkung des Rückens sein, sondern vielmehr die soziale Integration, die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben, das Zusammenwachsen der Gruppe sowie Vertrauensaufbau zueinander bewirken. Nur so können eine Stärkung der Teilnehmenden und eine intensivere Identifikation mit dem Umfeld und den Einrichtungen stattfinden.

Das Individuum in den Fokus stellen

„Diese gegenseitige Toleranz ausüben und sich erstmal ohne Klischees wahrzunehmen, den Einzelnen zu sehen.“

Neben der Überwindung der Stigmata ist es wichtig, auf die Individuen und ihre individuellen Bedürfnisse und Vorteile, die sich aus der Teilnahme für sie ergeben, einzugehen. Wenn sich jeder auf seine Art in den Prozess einbringen kann, können die Menschen ihre eigenen und gegenseitigen Stärken und Schwächen



kennenlernen und jede/r kann ihren/seinen Beitrag leisten. Die Teilnehmenden lernen aufeinander einzugehen und dadurch kann innerhalb der Gruppen wiederum sehr viel Freude entstehen.

Eine Kursleiterin berichtete davon, dass sie bei neuen Teilnehmenden immer eine Vorstellungsrunde machen. Dadurch werden diese direkt integriert und es kann nach den Interessen und Vorstellungen gefragt werden:

„Es ist wichtig zu hinterfragen.“

Vertrauen aufbauen

Essenziell in den Gruppen ist, dass nicht nur zwischen den Teilnehmenden ein gegenseitiges Vertrauen entsteht, sondern dass auch zu den Kursleitenden Vertrauen aufgebaut wird. Dafür müssen sich diese auch selbst öffnen und von ihren Erfahrungen erzählen. Es ist nicht einfach Vertrauen zu erwecken, weil die Menschen sich oft nicht richtig verstanden fühlen. Sobald jedoch eine Vertrauensebene erreicht worden ist, fängt es an Spaß zu machen.

„Man muss sich auch oft zum Hampelmann machen und sehen, wie weit man sich selbst öffnet, damit die anderen sich auch öffnen. Das ist eine Gratwanderung, was gebe ich preis und wie bleibe ich noch eine Respektperson.“

Wichtige Eigenschaften der Kursleitenden

„Es muss einem ein Herzensbedürfnis sein, mit den Leuten zu arbeiten.“

Von Bedeutung sind des Weiteren grundlegende Eigenschaften der Kursleiter und Kursleiterinnen, die diese mitbringen sollten. Fingerspitzengefühl, Lebenserfahrung und Engagement sind nur einige davon.

Auch die Offenheit für Kritik spielt eine Rolle. Es ist wichtig, dass die Teilnehmenden der Gruppenleitung ihre Grenzen mitteilen dürfen und dass auf diese eingegangen wird. Des Weiteren muss die Kursleiterin oder der Kursleiter auf die unterschiedlichen Charaktere der Teilnehmenden eingehen und damit umgehen können.



„Anfangs findet häufig eine Phase statt, in der man erstmal abschätzt, was wird hier werden; bin ich hier wirklich richtig an der Stelle. Dann folgt oft eine Konfrontations-Phase.“



Der Zeitstrahl verdeutlicht die verschiedenen Phasen, die in den Kursen meist durchlaufen werden. Die Teilnehmenden verhalten sich anfangs eher vorsichtig, bis sie die Situation für sich erschlossen und eingeschätzt haben. Teilweise gehen sie danach auf Konfrontationskurs und fordern die Kursleitung heraus. Die oder der Kursleitende muss wissen damit umzugehen, um auf die Teilnehmenden eingehen zu können. So kann das Interessenspektrum mit der Zeit zusammenwachsen, „vom Frontalunterricht zur Partizipation“ übergegangen werden und eine Vertrauensbasis geschaffen werden.

Angebotsgestaltung

Aufbau der Angebote

In der Angebotsgestaltung spielen verschiedene Faktoren eine Rolle, die beachtet werden sollten. Zum einen ist es wichtig, dass der Spaß im Vordergrund steht und der Leistungsaspekt aus den Gruppen herausgenommen wird. Die Teilnehmenden müssen dort nicht funktionieren und sollen keine Ziele erreichen oder eine bestimmte Leistung erbringen.

„Es geht hier nicht darum, dass man etwas schaffen muss. Es geht darum, Zeit miteinander zu verbringen und was Gutes sich und anderen zu tun.“

Des Weiteren ist es wichtig, nicht nur das Angebotsspektrum breit zu gestalten, sondern auch die Kurse selbst inhaltlich möglichst vielseitig aufzubauen.

„Es hat sich bei uns bewährt, die Themen vielseitig zu gestalten. Man muss auf die individuellen Interessen eingehen. „Jeder alles geht nicht.““



Beispiel:

In einem der Ernährungskurse setzen die Kursleitung und die Teilnehmenden sich zu Beginn jedes Halbjahres zusammen und überlegen gemeinsam, welche Themen sie behandeln wollen. So entsteht eine breite Palette an Themen, die die unterschiedlichen Interessen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer bestmöglich widerspiegeln. Der Kurs selbst ist so gestaltet, dass die Inhalte und Fragen der letzten Wochen zu Anfang jeder Stunde wiederholt werden und die Teilnehmenden am Ende jeweils ein Gedächtnisprotokoll, kombiniert mit Rezepten, mitbekommen. Um weiterhin Nachhaltigkeit zu schaffen, entsteht am Ende des Kurses ein gemeinsames Erinnerungsbuch, in das sich die Teilnehmenden einbringen dürfen und in dem sie als Autorinnen und Autoren aufgeführt werden.

Einbezug der Teilnehmenden

„Der wichtigste Punkt ist diese Identifikation, die dadurch entsteht.“

Die Praxis zeigt, wie wichtig der Einbezug der Teilnehmenden ist. Durch gemeinsam gestaltete Inhalte oder Materialien können die Teilnehmenden sich leichter mit den Gruppen identifizieren, wodurch wiederum ihre Motivation gesteigert werden kann. Außerdem bekommen sie die Möglichkeit, etwas aus eigener Kraft zu schaffen.

„Ab dem Punkt, an dem die Ressourcen zusammengepackt wurden, fing es an richtig gut zu laufen“



Beispiel:

Eines der Forschungsprojekte der ASH wurde partizipativ, das heißt mit direktem Einbezug der Zielgruppe, gestaltet. Die Studierenden entwickelten gemeinsam mit einer kleinen Gruppe erwerbsloser Menschen aus Marzahn einen Kalender mit dem Titel „MEINE GESUNDHEIT, MARZAHN UND ICH“. Dabei konnten die Teilnehmenden entscheiden, welche Gesundheitsthemen sie mitaufnehmen wollen. Der Kalender wurde auf einer Vernissage vorgestellt.

Gemeinschaftsgefühl erzeugen

„Man ist hier wie in einer Familie, keiner muss sich blöd vorkommen.“

Durch den Einbezug der Teilnehmenden können nicht nur gemeinsam Dinge entwickelt werden, man verbringt auch Zeit mit anderen Menschen und kann Gedanken und Erlebnisse teilen. Außerdem können so Ausflüge unternommen werden, die den Einzelpersonen sonst vielleicht nicht möglich wären.

Durch die Kurse konnten auch außerhalb der Gruppen Freundschaften entstehen. Sie haben ein großes Integrationspotential, da man sich auch persönlich darüber austauschen kann, wie es einem geht und was einen zurzeit bewegt.

„Man lernt sich in den Kursen kennen, die Leute nehmen sich gegenseitig auf und unternehmen auch in der Freizeit gemeinsame Sachen.“

Ein wachsender Zusammenhalt zwischen den Personen, eine gegenseitige Unterstützung und ein Gefühl der Gemeinschaft konnten übereinstimmend in den Gruppen beobachtet werden.

„Wenn wir, egal womit, den Leuten etwas geben, wo sie eine Gemeinschaft sein können, wo sie sie selbst sein können, dann ist das eine verdammt wichtige Arbeit.“

Dieses Gemeinschaftsgefühl kann auch durch die Öffnung der Programme verstärkt werden. So entsteht ein noch breiteres Spektrum an Teilnehmenden und



ein gemeinsames Zusammenspiel. Jeder kann sich mit seinen Fähigkeiten einbringen, es können ein generationsübergreifender Wissensaustausch sowie ein konzeptionelles Teilhaben entstehen.

Eine weitere Methode, die bereits erwähnt wurde, ist das Erstellen einer Telefonliste:

„Jeder ist in diesem Moment wichtig und hat seinen Stellenwert und jeder ist dafür zuständig, die Informationen an andere weiterzuleiten. Die Leute entwickeln dadurch, dass sie gebraucht werden, auch einen gewissen Stolz.“

Ressourcenorientierung

Die Ressourcenorientierung meint einerseits den Umgang mit den vorhandenen externen Ressourcen und andererseits die Stärkung der individuellen Ressourcen der Teilnehmenden.

„Die Frage bei Projekten ist immer, was kann man besser oder schlechter machen. Aber es ist auch wichtig zu schauen, was kann man mit den Ressourcen, die man hat, überhaupt machen.“

Es ist zielführend, den Teilnehmenden nahezubringen, wie die vorhandenen Ressourcen bewusst genutzt werden können. Dabei ist auch die Identifikation mit dem eigenen Bezirk ein wichtiger Punkt.

„Es muss eine Selbstverständlichkeit im Umgang mit dem „hier leben“ entstehen, um von diesem Sozialimage wegzukommen.“

Wie bereits erwähnt wurde, bestehen einige Vorurteile gegenüber dem Bezirk Marzahn-Hellersdorf, in dem vorgeblich bildungsferne und mittellose Menschen wohnen. Um von diesen Stigmata Abstand zu nehmen und die Identifikation mit dem Bezirk zu erhöhen, sollten auch dessen Ressourcen herausgestellt und bewusst genutzt werden.



„Es ist ein toll gelegener Bezirk. Es hat hier so viele Grünflächen, was ein großer Vorteil ist.“

Aber nicht nur die Selbstverständlichkeit im Umgang mit dem Umfeld, auch die Selbstverständlichkeit im Umgang mit sich selbst muss gestärkt werden. Das Selbstbewusstsein und das Selbstvertrauen der Menschen können durch solche Kurse positiv beeinflusst werden. Die Konzentration muss auf den bereits vorhandenen Stärken der Teilnehmer und Teilnehmerinnen liegen und an diese muss angeknüpft werden. Wenn die Individuen als Experten und Expertinnen in eigener Sache wahrgenommen werden, können ihr Selbstbewusstsein und ihr Selbstvertrauen durch solche Kurse positiv beeinflusst werden.

„Man hat was erweckt, was sie sonst nicht haben.“

Die Teilnehmenden gehen teilweise viel gestärkter aus den Gruppen hinaus, da sie dort einen Wert bekommen, möglicherweise eigene Erfolge sehen können und ein Bewusstsein und Selbstverständnis entwickeln für:

„Ich kann was, und wenn ich das hier kann, dann kann ich das auch am Arbeitsmarkt.“

In den Kursen konnte beobachtet werden, dass die Teilnehmenden selbstorganisierter werden, eine soziale Verantwortung füreinander entwickeln und gegenseitigen Respekt zeigen. Dadurch macht es letztendlich insgesamt auch mehr Spaß.

Schaffen von Highlights

„Wenn man kulturelle Angebote hätte, die einem sonst aus finanziellen Gründen nicht gegeben sind, könnte man sicherlich auch noch einmal Teilnehmende motivieren.“

Der Punkt, Highlights für die Teilnehmenden zu schaffen, ist ebenso wichtig. Gemeint sind damit beispielsweise Vergünstigungen, auch für größere Veranstaltungen oder Unternehmungen, wie beispielsweise der Besuch eines Thermalbades.



Das Wichtigste in Kürze:

- Die Kursleitenden müssen den Teilnehmenden in den Kursen eine wertschätzende Haltung entgegenbringen und ihnen mit Empathie und Engagement begegnen.
- Die individuellen Stärken und Schwächen der Teilnehmenden müssen erkundet werden, damit sich jeder auf seine Art beteiligen kann.
- Eine umfassende Beteiligung muss über den gesamten Prozess gefördert werden.
- Die individuellen Ressourcen müssen gestärkt werden, damit ein Verständnis mit dem Selbst und dem Umfeld entstehen kann.
- Der Spaß und die Gemeinschaft müssen im Vordergrund stehen.

3.3 Welche Rahmenbedingungen sollten in den Einrichtungen gegeben sein?

Es ist nicht nur wichtig, wie erwerbslose Menschen auf die angebotenen Kurse aufmerksam gemacht, dazu bewegt und langfristig dafür motiviert werden. Es spielt auch eine entscheidende Rolle, welche Bedingungen in den Einrichtungen gegeben sind, in denen die Gruppenaktivitäten stattfinden.

Freundliche Atmosphäre

„Helle, freundliche und saubere Räume, in denen man sich wohlfühlen kann sind ein wichtiger Aspekt. Man muss sich aufmerksam willkommen fühlen.“

Die Erfahrungen zeigen, dass die Atmosphäre, die in den Einrichtungen und in den Kursen herrscht, einen wichtigen Faktor darstellt. Eine freundliche Atmosphäre kann beispielsweise schon dadurch geschaffen werden, dass die Räume mit Blumen geschmückt werden.



Beispiel:

In einem der Ernährungskurse liegen zu Beginn der Stunde bereits Zutaten auf den Tischen.

Die Kursleiterin berichtet, dass die Teilnehmenden so leichter ins Gespräch kommen und Erfahrungen ausgetauscht werden, über die wiederum eine persönlichere Ebene erreicht werden kann.

Kinderbetreuung

„Und dieses Klientel der Alleinerziehenden ist eben auch oft da, warum sollen sie denn dann auch nicht mit aufgenommen werden?!“

Nicht nur die Offenheit den Teilnehmenden, sondern auch ihren Familienangehörigen gegenüber ist ein wichtiges Thema. Ideal wäre eine angebundene Kinderbetreuung in den Einrichtungen.

Aber auch die Mitnahme von Kindern in die Kurse ist durchaus machbar. So können Leute erreicht werden, die sonst keine Möglichkeit hätten teilzunehmen. Es wurde übereinstimmend beobachtet, dass alle Teilnehmenden dafür offen sind, dass Kinder mitgebracht werden und sie sich dabei gegenseitig unterstützen.

Wohnortnähe

Die Rückmeldungen zeigen, dass die Wohnortnähe eine große Rolle für erwerbslose Menschen spielt. Es ist wichtig, dass die Angebote möglichst nah und gut erreichbar sind. Eine zu große Entfernung kann leicht als Hürde empfunden werden.

Sicherheit und Barrierefreiheit

Die Sicherheit und die Barrierefreiheit in den Einrichtungen, aber auch auf dem Weg dorthin, zeigen sich als wichtiger Aspekt. Die Sicherheit in den Räumlichkeiten und barrierefreie Zugänge zu allen Räumen einschließlich der Toiletten sollten eine Selbstverständlichkeit sein.



Von Vorteil ist es außerdem, wenn die Einrichtungen sich an breiten und gut beschilderten Straßen befinden. Für die Teilnehmenden sind auch die Straßenbeleuchtung, die Straßensicherheit und die Freundlichkeit der Straßen von Bedeutung.

Günstige Terminwahl

„Im Dunkeln noch wohin zu gehen und sich noch zu motivieren, das ist schwer. Vor allem wenn die Menschen sowieso schon unter Ängsten leiden.“

Nicht nur aus Sicherheitsgründen, sondern auch aus Gründen der Motivation wird es als vorteilhaft angesehen, die Kurse tagsüber anzubieten. Die Wahl des Tages und der Uhrzeit spielen eine wichtige Rolle, sowohl um Teilnehmende zu gewinnen als auch für deren langfristige Motivation.

- Montage werden als sehr günstig eingeschätzt, da die Motivation zum Wochenstart noch relativ hoch ist.
- Freitage dagegen werden als eher ungünstig angesehen. Freitagvormittage können dabei noch als möglicher Termin gewählt werden, während man Freitagnachmittags niemanden mehr motiviert und vor allem nicht neu mobilisiert bekommt. Freitagnachmittage können sich auch aus religiösen Gründen schwierig gestalten und sollten vermieden werden, um beispielsweise jüdische oder muslimische Teilnehmende nicht von vornherein auszuschließen.

Auch die Uhrzeit sollte mit Bedacht gewählt werden.

- Es hat sich bewährt, die Kurse nicht zu früh anzusetzen. Dementsprechend zeigte sich 11 Uhr vormittags als geeignete Uhrzeit.
- Idealerweise wird die Terminwahl allerdings, insofern dies möglich ist, gemeinsam mit den (potentiell) Teilnehmenden abgesprochen, so dass möglichst viele von ihnen Zeit haben.



Beständigkeit

„Die Leute kommen gerne wieder und sie freuen sich schon darauf. Es ist eine Beständigkeit entstanden.“

Solch eine Beständigkeit durch die Angebote zu schaffen, ist von großer Bedeutung, da viele erwerbslose Menschen diese möglicherweise in ihrem Alltag vermissen. Sie kann dadurch geschaffen werden, dass ein fester Termin gewählt und beibehalten wird.

„Es ist wie ein Leuchtturm, auf was die Leute zuarbeiten und dann sehe ich die Leute wieder.“

Es ist wichtig, die Termine generell nicht ausfallen zu lassen, sondern diese im Notfall zu verschieben. Ausflüge oder Vorträge können nach Möglichkeit auch wiederholt werden. Für die Kursleitenden und die Teilnehmenden ist es wichtig, dass sie planen können.

Beispiel:

In einem Kurs wurde eine Telefonliste erstellt, die dazu dienen soll, sich gegenseitig zu informieren, sollte ein Termin verschoben werden müssen. Dies geschieht entweder durch die Kursleitung oder durch die Teilnehmenden selbst, die dann die Informationen eigenständig weiterleiten. Wenn ein Kurs einmal nicht stattfinden kann, treffen sich die Leute häufig unabhängig. „Dieses gemütliche Beisammensein, jeder wird akzeptiert und sitzt im gleichen Boot.“

Ausstattung

Selbstverständlich ist auch die Ausstattung in den Einrichtungen ein wichtiger Punkt. Ob in Bewegungs- oder Ernährungsangeboten, es müssen ausreichendes Material und eine geeignete Ausstattung vorhanden sein. Diese muss nicht nur sicher sein, sie sollte nach Möglichkeit auch auf dem neuesten Stand sein.



Unterstützung der Kursleitenden

„Die Hauptbedingung ist jedoch der Wille, etwas zu machen! Die Ausstattung bringt überhaupt nichts, wenn man keine Leute hat, die sagen, ‚so wir packen es jetzt einfach‘.“

Diese Aussage zeigt, dass neben der Ausstattung vor allem auch das Auftreten der Kursleitenden von großer Bedeutung ist. Deshalb ist es wichtig, diese kontinuierlich zu begleiten und zu unterstützen.

Das bedeutet zum einen, ihnen ein angemessenes Honorar zu bezahlen und ihnen zum anderen regelmäßige und kostengünstige Weiterbildungsmöglichkeiten anzubieten. So kann nicht nur die Motivation der Gruppenleiter und Gruppenleiterinnen erhalten und gesteigert werden. Sie befinden sich dadurch außerdem auf dem aktuellen Wissensstand und werden weiterhin im Umgang mit der Zielgruppe sensibilisiert.

Kostengünstigkeit und Freiwilligkeit

Gerade für erwerbslose Menschen ist es wichtig, dass die Kurse kostenlos oder kostengünstig angeboten werden. Ein Teilnahmebeitrag könnte leicht eine schwer überwindbare Hürde darstellen.

Auf der anderen Seite gibt es auch die Erfahrung, dass ein kostenloses bzw. zu billiges Angebot nicht genügend wertgeschätzt wird und die Teilnehmenden geneigt sind, nicht kontinuierlich dabei zu bleiben. Deswegen erheben manche Anbieter durchaus einen nicht überhöhten, aber spürbaren Beitrag.

Des Weiteren ist es für die Gesundheitsförderung essenziell, dass die Teilnahme an allen Angeboten und Maßnahmen freiwillig ist.



Das Wichtigste in Kürze:

- In den Gruppen muss eine freundliche Atmosphäre geschaffen werden.
- Die Teilnahme muss durch die Schaffung von Kinderbetreuungsmöglichkeiten, die gegebene Wohnortnähe und das Vorhandensein von sicheren und barrierefreien Räumlichkeiten erleichtert werden.
- Die Termine müssen möglichst günstig gewählt und eine Regelmäßigkeit muss geschaffen werden.
- Der Zugang zu den Gruppen wird durch kostengünstige Angebote und die gegebene Freiwilligkeit vereinfacht.



4. Erprobte Zugangswege aus anderen Projekten

Wie einleitend dargestellt wurde, haben zahlreiche Projekte, die sich speziell an erwerbslose Menschen richten, in den vergangenen Jahren viele unterschiedliche Zugangswege erprobt. Zusätzlich zu den Erfahrungen aus „Gesundheit leben“ sollen in diesem Kapitel weitere Zugangswege aus anderen Projekten vorgestellt werden, die ihren Schwerpunkt ebenfalls auf die Gemeinwesenarbeit gelegt haben.

Im Folgenden werden Ansprachewege beschrieben, die als Ergänzung zu den in Kapitel 3 dargestellten gesehen werden.

Zentrale Einrichtungen

Die Netzwerkarbeit und das Zusammenwirken unterschiedlicher Akteure spielen in den meisten Interventionen eine große Rolle. So werden häufig nicht nur Jobcenter, sondern auch Psychotherapeuten und Psychotherapeutinnen, Beratungsstellen, Selbsthilfeorganisationen, Arztpraxen, städtische Sozialdienste, sozialpädagogische Betreuerinnen und Betreuer und die Kursleitenden als federführende Akteure miteinbezogen, die erwerbslose Menschen direkt in ihrem Lebensumfeld ansprechen können.

Weitere Einrichtungen, die sich in der Lebenswelt der Zielgruppe befinden, helfen ebenfalls dabei, diese auf Angebote aufmerksam zu machen. So sind auch Berufsbildungszentren, Einrichtungen der Jugendhilfe, der Bildungshilfe, der beruflichen Bildung und Ausbildung, Freizeiteinrichtungen, in betreuten Wohn- und Arbeitsstätten Kinder- und Jugendheime oder außerschulische Bildungs- und Sozialarbeit an der Ansprache beteiligt. Auch über Aushänge in den Einrichtungen wird versucht, Teilnehmende auf Gruppen aufmerksam zu machen.

Nicht nur die Kooperation mit vielen unterschiedlichen Einrichtungen ist von Bedeutung, sondern auch deren Austausch untereinander. In einigen Projekten wird die Zusammenarbeit verschiedener Kooperationspartner und die dadurch entstehende Bündelung der Ressourcen als essenzieller Erfolgsfaktor herausgestellt.



Flyer

Flyer und gedruckte Medien werden in fast allen Projekten verwendet, um über Angebote zu informieren. Diese werden meist durch das Jobcenter, häufig aber auch durch andere Akteure verteilt, die sich direkt im Lebensumfeld der Zielgruppe befinden. Ein Projekt nutzt beispielsweise Flyer, Newsletter und auch das Internet, um potentielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer zuerst auf die Gruppen aufmerksam zu machen und sie daraufhin durch geschulte Mitarbeitende im Jobcenter mithilfe der Methode der „Motivierenden Gesprächsführung“ (Motivational Interviewing) näher zu beraten.

Als wichtig hervorgehoben wird auch hier die niedrighschwellige Gestaltung der Flyer, die inhaltlich und gestalterisch auf die Zielgruppe zugeschnitten werden sollten. Dies beinhaltet beispielsweise auch die Erstellung mehrsprachiger Materialien.

Persönliche Ansprache

Erwerbslose Menschen direkt in ihrem Lebensumfeld anzusprechen, hat sich auch in anderen Projekten als erfolgsversprechender Weg bewährt. Einige der Projekte setzen dies über den Einsatz von Streetwork und eine aufsuchende Kontaktaufnahme um. Die Menschen werden direkt vor Ort, beispielsweise in Szenetreffpunkten, angesprochen und über die Chancen und Möglichkeiten der Angebote aufgeklärt, beraten und unterstützt. Dabei wird ebenfalls häufig die „Motivierende Gesprächsführung“ als Methode gewählt. In zwei weiteren Projekten wurden spezielle Gesundheits-Coaches als Multiplikatoren ausgebildet, um die Zielgruppe angemessen und mit einer wertschätzenden Grundhaltung ansprechen zu können.

Informationsveranstaltungen

Auch Informationsveranstaltungen werden in einigen anderen Programmen genutzt. Diese sollten nach einem bereits bestehenden Erstkontakt über die Freiwilligkeit der Angebote aufklären, die Interessen abklären und eine Vertrau-



ensbasis schaffen. Die Veranstaltungen werden teilweise auch kultur- und sprachsensibel ausgerichtet, um auf ein breites Spektrum an erwerbslosen Menschen eingehen zu können. Zudem finden nach erster Kontaktaufnahme auch Vorgespräche mit den Kursleitern und Kursleiterinnen statt, die einem ersten Beschnuppern dienen sollen, so dass sich die Menschen danach selbst für oder gegen eine Teilnahme entscheiden können.

Gutscheine

Ein Projekt verwendet Bildungsgutscheine³, die unter anderem durch das Jobcenter verteilt worden sind, um die Menschen in gesundheitsfördernde Maßnahmen zu vermitteln. Bildungsgutscheine können bei Vorliegen bestimmter Förderungsvoraussetzungen vom Jobcenter ausgegeben werden. Sie dienen der Förderung der beruflichen Weiterbildung, können dementsprechend aber auch gesundheitsfördernde Angebote der Weiterbildungsträger umfassen.

Ein weiteres Projekt benutzt Gutscheine für individuelle Gesundheitsberatungen sowie Präventionskurse, die auf Basis der Einschätzung von Jobcenter Mitarbeitenden ausgegeben werden. Als Ergänzung zu den Gutscheinen wurde außerdem eine Eintrittskarte entwickelt, die für die Teilnehmenden gedacht ist, die nicht direkt an dem Projekt teilnehmen. Sie kann für Angebote verwendet werden, die erst einmal dazu dienen sollen, die gesundheitliche Situation der Einzelnen zu stärken. Die Evaluation dieses Projekts zeigt, dass die Gutscheine auch größtenteils eingelöst werden und sogar weitergehendes Interesse der Teilnehmenden an anderen Angeboten geweckt werden konnte.

³ www3.arbeitsagentur.de/web/content/DE/BuergerinnenUndBuerger/Weiterbildung/Foerdermoeglichkeiten/Bildungsgutschein/Detail/index.htm?dfContentId=L6019022DSTBAI486072



5. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

Um das Gesundheitsrisiko erwerbsloser Menschen zu senken und ihre Wiedereingliederung in den Arbeitsmarkt zu unterstützen, braucht es Gesundheitsförderungsangebote, die direkt in der Lebenswelt der Zielgruppe ansetzen. Entsprechende Angebote gibt es bereits vielfach. Aber an Erwerbslose heranzukommen und sie für die Teilnahme zu gewinnen, stellt häufig einen Stolperstein dar.

Aus diesem Grund untersuchte diese Handreichung, auf Basis der Erfahrungen aus „Gesundheit leben“, wie man erwerbslose Menschen zur Teilnahme an Gesundheitsförderungsangeboten im Stadtteil bewegen und langfristig dazu motivieren kann. Die Erfahrungen zu den Zugangswegen aus „Gesundheit leben“ wurden in Kapitel 3 diskutiert, Kapitel 4 stellte außerdem weitere Zugangswege aus anderen Gesundheitsförderungsprojekten für erwerbslose Menschen vor. Abschließend sollen nun Schlussfolgerungen aus diesen Ergebnissen gezogen und Empfehlungen für zukünftige Projekte formuliert werden.

Den Menschen auf gleicher Augenhöhe begegnen

Es zeigt sich, dass dieser erste Punkt sowohl bei der Ansprache potentieller Teilnehmer und Teilnehmerinnen als auch während der Kursdurchführung essenziell ist. Gemeint ist die grundlegende Haltung, mit der erwerbslosen Menschen begegnet wird. Unabhängig davon, welche Akteure mit ihnen in Kontakt treten – es ist von besonderer Bedeutung, dass mit einer offenen und unvoreingenommenen Einstellung auf die Menschen zugegangen wird. Eine wertschätzende Grundhaltung ist nicht nur wichtig, um den Menschen mögliche Ängste, wie die, stigmatisiert zu werden, zu nehmen. Nur so kann außerdem Vertrauen aufgebaut werden. Hierzu gehört auch die sensible Wortwahl im Kontakt mit den (potentiell) Teilnehmenden.



- ▶ Wählen Sie bei der Ansprache erwerbsloser Menschen Akteure aus, die möglichst nah an der Zielgruppe sind und bei denen bestenfalls bereits eine Kommunikations- und Vertrauensbasis zu dieser besteht. Dies können Betroffene, Kursleitende oder Mitarbeitende in zentralen Einrichtungen wie dem Jobcenter sein.
- ▶ Beziehen Sie Multiplikatoren und Multiplikatorinnen aus dem direkten Lebensumfeld erwerbsloser Menschen in die Ansprache dieser mit ein. Dies können durchaus die Marktfrau, der Bäcker, die Hausärztin oder der Sozialarbeiter sein.
- ▶ Engagieren Sie Kursleiter und Kursleiterinnen, die bereits Erfahrungen mit der Zielgruppe haben. Bestenfalls sind diese den (potentiell) Teilnehmenden bereits bekannt und eine Vertrauensbasis ist bereits geschaffen.
- ▶ Sorgen Sie in den Kursen für eine persönliche Atmosphäre, indem Sie beispielsweise das „Du“ einführen.
- ▶ Zeigen Sie in jeder Situation Ihren Respekt.
- ▶ Bieten Sie Weiterbildungsmöglichkeiten für die Kursleitenden an, damit diese im sensiblen Umgang mit der Zielgruppe kontinuierlich geschult und unterstützt werden und die Qualität stetig gesichert wird.

Nutzen vielfältiger Ansprachewege

Um möglichst viele Personen zu erreichen, müssen möglichst viele Medien und Ansprachewege genutzt werden. Neben der persönlichen Ansprache, auf die im nächsten Punkt näher eingegangen wird, spielen zahlreiche andere Kanäle ebenso eine wichtige Rolle. Mitarbeitende in zentralen Einrichtungen, wie dem Jobcenter, müssen involviert sein und den direkten Kontakt zu ihren Kunden und Kundinnen nutzen. Materialien wie Flyer und Plakate müssen zielgruppengerecht gestaltet sein. Medien wie das Internet und kostenlose Wochenzeitungen sollten genutzt werden, da sie einen relativ niedrighschwelligen Zugang zu den Informationen bieten.



- Sprechen Sie die Zielgruppe über viele unterschiedliche Kanäle an.
- Arbeiten Sie mit möglichst vielen und breit aufgestellten Einrichtungen und Akteuren zusammen, die die Informationen weiterleiten. Dies können Beratungsstellen, Arztpraxen, zentrale Einrichtungen oder Selbsthilforganisationen sein.
- Achten Sie darauf, dass Personen, die den direkten Kontakt zu der Zielgruppe haben, nach Möglichkeit langfristig in den Prozess involviert sind. So kann eine Beständigkeit für die Teilnehmenden aufgebaut werden.
- Nutzen Sie Medien wie Wochenzeitungen, das Internet oder das Radio. Diese sprechen ein breites Publikum an.
- Gestalten Sie die Materialien zielgruppenspezifisch und achten Sie auf ein eher einfaches aber ansprechendes Layout. Die wichtigsten Inhalte müssen transparent gemacht werden.
- Bedenken Sie bei der Gestaltung eine angemessene Wortwahl. Wählen Sie eher Worte wie „erwerbslos“ oder „arbeitssuchend“ statt „arbeitslos“. Eine Stigmatisierung kann bereits durch die Sprache vermieden werden.
- Es ist vorteilhaft, Materialien in mehreren Sprachen zu entwickeln.

Persönliche Ansprache

Die persönliche Ansprache zeigt sich immer wieder als der wichtigste, unerlässliche Weg, um erwerbslose Menschen zur Teilnahme an Angeboten zu bewegen. Durch sie kann ein Kettensystem entstehen und eine breite Streuung der Informationen wird möglich. Vorteilhaft ist, dass auf diese Weise eventuelle Vorurteile geklärt werden können. Erwerbslose Menschen können konkret über die Inhalte der Kurse aufgeklärt werden und es entstehen weniger falsche Erwartungen. Zudem kann die Ansprache direkt an Orten stattfinden, an denen sich die Zielgruppe aufhält – das bedeutet, in den Nachbarschaftseinrichtungen, auf öffentlichen Plätzen, im Jobcenter oder auch auf Veranstaltungen. Die Außenpräsenz spielt eine essenzielle Rolle.



- Involvieren Sie auch hier möglichst viele Akteure, die die Zielgruppe persönlich ansprechen und mit viel Engagement, Wertschätzung und Überzeugungskraft auf diese zugehen.
- Zeigen Sie sich im Außenfeld und präsentieren Sie Ihre Angebote beispielsweise auf öffentlichen, zentralen Plätzen. Eine Idee kann auch das öffentliche Anbieten kostenloser Probestunden sein.
- Organisieren Sie, gemeinsam mit anderen Netzwerkpartnern, Veranstaltungen wie Sommerfeste, auf denen sich erwerblose Menschen in einem größeren Rahmen unbefangen kennenlernen können.

Ressourcenorientierung

In den Kursen selbst ist es wichtig, sich auf die vorhandenen externen sowie individuellen Ressourcen zu konzentrieren. Ein wichtiger Punkt sollte die Identifikation mit dem Umfeld und dem Stadtteil sein. Um von möglichen Stigmata Abstand zu nehmen, müssen dessen Ressourcen erkannt und genutzt werden. In den Gruppen sollten zudem die individuellen Bedürfnisse, Interessen und Stärken der Teilnehmenden in den Fokus gestellt werden.

So können diese lernen, sich auf ihre Art am besten einzubringen und ihr Selbstbewusstsein und Selbstvertrauen können gestärkt werden.

- Konzentrieren Sie sich auf die vorhandenen Ressourcen, nutzen Sie diese bestmöglich und geben Sie den Teilnehmenden so ein Verständnis im Umgang mit gegebenen Ressourcen mit.
- Gehen Sie, wenn möglich, auch „ins Feld“ und erkunden Sie die Nachbarschaft und deren, für die jeweilige Gruppe bedeutsamen, Ressourcen.
- Bieten Sie den Teilnehmenden Möglichkeiten, um ihre Stärken und Schwächen zu erkunden und die ersteren auszubauen.



Einbezug der Teilnehmenden

Eine umfassende Beteiligung muss über den gesamten Prozess gefördert werden. In den Gruppen müssen Möglichkeiten geschaffen werden, damit sich die Teilnehmenden einbringen können. Außerdem sollten die Inhalte zusammen abgestimmt und an den Bedarfen der Zielgruppe orientiert werden. Durch den Miteinbezug der individuellen Ressourcen und Stärken, kann ein konzeptionelles Teilhaben entstehen. So wird nicht nur weiterhin das Selbstbewusstsein der Teilnehmenden gestärkt, auch das Gemeinschaftsgefühl wird gefördert.

- ▶ Stellen Sie die Partizipation in Ihren Kursen in den Vordergrund und beziehen Sie die Teilnehmenden bei jeder Gelegenheit mit ein.
- ▶ Schaffen Sie zusammen mit der Gruppe etwas, womit Sie am Ende ein sichtbares Ergebnis haben, an dem sich alle beteiligt haben. Dies können, wie in diesem Projekt, Erinnerungsbücher oder Kalender sein – der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.
- ▶ Beziehen Sie die Teilnehmenden auch in die Phase der weiteren Ansprache erwerbsloser Menschen mit ein, sofern noch mehr Teilnehmer und Teilnehmerinnen gewonnen werden sollen. Durch die gemeinsame Gestaltung neuer Materialien und die persönliche Ansprache werden nicht nur die Beteiligung und das Gemeinschaftsgefühl innerhalb der Gruppe gestärkt, weitere Erwerbslose können zudem direkt auf Augenhöhe angesprochen werden.

Eckpunkte der Angebotsgestaltung

Bei Betrachtung der Ergebnisse zeigen sich einige Aspekte der Angebotsgestaltung als besonders empfehlenswert. Zum einen ist es wichtig, den Zugang möglichst niedrigschwellig zu gestalten, das bedeutet, die Kurse auf freiwilliger Basis, kostengünstig, wohnortnah und zu geeigneten Terminen anzubieten. Auch die Öffnung der Kurse und die Angliederung einer Kinderbetreuung können Optionen darstellen. Zum anderen sollten die Angebote ein breites Spek-



rum an Interessen abdecken. Des Weiteren sollten die Kursleitenden versuchen, Vertrauen zu den Teilnehmenden aufzubauen. Dafür müssen Sie mit Empathie, Engagement, Kritikoffenheit und Fingerspitzengefühl auf diese eingehen können. Außerdem sollte der Spaß im Vordergrund stehen.

- ▶ Erleichtern Sie erwerbslosen Menschen, durch die oben genannten Aspekte, den Zugang zu den Angeboten.
- ▶ Schaffen Sie Anreize für die Zielgruppe, um an den Gruppen teilzunehmen. Eine Möglichkeit ist das Ausgeben von Bildungsgutscheinen. Auch das Anbieten von Schnupperkursen und die dadurch gegebene Möglichkeit, eigene Interessen auszutesten, ist ein günstiger Weg.
- ▶ Ein weiterer Anreiz kann die Perspektive einer Integration in den Arbeitsmarkt sein. Die Idee, mit Unternehmen zu kooperieren und innerhalb der Gruppen Ausflüge in verschiedene Branchen anzubieten, soll nach Möglichkeit verfolgt werden.
- ▶ Öffnen Sie die Programme bei Interesse, um eine Stigmatisierung zu vermeiden und den Zugang für erwerbslose Menschen so zu erleichtern. Breitere Kompetenzen und Ressourcen können dadurch zusammengekommen werden.
- ▶ Sorgen Sie innerhalb der Kurse für eine angenehme und positive Atmosphäre.
- ▶ Gehen Sie auf die individuellen Bedürfnisse der Teilnehmenden ein und bieten Sie ein breites Angebot an Kursen an.



6. Tipps zum Weiterlesen

- Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge e.V. (Hrsg.) (2016): Empfehlungen des Deutschen Vereins zur gesundheitsbezogenen Ausrichtung der Integration in Arbeit. Berlin. Nachzulesen unter: www.deutscher-verein.de/de/uploads/empfehlungen-stellungnahmen/2016/dv-27-16_gesundheit-integration-arbeit.pdf
- Geiger, Michael (Hrsg.) (2010): Wenn (keine) Arbeit krank macht. Arbeitsheft zu psychischen Folgen der Arbeitslosigkeit und zum Umgang mit den Sinnen. Berlin: Nora Verlag
- Heitmeyer, Wilhelm (Hrsg.) (2010): Deutsche Zustände. Folge 9. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Holleder, Alfons (Hrsg.) (2009): Gesundheit von Arbeitslosen fördern! Ein Handbuch für Wissenschaft und Praxis. Frankfurt/ Main: Fachhochschulverlag
- Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit (2014): Gemeinsam handeln: Gesundheitsförderung bei Arbeitslosen. Eckpunkte zum Vorgehen im kommunalen Rahmen. Nachzulesen unter: www.gesundheitliche-chancengleichheit.de
- Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit (2016): Fachinformation: Arbeitslosigkeit und Gesundheit. Nachzulesen unter: www.gesundheitliche-chancengleichheit.de
- Kooperationsverbund Gesundheitliche Chancengleichheit (2016): Gesundheitsförderung bei Arbeitslosen. Themenblatt des Kooperationsverbundes Gesundheitliche Chancengleichheit. Nachzulesen unter: www.gesundheitliche-chancengleichheit.de/service/meldungen/themenblatt-gesundheitsfoerderung-bei-arbeitslosen



- Kroll, Lars E. & Lampert, Thomas (2012): Arbeitslosigkeit, prekäre Beschäftigung und Gesundheit. Hrsg. Robert Koch-Institut Berlin, GBE-kompakt 1 (3). Nachzulesen unter: www.rki.de/DE/Content/Gesundheitsmonitoring/Gesundheitsberichterstattung/GBEDownloadsK/2012_1_Arbeitslosigkeit_Gesundheit.pdf?__blob=publicationFile
- Medizinischer Dienst des Spitzenverbandes Bund der Krankenkassen (MDS) & GKV-Spitzenverband (2015): Präventionsbericht 2015. Nachzulesen unter: www.gkvspitzenverband.de/media/dokumente/krankenversicherung_1/praevention__selbsthilfe__beratung/praevention/praeventionsbericht/2015_GKV_MDS_Praeventionsbericht.pdf
- Richter, Antje, Wächter, Marcus (2009): Zum Zusammenhang von Nachbarschaft und Gesundheit. Köln: BZgA – Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Nachzulesen unter: www.bzga.de/botmed_60636000.html
- Rogge, Benedikt (2013): Wie uns Arbeitslosigkeit unter die Haut geht. Identitätsprozess und psychische Gesundheit bei Statuswechseln. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft
- World Health Organization (WHO) (1986): Ottawa-Charta zur Gesundheitsförderung. Ottawa, Canada. Nachzulesen unter: www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0006/129534/Ottawa_Charter_G.pdf?ua=1



