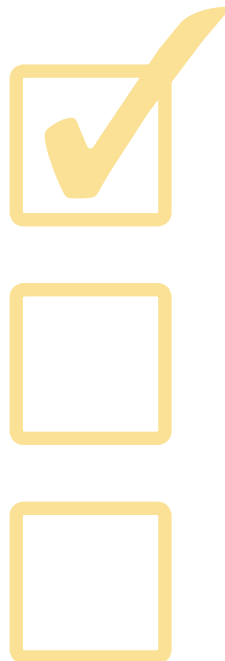


CHECKLISTE

zur Berücksichtigung von „Niedrigschwelligkeit“

Diese Checkliste soll dazu anregen, den bislang weitestgehend breit gefassten Begriff bzw. Handlungsansatz „Niedrigschwelligkeit“ vor Ort adressatenbezogen zu operationalisieren. Die Checkliste kann Praktikerinnen und Praktiker dabei unterstützen, **Aspekte einer niedrigschwelligen Ansprache und Angebotsgestaltung systematisch zu reflektieren**, um ihre Angebote bedarfsgerechter und damit leichter zugänglich zu machen.



AutorInnen: Maren Hilke, Christin M. Jasper, Melina Goebel, Dr. Jörg Kohlscheen
Redaktion: Nina Boos

Unter Mitwirkung von Vertreterinnen und Vertretern der beteiligten Projektkommunen

CHECKLISTE

zur Berücksichtigung von „Niedrigschwelligkeit“

Fachliche Rahmung

Bei den Diskussionen um die Optimierung der Zugangsgestaltung von Angeboten für bislang schlecht erreichte Adressatengruppen sieht man sich unweigerlich mit der Forderung nach mehr „Niedrigschwelligkeit“ konfrontiert. Der Hintergrund für die implizite These, die Schwellen zur Nutzung bestimmter Angebote seien für bestimmte Adressatengruppen zu hoch, ist jedoch nicht immer klar.

Wenn man die Angebotsnutzung aus der Perspektive der Eltern betrachtet, handelt es sich zunächst schlicht um ein Kopplungsproblem: Angebote und Eltern müssen zusammenkommen können. Damit verbunden sind verschiedene, meist selbstverständliche Dinge: Eltern brauchen etwa Informationen über ein Angebot, wichtiger ist aber noch, dass sie eine Idee davon haben sollten, wonach und wo sie suchen können. Neben diesen notwendigen Wissensressourcen müssen Angebote auch organisatorisch nutzbar sein, zum Beispiel zu Uhrzeiten angeboten werden, die zu der Familie passen. Ferner ist es für eine Angebotsnutzung förderlich, wenn sie mit wenig Aufwand und gleichzeitig einem hohen Nutzen verbunden ist (Kohlscheen 2016: 47). Am Aufwand zeigt sich deutlich, wie wichtig das Thema Ressourcen für die Angebotsnutzung ist. Ressourcen wie Zeit, soziale Netzwerke oder Einkommen schaffen und erweitern Handlungsspielräume – fehlen sie, schränken sie in gleicher Weise ein. Mit dieser Erkenntnis gibt es im Prinzip zwei Gestaltungsbereiche auf kommunaler Ebene:

1. Familiäre Ressourcen sind zu stärken, so dass ihre Handlungsspielräume erweitert werden (bspw. über ausreichende Kita- und

OGS-Plätze, familienfreundliche Arbeitgeber usw.).

2. Fehlende familiäre Ressourcen und damit fehlende Handlungsspielräume sind zu kompensieren durch die Senkung von Zugangsschwellen zu Institutionen und Angeboten (bspw. über entsprechende Rahmenbedingungen wie Uhrzeit, Dauer, Kosten usw.).

Das Vorhaben, Angebote niedrigschwellig zu gestalten, stellt also immer auch eine Reaktion auf Ressourcenmangel dar. Niedrigschwelligkeit und Ressourcenmangel sind zwei Seiten derselben Medaille und sollten daher vor Ort entsprechend zusammenhängend diskutiert und bearbeitet werden.

Zu erwähnen ist zudem, dass die Relevanz von „Niedrigschwelligkeit“ für die Entscheidung der Eltern ein Angebot wahrzunehmen, nicht immer gleich hoch ist. Dies zeigt sich beispielsweise, wenn von „Aufwand und Nutzen“ die Rede ist. So müssen immer die Bewertungen der Eltern mitgedacht werden und diese können zuweilen eine eigentümliche Eigenlogik aufweisen. Denn insbesondere elterliche Sinnannahmen, also die Antwort auf das „Warum“ der Angebotsnutzung, können dazu führen, dass Ressourcen (und damit Niedrigschwelligkeit) weniger relevant werden (Kohlscheen 2016: 42). Gleiches gilt, wenn der soziale Druck ein Angebot zu nutzen, recht hoch ist. Dieser kann je nach Milieu unterschiedlich ausfallen, was die hohe soziale Selektivität (Franzke/Schultz 2016: 46ff.) mancher Angebote zu erklären vermag.

Hintergrund zur Produktentwicklung

Auch wenn in der Praxis und im Fachdiskurs unstrittig zu sein scheint, dass mit „Niedrigschwelligkeit“ von Angeboten und Ansprachewegen ein – wenn nicht sogar DER – steuerbare Gestaltungsansatz zu finden ist um die „bislang nicht Erreichten“ zu erreichen, scheint dieser Begriff weder weiter operationalisiert, noch systematisch erfasst oder strategisch vor Ort eingeführt zu sein.

Die Entwicklungsgruppe nahm sich dieser Herausforderung in einem ersten Schritt an. Die Vertreterinnen und Vertreter teilnehmender Kommunen trugen gemeinsam mit der Landeskoordinierungsstelle „Kommunale Präventionsketten NRW“ erfolgreich erprobte Praxisstrategien, die als niedrigschwellig eingestuft werden konnten, zusammen.

Reflektiert und aufbereitet als Checkliste kann diese Praktikerinnen und Praktiker dabei unterstützen, Aspekte einer niedrigschwelligen Ansprache und Angebotsgestaltung systematisch zu reflektieren, um ihre Angebote bedarfsgerechter und damit leichter zugänglich zu machen. Zu beachten ist dabei, dass die Liste vor allem der Reflexion dient und keinen Anspruch auf Vollständigkeit hat.

Die Checkliste soll gleichzeitig eine Anregung für eine vertiefende und differenzierte Diskussion zu diesem Begriff und Handlungsansatz liefern, was vor Ort und auch darüber hinaus weitere wichtige Anregungen für eine qualitative Weiterentwicklung der sozialen Infrastruktur erwarten lassen dürfte.



Impressum:

Landeskoordinierungsstelle „Kommunale Präventionsketten NRW“. Träger der Landeskoordinierungsstelle:
Institut für soziale Arbeit e.V. | Friesenring 40 | 48147 Münster | Geschäftsführender Vorstand: Ilona Heuchel | Stand: 11/2018
Autorinnen: Maren Hilke, Christin M. Jasper, Redaktion: Nina Boos

Mit finanzieller Unterstützung des Landes Nordrhein-Westfalen und des Europäischen Sozialfonds

Anregungen zur Reflektion vor Nutzung der Checkliste

Die folgende Checkliste dient vor allem der Reflexion: Sie hilft dabei sichtbar zu machen, inwieweit ein bestehendes oder geplantes Angebot die Kriterien für Niedrigschwelligkeit bereits erfüllt. Zudem regt sie an darüber nachzudenken, wo ggf. noch Verbesserungspotential hinsichtlich der bedarfsgerechten Zugänglichkeit besteht und welche Veränderungen hierfür nötig sind. Wichtig hier ist aber: nicht alle Punkte der Checkliste müssen erfüllt sein, damit ein Angebot den gewünschten Adressatenkreis erreicht.

Niedrigschwelligkeit bedeutet nicht für jede Familie das Gleiche. Überlegen Sie sich daher vorab, an welche Familien sich das zu überprüfende oder neu zu entwickelnde Angebot im Einzelnen richten soll. Nehmen Sie jede der zu erreichenden Adressatengruppen in den Blick und reflektieren Sie ihre anzunehmenden Zugangsbedarfe - die Ressourcen der zu erreichenden Familien sind dabei ein guter Ausgangspunkt (s. Einleitung zum Instrument).

Beispiel: Wenn beliebte Kurse, die möglichst alle Familien erreichen sollen, meist weit im Voraus durch Familien aus der Ober- und Mittelschicht ausgebucht sind, kann es sinnvoll sein, Plätze für weniger schnelle, finanzstarke und durchsetzungsfähige Eltern freizuhalten und die Vermittlung in die Kurse durch Lotsen (Familienhebammen, Willkommensbesuche etc.) zu forcieren. Das heißt, die soziale Distinktion - die soziale Zusammensetzung

Und soll sich das Angebot an alle Familien oder an eine bestimmte Zielgruppe richten? Streben Sie eine heterogene Zusammensetzung an, sollten Sie festlegen wessen Zugangsbedarfe Sie als „Messlatte“ anlegen wollen und sich gleichzeitig fragen, ob diese für andere wiederum ausgrenzend wirken könnten. Besteht das Angebot bereits, geht damit die Frage einher, ob die Teilnehmenden derzeit eine homogene oder heterogene Gruppe bilden, warum das so ist und ob daran etwas geändert werden sollte oder nicht (s. Beispielkasten). An dieser Stelle soll keine Antwort auf die Frage, ob homogene oder heterogene Gruppen wünschenswert sind, gegeben werden, da beides abhängig vom

jeweiligen Angebot Vor- und Nachteile mit sich bringen kann. Dennoch sollte diese Frage in Ihren Überlegungen Beachtung finden.

Auf Grundlage des konzeptionellen Hintergrundes und der zu adressierenden Gruppen kann reflektiert werden, was unter Niedrigschwelligkeit für das ausgewählte Angebot verstanden wird. Eine Schärfung dieses Verständnisses kann dann noch einmal vor dem Hintergrund des tatsächlichen Umsetzungskontextes erfolgen.

So ist es für Angebote die in bestimmten Stadtteilen vorgehalten werden als Einstieg sinnvoll, sich zunächst mit dem Sozialraum, in dem das Angebot stattfindet, auseinanderzusetzen: Wer lebt im Sozialraum? Wer sind meine Zielgruppen? Wie ist die Infrastruktur im Sozialraum, welche Institutionen, Angebote und Akteure gibt es bereits und wie werden die bestehenden Angebote angenommen? Hierfür ist es sinnvoll, mit

zung des Angebots, die eine soziale Selektion der Nutzer mit der Wertung „Das ist nichts für mich!“ bewirkt – kann aufgebrochen werden. Dies muss aber nicht sinnvoll sein, denn eine homogene Teilnehmerzusammensetzung kann andererseits die Gesprächsatmosphäre positiv beeinflussen (→Sich-verstanden-fühlen, weniger Konkurrenz und Leistungsdruck).



denjenigen, die im jeweiligen Stadtviertel leben und sich auskennen, zu sprechen. Dazu gehören z.B. Fachkräfte, Ehrenamtliche und Familien. Diese Auseinandersetzung trägt dazu bei, eine Entscheidung zu treffen, für wen die Angebote niedrigschwellig gestaltet werden sollten und was den Bedarfen der Familien im jeweiligen Sozialraum entspricht.

Nachdem Sie diese grundlegenden Vorüberlegungen angestellt haben, können Sie anhand der folgenden Checkliste die Angebote sowohl im Hinblick auf die Niedrigschwelligkeit bei der Ansprache und Kommunikation als auch bei der Angebotsgestaltung reflektieren.

Checkliste

1. Ansprache und Kommunikation

- Es wird eine leichte Sprache verwendet.
- Das Informationsmaterial ist in verschiedene Sprachen übersetzt.
- Die Informationen sind auch über neue Medien und soziale Netzwerke verfügbar.
- Es werden aktive Eltern, u.a. bei der Weitergabe von Infos über Angebote, eingebunden.
- Wenn die Teilnehmer kein oder nur wenig Deutsch sprechen: Ansprache und Angebote werden von Dolmetschern begleitet.
- Es besteht eine angenehme Gesprächsatmosphäre in vertrauter Umgebung.
- Den Familien sind die Ziele klar. Sie werden darüber informiert und in den Prozess mit eingebunden.
- Die Ansprache ist wertschätzend/ wertneutral, stigmatisierungsfrei und vertrauenswürdig.
- Es besteht Offenheit für neue Themen.
- Fachkräfte verschiedener Bereiche sind untereinander vernetzt. Informationen werden auch in andere Angebote weitergegeben.
- Stigmatisierende, defizitorientierte Titel werden vermieden.
- Das Informationsmaterial ist sensibel gestaltet. So sind auf Flyern, die sich an Alleinerziehende richten, z.B. keine Fotos eines Elternpaares abgebildet.
- Es gibt kein kompliziertes Anmeldeverfahren.

- Es gibt graduelle Einstiegsangebote, die das Aufbauen von Vertrauen unterstützen.

Beispiele für graduelle Einstiegsangebote sind:

- Offene, unverbindliche Veranstaltungen, die eine Begegnung frei von Erwartungshaltungen ermöglichen.
- Veranstaltungen wie (interkulturelle) Stadtteilfeste/ gemeinsames Kochen, die ein erstes Kennenlernen und einen ungezwungenen Austausch ermöglichen.
- Angebote, wie z.B. Elterncafés, bei denen die Beratung eher nebenher stattfindet, bauen Hemmschwellen ab.
- Angebot für Eltern mit Kindern:
 - selektiert nicht durch die Anforderung großer Vorkenntnisse.
 - setzt auf Ressourcen, nicht Defizite.
 - baut Vertrauen zwischen Fachkräften und Eltern auf (ohne belasteten Anlass).
 - stärkt das Netzwerk der Eltern untereinander.
 - ermöglicht ein Miteinander ohne sprachliche Hürden.
- Anreiz für den Besuch einer Einrichtung ohne Wahrnehmung eines Angebots wie bspw. über eine unbürokratische Kinderbetreuung z.B. im Falle eines Arzttermins. Dadurch gibt es einen Anlass, die Einrichtung ohne weitere Verpflichtungen aufzusuchen.



2. Angebotsgestaltung

- Das Angebot ist gut erreichbar.
 - Es ist im Stadtteil verortet.
 - Man kann es idealerweise fußläufig aufsuchen.
 - Mit dem Aufsuchen des Angebots sind keine Kosten (wie bspw. für ein Busticket) verbunden.
- Das Angebot findet an einem vertrauten Ort statt.
- Das Angebot richtet sich zeitlich nach den Möglichkeiten zur Teilnahme der Zielgruppe.
- Das Angebot ist kostenlos.
- Die Familien müssen für die Kostenübernahme nicht selbst einen Antrag stellen oder erhalten hierbei Hilfe.

Falls das Angebot nicht kostenlos ist: Welche Finanzierungsmöglichkeiten gibt es?

- Ist eine Vollfinanzierung des Angebots über ESF-Mittel möglich, sodass keine Teilnehmerbeiträge nötig sind?
- Können die Kosten für ein bestimmtes Angebot in der Kommune ungleich verteilt werden (z.B. kostenpflichtige Kurse in Vierteln mit weniger einkommensschwachen Familien, kostenlose Kurse in Vierteln mit hoher Armut)?
- Können Gutscheine, z.B. für Erziehungskurse oder Bildungsangebote, eine Möglichkeit sein, den Familien eine kostenlose Teilnahme bei gleichzeitiger Wahlfreiheit zu ermöglichen?



- Das Angebot ist unverbindlich und die Teilnahme flexibel gestaltbar.
- Das Angebot hat einen erkennbaren Mehrwert für die Eltern. Es unterstützt die Teilnehmenden möglichst vielfältig bspw. in Bezug auf unterschiedliche Belastungslagen (z.B. Verbindung von Elternbildung mit Entspannungsangebot → Erhöhung des Mehrwerts).
- Es wird eine Kinderbetreuung angeboten.
- Eine Teilnahme ist ohne größeren Aufwand möglich. Die Eltern können „einfach vorbeikommen“ und müssen sich nicht vorab telefonisch oder schriftlich anmelden.
- Kulturelle Hintergründe werden berücksichtigt.
- Das Angebot bietet für die Teilnehmenden die Möglichkeit, ihre persönlichen Fähigkeiten und Stärken einzubringen.