

„Paris Hilton der Basisbildung“
Ein Appell zu neuen Worten und Wegen
Marion Döbert

Vortrag im Rahmen der Tagung Zukunft Basisbildung: Nachhaltigkeit
Der achtsame Umgang mit Menschen, der Natur und den Dingen
Linz 2011, 19./ 20.05.2011

Sehr geehrte Damen und Herren,

Robert Clergerie aus Frankreich ist Schuhproduzent für Luxuschuhe. Bis zu seinem Ruhestand lief das Geschäft glänzend. Ab dann ging es bergab. Clergerie kehrte zurück, und es ging wieder bergauf. Was ist das Rezept dieses Geschäftserfolges? Es sind die „ambassadrices de renom“. Clergerie nutzt das Renommée berühmter Frauen als Botschafterinnen, die seine Schuhe tragen: dazu gehören Carla Bruni-Sarkozy, die Schauspielerin Marion Cotillard oder auch Michelle Obama (vgl. Ecoute 2011, S.6).

Die Botschaft ist nicht der Schuh. Die Botschaft ist Berühmtheit, Schönheit, Talent, Attraktivität und Erfolg. La vie en rose! Wer die Schuhe trägt, hat teil daran. Unbewusst, denn so funktioniert Werbung.

Menschen wollen Idole oder Vorbilder, denn sie verkörpern die eigenen Träume und Sehnsüchte. Sie sind Symbole für das, was man selber erreichen oder schaffen will, sie verkörpern Ideale, sind Bilder dafür, wie man selber gerne aussehen, sein oder leben möchte. Sie können aber auch Projektionsflächen für das sein, was man sich selber verbietet oder sich nie trauen würde.

Stars, die mit großer Kontinuität immer wieder in den Medien präsentiert werden (und werden müssen), sind als Idole besonders gut geeignet.

Paris Hilton ist eines der besten Beispiele für ein Idol, das zu vielen Projektionen passt. Betitelt wird sie in den diversen Medien als:

Sängerin

Fotomodell

Partyluder

Buchautorin

Hotelerbin

Hundevernarrtes Glamourgirl

Unternehmerin

It-Girl,

Werbe-Ikone usw.

Phantastische Begegnungen und Erfolge sind ihr offenbar zu eigen

(vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Paris_Hilton):

- sie verlobt sich mit einem griechischen Multimilliardärssohn
- ist Stargast beim Wiener Opernball
- spielt in zahlreichen Filmen Haupt- und Nebenrollen
- entwickelt ein eigenes Mode- und Schmucklabel
- sie ist erfolgreiche Parfumcréatrice
- sie versteigert sich selbst: Ein Fan zahlt 200.000 US-Dollar für einen Sylvesterabend mit ihr, Geld, das sie für die Opfer des Hurrikan Katrina spendet
- sie betreibt das Merchandising mit ihrem Lieblingsspruch „That´s hot“, den sie markenrechtlich schützen lässt
- sie gründet ein eigenes Plattenlabel
- sie wird ausgezeichnet für „Best Overall Marketing Campaign – Individual Project“
- sie verdient Unmengen Geld und
- nicht zuletzt: Sie sieht sexy aus.

(vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Paris_Hilton)

Was, meine Damen und Herren, will man denn mehr? Nur einer von diesen Erfolgen würde manch einem Bewunderer ja schon reichen. Dabei muss man Paris Hilton selbst gar nicht bewundern, um ihre Geschichten zu verfolgen. Das würde hier in diesem Raum sicher auch niemand wirklich zugeben. Denn Paris Hilton bedient ja auch die Negativrollen:

Polizeifotos, Trunkenheitsfahrten, Führerscheinentzug, wiederholtes Fahren ohne Fahrerlaubnis, Gefängnisstrafe, Auszeichnungen als schlechteste Filmdarstellerin, als schlechtest gekleidete Prominente, als dümmste Frau des Jahres usw.

(vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Paris_Hilton)

Man muss Paris Hilton nicht mögen, aber der Mythos funktioniert, ein Mythos, der sicher kräftig durch die Medien mit entwickelt wird, ein Mythos, der die Träume und Wünsche vieler Menschen bedient. Paris Hilton ist Emotion, Erfolgsstory, Glamour, Illusion, und zugleich ist sie gut für Empörungen. Paris Hilton ist Adrenalin; im Positiven wie im Negativen.

Und dann: Basisbildung und Nachhaltigkeit! Welche emotionalen Aufwühlungen, welche Begeisterungen, welche Impulse oder (wenigstens) welche Neugier werden durch diese Worte ausgelöst? Keine!

Die meisten Menschen wissen gar nicht, um was es geht. Und warum sollte man sich auch für solche sperrigen Begriffe interessieren, die an Schule erinnern und unverständlich bleiben. Unsere Worte, meine Damen und Herren, sind Abstrakta ohne jede Verheißung.

Dagegen:

„Paula Abdul, *charmante* Sängerin..“

„Cameron Diaz, *umschwärmte* US-Schauspielerin..“

„Kate Moss, *umtriebiger* Topmodell..“

„Katy Perry, *dynamische* Sängerin..“

(vgl. NW, 10.05. 2011)

Charmant, umschwärmt, umtriebig, dynamisch. Da lebt was. Da ist Bewegung in den Worten. Da passiert zumindest etwas.

Unsere Worte sind:

- Funktionaler Analphabetismus
- Bildungsbenachteiligung
- Armutslebenslagen
- Langzeitarbeitslosigkeit
- Fachkräftemangel
- Bildungsdefizit
- und – fast schon wachrüttelnd – der PISA-Schock.

Das ist auch richtig so. Wir brauchen keine Glamourworte für negative Zustände und für den unwürdigen Ausschluss von Menschen aus der Gesellschaft. Jedenfalls nicht, wenn wir fachlich und politisch diskutieren und nach Auswegen suchen. Nicht, wenn wir im Inner-Circle tagen und uns fortbilden. Wir brauchen unsere Fachbegriffe. Aber in unserem Bemühen, Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit für unsere Themen zu sensibilisieren und zu begeistern, sind sie unbrauchbar.

Genau an dieser Stelle müssen wir neue Worte und Wege finden. Nicht für die interne Kommunikation, aber für die externe, für die Öffentlichkeitsarbeit, die Werbung, die Akquise von Geld. Wir müssen andere Worte und Wege wählen, denn mit unseren bisherigen Aktivitäten sind wir kaum oder viel zu wenig von der Stelle gekommen.

Deshalb passt auch der Begriff der Nachhaltigkeit noch nicht – wenn überhaupt – zur Basisbildung.

Ein Wort wie Nachhaltigkeit existiert weder in der Welt der Stars noch in der des Alltagsmenschen; abgesehen von der *nachhaltigen* Feuchtigkeitspflege für die reifere Haut.

Vermutlich kennen auch viele von uns die Bedeutung des Wortes nicht, was aber nicht schlimm ist, denn es ist ein Wort der großen Entwürfe und der berechtigten, großen Ansprüche in Wirtschaft und Politik, in der Ökologie, in sozialethischen Debatten, in Foren zum Klimaschutz und Artenerhalt, ein Begriff der globalen Zukunftsvisionen, der Weltkommissionen und der Millenniumsziele.

Für unsere winzig kleine Basisbildung ist dieser Begriff (noch) viel zu groß. Wenn wir Nachhaltigkeit in der Basisbildung diskutieren, dann tun wir so als gäbe es sie bereits:

- als gäbe es den Wald Basisbildung, den es immer wieder aufzuforsten gilt oder
- als gäbe es das Unternehmen Basisbildung, dessen Zukunftsfähigkeit gesichert werden muss
- als gäbe es so etwas wie das Kerngeschäft Basisbildung, in dessen Genuss auch zukünftige Generationen kommen sollen. Wobei ich unter Kerngeschäft eine politische Literacy-Strategie in Verbindung mit einer Versorgungsinfrastruktur (also gesicherte Lernangebote) verstehe.

Am letzten Dienstag habe ich Akten, Dokumente, Disketten und Fotos zu 30 Jahren Lobbyarbeit an das Archiv – an das Projekt! – Archiv für Alphabetisierung und Grundbildung in Deutschland übergeben. 30 Jahre Revue passieren zu lassen mit Vorträgen, Publikationen, Tagungen, Podiumsdiskussionen, Forderungen, Anfragen, Projektanträgen und Kampagnen, und dann feststellen zu müssen, dass *heutige* Notwendigkeiten und Forderungen in der Grundbildung nur Dubletten von *früheren* sind, das zeigt, dass wir mit den bisherigen Worten und Wegen

nicht wirklich von der Stelle kommen. So fand ich beim Revuepassieren ein Schreiben. Zitat:

„In der diesjährigen 42. Mitgliederversammlung des Landesverbandes der Volkshochschulen... wurde am Dienstag..von der Landesregierung die finanzielle Förderung der Alphabetisierungsarbeit..gefordert. Die Vertreter der kommunalen Volkshochschulen stellten in einer Resolution.. fest, dass die vielfältigen Aufgaben innerhalb der Alphabetisierung ..von arbeitslosen Pädagogen auf Honorarbasis getragen werden...Der Landesverband fordert deshalb von der Landesregierung die Finanzierung zusätzlicher unbefristeter Stellen für pädagogische Mitarbeiter für Unterrichtsaufgaben und koordinierende, beratende und betreuende Funktionen.“

Diese Forderung stammt aus einer Pressemitteilung des LV der VHS von NRW, Nr. 12 vom 01.12.1987!

Ein anderes Papier, fast schon vergilbt mit einer rostigen Büroklammer versehen, die der Archivar sofort entsetzt abzog – denn rostige Büroklammern sind das Schlimmste für den nachhaltigen Erhalt von Dokumenten-, ist eine „Entschließung zur Beseitigung des Analphabetismus in den Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft“.

Das Europäische Parlament „...fordert die europäischen, nationalen, regionalen und lokalen Institutionen auf, ihre menschlichen und finanziellen Ressourcen zu mobilisieren, um der Bevölkerung der Europäischen Gemeinschaften die Wahrnehmung eines ihrer Grundrechte zu garantieren, nämlich das Recht auf Bildung und Gewährleistung eines Mindestwissens;“ (Deutscher Bundestag 1993, Drucksache 12/4976, S. 3)

und zwar

„...in der Erwägung, dass der Staat die Aufgabe hat, das Bildungswesen so zu organisieren, dass die Belange spezifischer Gruppen mit Entwicklungs- und Bildungsrückständen Berücksichtigung finden, weshalb neben regulären Unterrichtsformen auch Spezialkurse einzurichten und zu finanzieren sind.“ (Deutscher Bundestag 1993, Drucksache 12/4976, S.3)

Und weiter heißt es:

Das Europäische Parlament „fordert den Rat und die Mitgliedsstaaten auf, in diesem Bereich (Beseitigung des Analphabetismus, MD) und für jeden Mitgliedsstaat die Kompetenzverteilung zwischen den Ministerien (Ministerium für soziale Angelegenheiten, Bildungsministerium, Ministerium für Ausbildung usw.) klarer festzulegen und für eine wirksamere Zusammenarbeit als bisher zu sorgen.“ (Deutscher Bundestag 1993, Drucksache 12/4976, S.3)

Die EntschlieÙung findet sich in der Drucksache Nr. 12 des Deutschen Bundestages aus dem Jahr 1993. Und dabei nimmt die EntschlieÙung Bezug auf vorangegangene EntschlieÙungen, beginnend in 1982, über alle Jahre durchgehend, Jahr für Jahr EntschlieÙungen bis 1992.

Im historischen Fortgang folgen dann:

- die Bernburger Thesen von 2003 (s.u.)
- Forderungen auf Weltalphabetisierungstagen, Fachtagungen und in Publikationen (z.B. in „Sozialintegrative Alphabetisierungsarbeit. Bildungs- und sozialpolitische sowie fachliche Herausforderungen“, s.u.)
- Forderungen aus BMBF geförderten Projekten wie z.B. die Abschlusserklärung an die Politik von PROFESS in 2010
<http://www.profess-projekt.de/aktuelles/news/news-anzeigen/article/52.html>
- Forderungen des Bundesverbandes Alphabetisierung und Grundbildung zu den Perspektiven von Alphabetisierung und Grundbildung in Deutschland in 2011 (www.alphabetisierung.de)
- und - ebenso aktuell - die Wiesbadener Erklärung des Deutschen Volkshochschulverbandes vom 02. März 2011
(http://www.wiesbaden.de/medien/dokumente/leben/bildung/alphabetisierung_3.pdf.)

Wir haben eine klare historische Kontinuität in den Forderungen dessen, was wir (überwiegend) immer noch nicht haben. Und das seit den 1980er Jahren.

Was, meine Damen und Herren, wollen wir denn nachhaltig sichern? Die Forderungen, die seit drei Jahrzehnten nahezu identisch sind?

Und doch gibt es Säulen, die Bestandteile eines Kerngeschäfts sind:

Die Volkshochschulen, die vielerorts seit 30 Jahren Alphabetisierungskurse anbieten, und die VHS-Verbände auf Landes- und Bundesebene, die für eben diese Lernangebote Lobbyarbeit betreiben. Diese Kontinuität war aber nur möglich durch Institutionalisierung. Nur da, wo finanziell abgesicherte Institute mit fest angestelltem Personal – zumindest im Bereich der Planung, Beratung und Lobbyarbeit – für die Lernangebote zuständig waren und sind, konnten die Lernangebote über so lange Zeiträume vorgehalten werden, aber das bei weitem nicht überall in Deutschland und das nur als ein Patchwork aus 16 verschiedenen Ländervarianten und mit ganz verschiedener kommunaler Unterstützung oder auch Nicht-Unterstützung. Ein echtes Kerngeschäft ist so etwas nicht.

Da, wo die Basisbildung allein auf Projektfüße gestellt wird, mit ständiger Mitarbeiterfluktuation und mit Kurzzzeitetats, da kann niemals ein stabiles Kerngeschäft entstehen. Im Gegenteil, gewachsene Strukturen – wie z.B. Lernangebote – brechen relativ schnell zusammen, wenn sie plötzlich in Projektform (z.B. über ESF-Förderung) weitergeführt werden sollen.

Es gibt echte Feinde und echte Freunde von Qualität und Nachhaltigkeit in der Basisbildung. Das zeigt die Studie „International Adult Literacy Policies“, die von der irischen Nationalagentur „National Adult Literacy Agency“ (NALA) dem britischen Forschungsinstitut National Research and Development Centre for Adult Literacy and Numeracy (NRDC) in Auftrag gegeben wurde, um internationale Grundbildungspolitik verschiedener

Länder auszuwerten und daraus Empfehlungen für die irische Literacy-Politik herauszuarbeiten. Die Studie wurde im März 2011 veröffentlicht.

Demnach gibt es stabile und nachhaltige Basisbildung nur durch langfristig angelegte, kohärente politische Strategien und eine geregelte Angebotsversorgung im Land. Gut funktioniert es, wenn nationale Ziele und eine nationale Koordinierungsstruktur für Basisbildung aufgestellt werden und wenn der Fokus nicht nur auf *einem* gesellschaftlichen Handlungsfeld liegt.

Sobald nur ein Aspekt von Basisbildung z.B. Arbeit und Ökonomie besonders betont und gefördert wird, schwächt das die anderen Bereiche wie „Grundbildung und Gesundheit“, „Grundbildung und Kriminalitätsprävention“, „Family Literacy“, „Grundbildung zur Förderung von Politikbeteiligung und sozialer Kohäsion“.

Die drei ärgsten Feinde von Qualität und Nachhaltigkeit sind short-term-policy, short-term literacy und short-term evaluation.

So gab es z.B. 1991 in Australien ein politisches Programm „The Australian Language and Literacy Policy (ALLP) (vgl. im Folgenden: NALA, 2011, S.15 f).

Es wurden nationale Ziele und eine nationale Koordinierungsstruktur für Basisbildung aufgestellt. Dabei standen soziale Gerechtigkeit und Entfaltung persönlicher Ressourcen an oberster Stelle der Ziele.

1996 kam es dann zu einem Regierungswechsel und damit auch zu einem policy shift in der Bildungspolitik.

Die ALLP-Strukturen, die fünf Jahre lang aufgebaut und etabliert waren, wurden durch die konservative Nationalregierung aufgelöst. Die begonnenen Aktivitäten wie das nationale Berichtssystem zu Literacy oder die nationale Forschungsstrategie konnten nicht mehr weitergeführt

werden. Seitdem entwickeln die diversen australischen Staaten und Territorien ihre jeweils eigenen Strategien und Aktivitäten.

Dieser Rückschritt ist aus Expertensicht darauf zurückzuführen:

- dass es keine kohärente Nationale Literacy Politik mehr gibt (nur noch bei arbeitsplatzbezogenen Programmen und die sind eher auf Kurzfristigkeit angelegt)
„...the country now found itself without any coherent national adult literacy policy..“ (NALA,2011, S. 20) und
- dass die Konzentration auf die ökonomischen Vorteile und damit auf „Vocational Educational Training“ (VET) die politische Planung und Umsetzung von Basisbildung mit anderen Zielsetzungen wie gesellschaftliche Partizipation und soziale Gerechtigkeit in den Hintergrund gerückt hat. Damit war die Luft raus.
„Balatti et al (2006) argue that Australia ´s focus on the potential economic benefits of literacy training have weakened literacy policy and provision in the country through neglect of other achievable objectives, particularly with regard to social capital-related outcomes such as social engagement and civic participation.“ (NALA 2011, S. 20)

Auch der Blick auf weitere Länder in der NALA-Studie zeigt, dass Qualität und Nachhaltigkeit von Basisbildung nicht ohne kohärente nationale Politik gesichert werden können.

Man braucht:

- eine kohärente Strategie
- Zuständigkeiten
- Geld
- Koordination

- Institutionelle Einbindung
- Professionalität

In Deutschland sind wir an dieser Stelle – alleine aufgrund des Föderalismus, wegen der short-term policy und des „Projektionismus“ nicht wesentlich weitergekommen, vor allem was den Bereich der Grundbildungsangebote angeht. Was passiert mit all den in Projekten mühsam erarbeiteten Netzwerken, Handreichungen, Unterrichtsmaterialien, Fortbildungsmodulen, Medienspots u.a., wenn die Ergebnisse nicht institutionell verankert werden? Dann gehen diese Fortschritte immer wieder unter.

Beispiel Kanada (vgl. NALA 2011, S. 23 f). Das Land hat sich hervorragend profiliert im Bereich der Literacy-Forschung, aber es hat keine kohärente politische Strategie zur Literacy-Praxis, was mit der föderalen Struktur des Landes zu tun hat. Auf der Ebene der Provinzen ist die Basisbildung projektbasiert angelegt oder von Spenden abhängig. Die Unterrichtenden arbeiten oft ehrenamtlich und eher gering qualifiziert in Kurzzeitprojekten, denn die Projektförderungspolitik ist auf Kurzfristigkeit angelegt. Bestehende Projekte werden nach dem Auslaufen nicht weiter finanziert. Nur neue Projekte werden gefördert. Dies basiert auf der Theorie, dass gute Projekte durch andere Fondquellen weiterfinanziert werden könnten. Dadurch sind die Projektmitarbeiter schon während der ersten Förderung mit einem Großteil ihrer Arbeitszeit damit befasst, sich Sorgen um ihre weitere Arbeit zu machen, Förderanträge an alle möglichen Träger zu schreiben, Zeit, die von ihrer eigentlichen Arbeit, dem Unterricht abgeht. Da mit Grundbildungskursen aber keine Gewinne erzielt werden können, ist es eine Illusion zu glauben, dass gute Unterrichtsprojekte durch andere Quellen weiterfinanziert würden (vgl. NALA 2011, S. 23).

Qualität und Nachhaltigkeit können nur durch öffentliche Kernförderung erreicht werden. Projekte sind belebende Moleküle für dieses Kerngeschäft, und ihre Ergebnisse können dann nachhaltig wirken, wenn sie in das Kerngeschäft integriert oder zu einem neuen, eigenen Kerngeschäft werden.

Das bedeutet also, dass wir weiterhin politische Lobbyarbeit betreiben müssen. Das bedeutet aber auch, dass wir neue Worte und Wege erschließen müssen, damit es anders, besser und schneller vorangeht, damit man die Basisbildung endlich so richtig bemerkt!

Vielleicht sollten wir etwas schriller, bunter, auffallender, aufregender werden. Nicht gleich so wie Paris Hilton oder Lady Gaga, aber genauso professionell.

Genau daran fehlt es bislang. Wir verkennen als Pädagogen oft unsere Grenzen, und verzichten daher viel zu sehr auf Profis. Öffentlichkeitsarbeit, Fundraising, Werbung, das müssen Leute machen, die dies gelernt haben, die wissen, dass die Botschaft Liebe, Erfolg, Schönheit, Begehren, Glück enthalten muss und die auch genau wissen wie man die Botschaft überbringt.

Wir brauchen neue Botschaften und neue Botschafter, Zugpferde, Menschen mit Charisma!

Wir brauchen Vorbildpersonen, anerkannte Idole, so wie die einflussreiche und beliebte Prinzessin Laurentien, die in den Niederlanden die halbe Wirtschaft aufgewirbelt und für die Grundbildung ins Boot geholt hat und die inzwischen als Vorsitzende der europäischen „High-level Expert Group on Literacy“ Politik top down berät.

Wir brauchen neue Orte und Umgebungen. So wie bei den Literarischen Soirées im Fünf-Sterne Hotel Concorde in Berlin, bei denen berühmte Schauspielerinnen und Schauspieler nicht nur literarische Texte in den Suiten vorlasen, sondern auch – die Texte von Lernerinnen und Lernern aus Alphabetisierungskursen und die dort mit eben diesen zusammengetroffen sind.

Wir brauchen neue Räume so wie die Fußballstadien, in denen das Fan-Projekt zusammen mit den lokalen Akteuren auf dem Rasen stand. 30.000 Menschen hier, Zehntausende da und das durch die ganze Bundesrepublik. Profis könnten daraus auch ein Fund-Raising machen.

Wir brauchen professionelle Filme und Kampagnen, so wie damals die Spots der Werbeagentur Grey. Zu keiner Zeit waren das Thema Grundbildung, der Bundesverband Alphabetisierung und das Alfa-Telefon in Deutschland so bekannt wie zu der Zeit, als die Spots ausgesendet wurden. Und nur wer bekannt ist, wer kompetent auftritt, wer Renommée hat und begeistert, der bekommt auch Geber und Unterstützer, im Politischen wie im Wirtschaftlichen. Und nur so wird Basisbildung ein öffentliches Thema, wenigstens ein bisschen berühmt.

Meine Damen und Herren, es muss ja kein Parfumlablel werden – etwa BB Jour/ BB Nuit –, aber abgucken bei Paris Hilton und Robert Clergerie, das kann auf keinen Fall schaden!

Verweise/ Quellen:

- Archiv und Dokumentationszentrum für Alphabetisierung und Grundbildung: <http://www.alpha-archiv.de/projekt/hintergrund.html>
- Ecoute, Das Sprachmagazin für Frankreichliebhaber, Mai 2011

- NALA (2011): A Literature Review of International Adult Literacy Policies. Prepared for NALA by the NRDC, Institute of Education, London.
- <http://www.nala.ie/sites/default/files/documents/cmcnally/A%20Literature%20Review%20of%20International%20Adult%20Literacy%20Policies%20110311.pdf>
- Schneider, J. u.a. (2008): Sozialintegrative Alphabetisierungsarbeit. Bildungs- und sozialpolitische sowie fachliche Herausforderungen. Münster Waxmann

Bernburger Thesen zur Alphabetisierung

(1) Alphabetisierung und Grundbildung gehören zu den Pflichtaufgaben von Schule. Die lebensbegleitende, dynamische Alphabetisierung und Grundbildung sollen als Pflichtaufgabe der Weiterbildung anerkannt werden. Die politische Zuständigkeit muss daher entsprechend den Kompetenzen auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene liegen.

(2) Im Bereich der Prävention von funktionalem Analphabetismus muss gesichert werden, dass Schülerinnen und Schüler die Schule nicht ohne ausreichende Kenntnisse im Lesen und Schreiben verlassen. Dazu bedarf es regelmäßiger Analysen der Lernstandsentwicklung im Schriftspracherwerb und gezielter Fördermaßnahmen. Im Verlauf der Schulzeit muss es die Möglichkeit zum wiederholten Einstieg in den Schriftspracherwerb geben. Bereits vor der Schulzeit ist frühe Unterstützung durch vorschulische Einrichtungen und familienorientierte Maßnahmen zu gewährleisten.

(3) Schriftspracherwerb und funktionaler Analphabetismus müssen fächerübergreifend Pflichtthemen in der Lehrerbildung sein.

(4) Alphabetisierung und Grundbildung Erwachsener erfordern ein flächendeckendes und nachfragegerechtes Angebot an qualitativ hochwertigen Alphabetisierungs- und Grundbildungskursen in Weiterbildungseinrichtungen.

Arbeitslose Analphabeten sollen mit anderen Arbeitslosen gleichgestellt werden durch vorgeschaltete ganztägige Alphabetisierungsmaßnahmen, um dann an weiteren Fortbildungs- und Umschulungsmaßnahmen erfolgreich teilnehmen zu können.

(5) Die Berufsausbildung zum Alphabetisierungs- und Grundbildungspädagogen muss institutionalisiert werden. Dazu muss ein entsprechendes Ausbildungskonzept entwickelt werden. Wissenschaft und Forschung müssen sich mit dem Schriftspracherwerb bei Kindern und Erwachsenen befassen sowie didaktische und methodische Leitlinien für Ausbildung, Unterricht und Unterrichtsmaterialien entwickeln.

(6) Die Grundbildungskompetenzen der Gesamtbevölkerung sind in regelmäßigen Bildungsreporten zu erfassen und die mit Alphabetisierungs- und Grundbildungsmaßnahmen erzielten Lernfortschritte sind zu evaluieren.

(7) Die Öffentlichkeit muss durch die Medien kontinuierlich über das Themenfeld Analphabetismus informiert werden, um einerseits zu einer Entstigmatisierung beizutragen und andererseits die Betroffenen und ihre Vertrauenspersonen auf bestehende Hilfsangebote aufmerksam zu machen.

(8) Zur Umsetzung der nationalen Ziele der Weltalphabetisierungsdekade in Deutschland muss eine zentrale, aus öffentlichen Mitteln finanzierte Service-, Beratungs- und Informationsstelle eingerichtet werden.

(9) Auch Menschen mit Lese- und Schreibproblemen sollen in Deutschland dazu ermutigt werden, ihre Interessen und Bedürfnisse selbstbewusst in der Öffentlichkeit und gegenüber bildungspolitisch Verantwortlichen

zu vertreten. Dazu müssen geeignete Maßnahmen entwickelt und erprobt werden.

Die Bernburger Thesen wurden verabschiedet vom Bundesverband Alphabetisierung e.V. und rund 160 Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Fachtagung „Mit Erfahrung neue Wege gehen – 25 Jahre Alphabetisierung

in Deutschland.“ Eine Fachtagung des Bundesverbandes Alphabetisierung e.V. in Bernburg (Sachsen-Anhalt) vom 5. bis 7. November 2003. Deutsche Auftaktveranstaltung zur UNWeltalphabetisierungsdekade

in Zusammenarbeit mit dem UNESCO-Institut für Pädagogik, der Deutschen
UNESCO-Kommission und dem Deutschen Volkshochschul-Verband e.V. – gefördert durch das
Bundesministerium
für Bildung und Forschung.
Auf der Fachtagung „Alphabetisierung – Kultur – Wirtschaft“ vom 10. – 12. November in Berlin wurde der
4. Punkt ergänzt.