

Jahresbericht ALFA-Telefon

Trägerschaft: Stiftung für Alphabetisierung und Grundbildung Schweiz(SAGS)

Kooperationspartner: SAH Zürich

Nach intensiven Vorarbeiten in den vorangegangenen Monaten wurde das ALFA-Telefon wie vorgesehen Anfang 2017 in Betrieb genommen. Die offizielle Lancierung fand am 20. März 2017 mit einer Pressekonferenz und einem anschliessenden Event in der Halle Hauptbahnhofes Zürich statt. Pünktlich zum Frühlingsanfang war damit die Werbekampagne für die Gratis-Nummer **0800 0800 11 – Anrufen. Bilden. Weiterkommen.** eröffnet.

Vorbereitung

Nachdem Anfang 2016 das Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV) der Stiftung SAGS seine Unterstützung des ALFA-Telefons im Rahmen des Nationalen Programms gegen Armut zugesichert hatte, musste die Realisierung zügig in Angriff genommen werden. Die von der SAGS konzipierte und aufgebaute Datenbank musste mit einem möglichst breiten und vielfältigen Kursangebot für Personen mit Bildungslücken oder Migrationshintergrund auf den aktuellen Stand gebracht werden. Erfreulicherweise konnte mit dem SAH Zürich ein kompetenter Kooperationspartner für die Durchführung der Beratungen gefunden werden. Ein Werbekonzept wurde in Auftrag gegeben und Anfang Dezember ein Informations- und Vernetzungstreffen mit relevanten Akteuren organisiert.

Anfang Januar 2017 wurden die konkreten Werbemassnahmen für das erste Jahr beschlossen. Es sollte auf eine Social Media Kampagne fokussiert und die Botschaften hauptsächlich an ein junges Zielpublikum gerichtet werden. Zusätzlich wurde beschlossen, Flyer und Karten sowohl für Jugendliche, jedoch auch für weitere Zielgruppen zu produzieren.

Daneben galt es eine Website und einen Facebook Account zu erstellen.

Kern der Werbemassnahmen waren die von Daniel Barnbeck mit Unterstützung der ZHdK Cast/Audiovisuelle Medien hergestellten Filme – Müh mit Dütsch, No kai Abschluss, Kai Ahnig vo Zahle – die sich an Jugendliche mit Schwierigkeiten wegen fehlender Grundbildung oder ohne Lehrabschluss richteten.

Lancierung

Die professionellen und witzigen Kurzfilme wurden mit den Schauspielern und dem Team von SAH Zürich am Event vom 20. März 2017 im Zürcher Hauptbahnhof präsentiert. Die Mitarbeitenden der SAGS verteilten in der Bahnhofshalle Flyer und Karten an interessierte Passanten und Reisende. Der Slam-Poet Etrit Hasler trug seinen extra für die SAGS verfassten Text „Lesen bedeutet Mensch sein“ vor und machte vorzüglich Werbung für das ALFA-Telefon.

Kampagne

Nach der Lancierung wurde insbesondere in den Sozialen Medien eine intensive Kampagne lanciert. Das schien ein geeignetes Mittel zu sein, um an die Betroffenen zu gelangen. Unterstützt wurden wir von Persönlichkeiten aus dem Kulturbereich (Alice Gathuler, Petra Ivanov, Adrian Stern, Beat Schlatter, Lara Stoll u. a.) und dem Sport (Matthias Seeger, Nevin Galmarini). Dazu gab es in den Sozialen Medien Testimonials von Betroffenen, die durch Bildungsmaßnahmen weitergekommen waren. Zur Spendensammlung nahmen wir im Dezember Videosequenzen mit Stefan Gubser, Kaja Alves, Nevin Galmarini und Emil Zopfi auf und stellten sie ins Netz.

Zusätzlich wurden Flyer an die Akteure im Bildungsbereich verschickt. Orell Füssli führte anlässlich des Internationalen Tages der Alphabetisierung zwischen dem 4. bis 14. September 2017 eine Aktion «Buch spenden Gutes tun» durch. Das ALFA-Telefon wurde in allen Werbemitteln sowie in der Medieneinladung von Orell Füssli erwähnt. Ende Jahr 2017 wurde ein Grossversand mit Information zum ALFA-Telefon und Flyern an alle Sozialämter der Deutschschweizer Gemeinden getätigt.

Beratung

Das ALFA-Telefon schliesst eine Beratungslücke und soll aufgrund der Auswertung der Anrufe Angebot und Nachfrage näher aufeinander abstimmen. Eine aussagekräftige Statistik kann jedoch erst über einen längeren Zeitraum erstellt werden. Es ist noch zu früh, Schlüsse zu ziehen, ob die Zielgruppen, deutschsprachige Erwachsene mit ungenügenden Sprach- und Lesekompetenzen und schulischem Nachholbedürfnis wie auch ohne allgemein anerkannte Berufsbildung sowie Menschen mit Migrationshintergrund und mangelhaften Deutschkenntnissen erreicht werden. Als Zwischenfazit kann festgestellt werden, dass der überwiegende Teil der Anrufenden einen Migrationshintergrund hat und Personen sind, die eine Berufslehre nachholen wollen.

Werbung, Öffentlichkeitsarbeit

Der Erfolg des ALFA-Telefons steht und fällt mit der Werbung. Mit einer gezielten Werbung und adäquaten Massnahmen können wir die entsprechenden Zielgruppen und auch die breite Öffentlichkeit erreichen. Eine erfolgreiche qualitativ hochstehende Werbekampagne kostet Geld. Die grösste Herausforderung des vorliegenden Projektes ist die finanziellen Mittel zu generieren. Dies wird eine Daueraufgabe der Stiftung SAGS sein.

Die Medien-Arbeit gestaltete sich schwierig. Das Thema brennt nicht unter den Nägeln und ist wenig „sexy“. Die NZZ (21. März 2017) und die Schweizerische Gewerbezeitung (2. Juni) unsere Arbeit vorgestellt.

Aktualisieren des Grundlagematerials

Es ist schwierig an die Betroffenen zu gelangen, die diese ihre Schwächen möglichst zu kaschieren versuchen. In der Schweiz fehlt es weitgehend an aktuellen Informationen zu dieser Problematik. Die statistischen Angaben sind grösstenteils veraltet. Deshalb ist die Stiftung SAGS dabei, Mittel zu generieren, um eine Studie in Auftrag zu geben, um aktuelle Zahlen zu erhalten. Ziel ist, durch das Sichtbarmachen des vorhandenen Wissens und des Bedarfs in diesem Bereich eine grössere Angebotsgerechtigkeit zu erhalten. Die Ergebnisse sollen direkt in die Beratungstätigkeit des ALFA-Telefons einfließen.

Vorgesehene Weiterentwicklung

Die Social-Media-Kampagne wird weitergeführt, daneben sollen im bereits angebrochenen Geschäftsjahr ein bis zwei neue Werbeträger konzipiert und eingesetzt werden. Die Realisierung neuer Werbemittel ist direkt von den zur Verfügung gestellten Finanzmitteln abhängig. Es braucht deshalb Mittel von der öffentlichen Hand, eine Verstärkung des Stiftungs-Fundraisings und eine Erweiterung des Fördernetzwerkes.

Die Beratungszeiten werden im Spätfrühling überprüft und je nach Resultat angepasst. Die Ausweitung auf die Romandie und das Tessin für 2019 wird geprüft.

Wir danken:

- den Mitarbeitenden der SAGS und
- des SAH Zürich
- dem Filmproduzenten und seiner Crew
- den SchauspielerInnen
- der Kommunikationsbeauftragten
- der Grafikerin für die professionelle Arbeit und die gute Zusammenarbeit
- den Mitgliedern des Fördernetzwerkes
 - ⇒ Integrationsfachstelle Stadt Zürich
 - ⇒ Akroteach
 - ⇒ SAH Zürich
 - ⇒ Verband Dyslexie Schweiz
 - ⇒ Gewerkschaft UNIA
 - ⇒ K5 Kurszentrum

folgenden öffentlichen und privaten Institutionen:

- Bundesamt für Sozialversicherungen (BSV)
- Sozialamt der Stadt Zürich
- Lotteriefonds Kanton Bern
- atDta Stiftung Hilfe zur Selbsthilfe
- Gemeinde Arlesheim
- Zürcher Kantonalbank
- Stiftung Stefan à Porta
- Stiftung Otto Beisheim
- Stiftung für abendländische Kultur