



Wie bringen wir Bildungsangebote an Mitarbeiter*innen?

Betrachtung der Zielgruppe(n)

Eine genaue Analyse der potentiellen Zielgruppe(n) ist unerlässlich. Um welche Institution handelt es sich? Mit welchen Themen sind die Mitarbeiter*innen ansonsten befasst? In welchen Bereichen sind die Mitarbeitenden tätig? Wie ist ihre bisherige Berührung mit dem Thema Rassismus / Diskriminierung?

Entwicklung von Hypothesen / Bedarfsanalyse

Welche Berührungspunkte der Mitarbeiter*innen mit den Themen Rassismus und Diskriminierung gibt es? Wie denken die Mitarbeiter*innen zu den Themen? Sind sie bereit, sich auf das Thema einzulassen? Welche Voraussetzungen braucht es ggf. dafür? Welche Themen, Anliegen, Fragen beschäftigen die Mitarbeiter*innen ansonsten? Welche Fragen besitzen gerade eine Aktualität? Was könnten die Teilnehmenden von einer solchen Veranstaltung erwarten?

Klärung des/der Ziele

Was soll durch die Veranstaltung für die Teilnehmenden erreicht werden?

Zum Beispiel:

Die Teilnehmenden erkennen Formen von Rassismus / Diskriminierung im Alltag.

Die Teilnehmenden erkennen Diskriminierung in der eigenen Institution.

Die Teilnehmenden reflektieren eigene Diskriminierungserfahrungen.

Die Teilnehmenden empfinden Empathie für Menschen, die Diskriminierung erfahren.

Die Teilnehmenden verstehen den Zusammenhang zwischen Vorurteilen und Diskriminierung.

Die Teilnehmenden haben Handlungsmöglichkeiten bei Diskriminierung überlegt.

Ansprache über Leitungsebene

Die Leitungsebene muss das Anliegen mittragen und unterstützen. Ihr muss es wichtig sein, dass sich ihre Belegschaft mit diesen Themen befasst. Die Leitungsebene und/oder die Personalabteilung erkennen die Notwendigkeit des Angebotes.

Herausarbeiten des Mehrwerts

Welchen Mehrwert hat das Unternehmen/die Institution, sich mit der Thematik zu befassen? Wie kann das Unternehmen den Mehrwert für sich nutzen?

Zum Beispiel:

Mitarbeiter *innen arbeiten an ihrer Haltung,
Mitarbeiter*innen-Zufriedenheit steigt, das Betriebsklima kann sich verbessern,
Kolleg*innen werden besser integriert,
Unternehmen ist sich seiner gesellschaftlichen Verantwortung bewusst,
Unternehmen kann seine Haltung und Aktivitäten nach außen darstellen,
Verdeutlichung, dass gesellschaftliche Themen auch mit der Situation im Unternehmen, mit dem
Wahrgenommen-werden des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu tun haben. Wofür stehen wir? Was
zeichnet uns aus? Wie wollen wir langfristig erfolgreich sein?

Verknüpfung mit dem Unternehmensleitbild

Gibt es ein Unternehmensleitbild, Leitsätze etc.? Was sagt dieses über die Thematik aus? Wie positioniert sich
das Unternehmen zur Gesellschaft?

Stichworte sind z.B. Toleranz, Vielfalt, Respekt, Engagement, Qualität, Zivilcourage, Umgang mit
Mitarbeiter*innen und Kund*innen.

Wie intensiv ist die Befassung mit dem Leitbild durch die Belegschaft? Wie wird das Leitbild im Unternehmen
kommuniziert?

Nutzen des Bildungsangebotes für das Unternehmen/den/die einzelne/n Mitarbeiter*in?

Worin liegt die Attraktivität des Angebotes? Diese Frage ist eng mit der nach dem Mehrwert verbunden. Wie
lässt sich ein attraktives Angebot formulieren, darstellen und bewerben? Was ist eine geeignete Form der
Ansprache?

Setting beachten

Unter welchen Rahmenbedingungen sind die Mitarbeiter*innen am besten zu erreichen? Soll die Veranstaltung
in Räumen des Unternehmens oder besser außerhalb stattfinden? Welcher Zeitpunkt passt den meisten gut,
welcher Zeitrahmen ist am besten praktikabel und angemessen?

Freiwilligkeit versus Verpflichtung

Es kann sein, dass Mitarbeiter*innen an der Veranstaltung teilnehmen, weil sie dazu „verdonnert“ wurden.
Dann kann eine ablehnende Haltung und fehlende Motivation, sich mit den Themen zu befassen vorherrschen.
Bei der Durchführung kann es hilfreich sein, diese Tatsache zu Beginn anzusprechen.

Vorbereitung auf kontroverse Diskussionen

Mitunter ist das Ansprechen der Phänomene Rassismus und Diskriminierung der Anlass, über alle möglichen
persönlichen und gesellschaftlichen Frustrationen und erlebte bzw. gefühlte gesellschaftliche
Ungerechtigkeiten zu klagen. Es ist sinnvoll, darauf vorbereitet zu sein, z.B.
Verständnis für persönliche Erfahrungen, ja, es gibt viel Kritikwürdiges in der aktuellen Politik, aber
Pauschalierungen, Verallgemeinerungen sind nicht sachgerecht.
Menschenverachtende Äußerungen oder gar Hetze werden nicht geduldet.

Nutzen aktueller Anlässe

Mitunter gibt es in der Öffentlichkeit wahrnehmbare Phänomene, Vorkommnisse, Aktivitäten, die eine
Auseinandersetzung mit den Themen Rassismus und/oder Diskriminierung besonders herausfordern oder nahe
legen. Diese können für eine Ansprache besonders gut genutzt werden, um die Notwendigkeit von
Veranstaltungen hervorzuheben.

Möglich ist auch, die Beteiligung der Einrichtung an den Internationalen Wochen gegen Rassismus oder der
Interkulturellen Woche als Anknüpfungspunkt für das Thema zu nutzen.