

Ansprache und Akquise von erwerbslosen Personen

#ABCforJobs

Inhaltsverzeichnis

Chancen und Herausforderungen.....	1
Best Practice: Veranstaltungsreihe „Fit für den Job“	3
Erkenntnisse und Empfehlungen aus der Veranstaltungsreihe	7
Netzwerke nutzen und Informationsformate schaffen	8
Erprobung und Weiterentwicklung als Erfolgsfaktor	9
Handlungsempfehlungen zur Akquise und Ansprache von erwerbslosen Personen	10
Quellenverzeichnis	11

Im Rahmen der AlphaDekade, die Bund und Länder ins Leben gerufen haben, hat die GFFB ein Modellprojekt zur Schriftsprachförderung auf den Weg gebracht.

Das Projekt #ABCforJobs wird von der GFFB federführend mit einem Konsortium aus 15 Kooperationspartner*innen koordiniert und konzentriert sich auf Branchen, in denen Beschäftigte mit der Digitalisierung von Arbeitsabläufen konfrontiert werden. Erreicht werden sollen hierbei gering literalisierte Beschäftigte bzw. Erwerbslose, um die Weiter- oder Wiederbeschäftigung zu stärken.

Ziel ist es, einen ganzheitlichen Ansatz zwischen Lesen, Schreiben, Verstehen und Umsetzen im beruflichen Kontext virtuell abzubilden und damit eine hybride Vermittlung von schriftsprachlichen und digitalen Inhalten zu ermöglichen.

Projektlaufzeit: 01.11.2021 – 31.10.2025

Die vorliegende Handlungsempfehlung beschreibt die Ausgangssituation sowie die Chancen und Herausforderungen bei der Ansprache und Akquise gering literalisierter, erwerbsloser Personen im Modellprojekt #ABCforJobs. Im Anschluss werden verschiedene Wege und Formen der Ansprache und Akquise präsentiert. Der Fokus liegt auf einer gemeinsam mit dem Jobcenter Frankfurt und dem Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung konzipierten Veranstaltungsreihe, die als Best-Practice-Beispiel zusammen mit Erkenntnissen und Empfehlungen vorgestellt wird. Abschließend werden konkrete Handlungsempfehlungen gegeben, die sich auch auf andere Projekte übertragen lassen.

Chancen und Herausforderungen

Das Modellprojekt #ABCforJobs hat es sich zur Aufgabe gemacht, gering literalisierte Personen in den Branchen Hotellerie und Gastronomie (HoGa) sowie Logistik

anzusprechen und zu akquirieren. Dabei stehen neben den erwerbstätigen auch die erwerbslosen Menschen im Fokus.

In Deutschland können 6,2 Millionen Menschen nicht ausreichend lesen und schreiben. Dieser Umstand hindert sie oft daran, eine Anstellung zu finden oder diese langfristig zu behalten. Nach Einschätzung des Jobcenters öffnen sich diese Personen oftmals auch nicht gegenüber Qualifizierungsmöglichkeiten. Die große Herausforderung bei der Ansprache gering literalisierter Erwerbsloser besteht in deren Identifikation.

Ein Grundproblem dabei sind die unterschiedlichen Systematiken, die im Bereich der Arbeitsmarkt- und Projektförderung verwendet werden. Während die Arbeitsagenturen und Jobcenter bisher mit dem Europäischen Referenzrahmen für Sprachen und den sechs Stufen von A1 bis C2 arbeiten, basieren die Projekte der AlphaDekade auf den Alpha-Levels, die 2019 mit der Studie „LEO 2018 Leben mit geringer Literalität“ (Grotluschen/Buddeberg: 2018) der Öffentlichkeit vorgestellt wurden. Zunächst muss daher ein Verständnis dafür

geschaffen werden, wie die Zielgruppe des Projekts identifiziert und angesprochen werden kann.

Eine weitere Herausforderung ist die Dokumentation in VerBIS, der Datenbank, mit der die Arbeitsagenturen und die gemeinsamen Einrichtungen der Jobcenter arbeiten: Dort werden weder die Sprachkompetenzen nach dem Europäischen Referenzrahmen noch die Alpha-Level so erfasst, dass sie per Abfrage abrufbar sind. Somit ist nicht abrufbar, wie viele Kund*innen von geringer Literalität betroffen sind. Zudem ist es angesichts der Fülle an Herausforderungen für die Berater*innen in den Jobcentern kaum möglich, diesen Themenbereich im Beratungsgespräch ausreichend zu berücksichtigen. Teilweise äußerten Berater*innen auch, dass sie unsicher sind, wie sie ihre Kund*innen sensibel auf ihre Lese- und Schreibkompetenz ansprechen können.

Neben den beschriebenen Herausforderungen gibt es einige Chancen, die bei den Überlegungen zur Akquise von Erwerbslosen eine zentrale Rolle spielen. Jobcenter und Arbeitsagenturen fungieren dabei als zentrale Anlaufstellen

für alle erwerbslosen Personen. Im System VerBIS werden Bewerberprofile hinterlegt, sodass gezielt Personen angesprochen werden können, die sich für bestimmte Berufsfelder interessieren. Zudem bestehen bereits Strukturen, die sinnvoll genutzt werden können. So hat das Jobcenter Frankfurt mit den Alpha-Pat*innen bereits vor einigen Jahren Anlaufstellen innerhalb der eigenen Häuser etabliert. Diese Alpha-Pat*innen sind erste Ansprechpersonen für Mitarbeitende aller Fachrichtungen, können Hilfestellungen leisten und Informationen weitergeben. Sie sind zudem verlässliche Bezugspersonen vor Ort. Als engagierte Multiplikator*innen innerhalb der Jobcenter sorgen sie an den Standorten dauerhaft dafür, dass das Thema sichtbar und präsent bleibt.

Das Thema geringe Literalität ist auch im Jobcenter Darmstadt präsent, wenn auch bisher ohne vergleichbare Strukturen wie in Frankfurt. In der Stadt Darmstadt gibt es allerdings ein gut funktionierendes Netzwerk im Bereich Deutschlernen, in dem auch die Themen Alphabetisierung und Grundbildung verankert sind.

Ausgehend von diesen Anknüpfungspunkten begann die Suche nach einem Weg, um die Betroffenen innerhalb des Jobcenters in einem ersten Schritt identifizieren zu können. Dabei mussten mehrere Punkte bedacht werden: Die betroffenen Personen sollten die Ansprache nicht als stigmatisierend wahrnehmen. Parallel dazu sollten auch die Mitarbeitenden in den Jobcentern für das Thema sensibilisiert werden. Darüber hinaus gilt in den Jobcentern ein Wettbewerbsverbot, das es einzelnen Bildungseinrichtungen untersagt, für ihre Angebote und Maßnahmen zu werben.

Best Practice: Veranstaltungsreihe „Fit für den Job“

Im Austausch zwischen dem Projektteam von #ABCforJobs und dem Jobcenter Frankfurt entstand die Idee den Bundesverband Alphabetisierung und Grundbildung mit dem ALFA-Mobil (www.alfa-mobil.de) als neutrales Angebot einzubinden, um einen ganzheitlichen Ansatz in der

Ansprache Erwerbsloser zu erproben. Gemeinsam wurde eine möglichst niedrigschwellige Veranstaltungsreihe konzipiert, bei der sich Betroffene und Interessierte in entspannter Atmosphäre informieren, sich mit ehemaligen Betroffenen austauschen und sich unkompliziert für das schriftsprachliche Kompetenzfeststellungsverfahren anmelden können. Dieses Verfahren ermöglichte im Projekt die Identifizierung von Teilnehmenden mit Grundbildungsbedarf auf den Alpha-Levels 3 und 4. Mehr Informationen dazu finden sich in der Handlungsempfehlung [„Anwendung Feststellungsverfahren schriftsprachlicher Kompetenzen“](#).

Ein zentrales Ziel war es, durch das Gefühl, mit diesem Problem nicht alleine zu sein, das Schamempfinden der Betroffenen zu reduzieren. Ergänzend wurden verschiedene Arbeitgeber*innen eingeladen, die offene Stellenangebote präsentierten und direkt mit potentiellen Bewerber*innen ins Gespräch kommen konnten.

Anstatt potentiell betroffene Personen händisch aus der Datenbank zu filtern, wurden anhand der hinterlegten

Bewerberprofile gezielt Personen eingeladen, die Interesse an Beschäftigungen im Bereich Hotel, Gastronomie oder Logistik haben. So befand sich die Zielgruppe der gering literalisierten Erwerbslosen unter den Eingeladenen, ohne defizitorientiert auf mangelnde Lese- und Schreibfähigkeiten angesprochen zu werden. Diese Ansprache als aktive Arbeitsmarktakteur*innen erhöhte die Wahrscheinlichkeit, die Veranstaltung zu besuchen und sich dort zu öffnen. Gleichzeitig wurde für alle Eingeladenen – auch jene ohne Grundbildungsbedarf – ein relevantes Angebot geschaffen, sodass niemand umsonst gekommen ist.

Das übergeordnete Ziel der Veranstaltungsreihe in allen Frankfurter Jobcentern war es, zunächst Betroffene zu erreichen und zu identifizieren und sie anschließend im Idealfall in die Trainings von #ABCforJobs einmünden zu lassen. Dadurch sollten ihre Lese- und Schreibfähigkeiten gestärkt und ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt nachhaltig verbessert werden. Parallel dazu wurden die Ansprechpersonen in den Jobcentern noch einmal bewusst für das Thema sensibilisiert. Hierfür erhielten sie

unterstützende Materialien, die durch das Projektteam und das ALFA-Mobil zur Verfügung gestellt wurden.

Zwischen Oktober 2023 und März 2024 fanden fünf Veranstaltungen unter dem Titel „Fit für den Job“ in den Frankfurter Jobcentern sowie eine im Jobcenter Darmstadt



statt. Gemeinsam mit dem Team vom ALFA-Mobil wurden an zentralen Stellen der Jobcenter – wie Eingangsbereich oder Foyer – Infostände aufgebaut, um unkompliziert mit Interessierten ins Gespräch zu kommen. Die Jobcenter luden je nach Standort zwischen 250 bis 600 Kund*innen ein. Die Einladungen waren sprachsensibel und schriftsprachentlastet gestaltet, um die Zielgruppe optimal anzusprechen. Während der gesamten Veranstaltung standen Mitarbeitende der Jobcenter als Ansprechpersonen



Aktion „Fit für den Job“ im Jobcenter

angesprochen, behutsam an das Thema herangeführt und bei Bedarf in das Projekt #ABCforJobs eingeführt.

Wer sich für eine Teilnahme interessierte, konnte sich direkt in vorbereitete Listen eintragen. Für die anschließende Sprachtestung standen immer zwei Alternativtermine zur Auswahl. Alle Angemeldeten erhielten ein Terminkärtchen mit Datum, Uhrzeit, Adresse, Anfahrtsweg und Kontaktmöglichkeit.

zur Verfügung. Jeden Termin begleitete seitens des ALFA-Mobils auch eine ehemalige Betroffene, die selbst erst im Erwachsenenalter lesen und schreiben gelernt hatte und für persönliche Gespräche zur Verfügung stand.

Vor Ort wurden Interessierte aktiv

Tipp

Gerade bei der Zielgruppe gering literalisierter Personen ist es entscheidend, nach dem Erstkontakt unmittelbar dranzubleiben. Direkte Terminvereinbarungen vor Ort – kombiniert mit einer einfachen Erinnerung wie einem Terminkärtchen – erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass der nächste Schritt tatsächlich erfolgt. So fühlen sich die Teilnehmenden begleitet und unterstützt, anstatt den Weg zum Angebot allein bewältigen zu müssen.



Im Verlauf der Veranstaltungsreihe wurde das Verfahren optimiert: Eine erste Einschätzung des Alpha-Levels erfolgte direkt vor Ort. So ließ sich schnell feststellen, ob eine ausführliche Sprachtestung sinnvoll war oder ob die Person aufgrund zu niedriger Deutschkenntnisse oder eines anderen Alpha-Levels besser an andere Angebote verwiesen werden sollte. Diese Vorgehensweise sparte Zeit für beide Seiten

und ermöglichte eine zielgerichtetere Beratung. Um eine Verknüpfung zur Arbeitswelt herzustellen, wurden Unternehmen in die Jobcenter Frankfurt eingeladen, um ihre Jobangebote vor Ort vorzustellen. So konnte eine erste Kontaktaufnahme erfolgen. Im Jobcenter Darmstadt fand an diesem Tag eine wiederkehrende Informationsveranstaltung zum Angebot des Jobcenters statt. Dazu wurde gezielt eingeladen, sodass die Kund*innen auch hier in einem größeren Kontext als Arbeitsmarktakteur*innen angesprochen wurden.

Für die Mitarbeitenden der Jobcenter wurden ein praxisorientiertes Dokument mit [Tipps zur sensiblen Ansprache](#) sowie eine Übersicht möglicher Anlaufstellen für ihre Kund*innen erstellt und verteilt. Als Give-aways kamen Marketingpäckchen des ALFA-Mobils mit Kugelschreiber,



Give-aways des ALFA-Mobils

Parkscheibe und weiteren Materialien zum Einsatz. Zudem wurden Buchstabenkekse mit dem Link zur Website von #ABCforJobs verteilt sowie Informationsunterlagen der Volkshochschule (VHS) und weiterer Bildungsorganisationen mit Angeboten im Bereich Alphabetisierung und Grundbildung ausgegeben.

Tipps

Für eine erfolgreiche Ansprache ist es sinnvoll, zielgruppenspezifische Materialien zu entwickeln, die auf einer klaren Nutzenargumentation basieren. Wenn Betroffene unmittelbar erkennen, welchen Vorteil ein Angebot für ihre persönliche Situation oder ihre beruflichen Chancen bringt, steigt die Bereitschaft, sich darauf einzulassen. Klare, einfache Formulierungen und visuell ansprechende Gestaltung unterstützen diesen Effekt zusätzlich.



Erkenntnisse und Empfehlungen aus der Veranstaltungsreihe

Die Veranstaltungsreihe kann in mehrfacher Hinsicht als Erfolg gewertet werden. 45 % der Teilnehmenden bekundeten konkretes Interesse an den Angeboten für gering literalisierte Personen. Es hat sich gezeigt, dass das Jobcenter als Ort der Ansprache besonders gut geeignet ist – vor allem, wenn die Kommunikation die Lebenswirklichkeit der Betroffenen berücksichtigt. Unter diesen Bedingungen waren Teilnehmende sogar bereit, sich im Rahmen medialer Berichterstattung zu äußern.



Fernsehbeitrag Rhein-Main TV

Die Veranstaltungen wurden von einer positiven Medienresonanz begleitet.

Eine Herausforderung bleibt, in Deutschland sozialisierte Personen zu erreichen – sie meldeten sich nur vereinzelt.

Zentrale Empfehlungen aus der Praxis für ähnliche Veranstaltungen:

- **Großzügig einladen:** Da erfahrungsgemäß nur 10–15 % der Eingeladenen erscheinen, ist ein breiter Versand sinnvoll. Jobcenter können die Zielgruppe gezielt eingrenzen, z. B. über Berufsgruppenfilter.
- **Passenden Veranstaltungstag wählen:** Termine zwischen Montag und Donnerstag sind deutlich erfolgreicher; freitags ist die Teilnahmequote gering.
- **Selbstständiges Eintragen:** Wer sich selbst in die Liste einträgt, zeigt, ob er einzelne Wörter lesen und den eigenen Namen schreiben kann.
- **Alpha-Level vor Ort einschätzen:** Eine direkte Einschätzung in einem separaten Raum ermöglicht schnelle Entscheidungen, ob eine tieferegehende

Sprachtestung sinnvoll ist oder ob auf alternative Angebote verwiesen werden sollte.

- **Weiterführendes Infomaterial bereithalten:** Für Personen mit zu geringen Sprachkenntnissen oder zu niedrigem Alpha-Level sollten passende Alternativen, z. B. Angebote der VHS, verfügbar sein.
- **Gemeinsame Pressearbeit mit Jobcentern:** Erhöht die mediale Reichweite und Sichtbarkeit der Veranstaltungsreihe.
- **Kurzschulung der Jobcenter-Mitarbeitenden:** Stellt sicher, dass sie zur Veranstaltungsreihe auskunftsfähig sind und das Wissen in ihren Arbeitsalltag einbinden können. Interne Kurzvideos werden dabei besonders gut angenommen.

Tipp

Nach den ersten Veranstaltungen lohnt es sich, das Konzept zu überprüfen und gezielt anzupassen: Was funktioniert gut? Wo gibt es Verbesserungspotenzial? Dieser kontinuierliche Optimierungsprozess steigert die Wirkung und den Erfolg der weiteren Veranstaltungen.

Netzwerke nutzen und Informationsformate schaffen

Um mit anderen Akteur*innen aus dem Bildungsbereich – insbesondere im Bereich Alphabetisierung und Grundbildung – in den Austausch zu treten, wurden auch außerhalb der Jobcenter gezielt Netzwerke einbezogen. Die Kommunikationsabteilungen der Kooperationspartner*innen, beispielsweise von Weiterbildung Hessen e.V. und vom Institut für Erwachsenenbildung – Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen e.V. unterstützten, indem sie auf ihren Websites und Social-Media-Plattformen sowie in ihren Newslettern über Aktuelles aus dem Projekt berichteten. Eine zentrale Anlaufstelle darüber hinaus ist die hessische Fachgruppe Alphabetisierung und Grundbildung. Vor allem in Darmstadt besteht ein gut funktionierendes, lokal verankertes Netzwerk, das von der Stadt unterstützt wird. Die Fachstelle Deutschförderung beim Netzwerk ROPE e. V. fungiert hier als Initiatorin eines lebendigen Netzwerkes, in dem sich Bildungsträger*innen regelmäßig austauschen und unterstützen.

Neben der Vorstellung des Projektes bei Treffen und Fachveranstaltungen wurde mit der „Digital Hour“ ein eigenes, niedrigschwelliges Informationsformat entwickelt. Es richtete sich an potentielle Kooperationspartner*innen und Interessierte und sollte über diese Multiplikator*innen auch die Gruppe der gering literalisierten Erwerbslosen



Stadtfest Gallus 2024

erreichen. Darüber hinaus war #ABCforJobs mit Informationsständen auf Stadtteilveranstaltungen, beispielsweise im Frankfurter Gallusviertel, vertreten. Ziel war es, in

vertrauter Umgebung und lockerer Atmosphäre erste Hemmschwellen abzubauen und vorsichtig in Kontakt zu treten. Weitere Gelegenheiten zur Ansprache über Multiplikator*innen boten Veranstaltungen von Weiterbildung Hessen.

Auch auf der Bildungsbörse im Jobcenter Darmstadt war #ABCforJobs präsent. Hier bot sich die Möglichkeit, direkt mit potenziell Betroffenen ins Gespräch zu kommen und

gleichzeitig wertvolle neue Kontakte zu weiteren Multiplikator*innen zu knüpfen. Ausführliche Informationen zu „[Netzwerke für die arbeitsorientierte Grundbildung erfolgreich gestalten](#)“ finden sich in einer eigenen Handlungsempfehlung.

Erprobung und Weiterentwicklung als Erfolgsfaktor

Im Projektverlauf konnten vielfältige Anknüpfungspunkte identifiziert werden – sowohl innerhalb der Jobcenter als auch über externe Netzwerke und Veranstaltungen. Dabei hat sich gezeigt, dass erfolgreiche Ansprache kein einmaliger Schritt ist, sondern ein kontinuierlicher Prozess: ausprobieren, auswerten, anpassen. Jede Maßnahme liefert wertvolle Erkenntnisse für die nächste und trägt so zu einer stetigen Verbesserung der Akquise-Strategien bei. Diese Lernschleifen sind entscheidend, um flexibel auf die Bedürfnisse der Zielgruppe reagieren und nachhaltige Strukturen aufbauen zu können.

Handlungsempfehlungen zur Akquise und Ansprache von erwerbslosen Personen

- **Synergien nutzen:** Vorhandene Netzwerke und Fachgruppen einbeziehen, um Reichweite und Wirkung zu erhöhen.
- **Multiplikator*innen identifizieren:** Schlüsselpersonen innerhalb von Jobcentern und Arbeitsagenturen finden, die das Thema intern voranbringen.
- **Mitarbeitende sensibilisieren:** Beschäftigte in Jobcentern und Arbeitsagenturen gezielt für das Thema geringe Literalität sensibilisieren und praxisnahe, leicht nutzbare Informationsmedien bereitstellen.
- **Lernende als aktive Arbeitsmarktakteur*innen ansprechen:** Veranstaltungskonzepte entwickeln, die Chancen und Stärken betonen, statt Defizite in den Vordergrund zu stellen.
- **Schriftentlastete Ansprache gestalten:** Sprachbarrieren abbauen, indem Einladungen und

Informationsmaterial möglichst visuell und leicht verständlich aufbereitet werden.

- **Botschaften klar formulieren:** Informationen in einfacher Sprache vermitteln und, wo möglich, mit Bewegtbild kombinieren, um die Zugänglichkeit zu erhöhen.
- **Fachexpertise sichern:** In der Projektplanung ausreichende personelle Ressourcen und Fachwissen für die Akquise einplanen.

Quellenverzeichnis

Grotlüschen, Anke/Buddeberg, Klaus [Hrsg] (2020): *LEO 2018 – Leben mit geringer Literalität*. wbv Publikation.
Weblink, www.die-bonn.de/doks/pag/LEO-2018-01.pdf (abgerufen am 27.08.2025).

Herausgegeben von

GFFB gGmbH

Projekt #ABCforJobs

(Projektlaufzeit 01.11.2021 bis 31.10.2025)

Mainzer Landstraße 349

60326 Frankfurt am Main

www.gffb.de

Autorin:

Carola Theissen, Zentrum für Weiterbildung gGmbH

In Zusammenarbeit mit Barbara Onuk, Grundsatz Migration
und Soziales, Jobcenter Frankfurt am Main

Bildnachweise:

GFFB gGmbH | #ABCforJobs

Anmerkungen zur gendergerechten Sprache

Die GFFB nutzt in ihren Veröffentlichungen das Gender-Sternchen, um gendergerecht zu formulieren. Sollten wir in Einzelfällen von diesem Grundsatz abgerückt sein, so dient dies ausschließlich der Verständlichkeit und Lesbarkeit des jeweiligen Textes.

Diese Publikation wurde im Rahmen der Nationalen Dekade für Alphabetisierung und Grundbildung 2016-2026 mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend unter dem Förderkennzeichen **W-1505A-AOG** gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei der Autorin/beim Autor.

Alle Rechte vorbehalten.

© August 2025

Gefördert vom: