

Themengruppe „Nach und mit Corona: Sport und Stiftungen“

Thema: Soziale Arbeit mit Sport und Bewegung
Impuls: Dennis Diedrich, RheinFlanke gGmbH

(Zwischen-)Ergebnisse

der 2. Sitzung vom 11.05.2020 zum Thema „Soziale Arbeit durch Sport und Bewegung“

Stand: 15.05.2020

1. Auswirkungen, neue Situationen bzw. Phänomene

Stichwort: Beziehungsarbeit/ Kontakt zur Zielgruppe:

- Die für eine Soziale Arbeit mit Sport und Bewegung essenzielle Beziehungsgestaltung ist aktuell nicht bzw. nur sehr eingeschränkt möglich.
- Kontakt zu Zielgruppen ist problematisch und erfolgt nur indirekt (Aushänge in Unterkünften, Social Media etc.) und/oder vereinzelt in bestimmten Bezirken/ Stadtvierteln („pädagogische Streifzüge“).

Stichwort: Zusätzliche Anforderungen/ Tätigkeitsschwerpunkte:

- Aktuelle Entwicklungen in der Praxis und Lageberichte werden über regelmäßigen Kontakt mit den Einrichtungsleitungen kommuniziert.
- Kommunen werden informiert und erhalten Informationen gegenüber
 - a) den Situationen der Menschen in den Unterkünften,
 - b) den Situationen in den jeweiligen Bezirken/ Stadtvierteln und
 - c) den eigenen Bemühungen und Herangehensweisen.

2. Herausforderungen bzw. Probleme

Stichwort: Grundlegende Arbeitsprinzipien neu denken und entsprechende Maßnahmen und Angebote realisieren:

- Wie lässt sich aktuell – anders als über Aushänge/ „pädagogische Streifzüge“ – ein direkter Kontakt mit Zielgruppen aufbauen? Insbesondere vor dem Hintergrund, dass Sport und Bewegung als Zugangsmotoren für die Beziehungsgestaltung nicht als Mittel eingesetzt werden können.
- Was ist mit pädagogischen Arbeitsprinzipien?
 - o z.B. der Freiwilligkeit, wenn Zielgruppen nur ausgewählt, begrenzt, gezielt an stationären Angeboten teilnehmen dürfen?
 - o Wie kann der Schutzauftrag, den die meisten der in der Kinder- und Jugendhilfe tätigen Einrichtungen haben, in Zeiten von Corona erfüllt werden?
 - o Wie können bestimmte Zielgruppen aufgeklärt werden, um die derzeitige Informationsflut im Zusammenhang mit Corona (Stichwort: Fakenews/Verschwörungstheorien) besser einordnen zu können?

Stichwort: Hoch belastete Zielgruppen erreichen:

Äußerst wichtig ist es, auch für diejenigen da zu sein, die

- a) nicht zur Schule/ Ausbildungsstelle gehen können,
- b) die verunsichert sind und durch diverse Probleme im privaten Umfeld – insbesondere zuhause – belastet sind.

Stichwort: Zunahme an Problemen der Zielgruppe und steigende Anforderungen an Soziale Arbeit und Schule:

- In welchem „Zustand“ werden sich die jungen Leute, insbesondere aus den hoch belasteten Zielgruppen nach Aufhebung der Kontaktverbote befinden (traumatisiert, verunsichert, verarmt, gezeichnet und verängstigt von Isolation)?
- Wie groß wird dementsprechend die Not an Schulen sein und wie gut sind die Lehrer:innen und Schulsozialarbeiter:innen auf die Situation vorbereitet? Wie kann ihnen Unterstützung zu Teil werden?

3. Ideen, Lösungsansätze und neue Möglichkeiten

Stichwort: Adhoc-Maßnahmen:

- „Pädagogische Streifzüge“ sind hilfreich und werden – je nach Möglichkeit – initiiert.
- Neue Methoden und Medien werden entwickelt und verstärkt eingesetzt (z.B. Videos zu Sporteinheiten, gesunder Ernährung, Challenges, die online veröffentlicht werden).

Stichwort: Kommunikation von Erfahrungen und Einsichten aus der Praxisarbeit:

- Wachsende Aufmerksamkeit in den sozialen- und „klassischen“ Medien wird genutzt, um auf die Lage der Menschen und der Träger/ Einrichtungen aufmerksam zu machen.

Stichwort: Struktur der Institution/ Organisation/ Einrichtung:

- Die Krise wird als Chance gesehen, um das eigene Angebotsportfolio/ die eigene Arbeitsweise weiterzuentwickeln (z.B. in Hinsicht des digitalen Lernens innerhalb der Organisationen und im Umgang mit der Zielgruppe).

Stichwort: Unterstützung von Schule und den dort tätigen Personen:

- Durch die gestiegenen Anforderungen an in Schulen tätige Personen, die zuallererst und direkt mit der Zielgruppe in Kontakt kommen, sollten gezielte Unterstützungsangebote zur Stärkung von z.B. (Schul)Sozialarbeiter:innen und Lehrer:innen geschaffen werden.

Stichwort: Bedarfe der Zielgruppen erfassen – aus dem ersten Lockdown für die Zukunft lernen:

- Die sukzessiven Lockerungen werden u.a. dazu genutzt, um mit der Zielgruppe abzustimmen: Wie können wir euch erreichen? Was hätte euch während des Kontaktverbots konkret geholfen?