

# Online-Barcamp "Klassenfahrten und Gruppenprogramme" #KuGjetzt

03.09.2020 | 11 bis 15 Uhr

Veranstalter: Bundesverband Individual- und Erlebnispädagogik e.V., [www.be-ep.de](http://www.be-ep.de)

Fragen zur Veranstaltung und den einzelnen Sessions können an [info@be-ep.de](mailto:info@be-ep.de) oder Telefon: 0231 - 9999490 gerichtet werden.

---

**Barcamp** ist eine Ad-hoc-Nicht-Konferenz (engl. Un-Conference), die aus dem Bedürfnis heraus entstanden ist, dass sich Menschen in einer offenen Umgebung austauschen und voneinander lernen können. Es ist eine intensive Veranstaltung mit Diskussionen, Präsentationen und Interaktion der Teilnehmenden untereinander.

Wer etwas beizutragen hat oder etwas lernen will, ist willkommen und herzlich eingeladen mitzumachen.

Jede\*r Teilnehmer\*in bringt sich so ein, wie es für sie oder ihn passend ist. Barcamps sind Austausch unter Interessierten.

Der Ablaufplan entsteht nach und nach durch die Teilnehmenden selber. So ist auch im Rahmen der einzelnen Sessions diese gemeinsame Mitschrift entstanden.

Das Online-Barcamp wurde über Zoom veranstaltet.

Zwischen den Sessions erfolgte jeweils eine 15-minütige Pause in welcher ein Yotribe-Raum für das Pausengespräch genutzt werden konnte.

## Ablauf:

11:00 - 11:45 Uhr Einstimmung, Ablauf, Session-Vorstellung

12:00 - 12:45 Uhr Session-Phase

12:45 - 13:00 Uhr Pause

13:00 - 13:45 Uhr Session-Phase

13:45 - 14:00 Uhr Pause

14:00 - 14:45 Uhr Session-Phase

14:45 - 15:00 Uhr gemeinsamer Abschluss und Feedback

---

## Session-Dokumentation

Thema: Klassenfahrten und Gruppenprogramme - jetzt!

**Kurzbeschreibung:** Wie kann es nach dem Positionspapier, das der Bundesverband an die Kultus- und Sozialministerien aller Länder sowie auf Bundesebene verschickt hat, weitergehen? Wie können wir erlebnispädagogische Klassenfahrten besser etablieren? Wie können Kampagnen und Strategien aussehen, um Politik und Gesellschaft die Relevanz von erlebnispädagogischen Klassenfahrten zu beschreiben?

### Dokumentation:

Antworten / Rückläufe auf das Positionspapier des Bundesverbandes

- Generell war eher zu erkennen, dass häufig Worthülsen in den Antworten zu finden waren und dass kein wirkliches Verständnis davon vorhanden ist, wie die Branche funktioniert.
- Es erfolgte auch eine "gesammelte" Antwort der Kultusministerkonferenz (KMK)

Welche Strategien können zur Stärkung der Klassenfahrten / Gruppenprogramme helfen:

- Generell: wenn es um die Beschaffung von Fördermitteln geht, dann müsste man jetzt aktiv werden, weil die Mittel der Kommunen/Bund schmaler werden, in dem Zuge in dem die Corona-Krise bewältigt werden muss.
- Verbände-Allianz könnte einheitlich (bündelnd) eine Kampagne starten und auf dieses Thema aufmerksam machen. Für diese Kampagne könnten auch Fördertöpfe angezapft werden.
- Kleine "Pisa"-Studie soziales Lernen ist eine Idee, um die Forderungen und Notwendigkeiten zu untermauern.
- Fürsprecher aus dem System für uns gewinnen (z.B. Lehrer-Verbände)

Was sind die Forderungen, die wir haben?

- Klassenfahrten sollen jetzt weitergehen: "KuGjetzt!" (abhängig vom Bundesland)
- Widerspruch gegen den "kostenfreien" Storno.
- Zuständigkeit für "KuG" wird immer hin und her gereicht - daher brauchen wir ein politisches & ministerielles "Zuhause" (wo verorten wir uns? wo fühlen wir uns gut aufgehoben?)

Welche Kommunikations-Strategien /-Kanäle sollen wie bedient werden?

- Wo? Kultusministerkonferenz? Sozialministerium? (ggf. Bundesland-spezifisch)
- Wie?
  - In jedem Bundesland!?!
  - Persönlich - nicht wirklich über Briefe-Schreiben!

Nächste Schritte

- Verbände bestimmen Vertretende, die Zielformulierung mitbringen und Struktur besprechen!
  - Kontakt mit dem "Bündnis Klassenfahrten" (BuFo) aufnehmen und Synergien/ Ideen durchsprechen.
  - Gemeinsamer Beschluss der Verbände (durch Rückkopplung mit Mitgliedschaft & Vorständen) zu einer gemeinsamen Aktion / Kampagne.
-

## Thema: Kommunen und Anbieter näher zusammenzubringen

### Kurzbeschreibung:

Ausgehend von einem Brainstorming im Austausch der Verbände entstand die Idee, in einer zeitlich abgestimmten Informationskampagne Schulen, Verwaltung, Politik und Entscheider darauf aufmerksam zu machen, dass außerschulische Bildungsanbieter eine wirksame Ressource bei der Bewältigung der Coronakrise sein könnten.

Solch eine Kampagne macht aber nur Sinn und wird nur funktionieren, wenn Sie von Euch (den Bildungsanbietern) mit Leben gefüllt und in Eurer Region verbreitet wird. In dieser Session möchten wir herausfinden ob und in welchem Stil die Kampagne gestartet werden soll?

### Dokumentation:

Wir haben die Session mit "KuGjetzt-11 - Klassenfahrten und Gruppenprogramme - jetzt!" zusammengelegt.

Im Hinblick auf die verknüpfte Session und die Frage, mit welchen Strategien die Wiederaufnahme von Klassenfahrten & Gruppenprogrammen unterstützt und stetig noch besser etabliert werden könnte, wurde seitens der Verbände (alphabetisch: be, ERCA, FDSV, Reisenetz) eine konkrete PR-Idee mitgebracht.

Die Barcamp-Teilnehmenden werden mittels kurzer Stimmungsbarometer-Abfrage um Einschätzung gebeten, ob aus ihrer Sicht eine Presse-Kampagne sinnvoll wäre und unterstützt werden würde, die in etwa eine Kernbotschaft enthält wie: "Es gibt kompetente regionale Bildungspartner & Programmanbieter die JETZT bei der sozialen Überwindung der Corona-Krise die Schulen und Kommunen unterstützen können!"

### Rahmen & Strategie:

- Die Kernidee wird verständlich und pressewirksam durch das Verbände-Netzwerk formuliert und in versandfertigen Materialien vorbereitet.
- Es wird ein eindeutiger Zeitplan zur Kommunikationsstrategie festgelegt (wer veröffentlicht was, wann und wo):
  - Verbände kommunizieren gemeinsam an Politik & Ministerien.
  - Verbände geben passgenaue Pressemitteilung z.B. über [newsaktuell.de](https://www.newsaktuell.de) (Presseportal der dpa) heraus.
  - Anbieter kommunizieren lokal mit ihren Schul-, Kreis- und Stadtverwaltungen.
- Damit wird die Stärkung bestehender lokaler Partnerschaften und Netzwerke unterstützt, aber in einem einheitlichen Sprachgebrauch und mit dem Rückenwind der Verbände.
- Es bleibt den lokalen Akteuren vorbehalten aktiv zu werden und die Chance zu nutzen, aber ohne dass den Verbänden die nicht-bewältigbare Aufgabe eines Vermittlungs- oder Empfehlungs-Managements zufallen würde.

### Rückmeldungen aus dem Barcamp:

- Eine Kommunikation über zwei Ebenen (von oben über Ministerien + lokal im bestehenden Netzwerk) könnte sehr hilfreich sein.
- Anbieter könnten durch die Verbände nochmal in den Blick gerückt werden.
- Eine "neutrale" positive Botschaft von Verbänden kommt manchmal besser an und wird nicht gleich als 'Werbung' verstanden;
- Die Anbieter könnten ihr Engagement und Zugehörigkeit zum Verband unterstreichen.
- Fraglich ist wann ein guter Zeitpunkt für so eine Kampagne ist und welche Zielgruppe angesprochen werden soll.
- Summa summarum wird keine Ablehnung signalisiert und das Vorhaben eher begrüßt. Die Verbände mögen bitte die Idee konkretisieren und dann wieder an die Mitgliedschaft herantreten.

---

## Pause

---

## Thema: Corona-konforme Methoden 2.0 - Best Practice

**Kurzbeschreibung:** Nach den ersten Erfahrungen, die wir mit kleinen Gruppenangeboten z. B. im Rahmen der Sommerferien, sammeln konnten möchten wir uns nun gemeinsam in den Austausch begeben:

Wie sieht das Zeitmanagement für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung aus, gerade im Blick auf die Material-Quarantäne? Wie gut funktionieren die coronakonformen Methoden? Gibt es neue Methoden die entwickelt wurden? Diese und viele andere Fragen wollen wir gemeinsam erörtern!

### Dokumentation:

Corona-konforme Methoden: <https://www.bundesverband-erlebnispädagogik.de/aktuelles/newsansicht/methodensammlung-corona-konforme-uebungen.html>

### Erfahrungen der Teilnehmenden:

NRW: Bezugsgruppengröße 10 Personen - klappt!

Kinder + Jugendliche halten Abstand problemlos ein. Studierende und Erwachsene schwieriger.

DAV-Vorgaben beim Klettern: gut einzuhalten, geht wenig auf Kosten von Flow

DJH Landesverband Rheinland ließ das gemeinsame Hygiene-Konzept bei jedem ansässigen Gesundheitsamt prüfen / freigeben.

Abstandsregeln werden in Aufgabenstellung einbezogen. 2m Abstand statt nur 1,5m

Material-Quarantäne (3 Tage) sehr aufwändig: mehr Material, mehr Raumbedarf, langfristige Planung

Hände waschen / desinfizieren, Einweisungen etc: zeitaufwändig

Für externe Trainer gelten Hygiene-Regeln, auch wenn feste Gruppen diese nicht einhalten müssen.

Arbeit mit festen Arbeitsgruppen / Wohngruppen: Abstand nicht relevant.

Externe, nicht informierte Augenzeugen schauen kritisch, deshalb Abstand, Masken, Handschuhe

### Noch keine eigenen Erfahrungen

Jugendamt als direkte Ansprechpartner empfehlenswert.

Wie kommt eine potentiell infizierte Gruppe nach Hause? Eigenen Bus chartern.

Azubis: ihre Arbeitsschutzregeln entsprechen unserem Hygienekonzept

Der Presse ist egal, woher die Infektion kommt. Es lautet dann einfach "Corona auf Klassenfahrt!"

Enge Kommunikation mit Gesundheitsamt im Vorfeld und im Verdachtsfall

NSG-Fortbildung: Mohawk Walk ohne Spotten, Hilfestellung mit Stöcken + Bandschlingen

Kontakt zu den Behörden mit der Wiedereröffnung halten + pflegen. Im Ernstfall belastbar.  
Gemeindegesundheitsamt > Kreisgesundheitsamt > Landesebene: ganz unten ansetzen!

Fragen:  
Übungen für Gruppen mit mehr als 20 Personen, wenn nicht aufgeteilt werden soll?  
Wenn doch aufgeteilt: Wie Klassen / große Gruppen wieder zusammenführen? Wie Konkurrenz zwischen Kleingruppen vermeiden?  
Umgang mit nicht-informierter Öffentlichkeit (Corona-Schützer\*innen)  
Bestmögliche Kontaktspiele (Alternativen zu schmelzender Eisscholle)

Lieblingsübungen in der Corona-Zeit?

- Seilschwingen/Stargate
- Labyrinth/Moorpfad/Schachbrett
- Laufendes A
- Säuresee mit Persontransport? (Marius: nur Gegenstand bergen)
- Pipeline mit 2m Stücken klappt gut
- Niedrigseilgarten ohne Spotting (ggf. Mit Schutzschild spotten?)
- Leiter besteigen/übersteigen mit Top Rope Sicherung?

---

Pause

---

Thema: Inhalte und Qualität deutlicher darstellen

**Kurzbeschreibung:** Warum Klassenfahrten und Gruppenprogramme wichtig sind, ist uns allen klar. Wie können wir unsere Inhalte und unsere Qualität nach außen deutlicher darstellen und besser verankern?

**Dokumentation:**

Strukturelle Aspekte sind entscheidend dafür, was in Schule Prioritäten zugeordnet wird:

- Verankerung im Bildungsplan (das scheint zumindest im Grundschulbereich für BaWü jetzt schon der Fall zu sein)
- Schule & Eltern schauen auch sehr auf den Preis

Kooperationen (z.B. mit den Bettenhäusern) sind dafür entscheidend, was für Programme (Dauer, Inhalte, Qualität) gebucht werden:

- Trend: Programmdauer für EP-Angebote wird kürzer
- Bettenhäuser möchten Haus/Betten belegen und sind an weit gefächertem Programm-Angebot interessiert - das führt nicht in allen Fällen dazu, dass auch die Qualität steigt; Die Ausprägung ist regional sehr unterschiedlich und nicht einheitlich;

Ungleichgewichte

- Teilnehmende schauen auf die Preise und gleichzeitig können Anbieter ihren Mitarbeitenden in qualitativ-hochwertigen Programmen kaum mehr als den Mindestlohn zahlen
- Markt-Mechanismen führen dazu, dass Teilnehmende sich zum Preisvergleich hinreißen verlassen

Strategien

- Vernetzung mit Politik/ Entscheidern stärken (Bsp.: Bettenhäuser erhalten mehr Corona-Förderung als bspw. die Programmanbieter)
- Blick auf das Selbstverständnis sollte uns dazu führen, qualitativ hochwertige Programme auch entsprechend des eigenen Wertes (z.B. Honorar) vergütet zu bekommen;
- Hausgemachtes "Preisdumping" vermeiden (Anbieter unterbieten sich gegenseitig immer mehr) - Benchmarking in der Region kann helfen übliche Preisgefüge zu identifizieren;

Wie und wo können wir uns noch besser zeigen/präsentieren:

- Über die Siegel (z.B. Bundesverband EP) ist ein Vergleichs-Instrument platziert, über das Buchende die Programm-Qualität besser einschätzen könnten
- Programm-Anbieter könnten in der Lehrer-Ausbildung partizipieren, um darüber zu transportieren was Qualität in der EP ausmacht
- Programm-Anbieter könnten sich verbünden und gegenüber der Übernachtungshäuser für Qualität werben und sich stark machen
- Verbände-Allianz könnte helfen mit gemeinsamer Stimme mehr Gehör bei Entscheidern/ Politik zu finden

---

## Feedback zur Veranstaltung

**Was war gut?**

- "Schön dass ich als Nordlicht dabei sein konnte"
- Viele Infos
- Gute Struktur
- Technisch reibungsloser Ablauf

**Was können wir besser machen?**

....