

Inklusion

**KONZEPT EINER EINRICHTUNG
FÜR SEHBEHINDERTE UND BLINDE STUDIERENDE**

FÜR DEN RAUM

ERLANGEN/NÜRNBERG/(NORDBAYERN)

in Trägerschaft des

Zentralinstituts für Angewandte Ethik und Wissenschaftskommunikation (Friedrich-Alexander-Universität

Erlangen-Nürnberg)

von

Dr. Wolfgang Krebs

(Vortrag Rosenheim, 16. 05. 2012)

PD Dr. Wolfgang Krebs
Bahnhofstraße 8, 90537 Feucht
E-Mail: wkrebs@wk-wkw.de
Web: www.wk-wkw.de

Tel.: 09128-727487
Fax: 0049-3222-64277-20
Mobil: 0160 95344661

1. Probleme der Inklusion von Sehgeschädigten

- Institutionen: keine Parallele zur Blindenstudienanstalt Marburg
- Behindertenbeauftragten: unzureichende Akzeptanz
- Mangel an Bekenntnis zum Handicap

2. Zahlen und Fakten

- Statistik: pro 30.000 Studierende: ~10-20 Sehgeschädigte
- Studierfähige sehgeschädigte Schüler Nordbayern: ~100 (Mobiler Sonderpädagogischer Dienst, Bildungszentrum für Blinde und Sehbehinderte Nürnberg)

3. Einrichtung für blinde/sehbehinderte Studierende

- Projekt Erlangen seit Sommersemester 2011 (Leiter: Dr. Wolfgang Krebs)
- Benchmarking, deutschlandweit
- Ziel: ganzheitliche Betreuung, Detailhilfe

- Ansatzpunkte:
 1. Barrierefreiheit
 2. Schlüsselqualifikationen
- „Säulen“ sachdienlicher Betreuung:
 1. technische Infrastruktur
 2. Organisation des Nachteilsausgleiches
 3. Erwerb von Schlüsselqualifikationen
 4. Unterstützung auf dem Weg ins Arbeitsleben

4. Schlüsselqualifikationen für Sehgeschädigte

- Medienkompetenz
- Methodenkompetenz
- Selbst- und Sozialkompetenzen

5. Charakter des Konzeptes: Netzwerk

- Behindertenbeauftragte
- Strukturen der Career Services
- Studentenwerk
- Arbeitsagentur
- Berufsförderungswerk Würzburg
- Bayerischer Blinden- und Sehbehindertenbund
- Deutscher Verein der Blinden und Sehbehinderten in Studium und Beruf

6. Kooperation der Hochschulen und Universitäten

- Erlanger Zentralinstitut: Schwerpunkt Schlüsselqualifikation
- Zahlen pro Hochschule: ~10 (interessierte) Betroffene
- Beschränkung des Aktionsradius: Nordbayern (analog Mobiler Sonderpädagogischer Dienst Nürnberg)

7. Marketing - ‚Öffentlichkeitsarbeit‘

- Werbung und Imagepflege als Mittel nicht Zweck: Vorbild des Social bzw. Nonprofit-Marketing
- Außenwirkung als Information für Betroffene
- Chancen im Spendenwesen