

## **Ergebnis Diskussion Workshop 6.11.07**

### **Persönlicher Kontakt ist gefragt**

Die Werbung für ein Angebot führt über

- soziale Kontakte (Menschen),
- eine offene, leicht zugängliche Struktur,
- vertraute und gestaltete Räume

am besten zum Erfolg.

Oft können auch Eltern der verschiedenen Zielgruppen Hinweise und Unterstützung geben.

Gute Erfahrungen wurde in Projekten gemacht, in denen z.B. auf Stadtteilmütter oder andere akzeptierte Personen innerhalb der Zielgruppe für die Motivation zu Elternbildungsangebote zurück gegriffen werden konnte.

Auch religiöse Vereinigungen, wie z.B. Moschee-Vereine ermöglichen bei gleicher Zielsetzung, einen Zugang zu ihren Mitgliedern.

Um die Zielgruppe zu erreichen, darf ihr nur wenig Formales abgefordert werden (z.B. Anmeldung, Teilnahmebeitrag, Zugänglichkeit des Ortes)

### **Sprache**

Beschrieben wird, dass die Sprachfähigkeit z.B. in Deutsch einen gemeinsamen Level erfordert. So bleiben deutsch sprechende Eltern weg, wenn alle Inhalte in eine andere Sprache übersetzt werden müssen. Eltern mit geringen Deutschkenntnissen gehen eher in ein Angebot, dass in ihrer Muttersprache durch geführt wird, oder das Deutsch lernen zum Inhalt hat.

### **Zielgruppen verdrängen sich**

Die Mischung der Eltern in einem Kurs nach Sprache, Kultur, Schichtzugehörigkeit oder Religion kann nicht als universales Ziel gesetzt werden.

Häufig wird ein Angebot von einer wenig heterogenen Gruppe genutzt und andere Eltern fühlen sich oder werden sozial ausgegrenzt. Die sozio-kulturelle Lebenslage der Familien muss je nach Thema und Zielgruppe wenigstens in Teilbereichen übereinstimmen. So ist in vielen Fällen nur eine recht enge Zielgruppe mit einem Angebot erreichbar.

Bei einer Zielgruppe, die als deutsche Problemfamilien zusammen gefasst werden könnte, wird eine Konkurrenz der Familien und eine Skala bewerteter Selbstdefinition beschreiben, die zur Abgrenzung führt. Hier ist sehr darauf zu achten, dass für alle eine Lernatmosphäre geschaffen wird, in der sie überhaupt in der Lage sind, ihre

Situation offen zu beschreiben und daran zu arbeiten. (Anforderung an Fachlichkeit der Lehrperson)

Trotzdem gibt es auch Angebote, in denen eine Integration unterschiedlicher Lebensweisen oder –einstellungen gelingt.

### **Wertschätzung**

Die Ausgrenzung der Eltern durch ihre benachteiligende Lebenslage macht empfindsam für Abgrenzung und Benachteiligung. Grundsätzlich sind die Ressourcen und die Erziehungsfähigkeit der Eltern wertschätzend und positiv aufzunehmen. Ein reiner Defizitansatz vermindert die Möglichkeit der Offenheit für Lernschritte und demotiviert. Das Erkennen der eigenen Fähigkeiten und die Wahrnehmung positiver Lernerfolge ist methodisch und inhaltlich ständig zu reflektieren, um Ohnmachtsgefühlen und Hoffnungslosigkeit etwas entgegen zu setzen.

### **Orte und soziale Bezüge**

Die Angebotsorte müssen für die Zielgruppe mit Personen positiv verbunden sein. Dies müssen vertraute Personen sein, an die man sich wendet oder mit denen man so wie so zu tun hat.

Eine persönliche Vertrauensbildung, bei der mit Geduld eine Beziehung zu den Eltern hergestellt wird, die persönliche Sorge um das Wohlergehen der Familie spürbar ist, wird als Zugang zur Zielgruppe und Einstieg in die Motivationsarbeit gesehen.

### **Beispiel Tageseinrichtungen für Kinder**

Eltern sind durch die Bring- und Abholsituation mit den Tageseinrichtungen für Kinder, die ihre Kinder besuchen, vertraut. Eltern in benachteiligenden Lebenslagen müssen aber persönlich motiviert werden, um Bildungsangebote zu nutzen. Über die Elternarbeit der Tageseinrichtung hinaus gehende Elternangebote werden auch gerade von diesen Eltern nur vereinzelt besucht. Trotzdem ist die in der Regel positiv bewertete Leistung an diesem Ort, eine gute Zugangsmöglichkeit, die aber nur mit einem besonderen personellen Einsatz zur Nutzung von weiteren Angeboten führt. Die Gründung von Familienzentren gerade in Stadtteilen mit benachteiligenden Lebenslagen ist hier ein Ansatzpunkt für Familienbildung von eher bildungsfernen Eltern.

Die Entwicklung der neu entstehenden Familienzentren und die Umsetzung des Kibiz werden in den nächsten Jahren eine Veränderung der Angebote der Tageseinrichtungen für Kinder bedeuten. Diese Entwicklung ist zu beobachten und in eine Angebotspalette und –struktur einzubeziehen.

### **Beispiel Schulen**

Kontrovers wird die Nutzung der Schule als Angebotsort für Elternbildung gesehen. Besonders bei älteren Kindern oder Jugendlichen wird Schule als Ort der Kinder gesehen, der auch ein Stück „elternfrei“ sein sollte.

Ansonsten ist Schule ein Ort, an dem in Kooperation mit Schulleitung und Lehrer/innen über offene Angebote oder intensive Motivationsarbeit Eltern für Bildungsangebote interessiert und geworben werden können.

### **Beispiel Stadtteiltreffs**

Die von Eltern in benachteiligenden Lebenslagen genutzten Stadtteil- oder Nachbarschaftstreffs bieten ebenfalls eine gute Möglichkeit Bildungsangebote für benachteiligte Gruppen zu installieren und mit anderen Angeboten der sozialen Infrastruktur, besonders auch in Verbindung mit Erziehung und Betreuung zu verbinden.

### **Mobilität der Zielgruppe**

Gerade von Bürger/innen aus benachteiligenden Sozialräumen wird immer wieder beschrieben, dass sie sich hauptsächlich innerhalb eines engen Sozialraumes bewegen und selten darüber hinaus gehen. Dies hängt zum Einen mit geringen finanziellen Mitteln und zum Anderen mit der Schwierigkeit sich neue Räume zu erschließen und andere kulturelle bzw. soziale Milieus auf zu suchen, zusammen. So kann ein großer Teil der Zielgruppe nur in räumlicher Nähe zu ihrer Wohnung erreicht werden, bzw. müssen die Angebote so attraktiv und wichtig für die Eltern sein, dass sie sich auf den Weg machen.

Ein weiterer Aspekt ist die Frage nach einer Erwerbstätigkeit, die eher zu einem Verlassen eines engen Sozialraumes zwingt.

Die Nutzung akzeptierter Orte besonders mit Angeboten der Erziehung, Bildung oder Betreuung von Kindern, ist also eine der Grundvoraussetzungen für eine Niederschwelligkeit von Familienbildung für diese Zielgruppe.

Auch wenn der Ort, an dem das Angebot stattfindet wichtig ist, gelingt die Motivation der Zielgruppe aber nur in Verbindung mit in der Regel professionellem Personal, dass eine Türöffnerfunktion aktiv betreibt.

### **Hohe Anforderung an Fachlichkeit und Professionalität**

Die Referentin muss zur Zielgruppe passen. Sie muss Erfahrung mit der Lebenssituation und den Problemen der Zielgruppe fachlich verarbeitet haben. Ein flexibles Ausrichten auf die Zielgruppe, verbunden mit personeller Beharrlichkeit und Kontinuität ist erforderlich.

### **Konzept ständig anpassen: „Was will die Zielgruppe?“**

Innerhalb der Eingangsphase ist eine hohe Flexibilität der Angebotsleiter/in erforderlich, um mit den Eltern eine Motivation zum Besuch des Angebotes zu erarbeiten.

Wenn Eltern sich für den Besuch eines Angebotes entschieden haben und die persönlichen Kontakte innerhalb des Angebotes hergestellt sind, wird eine hohe Zuverlässigkeit bei der Teilnahme erlebt.

Das Bildungskonzept ist ständig zu reflektieren und an die Bedarfe der konkreten Lerngruppe anzupassen, deshalb ist eine hohe Professionalität und Fachwissen der Angebotsleitung erforderlich.

### **Flexible Rahmenbedingungen**

Die Ziele des Angebotes sind ständig an die Motivation, die Möglichkeiten und den Bedarf der Zielgruppen anzupassen.

Die erfordert einen sicheren und methodisch vielfältigen Umgang mit Lerninhalten bzw. Lernstoff.

Dazu sind flexible Rahmenbedingungen erforderlich

Methodisch ist bei vielen Zielgruppen gerade aus benachteiligenden Lebenslagen von einer Bildungsferne aus zu gehen. Hier sind Methoden des

handlungsorientierten Lernens besonders erfolgreich einzusetzen. Dies darf dann aber nicht an erforderlichen Ressourcen für z.B. Material oder dem Einsatz von Fachräumen oder Ausstattung scheitern (z.B. Werkstatt, Küchennutzung, Mobilität).

### **HZE- Bedarf und Angebote der Elternbildung**

Im Rahmen der Hilfen zur Erziehung sind einige Angebote (Elternschule, Elternarbeit von Tagesgruppen, besondere Maßnahmen der flexiblen Erziehungshilfe), die neben der Bearbeitung aktueller Erziehungsziele und –probleme ein Bildungsangebot für Eltern zum Inhalt haben oder flankieren (z.B. Kursangebot für Eltern mit Kindern in der Pubertät).

Bei diesen Angeboten gibt es eine starke Verbindung zwischen einem individuellen Hilfsangebot und einem Bildungsangebot in einer Gruppe. Auch hier ist eine intensive Vorbereitungsphase zur Motivation und mindestens eine Person erforderlich, die den Bezug zu den Eltern herstellt und systematisch pflegt. Sie berät, motiviert und bei der Wahrnehmung des Angebotes immer wieder positiv verstärkt. Die Angebote werden (da HZE von den Eltern beantragt wird) freiwillig wahrgenommen, auch wenn es häufig eine enge Verpflichtung und Verbindung zum Hilffarrangement gibt.

Zur Zeit wird eine Gesetzesänderung diskutiert, die eventuell zu einer Verpflichtung von Eltern mit Problemen bei der Umsetzung verantwortlicher Elternschaft, z.B. zu Angeboten der Elternbildung, führen kann. Falls diese Diskussion um Kindeswohlgefährdung zu der zur Zeit diskutierten Änderung führt, sind neue Konzepte zu entwickeln, bzw. bestehende Konzepte an zu passen.

### **Differenzierung der Zielgruppe: Eltern in benachteiligenden Lebenslagen**

Ein großer Teil der Zielgruppe sind Eltern, die eher bildungsungewohnt sind, d.h. die eine starke Motivation und Unterstützung benötigen und deren Interesse und Spaß am Lernen entwickelt und unterstützt werden muss, um sie überhaupt zu erreichen.

Bei genauer Betrachtung ist die Gruppe der Eltern in benachteiligenden Lebenslagen aber sehr differenziert und es sind unterschiedliche „Problemlagen“ zu beachten:

<b>Unterteilung der Zielgruppe nach Lebenslage, bzw Bedarf</b>	<b>Was ist besonders zu beachten? Wobei braucht die Zielgruppe Unterstützung?</b>
Eltern mit gescheiterten Bildungskarrieren, niedrigen Schulabschlüssen oft in Verbindung mit prekären Arbeitsverhältnissen oder auch Arbeitslosigkeit	Motivation Positive Lernerfahrung Finanzierung
Migrant/innen mit struktureller Benachteiligungserfahrung und fehlendem persönlichen Bildungserfolg	Motivation Zugang zu Angeboten außerhalb eines Migrant/innenmilleus
Migrant/innen mit gutem Bildungsstand, aber Einschränkung in der deutschen Sprache	deutsche Sprache Zugang zu Angeboten außerhalb eines Migrant/innenmilleus
Migrant/innen mit gutem Bildungsstand, mit fehlendem Wissen und/oder bewusster oder unbewusster Ausgrenzungen in Angeboten	Information Zugang zu Angeboten außerhalb eines Migrant/innenmilleus
Bildungsgewohnte Eltern mit besonderen, z.T. temporären Problemen, wie z.B.	Finanzierung Zeit

Alleinerziehende oder Eltern von behinderten Kindern	Kinderbetreuung bei Angeboten
--	-------------------------------

Die hier eher künstlich getrennten Gruppen haben viele Überschneidungen. Die Erfahrung der Anbieter/innen zeigt deutlich, dass es nicht einfach ist, heterogene Zielgruppen für ein Angebot zu motivieren und für eine regelmäßige Teilnahme zu gewinnen.

In Fachkreisen gibt es dazu eine kontroverse Diskussion.

Oft ist es schon als Erfolg zu werten, wenn eine Gruppe von Eltern mit gleicher nationaler Herkunft und engen sozialen Kontakten für ein Angebot gewonnen werden kann, zu der andere Eltern faktisch keinen Zugang haben.

Die Abgrenzung geschieht über eine gemeinsame Sprache, Religion, kulturelle Identität oder soziale Grenzen. Um einer zu engen Betrachtung des Themas vorzubeugen, ist darauf hin zu weisen, dass z.B. deutsche Familien mit langer Armutserfahrung starke Ausgrenzungsmechanismen frei setzen.

Trotzdem gibt es eine Menge Angebote, die genau diese Integrationsleistung unterstützen und fördern.

Hier wird noch einmal deutlich, warum kontinuierlich eingesetzte Fachkräfte mit Erfahrung in der Erwachsenenbildung, in Gruppenpädagogik, verbunden mit methodischem Können neben der Sicherheit in den inhaltlichen Themen erforderlich sind.

### **Ressourcen**

Die Realität der Angebotspalette ist, dass es sich meist um Projekte und Programmteile handelt, deren Finanzierung und Organisation nur sehr begrenzt temporär gesichert ist.

D.h., die verfügbaren Ressourcen werden für einen bestimmten, oft zu kurzen Zeitraum eingesetzt.

Aus der Befragung wird deutlich, dass häufig aus unterschiedlichen Bereichen Ressourcen zusammen gestellt werden müssen, um ein Angebot zu ermöglichen.

Auch wenn das auf eine gelungene Kooperation unterschiedlicher Bereiche hinweist, muss der hohe Einsatz an organisatorischem und personellem Aufwand beachtet werden.

Die Durchführung des Angebotes funktioniert bei der Zielgruppe über Beziehung, also aktives Personal und diese Struktur sichert auch eine Nachhaltigkeit der Erfolge. Erst durch gute Erfahrungen von Eltern ergibt sich manchmal ein Schnellballeffekt und das Angebot wird dann plötzlich nach einer schleppenden Anfangsphase gut angenommen. Wenn Ressourcen nur kurzfristig zur Verfügung stehen, ist der Aufwand der Einstiegsphase für die Werbung der Zielgruppe und die Motivation der Eltern oft zu hoch.

Erforderlich ist eine organisatorische und konzeptionelle Kontinuität, die Angebote immer wieder neu auf die unterschiedlichen Zielgruppen ausrichtet.

Die unterschiedlichen Akteure wünschen sich eine gesamtstädtische Stelle, die Ressourcen akquiriert, um die Mittelbeschaffung rationeller umsetzen zu können.

### **Bedarfsplanung**

Ziel aller Angebote der Elternbildung ist, dass sie bedarfsgerecht sind und die Zielgruppe gut erreichen.

Eltern in benachteiligenden Lebenslagen weisen oft Hemmnisse zur Wahrnehmung der sozialen oder kulturellen Infrastruktur auf. Bildungsferne, eigene persönliche

Probleme, finanzielle Randständigkeit und Einschränkungen in der Erziehungskompetenz verbinden sich zu fast unüberbrückbaren Schranken, auf die flexibel und personenbezogen und methodisch geschickt reagiert werden muss. Die Notwendigkeit einer präventiven Unterstützung und Förderung der Eltern ist gesellschaftlicher Konsens.

Politik, Verwaltung und Trägerorganisationen können über eine allgemeine Steuerung von Ressourcen und die Setzung von Qualitätsstandards den Rahmen für ein flexibles und zielgruppenspezifisches Angebot schaffen.

Eine Bedarfsplanung kann so nur eine Ressourcenplanung sein, die Standards setzt, um konkrete Maßnahmen zielgruppenspezifisch und flexibel einsetzen zu können.

Die bedarfsgerechte Durchführung erfordert Fachkräfte, die sich als Forschende und Lernende verstehen. Erforderlich ist dazu ein Verständnis von Kooperation unterschiedlicher Akteure und die Freiheit, mit Geduld immer wieder neue Ansätze zu erproben oder auch Bewährtes zu multiplizieren und fortzusetzen.

### **Kooperation**

Die Kooperation verschiedener Fachkräfte, Träger, Organisationen oder Bildungseinrichtung muss hergestellt werden. Dabei wirkt nicht der Ort durch sich selber, sondern die dort handelnden Personen.

Das Herausarbeiten gemeinsamer Ziele muss zu einer Kooperation der Inhalte führen, um zusammen erfolgreich Angebote machen zu können.