



Leitfaden zur Gestaltung von Zugängen

Inhalt

Einleitung	2
1. Familien erreichen – ein Handlungsmodell	3
1.1. Das Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit	5
1.2. Das Handlungsfeld Netzwerkarbeit	10
1.3. Das Handlungsfeld der Aufsuchenden Arbeit	14
1.4. Das Handlungsfeld der Weitergabe von Informationen durch bereits erreichte Familien	18
Zusammenfassung und Ausblick	20
Literaturverzeichnis	21
Abbildung 1: Handlungsmodell zum Erreichen von Familien	4
Abbildung 2: Häufigkeiten und Erfolgseinschätzung im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit	5
Abbildung 3: Vergleich der Häufigkeit der Verwendung und der Erfolgseinschätzung des Nutzens digitaler Medien	7
Abbildung 4: Häufigkeit und Erfolgseinschätzung der Tätigkeiten im Handlungsfeld Netzwerkarbeit	10
Abbildung 5: Häufigkeit und Erfolgseinschätzung der Tätigkeiten im Handlungsfeld der Aufsuchenden Arbeit	14

Einleitung

Liebe Inhaberinnen und Inhaber der Koordinierungs- und Netzwerkstellen, liebe Fachkräfte im Bundesprogramm Kita-Einstieg,

das Erreichen der Zielgruppe unterliegt unterschiedlichen Gelingensbedingungen und ist mit verschiedenen Herausforderungen verknüpft. Die Frage, wie man die Zielgruppe am besten erreichen kann, werden Sie sich sicherlich schon des Öfteren gestellt haben. Es scheint eine der wichtigsten Fragen bei der Umsetzung des Bundesprogramms „Kita-Einstieg“ zu sein. In einem Interview mit der Fachkraft eines Kita-Einstieg-Standorts, erläutert diese, dass „zu Beginn noch keine Brücke vorhanden ist. (...) dahinten sind die irgendwo, aber da weiß ich auch nicht, wo ich meine Brücke hin ausrichten soll, weil ich ja noch nicht mal weiß, wo sie sind“.

Im Rahmen der Evaluation des Programms „Kita-Einstieg“ haben wir in den bundesweiten Online-Erhebungen und in Interviews an 18 Standorten gezielt nach Methoden zum Erreichen der Zielgruppe gefragt. Dabei wollten wir in Erfahrung bringen, welche Methoden Sie verwenden und wie erfolgversprechend Sie diese Methoden einschätzen. Bei den Interviews gingen wir insbesondere auch der Frage nach, wie der Zugang zu bislang unerreichten Familien gelingen kann und was das Brückenbauen in die Frühe Bildung ausmacht. Die erhobenen Daten zeigten verschiedene Methoden auf, um den Zugang zu bislang unerreichten Familien zu gestalten. Diese können vier Handlungsfeldern zugeteilt werden: Öffentlichkeitsarbeit, Netzwerkarbeit, Aufsuchende Arbeit sowie der Zugang über bereits erreichte Familien.

Mit diesem Leitfaden möchten wir Ihnen anhand der vier Handlungsfelder einen Überblick geben, mit welchen Methoden die Familien an den verschiedenen Kita-Einstieg-Standorten erreicht werden konnten.

1. Familien erreichen – ein Handlungsmodell

Im Programm „Kita-Einstieg“ haben sich verschiedene Methoden herauskristallisiert, um die Zugänge zu Familien zu gestalten. Diese lassen sich im Wesentlichen vier Handlungsfeldern zuordnen: die Öffentlichkeitsarbeit, mit Hilfe von Netzwerkpartnerinnen und Netzwerkpartnern, die Aufsuchende Arbeit und über bereits erreichte Familien. Die Auswertungen der Evaluationsergebnisse deuten auf einen ineinandergreifenden Prozess hin, der sich schematisch darstellen lässt (siehe Abbildung 1). Im Zentrum des Handlungsmodells stehen die Familien, die die Möglichkeit haben, an den programmspezifischen pädagogischen Angeboten teilzunehmen. Dafür müssen Familien zunächst von dem Angebot erfahren. Über die Öffentlichkeitsarbeit können allgemeine Informationen über das Programm und gezielte Informationen über die pädagogischen Angebote weitergegeben werden. Auf diesem Weg kann eine große Anzahl an Personen mit Informationen erreicht werden. Darüber hinaus können auch Netzwerkpartnerinnen und -partner bzw. weitere Akteurinnen und Akteure am Standort über Inhalte und Angebote des Programms informiert werden. Von Vorteil ist, dass sie womöglich bereits Kontakte zu den Familien aufgebaut haben und so als Vermittler zu den Kita-Einstieg-Angeboten fungieren können.

Die Aufsuchende Arbeit ermöglicht den pädagogischen Fachkräften, neben der Weitergabe von Informationen, auch eine Beziehung zu den Familien aufzubauen. Ein gegenseitiges Vertrauen bietet die Chance, verschiedenste Vorbehalte und Hemmschwellen abzubauen und die Familien für die Teilnahme an einem pädagogischen Angebot zu gewinnen.

Die Evaluation zeigt zudem, dass bereits an Angeboten teilnehmende Familien eine besondere Rolle spielen. Sie können den Zugang zu Angeboten befördern, indem sie die Informationen über Gespräche oder Empfehlungen an Familien weitergeben, die bislang noch kein Angebot besucht haben.

Flankiert werden die Wege zur Erreichung der Zielgruppe durch Bedarfs- und Sozialraumanalysen, um die Angebote passgenau und sozialraumadäquat gestalten zu können.

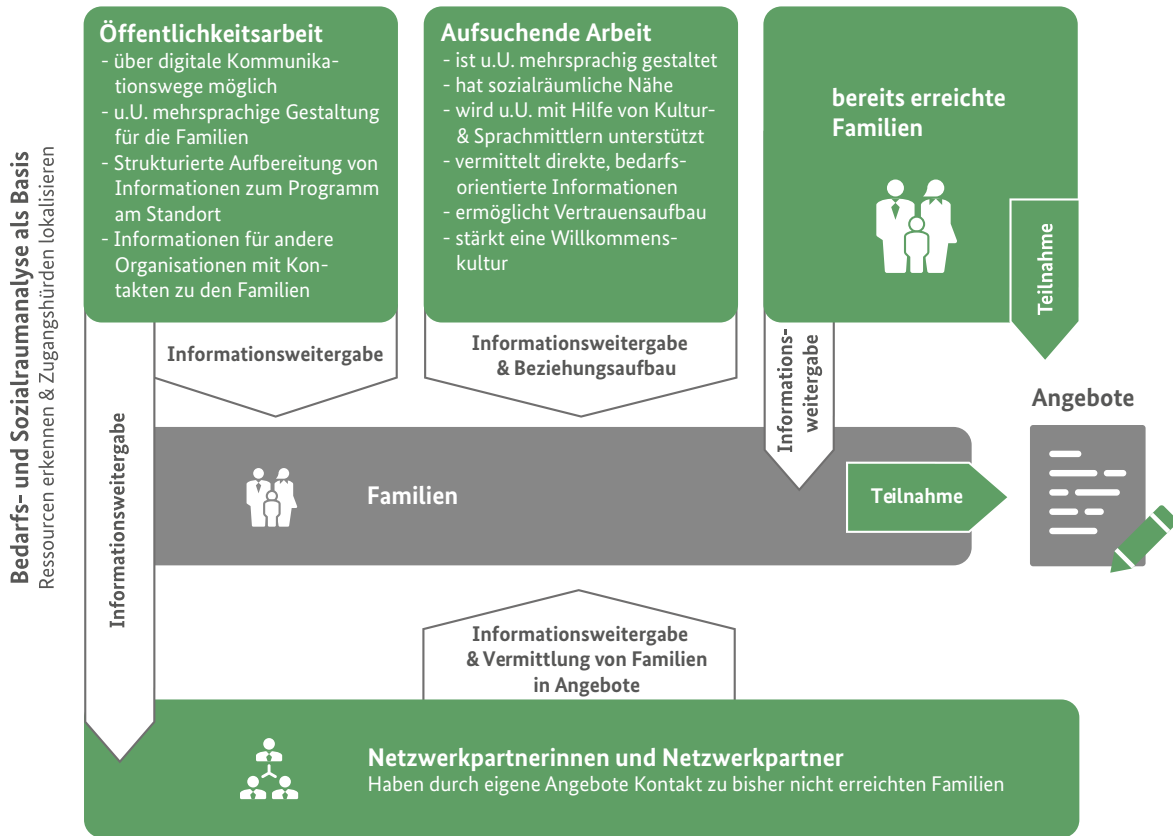


Abbildung 1: Handlungsmodell zum Erreichen von Familien

In den folgenden Kapiteln werden die vier Handlungsfelder genauer vorgestellt und mit Daten und Beispielen aus den Interviews und der Online-Erhebung erläutert. Auf diesem Wege möchten wir Ihnen verschiedene Möglichkeiten zur Erreichung von Familien, aber auch Stolpersteine der unterschiedlichen Methoden aufzeigen.

1.1. Das Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit

Mit der Online-Befragung haben wir Ihnen zum Thema Öffentlichkeitsarbeit unterschiedliche Methoden und Wege genannt, die geeignet sind, um Informationen an die Familien zu heranzutragen. Ihre Antworten geben einen Überblick der am häufigsten gewählten Wege sowie den Erfolg, den Sie den einzelnen Methoden beimessen.

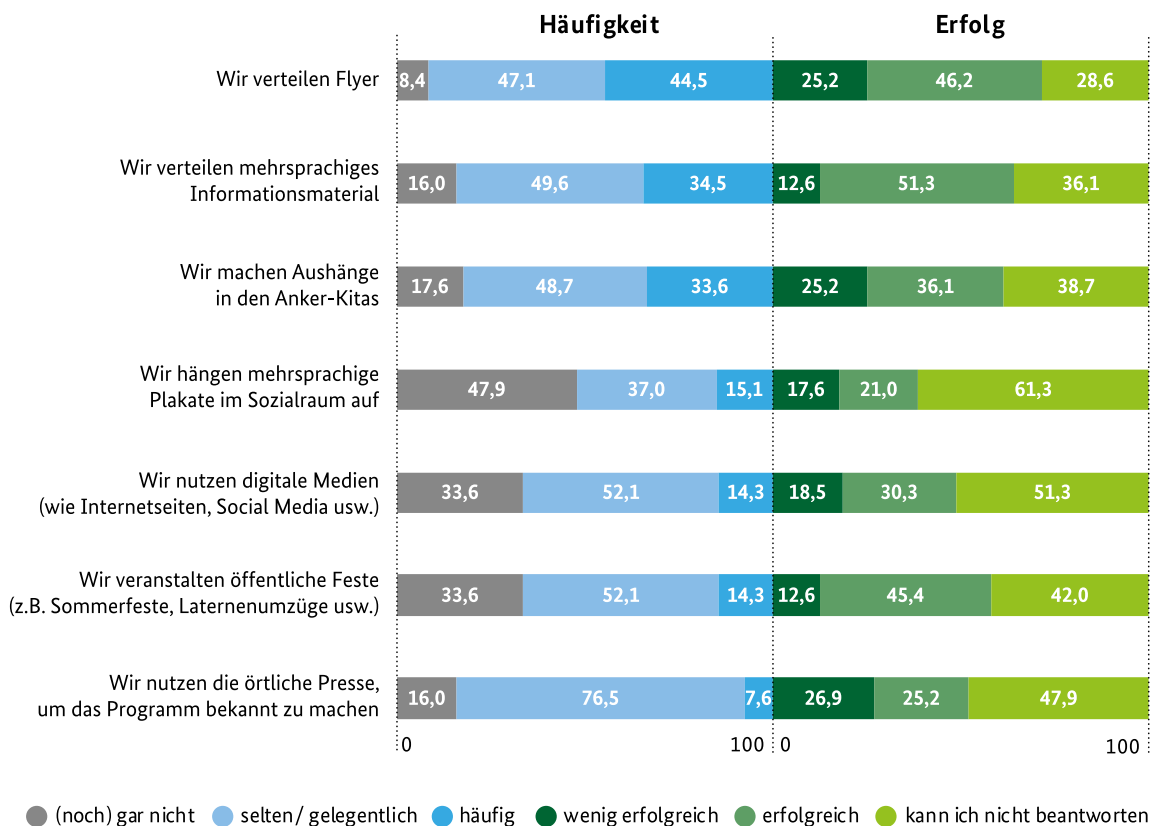


Abbildung 2: Häufigkeiten und Erfolgseinschätzung im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit (Angaben in Prozent; n=119)

Aus Ihrer Angaben (Abbildung 2) lässt sich entnehmen, dass Sie Flyer, mehrsprachiges Informationsmaterial oder Aushänge in den kooperierenden Kitas am häufigsten einsetzen (33,6 Prozent bis 44,5 Prozent) und diesen auch den größten Erfolg bei der Erreichung der Familien zuschreiben. Demgegenüber scheinen mehrsprachige Plakate im Sozialraum keine gängige Praxis zu sein und werden als wenig erfolgreich eingeschätzt. Digitale Medien wie Internetseiten oder Social

Media werden von Ihnen nur gelegentlich zur Informationsweitergabe eingesetzt, wobei Sie diesen Weg auch nur in 30,3 Prozent der Fälle als erfolgreich erachten. Einen eher hohen Erfolg verbinden Sie mit öffentlich ausgerichteten Festen (45,4 Prozent). Jedoch werden diese von Ihnen selten oder nur gelegentlich durchgeführt (52,1 Prozent). Mehrheitlich gaben Sie an, dass Sie die örtliche Presse nur selten nutzen, um das Programm in Ihrer Stadt oder Region bekannt zu machen (76,5 Prozent). Dies hängt sicher mit den Erfolgserwartungen zusammen, denn nur 25,2 Prozent von Ihnen erachten diese Methode als erfolgreich, um Familien zu erreichen.

Beim Einsatz von Flyern unterscheiden Sie zwischen Informationen, die für die Familien gedacht sind und denen, die andere Akteurinnen und Akteure im Sozialraum über das Bundesprogramm sowie über dessen Angebote und Veranstaltungen informieren sollen. In den Interviews finden sich Hinweise, dass Flyer nicht unbedingt als geeignetes Mittel zum Erreichen der Familien angesehen werden:

„Wobei der Flyer wirklich eher für die Kooperationspartner auch ist, um das Projekt zu erklären. Viele Einrichtungen haben Flyer über ihre Angebote oder ähnliches, aber die Familien, die wir erreichen wollen, die lesen diese Flyer nicht (...)“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Die Öffentlichkeitsarbeit kann demnach für die Kommunikation innerhalb des Netzwerks genutzt werden, um beispielsweise auf eigene Angebote hinzuweisen und über diese zu informieren. In diesem Zusammenhang wird in einem Interview berichtet, wie Flyer dann mit einem Umweg über Netzwerkpartnerinnen und -partner die Familien erreichen können:

„Also da gibt es natürlich die Flyer und da gibt es natürlich die Handzettel, weil das wiederum ein Medium ist, worüber dann die Fachleute mit den Familien, die die vielleicht dann erreichen, ins Gespräch kommen und sagen können: ‚hier, guck mal, ich habe hier was, ich empfehle dir das (...) aber geh doch mal hierhin, hier hast du ein Angebot und da bekommst du auch Beratung was Anmeldeverfahren angeht in Kitas und so weiter“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Digitale Medien werden bislang seltener genutzt, um Familien über Angebote zu informieren. Diejenigen, die digitale Medien jedoch häufig nutzen, beschreiben sie als sehr erfolgreich und schätzen, dass die Familien in etwa 80 Prozent der Fälle über digitalen Medien erreicht werden (siehe Abbildung 3)¹.

1

Hier wird nicht zwischen unerreichten Familien und jenen unterschieden, die bereits an Angeboten teilnehmen.

Wir nutzen digitale Medien (wie Internetseiten, Social Media usw.)

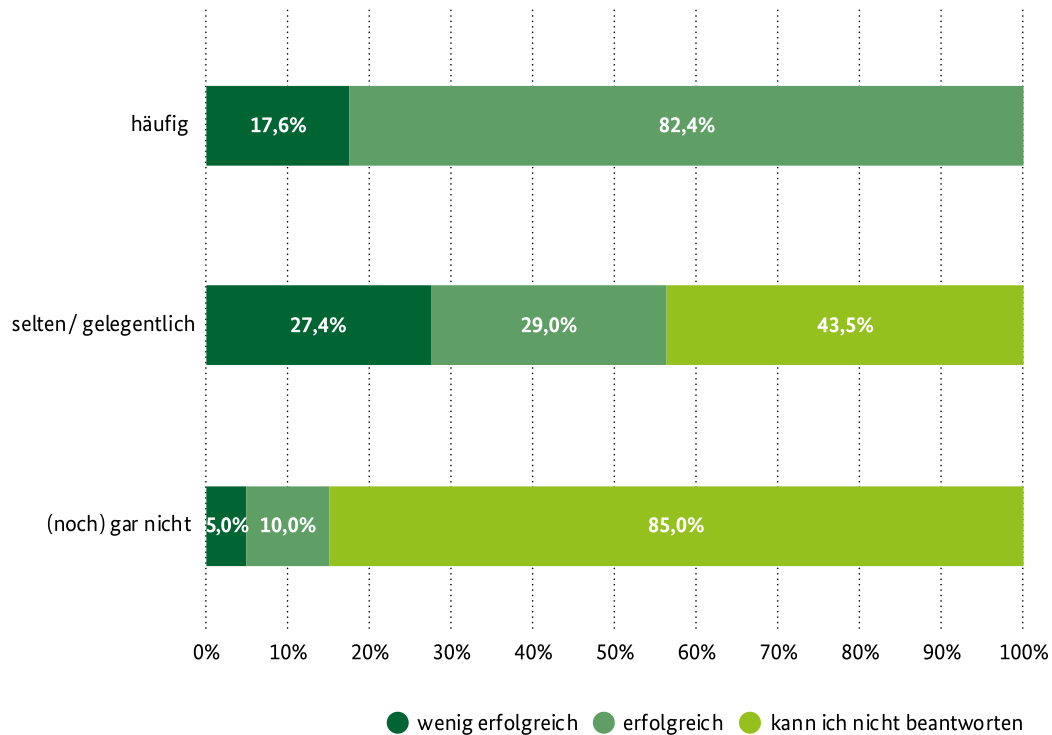


Abbildung 3: Vergleich der Häufigkeit der Verwendung und der Erfolgseinschätzung des Nutzens digitaler Medien (Angaben in Prozent; n=119)

In den Interviews, den eingereichten Angebotssteckbriefen und den Online-Erhebungen finden sich verschiedene Beispiele für den Einsatz digitaler Methoden:

- Eine multilinguale App mit Vorlesefunktion, die neuzugewanderte Eltern über das System der frühen Bildung am Standort informiert;
- Die App eines Integrationszentrums, die mit Informationen zum Bundesprogramm ergänzt wurde;
- Facebook-Seiten, auf denen Informationen zu aktuellen Themen und Angeboten geteilt werden;
- Internetseiten, die aktuelle Informationen darstellen und die verschiedenen Ansprechpartnerinnen und Ansprechpartner für die Familien vorstellen.

✓ **Tipps für die Praxis:**

Beim Einsatz von Flyern oder anderem schriftbezogenen Informationsmaterial für die Öffentlichkeitsarbeit sollten Sie sich vergewissern, dass diese für die jeweils adressierte Gruppe (Netzwerkpartnerinnen und -partner oder zu erreichende Familien) aufbereitet sind. Inhaltlich sollten Sie genau prüfen, wer mit welchem Flyer über was informiert werden soll. Wenn Sie die Familien mit Flyern oder Handzetteln ansprechen möchten, scheint es erfolgreicher zu sein, wenn Sie diese mehrsprachig aufbereiten lassen. Analysieren Sie auch genau, welche Sprachen Sie dafür berücksichtigen sollten. Dafür können Sie auch die Daten der Sozialraumanalyse heranziehen (zur Beschreibung Sozialraumorientierung und -analyse siehe S.9).

Um digitale Medien in Ihre Öffentlichkeitsarbeit einzubinden, ist es hilfreich, sich Gedanken zu machen, welche Medien die Familien nutzen und welche Social-Media-Kanäle sich für Ihr Vorhaben anbieten. Dabei müssen jedoch stets Datenschutzrichtlinien beachtet werden.

Hilfreich ist es, Ihre Öffentlichkeitsarbeit stärker sozialraumbezogen auszurichten. Überlegen Sie, vielleicht auch gemeinsam mit ihren Netzwerkpartnerinnen und -partnern, wie Informationen im Sozialraum öffentlichkeitswirksam präsentiert und wie Informationen zielgruppenadäquat dargestellt werden können.

Exkurs: Sozialraumorientierung und -analyse

In den letzten zehn Jahren haben der Diskurs und die Praxis von Stadterneuerung, Jugendhilfeplanung und Neuorganisation sozialer Dienste immer mehr Orientierungen am sozialen Raum genommen. Das Kinder- und Jugendhilfegesetz (SGB VIII) formuliert an verschiedenen Stellen Aufträge für eine sozialräumlich ausgerichtete Analyse, Planung und Organisation von Leistungsangeboten und verweist im Konzeptbegriff der „Lebensweltorientierung“ ebenfalls auf räumliche Komponenten².

Der Begriff *Sozialraum* beschreibt, dass ein Raum nicht nur als feste, unveränderbare Struktur wahrgenommen werden kann (und sollte), sondern immer ein „Ergebnis menschlichen Handelns“³ ist. Damit wird der Blick von Orten, Plätzen oder Wohnquartieren – also dem, was wir eigentlich unter Raum verstehen – weggeleitet und zu den „von den Menschen konstituierten Räumen der Beziehungen, der Interaktionen und der sozialen Verhältnisse“⁴ hingeleitet. In diesen kommen immer auch „individuelle, familiäre, gruppenbezogene, organisationelle, regionale, nationale und transnationale Einflüsse zum Tragen“⁵. Die Sozialraumorientierung als Fachkonzept Sozialer Arbeit basiert dabei im Prinzip auf fünf Leitlinien⁶:

1. „Ausgangspunkt jeglicher Arbeit sind der Wille/die Interessen der leistungsberechtigten Menschen (in Abgrenzung zu Wünschen oder naiv definierten Bedarfen).
2. Aktivierende Arbeit hat grundsätzlich Vorrang vor betreuender Tätigkeit.
3. Bei der Gestaltung einer Hilfe spielen personale und sozialräumliche Ressourcen eine wesentliche Rolle.
4. Aktivitäten sind immer zielgruppen- und bereichsübergreifend angelegt.
5. Vernetzung und Integration der verschiedenen sozialen Dienste sind Grundlage für funktionierende Einzelhilfen.“

Es geht also darum, die Ressourcen im betrachteten Raum mit den Interessen der Menschen so zu verbinden, dass gesellschaftliche Partizipation möglich wird. Für die Analyse von Sozialräumen kann auf unterschiedliche Methoden zurückgegriffen werden⁷. Der Blick fällt dabei vor allem auf die Verteilung sozialer Gruppen im städtischen Raum, um Ausgrenzungsprozesse (Segregation) sowie deren Auswirkungen innerhalb gegebener Sozialräume abbilden und denen präventiv und intervenierend begegnen zu können.

.....
2 Riege & Schubert, 2002, S. 7f.

3 Kessl & Reutlinger, 2010, S. 25.

4 Kessl & Reutlinger, 2010, S. 25.

5 Spatscheck & Wolf-Ostermann, 2016, S. 22.

6 Hinte in Budde, Früchtel & Hinte, 2006, S. 9.

7 Eine Übersicht über unterschiedliche Methoden der Sozialraumanalyse und grundlegende Texte zum Themenfeld finden Sie zum Beispiel auf der folgenden Internetseite: <https://www.sozialraum.de/>.

1.2. Das Handlungsfeld Netzwerkarbeit

Wichtig für das Erreichen der Familien sind Ihre Netzwerkpartnerinnen und -partner, wie die Daten der Online-Erhebung zeigen (vgl. Abb.4). In fast 60 Prozent der Fälle stellen die gefundenen Netzwerkpartnerinnen und -partner den Kontakt zu den Familien her. Dieser Weg der Kontaktaufnahme wird von Ihnen in über 83 Prozent der Fälle als erfolgreich angesehen. Weniger häufig (37 Prozent) stellen Sie selbst das Programm in anderen Angeboten Ihrer Netzwerkpartnerinnen und -partner vor, wobei Sie diesem Vorgehen eine Erfolgsquote von 60,5 Prozent beimessen.

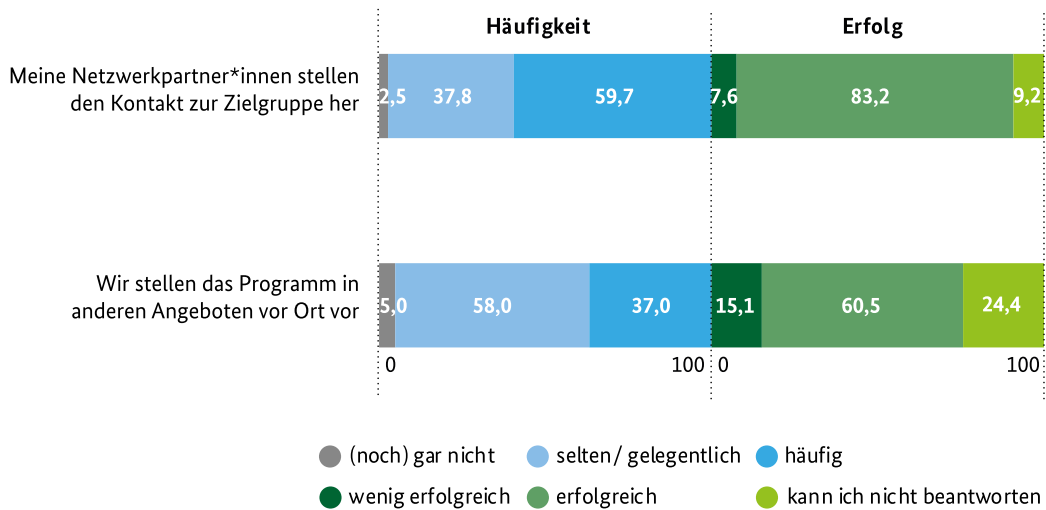


Abbildung 4: Häufigkeit und Erfolgseinschätzung der Tätigkeiten im Handlungsfeld Netzwerkarbeit (Angaben in Prozent; n=119)

Die Zusammenarbeit mit anderen Akteurinnen und Akteuren hilft Ihnen nicht nur beim Erreichen der Familien, sondern auch bei deren weiterer Unterstützung, beispielsweise um die Familien schnell und unkompliziert an Fachkräfte anderer Professionen weitervermitteln zu können. Es zahlt sich aus, Ihre Angebote und die Ihrer Netzwerkpartnerinnen und -partner aufeinander zu beziehen und so gemeinsam ein umfassendes und kohärentes Angebotspektrum für die Familien bereitzustellen. Es bildet das Fundament einer Brücke in frühe Bildung. Auf die Frage, was in dem Leitsatz „Brücken bauen in frühe Bildung“ unter „Brücken“ verstanden wird, antwortet eine Fachkraft im Interview:

„Also zum einen braucht eine Brücke ja nicht nur einen Konstrukteur, sondern ganz viele Konstrukteure, also man muss gemeinsam zum Wohle der Kinder agieren. Und das ist auf Kommunalebene... ist das die Trägervielfalt, die zum einen geboten wird. Es sind zig Netzwerke, die man sich dafür zunutze machen muss und ja, um diesen Kindern den Weg in eine vernünftige Zukunft zu ebnet. Jeder hat einen anderen Schwerpunkt, den er setzt, jeder hat eine andere Ressource, jeder hat eine andere Fähigkeit und die muss man sich einfach zunutze machen. Das ist wie beim Hausbau: Sie brauchen den Zimmermann, Sie brauchen die Elektriker, Sie brauchen den Gas-Wasser-Installateur und so ist es hier auch. Sie brauchen einen, der das Ganze koordiniert, Sie brauchen aber auch Hilfestellungen aus anderen Fachbereichen.“

Auszug aus dem Interview mit einer Fachkraft an einem Kita-Einstieg-Standort.

Wie genau dann das Erreichen der Familien über Netzwerkpartnerinnen und -partner gelingen kann, beschreibt die Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle wie folgt:

„Die meisten Brücken - oder die Familien finden zu den Brücken durch das bisher geschaffene Netzwerk hier (am Standort). (...) Ich habe ein Riesen-Netzwerk hier (am Standort). Sei es der Kontakt zu allen Kitas, zu Gynäkologen, zu Kinderärzten, hier zum Amt für Inklusion und Flüchtlinge, sei es zu der Babybegrüßung. All diese Institutionen – nenne ich sie mal – wissen von uns, haben die Kontaktdaten von uns und melden sich bei mir, wenn die durch ihre Arbeit an solche Familien kommen und denken: ‚ich glaube da wäre mal so ein Brückenbau sinnvoll oder diese Familie muss mal an die Hand genommen werden.‘ Rufen mich an und fragen dann: ‚hier sag mal, hast du eine Idee, hast du ein Angebot, was vielleicht passen könnte oder habt ihr die Kapazität, die Familie mal an die Hand zu nehmen?‘ (...) Und dann wird da der Kontakt hergestellt, die Fachkraft geht auf die Familie zu. Natürlich muss vorher auch das Einverständnis der Familie vorliegen. Also es wird dann gefragt: ‚wir haben jetzt hier ein Team von Kita-Einstieg, die würden sich mal bei Ihnen melden, wenn Sie möchten.‘ Die Familien wollen das auch oft. Und genau, dann wird der Kontakt hergestellt und dann so mit Hilfe unserer Angebote die Brücke dann in Angriff genommen.“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Neben den „üblichen Verdächtigen“, wie den Frühen Hilfen, dem Kinder- und Jugendärztlichen Dienst oder dem Quartiersmanagement, die in vielen „Kita-Einstiegs“-Standorten bereits den Netzwerken angehören, gibt es weitere potenzielle Partnerinnen und Partner. Die Zusammenarbeit mit Migrantenselbstorganisationen kann beispielsweise sehr förderlich sein, wenn es um das Erreichen von Familien oder um die Unterstützung bei Ihrer Bedarfsanalyse für die Umsetzung des Bundesprogramms geht.⁸

Der Auszug aus einem Interview mit zwei Fachkräften eines Standorts macht die Vielfalt und Vielzahl dieser Organisationen deutlich:

„Wir haben ja auch unten den afrikanischen Verein, (...) wir haben hier einen afghanischen Verein. Der Leiter des Vereins kann natürlich super seine Leute informieren. Wir haben den afrikanischen Verein, der hat unten im Erdgeschoss seine Räume. Wir haben einen ostasiatischen Verein, wir haben zwei russischsprachige Vereine, wir haben eine türkische Gruppe, die sich hier einmal in der Woche trifft. Also dadurch hat man schon Leute, die dann auch die Infos weitergeben.“

Auszug aus einem Interview mit zwei Fachkräften an einem Kita-Einstieg-Standort.

Diese Form von selbstorganisierten Gruppen oder Strukturen existieren jedoch längst nicht überall, was das Erreichen der Familien deutlich verkomplizieren kann, wie die Leitung einer kooperierenden Kita beschreibt:

„Bei den Zielgruppen Rumänen und Bulgaren (...) die haben hier, oder ist zumindest uns nicht bekannt, keine Struktur. Ich sag jetzt mal unsere türkische Community, die haben ihre Migrantenorganisation, die sind organisiert. Da haben sie so genannte Opinionleader, an die können sie sich wenden und dann wird das weitergetragen. Solche Strukturen sind zumindest hier nicht bekannt im Bereich der Rumänen und Bulgaren. Die kennen sich zwar häufig untereinander, aber dass man jetzt mal irgendeinen ansprechen kann und der gibt es irgendwo weiter (...), das haben die hier nicht und das macht es durchaus schwierig Informationen da rein zu streuen.“

Auszug aus einem Interview mit der Leitung einer kooperierenden Kita an einem Kita-Einstieg-Standort.

Das Fehlen von Organisationen und Vereinigungen oder auch die Gefahr der Isolierung besteht sicher für alle Familien, die verschiedene Problemlagen zu bewältigen haben. Wenn diese selbst nicht den Zugang zur frühen Bildung suchen, ist es umso schwerer, sie zu erreichen. Um diese Familien künftig besser zu erreichen, gilt es weitere Methoden zu entwickeln und auszuprobieren.

8

Vergleichen Sie dazu auch den „Leitfaden zur Zusammenarbeit mit Migrantenselbstorganisationen“, der im Zusammenhang mit dem Bundesprogramm erstellt wurde.

„Und da ist für mich die größte Hürde erstmal in den Erstkontakt zu kommen, weil man natürlich erstmal den Erstkontakt braucht, um dann auch darzustellen, was gibt es überhaupt und mit welcher Sinnhaftigkeit gibt es das und, kann das etwas für euch sein oder auch nicht. Und dann auch nochmal zu hören, warum nicht und zu überlegen: Haben wir eigentlich in unseren Strukturen, in unserer Abdeckung, die wir hier so in Deutschland haben, alle mitgedacht oder ist da vielleicht eine große Gruppe, die wir einfach übersehen zurzeit, die so im Dunkeln verschwinden. Das ist für mich auch nochmal ein wichtiger Punkt, eine wichtige Zielsetzung, wenn man zum Thema Brücken bauen in frühe Bildung guckt.“

Auszug aus einem Interview mit der Leitung einer kooperierenden Kita an einem Kita-Einstieg-Standort.

Neben der Zusammenarbeit mit Migrantenselbstorganisationen kann auch die Einbindung von ehrenamtlichen Kräften, insbesondere wenn diese über ähnliche Erfahrungen oder kulturelle Hintergründe verfügen, das Erreichen von Familien vereinfachen.

„Die Ehrenamtlichen haben Netzwerke schon, die für uns sehr bereichernd sind, um auf Familien zugehen zu können. Und das sind einfach gute Quellen, um an die Familien anknüpfen zu können.“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Tipps für die Praxis:

Zum Erreichen der Familien hat sich die Zusammenarbeit mit Ihren Netzwerkpartnerinnen und -partner als wesentlich herausgestellt. Sie fungieren als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren, indem sie Informationen über das Programm „Kita-Einstieg“ innerhalb der eigenen Profession oder deren spezifischer Zielgruppe weitergeben. Darüber hinaus können sie zudem bisher noch nicht erreichte Familien in Ihre pädagogischen Angebote vermitteln. Für einen noch höheren Erfolg des Erreichens der Familien, bietet es sich an, die Strukturen und Angebote Ihrer Netzwerkpartnerinnen und -partner systematisch in den Blick zu nehmen, um daraus weitere mögliche Kooperationsstrukturen aufzubauen. Entwickeln Sie gezielt passgenaue Informationsmedien, die entweder die Akteurinnen und Akteure in der Bildungslandschaft informieren oder gezielt an Familien weitergegeben werden können.

Des Weiteren ist es sinnvoll, Stakeholder in Politik, Verwaltung und Trägerlandschaft zu gewinnen, die Sie bei Ihrem Vorhaben unterstützen können und Informationen an deren jeweilige Netzwerkpartnerinnen und -partner weitergeben. Weitere Informationen zur Netzwerkgestaltung können Sie auch der Handreichung zur Netzwerkarbeit ⁹ entnehmen.

⁹ <https://kita-einstieg.fruhe-chancen.de/aktuelles/netzwerkarbeit-einblicke-in-die-umsetzung-des-bundesprogramms-kita-einstieg/>

1.3. Das Handlungsfeld der Aufsuchenden Arbeit

Im Gegensatz zum klassischen Zugang zu früher Bildung, bei dem Eltern alleine den Weg in die Einrichtungen finden müssen (sog. Komm-Struktur), setzen viele Standorte im Bundesprogramm „Kita-Einstieg“ auf die Aufsuchende Arbeit (sog. Geh-Struktur). Die Befragungen haben gezeigt, dass die Fachkräfte verschiedene Wege der Aufsuchenden Arbeit nutzen, um Familien zu erreichen und diese auch als sehr erfolgsversprechend einschätzen, wie die Abbildung 5 zeigt.

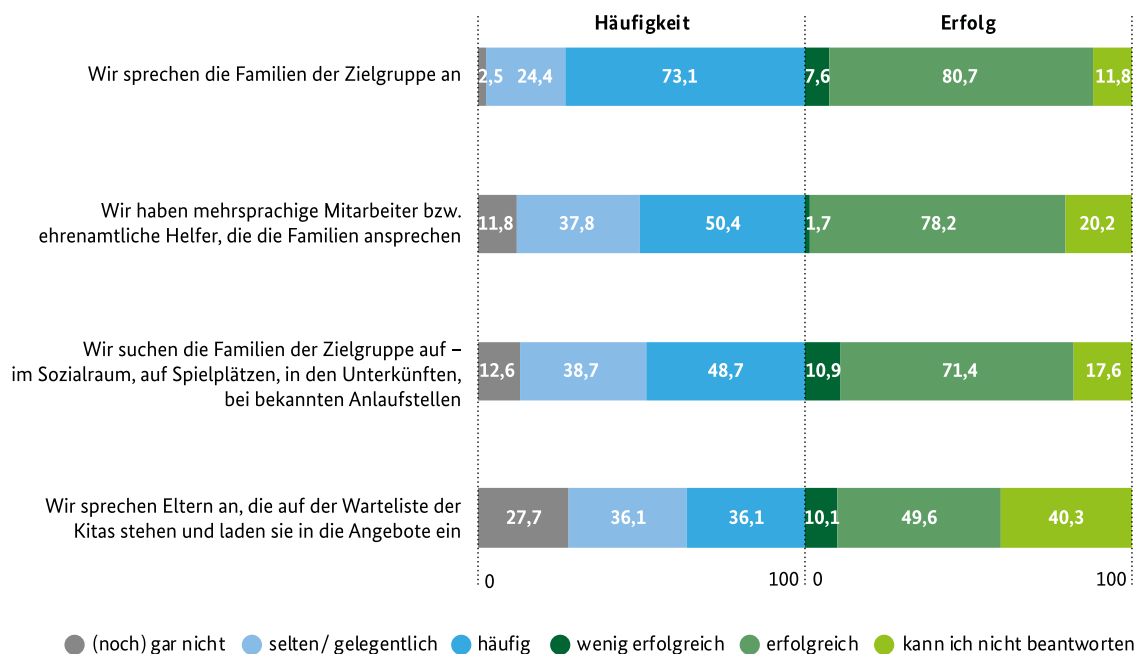


Abbildung 5: Häufigkeit und Erfolgseinschätzung der Tätigkeiten im Handlungsfeld der Aufsuchenden Arbeit (Angaben in Prozent; n=119)

Die Aufsuchende Arbeit bietet einen persönlich-kommunikativen Zugang zu den Zielgruppen. Eine interviewte Fachkraft macht deutlich, dass dieser Zugang die Basis für eine vertrauensvolle Beziehung sein kann:

„Genau, je persönlicher desto tragbarer die Brücke. Würde ich tatsächlich so sagen. Und da taucht natürlich dann auch auf der anderen Seite dieses... eben es ist persönlich und es läuft auf der Beziehungsebene.“

Auszug aus einem Interview mit einer Fachkraft in einem Kita-Einstiegs-Standort.

Hilfreich ist, die Aufsuchende Arbeit mehrsprachig zu gestalten. Denn die Aufsuchende Arbeit wird insbesondere dann als erfolgreich eingeschätzt, wenn sprachliche Barrieren weitestgehend überbrückt werden können. Dies kann auch mit Hilfe von Kultur- und Sprachmittlern unterstützt werden.

„Also das sind Personen in der Regel, die bei uns diese Brückenfunktion übernehmen. (...) welche, mit denen man auch die gleiche oder ähnliche Geschichte teilt. Beispielsweise unsere irakische Kollegin, die selber mit Fluchterfahrung vor vielen Jahren hier zu uns gekommen ist, hier drei Kinder großgezogen hat. Das ist natürlich auf jeden Fall eine super Brücke für alle, die erstens ihre Sprache auch sprechen. Sprache. Aber die auch sich von ihr natürlich besser verstanden fühlen, als ich das jemals könnte. Weil ich natürlich diese Erfahrungen nicht teile. Das ist ja klar. Da gibt es immer ein Verständnis auf einer Ebene, die braucht keine Worte. Das ist einfach so, wenn man ähnliche Dinge erlebt hat, dann kann man sich auf einer anderen Basis begegnen.“

Auszug aus einem Interview mit der Leitung in einem Kita-Einstieg-Standort.

Ein wichtiger Bestandteil der Aufsuchenden Arbeit ist die Präsenz der Kita-Einstiegs-Fachkräfte im Sozialraum, denn durch vertraute Gesichter gelingt die Ansprache der Familien deutlich leichter.

„Da haben wir dann gesagt, wir müssen irgendwie nochmal ein bisschen anders gucken und haben dann so Familientage stattfinden lassen, die so ein bisschen Festcharakter hatten (...) Dadurch kamen so die ersten Kontakte und danach waren dann eben auch die Hürden nicht mehr so hoch, dann zu dem Treff zu kommen, weil man dann schon wusste: ‚ah, du sitzt da‘. Es läuft ganz vieles über Gesichter, weniger über Plakate oder Briefe oder irgendwelche Zeitungsartikel, sondern viel mehr über Ansprache, persönliche Ansprache und das Gesicht. Wenn ich die Menschen anspreche (...), dann war letztendlich das Angebot gar nicht so entscheidend. Sondern das war klar, die Frau so und so ist da und dann komme ich dahin. Die ist nett oder da weiß ich so ein bisschen, was mich erwartet.“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Orte der Aufsuchenden Arbeit können im Sozialraum Spielplätze, Parks, Vereine, Innenstädte, Einkaufsstrassen und -zentren, Sportplätze, Schulhöfe, Wohnunterkünfte oder Cafés in der Stadt sein. Mit Hilfe einer Sozialraumanalyse können Sie in Ihrer Umgebung weitere für die Aufsuchende Arbeit geeignete Orte identifizieren. Darüber hinaus können Sie darauf basierend herausfinden, welche Gruppen und Familien sich wo befinden und die Orte zielgruppenorientiert aufsuchen.

Einige der im Bundesprogramm „Kita-Einstieg“ teilnehmenden Standorte setzen auf Hausbesuche. Diese Form der Aufsuchenden Arbeit kann zielführend sein. Eine Fachkraft weißt in einem Interview jedoch darauf hin, dass dieser Weg für viele, aber sicher nicht für alle Familien gleichermaßen geeignet erscheint:

„(...) bei Leuten, die schon länger in Deutschland wohnen, die nicht gerade frisch zugewandert sind - da muss ganz, ganz viel passieren und da muss schon ein gewisses Vertrauen herrschen, bevor man denen mal vorschlagen kann: ‚Soll ich mal zu dir nach Hause kommen?‘ (...) Und bei den zugewanderten Familien, da sind die Türen sofort offen. Da steht dann der Tee auf dem Tisch und dann wird da Essen für 27 Personen aufgefahren ..., ja, das ist halt einfach so. Also die Mentalität ist eine andere und dementsprechend ist der Zugang natürlich auch ein ganz anderer.“

Auszug aus einem Interview mit der Fachkraft an einem Kita-Einstieg-Standort.

Ziel ist, allen Familien die Möglichkeit zu geben, an frühkindlichen Angeboten zu partizipieren, Hemmschwellen abzubauen und Brücken oder Wege in ein vertrauensvolles Umfeld aufzuzeigen. Insgesamt möchten wir jedoch auch darauf hinweisen, dass Aufsuchende Arbeit, insbesondere in Form von Hausbesuchen, bei den Familien gewissen Druck für die Angebotsteilnahme erzeugen kann. Dieses Problem beschreibt auch die Leitung einer kooperierenden Kita im Interview:

„(...) wenn ein Elternteil nicht zu einer Spielgruppe kommt, dann fahre ich doch mal hin und klingele mal an und frag mal nach. Das ist für mich eine ganz gefährliche Schnittstelle. Also wann ist das noch ein zuvorkommendes, wohlwollendes Abholen und ab wann ist das Druck?(...)“

Wenn die Eltern an den Angeboten teilnehmen und einen häuslichen Besuch als bereichernd und entgegenkommend empfinden, kann es sicher ein unterstützendes Vorgehen sein.

Das Kind ist zufrieden, die Mitarbeiter sind zufrieden, die Eltern sind zufrieden, so. Da würde ich sagen, positiv abgeschlossen, ohne Frage. Es wäre für mich aber nicht positiv abgeschlossen, wenn unter bestimmten Voraussetzungen so viel Druck auf die Familie ausgeübt wurde, dass man gesagt hat: ‚Das ist gut für Ihr Kind und Sie müssen das machen und das ist in Deutschland..., also jedes Kind geht in die Kita und jetzt ist Ihr Kind schon vier Jahre alt und was verpassen Sie alles.‘ Also wenn man so auf diese Schiene geht und die Eltern das Gefühl haben: ‚Oh Gott ja, dann muss ich das wohl machen.‘“

Auszug aus einem Interview mit der Leitung einer kooperierenden Kita in einem Kita-Einstieg-Standort.

 **Tipps für die Praxis:**

Mit der Methode der Aufsuchenden Arbeit können Sie an verschiedenen Orten einen Zugang zu den Familien schaffen, die Sie bislang nicht erreichen konnten. Wir möchten Ihnen gerne ein paar Reflexionsfragen an die Hand geben, mit der Sie die Aufsuchende Arbeit für sich planen oder auch überprüfen können:

- An welchen Orten im Sozialraum kann ich Aufsuchende Arbeit gestalten?
- Welche Familien treffen sich an welchen Orten?
- Wie kann ich eine Beziehung zu den Familien aufbauen?
- Auf welche sprachlichen Barrieren könnte ich stoßen?
- Wie könnten Sprach- und Kulturmittlerinnen und -mittler die Aufsuchende Arbeit bereichernd gestalten?

1.4. Das Handlungsfeld der Weitergabe von Informationen durch bereits erreichte Familien

Eine von Ihnen lediglich indirekt beeinflussbare Methode zum Erreichen von Familien ist die Weitergabe von Informationen durch Familien, die bereits an Ihrem Angebot teilnehmen oder teilgenommen haben. Knapp 60 Prozent von Ihnen geben an, dass teilnehmende Familien die Informationen über Angebote an andere Familien weitertragen. Über 80 Prozent von Ihnen schätzen diese Methode als erfolgreich ein. Aus den Befragungen der Fachkräfte geht hervor, dass einige Familien die pädagogischen Angebote besuchen, da sie von Familienangehörigen, Freunden oder Bekannten darauf aufmerksam gemacht worden sind.

Sie können zwar nicht unmittelbar bewirken, dass Teilnehmende Informationen über Ihre Angebote weitergeben. Jedoch kann die Qualität Ihrer Angebote und Veranstaltungen indirekt beeinflussen, ob und welche Informationen von Familien weitergetragen werden.

„Man hat auch, ja so in den letzten Veranstaltungen, so dass Gefühl gehabt, wenn eine Veranstaltung gut aufgenommen wurde, dann sind die Leute auch eigentlich selber Multiplikatoren und streuen die Infos weiter. Es kommt Interesse von anderen Personen. Also man merkt dann einfach auch daran, dass ist die Info, die wichtig und richtig war, wenn die Leute die dann auch wiederum weitergeben (...).“

Auszug aus einem Interview mit der Inhaberin einer Koordinierungs- und Netzwerkstelle an einem Kita-Einstieg-Standort.

Sie können aber auch Familien direkt in Ihren Angeboten dazu auffordern, weitere Familien zur Teilnahme einzuladen. Dazu müssen die Angebote niedrigschwellig gestaltet sein und neuen Familien jederzeit offenstehen:

„Die Familien bauen sich auch ein Netz, eine Gemeinschaft auf. Und ich glaube schon, dass da auch viel..., dass die Familien auch untereinander sagen: ‚Mensch, das ist doch voll gut und komm doch mal mit.‘ Und ich sage das auch jedes Mal: ‚Ihr könnt welche mitbringen. Es ist immer offen.“

Auszug aus einem Interview mit einer Fachkraft in einem Kita-Einstieg-Standort.

Dieser Weg eignet sich vor allem für Familien, die in eine soziale Gemeinschaft integriert sind.

 **Tipps für die Praxis:**

Die Mund-zu-Mund-Propaganda scheint einer der erfolgsversprechenden Wege zu sein, um Familien zu erreichen. Eventuell können so auch die Familien erreicht werden, die über bisherige Kommunikationswege noch keine Informationen über das Programm „Kita-Einstieg“ und die pädagogischen Angebote erhalten haben. In welchem Umfang andere Familien für Ihre Angebote „werben“, ist jedoch nicht nur von den schon Teilnehmenden abhängig. Sie können diesen Weg aktiv mitgestalten, indem Sie vor allem passgenaue bzw. bedarfsorientierte Angebote für die jeweilige Zielgruppe gestalten. Dazu bedarf es vor allem einer Analyse, welche Angebote im Sozialraum schon vorhanden sind, um Mehrfachangebote zu vermeiden. Ebenso ist eine offene und niedrigschwellige Angebotsstruktur von großer Bedeutung. In einigen Interviews wurde berichtet, dass Mütter nur mal zum „Schnuppern“ vorbeikamen, ohne sich gleich verbindlich für dieses Angebot zu entscheiden. Auch besuchten teilweise Schwestern oder Schwägerinnen ein Eltern-Kind-Angebot, obwohl sie selber keine Kinder in der jeweiligen Altersgruppe hatten. Der Kontakt untereinander, die Unterstützung durch die Fachkräfte und das Willkommen sein waren die wesentlichen Faktoren, weitere Personen für die Angebote zu gewinnen. Ein weiterer Tipp ist das Bereithalten mehrsprachiger sowie zielgruppenadäquat aufbereiteter Informationsmaterialien, die Familien mitnehmen und an ihr soziales Umfeld weiterreichen können.

Zusammenfassung und Ausblick

Die möglichen Wege und Zugänge zu Familien können sehr vielseitig sein und werden von Ihnen auf ganz unterschiedliche Weise gestaltet. Das müssen sie auch, denn die Rahmenbedingungen, unter denen Zugang zu Familien gesucht wird, variieren in der Praxis sehr stark. Je nach sozialräumlichem Kontext und den zu Verfügung stehenden Ressourcen, wie Netzwerkpartnerinnen und -partner oder Ehrenamtliche, bieten sich verschiedene Möglichkeiten auf die Familien zuzugehen oder Informationen zu verbreiten. Eine Kombination aus verschiedenen Herangehensweisen, die idealerweise von einer Bedarfs- und Sozialraumanalyse flankierend begleitet wird, erscheint als vielversprechende und erfolgreiche Vorgehensweise.

„Die Gesamtheit bzw. die Nutzung mehrerer Methoden bringt unserer Meinung nach den Erfolg. Man muss möglichst viele Methoden strukturiert miteinander verbinden und verfolgen, um ans Ziel zu kommen. Eine erfolgreiche Methode ist also der Zusammenschluss und der Nutzen vieler verschiedener Methoden zu einer Ganzen.“

Aussage aus einer offenen Antwort der zweiten Online-Erhebung.

Der Zugang zu den Familien basiert weiterhin maßgebend auf einer wertschätzenden Haltung gegenüber den Familien. Ein offener und achtsamer Umgang erleichtert die Ansprache, die Kommunikation auf Augenhöhe und das Wahrnehmen der Bedarfe der Familien. Insbesondere die Bedarfs- und Zielgruppenorientierung spielt bei der Suche nach geeigneten Zugängen sowie der darauffolgenden Angebote eine entscheidende Rolle. Evaluieren Sie deshalb auch Ihre bislang verwendeten Methoden mit Blick auf die Familien, die Sie bislang noch nicht erreichen konnten. Beispielsweise weil diese isoliert leben, nicht organisational vertreten sind oder gegebenenfalls Vorbehalte gegenüber öffentlich geförderten Angeboten, Institutionen oder Programmen haben. Probieren Sie neue Wege oder einen Mix aus Methoden aus, wenn sichtbar wird, dass Sie eine bestimmte Zielgruppe primär und andere gar nicht erreichen oder das Angebot am Standort nicht dem Bedarf und der Nachfrage gerecht wird.

Abschließenden möchten wir Ihnen noch mit auf den Weg geben, dass eine Brücke letztendlich immer nur eine Begleitung zu einem selbstbestimmten Leben aller Familien darstellt. Sie haben die Möglichkeit diese Brücke zu gestalten, sie als Weg anzubieten und gemeinsam mit den Familien zu beschreiten.

Literaturverzeichnis

Hinte, W. (2006). *Geschichte, Quellen und Prinzipien des Fachkonzepts „Sozialraumorientierung“ (Einleitung)*. In W. Budde, F. Früchtel & W. Hinte (Hrsg.), *Sozialraumorientierung. Wege zu einer veränderten Praxis (7-24)*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden.

Kessl, F. & Reutlinger, C. (2010). *Sozialraum. Eine Einführung (2. Aufl.)*. Wiesbaden: VS, Verl. für Sozialwiss.

Riege, M. & Schubert, H. (2002). *Einleitung: Zur Analyse sozialer Räume - Ein interdisziplinärer Integrationsversuch*. In M. Riege & H. Schubert (Hrsg.), *Sozialraumanalyse. Grundlagen - Methoden - Praxis*. Opladen: Leske + Budrich.

Spatscheck, C. & Wolf-Ostermann, K. (2016). *Sozialraumanalysen. Ein Arbeitsbuch für soziale, gesundheits- und bildungsbezogene Dienste*. Opladen, Toronto: Verlag Barbara Budrich.

Impressum

Dieses PDF ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung;
es wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber:

Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend
Referat Öffentlichkeitsarbeit
11018 Berlin



www.bmfsfj.de

Für weitere Fragen nutzen Sie unser
Servicetelefon: 030 20179130
Montag–Donnerstag 9–18 Uhr
Fax: 030 18555-4400
E-Mail: info@bmfsfj-service.bund.de

Einheitliche Behördennummer: 115*

Stand: Oktober 2019

Autorinnen und Autoren:

Sarah Meusel, Sonja Abendroth, Maike Hoeft & Timm Albers (Universität
Paderborn) im Rahmen des Bundesprogramms „Kita-Einstieg: Brücken
bauen in frühe Bildung“

Redaktion und Gestaltung: Ramboll Management Consulting GmbH

* Für allgemeine Fragen an alle Ämter und Behörden steht Ihnen auch die einheitliche Behördenrufnummer 115 zur Verfügung. In den teilnehmenden Regionen erreichen Sie die 115 von Montag bis Freitag zwischen 8.00 und 18.00 Uhr. Die 115 ist sowohl aus dem Festnetz als auch aus vielen Mobilfunknetzen zum Ortstarif und damit kostenlos über Flatrates erreichbar. Gehörlose haben die Möglichkeit, über die SIP-Adresse 115@gebaerdentelefon.d115.de Informationen zu erhalten. Ob in Ihrer Region die 115 erreichbar ist und weitere Informationen zur einheitlichen Behördenrufnummer finden Sie unter <http://www.d115.de>