

**GESCHÄFTSBEREICH SOZIALES, JUGEND & INTEGRATION  
RESSORT KINDER, JUGEND UND FAMILIE – JUGENDAMT  
JUGENDHILFEPLANUNG**

**BILDUNGSANGEBOTE  
FÜR ELTERN IN BENACHTEILIGENDEN LEBENSLAGEN**

**BEDARFSANALYSE 2007**



<b>Gliederung</b>	<b>Seite</b>
1. Auftrag und fachlicher Rahmen der Bedarfsanalyse	4
1.1. Familienfreundliches Wuppertal	4
1.2. Jugendhilfeplanung Familien- und Elternbildung	4
1.3. Ziel der Bedarfsanalyse	5
1.4. Definition Familien in benachteiligenden Lebenslagen	5
1.5. Angebotsspektrum und Ziele von Elternbildung	6
1.6. Beispiele für Kriterien der Angebote, die in die Analyse einzubeziehen sind	6
2. Durchführung der Analyse	6
2.1. Projektgruppe	6
2.2. Schriftliche Befragung August 2007	7
3. Ergebnisse der Befragung 2007	9
3.1. Träger der Angebote und Kooperationspartner/innen	9
3.2. Angebotsstruktur und Kontinuität	10
3.3. Ziele der Bildungsangebote	11
3.4. Zielgruppen und Teilnehmer/innen	12
3.5. Finanzierung der Angebote und Ressourceneinsatz	15
3.6. Erweiterung des Spektrums durch Fachkräfte und Träger	16
4. Fachliche Bewertung der Ergebnisse, Workshop 6. November 2007	17
5. Ergebnisse und Handlungsnotwendigkeiten	22
5.1. Ergebnisse der Bedarfsanalyse	22
5.2. Handlungsnotwendigkeiten	23
Anlage 1 Entwicklung des Angebotes der Familienbildungsstätten 2002 -2006	26
Impressum	25

## 1. Auftrag und fachlicher Rahmen der Bedarfsanalyse

### 1.1 Familienfreundliches Wuppertal

Gemäß Ratsbeschluss vom 20.02.2006 für ein familienfreundliches Wuppertal (Drs. VO/0186/06, Ziff.8 und 9) soll das Handlungsfeld "Hilfen zur Erziehung für Familien" vorrangig bearbeitet werden. Mit der Drucksache VO/1128/06, Ziff 2 wurde im Schulausschuss, im Jugendhilfeausschuss und im Ausschuss für Soziales, Gesundheit und Familie der Auftrag erteilt, eine „differenzierte Bestandsanalyse der Angebote für Familien in benachteiligenden Lebenslagen und (eine) gezielte Ausweitung der Angebote“ zu erarbeiten.

Abgeleitet aus der politischen Beschlussfassung wird sich im Folgenden ausschließlich mit Bildungsangeboten für Eltern als präventive Maßnahme der Jugendhilfe beschäftigt.

Als Maßstab für präventive Maßnahmen und als Abgrenzung zu Hilfeangeboten wird dabei die Schwelle zu den Hilfen zur Erziehung (§27ff, SGB VIII) gesetzt.

### 1.2 Jugendhilfeplanung Familien- und Elternbildung

Seit 1994 mit einer Bestandserhebung und der Entwicklung von Planungsperspektiven der Familienbildung im Rahmen der Jugendhilfeplanung begonnen wurde, gibt es eine intensive konkrete Auseinandersetzung des Jugendamtes, den Wuppertaler Familienbildungsstätten und den politischen Gremien über den Bildungsbedarf benachteiligter Familien in Wuppertal.

1998 wurde mit einer **Sozialraumanalyse** und mit **Leitlinien für die Familienbildung** als Planungsergebnis die Notwendigkeit des Ausbaus des Angebotes für benachteiligte Familien herausgearbeitet und beschlossen. (Beschluss JHA 1.9.1998 und Rat 15.9.1998).

Im Frühjahr 2001 musste festgestellt werden, dass eine Erweiterung der Ressourcen der Familienbildungsstätten zum Ausbau ihres Angebotes nicht finanzierbar ist. (UA JHP 27.3.2001).

2006 wurde mit Modellprojekten für benachteiligte Familien in Kooperation Familienbildungsstätten, Ressort Kinder, Jugend und Familie – Jugendamt und u. a. mit Grundschulen begonnen (Drucksache VO/0504/07 Familienfreundliches Wuppertal, Kinder brauchen kompetente Eltern, Umsetzung 2006/07).

#### **Fachlicher Rahmen dieser Bedarfsanalyse**

Eltern in benachteiligenden Lebenslagen haben oft Schwierigkeiten bei der Nutzung der sozialen oder kulturellen Infrastruktur. Bildungsferne, eigene persönliche Probleme, finanzielle Randständigkeit und Einschränkungen in der Erziehungskompetenz verbinden sich zu fast unüberbrückbaren Schranken, auf die Jugendhilfe flexibel, personenbezogen und methodisch geschickt reagieren 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.

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

Eine Bedarfsplanung kann auf dieser Ebene 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 sind Wissen um die Lebenslagen der Zielgruppen und Empathie für die Eltern, umfangreiche Kenntnisse der Sozial- und Bildungslandschaft der Stadt, die Bereitschaft sich weiter zu qualifizieren sowie kommunikative und kooperative Kompetenz.

Von der Trägerseite her ist ein Verständnis erforderlich, das Kooperation unterschiedlicher Akteure fördert, Freiheit zu lässt, um mit Geduld immer wieder neue Ansätze zu erproben oder auch Bewährtes zu multiplizieren oder fortzusetzen.

### 1.3 Ziel der Bedarfsanalyse

Die Weiterentwicklung von zielgeleiteten erwachsenenpädagogischen Bildungsangeboten ist das Ziel dieser Bedarfsanalyse. Eltern (von Kindern und Jugendlichen) in benachteiligten Lebenssituationen sollen unterstützt werden, damit sie die Betreuung, Erziehung und Bildung ihrer Kinder eigenverantwortlich und erfolgreich in ihrer Familie bewältigen können.

Das Analysefeld ist eng umrissen und deshalb sind konkrete Definitionen zum gemeinsamen Verständnis erforderlich.

Im Folgenden wird die Zielgruppe „Familien in benachteiligten Lebenslagen“ definiert, das Angebotsspektrum von Elternbildung beschrieben und durch Beispiele von Angeboten, die in die Analyse einzubeziehen sind, erläutert.

### 1.4 Definition Familien in benachteiligten Lebenslagen

Im Rahmen der Jugendhilfeplanung ist in Wuppertal ein Verfahren entwickelt worden, das über Sozialindikatoren Gebiete ausweist, in denen ein großer Anteil der Bewohner/innen Menschen in benachteiligten Lebenslagen sind. Auf die dort entwickelte Definition und Auswertung wird in der Analyse zurück gegriffen.

#### Familien in benachteiligten Lebenslagen

- sind überdurchschnittlich von Armut, z.B. durch Arbeitslosigkeit oder Beschäftigung im Niedriglohnsektor betroffen.
- fehlt gesellschaftliche Integration, z.B. als Folge von Migration oder fehlende Bildungsabschlüsse.
- leben häufig in Gebieten, in denen ein besonderer Bedarf an Unterstützungsangeboten besteht.
- sind räumlich weniger mobil.
- sind häufiger durch familiäre Beziehungsbrüche und schwierige Lebensübergänge belastet.
- sind häufiger in ihrer Erziehungsfähigkeit, z.B. durch schwerwiegende Erkrankungen oder Sucht eingeschränkt.

<b>Quartiere mit hoher sozialer Belastung = benachteiligende Lebenslagen für Mädchen, Jungen und ihre Familien</b>		
<b>Stadtbezirk</b>	<b>sehr hohe Belastung</b>	<b>hohe Belastung</b>
0 Elberfeld	01 Nordstadt 02 Ostersbaum 03 Südstadt	00 Elberfeld-Mitte 05 Friedrichsberg
1 Elberfeld-West	14 Arrenberg	10 Sonnborn 12 Nützenberg
3 Vohwinkel	37 Höhe	
5 Barmen	50 Barmen-Mitte 51 Friedrich-Engels-Allee 54 Rott 55 Sedansberg	52 Loh
6 Oberbarmen	60 Oberbarmen-Schwarzbach 61 Wichlinghausen-Süd 62 Wichlinghausen-Nord	
7 Heckinghausen	70 Heckinghausen	71 Heidt
8 Langerfeld-Beyenburg		82 Jesinghauser Str. 83 Hilgershöhe 84 Löhlerlen 85 Fleute
9 Ronsdorf		92 Rehsiepen

## 1.5 Angebotsspektrum und Ziele von Elternbildung

- Information und Erfahrungsaustausch über Erziehungsfragen und die Entwicklung von Mädchen und Jungen.
- Präventive Entwicklung der Erziehungsfähigkeit von Eltern, durch Information und Verarbeitung von Wissen über Entwicklungsschritte von Mädchen und Jungen, von altersgemäßen Verhaltensweisen, Erarbeitung und Reflexion von Erziehungszielen und -methoden.
- Reflexion des eigenen Verhaltens als Mutter oder Vater und die Diskussion realistischer Anforderungen an sich selber, bzw. den/die anderen Elternteil/e. Reflexion des eigenen Bildes von Familie.
- Lösungsorientierte Alltagsmethoden zur Gestaltung des Familienlebens erfahren und einüben.
- Information über und Auseinandersetzung mit Erziehungs- und Bildungsinstitutionen. Information über Strukturen, Rechte und Pflichten und die Aufgaben der verschiedenen Systeme.
- Erfahrungen sammeln und Verhalten lernen, das ermöglicht, mit anderen Eltern oder mit Hilfe von Institutionen eine Vernetzung der eigenen Erziehungsleistung und der gegenseitigen Unterstützung zu entwickeln.
- Unterstützung bei der Lösung aktueller Konflikte, wie z.B. bei Erziehungsproblemen oder familiären Krisensituationen durch die Erschließung von Übergangsmöglichkeiten in individuelle Beratungsangebote, zum Bezirkssozialdienst oder durch Kontakte zu Regeleinrichtungen (z.B. TFK, Schulen).

## 1.6 Beispiele für Kriterien der Angebote, die in die Analyse einzubeziehen sind

- Das Angebot ist keine Einzelmaßnahme, sondern ein Gruppenangebot.
- Das Angebot wird in Sozialräumen, die von benachteiligenden Lebenslagen geprägt sind durchgeführt (siehe Tabelle oben).
- Das Angebot wird bereits erfolgreich durchgeführt und ist der Zielgruppe bekannt.
- Das Angebot wird von der Zielgruppe nachgefragt und positiv bewertet.
- Personen, die das Angebot durchführen sind auch „danach“ noch für die Eltern erreichbar oder es hat eine Einbindung in ein Regelangebot stattgefunden, in dem die Eltern weiter Unterstützung und Beratung erfahren – Nachhaltigkeit.
- Zeit: 3 – 5 Termine (mindestens) oder eine Serie von Treffen, die eine persönliche Kontinuität der Durchführenden und der Teilnehmer/innen sichern.
- Kinderbetreuung ist während des Angebotes bei Bedarf möglich oder das Elternangebot findet parallel zu Angeboten für Kinder statt.

## 2. Durchführung der Analyse

### 2.1 Projektgruppe

Die Bedarfsanalyse wurde von einer verwaltungsinternen Projektgruppe begleitet:

208 Jugendhilfeplanung	Frau Schmidt
208 Familienbüro	Frau Vaupel
208 Fachbereich Kinder- und Jugendhilfe	Frau Krentz
208 Bezirkssozialdienst	Frau Busch
204 Ressort Zuwanderung und Integration	Frau Roddewig-Oudnia
Bergische VHS / Bereich Familienbildung	Frau Scheer

Die Projektgruppe unterstützte von Juli 2007 bis Dezember 2007 die Jugendhilfeplanung bei der Befragung und Bedarfsanalyse.

Es wurde eine schriftliche Befragung durchgeführt, ausgewertet und in Fachkreisen, unter anderem in einem ½-tägigen Workshop diskutiert. Die Ergebnisse wurden analysiert und Zielperspektiven entwickelt.

Das Analysevorhaben wurde in der Arbeitsgruppe Familienbildung, der AG 3 und AG 1 § 78 SGB VIII und der Arbeitsgruppe leitende Fachkräfte (Stadt und AgFW) vorgestellt.

## **2.2 Schriftliche Befragung August 2007**

Es wurden insgesamt 150 Fragebögen verschickt.

Einrichtungstypen und Organisationen, die in die Befragung einbezogen wurden sind:

Tageseinrichtungen für Kinder, Geburtskliniken, -häuser, Familienbildungsstätten, Anbieter von Hilfen zur Erziehung, Wohlfahrtsverbände, Jugendeinrichtungen, Stadtteiltreffs (-zentren), Migrantenselbstorganisationen, Bezirkssozialdienste, Beratungsstellen.

Es wurden nicht alle Einrichtungen befragt, sondern nur Einrichtungen, die durch Träger, Fachberatungen oder -dienste benannt wurden oder deren Angebot in Quartieren mit benachteiligenden Lebenslagen durchgeführt wird oder die einen besonderen Zugang zu sozialen Gruppen mit benachteiligten Lebenslagen haben. In die Auswertung konnten 87 Fragebogen einbezogen werden.

### **Migrantenselbstorganisationen**

Ab Mitte August 2007 wurden ca. drei Wochen nach der Verschickung der Fragebögen alle angeschriebenen Migrantenselbstorganisationen angerufen und nach einem Bildungsangebot für Eltern befragt. Gleichzeitig wurde angeboten, die Befragung in einem Gespräch durchzuführen und zu dokumentieren.

Obwohl die 26 Organisationen durch das Ressort 204 Zuwanderung und Integration als Anbieter von Elternbildung benannt wurden, konnte nur von 3 Vereinen eine positive Rückmeldung erfolgen.

Ein großer Teil der Vereine macht Angebote für Mädchen und Jungen, wie z.B. Hausaufgabenunterstützung, Nachhilfe, spezielle Freizeit- oder Religionsangebote. In diesem Zusammenhang gibt es manchmal auch Einzelberatung für Eltern oder Elternabende.

### **Rückmeldungen**

Eine Reihe von Einrichtungen und Trägern bedauerten, dass sie zur Zeit kein Bildungsangebot für Eltern in benachteiligenden Lebenslagen durchführen können, obwohl sie eine dringende Notwendigkeit solcher Angebote sehen.

Einige Träger haben bereits Konzepte entwickelt und Personal qualifiziert und trotzdem kamen die Angebote nicht zustande, weil Eltern nicht erreicht werden konnten.

### **Tageseinrichtungen für Kinder ohne ein spezielles Bildungsangebot für Eltern in benachteiligten Lebenslagen**

In den Rückmeldungen der Tageseinrichtungen für Kinder wurde deutlich, dass die Beratung der Einrichtungen in Bezug auf Erziehungsfragen und allgemeine Familien- oder Lebensfragen zur ständigen Arbeit mindestens der Leitungen gehört.

Darüber hinaus werden innerhalb der Elternarbeit der Einrichtungen themenbezogene Angebote meistens als einmalige, häufig aber wiederkehrende Veranstaltung durchgeführt. In diesen „Elternabenden“ werden wichtige Erziehungsthemen behandelt und neben einer Informationsweitergabe auch Bildungsziele verfolgt. Dabei wird häufig anhand von Angebotsbeispielen oder Erziehungs- und Bildungszielen der Arbeit der TFK die pädagogische Arbeit der Einrichtung vermittelt. Ein Ziel ist, die pädagogische Arbeit der TFK und die familiäre Erziehung auf einander abzustimmen, aber auch die Eltern in ihrer Erziehungskompetenz zu unterstützen.

### **Beispiele für Erziehungs- und Bildungsthemen**

Grenzen setzen und Erziehung zur Selbständigkeit

Schutz vor Gewalt, gewaltfreie Erziehung

Unterstützung der körperlichen Entwicklung und Bewegungsförderung

Literaturförderung (Besuch der Kinder- und Jugendbibliothek mit den Eltern)

Sprachentwicklung und Spracherwerb im Kindesalter (mit Anleitung und Beispielen)

Mathematisches und naturwissenschaftliches Verstehen

Verkehrserziehung

Naturverstehen – Umwelterziehung

Sucht-Prophylaxe

**Beispiele für Gesundheitsthemen:**

Zahngesundheit

Gesunde, kindgerechte Ernährung

Erste Hilfe bei Kindern

Körperliche, geistige und psychische Entwicklung von Kindern

Einige Einrichtungen haben die Möglichkeit ein Angebot einer Beratungsstelle für Kinder, Jugendliche und Eltern in ihrer Einrichtung anzubieten und berichten von einer intensiven Nutzung durch die Eltern der Einrichtung. Dabei ist es auch möglich, Eltern aus benachteiligten Lebenslagen zu der Nutzung einer solchen Beratung zu motivieren.

In einigen TfK finden Angebote der Elternbildung (z.B. starke Eltern, starke Kinder) statt. Es wurde aber häufig bedauert, dass es trotzdem sehr selten gelingt, bildungsungewohnere Eltern oder Eltern mit Migrationshintergrund zur Nutzung solcher Angebote zu motivieren.



### 3. Ergebnisse der Befragung

#### Befragung zur Bestandserhebung 2007

87 Antworten auf die Befragung konnten in die Auswertung einbezogen werden. Die Angaben zu den Zielen, zur geplanten Zielgruppe und den Bedingungen des Angebotes wurden von einem sehr großen Teil ausgefüllt.

Antworten zu der erreichten Zielgruppe konnten von einem großen Teil nicht ausgefüllt werden. Die Auswertung folgt dem Aufbau der Befragung. In dieser Darstellung wurden Fragenbereiche zu kompakten Ergebnissen zusammengefasst.

Die Ergebnisse der Befragung bilden ca. 95% des tatsächlichen Angebotes ab. Einige wenige Angebote konnten nicht durchgeführt werden, zu einigen Angeboten kamen die Fragebogen nach Beendigung der Befragung zurück.

**Die Informationen über die ausgewerteten Antworten sind eine Momentaufnahme für das Jahr 2007 in einem Angebotsfeld, in dem um die tatsächliche Teilnahme, die Finanzierung und die fachlichen Inhalte ständig gerungen wird, um sie durchführen zu können.**

#### 3.1 Träger der Angebote und Kooperationspartner/innen

Bei fast der Hälfte der Angebote (49%) sind die evangelische und die katholische Familienbildungsstätten und die bergische VHS/ Bereich Familienbildung Träger des Angebotes<sup>1</sup>.

Bei 13% des Angebotes sind die Fachbereiche 208.0 Kinder- und Jugendhilfe und 208.1 Bezirkssozialdienste des Ressort Kinder, Jugend und Familie, Jugendamt der Stadt Wuppertal Träger des Angebotes.

Fast ein Drittel der Träger sind Institutionen oder Vereine mit sehr unterschiedlichen Arbeitsschwerpunkten.

FBS; Erwachsenenbildung	49% Träger
208.0 und 208.1	13% Träger
Jugendeinrichtungen	9% Träger
einzelne freie Träger und sonstige Organisationsformen	29% Träger

Die Familienbildungsstätten sind bei fast der Hälfte der Angebote Träger.

#### Kooperationspartner/innen

Die meisten Angebote werden in Kooperation durchgeführt.

Der Kooperationsbereich mit den meisten Nennungen (28%) ist der Schulbereich. Fast ein weiteres Drittel der Angebote nennt als Kooperationspartner die Fachbereiche 208.0 Kinder- und Jugendhilfe und 208.1 Bezirkssozialdienste.

#### Träger oder Kooperationspartner<sup>2</sup>

Familienbildungsstätten	64% Träger oder Kooperationspartner
Fachbereiche 208.0 und 208.1	38% Träger oder Kooperationspartner
RAA, 204, Migrationsdienste und MSO	27% Träger oder Kooperationspartner
Schulen	28% Kooperationspartner
Einzelne freie Träger und sonstige Organisationsformen (häufig Kirchengemeinden)	31% Kooperationspartner

Die Familienbildungsstätten sind bei fast zwei Drittel der Angebote als Träger oder als Kooperationspartner/innen beteiligt.

<sup>1</sup> Zur Verbesserung der Lesbarkeit werden die 3 Einrichtungen der Familienbildung in dem Begriff „Familienbildungsstätten“ zusammen gefasst.

<sup>2</sup> Mehrfachnennungen möglich

### Räumliche Verteilung

Je ein Drittel des Angebotes wird im Stadtbezirk Elberfeld und im Stadtbezirk Barmen angeboten. In Elberfeld leben 18% der Wuppertaler Bevölkerung und 23% der Migrant/innen<sup>3</sup> und im Stadtbezirk Barmen leben 17% der Bevölkerung und 15% der Migrant/innen.

Stadtbezirk	Anzahl der Angebote <sup>4</sup>	%	Anteil EWO	Anteil Migrant/innen 0 - unter 18 Jahre
Elberfeld	29	33,3	18%	23%
Elberfeld-West	1	1,1	8%	17%
Uellendahl-Katernberg	5	5,7	11%	7%
Vohwinkel	3	3,4	9%	13%
Cronenberg	0	0,0	6%	6%
Barmen	31	35,6	17%	15%
Oberbarmen	11	12,6	12%	18%
Heckinghausen	0	0,0	6%	15%
Langerfeld-Beyenburg	6	6,9	7%	11%
Ronsdorf	1	1,1	6%	5%
Wuppertal	87	100,0	100%	15%

Die evangelische und die katholische Familienbildungsstätte haben den Schwerpunkt ihrer Arbeit im Bereich der Angebote für Eltern in benachteiligten Lebenslagen eher in Barmen.

Die sozialräumliche Verteilung der Angebote muss weiter differenziert auf der Ebene der Quartiere betrachtet werden, um die Zugänglichkeit für die Zielgruppe (z.B. geringe Mobilität, vertraute Orte) zu erreichen. Diese Ergebnisse liegen vor und sind in eine Weiterentwicklung auf Quartiersebene einzubeziehen.

Wie durch die Diskussion mit Fachleuten (siehe Ergebnis Workshop vom 6.11.07) aufgezeigt wird, ist eine sehr konkrete und passgenaue Angebotsplanung und –umsetzung erforderlich. Deshalb muss eine zielgruppenspezifische Planung von Angeboten sehr konkret und zeitnah erfolgen.

Dies können stadtweite (oder landesweite) Programme sein, die modifiziert in den Quartieren, bzw. Stadtteilen eingesetzt werden oder auch speziell entwickelte Einzelangebote.

### 3.2 Angebotsstruktur und Kontinuität

#### Wie häufig wird das Bildungsangebot 2007 durchgeführt?

Die erfassten Angebote werden zu 85% mehrmals, fortlaufend oder aufeinander aufbauend durchgeführt.

Nur einmal durchgeführte Angebote oder Kurse beziehen sich auf relativ begrenzte Themenstellungen (z.B. Begleitung der Einschulung, Auswahl einer Schule oder Haushaltsführung).

55% der Angebote werden länger als ein halbes Jahr durchgeführt.

#### Wie ist die Kontinuität des Angebotes konzipiert?

Ein Viertel der Angebote sind offene Angebote, das heißt die Teilnehmer/innen wechseln und die Anzahl der Inanspruchnahme schwankt. Es wurden ausschließlich Angebote mit Bildungsprogrammpunkten aufgenommen.

Ergänzend wurde beschrieben, dass solche Angebote (wie z.B. Elterncafe, Müttertreff) nur durch eine persönliche Kontinuität der Lehrkräfte, eine hohe organisierte Verbindlichkeit des Veranstalters und

<sup>3</sup> Definition: Ausländer/innen, Doppelstaatler/innen, Geburtsort im Ausland, Berechnung Feb. 2007

<sup>4</sup> Die Anzahl der Angebote macht keine Aussage über das Volumen der Unterrichtsstunden oder die erreichte Anzahl der Personen.

meistens durch eine Institution, die Eltern vertraut ist und denen sie ihre Kinder anvertrauen (z.B. Schule, Jugendeinrichtung) erfolgreich sind.

Häufig wird auch das Angebot innerhalb des offenen Bereiches dazu genutzt, Eltern zu motivieren, an weiteren Bildungsangeboten teilzunehmen.

Drei Viertel des Angebotes richtet sich an angemeldete Teilnehmer/innen.

### **Zeitliche Dimensionen des Angebotes**

Drei Viertel des Angebotes wird einmal wöchentlich durchgeführt.

10% des Angebotes wird mehrere Male wöchentlich durchgeführt.

10% werden mehrmals monatlich oder monatlich durchgeführt.

### **3.3 Ziele der Bildungsangebote**

#### **Welche drei Hauptziele werden durch das Bildungsangebot bearbeitet?**

97% beantworteten diese Frage, dabei gaben 87% drei oder mehr Ziele an.

<b>Anzahl der Nennungen</b>	<b>% der Nennungen</b>	<b>Zusammengefasste Ziele</b>
73	86,9%	Erziehungskompetenz
34	40,5%	Soziale Integration
34	40,5%	Bildungsangebot (Wissen und Kompetenz)
22	26,2%	Förderung der Kinder
12	14,3%	Hilfsangebot
12	14,3%	Einbindung in Erziehungs- und Bildungsinstitutionen
12	14,3%	Beratung
11	13,1%	Information
10	11,9%	Prävention Geburt und Säuglinge
5	6,0%	Freizeitgestaltung
5	6,0%	Betreuung
12	14,3%	Einzelennennungen
<b>242</b>		<b>Ziele</b>
84		Antworten

Einzelennennungen sind z.B. begleiteter Umgang, Psychotherapie, Motivation, Veränderung von Hilfskripten, Ich-Stärkung

87% der Angebote zielen auf die Stärkung der Erziehungskompetenz.

41% haben die soziale Integration der Familie zum Ziel, wie z.B. die Unterstützung der Bildung familiärer Netzwerke, dem Knüpfen und Pflegen freundschaftlicher familiärer oder nachbarschaftlicher Kontakte.

41% fördern direkten Bildungs- und Wissenserwerb. Einen großen Teil bilden hier Sprachkurse, aber z.B. auch Themenbereiche aus der Gesundheit, Ernährung oder Haushaltsführung sind hier vertreten.

26% haben die direkte Förderung der Kinder zum Ziel, durch z.B. Bewegungsangebote, Unterstützung der Spracherziehung, Entwicklung des kindlichen Spiels.

Häufig werden neben direkten Zielen der Elternbildung weitere Ziele bzw. Angebote der Arbeit mit Kindern und Eltern genannt:

- 14,3% Hilfsangebot
- 14,3% Beratung
- 13,1% Information
- 6,0% Freizeitgestaltung
- 6,0% Betreuung
- 14,3% Einbindung in Erziehungs- und Bildungsinstitutionen

Ein großer Teil der Angebote geht direkt auf Bedürfnisse der Familien ein und unterstützt dadurch gleichzeitig die Familie.

Aus vielen Beschreibungen wissen wir, dass dadurch häufig erst ein Zugang zu dieser Zielgruppe möglich wird.

### 3.4 Zielgruppen und Teilnehmer/innen

#### Für welche Personen ist das Angebot konzipiert?

Zielgruppe Eltern	Antworten	%
Geburtsvorbereitung	8	10,0%
Säugling oder Kleinkind	33	41,3%
Kindergartenkind	34	42,5%
Grundschulkind	36	45,0%
Kind 10/12 - ca. 16 J.	22	27,5%
Jugendliche 16-18 J.	11	13,8%
Erziehungsfragen allgem.	38	47,5%
bestimmtes Erziehungsanliegen	29	36,3%
mit eigenem Bildungsbedarf	25	31,3%
Soziale Integration (z.B. Migration, Allein erziehend)	13	16,3%
HZE	3	3,8%
Sonstige	3	3,8%
Gesamt	80	100,0%
Antworten gesamt	255	
keine Angabe	7	

Fast 50% der Angebote richten sich an Eltern mit Interesse für Erziehungsfragen. Gekoppelt ist die Beschreibung der Zielgruppe häufig mit der Nennung einer Altersgruppe, dies trifft besonders für Angebote zu, die in Kooperation mit Tageseinrichtungen für Kinder und Schulen durchgeführt werden.

Ein Teil der Angebote richtet sich an Eltern allgemein und ist dann in der Werbung für das Angebot, die Lernmethoden und der Umsetzung des Curricular auf Eltern in benachteiligten Lebenslagen zugeschnitten. Daraus ergibt sich bei der Nennungen der Altersgruppen der Kinder dieser Zielgruppe eine relativ gleichmäßige Verteilung (41 –45%).

Eltern von Kindern ab 10/12 Jahren und Jugendlichen werden mit 28% bzw. 14% genannt.

Ein Drittel (36%) der Angebote richten sich an Eltern mit einem bestimmten Erziehungsanliegen, d. h., die Themenstellung ist schon relativ konkret auf Erziehungsprobleme oder aber auf konkrete Ziele ausgerichtet (z.B. mit pubertierenden Jugendliche umgehen, Suchtprophylaxe, aber auch Migrationsprozesse begleiten).

Bei der Einzelsichtung der Fragebögen wird zusätzlich deutlich, dass sich ein großer Teil der Angebote an eine ganz konkrete, eingegrenzte Zielgruppe richtet.

Genannt werden z.B. Eltern mit einem Bedarf an Hilfen zur Erziehung, Migrant/innen, Alleinerziehende oder Eltern mit einem ganz bestimmten Erziehungsproblem.

### **Wie viele Eltern wurden durch dieses Angebot erreicht?**

(Teilnehmer/innen in 2007 in diesem Angebot)

Insgesamt wurden 1602 Eltern durch die 87 Angebote 2007 erreicht.

Die Anzahl der Teilnehmer/innen (in einem Jahr pro Angebot) streute von 4 - 5 Teilnehmer/innen bis zu 130 - 140 Teilnehmer/innen.

2 Angebote mit besonders vielen Teilnehmer/innen müssen gesondert betrachtet werden, da sie 17% der Gesamtsumme der Teilnehmer/innen ausmachen.

- 140 Teilnehmer/innen, ausschließlich Migrant/innen, vier je dreistündige Informationsveranstaltungen zum Bildungssystem (Anadolu e.V.)
- 130 Teilnehmer/innen eines offenen Sonntagcafés, mit regelmäßigen Bildungsprogrammepunkten (Treffpunkt für Alleinerziehende).

Am häufigsten wurden 10 Teilnehmer/innen genannt, das ist ein Fünftel (22%) der Angebote.

Bis 10 Teilnehmer/innen	44% der Angebote
<b>10 Teilnehmer/innen</b>	<b>22% der Angebote</b>
11 bis 20 Teilnehmer/innen	25% der Angebote

Die Frage nach den Teilnehmer/innen wurde nur für 80% der Angebote beantwortet. D.h., die erreichte Gruppe ist deutlich höher und liegt bei ca. 1800 Teilnehmer/innen.

### **Geschlecht der Teilnehmer/innen**

82% der Teilnehmer/innen waren Frauen, 18% Männer.

Nach wie vor ist der Anteil von Müttern, die für Bildungsangeboten zur Verbesserung der Elternrolle zu gewinnen sind, überproportional.

Fast 50% der Angebote wurden ausschließlich von Frauen besucht und 3% ausschließlich von Männern.

### **Deutsche / Migrant/innen<sup>5</sup>**

Diese Frage wurde nur für 60% der Angebote beantwortet. Die Aussage zu dieser Frage bezieht sich aber auf 1291 Teilnehmer/innen.

64% der Teilnehmer/innen hatten einen Migrationshintergrund und 36% waren Deutsche ohne Migrationshintergrund.

**Wie hoch ist der Anteil von Familien mit einem sehr knappen Einkommen, bzw. unter der Armutsgrenze?** z.B. SGB II Bezug, Arbeitnehmer/innen mit geringem Einkommen, Alleinerziehenden mit Teilzeitbeschäftigung.

Diese Frage wurde nur für knapp die Hälfte der Angebote beantwortet.

In 22% der Angebote sind alle Teilnehmer/innen von Armut betroffen.

In 41% der Angebote sind bis zu 50% der Teilnehmer/innen von Armut betroffen.

**Wie hoch ist der Anteil der Eltern mit massiven Problemen bei der Erziehung ihrer Kinder/Jugendlichen, die Unterstützungsbedarf haben?<sup>2</sup>**

Diese Frage wurde nur für ca. 60% der Angebote beantwortet.

In 32% der Angebote wird eine Zielgruppe erreicht, die zu 100% massive Probleme mit der Erziehung ihrer Kinder hat.

In 26% der Angebote hat ein Anteil von 50-100% der Eltern massive Erziehungsprobleme.

In 42% der Angebote hat ein Anteil von bis zu 50% der Eltern massive Erziehungsprobleme.

---

<sup>5</sup> Die Angaben zu den folgenden Fragen über die Lebenssituation der Teilnehmer/innen sind nicht durch Befragung der Teilnehmer/innen, sondern durch die fachliche Einschätzung und die persönliche Erfahrung der Kursleitungen in dem konkreten Angebot entstanden.

D.h., in mehr als der Hälfte der Angebote haben mehr als die Hälfte der Teilnehmenden massive Erziehungsprobleme. Auch wenn das auf alle Angebote (auch auf die ohne Antwort) bezogen wird, handelt es sich immerhin noch um ein Drittel der Angebote.

**Wie hoch ist der Anteil der Eltern, deren eigene nutzbare Bildung nicht ausreicht, um die Bildungserfolge ihrer Kinder zu unterstützen? (Erlernes kann lebenspraktisch umgesetzt werden.)**

Diese Frage wurde nur für 44% der Angebote beantwortet.

In 40% der Angebote wird eine Zielgruppe erreicht, deren verfügbare Bildung bei 50 –100% der Teilnehmer/innen nicht ausreicht, um ihre Kinder in deren Bildungsprozessen gut zu unterstützen.

Insgesamt kann das Ergebnis nur als grober Hinweis bewertet werden, da die Beteiligung an den Antworten gering ist und die Frage nach ausreichender nutzbarer Bildung anscheinend zu unklar ist.

**Wie hoch ist der Anteil von Eltern mit einem aktuellen, besonderen Unterstützungsbedarf?**

44% haben diese Frage beantwortet.

Bei 64% der Angebote, für die diese Frage beantwortet wurde, wird deutlich, dass die erreichten Teilnehmer/innen eigene soziale oder persönliche Probleme zu bewältigen haben. Häufig werden Alleinerziehende oder z.B. durch Krankheit oder eigene Integrationsprobleme eingeschränkte Eltern genannt. Da ein Teil der Angebote auch genau diese Zielgruppe erreichen will, wird dadurch deutlich, dass die angestrebte Zielgruppe erreicht wird.

**Haben die teilnehmenden Eltern einen gemeinsamen persönlichen Bezugspunkt?**

Dieser Fragenkomplex wurde für 75% der Angebote beantwortet.

In 71% der Angebote treffen sich Eltern, die eine ähnliche Lebenssituation, bzw. einen gemeinsamen Lernbedarf haben.

Bei einem Drittel der Angebote besuchen Kinder der Eltern die gleiche Schule oder die gleiche Schulform.

Bei einem Viertel der Angebote besuchen Kinder der Eltern die (selbe) Tageseinrichtung für Kinder. In einem Fünftel der Fälle besuchen Kinder der Eltern eine gleiche Einrichtung (z.B. Offene Tür, HzE-Angebote).

Neben der ähnlichen Lebenssituation, bzw. einer ähnlichen Problemlage ist die Bildungs- oder Erziehungseinrichtung der Kinder ein gemeinsamer Bezugspunkt.

**Wie viele Kinder haben die teilnehmenden Eltern?**

52% machten keine Angaben, so dass keine Aussage über die Gesamtsumme der Kinder der Teilnehmer/innen gemacht werden kann.

Aussagen zum Alter und zu der Kinderzahl pro Teilnehmer/innen sind möglich.

Bei 716 Teilnehmer/innen (45%) gibt es Angaben zu den Kindern.

Diese teilnehmenden Eltern haben 904 Kinder.

Von diesen 904 Kindern sind

Alter der Kinder	Anzahl	% der Kinder
0 – unter 6 Jahre	365	51,0%
6 – unter 12 Jahre	381	53,2%
12 – unter 18 Jahre	119	16,6%
18 Jahre und älter	59	8,2%
Gesamt Kinder	904	126,3%
Gesamt Antworten	716	100,0%

Mit 51% werden Eltern mit Kindern bis zum 6. Geburtstag erreicht und 53% der Eltern haben Kinder im Alter von 6 bis 12 Jahren.

**Gibt es nach dem Bildungsangebot eine direkte Möglichkeit des Kontakthaltens für die Eltern?**

Bei 2/3 der Antworten gehört die direkte Unterstützung von selbst organisiertem Kontakthalten mit zu dem Bildungsangebot.

Eine Einbindung in eine Einrichtung wird bei der Hälfte der Antworten angestrebt.

Von 41 Antworten geben 30 (70%) die eigene Einrichtung als weitere Möglichkeit des Kontakthal- tens, bzw. den Veranstaltungsort an (wie z.B. Stadtteiltreff oder TfK).

Bei diesen Angeboten kann von einer hohen Verbindlichkeit der weiteren Kontaktmöglichkeiten aus- gegangen werden.

23% (10) nennen allgemein Institutionen oder eine Aufzählung der sozialen Infrastruktur, so dass von einer Weitervermittlung ausgegangen werden kann.

### 3.5 Finanzierung der Angebote und Ressourceneinsatz

#### Wie wird das Angebot finanziert?

Bei 71% der Angebote wird von den Teilnehmenden kein Beitrag erhoben.

Bei 5% der Angebote ist ein Beitrag zu den Materialkosten zu leisten.

Bei 27% der Angebote wird eine Kursgebühr erhoben, für die es bei 2/3 der Angebote eine Ermä- ßigung gibt. Keine Ermäßigung gibt es bei Kosten von 1 – 10€.

Bei Kosten ab 20€ gibt es in allen Fällen eine Ermäßigung.

Die Kursgebühren bewegen sich in einem breiten Preisspektrum von 1€ bis zu 300€.

Zu beachten ist, dass die Angebote ein sehr unterschiedliches Leistungsvolumen haben.

#### Finanzierung oder Ressourceneinsatz des Angebotes

Finanzierung oder Ressourceneinsatz des Angebotes									
Res- sour- cen durch eigenes Angebot	Land- desmit- tel	BSD	Ressort 204	ambu- lante od. teil- statio- näre HzE	Perso- nal durch anderes Angebot	Räume durch Institu- tion	Ehren- amt, Spen- den, Stif- tungs- mittel	Ergän- zung	gesamt
53	20	20	12	5	5	20	20	14	76
69,7%	26,3%	26,3%	15,8%	6,6%	6,6%	26,3%	26,3%	18,4%	100,0%

Bei 76 beantworteten Fragebogen liegen 169 Antworten vor, das weist daraufhin, dass die meisten Angebote in Kooperation verschiedener Finanziers, Einrichtungen oder Veranstalter durchgeführt werden.

Bei 76% der Angebote werden eigene Ressourcen des Anbieters eingesetzt.

Bei je einem Viertel der Angebote werden Zuschüsse des Landes, BSD Mittel, räumliche Ressourcen und Spenden, Stiftungsmittel oder ehrenamtliche Tätigkeit eingesetzt.

Bei 16% der Angebote gibt es eine Finanzierungen durch das Ressort 204.

Bei je 7% der Angebote werden Ressourcen des Ressorts 208.0, der Hilfen zur Erziehung oder durch Personal anderer Angebote eingesetzt.

Bei weiteren 9 % gibt es zusätzliche Einzelnennungen.

### 3.6 Erweiterung des Spektrums durch Fachkräfte und Träger

#### **Haben Sie Interesse und die Möglichkeit, sich an einer über ihr Angebot hinausgehenden Entwicklung in den genannten Stadtteilen zu beteiligen?**

Eine Auflistung der an einer Beteiligung Interessierten ergibt eine Anzahl von 14 interessierten Fachkräften, bzw. Trägern.

Es ist zu berücksichtigen, dass eine Reihe von Trägern (z.B. die FBS oder berg. VHS) mehrere Angebote durchführen. Insgesamt ist das Interesse sich an einer konkreten Weiterentwicklung in dem entsprechenden Stadtteil zu beteiligen hoch.

#### **Haben Sie Interesse und die Möglichkeit, sich an einer über ihr Angebot hinausgehenden Entwicklung in den genannten Stadtteilen zu beteiligen?**

**Wenn ja**

##### **Haben Sie dazu schon konkrete Vorstellungen?**

Insgesamt wurde 25 mal (29%) geantwortet. Insgesamt wurden 38 konkrete Perspektiven genannt.

Fast  $\frac{3}{4}$  (72%) der Antworten nennt ein konkretes Projekt.

36% nennen als Ziel die Verbesserung der Kooperation und die Bildung von Netzwerken als konkretes Vorhaben und 24% wollen sich mit der Stadtteilarbeit (weiter) beschäftigen.

#### **Wie sehen Sie den Bildungsbedarf von Eltern in benachteiligten Lebenslagen ganz praktisch und konkret?**

Bei den Antworten auf diesen offenen Fragenkomplex werden einige zentrale Ergebnisse der Befragung und fachliche Voreinschätzung bestätigt:

Mehr als ein Viertel (28%) der Antworten unterstreichen die Wichtigkeit des Aufbaus einer **persönlichen Beziehung** zwischen den Fachkräften, die das Angebot durchführen und den Teilnehmer/innen. Die Wertschätzung und die emotionale Annahme der teilnehmenden Eltern mit ihren Kompetenzen und Ressourcen wird als eine Werthaltung beschrieben, die deutlich spürbar von den Fachkräften zu vermitteln ist.

Als wichtige Zielsetzung wird die Förderung und Unterstützung der Eigeninitiative der Eltern und die Förderung ihrer Selbstsicherheit, genannt.

Das Angebot muss niederschwellig für die spezielle Zielgruppe angeboten werden. Das kann z.B. durch die Einbindung in eine soziale Einrichtung für Kinder oder mit Stadtteilbezug hergestellt werden oder durch räumliche Nähe zum Wohnort.

Die Verbindung mit einem direkt wirksamen und unterstützenden Hilfsangebot wird als förderlich für die Teilnahme von Eltern in benachteiligten Lebenslagen genannt.

Eine Weiterentwicklung der Kooperation wird als Ziel auf der Trägerebene genannt.

Die Finanzierbarkeit des Angebotes für die Zielgruppe wird als wichtiges Zugangskriterium beschrieben.

Der Wunsch, Eltern vor der Entwicklung von Problemen mit Elternbildung zu erreichen zielt auf früher einsetzende präventive Wirkungen.



#### **4. Fachliche Bewertung der Ergebnisse, Workshop 6. November 2007**

Nach einer ersten ausführlichen Auswertung der Befragung wurde am 6. November 07 ein vier – stündiger Workshop mit Fachkräften von Einrichtungen der öffentlichen und freien Jugendhilfe in den Räumen der bergischen VHS in Wuppertal durchgeführt. Die Befragungsergebnisse wurden intensiv diskutiert und die Ergebnisse in diese Bedarfsanalyse aufgenommen.

Der Workshop schloss mit dem ausdrücklichen Wunsch aller Beteiligten nach einer Fortsetzung der Diskussion sowie dem Hinweis auf die notwendige bedarfsgerechte Verteilung von Angeboten auf das Stadtgebiet.

##### **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 wurden in Projekten gemacht, in denen z.B. auf Stadtteilmütter oder andere akzeptierte Personen innerhalb der Zielgruppe für die Motivation zu Elternbildungsangeboten 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, das 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 soziokulturelle 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 beschrieben, 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. In mittel- bis langfristig angelegten Angeboten gelingt es eher, mit den Teilnehmer/innen sozio-kulturelle Abgrenzungen und Vorurteile zu bearbeiten. So sind z.B. die Sorge um ihre Kinder, Fragen der Erziehung und Bildung oder auch ähnliche Probleme mit den Kindern verbindende Themen bzw. Gefühle. Die Wertschätzung der Eltern (siehe nächster Absatz), die eine Voraussetzung für den Zugang der Angebotsleitung zur Zielgruppe ermöglicht, ist gleichzeitig auch Lernziel für die Teilnehmenden.

### **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 auf zu nehmen. 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 werden. 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 und 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 in der Regel aber persönlich motiviert werden, um Bildungsangebote zu nutzen. Über die Elternarbeit der Tageseinrichtung hinausgehende 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 Kinderbildungsgesetzes (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 werden die weiterführenden Schulen als Ort der Kinder gesehen, der auch ein Stück „elternfrei“ sein sollte.

In die Grundschulen sind Eltern durch die Hol- und Bringsituation, aber auch die Notwendigkeit der engeren Wahrnehmung der Elternverantwortung auch in den Räumen stärker präsent. Hier können Eltern angesprochen und motiviert und neben der Beteiligung am Schulalltag angesprochen werden. 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, das eine Türöffnerfunktion aktiv betreibt. So hat die Diakonie z.B. gute Erfahrungen mit einem zentralen Angebotsort für ihre Elternschule gemacht. Integriert in dieses Angebot ist die Motivation der Eltern und die persönliche Unterstützung bei Problemen.

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

Die Angebotsleitung 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.

Dies 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 (HZE) gibt es 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 zur Wahrnehmung des Angebotes und muss immer wieder positiv verstärken.

Die Angebote werden (da HZE von den Eltern beantragt wird) freiwillig wahrgenommen, auch wenn es häufig eine enge Verpflichtung und Verbindung zum Hilfearrangement gibt.

Aktuell liegt ein Gesetzentwurf zur Änderung des BGB vor. Die Änderung tritt voraussichtlich in den ersten Monaten 2008 in Kraft. Danach können Eltern im Rahmen familiengerichtlicher Entscheidungen zur Annahme ambulanter Hilfen, wie z.B. Elterntrainings verpflichtet werden. Hier ist zu gegebener Zeit zu prüfen, ob dafür bestehende oder gesonderte Angebote genutzt werden können.

## Differenzierung der Zielgruppe: Eltern in benachteiligenden Lebenslagen

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

Der Zugang zu Bildungsangeboten ist sehr stark durch eigene Bildungserfahrung und sozio-kulturelle Bedingungen bestimmt.<sup>6</sup>

Je nach Zielgruppe sind unterschiedliche Schwerpunkte bei der Überwindung von Zugangshemmnissen zu beachten. Für jede Zielgruppe ist ein Konzept zu entwickeln, das diese besonderen Zugangsprobleme berücksichtigt.

### Beispiele für eine solche Bearbeitung:

<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
Migrant/innen mit struktureller Benachteiligungserfahrung und fehlendem persönlichen Bildungserfolg	Motivation Zugang zu Angeboten außerhalb eines Migrant/innenmilieu
Bildungsgewohnte Migrant/innen mit migrationsspezifischen, z. T. temporären Problemen, wie Einschränkung in der deutschen Sprache, fehlendem Wissen über die Aufnahmegesellschaft und/oder bewusster oder unbewusster Ausgrenzung.	Information deutsche Sprache Zugang zu Angeboten außerhalb eines Migrant/innenmilieu
Bildungsgewohnte Eltern mit besonderen, z.T. temporären Problemen, wie z.B. Alleinerziehende oder Eltern von behinderten Kindern	Zeit Kinderbetreuung bei Angeboten

Die hier eher künstlich getrennten Gruppen haben viele Überschneidungen.

Die meisten Eltern in benachteiligenden Lebenslagen sind nur für ein kostengünstiges oder kostenloses Angebot zu motivieren. Möglichkeiten der Ermäßigung sind nur dann eine Lösung, wenn diese unbürokratisch und innerhalb der Motivationsphase geregelt werden können.

### 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 zugehendes Personal. Diese Struktur sichert auch eine Nachhaltigkeit der Erfolge. Erst durch gute Erfahrungen von Eltern ergibt sich manchmal ein Schneeballeffekt 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.

---

<sup>6</sup> So genannte Bildungsgewohnte sind, obwohl sie theoretisch einen höheren Bedarf an Bildung haben, weniger bereit, für Bildung zu bezahlen. D.h., um diese Gruppe zu erreichen, muss das Angebot kostenlos oder sehr kostengünstig sein.

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.

## 5. Ergebnisse und Handlungsnotwendigkeiten

### 5.1 Ergebnisse der Bedarfsanalyse

#### Derzeitige Situation

- Es gibt ein thematisch und methodisch breit gefächertes Bildungsangebot für Eltern in benachteiligten Lebenslagen in Wuppertal.  
Die Angebote sind von engagierten Fachkräften oder Angebotsträgern in den Stadtteilen entwickelt worden.
- In Fachkreisen wird ein erheblicher Bedarf an Bildungsangeboten für Eltern gesehen.  
Das Angebot ist für keine Zielgruppe im erforderlichen und notwendigen Umfang ausreichend.
- Die Verteilung auf das Stadtgebiet ist nicht gesteuert und weitere Bildungsmöglichkeiten für die Zielgruppe werden nicht flächendeckend in den benachteiligten Sozialräumen angeboten.
- Es gibt keine Steuerung, Absprache oder Kooperation in Bezug auf die zu erreichenden Zielgruppen, auf Konzept oder Inhalte. Es gibt keine verbindlichen Qualitätsmerkmale. Die Wirksamkeit von Angeboten und deren Eignung für die Zielgruppen wird nicht systematisch überprüft.  
Eine ausreichende Transparenz über Träger und Angebote sowie die Kommunikation zwischen den Anbietern fehlt.  
Passende Zugangskonzepte und –angebote für eine Reihe von Zielgruppen fehlen.
- Erfolgreiche Projekte der Elternbildung sind nicht ausreichend finanziell abgesichert und verstetigt.

In den letzten 5 Jahren ist ein Rückgang der Angebote der Familienbildungsstätten fest zu stellen (siehe Anlage 1). Das Angebot für alle Familien in Wuppertal musste deutlich reduziert werden.

Die Bestandserhebung zeigt, dass eine Basis an Angeboten vorhanden ist. Bei den Trägern unterschiedlicher Arbeitsfelder und Angebote besteht eine große Bereitschaft und in vielen Fällen auch das fachliche Verständnis, um Angebote für Familien in benachteiligten Lebenslagen durchzuführen.

#### Annäherung des Angebotes an Bedarfswahlen <sup>7</sup>

Familien in benachteiligten Lebenslagen sind oft von gravierenden Veränderungen ihres Familiensystems betroffen, wie z.B. den Folgen von Trennung der Eltern, Migration, Arbeitslosigkeit oder Krankheit der Eltern. Kinder einer Familie haben nicht immer die gleiche Mutter bzw. Vater und die Feststellung, wer zu einer Familie gehört, ist häufig eine Momentaufnahme.

In Bezug auf die Anzahl von Eltern oder Familien mit Kindern können bezogen auf Wuppertal nur allgemeine Aussagen gemacht werden. Der für 2008 geplante Familienbericht wird dazu konkretere Aussagen machen. In der Bedarfsanalyse muss noch mit groben Schätzungen in Bezug auf die Anzahl von Familien und deren Lebenssituation gearbeitet werden.

Nach der Befragung wurden in Wuppertal 1800 Eltern durch spezielle Bildungsangebote für Eltern in benachteiligten Lebenslagen erreicht.

- Ca. 18% der Nutzer/innen sind Männer (324), 82% Frauen (1476). Es wird davon ausgegangen, dass ca. 1500 Familien mit dem Angebot erreicht werden konnten.
- 61.023 Kinder und Jugendliche unter 18 Jahren lebten 2006 in Wuppertal.  
Die Untersuchung „Privathaushalte 2007“<sup>8</sup> stellt für Wuppertal fest, dass zum 30.6.2007 in 36.532 Haushalten minderjährige Kinder lebten.

---

<sup>7</sup> Familien der Befragung haben zum Zeitpunkt der Befragung 1,3 Kinder. „Kinder“ über 18 Jahren wurden in die Berechnung nicht einbezogen und in einem Teil der Familien werden zukünftig weitere Kinder geboren. So erreicht die Verbesserung der Erziehungskompetenz tatsächlich mehr Kinder.

Die Ergebnisse und Erfahrungen anderer Untersuchungen weisen auf eine deutlich höhere Zahl von Kindern pro Familien in benachteiligten Lebenslagen hin

<sup>8</sup> Wuppertaler Statistik, Privathaushalte 2007, Analysen und Berichte 1, Stadt Wuppertal, Ressort Allgemeine Dienste, Abteilung Infrastruktur, Statistik und Wahlen, 2007

- **Mindestens** ein Drittel der Wuppertaler Kinder hat einen Migrationshintergrund (Hochrechnung: 12.000 Familien).
- Mindestens ein Viertel der Kinder lebt in einer Familie mit SGB II Bezug.
- Bundesweite Untersuchungen weisen darauf hin, dass 10-15% der Familien mit Kindern in prekären Verhältnissen leben und als so genannte Risikofamilien einzuschätzen sind (Hochrechnung für Wuppertal: ca. 3600 – 5500 Familien).
- Ein Teil dieser Familien erhält ambulante oder teilstationäre Hilfen zur Erziehung (1300 Maßnahmen), Beratungsleistungen<sup>9</sup> oder andere präventive Unterstützung.

Wenn durch die vorhandenen Angebote für die Zielgruppe ca. 1800 Familien erreicht werden, so ist das rechnerisch

ca. die Hälfte bzw. ein Drittel der Risikofamilien oder

ca. ein Sechstel der Familien mit Migrationshintergrund oder

ca. ein Fünftel der Familien mit geringem Einkommen.

### **Zielsetzung: Verdoppelung des Angebotes**

Elternbildung wird hauptsächlich präventiv wirksam und wirkt durch die Entwicklung und Verstärkung der Erziehungskompetenz der Eltern. Dadurch können die Entwicklungs- und Bildungschancen von Kindern unterstützt und nachhaltig gestärkt werden. Es ist ein Angebot, das möglichst breit zugänglich angelegt werden sollte, um weit im Vorfeld von sich verhärtenden Problemlagen oder Erziehungsdefiziten wirksam werden zu können.

Auch wenn es zwischen den genannten Kategorien deutliche Überschneidungen gibt und sicher nicht alle Familien, die ein Bildungsangebot als präventive Unterstützung benötigen, erreicht werden können, können rein rechnerisch nur die Hälfte, bzw. ein Drittel der Risikofamilien erreicht werden. Erst bei einer Verdoppelung des Angebotes und damit einer Möglichkeit der Verdoppelung der beteiligten Familien ist die untere Bedarfsschätzung von 3600 Risikofamilien erreicht.

Das Ziel einer Verdoppelung des Angebotes trägt in Bezug auf Eltern in benachteiligten Lebenslagen auch der Erfahrung Rechnung, dass die Zielgruppe nur durch intensive Motivation und mit gleichzeitigem Unterstützungsanreiz überhaupt erreicht werden kann. Es ist wünschenswert aber unrealistisch davon auszugehen, dass alle Eltern mit präventivem Unterstützungsbedarf erreicht werden könnten.

## **5.2 Handlungsnotwendigkeiten**

Zur Erweiterung des Angebotes sind zusätzliche Ressourcen erforderlich. Die Ausschöpfung von Förderprogrammen (Land, Bund, EU, Stiftungen, etc.) ist notwendig, wird aber nicht den erforderlichen Ressourcenbedarf insgesamt nachhaltig sichern können. Die vielen einzelnen Angebote binden z. T. Arbeitskapazität, die wirtschaftlich besser genutzt werden könnte, wenn Angebote der einzelnen Anbieter durch Kooperation und eine unkomplizierte, aber wirksame Förderung organisiert werden könnten.

### **Zusammenfassend ist festzustellen, dass zur Angebotserweiterung**

- klare Eckpunkte für die Angebote zu benennen sind,
- zusätzliche Finanzmittel und
- personelle Ressourcen zur Unterstützung der Kooperation und Steuerung erforderlich sind.

---

<sup>9</sup> z.B. eigene Beratungsleistungen des Bezirkssozialdienstes, Beratungsstellen für Kinder, Jugendliche und Familien, Migrant\*innenberatung

## Eckpunkte der Angebote

### Kriterien für die Auswahl der Zielgruppen

Auswahl der konkreten Zielgruppe: Eltern in benachteiligenden Lebenslagen  
Verteilung des Angebotes auf das Stadtgebiet nach sozialen Problemlagen (Sozialindikatoren)  
Benennung der Zielgruppe und Sicherstellung des Zugangs  
Niederschwelligkeit für die genannte Zielgruppe herstellen (konkrete Beschreibung)

### Fachpersonal

Einsatz pädagogischer und psychologischer Fachkräfte und Qualifizierung für diese Tätigkeit  
Entwicklung einer persönlichen Beziehung der Angebotsleitung zu den potentiellen Teilnehmer/innen  
Soziale Einbindung der Zielgruppe in das Angebot (z.B. über Multiplikator/innen, Institutionszugänge)

### Inhalte

Zielbeschreibung  
Entwicklung eines Konzeptes  
Darstellung eines offenen Curricular mit zielgruppenspezifischer Methodik (inklusive Offenheit für situative Bedarfe), Inhalte Ziffer 1.5  
Methoden der Erwachsenenbildung konkret bezogen auf die Zielgruppe

### Ressourcen

Nutzung unterschiedlicher Ressourcen (Räume, Zuschüsse, Kooperation)  
Verbindung mit Hilfearrangements für die Zielgruppe (z.B. direkter Zugang zu Beratungsleistungen, konkrete Hilfsangebote für die Zielgruppe innerhalb des Bildungsangebotes, persönliche Begleitung oder Vermittlung von Unterstützungsangeboten)  
Kostenfreiheit oder kleiner Beitrag zu Sach- und Materialkosten und/oder Möglichkeit der Ermäßigung

### Qualitäts- und Ressourcensicherung

Lernerfolge sichern – Nachhaltigkeit  
Evaluation, Sichern der Kriterien und Auswertung der Ergebnisse  
Ausschließliche Förderung von neuen Programmen oder Angeboten (Sicherstellung, dass nicht die bisherigen Angebote für die Zielgruppe refinanziert werden)

### Entwicklung von Kooperationen

Zum Aufbau eines bedarfsgerechten Angebotes sind alle Möglichkeiten der Kooperation und Ressourcennutzung auszuschöpfen. Der Aufbau von Familienzentren und die Entwicklung von Stadtteilzentren bieten eine gute Möglichkeit, in ausgewählten Quartieren neue Kooperationsformen und -partnerschaften für Bildungsangebote für Eltern vor Ort zu entwickeln.

Bei der Verortung der Angebote sind akzeptierte Anlaufstellen der einzelnen Zielgruppen zu nutzen. Ideale Orte<sup>10</sup> sind gekennzeichnet durch Kontakte zu Eltern, Personen die motivierend unterstützen und die ein Bildungsangebot für Eltern systematisch in ihre Angebotsstruktur einbeziehen.

### Zentrale Koordination

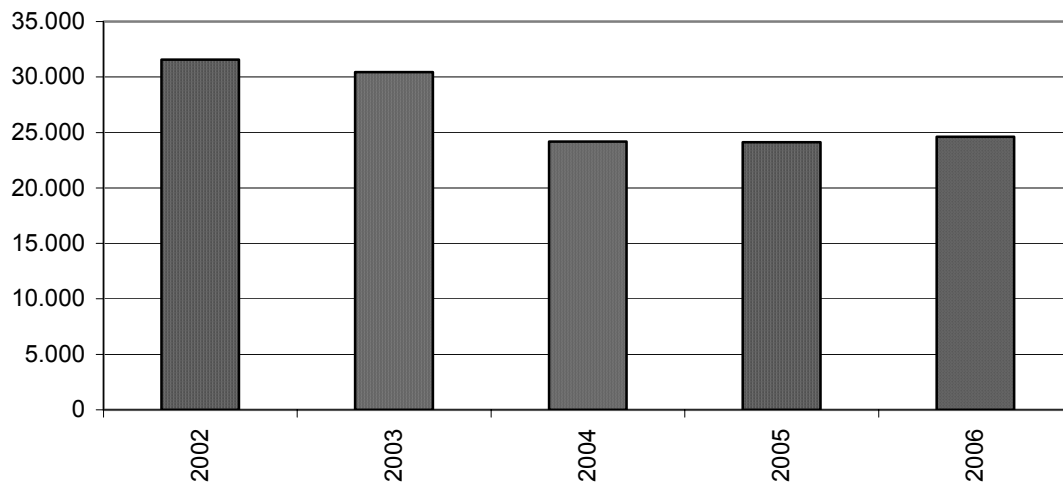
Notwendig ist die Bündelung von fachlichem Können, Wissen über Zielgruppenzugänge, die Erschließung von Ressourcen und die Kooperation der unterschiedlichen Beteiligten. Dazu und zur Umsetzung der Eckpunkte wird eine zentrale Koordinationsstelle für erforderlich gehalten.

<sup>10</sup> z.B. Tageseinrichtungen für Kinder, Stadtteilzentren, Schulen und Offene Türen

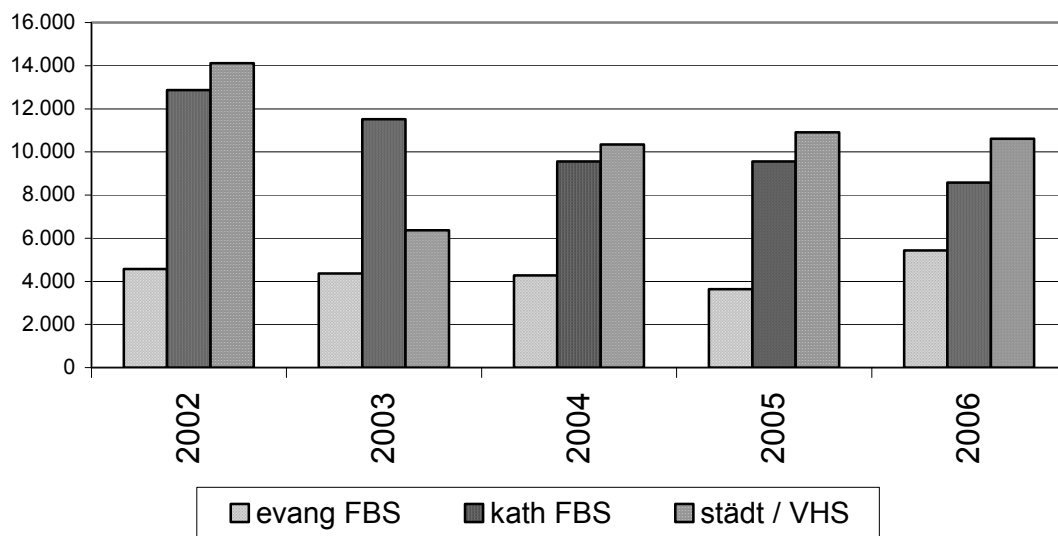


## Anlage 1 Entwicklung des Angebotes der Familienbildungsstätten 2002 -2006

Unterrichtsstunden Familienbildungsstätten Wuppertal 2002 - 2006



U-Stunden Familienbildungsstätten Wuppertal 2002 -2006



U-Stunden Familienbildungsstätten	2002	2003	2004	2005	2006
Elberfeld	6.530	6.608	5.164	6.131	6.165
Elberfeld West	519	436	205	168	98
Uellendahl-Katernberg	2.354	2.168	1.471	1.742	805
Vohwinkel	2.620	2.708	2.355	1.777	2.073
Cronenberg	2.017	2.040	1.651	1.537	1.595
Barmen	14.314	13.206	11.670	10.945	11.011
Oberbarmen	1.027	1.252	430	545	566
Heckinghausen	227	233	153	132	206
Langerfeld-Beyenburg	889	787	302	329	1.617
Ronsdorf	1.056	1.008	767	803	439

Impressum  
Der Oberbürgermeister der Stadt Wuppertal  
Ressort 208 Kinder, Jugend und Familie - Jugendamt  
208 Jugendhilfeplanung  
Christine Schmidt  
Alexanderstr. 18  
42269 Wuppertal  
0202 563-2693  
[christine.schmidt@stadt.wuppertal.de](mailto:christine.schmidt@stadt.wuppertal.de)