

Bericht des Senats zum Beschluss der Stadtbürgerschaft betreffend den Antrag der Fraktionen der CDU und der SPD vom 28. August 2002 (Drucksache 15/612 S) „Erziehungsgutschein umsetzen“

Bundesweit steht im Bereich der Familienbildung die fachliche Frage im Vordergrund, wie Familien zu erreichen sind, die das vorhandene Familienbildungsangebot bisher nicht genutzt haben. Dabei richtet sich der Blick auf Zielgruppen, wie zum Beispiel Väter oder Migrantenfamilien, insbesondere aber auf so genannte bildungsferne Familien bzw. Familien mit Mehrfachbelastungen („Multiproblemfamilien“).

Das geplante Anreizsystem, der Erziehungsgutschein, soll nunmehr diese Eltern anregen, sich mit den in Bremen angebotenen Elternbildungsangeboten zur Unterstützung der familiären Erziehung und zur Stärkung der elterlichen Kompetenz vertraut zu machen. Dabei ist Eltern mit dem Ziel, mögliche Schwellenängste gegenüber Familienbildungsangeboten abzubauen, zu vermitteln, dass Erziehungsprobleme zur normalen Entwicklung gehören und die Annahme von Beratung kein Stigma beinhaltet.

Es ist geplant, das Anreizsystem in eine PR-Kampagne zur Familienbildung einzubetten. Im Jahr 2002 wurde daher eine Agentur mit der Entwicklung einer solchen Kampagne einschließlich der Ausgestaltung eines Erziehungsgutscheins beauftragt, und zwar mit der Option, Sponsoren für die Unterstützung der Kampagne zu gewinnen.

Bis Ende 2002 wurden von der Agentur vier konzeptionelle Module entwickelt, die in den Jahren 2003/2004 im Hinblick auf die Zielerreichung modellhaft erprobt werden sollen:

- Elternmobil,
- Erziehungsgutschein/Couponheft,
- Medienkooperation,
- Multiplikatorinnen/Multiplikatoren.

Dieses Konzept wurde der Deputation für Soziales, Jugend und Senioren auf der Sitzung am 18. Dezember 2002 vorgestellt. Das Konzept wurde mittlerweile im Hinblick auf die Umsetzung weiterentwickelt:

Das Elternmobil ist ein Kleinbus, der direkt in vier Ortsteile (geplant: Ohlenhof/Gröpelingen, Hohentor, Vahr und Blockdiek) fährt, die hauptsächlich von den Familien der Zielgruppe frequentiert werden. Die Ortsteile wurden nach der Höhe des Benachteiligtenindex ausgewählt. Da die Ortsteile Tenover und Kattenturm zwar einen hohen Benachteiligtenindex vorweisen, dort aber bereits viele Familienbildungsangebote vorgehalten werden, wurden diese vorerst von der Planung ausgenommen. Das Elternmobil wird in einem Zeitraum von 14 Tagen mehrfach im jeweiligen Ortsteil stehen. Im Elternmobil informiert eine Fachkraft über Familienbildungsangebote. Um die Schwelle für den Besuch einer Bildungsveranstaltung niedrig zu halten, ist geplant, im jeweiligen Stadtteil ein in direkter Verbindung mit der Kampagne stehendes Bildungsangebot an einem den Eltern vertrauten Ort durchzuführen, z. B. in einem Kindertagesheim. Darüber hinaus können sich die Eltern im Bus aber auch über die gesamte Palette der Familienbildungsangebote in Bremen informieren.

Das Elternmobil soll von der optischen Aufmachung und der Ausstattung her als Blickfang dienen und neugierig machen (Sitzecke für die Eltern, Spielecke für die Kinder, Glücksrad etc.).

Idealerweise sollte die personelle Besetzung des Elternmobils durch Fachkräfte der Familienbildungsträger erfolgen. Hinzu kommt eine Kraft zur Betreuung der Kinder.

Die Idee des Erziehungsgutscheins wird als Couponheft umgesetzt. Das Couponheft wird vier bis fünf heraustrennbare Gutscheine enthalten, die beim Besuch einer Bildungsveranstaltung entwertet werden und beim jeweiligen Gutscheinsponsor eingelöst werden können. Um festzustellen, welche Angebote des Couponheftes für die Zielgruppen einen Anreiz darstellen, wird es in der Modellphase eine Mischung aus sachnahen Angeboten (z. B. Rabatt beim Kauf von Kinderbüchern) und sachfernen Angeboten (z. B. Gratisbesuch der Familie in einem Bremer Schwimmbad) enthalten. Pro Veranstaltung kann nur ein Coupon entwertet werden. Die Rückseite des Coupons soll eine Teilnahmekarte für ein Quiz sein, das mit attraktiven Preisen prämiert wird. Die Couponhefte werden über das Elternmobil und das Bremer Elternnetz „Fit für Familie“, gegebenenfalls auch über Erziehungsberatungsstellen u. ä. verteilt.

Wichtig ist, die Wirksamkeit des Anreizsystems zu verfolgen. Insofern wird angestrebt, das Anreizsystem in die wissenschaftliche Begleitung zum Bundesmodellprojekt Familienbildung, das „bremer elternnetz“, aufzunehmen.

Die Gutscheinkampagne soll auf breiter Ebene mit Medienkooperationspartnern bekannt gemacht werden. Das können die Printmedien mit einer redaktionellen Reihe zu Erziehungsfragen und Anzeigenschaltung ebenso sein wie der Hörfunkbereich mit einem Trailer.

Um Informationen zu verbreiten und Interesse zu wecken ist die Gewinnung von Personen aus dem vertrauten Umfeld der Familien als Multiplikatorinnen/Multiplikatoren von besonderer Bedeutung. Idealerweise würden diese Personen in die Besetzung des Elternmobils einbezogen. Gedacht ist an Kindertagesheime, Kinderarztpraxen, Grundschulen, Hebammenpraxen, Personen aus Kirchengemeinden und Sportvereinen, Mitarbeiterinnen der Häuser der Familie und ähnliches mehr. Im Rahmen von vorgeschalteten Informationsveranstaltungen, jeweils in den Ortsteilen, in denen der Bus stehen wird, sollen die Multiplikatorinnen/Multiplikatoren über die Kampagne informiert und möglichst eingebunden werden.

Die Beteiligung der Familienbildungsträger an der Entwicklung des Erziehungsgutscheins war und ist erwünscht, denn dort liegt der praxisorientierte Sachverstand.

Am 23. Mai 2002 fand ein Projektworkshop zu dieser Thematik statt. Dabei ging es im Schwerpunkt darum, den Sachstand und die finanziellen und politischen Voraussetzungen zu vermitteln. In die weitere Entwicklung und Umsetzung von Teilen der Kampagne, dem Elternmobil und dem Erziehungsgutschein, werden nunmehr die im Arbeitskreis Familienbildung organisierten Träger eingebunden.

Für die Öffentlichkeitsarbeit ist ein Corporate Design mit dem Slogan „Fit für Familie“ entwickelt worden, das auf den verschiedenen Werbeträgern der Kampagne wiedergefunden werden kann. Die Kampagne zur Eltern- und Familienbildung „Fit für Familie“ lässt sich zu einem späteren Zeitpunkt in eine übergeordnete Zielsetzung „Familienfreundliches Bremen“ einordnen mit weiteren Bausteinen wie z. B. Tagesbetreuung, Spiel- und Aktionsräume in der Stadt, Kinder- und Jugendkultur.