

BILDUNGSBERICHTERSTATTUNG DER STADT NÜRNBERG

PRAXISFORSCHUNG FAMILIENBILDUNG

Redaktion:

Stadt Nürnberg / Bürgermeisteramt

Bildungsbüro

Hauptmarkt 18, 90403 Nürnberg

bildungsbuero@stadt.nuernberg.de

Stand: 29.03.2023

Inhalt

1. Familienbildung für Nürnberger Eltern	2
1.1 Ziele der Familienbildung	2
1.2 Überblick über Familienbildung in Nürnberg	3
1.3 Zahlen und Fakten zur Familienbildung in Nürnberg.....	5
2. Methodik und Ablauf der Praxisforschung	6
3. Zielgruppen und Angebote der Familienbildung in Nürnberg.....	8
3.1 Zielgruppen und Zugangshürden	9
3.2 Digitale Angebote / Angebote in der Pandemie.....	13
4. Kooperationsstrukturen der Familienbildung	17
5. Monitoring / Erfolgsmessung	19
6. (Wahrgenommener) Stellenwert der Familienbildung in Nürnberg	24
7. Besondere Stärken der Familienbildung: Flexibilität und Kreativität	26
8. Zukunftswünsche für die Familienbildung.....	29
9. Handlungsempfehlungen für die Familienbildung.....	34
10. Zusammenfassung	39

1. Familienbildung für Nürnberger Eltern

Familienbildung will Familien Orientierungshilfe geben und die elterliche Erziehungskompetenz stärken. Sie basiert auf den gesetzlichen Grundlagen des SGB VIII, § 16 (Achstes Buch Sozialgesetzbuch – Kinder- und Jugendhilfegesetz). Darin ist unter der Überschrift „Allgemeine Förderung der Erziehung in der Familie“ gesetzlich festgelegt, dass Mütter, Väter, andere Erziehungsberechtigte und junge Menschen einen Anspruch auf Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie haben. Diese Leistungen sollen dazu beitragen, Familien durch spezielle, gezielte Leistungen und Hilfestellungen beim Erlernen neuer Kompetenzen zu fördern und zu unterstützen.¹ Familienbildung richtet sich dabei an Familien in allen Lebenslagen. Hierbei wird eine präventive, bedarfsgerechte und niedrigschwellige Familienbildung gefordert, um möglichst viele Familien zu einem frühen Zeitpunkt erreichen zu können.²

1.1 Ziele der Familienbildung

Die Familienbildung widmet sich vielfältigen Themen und Inhalten, aus denen sich folgende Ziele ableiten lassen³: Stärkung bzw. Entwicklung

- der elterlichen Erziehungskompetenz,
- der Beziehungskompetenz,
- der Alltagskompetenz,
- der Medienkompetenz,
- der Ernährung-, Bewegungs- und Gesundheitskompetenz,
- der Mitwirkungs-, Gestaltungs- und Partizipationskompetenz.

Im Rahmen des Konzepts der Familienbildung des Jugendamts und unter Einbeziehung von Bestands- und Bedarfserhebungen wurden in der Vergangenheit

¹ Vgl. Achtes Buch Sozialgesetzbuch (SGB VIII), Kinder- und Jugendhilfegesetz, https://dejure.org/gesetze/SGB_VIII/16.html

² Vgl. Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt, Konzept Familienbildung in Nürnberg (Eltern- und Familienbildungskonzept der Stadt Nürnberg). Fortschreibung 2019, S. 9 ff.

³ Vgl. Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt, Konzept Familienbildung in Nürnberg (Eltern- und Familienbildungskonzept der Stadt Nürnberg). Fortschreibung 2019, S. 13.

Perspektiven und Ziele zur Weiterentwicklung der Familienbildung in Nürnberg erarbeitet, die für die Arbeit des Stabs und der Träger der Familienbildung handlungsleitend sind. Gemeinsam mit Akteuren der Familienbildung wurden Leitziele für die Familienbildung in Nürnberg formuliert: Zum einen sollen alle Familien niederschwellig Zugang zu passgenauen Angeboten haben. Zum anderen soll die Angebotsstruktur in Nürnberg möglichst bedarfsgerecht sein.⁴

1.2 Überblick über Familienbildung in Nürnberg

In Nürnberg wird eine Vielzahl an Angeboten der Familienbildung durch verschiedene Träger bereitgestellt. Die Koordination liegt beim Stab Familienbildung des Jugendamts der Stadt Nürnberg. Die Stabstelle führt Bestandsaufnahmen und Bedarfsanalysen durch, entwickelt Strategien zur Weiterentwicklung der Familienbildung, vernetzt bestehende und konzipiert neue Angebote.⁵ Im Jahr 2011 wurde gemäß §78 SGB VIII eine Arbeitsgemeinschaft Familienbildung gegründet, der Träger freiwillig beitreten und die partnerschaftliche Zusammenarbeit der Nürnberger Träger, Initiativen und Projekte in diesem Bereich fördert. Die Geschäftsführung dieser Arbeitsgemeinschaft hat ebenfalls der Stab Familienbildung im Jugendamt inne.

Im Stadtgebiet gibt es neun Familienbildungsstellen (**Tab. 1**) verschiedener Träger, darunter sowohl klassische Familienbildungsstellen als auch Beratungsstellen mit punktuellen Familienbildungsangeboten. Diese bieten Informationen, Beratung, Elternkurse, Seminare und Familienaktionen an. Sieben Familienbildungsstellen werden zudem als Familienstützpunkte vom Freistaat Bayern bezuschusst. Sie informieren und beraten zusätzlich zu ihren Programmen, zu Fragen der Erziehung und Angeboten der Familienbildung in Nürnberg. Außerdem vermitteln sie Eltern zu möglichst passgenauen Angeboten bei anderen Einrichtungen.⁶

Die Familienbildung in Nürnberg gestaltet sich sehr vielfältig und findet z.B. in Form von gruppenpädagogischen Angeboten, Einzelberatungen, Seminaren und Vorträgen statt. Die Angebote sind kostengünstig, teilweise gebührenfrei und die Teilnahme ist

⁴ Vgl. Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt, Konzept Familienbildung in Nürnberg (Eltern- und Familienbildungskonzept der Stadt Nürnberg). Fortschreibung 2019, S. 3, 71ff.

⁵ Vgl. ebd., S. 66.

⁶ Vgl. Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt.

Praxisforschung Familienbildung

freiwillig, was niedrigschwellige Zugänge für die Teilnehmenden schafft. Die Familienbildungsstellen in Nürnberg haben in den vergangenen Jahren insbesondere auf die aktuellen Entwicklungen wie die Corona-Pandemie sowie die Fluchtzuwanderung reagiert und die bestehenden Angebote angepasst.

Tab. 1: Familienbildungsstellen in Nürnberg, 2022

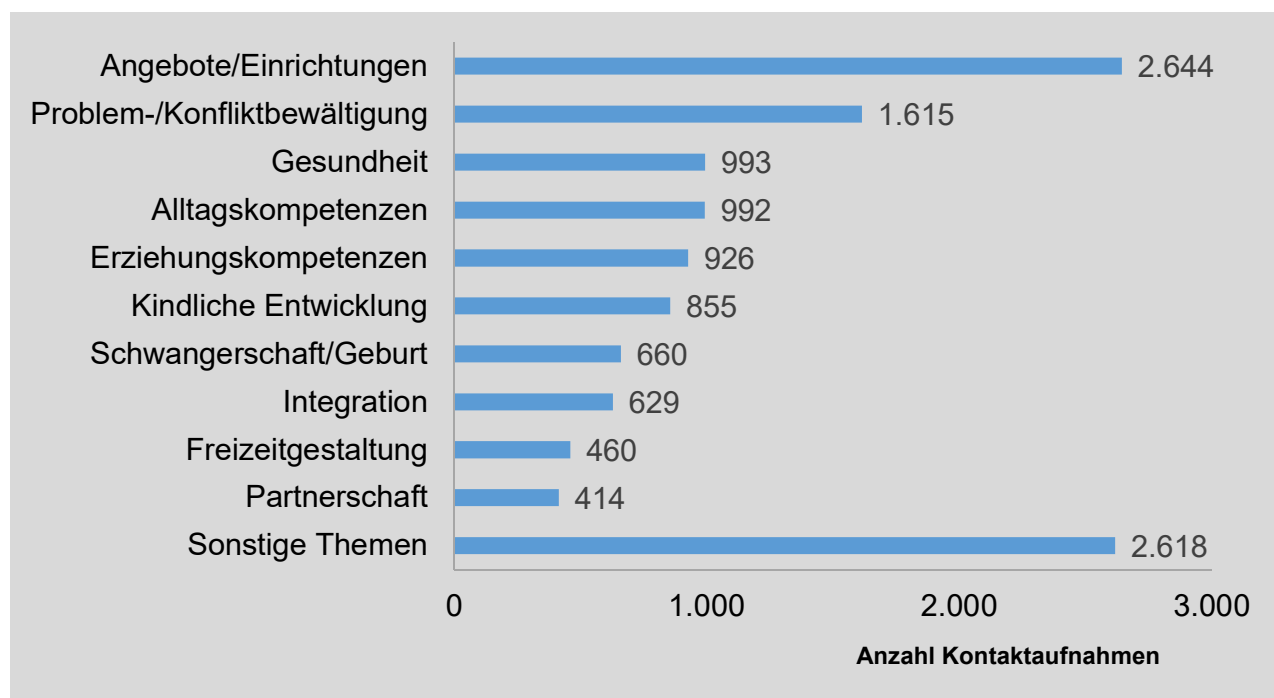
Institution	Familienbildungsstelle	Familienstützpunkt	Organisationsart
AWO Kreisverband Nürnberg e.V. Elternbildungsprogramme	X	X	Klassische Familienbildungsstelle
Bayerisches Rotes Kreuz Kreisverband Nürnberg-Stadt Elternbildung	X	X	Klassische Familienbildungsstelle
Deutscher Kinderschutzbund Kreisverband Nürnberg e.V.	X	X	Beratungsstelle mit einzelnen Familienbildungsangeboten
Evangelische Familien-Bildungsstätte Nürnberg	X	X	Klassische Familienbildungsstelle
Forum erwachsenenbildung vom evangelischen bildungswerk nürnberg e.V.	X		Einrichtung der Erwachsenenbildung (Familienbildung ist ein Teilbereich des Themenspektrums)
pro familia Nürnberg e.V.	X		Beratungsstelle mit einzelnen Familienbildungsangeboten
Treffpunkt e.V.	X	X	Familienbildung, Jugend- und Straffälligenhilfe
Zentrum Kobergerstraße	X	X	Beratungsstelle mit einzelnen Familienbildungsangeboten
Zoff + Harmonie	X	X	Klassische Familienbildungsstelle

Quelle: Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt.

1.3 Zahlen und Fakten zur Familienbildung in Nürnberg

Die Familienstützpunkte in Nürnberg bearbeiteten im Jahr 2021 12.806 Anfragen und damit 921 Anfragen mehr als im Jahr 2020 (**Abb. 1**). Im Jahr 2021 wurden ein Fünftel (20,6 %) der Anfragen zum Thema „Angebote/Einrichtungen“ gestellt, was darauf hinweist, wie wichtig die Vermittlungsfunktion der Familienstützpunkte ist. Das Themenspektrum der weiteren Anfragen ist sehr breit und umfasste 2021 die Bereiche Problem-/Konfliktbewältigung (12,6 %), Gesundheit (7,8 %), Alltagskompetenzen (7,7 %), Erziehungskompetenzen (7,2 %), Kindliche Entwicklung (6,7 %), Schwangerschaft/Geburt (5,2 %), Integration (4,9 %), Freizeitgestaltung (3,6 %) und Partnerschaft (3,2 %). Das vergleichsweise hohe Anfrageaufkommen im Bereich „Sonstige Themen“ (20,4 %) zeigt, dass die Familienstützpunkte für viele Familien Anlaufstelle für vielfältige Themen sind – insbesondere auch während der Corona-Pandemie, die zweifelsohne die Nachfrage beeinflusste; die Familienbildungsstellen waren hier aufgrund ihrer Systemrelevanz immer erreichbar.

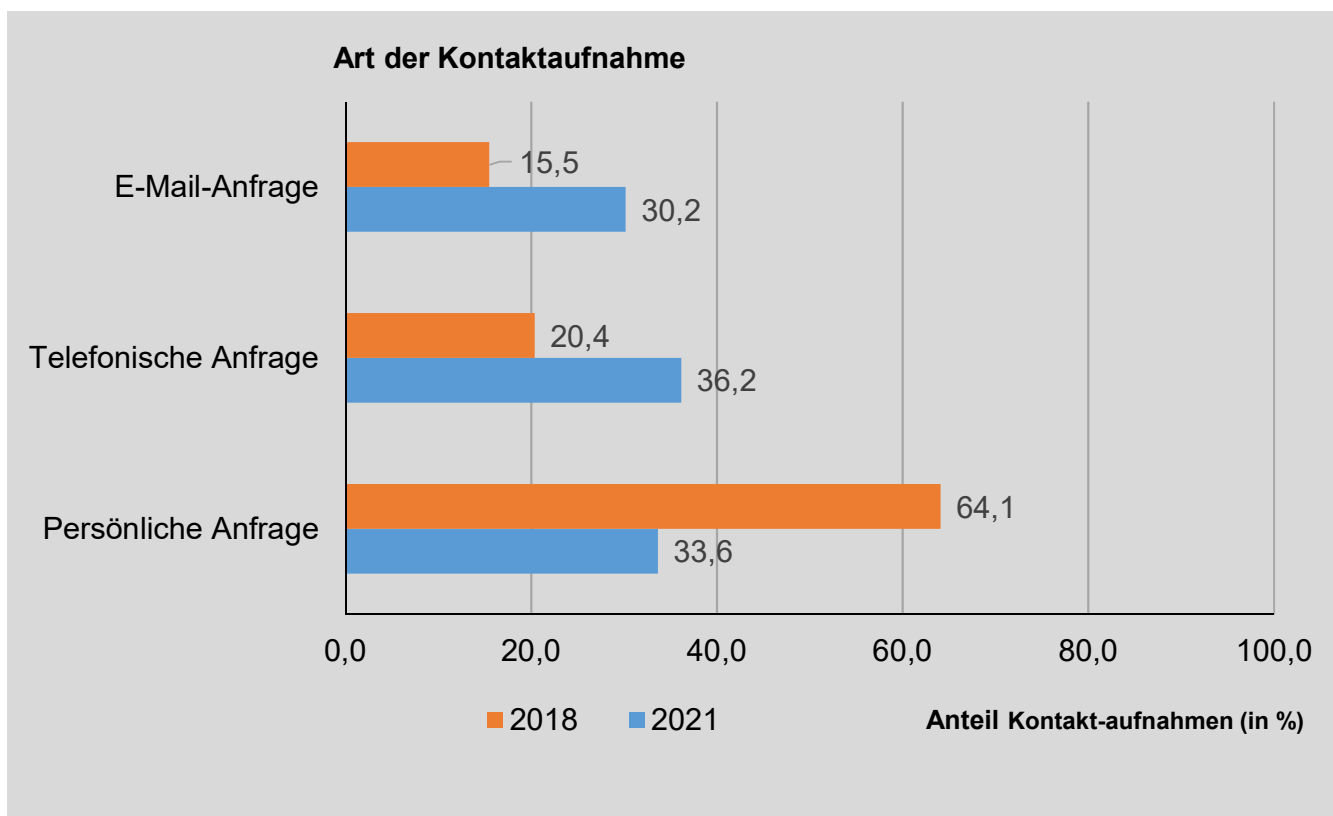
Abb. 1: Anfragen von Familien an Familienstützpunkten in Nürnberg nach Themenbereichen, 2021



Quelle: Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt.

In den Jahren zwischen 2018 und 2021 stieg der Anteil an Anfragen, die über digitale Medien wie zum Beispiel E-Mails gestellt wurden, von 15,5 % auf 30,2 %, während die Anfragen im persönlichen Gespräch – nicht zuletzt aufgrund der pandemiebedingten Regelungen – von 64,1 % auf 33,6 % sanken (**Abb. 2**).

Abb. 2: Anfragen von Familien an Familienstützpunkten in Nürnberg nach Art der Kontaktaufnahme, 2018 und 2021



Quelle: Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt.

2. Methodik und Ablauf der Praxisforschung

In der Bildungsberichterstattung, die das Bildungsbüro seit 2009 für die Stadt Nürnberg durchführt, wird regelmäßig anhand verfügbarer Daten über die Familienbildung in Nürnberg berichtet. Die Informationen hierfür werden auf Anfrage vom städtischen Jugendamt sowie von den Einrichtungen der Eltern- und Familienbildung zur Verfügung gestellt.

Das breite Angebot der Nürnberger Familienbildung kann bislang in seiner Gesamtheit noch nicht anhand standardisierter amtlicher Statistiken trägerübergreifend abgebildet

Praxisforschung Familienbildung

werden. Daher stellte sich die Frage, inwieweit eine vergleichbare quantitative Darstellung der Familienbildung in der Bildungsberichterstattung erfolgen könnte. Weiterhin wurde überlegt, inwieweit die quantitative Darstellung mit qualitativen Daten ergänzt und erweitert werden könnte. Das Bildungsbüro führte bereits mehrfach qualitativ angelegte Praxisforschungen in verschiedenen Bildungsbereichen durch.⁷ In Abstimmung mit dem Jugendamt wurde eine Praxisforschung konzipiert, die den Fokus auf die derzeitigen Herausforderungen der Familienbildung (insbesondere im Kontext der Corona-Pandemie) werfen und Entwicklungsmöglichkeiten, insbesondere im Bereich des Monitorings aufzeigen soll.

Die methodische Vorgehensweise umfasste Literaturrecherchen, Datenanalysen sowie die Durchführung eines Workshops mit Trägern der Familienbildung (als Sitzung der AG §78). Die vorliegende Praxisforschung nimmt dabei die Einrichtungen der Familienbildung in den Blick, die Mitglied der Arbeitsgemeinschaft Familienbildung nach §78 SGB VIII sind.

Diese Vorarbeiten mündeten in die Durchführung und Auswertung leitfadengestützter Experteninterviews: Drei wissenschaftliche Mitarbeiterinnen des Bildungsbüros führten im Januar und Februar 2022 acht leitfadengestützte Video-Interviews mit Leitungskräften der Familienbildung, ein Interview mit den Koordinatorinnen der Stabstelle Familienbildung im Jugendamt sowie ein Interview mit einer Mitarbeiterin aus einer Stadtteilkoordination durch. Als Videokonferenztool kam MS Teams zum Einsatz. Die Auswertung im Sinne einer systematischen Zusammenfassung und Interpretation der Interviewaussagen erfolgte mithilfe der Analysesoftware MaxQDA. Zusätzlich fand im Mai 2022 unter Leitung des Bildungsbüros eine Gruppendiskussion mit weiteren Fachkräften aus Einrichtungen der Familienbildung in Präsenz statt (vgl. auch 5.), die ebenso wie die Interviews den Fokus auf eine mögliche „Erfolgsmessung“ der Angebote legte.

Die vorliegende Praxisforschung hat das Ziel, die Struktur der Familienbildungsangebote in Nürnberg zu analysieren. Hierzu gehört eine Darstellung der Zielgruppen, der Angebote und der Kooperationsstrukturen der Familienbildung, die um eine Zusammenschau der Einschätzungen zur Wirksamkeit und zur

⁷ Vgl. zum Beispiel Praxisforschung BVJ (abrufbar unter: www.nuernberg.de/imperia/md/bildungsbuero/dokumente/praxisforschung_endbericht_final.pdf)

Praxisforschung Familienbildung

Erfolgsmessung der Angebote ergänzt wird. Abschließend folgt eine Analyse der Einordnungen des Stellenwerts der Familienbildung in Nürnberg und des weiteren Handlungsbedarfs aus Sicht des Bildungsbüros.

Im Interviewleitfaden wurden dazu folgende Dimensionen aufgenommen und in den Gesprächen abgefragt:

- Besonderheiten der Einrichtung
- Zielgruppenerreichung
- Definition und Selbstverständnis von Familienbildung
- Intensität und Nachhaltigkeit der Angebote
- Sozialräumliche Wirkung
- Perspektiven der Familienbildung

Bei der Interpretation der Ergebnisse gilt es auch den Zeitpunkt der Befragungen zu berücksichtigen: nach der langen Phase der pandemiebedingten Einschränkungen war die Arbeit in den Familienbildungsstellen sehr von der Aufarbeitung dieser Erfahrungen und vom „Neustart“ geprägt.

3. Zielgruppen und Angebote der Familienbildung in Nürnberg

Das Angebot in der Familienbildung in Nürnberg unterscheidet sich sowohl hinsichtlich der Angebotsform als auch hinsichtlich der Zielgruppen. Alle befragten Einrichtungen bieten eine allgemeine Beratung an. Die meisten befragten Einrichtungen haben auch Themenabende, Informationsveranstaltungen und Vorträge im Programm. Der Großteil der Einrichtungen bietet Kurse (z.B. Elternkurse) und feste Gruppenangebote (z.B. Eltern-Kind-Gruppen) an. Darüber gibt es offene Treffpunkte (z.B. Elterncafés), offene Gruppen wie Spieletreffs, aufsuchende Angebote wie (Haus-) Besuchsprogramme oder erlebnispädagogische Angebote (z.B. Naturkurse für Väter mit ihren Kindern).

3.1 Zielgruppen und Zugangshürden

Grundsätzlich gehören alle Erziehungsberechtigten und an Erziehung Beteiligten zur Zielgruppe für öffentlich geförderte Angebote der Familienbildung (vgl. SGB VIII, § 16). Aufgrund der unterschiedlichen Bedürfnisse, Bedarfe und Interessen ist es zielführend, verschiedene Zielgruppen zu definieren. Jedoch nutzen nicht alle Zielgruppen gleichermaßen die Angebote der Familienbildung.

Eine bundesweite Untersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend zur Nutzung von Familienbildungsangeboten zeigt, dass sich die Nutzergruppen von Familienbildung in den letzten Jahren zunehmend erweitert haben. Der Anteil sozial benachteiligter Familien, die Familienbildung und -beratung wahrnehmen, hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen von 15 % im Jahr 2006 auf 42 % im Jahr 2019. Auch bei der Gruppe der Väter ist ein langsamer Zuwachs zu erkennen (2006: 17 %, 2019: 22 %. Jeweils gut zwei Drittel der befragten Alleinerziehenden (66 %) und Paarfamilien (64 %) gaben im Jahr 2019 an, Angebote der Familienbildung und Familienberatung zu nutzen.⁸

Die vorliegenden Interviews aus der Praxisforschung Familienbildung zeigen, dass es in Nürnberg ein breites Angebotsspektrum in vielen Themenbereichen gibt. Die Zielgruppen reichen von Eltern, Kindern, Jugendlichen, Großeltern, Alleinerziehenden, Paaren, Schwangeren bis hin zu Familien in besonderen Problemlagen.

Ein großer Teil der Angebote konzentriert sich auf Familien mit Kindern unter drei Jahren: *„Klassisch die Mütter, weil es das erste Lebensjahr abdeckt, da sind meistens die Mütter zuhause es gibt auch Väter aber der Schwerpunkt mit jungen Kindern sind Mütter.“*

Ein Teil der befragten Einrichtungen gab als Zielgruppe Familien mit Migrationshintergrund an: *„Die bei mir auftauchen sind immer Menschen mit Migrationshintergrund. Sind vereinzelte über das Internet. Ich schätze mindestens mittleres Bildungsniveau.“*

⁸ Juncke, D., Lehmann, K., Nicodemus, J., Stoll, E., Weuthen, U. (2021), Familienbildung und Familienberatung in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme. <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/service/publikationen/familienbildung-und-familienberatung-in-deutschland-183224>, letzter Zugriff: 18.11.2022.

Praxisforschung Familienbildung

Eine weitere Zielgruppe sind Familien in besonderen Lebenssituationen (beispielsweise Familien in finanziellen Notlagen).

„Also wir haben auch immer wieder Teilnehmer, wenn auch nicht viel, aber immer wieder, die mit den Bildungsgutscheinen zahlen zum Beispiel, was uns ganz wichtig ist. Oder auch teilweise Eltern, die uns vom Jugendamt geschickt werden oder von anderen Behörden, die einfach einen Kurs absolvieren müssen. Ist aber auch eher selten. Aber wir freuen uns über jeden.“

In den vergangenen Jahren kamen zunehmend geflüchtete Familien als Zielgruppe hinzu. Von Vorteil waren hier beispielsweise Sprachkenntnisse der Mitarbeitenden der Familienbildungsstätten:

*„[...] als die vielen Flüchtlinge kamen, war das für uns der große Vorteil, dass wir sprachlich die Familien direkt ansprechen konnten, also die Mitarbeiter*innen. Dadurch ist uns das gut und schnell gelungen, damit haben wir die Familien im Programm.“*

Weiterhin adressiert die Familienbildung Personen, die verpflichtet wurden, ein Angebot wahrzunehmen:

„Sie müssen den Kurs machen, gerichtliche Auflagen. Oder beim Hilfeplangespräch: wir planen die Rückführung, oder Kind wird rausgenommen. Diese Eltern fühlen sich gezwungen. das müssen die Kursleitungen wettmachen, damit sich Widerstand auflöst mit Wertschätzung.“

Eine Befragte betonte hierbei, wie wichtig der Aspekt der Freiwilligkeit sei: *„Ich mache dann ein Vorgespräch und versuche die Wogen zu glätten, Herzlichkeit rüberbringen. Härte rausnehmen.“*

Die am Interview Beteiligten gaben eine sehr große Bandbreite an thematischen Schwerpunkten in ihren Angeboten an, unter anderem: Geschwister, Schwangerschaft, Sexualität, Schlaf-Schrei-Thematik, Pubertät und Krankheit. Durch diese thematische Vielfalt wird in der Summe auch eine entsprechend breite Zielgruppe abgedeckt. Während die klassischen (größeren) Familienbildungseinrichtungen jeweils ein sehr breites Angebot haben, bieten Beratungsstellen spezifische Familienbildungsangebote an.

Zugangshürden

Auf die Frage, ob es Zugangshürden zu den Familienbildungsangeboten gibt, nannten die Interviewten mehrfach **sprachliche Barrieren**.

„Eine Barriere ist immer auch das Thema Sprache. Was zum einen, überhaupt zu kommen, zu wissen was es für ein soziales Netz in Nürnberg gibt, was es für Angebote gibt die ich nutzen kann. Diese Zielgruppe erreichen wir über unsere

Fachstelle sehr gut, es fehlt an Wissen und da gibt es eine Sprachbarriere. Das ist für uns in der Familienbildung das Thema, dass wir da keine Dolmetscher/-innen refinanziert bekommen, wenn wir dann Klient/-innen haben die kein Deutsch sprechen, bleibt das letztendlich an uns, sind unsere eigenen Kosten. Das finde ich kritisch. Diese Zielgruppe zu erreichen ist nicht einfach.“

Unter den veränderten Rahmenbedingungen während der Corona-Pandemie wurden Sprachbarrieren teilweise noch verstärkt, da viele Angebote nur noch online stattfinden konnten und die Verständigung dadurch erschwert wurde.

„Die Sprache ist eher die Barriere, weil in der offenen Beratung oft mit Händen und Füßen kommunizieren und das ist online nicht so einfach.“

Der Großteil der Gesprächspartnerinnen hob den **fehlenden persönlichen Kontakt** zu den Eltern und Familien während der Pandemie hervor. Dadurch entfiel über längere Zeiträume die Möglichkeit, an Orten wie in Kindertageseinrichtungen Eltern über Angebote aus der Familienbildung zu informieren, was wiederum zu einem Informationsdefizit führte:

„[...] im Moment ist das Problem, dass alle wenig Kontakt haben, in den Kitas ist das auch so. Die Eltern gehen nicht rein sondern geben ab vor der Tür, da fehlt der persönliche Kontakt, an der Tür noch ein kurzes Wort, die Empfehlung eines Angebots, Flyer abgeben.“

Ein etablierter Zugangsweg stellt der Kontakt über Bekannte und Freunde dar, die bereits an familienbildenden Angeboten teilgenommen haben. Eine Befragte berichtete – insbesondere bei Familien mit Zuwanderung – von Ängsten während der Pandemie, die Kontakte verhindert haben. Damit konnte eine Weiterempfehlung der familienunterstützenden Angebote von Familien an andere Familien oftmals nicht erfolgen:

„[...] gerade von Familien mit Zuwanderung, da sind große Ängste da und die sich noch mehr zurückgezogen haben als das Angebot zu nutzen, komm doch einfach mit. Das ist was ich aus den Rückmeldungen rausgehört habe. Jetzt geht es langsam aber ist immer noch da ein Stück weit. Das macht es doppelt schwer, [dass] Kontakte wegbrechen aus dieser Angst heraus.“

Gleichzeitig war der **Zugang zu Multiplikatorinnen und Multiplikatoren** während der Pandemie nur sehr eingeschränkt oder gar nicht möglich, zum Beispiel der Kontakt zu Fachkräften in Kindertageseinrichtungen:

„Was ja im Moment etwas schwierig ist durch Corona. Sehen auch in den Kitas es ist viel Personalwechsel. Früher waren wir immer mal bei Teambesprechungen,

um uns vorzustellen und das Material vorzustellen damit wir weiterempfohlen werden.“

Auch der Zugang zu Personen, die in Gemeinschaftsunterkünften lebten und betreut wurden, erwies sich während der Corona-Pandemie als schwieriger.

„50 Prozent unserer Klient/-innen haben Migrationshintergrund. Wir erreichen schon viel, finde ich, aber auch da nur einen bestimmten Bereich dieser Zielgruppe. Pandemiebedingt war das auch nochmal anders, weil die Unterkünfte zum Teil nur sehr bedingt betreut waren bis gar nicht betreut. Da sind natürlich die Multiplikator/-innen die betreuen ganz zentral und nur so kommen die Menschen und wissen davon, da ist viel verloren gegangen durch die Pandemie.“

Angebote der Familienbildung werden (mit Ausnahme der Hausbesuchsprogramme) oft als **Komm-Struktur vorgehalten**, das heißt Familien nehmen formalisierte Angebote wie Kurse oder Informationsveranstaltungen vor Ort in den Einrichtungen wahr. Dies setzt allerdings ein relativ hohes Maß an Eigeninitiative und kulturellen Kompetenzen voraus, welche nicht bei allen Eltern gleichermaßen vorausgesetzt werden kann. Eine Befragte hob hervor, dass die Komm-Struktur gerade für Personen aus sozial schwierigen Lagen eine Hürde darstellt, Angebote wahrzunehmen:

„Das ist für mich auch eine Barriere, diese Komm-Struktur, da wäre es besser in eine Geh-Struktur zu gehen, dahin zu gehen wo die Menschen sind und sich sowieso aufhalten.“

Die gegensätzlich ausgerichtete Geh-Struktur kann Teilnahmebarrieren verringern und dazu beitragen, gerade Familien, die bislang wenig Erfahrungen mit familienbildenden Angeboten hatten, zu erreichen.

Als **physische Zugangsschwellen** wurde mangelnde Barrierefreiheit genannt:

„wir haben keinen behindertengerechten Zugang, wenn jemand mit Rollstuhl kommen will“.

Außerdem ergaben sich im Zuge der Corona-Pandemie **bürokratische Hürden**. Einrichtungen mussten die Teilnehmendenzahl in den Angeboten begrenzen, damit beispielsweise Abstandsregelungen eingehalten werden konnten. Dies führte wiederum teilweise zu einem verringerten Platzangebot;

„wir mussten maximal auf fünf Mütter beschränken mit Babys und wir noch dazu und es mussten dann alle am Platz fest ‚getackert‘ sein.“

Fehlende **Kinderbetreuung** war bei den meisten befragten Einrichtungen zum Zeitpunkt der Befragung kein Thema. Viele Angebote sind so konzipiert, dass Eltern ihre Kinder mitbringen können. Werden Angebote ohne Kinder gemacht, wird nach Möglichkeit von der Einrichtung eine Kinderbetreuung organisiert.

„Aber es ist kein Thema, fast alle Angebote sind für beide. Wenn wir Angebote ohne Kinder hatten dann haben wir selbst Kinderbetreuung organisiert. Bisher war es kein Hindernis.“

Eine Befragte machte auf die Situation von Alleinerziehenden aufmerksam.

„Bei den Abendkursen nein, das ist zu spät für die Kinder. Eine Hürde ist manchmal die, das Kinderbetreuung gebraucht wird aber die Leute arbeiten. Alleinerziehende ohne Netzwerke.“

3.2 Digitale Angebote / Angebote in der Pandemie

Die Corona-Pandemie führte zu erheblichen Einschränkungen in der Bildungspraxis und nicht zuletzt in den Einrichtungen der Familienbildung. Mehrere Lockdown-Phasen ab März 2020 unterbrachen den regulären Betrieb der Familienbildungsstellen. Die bestehenden Hygiene- und Infektionsschutzmaßnahmen griffen zudem über einen längeren Zeitraum in den Routinebetrieb der Einrichtungen ein. Während familienbildende Angebote ausfallen mussten, versuchten alle befragten Einrichtungen, den Kontakt zu den Familien aufrechtzuerhalten.

In Phasen, in denen Präsenzangebote nicht oder nur sehr eingeschränkt möglich waren, nahmen digitale Angebote in der Familienbildung stark zu. Die Umstellung bzw. die Erweiterung der Angebote ins Digitale ermöglichte es den Akteuren der Familienbildung, auch während der Pandemie Familien Bildungs- und Beratungsangebote zu machen. Das digitale Angebot der befragten Einrichtungen (unter Einsatz von E-Mail, Videokonferenztools oder Tools wie digitalen Pinnwänden) umfasste beispielsweise: Paarberatung, Elternabende, Kurse, Alleinerziehendentreffs, Schlaf-Schrei-Sprechstunden, digitale Messen oder Themenabende. Von den befragten Einrichtungen verzichtete lediglich eine Einrichtung auf Onlineangebote. Auch der Familienbildungstag in Nürnberg, den die Mitglieder der AG 78 jährlich veranstalten, fand 2021 und 2022 online statt.

Die Beratung in Präsenz wurde zu Teilen verstärkt abgelöst durch Beratungen per **Telefon**.

„Was sich gezeigt hat durch die Pandemie, dass die guten Beratungsstellen gefühlt 24 Stunden beraten könnten und zum Teil gemacht haben per Telefon, da wurde massiv was abverlangt“.

Eine Einrichtung berichtete davon, dass 2021 erstmals mehr Beratungen per **Videokonferenz** als in Präsenz gemacht wurden. Hervorgehoben wurde auch das Vertrauensverhältnis als Grundlage für die Arbeit: *„Das kann auch mal ein Videoanruf sein, aber das Vertrauensverhältnis ist ganz wichtig.“*

Neben Telefon und Videokonferenzen kamen in manchen der befragten Einrichtungen auch **soziale Medien** verstärkt zum Einsatz: Das *„Augenmerk wurde mit [der] Pandemie größer auf Social Media mit Eltern zu kommunizieren und wir haben es verstärkt. Aber gegeben hat es das auch ein bisschen schon vorher.“*

Umstellung von Präsenzangeboten zu Onlineangeboten

Eine Interviewte fasste die letzten drei Jahre der Pandemie so zusammen:

„Speziell auf Corona, die letzten drei Jahre war Bedarf da aber die Eltern waren vorsichtig. Da lief ein Kurs, dann haben wir auf Online umgestellt ist aber nicht dasselbe wie im Raum sitzen. Wir wollten aber die Eltern bis zum Ende begleiten und das hat gut funktioniert. Und letztes Jahr haben wir zwei Kurse weniger gehabt als sonst üblich, weil wir nicht von Anfang an Online anbieten wollten wir sind andere Wege gegangen. Also Bedarf an Information und Austausch haben wir den Eltern geboten.“

Die Online-Angebote wurden beispielsweise auf der einrichtungseigenen Website veröffentlicht und konnten ohne Anmeldung besucht werden. Gleichzeitig gab es gebuchte Online-Abende für spezielle Gruppen (z.B. Familienfreundliche Schule, Datev).

In einem Interview wurde der Pragmatismus benannt, der die Arbeit dauerhaft begleitet. Das eine sind

„neue Formate, das andere ist der Pragmatismus. Wir wollen es lernen, mit der Pandemie umzugehen, wie lange das noch geht, wollen dass Angebote ankommen und sind dann wieder in Präsenz gegangen. Haben jetzt eine Mischung aus Online und Präsenz in Einrichtungen.“

Die Umstellung hin zum Digitalen war teilweise mit großem Aufwand für die Einrichtungen verbunden. Nachdem Präsenzkurse nicht mehr möglich waren, wurde nach Möglichkeiten gesucht, wie Eltern, die sich in Präsenz kennen gelernt hatten, mit ihrem Kurs weitermachen konnten. Es stellte sich heraus, *„dass Angebote die in*

Präsenz starten aber dann auf Online switchen mussten ganz gut funktioniert [haben], während einen ganz neuen Kurs von vorn herein zu etablieren nur als digitales Format, das ist eine große Herausforderung“. Mit neuen Eltern einen online Kurs zu beginnen, gestaltete sich schwieriger. Zu Beginn der Corona-Pandemie „waren die Eltern noch sehr zurückhaltend und wurden dann immer dankbarer und wurden immer mehr geübt und waren begierig darauf, immer mehr digital auch zu bekommen. Und es hing immer von der Kreativität der Familienbildungsstellen ab“.

Die Umstellung von Angeboten in ein Onlineformat hat bei den meisten befragten Einrichtungen gut funktioniert. Angebote wurden umgestellt und neu konzipiert, um zu sehen wie es als Onlinevariante funktioniert:

„Darüber war es möglich einen Teil aufrecht zu erhalten. Hatten weniger Nachfrage, wobei sich das Mitte des letzten Jahres [Anm. d. V.: Mitte 2021] verändert, mehr ist möglich.“

Ein Großteil der Befragten berichtete, dass die Teilnehmenden das Onlineformat gut annahmen:

„[...] wir haben vieles auf Online umgestellt auch Kurse. Bei einigen Kursen war es überhaupt kein Problem auch die Beratung war kein Problem das ganze online. Man sieht sich ja und man geht ja auf den persönlich ein. Aber wir haben richtig gemerkt, wie sich die Leute gefreut haben, dass sie wiederkommen dürfen und den Kontakt haben zueinander und mit uns.“

Erreichbarkeit der Zielgruppen

Die Online-Beratungen brachten den Vorteil für Familien mit sich, dass teilweise die Organisation einer Kinderbetreuung entfiel: *„Das Thema Kinderbetreuung ist immer wieder Thema beim Erstkontakt, wenn sie anrufen. Durch die Online Beratung ist ein großer Sprung nach vorne gemacht, weil wir klassisch per Video oder Telefon anbieten.“*

Die Umstellung hin zu digitalen Angeboten zeigte jedoch auch Grenzen in der Erreichbarkeit von Zielgruppen auf. Manche Gesprächspartnerinnen führten aus, dass bestimmte Personengruppen während der Corona-Pandemie nicht mehr erreicht werden konnten, beispielsweise aufgrund sprachlicher Barrieren oder aufgrund struktureller Benachteiligung:

„Da sind vielleicht vier Kinder im Haushalt und die sollen parallel beschult werden und dann ist das Thema bei unseren Familien, die Zugänglichkeit. Die haben

Verträge, wo sie kein kostenloses WLAN haben, dann nutzt den Familien ein Tablet wenig, sie können es nicht parallel nutzen.“

Die sprachlichen Barrieren verstärkten sich teilweise durch die Umstellung auf digitale Formate. Für Personen mit geringen Deutschkenntnissen wird die Teilnahme an Familienbildungsangeboten oftmals zusätzlich erschwert, wenn diese nur online stattfinden.

„Die Corona Situation verfälscht da, für nicht gut Deutsch sprechende Migranten ist das Video Format sehr schwierig.“

„Die Sprache ist eher die Barriere, weil in der offenen Beratung oft mit Händen und Füßen kommunizieren und das ist online nicht so einfach.“

Die niedrige Zugangsschwelle, ein Hauptmerkmal von Angeboten der Familienbildung, sei oft nicht mehr gegeben gewesen.

„Manche Gruppen hat man aber nicht mehr erreicht, die Niederschwelligkeit ist uns ein bisschen verloren gegangen.“

So wurde von einer gewissen Hemmung auf Seiten der Teilnehmenden gesprochen, wenn es um Angebote per Video ging:

„viele hatten da ja ´ne Hemmschwelle, geht das auf Video? Eine Paarberatung auf Video zu machen, eine Schlaf-Schrei-Sprechstunde. Die Möglichkeit zu haben auch zu wechseln, mal in Präsenz und dann von daheim machen.“

Berichtet wurde auch von Familien, die Familienbildungsangebote ausdrücklich nur in Präsenz wahrnehmen wollten und nicht im Online-Format.

„Wenn Kurse nur online stattfinden habe ich Familien die sagen ‚Nein will ich nicht, kann ich nicht, ich mag lieber das Persönliche‘ und das ist nachzuvollziehen.“

Zukunft der angepassten (digitalen) Angebote

Der Wunsch, die digitalen Angebote auch weiterhin fortzuführen und in den Alltag zu integrieren (z.B. als hybride Veranstaltungen), wurde von den Befragten vereinzelt geäußert, auch wenn dafür Ressourcen notwendig sind:

„Wir wollen das so machen. Das sind alles Module, die Geld kosten, der sichere Account kostet, aber da glaube ich die Variabilität für die Menschen dieser Altersgruppe ist sehr adäquat. Da hat Corona der Digitalisierung Schwung gegeben.“

Praxisforschung Familienbildung

Eine Befragte berichtete, dass langjährige Teilnehmende sich sehr gut an die Gegebenheiten angepasst haben, wenn beispielsweise nur Online-Angebote möglich waren:

„das gibt uns ein gutes Gefühl, dass diese Gruppe schon mehr als 10 Jahren da ist, immer wieder, egal wie die Situation ist sich immer wieder anpasst [haben] und vor allem die Teilnehmer wollen da was machen.“

Gleichzeitig zeigte sich zum Zeitpunkt der Befragung in manchen Gesprächen, dass der Wunsch nach Präsenzveranstaltungen wieder stieg und *„die Menschen langsam müde [... waren] über online Veranstaltungen“*. Nichtsdestotrotz wurden Online-Veranstaltungen je nach Themengebiet weiterhin gut angenommen.

Die befragten Einrichtungen und das Jugendamt stimmten darin überein, dass die digitalen Angebote durchaus eine Bereicherung für sie selbst und die Nutzerinnen und Nutzer der Familienbildungsangebote sind.

4. Kooperationsstrukturen der Familienbildung

Die Familienbildung in Nürnberg hat sich umfangreiche Arbeits- und Vernetzungsstrukturen aufgebaut, insbesondere die langjährige Zusammenarbeit in der AG Familienbildung nach §78 SGB VIII führt zu regelmäßigen Kooperationen auf Leitungsebene und durch die gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit zu einem einheitlichen Erscheinungsbild bei den entsprechenden Aktivitäten nach außen (wie z.B. dem Familienbildungstag). Dieser Austausch wird auch von den meisten Befragten gelobt;

„Das ist wirklich ein einziges Miteinander; also ich habe da noch nie erlebt, dass es da Konkurrenzdenken gibt. Auch ein ganz toller Kreis.“

Die vorhandenen Kooperationen funktionieren nach der Einschätzung der Befragten ohne Konkurrenzdenken:

„wenn es z.B. einen Träger gibt, der [in] der Öffentlichkeit wahrgenommen wird als Anlaufstelle für ein bestimmtes Thema und der dann aber auch schnell an den Grenzen der Kapazitäten ist, der dann aber genau weiß, die Kolleg/-innen machen das ja auch und das funktioniert gut, dass das dann auch weitergereicht wird.“

Von Einzelnen werden direkte Verknüpfungen benannt:

„Also wenn wir jetzt sagen, wir haben einen vollen Kurs und wir haben aber noch Teilnehmer auf der Warteliste, rufen wir an ‚Könnt ihr noch brauchen?‘. Und schicken die dann da hin.“

„Wenn in der Familienbildungsstelle Integrationskurse stattfinden oder Mutter-Kind-Gruppen, wo wir sehen, wir haben eine Familie für die könnte das auch gut sein, die wohnt in Gostenhof und wir vermitteln die Familie dort hin oder die Mutter, dann ist das eine wunderbare Sache.“

Gleichzeitig bleibt für einige der Befragten – insbesondere bei den Mitarbeitenden im Workshop – ein Manko auf der operativen Ebene: hier wird öfter die fehlende echte Vernetzung zwischen Angeboten verschiedener Einrichtungen bemängelt. Für potenzielle Klient/-innen könnte diese eine Zugangshürde darstellen, da das Angebotsspektrum auf die jeweilige Einrichtung begrenzt wird:

„Die Kooperation mit den anderen Familienbildungsträgern ist langjährig, aber lose, weil jeder vor sich hin kämpft.“

Die benannten Vernetzungen und Kooperationen finden laut der Interviewten vorzugsweise im direkten lokalen Umfeld der Einrichtungen statt und umfassen meist pädagogische oder vereinzelt medizinische Einrichtungen wie z.B. Kinderarzt-Praxen. Auch einzelne, unterschiedliche Arbeitskreise werden genannt. Kurze Wege, zum Beispiel in einer gemeinsamen Immobilie (Familienzentren), sind für die konkrete Zusammenarbeit ebenso hilfreich wie eine gemeinsame Trägerschaft, was insbesondere für die Zusammenarbeit mit Kindertageseinrichtungen gilt,

- *„aber wir müssen halt immer wieder aufmerksam machen: Hallo es gibt uns und wenn ihr Fragen habt oder auch Beratung braucht, wir sind da“.*
- *„[Die Kindertageseinrichtungen] sehen die Familienbildungsstelle eher als Anbieter [...], das ist mit Schulen genauso.“*
„Die Kitas, weil wir da oft nicht bekannt sind wegen des Personalwechsels, das ist unsere Erfahrung. Und wir da im Moment nicht die Kontakte haben, wie wir sie normalerweise pflegen. Das ist ein wichtiger Kontakt, weil den Familien ist es wichtig, dass wir empfohlen werden. Zur Zeit sind die Themen wegen der Pandemie etwas eingeschlafen.“

Hinsichtlich des Angebots privater Institutionen in der Familienbildung sehen die Befragten kein Problem und diese auch nicht als „Konkurrenz“, weil diese ein anderes Klientel bedienen würden. Benannt wird aber auch eine gewisse Innovationsfunktion der privaten, insbesondere hinsichtlich des medialen Angebots:

- *„Die privaten Anbieter machen oft aktive Angebot wie Sport, da geht es nicht um klassische Gruppenangebote in der Form wir setzen uns mit was auseinander sondern wir machen was miteinander. Da haben die uns was voraus, deswegen gehen da viele hin.“*
„Der Bedarf ist groß und es gibt verschiedene Ausrichtungen. Es braucht

auch junge Leute die mit jungen Müttern Kontakt halten, das ist ein ganz anderer Zugang.“

- *„mediale Angebote, [...] es gibt an Apps und digitalen Kursen und da ist viel in Gang gekommen, was Familien nutzen. Der Trend geht ja zu: ‚ich schaue erst ins Netz‘, das ist auch noch Konkurrenz für die Familienbildungsstellen.“*

Die Stabsstelle Familienbildung des Jugendamts, die hinsichtlich des Gesamtspektrums auch koordinative Tätigkeiten wahrnimmt, kann keine konkrete Angebotskoordination übernehmen. Während in den Interviews mit den Leitungskräften kaum Bedarf nach solch einer Koordination geäußert wurde, wünschten sich die Mitarbeitenden im Workshop dagegen eine zentrale Anlaufstelle bzw. Informationsquelle zu den Angeboten der anderen Einrichtungen, um nicht auf oft zufällige, personengebundene Kontakte angewiesen zu sein.

5. Monitoring / Erfolgsmessung

Die Dokumentation der Angebotsnachfrage ist für die meisten Befragten eine notwendige, aber oft auch lästige zeitintensive Routine. Der Umfang der dokumentierten Kennzahlen unterscheidet sich sehr stark zwischen den Einrichtungen. Standardmäßig werden die Teilnehmendenzahl und die Art des Angebots erhoben, nur sehr selten weitere soziodemografische Daten wie das Alter der Kinder oder die Nationalität der Familie. Hierbei spielen vor allem Vorgaben der verbandlichen Träger sowie der Zuschussgeber eine Rolle, so dass die Dokumentationsaufgaben für die Fachkräfte vorwiegend als fremdbestimmte Notwendigkeit erlebt werden. Insbesondere die sieben Familienbildungsstellen, die als Familienstützpunkte agieren, sind gehalten eine relativ umfangreiche Teilnehmendenstatistik zu führen. Hier werden die Anzahl der Anfragen und Kontakte nach Themen sowie die realen Teilnehmendenzahlen der einzelnen Angebote erhoben. Die Einrichtungen mit Elternbildungsprogrammen werten differenzierte Daten wie Herkunftsländer und -sprachen der Familien, Nürnberg-Pass-Bezug und Zugangswege zum Programm aus.

- *„Wir sind ja über Stadt und Staat finanziert. Dafür müssen wir eine Statistik führen, wie viele Personen, welcher Anlass, Gruppe, Anzahl der Kontakte, wie oft findet der statt. Wir selber führen auch nochmal eigene Statistiken.“*

Praxisforschung Familienbildung

- *„Wir erfassen, wie viele Menschen kommen zu xy, wie viele kommen zu yz-beratung, führen für uns so Unterstatistiken. Wir erfassen statistisch alle Menschen die zu uns kommen. Die Regierung kann sowieso die Statistik anschauen, es gibt auch einen Jahresbericht den wir ans Jugendamt und Gesundheitsamt schicken.“*
- *„Also ich habe verschiedene Statistiken. Ich muss einmal für unseren Verband eine Jahresstatistik führen. Dann für unseren Kreisverband, der will das wieder ein bisschen anders.“*

Vorgaben – hier z.B. durch die Nachverfolgungsnotwendigkeit der Kontakte durch die Pandemie – haben aber auch zu mehr Transparenz geführt, die positiv eingeschätzt wird:

„Dank Corona, muss man schon fast sagen, müssen wir jetzt tatsächlich eine Anwesenheitsliste führen, wer da ist. Eben wegen der Nachverfolgung und daher ist es viel klarer geworden, wer tatsächlich immer da ist.“

Da leider weiterhin kein kommunaler Zugriff auf die Daten des Zentrum Bayern Familie und Soziales (ZBFS) möglich ist, das die Auswertung der Statistik der Familienstützpunkte übernimmt, konnte die Bildungsberichterstattung des aktuellen Bildungsberichts 2022 auch wieder nur auf die entsprechende Zusammenfassung zurückgreifen (vgl. 1.3).

Bereits in der ersten Diskussion zum Thema Bildungsberichterstattung in der AG §78 wurde das Problemfeld deutlich: auf der einen Seite wird von der Mehrheit der Beteiligten ein Sinn in einem festgelegten gemeinsamen Monitoring gesehen und festgestellt, dass die notwendigen Daten für eine vergleichende Gesamtübersicht fehlen. Auf der anderen Seite ist bei den eingeschränkten Ressourcen in der Alltagsarbeit kein Platz für weitere, zusätzliche Dokumentationen.

Die Stabsstelle im Jugendamt sieht einen hohen Nutzen eines intensiveren gemeinsamen Monitorings,

„denn wir haben Einrichtungen und den Blick auf das, was wir vorhalten, und sehen das läuft gut dort, aber was wir nicht im Blick haben und es nicht so wissen sind z.B. die Außenbezirke der Stadt“.

Die Herausforderung besteht also darin, vorhandene Dokumentationen für den Aufbau einer gemeinsamen Statistik zu verwenden und sich auf zentrale gemeinsame Indikatoren zu einigen. Dass dies nicht immer mit besonders hohem Aufwand

Praxisforschung Familienbildung

verbunden sein muss, zeigen kreative Zugänge der Teilnehmenden-Dokumentation, wie sie teilweise schon eingesetzt werden:

„Sonst zähl‘ ich [für die Anzahl der Teilnehmenden] immer die Schuhe die vor dem Gruppenraum stehen.“

Statistiken zu Teilnehmenden spiegeln vor allem die grundsätzliche Nutzung der Angebote wider, geben aber weder über die fachliche noch die subjektiv erlebte Qualität oder den weiteren Bedarf der Familien Auskunft. Hier müssen evaluative Methoden ansetzen. Es gibt hierbei für die Gesamtheit der Familienbildungseinrichtungen – über die Einrichtungs- und Verbandebene hinweg – keine eingeführten **Evaluationen**, die valide Aussagen zum Output und Outcome liefern könnten. Bei Kursangeboten fragen die meisten Einrichtungen ein Feedback der Teilnehmenden am Ende ab: *„Wir haben Evaluationsbögen für alle unserer Angebote. Ist natürlich unterschiedlich, was da kommt“*. Andere haben aufgrund der begrenzten Aussagekraft dieses Instrument auch wieder abgeschafft: *„Da kreuzt ja jeder nur die ‚Tendenz zur Mitte‘ an oder ‚passt schon‘“*.

Gleichzeitig beschreiben die Fachkräfte die Schwierigkeit über die Kurs- bzw. Beratungsangebote hinaus keinen Einblick mehr in den Alltag ihrer Klient/-innen zu haben und somit kaum valide Aussagen über die tatsächliche Wirksamkeit ihrer Angebote machen können.

„Ist immer schwierig den Output zu fassen. ‚Eltern in ihrer Rolle stärken‘, wie will ich das messen. Ist schwierig. Vielleicht wenn sie zufrieden sind.“

„Es ist schwer prüfbar. Wenn Mütter in der Gruppe sagen ‚ich weiß jetzt wie ich mit dem Kind umgehe‘, wenn jemand das versteht und anschaulich begreift, dann ist das eine nachhaltige Info die ich gegeben habe.“

Gelegentlich ließen sich Rückschlüsse ziehen, da vereinzelt Kontakt zu weiterführenden Einrichtungen bestehe oder weil Eltern Folgekurse besuchen. Einfacher ist das Feedback in den Programmen, in denen Multiplikator/-innen tätig sind, die länger andauernden Kontakt zu den Eltern haben. Aber auch diese Rückmeldungen sind informeller Natur und werden nicht systematisch erfasst:

„Wir haben immer Rückmeldungen von den Erzieherinnen, wenn Mütter die bei dem Programm regelmäßig teilgenommen haben, dass sich die Eltern aktiver einbringen und zu Elternabenden kommen. Aber wir fragen das nicht ab, da fehlt uns Zeit.“

Praxisforschung Familienbildung

Eine Befragte stellte den Zusammenhang von Evaluation und strategischem Prozessmanagement in der Einrichtung her:

„Mit dem Qualitätsmanagement versuchen wir eine Maßnahmenliste zu machen um zu verbessern. [..]. Ich finde es sinnvoll [wenn man] nicht nur quantitativ fragt, sondern auch wo waren die interessante Fälle.“

In den Interviews wurde bewusst gleich zu Beginn nach „Erfolgen“ und später nach der „nachhaltigen Wirkung“ der Angebote gefragt. Hier zeigen sich alle Befragten kritisch und eher bescheiden hinsichtlich der Bemessung ihres eigenen Erfolges (vgl. auch 7.). Als Erfolgsfaktoren wurden hier u.a. benannt: die Teilnehmendenzahl in bestimmten Angeboten, die Langlebigkeit von Gruppenangeboten, die persönliche Weiterentwicklung sowohl der Familien wie der Multiplikator/-innen, die bedürfnisorientierte Angebotsgestaltung. Mögliche Indikatoren könnten nach Meinung der Befragten auch aus anderen Bereichen kommen, wie z.B. der Anteil der Mütter, die in Integrations-/Sprachkursen eingemündet sind oder die Anzahl Bibliotheksausweise der Familien.

Auch im Workshop mit den Fachkräften wurde das Thema „Woran wird der Erfolg der Familienbildung sichtbar?“ intensiv diskutiert. Als Prüfkriterien wurden z.B. folgende genannt:

- „Familien sind informiert und vernetzt (Wissen und Zugang zu Unterstützungsmöglichkeiten)“
- „Familien sind stabilisiert (Reaktionen zeigen den Veränderungswillen)“

Erfolgsbeispiele (aus der Gruppendiskussion *):

*„in der jahrelangen
Begleitung von Familien
(Angebotsketten) sehen
wir die Erfolge in der
Biografie“*

*„Corona-Telefon“ als
offener Kontaktpunkt
hat offenes Café
ersetzt*

*Eine Teilnehmerin
lernt jetzt
erfolgreich in
einem Sprachkurs.*

*Eine Mutter hat mit
ihrem Kind lesen
gelernt und macht jetzt
eine Ausbildung.*

Erfolgsfaktoren:

- ⇒ Ansprechpersonen sind bekannt und vertraut
- ⇒ es besteht eine vertrauensvolle Beziehung, die (auch über mehrere Angebote) trägt
- ⇒ es findet eine Begleitung in weiterführende Angebote (vom Sprachkurs bis zum Führerschein) statt
- ⇒ die gestärkte Familie ist die Grundlage für eine persönliche Weiterentwicklung

*Antworten auf die Frage nach „Erfolgsgeschichten“ aus der eigenen Arbeit

6. (Wahrgenommener) Stellenwert der Familienbildung in Nürnberg

Ein einheitliches gemeinsames Auftreten verschiedener Einrichtungen nach außen braucht ein grundlegendes gemeinsames Selbstverständnis der unterschiedlichen Angebote der Familienbildung. Hier schwanken die Befragten zwischen der Überzeugung bereits einiges gemeinsam auf den Weg gebracht zu haben und der Unsicherheit darüber, ob dies ausreichend und zukunftsfähig sei. Die Konkretisierung im Sinne sichtbarer Kriterien für das gemeinsame Verständnis bzw. eines gemeinschaftlich getragenen Konzepts fiel allen schwer:

„Die Familienbildung in Nürnberg hat einen wichtigen und guten Stand. Auch im Hinblick auf die Kostenfreiheit der Angebote.“

„Das Angebot ist schon da. Wer einen Baby-Massagekurs machen will, weiß wo er sich hinwenden muss.“

„Ich glaube, dass die Familienbildung relativ sichtbar ist. Da haben wir viel gemacht im Rahmen der Öffentlichkeitskampagne [...], da wird es mehr sichtbar oder als vor 10, 12 Jahren als die AG gegründet wurde. Und trotzdem könnten wir auch noch mehr tun.“

Als zentral wurde zum Beispiel der gemeinsame Ansatz gesehen, vom gesamten „bunten“ Familienleben auszugehen und im Gegensatz zu stark zielgruppenorientierten Angeboten keine speziellen Lebenslagen bzw. Problemgruppen zu identifizieren:

„[...] während die Familienbildung den Ansatz hat, zu sagen: das Familienleben ist divers und bunt und der familiäre Alltag ist von verschiedenen Facetten und Herausforderungen charakterisiert. Ich stigmatisiere die Familien nicht als ‚Problemfamilie‘, sondern werde dem gerecht, in dem ich das aufnehme als allgemeinen Bildungsauftrag, Unterstützungsauftrag, damit die Ressourcen der Familien so gestärkt werden um selber mit den Problemen umzugehen.“

„Da ist die Trennlinie, allgemeine Unterstützung durch Info und Stärkung, damit die Familie genug Ressourcen hat, damit sie nicht zu einer spezialisierten Einrichtung gehen muss, um dort als Problemfall zu erscheinen.“

„Der grundsätzliche präventive Ansatz, das macht den Erfolg aus, dass wir nicht erst auf den Plan gerufen werden, wenn eigentlich schon die Probleme so riesig sind, sondern schon im Vorfeld in die Familien gehen um ein Wissen rein zu bringen und die Familien so zu unterstützen, so dass die Probleme nicht noch mehr werden. Die Eltern gut unterstützen, dass sie selber auf einen guten Weg kommen“.

Die Tatsache, dass auch die Angebote der Familienbildung „bunt“ und unterschiedlich sind und sich die Institutionen von Größe und Ausrichtung stark voneinander

Praxisforschung Familienbildung

unterscheiden, ist in Bezug auf die einheitliche Wahrnehmung und das gemeinsame Auftreten nach außen allerdings kein Vorteil. Gemeinsame Ziele werden eher unterstellt und vermutet als konkret dargestellt.

„Ich glaube, dass es das gemeinsame Ziel gibt, aber die Ressourcen sind sehr unterschiedlich und vorrangig ist jede Einrichtung damit beschäftigt ihre eigenen Angebote zu offerieren, sie sind ja auch unterschiedlich, die Schnittpunkte sind nicht so groß.“ „ist immer natürlich die Frage inwieweit die einzelnen Träger es schaffen ihr Konzept bis ins letzte Glied transparent zu machen, so dass dann auch den Eltern klar ist. Manches ist nicht so ausgesprochen. Eltern haben aber schon ein Gefühl dafür, wenn sie zum xy gehen oder wenn sie zu yz gehen, was sie da erwartet.“

Aus Sicht der Stabsstelle im Jugendamt gibt es gemeinsame Ziele, die auch entsprechend dokumentiert sind:

„Es ziehen alle an einem Strang und sind bemüht die Familienbildung weiterzutragen. Wir haben ja diese neun Punkte, [..], wir haben drüberstehen Leitziel 1 und 2, Familien haben niedrigschwellig Zugang zu passgenauen Angeboten und die Angebotsstruktur in Nürnberg ist bedarfsgerecht. Ich glaube das ist das, was sie alle eint, ihr Bemühen für Familien, die passenden Angebote anzubieten und die möglichst niedrigschwellig.“

Manche Fachkräfte mahnten dagegen noch mehr Bemühungen um ein gemeinsames und praxisorientierteres konzeptionelles Vorgehen an, zusätzlich zum vorhandenen, ausführlichen Konzept des Jugendamts:

„Das muss ausgebaut und entsprechend definiert werden. Dann würde das Netz besser funktionieren. Jeder versucht in irgendeine Richtung zu gehen, oft scheitert es dann, als Große könnten wir [gemeinsam] mehr machen.“

Ein Faktor, der das Selbstbewusstsein der Mitarbeitenden und damit der Familienbildung insgesamt negativ beeinflusst, ist die dauerhaft unsichere Finanzsituation der Angebote. Alle Befragten berichteten vom stetigen Kampf um Folgefinanzierungen, deren Beantragung oft jährlich erfolgen muss. Es müssen Personalressourcen für die Suche von Projektfinanzierungen aufgewendet werden, die wiederum in der operativen Arbeit fehlen. Für eine nachhaltige Arbeit fehle eine grundständige Regelfinanzierung, die neben Personalkosten z.B. auch Kosten für Miet- oder Sachausgaben abdeckt. Die Einrichtungen sind damit immer auf Eigenfinanzierungen des Trägers angewiesen, was die Rolle und den Selbstwert der Familienbildung innerhalb der Trägerorganisationen wiederum schwächt.

- *„Dadurch, dass die Familienbildung in Nürnberg keinen leichten Stand und Finanzierungskonzept hat und sie im Grunde angelegt auf warme Worte und kirchliche Eigenmittel. [...] Und die anderen dümpeln vor sich hin mit einem Titel ohne Mittel.“*
- *„wir bräuchten mehr Freiflächen. Die Familienbildung ist so schlecht finanziert das nur Personalkosten gedeckt werden und alles andere der Träger finanzieren muss und es uns nicht möglich ist ein Haus mit Garten zu besitzen. Das ist ein großer Nachteil für Familienpräsenzarbeit.“*
- *„Natürlich kann nicht alles in die Regelfinanzierung gehen das ist mir auch klar. Aber ich denke, dass dort vor Ort so viel Basisarbeit geleistet wird, dass es wichtig wäre da eine gewisse Finanzierung zu sichern, das sehe ich sehr wohl.“*

Positiv erwähnten viele der Befragten die gemeinsamen Aktionen, die zu guten Rückmeldungen führten. So spielt der als Gemeinschaftsaktion durchgeführte „Familienbildungstag“ nicht nur nach außen, sondern auch für die Wahrnehmung nach innen eine große Rolle.

- *„Gerade bei diesem Familienbildungstag, den wir einmal im Jahr anbieten, und da auch Leute von auswärts kommen, die immer wieder sagen, es ist toll was Nürnberg für Familien stemmt. Das kriegt man ja so gar nicht mit, wenn man so mittendrin ist.“*
- *„Ich finde es wichtig, dass wir den Familienbildungstag anbieten, das war der Anfang der Familienbildung in Nürnberg oder der Zusammenführung der Angebote, das hat sich etabliert. Das ist immer noch so ein‘ hallo uns gibt’s, nutzt uns bitte“.*
- *„Das was ich so von außen mitkriege, ist: Ihr macht so viel in Nürnberg und das ist so toll und mit dem Bündnis für Familie und auch der Kontakt zum Jugendamt.“*

7. Besondere Stärken der Familienbildung: Flexibilität und Kreativität

Das Interview mit den Leitungs-/Fachkräften der Einrichtungen fokussierte stark auf positiv Erlebtes und Wahrgenommenes. Gleich als Einstieg wurde daher die Frage gestellt, worauf man „stolz“ sei, um die (jeweils subjektiv wahrgenommenen) Stärken der jeweiligen Einrichtungen in den Blick nehmen zu können. Auch wenn die Fachkräfte hier einrichtungsbezogen antworteten, geben die Antworten in ihrer Breite bereits recht gut die grundlegenden Stärken des Angebots der Familienbildung wieder: ein besonders niedrigschwelliger Zugang zur Zielgruppe, die stetige und kreative

Anpassung der Angebote an die jeweiligen Bedarfe und die notwendige Aktivierung der Zielgruppen.

- *„Wo wir stolz sind, dass wir wirklich die Familien erreichen, die von unserem Programm profitieren. Die, die ansonsten wenig Zugang zu diesen Angeboten der Familienbildung haben, sei es sprachlich oder weil sie nicht drum wissen, dass es sowas gibt und dass wir die erreichen.“*
- *„Das hat man auch gesehen. Die Mamas haben alles Mögliche gemacht damit sie dabeibleiben können. Online, Hybrid-Veranstaltungen. Sie haben sich angepasst, das gibt uns ein gutes Gefühl, dass diese Gruppe schon mehr als zehn Jahren da ist, immer wieder, egal wie die Situation ist sich immer wieder anpasst und vor allem die Teilnehmer wollen da was machen.“*
- *„unsere offenen Gruppen, das ist sehr niederschwellig, wo einmal die Woche ein offener Treff stattfindet, wo auch einmal die Woche jemand von uns dabei ist“*
- *„unser Elternkurs den wir im Jahr 2000 in Nürnberg gestartet haben und bis heute regelmäßig Kurse stattfinden. Wir sind stolz darauf, dass wir da bereits verschiedene Zielgruppen erreichen können.“*
- *„die ehrenamtlich organisierten Mutter-Kind-Gruppen. Es müssen sich immer 95 % der Mütter organisieren, die jetzt nicht nur hingehen und es konsumieren. Müssen Verantwortung übernehmen. Das finde ich gut, wenn jemand da noch die Zeit, hat das zu organisieren.“*
- *„dass wir so breit mit den Angeboten aufgestellt sind, hat erlaubt, dass die Familienbildung konkrete Schwerpunkte findet, die nicht alle haben.“*

Auch im Rückblick auf die wahrgenommenen Veränderungen der letzten fünf Jahre wurde oft die Flexibilität und Reaktionsfähigkeit der Familienbildung genannt.

„Das sind so wichtige Sachen. Sie können flexibel reagieren. Es braucht eine Vorlaufzeit, aber sie können flexibel reagieren, im Sinne von: „das ist was, das überall oder an verschiedenen Stellen aufplopt, na dann lasst uns da ein Angebot entwickeln“.

Neben den Herausforderungen durch die Pandemie, war auch das Erreichen von Familien mit Fluchthintergrund eine wichtige Aufgabe, die gemeistert wurde:

„Eine wesentliche waren die Eltern mit Fluchthintergrund, die wir schnell auffangen wollten. Das war eine große Herausforderung. Das war eine der größten Veränderungen.“

In der jüngeren Vergangenheit sind die Veränderungen, die als Reaktion auf die eingeschränkten Handlungsmöglichkeiten durch die Pandemie entstanden sind, für

die Angebotsstruktur prägend gewesen. Alle Anbieter haben sich (notwendigerweise) umfangreich Gedanken gemacht, auf welchen Wegen und mit welchen Formaten sie die Zielgruppen „abholen“ und mit den notwendigen Inhalten „versorgen“ konnten. Schnelles, flexibles und kreatives Handeln ohne lange bürokratische Wege war auch hier der Erfolgsfaktor:

- *„Also Bedarf an Information und Austausch haben wir den Eltern geboten. Einzelne Abende die auf der Homepage veröffentlicht werden zu einem Thema und die Eltern können sich wenn sie Zeit haben ohne Anmeldung rein klicken das wurde gut angenommen.“*
- *„Die erste Firma war xyz und wir sind bis jetzt verbunden. Von denen kam die Frage bitte schnell ein Online Angebot. Dann haben wir gesagt das machen wir für alle.“*
- *„XY hat diese Bastelbögen per Post geschickt, dann kam per WhatsApp Video die Anleitung was man tun soll, haben mit den Familien telefoniert oder draußen auf dem Spielplatz getroffen. Oder der YZ-Treff hatte sofort im ersten Lockdown ein Padlet das fand ich sensationell, die Kollegin hat dann wie eine Pinnwand zig Angebote auch Bastelanleitungen Spiel und sonstige Angebote. Und sie haben datenschutzgeschützte Programme sich angeschaut, die XYZ hat Video-sprechstunden gemacht. [...] Waren da wirklich kreativ und haben je nach Lage der Corona-Situation das flexibel angepasst und waren auch immer da.“*
- *„Ich sehe, dass alle Kolleg/-innen im Rahmen ihrer Möglichkeiten versuchen, das umzusetzen, also, was in Präsenz stattgefunden hat, sei es die Kurse, Elternbildung usw. Was da investiert wurde damit Teilhabe passieren kann, damit das umgesetzt werden kann, wer kann das, wo sind die Möglichkeiten auf der Hand. [...] wie schnell da versucht wurde auf den Bedarf zu reagieren. Da sind die verschiedensten Ideen und Umsetzungsmöglichkeiten, [...] wie kreativ da einige gewesen sind, um da wirklich Kontakt zu halten.“*

Die Veränderung in Angebotsstruktur und -formaten, die die Pandemie erzwungen hat, sind ein gutes Beispiel für die stetig nötigen Anpassungen an die Bedarfe der Zielgruppen. Gleichzeitig sind in dieser Zeit aber auch neue Problem- und Bedarfslagen entstanden, auf die die Familienbildung wiederum reagieren muss. So erfordern digitale Angebote auch eine adäquate technische Ausstattung, Schulungen der Fachkräfte und digitale Grundkompetenzen bei den Familien (siehe 3.2).

Während der Einschränkungen durch die Pandemie und vor allem jetzt danach sehen die Fachkräfte auch die *„langfristige Nebenwirkungen der Pandemie auf der sozialen Ebene“* für die Familien. Sie fragen sich z.B.:

„Was kann man den Familien in ihrem sozialen Nahraum geben damit sie wirklich lernen sich zu bewegen, draußen. Weg von der konsumorientierten Haltung 'Ich buche mir für alles was ich möchte einen Kurs' zu 'was kann ich eigentlich als System Familie gemeinsam tun, was möglich ist und Spaß macht'.

Die Befragten wiesen gleichzeitig auf einen grundlegenden gesellschaftlichen Trend hin, der die Flexibilität der Familienbildung herausfordert: Mütter gehen nach der Babyphase früher in die Berufstätigkeit zurück oder sind in eigenen Bildungsmaßnahmen (Integrations-/ Sprachkurs) aktiv. Anstelle von Vormittagsprogrammen (mit und ohne Kindern) braucht es daher zunehmend andere Zeitstrukturen.

„Die Familienbildung hat lernen müssen, dass Frauen früh wieder in den Arbeitsprozess zurückgehen [...] vor fünf Jahren war die noch stark frequentiert von Migrantinnen und ihren Kindern, auch die gehen schnell wieder in den Arbeitsprozess, das verändert die Konzepte und Zielsetzung weil die Familie weniger Freiräume für Familienzeit hat.“

8. Zukunftswünsche für die Familienbildung

Die Familienbildung in Nürnberg ist – wie ihre Zielgruppen – bunt und divers. Dies kann sowohl als Stärke wie als Einschränkung verstanden werden. In den Interviews wurde immer wieder deutlich, dass die Unterschiedlichkeit bezüglich der Trägerstruktur, Ausstattung und Ausrichtung die Zusammenarbeit begrenzen.

Gleichzeitig eint die Zielsetzung („Familien stärken“) alle Einrichtungen und Angebote, die vor den grundsätzlich gleichen Herausforderungen stehen: mit sehr eingeschränkten Ressourcen zukunftsfähige und nachhaltige Angebote gestalten zu können.

Am Ende der Interviews wurden die Befragten explizit nach ihren „Wünschen“ für die Familienbildung in Nürnberg in einer Fünf-Jahres-Perspektive gefragt – auch unter der Prämisse, dass sie aktuell eher utopisch klingen. Hier zeigten die Fachkräfte wieder ihre hohe Orientierung an den Bedarfen der Familien und benennen darüber hinaus überwiegend Ansatzpunkte zur qualitativen Weiterentwicklung ihrer Arbeit:

- **Zugänge zu den Familien**

Das zentrale Thema, dass die Fach- und Führungskräften der Familienbildung umtreibt, ist der – noch – bessere Zugang zu den Familien. Ihnen ist bewusst, dass

sie manche Zielgruppen und Milieus schwieriger erreichen und sie fragen sich, wie dies in Zukunft gelingen könnte. Die Ideen lauten hier: Geh-Struktur ausbauen, offene Angebote erweitern, mehr informelles Lernen im Vorübergehen statt Kursangebote.

- *„Und ich glaube schon, es erreicht gewisse Gesellschaftsmilieus nicht. Wie können wir Menschen in sozial prekären Verhältnisse erreichen? Da bräuchte es noch neue Wege/ innovativere Angebote um die zu erreichen.“*
- *„Auch wenn unsere Öffentlichkeitarbeit gut ist, frage ich mich schon, wie kommt es noch mehr zu den Eltern. [...] Wie erreichen wir die Menschen die wir erreichen wollen? Die Zielgruppen, die private nicht erreichen wie Geflüchtete, Menschen aus eher unteren sozialen Schichten.“ [...] die Pandemie hat vielleicht gezeigt dass wir Familienbildung nochmal anders denken müssen und das was so viel die Familienbildung ausmacht sind die klassischen Gruppenangebote, die auch nicht mehr so viel nachgefragt werden, ich glaube es ist wichtig zu gucken, wie kann eine innovative Familienbildung in Zukunft praktisch aussehen, dass die Menschen wirklich Lust haben daran teilzunehmen.“*
- *„Wir hatten die Umstellung der Gruppen in den offenen Bereich, [...] ich glaube, das ist eine gute Verknüpfung, das sind Gruppen, das ist niederschwellig, aber trotzdem Beratung.“*
- *„Ich will, dass uns gelingt, die neuen Bedarfe zu erkennen und Angebote zu machen. Zugänge für junge Eltern für uns nutzen können.“*
- *„dass wir das, was die Pandemie uns positives neben all dem negativen gebracht hat, gut weitertransportieren können und darüber auch neue Zielgruppen generieren“*
- *„dass die Chance bestehen sollte, da gute Erfahrungen zu machen und dafür braucht es einen leichten Zugang: wo ich gerne hingeh und wo ich mich gesehen fühle mit meinen Bedürfnissen.“*

Schließlich wird auf die Mobilität von Familien innerhalb der Stadt hingewiesen, die neue Bedarfe nach Orientierung und Kontakt nach sich zieht und durch Angebote der Familienbildung erfüllt werden sollte:

„Haben im Moment eine unglaublich Nachverdichtung in den Stadtteilen, die wachsen schneller als ihre Infrastruktur, viele Zuzüge. Das ist eine Aufgabe, sich im neuen Raum zurecht zu finden. Keine Frage der Migration, sondern wenn man wo neu hinzieht muss man sich orientieren, Menschen kennenlernen.“

• **Öffentliche Anerkennung und politische Wahrnehmung**

Alle Befragten – auch die Teilnehmenden am Workshop - forderten zukünftig eine Stärkung und größere Wertschätzung der Familienbildung ein. Dies richtet sich zum einen an die politisch Verantwortlichen in der Stadt und im Freistaat. Hier könnten

durch strukturelle Entscheidungen insbesondere zur Finanzierung Grundlagen für eine qualitativ gute Familienbildung gelegt werden. Die Fachkräfte sehen aber auch die Familienbildungsstellen selbst in der Pflicht an gemeinsamen Konzepten und Zielen zu arbeiten.

Die Familienbildung nimmt sich – im Vergleich zu anderen Bereichen wie z.B. der Kindertagesbetreuung – als eher am Rande stehend und strukturell benachteiligt wahr. Wichtig ist den Befragten daher durch Stärkung der öffentlichen Wahrnehmung auch mehr Anerkennung von der Politik zu bekommen.

- *„Und auch das politische, mal mehr in den Fokus rücken, dass es uns auch gibt und was wir alles leisten. Das ist nämlich für viele immer so ‚ach naja mit Babys, die machen halt so ein Baby-Kurs‘. Das wird ja auch oft immer bisschen belächelt, aber da steckt so viel Arbeit und auch Engagement dahinter, dass man das oftmals gar nicht so sieht.“*
- *„Wir haben ja zwei Mitglieder aus unserer AG, die hin und wieder beim Jugendhilfeausschuss dabei sind und da vortragen was bei uns läuft und ich glaub das war ein ganz wichtiger Schritt, dass man da mal wirklich auch auf die Politik zu geht und sagt ‚he, hallo, Leute es gibt nicht nur Kitas und Horte, sondern es gibt auch uns“ und das war ein ganz wichtiger Schritt.“*
- *„Vielleicht auch noch Leute mit ins Boot zu holen und aufmerksam zu machen. Es gibt nicht nur Jugendarbeit, sondern eben auch Familienarbeit. Die Präventive.“*

• **Finanzierungsstruktur und -ausstattung**

Die politische Anerkennung darf nach Einschätzung der Befragten nicht nur symbolisch bleiben, sondern sollte auch in der strukturellen Unterstützung deutlich werden, weil die unzureichende finanzielle Grundausstattung und das Angewiesen sein auf zeitlich befristete Projektfinanzierungen die Arbeit der Familienbildung erheblich erschweren.

Auch wenn quantitativ mehr Mittel eingefordert werden, geht es den Fach- und Führungskräften vor allem um die Planbarkeit und Nachhaltigkeit von (erfolgreichen) Angeboten, die gerade in einem Bereich, in dem Vertrauensarbeit die Grundlage bildet, wichtig sei:

- *„Wünschen uns immer wieder einen gesicherten wirtschaftlichen Rahmen, um die Zeit für die Eltern und nicht die Geldbeschaffung zu nutzen. Das wäre eine Erleichterung, um die Elternangebote kostengünstig lassen zu können, soll keine Hürde sein für Eltern.“*

- *„Eine finanzielle Ausstattung ist auch eine Anerkennung, ist klar, dass die Stadt Nürnberg nicht alles finanzieren kann, was gewünscht wird, ich denke jetzt noch mehr mit der Pandemie und trotzdem gibt es eine Wertigkeit. Wenn ich in der Familienbildung gerade mal eine Stelle habe auf zwei Personen aufgeteilt da bleibt nicht viel was ich tun kann.“*
- *„Wenn man in anderen Bereichen eine feste Förderung bekommt, ist das ganz klar, dass trägt sich selber, in der Familienbildung ist das nicht so. Es gibt hier nicht den Topf, den man leer machen kann. Und die arbeiten ja alle präventiv, man sieht ja nicht was eine frühe Beratung verhindert hat an Kosten im Jugendhilfebereich.“*
- *„Es gibt keine Perspektive für Familienbildung mit klarem Konzept,[...]. So lange dieses Fundament nicht stattfindet, wenn ich mal ein einheitliches Konzept habe, dann bedeutet das, dass ich das auch mit einer klaren finanziellen Ausstattung bemessen muss. Das ist für mich in der Familienbildung der heikle Punkt, was im Grunde nur die Politik lösen kann mit der Stadtverwaltung zusammen.“*
- *„Es gibt keine gesicherte Regelfinanzierung. Die machen so einen wichtigen Job vor Ort und müssen jedes Jahr aufs Neue kämpfen. Das find ich fatal an der Ausrichtung, weil ich sage damit kann ich auch demotivieren, klingt hart, ist aber so, wenn ich keine geregelte Finanzierung habe und muss da Anträge stellen [...] Aus meiner Warte sage ich ehrlich finde ich es erforderlicher, wenn wir da mehr Rückhalt hätten, um da ganz anders arbeiten zu können.“*
- *„Dann gibt es das Problem, dass Familien, gerade sehr bedürftige Familien mit wenig Ressourcen bedient worden sind, ein passgenaues Angebot entwickelt worden ist und im nächsten Jahr sagt man es läuft doch, machen wir so weiter und dann ist die Finanzierungslücke da. Das ist ganz schwierig bei Familien mit wenig Ressourcen, wo man auch ganz viel erstmal auf der Vertrauensebene arbeiten muss, dass die sich überhaupt einlassen auf so eine Betreuung. Dann braucht es Zeit, dass die Angebote greifen.“*

Nicht zuletzt würde es in der Praxis auch hilfreich sein, die Rahmenbedingungen der Angebote einfacher finanzieren zu können, da gerade diese als Merkmal der Strukturqualität erheblichen Einfluss auf die Qualität insgesamt hat.

„mehr Spielraum [...] z.B. Kaffee frei für alle und dann machen wir was Schönes. So eine Kombi wie beim Alleinerziehenden-Treff, zuerst ein gutes Frühstück, dann kommt die Referentin und danach Einzelberatung wer noch möchte. [...] wenn für das körperliche Wohl gesorgt ist, kann ich mich mit weiteren Dingen befassen. Für meine Kinder brauche ich wiederum eine Kinderbetreuung damit ich überhaupt den Kopf frei habe zum denken“

- **Gemeinsames Konzept**

Einzelne der befragten Fach- und Führungskräften sehen in einer verstärkten, übergreifenden Konzeptarbeit den Schlüssel zur deutlicheren Profilierung. Auch wenn sich in den Grundzielen alle einig sind, scheint im Alltag oft nicht genug Platz bzw. Ressource für langfristig-strategische Überlegungen im Gesamtkontext aller Anbieter zu sein. Hiervon versprechen sich einige eine klarere Abgrenzung der Familienbildung als präventives und ganzheitliches Angebot von anderen Angeboten für Familien (insbesondere der Kindertageseinrichtungen).

„Hier geht’s auch darum die Familienbildung langfristig zu etablieren. Es ist immer wieder im Gespräch, brauchen wir die Familienbildung in ferner Zukunft oder wird das von Kitas übernommen in einem Haus, inwiefern hat die Familienbildung ihren Platz in zehn Jahren.“

„Wenn wir ein Konzept hätten, könnten wir es messen. Unsere Zahlen sprechen nicht für unsere Arbeit. Wenn wir die Möglichkeit hätten, Erfolge zu messen, dann ist der Kreis geschlossen.“

- **Zentrale Angebotskoordination**

Auf der Grundlage eines klaren gemeinsamen Konzepts könnte nach Meinung mancher Befragten auch die Koordination von Angeboten besser funktionieren. Die „Weiterleitung“ von Kundinnen und Kunden wird zwar bereits geleistet (siehe 4.), darüber hinaus wird aber teilweise Bedarf gesehen, Angebote auch zentraler zu koordinieren. Insbesondere die Fachkräfte im Workshop wünschen sich noch mehr Möglichkeiten im großen, „funktionierenden“ Netzwerk möglichst viele Familien mit ihren jeweiligen Bedarfen „auffangen“ zu können.

„Das ist auch für uns eine wichtige Aufgabe, diese Vernetzungsarbeit, dass noch zentraler... [...] wo gibt es an der Stelle was Neues, gibt es das woanders noch, kann man das verbinden [...]? Vernetzung in die und die Bereiche und das wieder transportiert zu den Familien, sodass diese Info auch bei den Familien ankommt. Das eint die Einrichtungen auch sehr, das Interesse, wie finden Familien zu ihnen, da sind sie sich ganz einig“.

- **Transparenz und Öffentlichkeitsarbeit**

Die Anstrengungen zur gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit werden umfangreich gelobt (vgl. 4.). Trotzdem zielen die Wünsche weiterhin auf eine transparentere Darstellung des in Nürnberg umfangreich vorhandenen Angebots inklusive einer deutlicheren

Lotsenfunktion. Auch im Workshop wurden hier Ideen in Richtung einer gemeinsamen Angebotsdarstellung geäußert, damit Eltern das Angebotsspektrum kennen können.

- *„Transparenz verbessern, Familien den Weg zeigen, wie sie an Angebote kommen und dass es da was gibt. Wir haben ja auch in anderen Projekten mit Nürnberg oft nicht das Problem, dass wir das nicht haben, sondern dass es so viel gibt, dass sich Eltern im Dschungel der vielen Angebote schwer tun das zu finden.“*
- *„Wenn bei mehr Familien Familienbildung im Kopf überhaupt ist, dass sie wissen, dass ich wo hingehen kann, dass es was gibt.“*
- *„Wir als Familienbildung müssen auch digitale Angebote machen oder eine Wegweiser-Funktion übernehmen, gute und schlechte Angebote gibt es ganz viele, aber das voneinander zu trennen ist die Schwierigkeit.“*

9. Handlungsempfehlungen für die Familienbildung

Den beiden Leitzielen für die Nürnberger Familienbildung (vgl. 1.) „Alle Familien haben niederschwellig Zugang zu passgenauen Angeboten“ und „Die Angebotsstruktur in Nürnberg ist bedarfsgerecht“ stimmen die Interviewpartnerinnen vollumfänglich zu. Vor dem Hintergrund der Interviews können auch die dort benannten Handlungsansätze zur Weiterentwicklung⁹ als weiterhin gültig und sinnvoll bezeichnet werden:

- Öffentlichkeitsarbeit und Transparenz verbessern,
- Familienstützpunkte und ihr Angebot bekannter machen,
- Zugangsproblematik offensiv angehen, zielgruppengerechte Zugänge schaffen,
- Erhalt und weiterer Aufbau von Netzwerken und Kooperationsstrukturen,
- Bedarfsgerechtigkeit des Angebots verbessern,
- Einführung einer stärkeren Sozialraumorientierung in der Jugendhilfeplanung prüfen,
- familienbezogene Jugendarbeit unterstützen,
- fachlichen Austausch und fachliche Weiterentwicklung fördern sowie
- Berichtswesen, Dokumentation und Evaluation verbessern.

⁹ Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt, Konzept Familienbildung in Nürnberg (Eltern- und Familienbildungskonzept der Stadt Nürnberg). Fortschreibung 2019, S. 71ff.

Im Folgenden sollen Handlungsansätze aus Sicht der Praxisforschung besonders hervorgehoben und insbesondere beim Thema „Berichtswesen / Monitoring“ weiterführende Vorschläge gemacht werden:

➤ *Öffentlichkeitsarbeit und Transparenz verbessern*

Mehr Wahrnehmung und die erwünschte Wertschätzung kann nur erreicht werden, wenn die Angebote der Familienbildung in ihrer Breite und dem Umfang in der Öffentlichkeit und hier natürlich insbesondere bei der Zielgruppe bekannt sind.

Grundlegend dafür ist die **transparente Darstellung der Angebote**, an der bereits viel gearbeitet wurde, z.B. durch die zielgruppenspezifische Darstellung der Angebote auf der städtischen Internet-Seite „Familienbildung in Nürnberg“¹⁰. Aufbauend darauf sollte über eine zentrale Angebotsübersicht in Form einer digitalen Datenbank nachgedacht werden, die mit weiteren Bereichen (wie z.B. den Frühen Hilfen) verknüpft werden könnte. Zentral ist hierbei die Darstellung der konkreten Angebote, d.h. der sich wiederholenden, aber auch einmaligen Angebote, weniger die Darstellung der Einrichtungen der Familienbildung.¹¹

An dieser Stelle wäre als erster Schritt zu überlegen, ob die Zielgruppe einer solchen Übersicht v.a. die Multiplikator/-innen der Familienbildung oder aber auch die Familien selbst sind. Entsprechend unterschiedlich müssten Darstellung und Aufmachung gestaltet sein.

Eine detailliertere Übersicht (mit „sprechender“ URL der Website), die nach Zielgruppen, Themen oder anderen Kriterien einfach gefiltert werden kann und über eine einfache Schlagwortsuche verfügt, würde dabei neben den Fachkräften aus der Kinder-, Jugend- und Elternarbeit insbesondere den Mitarbeitenden der Familienbildungsanbieter ermöglichen, ein jeweils aktuelles Überblickswissen über das Gesamtangebot in Nürnberg zu besitzen und damit Klienten besser „weiterleiten“ zu können.

Mit einer gemeinsamen Angebotsdarstellung könnte mittelfristig auch die Koordination und Teilnehmendensteuerung einzelner Angebote (im Sinne von „freien Plätzen“) und

¹⁰ www.nuernberg.de/internet/familienbildung/angebote.html

¹¹ Beispiele für Angebotsdatenbanken (der Stadt Nürnberg): www.integrationdurchbildung.nuernberg.de (Bildungsangebote Neuzugewanderte); www.uebergangsmangement.de (Angebote Übergang Schule-Beruf); http://www.nuernberg.de/internet/kuf_kultur/veranstaltungen_kuf.html (Veranstaltungsdatenbank),

Praxisforschung Familienbildung

evtl. langfristig sogar eine arbeitsteilige gemeinsame Kursverwaltung von Angeboten angezielt werden, ohne dass es dazu eine zentrale Stelle geben muss.

Die Nürnberger Familienbildung hat bereits intensiv in eine gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit investiert, was sich in der Wahrnehmung nach innen und außen ausgezahlt hat. Um die in den Interviews deutlich eingeforderte größere Wertschätzung zu erreichen, könnte die Öffentlichkeitsarbeit noch weiter intensiviert werden.

Aufbauend auf dem erreichten Level und den initiierten Kampagnen könnte jetzt weniger die Botschaft „Es gibt uns“ im Mittelpunkt stehen, als vielmehr die Darstellung von konkreten Erfolgen und Ergebnissen für Familien. Den – differenziert anzugehenden – Zielgruppen könnte konkreter vermittelt werden, was sie „davon haben“, ein Angebot der Familienbildung wahrzunehmen. Hier könnten beispielsweise Erfolgsgeschichten von Testimonials (wie sie z.B. im Workshop der Praxisforschung genannt wurden) in digital und print erzählt werden. [Das bestehende informative bff-Elternvideo zeigt wiederum eher die allgemeine Information zu den Stellen der Familienbildung]. Die Botschaft könnte lauten: „So verbessern wir die Lebenssituation von Familien!“

➤ *Erhalt und weiterer Aufbau von Netzwerken und Kooperationsstrukturen*

In den Interviews wurde deutlich, dass die organisierte Zusammenarbeit der Familienbildung sehr geschätzt wird. Die Befragten sind sich bewusst, dass dies nicht selbstverständlich, sondern im interkommunalen Vergleich vorbildlich ist. Die Umsetzung des Ziels „Die Entstehung von Kooperationen zwischen einzelnen Einrichtungen der Familienbildung und Einrichtungen anderer sozialer Arbeitsfelder zu initiieren und zu unterstützen“ könnte hierbei noch in zwei Richtungen verstärkt werden:

a) die **Vernetzung der Familienbildungseinrichtungen** untereinander. Es wurde berichtet, dass während der Pandemie die persönlichen Kontakte der Mitarbeitenden gelitten hatten, da der digitale Austausch nur auf Ebene der Leitungskräfte stattgefunden hat.

Aus dem Workshop kann abgeleitet werden, dass vor allem die Ebene der Fachkräfte, die nicht in Leitungsfunktionen tätig ist, einen großen Bedarf nach Austausch und

Kontakt hat, der über die derzeitige Struktur noch nicht abgebildet wird. Hier könnten thematische Workshops und Fortbildungen ebenso zum gewünschten Austausch führen, wie auch offene Treffen von Mitarbeitenden (ganz nach dem Prinzip des „offenen Cafés“ der Familienbildung).

Bei der weiteren Umsetzung des „Arbeitsschritts“ *Fachlichen Austausch und fachliche Weiterentwicklung fördern*¹² gilt es zusammen mit den Fachkräften Formen und Methoden zu entwickeln, die der sehr unterschiedliche Mitarbeitendenstruktur Rechnung tragen kann. In Verbindung mit strukturierten Angebotsdarstellungen (s.o.), einer Sammlung von „Themen-Expertinnen/Experten“ oder der geplanten zentralen Anlauf-/Kontaktstelle, könnten Fachkräfte evtl. noch besser direkt miteinander in Kontakt treten, um z.B. passgenaue Hilfen für Familien absprechen zu können.

b) die **Vernetzung mit anderen Bildungs- und Beratungsangeboten** für Familien. Die Interviews geben Hinweise darauf, dass insbesondere die Stadtteilkoordination hier eine konstruktive Rolle einnehmen und Austausch sinnvoll organisieren kann.

➤ *fachlichen Austausch und fachliche Weiterentwicklung fördern*

Neben dem im vorherigen Punkt beschriebenen Bedarf an Kontakt und Austausch der Fachkräfte der Familienbildung ist die gemeinsame Arbeit an fachlichen Konzepten Ziel der Zusammenarbeit.

Hier scheint hinsichtlich einer echten gemeinsamen Konzeptarbeit noch „Luft nach oben“ zu sein. Das – durch den Stab Familienbildung – beschriebene Konzept „Familienbildung in Nürnberg“, das neben der Bestandsaufnahme ausführlich auch Bedarfe, Perspektiven und Handlungsempfehlungen beschreibt, spielt offenbar in der konkreten Umsetzung der gemeinsamen Praxis noch keine umfassende Rolle.

Ohne sich in zeitaufwendige „Leitbilddiskussionen“ zu verlieren, könnte eine (evtl. extern begleitete) Diskussion der Ziele und ihre weitere Operationalisierung für die Praxis der Familienbildung zu einem größeren Zusammengehörigkeitsgefühl führen. Anstelle eines „gemeinsam (unter Rahmenbedingungen und geringer Wertschätzung)

¹² ¹² Vgl. Stadt Nürnberg, Amt für Kinder, Jugendliche und Familien – Jugendamt, Konzept Familienbildung in Nürnberg (Eltern- und Familienbildungskonzept der Stadt Nürnberg). Fortschreibung 2019, S. 3f.

leiden“ könnte damit stärker ein „gemeinsam gestalten“ stehen.

➤ *Berichtswesen, Dokumentation und Evaluation verbessern*

Im Bereich der Familienbildung gibt es derzeit keine einheitlichen Daten, die beispielsweise über eine amtliche Statistik (wie beispielsweise die amtliche Kinder- und Jugendhilfestatistik im Bereich der Kindertageseinrichtungen) auf kommunaler Ebene gesammelt und abgerufen werden können.

Auf Landesebene ist für das Jahr 2023 der **Aufbau eines systematischen Monitorings** im Bereich der Familienbildung geplant, in das die kommunalen Daten einfließen sollen. Hierbei wären Auswertungsmöglichkeiten auf regionaler Ebene notwendig, um einen umfassenden Überblick über die Angebots- und Teilnehmendenstruktur zu erhalten und um das Bildungsangebot entsprechend steuern zu können.

In den Interviews wurde deutlich, dass die „nachhaltige Wirkung“ der Angebote in der Familienbildung auf das Verhalten der Teilnehmenden schwer messbar ist. Um dennoch **Aussagen über die Wirkung der familienbildenden Angebote** machen zu können, könnten Feedback-Methoden systematischer eingesetzt werden. Rückmeldungen von Eltern könnten z.B. über einfache, kurze telefonische oder online-Befragungen (zum Zeitpunkt x nach dem Angebot) eingeholt werden. Dabei könnte nicht nur die subjektive Bewertung des Angebots, sondern v.a. auch ein messbarer „outcome“ (z.B. in Form eines veränderten Erziehungsverhaltens) abgefragt werden.

Desweiteren könnten Kundenzugänge und die „Weiterleitung“ der Teilnehmenden zu einer anderen Einrichtung von den Einrichtungen gesammelt und dokumentiert werden, was wiederum die Kooperationsstrukturen transparenter machen und stärken könnte. Die Abfragen könnten z.B. per Flipchart oder per „one-Klick“ erfolgen („Wie haben Sie zu uns gefunden?“) und nachfolgend mit den jeweiligen Kooperationspartnern abgeglichen werden.

Eine weitere, aufwändigere Möglichkeit, steuerungsrelevante Daten zu erhalten, ist eine systematische Elternbefragung, wie sie bereits 2011 durch das Institut für empirische Soziologie an der Universität Erlangen-Nürnberg (ifes) im Auftrag des Stabs Familienbildung 2011 stadtwweit durchgeführt wurde. Elternbefragungen bieten die Möglichkeit, neben Angaben zur Nutzung der Angebote soziodemografische Daten

wie Geschlecht, Alter oder Herkunft der Teilnehmenden zu erfassen. Eine erneute Elternbefragung könnte an quantitative Befragungen im Bereich der Kita-Entwicklung andocken. Ergänzend möglich wären qualitative Fokusgruppen-Interviews.

10. Zusammenfassung

In den durchgeführten Interviews der Praxisforschung wurde deutlich: In Nürnberg gibt es eine vielfältige Trägerlandschaft, deren Einrichtungen der Familienbildung ein großes Angebotsspektrum in vielen Themenbereichen abdecken. Die Zielgruppen unterscheiden sich nach Familienform (z.B. Paare mit Kindern, Alleinerziehende) und Lebenslage (z.B. Familien in finanziellen Notlagen) und dementsprechend vielfältig sind die Angebotsformen und -themen. Als Zugangshürden wurden unter anderem sprachliche Barrieren genannt und als Folge der pandemiebedingten Einschränkungen der (zeitweise) fehlende Kontakt zu den Eltern und Familien, aber auch zu den Multiplikatorinnen und Multiplikatoren in den Einrichtungen.

Flexibilität und Kreativität werden als zentrale Stärken der Familienbildung wahrgenommen. Dadurch konnten auch während der Pandemie der Kontakt zu Familien aufrechterhalten werden und Bildungs- und Beratungsangebote in angepassten Formaten durchgeführt werden.

Kooperation und Vernetzung sowohl untereinander wie mit anderen Bildungs- und Beratungsangeboten ist für die Familienbildung ein wichtiger Erfolgsfaktor, der weiter ausgebaut werden sollte, um „Angebotsketten“ herstellen zu können, die Zielgruppen hinsichtlich der differenzierten Bedarfe und Lebenslagen erreichen und nachhaltig begleiten.

Die interviewten Fachkräfte teilten das Ziel, durch ein umfassendes gemeinsames Monitoring eine bessere Grundlage für die Darstellung des nachhaltigen Erfolgs der Familienbildungsmaßnahmen zu erstellen. Auf diesem Weg braucht es aber konkrete Unterstützung und konzeptionelle Weiterarbeit auch in Bezug auf gemeinsame Leitbilder und Ziele.

Damit die Familienbildung in der Öffentlichkeit mit ihren Stärken, wie der unbedingten Zielgruppenorientierung und großer Flexibilität wahrgenommen werden kann, fordern die Befragten eine verstärkte Wertschätzung der Politik ein und wünschen sich Planbarkeit und ausreichende finanzielle Grundlagen.