

Neue Medien und Präsenzveranstaltungen: Ein didaktisches Modell für die Elternbildung?

Sven Strickroth, Niels Pinkwart, Jörg P. Müller

Institut für Informatik
Technische Universität Clausthal
Julius-Albert-Str. 4
38678 Clausthal-Zellerfeld
{sven.strickroth, niels.pinkwart, joerg.mueller}@tu-clausthal.de

Abstract: In diesem Artikel wird ein neuer didaktischer Ansatz zur Unterstützung von Eltern aus bildungsfernen und sozial schwachen Schichten bei der Bildung und Förderung ihrer Kinder im Alter von 0 bis 6 Jahren vorgestellt. Dabei wird auf eine Kombination von Präsenzveranstaltungen für Eltern mit der Nutzung Neuer Medien (Web 2.0 sowie Mobiltelefone) gesetzt, um mehr Eltern zu erreichen. Dieser Ansatz wird im Mobile2Learn Projekt exemplarisch umgesetzt.

1 Einleitung

Eltern und Familie haben einen entscheidenden Einfluss auf den Verlauf frühkindlicher Bildungsprozesse und die Entwicklungsphasen von Kindern. Die Familie gilt als die erste und wichtigste Erziehungsinstanz [Ru03]. Die frühkindliche Bildung, insbesondere die Bildung und Förderung von Kindern unter drei Jahren, legt den Grundstein für spätere Bildungserfolge, wobei frühkindliche Bildung nicht allein als Vorbereitung auf die Schule verstanden werden darf [BF05]. [Hu07] bestätigt, dass in Deutschland die soziale Herkunft bereits oft über Zukunftsperspektiven bzw. die Art der Bildungsbeteiligung und des Bildungserfolgs entscheidet. Daher finden Eltern-Bildungsangebote zur Stärkung der Erziehungskompetenz zunehmende Verbreitung und Beachtung (vgl. [Ts05]). Es bestehen jedoch oftmals erhebliche Probleme bei der Erreichbarkeit und Motivation von Eltern aus bildungsfernen Schichten und sozial schwachen Familien. [BB05] beschreibt dieses sogenannte "Präventionsdilemma" dadurch, dass unterprivilegierte Elterngruppen häufig mehr Erziehungsprobleme bzw. einen höheren Unterstützungsbedarf haben, gleichzeitig aber auch diejenigen sind, die am wenigsten Gebrauch von Bildungsangeboten machen, obwohl gerade diese Familien am stärksten davon profitieren könnten. Um diese Zielgruppe überhaupt effektiv erreichen zu können, besteht dringender Bedarf nach niederschweligen und kostenneutralen Angeboten (vgl. [SB07]).

In diesem Artikel wird ein neuer Ansatz beschrieben, der sowohl auf den Einsatz von neuen Medien als auch auf Präsenzveranstaltungen in einem regionalen Umfeld setzt. Diese Angebote sollen sich gegenseitig ergänzen und wechselseitig unterstützen, um Eltern von Kindern im Alter bis sechs Jahren nachhaltig und niederschwellig zu erreichen und so dem Präventionsdilemma entgegenzuwirken.

2 Aktuelle Ansätze

Angebote zur Elternbildung können ähnlich wie Groupware-Lösungen des CSCW gut in den Dimensionen entfernt (online) und co-located (offline) sowie synchron und asynchron klassifiziert werden.

Präsenzveranstaltungen (offline und synchron)

Eltern- bzw. Familienkurse, als älteste Form, gehören zur Alltagsarbeit von Erziehern in Kindertagesstätten, Familienbildungsstätten und Volkshochschulen. Diese Orte sind für Elternkurse und Beratung gut geeignet, da sie neutrale Orte sind, wo Eltern sich ohnehin aufhalten; auch fragen Eltern bevorzugt im näheren Umfeld um Rat [Sm06, Ru03]. Eltern können von solchen Veranstaltungen mehr profitieren als von anderen Formen, da persönliche Kontakte bestehen und sich der Kursleiter auf die Eltern einstellen kann. Diese Form ist jedoch nicht niederschwellig und sie skaliert nicht gut: Die Anzahl an Teilnehmern je Veranstaltung ist begrenzt und Teilnehmer sind an die Kurszeiten gebunden (vgl. [Sm02]). Eltern mit wenig Vertrauen in ihre elterlichen Kompetenzen scheuen oftmals, ihre „befürchteten oder faktischen Defizite durch [eine] Teilnahme“ öffentlich zu machen [Ru03, S. 19]. Dies führt dazu, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen aus Angst vor Gesichtsverlust oder sozialer Scham nur schwer Zugang zu solchen Angeboten finden und nicht daran teilnehmen [Sm06, BB05].

Statische Elterninformationen (offline bzw. online und asynchron)

Eine zweite bewährte Form der Elternbildung sind Broschüren und –briefe, in denen Eltern Informationen zu Kursen bzw. Bildungs- oder Erziehungsfragen finden können. Sie können unabhängig von Kurszeiten und Gruppengrößen anonym genutzt werden. In einer Umfrage ermittelte [Sm02], dass Eltern über kurz und prägnant gestaltete Broschüren am besten zu erreichen seien. Statische Webseiten können als „neuere“ Form der Broschüre angesehen werden. Da das Internet von zuhause und anonym genutzt werden kann, wird es oft als (besonders) niederschwellig angesehen [Sm02, Ru03]. Da bei allen Angeboten dieser Kategorie die Eltern rein passive Konsumenten und die Informationen eher textlastig (unabhängig der Gestaltung und Aufbereitung) sind, werden solche Angebote von bildungsfernen Eltern eher selten wahrgenommen (vgl. [Sm02]).

Interaktive Elterninformationen (online und synchron bzw. asynchron)

Neben den allgemeinen Vorteilen im Vergleich mit statischen Webseiten stellt das „Web 2.0“ speziell für die Elternbildung einen Mehrwert dar: Eltern sind keine reinen Konsumenten mehr, sondern können sich untereinander austauschen und selbst ihr Wissen und ihre Erfahrungen weitergeben. Dies kommt der Erkenntnis aus [Ru03] entgegen, dass sich Eltern zunächst bevorzugt mit Menschen austauschen, die sich in einer ähnlichen Situation befinden. Speziell durch dynamische Inhalte können weitere der in [SB07] für gute Elternarbeit geforderten Kriterien, wie die Orientierung an Bedürfnissen der Familien und die Niederschwelligkeit, abgedeckt werden.

Acht Online-Eltern-Communities wurden für diesen Artikel einer vergleichenden Recherche unterzogen wurden (Stand 22. Januar 2011). Die Communities wurden über Suchmaschinen recherchiert, wie es Eltern auch tun würden. Alle Angebote setzen für die aktive Teilnahme eine E-Mail-Adresse bei der Registration voraus. Zur Wahrung der

Privatsphäre wird bei allen Anbietern ein Pseudonym benutzt. Das Lesen aller Inhalte ist in der Regel ohne Registration anonym möglich.

Die kommerziellen Communities (eltern.de, schule-und-familie.de, babyvoten.de und mamacommunity.de) blenden Werbung ein und ein Online-Shop ist direkt angeschlossen. eltern.de und schule-und-familie.de gehören zu den gleichnamigen Eltern-Zeitschriften. eltern.de kombiniert redaktionelle Inhalte mit Foren (Themenforen und auch regionale für jedes Bundesland) und ist eine der größten Online-Eltern-Communities. schule-und-familie.de setzt in ihrem Webportal allein auf Foren (Schwerpunkt ist der Austausch von Spielideen) und nutzergenerierte Inhalte, wovon jedoch nicht viele vorhanden sind. babyvoten.de bietet außer einer Namensdatenbank keine redaktionellen Inhalte. Schwerpunkt ist es, Babyfotos hochzuladen und von anderen Usern bewerten zu lassen. Angeschlossen ist ein relativ gut besuchtes Forum, wobei Foren speziell zu Erziehungsfragen im Vergleich wenige Beiträge enthalten. Bei bambinos.de handelt es sich um ein Forum in dem hauptsächlich Namensdiskussionen geführt werden (in Baby- oder Kinder-Foren, sind die letzten Beiträge älter als fünf Monate). mamacommunity.de scheint neben eltern.de die aktivste Community zu sein. Es gibt Foren für einzelne Städte, die meisten sind jedoch leer bzw. bis auf zwei Großstädte sehr spärlich genutzt. Schwerpunkt in den Foren sind Themen, in denen Eltern ihre Neugeborenen bzw. deren Fortschritte vorstellen. Daneben bietet diese Seite u. a. eine Namensdatenbank, Checklisten für die Schwangerschaft und eine Babysittersuche.

familiennetz-bremen.de ist eine Webseite, die hauptsächlich aus einer Datenbank bzw. Linkliste mit Suchfunktion für Ansprechpartner und einem angeschlossenen kleinen Forum mit wenigen Beiträgen besteht. Das Forum wird hauptsächlich zur Organisation von Kindergruppen und als Tauschbörse genutzt.

Unter den privaten Angeboten gehört baby-time.de zu den größten. Es besteht nur aus einem Forum, das gut frequentiert wird; der Schwerpunkt liegt hier bei Berichten und Fragen zur Schwangerschaft. Die anderen beiden privaten Communities (zweiundmehr.net und hosenscheisser.de) besitzen jeweils ein Forum, diese sind jedoch nicht gut frequentiert. zweiundmehr.net bietet wenige nutzergenerierte Inhalte zu Ausflugszielen, Kinderärzten und Produkten. Das Forum ist nicht sehr ausgeprägt und fast die Hälfte der Anfragen verbleibt unbeantwortet. Hosenscheisser.de bietet redaktionelle Inhalte zu Themen wie Basteln, Familienurteile, Krankheiten und Kochrezepte. Das Forum wird hauptsächlich als Tauschbörse genutzt, andere Anfragen gehen etwas unter. Als besonderes Problem der (privaten) Eltern-Communities kann das Fehlen professioneller (pädagogischer) Betreuung gesehen werden. Antworten von Laien auf spezielle Fragen sind nicht unbedingt qualitativ hochwertig.

Zusammenfassende Bewertung

Präsenzveranstaltungen sind auf Grund der regionalen Bindung für Eltern oft besonders gut geeignet (insbesondere hinsichtlich Bedarfsgerechtigkeit), haben jedoch Schwächen betreffend Niederschwelligkeit und Skalierbarkeit. Interaktive Online-Angebote hingegen skalieren besser, bieten einen niederschweligen Zugang und erlauben Eltern, sich aktiv untereinander auszutauschen. Es existieren einige erfolgreiche Angebote, aber keines (außer dem Familiennetz Bremen) weist eine ausgeprägte regionale Bindung auf. Dies erschwert es den Anbietern, auf regionale Zielgruppen besonders einzugehen.

3 Mobile2Learn: ein integrierter Ansatz mit regionalem Bezug

In diesem Abschnitt wird ein integrierter, regionaler Ansatz vorgestellt, der sowohl auf den Einsatz von neuen Medien und als auch auf Präsenzveranstaltungen setzt. Es wird erstmals versucht, die Vorteile von Präsenzveranstaltungen und interaktiven Medien zu verbinden, die sich gegenseitig ergänzen und wechselseitig unterstützen sollen. Damit soll zum einen die Forderung aus [Sm02] umgesetzt werden, für eine breite Ansprache von Eltern möglichst viele unterschiedliche Kanäle und Zugangswege einzusetzen. Zum anderen soll die Vermittlung von personalisierten Bildungsangeboten und die Schaffung einer Eltern-Community erreicht werden. Dieser neue Ansatz wird im Rahmen des Projektes „Mobile2Learn“ im Landkreis Goslar in einem Pilotversuch angewendet und evaluiert. Initiator des Projektes ist die Volkshochschule Goslar (pädagogische Leitung) zusammen mit der TU Clausthal (technische Umsetzung). Das Projekt hat eine Laufzeit von zwei Jahren und läuft noch bis Anfang 2012. Die im Rahmen des Projekts erstellten Angebote können von allen Eltern kostenlos in Anspruch genommen werden. Im Folgenden wird kurz auf die innovativen Aspekte des Projektes eingegangen.

Im Einzugsgebiet des Projektes werden an zentralen Veranstaltungsorten, die für die Zielgruppe möglichst gut erreichbar sind (i.d.R. Kindertagesstätten und Kinderkrippen), Präsenzveranstaltungen/Elternkurse zu insgesamt sechs Bildungsbereichen durchgeführt; das Curriculum lehnt sich an den Orientierungsplan für Bildung und Erziehung im Elementarbereich niedersächsischer Tageseinrichtungen für Kinder an (Konzept des Niedersächsischen Kultusministeriums, April 2005). Zu jedem Bildungsbereich werden in sechs Kindergärten und –tagesstätten (KiTas) des Landkreises Veranstaltungen durchgeführt. Dabei bleiben zwei KiTas über alle Veranstaltungsreihen fest, die anderen vier Veranstaltungen finden in wechselnden KiTas statt. Diese Präsenzveranstaltungen dienen neben der Informations- und Bildungsvermittlung sowie dem Bindungsaufbau zu Projekt und Zielgruppe auch der Bedarfserhebung und –orientierung im Projekt.

Begleitend zu den Präsenzveranstaltungen wird eine interaktive Online-Bildungsplattform unter Verwendung von Technologien und Methoden des Web 2.0 aufgebaut, um den Eltern ein niederschwelliges Bildungsangebot zu bieten, die Zeit zwischen den einzelnen Präsenzveranstaltungen zu „überbrücken“, die in den Veranstaltungen thematisierten Bildungsinhalte online abrufbar zu machen bzw. weiter zu vertiefen und es den Eltern sowie den Anbietern der Präsenzveranstaltungen zu erleichtern, miteinander in Kontakt zu bleiben. Neben der Web-Präsenz werden auch Mobiltelefone über SMS-Nachrichten in das Konzept eingebunden. Motivation für diesen Ansatz ist die sehr gute Erreichbarkeit der Zielgruppe über diese Medien; es besteht eine geringe Hemmschwelle bei der Nutzung dieser Geräte: laut Statistischem Bundesamt Deutschland¹ erreichten im Mai 2007 Haushalte von Paaren mit Kindern nahezu eine Vollausstattung (97,9%) mit Mobiltelefonen.

Zur Akquise der Zielgruppe wird ein breites regionales Netzwerk mit Institutionen, Einrichtungen und Diensten gebildet, die typischerweise von der Zielgruppe aufgesucht werden, um familiäre und soziale Leistungen/Hilfen in Anspruch nehmen zu können,

¹ www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/zdw/2007/PD07__019__p002

bzw. die im Rahmen ihres Tätigkeitsbereiches Zugang zur Zielgruppe haben. Dazu gehören diverse Fachdienste des Landkreises, Kirchengemeinden, Wohlfahrtsverbände, Familienhebammen, Kinderärzte, Gynäkologen, ein Mütterzentrum, die Gleichstellungsstelle des Landkreises, der Kinderschutzbund, Kreismusikschule, die Agentur für Arbeit, und (in hervorgehobener Rolle) die Kindertagesstätten. Dieses Netzwerk wird dazu genutzt, speziell Eltern der Zielgruppe direkt und persönlich anzusprechen und dazu einzuladen, an den Veranstaltungen teilzunehmen und sich in der Online-Bildungsplattform anzumelden. Darüber hinaus wird angestrebt, die Netzwerkpartner mit in die Community zu integrieren. Sie können ebenso wie die Eltern eine Profilseite anlegen, aber dort zusätzlich für sich werben und ihre Expertise darstellen, so dass professionelle Pädagogen auch bei Antworten in Foren erkannt werden können.

Angestrebt wird eine wechselseitige Unterstützung der beiden Elternbildungs-Formen (online und offline): Zum einen zeigten [HKRS00], dass bei Präsenzveranstaltungen gemachte persönliche Kontakte gut online erhalt- und ausbaubar sind. Geschaffenes Vertrauen kann so online weiter genutzt werden. Zum anderen ist es ein Ziel, Eltern, die bisher an keiner Präsenzveranstaltung teilgenommen haben, über die Online-Bildungsplattform zu motivieren, an neuen Veranstaltungen teilzunehmen.

Bei den Inhalten wird besonderer Wert auf die „Betonung von Erlebnis-, Aktions- und Mitmachelementen gegenüber ‚kopflastigeren‘ theoretischen (...) Bildungselementen“ gelegt, wie in [St07, S. 130] empfohlen. Es wird versucht, die Teilnehmer in ihrer Sprache zu erreichen, abzuholen und zu motivieren (vgl. [SB07]).

Auf der Online-Plattform sind einige Inhalte ohne Registrierung abrufbar. Der Großteil bzw. die Galerie hingegen erfordern eine Anmeldung. Dadurch ist es möglich, das Angebot anonym kennenzulernen; gleichzeitig werden Anreize geschaffen, sich zu registrieren und auch aktiver Teil der Community zu werden. Forschungsergebnisse und reichhaltige Erfahrungen aus dem Electronic Commerce zeigen geeignete Strategien zur Bindung von Nutzern an ein Online-Angebot oder eine Community in unterschiedlichen Phasen des Entwicklungszyklus eines Internet-Nutzers/-Kunden (vom „zufälligen Surfer“ über den passiven Konsumenten bis zum aktiven Nutzer, der selbst bereit ist, sein Wissen an andere weiterzugeben) [Gr99]. Unsere Forschung soll die Vermutung überprüfen, dass sich dieses Modell auch auf Elternbildung übertragen lässt.

Angemeldete Benutzer können im „Web 2.0“-Stil alle Inhalte einsehen, eigene Artikel oder Bilder einreichen, in Foren diskutieren und Artikel kommentieren, bewerten und weiterempfehlen. Es werden so zum einen „Räume und Foren geschaffen, in denen Eltern sich untereinander austauschen können“ (online wie offline, vgl. [Sm02]). Zum anderen können so flexibel Rückmeldungen sowie Anregungen oder Kritiken der Zielgruppe und der Netzwerkpartner aufgegriffen und pädagogisch umgesetzt werden.

Wesentliche Punkte der Online-Bildungsplattform sind eine kontinuierliche pädagogische Betreuung und regelmäßige personalisierte Nachrichten mit Bildungsbezug, die an die Eltern per SMS bzw. E-Mail verschickt werden. Hierbei werden Bildungsinhalte in „SMS-Spots“ verkürzt, mit Humor und Appellcharakter versehen, so dass prägnante Botschaften entstehen und vermittelt werden (z. B. bei Regenwetter: „Hallo XY,

bewegen auch bei Regen! Regenspiele für Kinder auf Mobile2Learn.de“). Zudem soll dieses „auf die Eltern zugehen“ die Bindung zur Community und zum Projekt stärken.

4 Zusammenfassung und Ausblick

In diesem Artikel wurde ein regionaler Ansatz für die Elternbildung vorgestellt, der den Einsatz bewährter Präsenzveranstaltungen und neuer Medien für die Elternbildung kombiniert. Durch Präsenzveranstaltungen besteht Kontakt zu den Eltern und es kann gut auf deren Bedürfnisse eingegangen werden, wobei die Online-Plattform einen sehr einfachen (niederschweligen) Zugang für alle Eltern bietet.

Bisherige Ergebnisse des Pilotversuchs lassen vermuten, dass auf diese Weise mehr Eltern erreicht und motiviert werden können, als mit klassischen Angeboten. Etwa 80% der Registrierungen auf dem Online-Portal stammt von Eltern aus der Region, die keine Präsenzveranstaltung besucht hatten. Zudem hat sich gezeigt, dass die Online-Plattform nicht isoliert betrachtet werden kann: Die Anzahl der Zugriffe hängt eng mit SMS-/E-Mail-Kampagnen und Werbemaßnahmen zusammen. Bisher deckt sich das vorwiegend passive Verhalten der Nutzer mit dem Kundenentwicklungsmodell aus [Gr99]. Im weiteren Verlauf des Projektes soll evaluiert werden, wie sich dieses Verhalten entwickelt und ob reine Online-Teilnehmer später an Präsenzveranstaltungen teilnehmen.

Literaturverzeichnis

- [BB05] Bauer, U.; Bittlingmayer, U. H.: Wer profitiert von Elternbildung? In: ZSE: Zeitschrift für Soziologie der Erziehung und Sozialisation, 2005, 25(3) Elternbildung, S. 263-280
- [BF05] Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ): Zwölfter Kinder und Jugendbericht. Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder und Jugendhilfe in Deutschland, 2005.
- [Gr99] Gräf, H.: Online-Marketing – Endkundenbearbeitung auf elektronischen Märkten. Deutscher Universitäts-Verlag, 1999.
- [HKRS00] Haythornthwaite, C.; Kazmer, M. M.; Robins, J.; Shoemaker, S.: Community Development Among Distance Learners: Temporal and Technological Dimensions. In: Journal of Computer Mediated Communication 6(1), 2000.
- [Hu07] Hurrelmann, K., & World Vision Deutschland e.V.: Kinder in Deutschland 2007: 1. World-Vision-Kinderstudie. Frankfurt am Main: Fischer, 2007.
- [Ru03] Rupp, M.: Niederschwellige Familienbildung. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb), 2003.
- [SB07] Sirringhaus-Bünder, A.; Bünder, P.: Niederschwellige Elternbildung und Erziehungspartnerschaft. In: jugendhilfe, 45. Jahrgang, 2007, Heft 3; S. 139 – 148
- [Sm02] Smolka, A.: Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag. Ergebnisse einer Elternbefragung zum Thema Familienbildung. Bamberg: Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg, 2003.
- [Sm06] Smolka, A.: Welchen Orientierungsbedarf haben Eltern? In: (Wahl, K./Hees, K. Hrsg.): Helfen „Super Nanny“ und Co.? Ratlose Eltern - Herausforderung für die Elternbildung. Weinheim und Basel, 2006; S. 44-58.
- [St07] Stöhr, O.: Elternbildung und Beratung in Kindertagesstätten in Armutswohngebieten. Kritischer Praxisüberblick, Sensibilisierung und Vorschläge zur Veränderung. In: Zeitschrift für die psychosoziale Praxis 3. Jg. 2, 2007; S. 113-134
- [Ts05] Tschöpe-Scheffler, S. (Hrsg.): Konzepte der Elternbildung – eine kritische Übersicht. Opladen: Verlag Barbara Budrich, 2005.