

Workshop-Diskussion „Wie erreichen wir Eltern?“

Beschreibung der Zielgruppe „schwer erreichbare Eltern“

So genannte „schwer erreichbare“ Familien sind oft gekennzeichnet durch eine schlechte oder keine bzw. niedrige schulische oder berufliche Bildung und Ausbildung. Eventuell kommt noch die Abhängigkeit von Sozialhilfe oder von anderen Zusatzleistungen hinzu. Der Familienalltag ist gekennzeichnet von wirtschaftlicher Unsicherheit, oft auch von der Unfähigkeit wirtschaftlich planen zu können. Als Familien sind in diesem Zusammenhang neben der traditionellen Familie auch „Patchwork-Familien“ oder Alleinerziehende mit Kindern zu verstehen. In einigen Familien bestehen Hilfsangebote im Rahmen der Hilfen zur Erziehung (Sozialpädagogische Familienhilfe, Einzelfallhilfe, Tagesgruppe), damit auch Kontakte zum Jugendamt und anderen staatlichen Stellen.

In diesem Milieu bestehen oft Widerstände öffentliche Angebote wahrzunehmen, Weiterbildungsangebote werden überwiegend als zusätzliche Belastung in einer ohnehin schwierigen Lebenssituation wahrgenommen.

Auch diese Eltern wollen i.d.R. „das Beste“ für ihre Kinder, wollen ihren Kindern einen „guten Start ins Leben“ bieten – auch wenn sie oft aufgrund verschiedener psycho-sozialer Konstellationen Schwierigkeiten haben, dieses Ziel umzusetzen. Hinsichtlich der Mediennutzung berichten Helfer/innen auch von unreflektierten Nutzungsweisen der Eltern selbst.

Beratung – aber wie?

Ansatz von der Beratung darf nicht sein den Eltern den Eindruck zu vermitteln, sie machten in der Medienerziehung alles falsch, sondern es geht vielmehr darum ihre Kompetenzen zu stärken. Oft muss man bei den Erwachsenen selbst, d.h. der Mediennutzung der Erwachsenen ansetzen bevor über medienerzieherische Themen gesprochen werden kann.

Unsere Rolle - Auf Augenhöhe begegnen

Aufgabe und Rolle der Eltern-Medien-Beratung besteht eher darin die Familien zu begleiten, weniger darin gute Tipps zu geben. Ein Angebot muss sich daran orientieren in einer einfachen Sprache und mit klaren Aussagen mit möglichst vielen Visualisierungen und Beispielen zu arbeiten, so dass die Inhalte leicht zu verstehen sind. Beispiele gibt es hier zum Beispiel aus dem Projekt Elterntalk (ajs Bayern) und einem Projekt der ajs Baden-Württemberg zur Medienerziehung im Kontext der Sozialpädagogischen Familienhilfe (<http://www.ajs-bw.de/kindermedienland-baden-wuerttemberg.html>)

Angebote - ja, aber kein klassischer Elternabend

Medienerzieherische Angebote können gut in bestehende integriert oder gleichzeitig während bekannter Termine (z.B. Elterncafé) angeboten werden, die Eltern zusätzlich soziale Kontaktmöglichkeiten bieten. Angebote, die Eltern und Kindern die gemeinsame Teilnahme ermöglichen, haben sich bewährt. Auf Einschränkungen in der Mobilität und andere Aspekte der besonderen Lebenssituation der Familien sollte Rücksicht genommen werden, wenn niedrigschwellige Angebote implementiert werden sollen.

Bei problematischer Mediennutzung empfiehlt es sich Beratungsangebote in Kooperation mit Familienberatungsstellen oder anderen Institutionen anzubieten, zu denen die Familien in Kontakt stehen.

Fazit

„Der Weg zu den Eltern führt über die Kinder.“

Wir müssen neue Wege gehen.