

Michaela Gross-Letzelter, Anneliese Mayer

Das Eltern-Kind-Programm EKP®

Ein Angebot der Erwachsenenbildung im Wandel der Zeit – Forschungsergebnisse und Impulse für die Praxis

Angebote der Erwachsenenbildung unterliegen dem Wandel der Zeit. Empirische Sozialforschung kann den Ist-Zustand erfassen und Anregungen für die Zukunft der Praxis geben. Das EKP® ist diesen Weg gegangen, um weiterhin attraktiv für Eltern zu bleiben.

Das Eltern-Kind-Programm – ein Angebot der Erwachsenenbildung für Familien

Das Eltern-Kind-Programm (EKP®) ist zum Markenzeichen der Familienbildung im Erzbistum München und Freising geworden. Vor fast 40 Jahren haben Verantwortliche der Erwachsenenbildung die Bedeutung der Familienbildung erkannt – als zentrales Segment im großen Spektrum der Themenfelder und der Angebote für Erwachsene. Im Erzbistum gibt es 14 Katholische Bildungswerke, die als eingetragene Vereine regional in den Landkreisen tätig sind. Finanziell werden die Vereine durch das Erzbistum unterstützt (Grund- und Leistungsförderung) sowie durch das staatliche Erwachsenenbildungsförderungsgesetz (Eb-FöG). Die Beiträge der Teilnehmenden und die kommunale Förderung machen es möglich, dass die Vereine ein vielfältiges Angebot präsentieren können, direkt vor Ort in den Pfarreien und/oder auf regionaler Ebene. Derzeit werden über 5.000 Eltern durch 400 Gruppenleiterinnen in mehr als 600 Gruppen erreicht.

Bereits im Jahr 1974 begann das erste Pilotprojekt mit dem Namen »Eltern-Kind-Programm« im Landkreis Freising, in



Dr. Michaela Gross-Letzelter (li.) ist Professorin für Soziologie an der Katholischen Stiftungshochschule München. Ordinariatsrätin Dr. Anneliese Mayer leitet die Hauptabteilung Außerschulische Bildung im Erzbischöflichen Ordinariat München und ist Bischöfliche Beauftragte für Erwachsenenbildung im Erzbistum sowie im Vorstand der KEB Deutschland

Kooperation mit dem Bayerischen Staatsinstitut für Frühpädagogik unter Leitung von Prof. Fthenakis. Nach Ablauf des Modellprojekts wurde deutlich, dass dieser Versuch eine zeitgemäße Form der Bildungsarbeit für Erwachsene und Kinder ist. Zeitnah wurde aufgrund der großen Nachfrage das Projekt in andere Bildungswerke übertragen. Die starke Nachfrage bewog die Verantwortlichen, das EKP als »Markenzeichen« eintragen zu lassen, als EKP®, verbunden mit gemeinsamen Richtlinien für die qualitätsvolle Durchführung dieses Angebots. Bald wuchs das EKP® über das Erzbistum hinaus und entwickelte sich bundesweit zu einem der anerkanntesten Programme der Familienbildung im Kontext der Erwachsenenbildung. Nach der Wende (Mauerfall) vor jetzt 25 Jahren bat sogar das Seelsorgeamt Berlin um die Unterstützung des Erzbistums beim Aufbau von Eltern-Kind-Gruppen in der nun vereinten Stadt Berlin. Gerne wurde dieser Auftrag übernommen.

Die Besonderheit des EKP® sind die eltern- und kindbezogenen Ziele. Die Stärkung der Elternkompetenzen durch Information und Reflexion sowie die Stärkung der Mutter-Kind-Bindung und die Förderung des Kindes in allen Entwicklungsbereichen – vom sprachlichen bis zum religiösen Bereich – machen das Programm unverwechselbar. Die wöchentlichen Gruppentreffen (zweistündig am Vormittag) mit ausgebildeten EKP®-Leiterinnen werden ergänzt durch Elterntreffen (abends), Vater-Kind-Aktionen und Veranstaltungen für die ganze Familie. Mittlerweile gibt es sowohl »Baby-Gruppen« (Kinder ab 6 Monaten) und Gruppen mit Kindern bis zu drei Jahren. Im Laufe der Jahrzehnte haben die Verantwortlichen und die Fachreferent/-innen innerhalb der Katholischen Erwachsenenbildung (KEB) immer wieder nach zeitgemäßen Modifikationen dieses bewährten Programms gesucht. Denn angesichts der veränderten gesellschaftlichen Entwicklungen, die auch vor jungen Familien nicht haltmachen, war klar: Der »Markenkern« des EKP® hat sich über Jahrzehnte hin bewährt.

Ausgangspunkt der Forschungsprojekte

Doch durch den Wandel der Gesellschaft und der Familie haben sich auch für das EKP® die Rahmenbedingungen geändert. Insbesondere der im August 2013 eingeführte Rechtsanspruch auf einen Krippenplatz lässt Einflüsse auf die Zukunft von EKP® erwarten. Hier setzten die For-

schungsprojekte der Katholischen Stiftungshochschule an.

Die Forschung der Studierenden hatte das Ziel, EKP® heute unter den veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen anzusehen. Welche Teilnehmerinnen hat EKP®, wie ist die Sicht der Gruppenleiterinnen, was sagen die Expertinnen der KEB e.V. zur veränderten Situation? Ebenso wurde der Blick in die Zukunft gerichtet und neue potenzielle Zielgruppen für EKP® erforscht. Die Forschungsprojekte der Katholischen Stiftungshochschule fanden in Kooperation mit der Hauptabteilung »Außerschulische Bildung« des Erzbischöflichen Ordinariats München und dem Eltern-Kind-Programm (EKP®) der Katholischen Erwachsenenbildung (KEB e.V.) im Erzbistum München und Freising statt.

Informationen zu den aktuellen Teilnehmerinnen¹

Die Zielgruppe des Eltern-Kind-Programms besteht zumeist aus Müttern im Alter ab 25 Jahren, die meisten aber eher über 30 Jahre, die derzeit fast alle nicht erwerbstätig sind. Die Befragten sind alle verheiratet oder leben in einer Partnerschaft. Sie leben eher das klassische Rollenmodell, bei dem der Vater Vollzeit erwerbstätig ist und die Mutter nach der Geburt in Elternzeit zu Hause ist. Die meisten Befragten haben bürgerlich traditionsverwurzelte Wertvorstellungen. Die Mehrheit verfügt über einen mittleren oder höheren Bildungsabschluss, zumindest ein Elternteil ist oft AkademikerIn. Zudem sind fast alle Teilnehmerinnen deutsche Staatsangehörige.

Ein Großteil der Familien hat zwei Kinder oder mehr. Viele Mütter nahmen das Angebot des EKP® bereits im ersten Lebensjahr ihres Kindes wahr.

Die Mütter gehören überwiegend dem christlichen Glauben an. Die Gruppe der Teilnehmerinnen war in mehrere Befragungen mit eingebunden: Einige wurden per Fragebogen befragt, andere in der Gruppe interviewt. Es ist interessant zu sehen, dass die Befragungen bei verschiedenen EKP®-Teilnehmerinnen zu unterschiedlichen Ergebnissen kommen. So hat bei der einen Befragung für über die Hälfte der Mütter der religiöse Ansatz nicht erste Priorität, wird jedoch als angenehm empfunden. Die Mehrheit der Eltern der anderen Befragung dagegen bewertete die Vermittlung von christlichen Werten innerhalb des EKP® als positiv. Den meisten dieser Eltern war der christliche Bezug im EKP® sehr wichtig, allerdings spielte es ebenso für die meisten keine Rolle, ob der religiöse Ansatz katholisch oder evangelisch orientiert ist. Ein Großteil der Eltern betonte speziell auf das Konzept des EKP® bezogen, dass für sie die Regelmäßigkeit der Gruppentreffen sowie die Orientierung am jahreszeitlichen Ablauf von hoher Bedeutung seien.

Die forschenden Studierenden gehen somit von gut situierten, deutschen, christlichen Familien mit mehr als einem Kind aus, die das Angebot des EKP® nutzen.

Gesellschaftliche Veränderungen

Durch den Rechtsanspruch auf einen Krippenplatz haben sich die Bedingungen für Eltern geändert. Es wird ein Druck auf die Mütter wahrgenommen, dass sie ihr Kind in eine Krippe geben können und möglichst schon nach einem Jahr wieder in den Beruf einsteigen sollen. Durch den früheren Einstieg der Kinder in Betreuungsinstitutionen wird die Zielgruppe für EKP® (ursprünglich Eltern mit Kindern bis zu drei Jahren, also vor dem Kindergarten) kleiner. Zumeist wird aber die Krippe nicht als inhaltliche Konkurrenz für die EKP®-Gruppe gesehen, da beide unterschiedliche Aufgaben wahrnehmen: Die Krippe erfüllt den Bedarf nach Betreuung in Abwesenheit der Eltern, EKP® dagegen gibt einen festen Rahmen für eine gemeinsame Zeit mit dem Kind in Anwesenheit eines Elternteiles vor. Aber: Es gibt eine strukturelle Konkurrenz. Die Kinder kommen schon ab ca. sechs Monaten zu EKP® und bleiben aufgrund des früheren beruflichen Wiedereinstiegs der Mütter weniger lang in der Gruppe. Zudem hat die Verbindlichkeit der Teilnahme nachgelassen, da z.B. die Zeit der Mütter knapper geworden ist, aber auch weil sie aus verschiedenen Optionen wählen können. Dies hat Konsequenzen für die Gruppe. So müssen Inhalte dem jüngeren Alter der Kinder angepasst werden. Es gibt mehr Fluktuation und es besteht der Wunsch nach mehr Wissen über das Gestalten von Übergängen (Abschied/Neubeginn). Die Eltern wünschen sich auch mehr Flexibilität bei der Alterszusammensetzung und der Verweildauer.

Frauen haben heute hohe Ansprüche an ihre Mutterrolle, sind verunsichert und verlassen sich weniger auf ihr »Bauchgefühl« als auf Fachwissen. So steigen auch die Ansprüche an die EKP®-Gruppenleitung, die dieses Wissen vermitteln soll. Eine gute Förderung für das Kind ist somit bei vielen Müttern sehr zentral. Es wird gewünscht, dass EKP®-Gruppenleiterinnen das Fachwissen über geeignete Förderung weitergeben.

Impulse für die Praxis

Um die ursprüngliche Zielgruppe zu erhalten, könnten folgende Veränderungen sinnvoll sein: Die Zufriedenheit mit EKP® hängt mit der Persönlichkeit, der hergestellten Atmosphäre und Methodenvielfalt der Gruppenleitung zusammen. Somit scheint die Auswahl der Gruppenleitungen entscheidend für die Gruppendynamik und Zufriedenheit der Zielgruppe zu sein. EKP® hatte deshalb schon immer ein besonderes Augenmerk darauf. Die Gruppenleitung sollte über vielfältige Kompetenzen verfügen, die sie selbst bereits mitbringt aufgrund beruflicher Vorerfahrungen (z.B. als Erzieherin oder Lehrerin) oder sich durch Weiterqualifizierungen aneignet, die von den EKP®-Trägern angeboten werden.

Falls ein Kind einer EKP®-Gruppe in die Krippe kommt, sollte man versuchen, die Teilnehmerinnen zu halten – so könnte man diese Familien mit einem Nachmittagsangebot weiterhin an EKP® binden. Inhaltlich-strukturell sollte man auf Wünsche der Teilnehmerinnen eingehen. Beispielsweise

sollte man überdenken, ob der feste Rahmen des Ablaufs wirklich gewünscht ist und nicht eventuell gelockert werden sollte. Mund-zu-Mund-Propaganda ist für EKP® eine wirksame Werbung. Somit sind die Eindrücke und Erfahrungswerte von Teilnehmerinnen und die Zufriedenheit mit EKP®, die im persönlichen Umfeld authentisch kommuniziert wird, von Bedeutung für die erfolgreiche Gewinnung von Teilnehmerinnen.

Um neue Zielgruppen (wie Krippe-Eltern) für EKP® zu gewinnen, sollten folgende Veränderungen angedacht werden: Die Öffentlichkeitsarbeit der Träger (Kath. Bildungswerke) müsste sich zielgerichtet an Menschen wenden, die potenzielle Teilnehmerinnen sind. Durch Internet, Flyer, Aushänge in Krippen und Kitas, Werbung über die Pfarreien u.Ä.m. – die Angebote müssten sich an die zeitlichen Rahmenbedingungen der neuen Zielgruppe anpassen (am Nachmittag, am Wochenende usw.). Für Väter sind auch die Ferien attraktiv. Die Gruppenleitungen müssten dafür qualifiziert werden, inhomogene Gruppen zu leiten: Die Mischung könnte sich aus Menschen mit unterschiedlichem sozialen Status, Migrationshintergrund, unterschiedlichem Bildungsniveau oder Kindern mit besonderem Förderbedarf zusammensetzen. Insbesondere Konfliktmanagement wäre ein zentraler Punkt in Weiterqualifizierungen: Wie könnten unterschiedliche Meinungen und Ansichten in der Gruppe so behandelt werden, dass alle Teilnehmerinnen in der Gruppe bleiben und Nutzen aus der gemeinsam verbrachten Zeit ziehen können?

Fazit – Zukunft

Die Antwort auf die Frage nach der Zukunft von Angeboten der Erwachsenenbildung im Wandel der Zeit liegt somit innerhalb von zwei Polen: Bewahren und Verändern. Man muss sich entscheiden, ob das Angebot nur für die bestehenden Zielgruppen präzisiert und angepasst werden soll (Bewahren) oder ob parallel dazu neue Zielgruppen hinzugewonnen werden (Verändern).

Für EKP® stehen die Folgerungen aus den Forschungsergebnissen unter dem Leitmotiv »Verändern, um zu bewahren«. Die KEB e.V. und EKP®-Verantwortlichen haben bereits durch interne Projekte (wie »EKP® im Wandel«) einige Konsequenzen aus den Veränderungen gezogen. So werden Elemente, die charakteristisch für EKP®² sind und den Markenkern ausmachen, beibehalten und das inhaltliche Profil in der Öffentlichkeit geschärft, aber ebenso ist man offen für Neuerungen, die sich den verändernden Familienstrukturen und Zeitressourcen anpassen. Um den Markenkern künftig visuell zu verdeutlichen, wurde ein Kinderfoto als Bildmarke und Eyecatcher ausgewählt, das auf allen Printprodukten sichtbar ist. So erhöht sich der Wiedererkennungswert des EKP® über alle Landkreise hinweg. Damit wird der Anbieter der oft geforderten Mobilität von Familien gerecht, die Wohnorte je nach beruflichem Einsatz wechseln müssen. Angesichts einer veränderten Mediennutzung wurde ein Zwei-Minuten-Trailer zum EKP® erstellt, der intern und über

Youtube abrufbar ist.³ Denn junge Familien wollen schnell über ein Angebot informiert werden, wofür sich ein Werbefilm sehr gut eignet. Weil im generationenübergreifenden Miteinander die Großeltern eine wichtige Rolle spielen, wird an die Konzeption eines »Großeltern-EKP®« gedacht, ebenso an ein EKP® für Eltern mit Migrationshintergrund. Denn gerade junge Migrantinnen sind auf Vernetzung im sozialen Umfeld angewiesen. Alle diese Perspektiven und Aktivitäten stehen unter dem Vorzeichen, dass Veränderungen notwendig sind, um den Markenkern zu bewahren.

Angebote der Erwachsenenbildung können auf Dauer nur bestehen, wenn sie sich diesem Wandlungsprozess öffnen und Konsequenzen für ihre jeweils spezifische Situation ziehen. Dabei ist es sinnvoll, mithilfe der empirischen Sozialforschung den Ist-Zustand analysieren zu lassen, um aufbauend auf den Forschungsergebnissen die Zukunft zu planen. Die Kooperation zwischen (Fach-)Hochschule und Praxisprojekten ist eine »Win-win-Situation« für alle Beteiligten: Studierende wurden mit realen Situationen in Verbindung gebracht. Theoriewissen musste sich im Praxisfeld beweisen – die Praxis wurde durch die Theorie angefragt (siehe Kommentar in Heft 1/2014, S. 24). Die Zukunft von Angeboten der Erwachsenenbildung konnte durch diese Zusammenarbeit zielgerichtet gestaltet werden.

Anmerkungen

- 1 Es wurde ein Mehr-Methoden-Ansatz verwendet, mit qualitativen wie quantitativen Methoden. Somit sind nicht alle Forschungsergebnisse repräsentativ für EKP®. Es kann z.B. Regionen geben, in denen die EKP®-Gruppen mit anderen Teilnehmer/-innen besetzt sind. Trotzdem haben die Forschungsergebnisse eine Aussagekraft, und es lassen sich aus den Ergebnissen Forderungen für die Praxis ableiten.
- 2 Unter www.eltern-kind-programm.info sind weitere Angaben zum EKP® zu finden, u.a. die Bildmarke und aktuelle Angebote vor Ort und Fachliteratur.
- 3 Der EKP®-Werbefilm für interessierte Eltern (2 Minuten) und die »Langfassung« dazu (9 Minuten) können abgerufen werden unter www.keb-muenchen.de (Button Aktuelles), mit Statements von EKP®-Leiterinnen und Trägervertretern.