

# Fortschreibung Konzept Familienbildung im Landkreis Forchheim 2021

Amt für Jugend, Familie und Senioren Forchheim



Bayerisches Staatsministerium für  
Familie, Arbeit und Soziales



**FamilienLeben**  
FORCHHEIM

 **LANDKREIS  
FORCHHEIM**



# Fortschreibung Konzept Familienbildung im Landkreis Forchheim 2021

## Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangslage .....	4
1.1	Definition von Familienbildung .....	4
	<b>§ 16 Allgemeine Förderung der Erziehung in der Familie</b> .....	5
1.1.1	Familienbildung vor Ort .....	5
1.2	Familienbildung im Jugendamt und vorhandene Arbeits- und Organisationsstrukturen 6	
1.2.1	Koordinierungsstelle .....	6
1.2.2	Weitere Kooperationen im Jugendamt/ Landratsamt: .....	6
1.2.3	Netzwerktreffen Familienbildung .....	6
1.2.4	Familienstützpunkte .....	7
1.2.5	Finanzielle Ressourcen .....	7
1.3	Kommunale Merkmale und Rahmenbedingungen .....	7
1.4	Ergebnisse der Bestandserhebung .....	10
1.4.1	Familienbildungsanbieter im Landkreis Forchheim .....	10
1.4.2	Trägerbefragung .....	12
1.4.3	Auswertung der Angebote auf der Internetplattform FamilienLeben- Forchheim.de (Stand September 2021) .....	17
1.4.4	Zusammenfassung .....	18
1.5	Bedarfserhebung: was wollen die Eltern .....	19
1.5.1	Methoden der Befragung .....	19
1.5.2	Zielgruppe .....	19
1.5.3	Ergebnisse .....	20
1.5.4	Bekanntheit und Inanspruchnahme .....	21
1.5.5	Öffentlichkeitsarbeit .....	23
1.5.6	Unterstützung bei Erziehungsfragen .....	25
1.5.7	Zusammenfassung .....	26
2	Zielsetzung und Perspektiven in der Familienbildung .....	26
2.1	Ziele von 2016 .....	26
2.1.1	Familienbildung ist für knapp ein Drittel der Familien nicht bekannt .....	26
2.1.2	Angebote und Einrichtungen sind wenig vernetzt .....	26
2.1.3	Eltern wünschen sich schriftliche Informationen über Erziehung und Familienangebote .....	27
2.1.4	Es gibt ein breites Angebot für Familien allgemein, das gut angenommen wird. Für den Bereich Schwangerschaft und Geburt ist ein zusätzlicher Bedarf zu erwarten. .	27

2.1.5	Für folgende Angebote besteht ein regionaler Ausbaubedarf: Eltern-Kind Gruppen, Gesundheitsangebote, Erziehungsthemen.....	27
2.1.6	Zu den Themen Pubertät und Schule gibt es einen hohen Bedarf und zu wenig Angebote.....	28
2.1.7	Bisherige Formen der Familienbildung erreichen eher mittelschichtorientierte Eltern.	28
2.1.8	Ausländische Familien als besondere Zielgruppe.....	28
2.2	Maßnahmen des Konzepts 2016.....	29
2.2.1	Verbesserung der Zugänge zu Familien – Internetplattform.....	29
2.2.2	Einrichtung von drei Familienstützpunkten –FSP.....	29
2.2.3	Etablierung eines Netzwerkes Familienbildung.....	30
2.2.4	Familienbildung in Kitas.....	30
2.3	Neue Ziele 2021.....	31
2.3.1	Verbesserung der Zugänge zu Familien.....	31
2.3.2	Plattform FamilienLeben-Forchheim.de bekannter machen.....	31
2.3.3	Neue Angebote und Formate entwickeln.....	31
2.3.4	Angebote für Familien ausbauen, die von sich aus keinen Zugang zu Familienbildung suchen.....	32
2.3.5	Kitas als alltagsnahe Orte der Familienbildung nutzen und stärken.....	33
2.3.6	Angebote für Eltern mit Kindern mit einer Behinderung.....	33
2.3.7	Weiterführung Netzwerk Familienbildung.....	33
3	Familienstützpunkte.....	34
3.1	Inhaltliche Merkmale.....	34
3.2	Verortung der Familienstützpunkte.....	34
3.3	Familienstützpunkt Forchheim.....	35
3.4	Familienstützpunkt Ebermannstadt.....	36
3.5	Familienstützpunkt Neunkirchen.....	37
3.6	Umstellung auf Online Angebote - Erfahrungen der FSP in der Pandemie.....	38
4	Konkretisierung und Umsetzung.....	38
4.1	Maßnahmenplan - Planungsschritte.....	38
4.1.1	Öffentlichkeitsarbeit.....	38
4.1.2	Neue Angebote und Formate entwickeln.....	38
4.1.3	Familienstützpunkte.....	41
4.1.4	Umsetzungsstufen – was sind die nächsten konkreten Schritte.....	41
4.2	Weitere Handlungsansätze.....	42
4.2.1	Familienbildung im Jugendamt.....	42
4.2.2	Maßnahmen zur Qualitätssicherung.....	42
4.2.3	Planungen für die Fortschreibung des Familienbildungskonzept.....	42

## 1 Ausgangslage

Der Landkreis Forchheim beteiligt sich seit 01.06.2015 am Förderprogramm „Familienbildung“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales. Im Jahr 2017 hatte die Koordinierungsstelle Familienbildung im Landratsamt Forchheim das erste Familienbildungskonzept erarbeitet. Es war seitdem Grundlage für eine systematische und bedarfsorientierte Weiterentwicklung der Familienbildung. Nach vier Jahren erfolgt nun die erste Fortschreibung des Bedarfsplans und Konzepts Familienbildung des Landkreis Forchheim.

Im Bedarfsplan und Konzept von 2017 ging es um folgende Aspekte:

- In einer schriftlichen Elternbefragung wurden die Bedürfnisse der Eltern im Landkreis in Bezug auf Familienbildung erhoben und im Bedarfsplan vorgestellt. Zusätzlich wurden mit schwer erreichbaren Gruppen Interviews geführt.
- In einer schriftlichen Bestandsabfrage wurden alle Akteure der Familienbildung zu ihren Angeboten und Einschätzungen befragt. In einer Bestandaufnahme wurde beschrieben, was es im Landkreis Forchheim an Familienbildung gibt.
- In vier Netzwerktreffen wurden Einschätzungen und Perspektiven der Experten diskutiert.
- Aus dem Abgleich dieser drei Aspekte Bestand – Bedürfnisse – Expertenmeinungen rund um Familienbildung wurden Bedarfe formuliert, was der Landkreis braucht und vier Handlungsempfehlungen ausgesprochen.
- Das Familienbildungskonzept von 2017 legte fest, wo im Landkreis Forchheim die staatlich geförderten Familienstützpunkte angesiedelt werden sollen.

Die hier vorliegende Fortschreibung des damaligen Bedarfsplans legt dar, was nach nun vier Jahren in der Familienbildung im Landkreis Forchheim weiterhin als notwendig angesehen wird. Die bisherigen Ziele und Entwicklungen werden überprüft und angepasst. Wo nötig werden neue Empfehlungen ausgesprochen.

Diese Fortschreibung folgt einer vom Bayerischen Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales vorgegebenen Gliederung.

Diese Fortschreibung dient der Koordinierungsstelle Familienbildung als Arbeitsgrundlage und Handlungsrichtlinie für die nächsten vier Jahre. Sie ist somit ein Handlungsplan für die Weiterentwicklung der Familienbildung in der nahen Zukunft.

Die Corona-Pandemie hat große Auswirkungen auf die Familienbildung. Fehlende Netzwerktreffen, fehlender direkter Elternkontakt und neue Arbeitsschwerpunkte verzögerten die Erstellung des Konzepts. Die vielfältigen Herausforderungen und Veränderungen durch Corona an die Familienbildung wurden in den Befragungen aufgenommen und die Ergebnisse werden in dem neuen Konzept thematisiert.

### 1.1 Definition von Familienbildung

Familienbildung unterstützt und fördert Erziehung in der Familie durch Informationen, Tipps und Hinweise zu allen Lebensphasen – von der Geburtsvorbereitung bis hin zum Auszug des Kindes. Meist werden diese Angebote in Form von Informationsabenden, Kursen, offenen

Beratungsstunden oder Eltern-Cafes durchgeführt. Die Angebote sollten allen Eltern offen stehen, präventiv und positiv wirken und verschiedene Kompetenzen von Familien ausbilden und stärken (BMFSFJ, 2020).

Die rechtlichen Rahmenbedingungen der Familienbildung werden im **§ 16 SGB VIII** beschreiben, der sich mit der Reform des KJHG verändert hat. Neu hinzugekommen ist die Bildung zu Medienkompetenz.

#### **§ 16 Allgemeine Förderung der Erziehung in der Familie**

(1) 1 Müttern, Vätern, anderen Erziehungsberechtigten und jungen Menschen sollen Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie angeboten werden. 2 Diese Leistungen sollen Erziehungsberechtigte bei der Wahrnehmung ihrer Erziehungsverantwortung unterstützen und dazu beitragen, dass Familien sich die für ihre jeweilige Erziehungs- und Familiensituation erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten insbesondere in Fragen von Erziehung, Beziehung und Konfliktbewältigung, von Gesundheit, Bildung, Medienkompetenz, Hauswirtschaft sowie der Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit aneignen können und in ihren Fähigkeiten zur aktiven Teilhabe und Partizipation gestärkt werden. 3 Sie sollen auch Wege aufzeigen, wie Konfliktsituationen in der Familie gewaltfrei gelöst werden können.

(2) 1 Leistungen zur Förderung der Erziehung in der Familie sind insbesondere

1. Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen, die Familien in ihrer Gesundheitskompetenz stärken, die Familie zur Mitarbeit in Erziehungseinrichtungen und in Formen der Selbst- und Nachbarschaftshilfe besser befähigen, zu ihrer Teilhabe beitragen sowie junge Menschen auf Ehe, Partnerschaft und das Zusammenleben mit Kindern vorbereiten,

2. Angebote der Beratung in allgemeinen Fragen der Erziehung und Entwicklung junger Menschen,

3. Angebote der Familienfreizeit und der Familienerholung, insbesondere in belastenden Familiensituationen, die bei Bedarf die erzieherische Betreuung der Kinder einschließen.

2 Dabei soll die Entwicklung vernetzter, kooperativer, niedrigschwelliger, partizipativer und sozialraumorientierter Angebotsstrukturen unterstützt werden.

(3) Müttern und Vätern sowie schwangeren Frauen und werdenden Vätern sollen Beratung und Hilfe in Fragen der Partnerschaft und des Aufbaus elterlicher Erziehungs- und Beziehungskompetenzen angeboten werden.

(4) Das Nähere über Inhalt und Umfang der Aufgaben regelt das Landesrecht.

#### **1.1.1 Familienbildung vor Ort**

Mit den Netzwerkpartnern wurde 2016 eine Kurz-Definition erarbeitet, die noch immer gültig ist. Unter familienbildenden Angeboten sind Angebote zu verstehen, die

- der allgemeinen Förderung der Erziehung und des Zusammenlebens der Familie dienen
- eher präventiv ausgerichtet sind
- Bildungscharakter haben und
- meist im Gruppensetting stattfinden
- oder der Familienberatung entsprechen (d.h. allgemeine Informationen in einem Kreis von Eltern oder punktuelle Gespräche mit Erziehenden).

Folgende Ergänzung wurde damals hinzugefügt:

- Weitere besondere Zielgruppen: Flüchtlingsfamilien und Mehrgenerationenfamilien.
- Arbeitsschwerpunkte für die besonderen Zielgruppen: Integration, kulturelle Vielfalt und Inklusion.
- Herangehensweisen: Niedrigschwelligkeit, Wertschätzung, angenehme einladende Rahmenbedingungen, Hausbesuche, Kontaktaufnahme durch persönliches Ansprechen, Freizeitangebote als Türöffner nutzen, Mehrsprachigkeit: Mitarbeiter aus anderer Kultur/Sprache
- Wechsel des Blickes von Belastung/Defizit zur Stärkung und Freude: Empowerment

Diese Ergänzung hat sich in der Praxis bewährt. Es zeigt sich, dass vor allem Freizeitangebote für die ganze Familie und auch nur für Kinder als Türöffner für besonders schwer zu erreichende Familien dienen können. Eigene Angebote der Familienstützpunkte beim Ferienprogramm haben sich als Werbung bewährt.

- Für Angebote auf der Plattform *FamilienLeben-Forchheim.de* wurde der Familienbildungsbegriff erweitert um den Freizeit- (Feste, Basare) und Sportbereich (z.B. Kinderturnen, Babyschwimmen). Hier wurde dem Wunsch der Eltern nach einer Angebotsübersicht nachgekommen. Auch kommerzielle Anbieter können dort inserieren. Kriterium ist im weiteren Sinne eine „positive Förderungen des Familienlebens“. Ziel ist, durch attraktive Angebote mehr Familien auf die Plattform und weitere Angebote aufmerksam zu machen.

## **1.2 Familienbildung im Jugendamt und vorhandene Arbeits- und Organisationsstrukturen**

### **1.2.1 Koordinierungsstelle**

Mit dem Beginn des Projekts wurde für die Koordinationsstelle für das erste Projektjahr eine Stelle mit 20 Wochenstunden eingerichtet, die ab 1.06.2016 auf 10 Wochenstunden gekürzt wurde.

Mit der Jugendamtsleitung und Jugendhilfeplanung besteht ein enger Austausch. Seit 2020 gibt es Unterstützung für die Förderabwicklung durch eine Verwaltungskraft.

### **1.2.2 Weitere Kooperationen im Jugendamt/ Landratsamt:**

- Jugendhilfeplanung: Absprache und Planung, Teilnahme an Arbeitskreisen
- KoKi: Veranstaltungen und Angebote
- Gesundheitsregion plus: Veranstaltungen und Angebote
- Bildungsbüro: Veranstaltungen und Angebote

### **1.2.3 Netzwerktreffen Familienbildung**

Die Konzepterstellungsphase 2016-2017 wurde eng von drei Netzwerktreffen begleitet.

Das 4. Netzwerktreffen 2017 hatte den Entwurf für die Internetplattform *FamilienLeben-Forchheim.de* und die Bewerbung der Familienstützpunkte zum Thema.

Das 5. Netzwerktreffen 2019 fand im Familienstützpunkt Forchheim statt, der sich und seine Projekte vorstellte.

Für Frühjahr 2020 war ein Fachtag zum Thema digitale Medien geplant in Kooperation mit der Gesundheitsregion plus, der dann im Herbst 2020 in gekürzter Form online stattfand. Im Oktober 2021 fand das 6. Netzwerktreffen statt zum Thema: Corona hat unser Leben verändert - wie muss sich Familienbildung verändern?

Kontakt zu allen Netzwerkpartnern wird durch einen regelmäßigen **Newsletter** gehalten.

#### **1.2.4 Familienstützpunkte**

Mit den Leitungen der Familienstützpunkte besteht ein enger Kontakt und es finden regelmäßige Besprechungen statt. Die drei Fachkräfte der Familienstützpunkte haben jeweils ein Zeitbudget von 8-10 Stunden pro Woche.

#### **1.2.5 Finanzielle Ressourcen**

Die Förderung seitens des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales (StMAS) wird für die veranschlagten Sach- und Personalkosten im Amt für Jugend, Familie und Senioren und für die Personalkosten der drei Familienstützpunkte verwendet. Der Landkreis beteiligt sich an den Kosten in mindestens derselben Höhe. Die drei Familienstützpunkte erhielten vom Landkreis bis 2020 einen Personalkostenzuschuss von 13000 € pro Jahr sowie ein einmaliges Startgeld als Sachkostenzuschuss von 2000 €. Ab 2021 beträgt der Personalkostenzuschuss 17500 € pro Jahr und Familienstützpunkt.

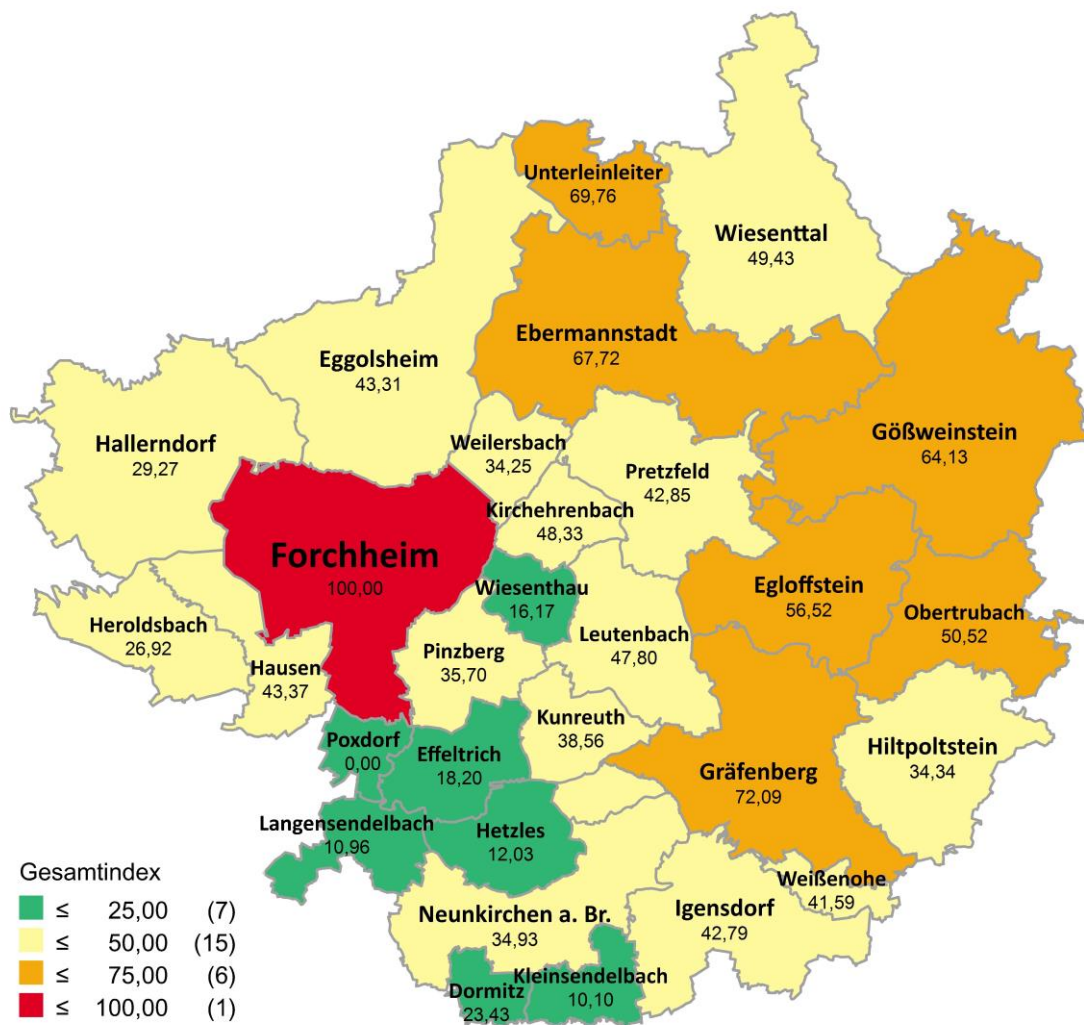
### **1.3 Kommunale Merkmale und Rahmenbedingungen**

Der Landkreis Forchheim erstreckt sich auf einer Fläche von 642,8 km<sup>2</sup>. In 29 Gemeinden, darunter der großen Kreisstadt Forchheim (32.374 Einwohner) leben 116.600 Menschen (Stand 31.12.2020). Die Bevölkerungsdichte liegt bei 181 Einwohnern pro km<sup>2</sup>. Der Ausländeranteil liegt bei 7 %. Die Bevölkerung hat im Vergleich zu 2015 um 1.766 Personen zugenommen, davon 723 in der Stadt Forchheim (Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Datenbank GENESIS, 2021).

Die Geburtenziffer (Kinder je Frau) hat sich in den letzten 5 Jahren von 1,56 auf 1,61 erhöht. Die Arbeitslosenquote betrug August 2021 2,8%, ein Rückgang zu 2017 um 0,6% Punkte.

Die folgenden Zahlen und Grafiken sind der Sozialraumanalyse 2020 der Jugendhilfeplanung für den Landkreis Forchheim entnommen. Es lässt sich erkennen, dass die Belastungen im Landkreis sehr unterschiedlich verteilt sind. Die Stadt Forchheim weist den höchsten Anteil an Alleinerziehenden und Arbeitslosengeld-II Bezieher auf, zusammen mit Gräfenberg und Unterleinleiter, auch die meisten Jugendhilfefälle. Auch in der Stadt Forchheim gibt es große Unterschiede: eine sehr hohe Belastung in Forchheim–Nord, gefolgt von Forchheim-Zentrum. Im Gesamtindex sticht die Stadt Forchheim als am meisten belastet hervor.

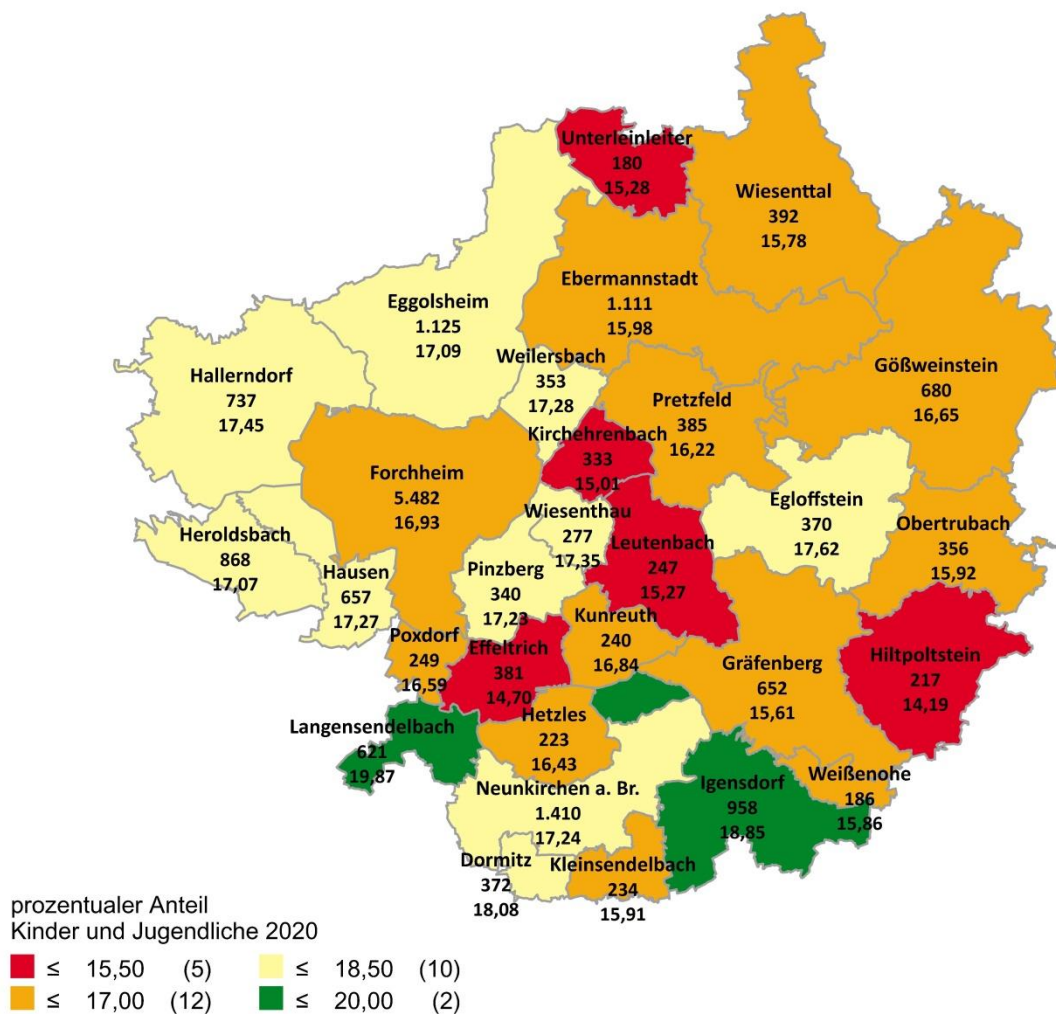




### Grafik 1: Gesamtindex

Der Gesamtindex errechnet sich aus 50% Sozialstruktur (Alleinerziehende, Arbeitslosigkeit, ALG II- Bezug je 30%, Kaufkraft 10%) und 50% Jugendhilfe (Teil-/Stationäre HzE (Hilfe zur Erziehung) 30%, Ambulante HzE 20%, ASD Beratung 15%, Erziehungsberatung, Jugendgerichtshilfe, Familiengerichtshilfe je 10%, Inobhutnahme 5%). Bei der Berechnung erhält die Region mit dem niedrigsten Wert die Standardpunktzahl „0“ und die Region mit dem höchsten Wert „100“. Die anderen Regionen gehen mit ihren Abständen in der Skala zwischen 0 und 100 ein.





## Grafik 2: Wohnort Kinder und Jugendliche

Der Landkreis Forchheim gehört zur Metropolregion Nürnberg. Viele junge Familien ziehen wegen der neu entstandenen Arbeitsplätze in die Region. Aufgrund Wohnungs- und Baugrundmangel in der Stadt Forchheim ziehen viele Familien in die umliegenden Gemeinden, v.a. Richtung Süden. Im Gegenzug überaltern die Gemeinden im ländlichen östlichen Landkreis.

Am 31.12.2020 wohnten 19.636 Kinder und Jugendliche im Landkreis Forchheim (16,84%). Den höchsten Wert mit 19,87% erreichte Langensendelbach, den niedrigsten Hiltlpoltstein mit 14,19%.

Die Geburten stiegen von 2011-2020 kontinuierlich von 848 auf 1.100 pro Jahr.

Zur Sozialraumanalyse von 2014 gab es keine wesentlichen Veränderungen.

## 1.4 Ergebnisse der Bestandserhebung

Die Landschaft der Familienbildungsanbieter ist im ständigen Wandel. So kann die folgende Aufzählung nur als Momentaufnahme gesehen werden.

Grundlagen für die Bestandserhebung sind:

- eine standardisierte Online Umfrage bei allen Trägern im Landkreis im Mai 2021
- Auswertung der Familienangebote von der Internetplattform FamilienLeben-Forchheim.de
- Sozialatlas
- Auswertung der Jahresberichte der Familienstützpunkte
- Ergebnisse des Netzwerktreffen Familienbildung im Oktober 2021
- Experteninterview mit Schlüsselpersonen für den Bereich Geburt, Behinderte, Migration, Kita

Im Unterschied zum Familienbildungskonzept von 2017 soll hier eine Auflistung und Kategorisierung der Familienbildungsanbieter im Landkreis erfolgen. Es werden nur die Angebote, die sich auf die Familienbildung beziehen beschrieben, teilweise sind die Übergänge in Präventionsangebote der Jugendhilfe fließend. Im Weiteren werden die Ergebnisse der Trägerbefragung, die sich v.a. auf die Veränderungen durch die Pandemie beziehen vorgestellt. Angebote und Nutzung der Internetplattform *FamilienLeben-Forchheim.de* ergänzen die Beschreibung.

### 1.4.1 Familienbildungsanbieter im Landkreis Forchheim

#### 1.4.1.1 Öffentliche Träger

- Gesundheitsamt: Beratung und Angebote zu Schwangerschaft, Sucht
- Gesundheitsregion plus: Vorträge, Kampagnen zu Medien, Gesundheit
- Bildungsbüro: Vorträge, Kampagnen zu Bildung, Lesen
- KoKi: Angebote für Eltern mit Kindern 0-3 Jahren zu Gesundheit, Ernährung
- KJR: Kurse und Vorträge für Eltern
- VHS: Eltern-Kind-Kurse, Vorträge

#### 1.4.1.2 Freie Träger

- AWO: Programme der frühen Hilfen: PAT (parents as teachers), Opstapje, Kids 3,
- Caritas: Erziehungsberatungsstelle: Beratung, Gruppen, Kurse, Vorträge zu Trennung und Scheidung, Erziehungsthemen
- Deutscher Kinderschutzbund: Eltern-Kind Gruppe, Erziehungskurse, Babysitter-Kurse
- Feuerstein – ökologische Landakademie, Ebermannstadt: thematische Wochenenden und Freizeiten für Großeltern/Eltern/Väter/Mütter mit Kindern
- Die Insel: Angebote zur seelischen Gesundheit, Familienausflüge
- OBA: Angebote für Familien mit behinderten Kindern
- Pro Familia Forchheim: Beratung und Angebote zur Sexualpädagogik
- Donum Vitae: Beratungsstelle Forchheim-Ebermannstadt zu Schwangerschaft und Familie
- Lebenshilfe: Angebote und Beratung zu Frühförderung und Behinderung

- Bürgerzentrum/Mehrgenerationenhaus: Gruppen, Kurse, offene Treffs für alle Menschen, Migranten

#### 1.4.1.3 Kirche

- Familienzentrum St. Johannis, Forchheim: Weltentdeckerkurse für Eltern mit Kindern von 0-3 Jahren, Musikgarten, Kreativgruppen, Eltern-Kind-Gruppen, Kurse, Themenabende, Feste und Freizeit, ein sehr großes Angebot für Familien mit Kindern jeden Alters.
- Kath. Erwachsenenbildung: KESS Erziehungskurse, Eltern-Kind-Gruppen, Eheseminare
- Bildung Evangelisch: Kurse, Online Angebote rund um Erziehung, Partnerschaft, Familie

#### 1.4.1.4 Private Initiativen

- Hebammenpraxen: Geburtsvorbereitung, Babymassage, Eltern-Baby-Sportkurse,
- Kinderarztpraxis Dr. Singer: PEKIP, Musikgarten, Babymassage
- Schlosstraum Pretzfeld: Kurse für Eltern zum Thema: Geburt, Baby und Gesundheit
- Familienraum Neunkirchen: Beratung und Gruppen, Musikgarten, Kinderyoga
- Einzelpersonen für PEKIP, Musikgarten, Eltern-Kind-Sportkurse, Geburtsvorbereitung und Begleitung,
- Mütterzentrum Ebermannstadt: Eltern-Kind-Gruppen, Kurse, Musikgarten, offene Treffs, Vorträge
- Lias Grube: umweltpädagogische Angebote für Familien

#### 1.4.1.5 Schulen, Kitas

- Thematische Elternabende

#### 1.4.1.6 Internet

- FamilienLeben-Forchheim.de: Übersicht über Angebote, Beratungsstellen, Ratgeber und Veranstaltungen im Landkreis Forchheim
- BAER: neuer Bayerischer Erziehungsratgeber (früher *Eltern im Netz*), mit Elternbriefen, Informationen zu alle Bereichen von Schwangerschaft, Gesundheit, finanziellen Leistungen, Medien bis Corona Tipps

#### 1.4.1.7 Familienstützpunkte

In Forchheim, Ebermannstadt und Neunkirchen am Brand:

- Offene Treffs
- Eltern-Kind-Angebote
- Kurse
- Vorträge
- Beratung

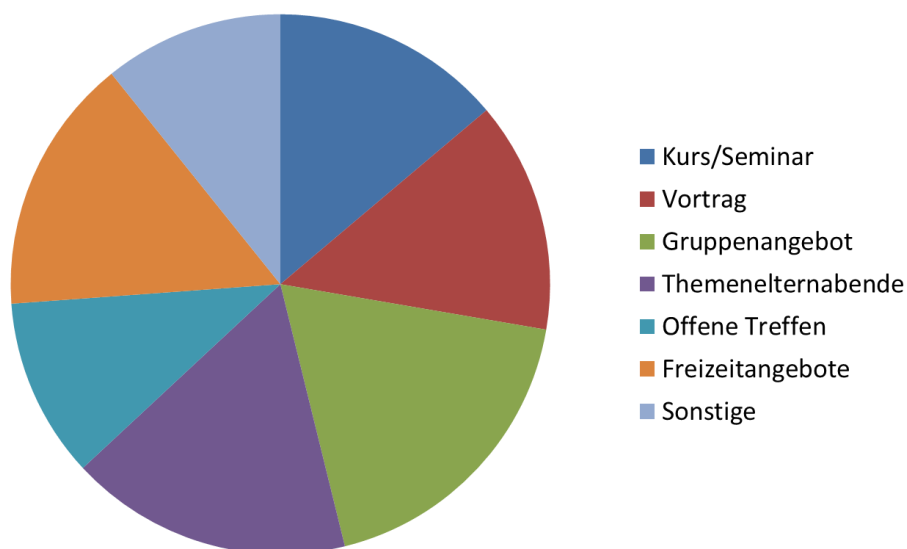
Das Angebot in den Familienstützpunkten ist sehr unterschiedlich und richtet sich nach dem jeweiligen Schwerpunkt und Bedarf. Unter Punkt 3 werden die drei Familienstützpunkte detaillierter beschrieben.

### 1.4.2 Trägerbefragung

Für die Befragung der Akteure der Familienbildung wurde der standardisierte Fragenbogen des ifb (Staatsinstitut für Familienforschung) in abgeänderter Form verwendet (siehe Anhang). Die Befragung bezog sich auf die Jahre 2020/2021. Besonders hat interessiert, wie die Träger mit der veränderten Situation mit der Corona-Pandemie umgegangen sind und wie Familien erreicht werden konnten. Von allen angeschriebenen Trägern beteiligten sich 21 (darunter 4 Kitas, 6 Beratungsstellen, 2 Kirchengemeinden, 3 Träger der Jugendarbeit, 3 Familienbildungsstätten, 1 Schule). Im Vergleich zur Trägerbefragung 2015 war die Teilnehmerzahl wesentlich geringer (2015: 56), es beteiligten sich wesentlich weniger Kindertageseinrichtungen (2015: 19) und Hebammen (2015: 2, jetzt 0)

Das geplante Angebotsspektrum der Teilnehmer ist breit gefächert.

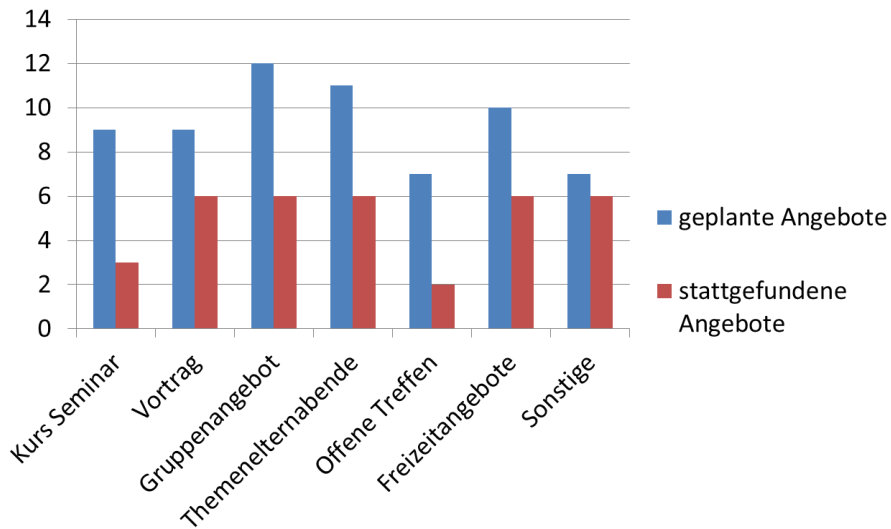
#### Welche Art von Familienbildungsangeboten waren bei Ihnen geplant?



Landkreis Forchheim - Familienbildung -  
Trägerbefragung 2021

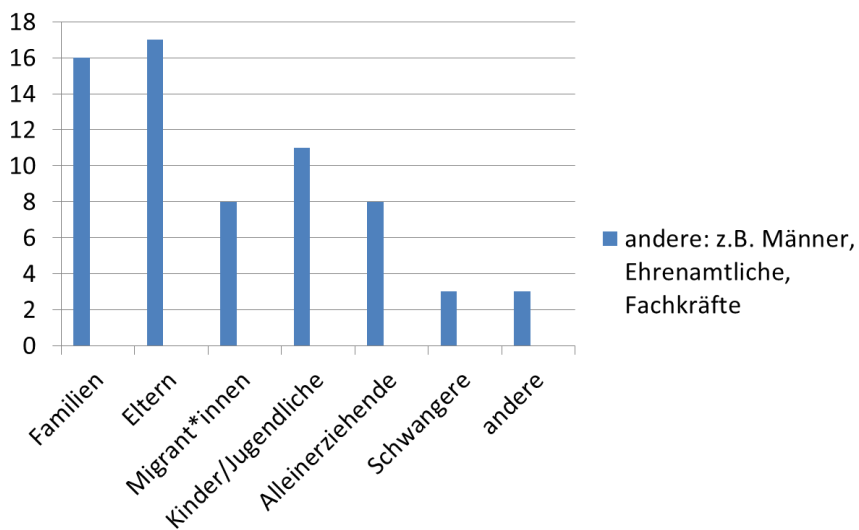
Während der Pandemie konnte nur ca. die Hälfte der geplanten Angebote stattfinden, v.a. offene Angebote und Kurse mussten häufig abgesagt werden.

**Welche Angebote der Familienbildung waren bei Ihnen geplant?  
Welche Angebote konnten ganz oder teilweise stattfinden?**



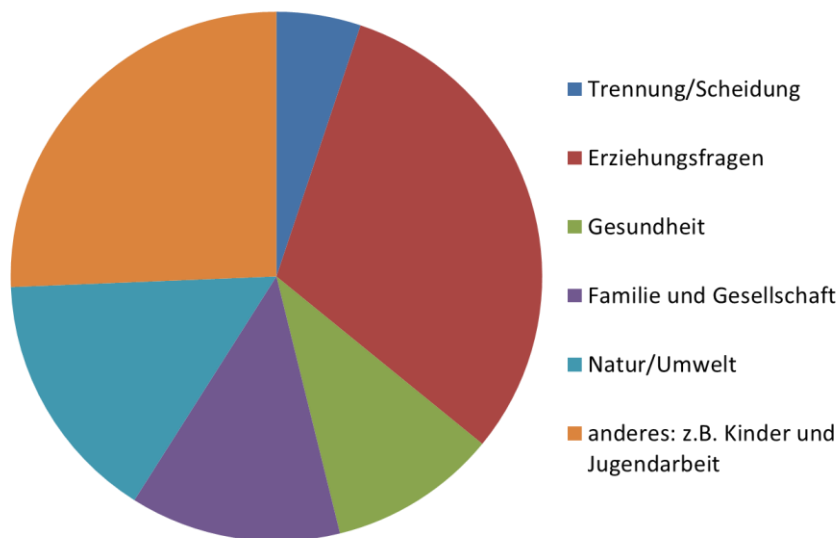
Die Angebotsstruktur ist im Vergleich zur Bestandsumfrage von 2015 fast gleich geblieben. Als größte Zielgruppe sind Eltern und Familien genannt. Hier gibt es zu 2015 einen stärkeren Fokus auf die gesamte Familie. Die Zielgruppe Migrant\*innen wurde 2015 nicht abgefragt.

**An welche Zielgruppe richteten sich die Familienbildungsangebote?**



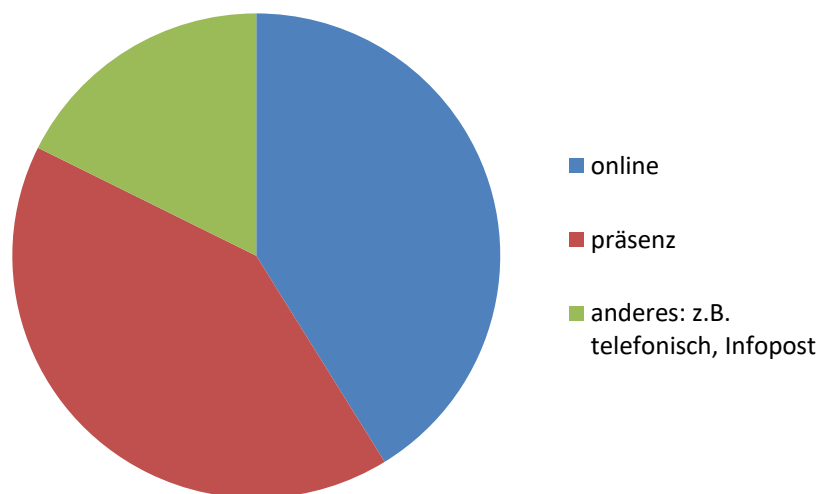
Die Themenschwerpunkte liegen mit 57% bei Erziehungsfragen und mit 47% bei anderes (v.a. Ferien und Freizeitangebote). Die Themen Gesundheit und Konfliktbewältigung sind im Vergleich zu 2015 rückläufig.

### Welchen Schwerpunkt haben die Angebote?



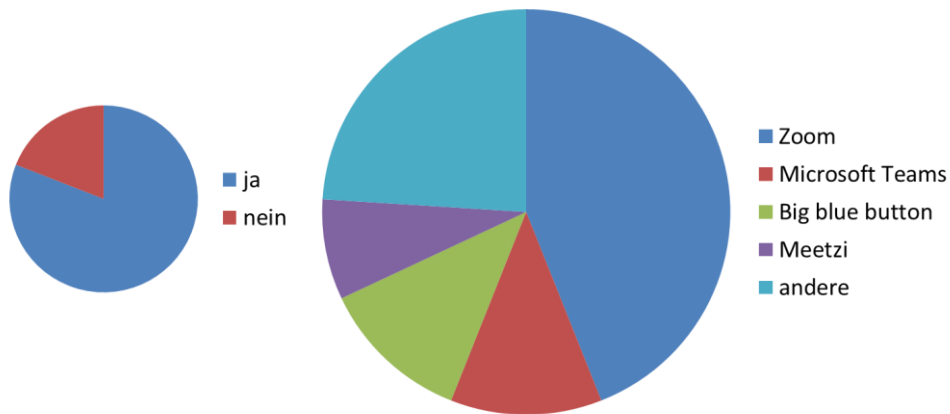
Bei den nächsten Fragen hat interessiert, ob und wie die Angebote in neue Formate umgesetzt werden konnten. Die Angaben beziehen sich nur auf die stattgefunden Angebote (ca. 30%)

### Wie fanden die Angebote im Jahr 2020 statt?



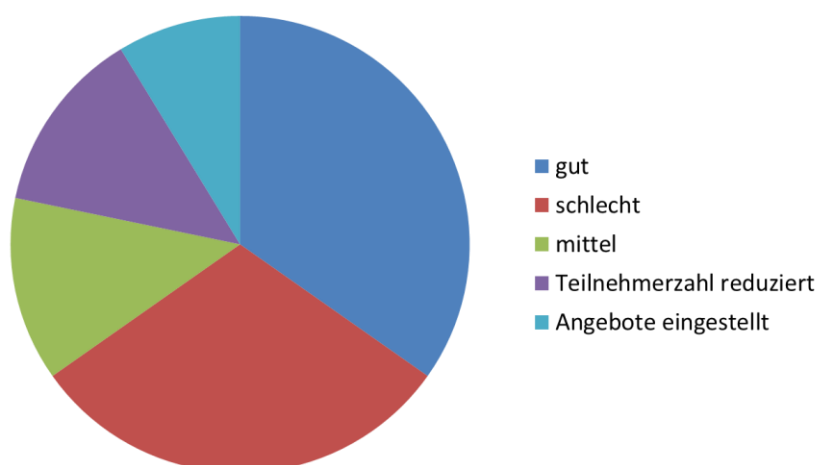
Bei der Umstellung auf Online wurde am meisten ZOOM verwendet. Probleme gibt es durch fehlende technische Ausstattung, mangelnde eigene Fähigkeiten (fehlende Fortbildungen) und schwierige Umsetzung.

### Wurden Online-Tools verwendet? Welche?



Durch Online-Angebote konnten nur ca. 1/3 der Adressaten gut erreicht werden. Die Erfahrungen der Anbieter sind sehr unterschiedlich. Gut funktionieren Vorträge und Schulungen. Gruppenangebote können schwer umgesetzt werden und für bestehende Gruppen werden neue Familien nicht erreicht. Ein großer Vorteil von Online Angeboten ist die Möglichkeit das Angebot zu Hause zu nutzen, ohne Fahrtzeit und nötige Kinderbetreuung. So konnten Familien gewonnen werden, die bisher noch keine Angebote genutzt haben.

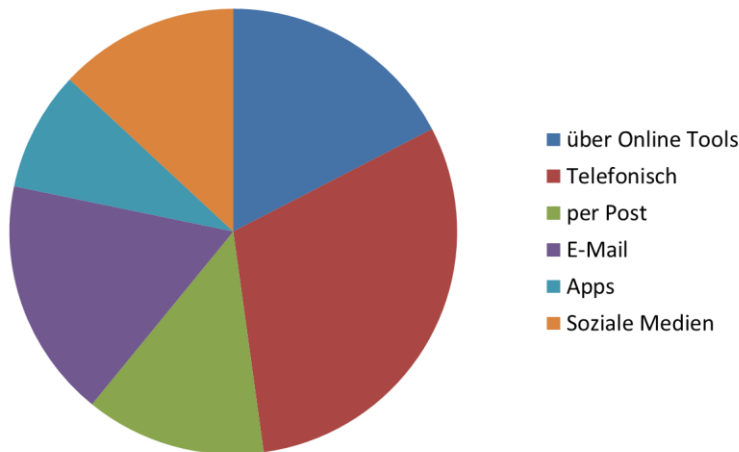
### Wie wurden die Angebote im neuen Format angenommen?





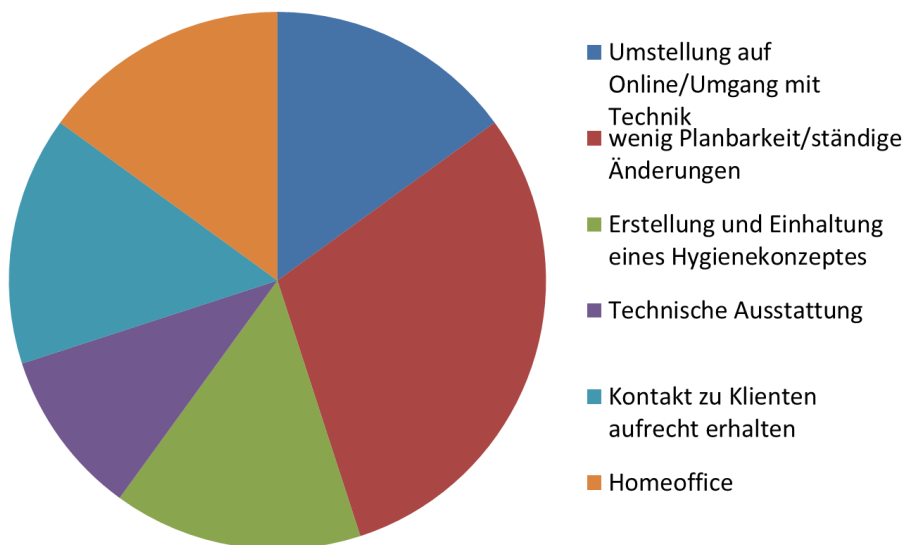
Der beste Kontakt zu Klient\*innen verlief über das Telefon, v.a. für die Beratungsstellen. Mit Jugendlichen oder Migrantenfamilien war ein telefonischer Kontakt eher schwierig. Kitas nutzen eine Kita- PP und Briefe. Generell war die Erfahrung, dass bildungsnahe Familien den Umstieg auf Online-Angebote gut meisterten, der Kontakt zu bildungsfernen und Migrantenfamilien dagegen sehr schwierig bis kaum möglich war. Gründe dafür sind Sprachbarrieren, fehlende technische Ausstattung und Wissen, und die hohe Belastung.

**War es dennoch möglich den Kontakt zu den Klient\*innen aufrecht zu erhalten? Wie?**

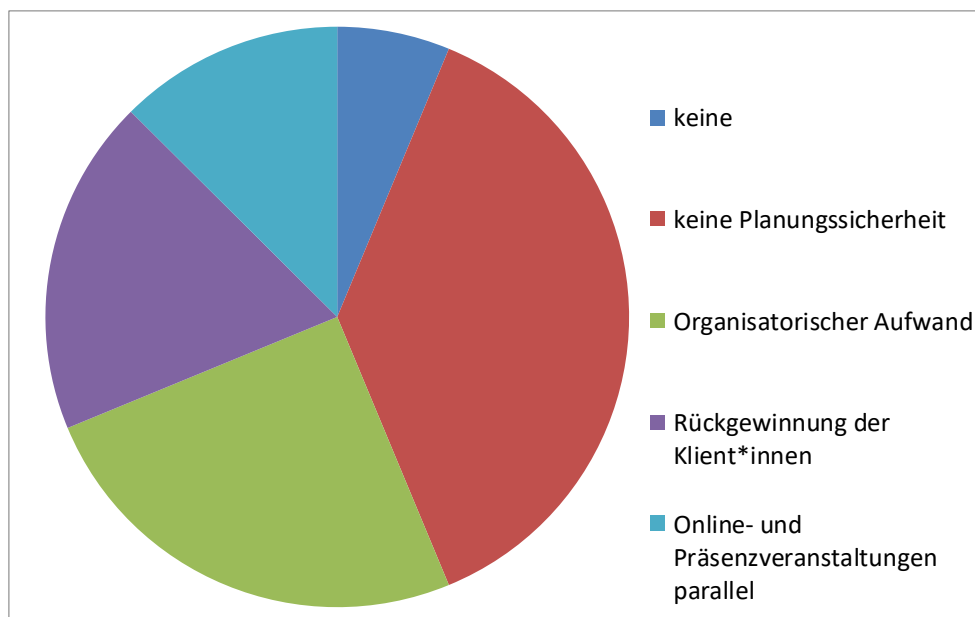


Eine weitere Frage befasste sich damit, was die größten Hürden im letzten Jahr waren und was als die größten Herausforderungen für 2021 gesehen werden.

**Was war die größte Herausforderung / Hürde im Jahr 2020 für die Einrichtungen?**



### Was wird die größte Herausforderung im Jahr 2021 in Bezug auf die Familienbildungsangebote sein?



Als größte Herausforderung werden die Planungsunsicherheit, der hohe Organisatorische Aufwand und die schwierige Kontaktpflege zu den Familien genannt. Die technische Ausstattung hat sich verbessert, allerdings ist die Umsetzung der Konzepte nicht in allen Bereichen möglich. Es stellt sich die Frage, mit welchen Angeboten wirklich die Bedürfnisse der Eltern erreicht werden und wie Eltern entlastet werden können.

2/3 der Befragten können keine positiven Aspekte aus der Corona-Zeit ziehen. Ansonsten sollen die funktionierenden Online-Formate weitergeführt werden. Unterstützung wünschen sich die Träger finanzieller Art (Fördertopf), Schulungen zu Online-Tools, eine Übersicht über Räume und bessere Informationen zu aktuellen Corona-Beschränkungen.

#### 1.4.3 Auswertung der Angebote auf der Internetplattform FamilienLeben-Forchheim.de (Stand September 2021)

Es sind 48 Redakteure gelistet, die einen eigenen Zugang zur Plattform haben um ihre Angebote selbst einzutragen. Bei Familienangeboten ist der Schwerpunkt auf Beratungs- und Unterstützungsangebote mit 65 Einträgen, Freizeittipps 49, Familien in besonderen Lebenslagen 21 und 28 Eltern-Kind Gruppen verteilt im Landkreis, darunter Musikgarten, angeleitete Gruppen, offene Gruppen.

Es sind 9 Familienzentren gelistet (drei Familienstützpunkte, Familienzentrum St. Johannis, Caritas Erziehungsberatung, die Insel, Deutscher Kinderschutzbund, KLVHS Feuerstein, Bildung Evangelisch online).

Von den 65 veröffentlichten Unterstützungsangeboten sind 22 speziell für Schwangere und Eltern mit Kindern von 0-3 Jahren.

Unter Veranstaltungen für September und Oktober 2021 sind 16 Kurse veröffentlicht, davon 7-mal Weltendecker (angeleitete Eltern-Kind Kurse), 3-mal Musikgarten, 5-mal Sportkurse für Mama mit Kind und ein Erziehungskurs.

Einen großen Bereich macht der Freizeitsektor mit 67 Eintragungen für zwei Monate, darunter geführte Familienwanderungen, Führungen, Basare und Angebote der Liasgrube Unterstürmig.

Nicht alle privaten Anbieter haben die Corona-Zeit überlebt oder haben wegen der ungewissen Planung noch keine neuen Angeboten eingestellt.

Auffällig ist, dass keine Hebammenpraxis mehr Werbung über die Seite macht. Den akuten Hebammenmangel versucht die Klinik Fränkische Schweiz über ambulante eigene Angebote zu kompensieren.

#### **1.4.4 Zusammenfassung**

- **Es gibt im Landkreis Forchheim ein breites Angebot an Familienbildung, dass sich auf die Stadt Forchheim fokussiert. Alle Beratungsstellen befinden sich in der Stadt Forchheim.**
- **Im südlichen Landkreis/Raum Neunkirchen ist der Familienstützpunkt der einzige Anbieter.**
- **Es gibt zu wenig Hebammen/ Angebote für Schwangere.**
- **Während des Lockdowns konnten viele Angebote nicht stattfinden**
- **Die Umstellung auf Online Angebote gelingt nur für einen Teil der Angebote**
- **Die größte Hürde für die Veranstalter ist die Planungsunsicherheit**
- **Bildungsferne und Migranten-Familien konnten kaum erreicht werden**
- **Für Familien mit Kindern mit einer Behinderung gibt es wenig familienbildende Angebote**

## 1.5 Bedarfserhebung: was wollen die Eltern

### 1.5.1 Methoden der Befragung

Um die Bedürfnisse der Familien, v.a auch die Nutzung der Familienstützpunkte zu kennen wurde ein Elternfragebogen konzipiert, der sich am Fragebogen des IFB orientiert. Der Fragebogen wurde auf eine Seite verkürzt, um eine bessere Akzeptanz zu erreichen. Ursprünglich war geplant den Fragebogen an alle Eltern, während sie ein Familienbildungsangebot der Familienstützpunkte nutzen auszugeben. Wegen der Pandemie konnten kaum Angebote in Präsenz stattfinden. Eine eigene Befragung aller Eltern mit Kindern von 0-17 Jahren ist wegen fehlender Personalkapazität nicht möglich. Im April 2021 wurde der Bogen daher im Rahmen der Elternbefragung zur Kindertagesbetreuung an 2.875 Familien mit Kindern von 0-unter 6 Jahren mitverschickt, die im Einzugsgebiet der drei Familienstützpunkte leben. Der Fragebogen wurde in Papierform mit einem frankierten Rückumschlag und Teilnahmezettel für ein Gewinnspiel verschickt. Weiterhin wurde der Fragebogen online gestellt und bei allen Veranstaltungen der Familienbildung, auf verschiedenen Internetplattformen, in der Presse und auf Facebook beworben, um auch Eltern von älteren Kindern zu erreichen. Wegen des Lockdowns konnten keine Gruppengespräche mit speziellen Zielgruppen, die sich wenig an Umfragen beteiligen, stattfinden.

### 1.5.2 Zielgruppe

Es antworteten 660 Familien, was einer Quote von 23% entspricht. Der Bogen wurde überwiegend von Frauen (84%), zwischen 30-39 Jahren (70%), die sich gerade zu 40% in Elternzeit befinden (54% berufstätig) und deren Kinder überwiegend zwischen 0-5 Jahren alt sind, beantwortet. Dies war auch die Zielgruppe der schriftlichen Umfrage.

Es sind 10% Eltern mit Grundschulkindern und 6% mit Jugendlichen von 11-17 Jahren dabei. Es muss berücksichtigt werden, dass es Mehrfachnennung von Familien mit mehreren Kindern gibt.

Bei der Befragung wurde der Migrationshintergrund nicht abgefragt, da die Erfahrung zeigt, dass Migranten mit Sprachproblemen selten Fragebögen ausfüllen.

Unterstützungsstrukturen für diese Zielgruppe wie bei der Umfrage 2016 sind wegen Corona weggefallen.

Die Ergebnisse spiegeln nicht die Gesamtbevölkerung wider, es sind die Familien mit Kindern von 0-6 Jahren überrepräsentiert, daher ist ein direkter Vergleich in allen Bereichen mit den Ergebnissen der Elternbefragung von 2016 nicht möglich. Vielmehr sollte hier die Zielgruppe der Familienstützpunkte genauer untersucht werden.

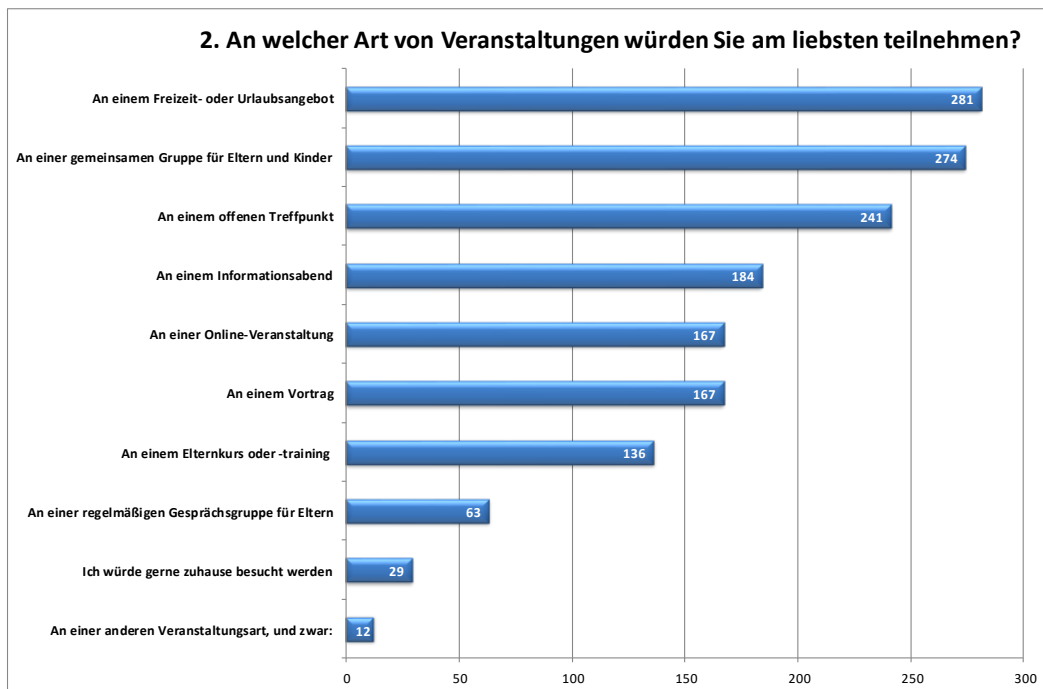
## 1.5.3 Ergebnisse

### 1.5.3.1 Themenbereiche



Eltern wünschen sich vor allem Eltern-Kind-Gruppen und Freizeitangebote, gefolgt von Entwicklung und Erziehungsthemen. Weitere wichtige Themen sind Gesundheit, Alltagskompetenzen, Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie Austausch mit anderen Familien. Ein Großteil der Eltern von Schulkindern (36%) wünschen sich Angebote zum Thema Schule (22%) und Pubertät (19%). Der Wunsch nach Freizeitangeboten ist seit der Umfrage von 2016 mit 31% auf jetzt 44% gestiegen. Auch spezielle Angebote für Väter werden jetzt mehr angefragt, von 10% (2016) auf 16%.

### 1.5.3.2 Art der Veranstaltung



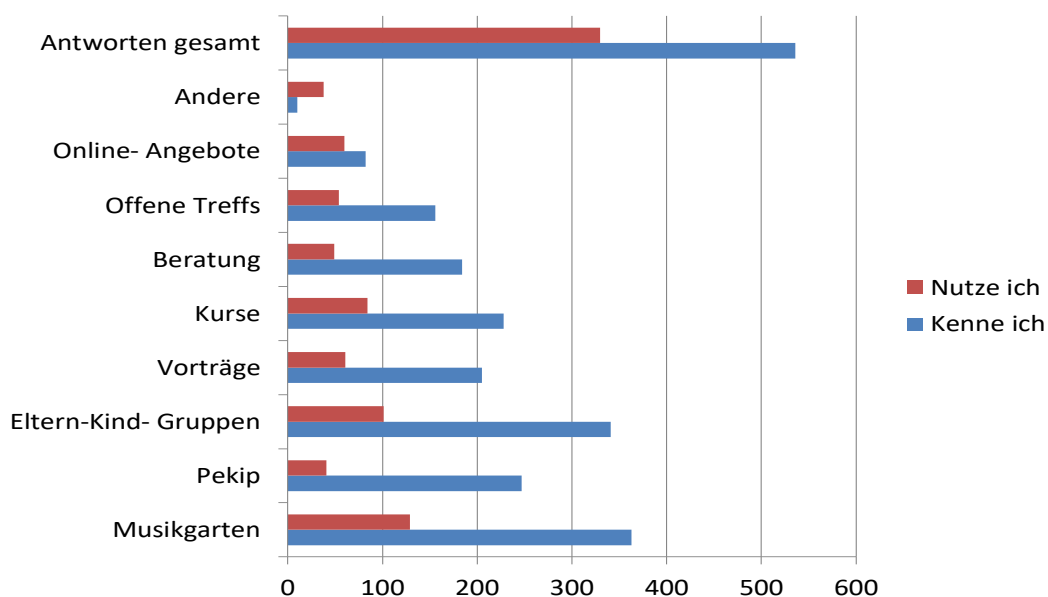
Hier haben sich die Wünsche der Eltern gegenüber 2016 stark verändert: Eltern mit jüngeren Kindern wünschen sich überwiegend Angebote, die sie gemeinsam mit ihren Kindern nutzen können. Interessant ist die hohe Akzeptanz von Online Angeboten, fast gleichauf mit Präsenz Abenden und Vorträgen. 2016 wünschten sich 54% Informationsabende und 45% Vorträge und nur 20% eine Gruppe.

92% der Eltern sind bereit einen Kostenbeitrag zu zahlen, davon 60% auch einen höheren.

### 1.5.4 Bekanntheit und Inanspruchnahme

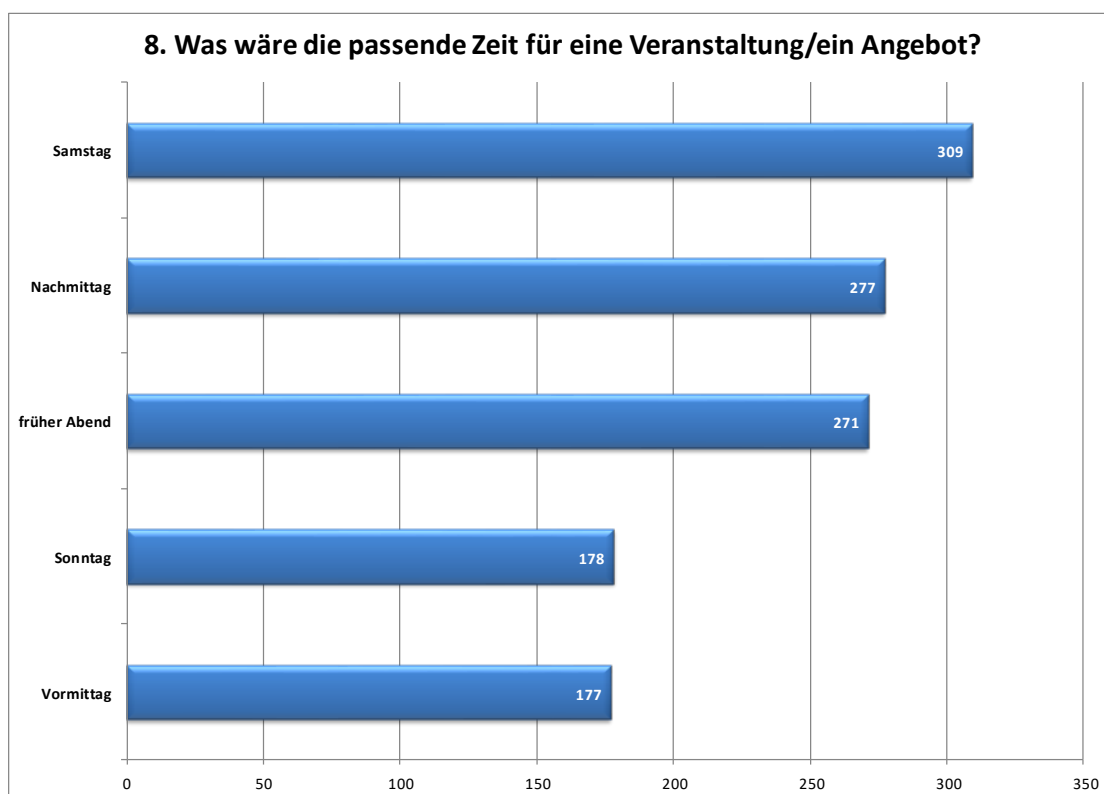
Familienbildungsangebote sind bei Eltern mit Kindern zwischen 0-6 Jahren gut bekannt, werden aber nur von einem Teil genutzt.

### Familienbildungsangebote Bekanntheit und Nutzen



Diese Frage wurde von 124 Eltern nicht beantwortet (18%). Damit lässt sich vermuten, dass diese Eltern keine Angebote kannten.

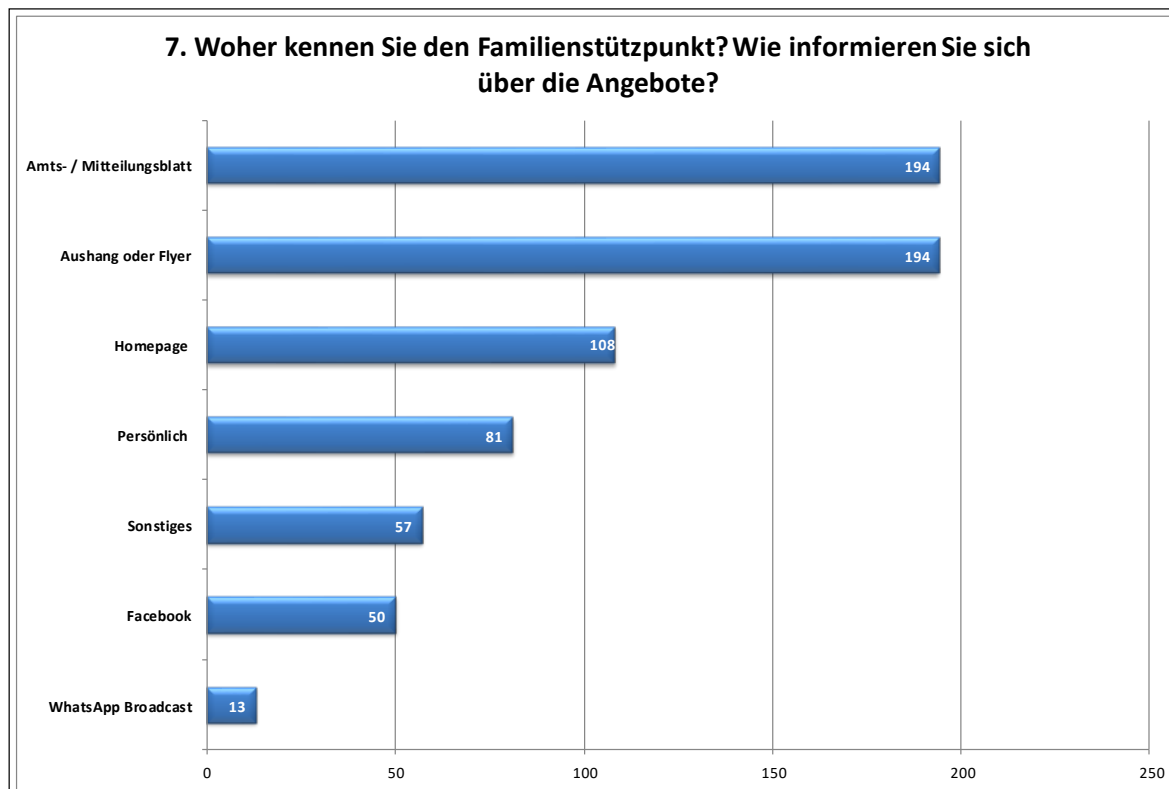
Es zeigt sich, dass ein Großteil der Eltern Angebote wie Musikgarten (68%), Eltern-Kind-Gruppen (63%) und Pekip (46%) kennt, aber wesentlich weniger Eltern diese Angebote für sich nutzen. Die Frage der Nutzung wurde nur von der Hälfte der Eltern beantwortet. Die meisten Eltern (85%) nutzen keine weiteren Angebote bei anderen Trägern.





Die meisten Eltern wünschen sich Angebote am Samstag (50%), nachmittags (45%) und frühen Abend (44%). Diese Antwort war zu erwarten, da über die Hälfte der Umfrageteilnehmerinnen berufstätig ist.

### 1.5.5 Öffentlichkeitsarbeit

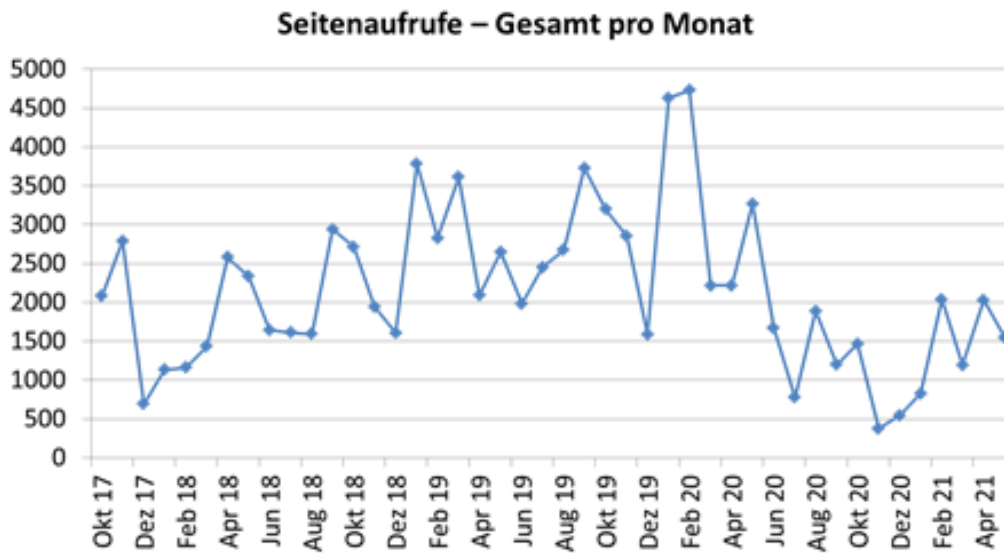


Die meisten Eltern informieren sich noch klassisch über Printmedien, digitale Informationen nutzen nur rund 30%. Hier gibt es einen Unterschied bei den Familienstützpunktnutzer\*innen. In Forchheim wird die Homepage und Facebook mehr genutzt (38%) gegenüber Ebermannstadt (27%) und Neunkirchen (24%). Dafür hat in Ebermannstadt der WhatsApp Broadcast mit 7% am meisten Bekanntheit. Die persönliche Ansprache ist dagegen in Ebermannstadt (32%) und Neunkirchen (20%) höher als in Forchheim (10%).

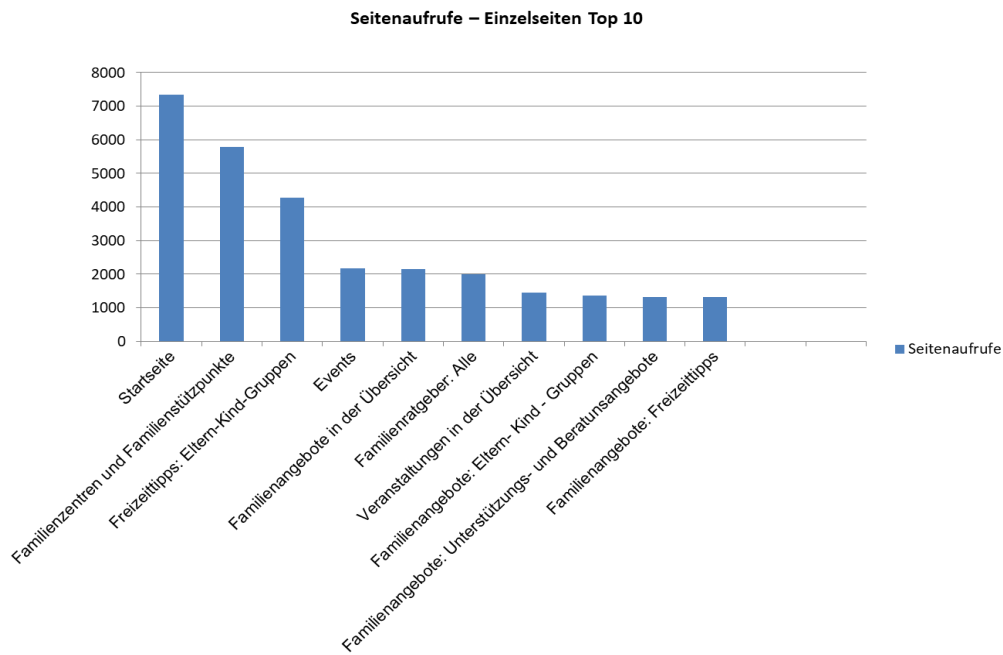
Die Plattform *FamilienLeben-Forchheim.de* kennen über die Hälfte der Familien nicht (55%). Nur 10% nutzen sie gelegentlich.

#### 1.5.5.1 Exkurs: Analyse Besucher von *FamilienLeben-Forchheim.de*

Die Homepage ging im Oktober 2017 an den Start. Die Seitenaufrufe pro Monat variieren zwischen 400 und knapp 5000. In der Hochzeit der Pandemie war die stärkste Nachfrage.



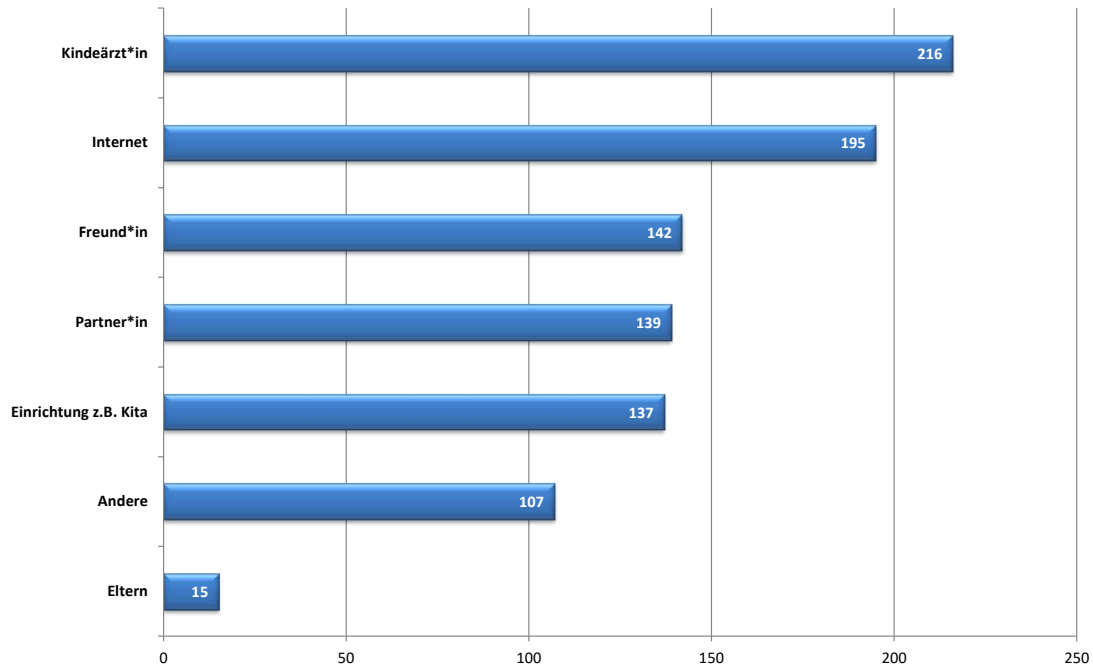
Eine Auswertung der Seitenaufrufe zeigt, dass die Besucher sich v.a. über Familienzentren, Familienstützpunkte und Eltern-Kind-Gruppen informieren.



Stand: 20.05.2021, 2017-heute

## 1.5.6 Unterstützung bei Erziehungsfragen

### 11. Wenn ich eine Frage rund um Familie, Erziehung, Eltern sein habe, frage ich am ehesten:



Die Kinderärzte genießt mit 23% großes Vertrauen, dicht gefolgt vom Internet mit 20%. Familie, Freunde und Einrichtung/Kita werden in 14% um Rat gefragt. Auch hier gibt es Unterschiede bei den Wohnorten: in Forchheim ist das Internet mit 20% vor dem Kinderarzt (16%), in Ebermannstadt sind der Partner mit 24% und Freunde (22%) vor dem Internet (13%), in Neunkirchen der Kinderarzt (23%) vor dem Internet (20%).

Die teilnehmenden Familien in den Einzugsgebieten haben eine unterschiedliche Altersstruktur: in Neunkirchen haben mehr Frauen unter 30 Jahren und über 40 Jahren teilgenommen. In Ebermannstadt überwiegen die Eltern in Elternzeit (50%) mit Baby (30%), gegenüber Forchheim (38% Elternzeit) und Neunkirchen (35%).

### 1.5.7 Zusammenfassung

- Bei den meisten Ergebnissen gibt es keine oder nur geringe Unterschiede in den Einzugsgebieten der Familienstützpunkte.
- Die Bedürfnisse der Eltern haben sich seit der Umfrage 2016 verändert.
- Die meisten Eltern möchten Angebote mit einem Freizeitcharakter oder einer Gruppe, die sie zusammen mit ihren Kindern nutzen können. Dafür ist die beste Zeit am Samstag.
- Familienangebote, v.a. im Kleinkindbereich sind bekannt, werden aber nur von einem Teil genutzt. Musikgarten ist ein sehr beliebtes Angebot.
- Printmedien sind die häufigste Informationsquelle.
- Online- Angebote werden nur von einem Teil der Eltern genutzt.
- Die meisten Eltern wenden sich bei Erziehungsfragen an den Kinderarzt und das Internet.
- Die Plattform FamilienLeben-Forchheim.de ist sehr wenig bekannt.

## 2 Zielsetzung und Perspektiven in der Familienbildung

### 2.1 Ziele von 2017

Hier werden die Ziele des ersten Konzepts von 2016 aufgegriffen, auf ihre Aktualität und den Stand der Umsetzung überprüft. In kursiv die Ziele von 2016.

#### 2.1.1 Familienbildung ist für knapp ein Drittel der Familien nicht bekannt

*Ziel: Präsenz und Selbstverständlichkeit von Familienbildung verbessern.*

Ziel wurde zum Teil erreicht: in der aktuellen Umfrage kannten über 80% Familienbildungsangebote.

**Ziel ist weiter aktuell**

#### 2.1.2 Angebote und Einrichtungen sind wenig vernetzt

*Ziel: Transparenz und Vernetzung der Träger der Familienbildung: Planung, Abstimmung, Kooperation, Information, Wissenstransfer dauerhaft verbessern.*

Ziel wurde erreicht: durch regelmäßige Netzwerktreffen, Newsletter, Fachtage, Homepage sind die Einrichtungen besser vernetzt.

**Ziel ist weiter aktuell**

### 2.1.3 Eltern wünschen sich schriftliche Informationen über Erziehung und Familienangebote

*Ziel: Die Angebote sollen für Eltern bekannter gemacht werden. Geeignete Informationsformen sollen geschaffen werden.*

#### **Ziel wurde fast erreicht und ist weiter aktuell:**

Angebote und Informationen sind gebündelt auf *FamilienLeben-Forchheim.de* zu finden. Alle Anbieter werben über eigene Homepage, Gemeindeblatt; Familienstützpunkte zusätzlich über Facebook. E-Mail-Verteiler über Schulen und Kitas werden genutzt.

Es gibt gute Ratgeber zu Erziehung und Familien im Internet, z.B. BAER. Eine ausführliche Sammlung von Ratgebern, Internetadressen, Videos, auch in anderen Sprachen ist auf *FamilienLeben-Forchheim.de* zu finden.

### 2.1.4 Es gibt ein breites Angebot für Familien allgemein, das gut angenommen wird. Für den Bereich Schwangerschaft und Geburt ist ein zusätzlicher Bedarf zu erwarten.

*Ziel: das bestehende breite flächendeckende Angebot soll beibehalten werden. Kitas, als geschätzte Einrichtungen vor Ort sollen in ihren Familienbildungsangeboten unterstützt werden, besonders Kitas ohne bisherige Angebote. Die Bekanntheit der Angebote soll verbessert werden.*

#### **Ziele wurden teilweise erreicht und sind noch weiter aktuell:**

Der Bedarf für den Bereich Schwangerschaft und Geburt kann aktuell nicht gedeckt werden. Es gibt einen massiven Hebammenmangel.

Kitas können nur vereinzelt Familienbildungsangebote organisieren. Gründe sind Personalmangel und fehlende Kapazitäten.

Angebote sind für viele Familien gut bekannt, eine Ausnahme bilden bildungsferne Familien und Familien mit Migrationshintergrund.

### 2.1.5 Für folgende Angebote besteht ein regionaler Ausbaubedarf: Eltern-Kind Gruppen, Gesundheitsangebote, Erziehungsthemen.

Fachleute sehen vor allem bei der Förderung der Erziehungskompetenz einen hohen Handlungsbedarf.

*Ziele: Träger vor Ort sollen unterstützt werden regionale Bedarfe umzusetzen.*

*Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz sollen in geeigneten Formen Eingang finden.*

*Die Art der Angebote sollte sich ausdifferenzieren um weitere Zielgruppen erreichen zu können. Niedrigschwellige, aufsuchende und freizeitorientierte Angebote sollten ausgebaut werden (z.B. Opstapje).*

#### **Ziele wurden teilweise erreicht und sind noch weiter aktuell:**

Eltern-Kind Gruppen und Kurse werden weiter stark nachgefragt. Neu konzipierte Angebote im Raum Neunkirchen (dort gab es bisher keine Angebote) werden sehr gut angenommen. Angebote zu Gesundheit vom AELF (Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Bamberg) werden von Trägern und Familien gut genutzt.

Es gibt ein kontinuierliches Angebot verschiedener Formen von Erziehungskursen, von unterschiedlichen Trägern, die unterschiedlich gut genutzt werden.

Es wurden neue Formen von niedrigschwelligen Angeboten installiert, wie z.B. ELTERNTALK, Neugeborenen-Besuche, Spielfeste.

Aufsuchende Angebote werden besonders von schwer erreichbaren Familien genutzt. Angebote, die auf rein ehrenamtlicher Basis stattfinden, verändern/verschwinden relativ schnell, wenn sich die persönliche Situation der Ehrenamtlichen verändert.

### **2.1.6 Zu den Themen Pubertät und Schule gibt es einen hohen Bedarf und zu wenig Angebote.**

*Ziele: Passende Angebote sollen an alltagsnahen Orten, wie z.B. Schule angeboten werden.*

#### **Ziel wurde erreicht und ist weiter aktuell**

Es gibt ein vielfältiges Angebote verschiedener Träger zu den Themen: Medien, Pubertät, z.B. Kess Kurse

### **2.1.7 Bisherige Formen der Familienbildung erreichen eher mittelschichtorientierte Eltern.**

Migranten Familien, benachteiligte Familien und Väter nehmen bisher wenig Angebote wahr.

*Ziele: passende Formen und Methoden für die jeweilige Zielgruppe finden (Themen, Zugang, Sprache, Werbung) um alle Zielgruppen zu erreichen. Einrichtungen für die unterschiedlichen Zielgruppen sensibilisieren.*

#### **Ziel wurde teilweise erreicht und ist weiter aktuell und soll ausgebaut werden.**

Niedrigschwelligen Angebote, wie z.B. ELTERNTALK, offene Angebote mit Freizeitcharakter erreichen auch schwierige Zielgruppen.

Väter engagieren sich zunehmend mehr in der Erziehung ihrer Kinder und wünschen sich mehr Angebot für sich als eigene Zielgruppe.

### **2.1.8 Ausländische Familien als besondere Zielgruppe**

Hier gibt es Familien, die oft schon seit mehreren Generationen in Deutschland leben, aber trotzdem noch nicht „voll integriert“ sind. Flüchtlingsfamilien und neu zugezogene Familien stehen vor besonderen Herausforderungen. Die Beplanung dieser Zielgruppe gestaltet sich schwierig durch den unterschiedlichen Flüchtlingsstrom. Die meisten ausländischen Familien leben in der Stadt Forchheim. Hier können die Familien wohnortnah erreicht werden.

*Ziele: passende Familienbildungsangebote als niedrigschwellige Anlaufstelle und Türöffner für diese Familien nutzen und damit gelingende Integrationsschritte unterstützen. Bisherige bewährte Angebote sollen ausgebaut und besser vernetzt werden.*

#### **Ziel wurde nur teilweise erreicht und ist weiter aktuell.**

Die Zielgruppe „ausländische Familien“ ist sehr heterogen. Die Lebenssituation der Familien ist ständig im Wandel, so auch ihre Bedarfe.

Nachdem die staatliche Finanzierung der Flüchtlingsarbeit beendet wurde, mussten viele Angebote für Flüchtlinge, u.a. Familienbildungsangebote wie Eltern-Kind Gruppen, „Deutsch lernen mit Mama“ schließen. Es werden nur die Familien, die in Gemeinschaftsunterkünften leben, weiter betreut. Die Beratungsstelle ist mit ihren Kernaufgaben überlastet.

In der Pandemie wurde der Zugang zu diesen Familien noch mehr erschwert: es gab keine niedrigschwelligen Anlaufstellen, die Ausstattung der Familien mit digitalen Medien ist mangelhaft. Kontakte über Kita oder Schule waren nicht möglich. Die Sprachkurse waren

ausgesetzt und die Familien zunehmend isoliert. Ein weiteres Hindernis ist die Sprachbarriere. Da der Zugang v.a. über persönlichen direkten Kontakt erfolgt, konnten diese Familien kaum erreicht werden und eine neue Kontaktaufnahme gestaltet sich sehr schwierig.

Diese Zielgruppe bleibt für die Familienbildung eine Herausforderung und es müssen neue Konzepte und Zugangswege gefunden werden.

## **2.2 Maßnahmen des Konzepts 2017**

Die Maßnahmenempfehlungen von 2017 werden auf ihre Umsetzung und Aktualität geprüft. In kursiv die Empfehlungen von 2017.

### **2.2.1 Verbesserung der Zugänge zu Familien – Internetplattform**

*Das Familienbildungsangebot ist sehr umfangreich und unübersichtlich. Eine Bündelung der Angebote für Eltern und Fachleute schafft Überblick und Synergieeffekte. Das Internet bietet einen leichten Zugang für breite Bevölkerungsgruppen. Durch die bessere Vernetzung und Bekanntmachung aller Veranstaltungen und dadurch bessere Auslastung profitieren auch die Anbieter.*

Um die vielfältigen Angebote zu bündeln und für Familien leicht zugänglich zu machen wurde die Internetplattform *FamilienLeben-Forchheim.de* gemeinsam mit dem Netzwerk Familienbildung konzipiert und ging im September 2017 an den Start. Die Plattform ist in drei Bereiche gegliedert. Es gibt eine Veranstaltungsseite, die von den Anbietern mit ihren Terminen selbst bestückt wird. Familienrelevante Termine (z.B. Basare, Feste) werden von FOKUS (Forchheimer Kultur Service) gespiegelt. Der Freizeitbereich wurde bewusst integriert, um mehr Besucher auf die Seite zu locken.

Unter Familienangeboten finden sich alle regelmäßigen Angebote, Beratungsstellen und Gruppen im Landkreis.

Unter Familienratgeber gibt es eine Zusammenstellung von Ratgebern, Online Broschüren, Websites, Links, Videos zu allen Themen rund um Familie, auch in verschiedenen Sprachen. Die Seiten können nach Themen oder Zielgruppen sortiert werden.

Familienangebote, Familienratgeber und News werden von der Koordinationsstelle gepflegt. Die Plattform wird über Postkarten und Plakate beworben, die bei allen Gemeinden, Kinderärzten, Bibliotheken, Klinikum Forchheim ausliegen. Weiterhin erhalten Eltern von Neugeborenen beim Abholen der Geburtsurkunde und Müllsäcke eine Karte. Zusätzlich wird bei Elternumfragen des Jugendamts geworben.

Trotz der verschiedenen Werbeformen ist die Plattform vielen Familien unbekannt.

### **2.2.2 Einrichtung von drei Familienstützpunkten –FSP**

*Familienstützpunkte sollen die Angebotslücken und offene Bedarfe schließen. Es sollen neue Zielgruppen durch niedrigschwellige Angebote erreicht werden. Um auf die regional unterschiedlichen Strukturen und Bedarfe einzugehen, muss bei der Planung der Stützpunkte differenziert werden in Stadt Forchheim und restlicher Landkreis*

Aufgrund der begrenzten Haushaltsmittel beschloss der Jugendhilfeausschuss die Errichtung von nur drei Familienstützpunkten nach einem Kriterienkatalog. Grundlage dafür sind die Ergebnisse der Sozialraumanalyse mit Belastungsindex, Einwohnerzahl,



Geburtenentwicklung und bestehenden Einrichtungen. Als Sozialräume wurden Forchheim, Ebermannstadt und Neunkirchen ausgewählt.

In den jeweiligen Kommunen wurde ein passender Träger gesucht und mit der Stadt/Markt eine Vereinbarung über die Sachkostenbeteiligung getroffen.

Die Zielgruppe und Angebote der FSP unterscheiden sich nach den Bedarfen vor Ort.

Die Familienstützpunkte haben sich in ihrem Einzugsgebiet sehr gut etabliert und können durch ihre unterschiedlichen Angebote bestehende Lücken füllen und neue Zielgruppen ansprechen. Durch die geringen Personal-Ressourcen sind nicht alle geplanten Angebote möglich. Detaillierter Informationen zu den einzelnen Stützpunkten finden sich im Kapitel 3.

### **2.2.3 Etablierung eines Netzwerkes Familienbildung**

*Bestehende Einrichtungen, die Familienbildung anbieten, sollen unterstützt werden um ihr Angebot aufrechtzuerhalten oder auszubauen. Einrichtungen sollten bestärkt werden neue Wege der Elternarbeit zu gehen. Ergebnisse der Umfragen und neue Zielgruppen sollen bei der Planung von Angeboten berücksichtigt werden. Mit den Akteuren der Familienbildung soll gemeinsam erarbeitet werden welche Formen der Zusammenarbeit für die Zukunft zielführend sind und in welcher Form die Koordinationsstelle Familienbildung im Jugendamt unterstützend tätig werden kann.*

Das Netzwerk Familienbildung war an der Erstellung des Konzepts durch zahlreiche Treffen und Workshops beteiligt. Regelmäßige jährliche Treffen mit einem Fachthema und zum Austausch waren geplant. Das erste Treffen seit zwei Jahren konnte jetzt im Oktober 2021 stattfinden. Der Austausch findet regelmäßig über einem Newsletter mit neuen Angebote und Aktuellem statt.

### **2.2.4 Familienbildung in Kitas**

*Der niedrighschwellige Zugang der Kitas soll genutzt werden um neue Zielgruppen zu erreichen. Alle Kitas als Zielgruppe sollen stärker in die Familienbildung eingebunden werden. Einrichtungen sollten bestärkt werden neue Wege der Elternarbeit zu gehen. Mit der dialogischen Grundhaltung „ Mit den Eltern gemeinsam auf Augenhöhe Ideen entwickeln“ können neue Zielgruppen erreicht werden. Hier muss mit den Kitas gemeinsam geplant werden, welche Formen geeignet sind und welche Unterstützung und Ressourcen sie dafür benötigen.*

Um Kitas über ihre Möglichkeiten und Chancen in der Familienbildung zu sensibilisieren wurde das Konzept der Familienbildung bei Kitaleitungskonferenzen vorgestellt. Einige Kitas sind auch Mitglieder des Familienbildungsnetzwerkes. Das Interesse und die Resonanz sind sehr unterschiedlich. Eine flächendeckende Einbindung der Kitas ist noch nicht gelungen. Gründe dafür sind v.a. fehlende personelle und zeitliche Ressourcen in den Kitas.

## 2.3 Neue Ziele 2021

### 2.3.1 Verbesserung der Zugänge zu Familien

Die Zugänge zu Familien sind sehr unterschiedlich. Neben dem persönlichen Kontakt werden Printmedien, Presse und Internet am meisten genutzt. Social Media wie Instagram und Facebook sind bisher wenig etabliert. Gründe dafür sind die schwierige Umsetzung in Behörden und Trägern (Datenschutz), das fehlende Know-how der Mitarbeiter\*innen und die zeitaufwendige Pflege. Social Media werden von vielen Bevölkerungsgruppen, auch den schwer erreichbaren genutzt und informieren aktiv über ihre Angebote. Durch Verlinkung entsteht ein sehr großes Verbreitungspotential. Dies sollte besser genutzt werden.

**Ziel:**

**Nutzung verschiedener medialer Kanäle um möglichst viele Familien zu erreichen.**

Um Familien persönlich anzusprechen, braucht es passende niedrighschwellige Gelegenheiten. Durch Corona sind diese Gelegenheiten, wie Feste, Freizeitangebote und offene Treffs weggefallen.

**Ziel:**

**Schaffung von niedrighschwelligem Kontaktmöglichkeiten und persönliche Kontaktaufnahme über alltagsnahe Orte, wie z.B. Kita.**

### 2.3.2 Plattform FamilienLeben-Forchheim.de bekannter machen

Die Plattform wird bereits breit über Postkarten beworben, die alle Eltern von Neugeborenen erhalten.

Viele Eltern nutzen das Internet bei Erziehungsfragen. *FamilienLeben-Forchheim.de* bietet eine Zusammenstellung seriöse und fachliche fundierte Ratgeber Portale, wie z.B. BAER (Bayerischer Elternratgeber), Klick-Safe (Medien)

**Ziel:**

**Weitere Werbestrategien entwickeln, um die Plattform bekannter zu machen.**

**Möglichst alle Anbieter dazu motivieren ihre Angebote einzustellen.**

**Bessere Bewerbung der Plattform als „Erziehungsratgeber“**

### 2.3.3 Neue Angebote und Formate entwickeln

- Familien sind in ihren Wünschen, Bedarfen und ihrem tatsächlichen Nutzungsverhalten sehr unterschiedlich.
- Die Elternbefragung hat bestätigt, dass die Themen, die die Anbieter aufgreifen genau die richtigen sind. Weiterentwickelt werden könnten Formate, Orte und Sprache der Angebote.
- Der Themenkomplex im Kleinkinderbereich ist gut bekannt und wird gut genutzt. Dies sollte beibehalten werden, da präventive Angebote mit Eltern und Kindern gemeinsam am wirkungsvollsten sind. Örtliche Eltern-Kind Gruppen werden oft von ehrenamtlich geleitet und haben wenig Kontinuität.
- Wegen des akuten Hebammenmangels gibt es zu wenig Angebote rund um das Thema Geburt.
- Wunschthemen, besonders von Eltern mit älteren Kindern sind: Umgang mit Medien, Themen rund um Schule, konkrete Erziehungsthemen in der Pubertät. Diese Themen

werden über verschiedene Formate: Kurse, einzelne Abende, Online abgedeckt. Neu ist hier der Fokus auf den Austausch der Eltern untereinander.

- Familien mit jüngeren Kindern wünschen sich vermehrt Angebote, die sie gemeinsam mit ihren Kindern nutzen können. Sie möchten neue Erfahrungen und Kenntnisse erwerben und die Angebote sollen Spaß machen.
- Familien wünschen sich persönlichen Kontakt und Austausch ohne ein vorher festgelegtes pädagogisches Thema.
- Themen, die in der Corona Zeit verstärkt dazugekommen sind: Sozialverhalten in der Gruppe, Ablösung von den Eltern, Unsicherheit in der Erziehung
- Zeit ist knapp und soll am besten mit der Familie verbracht werden
- Familien fühlen sich sehr belastet und wünschen sich Entlastung.
- Familien wünschen sich überwiegend Angebote im Freizeitbereich, die sie gemeinsam mit ihren Kindern nutzen können und die für die ganze Familie einen Mehrwert haben. Dies deckt sich mit den Erfahrungen der FSP.
- Verändert hat sich die gewünschte Zeit: alle Eltern, unabhängig vom Alter der Kinder wünschen sich überwiegend Samstag und am Nachmittag/ Abend.
- Familien nehmen sich selbst weniger in Problemkategorien war und wünschen sich daher auch weniger „ problemorientierte pädagogische“ Angebote.
- Online-Angebote bieten eine neue Perspektive, besonders für Vorträge und Elternkurse und erreichen neue Eltern. Vorteilhaft ist die räumliche Unabhängigkeit, Anonymität und fehlende Notwendigkeit der Kinderbetreuung. Zielgruppe von Online-Angeboten sind bildungsnahe Familien. Ungeeignet sind sie für praktische Eltern-Kind-Angebote.
- Väter wünschen sich mehr Angebote.

#### **Ziele:**

- **Flächendeckender wohnortnaher Ausbau von Eltern-Kind-Angeboten.**
- **Entwicklung von neuen Formaten, die sich an den Bedürfnissen der Eltern orientieren**
- **Zielgerichtetes Angebot von Online-Angeboten.**
- **Gemeinsame „Qualitätszeit“ in der Familie durch passende Angebote in einer Gruppe entwickeln.**
- **Förderung der Erziehungskompetenz im Kontext von freizeitorientierten Angeboten**
- **Väter als eigene Zielgruppe durch erlebnisorientierte Angebote erreichen.**
- **Offene Gruppen/Treffen als Kontakt und Austauschmöglichkeit schaffen.**
- **Schaffung von Strukturen, um Ehrenamtliche gut und kontinuierlich zu begleiten.**
- **Ausbau Angebote Schwangerschaft und Geburt.**

#### **2.3.4 Angebote für Familien ausbauen, die von sich aus keinen Zugang zu Familienbildung suchen**

Bildungsorientierte Familien finden ein großes und vielfältiges Angebot im Landkreis Forchheim, speziell in der Stadt Forchheim vor. Familien mit besonderen psychosozialen, materiellen und persönlichen Belastungen, sowie Familien mit Sprachhürden brauchen besondere Angebote und einen anderen Zugang. Es hat sich gezeigt, dass die persönliche Ansprache und Kennenlernen, am besten in der Muttersprache ein Türöffner sein kann. Die meisten Migrantenfamilien kennen keine Familienbildungsangebote aus ihrem

Herkunftsland. Diese Familien können nur über bestehende persönliche Kontakte erreicht werden und müssen oft regelrecht „an die Hand genommen werden“. Hier haben sich bereits bestehende Programme, wie z.B. Opstapje, ELTERNTALK als Zugang bewährt.

**Ziele:**

- **Zugang über Angebote nutzen, bei denen Eltern zu Hause besucht werden (Aufsuchende Angebote)**
- **Ausbau Elternbildungsprogramme, die bei den Familien zu Hause stattfinden (Opstapje, HIPPY)**
- **Muttersprachliches Personal als Sprachmittler\*innen nutzen**
- **Niedrigschwellige, wohnortnahe Angebote**

### **2.3.5 Kitas als alltagsnahe Orte der Familienbildung nutzen und stärken**

Gut die Hälfte der Kinder zwischen 1 und 3 Jahren besucht eine Kindertagesstätte, bei den über 3-Jährigen sind es fast 100%. Kitas sind wohnortnah und haben täglich Kontakt zu den Eltern. Für spezielle Elternangebote fehlen vielen Kitas die Ressourcen. Durch das knappe Personal und die zusätzlichen Aufgaben und Unsicherheiten in der Corona-Pandemie sind viele Kitas am Limit und haben keine Kapazitäten für neue Familienangebote. Elternarbeit fand wegen der Kontaktbeschränkungen kaum statt.

Wenn Familienbildung in Kitas funktionieren soll, brauchen Kitas ausreichende Personalressourcen und Unterstützung bei der Planung und Durchführung von Angeboten. Neue Methoden sollten ausprobiert werden: neben dem klassischen Elternabend (ein Angebot der EB), hin zu Aktionen für die ganze Familie. Familienbildung sollte ein Bestandteil des Konzepts jeder Kita sein.

**Ziele:**

- **Unterstützung der Kitas, um Familienbildungsangebote leisten zu können**
- **Bewusstmachung der Wichtigkeit von Familienbildung**
- **Bessere Vernetzung Kita - Familienbildung**

### **2.3.6 Angebote für Eltern mit Kindern mit einer Behinderung**

Bisherige Angebote der Lebenshilfe, Frühförderung und OBA (Offene Behinderten Arbeit) zielen in erster Linie auf eine pädagogische Förderung der Kinder und eine Entlastung der Eltern durch Kinderbetreuung ab. In klassischen Eltern-Kind-Gruppen finden sich Eltern aufgrund der besonderen Bedürfnisse ihrer Kinder oft nicht wieder. Eltern mit Kindern mit einer Behinderung brauchen im Sinn von Inklusion ein eigenes Format für Austausch.

**Ziel: Angebote für Familien mit Kindern mit einer Behinderung schaffen**

### **2.3.7 Weiterführung Netzwerk Familienbildung**

Das Netzwerk Familienbildung dient dem fachlichen Austausch und diskutiert kontinuierlich aktuelle Entwicklungen und neue Bedarfe. Die Koordinierungsstelle organisiert regelmäßige Austauschtreffen und informiert über einen Newsletter. Während der Corona-Pandemie wurden die Netzwerkpartner regelmäßig über die aktuellen Hygienerichtlinien informiert und Fragen zur Durchführung von Angeboten konnten geklärt werden. Wegen mangelnder

technischer Ausstattung konnte während der Pandemie kein Treffen digital stattfinden. Es finden Kooperationen mit anderen Netzwerken statt, wie z.B. KoKi, Gesundheitsregion plus. Bei den Austauschtreffen schätzen die Netzwerkpartner vor allem den Austausch auf der persönlichen und fachlichen Ebene.

#### Ziele:

- **Weiterführung des Netzwerk Familienbildung**
- **Nutzung von Synergieeffekten**

### 3 Familienstützpunkte

#### 3.1 Inhaltliche Merkmale

Alle drei Familienstützpunkte (FSP) wurden im Sommer 2017 installiert. Die ersten Angebote konnten Ende 2017 konzipiert werden. Es kristallisierte sich schnell heraus, dass die drei Familienstützpunkte sehr unterschiedlich in der Struktur und Akzeptanz der Besucher, der Angebote und Nutzung sind. Die FSP erreichen mit ihren Angeboten Familien, für die es bisher keine Angebote gab.

Der Landkreis hat mit jedem FSP eine Kooperationsvereinbarung erstellt, in dem die Aufgaben und Schwerpunkte beschrieben sind. Jeder FSP erhält einen Pauschalbetrag für die Personalkosten. Dieser wurde 2019 und 2021 erhöht, so dass eine Mindestarbeitszeit von 10 Stunden wöchentlich für die Stützpunktleistung derzeit gesichert ist. Mit den jeweiligen Gemeinden wurden Vereinbarungen über die Übernahme der Sachkosten getroffen. Bürokosten werden vom Träger übernommen.

Mit den Familienstützpunktleitungen und der Koordinationsstelle finden regelmäßige gemeinsame Besprechungen statt. Neue Projekte werden gemeinsam diskutiert und geplant, z. B. Neugeborenen-Besuche. Weiterhin gibt es kontinuierlichen Austausch unter den FSP und mit der Koordinationsstelle.

Durch digitale Möglichkeiten hat sich die Kooperation untereinander verbessert. So gibt jetzt eine gemeinsame **Facebookseite**, auf der alle FSP ihre digitalen Angebote gemeinsam bewerben.

Die Familienstützpunkte sind mit der KoKi vernetzt, nehmen an Arbeitskreisen teil und kooperieren bei Veranstaltungen.

#### 3.2 Verortung der Familienstützpunkte

Bei der Sozialraumanalyse 2017 wurden neun Sozialräume festgelegt und nach festgelegten Kriterien gewichtet. Aufgrund der knappen Haushaltsmittel wurde beschlossen, dass die Finanzierung über die staatliche Förderung und den Eigenanteil des Landkreises nur für die personelle Ausstattung von drei Familienstützpunkten ausreicht. Es wurden die drei Sozialräume mit der höchsten Punktzahl ausgewählt. Diese sind räumlich ziemlich gleichmäßig im Landkreis verteilt.

Der Sozialraum Gräfenberg ist weiterhin auf dem 4. Platz und weist ein hohes Belastungspotential auf. Hier wäre die Installierung eines weiteren FSP sinnvoll. Allerdings dürfte das nicht zu Lasten der anderen FSP in Bezug auf die Finanzierung gehen. Nicht abgedeckt werden die Sozialräume im nördlichen und östlichen Landkreis. Allerdings können Eltern aus diesen Gemeinden in ca. 15 min Autofahrt einen Familienstützpunkt erreichen.

Alle FSP sind in ihrer Gemeinde /Stadtteil mit Kitas und Akteuren der Familienbildung vernetzt.

Die Ausgestaltung der Angebote ist regional sehr unterschiedlich.

### 3.3 Familienstützpunkt Forchheim

Der Familienstützpunkt ist an dem Mehrgenerationenhaus im Stadtteil Forchheim-Nord angegliedert. Forchheim-Nord zählt als ein besonders belasteter Stadtteil. Der Schwerpunkt dieses FSP ist die Arbeit mit sozial benachteiligten Familien und Migranten.

Es werden verschiedene Veranstaltungen und Formate angeboten, die alle einen niedrigschwelligen Charakter haben. Gut angenommen werden Angebote zu Ernährung und Bewegung, die Eltern-Kind-Gruppe, Freizeitpädagogische Aktivitäten. Offene thematische Angebote, wie z.B. Leseclub auf arabisch, starten vielversprechend und wurden wegen mangelnder Teilnehmer wieder beendet. Eine regelmäßige Teilnahme an Gruppen ist selten, die Teilnehmerinnen wechseln oft.

Dieser FSP Forchheim muss am meisten um Besucher „werben“. Die Familien in diesem Stadtteil werden vor allem über persönliche Kontakte angesprochen, besonders über andere Projekte der Stützpunktleitung.

Die Kooperation mit dem Mehrgenerationenhaus, das auch viele Angebote für Migranten und Familien macht, ist bereichernd.

Um den Familienstützpunkt im Stadtteil bekannter zu machen, gab es 2018 beim Einschulungstag in der Sprengelgrundschule einen Info Stand. Beim örtlichen Ferienprogramm und „Mini Forchheim“ werden regelmäßig Kinderaktionen angeboten.

Um mehr Familien persönlich anzusprechen wurde 2019 das Projekt **Neugeborenen-Besuche** begonnen. Nachdem die Datenschutzproblematik gelöst werden konnte, kann die Stützpunktleitung regelmäßig alle Eltern mit Neugeborenen im Stadtteil anschreiben und ihren Besuch ankündigen. Die Eltern erhalten ein kleines Geschenk und Infomaterial über Angebote und den Familienstützpunkt. Für Forchheim wurde das „Forchheimer Elternbuch“ extra in leichter Sprache konzipiert. Die Besuche werden sehr positiv aufgenommen, oft entstehen Gespräche an der Tür und es zeigt sich, dass viele Eltern das Mehrgenerationenhaus oder den Familienstützpunkt nicht kennen, obwohl er nur wenige Straßen entfernt ist.

Ein weiteres niedrigschwelliges Angebot startete mit ELTERNTALK im Sommer 2019. Im Herbst wurden die ersten drei Moderatorinnen (deutsch, türkisch, syrisch) ausgebildet. Anfang 2020 starteten die ersten Talks, bevor im März 2020 mit dem Lockdown wieder alles zum Erliegen kam. Die Umstellung auf Online-Talks war im Herbst 2020 etwas schleppend, da nur eine Moderatorin die nötige technische Ausstattung hatte. 2021 wurde daher eine weitere Moderatorin ausgebildet und die Talks erfolgreich auf Online umgestellt. Damit wurden neue Zielgruppen, Eltern aus dem gesamten Landkreis erreicht. Es wird sich zeigen, ob durch ELTERNTALK neue Eltern weitere Angebote des FSP nutzen werden.

Die Umstellung auf Online für andere Angebote ist in Forchheim-Nord sehr schwierig. Viele Familien haben keine Erfahrungen und Hemmungen digitale Medien zu nutzen. Oft haben Familien auch nur Handys als einziges Endgerät. Allerdings konnten mit Online-Angeboten eine neue Zielgruppe, sogenannte bildungsnahe Familien, erreicht werden.

Die ursprüngliche Zielgruppe: Migranten und bildungsferne Familien werden durch die Angebote nur zum Teil erreicht, was sich durch Corona verstärkt hat. Auch persönliche Anschreiben, die Neugeborenen-Besuche und Werbung auf sozialen Medien erreichen diese Eltern für Angebote nicht. Diese Zielgruppe wird noch am ehesten durch frühkindliche präventive Projekte, wie z.B. Ostapje und Kids 3 angesprochen.

Um die Familien im Stadtteil besser zu erreichen, soll eine intensivere Kooperation mit den örtlichen Kitas angestrebt werden (Anmeldewoche, offenes Frühstück, Willkommensfest ...). Hier ist ein spezielles Konzept zu erarbeiten, wenn Corona wieder mehr Elternarbeit zulässt.

Gespräche und Beratung von Eltern finden vorwiegend im informellen Rahmen von „Tür- und Angelgesprächen“ statt. Themen sind Erziehung, Integration und Informationen zu Unterstützungsangeboten.

In der gesamten Stadt Forchheim gibt es ein großes Angebot an Eltern-Kind-Gruppen, pädagogischen Angeboten und Beratungen verschiedener Träger, das sehr gut von bildungsnahe Familien angenommen wird, aber die Zielgruppe des FSP kaum erreicht. Die größte Herausforderung wird bleiben, den FSP bekannt zu machen, mögliche Hemmschwellen für die Bewohner des Stadtteils abzubauen, passgenaue Angebote zu finden und Eltern für die Angebote zu begeistern.

### **3.4 Familienstützpunkt Ebermannstadt**

Der Familienstützpunkt in Ebermannstadt ist an das Mütterzentrum (Müze) angegliedert. Ursprünglich konnte der FSP Räume des Müze mitnutzen, musste wegen Brandschutzauflagen aus den Kellerräumen ziehen und bekam dann ein eigenes Büro im neu gestalteten Hasenbergzentrum. Wegen weiterer Umbauten musste das Müze in ein Gebäude in der Innenstadt in ca. 1 km Entfernung ziehen und ist so räumlich entfernt, was die Zusammenarbeit und Vernetzung erschwert.

In Ebermannstadt bietet das Mütterzentrum ein sehr breites Angebot an Eltern-Kind-Gruppen und offenen Eltern-Kind-Angeboten, das über die Stadt hinaus bekannt ist und gut genutzt wird. Eine weitere Zielgruppe des FSP sind daher Eltern mit älteren Kindern, Väter, Alleinerziehende.

Die neu konzipierten Angebote, wie offenen Frühstücksangebote für Väter und Alleinerziehende, wurden wenig genutzt und nicht mehr angeboten. Dagegen erreichen Kurse (Ernährung, Pubertät, Erziehung) und Vorträge auch Eltern, die bisher nicht ins Mütterzentrum kamen. Die neu aufgenommene Familienwanderung wurde gut angenommen. Der FSP beteiligt sich am örtlichen Festen, wie z.B. EBS spielt, Kinderbasaren. Seit 2019 werden auch hier alle Neugeborenen besucht und neben Infomaterial ein kleines Geschenk überreicht, mit sehr positiver Resonanz.

Eine zentrale Aufgabe ist die Vernetzung der vielfältigen Angebote vor Ort. Dazu wurde der Flyer „Eddie“ mit allen Akteuren und Veranstaltungen konzipiert, der auch online zu finden



ist. Eine weitere Werbeplattform ist ein WhatsApp- Broadcast über aktuelle Veranstaltungen.

Das Beratungsangebot kann durch die derzeitige Raumsituation nicht richtig genutzt werden. Beratung findet eher zwischen Tür und Angel im Rahmen von Angeboten statt, dafür muss die Leitung extra die Gruppen „besuchen“, was einen großen zeitlichen Aufwand darstellt.

Die Umstellung auf Online-Angebote hat erst im 2. Lockdown geklappt. In dieser Zeit gab es vermehrt Beratungsanfragen über Mail und WhatsApp. Es wurden verstärkt Outdoor-Veranstaltungen angeboten.

### **3.5 Familienstützpunkt Neunkirchen**

Der FSP Neunkirchen ist in Trägerschaft der Diakonie in Kooperation mit der Caritas und räumlich an der evangelischen Gemeinde angegliedert. Dort gibt es ein Büro und es können die Gemeinderäume genutzt werden.

Die Bevölkerungsstruktur von Neunkirchen und Umgebung ist geprägt von vielen jungen Familien mit geringer Sozialbelastung, die beruflich zugezogen sind und neue Sozialkontakte suchen. Bisher gab es in der Gemeinde keine offenen Angebote für junge Familien oder andere Einrichtungen.

Der FSP etablierte als erstes ein offenes Eltern-Kind-Cafe am Vormittag, das sich schnell großer Beliebtheit erfreute. Das Angebot wurde erweitert auf den Nachmittag. Das offene Beratungsangebot (mit und ohne Termin) wird in diesem FSP extrem intensiv genutzt und stößt an seine Kapazitätsgrenzen. Die Beratung wird so gut genutzt, da die Eltern die Leitung persönlich durch die Angebote kennen, eine positive Beziehung aufgebaut haben und dadurch die Hemmschwelle wegfällt. Die Beratung findet niedrigschwellig vor Ort statt, auch am Abend ab 20 Uhr, oder das kleine Kind kann mitgebracht werden. Es geht in der Beratung vorwiegend um Erziehungsfragen, für die Eltern keine extra Fachstelle aufsuchen möchten. Hier zeigt sich deutlich, dass auch „Mittelschichtsfamilien“ einen großen Bedarf an Beratung und Vernetzung haben. Bisher gab es kein Beratungsangebot vor Ort.

Weitere Angebote wie Kurse, Vorträge, Freizeitaktionen werden sehr gut angenommen und konnten immer stattfinden. Sehr beliebt ist das jährliche Spielefest.

Aufgrund der vielen Geburten im Einzugsgebiet können die Familien mit Neugeborenen nicht besucht werden. Die Eltern erhalten einen Willkommensbrief mit einer Einladung zum Eltern-Kind-Cafe und den Angeboten des FSP.

Im FSP Neunkirchen hat die Umstellung auf Online-Angebote gut funktioniert. Das Eltern-Kind-Cafe wurde während des Lockdowns in ein Zoom-Treffen (Pyjama Party) am Abend umgewandelt. Die Elternabende und Vorträge wurden von den Eltern in digitaler Form sehr gut genutzt. Ab Mitte Mai 2020 konnten die Treffen auf den Spielplatz verlegt werden, ab September dann in kleinen Gruppen wieder innen.

Die Beratung hat sich auf das Telefon verlagert. Auffällig ist hier der hohe Bedarf bei Problem- und Konfliktbewältigung, v.a. während des Lockdowns. Auch der beratende Spaziergang als neue Form wurde gut angenommen.

Der Familienstützpunkt könnte noch viel mehr Angebote machen, ist durch die Arbeitszeit der Leitung aber begrenzt.

### **3.6 Umstellung auf Online Angebote - Erfahrungen der FSP in der Pandemie**

Die Umstellung auf Online- Angebote klappte in den Familienstützpunkten sehr unterschiedlich. Die Vorteile der digitalen Möglichkeiten: keine Wege, keine notwendige Kinderbetreuung, konnten vor allem bildungsnahe Familien für sich nutzen. Die Erfahrung hat gezeigt, dass heikle Themen sogar besser als in Präsenz angenommen werden, da die Eltern anonym bleiben können.

Für bestehende Gruppen ist die Umstellung auf online nur dann sinnvoll, wenn die Beziehung der Teilnehmer\*innen untereinander schon gut war. Neue Kontakte werden eher nicht geknüpft.

Eine gute digitale Ausstattung, das nötige Knowhow und Sprachkenntnisse sind Grundvoraussetzungen für die Nutzung digitaler Angebote. Dies ist bei allen bildungsfernen und Migranten Familien nicht gegeben.

Alle Familien, die eher „an die Hand genommen werden müssen“, gehen verloren.

## **4 Konkretisierung und Umsetzung**

### **4.1 Maßnahmenplan - Planungsschritte**

Die Ziele, Bedarfe und Maßnahmenempfehlungen, die im Konzept 2016 beschrieben wurden, können rückwirkend als richtig bewertet werden und sind weiter aktuell. Aus den Ergebnissen der Umfragen haben sich noch folgende weitere Bedarfe entwickelt.

#### **4.1.1 Öffentlichkeitsarbeit**

Die Zugänge zu Familien sollen verbessert und das Angebot an Familienbildung soll bekannter gemacht werden.

Dafür sollen unterschiedliche mediale Kanäle genutzt werden. Neben Printmedien sollen auch Medien, wie Facebook, Instagram bedient werden. Für eine gute Öffentlichkeitsarbeit sind ausreichend Personalkapazitäten vorzuhalten.

Die Plattform FamilienLeben-Forchheim.de soll bekannter werden. Hier müssen neue Werbestrategien entwickelt werden.

Kinderärzte als Vertrauenspersonen sollen mehr eingebunden werden.

Um alle Zielgruppen zu erreichen, müssen niedrighschwelligen Kontaktmöglichkeiten geschaffen werden. Dafür können alltagsnahe Ort, wie z.B. Kitas genutzt werden. Es braucht genügend Personal für eine persönliche Kontaktaufnahme.

#### **4.1.2 Neue Angebote und Formate entwickeln**

Bedürfnisse, Erwartungen und Interessen verändern sich je nach Lebenslage, Familienphase und Milieu. Klassische Formate, wie Eltern-Kind-Gruppen, Vorträge, Kurse sind für einen Teil der Familien weiterhin passend. Sie sollten jedoch durch folgende Aspekte ergänzt und erweitert werden:

#### ***4.1.2.1 Gemeinsame „Qualitätszeit“ in der Familie***

Zeitmangel ist ein großes Thema in vielen Familien. Gemeinsame Zeit ist wenig und wertvoll und viele Eltern fühlen sich gestresst und unter hohem Druck (Doppelbelastung, hohe eigene Erwartungen, Leistungsdruck, Lockdown mit Homeschooling). Es fehlt Eltern an gemeinsamer Zeit mit ihren Kindern und folglich auch an Zeit um Angebote der Familienbildung wahrzunehmen. Familienbildungsangebote sollen daher Qualitätszeit für die ganze Familie bieten: Eltern möchten die wenige freie Zeit mit ihren Kindern gemeinsam verbringen, am liebsten bei einer Freizeitaktivität, die allen Spaß macht. Diese Qualitätszeit entlastet Eltern, fördert die Interaktion in der Familie und entspannt so das Familienleben. Weiterhin haben Eltern die Möglichkeit Kontakt zu anderen Familien zu knüpfen und sich auszutauschen.

Diese Angebote brauchen einen leichten Zugang und einen spannenden, nicht defizitären oder pädagogischen Titel. Durch die pädagogische Begleitung und Anleitung können in informellen Gesprächen aktuelle Themen der Eltern aufgegriffen werden und so ihre Erziehungskompetenz gestärkt werden.

#### ***4.1.2.2 Nutzung von Kitas als Türöffner***

Kitas sollen ermutigt werden sich mehr für Familienbildung zu öffnen und dies als eine Form der Elternarbeit zu konzipieren. Gemeinsam soll erarbeitet werden, welche Formen von Familienbildungsangeboten für sie passend sind und welche Unterstützung sie dafür benötigen. Als bereits erprobte Beispiele sind Familienfrühstück und Familienwanderungen zu nennen.

#### ***4.1.2.3 Kontakt und Austauschmöglichkeiten schaffen***

Eltern wünschen sich niedrigschwellige Kontakte und Austauschmöglichkeiten mit anderen Eltern. Diese sollten wohnortnah sein. Hier ist ein Ausbau im Landkreis notwendig. Das kann durch offene Treffs an verschiedenen Orten, z.B. Spielplätzen, sein oder durch ELTERN TALK, als niedrigschwelliges Gesprächsangebot.

#### ***4.1.2.4 Väter als eigene Zielgruppe***

Väter wünschen sich mehr Partnerschaftlichkeit in der Familie (Väterreport 2021 des Bundesfamilienministeriums) und brauchen eigene Angebote, die sie mit ihren Kindern gemeinsam wahrnehmen können. Hier sind die passende Zeit (Wochenende) und eine erlebnisorientierte Ausrichtung wichtig.

#### ***4.1.2.5 Online-Angebote weiterbehalten***

Online-Angebote bieten viele Vorteile und haben sich für Vorträge und Kurse für bildungsnahe Familien bewährt. Es können ohne großen Organisationsaufwand und Kosten des Veranstalters viele Eltern erreicht werden. Dies soll als ein Angebot beibehalten werden.

#### ***4.1.2.6 Passende Rahmenbedingungen schaffen***

Familien können und wollen sich nicht langfristig für ein Angebot entscheiden. Offene Angebote zu besuchen sollte spontan möglich sein, eine Anmeldung sollte einfach konzipiert sein. Dies wird allerdings erst wieder nach der Pandemie möglich sein.

Bei Kursen sollte die Dauer überschaubar sein, lieber kürzer mit der Option zu verlängern. Bei Angeboten für Eltern mit älteren Kindern, z.B. Pubertätskurse, sind einzelne Themenabende besser als ein ganzer Kurs.

Angebote für Eltern sind mit einer guten Kinderbetreuung erfolgreicher. Der Vormittag ist nur für Eltern in Elternzeit eine passende Zeit.

Familienbildung sollte an einem angenehmen und attraktiven Ort stattfinden.

#### **4.1.2.7 Familienberatungsangebote vor Ort ausbauen**

Die meisten Träger von Familienbildung und Beratungsstellen finden sich in der Stadt Forchheim. Es sollten wohnortnahe Angebote von Beratungsstellen im Landkreis vorgehalten werden. Gerade für Familienberatung zeigt sich im südlichen Landkreis ein hoher Bedarf.

#### **4.1.2.8 Angebote für werdende und junge Eltern verbessern**

Durch den massiven Hebammenmangel im Landkreis gibt es zu wenig spezifische Gruppenangebote für junge Eltern nach der Geburt. Gerade junge Eltern sind oft verunsichert, haben viele Fragen und möchten sich austauschen. Für diese Gruppe müssten mehr Angebote geschaffen werden. Hebammen sind wichtige Vertrauenspersonen für junge Eltern in der Anfangsphase als neue Familie.

Die Verbesserung der Hebammensituation ist eine wichtige gesundheitspolitische Aufgabe im Landkreis Forchheim, die von den zuständigen Gremien aufgegriffen werden muss.

#### **4.1.2.9 Angebote für Eltern mit Kindern mit einer Behinderung Kindern ausbauen**

Die bisherigen Angebote der Lebenshilfe, der Frühförderung und der OBA zielen in erster Linie auf eine Förderung der Kinder unter Einbindung der Eltern ab, oder dienen der Entlastung der Eltern durch Kinderbetreuung. Es gibt inklusive Angebote des KJR mit der OBA im Rahmen von Kinderfreizeiten. Inklusion im Sinn von Eltern mit behinderten Kleinkindern besuchen reguläre Eltern-Kind Angebote, findet kaum statt. Als Grund wird genannt, dass Eltern sehr vorsichtig sind und ihre Kinder nicht überfordern wollen. Zudem haben sie schon viele Termine durch Therapien. Eltern wünschen sich neben Entlastung, auch Austauschmöglichkeiten mit Eltern in ähnlicher Situation. Wichtig ist auch die Situation der Geschwisterkinder im Blick zu behalten und deren Bedürfnisse in das Angebot zu integrieren. Um ein passendes Angebot zu etablieren, müsste die Zusammenarbeit der Familienbildung mit den Fachleuten der Behindertenarbeit verbessert werden und gemeinsam neue Konzepte entwickelt werden.

#### **4.1.2.10 Angebote für Familien mit Migrationshintergrund ausbauen**

Familien mit Migrationshintergrund sind eine sehr heterogene Gruppe, die sich durch ihren Bildungsstatus stark unterscheiden. Generell kann gesagt werden, dass bildungsferne, traditionell geprägte Familien eher schwerer zu erreichen sind. Familienbildung ist in den Herkunftskulturen unbekannt und wird eher als privates Thema gesehen. Eine Ausnahme ist das Thema Bildung im Vor/Schulbereich.

Enger Wohnraum, viele Kinder zu Hause, kaum Möglichkeiten für Homeschooling, Wegfall der Sprachkurse und Kontaktmöglichkeiten prägten für diese Familien die Pandemie. Schon vorher mussten vorhandene Angebote für Flüchtlinge wegen fehlender Finanzierung beendet werden (AWO Eltern-Kind-Gruppen für Flüchtlinge) oder wegen Wegfall der Ehrenamtlichen (Gruppe des Dt. Kinderschutzbund). Die Helferinnen der Flüchtlingsberatung können aus Zeitmangel keine aufsuchende Arbeit in den Unterkünften mehr leisten.

Um Migranten zu erreichen braucht es Mittler\*innen, am besten muttersprachlich, die durch einen engen persönlichen Kontakt die Familien ansprechen können. Bewährt hat sich die Kontaktabahnung durch bestehende Bildungsprogramme, wie Opstapje und Hippy, und die

muttersprachlichen Moderatorinnen von ELTERN TALK. Dieser Zugangsweg sollte ausgebaut werden. Weiterhin ist die Rekrutierung und Begleitung von (muttersprachlichen) Ehrenamtlichen für eine aufsuchende Arbeit notwendig.

#### **4.1.2.11 Angebote für belastete Familien ausbauen**

Wie unter 2.2.4. beschrieben, braucht es für belastete Familien spezielle Angebotsformen. Diese Familien brauchen Unterstützung bei drängenden Alltagsthemen (Anträge, Finanzen, Wohnen, Kinderbetreuung). Angebote sollen wohnortnah, kostenfrei, handlungsorientiert, und am besten mit Kinderbetreuung sein. Der Zugang erfolgt auch hier über persönlichen Kontakt, Weiterempfehlung und aufsuchende Familienbildungsprogramme.

#### **4.1.3 Familienstützpunkte**

Die drei Familienstützpunkte bestätigen den Bedarf und erfüllen wichtige Aufgaben. Um eine kontinuierliche Arbeit zu gewährleisten ist eine feste finanzielle Ausstattung notwendig. So sollte sich der Zuschuss des Landkreises nach den tatsächlichen Personalkosten richten. Ein Ausbau des Stundenkontingents ist wünschenswert.

Die Inhalte und Konzepte der FSP werden stetig weiterentwickelt. Die FSP haben bereits viele Bedarfe aus 4.1.2. in ihren Konzeptionen verankert.

#### **4.1.4 Umsetzungsstufen – was sind die nächsten konkreten Schritte**

##### **4.1.4.1 Kooperation mit Kitas**

Mit den Kitas und der Fachstelle Kitaberatung soll ein Konzept über Möglichkeiten der Familienbildung erarbeitet werden.

##### **4.1.4.2 Familienstützpunkte**

Die gute Vernetzung der Familienstützpunkte untereinander und im Sozialraum soll fortgeführt werden. Zusätzlich ist eine ständige konzeptionelle Aktualisierung notwendig, die von der Kooperationsstelle begleitet wird. Diese wird sich an den Maßnahmenempfehlungen ausrichten.

##### **4.1.4.3 Netzwerk Familienbildung**

Das Netzwerk Familienbildung ist die Grundlage für ein passgenaues Familienbildungsangebot. Diskussion über neue Bedarfe, Formate und Entwicklungen sind kontinuierlich notwendig.

##### **4.1.4.4 Öffentlichkeitsarbeit**

Neben den bisherigen Werbepattformen müssen neue Strategien der Öffentlichkeitsarbeit entwickelt werden.

##### **4.1.4.5 Kooperation mit anderen Akteuren**

Um Familienbildungsthemen, die von anderen Stellen bereits bearbeitet werden, im Blick zu behalten, sind Kooperationen notwendig, z.B. Gesundheitsregion, Bildungsbüro.

#### **4.1.4.6 Familienbildung als Sprachrohr für Familien präsent machen**

Um die Wichtigkeit und Wertigkeit von Familienbildung zu verdeutlichen, ist es wichtig die Bedürfnisse von Familien in Gremien mit Entscheidungsbefugnissen zu benennen. Gerade in der Pandemie hat sich gezeigt, dass Familien sehr stark belastet waren und Unterstützung brauchen. Familienbildung kostet Geld und daran sollte nicht gespart werden.

## **4.2 Weitere Handlungsansätze**

### **4.2.1 Familienbildung im Jugendamt**

Die Koordinationsstelle Familienbildung bleibt im Jugendamt als eigener Bereich mit 10 Wochenstunden angesiedelt. Die enge Kooperation mit der Jugendhilfeplanung und Koki wird weitergeführt. Durch den geringen Stundenumfang können die vielfältigen Aufgaben (Pflege der Plattform FamilienLeben-Forchheim.de, Netzwerkarbeit, Koordinierung der FSP, Kooperation mit anderen Stellen ...) nicht qualitativ gut bearbeitet werden. Für neue Projekte fehlen Ressourcen.

### **4.2.2 Maßnahmen zur Qualitätssicherung**

Die Teilnahme an Fortbildungen und Fachtagungen rund um Familienbildung, der Austausch mit dem Netzwerk Familienbildung und anderen Kooperationspartnern dienen der Qualitätssicherung. Familienbildung ist ein fester Bestandteil der Jugendhilfeplanung, an deren Treffen die Koordinatorin teilnimmt.

### **4.2.3 Planungen für die Fortschreibung des Familienbildungskonzept**

Der Bedarfsplan Familienbildung wird alle 4 Jahre nach den Vorgaben der Förderrichtlinie fortgeschrieben.

Landratsamt Forchheim  
Amt für Jugend, Familie, Senioren  
Familienbildung  
Am Streckerplatz 3  
91301 Forchheim

Telefon: 09191 / 862361  
E-Mail: [jutta.strom-haensch@lra-fo.de](mailto:jutta.strom-haensch@lra-fo.de)  
Internet: [www.lra-fo.de](http://www.lra-fo.de)  
[www.familienleben-forchheim.de](http://www.familienleben-forchheim.de)

Stand: November 2021