

Wertebildung in Familien online

Eine Machbarkeitsstudie untersucht den Nutzen sozialer Netzwerke

ANNEGRET ERBES, HERIBERT ROLLIK, JAQUELINE KOEPPEN

Dr. Annegret Erbes ist beim Generalsekretariat des Deutschen Roten Kreuzes e. V. für das Projekt »Wertebildung in Familien« zuständig.
www.drk.de

Heribert Rollik ist stellvertretender Teamleiter Kinder-, Jugend- und Familienhilfe im Generalsekretariat des Deutschen Roten Kreuzes e. V.
www.drk.de

Jaqueline Koeppen arbeitet in der Medienagentur Famefact in Berlin.
www.famefact.com

Das träger- und weltanschauungsübergreifende Projekt »Wertebildung in Familien« entwickelt seit vier Jahren zahlreiche Angebote einer wertesesensibilisierenden Bildungsarbeit mit Familien. Eine Studie soll nun zeigen, wie diese Themen auch in soziale Medien eingeführt werden können.

Im Projekt »Wertebildung in Familien«, gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und in Trägerschaft des Deutschen Roten Kreuzes, steht die Sensibilisierung von Familien, Eltern und Großeltern für das Thema Wertetransmission in Familien im Mittelpunkt. Von 2008 bis 2013 wurden in den bundesweit verteilten Projektstandorten von Einrichtungen der Familienbildung verschiedene Angebote einer explizit wertesesensibilisierenden Bildungsarbeit mit Familien entwickelt: Angesprochen wurden Familien unterschiedlichster Weltanschauungen und Herkünfte.

Um auch andere pädagogische Fachkräfte unterschiedlicher Arbeitsfelder für die Thematik zu sensibilisieren und zu qualifizieren, wurden zahlreiche Fortbildungen von den Projektpraktikern in den Standorten entwickelt und erfolgreich durchgeführt. Gezielte, auch internationale Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung, überregionale Aktionen, Kooperationen mit Hochschulen und Ausbildungsstätten zukünftiger PädagogInnen sowie zahlreiche Fach- und Publikumsveranstaltungen bilden weitere wichtige Profilelemente des Projekts »Wertebildung in Familien«. Die nachhaltige Sicherung der Projektergebnisse erfolgt an den Projektstandorten, indem die Beschäftigung mit der Wertethematik verstetigt wird und bewährte Angebote fortgeführt werden. Weiterhin wurden die zentralen Produkte und Ergebnisse des Projekts auf der Website des Vorhabens veröffentlicht und stehen

dort zum kostenlosen Download bereit (www.wertebildunginfamilien.de):

- das pädagogische Fachbuch »Werte und Wertebildung in Familien, Bildungsinstitutionen, Kooperationen. Beiträge aus Theorie und Praxis«
- die Studie zur Bedeutung von Werten für die Kooperation der Bildungspartner Eltern, Kindertagesstätten, Schule und Familienbildung (durchgeführt von der Universität Passau)
- die Sammlung der im Projekt entwickelten Angebote wertesesensibilisierender Familienbildung (Angebotsmanual)
- die nach der Pilotphase entwickelte Arbeitshilfe zu den Grundlagen einer wertesesensibilisierenden pädagogischen Praxis.

Die Kooperation mit den Projektstandorten endete im Juni 2013 und wurde in einer Bilanzveranstaltung im Rahmen des Weltspieltags auf dem Alexanderplatz in Berlin gemeinsam gefeiert. Im Mittelpunkt dieser Aktion stand die Präsentation ausgewählter Angebote durch die Projektstandorte.

Die Arbeit geht weiter

Die Wertethematik ist noch keineswegs erschöpft und die Produkte des Projekts sind noch nicht allen infrage kommenden Ansprechpartnern bekannt. Es stellte sich daher die Frage, welche neuen Zugangswege und Kanäle entsprechend genutzt werden könnten. ■

Aufgrund ihrer starken Verbreitung und den niedrigschwelligen Zugängen könnten soziale Netzwerke eine Antwort auf diese Frage sein. In der bisherigen Projektlaufzeit wurden die Möglichkeiten von Social Media zur Sensibilisierung von Eltern und Fachleuten sowie für die Verbreitung von Produkten des Projekts noch nicht erschöpfend eingesetzt. Da die Nutzerzahlen der sozialen Medien kontinuierlich steigen, erhöhen sich auch die Potentiale, welche diese Medien Verbänden für die Kommunikation bieten. Als das nutzerstärkste Medium im Social Media Kosmos bietet insbesondere Facebook die Möglichkeit, einen breiten Querschnitt der Bevölkerung anzusprechen. Derzeit hat Facebook in Deutschland etwa 28 Millionen Mitglieder.

Zu klären ist daher, ob es möglich und aussichtsreich ist, via Facebook folgende Ziele zu erreichen:

- Eltern, Großeltern und Fachleute pädagogischer Handlungsfelder anzusprechen und für die Wertethematik zu sensibilisieren, die bislang noch nicht erreicht werden konnten
- dialogische Prozesse und Feedbacks mit Eltern und Fachleuten anzuregen
- Die Produkte und Botschaften des Projekts »Wertebildung in Familien« noch weiter in die Fläche zu bringen.

Neue Formen für bewährte Inhalte

Die Potenziale sozialer Medien für das Projekt »Wertebildung in Familien«, aber auch Risiken und Grenzen, werden derzeit im Rahmen einer Machbarkeitsstudie ausgelotet. Facebook wird in diesem Rahmen als exemplarische Plattform genutzt. Den Schwerpunkt der Machbarkeitsstudie bildet eine Kombination von virtuellen Aktivitäten, die auf ihre Eignung zur Erreichung der Projektziele erprobt und begleitend ausgewertet werden, parallel werden die Netzaktivitäten durch Veranstaltungen begleitet, die jedoch nicht den Schwerpunkt dieses Beitrags bilden.

Es geht also weiterhin um werthesensibilisierende Fragestellungen und Themen, die nun zusätzlich zu den bislang erprobten Kanälen via Social Media in eine dem Medium angemessene Form übersetzt werden müssen, wobei die

Wie das Projekt begann



Quelle: Annegret Erbes, Charlotte Giese, Heribert Rollik: Weiter für Werte sensibilisieren. Das bundesweite Projekt »Wertebildung in Familien« wird fortgesetzt. In: Blätter der Wohlfahrtspflege 3/2011. Seite 109 f.

»Ziel eines Projekts des Deutschen Roten Kreuzes ist die Stärkung von Wertorientierungen in Familien angesichts einer von wachsender Heterogenität und Komplexität geprägten Gesellschaft. Im Vordergrund steht die Entwicklung von Strategien, die es Kindern ermöglichen, sich an Werte zu binden. Hierzu zählen vor allem Prozesse, die Eltern, Erzieherinnen und Erzieher darin unterstützen, ihre eigenen Werthaltungen zu reflektieren.«

Möglichkeiten von Social Media offensiv genutzt werden sollen. Da dies nur mit professioneller Unterstützung zu leisten ist, wird das Projekt Wertebildung in Familien im Rahmen der Machbarkeitsstudie von der Agentur Famefact unterstützt.

Allgemein geht es bei Facebook darum, durch aktivierende Text- und Bild-Postings auf der Facebook-Pinnwand den Austausch innerhalb einer Community anzuregen. Das Medium Facebook verlangt dabei vor allem eine prägnante, relevante und authentische Ansprache der Nutzer. Der große Vorteil von Social Media liegt darin, dass die Zielgruppe direkt angesprochen werden kann, um mit ihr in einen unmittelbaren Dialog zu treten.

Die wesentlichen Bausteine der Facebook Präsenz von Wertebildung in Familien (<https://www.facebook.com/WertebildunginFamilien>) sind regelmäßige, thematisch relevante Beiträge sowie eine Kampagne. In beiden Bereichen besteht die Herausforderung darin, die sehr komplexe Thematik Werte, Wertebildung und Wertetransmission in Familien stilistisch und inhaltlich dem Medium und den Usern dieses Mediums angemessen zu übersetzen – also das Thema Werte sozusagen ohne Niveauverlust in eine leichtere Sprache zu transferieren. Dabei geht es, dies zeigen die Erfahrungen in der Praxisphase des Projekts, nicht darum, dass der Wertebegriff möglichst oft platziert wird, denn dies wirkt vielfach eher abschreckend als anziehend. Welche anderen Möglichkeiten bleiben also und wie können Eltern,

Großeltern und Fachleute gleichermaßen erreicht werden?

Schwerpunktmäßig soll der Alltagsbezug des Wertethemas für jeden Menschen und insbesondere für das Zusammenleben in Familien und die Erziehung von Kindern gezeigt werden. Daher stehen nicht traditionelle Pflicht- und Akzeptanzwerte (Ordnung, Pünktlichkeit, Höflichkeit etc.) im Zentrum, sondern Werte wie Verantwortung, Toleranz, Partizipation, Rücksicht, Authentizität und Mut.

Offene Fragen bevorzugt

Um die Vielfalt der Wertethematik sowie ihre Reichweite in den Alltag eines jeden Menschen, egal ob Kind oder Erwachsener, Eltern oder Großeltern aufzufächern, werden die Postings thematisch sehr breit angelegt. Offene Fragen eignen sich hierzu hervorragend, so werden die User beispielsweise gefragt, warum sie sich für Kinder entschieden haben, welche Aktivitäten dem eigenen Nachwuchs Spaß machen und was sie dadurch lernen, wie sie damit umgehen, wenn Kinder Angst haben oder wie Beteiligungsprozesse in ihren Familien aussehen, etwa bei einer Anschaffung. Via Facebook besteht für die User auch die Möglichkeit, einander zu kommentieren, Anregungen aufzunehmen und von einander zu lernen.

Es darf aber natürlich auch zwischendurch abstrakt und direkt nach Werten gefragt werden – zum Beispiel mit der Frage, welche Werte die Eltern ihren Kindern gerne mitgeben möch-

ten – hier wurden beispielsweise Toleranz, Ehrlichkeit, Vertrauen/Selbstvertrauen und Achtsamkeit genannt. Dass die User und Zielgruppen via Facebook direkt angesprochen und zum Dialog eingeladen werden, ermöglicht auch, zielgruppenadäquat auf Produkte des Projekts oder passende Angebote aufmerksam zu machen. So konnten beispielsweise Kursangebote für Eltern und Großeltern kommuniziert werden oder auch Angebote wertebesensibilisierender Arbeit, die insbesondere für die Fachleute unter den Usern von Interesse sind. »Wer von Euch hat im Beruf mit Eltern zu tun. Wer arbeitet zum Beispiel in der Familienbildung, in KiTa oder Schule?« lautete ein Post, der sich speziell an pädagogisches Fachpersonal unter den Usern richtete – und der das breite berufliche Spektrum innerhalb der Leserschaft des Facebook-Auftritts

Medien spezifische Zugangs- und Aktivierungsmöglichkeiten gezeigt werden.

Vorrangig verfolgt eine solche Kampagne den Zweck, durch zusätzliche Berührungspunkte die Reichweite und den Bekanntheitsgrad eines Projekts zu steigern. »Kennst du einen tollen Menschen? Erzähl uns von ihm!« – lautet das Motto der Kampagne, die gleichermaßen den Austausch zum Thema Werte im Alltag fördern und User dazu motivieren soll, einen Menschen, den sie besonders schätzen, im Rahmen der Kampagne zu würdigen. Die Nutzer haben die Möglichkeit, über eine Facebook-Applikation ein Foto eines von ihnen geschätzten Menschen, ihres »Wertebotschafters« hochzuladen und auszuwählen, für welchen Wert diese Person steht. Weiterhin können sie kurz beschreiben, warum diese Person ein wichtiger Mensch in ihrem Leben ist.

»Durch soziale Medien kann mit der Zielgruppe in einen unmittelbaren Dialog getreten werden«

von Wertebildung in Familien zutage brachte. Die Antwortenden wurden anschließend auf möglichst zum jeweiligen Beruf passende Beispiele wertebesensibilisierender pädagogischer Arbeit aus dem Angebotsmanual des Projekts hingewiesen – dies ist ein Beispiel dafür, wie die Produkte des Projekts in die Fläche gebracht und dialogische Prozesse inszeniert werden können.

Auch Sinnsprüche oder Comics kommen zum Einsatz – auf diese Weise entsteht eine breite Palette von alltagsbezogenen Zugängen rund um die Themen Familie, Zusammenleben, Erziehung, Wertebildung und Ergebnisse und Produkte des Projekts Wertebildung in Familien.

Will man ein Zwischenfazit ziehen, so fällt dies positiv aus, wie die Resonanzen der stetig wachsenden Zahl der User zeigen.

Netzkampagne Wertebotschafter

Am Beispiel der begleitenden Netzkampagne Wertebotschafter auf der Facebook-Seite von »Wertebildung in Familien« können weitere, für soziale

Auch im Rahmen der Kampagne wird die Bedeutung von Werten für den Alltag und ihr direkter Lebensweltbezug verdeutlicht und eine persönliche Auseinandersetzung mit der Wertethematik angeregt, indem Menschen in den Mittelpunkt gestellt werden, die es verdienen, von anderen gewürdigt zu werden.

Fazit

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wird zu prüfen sein, wie die Facebook-Projektpräsenz angenommen wird und ob sie eine sinnvolle neue Säule im Sinne der Projektziele darstellt. Darüber hinaus lassen sich aus den Ergebnissen Hinweise ableiten, ob und inwieweit Soziale Medien im Allgemeinen für die Familienbildung nutzbar gemacht werden können.

Parallel zur Durchführung der Machbarkeitsstudie wird die Projekt-Website weiterhin mit vertiefenden und projektbezogenen Informationen und Beiträgen gepflegt, aktuell gehalten und hält Produkte sowie Ergebnisse des Projekts bereit. ■



Beschäftigung innovativ gestalten

Wertschöpfung –
Wertschätzung – Wettbewerb
Bericht über den 8. Kongress
der Sozialwirtschaft vom
13. und 14. Juni 2013
in Magdeburg

Herausgegeben von der
Bundesarbeitsgemeinschaft
der Freien Wohlfahrtspflege
2014, 273 S., brosch., 49,- €
ISBN 978-3-8487-0678-5
(Edition Sozialwirtschaft,
Bd. 37)

Auf dem 8. Kongress der Sozialwirtschaft, der im Juni 2013 in Magdeburg stattfand, beleuchteten Experten aus Wissenschaft und Praxis die Rahmenbedingungen für Arbeitsmarkt und Beschäftigung, ihre Konsequenzen für die strategische Ausrichtung und wie sich Sozialunternehmen strategisch und operativ darauf vorbereiten können.

Dabei wurden, neben der vertiefenden Betrachtung in sieben verschiedenen Foren, auch Best-Practice-Beispiele vorgestellt und ihre Übertragbarkeit auf andere Organisationen, Unternehmen und Verbände mit den Teilnehmern diskutiert.

www.nomos-shop.de/21440



Nomos

Alle Preise inkl. MwSt.