

Familien digital erreichen – Entwicklungspotenziale kommunaler Familienseiten

Impulse und Hintergrundwissen für die kommunale Familienpolitik –
eine Handreichung der Geschäftsstelle des Deutschen Vereins

Autorin: Dr. Alexandra Krause



Deutscher Verein
für öffentliche
und private Fürsorge e.V.

Deutscher Verein für öffentliche
und private Fürsorge e.V. –
seit über 130 Jahren das Forum
des Sozialen

Der Deutsche Verein für öffent-
liche und private Fürsorge e.V.
ist das gemeinsame Forum von
Kommunen und Wohlfahrts-
organisationen sowie ihrer Ein-
richtungen, der Bundesländer,
der privatgewerblichen Anbieter
sozialer Dienste und von den Ver-
tretern der Wissenschaft für alle
Bereiche der Sozialen Arbeit, der
Sozialpolitik und des Sozialrechts.
Er begleitet und gestaltet durch
seine Expertise und Erfahrung die
Entwicklungen, u.a. der Kinder-,
Jugend- und Familienpolitik, der
Sozial- und Altenhilfe, der Grund-
sicherungssysteme, der Pflege und
Rehabilitation. Der Deutsche Ver-
ein wird gefördert aus Mitteln des
Bundesministeriums für Familie,
Senioren, Frauen und Jugend.

Diese Veröffentlichung wurde
zusätzlich aus Mitteln der Stiftung
Deutscher Verein für öffentliche
und private Fürsorge gefördert.

Impressum

Herausgeber:

Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge e.V.
Michaelkirchstr. 17/18
10179 Berlin
info@deutscher-verein.de
www.deutscher-verein.de

V.i.S.d.P.:

Michael Löher, Vorstand

Veröffentlicht mit Förderung durch das Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ)





Gestaltung:

active elements GmbH
Heinrich-Nordhoff-Ring 5, 30826 Garbsen

Bildnachweise:

©WavebreakmediaMicro/fotolia.com
(Bildnr. 106009801)

Inhaltsübersicht

	DIE HANDREICHUNG IM ÜBERBLICK	4
	An wen richtet sich die Handreichung?	5
	Zielsetzungen	5
	Kapitelübersicht	6
	Empirische Grundlage	7
	KAPITEL 1: ANSÄTZE FÜR DIE KOMMUNALE PRAXIS	8
	1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?	10
	Familienseiten im Netz – Entstehungshintergrund	10
	Ausblick auf das Kapitel	12
	1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken	13
	Familienseiten weiterentwickeln – Bedarf ist da	13
	Rahmenbedingungen für die Umsetzung günstig	14
	1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt	16
	Informationsseiten im Portfolio der digitalen Angebote	16
	Funktionsspektrum kommunaler Familienseiten	20
	1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen	24
	Multikanalität weiterentwickeln	26
	Adressat/innenbezug stärken	28
	Usability und Accessibility im Webdesign beachten	31
	Bedarfe von Familien ermitteln: für Qualität unverzichtbar	32
	Elternbildung digital – Online-Plattformen für Eltern und Familienbildner/innen	34
	Mobile Apps für Familien: wofür sinnvoll entwickelt?	36
	1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?	39
	Digitale Kommunikation mit Fachkräften der Einrichtungen	40
	Digitale Kommunikation mit der Verwaltung	40
	Datenschutz und Datensicherheit	42
	Online-Beratung: zeitlich und räumlich flexibel, bei Bedarf anonym	46
	1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine	53
	KAPITEL 2: PRAKTISCHES HINTERGRUNDWISSEN	56
	2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag	58
	Zahlen und Fakten	58
	Praxisimpulse	63
	Tipps zum Weiterlesen	65
	2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung	68
	Zahlen und Fakten	68
	Praxisimpulse	72
	Tipps zum Weiterlesen	74
	2.3 Mobiles Arbeiten 4.0	76
	Zahlen und Fakten	76
	Praxisimpulse	78
	Tipps zum Weiterlesen	79
	AUSBLICK	82



DIE HANDREICHUNG IM ÜBERBLICK

An wen richtet sich die Handreichung?	5
Zielsetzungen	5
Kapitelübersicht	6
Empirische Grundlage	7



Die Handreichung im Überblick

An wen richtet sich die Handreichung?

Im Fokus steht die Frage, wie die kommunale Praxis der Familienarbeit und Familienpolitik die Veränderungen des Familienlebens durch digitale Medien aufgreifen kann: Welche digitalen Informations- und Kommunikationsangebote werden die Zielgruppe der Familien auch in Zukunft erreichen? Außerdem gibt die Handreichung einen Überblick über den Wandel des Familienalltags durch digitale Medien und andere digitale Technologien.

Der Deutsche Verein möchte mit der Veröffentlichung Fach- und Führungskräfte unterstützen, die auf der kommunalen Ebene mit Familien arbeiten oder Angebote für Familien entwickeln. Er richtet sich damit aber auch an Expert/innen aus Wissenschaft und Praxis, die sich mit den Chancen und Risiken digitaler Medien für die Familienpolitik und Familienarbeit befassen.

Zielsetzungen

Schwerpunkt kommunaler Familienpolitik ist die Bereitstellung und Weiterentwicklung einer Infrastruktur, die Familien in ihrem Lebensalltag unterstützt.¹ Alltagsnähe und Kommunikation sind dabei wichtige Säulen der Niedrigschwelligkeit, die kommunale Angebote für Familien auszeichnet. Anlaufstellen vor Ort, z.B. Familienbüros oder Familienzentren, aber auch die Familienenseiten der Kommunen im Netz leisten einen wichtigen Beitrag dafür, Familien den Zugang zur Angebotslandschaft vor Ort zu verschaffen.

Die Mediatisierung der Alltagskommunikation durch mobile digitale Medien, der zunehmende Einsatz von Fachsoftware in der Arbeit der Fachkräfte und die wachsende Bedeutung digitaler Medien in der internen und externen Kommunikation von Verwaltungen und freien Trägern haben viele Parameter der Arbeit mit und Unterstützung von Familien verändert. Unstrittig ist, dass auch Angebote für Familien zeitgemäß weiterentwickelt werden sollten, um mit diesem Wandel Schritt zu halten. Auf der Hand liegt aber auch, dass wir von einer digitalen Familieninfrastruktur noch weit entfernt sind – einschließlich einer Antwort auf die immer wieder kontrovers diskutierte Frage, wie weit diese Digitalisierung reichen sollte und welches Verhältnis von persönlichem und digitalem Kontakt zwischen Kommunalverwaltungen, Fachkräften der Angebotsträger und den Familien selbst für die Zukunft wünschenswert ist.

Vor diesem Hintergrund sehen viele Fach- und Führungskräfte, die mit Familien arbeiten oder Angebote für Familien entwickeln, Handlungsbedarf für das digitale Informationsangebot ihrer Kommune. Sie wünschen sich eine bessere Nutzung durch die Zielgruppe, deren Informationsbe-

¹ Vgl. Jordan, Erwin/Hensen, Gregor (2006): *Kommunale Familienpolitik*, in: Schmidt, Nora (Hrsg.): *Handbuch kommunale Familienpolitik*. Berlin: Deutscher Verein. Reihe Hand- und Arbeitsbücher, Band 14, S. 60ff.

Die Handreichung im Überblick



darf zweifellos hoch ist. Die vorliegende Handreichung möchte dafür geeignete Impulse setzen. Viele Akteur/innen, die bereits Familienseiten oder -portale initiiert haben, teilen die Erfahrung, dass die Umsetzung schnell die verfügbaren Personalressourcen, die digitalen Kompetenzen der beteiligten Fachkräfte und die für eine gute Umsetzung nötigen Kooperationen überfordern kann. Es handelt sich um eine Aufgabe, die zunehmend nicht mehr einfach „on top“ zu erledigen ist. Die erfolgreiche Umsetzung steht und fällt dann mit einer guten Funktionalität und Qualität des Informationsangebots. Aufgegriffen wird auch die Frage nach geeigneten Kommunikationskanälen und -formaten und die Frage, wie Datenschutz und Datensicherheit beim Gebrauch sozialer Medien verbessert werden können.

Ziel der Handreichung ist aber auch, Leser/innen einen umfassenderen Überblick darüber zu geben, wie Prozesse der Mediatisierung und Digitalisierung das Alltagsleben von Familien mittel- und langfristig verändern werden: Information und Kommunikation sind ein wichtiger, aber eben auch nur einer der Bausteine, auf die sich die Familienpolitik mit geeigneten Ansätzen beziehen sollte.

Kapitelübersicht

Kommunale
Ansätze

Nützliches
Wissen

Ausblick

Das erste Kapitel befasst sich mit den Familienseiten bzw. -portalen von Kommunen. Anschließend an eine Bestandsaufnahme setzt es sich mit drei wichtigen Kriterien für eine erfolgreiche Umsetzung auseinander: eine gute Funktionalität, der konsequente Adressat/innenbezug und die Niedrigschwelligkeit. Thema sind auch veränderte Kommunikationsbedarfe in Familien und ihre Umsetzung in ein geeignetes Angebot (digitale Elternbildung, mobile Apps und Online-Beratung). Schließlich werden bewährte Bausteine kommunaler Familienseiten oder -portale vorgestellt, die erfahrene Praktiker/innen zur Nachahmung empfehlen.

Das zweite Kapitel beleuchtet drei Aspekte des digitalen Familienalltags: (1) die digitale Informationssuche und Kommunikation, (2) die Alltagsorganisation über digitale Technologien und (3) mobiles Arbeiten 4.0. Für alle drei Themen liefert es Zahlen und Fakten, entwickelt Praxisimpulse und stellt weiterführende Quellen vor.

Das dritte Kapitel gibt Impulse für den weiteren Fachdiskurs. Im Zuge der Arbeit an dieser Handreichung wurden einige Handlungsbedarfe deutlich, die über den Fokus der Handreichung hinausgehen. Das letzte Kapitel stellt sie als Anregung für die weitere fachliche und fachpolitische Befassung zusammen. Aktuell fehlt empirische Evidenz darüber, wie Familien kommunale Informations- und Kommunikationsangebote nutzen und welche Stolpersteine und Erfolgsfaktoren beeinflussen, wie gerne sie „ihre“ Familienseiten aufsuchen, noch weitgehend. Dies gilt auch für belastbare, d.h. auf andere Kommunen übertragbare Erkenntnisse kommunaler Modellprojekte. Dieser Bedarf wird am Schluss noch einmal aufgegriffen.

Empirische Grundlage

Die familienpolitische Ausrichtung einer Stadt oder eines Landkreises, ihre digitale Strategie und überörtliche Förderprogramme beeinflussen die Realisierung und Institutionalisierung von Angeboten für Familien. Angebote wie das Webportal einer Stadtverwaltung oder das Familienportal eines Landkreises unterliegen also ebenfalls starken Pfadabhängigkeiten und bedingen die Vielfalt der Angebote, die bereits bei kurzer Suche im Netz deutlich wird. Das erste Kapitel dieser Handreichung stützt sich auf fast 40 leitfadengestützte telefonische Interviews, die mit Akteur/innen der kommunalen Praxis geführt wurden. Die befragten Expert/innen haben unterschiedliche digitale Angebote für Familien erprobt und kennen die damit verbundenen Stolpersteine ebenso wie die Erfolgskriterien einer gelingenden Umsetzung. Die Auswahl der Interviewpartner/innen sollte die kommunale Praxis insofern möglichst breit erfassen.

Ergänzend wurden Gespräche und Interviews mit Expert/innen unterschiedlicher Fachrichtungen geführt, ausgewählte Familienportale miteinander verglichen und Studien verschiedener Fachdisziplinen ausgewertet. Die Geschäftsstelle des Deutschen Vereins dankt allen Gesprächspartner/innen herzlich für ihre Bereitschaft, Zeit in dieses Projekt zu investieren und ihre Erfahrungen und Expertise auch anderen Akteur/innen der kommunalen Praxis zugänglich zu machen.



KAPITEL 1: ANSÄTZE FÜR DIE KOMMUNALE PRAXIS

1.1 Familien im virtuellen Rathaus?!	10
Familienseiten im Netz – Entstehungshintergrund	10
Ausblick auf das Kapitel	12
1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken	13
Familienseiten weiterentwickeln – Bedarf ist da	13
Rahmenbedingungen für die Umsetzung günstig	14
1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt	16
Informationsseiten im Portfolio der digitalen Angebote	16
Funktionsspektrum kommunaler Familienseiten	20
1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen	24
Multikanalität weiterentwickeln	26
Adressat/innenbezug stärken	28
Usability und Accessibility im Webdesign beachten	31
Bedarfe von Familien ermitteln: für Qualität unverzichtbar	32



Elternbildung digital – Online-Plattformen für Eltern und Familienbildner/innen	34
Mobile Apps für Familien: wofür sinnvoll entwickelt?	36
1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?	39
Digitale Kommunikation mit Fachkräften der Einrichtungen	40
Digitale Kommunikation mit der Verwaltung	40
Datenschutz und Datensicherheit	42
Online-Beratung: zeitlich und räumlich flexibel, bei Bedarf anonym	46
1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine	53

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



1.1 Familien im Virtuellen Rathaus!?

Eltern haben einen großen Informationsbedarf – und das nicht nur in den ersten Lebensjahren der Kinder.² Stadt- und Kreisverwaltungen, die Einrichtungen der öffentlichen und freien Träger, z.B. Kitas, Familienzentren oder Familienbildungsstätten: Sie alle leisten mit ihren Homepages, Familienseiten oder Familienportalen heute auch digital einen unverzichtbaren Beitrag für die Information von Familien.

Viele dieser Webseiten oder Portale bestehen inzwischen seit mehr als zehn Jahren. Die Pflege solcher Webauftritte ist ein lernender, dynamischer Prozess. Im Laufe der Jahre hat sich in Deutschland daher eine vielfältige Angebotslandschaft entwickelt. Dennoch sehen viele Akteur/innen der kommunalen Praxis ihr Angebot unter Druck: durch den rasanten Wandel der digitalen Angebote kommerzieller Anbieter für Familien, veränderte Nutzungsgewohnheiten, das Gefühl, damit nicht wirklich Schritt halten zu können und Familien heute viel mehr als „nur“ gute Informationen bieten zu müssen. Fach- und Führungskräfte der öffentlichen und freien Seite äußern vielerorts den Bedarf, sich stärker mit der (Weiter)Entwicklung kommunaler Familienseiten oder sogar eigener mobiler Apps für Familien auseinanderzusetzen.

Im Jahr 2016 hat die Geschäftsstelle des Deutschen Vereins über leitfadengestützte Telefoninterviews fast 40 Akteur/innen der kommunalen Familienarbeit und Familienpolitik und weitere Expert/innen darüber befragt, wie sie Familien digital erreichen, welche Empfehlungen sie anderen Akteur/innen aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen geben können und welche Handlungsbedarfe sie für die Zukunft sehen. Die aufbereiteten Ergebnisse werden in diesem Kapitel dargestellt.

Familienseiten im Netz – Entstehungshintergrund

Seit Beginn der 2000er-Jahre haben Kommunen im Zuge der Verwaltungsmodernisierung damit begonnen, Bürgerzentren oder Bürger(service)büros einzurichten, um die kommunalen Verwaltungsleistungen bürgernäher anzubieten. Für diese Anlaufstellen wurden Online-Portale geschaffen, die inzwischen immer häufiger auch über zentrale Leistungen für Familien informieren und Anträge online bereitstellen.

Kommunale Webportale werden gegenwärtig weiter ausgebaut, und zwar unter der Maßgabe, sich perspektivisch zu einem „virtuellen Rathaus“ zu entwickeln. Bereits Anfang der 2000er-Jahre wurden dabei Zielkonflikte zwischen den Prioritäten der für die Umsetzung des Gesamtprozesses Verantwortlichen und den aus Sicht der Fachdienste wichtigen Erfolgskriterien deutlich. Aufgrund

2 Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland (2015): Was Eltern wollen. Informations- und Unterstützungswünsche zu Bildung und Erziehung, Düsseldorf.

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

ihrer Arbeit mit den Adressat/innen im sozialen Nahraum hatte für die Fachkräfte die Kundenorientierung als Maßstab für die Entwicklung guter kommunaler Informationsangebote eindeutig oberste Priorität.³ Inzwischen haben sich die Ziele der Lebenslagenorientierung, Bürgernähe und Barrierefreiheit als Kriterien für die Modernisierung und Digitalisierung der Verwaltung zumindest theoretisch weiter etabliert; die Praxis sieht häufig noch anders aus. Die Erfahrung derjenigen, die direkt mit den Familien arbeiten, zeigt nach wie vor: Die Seiten der Verwaltung sind für viele Eltern schwer zu verstehen, Informationen und Anträge nur schwer zu finden.

„Familienseiten“ im eigentlichen Sinne sind zwar auch in den 2000er-Jahren geschaffen worden, diese Dynamik hat zumeist aber andere Hintergründe. Zu der Zeit haben die ersten Kommunen Bündnisse für Familie gegründet. Mit der Förderung durch das BMFSFJ und den ESF wurden seit 2004 dann bundesweit immer mehr Lokale Bündnisse für Familie ins Leben gerufen. Als Teil der Öffentlichkeitsarbeit für ein neues Bündnis wurde zu Anfang häufig und wird heute regelmäßig auch eine eigene Homepage aufgelegt, um die Initiativen des Bündnisses im Netz bekannt zu machen.

Einige Jahre später wurden, in der Fläche vor allem durch entsprechende Landesförderung initiiert, vielerorts kommunale Familienbüros gegründet. Ziel war einerseits, Familien Informationen gebündelt aus einer Hand weiterzugeben. Andererseits sollten die Familienbüros insbesondere die Vermittlung von Kindertagesbetreuung und die Qualifizierung der Fachkräfte vor Ort koordinieren. Ein starkes weiteres Motiv für den Aufbau eigener Familien(service)büros war das Bedürfnis, Familien eine Anlaufstelle zu bieten, die ihnen unabhängig vom Jugendamt mit Informationen und Rat zur Seite steht. Auch die Familienbüros haben in der Regel eine eigene Homepage. Schließlich haben auch Auditierungen, mit denen die Familienfreundlichkeit einer Stadt oder eines Landkreises gesteigert werden soll, das Potenzial eines eigenen digitalen Angebots für Familien im Blick und geben entsprechende Impulse.

Mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit für die Aktivitäten des Bündnisses richten sich die Webauftritte der Lokalen Bündnisse für Familie durchaus auch an Familien; häufig sind die Inhalte allerdings eher für die Zielgruppe potenzieller Bündnispartner/innen aufbereitet und als Informationsangebot für Familien wenig geeignet. Bündnisse stellen dieses enge Profil ihrer Webauftritte zunehmend selbst infrage.

Die umfassende Evaluation der Familienbüros in Nordrhein-Westfalen hat gezeigt, dass lokale Anlaufstellen eine wichtige strategische Bedeutung für die kommunale Familienpolitik haben. Sie bündeln Informationen, lotsen Familien zu passgenauen Angeboten und erfüllen viele weitere Funktionen.⁴ Das Online-Angebot kann eine sinnvolle Ergänzung ihrer Arbeit sein. Die zuletzt im Rahmen der Netzwerke Frühe Hilfen und von Landesprogrammen zur Förderung der Familienbildung aufgebauten Webauftritte

³ PSEPHOS-Institut für Wahlforschung und Sozialwissenschaft/MMB Michel Medienforschung und Beratung (2000): *Virtuelles Rathaus – Neue Gestaltungsaufgaben für die politische Führung*, Forschungsprojekt im Auftrag der Bertelsmann Stiftung, Gütersloh.

⁴ Vgl. Engelbert, Angelika/Gaffron, Vanessa/Linde, Katrin (2016): *Familienbüros in Nordrhein-Westfalen – Verbreitung, Aufgaben und Erfolgsbedingungen*, Bochum: ZEFIR-Forschungsbericht Band 10.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



lernen aus den Erfahrungen der kommunalen Praxis, und es wird sich zeigen, wie gut sie nicht nur von Fachkräften, sondern auch von Eltern selbst angenommen werden – für Prognosen ist es noch zu früh.

Ausblick auf das Kapitel

Eine eigene Rubrik auf der Seite der Stadt- oder Kreisverwaltung und manchmal auch ein E-Mail-Newsletter für Familien gehören heute vielerorts zum regelmäßigen Informationsangebot für Familien dazu. Hinzu kommen die Homepages und Newsletter der Einrichtungen und Einrichtungsträger. Wenn sie die Nutzungspraxis bilanzieren, sehen allerdings auch Kommunen mit einem gut aufgestellten digitalen Informationsangebot noch Handlungsbedarf: a) zu wenige Familien kennen die kommunalen Familienseiten und nehmen sie als geeignete Informationsquelle wahr; b) häufig wird das kommunale Webangebot eher von Fachkräften, die mit Familien arbeiten, als von Familien selbst genutzt; c) Eltern, die erreicht werden, sind deutschsprachig und überwiegend bildungsnah – auf diesem Wege werden also längst noch nicht alle Familien erreicht. Was Familien stattdessen nutzen, sind zahlreiche Informationsangebote im Netz, die sich an Familien richten, um so für kommerzielle Produkte oder Hersteller zu werben. Seien es Foren, mobile Apps zum Spielen oder Ratgeberseiten: Die Angebote erfreuen sich hoher Nachfrage.

Abbildung 1.1 Inhalte dieses Kapitels im Überblick

Kapitel 1.2 Argumentationshilfe für Familienseiten

Kapitel 1.3 Bestandsaufnahme und Funktionsanalyse

Kapitel 1.4 Adressat/innen und Niedrigschwelligkeit im Blick

Kapitel 1.5 Sinnvolle Kommunikationsangebote für Familien

Kapitel 1.6 Bewährte Bausteine kommunaler Familienseiten

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Was können Leser/innen von diesem Kapitel erwarten? Als Argumentationshilfe für die Initiierung und Weiterentwicklung kommunaler Familienseiten stellt Kapitel 1.2 eine Reihe von Argumenten zusammen. Digitale Informationsangebote stehen und fallen mit einer guten Funktionalität und Qualität. Was beide Kriterien aus Sicht der Expert/innen der kommunalen Praxis, Wohlfahrts- und Fachverbände beinhalten sollten und welche Praxistipps für die Umsetzung zweckdienlich sind, thematisieren Kapitel 1.3 und Kapitel 1.4. Mit der mobilen Kommunikation hat der Diskurs über den Wandel unserer Kommunikationsgewohnheiten und damit auch der Erwartungen von Eltern an ihre Kommunikation mit öffentlichen und freien Angebotsträgern und Ämtern noch einmal an Tempo gewonnen. Kapitel 1.5 ist eigens der Frage gewidmet, wie Familien kommunizieren wollen und was das für die Angebotsträger heißt. Abschließend gibt Kapitel 1.6 einen Überblick über bewährte Bausteine von Familienseiten und Familienportalen, die Expert/innen der kommunalen Praxis zur Nachahmung empfehlen.

1.2 Online-Präsenz als Familienpolitischen Baustein stärken

Familienseiten weiterentwickeln – Bedarf ist da

Wie ist die Bedarfslage aus der Perspektive der Nutzer/innen kommunaler Seiten? Allgemein halten Bürger/innen das digitale Informations- und Serviceangebot der Verwaltung in Deutschland für ausbaufähig. Im Jahr 2016 waren in Deutschland gut 60 % der Internetnutzer/innen, die das digitale Informationsangebot ihrer Kommune kannten, damit auch zufrieden – fast 40 % der Befragten hätten sich also ein besseres Angebot gewünscht. Aus Sicht der Nutzer/innen waren die Vollständigkeit, Aktualität und Auffindbarkeit der Informationen gleichermaßen verbesserungsbedürftig.⁵ Deutlich war zudem die Diskrepanz zwischen der aktuellen und der gewünschten Nutzung behördlicher Online-Angebote.⁶

Elternbefragungen weisen darauf hin, dass auch beim Angebot für die Zielgruppe der Familien noch viel Spielraum für Verbesserungen besteht. Im Jahr 2014 waren Eltern von Schulkindern, die eine allgemeinbildende Schule besuchten, bundesweit nach ihren Informations- und Unterstützungsbedarfen zu den Themen Bildung und Erziehung befragt worden. Wie die Ergebnisse zeigen, hat die bessere Erreichbarkeit des Akteurs Schule, und zwar im persönlichen Gespräch, in dieser Lebensphase

5 Vgl. ipima/Initiative D21 (2016): eGovernment Monitor 2016. Nutzung und Akzeptanz digitaler Verwaltungsangebote – Deutschland, Österreich und Schweiz im Vergleich, Berlin, S. 10. Genauer waren 32 % äußerst zufrieden, 30 % etwas zufrieden mit dem digitalen Angebot ihrer Kommune. Die Zahlen beziehen sich auf die Internetnutzer/innen in der deutschen Wohnbevölkerung, die mindestens 18 Jahre alt sind und das Internet privat nutzen. Durchgeführt wurde eine Online-Befragung. Die Dimension „vollständige Information“ erreichte 55 %, die „Aktualität“ 56 % und die „Auffindbarkeit“ 56 % Zufriedenheit.

6 Ebd., S. 12f. Informationen über Zuständigkeiten und kommunale Angebote wurden bereits von jeweils knapp 60 % der Internetnutzer/innen online abgerufen, während drei Viertel die Absicht dazu äußerten.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



der Kinder für Eltern oberste Priorität. Deutlich wurde in der Befragung auch, dass lediglich 14 % der befragten Eltern Suchmaschinen oder Foren nutzten, um die gesuchten Informationen zu finden, obwohl etwa 30 % durchaus davon ausgingen, auf spezifischen Internetseiten gute Ratschläge für ihre Anliegen bekommen zu können.⁷

Im Rahmen des nordrhein-westfälischen Modellprogramms „Kein Kind zurücklassen“ (KeKiz) wurden Eltern 11-jähriger Kinder danach befragt, wie sie von Angeboten für Familien in ihrer Stadt oder ihrem Landkreis erfahren hätten. Lediglich 13 % gaben an, die Information über die zuständigen Ämter vor Ort erhalten zu haben. 49 % kannten diese Ämter zwar, hatten aber kein Interesse daran, deren Informationsangebot auch zu nutzen. Grundsätzlich wurde das Internet von den Befragten bereits genauso häufig genutzt wie andere Informationsquellen, z.B. Elternratgeber und -zeitschriften oder Elternbegleitbücher bzw. Elternbriefe.⁸

Diese Studienergebnisse bestätigen die Erfahrungsberichte aus der kommunalen Praxis, auf denen die vorliegende Handreichung beruht. Eltern bewegen sich häufig im Netz, um Informationen und Rat zu suchen. Sie googeln Informationen, benötigen eigentlich aber eine bessere Orientierung, um geeignete Informationen und Angebote auszuwählen. Die Familienseiten der örtlichen Verwaltungen und freien Träger bieten bereits eine Vielzahl wertvoller Informationen und Tipps, spielen für Eltern aktuell aber kaum eine Rolle. Grundsätzlich immer im Blick behalten sollte man dabei, dass Eltern für einige Themen und Fragen primär auf den persönlichen Austausch mit Ärzt/innen, Erzieher/innen, Lehrer/innen und anderen Fachkräften setzen und nicht auf das Internet.

Rahmenbedingungen für die Umsetzung günstig

Als die ersten Lokalen Bündnisse für Familie und parallel dazu Familienportale initiiert wurden, war es, so die Erfahrungen der beteiligten Akteur/innen, häufig sinnvoll, dass der Impulsgeber von außen kam. Ein neues Projekt ist immer aufwendig, die Erfolgswirkungen gerade innovativer Netzwerke sind noch recht offen, und die Arbeit der Kommunalverwaltungen ist ohnehin eng getaktet. Anders war es, wenn die Kommune, häufig (Groß)Städte mit höherer Kapazität für die Umsetzung, als Standortfaktor eine umfassende familienpolitische Gesamtstrategie entwickelt und als Baustein auch von Beginn an gut sichtbare Familienseiten im Netz geplant hatte – das Projekt Familienseiten also schon früh Anliegen des Oberbürgermeisters bzw. der Oberbürgermeisterin war. Häufig war dagegen viel

⁷ Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Vodafone Stiftung Deutschland (2015): Was Eltern wollen. Informations- und Unterstützungswünsche zu Bildung und Erziehung, Düsseldorf.

⁸ Vgl. Bertelsmann-Stiftung (2016): Kein Kind zurücklassen! Kommunen in NRW beugen vor – Die Wirkungsweise kommunaler Prävention: Zusammenfassender Ergebnisbericht der wissenschaftlichen Begleitforschung, Gütersloh, S. 47. Diese Elternbefragung wurde ebenfalls im Jahr 2014 durchgeführt. Für die zitierten Statistiken wurden Eltern 11-jähriger Kinder ausgewählt, um die Vergleichbarkeit der Informationsbedarfe sicherzustellen. Als wichtigste „Informationsquelle“ nannten die Eltern Verwandte oder Freunde (90 %) gefolgt von Kinderärzt/innen (89 %), Lehrer/innen in der Schule (85 %), anderen Eltern in der Schule und Informationsveranstaltungen in der Schule (jeweils 77 %).

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

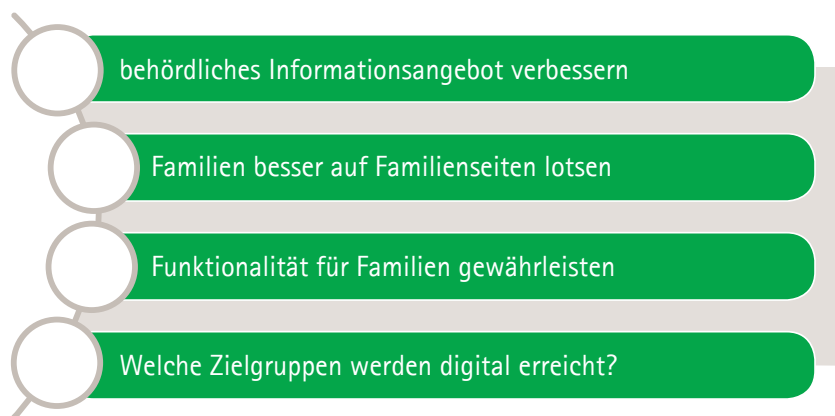
1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

ehrenamtliches Engagement nötig, und erst nachdem sich die Familienseiten bewährt hatten, übernahm dann die Stadt oder der Landkreis die Zuständigkeit für die Pflege und Weiterentwicklung.

Heute sind die Rahmenbedingungen vergleichsweise günstig: Die digitale Informationssuche ist in allen gesellschaftlichen Bereichen voll etabliert. Deutschlandweit ist die Umsetzungsdynamik digitaler Angebote in der Verwaltung hoch. Und der Ausbau der Informationsbereitstellung ist dabei aktuell sogar wichtigster Schwerpunkt.⁹ Aber auch im Rahmen standortpolitischer Strategien sind die digitalen Kanäle für die Öffentlichkeitsarbeit in den letzten Jahren weiter im Aufwind gewesen. Die neuen Nutzungsgewohnheiten der digitalen Medien in der Bevölkerung werden ernst genommen, Kommunen entwickeln immer stärker eigene Social-Media-Strategien. Insgesamt ist das Webportal die beste Adresse, um sich Unternehmen und Bürger/innen als digital aktive Verwaltung und Region zu präsentieren. Akteur/innen der Familienarbeit und Familienpolitik können von einer digital aktiven Verwaltung profitieren, um auch die Familienseiten im Netz voranzubringen.

Abbildung 1.2 Kommunale Familienseiten weiterentwickeln: allgemeine Anforderungen



⁹ Vgl. Wegweiser GmbH Berlin/Hertie School of Governance im Auftrag des Bundesministeriums des Inneren (2016): Zukunftspanel Staat & Verwaltung 2016, S. 10; siehe auch KGSt (2014): Was bedeutet das E-Government-Gesetz des Bundes für die kommunale Praxis? KGSt-Materialien 2/2014, Köln.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

Wovon hängt der Erfolg einer Webseite oder eines Webportals maßgeblich ab? Aus Sicht der für diese Handreichung befragten Expert/innen gehört eine gute Funktionalität zu den grundlegenden Erfolgsfaktoren und sollte bereits im Konzept mit klar definierten Funktionen berücksichtigt werden. Die große Herausforderung liegt darin, diese Funktionen sinnvoll zu beschränken. Funktionen, die unverzichtbar sind, gehören ganz oben auf die Liste. Engagierte Akteur/innen, die den Aufbau oder Relaunch eines Familienportals initiieren, neigen zum gegenteiligen Vorgehen. Um ihren Familien ein umfassendes, innovatives und bedarfsgerechtes Angebot machen zu können, konzentrieren sie sich häufig auf „On-Top“-Leistungen, die möglichst aktuelle Nutzungstrends aufgreifen. Diese sind ohne Zweifel wünschenswert, die wichtigste Herausforderung liegt zunächst aber darin, die Basisfunktionen des Webauftritts auch dauerhaft gut umzusetzen.

Auf allen föderalen Ebenen bieten verschiedene Institutionen – die zuständigen Ministerien, freie Träger und Vereine – Online-Informationssseiten für Familien an. Hinzu kommen viele weitere Angebote für Familien im Netz. Für die Bestandsaufnahme und Funktionsanalyse ist ein Vorgehen in zwei Schritten geeignet:

- Im ersten Schritt ist es hilfreich, die Rolle von Informationsportalen im Spektrum der Angebote zu verorten, die Familien bereits unterstützen. Ziel ist, die Bandbreite, aber auch die Grenzen der Funktionen zu bestimmen, die kommunale Familienseiten in diesem Spektrum erfüllen können.
- Im zweiten Schritt können dann die Funktionen der eigenen Seite festgelegt werden. Auch für die Weiterentwicklung bereits bestehender Familienseiten, z.B. bei Gelegenheit eines Relaunchs, sind beide Schritte sinnvoll, um die Aktualität und Passgenauigkeit der Seiten weiterhin sicherzustellen.

Informationssseiten im Portfolio der digitalen Angebote

Die Bedürfnisse von Familien in unterschiedlichen Familienphasen und Lebenslagen haben sich in weiten Teilen nicht grundlegend geändert. Familien nehmen das Internet aber zunehmend als Medium zur Erfüllung ohnehin bestehender Bedürfnisse wahr. Sie erwarten heute u.a. zeitliche Entlastung durch Online-Angebote, mehr Zeitsouveränität durch schnelle digitale Zugänge zu Angeboten und zeitgemäße Formate für die Ausgestaltung der Angebote im Netz.¹⁰ Zu den wichtigsten allgemeinen Herausforderungen des Familienlebens zählen die Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben, finanzielle Sorgen und alle Fragen rund um Bildung und Erziehung. Für diese drei Themen gibt Abbildung 1.3 einen Überblick über Unterstützungsangebote, die Bund, Länder und Kommunen in Kooperation mit den freien Trägern anbieten. Die Angebote sind den drei Säulen der Familienpolitik Geld, Zeit und Infrastruktur zugeordnet worden. Digitale Angebote werden extra ausgewiesen.

¹⁰ Vgl. Krause, Alexandra/von Kalben, Isa (2015): *Um die Ecke und als App – Welche digitalen Angebote brauchen Eltern? Expertise*, Berlin: Deutscher Verein.

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Abbildung 1.3: Digitale Angebote im Unterstützungssystem für Familien

Unterstützungsangebote			
	Vereinbarkeit Familien- und Erwerbsleben	Finanzielle Sorgen	Bildung und Erziehung
Geld	<ul style="list-style-type: none"> ■ gebührenfreie Kita ■ Elterngeld ■ Elterngeld Plus 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kindergeld ■ Kinderzuschlag ■ UVG ■ Bildungs- und Teilhabepaket ■ Familienlastenausgleich 	<ul style="list-style-type: none"> ■ gebührenfreie Kita
Digitale Angebote	<ul style="list-style-type: none"> ■ Online-Elterngeldrechner ■ Elterngeldantrag Online des BMFSFJs 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Informationstool des Bundes zu Familienleistungen in Planung 	
Zeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gleitzeit ■ Elternzeit ■ perspektivisch: befristete Teilzeit ■ perspektivisch: Wahlarbeitszeit 		
Digitale Angebote	<ul style="list-style-type: none"> ■ Telearbeit 		<ul style="list-style-type: none"> ■ Online-Ratgeber, Informationen als PDF ■ Online-Kurse der Familienbildung ■ Mobile App von ANE z.B.
Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kinderbetreuung ■ Ganztagschule ■ betriebliche Betreuungsangebote ■ Ferienbetreuung ■ flexible Betreuung für Randzeiten 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Angebote der Familienerholung ■ Familienpass 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Beratungsstellen ■ niedrigschwelliger Austausch in Familienbüros, Eltern-Cafés, Eltern-Kind-Kursen ■ Familienhebammen
Digitale Angebote	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kita-Portale 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Familienpass als mobile App 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Online-Beratung

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Die Darstellung der Bedarfs- und Angebotsstruktur kann keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben, sondern beschränkt sich auf wichtige Themen und Instrumente. Sie ist als Heuristik gedacht, die Leser/innen für die eigene Bestandsaufnahme und Funktionsanalyse nutzen können. Sie kann selbstverständlich noch ergänzt und um andere Themen erweitert werden. Wie Abbildung 1.3 veranschaulicht, können digitale Angebote in allen drei Säulen der Familienpolitik mit einem eigenen Mehrwert eingesetzt werden. Im Folgenden wird dieser Mehrwert für zwei Angebote illustriert.

Neue digitale Angebote: Elterngeld-Online und Kita-Portale

Das Elterngeld und der Kita-Platz sind für Eltern essenziell, um Familien- und Erwerbsleben besser miteinander zu vereinbaren. Und für beide Leistungen hat es in den letzten Jahren erhebliche Bemühungen gegeben, ihre Inanspruchnahme durch digitale Lösungen zu vereinfachen. Das Elterngeld, inzwischen noch erweitert um die Optionen des Elterngeld Plus und der Partnermonate, bietet viele Wahl- und Kombinationsmöglichkeiten. Um die Beratung und Antragstellung zu unterstützen, stellt der Bund den Online-Elterngeldrechner (<https://www.familien-wegweiser.de/ElterngeldrechnerPlanner>) und viele weiterführende Informationen im Netz zur Verfügung. Das BMFSFJ, die zuständigen Länderministerien und die örtlichen Verwaltungen stellen den Elterngeldantrag mit Erläuterungen zur Antragstellung online. In manchen Bundesländern ist dieses Angebot bereits in mobile Apps eingegangen. In Berlin beispielsweise können Eltern die Links zum Elterngeldrechner des Bundes, zu erläuternden Informationen, zum Antrag und der in ihrem Bezirk zuständigen Stelle auch über ihr Smartphone abrufen, und zwar über die „Baby-Berlin“-App.

Hier setzt das Vorhaben des Bundes an, das Elterngeld medienbruchfrei online beantragen zu können. Der Elterngeldantrag Online ist ein Angebot des BMFSFJs an die mit dem Elterngeld-Vollzug betrauten Bundesländer und Kommunen, die sich Stück für Stück anschließen können. Wenn sich dieses Tool nicht nur verwaltungsintern, sondern auch für die Eltern bewährt – und d.h. vor allem, dass sie online auch ausreichende und einfach verständliche Informationen über eigene Gestaltungsspielräume und für sie individuell günstige Lösungen bekommen, erspart es ihnen nicht nur Behördengänge, sondern sie können sich auch bereits vor der Geburt mit dem Antrag befassen und die Angaben dann online aktualisieren, wenn das Kind geboren ist.

Seit der Einführung des Rechtsanspruchs auf Kindertagesbetreuung ab dem ersten Lebensjahr des Kindes mussten die Kommunen ihre Bemühungen um Ausbau und Vermittlung von Betreuungsplätzen noch einmal stark forcieren. Insbesondere größere Kommunen und freie Träger haben inzwischen Verträge mit externen Dienstleistern geschlossen, die ihre Einrichtungen durch Vermittlungsportale unterstützen. Die Verwaltung hat über das Portal einen Überblick über die Bedarfe und Angebote und reduziert ihren Aufwand für die Beratung und Begleitung der Eltern bei der Suche nach einem Kita-Platz erheblich, auch für die beteiligten Träger reduziert sich der bürokratische Aufwand, und die Eltern werden entlasteten, indem sie bereits im Online-Angebot mehrere Optionen auswählen und

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

die Einrichtungen dann direkt über das Portal kontaktieren können, um einen Termin zu vereinbaren. In der Umsetzung befindet sich auch das Projekt „Infotool Familienleistungen“ des BMFSFJ. Das Tool wird es Familien ermöglichen, mit wenigen Angaben zur Lebenssituation die für sie vermutlich einschlägigen Leistungen zu identifizieren und gezielt weitere Informationen hierzu zu finden.

Informationsseiten überörtlich und lokal

Welche Bedeutung haben Informationsseiten in diesem Gesamtsystem? Ihre erste Aufgabe ist, über Leistungsansprüche und das zugehörige Angebotsspektrum zu informieren. Die zweite Aufgabe besteht darin, Eltern dabei zu helfen, auch den Zugang zum ausgewählten Angebot zu finden. Sowohl Bund und Länder als auch viele Kommunen haben dafür inzwischen Familienwegweiser erarbeitet. Diese sind immer häufiger auch online verfügbar. Kommunale Familienwegweiser lassen sich darin klar verorten: Nur sie können Familien den Überblick über die Angebotslandschaft in ihrer Nähe verschaffen und über die dafür zuständigen Stellen und Ansprechpartner/innen informieren. Grundsätzlich können Familienwegweiser nur dann Ideengeber für die Alltagsgestaltung von Familien werden, wenn sie ihre Angebote und Ideen alltags- und wohnortnah präsentieren – hier liegt die Stärke kommunaler Wegweiser.

Nutzer/innen kennen keine föderalen Grenzen, wenn sie sich im Netz bewegen. Das kann Nachteile haben, z.B., wenn sie lieber andere, im Zweifelsfall auch schlechtere Angebote als die eigenen Angebote kommunaler Akteure aufrufen oder wenn sie sich in der Informationsfülle verlieren und bei der Suche am Ende ganz woanders landen. Es hat aber auch klare Vorteile: Akteur/innen vor Ort können sich unkompliziert mit Portalen verlinken, die relevante Informationen für Familien bereits überörtlich anbieten. An den Schnittstellen zu anderen Akteur/innen mit ergänzenden Angeboten können sie Eltern durch gezielte Links auf deren Seiten weiterlotsen. Nach einem Informationsgespräch, das sie über alle zuständigen Stellen und üblichen Verfahren zur Inanspruchnahme von Leistungen informiert hat, können Eltern dann bequem alles noch einmal im Netz nachlesen.

Eine dritte Aufgabe von Familienseiten sind also gute Verlinkungen mit überörtlichen Seiten. Ein Beispiel ist die Postleitzahlensuche auf dem Familienwegweiser des Bundes (<http://www.familien-wegweiser.de/>), mit der Eltern zu einer allgemeinen Familienleistung dann die in ihrer Nähe existierenden Angebote herausuchen können. Aber auch umgekehrt stellen örtliche Verwaltungen und Familienseiten nicht alle Informationen über Leistungen des Bundes noch einmal selbst ins Netz, sondern verlinken sich bereits mit den Informationsseiten des Familienwegweisers des BMFSFJ oder stellen überörtlich gültige Informationsbroschüren als PDF auf ihre Seiten. Zentral ist, dass diese Verlinkung in beide Richtungen konsequent für alle Leistungen umgesetzt, regelmäßig aktualisiert wird und Doppelungen vermieden werden. Für die Eltern sind Doppelungen nicht als solche erkennbar und schaffen Unsicherheit darüber, was jeweils neu an den von unterschiedlichen Stellen angebotenen Informationen ist.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Viertens gibt es schließlich viele Themenseiten und themenbezogene mobile Apps für Familien, z.B. zum Thema Gesundheit oder Ernährung, die auf überörtlicher Ebene angeboten und durch Verlinkung auf den kommunalen Familienseiten vor Ort besser bekannt gemacht werden können – im Idealfall gleich dort, wo der Familienwegweiser der Kommune Familien die zugehörigen örtlichen Beratungs- oder Bildungsangebote vorstellt.

Funktionsspektrum kommunaler Familienseiten

Gerade Großstädte verzeichnen eine steigende Zahl der Klicks auf ihren Familienseiten. Das Online-Angebot wird also nachgefragt. Wenn es gelingt, Familien bei Bedarf regelmäßig auf die Familienseiten zu lotsen, werden Eltern zeit- und ortsunabhängig erreicht. Grundsätzlich ist die Reichweite der auf diesem Wege bereitgestellten Informationen hoch, und über digitale schwarze Bretter können aktuelle Informationen mit geringem Aufwand sehr zeitnah eingespeist werden.

In großen Kommunen mit einem tendenziell auch für die Fachkräfte selbst kaum überschaubaren Angebot halten die befragten Fachkräfte kommunale Familienwegweiser inzwischen für unverzichtbar. Lokale Bündnisse für Familie, Familienbeauftragte oder Familienbefragungen im Rahmen von Auditionen bestätigen: Viele der Angebote, die sich Familien wünschen, gibt es längst, sie sind den Familien aber nicht bekannt. Neu zuziehende Eltern können das Angebotsspektrum noch gar nicht kennen. Neben Anlaufstellen, z.B. dem Familienbüro, sind die kommunalen Familienwegweiser für sie eine wichtige Informationsquelle.

In der Praxis hat sich die Print-Version der kommunalen Familienwegweiser sowohl für die Fachkräfte als auch die Familien bewährt, weil der Wegweiser nicht nur einmal oder selten, sondern im besten Fall immer wieder genutzt wird, um sich einen Überblick zu verschaffen. Die meisten örtlichen Verwaltungen stellen ihren Familienwegweiser außerdem als PDF ins Netz. Als Online-Format werden PDFs schnell unhandlich. Dass man sich gut innerhalb des in der Regel längeren Dokuments bewegen kann und durch gute Intros in der Navigation unterstützt wird, sollte z.B. immer gewährleistet sein. Hier bietet sich der Vergleich mit Formaten an, die junge Eltern heute über das Smartphone nutzen. Es kann gut sein, dass die PDF-Broschüre den Erwartungen und Gewohnheiten jüngerer Onliner/innen nicht mehr entspricht. Zugespitzt formuliert: Aus Elternperspektive ist eine zeitgemäße und anwendungsfreundliche Aufbereitung der Informationen vielleicht die bessere Öffentlichkeitsarbeit für die kommunale Familienpolitik als ein ausführliches Grußwort des Bürgermeisters oder der Bürgermeisterin.

1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit:
wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, die Online-Familienseiten so aufzubauen, dass sie zugleich auch die Funktion des Familienwegweisers erfüllen. Wenn Familienseiten oder Familien-Apps regelmäßig über Veranstaltungen informieren und Familien mit entsprechenden Kalenderfunktionen an Termine erinnern, werden die Funktion der Informationsweitergabe und des Wegweisers in einer Anwendung miteinander verknüpft. Und sie haben den großen Vorteil, dass Aktualisierungen regelmäßiger und mit geringerem Aufwand vorgenommen werden können als es bei der Print-Version der Fall ist.

Diejenigen, die bereits langjährige Erfahrungen mit kommunalen Familienseiten haben, sehen im Informieren und Lotsen die beiden primären und unverzichtbaren Funktionen ihrer Seiten für die Familien selbst. Beide Funktionen können Familienbeauftragte, Familienbüros und andere Anlaufstellen entlasten, wenn es um typische Informationsbedarfe und Anfragen geht, die auch online beantwortet werden. Zumindest für bildungsnahe und im sozialen Nahraum gut vernetzte Eltern, die das in der Regel deutschsprachige Angebot verstehen, bieten die Online-Informationen die Möglichkeit, dass sie ihr Angebot selbstständig finden und kontaktieren.

Kommunale Familienseiten können außerdem die Kooperation zwischen Verwaltungsstellen, freien Trägern und anderen Stellen unterstützen. Ein Online-Portal kann die sozialräumliche Vernetzung der Akteure, z.B. im Rahmen der Frühen Hilfen, in keinem Fall ersetzen, die Netzwerkarbeit aber sinnvoll ergänzen. Der Idealfall einer digitalen Plattform der Familienangebote, die freie Träger auch tatsächlich einpflegen und bei Bedarf selbst aktualisieren, ist aus kommunaler Sicht einerseits geeignet, um die Wegweiser-Funktion sicherzustellen, und kann von der Verwaltung andererseits auch genutzt werden, um sich einen schnellen Überblick über bestehende und noch fehlende Bedarfe zu verschaffen. Die Analyse kann durch statistische Auswertungen der Datenbank optimiert werden. Auf diese Weise können digitale Vernetzungen mit anderen Akteuren die Rolle der Familienbeauftragten oder Familienbüros unterstützen und veränderte Bedarfe der Familien als Seismograf und Impulsgeber in die Verwaltung zurückspeigeln. Bei der Umsetzung dieser Funktion stehen die meisten Kommunen allerdings noch am Anfang – und vor einem Dilemma: Da inzwischen alle freien und privat-gewerblichen Träger eigene Homepages pflegen und ihre Angebote dort bereits bewerben, müssen Kommunen eine qualitativ hochwertige Plattform anbieten, um den Trägern einen Anreiz für die zuverlässige Mitarbeit an einem weiteren digitalen Informationsangebot zu bieten. Zugleich ist der Zweifel daran, die übrigen Träger dauerhaft für die Mitarbeit gewinnen zu können, gegenwärtig noch einer der grundlegenden Vorbehalte dagegen, die digitale Vernetzung voranzutreiben.

Eine weitere Funktion der kommunalen Familienseiten kann darin bestehen, die Schnittstelle zwischen Information und Beratung zu unterstützen. Dafür bieten sich mehrere Ansatzpunkte an. Die Seite kann bereits Ratgeber und Checklisten bereitstellen; sie kann die für spezifische Themen eingestellten Informationen direkt mit einem Überblick über die zuständigen Beratungsstellen verknüpfen und sich mit deren Homepages verlinken; noch Zukunftsmusik, aber in den Gesprächen mit Expert/

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis

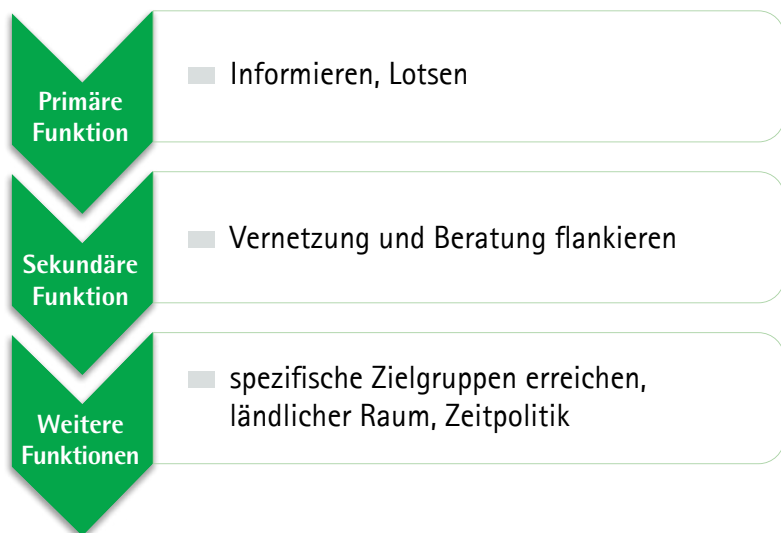


innen der Familienarbeit und Familienpolitik immer wieder Thema ist, Familien eine Möglichkeit zu bieten, sich über den „kurzen Draht“ des Chats über Fragen zu Angeboten mit der Verwaltung zu verständigen. [Kapitel 1.5](#) kommt auf diesen Punkt zurück.

Es kann auch nützlich sein, das bereits bestehende (Online-)Angebot für Familien zeitpolitisch zu evaluieren: Wo können Eltern durch eine Verbesserung des Online-Angebots zeitlich besonders entlastet werden? Kommunale Familienseiten können im ländlichen Raum außerdem noch eine wichtigere flankierende Rolle zu den Anlaufstellen in den Kommunen haben als im städtischen Raum. Bestimmte Angebote, z.B. die Online-Beratung, aber auch Online-Services der Verwaltung stellen in diesem Kontext wichtige Unterstützungsangebote dar. Als Funktion wurde im Rahmen der Interviews schließlich auch die Lotsenfunktion für Familien mit spezifischen Bedarfen genannt, z.B. für Alleinerziehende oder pflegende Angehörige.

Abbildung 1.4 fasst das Funktionsspektrum zusammen. Insgesamt gilt: Für jede einzelne Funktion sind der digitalen Umsetzung grundsätzlich keine Grenzen gesetzt. Der für die Bereitstellung erforderliche finanzielle Aufwand, vor allem aber der für die weitere Pflege regelmäßig aufzubringende personelle Aufwand gibt dann den Ausschlag. Denn dass sich ein digitales Angebot nach der Anlaufphase fast von selbst pflegt, weil Familien und Fachkräfte Änderungs- und Aktualisierungsbedarfe regelmäßig an die zuständige Stelle in der Verwaltung zurückspiegeln, entspricht nicht der Wirklichkeit – und wäre von den zuständigen Fachkräften in der Regel auch dann nicht einfach nebenher zu schaffen.

Abbildung 1.4: Funktionen kommunaler Seiten im Überblick



1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?

1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken

1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt

1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Um die Funktionsanalyse in Umsetzungsschritte für konkrete Maßnahmen zu übersetzen, empfiehlt sich ein Ist-Soll-Vergleich, wie ihn Abbildung 1.5 schematisch darstellt. Aus der Perspektive der Kommune listet das Schema links in der ersten Spalte exemplarisch bestehende Funktionen in der Reihenfolge ihrer Priorität auf. Die zweite Spalte benennt dann für jede der Funktionen das Entwicklungspotenzial. Auf der rechten Seite werden die Prioritäten noch einmal aus der Perspektive der Familien formuliert. Welche Funktionen nutzen die Familien vor allem, und welche Verbesserung wünschen sie sich? Akteur/innen, die erst eigene Familienseiten initiieren möchten, können sich jeweils an der ersten Spalte orientieren.

Abbildung 1.5: Kommunale Familienseiten weiterentwickeln – Schema für Ist-Soll-Vergleich

Was Kommunen ...	
... realisiert haben	... verbessern können
<ul style="list-style-type: none">aktuelle und richtige BürgerinformationenKontaktdaten von AnsprechpersonenVeranstaltungskalender/ interaktive KarteRatgeber, Checklisten als PDFallgemeine Feedbackfunktion	<ul style="list-style-type: none">freie Träger speisen Informationen einKontaktformulare, ChatfunktionKalender und Karte personalisiert nutzbarinteraktive Ratgeberthematische Beteiligungstools

Was Familien ...	
... bereits angeboten wird	... noch weiterhelfen könnte
<ul style="list-style-type: none">Informationen zum Bedarf findenAnträge und Ansprechpartner findenHinweis auf Begegnungstätten vor Ort	<ul style="list-style-type: none">Video-, Audio-FormatLeistungen online beantragen und mit Fachkräften chattenmoderierte Elternforen

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: Wichtig für digitale Gestaltungsideen

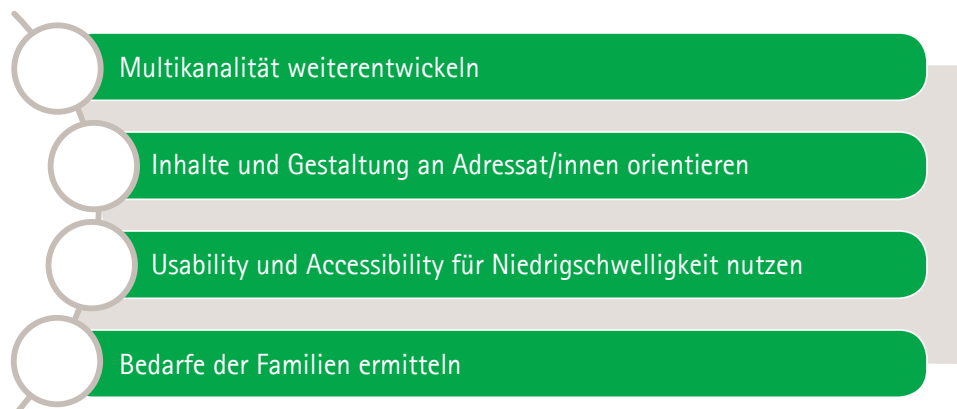
Welchen Spielraum kommunale Akteur/innen für die Ausgestaltung ihrer Familienseiten haben, hängt zunächst von übergeordneten Rahmenbedingungen ab. Insbesondere Städte mit hoher Einwohner/innenzahl investieren eher in ein gutes digitales Informationsangebot, das potenziell viele Menschen nutzen. Auch Flächenlandkreise setzen mehr und mehr auf ein umfassendes digitales Informations- und Serviceangebot. Sie wollen für die Bevölkerung trotz der Distanz zur Kreisverwaltung gut erreichbar bleiben.

Für das Thema kommunale Familienseiten sind weitere Rahmenbedingungen relevant, insbesondere

- a) wie groß Familienpolitik in der Kommune geschrieben wird,
- b) ob Familienpolitik, sei es durch eine/n Familienbeauftragte/n, ein Familienbüro o.ä., als Querschnittsthema institutionalisiert ist, und
- c) ob es sich um eine digital aktive Verwaltung handelt oder nicht.

Während sich einige Akteure daher auf eher sparsam angelegte Familienseiten beschränken müssen, haben andere Akteure die Möglichkeit, ein umfassendes Informationsportal zu pflegen, dessen Erweiterung in Richtung virtuelles Serviceportal für Familien erwünscht ist. Im Rahmen der für diese Handreichung geführten Interviews wurden einige Qualitätsmerkmale genannt, die aus Sicht der Praxis in jedem Fall von Bedeutung sind, um die Funktionalität der Familienseiten zu gewährleisten.

Abbildung 1.6: Funktionen kommunaler Seiten im Überblick



- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Qualitätsmerkmale im Überblick

Wie die kommunale Infrastruktur selbst, zeichnet sich auch das Informationsangebot für Familien durch seine Vielfalt aus. Kommunen und Träger bewerben ihr Angebot u.a. mit Flyern, in eigenen Newslettern oder Veranstaltungskalendern, auf der Homepage und dort, wo sie mit den Eltern und ihren Kindern arbeiten. Dass Multikanalität in der Kommunikation mit Familien wichtig ist und heute auch digitale Formate einschließen sollte, steht für die kommunale Praxis außer Frage.

Auf welche Weise die unterschiedlichen Kommunikationskanäle miteinander verzahnt sein sollten, welche Rolle digitale Angebote dabei spielen können und ob alle Kanäle tatsächlich auch einheitliche Inhalte kommunizieren, ergibt sich in den meisten Fällen allerdings weitgehend aus der laufenden Praxis selbst. Entsprechend unterschiedlich fällt das Ergebnis aus. Mit Blick auf die familienpolitischen Informationen der Verwaltung stellt ein einheitliches familienpolitisches Kommunikationskonzept den Idealfall dar, um diese Multikanalität zu managen. Für die meisten Akteure ist eine solche Option, bis auf weiteres, nicht umsetzbar. Der Bedarf nach einer Weiterentwicklung der Multikanalität steht jedoch außer Frage.

Das zweite wichtige Qualitätsmerkmal war unseren Gesprächspartner/innen der **Adressat/innenbezug**. Viele der befragten Fachkräfte sehen den Bedarf, ihre Familienseiten noch stärker als bisher an den Alltagsfragen, der Alltagssprache und dem Informationsverhalten von Familien im Netz auszurichten. Sowohl die Auswahl der Inhalte als auch ihre Aufbereitung für die Homepage sollten konsequent an der Lebenswirklichkeit der Familien orientiert sein: In welchen Situationen gehen sie auf die Familienseiten? Welchen Bedarf haben sie dann? Welche Rolle sollte ihr Suchverhalten für die Gestaltung des Informationsangebots spielen?

Als Qualitätsmerkmal ist der Adressat/innenbezug eng mit dem dritten Themenfeld verzahnt, das die von uns befragten Fach- und Führungskräfte zur Weiterentwicklung empfehlen: die **Niedrigschwelligkeit** der Familienseiten. Wenn man bedenkt, dass die Gebrauchstauglichkeit (Usability) und die Zugänglichkeit (Accessibility) von Webauftritten im kommerziellen Wettbewerb um Kund/innen immer wichtiger werden und sich in den letzten Jahren Gütekriterien für eine barrierearme Gestaltung von Websites zu etablieren begonnen haben, können gerade die Familienseiten ein wichtiger Beitrag für ein niedrigschwelliges kommunales Informationsangebot. Die Fachkräfte der kommunalen Familienarbeit und Familienpolitik haben viel Erfahrung damit, wie sie Familien niedrigschwellig erreichen. Unabhängig von der gesetzlichen Verpflichtung der Verwaltungen, ihre Seiten barrierefrei zu gestalten, können die Akteur/innen der kommunalen Familienpolitik durch eigene Umsetzungsschritte zur Niedrigschwelligkeit ihrer Familienseiten beitragen.

Um die Qualität ihrer Familienseiten verbessern zu können, müssen die zuständigen Akteure letztlich aber mehr über die Nutzung der Familienseiten durch die Adressat/innen selbst wissen, sich also

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



auf die Ergebnisse einer **Bedarfsermittlung** stützen können: Worin sehen Familien den Nutzen der Seiten? Welche Stolpersteine treten bei der Nutzung auf? Welche Defizite werden wahrgenommen? Unsere Interviews haben deutlich gezeigt, dass die zuständigen Fachkräfte in der Regel mehr über die Elternbedarfe im Netz wissen müssten, um geeignete Ziele für die Qualitätsentwicklung formulieren und priorisieren zu können. Bereits kleine Formate, z.B. eine Zukunftswerkstatt oder eine kurze schriftliche Befragung von Eltern im Rahmen eines Elternabends, fordern die verfügbaren Personalressourcen heraus und brauchen eine überzeugende Umsetzungsstrategie.

Multikanalität weiterentwickeln

Familien schätzen die Möglichkeit, sich im Netz darüber zu informieren, welche Unterstützungsleistungen es in ihrer Stadt oder ihrem Landkreis gibt und wer dafür zuständig ist. Viele Eltern wollen die Ansprechpartner/innen dann aber einfach anrufen können, persönlich in den Anlaufstellen vorbeischauen oder ihre Fragen mit der Fachkraft ihres Vertrauens besprechen. Plakate, Flyer, Familien- oder Babywegweiser als Broschüre oder PDF, Checklisten zum Download, Informationsveranstaltungen, kurze Videos zur Information, Telefonsprechstunden, Beratungstermine im Familienbüro: diese Vielfalt macht das Informationsangebot für Familien aus.

Eine Notwendigkeit stand für alle befragten Expert/innen daher außer Frage: Gerade weil die Komplexität der verfügbaren Informationen mit der Digitalisierung noch weiter zunimmt, ist der persönliche Kontakt für Familien ein zentraler Informationskanal geblieben. Auch kommerzielle Anbieter mit umfassendem digitalem Informations- und Serviceangebot für ihre Kunden machen die Erfahrung, dass Kunden bei Fragen und Unzufriedenheit nach wie vor am liebsten einfach anrufen. Letztlich ist das Ziel, die Zufriedenheit der Familien mit der Informationsstruktur zu erhöhen. Dafür müssen sie mit den zuständigen Ansprechpartner/innen einfach und schnell in Kontakt treten können – und sei es, um einen Gesprächs- oder Beratungstermin zu vereinbaren.

Noch weitgehend offen ist die Frage, wie das Thema Multikanalität so aufgegriffen werden kann, dass eine Weiterentwicklung auch machbar ist. Strategien für die Multikanal-Kommunikation schaffen explizit eine komplexe Informationsstruktur, die entsprechend gepflegt werden muss. Unklar ist häufig auch, welche digitalen Formate in die digitale Kommunikation integriert werden sollten und welche neuen Herausforderungen sich mit der Digitalisierung der Kommunikation für den Informationsfluss an den Schnittstellen zwischen den Informationskanälen ergeben. In der Regel ist außerdem wenig über die Wirksamkeit der bestehenden Informationskanäle bekannt. Machbar, auch jenseits eines Gesamtkonzeptes, sind konkrete Schritte, um die Multikanalität der Informationsweitergabe an die Familien auf den Prüfstand zu stellen und erste Kriterien für die Weiterentwicklung zu formulieren. Diese dienen dann auch dazu, für das Thema zu sensibilisieren.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Im ersten Schritt ist es hilfreich, eine Übersicht über die genutzten Informationsformate und -wege zu erstellen. Dafür kann eine zweidimensionale Heuristik genutzt werden. Die erste Dimension der Heuristik erfasst dabei die wichtigsten Informationsangebote, also insbesondere Babywegweiser, Familienwegweiser, Informationen über Kindertagesbetreuung, Angebote für die Ferienfreizeit usw. Die zweite Dimension erfasst dann für alle Informationsangebote die unterschiedlichen Kommunikationskanäle: gedruckt, telefonisch, persönliches Informationsgespräch, Veranstaltungen, digitale Formate.

Im nächsten Schritt kann die Heuristik dann verwendet werden, um sich insbesondere über folgende Punkte Klarheit zu verschaffen:

- 1. ausgehend von den Informationsangeboten, z.B. dem Babywegweiser: Aus welchem Grund wurde welcher Informationskanal gewählt, um das jeweilige Angebot zu verbreiten und zu bewerben?**
(z.B. die Nachfrage durch die Familien selbst, das finanzielle Budget, aber auch das (digitale) Wissen und die (digitalen) Kompetenzen der Fachkräfte)
- 2. ausgehend von den Informationskanälen: Welche Schnittstellen werden wie bedient?**
(z.B. ob wichtige Broschüren auch QR-Codes haben, die auf die Familienseiten leiten, ob die Fachkräfte in den Einrichtungen das Angebot auf den Familienseiten kennen und darauf hinweisen können)
- 3. ausgehend von den Familien: Wie werden ihre Anliegen über die Schnittstellen zwischen den Informationskanälen hinweg transportiert?**
(wenn Familien z.B. im Elterncafé auf einer Pinnwand eine Anregung für die kommunale Familienpolitik geben: Wie wird sie weitergegeben, und werden die Eltern davon in Kenntnis gesetzt? Wenn Eltern im Internet eine/n Ansprechpartner/in finden, den bzw. die sie telefonisch dann aber nicht erreichen: Bekommen sie klare Informationen darüber, wann sie die Person erreichen können? Gibt es die Möglichkeit, dass sie ihr Anliegen, z.B. über ein Kontaktformular, bereits digital übermitteln und dann von der Ansprechperson kontaktiert werden?)
- 4. ausgehend von wichtigen Informationen für Familien: Sind diese Informationen identisch, egal welchen Informationskanal Familien nutzen?**
(sind die Informationen nicht immer vollständig oder aktuell, entstehen im Informationssystem selbst neue Missverständnisse und auch die Familienseiten verlieren an Attraktivität.)

Anhand der Ergebnisse dieser Prüfung lassen sich zumindest für das eigene Informationsangebot der Verwaltung konkrete Verbesserungsschritte formulieren und priorisieren.

Daran schließt sich die Frage an, welche Impulse Kommunen in Richtung der Träger setzen können. Familienzentren, kommunale Integrationszentren und andere Einrichtungen fungieren als Drehscheiben für alle Informationen, die Eltern in ihrer jeweiligen Lebenslage brauchen. Ihre Rolle im Infor-

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



mationssystem, so die Erfahrung der Praktiker/innen, ist in der Regel nicht zu unterschätzen. Wenn die Verwaltung eine zentrale Anlaufstelle bereitstellt, sei es in der Person des/der Familienbeauftragten oder eines Familienbüros, leistet sie einen weiteren wichtigen Beitrag, um Familien durch das Informationsangebot zu lotsen, Schnittstellen zu unterstützen, Defizite im Informationsfluss auszugleichen und den Korrekturbedarf weiterzuleiten. Multiplikator/innen in den Einrichtungen können Familienbeauftragte oder Familienservicestellen für die Bedeutung einer bruchlosen Informationsweitergabe in der kommunalen Infrastruktur sensibilisieren.

Die Erfahrung zeigt: Häufig suchen Eltern nicht zuerst im Netz nach Informationen, sondern werden im persönlichen Gespräch auf digitale Informationsangebote aufmerksam gemacht. Nach einem Beratungsgespräch können sie dann dort weiterlesen. Dieser Weg sollte ausgebaut werden, um für die kommunalen Familienseiten zu werben. Vielerorts haben Kommunen gute Erfahrungen damit gemacht, Eltern beim Willkommensbesuch die kommunalen Familienseiten als virtuelle Anlaufstelle explizit vorzustellen. Familienservicestellen oder Familienbeauftragte können den Angebotsträgern im Rahmen ihrer Netzwerke auch die Möglichkeit bieten, sich über geeignete Informationswege, das Thema Multikanalität und die aktive Einbindung digitaler Angebote in ein integriertes Kommunikationskonzept auszutauschen.

Adressat/innenbezug stärken

Kommunale Familienseiten haben aufgrund ihres unterschiedlichen Entstehungshintergrunds auch unterschiedliche Adressat/innen. Es gibt Seiten, die eher Unternehmen, Wohlfahrtsverbände, Vereine und andere lokale Akteure im Blick haben, weil sie ursprünglich bei der Gründung eines Lokalen Bündnisses für Familie aufgelegt wurden. Um weitere Bündnispartner zu gewinnen, stehen die Familienfreundlichkeit des Standorts und die Präsentation der Bündnisarbeit als Öffentlichkeitsarbeit für das Bündnis nach wie vor im Mittelpunkt dieser Webauftritte.

Andere Seiten präsentieren Familien das gesamte Spektrum der kommunalen Angebote und orientieren sich dabei an den Zuständigkeiten der Verwaltung. Eltern sind die Hauptadressaten der Familienseiten, finden aber nicht immer alle verfügbaren Angebote und sind häufig unsicher, ob sich hinter der offiziellen Bezeichnung einer Anlaufstelle oder eines Angebots auch die für ihren Bedarf passende Unterstützung verbirgt. Es fehlt also die an der Zielgruppe orientierte Aufbereitung der Informationen.

Wieder andere Seiten richten sich zwar an Familien als Hauptadressaten und bieten Informationen, die aus der Perspektive von Familien aufbereitet wurden; das Informationsangebot setzt aber einen klaren Fokus, häufig junge Eltern und Fragen rund um die Geburt. Familien mit anderen Fragen und Bedarfen werden nicht weitergelotst.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Eine konsequente Ausrichtung der Auswahl und Aufbereitung von Inhalten an der Zielgruppe der Familien stellt für viele Seiten daher bereits einen ersten Qualitätsgewinn dar. Was raten die für diese Handreichung befragten Expert/innen anderen Akteuren außerdem mit Blick auf

- a) die Adressat/innen der Familienseiten,
- b) die am Bedarf der Adressat/innen ausgerichtete Auswahl der Inhalte und
- c) die an den Nutzungsgewohnheiten der Adressat/innen orientierte Gestaltung von Inhalten?

Sollen verschiedene Zielgruppen, neben Familien insbesondere Fachkräfte der Familienarbeit und Unternehmen, adressiert werden, hat sich in der Praxis ein separater Zugang für jede Zielgruppe bewährt. Nach Innen hat dieses Design den Vorteil, dass sich die Fachkräfte bei der Pflege des Portals, insbesondere wenn sie neue Inhalte aufbereiten oder die Navigation anpassen, konsequent an einer Zielgruppe orientieren können. Und nach Außen bleiben die Familienseiten übersichtlich: jede Zielgruppe wird auf allen Seiten bedarfsgerecht durch das Informationsangebot gelotst. Unternehmen wünschen sich z.B. Seiten mit allen Informationen, die den Landkreis oder die Stadt für junge Familien lebenswert machen – um damit bei zukünftigen Mitarbeiter/innen für ihre Region zu werben. Auch Informationen aus der kommunalen Familienpolitik machen in diesem Kontext Sinn, müssen dann aber für diesen Zweck aufbereitet werden.

Familien haben, unabhängig vom Bildungshintergrund, heute fast immer ein Smartphone dabei und möchten viele Informationen auf möglichst schnellem Weg bekommen. Sie wären froh über alles, was sie auch gleich erledigen können, nachdem sie sich darüber informiert haben. Und sie nutzen ihr Smartphone, um in schwierigen Alltagssituationen Rat zu suchen. Wie für andere Angebote, lohnt sich auch für die Umsetzung der Familienseiten, so die Einschätzung der befragten Expert/innen, die konsequente Orientierung an den Lebensphasen der Kinder und Lebenslagen der Familien.

Diese Ausrichtung ist aufwendig: Die Informationsauswahl und -aufbereitung unterscheidet sich grundlegend, je nachdem, ob Verwaltungen, die aktuelle Informationen weitergeben möchten, dafür auch die kommunalen Familienseiten als Informationskanal nutzen, oder ob Kommunen umgekehrt fragen, welche Informationsbedarfe Eltern und ihre Kinder in neuen Lebensphasen oder Lebenslagen haben und welche örtlichen und überörtlichen Angebote sie ihnen dafür auf den Familienseiten zur Unterstützung anbieten können.

Dafür gewährleistet sie eine auch langfristig konsistente adressat/innengerechte Informationsarchitektur der Familienseiten. Die Aufbereitung aller Informationen rund um die allgemeinen Bedarfe von Familien kann sich dann an den Lebensphasen der Kinder orientieren und entsprechend gebündelt werden. Alle weiteren Informationen können für die verschiedenen Familienmodelle und Lebenssitua-

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



tionen, z.B. als Einelternfamilie oder als Familie mit einem anderen kulturellen Hintergrund, gebündelt aufbereitet werden und sprechen Familien dann direkt in ihrer besonderen Lebenslage an. Über das Querschnittsthema „Familien“ können kommunale Familienseiten fast alle Bürger/innen ansprechen. Darin liegt ihre Stärke. Dass sie für verschiedene Lebensphasen und Lebenslagen eine sehr unterschiedliche Informationsfülle bieten, ist allerdings auch fast überall der Fall – und lässt sich in der Regel kaum vermeiden. Was eine an den Adressat/innen orientierte Aufbereitung aber vermeiden kann, ist Familien von den Familienseiten auszuschließen. Möglichst viele Familienformen und Lebenslagen sollten sich daher auf den Familienseiten wiederfinden, so dass die Familien als Zielgruppe angesprochen und weitergelotst werden können. Eine mehrsprachige Ansprache hilft, Familien mit geringen Deutschkenntnissen als Verwaltung zumindest willkommen zu heißen und zu den örtlichen Stellen und überörtlichen Informationsportalen weiter zu lotsen, die ihnen dann in ihrer Sprache weiterhelfen.

Wenn es den Familienseiten nicht gelingt, das Interesse von Familien zu wecken, sind diese mit einem Klick auch schon wieder weg. Daher sollte sich, so die Rückmeldung aus der Praxis, auch die Gestaltung der Inhalte noch stärker an den Adressat/innen orientieren. Die Nutzungstrends digitaler Kommunikationsmedien sind nach wie vor schnelllebig und haben sich z.B. innerhalb weniger Jahre von der Dominanz der E-Mail-Kommunikation über die ersten Messenger-Dienste, dann Soziale Netzwerke hin zu einer neuen Generation von Messenger-Diensten entwickelt. Zugleich ist die Diskrepanz zwischen der Gestaltung kommerzieller Angebote im Netz und der Seiten der Kommunalverwaltungen groß. Die folgenden Aspekte wurden sehr einhellig zur Weiterentwicklung empfohlen:

1. Familien, die neu in der Kommune sind, als eigene Zielgruppe ansprechen, weil sie die Familienseiten häufig aufsuchen, um sich zu orientieren, und auf diese Weise auch digital von Anfang an gut eingebunden werden können
2. Informationen durchgängig leichter verständlich formulieren – das sollte für alle Informationen auf den kommunalen Familienseiten gelten, auch wenn es zusätzlich eine Version der Seite in leichter Sprache gibt
3. verwendete Formate vereinheitlichen, damit sich Eltern im Informationsdschungel besser orientieren können
4. neben Texten auch andere Formate verwenden oder zumindest verlinken, insbesondere Videomaterial, damit möglichst alle Familien erreicht werden können
5. für die meisten Familien hat der Überblick Vorrang über ausführliche Informationen, so dass eine kurze prägnante Beschreibung von Leistungen und Angeboten in Verbindung mit den Kontaktdaten der Ansprechpartner/innen und Anlaufstellen Vorrang vor weiterführenden Informationen haben sollte – lange Einleitungen zur Erklärung der aufgerufenen Seite werden erfahrungsgemäß nicht gelesen

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

6. eine Verbesserung der Such- und Filterfunktion auf der Seite, aber auch eine Suchmaschinenoptimierung für das kommunale Webportal wurden immer wieder als Entwicklungsbedarfe genannt; der Erfahrung nach suchen vor allem junge Eltern Informationen über Suchmaschinen, d.h. auch relevante Seiten der Verwaltung; und auf der Seite bleiben die Suchoptionen und -ergebnisse dann weit hinter den Ergebnissen einer Google-Suche zurück – u.a. gibt es keine Korrekturvorschläge bei Tippfehlern; wenn sie gar keinen Treffer erzielen, brechen viele Nutzer/innen die Suche auf der Seite ab und verwenden wieder Google

7. Lotsenfunktion weiterentwickeln: damit Familien relevante Informationen schnell finden, sollten mehrere Zugänge zu den Informationen miteinander verknüpft werden; für bevölkerungsreiche Kommunen mit breitem Angebot wird ein rein thematischer Zugang schnell unübersichtlich; eine Lösung, wie sie z.B. das Familienportal des Landes Berlin nutzt, ist eine dynamische Verlinkung der Inhalte mit mehreren Zugängen, in diesem Fall die drei Rubriken „Themen“, „Lebenslagen“ und „Familie+“

Usability Und Accessibility im Webdesign beachten

Gerade in größeren Städten verzeichnen die kommunalen Familienseiten steigende Klickzahlen. Viele der befragten Expert/innen gehen dennoch davon aus, dass ihre Familienseiten noch nicht so niedrigschwellig sind wie die Angebote, zu denen sie die Familien lotsen möchten. Die kommunalen Seiten sind meistens ausschließlich deutschsprachig und die eingestellten Informationen sind noch längst nicht durchgängig leicht verständlich formuliert. Für Familien mit einer anderen Muttersprache liegt darin eine besondere Hürde.

Um die Niedrigschwelligkeit zu verbessern, können sich die zuständigen Fachkräfte an den Kriterien für eine gute Usability und Accessibility orientieren, die auch im kommerziellen Webdesign eingesetzt werden und Webauftritte für möglichst alle Zielgruppen zugänglich machen sollen. Viele der im Folgenden genannten Aspekte sind bekannt, und die Herausforderung wird mehrheitlich in einer besseren Umsetzung gesehen: Als „On top“-Aufgabe lassen sich einige der Aspekte nicht mit der Regelmäßigkeit gewährleisten, auf die es für einen Webauftritt gerade ankäme.

1. Zugänglicher werden Seiten, wenn sie für die Zielgruppe auch nach mehrmaligem Besuch attraktiv bleiben. Die Attraktivität der Familienseiten steigt, wenn sie Familien regelmäßig neue und für ihren Alltag nützliche oder einfach unterhaltsame Informationen bieten. Damit dieser Service als Attraktivitätsmerkmal der Familienseiten wahrgenommen wird, muss ein gewisser Turnus eingehalten und klar kommuniziert werden – gerade wenn die Abstände etwas größer, z.B. monatlich, sind.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Für den Wiedererkennungswert der Familienseiten hat sich außerdem ein eigenes Logo bewährt.

2. Zugänglicher werden die Seiten auch, wenn sie immer aktuell sind. Hinweise von Nutzer/innen oder durch die Angebotsträger sind erfahrungsgemäß nicht zuverlässig genug. Die turnusmäßige interne Aktualisierung der Familienseiten können sie daher nicht ersetzen. Wichtig ist außerdem, dass Familien den Anspruch der Seite wahrnehmen, als Informationsangebot immer aktuell zu sein. Dafür hat sich z.B. eine in die Homepage integrierte Facebook-Seite bewährt, weil diese von vielen Eltern aufgesucht wird und der Aufwand für die Pflege überschaubar ist.
3. Was noch stärker genutzt werden kann, sind Piktogramme, um die Navigation zugänglicher zu gestalten. Sie sind gebrauchsfreundlicher als Verlinkungen im Text, mit denen viele Familienseiten arbeiten und die voraussetzen, dass Nutzer/innen den Text lesen, um z.B. auf die Checkliste zu kommen, die sie aufrufen möchten
4. Familien nutzen eher Übersichtskarten mit interaktiven Suchmöglichkeiten als Angebotslisten
5. Die Verknüpfung von Angebotsübersichten, z.B. über Ferienfreizeitangebote, mit der Option zur Online-Anmeldung wird sehr gut angenommen
6. eine Kalender-Importfunktion für alle Veranstaltungen, die Familien interessieren könnten, erhöht die Gebrauchsfreundlichkeit der Familienseiten

Bedarfe von Familien ermitteln: für Qualität unverzichtbar

Insgesamt sind klar formulierte Qualitätskriterien aus Sicht der familienpolitisch aktiven Fach- und Führungskräfte auch strategisch von Nutzen. In aller Regel wissen Kommunen lediglich, wie häufig die Seiten ihres Webportals angeklickt werden, über welches Endgerät und wie lange Nutzer/innen dann auf einzelnen Seiten verweilen. Dies gilt auch für die Familienseiten. Allein die Aktualität dieser Seiten und ihre Attraktivität für Familien durch regelmäßig neu eingestellte Inhalte zu gewährleisten, bedeutet für die zuständigen Akteur/innen einen nicht unerheblichen Aufwand. Andererseits ist aktuell erst wenig darüber bekannt, welche Wirkung die Familienseiten als Informationsangebot und „virtuelle Anlaufstelle“ für Familien haben: Wer nutzt sie wie häufig zu welchem Zweck? Klar definierte Qualitätskriterien können diese Evidenz nicht ersetzen, gemeinsam mit der Funktionalität der Familienseiten zeigen sie aber auf, welche „On top“-Aufgaben die Pflege der Familienseiten beinhaltet.

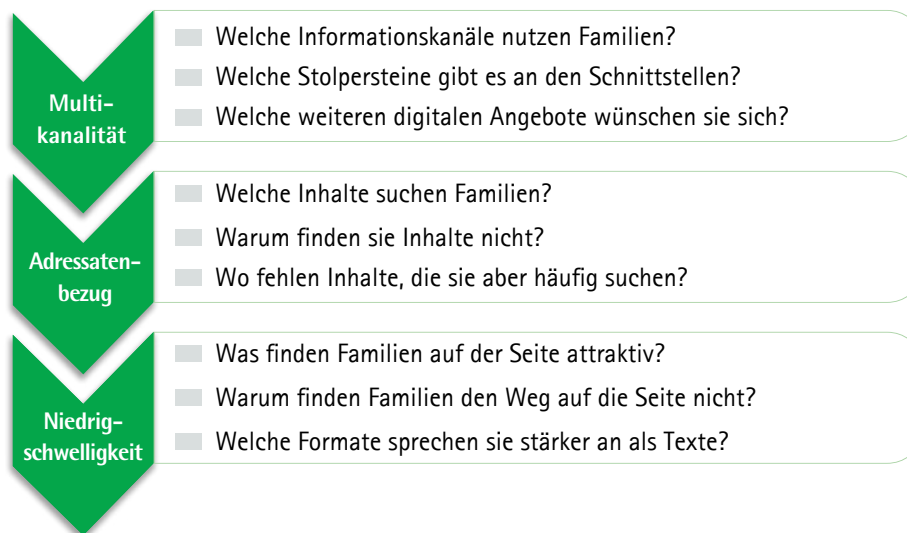
Für alle drei Qualitätsdimensionen haben unsere Interviews aber auch gezeigt, dass diese letztlich nicht weiterentwickelt werden können, ohne die Bedarfe der Familien in der einen oder andere Weise zu ermitteln. Wie anwendungsfreundlich ist die Informationsarchitektur der Familienseiten für unterschiedliche Familien wirklich? Wie wichtig sind Familien die viel diskutierten Interaktionsmög-

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

lichkeiten von der interaktiven Suche über die Möglichkeit des Chats auf kommunalen Familienseiten wirklich? Und neue Angebote sollten ohnehin unter Einbeziehung der Familien entwickelt werden, damit eine bedarfsgerechte Nutzung gewährleistet wird.

Idealtypisch trägt die Kommune dann z.B. zusammen, welche Informationen sie Familien auf ihrem Portal bereitstellen möchte, und lässt die Informationen von Familien selbst clustern, um eine der Wissensstruktur und den Informationsbedarfen der Familien entsprechende Informationsarchitektur zu entwickeln. Hinzu kommt eine Bedarfsermittlung, z.B. anhand der in Abbildung 1.7 formulierten Fragen:

Abbildung 1.7 Impulse für die Bedarfsermittlung



Eine bessere Vernetzung der kommunalen Praxis zu diesem Thema bietet zumindest einen ersten Schritt, um im Netzwerk voneinander zu lernen. Gegenwärtig sieht die Praxis ohnehin so aus, dass sich Kommunen einen Eindruck darüber verschaffen, welche Bandbreite an Bausteinen es für Familienseiten bereits gibt und wie sie umgesetzt werden können, indem sie wechselseitig ihre Seiten besuchen. Eine Vernetzung kann diese Praxis sinnvoll ausbauen und bietet sich auch an, weil Best Practice in diesem Feld auch schnell wieder überholt sein kann. Für die Bedarfsermittlung kann die Vernetzung genutzt werden, um sich über geeignete Umsetzungsstrategien auszutauschen, die ggfs. auch digitale Medien, z.B. kleine Online-Umfragen oder Beteiligungs-Tools auf den Familienseiten nutzen.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Elternbildung digital – Online-Plattformen für Eltern und Familienbildner/Innen

In den ersten Lebensjahren des Kindes haben Eltern die meisten Fragen. Ein bewährtes Angebot, das Rat suchende Eltern in dieser Lebensphase begleitet, sind die Eltern-Kind-Gruppen der Familienbildungsstätten. Wenn beide Elternteile schon bald nach der Geburt wieder erwerbstätig sind, wird der regelmäßige Besuch einer Eltern-Kind-Gruppe schnell zur Herausforderung. Gerade bei hohem Zeitstress suchen Eltern immer häufiger im Internet Rat. Sie möchten sich dann informieren, wenn sie Zeit dafür finden.

In Hessen hat sich die evangelische Familienbildung auf die Suche nach einer Möglichkeit gemacht, der wichtigen Zielgruppe der Eltern von Kindern zwischen 0 und 3 Jahren ein fachlich fundiertes, bedarfsgerechtes und kostenloses digitales Bildungsangebot zu machen. Daraus hervorgegangen ist die vom Hessischen Kultusministerium und der Evangelischen Landeskirche Hessen-Nassau gemeinsam geförderte Plattform



www.digitale-elternbildung.de

Das Angebot der Plattform richtet sich gleichermaßen an Eltern wie an Fachkräfte und Einrichtungen der Eltern- und Familienbildung. Ausgehend von Fragen der Eltern haben erfahrene Eltern-Kind-Gruppenleiter/innen gemeinsam mit Medienpädagog/innen unter drei Rubriken zahlreiche Lernangebote erarbeitet:

Dabei sollte die Anwendungsfreundlichkeit Priorität haben. Die Inhalte wurden daher mit dem methodisch-didaktischen Wissen der Eltern- und Familienbildung aufbereitet. Einrichtungen der Eltern- und Familienbildung, aber auch Kindertagesstätten, Kommunen und andere interessierte Akteure können bei Bedarf Inhalte auf ihre Homepage setzen oder sich damit verlinken. Dadurch wird ein niedrigschwelliger Gebrauch mit großer Reichweite gefördert. Und genau darin liegt das Ziel der Plattform: zum einen Eltern im Netz zu erreichen und zum anderen die Arbeit der Eltern-Kind-Gruppen sinnvoll zu unterstützen – denn die Erfahrung der Initiator/innen ist, dass sehr viele Eltern digitale Lernangebote schätzen, sich aber auch im persönlichen Gespräch mit anderen Eltern und Fachkräften darüber austauschen möchten. Die Plattform stellt Text- und Videomaterial zur Verfügung. Fachkräfte haben außerdem die Möglichkeit, weiterführende Selbstlernmodule zu nutzen.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Kurz gefragt: Paula Lichtenberger, Leiterin des Projektes „Digitale Elternbildung“ in der Landeskirche Hessen-Nassau



Frage 1: Wie werden Sie die Plattform weiterentwickeln?

Für Eltern werden wir in diesem Jahr ein weiteres Modul zum Themenschwerpunkt „Väter“ erarbeiten. Zu einer Kick-off-Veranstaltung laden wir Männer und Väter ein und wollen von ihnen erfahren, welche Themen sie beschäftigen und wie wir die Inhalte für sie als Zielgruppe medial ansprechend aufbereiten können. Für Fachkräfte sollen in diesem Jahr die Selbstlernmodule „Kommunikation“ und „Familienalltag gestalten“ hinzukommen. Damit ist das Basiswissen zur Leitung eines Eltern-Kind-Angebotes dann komplett und kann kostenlos genutzt werden.

Außerdem haben wir unter Einbezug der Inhalte der Online-Plattform jetzt erstmalig gemeinsam mit dem Bistum Limburg ein Blended-Learning-Konzept zur Qualifizierung von Eltern-Kind-Gruppenleitungen entwickelt und mit sehr viel Erfolg durchgeführt. Dies ist ein Beispiel, wie das Vorhandene für innovative Konzepte genutzt werden kann. Wir sind offen für jede Form der Kooperation, um die Online-Plattform weiter auszubauen, aber auch, um Ressourcen zu bündeln. So wäre es aus meiner Sicht z.B. dringend notwendig, die Inhalte mehrsprachig aufzubereiten. Und ich kann an dieser Stelle nur noch einmal alle interessierten nicht kommerziellen Akteure herzlich dazu einladen, unsere Plattform zu nutzen und in ihre Arbeitskontexte einzubeziehen. So haben u.a. erste Kommunen bereits Interesse signalisiert, auf ihrem Webportal einen Link zu unserer Plattform zu setzen.



Frage 2: Welche Eltern erreichen Sie über die digitale Elternbildung?

Ich denke, so pauschal lässt sich Ihre Frage nicht beantworten. Für alle Eltern gilt, dass das Internet als Informationsquelle immer wichtiger wird. Eltern haben aber unterschiedliche Bildungsgewohnheiten und bevorzugen verschiedene Zugänge. Eher bildungsgewohnte Eltern lassen sich durch differenzierte Texte auf Homepages ansprechen, andere Eltern eher durch ein Video auf Youtube, wieder andere durch Bilder mit prägnanten kurzen Bildunterschriften. Dieser Vielfalt haben wir mit unserem Angebot Rechnung zu tragen versucht.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Wichtig ist eine vielgestaltige Öffentlichkeitsarbeit, mit der wir die Eltern auf verschiedenen Wegen auch direkt erreichen. Wir haben sehr gute Erfahrungen mit unserer Postkarte gemacht, die über unsere Plattform informiert und von anderen Akteuren gleichzeitig als eigene Visitenkarte genutzt werden kann: Sie können auf der Rückseite ihre Kontaktdaten eintragen. Die Postkarten nutzen neben Familienbildungsstätten z.B. auch Familienhebammen. Eine weitere Möglichkeit könnte darin bestehen, dass Einrichtungen der Eltern- und Familienbildung Inhalte der Online-Plattform in ihre Kommunikation in den sozialen Netzwerken einbeziehen. Da ist sehr viel möglich!



Frage 3: Sind integrierte Formate, die digitale Bausteine mit Präsenzelementen kombinieren, das optimale Bildungsangebot für junge Eltern heute?

Ich denke schon, dass Konzepte der Familienbildung zurzeit vermehrt in diese Richtung gehen. Und in der Praxis passiert das in gewisser Weise ja jetzt schon: Eltern holen Wissen heute schon viel über das Internet ein, aber die Auseinandersetzung damit, also z.B. die Frage, was zu mir bzw. uns und unserer Lebenssituation passt und wie dieses Wissen in konkretes Handeln umgesetzt werden kann, findet schwerpunktmäßig nach wie vor im direkten Austausch in den Angeboten der Eltern- und Familienbildung selbst statt.

Mobile Apps für Familien: Wofür sinnvoll entwickelt?

Auch für alle Fragen rund ums Familienleben wollen Eltern und ihre Kinder mobile Apps. Werden sie befragt oder über Zukunftswerkstätten an der Weiterentwicklung des Angebots für Familien in ihrer Stadt oder ihrem Landkreis beteiligt, wird immer wieder der Wunsch nach einer mobilen App für Familien genannt. Es gibt schon viele Apps mit hoher Attraktivität für Eltern und Kinder ([siehe Kapitel 2.2](#)), und mit ihren Nutzungsgewohnheiten entwickeln Familien auch ihre Erwartungen an die digitalen Angebote der Verwaltung oder anderer nicht kommerzieller Anbieter weiter.

Welchen Mehrwert kann eine mobile App im bestehenden Informationsangebot von Kommunen haben? Zu diesem Zweck gibt es aktuell noch nicht viele Angebote. Sie reichen von wenigen inhaltlich breiter angelegten Familien-Apps, z.B. der Stadt Kiel oder des Landkreises Main-Spessart, über Apps für spezielle Zielgruppen – die sich vor allem an Jugendliche richtende Arnsberg-App oder auch die Baby-Berlin-App gehören dazu – hin zu thematischen Apps, darunter z.B. die relativ be-

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen**
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

kannten Apps zum Thema Ernährung des Netzwerkes „Gesund ins Leben – Netzwerk Junge Familie“. Für die Region Erlangen entwickeln Stadt und Landkreis 2017 einen gemeinsamen Kalender aller Veranstaltungen der Familienbildung als mobile App, die aber auch weitere Informationen, u.a. zur Entwicklung des Kindes und regionalen Info- und Beratungsstellen, bietet. Die Inhalte können für die passende Altersgruppe des Kindes gefiltert werden. Eltern erhalten auf Wunsch Push-Nachrichten von den Anbietern eines Kurses und können Inhalte über die sozialen Netzwerke auch anderen Eltern weiterempfehlen. Ziel der App ist, Eltern die Kurse der Familienbildung als attraktives Angebot im Familienalltag näher zu bringen. In der Stadt Arnsberg wurde die Familienkarte in die App integriert und kann von den Familienmitgliedern auch unabhängig voneinander genutzt werden.

Digitale Angebote müssen kontinuierlich aktualisiert werden: Veraltete Informationen im Netz führen leicht dazu, dass sie nicht mehr aufgerufen werden. Wenn es vor Ort bereits Familienseiten oder ein Familienportal gibt, hat die Pflege des Portals finanziell und personell also Priorität. Außerdem steht das Projekt, eine mobile App zu entwickeln, mit weiteren Entwicklungsoptionen bestehender Familienseiten in Konkurrenz: Auch ein Portal kann durch interaktive Elemente, insbesondere auch für die Kinder, erweitert werden, die die Attraktivität des Familienportals deutlich steigern. Dafür gibt es viele Optionen, während die verfügbaren Ressourcen sehr knapp sind. Viele Akteure setzen sich daher das Ziel, die Familienseiten für ein responsives Design zu optimieren, das dann mit allen Endgeräten kompatibel ist.

Was aber kann die App, was die Webseite nicht kann? Man hat z.B. Checklisten oder Ratgeber immer dabei und kann sie, anders als die Webseite, auch offline nutzen. Die Anwendungsfreundlichkeit (siehe Kapitel 1.4) als entscheidendes Qualitätskriterium von Online-Angeboten lässt sich auf einer mobilen App besser optimieren als auf einem kommunalen Webportal. Das liegt zum einen daran, dass mobile Apps einen klaren thematischen Fokus haben, sich auf eine Lebenslage beschränken, z.B. alle Informationen und Handlungsbedarfe rund um die Geburt, oder sich an eine spezifische Zielgruppe richten. Zum anderen können diese Informationen und weitere Funktionen, z.B. Benachrichtigungen durch Angebotsträger, dann auch noch den eigenen Bedarfen entsprechend gefiltert werden. Interaktive Funktionen sind nicht nur aus Elternsicht, sondern auch für die Verwaltung und Trägereinrichtungen praktisch: Über Push-Nachrichten erreichen Angebote die Eltern, die diese durch Likes ihrerseits untereinander verbreiten. Damit kann auch die Angebotslandschaft von der Kommunikation der Familien in den sozialen Netzwerken profitieren.

Komm-Strukturen sind häufig schwierig zu nutzen – nicht nur, wenn die Kinder klein sind, sondern z.B. auch in einem Flächenlandkreis. Unabhängig vom Bildungshintergrund verwenden heute alle Eltern Smartphones und können über eine mobile App auch zwischendurch Informationen und praktische Tipps aufrufen. In Notfällen kann eine App Eltern unmittelbar unterstützen, bis sie eine/n Ansprechpartner/in aufsuchen oder telefonisch erreichen können. Aus Sicht von Familien-

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



bildner/innen, die den Eltern in ihren Kursen ohnehin Online-Broschüren oder Videos im Netz empfehlen, ist der Austausch über das Online-Kursmaterial in der Regel zwar ebenso wichtig, damit sich die Eltern darüber austauschen können, welche Inhalte sie wie in ihrem eigenen Alltag umsetzen können; zugleich werden Eltern durch die Online-Inhalte in ihrer Elternkompetenz gestärkt. Online-Materialien sind also bereits ein wichtiger Baustein der Familienbildung (vgl. auch Elternbildung digital).

Für die Entscheidungsfindung hilfreiche Fragen sind:

Abbildung 1.8 Entscheidungskriterien für mobile Apps

Für welches Angebot erreicht eine mobile App die Zielgruppe besser als andere Medien?

- z.B. Ratgeber für bestimmte Lebenslagen, Kalender für bestimmte Angebote, Familienpass

Für welche Zielgruppe ist eine mobile App besonders attraktiv?

- alle Familien, z.B., weil es noch keine Familienseiten gibt? Jugendliche? Alleinerziehende? Väter?

Viele Akteure wünschen sich ein Gerüst für eine mobile App, das überörtlich bereitgestellt und dann für die Belange vor Ort angepasst und mit regionalen Inhalten gefüllt werden kann. Insgesamt wäre Eltern auch mit einer guten Übersicht über mobile Apps geholfen, die sie als Informationsquelle und Ratgeber für die unterschiedlichen Fragen und Phasen des Familienlebens nutzen können – inklusive Hinweise auf Datenschutz und Datensicherheit. Für gute Kinder-Apps gibt es entsprechende Datenbanken bereits (vgl. Kapitel 2.2, Tipp 5 zum Weiterlesen).

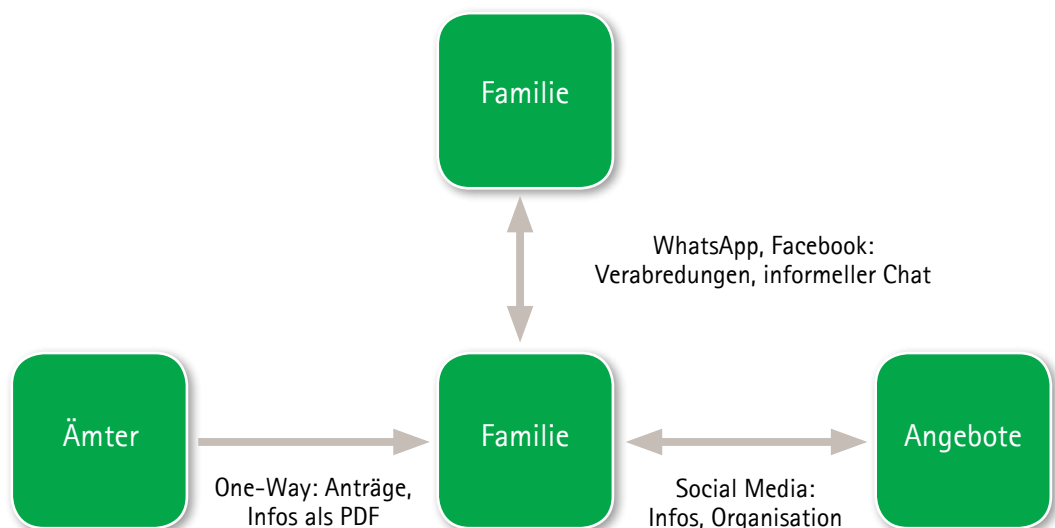
- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?**
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

Familien kommunizieren heute digital. Durch das Smartphone haben sich einige für die digitale Kommunikation typische Erwartungen noch einmal verstärkt: sich unkompliziert über Messenger-Dienste zu koordinieren, die anderen dann zu kontaktieren, wenn man selbst gerade Bedarf danach hat, und dann auch schnell eine Reaktion zu bekommen. Mit diesen Erwartungen sind auch die Fachkräfte konfrontiert, die in der Familienarbeit oder Verwaltung mit Familien kommunizieren.

Daher dreht sich die Diskussion über zeitgemäße Kommunikationswege für die Arbeit mit Familien häufig nach wie vor um Facebook und Co. Angebotsträger, die mit Eltern und ihren Kindern arbeiten, sind noch immer auf der Suche nach Konzepten und Leitlinien, die ihnen für den Gebrauch der sozialen Medien mehr Handlungssicherheit geben. Die für diese Handreichung geführten Interviews haben gezeigt, dass sich viele Fachkräfte mehr Wissen und bessere Kompetenzen in Sachen Datenschutz und Datensicherheit wünschen. Es wurden aber auch verschiedene weitere Handlungsbedarfe angesprochen, die sie mit Blick auf einen souveränen Umgang mit den sozialen Medien in ihrer Arbeit sehen.¹¹

Abbildung 1.9 Kommunikation Online: Mit wem kommunizieren Familien wie?



¹¹ Vgl. u.a. LAG Mobile Jugendarbeit/Streetwork Baden-Württemberg e.V. (2013): *Virtuell-aufsuchende Arbeit in der Mobilen Jugendarbeit/Streetwork*, Stuttgart. Das Papier setzt sich sowohl mit den Arbeitsprinzipien der virtuell aufsuchenden Jugendarbeit auseinander als auch mit den verschiedenen Tätigkeitsfeldern und Arbeitsformen, die sie den Fachkräften bietet; vgl. auch Krause, Alexandra/von Kalben, Isa (2015): *Um die Ecke und als App – Welche digitalen Angebote brauchen Eltern? Expertise*, Berlin: Deutscher Verein.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Digitale Kommunikation mit Fachkräften der Einrichtungen

Bei den Angebotsträgern wird inzwischen viel über Facebook und über WhatsApp kommuniziert. Der Messenger-Dienst wird vor allem eingesetzt, um Veranstaltungen zu organisieren und kurzfristige wetter- oder krankheitsbedingte Änderungen zu posten. Die Informationen sind kurz und die Kommunikation erfolgt häufig nur in eine Richtung – aber eben über die sozialen Medien. In der Eltern- und Familienarbeit bieten Messenger-Dienste die Möglichkeit, kurze Absprachen zu treffen und sich zwischen Präsenzterminen über einen kurzen Draht auszutauschen. Viele Fachkräfte kennen die damit verbundenen Herausforderungen, dass kommerzielle Anbieter die Rechte am weiteren Gebrauch der Daten ihrer Nutzer/innen haben. Das Telefon ist eine bessere Alternative.

Von Eltern ins Leben gerufene Facebook-Gruppen dienen gerade in kleineren Kommunen dazu, alles Mögliche rund um das Thema Familienfreizeit zu posten, auch Suchanfragen zu starten oder Informationen zu erfragen. Sie können Links zu Videos posten, schicken aber auch eigene Bilder. Außerdem koordinieren sich Familien in der Kita, Schule, in Kursen und Vereinen untereinander über WhatsApp. Da Familien Facebook und Co ohnehin nutzen, beteiligen sich Fachkräfte auf Wunsch an den von den Eltern organisierten Gruppen, ohne sie selbst zu initiieren – Probleme des Datenschutzes und der Datensicherheit beim Gebrauch der kommerziellen Social Media sind damit aber nicht gelöst (vgl. Abschnitt über Datenschutz und Datensicherheit).

Zwar sind kurze Infos über Terminänderungen in WhatsApp-Gruppen auch aus Sicht der Fachkräfte bequem; diese machen aber die Erfahrung, dass diese Kommunikation mit Teilnehmenden unverbindlicher ist – ohne anrufen zu müssen, fällt es ihnen leichter, selbst abzusagen oder Vereinbarungen nicht einzuhalten. Die Verbindlichkeit der Kommunikation muss also im persönlichen Austausch hergestellt werden. Aus diesem Grund sind die sozialen Medien, z.B. in der Jugendarbeit, aus Sicht der Fachkräfte häufig lediglich ein weiterer Kommunikationskanal, den sie bedienen müssen, weil sie z.B. die Jugendlichen dort erreichen, zugleich müssen sie diese am Ende doch wieder telefonisch an die Verabredung oder den Termin erinnern. Hinzu kommt der Bedarf, klare Regelungen zu vereinbaren, wann sie für ihre Adressat/innen erreichbar sind und diese mit einer Antwort rechnen können. Für den Notfall gibt es den Bereitschaftsdienst, Notrufnummern und Notfall-Apps, die man nutzen kann – hier gibt es bewährte Verfahren, die Eltern in diesem Fall auch nutzen sollten.

Digitale Kommunikation mit der Verwaltung

Und wie sieht es in der Verwaltung aus? Um auch in den sozialen Medien digital sichtbar zu sein, betten kommunale Familienseiten inzwischen vermehrt Facebook in ihren Webauftritt ein. Tagesaktuelle Informationen werden dann dort gepflegt, sind aber auch auf der Homepage sichtbar. Einige Kommunen lassen Veranstaltungsankündigungen und Nachrichten auch auf Facebook kommentieren; für die Pflege zuständig ist das Pressebüro der Stadt oder des Landkreises – auch dafür, im Ausnahmefall Posts zu löschen oder Nutzer/innen zu sperren. Ursprünglich war das Ziel meistens, die Arbeit des Oberbürgermeisters oder der Landrätin bekannt zu machen; die sozialen Medien haben sich aber auch bewährt, um Bürger/innen zu informieren. Immer wieder sind daher auch Familienthemen unter den geposteten Inhal-

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?**
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

ten; in der Regel bilden sie aber die ganze Bandbreite des kommunalen und kommunalpolitischen Geschehens ab. Generell dominiert in der digitalen Kommunikation zwischen Ämtern und Familien nach wie vor die One-Way-Kommunikation, d.h., Ämter stellen Informationen über Familienleistungen und Anträge online bereit und bei Nachfragen wenden sich Eltern entweder persönlich an die zuständige Servicestelle oder rufen dort an.

Für die mit der Pflege der Familienseiten einschließlich Facebook betrauten Fachkräfte sind Kommentare eine weitere Aufgabe, die sie on top erledigen müssten – und das ist häufig zu viel. Auch in der Verwaltung gibt es den Wunsch, dass die Eltern einen direkten Draht haben, z.B., wenn sie Nachfragen zu einem Angebot haben, neue Regelungen verstehen möchten oder Hilfestellungen bei der Antragstellung benötigen. Die Auseinandersetzung mit dem Thema interaktive digitale Kommunikation zwischen Verwaltung und Familien steckt allerdings noch in den Anfängen.

Fachkräfte der Kommunalverwaltung haben in den Angeboten der kommerziellen Anbieter keine Option, die sie im Kontakt mit Eltern nutzen könnten. Alternative Dienste gibt es, sie setzen sich in der Bevölkerung aber nicht durch, erreichen also auch nicht die Familien. Für viele Familien, so die Einschätzung, wäre eine Chat-Funktion eine willkommene Entlastung, weil sie Zeit und Wege spart. Zu den Sprechzeiten können sie allerdings auch anrufen. Wenngleich Jugendliche heute weniger telefonieren als ihre Eltern und lieber auf WhatsApp zurückgreifen, rufen nach wie vor viele Eltern einfach an, wenn sie auf dem kommunalen Webportal nicht weiterkommen. Also wäre ein Chat, ähnlich der Online-Beratung, vor allem außerhalb der Sprechzeiten attraktiv – und damit unter den gegebenen Rahmenbedingungen nicht realisierbar.

Die Erfahrungen der Online-Beratung zeigen, wie aufwendig die Umsetzung auch unabhängig von der Verfügbarkeit zu Randzeiten ist: Chat-Zeiten müssten als weitere Aufgabe in die regelmäßige und ohnehin knappe Arbeitsorganisation eingeplant werden, weil sich Chats nicht, wie vielleicht E-Mail-Anfragen, zwischendurch erledigen lassen. Zugleich bleiben sie ein weiteres Angebot, kein Ersatz für die persönliche und telefonische Ansprechbarkeit für alle Fragen rund um die Familienleistungen und Angebote der kommunalen Familieninfrastruktur. Mitarbeiter/innen müssen sich mit den Besonderheiten der Chat-Kommunikation vertraut machen. Der technische Aufwand ist nicht unerheblich: Um Datenschutz und Datensicherheit der Ratsuchenden zu gewährleisten und ihnen die Möglichkeit zu geben, Antworten auf Fragen, die sich im Chat nicht unmittelbar klären lassen, auch später noch abzuholen, müsste es ein verschlüsseltes Portal geben, auf dem sich Nutzer/innen ein Konto anlegen, auch wenn sie anonym bleiben können (vgl. [Abschnitt zur Online-Beratung](#)).

Insgesamt fehlen Studien darüber, wo sich Eltern im Netz bewegen und für welche Bedarfe sie welchen Informationskanal, darunter auch die interaktive Kommunikation mit den Fachkräften und Verwaltungsmitarbeiter/innen, bevorzugen würden.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Datenschutz und Datensicherheit

Viele Praktiker/innen, die vor Ort mit Familien arbeiten, würden auf ihren Familienseiten Eltern auch gern ein Forum schaffen, um sich selbst zu vernetzen oder auf kurzem digitalem Weg mit Fachkräften auszutauschen, dabei aber Datenschutz und Datensicherheit zu haben. Die gegenwärtige Nutzungspraxis ist demgegenüber nach wie vor problematisch. Bislang fehlen Alternativen zu kommerziellen Angeboten und auch ein klares Konzept, das den Fachkräften beim Einsatz von Social Media Handlungssicherheit gibt.¹² Betreuungs-, Bildungs-, Beratungs- und Freizeitangebote für Familien setzen heute regelmäßig digitale Medien ein. Einrichtungen werben mit Facebook-Seiten für ihre Angebote, Gruppen und Kurse nutzen WhatsApp, um untereinander Informationen auszutauschen, und z.T. werden Messenger-Dienste und Soziale Netzwerke von Fachkräften auch für die Beziehungsarbeit genutzt. Die Angebotsträger sehen sich häufig in einem Dilemma: Diese Zugänge spielen in der Lebenswelt von Familien heute eine wichtige Rolle. Einerseits können sie ihre Zielgruppen auf diesem Wege also besser erreichen, ihnen mehr Möglichkeiten zur Teilhabe und innovative Formate anbieten, andererseits sind sie aber unsicher, ob sie sich damit in Sachen Datenschutz und Datensicherheit nicht in eine unkalkulierbare Risikozone begeben.

Kurz gefragt: Dr. Thomas Pudelko, Referent für Jugendarbeit und Schule des Paritätischen Gesamtverbandes

Mit seiner Arbeitshilfe „Jugendsozialarbeit goes Social Media“ hat der Paritätische Gesamtverband die Praxis früh dabei unterstützt, sich professionelle Standards für den Gebrauch von Social Media zu erarbeiten. In der kommunalen Landschaft gibt es inzwischen viele Angebote, die insbesondere Facebook und den Messenger-Dienst WhatsApp regelmäßig nutzen.



Frage 1: Welche datenschutzrechtlichen Bedenken müssen Fachkräfte dabei haben?

Da die Server dieser Angebote im nicht europäischen Ausland stehen und somit in fast jedem Fall auch personenbezogene Daten ins Ausland übertragen werden, ist dies vom Bundesdatenschutzgesetz nicht gedeckt. In der Praxis setzen sich viele Fachkräfte dennoch darüber hinweg – entweder aus Unkenntnis der Rechtslage, weil sie keine anderen Möglichkeiten kennen oder ihnen diese nicht praktikabel erscheinen.

12 Vgl. Fußnote 11. Eine Fülle internationaler Befunde finden sich hier: Using ICT, digital and social media in youth work. A review of research findings from Austria, Denmark, Finland, Northern Ireland and the Republic of Ireland, National Youth Council of Ireland 2016, abrufbar auf der Homepage des National Youth Council of Ireland (<http://www.youth.ie/>).

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine



Frage 2: Wie weit können Nutzer/innen den Gebrauch ihrer persönlichen Daten durch Dritte darüber einschränken, dass sie die Datenschutzeinstellungen der genutzten Anwendungen entsprechend ändern und z.B. ausschließlich halb öffentliche Profile verwenden?

Das Grundproblem bleibt bestehen. In der Regel erfolgt eine Übertragung personenbezogener Daten ins nicht europäische Ausland. Welche Informationen andere User/innen über mich sehen können, ist für jede Anwendung einstellbar. Ich kann bestimmte User/innen ggf. auch sperren. Der Betreiber jedoch hat weiterhin uneingeschränkten Zugriff auf alle Daten, und zwar auch auf die bereits „gelöschten“ Daten.



Frage 3: Und wo sehen Sie die größten Risiken für die Datensicherheit? Hat es z.B. Sinn, sich im eigenen Tätigkeitsfeld für die Verwendung bereits verfügbarer alternativer Dienste einzusetzen? Oder benötigen die Fachdienste eigene Anwendungen?

Alternative Dienste, die in Europa, noch besser in Deutschland ihren Serverstandort haben, sind weit weniger verbreitet, dadurch viel weniger attraktiv, gerade für die Zielgruppen der Sozialen Arbeit. Eigene Anwendungen würden eine noch höhere Hürde darstellen. Ein Ausweg ist: Die Anbahnung von Unterstützungsleistungen erfolgt über die weit verbreiteten Dienste. Die weitere Beratung etc. erfolgt dann auf eigenen Plattformen, auf die die Nutzer auch über die kommerziellen Social Media „gezogen“ werden. Dafür muss das Angebot entsprechend attraktiv, einfach zu bedienen und für alle Endgeräte nutzbar sein.

Ein weiteres Thema sind die mit der Digitalisierung der trägerübergreifenden Zusammenarbeit einhergehenden Risiken – z.B., wenn sich Behörden und freie Angebotsträger zunehmend digital vernetzen.



Frage 1: Wohin entwickelt sich die trägerübergreifende Zusammenarbeit durch die Digitalisierung? Welche neuen digitalen Vernetzungen könnten in Zukunft typisch sein?

Zum einen könnten Träger und andere Anbieter ihre Angebote auf solchen Plattformen besser aufeinander abstimmen und wären, z.B. in Hilfeplanverfahren, nicht mehr auf das zufällig vorhandene Wissen der zufällig beteiligten Personen angewiesen, wenn es um

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



passgenaue Hilfen geht. Zum anderen könnten Träger Lücken in den Angebotsstrukturen einfacher erkennen und durch kreative Angebote besetzen. Oder der öffentliche Träger weist auf erkannte Lücken im Angebotsspektrum hin.



Frage 2: Und wo sehen Sie dabei die größten Risiken im Datenschutz und in der Datensicherheit?

Hier ist zwischen zwei Risiken zu unterscheiden: Zum einen gibt es das Risiko von Datenlecks, die zum unbefugten „Abschöpfen“ von Informationen führen könnten. Im Wettbewerb ist dies durchaus relevant und bisher wurde diesem Aspekt zu wenig Beachtung geschenkt. Zum anderen müssen Träger, wenn sie sich auf die Digitalisierung „eingelassen“ haben, die weitere technische Entwicklung mitgehen – also entsprechende Infrastruktur vorhalten und stets anpassen. Das ist ein nicht unerheblicher Kostenfaktor. Hier stets für die notwendige Sicherheitsstruktur zu sorgen ist aufwendig.

Werden personenbezogene Daten verwendet, ist die Gefahr der Zweitverwertung selbst bei aggregierten Daten recht hoch. Dabei geht es zum einen um Gruppenbewegungsdaten: Findet ein bestimmtes Ereignis statt, lässt sich überprüfen, wo genau sich wie viele Personen wie lange aufhalten und von wo nach wo sie sich genau bewegen. Werden diese Daten dann mit gezielt erhobenen Individualdaten (Mobilfunkzellenabfragen) verknüpft, stehen weitere Auswertungsmöglichkeiten zur Verfügung.

Beim Thema „Big Data“ haben Fachkräfte oft den Eindruck, nicht wirklich zu verstehen, welchen Nutzen Big-Data-Analysen für die Soziale Arbeit haben können – warum sie sich also mit den möglichen Folgen für den Datenschutz und die Datensicherheit auseinandersetzen sollten.



Frage 1: Worin unterscheiden sich Big Data-Anwendungen eigentlich von bisherigen Formen der Erhebung prozessgenerierter Massendaten und ihrer Verarbeitung?

Ein wesentlicher Unterschied besteht in der Verwendungsoffenheit des Big-Data-Konzeptes. Dies widerspricht im Prinzip dem deutschen Datenschutzrecht, das vorschreibt, personenbezogene Daten ausschließlich für den vorher definierten Zweck zu erheben. Und dies unterscheidet es auch von herkömmlichen Planungsdaten, die i.d.R. gezielt für einen Zweck (z.B. Kitaplanung) erhoben werden. Beim Big-Data-Konzept werden große Datenmengen generiert und später nach interessierenden Mustern durchsucht. Die Art der eingesetzten Algorithmen ist eine ganz andere.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?**
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine



Frage 2: Können Sie mir ein Beispiel dafür geben, wo Big-Data-Analysen von Trägerverbänden oder Verwaltungen eingesetzt werden können?

Wenn entsprechende Daten generiert werden könnten, dann wäre die Sozialraumorientierung ein Paradebeispiel der Anwendung. Anhand von Bevölkerungszahlen, die dynamisch angepasst würden (Zu- und Wegzüge, Geburten, Haushaltsgrößen, Einkommen etc.) und verkehrszellengenau bereitstünden, könnten Bedarfszahlen für die kommunale Infrastruktur wesentlich präziser als heute bereitgestellt werden. Wenn die Kommune die Umsetzungsprozesse dann genauso dynamisch steuern könnte, wäre eine schnellere Versorgung der Bevölkerung möglich, als es derzeit der Fall ist.



Frage 3: Das Bundesjugendkuratorium weist in seiner Stellungnahme zu den Digitalen Medien in der Kinder- und Jugendhilfe darauf hin, dass noch zu wenig darüber bekannt sei, welche Rückschlüsse aus der Gesamtheit der über Einzelpersonen inzwischen zugänglichen Daten möglich seien und wie diese, zu persönlichen Datenprofilen zusammengefügt, durchaus auch zum Nachteil Einzelner verwendet werden könnten. Welche Risiken sehen Sie angesichts der zunehmenden Nutzung von Metadaten, z.B. für Bedarfsanalysen zur kommunalen Infrastruktur?

Der Rückschluss auf einzelne Personen aus solchen Metadaten ist tatsächlich möglich – nur eben auf anderem Wege als direkt über die Individualdaten. Die mobilen Endgeräte sammeln bereits heute sehr viele Daten. Angeblich werden diese nicht weitergegeben. Die Verknüpfung der o.g. Datenarten mit Daten der Polizeistatistik oder mit Gesundheitsdaten könnte für bestimmte Personen(gruppen) dann z.B. die Wahrscheinlichkeit einer Devianz-Neigung errechnen mit der Maßgabe, sie im Vorfeld zu „betreuen“, damit z.B. kein Kinderschutzfall eintritt.

Es wäre dann z.B. denkbar, dass eine vorinstallierte App eine Voranalyse erstellt (Konsumverhalten, Bewegungsdaten, aufgesuchte Seiten, Kontaktarten etc.) und bei erkanntem „riskanten Verhalten“ Hilfsangebote für Beratungsmöglichkeiten einblendet – so wie personalisierte Werbung es heute bereits macht. Die Hilfesuchenden sind sich dieser Möglichkeiten genauso wenig bewusst wie die meisten Fachkräfte.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Online-Beratung: Zeitlich und räumlich flexibel, bei Bedarf anonym

Mitte der 1990er-Jahre wurden in der Beratungslandschaft der Sozialen Arbeit die ersten Online-Angebote entwickelt. Unter den Pionieren war u.a. die Pro Familia mit dem Portal www.sextra.de. Die Online-Beratung hat sich seit ihren Anfängen professionalisiert, eigene Ansätze entwickelt und Qualitätsstandards erarbeitet. Gut 20 Jahre später gehört sie zum Beratungsangebot der Wohlfahrts- und vieler Fachverbände dazu und deckt ein breites Spektrum an Beratungsfeldern ab – darunter auch zahlreiche Angebote für Eltern, Kinder und Jugendliche. Da weder die sozialen Medien noch herkömmliche E-Mail-Programme den strengen Anforderungen an den Datenschutz und die Datensicherheit genügen, erfolgt professionelle Online-Beratung ausschließlich über eigene gesicherte Portallösungen.

Wie bei allen digitalen Angeboten liegt eine Stärke der Online-Beratung darin, dass sie zeit- und ortsunabhängig genutzt werden kann. Ratsuchende können sich jederzeit ein Konto einrichten, ihr Anliegen posten und sie erhalten in der Regel innerhalb von 48 Stunden eine Antwort. Charakteristisch für die Online-Beratung ist die kanalreduzierte Kommunikation: Der Austausch erfolgt schriftlich, ohne sich zu sehen oder miteinander zu sprechen. Haben sie Grenzverletzungen erlebt, kann es Ratsuchende entlasten, sich nicht der persönlichen Anwesenheit der Beratungsfachkraft aussetzen. Im schriftlichen Austausch behalten sie außerdem ein hohes Maß an Kontrolle über die Beratungssituation. Ein weiteres Merkmal ist die Anonymität. Gerade bei angst- und schambesetzten Themen kann sie Ratsuchenden helfen, sich mit ihrem Problem überhaupt einer Beraterin oder einem Berater zu offenbaren. Aufgrund des anonymen Settings fällt es vielen Menschen leichter als im persönlichen Kontakt, sich zu öffnen, sodass der Beratungsprozess schnell eine hohe Emotionalität gewinnen kann. Berater/innen müssen also die Kompetenz entwickeln, auch in diesem digitalen Medium professionelle Distanz zu halten.

Online-Beratung kann präventiv, in einer akuten Krisensituation und in der Nachsorge eingesetzt werden, im Einzelfall aber auch an ihre Grenzen stoßen. Dies ist u.a. dann der Fall, wenn die Beratungsfachkraft den Eindruck hat, dass noch eine andere als die im Beratungsprozess thematisierte Problematik vorliegt, wenn sie Eltern und Kinder oder Paare zusammen erleben möchte, um ihnen geeignete Lösungen aufzeigen zu können, oder auch einfach dann, wenn gemeinsam Dokumente gesichtet und Formulare ausgefüllt werden müssen.

Um Angebote der Online-Beratung nutzen zu können, müssen Menschen dazu in der Lage sein, ihr Problem eigenständig durchzugehen und die für die Beratungsfachkraft wichtigen Informationen möglichst klar aufzuschreiben – in der Online-Beratung können Missverständnisse den Beratungsprozess leichter beeinträchtigen als im Gespräch. Sie ist daher nicht unbedingt für alle Ratsuchenden geeignet. Ein wichtiges ergänzendes Angebot ist sie zweifellos in Beratungsfeldern, für die es

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?**
- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

in Deutschland nur wenige Anlaufstellen gibt. In ländlichen Räumen kann Online-Beratung dazu beitragen, die Grundversorgung sicherzustellen. Menschen mit chronischen Beeinträchtigungen, die häufiger als andere sozial isoliert leben und nur schwer den Zugang ins Hilfesystem finden, bekommen damit ein niedrigschwelligeres Angebot. Der Gruppenchat schließlich kommt den digitalen Nutzungsgewohnheiten Jugendlicher besonders entgegen.

Damit es genutzt werden kann, muss das Angebot aber auch im Netz zu finden sein. Hier können und müssen Angebotsträger durch die Informationsarbeit in den sozialen Medien, die Nutzer/innen-freundlichkeit und zielgruppenorientierte Gestaltung ihres Webauftritts tätig werden – „Berater/in“ ist keine geschützte Berufsbezeichnung, sodass die Sichtbarkeit der professionellen Beratungsangebote freier und öffentlicher Träger im Angebotsdschungel des Internets einen hohen Stellenwert hat.

Die wachsende Bedeutung der Chatberatung bringt eigene Anforderungen an die Beratungsstellen mit sich: Dienstpläne müssen so gestaltet werden, dass Online-Anfragen nicht mehr zwischendurch beantwortet werden, sondern Berater/innen für Sprechstunden im Chat fest eingeplant werden. Und sie fordert die Beratungsfachkräfte heraus: Im Gruppenchat ist der Gesprächstakt hoch, die Sprache wird schnell emotional, die Moderator/innen müssen auf die Netiquette achten und zugleich ein Beratungssetting mit geeigneten inhaltlichen Interventionen umsetzen – insgesamt eine sehr anspruchsvolle Aufgabe. Dass die Chatberatung an Bedeutung gewinnen wird, gilt als unstrittig. Darüber hinaus werden gegenwärtig auch Möglichkeiten der Videoberatung diskutiert.

Im Hinblick auf die Schnittstellen der Online-Beratung zu anderen Formen der Beratung und Hilfe haben viele Angebote die Erfahrung gemacht, dass diejenigen, die Beratung im Netz suchen, auch ausschließlich online beraten werden möchten. Es gibt aber einen gewissen Anteil an Beratungen – vorsichtige Schätzungen aufgrund der eigenen Praxiserfahrung reichen von 20 % bis 33 %, in denen Ratsuchenden auch Anlaufstellen vor Ort zur weiteren Unterstützung und Begleitung empfohlen werden. Und es gibt Menschen, die bereits im Hilfesystem sind, z.B. in einer Therapie, zu einem heiklen Thema aber die anonyme Online-Beratung aufsuchen. Da die Bedarfe der Menschen vielfältig sind, ist davon auszugehen, dass es die verschiedenen Säulen der Beratung weiterhin geben wird. Möglicherweise werden jedoch integrierte Formen der Beratung in Zukunft wichtiger – und zwar für Träger und Adressat/innen gleichermaßen.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Kurz gefragt: drei Fragen an Kirsten Schellack, Leiterin der Online-Beratung des Deutschen Caritasverbandes (DCV), und Maria Grosse Perdekamp, Leiterin der Online-Beratung der BKE

Seit 2006 bietet der Deutsche Caritasverband Online-Beratung und Information an. Über das Beratungsportal <https://www.caritas.de/Online-Beratung> bieten die Beratungsstellen der Caritas in mittlerweile 14 Beratungsbereichen Online-Beratung an. Das Angebot erstreckt sich auf klassische Beratungsangebote wie die Eltern- und Jugendberatung über Suizidprävention bis hin zur rechtlichen Betreuung und Vorsorge.

Menschen, die zu einem spezifischen Thema Hilfe suchen, finden den Zugang zur Online-Beratung der Caritas auch direkt über eine der zielgruppenspezifischen Seiten, auf denen sie sich nicht nur bei der Online-Beratung anmelden können, sondern noch viele weitere Informationen und Links bekommen, z.B. für Eltern und Familie:



[www.caritas.de/hilfeundberatung/
Online-Beratung/elternundfamilie/](https://www.caritas.de/hilfeundberatung/Online-Beratung/elternundfamilie/)

Koordiniert wird die Online-Beratung in der Caritas von Kirsten Schellack.



Frage 1: In welchen Beratungsfeldern der Caritas hat sich das Format der Online-Beratung besonders bewährt?

Ob sich ein Online-Beratungsangebot bewährt oder nicht, kann nicht nur an den Zugriffszahlen gemessen werden. Einige Beratungsbereiche haben kleine Zielgruppen und damit auch entsprechend geringere Nutzungszahlen als die klassischen Beratungsbereiche. So hat sich z.B. die Beratung für Angehörige von Straffälligen als Online-Beratungsbereich sehr bewährt, weil mit dem Angebot eine Versorgungslücke geschlossen werden konnte. Geht man von den Zugriffszahlen aus, so ist die Eltern- und Jugendberatung die am zweitstärksten nachgefragte Beratung gleich nach der Schuldnerberatung. Bezogen auf die Zugriffszahlen hat sich die Online-Beratung auch in den Bereichen Suizidprävention für Menschen unter 25 Jahre (U25), in der Sucht- und Schwangerschaftsberatung bewährt.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine



Frage 2: Vor welchen Herausforderungen steht die Online-Beratung in den kommenden Jahren?

Aus Verbandssicht ist die größte Herausforderung sicherlich die Refinanzierung von Online-Beratung. Der DCV übernimmt die Kosten für die Rahmenbedingungen der Online-Beratung, und die Beratung an sich wird von den Beratungsstellen vor Ort durchgeführt. Im Jahr 2016 hatte die Online-Beratung über alle Beratungsbereiche hinweg mehr als 26.700 Beratungskontakte. Und die Tendenz ist steigend. Diese enorme Leistung wird von den Kostenträgern leider nicht oder noch zu wenig honoriert. Weiterhin ist die rasante technische Weiterentwicklung eine Herausforderung.

Was die Online-Beratung an sich angeht, so wird es sicher eine Aufgabe sein, Gelder für die Forschung zu akquirieren, nicht zuletzt auch deshalb, um gegenüber den Kostenträgern mehr Fakten zur Verfügung zu haben. Außerdem sollten die Hochschulen mehr und qualitativ besser auf Online-Beratung als Methode und als Beratungsform eingehen. Für die Beratungsarbeit an sich wird es sicherlich eine Herausforderung sein, den immer häufiger vorkommenden Multiproblemlagen gerecht zu werden.



Frage 3: Die heutigen Jugendlichen sind die Eltern von morgen. Wie werden ihre digitalen Nutzungsgewohnheiten das Beratungsangebot der Caritas voraussichtlich verändern?

Das ist kaum vorauszusagen. Fest steht aber jetzt schon, dass Beratung immer schneller erfolgen soll, ansonsten wird die Antwort gar nicht mehr abgeholt. Eine Beratungsanfrage, die wir jetzt standardmäßig innerhalb von 48 Stunden an Werktagen beantworten, wird in ein paar Jahren ggf. innerhalb von 24 Stunden beantwortet werden müssen.

Die Beratung wird sich wahrscheinlich in den Bereichen, in denen Kinder und Jugendliche die Zielgruppen sind, am schnellsten verändern. Sowohl was das Medium angeht, also mehr Chat und Foren statt Mail, als auch was die Form der Beratung angeht. Die Nutzung von mobilen Endgeräten wird weiter zunehmen und von daher werden Anfragen und Antworten in ein paar Jahren anders aussehen als heute.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Die Bundeskonferenz für Erziehungsberatung e.V. (bke) bietet seit über zehn Jahren Online-Beratung für Eltern und Jugendliche an:



www.bke-beratung.de

Eltern und Jugendlichen steht ein Netz von bundesweit 86 Erziehungsberater/innen zur Verfügung, die in einer Beratungsstelle arbeiten und in Kooperation mit der bke mit einem Anteil von fünf bis zehn Wochenstunden auch online beraten. Zwischen 2004 und Ende 2015 hatten sich mehr als 76.000 Nutzer/innen bei der Online-Beratung der bke angemeldet.

Die Eltern- und Jugendberatung haben jeweils eine eigene Seite, auf der sich Ratsuchende registrieren und dann eine klassische Einzelberatung, den Einzelchat im Rahmen einer der offenen Sprechstunden, den themenoffenen Gruppenchat oder einen Themenchat auswählen können. Es gibt auch ein offenes Forum, in dem nicht registrierte Nutzer/innen mitlesen können. Für die Berater/innen der bke kamen im Jahr 2016 insgesamt fast 3.000 neue Anfragen zu ihren laufenden Beratungen hinzu. Geleitet wird die Online-Beratung der bke von Maria Große Perdekamp.



Frage 1: Wie läuft eine typische Beratung im Einzelchat ab?

Eltern und Jugendliche können dafür die „Offene Sprechstunde“ nutzen. Sie ist an allen Wochentagen auch abends regelmäßig geöffnet. Ratsuchende loggen sich unter ihrem Nick ein und werden von einer Beratungsfachkraft aus der Wartezone in den Einzelchat eingeladen. Die Beratung dauert dann durchschnittlich 35 Minuten. Ungefähr die Hälfte der Ratsuchenden nutzt die „Offene Sprechstunde“ ein- oder zweimal, ein kleinerer Teil sehr intensiv und regelmäßig. Im Jahr 2016 wurde sie 2.342-mal von den Jugendlichen und 228-mal von Eltern genutzt.

Der Ablauf einer Chatberatung hat viele grundlegende Gemeinsamkeiten mit der persönlichen Beratung im Gespräch. Es gibt aber auch Spezifika: Ein/e Chatberater/in muss sich ohne jegliche Vorinformation sehr schnell auf die jeweilige Person und ihr Anliegen einstellen können. Nonverbale Eindrücke und Botschaften können nicht in die Beratung einbezogen werden. Emoticons, Akronyme, z.B. „lol“, und Inflektive, z.B. *schluchz*, unterstützen emotionalen Ausdruck. Die Sprachkultur ist sehr stark auf das Wesentliche reduziert und umgangssprachlich. Der Chat ist temporeich, beide schreiben zeitgleich, Pausen werden schnell als lang wahrgenommen und können Missverständnisse schaffen.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen

1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

- 1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Weil der Chat aus den eigenen vier Wänden heraus anonym genutzt werden kann, wird er von Ratsuchenden als geschützter Raum erlebt, in dem sie häufig ohne Umschweife „zur Sache“ kommen und ihre Probleme direkt und drastisch darstellen. Damit ist ein/e Chatberater/in stark gefordert, sich sehr schnell einzustellen und in der Beratung (z.B. bei Suizidalität, Gewalt) Ruhe und fachlichen Überblick zu bewahren.



Frage 2: Jugendliche haben eine besondere Affinität zum Gruppenchat. Worin besteht die besondere Attraktivität dieser Beratungsform für die Jugendlichen?

Chatten gehört inzwischen zum Alltag der Jugendlichen und wird zunehmend auch für Rat und Hilfe genutzt. Die Beziehungen zu Gleichaltrigen sind ein zentrales Entwicklungsthema im Jugendalter, und den Jugendlichen ist die „Community“ der regelmäßig Teilnehmenden im Chat wichtig. Man kennt sich, der Chat ist ein virtueller Treffpunkt, nicht nur um Rat zu suchen, sondern auch, um sich auf dem Laufenden zu halten und Kontakte zu pflegen. Jugendliche sind in ihren Auseinandersetzungen stürmisch und müssen oft noch lernen, Konflikte angemessen zu lösen. Das belebt den Gruppenchat, fordert die Moderation allerdings auch heraus, diese gruppenspezifischen Prozesse im Blick zu haben. Neue Nutzer/innen sind willkommen und werden in die Community integriert. Sie können zu Anfang „still“ teilnehmen, sich einfinden und im eigenen Tempo aktiv werden. In einem überregionalen und anonymen Gruppenchat ist es außerdem höchst unwahrscheinlich, Menschen aus dem direkten Umfeld zu treffen. Daraus ergibt sich eine Mischung aus Distanz und besonderer Nähe.

Im Jahr 2016 haben wir für Jugendliche 301 Gruppenchats und 94 Themenchats angeboten. Insgesamt haben mehr als 5.500 Jugendliche teilgenommen. Hinzu kommt noch das Forum. Die Beliebtheit des Gruppenchats ist auch im Kontext des gesamten Angebots der Online-Beratung der bke zu sehen. Tägliche Gruppenchats lassen sich flexibel einplanen, können aber auch noch durch Themenchats, z.B. Drogen, Schulstress oder selbstverletzendes Verhalten, ergänzt werden. Viele Jugendliche variieren die Angebote einer vertraulichen Einzelberatung auch mit der öffentlicheren Beratung in einer Gruppe. Diese Vielfalt kommt an. Auch im Einzelchat profitieren die Berater/innen übrigens davon, dass sie von den Jugendlichen als medienaffin und jugendnah wahrgenommen werden – anders als in der klassischen Erziehungsberatung, in der sie wegen des sichtbar hohen Altersabstandes der Eltern-Generation zugerechnet werden und schneller auf Ablehnung stoßen.

Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Frage 3: Wenn Sie an den Austausch der Eltern untereinander denken: Welche Bedeutung hat dieser Austausch für die Rat suchenden Eltern?

Bei der bke-Online-Beratung haben Eltern und andere Erziehende, wie Pflegeeltern, die Möglichkeit, sich im Gruppenchat oder im Forum auszutauschen. Das Forum kann auch ohne Registrierung mitgelesen werden. Hier schreiben Eltern meist über die Themen, die sie für einen „öffentlichen“ Austausch geeignet finden. Im Jahr 2016 haben 1.372 Eltern diese Möglichkeit genutzt. Es gab außerdem 49 Themenchats und 150 offene Gruppenchats für Eltern. Beteiligt haben sich daran insgesamt knapp 1.400 Eltern.

Die Chats werden ab 20 Uhr angeboten und sind damit eine attraktive Alternative zu Beratungsangeboten vor Ort. Viele Erziehende nutzen den Online-Austausch für „kleine Fragen“, mit denen sie sich noch nicht an eine Beratungsstelle gewandt hätten. Auch bei Eltern erleichtert die Anonymität den Zugang zur Beratung. Im Gruppenchat ist ein Wechsel der Teilnehmenden üblich. Sie können problemlos später hinzukommen, den Chat unterbrechen oder beenden (z. B. bei Schlafproblemen kleinerer Kinder). Sie können den Austausch also dann nutzen, wenn sie Ruhe und Zeit dafür haben.

Beide Beratungsformen eignen sich, wenn geeignete Gesprächspartner im Umfeld fehlen. Alleinerziehende nutzen gern den lockeren Austausch über die alltäglichen kleinen Probleme und auch gelungene Tage. Elternteile in Trennung oder Scheidung entlastet das Angebot und hilft ihnen, mit konfliktreichen Situationen umzugehen. Ein Teil der Eltern hat auch bereits Hilfen vor Ort und nutzt das Online-Angebot für eine „Nachbetreuung“ oder flankierend dazu. Dies kann andere Eltern motivieren, auch vor Ort Unterstützung zu suchen.

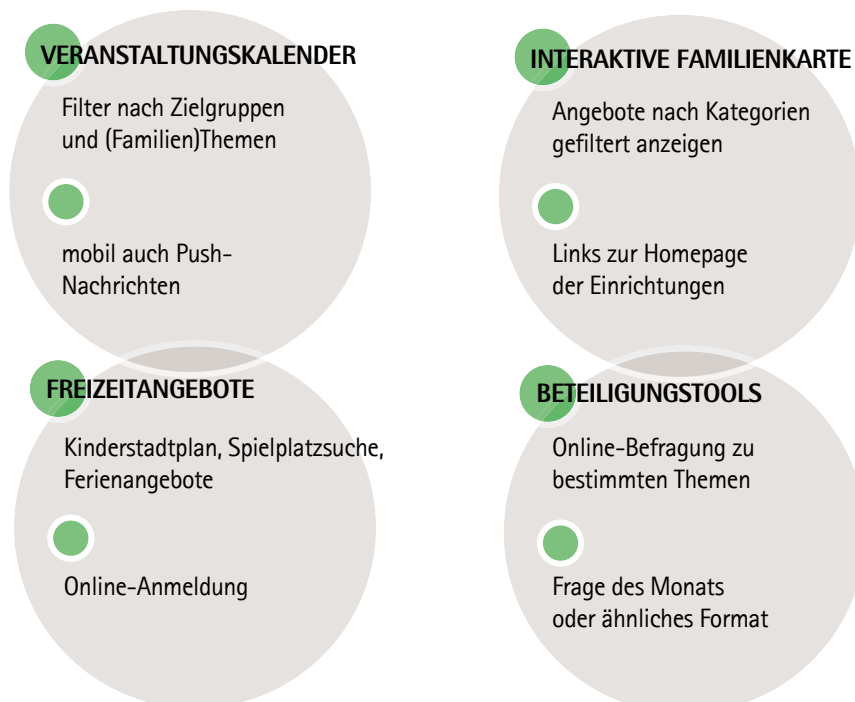
- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Wie für alle Anlaufstellen im Netz ist auch für kommunale Familienseiten essenziell, dass Familien wiederkommen – im besten Fall nicht nur auf der Suche nach einer bestimmten Information, sondern aus Neugier auf neue Inhalte und weil die Seite auch unabhängig vom unmittelbaren Bedarf ihr Interesse geweckt hat. Im Rahmen unserer Gespräche mit den Expert/innen, die vor Ort Familienseiten oder -portale verantworten, wurden auch bewährte Bausteine thematisiert, d.h. Angebote der Familienseiten, die Familien in ihrem Lebensalltag unmittelbar ansprechen und gut angenommen werden – unabhängig davon, ob sie die Verwaltung gerade mit einem Anliegen kontaktieren müssen oder nicht. Die in Abbildung 1.10 dargestellten Bausteine wurden in den Interviews mehrheitlich zur Nachahmung empfohlen – und zwar unabhängig davon, ob eine Stadt oder ein Landkreis befragt wurde:

Abbildung 1.10 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine



Kapitel 1: Ansätze für die kommunale Praxis



Ein Veranstaltungskalender, der Angebote für Familien in der Region, nach Kategorien gefiltert, extra ausweist und möglichst auch direkt auf den Familienseiten angezeigt wird, ist ein Grund für Familien, die Seite regelmäßig zu besuchen. Als Zugpferde haben sich im Veranstaltungsangebot u.a. Kinder- und Babymärkte bewährt. Kommunen können Elternabende, Vorträge u.Ä. ebenfalls in den Kalender einstellen, der sich auch für eine mobile App anbietet: Familien werden durch Push-Nachrichten über neue Veranstaltungen informiert und später wieder daran erinnert.

Stellen Nutzer/innen wiederholt fest, dass die Suche keine Treffer ergibt, wenden sie sich wieder an Google, wo die Homepages der Einrichtungen in die Suche nach aktuellen Terminen einbezogen werden. Und wenn sie dort Treffer erzielen, ist diese Erfahrung aus ihrer Perspektive als Nutzer/innen ein guter Grund, den kommunalen Veranstaltungskalender in Zukunft nicht mehr aufzusuchen. Die große Herausforderung liegt also darin, ein Verfahren zu etablieren, wie Angebotsträger Informationen, die sie auf ihren eigenen Homepages über Veranstaltungen einstellen, einfach direkt an die Verwaltung weitergeben können, die sie zeitnah prüft und in den Kalender aufnimmt. Für die Einrichtung ist der Mehraufwand sehr gering, die Nutzen aber sind umso größer, je mehr sich der Kalender etabliert.

Bewährt haben sich auch Stadtpläne, auf denen Familien nach Angeboten suchen können. Aus Sicht der Verwaltung haben insbesondere Kitas, Familienzentren, zuständige Ämter Priorität; aus Perspektive der Eltern gewinnt der Stadtplan aber natürlich eine besondere Qualität, wenn sie nicht nur bei der singulären Suche nach Kitas in der Nähe, sondern regelmäßig auf der Suche nach Spielplätzen und anderen Freizeiteinrichtungen auf der Seite nachschauen können. Häufig gibt es bereits Datensätze, die dafür genutzt werden können. Änderungen müssen dann nur noch vorgenommen werden, wenn eine Einrichtung hinzukommt, schließt oder den Standort wechselt. Die genauen Kontaktdaten und weitere Informationen über das Angebot können Familien dagegen direkt auf der verlinkten Homepage der Einrichtung nachlesen.

Sowohl ein Kinderstadtplan als auch eine Spielplatzsuche sind zweifellos aufwendige Projekte, wenn sie zum ersten Mal aufgelegt werden. Aus Sicht der befragten Expert/innen lohnt sich der Aufwand allerdings: Als Angebot sprechen sie junge Eltern an und setzen gerade für junge Familien einen starken Impuls für die Familienfreundlichkeit von Kommunen. Freizeitferienangebote für Schulkinder und Jugendliche sind ebenfalls sehr beliebte Online-Angebote. Und wenn es gelingt, auch die Anmeldung online zu ermöglichen, sodass Eltern ihre Kinder auch gleich für das gewünschte Angebot anmelden können, werden Familien bei der stressigen Ferienplanung entlastet und haben bei der Auswahl Spaß. Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmen vielerorts dazu bereit sind, Städte und Landkreise bei der Entwicklung eines guten Ferienangebotes für die Kinder zu unterstützen, um ihre Beschäftigten zu entlasten.

- 1.1 Familien im virtuellen Rathaus!?
- 1.2 Online-Präsenz als familienpolitischen Baustein stärken
- 1.3 Funktionen festlegen: immer der erste Schritt
- 1.4 Adressat/innenbezug und Niedrigschwelligkeit: wichtig für digitale Gestaltungsideen
- 1.5 Wie möchten Familien kommunizieren?

1.6 Familienseiten gestalten – bewährte Bausteine

Im Hinblick auf Beteiligungstool ist das Stimmungsbild ebenfalls recht einhellig: Breit angelegte Beteiligungsverfahren, wie sie z.B. über Online-Themenforen, Familienkonferenzen und Befragungen Verwendung finden, wenn eine Kommune eine familienpolitische Gesamtstrategie oder ein Zukunftskonzept für die Region erarbeitet, sind für die zuständigen Akteur/innen extrem aufwendig. Und im Verhältnis dazu – auch hier haben die von uns im Interview befragten Familienmanager/innen oder Familienbeauftragten ähnliche Erfahrungen gemacht – ist die Beteiligung der Familien eher gering.

Einig waren sich aber auch alle darin, dass sie auf Beteiligungstools, die Eltern auf den Familienseiten aktiv einbeziehen, in Zukunft nicht mehr verzichten können. Nutzer/innen erwarten heute von Dienstleistungsanbietern eine Möglichkeit, ihre Belange geltend zu machen. Also sollten auch Familienseiten aktiv damit umgehen und ein Format anbieten, das die Familien anspricht – also eher in einer werbewirksamen Rubrik in regelmäßigen und klar kommunizierten Abständen eine Frage zu aktuellen Themen posten, als lediglich eine allgemeine Feedback-Funktion einzurichten – und für die zuständigen Fachkräfte auch machbar ist. Aus der Perspektive der Nutzer/innen ist entscheidend, dass dann zeitnah ein kurzes Ergebnis eingestellt wird: Unabhängig davon, ob sie selbst die Hürde nehmen und sich beteiligen, wissen Familien dann, dass sie einbezogen werden.



KAPITEL 2: PRAKTISCHES HINTERGRUNDWISSEN

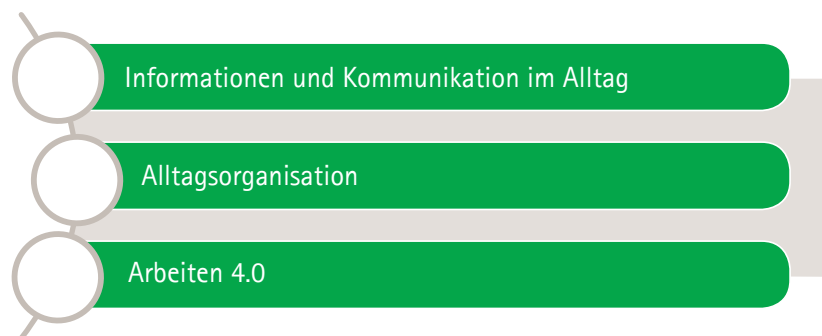
2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag	58
Zahlen und Fakten	58
Praxisimpulse	63
Tipps zum Weiterlesen	65
2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung	68
Zahlen und Fakten	68
Praxisimpulse	72
Tipps zum Weiterlesen	74
2.3 Mobiles Arbeiten 4.0	76
Zahlen und Fakten	76
Praxisimpulse	78
Tipps zum Weiterlesen	79



Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen

Die Mediatisierung und Digitalisierung unseres Alltags beeinflussen auch maßgebliche Parameter kommunaler Familienarbeit und Familienpolitik immer wieder neu. Ausschlaggebend dafür können digitale Neuerungen in der Alltagskommunikation, in der Organisation der Erwerbsarbeit sowie neuartige digitale Vernetzungen in der Verwaltung und Sozialen Arbeit sein. Wer bestehende digitale Angebote für Familien weiterentwickeln möchte oder neue digitale Angebote plant, sollte diese Trends also im Blick haben. Aus den angesprochenen Entwicklungen greift dieses Kapitel einige Themen rund um den Familienalltag auf, die für die bedarfsgerechte Ausgestaltung der Familieninfrastruktur relevant sind.

Abbildung 2.1 Digitaler Familienalltag – Themen dieses Kapitels



Für die drei in Abbildung 2.1 genannten Themen finden Leser/innen in diesem Kapitel

- a) eine kurze Übersicht mit aktuellen Zahlen und Fakten,
- b) Praxisimpulse und
- c) Hinweise auf weiterführende Quellen.

Die Stärke der Arbeit kommunaler Träger liegt in der direkten Kommunikation mit und Alltagsnähe zu ihren Adressat/innen. Öffentlichkeitsarbeit, Informationsweitergabe, direkte Anfragen: Digitale Kommunikationskanäle werden dafür bereits vielfältig genutzt. Nur wenn sie die Nutzungsgewohnheiten junger Familien widerspiegeln, kommen die gewählten Kommunikationsstrategien auch an. Aktuell haben Träger häufig das Gefühl, dabei zu sehr den Veränderungen im Alltag von Familien hinterherzuhinken. Auch in der inhaltlichen Angebotsplanung kann es sinnvoll und notwendig sein, über die zweifellos wichtigen Fragen der Medienerziehung und des Kinder- und Jugendmedienschutzes hinaus Aspekte der Mediatisierung oder Digitalisierung unseres Alltags gezielt aufzugreifen. Um geeignete Impulse für die kommunale Praxis geben zu können, wurden der Aufbereitung nützlichen Wissens in diesem Kapitel daher drei Leitfragen zugrunde gelegt:

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Abbildung 2.2 Leitfaden dieses Kapitels

Welche Erwartungen haben Eltern an die Nutzungspraxis digitaler Medien in der kommunalen Infrastruktur?

Welche Potenziale bieten die digitalen Medien für die Arbeit der Angebotsträger?

Welche Unterstützung suchen Familien beim Thema Digitalisierung in der kommunalen Infrastruktur?

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag



Zahlen und Fakten

Inzwischen erheben einige Studien regelmäßig Daten darüber, wie die in Deutschland lebende Bevölkerung digitale Medien im Alltag verwendet. Im Jahr 2016 nutzten 79 % der Bevölkerung das Internet, 59 % auch mobil. Die durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer, egal ob privat oder arbeitsbezogen, lag bei 2 Stunden und 42 Minuten.¹³

Unter den Jugendlichen zwischen 12 und 19 Jahren – die Eltern von morgen – hatten im Jahr 2016 fast alle ein eigenes Smartphone mit Internetzugang und Touchscreen (95 %) und auch die Möglichkeit, von ihrem Zimmer aus mit einem Tablet, Laptop oder PC ins Internet zu gehen (92 %). 74 % der Jugendlichen besaßen außerdem ein eigenes Tablet, Laptop oder einen eigenen PC. Das Smartphone wurden von ihnen aber öfter genutzt, um online zu sein (91 %). Ihre durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer lag an Wochentagen bei 3 Stunden und 20 Minuten.¹⁴

Alltäglicher Informationsbedarf

Wie wichtig ist es Internetnutzer/innen, sich im Netz zu informieren? Am häufigsten gebraucht wurden im Jahr 2016 Suchmaschinen (72 %) und Online-Videos (54 %), egal welchen Inhalts. 17 % der Bevölkerung haben Online-Lernangebote aufgerufen. Die Verwendung ist bildungsabhängig: Alle

¹³ Initiative D21 (2016): D21-Digital-Index 2016. Jährliches Lagebild zur Digitalen Gesellschaft, Berlin, S. 8 und 13. Die bisher genannten Zahlen beziehen sich auf die telefonisch erreichbare deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

¹⁴ Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (2016): JIM-Studie 2016 – Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland, Stuttgart, S. 7, 24 und 27. Befragt wurden deutschlandweit 1.200 Jugendliche im Alter zwischen 12 und 19 Jahren per Telefon.

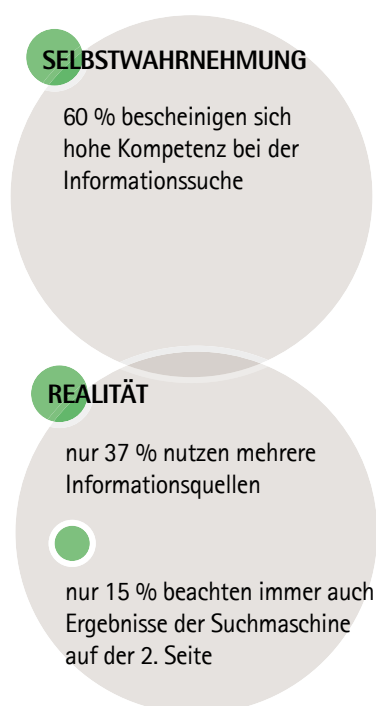
2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

drei Anwendungen wurden umso häufiger genutzt, je höher der Bildungsgrad des Nutzers oder der Nutzerin war.¹⁵ Abbildung 2.3 verdeutlicht, wie sehr die – hohe – Selbsteinschätzung der eigenen Kompetenzen bei der Informationssuche vom tatsächlichen Suchverhalten abweicht.

Abbildung 2.3 Online Informationen suchen – Kompetenzen in der Bevölkerung



Quelle: Vgl. Fußnote 1, S. 38. Eigene Darstellung.

Jugendlichen ist das Internet als Informationsmedium wichtig. 87 % verwenden mehrmals pro Woche eine Suchmaschine, meist Google, 58 % von ihnen sogar täglich. Auch YouTube-Videos und die Sozialen Netzwerke oder den Mikroblogging-Dienst Twitter nutzen sie häufig, um sich zu informieren.¹⁶

Eltern nutzen das Internet ebenfalls regelmäßig als Informationsquelle; sie suchen aber lieber das persönliche Gespräch, um ihre Informationsbedarfe zu decken und Rat zu suchen.¹⁷ Obwohl der Weg ins Netz zeitsparender und fast immer möglich ist, trauen Eltern dem direkten Gespräch offenbar eher zu, ihre Fragen auch zuverlässig zu klären.

¹⁵ Vgl. Fußnote 1, S. 14.

¹⁶ Vgl. Fußnote 2, S. 40.

¹⁷ Für einen Überblick vgl. Krause, Alexandra/von Kalben, Isa (2015): *Um die Ecke und als App – Welche digitalen Angebote brauchen Eltern?* Expertise, Berlin: Deutscher Verein, S. 21ff.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Der kommunalen Praxis fehlt in der Regel belastbares Wissen darüber, welche Informationswege Eltern im Netz einschlagen und wie zufrieden sie mit den Ergebnissen ihrer Informationssuche sind. Auch im Hinblick auf das Informationsangebot für Familien im Netz ist einerseits selbstverständlich Vielfalt gewollt. Andererseits ist das Angebot inzwischen unüberschaubar geworden, die Urheber von Informations- und Ratgeberseiten sind nicht immer klar erkennbar – seien es kommerzielle oder andere Akteure. Dies gilt gleichermaßen für die Qualität, Angemessenheit und Aktualität des Wissens, das Eltern auf diesen Seiten angeboten wird.

Aus diesem Grund sieht die kommunale Praxis zu Recht den Bedarf, Eltern im Netz niedrigschwellige, fachlich fundierte, gut bekannte und institutionell etablierte Zugänge zu Informationsangeboten bereitzustellen, die Eltern bei Bedarf auch an geeignete Ansprechpartner/innen weiterlotsen. In Zeiten der Suchmaschinen ist das schon allein deshalb kein leichtes Unterfangen, weil diese Informationsangebote letztlich zum zuverlässigen Google-Treffer werden müssten, um überhaupt auf dem Suchradar der Eltern aufzutauchen.

Alltagskommunikation

Und wie verhält es sich mit der Online-Kommunikation? Im Jahr 2016 wurden Instant-Messaging-Dienste von 57 %, Soziale Netzwerke von 43 % der Bevölkerung verwendet.¹⁸ Wie häufig Nutzer/innen digital kommunizieren, hängt allerdings noch immer vom Alter ab.

Abbildung 2.4 Social Media-Nutzung in ausgewählten Altersgruppen

Altersgruppe in Jahren	Instant-Messaging-Dienste in %	Soziale Netzwerke in %
14–19	97	82
20–29	89	78
30–39	72	62
40–49	68	48

Quelle: Vgl. Fußnote 1, S. 15. Eigene Darstellung.

Jugendliche haben 2016 durchschnittlich 41 % ihrer Internetzeit für die Kommunikation verwendet. Wie bereits in den Jahren zuvor gab es dabei einen erkennbaren Unterschied zwischen Mädchen (49 %) und Jungen (34 %). 89 % der Jugendlichen nutzten täglich WhatsApp. Als Kommunikationsmedium der Wahl lag WhatsApp damit eindeutig vorn, häufig täglich verwendet wurden aber auch Instagram (39 %) und Snapchat (35 %), gefolgt von Facebook (32 %). WhatsApp,

¹⁸ Vgl. Fußnote 1, S. 15.

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

Snapchat und Instagram wurden vorwiegend aktiv genutzt, bei Facebook und Twitter überwog der passive Gebrauch. Mobil über ihr Smartphone waren Jugendliche vor allem online, um WhatsApp zu nutzen. Auch Snapchat, Bilderdienste, vor allem Instagram, Soziale Netzwerke und YouTube wurden mobil genutzt – die Präferenzen variieren aber sichtbar mit dem Alter.¹⁹

Mediatisierung von Beziehungen

Die Auseinandersetzung mit dieser Thematik ist nach wie vor normativ aufgeladen. Ein Grund dafür ist, dass die Mediatisierung unseres Alltagslebens eindeutig nicht nur Chancen, sondern auch Risiken birgt. Darüber hinaus ist die Dynamik so rasant, dass wir heute noch nicht absehen können, wie unsere digitale Lebenswelt selbst in naher Zukunft aussehen wird. Und schließlich können wir bei einigen der Risiken individuell relativ wenig tun, um sie zu verringern – es sei denn, wir würden auf digitale Medien verzichten. Und das ist keine realistische Option mehr – nicht für Eltern und erst recht nicht für Kinder und Jugendliche. In den kommenden Jahren wird sich ein interdisziplinärer Fachdiskurs etablieren müssen, der die kommunale Praxis regelmäßig über neue Entwicklungen und Erkenntnisse informiert

Chancen aus Elternperspektive

Egal ob mobil genutzt oder nicht sehen Eltern für sich selbst und ihre Kinder im Internet viele Chancen. Mit geeigneten Suchmaschinen und Webseiten können bereits Kinder das Internet als wichtige Informationsquelle nutzen. Sie selbst können es als Hilfsmittel im eigenen Erziehungsverhalten verwenden. Mehrheitlich gehen sie außerdem davon aus, dass digitale Tools ihre Kinder beim Lernen motivieren können.²⁰

Eltern schätzen auch die Vereinfachung der Kommunikation in der Familie und mit anderen Akteuren durch mobile digitale Medien. Sie können ihre Kinder mit dem Smartphone ortsunabhängig erreichen, auf diesem Wege schnelle Absprachen treffen und sicherstellen, dass die Kinder wohlbehalten dort angekommen sind, wohin sie allein unterwegs waren. Eltern zeigen daher eine hohe Akzeptanz für die mobile Mediennutzung ihrer Kinder.²¹

Familienmitglieder können online auch über große räumliche Distanzen und längere Zeiträume hinweg Kontakt zueinander halten, wenn sie skypen oder chatten. Sie können sich Bilder und Videos schicken. Die damit häufig verbundenen Probleme des Datenschutzes nehmen sie auch in diesem Kontext allerdings als ungelöstes Problem in Kauf.

¹⁹ Vgl. Fußnote 2, S. 28, 30 und 33.

²⁰ Deutsches Institut für Vertrauen und Sicherheit im Internet (DIVSI) (2015): U9-Studie „Kinder in der Digitalen Welt“, Kapitel 8.2. Die Daten sind repräsentativ für Eltern 3- bis 8-Jähriger in der deutschen Wohnbevölkerung. Online verfügbar unter: <https://www.divsi.de/publikationen/studien/divsi-u9-studie-kinder-der-digitalen-welt/>

²¹ Wagner, Ulrike/Eggert, Susanne/Schubert, Gisela (2016): MoFam – Mobile Medien in der Familie. Langfassung der Studie, Augsburg: Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF). Online verfügbar unter: http://www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/mofam/JFF_MoFam_Studie.pdf www.iff.de/studie_mofam. Es handelt sich um eine qualitative Studie, in der Eltern von Kindern im Alter von acht bis 14 Jahren sowie Fachkräfte aus der Erziehungsberatung befragt wurden.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Risiken aus Elternperspektive

Die Mediatisierung fordert Eltern auf verschiedenen Ebenen heraus. Eine grundlegende Schwierigkeit besteht gegenwärtig noch darin, dass viele Eltern selbst kaum mit den mobilen digitalen Medien aufgewachsen sind und die Bedeutung digitaler Medien in ihrer eigenen Kindheit und Jugend geringer war als für Kinder und Jugendliche heute. In medienerzieherischen Fragen treten daher immer wieder Unsicherheiten auf, bei denen sie gar nicht oder kaum auf eigene Erfahrungen zurückgreifen können.

Hinzu kommen nicht wenige konkrete Risiken, die sie für ihre Kinder vermeiden möchten, mit denen sie selbst aber keine Erfahrung haben. Wie stark müssen sie also das Verhalten ihrer Kinder kontrollieren, um riskante Praktiken zu unterbinden, und wie sehr können sie demgegenüber auf die Autonomie und Selbstwirksamkeit ihrer Kinder vertrauen?²²

Die Fragen, auf die Eltern Antworten und für ihren eigenen Familienalltag geeignete Routinen suchen, sind zahlreich und mitunter sehr komplex. Eltern suchen u.a. Orientierung für den Umgang mit der Nutzungsintensität digitaler Medien. Daran schließen sich sowohl Sorgen um das Suchtpotenzial nicht nur von Spielen, sondern auch von sozialen Netzwerken an, als auch Sorgen über den mitunter hohen sozialen Druck auf ihre Kinder, überall im Netz präsent zu sein und mitzumachen. Eltern möchten wissen, wann ihre Kinder das Smartphone frühestens benutzen sollten und welche mobilen Apps dann infrage kommen. Dabei sind Kostenfallen zu vermeiden. Mobbing in den Sozialen Netzwerken ist ein weiteres wichtiges Thema; ebenso der Umgang mit dem Urheberrecht: Familien müssen wissen, was man mit Inhalten Dritter aus dem Netz tun darf und welche finanziellen und rechtlichen Konsequenzen es haben kann, entsprechende Inhalte zu veröffentlichen oder weiterzubreiten. Bei jeder aktiven Nutzung geht es schließlich immer auch darum, welche persönlichen Daten die Kinder an wen weitergeben und welche Lösungsstrategien sie einhalten sollten, um das Risiko des Datendiebstahls und -missbrauchs zu vermeiden.²³

Mediatisierung aus der Perspektive Jugendlicher

Der Zugang zum Internet hat Jugendlichen ein neues Maß an Privatheit eröffnet und bietet immer neue Möglichkeitsräume früher Autonomie. Damit gehen vielfältige Risiken der Überforderung und Fehleinschätzung einher. Zwar ist das Verhalten Jugendlicher im Netz allgemein weniger riskant, als in der Fachwelt noch vor einigen Jahren befürchtet wurde, mit der Mediatisierung des Alltags sind bessere Kompetenzen für einen souveränen Umgang mit den digitalen Medien dennoch zu einer bleibenden Herausforderung für Eltern, ihre Kinder und die Bildungsinstitutionen geworden.²⁴

²² Vgl. Fußnote 8, Abschnitt 1.2.1.

²³ Vgl. Fußnote 8, Kapitel 1, und Fußnote 9, Kapitel 8.3 und 8.4.

²⁴ BT-Drucksache 18/11050 (01.02.2017): Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland – 15. Kinder- und Jugendbericht, Berlin, insbesondere Kapitel 4.1 und 4.2.

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

Fachkräfte der Erziehungsberatung sehen die mobilen Medien sowohl für ihre Arbeit mit Jugendlichen als auch im Alltag der Jugendlichen u.a. deshalb positiv, weil sie ein hohes kommunikationsförderndes und integratives Potenzial haben, weil Online-Beratung Jugendliche auf diesem Wege gut erreichen kann und mobile Medien insbesondere bei körperlichen Beeinträchtigungen als nützliche und praktische Hilfsmittel im Alltag genutzt werden können. Aber auch dafür benötigen alle beteiligten Akteur/innen die erforderlichen digitalen Kompetenzen.²⁵



Praxisimpulse

Der Erfolg digitaler Angebote für Familien setzt eine gute Qualität der Angebote voraus, steht und fällt aber mit der tatsächlichen Nutzung durch die Adressat/innen und ihrer Bereitschaft, in die digitale Interaktion mit Fachkräften zu treten. Legt man die drei Leitfragen dieses Kapitels zugrunde, können aus den bisherigen Ausführungen mehrere praktische Schlüsse für die Ausgestaltung von Angeboten und den weiteren Fachdiskurs gezogen werden. Dabei geht es zum einen um Weiterbildungsbedarfe von Fachkräften mit Blick auf erforderliche digitale Kompetenzen. Zum anderen ist eine umfassendere Information der Adressat/innen wichtig, um potenziellen Hürden der Nutzung digitaler Angebote entgegenzuwirken.

1. Sichtbarkeit eigener Online-Angebote steigern

Eine eigene Schwierigkeit stellt die Sichtbarkeit der digitalen Angebote im Netz dar. Die Adressat/innen der kommunalen Familieninfrastruktur nutzen immer häufiger ihre Suchmaschine, fast immer Google, um Informationen im Netz zu finden. Und Unternehmen betreiben inzwischen viel Aufwand, um ihr Google-Ranking zu verbessern. Häufig verwendete Suchbegriffe und regelmäßiger Informationsbedarf rufen in der Regel auch private Anbieter auf den Plan. Nicht gewerbliche Organisationen, auch die Träger der Angebote für Familien, müssen sich stärker mit dieser Thematik auseinandersetzen. Die Angebote der kommunalen Träger müssen für die Zielgruppe auch dann auffindbar sein, wenn diese nicht mehr über die Startseite der Kommune oder der Einrichtung sucht, sondern über eine Suchmaschine, bei der auch die Angebote kommerzieller Anbieter versuchen, unter den ersten Treffern zu sein. Nicht ohne Grund verfolgen viele Akteur/innen, die vor Ort eigene Familienseiten pflegen, die Strategien, ihre Zielgruppen dort auf ihr digitales Informationsangebot aufmerksam zu machen, wo sie ihnen offline begegnen, und es ihnen, wenn möglich, auch kurz vorzustellen (vgl. Kapitel 1.4, Abschnitt zur Multikanalität).

²⁵ Vgl. Fußnote 8, Kapitel 2. Die Studie setzt sich selbstverständlich auch mit den Risiken der Nutzung auseinander. An dieser Stelle wurden bewusst von Fachkräften genannte Chancen ausgewählt, um das Potenzial des Einsatzes mobiler Medien zu skizzieren.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



2. Inhalte zeitgemäß aufbereiten

Sichtbarkeit und fachlich fundierte Inhalte sind keine hinreichenden Kriterien für ein gutes digitales Angebot. Wirksam wird ein Angebot erst dann, wenn es gelingt, einen relevanten Anteil der Familien für die (regelmäßige) Nutzung zu gewinnen. Die Nutzungsgewohnheiten der digitalen Medien stellen dafür eine eigene Herausforderung dar. Wenn Angebotsträger zunehmend auch digitale Informationskanäle bedienen, um Eltern zu erreichen, müssen sie die eingestellten Inhalte und Formate an das Nutzungsverhalten der Eltern im Netz und in den sozialen Medien anpassen. Dazu gehört unter anderem, welche Aufmerksamkeitsspanne Nutzer/innen für online dargebotene Texte oder Videos haben, aber auch, welche Informationen sie – an die personalisierten und interaktiven Informationsangebote kommerzieller Anbieter gewöhnt – überhaupt auswählen. Informationen werden zunehmend über das Smartphone abgerufen. Auch das erfordert in der Regel Anpassungen im Inhalt und Design des digitalen Angebots. Ratsam ist, die Informationsbedarfe der Adressat/innen und ihre Nutzung bestehender Angebote auszuwerten, um eigene digitale Angebote passgenau weiterentwickeln zu können (vgl. Kapitel 1.4, Abschnitt zur Bedarfsermittlung).

3. Nicht-Lineare Suche berücksichtigen

Das nicht lineare Suchverhalten im Netz stellt eine eigene Herausforderung für eine dem Nutzungsverhalten der Adressat/innen entsprechende Aufbereitung von Informationen dar. Grundsätzlich haben Adressat/innen online eine viel größere Autonomie als im persönlichen Gespräch, über Links ihren eigenen Informationsweg zu gehen. Eine gute Hin- und Rückführung in der Navigation auf der eigenen Seite und an den Schnittstellen zu anderen Webangeboten ist eine wertvolle Unterstützung der Nutzer/innen, um auch wirklich alle relevanten Informationen finden und zur Kenntnis nehmen zu können.

4. Über Suchmaschinen und Soziale Netzwerke informieren

Bislang fehlen gut aufbereitete Informationsbroschüren über die Art und Weise, wie Suchmaschinen Suchanfragen von Nutzer/innen bearbeiten und wie Informationen in den Sozialen Netzwerken verbreitet werden. Häufig ist für Nutzer/innen auch nicht leicht nachzuvollziehen, wer die gefundenen Informationen eigentlich anbietet. Aus Elternperspektive sind übersichtliche Einführungen in diese Thematik hilfreich, die Eltern auf der Suche nach Informationen und Rat praktische Tipps für eine bessere Orientierung im Netz geben.

5. Über Chatbots und Fake News informieren

Generell zu wenig Aufmerksamkeit haben bislang die Themen Chatbots und Fake News erhalten. Für einen souveränen Umgang mit Online-Informationen und mit der Kommunikation in den Sozialen Netzwerken sollten sowohl Fachkräfte als auch die Familien selbst wissen, was es mit beiden Phänomenen auf sich hat und wie sie sich davor schützen können (zum Thema Fake News siehe auch Tipp 6 zum Weiterlesen in diesem Abschnitt).

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

6. Konzepte für Social Media-Nutzung entwickeln

Familien kommunizieren heute selbstverständlich über Messenger-Dienste. Die Fachkräfte der kommunalen Praxis sind sich dessen bewusst und auf der Suche nach Möglichkeiten, für ihre Zielgruppen auch digital direkt ansprechbar zu sein. Dabei gibt es nach wie vor erheblichen Wissensbedarf, und geeignete Lösungen stehen noch aus. Angebotsträger müssen klare Regeln für den Gebrauch digitaler Kanäle in der direkten Kommunikation zwischen den Fachkräften und ihren Adressat/innen entwickeln: In welchen Kontexten und Situationen ist es sinnvoll, niedrigschwellig mit den Familien so zu kommunizieren, wie sie es gewohnt sind, und welche Regeln können dabei unterstützen?

Insbesondere im Hinblick auf den Datenschutz sind klare Regelungen unabdingbar. Welche besonderen Kenntnisse benötigen Fachkräfte außerdem für Informations- und (Erst-)Beratungsgespräche im Chat (vgl. Kapitel 1.5, insbesondere den Abschnitt zur Online-Beratung)? Wichtig sind aber auch Regelungen, die Fachkräfte vor der Entgrenzung ihrer Arbeitszeiten schützen: Die zeitlich und räumlich flexiblere Erreichbarkeit der Angebotsträger und Fachkräfte für die Familien ist einerseits erwünscht, um sie besser zu unterstützen; nur weil sie im Prinzip immer mobil erreichbar sind, können Fachkräfte den Ratsuchenden andererseits nicht kontinuierlich zur Verfügung stehen. Welche Regeln helfen, sinnvolle Grenzen zu ziehen, wie können sie kommuniziert und auch wirklich eingehalten werden? Mobile Apps für Notfallsituationen können Eltern in jedem Fall zusätzlich helfen.

Zwar sprechen die wachsende Nutzung virtueller Kommunikationskanäle und der dicht getaktete Familienalltag für den Ausbau der digitalen Kommunikation; zugleich ist Eltern das persönliche Gespräch mit den Fachkräften z.B. in der Kita, im Familienbüro oder Elternkurs unverändert wichtig. Fachkräfte der Familienarbeit und Familienpolitik benötigen mehr Wissen über das Zusammenwirken von persönlichem und Online-Kontakt in sogenannten Blended Settings, um ihre digitalen Angebote den sich wandelnden Kommunikationskulturen entsprechend (weiter)entwickeln zu können. Diese Thematik sollte im Fachdiskurs mehr Aufmerksamkeit erhalten.



Tipps zum Weiterlesen

1. „15. Kinder- und Jugendbericht“

Das vierte Kapitel des 15. Kinder- und Jugendberichts bietet einen sehr guten Überblick erstens über die Facetten der digitalen Lebenswelten und Praktiken Jugendlicher und zweitens über die damit verbundenen Herausforderungen. Kapitel 4.2 widmet sich den typischen jugendkulturellen Praktiken im Internet und in den sozialen Netzwerken und thematisiert das gesamte Spektrum. Kapitel 4.3 arbeitet die mit ungleichen Zugängen, unzureichenden Rahmenbedingungen, aber auch den zahlreichen fragwürdigen Praktiken anderer Akteure im Netz verbundenen Handlungsbedarfe zur Unterstützung eines guten Aufwachsens der Kinder und Jugendlichen mit den digitalen Medien heraus. Kapitel 4.4 bietet einen kompakten Überblick über Handlungsbedarfe für die Familie, die

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Bildungsinstitutionen und Einrichtungen der Jugendhilfe im Hinblick auf die Medienerziehung und den Gebrauch digitaler Medien in der Kommunikation mit den Jugendlichen.

BT-Drucksache 18/11050 (01.02.2017): Bericht über die Lebenssituation junger Menschen und die Leistungen der Kinder- und Jugendhilfe in Deutschland – 15. Kinder- und Jugendbericht, Berlin.

2. Online-Plattform des Forschungsnetzwerks „Eu Kids Online“

Das Hans-Bredow-Institut gibt unter unten stehender Webadresse einen Überblick über die Ergebnisse des aktuell in der vierten Projektphase arbeitenden Forschungsnetzwerks EU Kids Online. Mehr als 30 europäische Länder sind inzwischen an diesem Forschungsverbund beteiligt. Erforscht wird EU-weit das Nutzungsverhalten digitaler Medien von Kindern und Jugendlichen. Unter der Rubrik „Studienübersicht“ können sich Leser/innen über relevante Studien der letzten Jahre informieren, unter der Rubrik „Links“ in einer umfassenden Liste nach interessierenden Institutionen für weitergehende Anfragen suchen.



www.eukidsonline.de

3. Studie „Mofam – Mobile Medien in der Familie“ des JFF

Die bereits erwähnte Studie des Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF) ist für alle geeignet, die sich einen kompakten Überblick über die mit der Mediatisierung des Familienalltags durch das Smartphone verbundenen medienerzieherischen Herausforderungen verschaffen möchten. Die Studie zeichnet sich dadurch aus, dass sowohl Eltern als auch Fachkräfte aus der Erziehungsberatung zu zahlreichen Aspekten der mobilen Mediennutzung und der dadurch erlebten medienerzieherischen Herausforderungen befragt wurden. Die Studie zeigt Ansätze für eine bessere Unterstützung von Eltern in der Medienerziehung und Fachkräften in der Erziehungsberatung auf. Die Studie liegt in einer Lang- und Kurzfassung vor.

Wagner, Ulrike/Eggert, Susanne/Schubert, Gisela (2016): MoFam – Mobile Medien in der Familie. Langfassung der Studie, Augsburg: JFF. Auch online verfügbar, Webadresse der Homepage:



www.jff.de/studie_mofam

4. Studie „Digitale Medien“ des DJI

In einer Medienzusatzerhebung des DJI-Surveys AID:A II wurden 4.800 Haushalte zur Internetnutzung von Kindern zwischen 1 und 15 Jahren befragt. Die Studie des Deutschen Jugendinstituts wertet die Befragungsergebnisse aus und gibt Auskunft über die Interneterfahrungen von Klein-, Vor- und Grundschulkindern, die Einschätzung der eigenen Erziehungskompetenz durch Eltern

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

in Fragen der Internetnutzung, die Informationsbedarfe von Eltern hinsichtlich guter Internet-erziehung und welche Akteure sie dabei in welcher Verantwortung sehen.

Grobbin, Alexander (2016): Digitale Medien: Beratungs-, Handlungs- und Regulierungsbedarf aus Elternperspektive, München: DJI. Auch online verfügbar, Webadresse der Homepage:



5. Services des Initiativbüros „Gutes Aufwachsen mit Medien“

Das durch das Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend geförderte Initiativbüro bietet nicht nur praktische Informationen und Anleitungen zum Einstieg in die Medienbildung, zum Beispiel eine Datenbank für geeignete Kindermedien, und zum Einsatz von Webseiten und Apps in der pädagogischen Medienarbeit. Es unterstützt Eltern und medienpädagogische Akteur/innen auch aktiv in ihrer Arbeit vor Ort.



6. Informationen und Materialien von klicksafe.de

Die von der EU in Kooperation mit zahlreichen Akteuren des Bundes und weiteren Akteuren auf Bundesebene initiierte Plattform klicksafe.de bietet umfassende Informationen und Materialien für Fachkräfte, Eltern und den Schulunterricht in allen Fragen rund um die Sicherheit im Netz. Bedient werden alle Formate vom Text über Webinare und Videos bis hin zu mobilen Apps. klicksafe.de hat eine eigene Kinderseite.

Empfehlenswert sind auch die Handreichungen für medienpädagogische Elternabende, insbesondere die Handreichung über „Smartphone, Apps und mobiles Internet“ (in der Rubrik „Service/ Elternarbeit/Handreichungen“ wird die von Fabian Sauer, Tobias Schmolders und Johannes Wentzel herausgegebene Handreichung „Elternabende: Smartphones, Apps und mobiles Internet“ angeboten, Stand Juni 2016). Neuerdings bietet klicksafe.de außerdem eine Broschüre über „Fake News“ und „Filterblasen“ als Lehrmaterial für den Schulunterricht an und hat außerdem weitere nützliche Informationen und Links zum Thema zusammengestellt (in der Rubrik „Schule und Unterricht/ klicksafe to go“ zu finden: Klicksafe (2017): Fakt oder Fake? Wie man Falschmeldungen im Internet entlarven kann, Berlin: Gemeinsame Geschäftsstelle der Landesmedienanstalten).



Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung



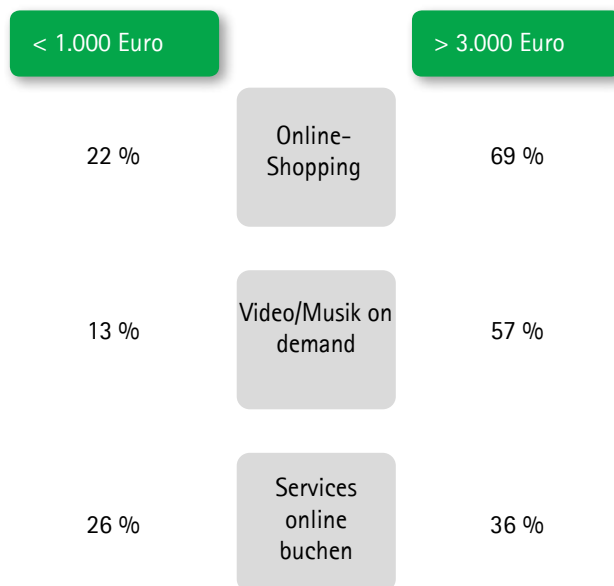
Zahlen und Fakten

19 % der Bevölkerung gaben im Jahr 2016 an, sich für digitale Innovationen zu interessieren.²⁶ Die Neuerungen beschränken sich längst nicht auf Social Apps, mit denen Nutzer/innen einfacher kommunizieren und dabei immer neue Features verwenden können. Digitale Medien und Werkzeuge erweitern den Möglichkeitsraum für die Gestaltung des Familienalltags in vielen Bereichen.

Waren und Dienstleistungen online kaufen

2016 haben bereits 50 % der Bevölkerung die Möglichkeit des Online-Shoppings, 36 % die Online-Vermittlung von Dienstleistungen und 26 % Video- oder Musik-Streaming-Dienste in Anspruch genommen. Alle drei Online-Dienste erleichtern den Alltag, indem sie Wegezeiten sparen, in der Regel ein erheblich breiteres Angebot zur Verfügung stellen als Anbieter vor Ort und den Preisvergleich vereinfachen. Die genannten Online-Dienste werden allerdings eher von denen genutzt, die über ein höheres Einkommen verfügen.

Abbildung 2.5 Digitale Waren und Dienstleistungen: Nutzungshäufigkeit nach HH-Einkommen



Quelle: Vgl. Fußnote 1, S. 16. Eigene Darstellung, Anteil der Haushalte in Prozent.

²⁶ Vgl. Fußnote 1, S. 22.

Das Smartphone: Träger vieler Funktionen

Im Jahr 2016 besaßen über alle Altersgruppen hinweg 66 % der Bevölkerung ein Smartphone, das als Träger immer neuer Dienstleistungen genutzt werden kann. Während spezifische E-Health- (5 %) oder Smart-Home-Anwendungen (6 %) in Deutschland (noch) kaum genutzt werden,²⁷ ist der Absatz mobiler Apps seit 2014 um 13 % gewachsen.²⁸ Im Angebot sind inzwischen viele Apps, die auch genutzt werden können, um den Familienalltag zu erleichtern. Abbildung 2.5 gibt eine Übersicht über den Mehrwert dieser Angebote:

Abbildung 2.6 Wie mobile Apps den Familienalltag unterstützen

Funktion der mobilen App	Mehrwert für den Familienalltag
Einkaufen	schnellere Suche, größere Auswahl, Preisvergleich einfacher möglich, Wegezeiten entfallen
Unterhaltung	schnellere altersgerechte Suche, dabei große Vielfalt, von Spielen bis zu Kreativ-Apps, kostengünstiger als viele andere Unterhaltungsmedien, immer und überall verfügbar
Lernen	einfacher und vielfach kostengünstiger zugänglich als Printmedien oder Kurse, immer und überall verfügbar, Verwendung moderner digitaler Lernformate
Planen	zahlreiche Apps unterstützen die Alltagsorganisation: Familienkalender, Einkaufs- und To-Do-Listen, können von allen Familienmitgliedern kontinuierlich mobil gepflegt werden, bessere Organisation, Zeitersparnis
Ratgeber	Nutzung genau dann möglich, wenn wichtige Fragen auftauchen, Wege- und Wartezeiten entfallen

Digitale Lösungen sparen Zeit

Besonders in der Rushhour des Lebens ist Zeitstress für viele Familien eine permanente Herausforderung: Die Kinder sind noch klein, brauchen viel Betreuung und Aufmerksamkeit, und beide Elternteile versuchen, Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen. Aber auch später, wenn Familien Beruf und Pflege miteinander vereinbaren müssen, fehlt immer wieder ausreichend Zeit.

Eltern minderjähriger Kinder wünschen sich grundsätzlich mehr Zeit für sich und ihre Familie: Im Jahr 2015 gaben 67 % von ihnen an, sie würden eine zusätzliche Stunde Zeit am Tag gern mit der Familie und Freunden verbringen, und 50 % würden sich auch gern ausruhen. Insgesamt

²⁷ Auch diese Zahlen sind der Studie D21-Digital-index 2016 entnommen und beziehen sich auf die telefonisch erreichbare Wohnbevölkerung in Deutschland ab 14 Jahren. Vgl. Fußnote 1, S. 17.

²⁸ Adobe Digital Insights (ADI) Report 2017 zum Mobile World Congress.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



wünschen sich Eltern mehr Zeit am Stück für wichtige Aktivitäten und nennen hier insbesondere Schlafen.²⁹

Wo können sie demgegenüber Zeit sparen? Eltern minderjähriger Kinder verbringen pro Woche etwa 25 Stunden mit Tätigkeiten, deren Zeitaufwand mithilfe digitaler Lösungen reduziert werden kann. 73 % würden gern Zeit fürs Putzen und Aufräumen sparen und ebenfalls 73 % Zeit für Arbeitswege, dicht gefolgt von Arztbesuchen und allen Tätigkeiten rund um die Wäsche. Im Durchschnitt verwenden die Befragten täglich 34 Minuten fürs Kochen, 27 Minuten mit Putzen und Aufräumen und 25 Minuten mit dem Arbeitsweg. Mit 63 % landen Dienstleistungen und Behördengänge in der Liste der häufigsten Zeitfresser zwar auf einem mittleren Platz; wenn sie anstehen, nehmen sie mit 96 Minuten aber die meiste Zeit in Anspruch.

Abbildung 2.7 Digitale Tools gegen Zeitfresser – Nutzungsbereitschaft der Eltern

Digitale Technologien für können sich vorstellen
Putzen, Aufräumen	59%
Waschen, Bügeln, Nähen	56 %
Einkaufen, täglicher Bedarf	53 %
Dienstleistungen, Behördengänge	53 %

Quelle: Vgl. Fußnote 29, S. 24. Eigene Darstellung.

Wie Abbildung 2.7 zeigt, sind Familien durchaus bereit, digitale Hilfsmittel zu nutzen, um zeitfressende Tätigkeiten zu verringern. Mit dem Internet der Dinge prognostizieren Studien das Smart Home als Vision digital vernetzten Wohnens und Lebens: Die Ausstattung der Gebrauchsgegenstände mit Sensoren, über die sie Informationen aus ihrer Umwelt aufnehmen und weiterkommunizieren können, soll Bewohner/innen viele Aufgaben abnehmen und im Alltag weitere wertvolle Zeit einsparen. Von dieser Entwicklung werden zunächst nur Haushalte mit höheren Einkommen profitieren. Man kann davon ausgehen, dass selbst einzelne digitale Hilfsmittel, die den Familienalltag erleichtern und zeitlich entlasten könnten, z.B. im Haushalt, für viele Familien bis auf weiteres unerschwinglich bleiben werden.³⁰

²⁹ Für die Zahlen in diesem und dem folgenden Absatz vgl.: McKinsey & Company (2016): Digitalisierung in deutschen Haushalten. Wie Familien Qualitätszeit gewinnen können, Düsseldorf: McKinsey, S. 12 und 16ff. Die Daten entstammen einer Onlineumfrage unter 1.540 Haushalten von 18- bis 65-jährigen Personen mit minderjährigen Kindern.

³⁰ Vgl. Fußnote 17.

Accelerated Mobile Pages anstelle mobiler Apps?

Was für andere digitale Hilfsmittel gelten mag, stimmt für das Smartphone nicht: In den jüngeren Alterskohorten ist es bereits allgemein erschwinglich und wird nahezu flächendeckend genutzt. Das Nutzungspotenzial der in Abbildung 1.5 angesprochenen mobilen Apps steht also vielen Familien offen.

Im Trendsetter-Markt USA ist der Gebrauch mobiler Apps zwischen 2014 und 2016 allerdings um 28 %, bei Neuinstallationen sogar um 38 % zurückgegangen. In Europa stagniert der Absatz mobiler Apps – mit Ausnahme Deutschlands. Und weltweit gilt, dass Nutzer/innen nur die Hälfte der installierten Apps auf dem Smartphone mehr als zehnmal benutzen.³¹

Ein Grund dafür, dass mobile Apps am Ende kaum genutzt und wieder deinstalliert werden, liegt darin, dass sie aus Sicht der Anwender/innen nicht nützlich genug waren oder die Browser-Experience bei alternativen Lösungen auf Webseiten auch mobil bereits besser war.³² In den USA haben Googles Accelerated Mobile Pages starken Zuwachs.³³

Was bedeutet das für die Zukunft? Aktuell sind mobile Apps für Nutzer/innen in Deutschland offenbar attraktiv, und es wird sich zeigen, wie lange dieser Trend noch anhält. Wenn Unternehmen dem US Trend folgen und ihre Anwendungen zunehmend auf schnellen Webseiten anbieten, nach denen Nutzer/innen komfortabel im Netz suchen und die sie dann vielseitiger verwenden können, ohne sie installieren zu müssen, wird es möglicherweise eine Abkehr von mobilen Apps geben. Ihre nützlichen Funktionen werden aber weiterhin zur Verfügung stehen.

Herausforderungen und Risiken

Ein Thema, das alle Bereiche durchzieht, in denen wir digitale Medien und Werkzeuge alltagsunterstützend nutzen, sind die „Datenkraken“. Die gesammelten Daten der Nutzer/innen sind die neue Währung der großen IT-Konzerne – auch wenn sich das Interesse daran nicht primär auf einzelne Profile individueller Nutzer/innen richtet und sie vor allem für Big-Data-Anwendungen genutzt werden sollen. Mit weiter voranschreitender Digitalisierung sinkt die Option, die Weitergabe persönlicher Daten zu verhindern. Wir müssten bei der Informationssuche, in der Kommunikation und beim Konsum auf digitale Medien verzichten, da Unternehmen in allen Bereichen die Daten der Nutzer/innen auswerten, um ihre Angebote zu verbessern und personalisiert zu bewerben.

Nutzer/innen wissen bislang wenig darüber, wie umfangreich ihre Privatsphäre anhand ihrer Datenspuren im Netz entschlüsselt werden kann. Klar ist aber: Wenn Sie z.B. den Google-Assistenten verwenden, kann dieser grundsätzlich alle Daten auswerten, die auf Ihrem Smartphone gespeichert sind. Smart-Home-Systeme sind zugleich ein digitales Abbild des Alltags der Bewohner/innen.

³¹ Vgl. Fußnote 16.

³² Adobe Digital Insight (ADI) 2016 Mobile Benchmark Report.

³³ Vgl. Fußnote 16.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Werden die Datensammlungen gehackt, haben unbekannte Dritte Zugriff auf alle möglichen Details aus der Privatsphäre der Nutzer/innen.

Um ihre Kinder zu schützen, müssen Eltern darauf achten, dass die Kinder nicht unbedacht persönliche Daten oder Fotos weitergeben, dass sie Kostenfallen vermeiden, wenn sie mobile Apps nutzen, und nicht getrackt werden. Dies gilt allerdings auch für sie selbst, wenn sie ihre Kinder kontrollieren: In den USA tragen inzwischen schon Kleinkinder eine Smartwatch, die sie daran erinnert, was sie wann tun sollten. Die Eltern steuern die Daten. Andere mobile Apps dienen ausdrücklich der Ortung der Kinder – und nehmen dafür in Kauf, ihr Recht auf Privatsphäre zu verletzen.³⁴

Praxisimpulse

Eine wichtige Chance digitaler Lösungen für die Organisation des Familienalltags liegt in der möglichen Zeitersparnis. Daneben eröffnen sich neue innovative Möglichkeitsräume für die Alltagsgestaltung – innerhalb kürzester Zeit hat allein das Smartphone neue Bedürfnisse geweckt, denen Nutzer/innen in ihrem Alltag inzwischen selbstverständlich nachgehen. Zu den Risiken gehört insbesondere, dass durch die Preisgabe persönlicher Daten an unbekannte Dritte die informationelle und persönliche Autonomie gefährdet werden kann – und tatsächlich viel häufiger als den meisten Nutzer/innen bewusst auch gefährdet ist.

Legt man wieder die Leitfragen des Kapitels zugrunde, kann eine wichtige Unterstützung durch die Fachkräfte kommunaler Angebote darin liegen, Familien beim Umgang mit digitalen Lösungen in ihrem Alltag zu beraten. Familien benötigen einerseits mehr und aktuelleres Wissen über die alltagsunterstützenden Möglichkeiten digitaler Lösungen, andererseits aber auch eine kontinuierliche Aufklärung über mögliche Risiken in Sachen Datenschutz und Datensicherheit. Geeignete Formate verschaffen Familien hier mehr Souveränität.

1. Über digitale Alltagshilfen informieren

Fachkräfte sollten Familien aktiv auf die Potenziale digitaler Lösungen für eine zeitsparendere Alltagsgestaltung aufmerksam machen. Dazu gehört neben der Information über die in diesem Abschnitt vorgestellten Tools auch Wissen über die Möglichkeiten ihrer vernetzten Nutzung zur besseren Alltagsorganisation. Entsprechende Arbeitshilfen könnten alle Fachkräfte einsetzen, die, z.B. in der Familienbildung, mit Eltern arbeiten und sie in ihrem Alltag begleiten.

2. Über Datenhandel und Datenmissbrauch informieren

Um die Risiken einschätzen zu können, die in der Preisgabe persönlicher Daten liegen, benötigen sowohl Fachkräfte als auch Familien ein Grundverständnis davon, wie der Anbietermarkt von Such-

34 Vgl. Arnu, Titus (18. Dezember 2016): Big mother is watching you, Artikel erschienen in der Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung.

maschinen, Sozialen Netzwerken und anderen digitalen Plattformen funktioniert. Ein zentraler Aspekt ist die Bedeutung von Datenprofilen einschließlich des legalen Handels damit für diese Geschäftsmodelle. Aber auch die Möglichkeiten und Folgen des kriminellen Missbrauchs von Daten und Online-Konten gehören dazu. Ein entsprechendes Grundverständnis fördert nicht nur den bewussteren Umgang mit den eigenen Daten im Netz, sondern hilft allen Beteiligten, die politische Debatte um erforderliche rechtliche Rahmenbedingungen und Regulierungen besser zu verstehen. Mit einer Rubrik „Digitaler Alltag“ z.B. könnten auch kommunale Familienseiten mit allgemeinen Informationen und Links zu weiterführenden Informations- und Beratungsangeboten dazu beitragen.

3. Checklisten für Datenschutz und Datensicherheit im Haushalt

Ein Grundverständnis der Bedeutung des Datenschutzes und der Datensicherheit im Netz ist zweifellos wichtig, im Alltag benötigten Familien aber vor allem Praxistipps, die sie einfach umsetzen können, um sich auch effektiv gegen Datendiebstahl und Datenmissbrauch zu schützen. Und diese Aufgabe ist anspruchsvoll: Den Datenschutz und die Datensicherheit für alle im Haushalt genutzten Endgeräte und Anwendungen im Blick zu behalten, kostet Zeit und Aufmerksamkeit. Der Nutzen dieser Vorsicht ist in der Regel nicht unmittelbar sichtbar, sondern steht, ganz im Gegenteil, der schnellen und unkomplizierten Verwendung der gewünschten Funktionen, z.B. Messenger- oder Bilder-Dienste, unmittelbar im Weg.

Für Fachkräfte der Familienbildung und -beratung besteht die Herausforderung darin, Familien dafür zu gewinnen, den Aspekt des Datenschutzes und der Datensicherheit möglichst in die selbstverständliche Nutzung digitaler Lösungen in ihrem Familienalltag zu integrieren. Und dafür müssen sie selbst entsprechend informiert sein. Es gibt bereits gute Anlaufstellen im Netz, die Fachkräften und Familien besser bekannt gemacht werden sollten. Sie stellen übersichtliche Checklisten bereit, die Eltern empfohlen werden können ([vgl. Tipp 2 und 3 zum Weiterlesen](#)).

4. Über legale Nutzung von Daten Dritter informieren

Komplementär zum Schutz der eigenen Daten im Netz benötigen Familien häufig auch einen besseren Überblick über und geeignete Checklisten für den sensiblen eigenen Umgang mit fremden Daten. Darunter fallen nicht nur Verstöße gegen das Urheberrecht, die gegenüber kommerziellen Anbietern schnell kostspielige Konsequenzen haben können, sondern es geht auch um die Frage, ob und wie Eltern die Daten und Bilder der eigenen Kinder online verwenden dürfen.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Tipps zum Weiterlesen

1. Gutes Familienleben in der digitalen Gesellschaft

In einem Szenarien-Workshop hat das Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend im Herbst 2015 mit Expert/innen aus unterschiedlichen Disziplinen und mit vielfältigem Erfahrungshintergrund anhand von Zukunftsszenarien versucht herauszuarbeiten, welche Chancen in der Digitalisierung für die zukünftige Ausgestaltung des Familienlebens liegen können, welche Risiken demgegenüber aber zu vermeiden sind. Die Broschüre gibt einen guten Überblick über die fachpolitische Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten, digitale Tools im Familienalltag gewinnbringend zu nutzen.

BMFSFJ (2016): Gutes Familienleben in der digitalen Gesellschaft. Ergebnisse eines Fachworkshops & strategische Empfehlungen, Berlin. Auch online verfügbar, Webadresse der Homepage:



www.bmfsfj.de

2. Informationen und Materialien von Klicksafe.de



www.klicksafe.de

3. Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI)

Das BSI stellt Bürger/innen auf einer eigenen Seite viele nützliche Informationen rund um die Themen Datenschutz und Datensicherheit zur Verfügung. Darunter sind auch Broschüren zum Download, Checklisten und Tipps. Da die Seiten recht textlastig sind und die Navigation anspruchsvoll ist, müssen sich Fachkräfte ein wenig Zeit nehmen, um sich einen Überblick zu verschaffen – der sich aber lohnt.



www.bsi.bund.de

4. Digitale Helden

Das Mentorenprogramm „Digitale Helden“ stellt umfangreiche Schulungsangebote für Schüler, Eltern und Kinder bereit, um über den Umgang mit digitalen Medien aufzuklären. Neben Workshops, Elternabenden und Fortbildungen werden spezielle Onlineseminare angeboten, die auch als Video verfügbar sind (z.B. zur Nutzung von Instagram durch Jugendliche und wie Eltern sie dabei begleiten können oder zur Nutzung des Smartphones durch Kinder).



www.digitale-helden.de

5. Apps für Kinder – Datenbank des DJI

Über die Datenbank können die eingepflegten Apps nach Zielgruppe, z.B. Kindergartenkind oder die ganze Familie, Genre, z.B. Video- oder Kreativ-App, und Thema, z.B. Lieder und Musik, durchsucht werden. Jede App wird beschrieben und dann in vier Kategorien bewertet, und zwar Spielspaß, Pädagogische Bewertung, Sicherheit und Kosten, Bedienung und Technik. Die Seite bietet Links zu den Kooperationspartnern und weitere nützliche Informationen zum Thema Apps für Kinder.



www.dji.de

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



2.3 Mobiles Arbeiten 4.0

Zahlen und Fakten

Die Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben ist ein familienpolitisches Kernthema. Unter dem Schlagwort „Industrie 4.0“ wird die wachsende Verzahnung industrieller Produktion mit Informations- und Kommunikationstechnologien verstanden, die beide Branchen als Hebel für erhebliche Produktivitätsfortschritte einsetzen und über die sie in naher Zukunft ganz neuartige Geschäftsfelder erschließen wollen. Motor dieser Entwicklung sind neue digitale Vernetzungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette, neueste Robotertechnik und der neuartige Einsatz intelligenter Systeme für Managementfunktionen.³⁵

Arbeiten 4.0 – Neue Herausforderungen

Welche Chancen und Risiken birgt diese Entwicklung für die Arbeitswelt 4.0? Zwei große Herausforderungen haben in den letzten Jahren mehr und mehr Aufmerksamkeit bekommen. Zum einen wird es zahlreiche Berufe in Zukunft nicht mehr geben, weil Unternehmen diese Tätigkeiten durch kostengünstigere digitale Lösungen ersetzen. Einige Branchen werden mehr, andere weniger davon betroffen sein. Nimmt man an den Berufen Maß, die eine Automatisierungswahrscheinlichkeit von mehr als 70 % haben, sind in Deutschland über alle Branchen hinweg die Arbeitsplätze von 45 % der Beschäftigten gefährdet, in den kommenden beiden Jahrzehnten zu entfallen.³⁶

Die zweite Herausforderung besteht in steigenden Flexibilitätsanforderungen an die Beschäftigten. Das betrifft zunächst ihre Arbeitsverhältnisse: Studien gehen davon aus, dass langfristige Beschäftigungsverhältnisse in Vollzeit – also das Normalarbeitsverhältnis, an dem Arbeitsmarkt- und Sozialpolitik lange Zeit ausgerichtet waren – tendenziell hybriden Arbeitsformen weichen werden.

Die neuen Arbeitsformen können sich ganz unterschiedlich aus Selbstständigkeit, Stichwort „Crowdworking“, und abhängiger Beschäftigung zusammensetzen, und die Zusammensetzung kann sich für jede/n Einzelne/n im Laufe des Erwerbslebens immer wieder ändern. Beschäftigte werden zunehmend mobil und noch stärker als bislang global vernetzt arbeiten. In welchen Branchen und Tätigkeitsfeldern sich dieser Wandel mit welchem Zeithorizont vollziehen wird, ist aktuell noch relativ offen.³⁷

Steigen werden aber auch die Anforderungen an die Kompetenzen der Beschäftigten: An die Stelle klassischer beruflicher Qualifikationen sollen, so die Prognosen führender Unternehmensberatungen, zunehmend individuelle Kompetenzprofile treten. Digitale Kompetenzen und Soft skills ge-

³⁵ Becker, Thomas/Knop, Carsten (Hrsg.) (2015): *Digitales Neuland. Warum Deutschlands Manager jetzt Revolutionäre werden*, Springer.

³⁶ Vgl. A.T. Kearney (2015): „Deutschland 2064 – Die Welt unserer Kinder. Online abrufbar unter: www.atkearney.de. Unter <https://job-futuromat.ard.de/> können die Gefährdungsrisiken von Jobs abgefragt werden.

³⁷ Vgl. Fußnote 23 sowie Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2015): *Arbeiten 4.0. Wie werden wir in Zukunft arbeiten?* Gütersloh.

winnen an Bedeutung.³⁸ Auch Gewerkschaften und die Träger der Erwachsenenbildung stellen sich darauf ein, dass sich Beschäftigte ihr Leben lang weiterbilden müssen, um für den Arbeitsmarkt der Zukunft attraktiv zu bleiben.

Neue Chancen: Familien durch Telearbeit entlasten

Neben diesen Herausforderungen entstehen aber auch Potenziale zur besseren Bewältigung des Familienalltags. Arbeitswege – in Ballungsräumen regelmäßig noch verlängert durch unliebsame Verkehrsstaus – gehören zu den großen Zeitfressern im Familienalltag. Auch fehlende Kinderbetreuung, gerade in den Randzeiten am Morgen und Nachmittag, gehört zu den Faktoren, die am häufigsten Zeitkonflikte verursachen.³⁹ Die Familienpolitik des Bundes widmet sich daher seit einigen Jahren der mit der Digitalisierung verbundenen Chance, Telearbeit breit als Instrument für eine bessere Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben zu nutzen. Sie geht davon aus, dass die Entwicklung der Arbeitswelt weg von der Präsenzkultur hin zu mobilem Arbeiten wichtige Praxisimpulse für eine höhere zeitliche Souveränität der Beschäftigten geben kann – und es Paaren auch besser ermöglichen wird, Aufgaben partnerschaftlich zu teilen.

Im Jahr 2015 gaben branchenübergreifend 95 % der Unternehmen eine bessere Vereinbarkeit von Arbeitsanforderungen und Familie für ihre Mitarbeiter/innen als wichtigsten Grund an, warum sie ihnen die Möglichkeit zur Telearbeit anboten.⁴⁰ Beschäftigte mit der Möglichkeit, im Homeoffice zu arbeiten, haben eine erheblich bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie als andere Beschäftigte. Durch Telearbeit konnten sie im Jahr 2014 pro Woche mehr als vier Stunden ihrer Wegezeiten einsparen, und Väter konnten ihre berufstätige Partnerin dadurch entlasten.

Insgesamt sehen Beschäftigte eine Präsenzkultur in ihrem Betrieb als wichtigstes Hindernis für die Möglichkeit, mobil zu arbeiten. Telearbeit führt nur dann zu größerer Zeitsouveränität, wenn für Beschäftigte im Homeoffice auch tatsächlich weniger starre Arbeitszeiten gelten als im Betrieb.⁴¹ In Deutschland spüren 87 % der Arbeitnehmer/innen Dauerstress durch die permanente Erreichbarkeit über die digitalen Medien. 67 % sehen aber auch eine bessere Vereinbarkeit durch die Flexibilisierung ihrer Arbeit.⁴² Hier sind die Unternehmen gefragt, ihre Arbeitskultur familienfreundlicher zu gestalten und ihren Beschäftigten möglichst flexible und für beide Seiten bedarfsgerechte Arbeitszeitmodelle anzubieten. Gute Praxisbeispiele dafür gibt es mittlerweile genug.⁴³

³⁸ Vgl. u.a. ManpowerGroup (2017): *The Skills Revolution. Digitization and why Skills and Talent Matter.*

³⁹ Vgl. Fußnote 17.

⁴⁰ Vgl. Fußnote 27.

⁴¹ Vgl. Fußnote 27.

⁴² Die genannten Zahlen entstammen folgender Studie: A.T. Kearney (2015): *Deutschland 2064 – Die Welt unserer Kinder*, S. 11 und 22f.

⁴³ Vgl. u.a. das Informations- und das Beratungsangebot des Unternehmensnetzwerks *Erfolgsfaktor Familie*, www.erfolgsfaktor-familie.de.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



Wie der Wandel der Familienbilder und z.B. auch die Elterngeldnutzung zeigen, trägt die familienpolitische Förderung aktiver Vaterschaft inzwischen durchaus Früchte, es gibt aber noch viel Luft nach oben. Teilzeitbeschäftigte Männer und Väter sind in unserer Gesellschaft weiterhin eher die Ausnahme als die Regel. Der eingeleitete gesellschaftliche Wandel kommt in den Betrieben bislang nur schleppend voran. Mobiles Arbeiten kann Vätern, Familien und Betrieben mit oder ohne Reduzierung der Wochenarbeitszeit neue Möglichkeitsräume für eine aktive Vaterschaft eröffnen. Auch im Hinblick auf die Pflege Angehöriger gewinnen diese Möglichkeiten an Bedeutung. Wichtig ist, dass Unternehmen Väter als eigene Zielgruppe in den Blick nehmen.⁴⁴

Praxisimpulse

Thema dieses Abschnitts waren die Veränderungen der Arbeitswelt durch die Digitalisierung und die Chancen mobilen Arbeitens für eine bessere Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben. Die Schnittstelle zwischen Familien und Betrieben stand im Fokus. Was die kommunale Praxis im Hinblick auf diese Schnittstelle leisten kann, ist zweierlei:

1. Beratungsangebote über mobiles Arbeiten besser bekannt machen und ausbauen

Einerseits können Fachkräfte, die mit Familien arbeiten und dabei auch das Thema Vereinbarkeit von Familien- und Erwerbsleben aufgreifen, Informationen über die Möglichkeit des mobilen Arbeitens weitergeben. Hilfreich sind aber auch Informationen über geeignete Anlaufstellen, wo sich Beschäftigte zu allen Fragen rund um flexible Arbeitszeitmodelle und die Möglichkeit von Telearbeit beraten lassen können.

Solange sie in der Arbeitswelt 4.0 keinen rechtlichen Anspruch auf befristete Teilzeit oder Telearbeit haben, sind Beschäftigte umso mehr auf gute Beratung angewiesen. Je besser sie informiert sind und selbst Lösungen vorschlagen können, desto eher werden sie Erfolg haben, wenn sie mit ihrem Arbeitgeber über Möglichkeiten verhandeln, durch flexibles Arbeiten, bei Bedarf auch mobil, Familie und Beruf besser unter einen Hut zu bringen.

2. In familienpolitischen Netzwerken für das Thema sensibilisieren

Insbesondere Lokale Bündnisse für Familie sind bereits gut mit Unternehmen vernetzt und können aktiv mit den Arbeitgebern in Kontakt treten, um sie für eine Auseinandersetzung mit dem Potenzial von Telearbeit für mehr Familienfreundlichkeit und damit auch eine bessere Zufriedenheit ihrer Beschäftigten zu gewinnen.

3. Vorreiterrolle übernehmen

Und dafür können Kommunal- und Kreisverwaltungen, aber auch andere Angebotsträger in ihrer Rolle als Arbeitgeber außerdem eine Vorreiterrolle übernehmen. Es gibt viele Tätigkeitsbereiche, in denen Telearbeitsmodelle in der Verwaltung gut umgesetzt werden können und auch bereits werden – sei es zur Betreuung der Kinder oder Sorge für pflegebedürftige Angehörige. Die Verwaltung kann die Signalwirkung ihrer Bemühungen durch Audits für Vereinbarkeit und Familienfreundlichkeit verstärken und dabei einen Fokus auf mobiles Arbeiten legen. Da sich der Wandel der Betriebskultur gerade in Bezug auf die Väter offenbar schwierig gestaltet, wäre die Kombination mit dem Thema aktive Vaterschaft ein Anliegen, mit dem sich die kommunale Praxis besonders auszeichnen könnte.

⁴⁴ BMFSFJ (2016): Familienbewusste Personalpolitik für Väter – so funktioniert's – Wie Unternehmen Väter bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen können.



Tipps zum Weiterlesen

1. Studie „Wertewelten Arbeiten 4.0“

Die Studie basiert auf einer Mixed-methods-Befragung der Wohnbevölkerung in Deutschland, in der Vorstellungen zur Arbeitswelt in Deutschland erfasst wurden. Die Studie liefert Informationen darüber, wie die Befragten positive und negative Aspekte der Arbeitswelt und der eigenen Arbeitssituation heute wahrnehmen, und ordnet die Antworten sieben verschiedenen Wertewelten zu. Sie hat auch erforscht, wie die deutsche Wohnbevölkerung die zukünftige Entwicklung einschätzt und welche Präferenzen die Befragten selbst im Hinblick auf die Arbeitswelt der Zukunft haben.

nextpractice im Auftrag des BMAS (2016): Wertewelten Arbeiten 4.0, Bremen und Berlin. Auch online abrufbar, Webadresse der Homepage:



www.bmas.de/DE/Startseite/start.html

2. Warum nicht fifty-fifty? Studie des WZB

Die Studie basiert auf einer qualitativen und quantitativen Paarbefragung berufstätiger Eltern mit kleinen Kindern, die 2014 und 2015 durchgeführt wurde. Sie gibt zum einen Aufschluss über die Präferenzen der Paare im Hinblick auf ihre Wunscharbeitszeit und die gewünschte Arbeitsteilung zwischen beiden Partner/innen, zum anderen über die Rahmenbedingungen im Betrieb, von denen Paare bei der Umsetzung ihrer Wünsche abhängig sind. Thematisiert werden die Familienfreundlichkeit und Gleichstellungsorientierung des Betriebs als Schlüssel für gelingende Wunschmodelle.

Bernhardt, Janine/Hipp, Lena/Allmendinger, Jutta (2016): Warum nicht fifty-fifty? Betriebliche Rahmenbedingungen der Aufteilung von Erwerbs- und Fürsorgearbeit in Paarfamilien, Discussion Paper, Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Online abrufbar auf der Homepage



www.wzb.eu/de

3. Ein Leitfaden für mobiles Arbeiten

Über Interviews mit Expert/innen und Praxisbeispiele gibt der gemeinsam durch das Bundesfamilienministerium, den DIHK und das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ herausgegebene Leitfaden Praxisimpulse für eine Bandbreite von Themen, von der Relevanz mobilen Arbeitens für die Zeitsouveränität von Familien über das Thema Partnerschaftlichkeit und früher Wiedereinstieg bis hin zum mobilen Arbeiten in Pflegeberufen mit hohen Präsenzanforderungen.

Kapitel 2: Praktisches Hintergrundwissen



BMFSFJ/DIHK/Erfolgsfaktor Familie (2016): *Nur das Ergebnis zählt! Leitfaden für mobiles Arbeiten in Betrieben, Berlin*. Auch online abrufbar auf der Homepage der Initiative Erfolgsfaktor Familie:



www.erfolgsfaktor-familie.de/

4. Netzwerk zu mobilem Arbeiten

Das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ bietet auf seiner Homepage in der Rubrik „Netzwerken“ zahlreiche Inputs und eine Checkliste zum Thema „Mobiles Arbeiten“.



www.erfolgsfaktor-familie.de/netzwerken/blog-so-geht-vereinbarkeit/mobiles-arbeiten.html

2.1 Informationen und Kommunikation im Alltag

2.2 Alltagsorganisation und -gestaltung

2.3 Mobiles Arbeiten 4.0



AUSBLICK



Ausblick

Einige Handlungsbedarfe wurden im Verlauf der Interviews, die für diese Handreichung geführt wurden, immer wieder genannt, konnten aber nicht vertieft werden. Diese seien abschließend noch einmal zusammengefasst:

Damit die (Erwerbs-)Bevölkerung mit den steigenden Anforderungen des Arbeitsmarktes an ihre digitalen Kompetenzen Schritt halten kann, hat die Kultusminister/innenkonferenz im Dezember 2016 die Strategie „Bildung in der digitalen Welt“ verabschiedet, die klare Rahmenziele für die allgemeine, berufliche und universitäre digitale Bildung formuliert. Ambitioniertes Ziel ist, dass alle Schüler/innen, die zum Schuljahr 2018/19 eingeschult werden oder in die Sek I eintreten, die formulierten Ziele noch innerhalb ihrer Pflichtschulzeit erreichen. Für die Weiterbildung sollen entsprechende Rahmenziele im Jahr 2017 erarbeitet werden.

Die von uns befragten kommunalen Expert/innen sahen auch bei den in der Familienarbeit und den zuständigen Fachdiensten der Verwaltung tätigen Mitarbeiter/innen dringenden Handlungsbedarf. Es gibt Bedarf danach, digitale Kompetenzen stärker in die Fort- und Weiterbildung zu integrieren. Insbesondere wurden genannt:

1. Kompetenzen zur eigenständigen Pflege der Familienseiten
2. Kompetenzen im Social Media-Management
3. Kompetenzen zur Informationssuche und Meinungsbildung im Netz
4. Kompetenzen in Datenschutz und Datensicherheit
5. Kompetenzen in der Online-Beratung
6. Kompetenzen in der Umsetzung von Blended Settings

Ein weiteres Anliegen war die bessere digitale Vernetzung zwischen Verwaltung und freien Trägern, um die Netzwerkarbeit zu entlasten. Akteure wünschen sich einen besseren Überblick über die Kosten und den Nutzen von Datenbanken, die z.B. genutzt werden können, um Familienwegweiser als Online-Plattform aufzulegen. Aus der Perspektive von Kommunen werden die Träger auf diese Weise im Idealfall selbst in die Aktualisierung einer gemeinsamen Plattform eingebunden, und die Verwaltung kann die Datenbank zugleich für die eigene Bedarfsermittlung nutzen.

Darüber hinaus wurde großer Entwicklungsbedarf bei der barrierefreien Ausgestaltung des eigenen Webangebots gesehen. Bislang arbeiten die für die Entwicklung der Familienseiten zuständigen Akteure selten mit kommunalen Behindertenbeauftragten zusammen und sind häufig noch nicht gut darüber informiert, welchen Stand a) die Entwicklung barrierefreier Webauftritte und b) die Nutzung digitaler Technologien für die Inklusion von Menschen mit Behinderungen bereits erreicht hat.

Ausblick



Viele Familien haben einen anderen kulturellen Hintergrund und leben auch noch nicht lange in Deutschland, so dass sie die deutschsprachigen Familienseiten kaum oder nur mit großen Hürden nutzen können. Für die interkulturelle Öffnung in der inhaltlichen und sprachlichen Gestaltung der Familienseiten bietet sich eine Zusammenarbeit mit den fachkundigen Stellen vor Ort an, auch Migrationsdienste und Integrationszentren.

Vor dem Hintergrund der Vielfalt bestehender Familienseiten und der z.T. sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen kann perspektivisch ein Baukasten an Best Practice-Beispielen und an Modellen für die Umsetzung ausgewählter Aspekte eine wertvolle Unterstützung für die kommunale Praxis leisten. Voraussetzung dafür ist, dass sowohl die Erwartungen der Familien an die kommunalen Familienseiten als auch die Wirksamkeit unterschiedlicher Formate und Umsetzungsstrategien noch besser bekannt sind. Das Interesse der zuständigen Fach- und Führungskräfte, Familien auch digital noch besser zu erreichen, ist jedenfalls da.



Deutscher Verein
für öffentliche
und private Fürsorge e.V.