



# Was solls denn sein?

## Elternbildung im Spannungsfeld von Bedarf und Bedürfnis

### KATHIE WIEDERKEHR

Seit 16 Jahren Leiterin der  
Fachstelle Elternbildung Kanton  
Zürich; während 8 Jahren  
Präsidentin des Schweizerischen  
Bundes für Elternbildung SBE  
Kontakt:  
kathie.wiederkehr@ajb.zh.ch

Soll die Elternbildung nur das anbieten, was am ehesten gefragt ist? Oder besteht ein gesellschaftliches Interesse, gewisse Themen den Eltern nahezubringen? Was steuert die Nachfrage und wie können die Anbieter Einfluss nehmen? Diese und weitere Fragen beschäftigen alle, die in der Elternbildung tätig sind.

Herr und Frau P. erwarten in ein paar Monaten ihr erstes Kind; mit einem Kurs für werdende Eltern bereiten sie sich auf diese neue Aufgabe vor. Der Zeitungsartikel über den Elternkurs «Starke Eltern – Starke Kinder®» hat das Interesse von Frau K. geweckt; da demnächst ein Kurs in ihrer Umgebung beginnen wird, meldet sie sich an. Frau M. wird von ihrer Nachbarin gefragt, ob sie auch an den Vortrag des bekannten Autors eines Erziehungsratgebers komme; gemeinsam gehen sie hin. Die Machtkämpfe mit der pubertierenden Tochter trüben das Familienklima; Herr S. erhofft sich, im Kurs «Total cool und ganz empfindlich» Anregungen zu erhalten, wie er konstruktiv mit dieser Entwicklungsphase umgehen kann.

### Bedarf und Bedürfnis klaffen teilweise auseinander

Eltern sind nicht einfach Eltern. Je nach Familienphase und Lebenssituation stehen ganz andere Fragen im Vordergrund. So besuchen Mütter und Väter einen Kurs zur Trotzphase oder zur Pubertät dann, wenn ihr Kind in dem entsprechenden Alter ist, und das Angebot «Eltern sein – auch nach der Trennung» ist nur gefragt, wenn man in dieser Situation ist. Viele Elternbildungsveranstaltungen lassen sich nicht auf «Vorrat» besuchen. Die Themenvielfalt des Familienalltags macht die Elternbildung einerseits spannend, andererseits stellt sie die Anbieter vor eine Herausforderung. Da die meisten Trägerschaften ehrenamtlich arbeiten und ohne Subventionen auskommen müssen, heisst die Frage meist: Welche Themen sollen angeboten werden, damit sie möglichst viele Personen ansprechen? Welche Angebotsform findet am meisten Zuspruch? So werden nicht nur diejenigen Themen angeboten, die als

zentral und wichtig angesehen werden (Bedarf), sondern vor allem diejenigen, die einer grossen Nachfrage entsprechen (Bedürfnis).

### Tendenz zu kürzeren Angeboten

In den 50er- und 60er-Jahren fand Elternbildung meist als Semesterkurs statt – eine heute fast undenkbare Form. Elternbildungsveranstaltungen, die länger als vier Kurseinheiten dauern, haben Mühe, genügend Anmeldungen zu erhalten. Seit 1996 werden insgesamt mehr Einzelveranstaltungen als mehrteilige Kurse durchgeführt, wobei zu berücksichtigen ist, dass viele Teilnehmende wiederholt Elternbildungsveranstaltungen<sup>1</sup> besuchen. Sollen demzufolge primär Kurzveranstaltungen angeboten werden, obwohl längere Kurse nachhaltiger sind? Oft äussern Teilnehmer/innen am Ende des Kurses ihr Bedauern, dass die Veranstaltung bereits zu Ende ist. Die Teilnehmenden geben jedoch zu, dass sie sich wohl kaum angemeldet hätten, wenn der Kurs beispielsweise über sechs statt nur drei Abende ausgeschrieben worden wäre. Eine Möglichkeit, dieser Tatsache Rechnung zu tragen, ist die Aufteilung eines grösseren Angebots in einen Basis- und einen Aufbaukurs oder das Anbieten von Folgetreffen.

### Standardisierte Kurse im Vormarsch

Bis vor ein paar Jahren wurden die meisten Elternbildungsangebote in der Schweiz von der Kursleitung individuell ausgearbeitet. Sie überlegte sich also, welche Inhalte sie mit welcher Methode angehen wollte und entwickelte alles von Grund auf selbst. In andern Ländern, in denen es oft keine Ausbildung zur Eltern- und Erwachsenenbildner/in gibt, wurden Elternkurse mit einem

## «Eltern sind nicht einfach Eltern. Je nach Familienphase und Lebenssituation stehen ganz andere Fragen im Vordergrund.»

fixen Programm konzipiert und Fachleute durch eine Zusatzausbildung zertifiziert, um diese Kurse zu erteilen. Diese Kurse werden nun auch in der Schweiz vermehrt angeboten: Gordon, STEP, Starke Eltern – Starke Kinder®, Triple P und PEKiP<sup>2</sup>. 2005 machten diese standardisierten Kurse einen Viertel der durchgeführten Kurse in der Schweiz aus, 2007 bereits einen Drittel. Nebst qualitativ hochstehenden Konzepten und guten Kursunterlagen haben diese Angebote den Vorteil, dass sie sich besser evaluieren lassen, was wiederum zur Qualitätssicherung beiträgt. Zudem können sie einfacher beworben werden.

### Faktoren, die zur Nachfrage beitragen

Eine einfache Antwort auf die Frage, was es ausmacht, dass Erziehende an einer Elternbildungsveranstaltung teilnehmen, gibt es nicht. Sehr viele Faktoren tragen dazu bei, auf die hier aus Platzgründen nicht näher eingegangen werden kann: aktuelles Thema, attraktiver Titel, der Zielgruppe angepasste Tageszeit, Kinderbetreuung, niedrige Kurskosten, professionelle Werbung, bekannte Kursleiter/innen und Referent/innen, Empfehlung durch Bekannte, gesellschaftlicher Stellenwert der Elternbildung u.a.m.

### Angebote für schwer zu erreichende Zielgruppen

Immer wieder ist zu hören, dass diejenigen Eltern, die es am nötigsten hätten, mit der Elternbildung kaum erreicht werden. Diese Aussage stimmt so nicht. Sicher sind Mütter und Väter in sehr belastenden Situationen weniger ansprechbar für Elternbildung. Wir wissen jedoch wenig über die Lebensverhältnisse der Teilnehmer/innen. Rückmeldungen von Kursleiter/innen machen deutlich, dass auch Personen mit geringer Erziehungskompetenz teilnehmen und von der

Elternbildung profitieren. Um den Anteil von bildungsfernen Eltern, Personen aus einem andern Kulturkreis oder Vätern zu steigern, braucht es besondere Anstrengungen. Verschiedene erfolgreiche Programme sind dazu entwickelt worden. Die Umsetzung dieser Projekte benötigt jedoch professionelle, auf Kontinuität ausgelegte Strukturen und adäquate finanzielle Mittel – etwas, was zurzeit in der Elternbildung der Schweiz noch weitgehend fehlt.

### Fazit

Nicht nur die Bedürfnisse der Erziehenden in der aktuellen Familienphase tragen zur Nachfrage bei. Ebenso wichtig sind die Vermarktung sowie der gesellschaftliche Stellenwert und das Image der Elternbildung. Die Gesellschaft ist an einer präventiven Unterstützung der Familien interessiert. So sollte ein Grundangebot von relevanten Themen breit und kostengünstig angeboten werden. Mit einer verstärkteren Einbettung der Elternbildung in bestehende Strukturen des Sozial- und Bildungswesens und mit Ressourcen für eine innovative, bedarfsgerechte Weiterentwicklung könnte das Potential der Elternbildung noch besser ausgeschöpft werden. ■

### Übersicht über das Elternbildungsangebot in der Schweiz:

[www.elternbildung.ch](http://www.elternbildung.ch) (Angebote → Eltern → Veranstaltungen für Eltern → Veranstaltungskalender)

### Anmerkung:

<sup>1</sup> Im Jahr 2007 wurden im Kanton Zürich 1'700 Elternbildungsveranstaltungen durchgeführt, an welchen 30'000 Personen teilnahmen (23% Väter).

<sup>2</sup> Gordon-Training: [www.gordontraining.ch](http://www.gordontraining.ch)

STEP-Elterntraining: [www.instep-online.ch](http://www.instep-online.ch)

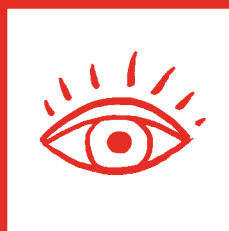
Starke Eltern – Starke Kinder®: [www.starkeeltern-starkekinder.ch](http://www.starkeeltern-starkekinder.ch)

Triple P-Elternkurse: [www.triplep.ch](http://www.triplep.ch)

PEKiP-Kurse: [www.pekip.ch](http://www.pekip.ch)

Anzeige

**Visualisieren**  
**Präsentieren**  
**Moderieren**



Tagesseminare für Ausbildende, Führungskräfte, Projektleitende

**[www.sichtbar-training.ch](http://www.sichtbar-training.ch)**