



Erfolgsfaktoren für Familienzentren

Mehrwert für die Gemeinde(n)

Welche Probleme stehen in der Gemeinde an? Womit kann dazu ein Beitrag geleistet werden? Damit öffentliche Gelder gesprochen werden, muss ein Nutzen/Mehrwert für die Gemeinde(n) sichtbar sein. Angebote müssen einen Sinn haben und von öffentlichem Interesse sein.

Pädagogisches Konzept / Haltung

Wie möchten wir Kinder fördern und Eltern stärken? Was ist unser Ziel / unsere Haltung? Das Angebot soll sich nicht nur an den Bedürfnissen, sondern auch am Bedarf orientieren. Die pädagogische Haltung muss sich im Alltag widerspiegeln: z.B. in der Kinderbetreuung, beim Angebot im Café.

Professionelle Leitung

Ist genügend fachliches Knowhow (Pädagogik, Führung, Öffentlichkeitsarbeit etc.) vorhanden? Zumindest die Leitung sollte durch eine bezahlte Fachperson gewährleistet sein. Freiwillige brauchen Einarbeitung und Wertschätzung. Bei den «Mini-Jobs» müssen die Vor- und Nachteile abgewogen werden.

Klares Profil / Zielgruppen definieren

Wen wollen wir ansprechen? Wo decken wir ein Bedürfnis ab und schliessen eine Lücke? Durch die Angebotsgestaltung kann ein Profil geschärft werden. Dabei muss immer wieder reflektiert werden, ob die anvisierten Zielgruppen erreicht werden oder wo Massnahmen ergriffen werden sollten.

Image

Wie werden wir wahrgenommen? Was halten Eltern, PolitikerInnen, Fachpersonen vom Familienzentrum? Der Ruf eines Familienzentrums ist ausschlaggebend für die Unterstützung. Die Aktivitäten prägen das Image zentral. Oft sind es auch kleine Dinge, die zählen: Erscheinungsbild, Verlässlichkeit, Sauberkeit etc.

Breite Öffentlichkeitsarbeit

Sind die Angebote des Familienzentrums bekannt? Sind die Flyer etc. einladend und informativ? Heute gibt es sehr viele Kanäle, um sein Angebot bekannt zu machen. Wichtig dabei ist es, dass die Infos aktuell und fehlerfrei sind sowie eine grosse Wiedererkennung (Corporate Design) haben.

Willkommenskultur / GastgeberIn

Wie erleben BesucherInnen den ersten Kontakt? Gibt es eine gut erreichbare Ansprechperson? Speziell bei eher schwierig zu erreichenden Zielgruppen ist ein positiver Erstkontakt wichtig. Die Gastgeberin nimmt aber auch Probleme und Bedürfnisse frühzeitig wahr und kann handeln.

Ansprechende Räumlichkeiten

Sind die Räumlichkeiten einladend? Sind der Aushang und die Ablage aktuell und übersichtlich? Helle, sorgfältig gestaltete Räume ohne defekte Sachen kommen gut an. Billig ist oft nicht günstig; für Anschaffungen sind meist Spender zu finden (z.B. Serviceklubs: Rotary, Lions, Kiwanis...).

Vernetzung

Wer kümmert sich in unserer Region auch um Familien? Welches sind wichtige Schlüsselpersonen? Gute Kenntnisse und Beziehungen zu Fachstellen, PolitikerInnen oder auch zum Gewerbe tragen massgebend zu einer breiten Verankerung und Unterstützung bei.

Finanzielle Mittel

Wieviel Zeit wenden Sie für die Finanzierung auf? Haben Sie Planungssicherheit für 2 bis 3 Jahre? Es darf nicht sein, dass ein grosser Teil der Vorstandsarbeit für die Finanzierung aufgewendet werden muss. Anzustreben ist eine Leistungsvereinbarung mit der öffentlichen Hand: Gemeinde(n), Kanton.

Nicht unter einer bestimmten Grösse

Können verschiedene Aktivitäten gleichzeitig stattfinden, um Synergien zu fördern? Wünschenswert ist es, dass das Familienzentrum über mehrere (geeignete) Räume verfügt. Ein regionales Familienzentrum kann ein umfassenderes Programm anbieten und wird breiter wahrgenommen.

Qualitätssicherung

Überprüfen Sie gelegentlich die Qualität Ihrer Angebote? Wo sehen Sie Verbesserungsmöglichkeiten? Es lohnt sich, von Zeit zu Zeit die Eltern (nicht nur die teilnehmenden) zu befragen, mit den Mitwirkenden eine Weiterbildung zu machen, an einer Tagung teilzunehmen und Fachliteratur zu lesen.

Verbindlichkeit / Konstanz

Finden die ausgeschriebenen Aktivitäten statt? Werden Mails und Telefonate zeitnah beantwortet? Klare Kommunikation und Kontinuität, ergänzt mit aktuellen Angeboten, tragen zu einem guten Ruf bei. Vereinbarungen mit Geldgebern und Mitwirkenden müssen eingehalten werden.

...und Glück!

Der Erfolg liegt nicht nur in unseren Händen. Es braucht glückliche Umstände und Zufälle, Unterstützung, faire Rahmenbedingungen, Wohlwollen und «gute Seelen».

Ein gut geführtes Familienzentrum kostet – hilft aber auch, Folgekosten zu sparen!

Kathie Wiederkehr war von 2013 bis 2018 Betriebsleiterin des Familienzentrums Karussell Region Baden. Auf der Webseite www.karussell-baden.ch sind u.a. Jahresberichte, das neue Konzept (2014), der Bericht über die Pilotphase 2014–2018 und ein Film übers Familienzentrum Karussell aufgeschaltet.