



## **Bericht zur Situation von Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft**

### **Erarbeitet durch:**

Thomas Nigl

Johanna Huber

Interviews: Franziska Bürki

### **Im Auftrag der**

Sicherheitsdirektion Basel-Landschaft

Fachbereich Familien

Rathausstrasse 2

4410 Liestal

T 061 552 65 19

Liestal, im Mai 2017

## Inhaltsverzeichnis

|      |  |    |
|------|--|----|
| 1.   | Einleitung .....   | 4  |
| 1.1. | Ausgangslage .....   | 4  |
| 2.1. | Gliederung .....   | 5  |
| 3.1. | Zweck und Methoden des Berichts.....   | 5  |
| 2.   | Die Familienzentren.....   | 7  |
| 2.1. | Was ist ein Familienzentrum? .....   | 7  |
| 2.2. | Verteilung der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft.....                         | 7  |
| 3.   | Übersicht zur aktuellen Situation der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft ..... | 9  |
| 3.1. | Räumlichkeiten.....  | 9  |
| 3.2. | Angebote.....  | 9  |
| 3.3. | Personal.....  | 11 |
| 3.4. | Vernetzung und Werbung .....   | 12 |
| 3.5. | Finanzen .....   | 15 |
| 4.   | Fazit und Handlungsempfehlungen .....  | 17 |
| 5.   | Anhänge.....   | 21 |
| 5.1  | Interviewleitfaden .....   | 21 |

## 1. Einleitung

### 1.1. Ausgangslage

Die Familienzentren (im Folgenden: FAZ) sind niederschwellige und thematisch nicht eingegrenzte Anlaufstellen für Familien. Andere Beratungseinrichtungen, beispielsweise die Mütter - Väterberatung, die Sozialdienste der Gemeinden, die offene Kinder- und Jugendarbeit, die Familien- und Jugendberatung, die Schuldenberatung oder die Stiftung Mosaik sind sowohl betreffend Methode als auch Zielgruppe jeweils stärker fokussiert. Der Grundgedanke hinter den FAZ ist der, dass hier Alte und Junge Menschen jeglichen Hintergrunds Kontakte finden können. FAZ bieten Familien, bzw. einzelnen Familienmitgliedern Kontakt- und Anschlussmöglichkeiten sowohl im ganz normalen Alltag als auch in spezifischen Problemsituationen. Das Kernangebot ist in der Regel ein Offener Treffpunkt, ähnlich einem Café, in welchem man sich innerhalb der Öffnungszeiten ohne Voranmeldung treffen und Kontakte knüpfen kann. Um den offenen Treffpunkt herum verfügen die Zentren über sehr unterschiedliche Angebote, wie Kinderbetreuung, Spielgruppe, Elternbildungskurse, Beratungsangebote oder Freizeitaktivitäten. Da es sich bei den Familienzentren um private, durch Vereine getragene Einrichtungen handelt, die sehr stark von dem freiwilligen Engagement der Mitarbeitenden leben, sind sie von Standort zu Standort sehr unterschiedlich aufgebaut und verfügen über verschiedene Ressourcen und Angebote.

Die Vorteile der FAZ sind:

- *Niederschwelligkeit:* FAZ können von Eltern mit ihren Kindern und weiteren Personen im Einzugsgebiet – auch wenn diese keine Kinder haben – in der Regel ohne Voranmeldung besucht werden.
- *Wohnortnahe Standorte:* Im Kanton Basel-Landschaft existieren insgesamt 11 Familienzentren in unterschiedlichen Gemeinden. Ein weiteres ist in Sissach im Entstehen. Somit sind die FAZ von vielen Wohnorten aus in kurzer Zeit erreichbar. Die Lage der FAZ in den Gemeinden selbst ist in der Regel zentral, was die Erreichbarkeit auch für Familien ohne Fahrzeug (Auto, Fahrrad etc.) enorm erleichtert.
- *Vernetzung:* Die Familienzentren ermöglichen über so genannte „Offene Treffs“, dass Besucherinnen und Besucher Kontakte knüpfen, Eltern andere Eltern kennenlernen und so nahegelegene soziale Kontakte knüpfen.
- *Bildungs- und Freizeitangebote:* Familienzentren bieten oft Weiterbildungen und Informationsveranstaltungen für Eltern an. Auch Freizeitangebote wie Bastelkurse, Nähkurse oder Outdoor-Aktivitäten sind möglich. Damit sprechen sie ein breites Klientel ohne problemspezifischen Hintergrund an.

Dem Potential als niederschwelliges Vernetzungs- und themenunspezifisches Unterstützungsangebot der Familienzentren stehen mehrere Herausforderungen gegenüber, mit denen sich die Familienzentren konfrontiert sehen:

- *Bekanntheit:* Familienzentren sind vielen Menschen – und dazu gehören auch Fachpersonen – unbekannt.
- *Private Trägerschaft:* Die Familienzentren sind in der Regel mit wenig Budget und viel ehrenamtlichem Engagement aufgebaut. In vielen Fällen werden die Familienzentren von motivierten und engagierten Frauen und Männern geführt, die aber nicht immer über den Zugang zu Fachinformationen und ausreichenden materiellen Ressourcen verfügen, um das Potential eines Familienzentrums optimal zu nutzen. Gleichzeitig eröffnet das ehrenamtliche Engagement und die freie Arbeit den FAZ Möglichkeiten, die anderen Institutionen nicht zur Verfügung stehen.
- *Finanzierung:* Die Familienzentren finanzieren sich in der Regel über Mitgliederbeiträge und private Spenden. Dauerhaft geregelte Subventionen gibt es kaum. Das führt dazu, dass ein grosser Teil der Arbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in die Akquise von Geldern zur Existenzsicherung der Familienzentren fliesst. Dies wiederum bindet Arbeits-



ressourcen, welche der fachlichen Weiterentwicklung oder eigentlichen Aktivitäten der FAZ anschliessend fehlen.

- *Vernetzung*: Bei den Familienzentren handelt es sich nicht immer um Angebote mit offiziellem Auftrag, die in die Netzwerke der Beratungs- und Unterstützungsinstitutionen eingebunden sind, wie etwa die Mütter- Väterberatung. Die Vernetzung der Familienzentren mit anderen Institutionen wie auch untereinander ist sehr grobmaschig und ausbaufähig.

Der vorliegende Bericht soll anhand von qualitativ ausgewerteten Interviews mit Mitarbeiterinnen und Leiterinnen von Familienzentren deren Situation beleuchten und Unterstützungsmöglichkeiten fokussieren. Im Bericht wird dabei von der Annahme ausgegangen, dass die FAZ ungenutztes Entwicklungspotential haben, welches bereits durch geringe finanzielle und organisatorische Mittel erschlossen werden kann. Ob dies zutrifft, wird in den folgenden Kapiteln untersucht.

## 2.1. Gliederung

Der Bericht ist in fünf Kapitel gegliedert. Nach der Einleitung werden in Kapitel 2 die Familienzentren, ihr Konzept und ihre Verteilung im Kanton vorgestellt. Kapitel 3 enthält die ausgewerteten Ergebnisse der Interviews zu den einzelnen abgefragten Themen: Räumlichkeiten, Angebote, Personal, Vernetzung, Öffentlichkeitsarbeit, bestehende Unterstützung durch Dritte und Finanzen. In Kapitel 4 sind die Herausforderungen dargestellt, vor die sich die FAZ gestellt sehen. Abschliessend enthält das Kapitel 5 die Handlungsempfehlungen sowie kurze Erläuterungen dazu. Der Leitfaden für die geführten Interviews mit den Familienzentren findet sich im Anhang.

## 3.1. Zweck und Methoden des Berichts

### 1.3.1. Zweck

Der vorliegende Bericht soll einen Überblick über die Situation der FAZ im Kanton Basel-Landschaft ermöglichen. Die Arbeitsbedingungen, das Umfeld und die Herausforderungen, mit denen die Mitarbeitenden der FAZ täglich konfrontiert werden, sollen ebenso beleuchtet werden wie ihre Arbeitsorganisation, der Aufbau, die Angebotspalette und das Potential als lokale Anlaufstellen für Menschen jeglichen Alters und Herkunft. Mit dem Bericht sollen ebenfalls Handlungsempfehlungen erarbeitet werden, die darauf abzielen, den beteiligten Akteuren Werkzeuge in die Hand zu geben, die FAZ weiterzuentwickeln oder sinnvoll zu unterstützen. Die formulierten Handlungsempfehlungen richten sich an fachliche Akteure im Kanton, an Gemeinden, Privatpersonen und vor allem an die FAZ selbst.

### 1.3.2. Methoden

Für den Bericht über die Situation der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft wurden mit Mitarbeiterinnen und Leiterinnen der Familienzentren im Jahr 2015 strukturierte, leitfadengestützte Interviews geführt. Die Interviews wurden wörtlich transkribiert und inhaltsanalytisch ausgewertet. Dadurch ergab sich ein Korpus von ca. 280 Seiten transkribiertem Material, welches als Grundlage für die folgende Auswertung diente.

Für die Erarbeitung der Empfehlungen im vorliegenden Bericht wurde folgendes Vorgehen gewählt:

- Themenspezifische Passagen der Interviews wurden ausgeschnitten und zusammengetragen. *Beispiel: Was sagen alle interviewten Personen zum Thema „Finanzen?“*
- Aussagen, die von mehreren Interviewten übereinstimmend geäussert wurden, wurden als Grundlage für Handlungs- und Unterstützungsempfehlungen herangezogen. *Beispiel: Mehrere FAZ gaben an, dass die Finanzierung nicht gesichert ist und die Beschaffung neuer Gelder viel Zeit und Energie in Anspruch nimmt und so unnötig Ressourcen bindet.*
- Die Aussagen wurden anonymisiert zusammengetragen. Dies wurde den Interviewteilnehmerinnen im Vorfeld zugesichert.
- Ausschlaggebend dafür, ob eine Aussage Eingang in die Empfehlungen fand, war, ob sie (nach Einschätzung der Autorinnen und Autoren des Berichts) mit den Mitteln der ange-

sprochenen Institutionen und Behörden als umsetzbar eingeschätzt wurde. *Beispiel: Zu erwarten, dass eine Gemeinde die Finanzierung eines FAZ und aller gewünschten Aktivitäten übernimmt – wie es mehrmals vorgeschlagen wurde – ist unrealistisch. Umsetzbar wäre aber mit entsprechendem Lobby-Aufwand, dass sich Gemeinden beteiligen.*

- Die Empfehlungen sollten mehrere Ebenen und Akteure ansprechen:
  1. **FAZ - Private Personen – Gemeinden – Kanton** als Stellen, welche etwas verändern können.
  2. **Materielle – finanzielle – organisatorische Ressourcen**, die aufgewendet werden, um Empfehlungen umzusetzen.

**Tabelle 1: Grafische Darstellung des Empfehlungsmodells**

|                            | Finanzen                     | Güter / materielle Ressourcen | Organisatorischer Einsatz |
|----------------------------|------------------------------|-------------------------------|---------------------------|
| <b>Kanton</b>              | <i>Beispiel Empfehlung X</i> |                               |                           |
| <b>Gemeinden</b>           | <i>Beispiel Empfehlung Y</i> |                               |                           |
| <b>FAZ/ Privatpersonen</b> | <i>Beispiel Empfehlung Z</i> |                               |                           |

## 2. Die Familienzentren

### 2.1. Was ist ein Familienzentrum?

Familienzentren sind offene Orte der Begegnung für Menschen jeglichen Alters und Herkunft. Sie werden im Kanton Basel-Landschaft von Privatpersonen getragen, die sich zu Vereinen zusammengeschlossen haben. Anders als etwa in Deutschland, Finnland oder England, wo Familienzentren in die kommunale Kinder- und Jugendhilfeplanung eingebettet sind und als organisierte Knotenpunkte für regionale Unterstützungsnetzwerke dienen, sind die FAZ im Kanton Basel-Landschaft nicht gesetzlich geregelt.

Der „Offene Treff“ ist stets das Herzstück der Familienzentren (siehe Kapitel 3.2). Familienzentren sind vom Konzept her zwar besonders auf Eltern – insbesondere Mütter – mit Kindern ausgerichtet, jedoch nicht auf bestimmte Themen oder Problemsituationen spezialisiert. Durch die Offenheit bezüglich Zielgruppe, minimaler Verbindlichkeit (=keine Anmeldung nötig) und thematischer Offenheit stellen sie eine sehr niederschwellige Anlaufstelle dar. Über den offenen Treff hinausgehende Kurse, Angebote und Veranstaltungen sind je nach vorhandenen Möglichkeiten der einzelnen FAZ mehr oder minder zahlreich, wodurch die Familienzentren ein heterogenes Feld bilden. Die Angebote der Familienzentren werden von Privatpersonen mit deren eigenem Wissens- und Kompetenzhintergrund ins Leben gerufen und betrieben. Unterstützung durch Gemeinden und Kanton fallen in zahlreichen Fällen marginal aus. Vieles beruht auf Eigeninitiative, persönlichem Engagement und Kreativität im Umgang mit den vorhandenen Mitteln. Daher ist jedes Familienzentrum anders als die übrigen. Gleichzeitig bietet dieser organische Aufbau Freiheiten und Möglichkeiten, sich weiter zu entwickeln und das Angebotsprogramm flexibel an aktuelle Bedürfnisse der Klientel vor Ort anzupassen.

Neben den Familienzentren existieren im Kanton Basel-Landschaft auch Eltern- und Familienforen. Anders als Familienzentren steht hier die Information über bestehende Angebote, Kurse und Weiterbildungen im Zentrum und nicht der Offene Treff als Möglichkeit, sich an einem Ort treffen und Kontakte knüpfen zu können. Auch die Familienforen sind vom Aufbau und der Konzeption her sehr unterschiedlich gestaltet und ebenso wie die FAZ untereinander kaum vergleichbar. Sie verfügen teilweise nicht über einen bestimmten Standort, sondern sind als virtuelle Informationsplattformen von Kursangeboten und Veranstaltungen für Eltern und Familien konzipiert. Aktuell existieren insgesamt drei den Autorinnen und Autoren des vorliegenden Berichts bekannte Eltern- und Familienforen im Kanton Basel-Landschaft:

- das Familienforum Münchenstein,
- das Familienforum Therwil und
- das Elternforum Region Liestal.

Eine Vergleichbarkeit mit den Familienzentren ist aufgrund der unterschiedlichen Konzeption kaum möglich, weshalb diese in die vorliegende Analyse nicht aufgenommen wurden.

### 2.2. Verteilung der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft

Im Kanton Basel-Landschaft existierten zum Zeitpunkt der Befragung (Stand: Dezember 2015) elf Familienzentren in folgenden Gemeinden:

- Aesch-Pfeffingen
- Frenkendorf-Füllinsdorf
- Binningen
- Liestal
- Reinach
- Therwil
- Arlesheim
- Gelterkinden
- Muttenz
- Laufen
- (Bottmingen)





### **3. Übersicht zur aktuellen Situation der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft**

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der Interviews zu wichtigen Aspekten der Arbeit und des Aufbaus der Familienzentren dargestellt. Dabei handelt es sich um Zusammenfassungen der Aussagen der interviewten Personen. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden Kommentare und Interpretationen jeweils am Ende der Kapitel in kursiver Schrift festgehalten.

#### **3.1. Räumlichkeiten**

Die zur Verfügung stehenden Räumlichkeiten der FAZ sind sehr unterschiedlich. Acht von zehn FAZ geben an, ihre Räumlichkeiten weitgehend alleine nutzen zu können, zwei teilen sich die Räumlichkeiten mit anderen Institutionen wie Mütter-Väterberatung, Vereinen und Vermieterinnen. Die interviewten Personen erachten den grossen organisatorischen Aufwand, der mit geteilten Räumlichkeiten einhergeht, als problematisch.

Aus den Interviews wird deutlich, dass für den Betrieb der FAZ mindestens zwei voneinander getrennte Räumlichkeiten als notwendig erachtet werden: In der Regel ist dies ein Raum für die Eltern, wo die Offenen Treffs, Veranstaltungen und Kurse stattfinden können, sowie ein separater Raum für die Kinder zum Spielen. Gerade bei grösseren Gruppen (ca. ab 7-8 Kinder) wird der Lärmpegel andernfalls als unangenehm bezeichnet und macht Austausch und Gespräche unter den Erwachsenen oft unmöglich.

In denjenigen FAZ, welchen drei Räumlichkeiten und mehr zur Verfügung stehen, äusserten sich die Befragten durchweg zufrieden mit den Gegebenheiten. Zusätzlich verfügt etwa die Hälfte der FAZ über Aussenbereiche (Garten, Terrasse etc.), welche als sehr hilfreich und nützlich für die Arbeit empfunden werden (Kurse im Freien, Spielmöglichkeiten für Kinder etc.).

FAZ, welche über mehr als drei abgetrennte Räumlichkeiten verfügen, beschreiben die Situation wiederum als schwierig, weil durch die Grösse und räumliche Trennung der Reinigungs- und Instandhaltungsaufwand steigt.

#### **3.2. Angebote**

##### **3.2.1. Feste Angebote**

Die Angebote der Familienzentren unterscheiden sich einerseits stark voneinander, andererseits sind sie stets um den „Offene Treff“ herum aufgebaut. Ein bis dreimal pro Woche sind die Familienzentren für Besucher geöffnet. In der Regel können Interessierte ohne Voranmeldung am Offenen Treff teilnehmen. Dabei handelt es sich um eine informelle Möglichkeit, sich zusammzusetzen und sich auszutauschen. Üblicherweise wird der Offene Treff von 1-2 Mitarbeitenden begleitet, die jedoch nur für die organisatorischen Belange zuständig sind. Die Eltern sind völlig frei in der Wahl der Themen im Gespräch. Der Offene Treff ist ein informelles Vernetzungsangebot ohne vorgegebene Struktur und Inhalte. Verpflegung steht bei den meisten Familienzentren gegen ein geringes Entgelt zur Verfügung. Nach Aussagen der interviewten FAZ-Leiterinnen wird der Offene Treff sehr geschätzt und sollte vom Konzept her nicht geändert werden.

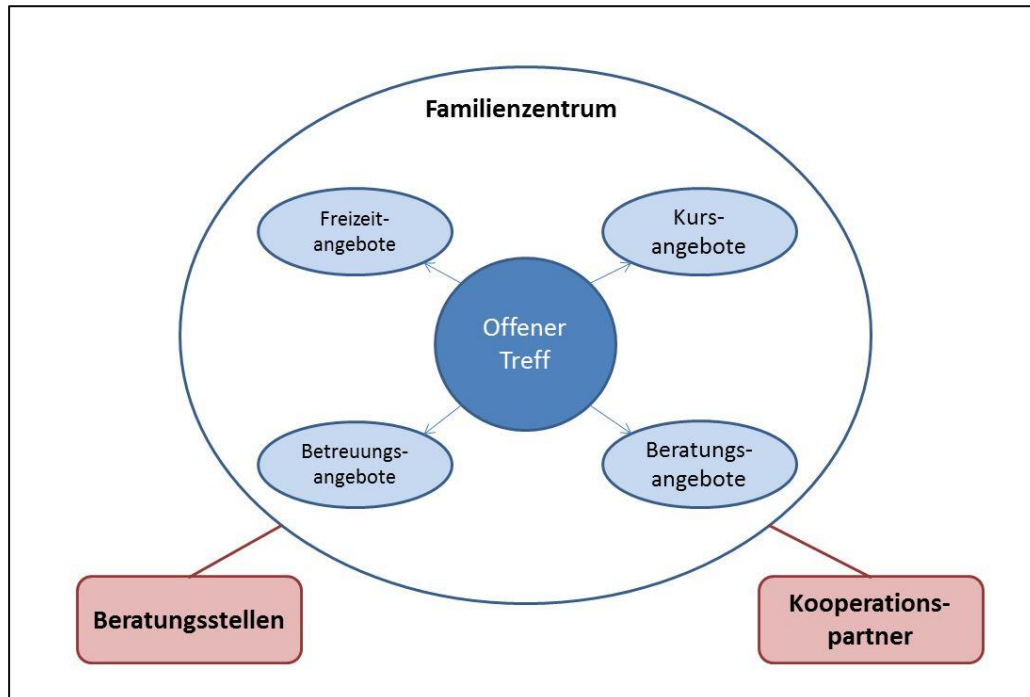
Allerdings haben die Interviews auch gezeigt, dass die Organisation auf niederschwelliger Ebene ohne Anmeldepflicht nicht unproblematisch ist. Die Teilnehmerzahl variiert stark, was eine vorbereitende Planung oft unmöglich macht. Verschiedene FAZ haben zur Steigerung und Verstetigung der Auslastung versucht, die Angebote seltener anzubieten (betrifft konkret angebotene Mittagstische). Nach Angaben der Interviewpartnerinnen hat sich diese Strategie nicht bewährt, um eine bessere Auslastung des Angebots zu erreichen. FAZ, die ihr Angebot hingegen ausgebaut haben, und Spielgruppen oder Mittagstische mehrmals in der Woche zu festen Zeiten anbieten, berichten davon, dass die Besucherzahlen ansteigen.

##### **3.2.2. Freie Angebote**

Die weiteren Angebote der FAZ unterscheiden sich sehr stark voneinander. Abbildung 3 zeigt deutlich, dass alle FAZ ihre Angebote um den Offenen Treff herum aufbauen. Dieser wirkt nach Aussagen der FAZ-Leiterinnen wie ein „Türöffner“, über den Besucherinnen und Besucher einen

ersten Einblick in das Familienzentrum erhalten und sich so über weitere Angebote informieren können.

**Abbildung 2: Typischer Aufbau eines Familienzentrums**



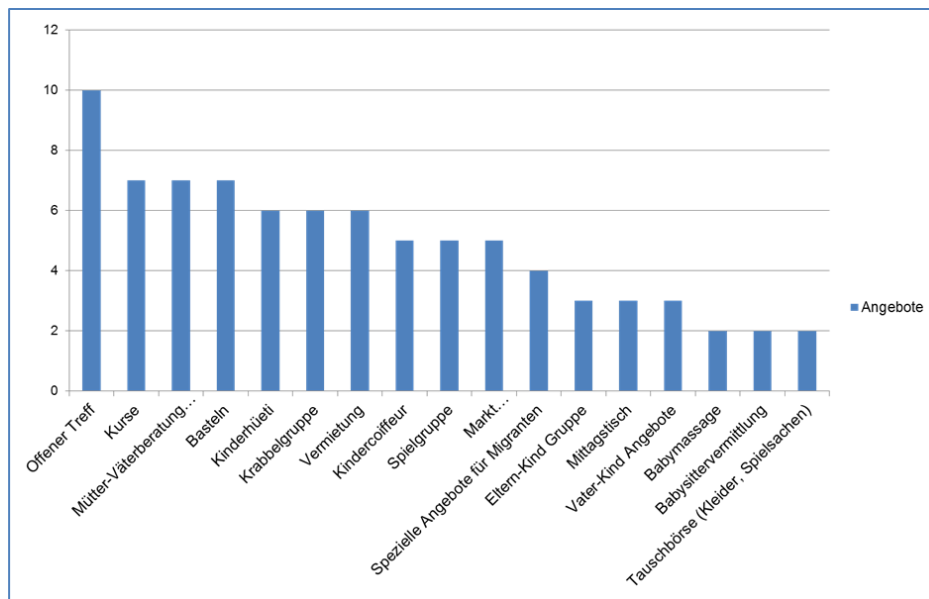
Sieben von zehn FAZ geben an, Weiterbildungskurse für Eltern, Mütter- Väterberatung und Bastelkurse anzubieten. Insbesondere die Zusammenarbeit mit der Mütter- Väterberatung wird als besonders wertvoll erachtet.

Kinderbetreuungsangebote wie Spielgruppen, Mittagstisch oder Krabbelgruppen/“Kinderhueti“ sind im Vergleich zu anderen Angeboten stark vertreten und bilden einen wichtigen Aspekt im Angebotsportfolio der FAZ. Der Ausbau von und die Koordination mit anderen Betreuungsangeboten wurde von mehreren FAZ als wünschenswertes Ziel genannt.

Zusätzlich wird die Vernetzung mit anderen Akteuren im Feld der familienunterstützenden Angebote als sehr hilfreich wahrgenommen. Wenn Kirchenverbände, Kindertagesstätten oder andere betreuende Einrichtungen die Informationen über gut organisierte Mittagstische weiterleiten, steigt die Akzeptanz und Nutzung entsprechender Angebote.

Vier von zehn FAZ haben schliesslich spezielle Angebote für Migrantinnen und Migranten im Angebot. Mehrmals wird in den Interviews erwähnt, dass Familienzentren ein guter Anlaufpunkt für Zugezogene und Menschen mit Migrationshintergrund sind. Damit wird deutlich, dass die FAZ das Potential haben, stärker in die Integrationsstrategien der Gemeinden eingebunden zu werden. Die FAZ könnten den Erstkontakt und Integrationsbemühungen erleichtern.

Drei von zehn FAZ bieten Veranstaltungen für Väter und deren Kinder an. Diese Angebote wurden als unterschiedlich erfolgreich bewertet. In zwei Familienzentren waren die entsprechenden Angebote gut besucht, in einem Familienzentrum bestand sehr geringe Nachfrage.

**Abbildung 3: Angebote der Familienzentren (y-Achse = Anzahl FAZ)**

(n=10)

### 3.2.3. Angebote von Dritten in den Räumlichkeiten der Familienzentren

Spezielle Angebote wie Kinder Coiffeur oder Babymassage werden in der Regel von Dritten angeboten und gehören damit nicht zum eigentlichen Angebotsportfolio der Familienzentren. Die Möglichkeit, solche Angebote zu etablieren, ist stark abhängig vom Interesse Dritter, vorhandenen personellen und räumlichen Ressourcen sowie regionalen Gegebenheiten.

Neun von zehn FAZ vermieten ihre Räumlichkeiten auf Anfrage für Familienveranstaltungen (Kindergeburtstage, Feiern), aber auch an Kursanbieter, die Räumlichkeiten für ihre Veranstaltungen suchen. Die Vermietung der Räumlichkeiten an Privatpersonen stellt nicht nur eine Einnahmequelle vieler Familienzentren dar, sondern hat auch das Potential, den Bekanntheitsgrad der FAZ zu fördern. Eine organisierte Werbung für dieses Angebot besteht allerdings in den wenigsten Fällen. Hier existiert Ausbaupotential sowohl von Seiten der FAZ (diese Angebote verstärkt publik zu machen) als auch von Seiten Dritter (dieses Angebot stärker wahrzunehmen).

### 3.2.4 Integrationsangebote

In den Interviews erwähnen vier FAZ-Leiterinnen, dass sie über konkrete Angebote für Personen mit Migrationshintergrund verfügen. Diese haben sich laut Angaben der Interviewten grundsätzlich bewährt. Dabei handelt es sich zum einen um Offene Treffs, die speziell für Familien mit Migrationshintergrund konzipiert sind. Gerade für Menschen aus anderen Kulturkreisen bilden informelle Treffen mit Schweizer Eltern eine entspannte und niederschwellige Möglichkeit, mit Schweizerinnen und Schweizern in Kontakt zu treten und Berührungängste abzubauen. Zum anderen erwähnen zwei FAZ explizit ihr Angebot, Familien mit Migrationshintergrund bei der Bearbeitung von Formularen und der Vermittlung mit Fachstellen zu unterstützen.

## 3.3. Personal

### 3.3.1 Teamstruktur

Die Teamstruktur in den Familienzentren ist sehr unterschiedlich. Während der Vorstand relativ konstant aus sechs bis acht Mitgliedern besteht (mit Ausnahme eines Familienzentrums, in welchem der Vorstand grösser ist), variiert die Zahl der Mitarbeitenden stark. In sieben von zehn FAZ sind neben den Vorstandsmitgliedern zwei bis drei Personen für die Raumpflege, die tägliche Or-

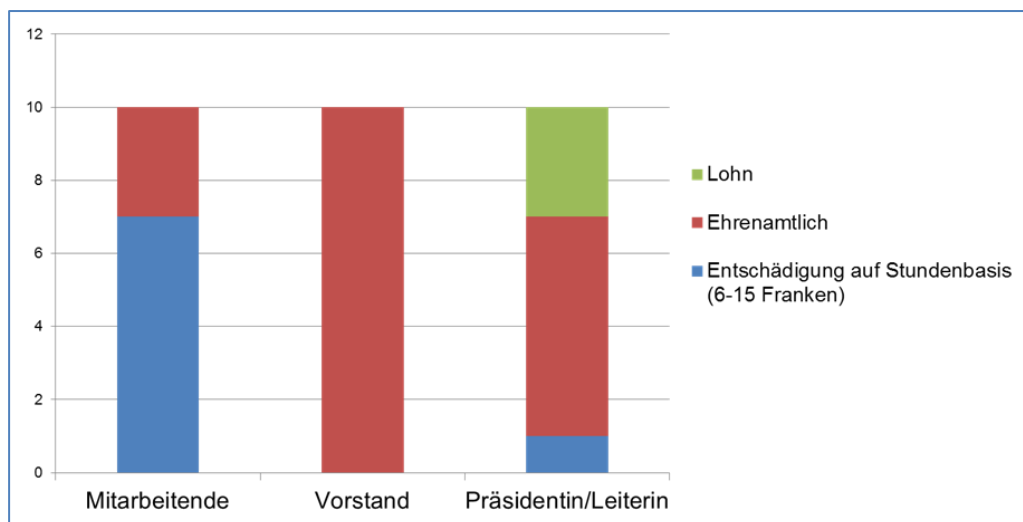
ganisation und die Betreuung einzelner Kernangebote zuständig. Daneben arbeiten die FAZ mit wechselnden Angebotsleiterinnen und –leitern zusammen. Die Vorstandsmitglieder sind in der Regel für einzelne, konkrete Bereiche zuständig. Diese Zuständigkeiten betreffen einerseits organisatorische Aufgaben, andererseits konkrete Angebote. In der Regel werden die Familienzentren von Freiwilligen geleitet, die unterschiedliche Kompetenzen mitbringen. Dies führt zu starken Unterschieden in den vorhandenen Ressourcen an Arbeitszeit und spezifischen Fachkompetenzen, auf welche die FAZ zurückgreifen können.

### 3.3.2 Anstellungsverhältnisse der Mitarbeitenden

Die Interviews mit den FAZ-Leiterinnen zeigen deutlich auf, dass ein Grossteil der Leistungen, die von den Mitarbeitenden erbracht werden, ehrenamtlich sind. Das betrifft vor allem die Vorstandsmitglieder, welche in allen Familienzentren vollständig unentgeltlich tätig sind.

In drei Familienzentren sind Präsidentin bzw. Leiterin des FAZ mit Lohn angestellt, während Mitarbeitende ausserhalb des Vorstands in sieben von zehn Fällen auf Stundenbasis bezahlt werden. Feste Anstellungsverträge sind die Ausnahme. Das grenzt die Möglichkeiten stark ein, zusätzlichen Aufwand für Organisation, Aufbau neuer Angebote und Umstrukturierungen freizustellen. Gleichzeitig verlangt es ein hohes Mass an Kreativität, etwa den Einbezug von Eltern und Besuchern zum Öffnen und Leiten der Offenen Treffs und anderer Angebote. Zeitweise werden die Räumlichkeiten ohne Anwesenheit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der FAZ zur Verfügung gestellt.

**Abbildung 4: Anstellungsverhältnisse der Mitarbeitenden in den FAZ**



(n=10)

### 3.4. Vernetzung und Werbung

Die häufigsten Kontakte bestehen zu Mütter- Väterberatungsstellen, Kinderbetreuungs-einrichtungen vor Ort und sozialen Beratungsstellen auf Gemeindeebene. Der Kontakt zu regionalen Elternbildungsinstitutionen wurde auf die Frage zu bestehenden Vernetzungen nicht explizit genannt. Aus den Angaben zur Nutzung der Räumlichkeiten der FAZ durch Dritte lässt sich aber eine enge Zusammenarbeit erkennen.

Darüber hinaus werden oft Angebote wie Babymassage oder Kinder Coiffeur je nach den bestehenden Möglichkeiten vor Ort (=Vorhandensein entsprechender Anbieterinnen und Räumlichkeiten) generiert.

Die Vernetzung mit der Gemeinde nimmt einen zentralen Stellenwert für die Arbeit der Familienzentren ein. Sowohl für die Verbreitung von Informationen zum Angebot als auch für die räumliche und finanzielle Unterstützung werden die Gemeinden als wichtigster Ansprechpartner genannt, ohne deren Unterstützung die Arbeit der FAZ kaum möglich wäre. Dabei geben die interviewten

FAZ an, sehr unterschiedliche Erfahrungen gemacht zu haben. Vier interviewte Personen betonen, dass die Unterstützung und Akzeptanz durch die Gemeinden stark von zwei Faktoren abhängt:

1. Eine konkrete Ansprechperson, welche sich für die Belange des FAZ im Gemeinderat bzw. im Einwohnerrat einsetzt. In mehreren Interviews wird betont, dass solche Kontakte Erfolg oder Misserfolg in der Zusammenarbeit mit den Gemeinden ausmachen.
2. Ein schriftliches Konzept, in welchem die Arbeit, die Angebote und der Aufbau des FAZ übersichtlich und umfassend festgehalten ist. Mit einem solchen Konzept wird die Chance, Anträge auf regelmässige Unterstützung durch die Gemeinden erfolgreich durchzubringen, stark gesteigert.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der genannt wurde, ist die Konkurrenzierung von Angeboten der FAZ mit denen anderer Akteure. Einzelne Angebote von Familienzentren, die im Interview nicht genauer benannt wurden, scheiterten daran, dass es zu zeitlichen Überschneidungen mit Parallelangeboten kam, oder diese von Dritten günstiger angeboten wurden.

#### Abbildung 5: Vernetzungsstrukturen der Familienzentren

##### FAZ sind häufig vernetzt mit...

- **Gemeinden**
- **Mütter-Väterberatung**
- **Kinderbetreuungseinrichtungen (Kindertagesstätten, Spielgruppen, Krabbelgruppen etc.)**
- **Privatpersonen (z.B. Psychologinnen, Kinderärzte etc.)**
- **Anderen Vereinen**

##### FAZ sind selten vernetzt mit...

- **ALD (Ausländerdienst, Frühe Sprachförderung)**
- **Jugend- und Familienberatung**
- **Rotes Kreuz**
- **Bibliotheken**
- **Akteuren aus Nachbargemeinden**
- **Kirchgemeinden**
- **Kindergärten**

In den Interviews nicht genannt wurden Institutionen wie Familienberatungsstellen, Hebammen; Schwangerschaftsturnen / Geburtsvorbereitung; Geburtshaus, Stillberatung, Vermittlung von Tagesbetreuung (Tageselternverein), MuVaKiTurnen; Sozialhilfebehörden; KESB (ev. für begleitete Besuchstage), Kinderärztinnen und Kinderärzte. Dies schliesst allerdings nicht aus, dass mit diesen in einzelnen Fällen Kooperationen oder Kontakt bestehen.

*Kommentar: Mit welchen Akteuren und Anbietenden von Angeboten für Familien die FAZ vernetzt sind, ist stark abhängig von den Gegebenheiten vor Ort. Eine einheitliche Kooperationsstruktur, die sich über alle Familienzentren hinweg zieht, ist nicht erkennbar. Auch hier gilt, wie in den meisten Bereichen der täglichen Arbeit der FAZ, dass von den Verantwortlichen ein hohes Mass an Kreativität und Verhandlungsgeschick gefordert wird. Die Vernetzung beschränkt sich in vielen Fällen auf regionale Akteure und zieht sich selten über die Gemeindegrenzen oder einen Gemeindeverbund hinaus.*

*Auffällig war im Zuge der Interviews, dass gerade grössere Institutionen, wie das Rote Kreuz, Jugend- und Familienberatungsstellen und Kirchgemeinden, nur selten von den FAZ kontaktiert wur-*



*den, um die Möglichkeit von Kooperationen auszuhandeln. Auch die Vernetzung mit Regelstrukturen (Kindertagesstätten, Kindergarten und Primarschulen) findet nur selten statt. Gerade für die Organisation von Mittagstischen und anderen schulergänzenden oder Betreuungsangeboten bietet sich hier Entwicklungspotential.*

*Für die Generierung neuer, aber auch für die Standortbestimmung bereits bestehender Angebote ist es deshalb empfehlenswert, den Überblick über die Angebotsstruktur in einer Gemeinde oder Region zu behalten.*

### **3.4.1. Vernetzung mit anderen Familienzentren**

Die Vernetzung von Familienzentren untereinander findet in Einzelfällen statt. Insbesondere bei konkreten Anliegen geben mehrere interviewte FAZ-Leiterinnen an, sich bei Kolleginnen und Kollegen Inspiration und Best-Practice-Erfahrungen abzuholen. Für die alltägliche Arbeit jedoch werden kaum Kooperationen gepflegt. Der Fokus der eigenen Arbeit – dieses Bild zeigt sich immer wieder in den Interviews – liegt innerhalb der Gemeinde- oder Einzugs Grenzen.

*Kommentar: Die geringe Vernetzung der FAZ untereinander hat zur Folge, dass vieles, was die Familienzentren an Herausforderungen zu bewältigen haben, „doppelt erfunden“ werden muss. Der gegenseitige Austausch von fachlichem und beruflichem Knowhow bietet sich hier an. Da jede FAZ-Leitung über andere Fachkompetenzen oder Erfahrungen etwa im IT-Bereich, in der Buchhaltung, der Erstellung von Konzepten und Anträgen an Gemeinden, in der professionellen Organisation von Veranstaltungen und der Akquisition von Ressourcen hat, könnten die Familienzentren von einem stärkeren Austausch untereinander stark profitieren.*

### **3.4.2. Werbung**

Eine grosse Herausforderung für die FAZ ist die flächendeckende Verbreitung von Informationen über eigene Angebote. Die häufigsten Massnahmen, um das eigene Angebot bekannt zu machen, sind Flyer, eine eigene Homepage und Informationen auf der Homepage der Gemeinden. Die Kontaktaufnahme über Mund-zu-Mund-Propaganda und direkten Kontakt mit Familien und Eltern in der eigenen Gemeinde wird ebenfalls praktiziert. Diese Vorgehensweise wird von den interviewten Personen als sehr Zeit- und Arbeitsaufwendig, aber auch als sehr effektiv beschrieben.

Soziale Medien wie Facebook werden teilweise genutzt, hier besteht jedoch nach eigenen Aussagen Entwicklungspotential, zumal gerade jüngere Eltern vermehrt auf sozialen Medien aktiv sind. Um soziale Medien zu nutzen, wird entsprechendes Wissen benötigt, was die FAZ wiederum vor eine Herausforderung stellt, da dieses nicht überall vorhanden ist.

Auffällig ist, dass nur von einzelnen interviewten Personen berichtet wird, dass Informationsmaterial bei zentralen Institutionen und Anlaufstellen wie der Mütter- Väterberatung, sozialen Einrichtungen, Kinderärztinnen und -ärzten, Therapieeinrichtungen, Betreuungseinrichtungen, an Primarschulen und Kindertagesstätten aufgelegt oder verteilt wird.

Immer wieder wurde in den Interviews darauf hingewiesen, dass Werbestrategien für Familienzentren einen zentralen Teil des Erfolgs ausmachen und diese sich nicht auf ein einzelnes Werbemedium beschränken sollten. Nur mit einer breiten Fächerung unterschiedlicher Massnahmen zur Verbreitung der Informationen können die Zielgruppen sicher erreicht werden.

Abbildung 6: Erwähnte Werbemittel der FAZ (häufig, mittel, selten)

| Kanal                                      | Anzahl FAZ |
|--|------------|
| Flyer                                      | 8          |
| Homepage                                   | 7          |
| Gemeindehomepage                           | 7          |
| Gemeindeblatt                              | 5          |
| Vereinsblatt/Newsletter                    | 4          |
| Soziale Medien                             | 4          |
| Mund-zu-Mund-Propaganda                    | 4          |
| Eigenes Programm                           | 3          |
| Aktive Kontaktaufnahme mit Eltern          | 2          |
| Werbegeschenke                             | 2          |
| Veranstaltungen (Tag der offenen Tür etc.) | 2          |
| Mütter- Väterberatung                      | 2          |

### 3.5. Finanzen

#### 3.5.1. Einnahmequellen der Familienzentren

Als Einnahmequellen der FAZ werden am häufigsten die Offenen Treffs genannt (Kosten für Verpflegung), gefolgt von Mitgliederbeiträgen und Erträgen durch die Vermietung der Räumlichkeiten sowie die Unterstützung durch die Gemeinden mit kostenlosen oder günstigen Räumlichkeiten. Dies sagt freilich wenig über die Höhe der jeweiligen Einnahmen aus den unterschiedlichen Quellen aus.

Aus den Interviews lassen sich zwei Formen der Finanzierung ableiten:

- 1. Finanzierung über Gemeindesubvention und Mietzinsreduktion:** Drei Familienzentren geben an, von den Gemeinden jährliche Beiträge von mehreren Tausend Franken zu erhalten, um Mieten, Instandhaltung und laufenden Betrieb begleichen zu können. Fünf Familienzentren erhalten die genutzten Räumlichkeiten zu einem verbilligten Mietzins. Für grössere Subventionen von über 10'000 CHF pro Jahr durch die Gemeinden verlangen diese in der Regel ein professionell gestaltetes Konzept, welches die Familienzentren vorweisen müssen. Die Gemeinden schliessen dann eine schriftliche Leistungsvereinbarung zwischen Gemeinde und FAZ ab. In den vorliegenden Fällen enthält die Leistungsvereinbarung die Verpflichtung der FAZ, regelmässige Angebote zur Kinderbetreuung bereitzustellen, wofür sie einen festen Betrag pro Jahr erhalten, der ihre Unkosten teilweise abdeckt. In den Interviews wurde deutlich darauf hingewiesen, dass die FAZ stark auf diese Subventionen angewiesen sind, um überhaupt funktionieren zu können. In insgesamt fünf Familienzentren besteht die Unterstützung ausserdem darin, dass passende Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt werden. Diese Unterstützungen werden insofern als sehr wertvoll erachtet, als dass dadurch personelle Ressourcen für die eigentliche Arbeit frei werden, die sonst mit der Suche nach alternativen Einnahmequellen gebunden wären.

Ein Antrag auf Unterstützung durch die Gemeinden hat laut interviewten Leiterinnen dann am meisten Erfolg, wenn

- ein professionelles FAZ-Leitbild oder ein Konzept in Anlehnung an die Richtlinien des schweizerischen Spielgruppenverbandes vorliegt,
- eine Kontaktperson im Gemeinderat für die Interessen des Familienzentrums gewonnen werden kann und sich aktiv dafür einsetzt und
- eine professionelle Buchhaltung geführt werden kann.

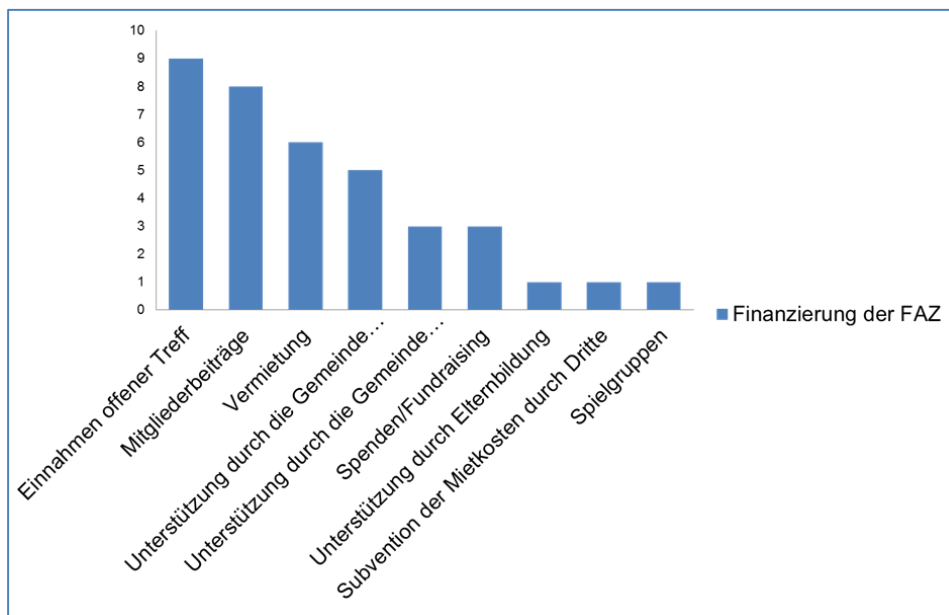
**2. Finanzierung durch Mitgliederbeiträge und Spenden Dritter** (Vereine, Stiftungen, Firmen): FAZ, welche keine finanzielle Unterstützung durch Gemeinden erhalten, sind auf Spenden und Unterstützung durch Dritte angewiesen. Diese spenden in der Regel projektbezogene Beträge, was dazu führt, dass die Suche nach finanziellen Mitteln einen beständigen Teil der Arbeit der entsprechenden FAZ ausmacht.

Mitgliederbeiträge und Erträge aus der Vermietung der Räumlichkeiten bilden eine finanzielle Basis, durch welche die nötigsten Kosten gedeckt werden. Für jährliche Mitgliederbeiträge hat sich ein Betrag von 30 bis 50 CHF bewährt.

Die Möglichkeit, Fundraising zu betreiben, wird von relativ wenigen FAZ genutzt.

Die Möglichkeit, über den Swisslos-Fonds einmalige finanzielle Unterstützung für bestimmte Projekte oder die Anschaffung der Erstausrüstung zu erhalten, wurde von einem FAZ genutzt.

**Abbildung 7: Einnahmequellen der FAZ [Anzahl der Nennungen]<sup>1</sup>**



(n=10)

*Kommentar: Die Anträge für finanzielle Unterstützung bedingen ein hohes Mass an „administrativer“ Professionalität, die nicht überall vorhanden ist. Durch Vernetzung und Kompetenzaustausch könnte dieses Wissen innerhalb der FAZ breiter verfügbar gemacht werden. Auch in Bezug auf ein Fundraising besteht Ausbaupotential, etwa durch entsprechende Schulung der FAZ-Leitungen.*

<sup>1</sup> Die Kategorie „Unterstützung durch die Gemeinde...“ bezeichnet 1. Reduzierten Mietzins (5 Nennungen) und 2. Finanzielle Subvention (3 Nennungen)

#### 4. Fazit und Handlungsempfehlungen

Als niederschwelliges Angebot, welches zu einem grossen Teil auf ehrenamtlichem Engagement beruht, leisten die Familienzentren einen wichtigen Beitrag als Anlaufstellen für Familien in unterschiedlichen Lebenssituationen. Mit ihren begrenzten finanziellen und zeitlichen Mitteln stehen sie gleichermassen vor grossen Herausforderungen, die mit viel Kreativität und Freiwilligenarbeit gelöst werden.

Es wurde Eingang festgehalten, dass der vorliegende Bericht einen Beitrag zur Verbesserung der Situation der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft leisten soll. Basierend auf der Ausgangsthese, dass die FAZ über ungenutztes Entwicklungspotential verfügen, wurde aus den Analysen eine Reihe von Empfehlungen erarbeitet und im Folgenden festgehalten.

Grundsätzlich sehen die Autorinnen und Autoren des Berichts drei Zielgruppen für die Unterstützung und Verbesserung der Situation der Familienzentren:

1. **Die Gemeinden:** Den Gemeinden fällt eine wichtige Aufgabe zu, wenn es um die Unterstützung der Familienzentren geht. Die Wirkung der FAZ entfaltet sich besonders auf eng begrenzter regionaler Ebene. Es sind insbesondere die Einwohnerinnen und Einwohner der Gemeinde, in welcher die FAZ angesiedelt sind, und der nahe gelegenen Nachbargemeinden, die von den Angeboten profitieren. Daher liegt es auch in der Verantwortung der jeweiligen Gemeinden bzw. Gemeindeverbände, die Familienzentren zu fördern. Der grösste Bedarf liegt einerseits in einer regelmässigen, finanziellen Unterstützung, welche den Familienzentren die Möglichkeit gibt, sich auf ihre Kernaufgaben zu konzentrieren, ohne wertvolle und umfangreiche Ressourcen für die zusätzliche Akquisition von Geldern aufzubringen. Wichtig für die FAZ sind andererseits auch geeignete Räumlichkeiten (siehe Kapitel 3.1) zu einem annehmbaren Mietzins. Die Unterstützung durch breit gestreute Werbung und Informationsmaterialien bildet das dritte Feld, auf dem die Gemeinden tätig werden können. Wie bereits erwähnt, profitieren oft auch Familien aus Nachbargemeinden von den Angeboten der FAZ. Es ist daher wünschenswert, wenn diese sich finanziell und bei der Kommunikation beteiligen würden.
2. **Der Kanton:** Im Sinne des Subsidiaritätsprinzips ist dem Kanton grösste Zurückhaltung bezüglich kommunaler Aufgaben auferlegt. Der Kanton soll erst tätig werden, wenn es sich um Aufgaben handelt, welche die Gemeinden nicht selbst bewältigen können. Die Massnahmen des Kantons sollen daher so ausgestaltet sein, dass die übrigen Akteure ihre Rolle besser wahrnehmen können. Es könnte sich dabei um die Installation des Austauschs der FAZ untereinander handeln. Auch kostengünstige oder kostenlose Weiterbildungsveranstaltungen zu alltagsrelevanten Themen (Buchhaltung, Erarbeitung von FAZ-Konzepten, Lobbyarbeit, Organisationsmanagement etc.) könnten von kantonalen Stellen organisiert werden. Zudem wäre es wünschenswert, wenn die FAZ von kantonalen Fachstellen für soziale Themen standardmässig mit neuen Informationen beliefert würden. Soweit der Kanton Informationen aufbereitet, sind die FAZ darin aufzuführen und mit den Informationen zu bedienen (Sozialamt, Amt für Kind-, Jugend und Behindertenangebote, Familien, Integration).
3. **Die Familienzentren:** Empfehlungen für die Familienzentren selbst auszusprechen ist nicht einfach, weil die Ressourcen für die Übernahme zusätzlicher Aufgaben begrenzt sind und ein Grossteil der Arbeit schon jetzt ehrenamtlich geleistet wird (siehe Kapitel 3.3.2). Dennoch könnte in verschiedenen Fällen ein Initialaufwand eine langfristige Verbesserung der Situation herbeiführen. Gerade für die Akquisition von Unterstützungsgeldern ist zu empfehlen, schriftliche und professionell angefertigte Arbeitskonzepte und Leitbilder für die FAZ zu erarbeiten. Durch eine stärkere Vernetzung, einen regelmässigen Austausch und Wissenstransfer untereinander, kann das bereits vorhandene Wissen zur Erstellung solcher Konzepte weitergegeben werden.

Im Zuge der Auswertung der Interviews mit den FAZ zeigte sich, dass die Ausgangsthese, wonach Familienzentren aufgrund ihrer organisch gewachsenen Angebotsstruktur bereits von der Unterstützung mit relativ geringen finanziellen Mitteln stark profitieren würden, zutreffend ist. Das Potential für eine noch professionellere Arbeit ist vielerorts bereits vorhanden und kann durch stärkere Vernetzung und Wissensaustausch untereinander gefördert werden. Auf der Basis dieser Ergebnisse resultieren folgende Empfehlungen für die konkrete Unterstützung der Familienzentren im Kanton Basel-Landschaft:

### **Empfehlung 1: Vernetzung mit anderen Akteuren**

#### *Vernetzung mit überregionalen Akteuren*

Wie in Kapitel 3.4 dargelegt wurde, bestehen zu lokalen Angeboten oft schon Kontakte, die sich aber selten über die Gemeindegrenzen hinaus erstrecken. Es ist daher empfehlenswert, die Vernetzung zwischen Familienzentren und Beratungsstellen, Dienstleistern und Angeboten überregionaler Art zu fördern. Je nach Zielgruppe bietet sich dafür Kontakt mit dem Ausländerdienst Baselland für Menschen mit Migrationshintergrund an, oder Vernetzungen mit der Jugend- und Familienberatung, dem Roten Kreuz, Bibliotheken, Akteuren aus Nachbargemeinden, Kinderärzten, der KESB, Kirchgemeinden, Betreuungseinrichtungen oder Einrichtungen rund um das Thema der Schwangerschaft und Frühen Kindheit. Konkret könnte dies über die Organisation von regionalen Vernetzungstreffen geschehen (z.B. Runder Tisch zwischen FAZ und Beratungsstellen vor Ort) oder über die Einladung von Fachpersonen aus der Beratung zu bestimmten Offenen Treffs (etwa 1-2mal jährlich). Derartige Vernetzungstreffen könnten von den Gemeinden ausgehen und die Familienzentren einbeziehen oder von den Familienzentren selbst initiiert werden.

#### *AG Familie und Kind*

Die AG Familie und Kind der Volkswirtschafts- und Gesundheitsdirektion stellt eine weitere Möglichkeit umfassender Vernetzung dar:

„Die Arbeitsgruppe Familie und Kind ist ein Projekt der Gesundheitsförderung Baselland. In der Arbeitsgruppe treffen sich regelmässig Vertreterinnen und Vertreter unterschiedlicher Fachstellen, darunter der Fachbereich Familien, die auf dem Gebiet Familie und Kind tätig sind. Die Arbeitsgruppe hat die Vernetzung der verschiedenen Fachpersonen im Kanton Basel-Landschaft sowie die Erarbeitung von Konzepten der Zusammenarbeit zum Ziel. Darüber hinaus veranstaltet sie alle zwei Jahre eine Weiterbildung für die auf dem Gebiet Familie und Kind arbeitenden Fachpersonen.“<sup>2</sup>

Die Entsendung einer Vertreterin oder eines Vertreters für die Belange der Familienzentren stellt eine Möglichkeit der weitreichenden Vernetzung dar. Es müsste allerdings auch sichergestellt werden, dass die Vertreterin oder der Vertreter dann auch den anderen FAZ aus der Arbeitsgruppe Familie und Kind berichtet.

### **Empfehlung 2: Vernetzung Untereinander**

Die Vernetzung der Familienzentren ist oft regional sehr auf die eigene Gemeinde fokussiert. Aufgrund geringer finanzieller und zeitlicher Ressourcen kann eine überregionale Vernetzung kaum von den FAZ selbst organisiert werden. Gleichzeitig verfügen die Familienzentren über Fachpersonen mit unterschiedlichen Hintergründen (IT, Lobby-Arbeit, Projektmanagement etc.). Die Familienzentren würden von regelmässigen Austauschtreffen mit konkreten Inhalten zu Administration, Werbung, Management und anderen alltagsrelevanten Themen sehr profitieren. Auch wünschen sich die Familienzentren eine stärkere Vernetzung mit der regionalen Elternbildung. Regelmässige Vernetzungstreffen zu organisieren kann kommunal, regional oder kantonal erfolgen. Fachpersonen können entweder aus den eigenen Reihen der FAZ stammen oder von aussen eingeladen

<sup>2</sup> <https://www.baselland.ch/politik-und-behorden/direktionen/volkswirtschafts-und-gesundheitsdirektion/amt-fur-gesundheit/gesundheitsforderung/fruehe-kindheit/arbeitsgruppe-familie-und-kind>



werden. Zur Finanzierung eines Fachvortrags gibt es die Möglichkeit von Unterstützung durch die Fachstelle Erwachsenenbildung (FEBL<sup>3</sup>).

### **Empfehlung 3: Breite des Angebots**

Damit möglichst vielen Familien von den FAZ profitieren, braucht es unterschiedliche Angebote, um verschiedene Bedürfnisse zu bedienen.

#### *a) Betreuungsangebote und Mittagstische*

Hierbei übernehmen die FAZ einen Teil des familienergänzenden Betreuungsangebots in einer Gemeinde. In der Regel im Rahmen einer Leistungsvereinbarung.

#### *b) Angebote für Spielgruppen*

Viele Spielgruppenleiterinnen nutzen private oder angemietete Räumlichkeiten für die Spielgruppen. Je nach Ausstattung und Lage der Räumlichkeiten bietet sich die Vernetzung zwischen Spielgruppen (oder anderen Anbietenden von Betreuungs- und Freizeitangeboten für Familien und Kinder) und Familienzentren an. Die Familienzentren könnten vermehrt auf Spielgruppen in ihrer Umgebung zugehen und ihre Räumlichkeiten zur Miete anbieten. Da viele Spielgruppen die Räumlichkeiten nur zu bestimmten Zeiten in der Woche benötigen, können diese Zeiten mit bestehenden Angeboten der Familienzentren koordiniert werden.

#### *c) Angebote für Väter*

Die meisten FAZ sind (fast) ausschliesslich von Frauen geführt und besucht. Um dem Anspruch, ein offener Treffpunkt für unterschiedlichste Personen zu sein, gerecht zu werden, müsste auch eine höhere Beteiligung der Väter gefördert werden. Um den Anteil der involvierten Väter in den FAZ zu steigern, sollten Angebote gefunden werden, die Väter besonders ansprechen. Die Praxis hat gezeigt, dass Männer am besten über konkrete Aktivitäten (bspw. Vater-Kind Wanderung, Vater-Kind Basteln....) erreicht werden können und dass Werbung über ihre Partnerinnen gut funktioniert. Zudem sollten aufgrund der Beanspruchung durch Berufsarbeit entsprechende Angebote am Wochenende stattfinden. Mehr männliche Besucher erhöht auch die Chance, Väter für die Mitarbeit im FAZ und die Lobbyarbeit auf Gemeindeebene gewinnen zu können.

#### *d) Angebote für Migrantinnen und Migranten*

Da die FAZ niederschwellige sehr gute Anlaufstellen für die Knüpfung sozialer Kontakte in relativ informellem Rahmen darstellen, können insbesondere Menschen mit Migrationshintergrund von diesem Angebot profitieren. Um den Bedürfnissen dieser Zielgruppe gerecht zu werden, ist spezielles Wissen im Umgang mit anderen Kulturen hilfreich. Es ist wünschenswert, dass den FAZ Ansprechpersonen für konkrete Ethnien bekannt sind, die ggf. vermitteln, übersetzen oder helfen können. Dies eröffnet ein weitgehend ungenutztes Handlungsfeld für die FAZ, das im Rahmen der bisherigen Angebote eher mitgedacht als fokussiert wurde. FAZ-Mitarbeitende würden ausserdem von Weiterbildungen zum Umgang mit fremden Kulturen profitieren. Kostenlose Weiterbildungsangebote oder die Finanzierung von entsprechenden Lehrgängen durch Dritte werden empfohlen, um dieses Problem zu lösen. Für einen effektiven Einsatz der Ressourcen sollte sich ein solches Angebot auf FAZ begrenzen, die explizit Angebote für Menschen mit Migrationshintergrund ausrichten möchten.

#### *e) Generationen-Angebote*

Ältere Menschen am Übergang vom Erwerbsleben in das Rentenalter und darüber hinaus suchen nicht selten nach neuen Aufgaben und sozialen Kontakten und benötigen in einer späteren Phase möglicherweise selbst Unterstützung. Entsprechend dem Leitbild des Kantons Basel-Landschaft

<sup>3</sup> <https://www.baselland.ch/politik-und-behorden/direktionen/bildungs-kultur-und-sportdirektion/bildung/erwachsenenbildung/quartarbereich/weiterbildungsforderung>

„Älter werden gemeinsam gestalten“ sollen Angebote geschaffen werden, in welchen ältere Menschen unter anderem Weiterbildungen und Informationskurse besuchen und zugleich Angebote aktiv mitgestalten und soziale Kontakte zu jüngeren Menschen knüpfen können. Die Familienzentren bieten sich hierfür an. Es können sowohl intergenerationelle Kontakte aufgebaut als auch gegenseitige Unterstützung vereinbart werden. Allenfalls erweitert das FAZ dadurch auch seinen Pool an Freiwilligen mit Personen, welche zeitlich flexibel sind und auf eine reiche berufliche Erfahrung zurückgreifen können.

#### **Empfehlung 4: Kommunikation und Werbung**

Wiederholt wurde in den Interviews darauf hingewiesen, dass die Kommunikation der Familienzentren einen zentralen Teil des Erfolgs ausmacht und diese sich nicht auf ein Mittel der Werbung beschränken sollte. Nur mit einem breiten Fächer unterschiedlicher Massnahmen zur Verbreitung der Informationen können die Zielgruppen erreicht werden. Als Empfehlung lässt sich daraus ableiten: lieber mit vielen verschiedenen Informationswegen arbeiten und Werbemittel breit zu fächern, statt sich auf ein oder zwei Varianten zu fokussieren. Zentrale Elemente sind ansprechende und informative Webseiten, Facebook-Accounts und gut betreute Email-Adressen (=Reaktionszeit von max. 24 Stunden), die Verbreitung von Informationsbroschüren und eine regelmässige Präsenz bei regionalen Ereignissen und Veranstaltungen.

Viele der interviewten FAZ-Mitarbeiterinnen bedauern, dass Informationen zu aktuellen politischen, pädagogischen, gesundheitlichen und sozialen Fragen an ihnen vorbeigehen. Sie müssen sich daher zeitintensiv selbst darüber informieren, welche Angebote, Projekte und Veränderungen stattfinden. Es ist wünschenswert, dass Dienststellen der kantonalen Verwaltung, die für bestimmte Themen zuständig sind, welche für die Familienzentren von Interesse sein könnten (es ist zu diskutieren, welche Stellen das sind), gebeten werden, die Familienzentren regelmässig (etwa 2 mal pro Jahr oder für aktuelle Anlässe und Veranstaltungen) zu informieren. Dies setzt voraus, dass die Familienzentren über übliche Kommunikationskanäle wie Email und Telefon gut erreichbar sind. Für die Familienzentren selbst bieten sich Abonnements einschlägiger Newsletter wie beispielsweise das „Netzwerk Kinderbetreuung“ an.

## 5. Anhänge

### 5.1 Interviewleitfaden

Liebe FAZ-Leiterin

Vielen Dank für Ihre Bereitschaft ein Interview mit uns zu führen. Um sich vorbereiten zu können, haben wir Ihnen die Fragen zusammengestellt. Wir freuen uns, Ihre Antworten in unserem gemeinsamen Gespräch zu erfahren.

Herzliche Grüsse

| Thema   | Fragen (Fragennummer)   |
|---|---|
| <b>Persönliche Fragen</b>                             | (1) Zunächst würde ich gerne etwas über Sie erfahren. Möchten Sie mir einfach kurz erzählen, wer Sie sind und in welchem Verhältnis Sie zum FAZ stehen,...? |
| <b>FAZ allgemein</b>                                  | (2) Bezüglich der Teamzusammensetzung: Wen treffen Eltern hier im FAZ an?   |
|   | (3) Bitte vervollständigen Sie den Satz für jeden Mitarbeiter:<br>Frau/Herr xxx ist Weltmeister in ...  |
|   | (4) Wie ist die Zusammenarbeit im FAZ organisiert?  |
|   | (5) Welche Räumlichkeiten stehen Ihnen zur Verfügung und wie nutzen Sie diese?  |
| <b>Angebote, Alltag und thematische Kooperationen</b> | (6) Welche Angebote können Familien bei Ihnen nutzen?   |
|   | (7) Welches ist Ihr liebstes Angebot im FAZ?  |
|   | (8) Welche Angebote haben sich besonders bewährt?   |
|   | (9) Welches ist das neuste Angebot im FAZ?  |
|   | (10) Wie ist es entstanden?   |
|   | (11) Wie wurde die Idee realisiert?   |
|   | (12) Wie entstehen Angebote bei Ihnen üblicherweise?  |
|   | (13) Welche Antwort würden Sie einem Politiker geben, der Sie fragt ob die Arbeit in Ihrem FAZ überhaupt einen Sinn hat?/etwas bringt?                      |
| <b>Nutzen und Zielgruppe</b>                          | (14) Wie werben Sie für das FAZ?  |
|   | (15) Wie schätzen Sie dabei Ihren Erfolg ein?   |
|   | (16) Was könnte den Erfolg bei der allgemeinen Werbung für das FAZ verbessern?  |
|   | (17) Wie sprechen Sie die Zielgruppen der jeweiligen Angebote an?   |

---

|                                   |   |
|-----------------------------------|---|
|                                   | (18) Wie schätzen Sie dabei Ihren Erfolg ein? (Gelingt es Ihnen die gewünschte Zielgruppe zu erreichen?)  |
|                                   | (19) Welche Herausforderungen sehen Sie diesbezüglich?  |
|                                   | (20) Was könnte den Erfolg bei der Zielgruppenerreichung verbessern?  |
| <b>Geschichte des FAZ</b>         | (21) Bei besonderem Namen: Wie kam es zum Namen des FAZ?  |
|                                   | (22) Wenn Interviewpartnerin nicht Gründungsmitglied: Können Sie etwas zur Geschichte des FAZ erzählen?   |
|                                   | (23) Seit wann gibt es das FAZ und wie ist es entstanden?   |
|                                   | (24) Gab es dabei Stolpersteine im Umgang mit <ul style="list-style-type: none"><li>• der Gemeindeverwaltung</li><li>• der Akzeptanz</li><li>• der Vernetzung</li><li>• der Kosten und Ressourcen</li></ul> und wie konnten Sie diese überwinden?     |
|                                   | (25) Welches Vorgehen/Erlebnis während der Gründungs- und Aufbauphase ist Ihnen als am effizientesten in Erinnerung geblieben?  |
|                                   | (26) Haben Sie einen Geheimitipp für Personen die ein neues FAZ gründen möchten?  |
|                                   | (27) Um welche Personen, Papiere,... kommt man bei einer FAZ Gründung nicht herum?  |
| <b>Fachliches Konzept</b>         | (28) Wie würden Sie Ihre Arbeitsweise im FAZ beschreiben?   |
| <b>Management und Kooperation</b> | (29) Wenn Sie sich das FAZ als grosses Puzzle vorstellen, welches ein Haus und dessen Umgebung darstellt, welche Puzzleteile würden dazu gehören?/Bildlich gedacht: Wie sieht die Umgebung des FAZ auf einem Bild aus? Wer und was ist dort zu sehen? |
|                                   | (30) Immer eine wichtige Frage: Wie wird/ist Ihr FAZ finanziert?  |
|                                   | (31) Nutzen Sie Fundraising?  |
|                                   | (32) Was bildet in finanzieller Sicht das Fundament des FAZ?  |
|                                   | (33) Ohne welche politische Unterstützung wäre das FAZ undenkbar?   |
|                                   | (34) Welche Unterstützung von Dritten ist für das FAZ unabdingbar?  |
|                                   | (35) Welche Ressourcen sehen Sie in Ihrem FAZ?  |
| <b>Zukunftsperspektive</b>        | (36) Wie stellen Sie sich das FAZ in 5 Jahren vor?  |
|                                   | (37) Mit wem würden Sie sich eine Kooperation wünschen?   |
|                                   | (38) An welcher Stelle sehen Sie Notwendigkeit zur Entwicklung des FAZ?   |
|                                   | (39) Wie sähe eine optimale Unterstützung des FAZ aus?  |
|                                   | (40) Welche Möglichkeiten sehen Sie im Gegenzug bei Ihnen?/ Was könnten Sie im Gegenzug umsetzen? Welche Ressourcen könnten Sie mobilisieren?   |
|                                   | (41) Mit wem könnten Sie sich eine Kooperation in Ihren Räumen vorstellen?  |

---

---

(42) Haben Sie noch weitere Anmerkungen oder Punkte, die noch nicht zur Sprache kamen?

---