

Öffentlichkeitsarbeit gestalten

Stadt Osnabrück,
Niedersachsen

DAS ELTERNTELEFON DER »NUMMER GEGEN KUMMER« IM NETZWERK DER FRÜHEN HILFEN



WIR ÜBER UNS

MEINE POSITION

Kinderschutz-
Koordination

STRUKTURELLE ANBINDUNG

Fachdienst Familie –
Sozialer Dienst

NAME DES NETZWERKES

Netzwerk Frühe
Kindheit und
Entwicklung und
Einbettung in den
Arbeitskreis Kinder-
schutz

AKTIV SEIT

14.05.2008

WICHTIGE KOOPERA- TIONSPARTNERINNEN UND PARTNER

Vertreter der Gesund-
heitshilfe, Jugendhilfe
und Justiz

KONTAKT

Telefon
05 41-32 3-22 95

E-Mail
alte-bornholt@
osnabrueck.de

Homepage
www.osnabrueck.de

BESONDERE KOMMUNALE HERAUSFORDERUNG

Die Stadt Osnabrück hat 2008 das zentrale Netzwerk »Arbeitskreis Kinderschutz« mit Vertreterinnen und Vertretern aus den Bereichen der Jugendhilfe, Gesundheitshilfe und Justiz und dem Bildungsbereich gegründet.

Der Arbeitskreis Kinderschutz arbeitet auf einer strategischen Ebene, die einzelnen Vertreterinnen und Vertreter dieser Runde sind Multiplikatoren für ihre Arbeitsbezüge.

Für die Durchführung des Modellprojektes war eine stärkere Vernetzung der Frühen Hilfen notwendig, um die geplante Öffentlichkeitskampagne zielgerichtet zu starten. Das Anliegen war es, die Frühen Hilfen in der Stadt Osnabrück bekannter zu machen und das bereits gut etablierte Elterntelefon für einen Zugang in die Frühen Hilfen zu nutzen. Dafür brauchte es ein operatives Netzwerk mit den unmittelbaren Akteuren.

DIESE FAKTOREN WAREN BEI DER ERFOLGREICHEN BEWÄLTIGUNG HILFREICH

Hilfreich ist eine gute Vernetzung der Anbieter der Frühen Hilfen, ebenso die direkte Ansprache von Eltern mit Kleinkindern bis 3 Jahren durch die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Netzwerk und die Zustimmung von städtischen Verantwortlichen.

Folgende Werbematerialien wurden genutzt:

- Großplakate an verschiedenen Orten in der Stadt Osnabrück
- Citylights in den Stadtbussen
- Informationsmaterial zum Aufhängen und Auslegen wurde an Schulen, Kitas, Arztpraxen etc. versandt
- Tageszeitung, lokale Radio- und Fernsehsender wurden genutzt
- Informationen über das Elterntelefon und die Frühen Hilfen durch persönliche Vorstellung des Projektes in Arbeitskreisen, Sitzungen und sonstigen dienstlichen Besprechungen

KOMMUNALE LÖSUNGSSTRATEGIE

Die Öffentlichkeitskampagne sollte kostengünstig auf breiter Basis stattfinden. Dazu wurden über die Multiplikatorinnen und Multiplikatoren im Arbeitskreis Kinderschutz Unterstützungsleistungen eingeholt. Ebenso wurden städtische Verantwortliche als Wegbereiter für Werbeorte angesprochen.

Leitende Fragestellungen waren dabei:

- Welche Orte sind geeignet für diese Werbekampagne: An welchen Orten können die Plakate von Schwangeren und Eltern mit Kleinkindern wahrgenommen werden?
- Wie kann ich für Hilfe werben, ohne dabei zu stigmatisieren?
- Wie erreichen wir diejenigen Eltern, von denen wir glauben, dass sie einen Hilfebedarf haben? (Zum Beispiel Eltern aus belastenden Lebenslagen)
- Wie kann Nachhaltigkeit erzeugt werden?

Die begleitende Evaluation (durchgeführt vom Institut für Entwicklungsplanung und Strukturfor-
schung (ies) im Auftrag des NZFH) hat ergeben,

- dass die Informationsmedien die Zielgruppe ansprechen, ohne dabei stigmatisierend zu wirken;
- dass die Plakate, Abreißzettel, Aufsteller und Info-Karten sowie die Plakate in den Bussen, die Großflächenplakate und Citylights durchweg sowohl von der Zielgruppe als auch von Eltern mit Kleinkindern wahrgenommen wurden;
- dass das Angebot Motor sein kann für die Vertiefung bestehender und den Aufbau neuer Kooperationsbeziehungen im kommunalen Netzwerk Frühe Hilfen.

Das »Netzwerk Frühe Kindheit und Entwicklung« wurde auf Wunsch der Anbieter der Frühen Hilfen gegründet.

NOTIZEN

Gefördert vom:



Träger:

