

Hamburger Netzwerk 'MEHR Männer in Kitas' ruft zu „Vielfalt, MANN!“ auf

In Hamburgs Kindertagesstätten strömen zunehmend männliche Erzieher und bereichern die frühkindliche Bildung. Die Hansestadt war von 2011 bis 2013 Standort des erfolgreichen Modellprojekts ‚MEHR Männer in Kitas‘, das vom Bundesfamilienministerium, dem Europäischen Sozialfonds und der EU gefördert wurde. Beim PARITÄTISCHEN Wohlfahrtsverband Hamburg angesiedelt, bewirkte das Hamburger Netzwerk einen Ansturm auf die Erzieherausbildung.

Die EU empfiehlt, den Männeranteil in der frühkindlichen Bildung perspektivisch auf ein Niveau von 20 % zu steigern. Im Juli 2010, als das Bundesfamilienministerium das bundesweite ESF-Modellprogramm ‚MEHR Männer in Kitas‘ initiierte, lag der Männeranteil (ausgebildete Fachkräfte **inkl.** Praktikanten, FSJler etc.) noch bei 3,3 %. In Hamburg waren seit jeher mehr Männer in Kitas präsent. Schon 2010 war die Hansestadt mit einem Anteil von 9,1 % Männern in Kitas an der Spitze der Bundesländer. Nun arbeiten 31 % mehr ausgebildete männliche Fachkräfte (siehe Tabelle) und insgesamt 34 % mehr Männer in Hamburgs frühkindlicher Bildung. Der Anteil der pädagogischen männlichen Fachkräfte inklusive Praktikanten, FSJler und Sonstiger stieg auf 10,17 %.

Ausgebildete Fachkräfte in Hamburg (ohne Praktikanten, FSJler, Sonstige)					
	Männlich		Weiblich		Gesamt
	Anzahl	%	Anzahl	%	Anzahl
2013	1.007	9,05	10.126	90,95	11.133
2012	923	8,84	9.519	91,16	10.442
2011	839	8,56	8.967	91,44	9.806
2010	767	8,19	8.594	91,81	9.361

Quelle: Bundesweite Koordinationsstelle „Männer in Kitas“, Statistik für Hamburg

Aber wie gelang dieser Erfolg in der Kürze der Zeit? Das Hamburger Netzwerk, dessen Koordinierungsstelle beim PARITÄTISCHEN Hamburg angesiedelt ist, war auf zahlreichen Ebenen aktiv. Das Netzwerk umfasste alle Kita-Anbieter und Wohlfahrtsverbände der Hansestadt. Mit 58 Modell-Kitas aus dem Netzwerk wurde besonders intensiv zusammen gearbeitet, ein vielseitiges Spektrum an Kooperationspartnern aus Theorie und Praxis bereicherte das Netzwerk. So konnte ‚MEHR Männer in Kitas‘ für ganz Hamburg aktiv werden.

Von vornherein war klar, dass die Netzwerkarbeit nur erfolgreich sein kann, wenn sie intern und extern auf einer zielgerichteten Kommunikationsstrategie basiert. Im ersten Halbjahr des Projekts in 2011 organisierte das Team der Koordinierungsstelle eigene Fachveranstaltungen für die Bestandsaufnahme des Status quo. Diese wurden kombiniert mit Ergebnissen aus Gruppendiskussionen. Nach Geschlechtern getrennt wurden Kita-Fachkräfte, Auszubildende sowie Schülerinnen und Schüler befragt. Die Ergebnisse sollten Aufschluss über die Attraktivitätsfaktoren für den Erzieherberuf, die Einflussfaktoren auf die Berufsorientierung von Männern und die Gewinnfaktoren für Kita-Fach- und Führungskräfte geben.

Analyse der wesentlichen Hürden

In der Bestandsaufnahme kristallisierten sich die wesentlichen Hürden heraus, weshalb Männer den Beruf nicht ergreifen. Das Spektrum der Berufe, auf das junge Frauen und Männer für ihre Zukunftsplanung zurückgreifen, ist sehr eng. Nach wie vor tendieren Männer zu den gewerblichen Berufen des Handwerks und Frauen zum Dienstleistungssektor oder dem sozialen Bereich. Beide haben die jeweils anderen Bereiche nicht auf ihrem Schirm. Der Beruf ist zudem sehr mit dem weiblichen Geschlecht verbunden, sodass Männer nicht auf die Idee kommen, dass der Bereich auch etwas für sie sein könnte.

Zufällig, aus Bequemlichkeit oder aufgrund mangelnder alternativer Vorbilder orientieren sich viele junge Männer an dem, was Freunde oder Bekannte bereits gewählt haben. Die Berufsentcheidungen sind mehr eine Frage des Geschlechts denn der tatsächlichen Talente oder Vorlieben. Eine der zentralen Hürden ist daher die fehlende Aufmerksamkeit für das Arbeitsfeld Kita. Auch müssen Erzieher in der Öffentlichkeit mehr Sichtbarkeit bekommen, um in der Berufsorientierungsphase Vorbild sein zu können.

Image gehört aufpoliert

Das öffentliche Image des Erzieherberufs stellt eine weitere Hürde dar. Die Aufgaben von Kita-Fachkräften werden eher bagatellisiert, nach dem Motto: Sie spielen doch nur mit den Kindern oder vertreiben ihnen die Zeit, bis die Eltern ihre Schützlinge abholen. Dass Kitas bedeutsame gesellschaftliche Aufgaben verantworten, der Beruf eine Profession ist und die Einrichtungen Bildungsorte sind, hat das breite Bewusstsein der Öffentlichkeit noch nicht durchdrungen.

Auch die stets wiederholte Kritik, dass man in diesem Beruf keine Familie ernähren könne, stellt eine weitere Hürde dar. Dabei hat sich in der Analyse ein differenzierteres Bild ergeben. Die Top-Ausbildungsziele junger Männer sind Kfz-Mechatroniker, Einzelhandelskaufmann und Industriemechaniker. Sie verdienen bei Berufseinstieg zum Teil schlechter oder unwesentlich besser als ein Erzieher (Einstiegsbruttogehalt laut TVöD ca. 2.300 Euro). Das Wissen darum ist aber kaum verbreitet. Daran zeigt sich, dass es nicht die tatsächliche Höhe des Gehalts ist, die junge Menschen von einem Beruf abschreckt.

Attraktivitätsfaktoren des Berufs für die Synthese

In den Gruppendiskussionen wurden ferner die Perspektiven Berufserfahrener und -unerfahrener gegenübergestellt. Daraus konnten die zentralen Attraktivitätsfaktoren für den Erzieherberuf abgeleitet werden. Beide Parteien sind auf der Suche nach Spaß bei der Arbeit und wollen Abwechslung erleben. Erzieher schildern ihren Alltag mit den Worten „Kein Tag ist wie der andere“. Junge, berufsunerfahrene Männer wollen als Pendant dazu nicht nur im Büro sitzen, sondern etwas erleben und Freiräume in der Alltagsgestaltung haben. Häufig sind es auch männliche Erzieher, die ein persönliches Profil in die Kita-Arbeit einbringen. Sie spezialisieren sich anhand von Begabungen auf Aufgabenbereiche und erleben das Gefühl der Selbstverwirklichung. Dabei vereint sie die Begeisterung über die Anerkennung, die sie durch Kinder erhalten: das Lachen und die strahlenden Augen.

Die Erkenntnisse mündeten in der Grundmotivation für den Erzieherberuf: Vielfalt. Das Projektteam bündelte die Synthese in der zentralen Kernbotschaft: „Vielfalt, MANN! Dein Talent für Hamburger Kitas“. Sie beschreibt einerseits die Hauptmotivation, den Beruf zu ergreifen. Gleichzeitig wird damit die Forderung nach mehr Vielfalt in Kitas, also auch nach mehr Männern, verbunden.

Visualisierung der Kernbotschaft

Ausgehend von den Analyseergebnissen wurde die Kernbotschaft in aufsehenerregende Motive übertragen. Dabei fiel schnell die Entscheidung, echte Erzieher in den Mittelpunkt der Motive zu rücken. Gemeinsam mit einem freiberuflichen Grafiker und Texter entwickelte das Projektteam das Corporate Design und dazu passende Bildwelten.

Das Ergebnis sind auffällige Motive in leuchtend grünem und blauem Design. Drei ausgebildete und ein angehende Erzieher zeigen auf T-Shirts – vor grellen Hintergründen – unterschiedliche Begriffe. Mit den Begriffen werden Bilder, individuelle Talente und Aufgaben assoziiert, die auch

im Kita-Alltag eine Rolle spielen. Die Erzieher sind beispielsweise Dolmetscher, Mutmacher oder Coach. Das soll deutlich machen, wie vielfältig und damit anspruchsvoll der Beruf ist. Mit dem auffordernden Slogan: „Sei alles, werde Erzieher!“ warb das Hamburger Netzwerk um männliche Verstärkung in der frühkindlichen Bildung.

Von der internen zur externen Aufmerksamkeit

Als verbindendes, kommunikatives Element wurde mit „Vielfalt, MANN!“ das Thema ganzheitlich bewegt – und zwar zunächst von innen heraus. Auf unterschiedlichen Entscheidungsebenen wurde das Thema reflektiert in die Kita-Welt getragen. Kurz vor Kampagnenstart wurden zudem alle Hamburger Kitas informiert und um Unterstützung gebeten. Parallel dazu haben alle Hamburger Schulen mit Sekundarstufe „Vielfalt, MANN!“-Informationsmaterialien zur Berufsorientierung erhalten.

Mit größtmöglicher Akzeptanz aus dem Kita-Feld wurde dann die Aufmerksamkeit erfolgreich nach außen gelenkt. Mit umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen und durch das auffällige und einheitliche Design wurde ein größtmögliches Maß an Wiedererkennung erreicht.

Öffentlicher Startschuss für „Vielfalt, MANN!“

Die große Außenwerbekampagne startete im Herbst 2011. Vor allem durch Großplakate und Poster an öffentlichen Plätzen und im Nahverkehr waren die „Vielfalt, MANN!“-Motive im Hamburger Stadtbild sehr präsent. Dabei hat sich gezeigt, dass es die richtige Entscheidung war, zunächst einen kürzeren Werbezeitraum zu wählen, dafür in dieser Zeit aber umfangreicher und in unterschiedlichen Medienkanälen zu schalten. Damit richtete sich die geballte Aufmerksamkeit auf ein bis dato völlig unterrepräsentiertes Thema. Dies war für den erfolgreichen Auftakt einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Durch gute Kooperationen konnten oft Sonderkonditionen weit unter Marktpreis oder freie Werbeflächen verhandelt werden. So gelang es, fast über den gesamten Förderzeitraum bis Ende 2013 auf Plakatflächen oder anderen Werbeformen im Stadtbild sichtbar zu sein. Die Werbeträger wurden stetig variiert, sodass die Reichweite sukzessive ausgebaut wurde. 2012 ergänzte ein reichweitenstarker „Vielfalt, MANN!“-Kinospot das Maßnahmen-Repertoire.

Multimedial und vernetzt für den Erzieherberuf

Mit dem Start der Außenwerbung ging auch die multimediale Website www.vielfalt-mann.de, die auf den Plakaten prominent beworben wurde, online. Auf der Seite wurden erstmalig alle Infos rund um den Erzieherberuf zentral zusammengefasst. Denn neben der Aufmerksamkeit hatten die Maßnahmen ein weiteres wichtiges Ziel: Wege zu verkürzen und zu vernetzen.

Interessenten finden auf der Website gezielt und in unterschiedlichen Darstellungsformen Informationen. So erzählen beispielsweise die Erzieher der Kampagne in den inhouse produzierten Videos über ihre Arbeit. Die Videos sind auf YouTube eingestellt und auf der Website eingebettet. Weit mehr als 66.000 Personen haben die Filme mittlerweile aufgerufen.

Darüber hinaus verhilft die Seite schnell zum richtigen Beratungskontakt. Über das Online-Formular können Interessierte auch direkte Beratungsunterstützung von der Koordinierungsstelle bekommen.

Intensive und zuverlässige Pressearbeit vervollständigte die Maßnahmen. Zusammen mit der Außenwerbung erlangte vielfalt-mann.de auf diesem Wege rasch eine hohe Reichweite und ein bedeutendes Google-Ranking. Unter den Suchbegriffen „Kita“ und „Erzieher“ rangiert „Vielfalt, MANN!“ an der Spitze.

Persönlich auf Erziehersuche

Das Projektteam war zudem auf zahlreichen Berufsmessen vertreten. Um die Zielgruppe nach einem flüchtigen Messekontakt längerfristig binden zu können, konzipierte die Koordinierungsstelle vor Ort Aktionen, die online auf der Facebook-Fanpage (facebook.de/Vielfalt.MANN) fortgesetzt wurden. Die Aktionen waren so angelegt, dass die Fans Teil der Kampagne werden konnten.

2012 suchte das Team beispielsweise mit der Foto-Aktion „Puppet up! Sei ein Kindskopf“ das reale Vorbild für 60 „Vielfalt, MANN!“-Puppen, die tatsächlich produziert wurden. 2013 wiederum wurde mit einer weiteren Foto-Aktion – Kinderbuch sucht Charakterkopf – der reale Protagonist für ein gendersensibles „Vielfalt, MANN!“-Kinderbuch gesucht. „Potzbadibautz, MANN! Bruchlandung in Ollis Kita“ wurde noch im gleichen Jahr veröffentlicht. Über den Gewinner konnte man jeweils im Netz auf Facebook abstimmen.

Für die gesamte Analyse, Konzeption und Gestaltung, das bunte Repertoire aller Werbemittel (Give Aways, Flyer, Plakate), das Veranstaltungsmanagement (drei große Fachtagungen, Messen, etc.), für zahlreiche Fachveröffentlichungen (darunter auch das Kinderbuch), für die Media-kosten der Außen-, Print- und Kinowerbung inklusive der Druckkosten sowie für die Online-Maßnahmen und -Aktionen (Website, Social Media) wendete das Projektteam ca. 200.000 Euro jährliches Budget auf.

Was erreicht wurde

Mit der bunten Vielfalt an Kommunikationsmaßnahmen sind die ursprünglich gesetzten Ziele weit übertroffen worden. Die Öffentlichkeitsarbeit, die regional und bundesweit ausstrahlte, wurde mehrmalig mit Preisen ausgezeichnet. „Vielfalt, MANN!“ hat sich zu einer Marke für den Erzieherberuf etabliert, die ein hohes Maß an Identifikation schafft und das Image nachhaltig verbessert hat – nicht nur in Hamburg.

In den Beratungsgesprächen mit Männern wurde deutlich, dass „Vielfalt, MANN!“ den Interessenten den fehlenden Mut gegeben hat, doch noch ihren Wunschberuf zu ergreifen. Die Hamburger Fachschulen für Sozialpädagogik werden von Anfragen regelrecht überrannt, sodass sie weitere Klassen eröffnen mussten. Seit 2010 ist die Zahl der Männer im ersten Ausbildungsjahr um 84 % gestiegen. Aber auch insgesamt ist die Zahl der Ausbildungsanfänger – also Männer und Frauen – um 51 % gewachsen. Der PARITÄTISCHE Hamburg hat mit dem Hamburger Netzwerk somit wichtige Antworten auf den Fachkräftemangel gefunden.

Ausblick

Die öffentliche Förderung endete zwar im Dezember 2013. Doch das Hamburger Netzwerk ‚MEHR Männer in Kitas‘ lebt weiter. 2014 und 2015 wird die Projektarbeit durch eine Kooperation des PARITÄTISCHEN Hamburg mit der Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration und dem Hamburger Institut für Berufliche Bildung fortgeführt.

Die angestoßenen Veränderungen sollen aufrechterhalten und mit den Maßnahmen rund um die Kampagne "Vielfalt, MANN!" weiter bewegt werden. Dazu gehört die Beratung von Männern und Frauen über unterschiedliche Wege in den Erzieherberuf sowie die Vermittlung von Kontakten in die Praxis. Die Öffentlichkeits- und Pressearbeit wird ebenfalls fortgeführt, ebenso wie Bestandteile der Netzwerkarbeit. Gemeinsam wird damit in Hamburg der Weg zu mehr Männern in Kitas und mehr Vielfalt in der frühkindlichen Bildung beschritten.

Autorin: Cornelia Heider-Winter, Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Der PARITÄTISCHE Wohlfahrtsverband Hamburg e.V., Pressesprecherin Hamburger Netzwerk ‚MEHR Männer in Kitas‘