

Bundesinitiative Netzwerk Frühe Hilfen und Familienhebammen

»Willkommenskultur in Bremen«
Konzeption der Öffentlichkeitsarbeit



Bundesinitiative
Frühe Hilfen 

gefördert vom:



Bundesministerium
für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

1. Recherche, Materialsichtung, Bestandsaufnahme

• Bremen

Welche Materialien / Medien werden bisher im Rahmen einer Begrüßungskultur eingesetzt?

Eltern erhalten direkt nach der Geburt:
Informationsmaterialien in einem gestalteten Briefumschlag im Corporate-Design des familiennetzes bremen

Inhalt:

- Gratulationsschreiben der Senatorin
- Die ersten vier Elternbriefe, herausgegeben vom Arbeitskreis Neue Erziehung e.V., und ein Bestellformular für ein Abo
- 2 Broschüren der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA):
Das Baby – Informationen für Eltern über das erste Lebensjahr;
Kurz. Knapp. – Materialien für Eltern von Babys und Kleinkindern
- Tipps zur Zahngesundheit für Babys mit Give-Away (1. Zahnbürste)
- Mappe im Format Din A5 mit den Angeboten des familiennetzes bremen und 4 Karten mit Notrufliste, Tipps, Terminen und Infos zur Kindertagesbetreuung.

Wie / über welche Multiplikatoren werden diese verteilt?

Absender der Infomaterialien, die direkt nach der Geburt überreicht werden, ist das familiennetz bremen, eine neutrale und unabhängige Informations- und Beratungsstelle für alle, die Fragen rund um das Thema Familie haben: (werdende) Eltern, Alleinerziehende, Großeltern, Pflege- oder Adoptiveltern, aber auch z.B. (pädagogische) Fachkräfte, die mit Familien arbeiten oder auch Einrichtungen, Institutionen, Unternehmen, wenn es beispielsweise um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie geht..

Das familiennetz bremen informiert, berät und vermittelt Angebote, die den Familienalltag erleichtern und unterstützen können. Das familiennetz bremen wird gefördert von der Europäischen Union (Europäischer Sozialfonds) und der Senatorin für Soziales, Kinder, Jugend und Frauen. Es ist Partner im Bremer Bündnis für Familie. Das Infopaket wird seit 2011 in Geburtskliniken/-häusern und vereinzelt durch Hebammen übergeben.

Welche Einrichtungen, Initiativen, Behörden, Berater, Fachleute, lokalen Medien sind in Bremen in der Frühberatung von Eltern tätig bzw. bieten Familienbildungsveranstaltungen für werdende bzw. Familien mit Kleinstkindern an?

- Geburtskliniken/-häuser
- Hebammen, Hebammen-Landesverband
- Gesundheitsamt Bremen (Hebammen, Familienhebammen, TippTapp)
- Elternschule im Klinikum Bremen Mitte
- ElternZentrum im Klinikum Bremen-Nord
- Elternschule im Klinikum Links der Weser
- Gesundheitspark im Klinikum Bremen-Ost
- Elterngarten im DIAKO
- Frühförderstellen (8)
- Frühberatungsstellen (Hemelingen, Bremen-Nord)
- Gesundheitstreffpunkte e.V.
- Kinderärzt/innen
- familiennetz bremen
- Mütterzentren (6)
- Häuser der Familien (11)
- SOS-Sozialpädagogische Familienhilfe
- Frühberatung und praktische Hilfen nach der Geburt durch diakonische und karitative Einrichtungen (Diakonie, Paritätischer Wohlfahrtsverband Bremen, Caritas, DRK, Lebenshilfe)
- Familien in Findorff e.V.
- VIP Verein für integrative Erziehung und Frühförderung e.V.
- Bürgerhäuser / Bürgerzentren
- Senatorin für Soziales, Kinder, Jugend und Frauen
- Amt für Soziale Dienste
- Kita Bremen
- Landesverband Ev. Tageseinrichtungen für Kinder
- Katholischer Gemeindeverband – Kindertagesstätten
- Beratungsstelle für Kinder-Tageseinrichtungen der Elternvereine
- Verbund Bremer Kindergruppen e.V.
- Verband binationaler Familien und Partnerschaften, iaf e.V.
- BeLeM – Berufliche Lebensplanung für junge Mütter, in Trägerschaft des DRK
- Bremer Familien-Krisendienst
- Kinder- und Jugendnotdienst (Rund um die Uhr)

- PiB – Pflegekinder in Bremen
- pro familia
- Kinderschutzzentrum
- Kinder- und Jugendhilfeeinrichtungen
- Familienkasse Bremen (Bundesagentur für Arbeit)
- Bremer Volkshochschule
- Katholisches und Evangelisches Bildungswerk
- MigrantinnenRat – MigRa e.V.
- Türkischer Elternverein in Bremen e.V.
- Weser-Kurier, Bremer Nachrichten
- Kinderzeit – Das Bremer Familienmagazin
- Grünschnabel – Das Familienmagazin für die Region Bremen

Wie sind die Reaktionen der Eltern auf das Babybegrüßungspaket? – Wie werden die Angebote zu Frühberatung und Familienbildungsveranstaltungen angenommen?

Die direkt nach der Geburt überreichten Infomaterialien werden von den Eltern überwiegend positiv aufgenommen (siehe Evaluationsberichte des familiennetzes).

Die dort empfohlenen Informations- und Beratungsangebote werden eher von aktiven Eltern angenommen. Eltern mit weniger Bereitschaft, die umfangreichen Infomaterialien zu lesen bzw. solche mit einem erhöhten Beratungsbedarf müssten eher intensiv – aufsuchend – angesprochen werden, um sie auf die bestehenden Angebote aufmerksam zu machen.

Das Beratungsangebot für Eltern nach der Geburt bzw. im ersten Lebensjahr ist in Bremen sehr umfangreich und vielfältig, was zu einer gewissen Unüberschaubarkeit führt. Eine Bündelung – ein wiedererkennbares Erscheinungsbild – würde den vielen Angeboten eine stärkere Präsenz geben.

Es ist zu erwarten, dass Eltern, die eine positive Erfahrung in der ersten Ansprache bzw. Begrüßung gemacht haben, auch weitere Beratungsangebote unter dem gleichen »Label« eher wahrnehmen und annehmen. Eine geplante und zugleich authentische »Willkommenskultur« erleichtert den Zugang zu jungen Familien und trägt dazu bei, dass die vielfältigen (Beratungs-)Angebote bekannt werden. Sie erzeugt Synergieeffekte, denn positive Erfahrungen bei Veranstaltungen oder Beratungen im Rahmen der »Willkommenskultur« werden auf andere Angebote übertragen.

- **bundesweite Initiativen / Einrichtungen**

Welche Materialien werden der Stadt Bremen zur Weiterverteilung angeboten?

Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BzgA) gibt eine Vielzahl an Broschüren und Faltblättern für Familien heraus. Diese können z.Zt. kostenfrei bezogen und weiterverteilt werden.

Der Arbeitskreis Neue Erziehung e.V. bietet Elternbriefe mit Informationen für Kinder in unterschiedlichen Alters-/Entwicklungsstufen an. Die ersten vier Elternbriefe werden in Bremen kostenfrei vergeben, die weiteren 42 Elternbriefe können von den Eltern abonniert werden. In anderen Kommunen werden, wie früher in Bremen auch, sämtliche Elternbriefe kostenfrei an die Eltern versandt.

- **andere Städte / Bundesländer**

Gibt es vorbildliche, anerkannte Projekte einer Willkommenskultur (best Practice)?

Die Babybox der Stadt Leipzig mit nützlichen Infos für junge Familien und Geschenken, u.a. die Babycard (ein Jahr freie Fahrt für einen Erwachsenen und ein Baby im öffentlichen Nahverkehr), überreicht durch das Familieninfobüro Leipzig, <http://www.leipzig.de/de/buerger/newsarchiv/2012/Babybox-fuer-alle-Neugeborenen-22266.shtml>

KiWi in Köln, Kinderwillkommensbesuche als freiwilliges Angebot in den ersten 14 Wochen nach der Geburt durch Ehrenamtliche, <http://www.stadt-koeln.de/2/familie/01669/>

Die Gemeinde Weilerbach in der Pfalz pflanzt für jedes Neugeborene ein Bäumchen, <http://weilerbach-pfalz.de/archiv/ortsgeschehen/willkommen-neugeborene/index.html>

2. Zielgruppen

Es ist zu unterscheiden zwischen drei Zielgruppen:

1. Kernzielgruppe: Eltern von Neugeborenen
2. Fachleute, Einrichtungen, Initiativen und Behörden, die Eltern beraten
3. Multiplikatoren und Medien (Presse, Rundfunk, Fernsehen), die auf die »Willkommenskultur« und die vielen Beratungsangebote aufmerksam machen

Um die »Willkommenskultur« in Bremen zu etablieren, ist ein Zusammenspiel der ersten beiden Zielgruppen notwendig: Die Eltern der Neugeborenen sollen erreicht werden, die Akteure für die Ansprache der Eltern sind Fachleute, Einrichtungen, Initiativen, Vereine und staatliche Stellen.

Sie stellen Informationen und Beratungsdienstleistungen bereit und können als Netzwerk mit einem wiedererkennbaren Erscheinungsbild in der gesamten Stadt Präsenz zeigen und somit offensiver und einladender auf Eltern zugehen.

Aufgabe ist also, Medien in einem einheitlichen Corporate Design zu entwickeln,

- die den Eltern als »Willkommensgeschenk« zur ersten Kontaktaufnahme ausgehändigt werden,
- die den Eltern Informationen zu speziellen Fragen / Themen / Veranstaltungen vermitteln,
- die den Eltern zeigen, dass die beteiligten Akteure sich im Rahmen der »Willkommenskultur« engagieren.

Sowohl die Eltern als auch die Akteure profitieren von der »Willkommenskultur«:

Die Eltern werden in stärkerem Maße auf Angebote aufmerksam gemacht, die Akteure werden als Teil eines größeren Verbundes / Netzwerkes stärker frequentiert.

Da die Akteure in der Regel bereits einer Institution angehören oder mit einem eigenen Logo / Corporate Design in der Öffentlichkeit aktiv sind, sollten die gestalterischen Elemente der »Willkommenskultur« mit bestehenden Logos kombinierbar sein.

Neben dem Corporate Design – also der visuellen Darstellung der »Willkommenskultur« – ist der persönliche Kontakt zu den Eltern wichtig, soweit die Eltern den Kontakt wünschen. Der Erstkontakt zu den Eltern sollte von Personen geknüpft werden, die von ihrer Persönlichkeit und ihrem Auftritt als zugewandt wahrgenommen werden. Möglichen Ressentiments gegenüber Vertreter/innen von Behörden, z.B. dem Jugendamt, sollte entgegengewirkt werden. Zur »Willkommenskultur« gehört, die Hürde für den Erstkontakt möglichst niedrig zu halten. Den Erstkontakt sollten Personen anbieten, die wohlwollend aufgenommen werden.

Bei Bedarf sollte eine Schulung angeboten werden, mit welchen Worten man sich vorstellt, wie man zugewandt auf Beratungs- und Hilfeangebote aufmerksam macht, und wie man Eltern motiviert, Kontakt zu suchen und Hilfe anzunehmen.

Sobald die Vorbereitungen zur »Willkommenskultur« abgeschlossen sind, sind Multiplikatoren und Medien anzusprechen, um dieses Thema in die Öffentlichkeit zu tragen. Eine kontinuierliche Berichterstattung zu Themen rund um Kinder und Familien sowie zu Angeboten und Veranstaltungen in den Stadtteilen sind hilfreich, um Bremen auch langfristig als kinder- und familienfreundlich zu profilieren. Auch die Eltern sind als Multiplikatoren anzusehen, denn sie sind in Familienverbänden oder kleineren Netzwerken aktiv. Selbst der Erfahrungsaustausch auf einem Spielplatz im Stadtteil kann

dazu beitragen, dass die »Willkommenskultur« und insbesondere die dahinter stehenden Beratungs- und Hilfeangebote bekannt gemacht werden. Die Multiplikatoren sind also auch als Zielgruppe der »Willkommenskultur« anzusehen und mit Informationen zu versorgen, z.B. im Rahmen einer Pressekonferenz und von Pressemitteilungen, durch Einladungen zu Veranstaltungen und mit Berichten, die mit interessanten Fotos veröffentlicht werden können.

3. Absender

Übergabe des Willkommensgeschenkes, erste Kontaktaufnahme:

Bei der Übergabe wird ein psychologischer Anker gesetzt, Ort und Person werden später immer mit dem Geschenk in Verbindung gebracht. Orte / Personen wie Krankenhaus, Krankenschwester, Kreißsaal etc. sind kein passender Rahmen, wenn man deutlich machen möchte, dass die Stadt Bremen die Eltern und ihren Nachwuchs begrüßt und ihnen bedeuten will, dass Bremen vieles dafür tut und anbietet, dass Kinder gut aufwachsen können. Die Eltern sind direkt nach der Geburt gedanklich mit anderen Dingen befasst und bringen das Begrüßungsgeschenk später eher mit dem Krankenhaus als mit der Stadt Bremen in Verbindung.

Drei Alternativen als Vorschläge:

- Hausbesuche durch nette Mitarbeiter/innen der Stadt oder Vertreter/innen von Einrichtungen, die sich vor Ort – im Stadtteil – um Familien kümmern,
- Kinderärzt/innen, die die Entwicklung des Kindes begleiten, und in der Regel als Vertrauenspersonen angesehen werden,
- Übergabe im Standesamt bei der Anmeldung des Kindes.

Da der Kontakt im Rahmen der »Willkommenskultur« für die Eltern freiwillig, also nicht verpflichtend ist, man aber trotzdem möglichst alle Eltern erreichen möchte, ist ein abgestuftes Anspracheverfahren sinnvoll:

- schriftliches oder telefonisches Angebot zu einem Hausbesuch,
- Hausbesuch mit Überreichung des Willkommensgeschenkes,
- falls der Hausbesuch seitens der Eltern nicht gewünscht wird: Ansprache durch eine/n Kinderärzt/in oder Hebamme mit Überreichung des Willkommensgeschenkes.
- Darüber hinaus sollten alle Akteure der »Willkommenskultur« mit dem Willkommensgeschenk und weiteren Infomaterialien ausgestattet sein, um Eltern begrüßen zu können, die bis dahin nicht erreicht wurden.

Absender des Willkommensgeschenkes:

Es muss deutlich werden, dass die Stadt Bremen die Kinder / jungen Eltern begrüßt. Es ist darauf zu achten, dass die Eltern nicht den Eindruck gewinnen, sie würden als potenzieller Sozialfall oder Krisenherd angesehen. Auch wenn die Aktion von Fachleuten aus den Abteilungen Soziales, Frühe Hilfen, Prävention und Kindeswohlgefährdung durchgeführt und begleitet wird, sollte in der Ansprache der Eltern keine Hürde aufgestellt werden.

Vorschlag: Den Glückwunsch zur Geburt richten der Bürgermeister als »Landesvater« (könnte auch mal eine »Landesmutter« sein) und die Familiensensorin als zuständige Ressortchefin aus.

Die Ansprechpartner/innen für Nachfragen oder Rückmeldungen und die Absenderadresse sollten unverfänglich sein, evtl. mit dem Namen der Aktion, einem Postfach im Rathaus und interner Weiterleitung an die zuständige Behörde. Auf Absenderangaben wie »Abteilung für Krisenintervention etc.« sollte verzichtet werden.

Wenn es später einen konkreten Beratungsbedarf gibt, können sich die Ansprechpartner/innen als Fachleute aus dem Sozialressort etc. vorstellen – das ist in dem Kontext dann unproblematisch. Als erste Adresse ist auch eine zentrale Beratungs- und Anlaufstelle denkbar, z.B. das familiennetz bremen.

4. Medien, Give-Aways für Familien

Ideensammlung:

- Anschreiben, Glückwunsch zur Geburt
- Stoff- oder Papiertasche mit Aufdruck: darin kann der Ordner überreicht werden, wird später vielleicht für Sandspielzeug auf dem Spielplatz genutzt, trägt die Botschaft an andere Eltern weiter (Eltern als Multiplikatoren einsetzen)
- Ordner mit gestalteten Registerblättern und Taschen für Dokumente
Individualisierungsmöglichkeit schaffen – dann wird der Ordner als etwas Persönliches wahrgenommen und besser genutzt: Eltern können Fotos, die erste Locke etc. auf vorgefertigte Blätter einkleben; sie können Daten, Arztadressen, Notruftelefonnummern etc. eintragen,
- Broschüre / Flyer: Hilfe, Unterstützung in Bremen, Ansprechpartner etc.
- Babystrampler / T-Shirt / Lätzchen mit Aufdruck
- Homepage mit Veranstaltungskalender, Downloadmöglichkeiten, Newsletterbestellung, stadtteilbezogenen Informationen (Informationen übersichtlich und überschaubar präsentieren), Stadtteilplan mit Einrichtungen für Familien, Kitas, Spielplätzen, Uploadmöglichkeit von Babyfotos (Pinnwand) ...
- individuelle Newsletter: Versand zu bestimmten Stichtagen im Leben eines Kindes, z.B. zum Geburtstag, vor U-Untersuchungsterminen, Einladung zu Familien- und Kinderveranstaltungen
- Postkarte und / oder gestaltete E-Mail-Nachricht »Baby ist da!«, die die Eltern an Freunde verschicken können (So erreicht man auch Familien, die die Bremer Willkommenskultur noch nicht kennen)
- Türschild / Türknäufelhänger »Baby ist da!«, um die Nachbarn zu informieren und Akzeptanz herzustellen (statt des Klapperstorches im Vorgarten, den man in ländlichen Gegenden noch findet)
- Glückwunschkarte zum Geburtstag
- Babytagebuch (s. Individualisierung des Ordners)
- Freifahrtschein für ÖPNV (1 Baby, 1 Erwachsener, 1 Jahr), BSAG als Sponsor
- Freikarten für Babyschwimmen, Bremer Bäder als Sponsor
- Senioren stricken Söckchen etc. für Kinder (generationenübergreifende Aktion)
- Steckdosensicherung mit Aktions-Logo, swb als Sponsor
- Badethermometer
- Babybräuche in aller Welt (als kleines Buch oder auf der Website)
- UN-Kinderrechte (als kleines Buch oder auf der Website)
- Tipps als kurze Videos (Youtube-Videos auf Website einbinden)

- Maßband
- Motive als Flicker, zum kostenlosen Abholen in Familienzentren (regelm. Kontakt)
- Pflaster mit jeweils einem Motiv, zum kostenlosen Abholen in Familienzentren
- Für hochwertige Give-Aways (bedruckte Babystrampler/T-Shirt/Lätzchen etc.) könnten Gutscheine in den Begrüßungsordner gelegt werden, die in einer Beratungsstelle, in einem Mütterzentrum oder in einem Haus der Familie einzulösen sind. So motiviert man Familien, Stadtteilangebote kennen zu lernen. Man könnte z.B. verschiedene Motive zur Auswahl anbieten.
- Stofftierchen der Baby-Stadtmusikanten
- Autoaufkleber in vier Tiervarianten a la »Baby fährt mit« (kleine Bremer unterwegs)
- Babykulturtasche

5. Medien für Akteure

Ideensammlung:

- Vernetzung der Kooperationspartner per Internet, Newsletter
- Logo, Motive und grafische Elemente der »Willkommenskultur« als Dateien zur Verwendung in eigenen Drucksachen oder Homepages
- Wordvorlagen zur Erstellung von Handzetteln oder Aushängen im Corporate Design der »Willkommenskultur«
- Powerpoint-Vorlagen für Präsentationen eigener Angebote im Rahmen der »Willkommenskultur«
- Banner in verschiedenen Größen mit Gruß, können für Veranstaltungen ausgeliehen werden, z.B. für Stadtteilstefte, Straßenfeste, Spieletreffs
- Roll-Up mit Gruß, kann für Indoor-Veranstaltungen ausgeliehen werden, z.B. für Vortragsveranstaltungen, kann auch als (temporärer) Wegweiser oder Hinweis in öffentlichen Gebäuden aufgestellt werden
- Buttons (hochwertig) mit Motiven der »Willkommenskultur«, zur Kenntlichmachung von Ansprechpartner/innen bei Hausbesuchen oder Veranstaltungen
- vorgedruckte A5-, A4- und A3-Blätter mit Motiven der »Willkommenskultur«, können per sw-Kopierer mit aktuellen Informationen zu Veranstaltungen versehen werden
- Visitenkarten: eine Seite im Design der »Willkommenskultur«, die andere Seite im Design der Einrichtung / Institution, falls gewünscht
- Autoaufkleber oder Fahrradaufkleber für Fahrzeuge der Akteure (z.B. Hebammen) oder beteiligter Institutionen
- Tür- oder Schaufensteraufkleber
- kleine Aufkleber für Drucksachen aus anderen Quellen (z.B. Broschüren der BzGA), um diese als Bestandteil der Bremer »Willkommenskultur« zu kennzeichnen
- Termin- oder Notizzettel für Berater/innen
- Textbausteine für Briefe
- Leitfaden für die Erstellung von Pressemitteilungen
- Anschreiben und Flyer zur Gewinnung von Sponsoren – evtl. kann man prominente Bremerinnen und Bremer als Schirmherr/-innen gewinnen
- Einbindung Bremer Betriebe in einer kinderfreundlichen Stadt, zum Beispiel:
 - Aktionen beim Bäcker für frischgebackene Eltern
 - Kennzeichnung der kinder- und babyfreundlichen Supermärkte mit breiter Kasse für Kinderwagen und Kasse ohne Quengelware

- BSAG könnte mit Statements wie »Kinder willkommen« deutlicher machen, dass Kinder willkommen sind (in den öffentlichen Verkehrsmitteln fühlen sich ja oft genug Passagiere von quengelnden Kindern belästigt)
- Das »Kinder willkommen«-Statement ließe sich auch auf andere (öffentliche und private) Einrichtungen übertragen

6. Arbeitsschritte, Prioritäten

1. Grundlagen erarbeiten

- Corporate Design (Logo, Farbgebung, Typografie, Umgang mit Bildmaterial)
- grafische Elemente und / oder Illustrationen entwickeln
- Slogan formulieren
- erste Medien / Give-Aways gestalten:
 - Briefbogen für ein Anschreiben bzw. Glückwunsch zur Geburt
 - Tragetasche (aus Papier oder Stoff)
 - Ordner
 - gestaltete Kapiteltrennblätter für den Ordner
 - Broschüre / Flyer / Infoblatt: Unterstützung und Ansprechpartner in Bremen
 - Karte »Baby ist da!« zum Verschicken an Freunde und Familie
 - E-Card »Baby ist da!« zum Verschicken an Freunde und Familie
 - Türknaufanhänger »Baby ist da!«, um Nachbarn zu informieren
 - T-Shirt, Strampler oder Lätzchen mit Motiv
 - Notizblock für Akteure zum Notieren von Beratungsterminen etc.

2. Präsentation, Besprechung

mit Auftraggeber und ausgewählten Fachleuten

3. Produktion von Prototypen der Medien und Give-Aways

Musterexemplare oder kleine Auflagen zur Vorab-Verteilung an potenzielle Akteure, Presse, Multiplikator/innen

4. Infolyer und Einladung an potenzielle Akteure

Vorstellung des Projektes »Willkommenskultur« in groben Zügen, Einladung zum Netzwerkstreifen der Akteure

5. Auftaktveranstaltung mit potenziellen Akteuren

- vorab:
 - Gestaltung einer Präsentation und eines Ausstellungsstandes der »Willkommenskultur«
 - Vorgespräch mit Kooperationspartner/innen und Einrichtungen, um diese in die Präsentation mit einzubinden, s. nächsten Punkt
- »Willkommenskultur« wird auf einer Veranstaltung vorgestellt:
 - Klären: Wie erreicht man eine hohe Zahl an Teilnehmer/innen?
Vortrag / bekannte Persönlichkeit als Schirmherr/in / Eventcharakter / Kabarett / Conferencier ...
 - Ziele aus Sicht der Behörde, aus Sicht von Kinderärzt/innen, Beratungsstellen, Kooperationspartner/innen, Einrichtungen etc.
 - bestehende Beratungsangebote, Hilfen, Initiativen und Einrichtungen vorstellen
 - Bündelung / gemeinsame Außendarstellung zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades
 - Form der Ansprache aller Eltern von Neugeborenen, Verstetigung des Kontaktes
 - Präsentation des Corporate Designs der »Willkommenskultur«
 - Abfrage: hilfreiche / gewünschte Medien seitens der Akteure
- »Markt der Möglichkeiten«
 - Akteure stellen sich vor: Kurzpräsentationen im Plenum, Ausstellungsstände
 - Einzelgespräche an Ständen der Akteure und am Stand der »Willkommenskultur«
 - Pressekonferenz, Pressegespräch

6. Nachbereitung der Auftaktveranstaltung

An einer Infoveranstaltungen beteiligt sich erfahrungsgemäß nur ein Teil der Eingeladenen (Zeitmangel, Desinteresse, andere Termine).

Deshalb:

- Infobrief an potenzielle Akteure mit Ergebnissen der Auftaktveranstaltung, Projektbeschreibung, Bitte um Mitwirkung, individuelles Gesprächsangebot
- Verbände, übergeordnete Vereine und Netzwerke ansprechen und Infomaterial bereitstellen, um über deren Infokanäle weitere Akteure zu informieren /gewinnen

7. Produktion von Medien, Give-Aways

- Medien, Give-Aways, s.o., produzieren lassen, evtl. ergänzt um weitere Medien, die auf der Auftaktveranstaltung gewünscht wurden
- Ansprache von potenziellen Sponsoren zwecks Unterstützung bei ausgewählten Give-Aways. Insbesondere Gutscheine oder Mitgliedskarten können zum Eigenmarketing genutzt werden, z.B. Schnupperkurse fürs Babyschwimmen, für PEKiP-Kurse oder fürs Kleinkindturnen, Ausweis der Stadtbibliothek etc.

8. Schulung von Personen, die den Erstkontakt zu den Familien aufnehmen

- Anschreiben an Eltern mit der Einladung zum »Willkommensbesuch« formulieren
- Schulung, mit welchen Worten man sich vorstellt, wie man zugewandt auf Beratungs- und Hilfeangebote aufmerksam macht, und wie man Eltern motiviert, Kontakt zu suchen und Hilfe anzunehmen.

9. Logistik im Zusammenhang mit den Give-Aways und Infomaterialien

- Konfektionierung, Lagerung und Verteilung der Materialien
- Ausgabe an den Besuchsdienst
- Nachlieferung an Kooperationspartner/innen
- Sicherstellung, dass vergriffene Infomaterialien (z.B. bei Kinderärzt/innen) nachgefüllt werden

10. Verstetigung der »Willkommenskultur«

- Erstellung weiterer Infomaterialien und Give-Aways – je nach Finanzlage und Unterstützung durch Sponsoren
- Unterstützung bei der Gestaltung und Produktion von Materialien zu besonderen Veranstaltungen, z.B. größere Eltern-Kind-Feste, Stadtteilstefte etc.
- Erstellung einer Website oder Einpflegen von Informationen zur »Willkommenskultur« in bestehende Websites (www.bremen.de, www.familiennetz-bremen.de etc.)
- Bereitstellung themenspezifischer oder stadtteilbezogener Infos und Veranstaltungskalender auf einer Website, zum Download oder als Newsletter an interessierte und angemeldete Eltern
- Netzwerkpflge unter den Akteuren:
 - vierteljährlicher Newsletter mit Infos zum Stand des Projektes und zu Schulungen und Fachveranstaltungen, evtl. Versand einer gedruckten Fassung
 - jährliche Veranstaltung zum Erfahrungsaustausch und zur Weiterentwicklung des Projektes

Konzeption:

vierplus GmbH
Kommunikation und Gestaltung

Stefan Oelgemöller

Vagtstraße 48/49
28203 Bremen

Tel. 0421 / 792 83-12
Fax 0421 / 792 83-30

s.oelgemoeller@vierplus.de

www.vierplus.de