BERICHT

Umfrage zur Bedarfsermittlung von niedrigschwelligen, kostenfreien und nachbarschaftlichen Angeboten für Familien im Märkischen Viertel

3,2 km² Bildung
Lokaler Bildungsverbund
Märkisches Viertel

Mareike Karen Blank

3,2 KM² BILDUNG
LOKALER BILDUNGSVERBUND
IM MÄRKISCHEN VIERTEL

Der vorliegende Bericht ist eine Ergebnis-Zusammenstellung aus der Masterarbeit "Umfrage Umfrage zur Bedarfsermittlung von niedrigschwelligen, kostenfreien und nachbarschaftlichen Angeboten für Familien im Märkischen Viertel" zur Erlangung des Grades „Master of Arts“ (M.A.) im Studiengang "Netzwerkmanagement Bildung für eine nachhaltige Entwicklung – Schwerpunkt Kindheitspädagogik (BNE) an der Alice Salomon Hochschule Berlin. Die Masterarbeit ist im Auftrag des Lokalen Bildungsverbundes im Märkischen Viertel entstanden und wurde im April 2022 eingereicht. Sie ist über die Bibliothek der Alice Salomon Hochschule Berlin einsehbar.

Impressum

Lokaler Bildungsverbund im Märkischen Viertel (Hrsg.)

Mareike Karen Blank

April 2022

Wilhelmsruher Damm 159, 13439 Berlin
bildungsverbund@face-familienzentrum.de
0049 176 36609 192
www.bildungsverbund-mv.de

Danksagung

An dieser Stelle möchten wir uns bei allen Teilnehmenden dieser Umfrage für ihr Mitwirken bedanken sowie bei allen Multiplikator:innen, Kooperations- und Bündnis-partner:innen für die Verteilung und Unterstützung der Materialien. Einen besonderen Dank widmen wir Mauricio, der die Umfrage beim "Langen Nachmittag der Begegnung" 2021 so erfolgreich vorangebracht hat.
Ohne Euch wäre diese Arbeit nicht entstanden!

Vielen Dank!

Inhalt

01 Danksagung

03 Vorwort

04 Demographie des Forschungsraumes und aktuelle Angebotsstrukturen

11 Hypothesen

13 Ergebnisse zu den Teilnehmenden

19 Bekanntheit und Nutzung aktueller Angebote

24 Angebotsbedarf

31 Angebotssuche

35 Auswertung der Hypothesen und Fazit

42 9 Handlungsempfehlungen

50 Literaturverzeichnis

Vorwort

Die Einschränkungen und Maßnahmen im Rahmen der Pandemie haben Kinder und Frauen und somit Familien allgemein besonders hart getroffen[1]. Hinsichtlich der Schulbildung ist von einem „irreparablen Schaden" insbesondere in sozial schwachen Familien und Gebieten mit besonderem Aufmerksamkeitsbedarf die Rede[2]. Betreuungs- und Nachhilfeangebote konnten nicht oder nur im digitalen Raum stattfinden, Freizeitangebote fielen aus und für Familien boten sich kaum Ausweichmöglichkeiten. Das Konfliktpotenzial stieg dadurch an[3].

Die Pandemie regt zum Umdenken an und zur Neuorientierung. Soziale Träger nutzen die Zeit, um ihre Angebotspalette, hauptsächlich bestehend aus niedrigschwelligen und kostenfreien Angebote, zu überarbeiten und sich neu aufzustellen. So auch das FACE Familienzentrum und der Lokale Bildungsverbund im Märkischen Viertel, in dessen Auftrag die dieser Arbeit zu Grunde liegende Umfrage erhoben wurde. Sie beide sind feste Bestandteile im sozialen Programm- und Trägernetzwerk in der Großwohnsiedlung „Märkisches Viertel" im nördlichen Berliner Bezirk Reinickendorf, welches unter anderem auf Grund seiner Demographie als Forschungsraum genutzt wurde.

Gerade mit Blick auf die zukünftigen Lockerungen der Maßnahmen aber auch retrospektiv auf die vergangenen 2,5 Jahre ist es nicht nur sinnvoll, sondern absolut nötig, die Erfahrungen in neue Konzepte und innovative Ideen mit einfließen zu lassen und sich dabei an dem aktuellen Bedarf der Zielgruppe zu orientieren.[4]Die Analyse dieser wird in der Quartiersarbeit als wichtiger Teil für eine erfolgreiche Quartiersentwicklung gesehen[5].

Der vorliegende Bericht leistet dazu seinen Beitrag und stellt Handlungsempfehlungen bereit, mit denen dem aktuellen Bedarf von Eltern als größte Anwohner:innengruppe[6] des MVs begegnet werden kann.

Was ist es, dass Eltern im Rahmen niedrigschwelliger, kostenloser, Angebote wirklich brauchen? Wie muss die wohnortnahe Angebotslandschaft gestaltet und Angebote beworben werden, damit sie für Eltern und Familien sowohl unterstützend als auch vorteilhaft ist und von ihnen angenommen wird? Diesen Fragen wurde im Rahmen der Befragung nachgegangen.

---

1 vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2022).
2 vgl. Siggelkow/Heinlein (2021).
3 vgl. Arend (2020).
4 vgl. Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG (2020), S. 1.
5 vgl. Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021), S. 49.
6 vgl. Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021), S. 19.

DEMOGRAPHIE DES FORSCHUNGS-RAUMES UND AKTUELLE ANGEBOTS-STRUKTUREN

Demographie des Forschungsraumes und aktuelle Angebotsstrukturen

Großwohnsiedlungen decken in Berlin fast ¼ des Wohnungsmarktes ab und haben somit für diesen eine hohe Relevanz[7]. Das Märkische Viertel im Bezirk Reinickendorf dient als Exempel für diese Siedlungen im Plattenbaustil in Berlin bzw. Deutschland. Es wurde in den 1960er Jahren auf einem der größten Notwohngebiete im damaligen West-Berlin erbaut[8] und erstreckt sich über 3,2 km².

Seit Anbeginn des Viertels gab es auf Grund der Umsiedlung der Menschen aus den Lauben in die neu errichteten Hochhäuser einen hohen Anteil an Sozialhilfeempfangenden. In den 1970er Jahren betraf das jede sechste Familie[9]. Im Vergleich zu heute sind die Zahlen noch weiter gestiegen: „Der Anteil der Transferleistungsempfänger ist in den Großsiedlungen mit 19,0 % nahezu doppelt so hoch wie in Gebieten außerhalb der Großsiedlungskulisse (10,6 %). In den Großsiedlungen der westlichen Bezirke lebt mit 23,4 % fast jeder Vierte von Transferbezug. […] [Zudem] […]lebt gut jedes zweite Kind in einem Haushalt, der Transferleistungen nach dem SGB II erhält.[10]" Bei Transferleistungen handelt es sich allgemein um Sozialleistungen, die vom Staat ohne finanzielle Gegenleistung der empfangenden Person gezahlt werden[11].

Aktuell leben im MV ca. 40.379 Menschen[12], davon 49,9% mit Migrationshintergrund und 25,1% Ausländer:innen. Es vereinen sich über 100 Nationalitäten und noch mehr Sprachen[13], wodurch der Stadtteil eine große kulturelle Vielfalt aufweisen kann. Besonders hoch ist der Anteil an Menschen mit türkischer Staatsangehörigkeit (durchschnittlich 6% in allen vier LORs) gefolgt von jenen, mit Staatsangehörigkeiten aus dem arabischen Raum (durchschnittlich 3,8% in allen vier LORs).

> *„Die größte Altersgruppe stellt mit durchschnittlich 36,63 % die der 25- bis unter 50-jährigen dar. Alle drei lebensweltlich orientieren Planungsräume (LOR) im Märkischen Viertel werden im Monitoring Soziale Stadtentwicklung (MSS) 2017 als „Gebiete mit besonderen Aufmerksamkeitsbedarf" ausgewiesen. Das bedeutet, dass für diese Planungsräume im gesamtstädtischen*

7 vgl. Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021), S. 10.
8 vgl. Reinecke (2014), S. 218.
9 vgl. Reinecke (2014), S. 218.
10 Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021), S. 14 f.
11 vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (2022).
12 vgl. Bezirksamt Reinickendorf von Berlin (2021).
13 vgl. BENN im Märkischen Viertel (2018), S. 5.

*Vergleich Hinweise auf multiple soziale Problemlagen bzw. Benachteiligungen identifiziert wurden. Zum Stichtag 31.12.2016 lag der Anteil der Transferbezieher*innen nach SGB II und XII der 15-65-Jährigen im Märkischen Viertel durchschnittlich bei 30,6%,6. Verglichen mit den Werten für Gesamtberlin 13,4%, ist der Anteil der Transferbeziehenden in allen drei Planungsräumen des MV durchschnittlich hoch. Der Anteil der ausländischen Transferbezieher*innen liegt im Durchschnitt bei 54,6% (Berlin 25%). 2013 lebten etwas mehr als ein Viertel der Einwohner*innen unter 18 Jahren bei Alleinerziehenden mit SGB II Bezug (Tiefenprüfung 2015). Der Anteil der Kinderarmut7 lag am 31.12.2016 mit 61,9 % über den Werten für Gesamtberlin.*[14]"

Um den wachsenden Herausforderungen gerecht zu werden, gibt es eine große soziale Programmvielfalt. Laut der fokusorientierten Sozialraumanalyse „[…] verfügt [das MV] über sechs Kinder, - Jugend-, und Familieneinrichtungen und mehr als zehn Sportstätten, diversen Familieneinrichtungen und kulturellen Bildungsakteur*innen. Im Vergleich zu anderen Bezirksregionen stellt dies eine gute Ausstattung sozialer Infrastruktur auf wenigen Quadratkilometern dar.[15]" Es sollte also eigentlich davon ausgegangen werden, dass die Problematik in den Familien sowie innerhalb der Nachbarschaften sichtlich zurückgehen in Anbetracht der Möglichkeiten für Anlaufstellen. Wie im weiteren Verlauf genauer erläutert wird, zeigt sich, dass jedoch das Gegenteil der Fall ist.

Als Anhaltspunkt für die Betrachtung einer aktuellen Angebotspalette dienen sowohl die Einrichtungen, welche in der Sozialraumanalyse gelistet sind[16] als auch eine interne Auflistung der BENN's im Märkischen Viertel von 2019. Die Herausforderung bei einer Auflistung aller Angebote ist, dass die Grenzen der Sozialräume verschwimmen. Die Familienfarm Lübars gehört beispielsweise nicht mehr zum Stadtteil Märkisches Viertel, wird von den Familien aber als dazugehöriger Freizeit- und Erholungsort gesehen und ist auch in den meisten Stadtteilkarten und Berichten mit angegeben[17]. Andererseits gibt es Angebote, die im MV angesiedelt sind, aber für ganz Reinickendorf zuständig sind, wie zum Beispiel das Alpha Bündnis Reinickendorf und wieder andere, die nur für ein bestimmtes Grenzgebiet einen Verantwortungsrahmen haben, so wie es bei den Stadtteilmüttern der Fall ist. Zudem sind die aufgeführten Angebote nicht alle

14 Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 5 f.
15 Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 11.
16 Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 12ff.
17 vgl. z.B. Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 13.

niedrigschwellig oder kostenlos. Dennoch gibt die Auflistung einen guten Überblick und dient als Vorlage und Annäherung zur Kategorisierung für die zu dieser Arbeit gestalteten Umfrage.

Die Liste ist im Ursprung in folgende Bereiche gegliedert worden:

- Sprachlernangebote = 18
- Beratung (Soziales, Recht, Wohnen) = 20
- Bildung und Beruf = 12
- Angebote für Familien = 17
- „Freizeit" = 40
- Begleitung und Hilfen mit Behörden = 4

Die Anzahl der Träger, Anbieter:innen bzw. Projektinitiator:innen ist vielfältig. Knapp 40 verschiedene Initiator:innen werden genannt: Von Bündnissen über konfessionelle Beratungen und Projekte, freien Trägerschaften, Sportvereinen bis hin zu Angeboten durch die Gesobau AG, der über 15.000 Wohneinheiten im MV gehören und somit das lokal größte Wohnungsunternehmen ist[18].

Der Tabelle nach ergibt sich die Aufstellung der Angebote direkt fürs MV wie folgt:

- Sprachlernangebote = 11
- Beratung (Soziales, Recht, Wohnen) = 14
- Bildung und Beruf = 6
- Angebote für Familien = 13
- „Freizeit" = 35
- Begleitung und Hilfen mit Behörden = 3

Auch hier muss nochmal darauf hingewiesen werden, dass eine Kategorisierung der Angebote mit einer gewissen Komplexität einhergeht, insbesondere bei dem Aspekt „Beratung". So finden sich auch Beratungsangebote in den Kategorien der Sprachlernangebote und derer für Familien. Daher wurden die Angebote, die im MV angesiedelt sind, nochmal nach folgenden Kriterien gegliedert:

- Hilfe und Beratung = 26
- Grundbildung, Sprache und Integration = 15

18 vgl. Gesobau AG (2009), S. 5.

- Kinder-und Jugendangebote = 12
- Baby-und Krabbelgruppen = 8
- Freizeit für Erwachsene (inkl. Cafés und Seniorentreffs) = 21

Deutlich zeichnet sich ab, dass die Angebotspalette ihren Fokus auf Hilfe, Beratung und Erwachsenenbildung hat. Eine offizielle Auflistung aller aktuellen Angebote im MV gibt es online derzeit nicht.

Den genannten Sporteinrichtungen und -anlagen aus der Sozialraumanalyse ist zu entnehmen, dass es sich bis auf die Initiative „Märkisches Viertel bewegt" um Vereine oder Hallen handelt[19]. Für die Nutzung dieser benötigt es in der Regel eine Mitgliedschaft, welche Kosten[20] mit sich bringt und somit für Geringverdienende nicht erschwinglich ist.

Doch trotz der stetig wachsenden und reichhaltigen Palette scheint sich die Problemlage nicht zu entspannen:

> *„Mittlerweile ist es 24 Jahre, eine ganze Generation her, dass die vom GdW beauftragte Studie ‚Überforderte Nachbarschaften' auf die sozialen Probleme in den Großsiedlungen aufmerksam gemacht hat. Seither hat sich das Programm Soziale Stadt (Neuer Name ‚Sozialer Zusammenhalt') zu einem Kernstück der Städtebauförderung entwickelt. Die Akteure in den Quartiersmanagements, bei sozialen Trägern und bei den Wohnungsunternehmen haben in benachteiligten Quartieren viele Bewohnerinnen und Bewohner mit einer breiten Palette von Maßnahmen erreicht. Gleichwohl sind die sozialen Herausforderungen nicht geringer geworden.[21]"*

Ein breites Angebotsspektrum existiert zwar, jedoch finden sich keine offiziellen Dokumente oder Berichte dazu, inwiefern diese auch genutzt werden. Es stellt sich darum unweigerlich die Frage, inwiefern Angebot, Nachfrage, Bedarf und Bewerbung miteinander einhergehen.

In einem informellen Austausch erzählten der Leiter des FACE und die Koordinatorin der Gesobau Nachbarschaftsetage, dass es immer wieder Herausforderungen innerhalb der Angebote mit der Beteiligung gibt. Im Durchschnitt, insbesondere bei den Angeboten, die sich an Erwachsene richten, gäbe es mehr Kapazitäten als Teilnehmende[22]. Über interne Mails zwischen den Netzwerken werde regelmäßig auf noch freie Plätze in z.B.

19 vgl. Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 16 f.
20 vgl. z.B. TSV Wittenau 1896 (2021).
21 Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021), S. 47.
22 Persönliche Kommunikation mit Felix Bergemann und Theresa Uhlig am 31.08.2021.

Kursen der Grundbildung aufmerksam gemacht. Als einer der Gründe dafür heißt es in der Fokusorientierten Sozialraumanalyse des Lokalen Bildungsverbundes von 2018, „[…] dass die Nachfrage je nach Jahreszeit stark variieren kann[23]". Ein statistischer Nachweis zu diesen Aussagen kann hier nicht angeführt werden, da die Anzahl der Teilnehmenden in den Angeboten entweder nicht erfasst wird oder solche Statistiken aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht freigegeben werden dürfen.

Über die Website des Bezirksamts Reinickendorf, angegliedert beim Jugendamt, kann eine nach Schwerpunkten sortierte Auflistung von „Dienstleistungen für unterschiedliche Lebenslagen und Erziehungssituationen" für Reinickendorf gefunden werden. Die einzelnen Schwerpunkte führen dann erneut zu einer Website mit weiteren Gliederungspunkten[24]. Bei dem Bereich der Beratung wird die Komplexität besonders deutlich. Es gibt eine Vielzahl von Angeboten, die jedoch individuelle Schwerpunkte haben, welche für den Laien hinsichtlich der Benennung und dahinterstehenden Verantwortlichkeiten möglicherweise schwer zu unterscheiden sind. Folge sind ein ständiges Weiterleiten, bis die richtige Ansprechperson gefunden wurde.

Auch die Internetseite des Lokalen Bildungsverbundes im MV gibt unter dem Bereich „Bildungslandschaft im MV" Aufschluss über Angebote, wobei dort ebenfalls nur die Initiator:innen bzw. Träger und der Ort genannt werden, jedoch keine konkreten Dienstleistungen mit Tages- und Uhrzeit. Dazu muss wiederum Kontakt mit der Einrichtung aufgenommen bzw. deren Website durchsucht werden. Auch das Thema Aktualität ist hier zu erwähnen. Deutlich wird das z.B. bei der Verlinkung zum „Kinder- und Familienstadtplan im Märkischen Viertel" der Gesobau, dessen Seite zum Stand der Recherche zu dieser Arbeit nicht existierte (04.03.2022). Bei der stichprobenartigen Überprüfung der Angebotsliste von 2019 konnten einige Angebote, wie z.B. der Linendance nicht gefunden werden.

Über die Seite „https://www.mein-maerkisches-viertel.de/veranstaltungen" lassen sich Veranstaltungen und Kurse im Märkischen Viertel suchen und nach verschiedenen Kategorien filtern. Beim Zugriff auf die Webseite am 15.02.2022 waren dort mit Ausnahme des Nähcafés ausschließlich Angebote für Senior:innen aufgeführt[25]. Ob es daran liegt, dass Angebote während der Pandemie eingestellt wurden oder die Seite nicht regelmäßig aktualisiert bzw. mit neuen Angeboten bespielt wird, lässt sich nicht nachvollziehen.

23 Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 12.
24 vgl. Bezirksamt Reinickendorf Jugendamt (o.A.).
25 vgl. Gesobau AG (o.A.).

Das Finden von aktuellen und passenden Angeboten im MV ist folglich mit Geduld, Recherchekenntnissen und Zeit verbunden. Die Komplexität und Zerstreuung der Informationsbeschaffung sind ein möglicher Grund für die geringe Nutzung bereits bestehender Dienstleistungen.

Wenn die Suche nach dem passenden Angebot komplex oder für die Zielgruppe weder sicht- noch greifbar ist, kann ein wichtiges Element der Niedrigschwelligkeit nicht gegeben werden[26].

„Insgesamt liegt der Schwerpunktbedarf für das Märkische Viertel laut dem aktuellen Sozialen Infrastruktur - Konzept auf dem Ausbau der Kitas, Jugend- Freizeiteinrichtungen und Angebote, Schulen, Spielplätzen und dem öffentlichen Grün.[27]" Zwar ist dies ein nicht zu verkennender Aspekt, allerdings muss ebenfalls gefragt werden, inwiefern der Bedarf Erwachsener wahrgenommen und bedient wird. Kinder und Jugendliche zu stärken bedeutet auch, Eltern zu stärken und in ihrer Ganzheit wahrzunehmen. Ihre eigenen, nicht kindbezogenen Bedürfnissen sind ein Teil davon. „[W]er Zugang zu seinen Fähigkeiten hat, kann Kraft entwickeln, die ihm bei den Anforderungen im Umgang mit seinen kleinen oder heranwachsenden Kindern hilfreich ist.[28]." Die Teilhabe an der Gestaltung des eigenen Umfelds bzw. der eigenen Umwelt ist zudem Indikator für eine tiefere Identifikation mit eben dieser und baut Verbindungen zwischen Gruppen auf[29].

Wenn gesagt wird, dass die Einrichtung von Begegnungsorten elementar für die Bewältigung von Herausforderungen im Zusammenleben innerhalb eines Quartiers ist, dann müssen sich diese Begegnungsorte nach dem Bedarf aller Anwohnendengruppen richten.

Ein weiterer Aspekt im Rahmen der Neuausrichtung ist der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Dafür ist es wichtig, mehr Informationen über die Bedarfe der Zielgruppe bzw. der Anwohnenden zu haben. Der Mediennutzung kommt dabei eine wichtige Funktion zugute. Um effektive Öffentlichkeitsarbeit betreiben zu können, muss bekannt sein, welche Kanäle genutzt werden und demnach von Trägern bespielt werden sollten[30].

„Die Pandemie forderte eine schnelle Reaktion aller Akteur*innen in Projekten der Stadtentwicklung. Die begleitenden Beteiligungsprozesse, die den Fokus auf Präsenzveranstaltungen legten, wurden mitunter angehalten oder angepasst. Einige Prozesse sind in den digitalen Raum verlagert

26 vgl. Thiersch/Grunwald/Köngeter (2010), S. 175 ff.
27 Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 16.
28 Schopp (2019), S. 33.
29 vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (2016), S. 37.
30 vgl. Duggan/Brenner (2013), S. 2 ff.

worden. So haben insbesondere die digitalen Methoden durch die Pandemie einen kräftigen Schub erhalten.[31]"

Neben allen genannten Herausforderungen gibt die Pandemie aber auch die Chance, Neues auszuprobieren sowie bestehende Herangehensweisen, Strukturen und Angebote zu reflektieren. Kernproblematiken können genauer erforscht werden und Lösungen sowie Impulse, die aktuelle, aber auch zukünftige Herausforderungen bedenken, entwickelt werden.

Diese Arbeit leistet dazu mit ihrer Basisarbeit zur Bedarfsermittlung von Familien im MV ihren Beitrag.

Hypothesen

Aus den vorliegenden Erkenntnissen ergeben sich 4 Hypothesen, denen hinsichtlich der Ergebnisanalyse der Befragung nachgegangen wird.

I. *Angebote müssen im Rahmen der Partizipation mehrsprachig beworben bzw. angeboten werden.*

Auf Grund des hohen Auslands- und Migrationsanteil im MV würde die mehrsprachige Bewerbung und Beschreibung von Angeboten einen größeren Anteil an Menschen erreichen und dadurch an Bekanntheit gewinnen. Sprachhürden könnten eine zusätzliche Ursache dafür sein, warum Angebote nicht bekannt sind oder nicht genutzt werden und eine allgemeine Beteiligung an Prozessen verhindern.

II. *Die aktuelle Angebotspalette ist nicht bekannt genug und wird nicht ausreichend genutzt.*

Hinsichtlich der beschriebenen Aussagen von Leitenden und Mitarbeitenden in Einrichtungen im Märkischen Viertel, lässt sich vermuten, dass aktuelle Angebote nicht bekannt sind oder jedoch trotz Bekanntheit nicht genutzt werden. Da dieser Vermutung keine Fallzahlen zu Grunde liegen, bietet die Umfrage eine Option, Tendenzen zu der Thematik zu erlangen.

III. *Die aktuelle Angebotspalette deckt sich nicht mit dem Bedarf der Befragten.*

Diese Hypothese geht mit der ersten Hypothese einher. Sofern sich Hypothese II bestätigt, könnte sich in Hypothese III eine mögliche Ursache dafür finden. Mit Blick auf die Neuausrichtung der Träger und Angebote ist es besonders wichtig, Erkenntnisse über den tatsächlichen Bedarf zu erhalten. Bei der detaillierten Betrachtung der Tabelle von 2019 wird

31 Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2020), S. 5.

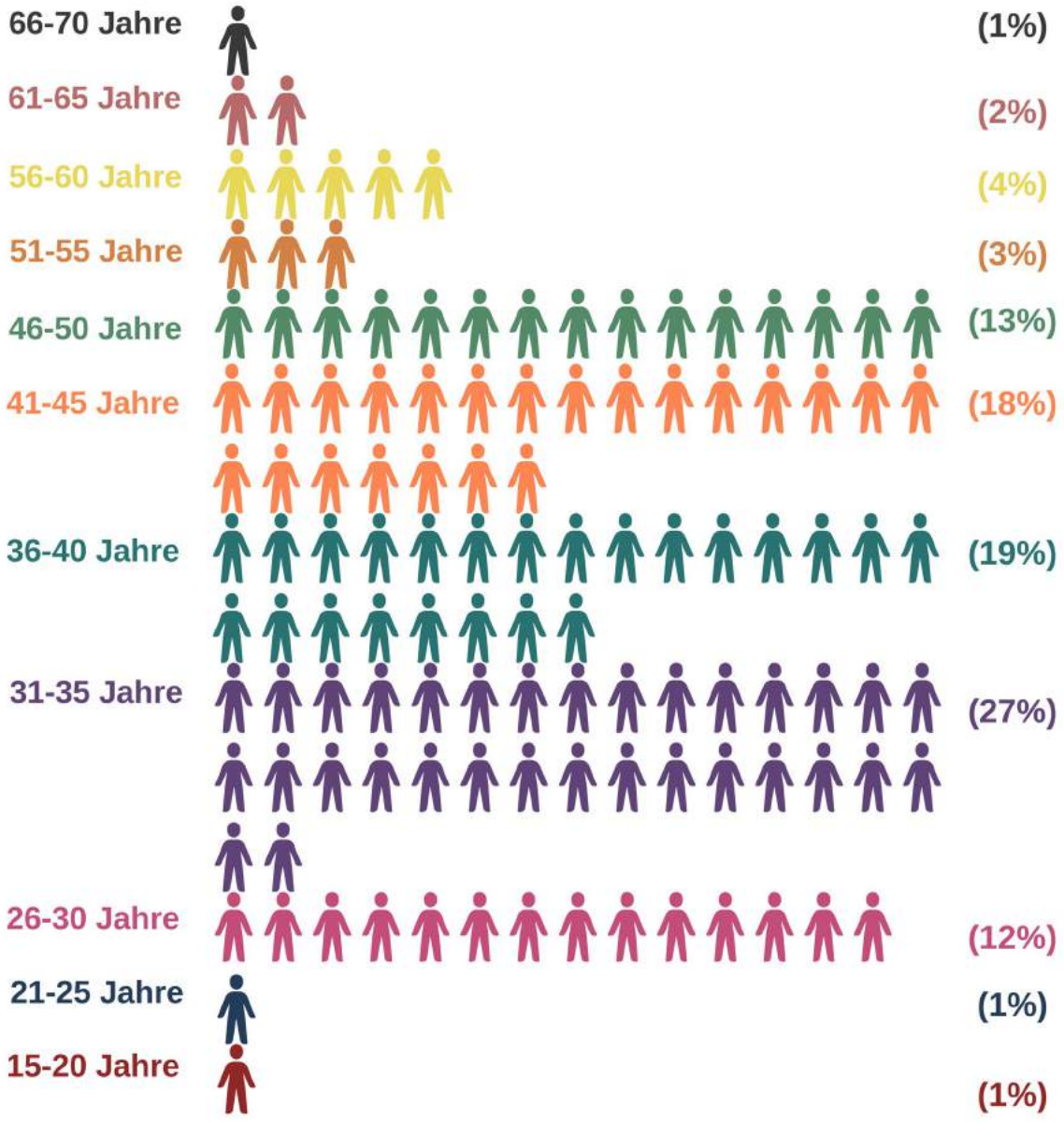
deutlich, dass die Freizeitangebote für Erwachsene sporadisch sind. Die Vermutung liegt daher nahe, dass dieser Bereich einen hohen Bedarf haben wird. Der Faktor Zeit im Sinne von Tages- und Uhrzeit der Angebote wird ebenfalls eine Rolle spielen.

IV. *Die Zielgruppe bedarf einer spezifischen Angebotsbewerbung. Bezüglich dieser werden zwischen den Altersstufen Unterschiede erkennbar sein.*

Die Mediennutzung für die Informationsbeschaffung wird sich zwischen den Generationen unterscheiden. Insbesondere in den Altersstufen unter 35 Jahre wird mit einer vermehrten Nutzung von sozialen Medien für die Informationssuche gerechnet. Von dem Informationsfluss durch Familie, Bekannte und Freundschaften abgesehen, wird hingegen davon ausgegangen, dass die Generationen ab 45 Jahren eher noch Printmedien nutzen. Auf Grundlage der Erkenntnisgewinnung dazu, wie die Zielgruppe sich informiert, können Vergleiche mit der aktuellen Bewerbung von Angeboten gezogen werden.

Ergebnisse zu den Teilnehmenden

Anzahl der Teilnehmenden nach Altersstufen



Teilnahme Allgemein

Die Umfrage wurde insgesamt von 548 Besucher:innen aufgerufen, wobei mehrfach Aufrufe derselben Person oder Mittelspersonen möglich waren, damit die Umfrage über das selbe Gerät durchgeführt werden konnte. Von 164 Teilnehmenden waren 119 Rückmeldungen abgeschlossen und in ihrem Ablauf stimmig, sodass sie als valide anerkannt wurden. Insgesamt haben sich knapp 11% der Teilnehmenden dafür entschieden, die Umfrage in einer der neben Deutsch angebotenen Sprachen durchzuführen. Die Verteilung fiel 5x auf Englisch, 4x auf Arabisch, 2x auf Türkisch und jeweils 1x auf Persisch und Französisch.

Die erfolgreichsten Methoden der Bewerbung waren die Verbreitung via Facebook sowie die direkte Ansprache beim Langen Nachmittag der Begegnung durch die studentische Hilfskraft. An diesem Tag wurden 23 valide Rückmeldungen gesammelt.

Am stärksten war die Beteiligung in der Altersstufe 31-35 Jahre (27%), gefolgt von den 36-40 Jährigen (19%) und den 41-45 Jährigen (18%). Sowohl in der Altersstufe 15-20 Jahre, 21-25 Jahre und 66-70 Jahre gab es jeweils nur eine teilnehmende Person. Auch bei den 61-65 Jährigen gab es nur 2 Befragte. Die Beteiligung bei den 51-55 Jährigen (3%) sowie 56-60 Jährigen (4%) fiel ebenfalls sehr gering aus. Aus diesem Grund wurde sich dazu entschlossen, die Antworten aus diesen Altersstufen in alle Gesamtbetrachtungen mit einfließen zu lassen, sich in der Detailanalyse der Altersstufen jedoch auf die 26-50 Jährigen zu fokussieren, da jede der Stufen in diesem Bereich eine Beteiligung mit über 10 Personen hatte und somit eine valide Vergleichsgrundlage bildet. Die Aussagen von ein bis zwei Personen hingegen, wie es in den anderen Stufen der Fall wäre, können nicht zur Ergebnisinterpretation einer gesamten Altersstufe genutzt werden.

93 Teilnehmende gaben an, im MV wohnhaft zu sein. Das bildet 78% der Gesamtzahl. Die Variable Wohnort wurde zudem genutzt, um in Erfahrung zu bringen, ob die Bekanntheit der Angebote im Verhältnis zum Wohnort steht. Dazu wurde sie mit den Ergebnissen zur Bekanntheit und zur Nutzung der Angebote in ein Verhältnis gesetzt.

Kinder

Im Durchschnitt haben die Teilnehmenden pro Person über 2,5 Kinder. Die Umfrage beachtete jedoch nicht, ob Personen aus dem gleichen Haushalt

partizipierten, also beispielsweise 2 Elternteile der gleichen Familie. Die Anzahl an Kindern reicht von einem Kind bis mehr als 5 Kinder. Zwei (37%) bis drei (25%) Kinder sind dabei prozentual am stärksten vertreten. Drei Prozent der Befragten haben mehr als 5 Kinder. Bezogen auf das Alter der Kinder, haben die meisten Teilnehmenden Kinder im Alter von 3-6 Jahren (24%) und 7-12 Jahren (36%). Bei 12% der Befragten gibt es erwachsene Kinder. Mit 23% ist fast ein Viertel der Befragten alleinerziehend. Von dieser Gruppe kennen 8 Personen Angebote im MV und 5 davon nutzen sie auch. Es wurde in den primären Altersgruppen analysiert, welche Altersstufe der Kinder am häufigsten vertreten ist, um diese Ergebnisse bei Bedarf in ein Verhältnis mit anderen Komponenten setzten zu können und als Hintergrundinformation mit Blick auf die Angebotsgestaltung zu haben. Die Ergebnisse sind den folgenden 2 Tabellen zu entnehmen.

Table 1: Anzahl der Kinder nach Altersstufe (Eigene Darstellung 2022)

	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50
1	4 (29%)	7 (22%)	4 (17%)	6 (27%)	3 (20%)
2	4 (29%)	12 (38%)	9 (39%)	10 (45%)	3 (20%)
3	3 (21%)	11 (34%)	6 (26%)	3 (14%)	5 (33%)
4	2 (14%)	1 (3%)	3 (13%)		2 (13%)
5	1 (7%)	1 (3%)	1 (4%)	2 (9%)	
Mehr als 5				1 (5%)	2 (13)

Table 2: Alter der Kinder nach Altersstufe (Eigene Darstellung 2022)

	26-30	31-50	36-40	41-45	46-50
Jünger als 3 Jahre	9 (35%)	12 (24%)	7 (17%)	2 (6%)	
3-6 Jahre	10 (38%)	15 (31%)	11 (26%)	5 (14%)	4 (14%)
7-12 Jahre	7 (27%)	19 (39%)	17 (40%)	17 (49%)	10 (36%)
13-18 Jahre		2 (4%)	7 (17%)	8 (23%)	7 (25%)

Älter als 18 Jahre		1 (2%)		3 (9%)	7 (25%)

Muttersprachen

In der Umfrage waren insgesamt 21 unterschiedliche Sprachen vertreten. 51 Personen von der Gesamteilnehmendenzahl gab an, eine oder mehrere Muttersprachen als Deutsch zu haben. Deutsch als Muttersprache wurde von 68 Befragten ausgewählt. Wie der untenstehenden Tabelle zu entnehmen ist, wurden neben Deutsch in der Reihenfolge Türkisch, Arabisch, Polnisch und Russisch am häufigsten als Muttersprache angegeben.

Table 3: Verteilung Muttersprachen Umfrage (Eigene Darstellung 2022)

Afrikaans	1%	Mazedonisch	2%
Albanisch	1%	Polnisch	6%
Arabisch	10%	Portugiesisch	2%
Armenisch	1%	Rumänisch	2%
Bosnisch	2%	Russisch	4%
Deutsch	57%	Schwedisch	1%
Englisch	1%	Serbisch	3%
Französisch	3%	Slowenisch	1%
Griechisch	1%	Türkisch	13%
Jiddisch	1%	Ukrainisch	1%
Kurdisch	3%		

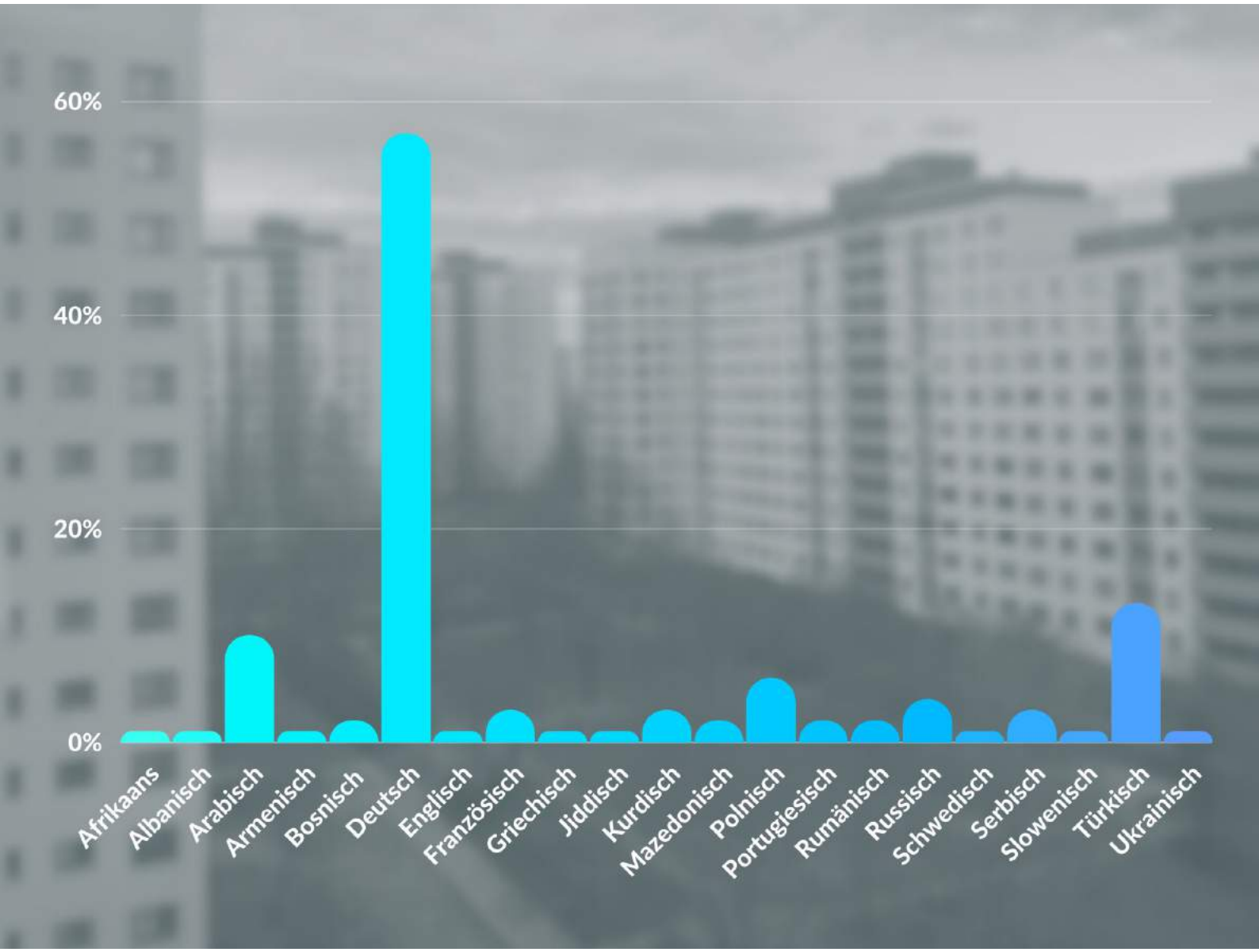
Da explizit dazu aufgefordert wurde, bei Bilingualität oder Polylingualität alle Muttersprachen anzugeben, konnte auch der Aspekt Mehrsprachigkeit untersucht und insgesamt 12 Personen identifiziert werden, auf die dieses Attribut zutrifft. Bei einer Gesamtteilnehmendenzahl von 119 Personen ergibt das ca .10 %.

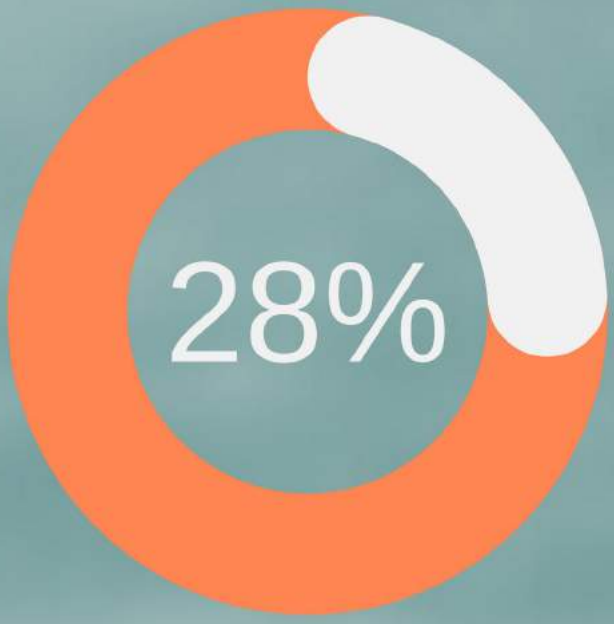
Deutsch – Türkisch = 4 Personen

Deutsch – Arabisch = 1 Person

Deutsch – Französisch = 1 Person

Deutsch – Griechisch	= 1 Person
Deutsch – Polnisch	= 2 Personen
Deutsch – Russisch	= 1 Person
Deutsch – Schwedisch	= 1 Person
Deutsch – Serbisch	= 1 Person



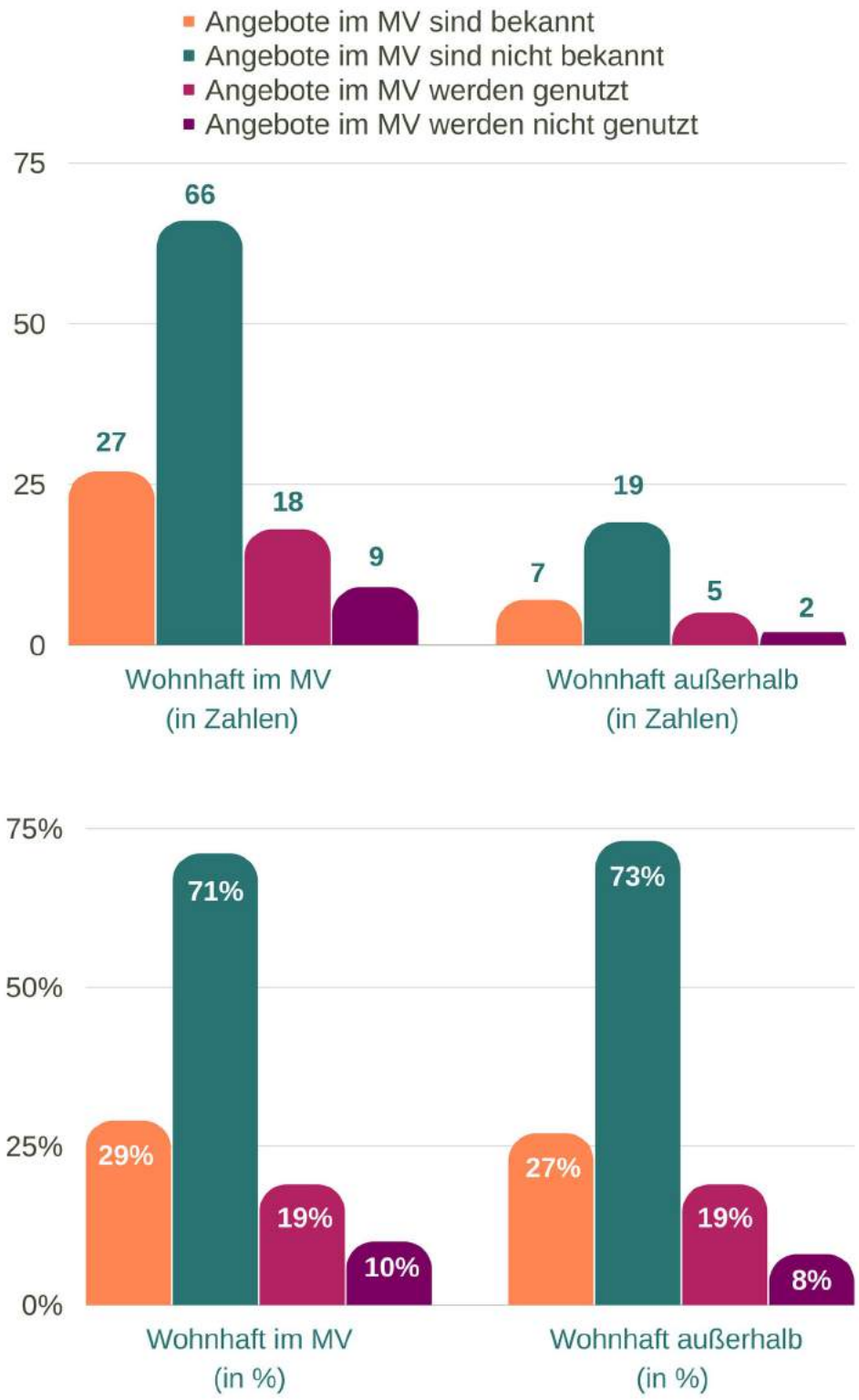


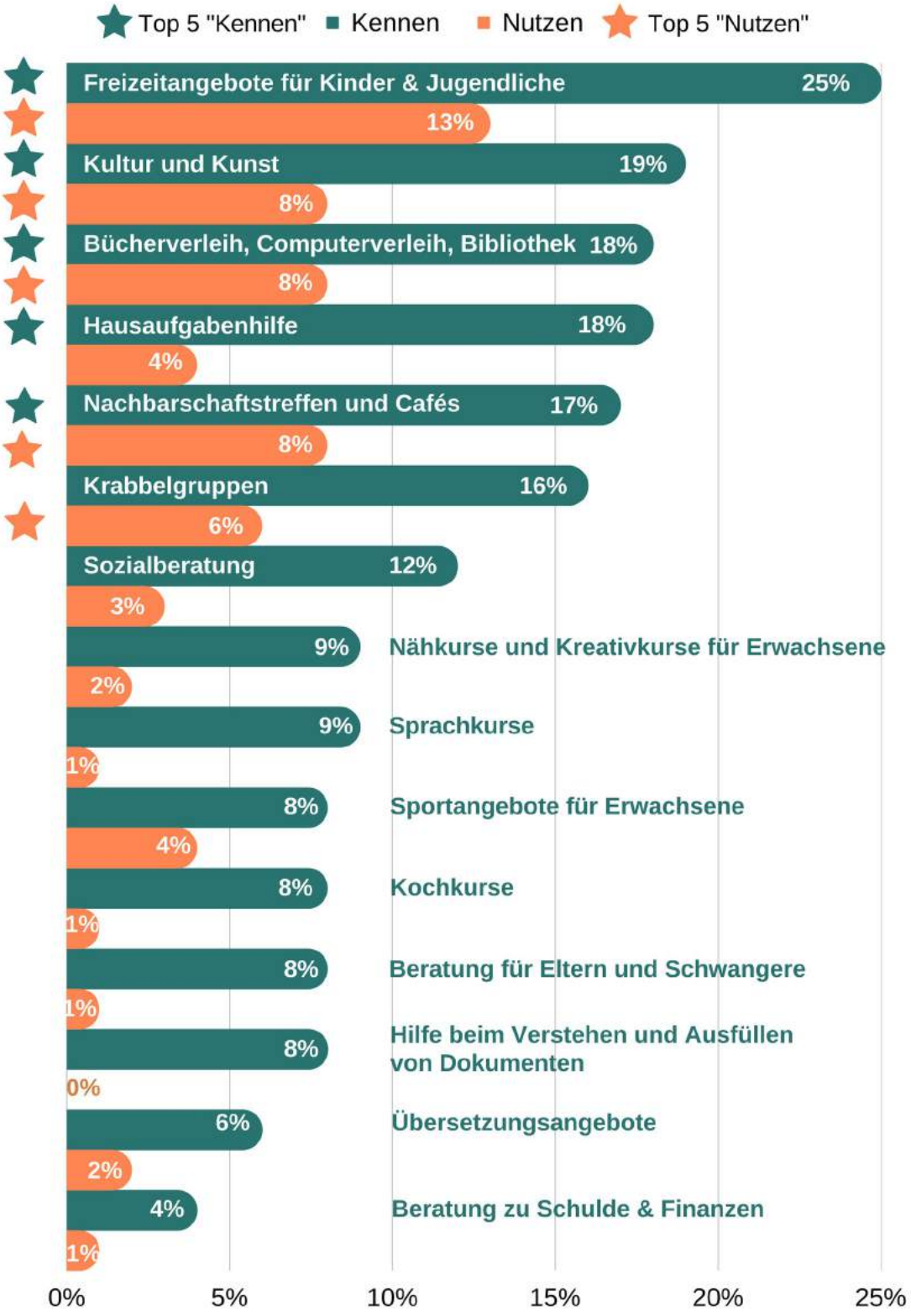
Teilnehmende kennen Angebote im MV

Angebote Bekanntheit & Nutzung

Teilnehmende nutzen Angebote im MV

nach Wohnort




Top 5 "Kennen"
Kennen
Nutzen
Top 5 "Nutzen"
Freizeitangebote für Kinder & Jugendliche 25%
13%
Kultur und Kunst 19%
8%
Bücherverleih, Computerverleih, Bibliothek 18%
8%
Hausaufgabenhilfe 18%
4%
Nachbarschaftstreffen und Cafés 17%
8%
Krabbelgruppen 16%
6%
Sozialberatung 12%
3%
9% Nähkurse und Kreativkurse für Erwachsene
2%
9% Sprachkurse
1%
8% Sportangebote für Erwachsene
4%
8% Kochkurse
1%
8% Beratung für Eltern und Schwangere
1%
8% Hilfe beim Verstehen und Ausfüllen von Dokumenten
0%
6% Übersetzungsangebote
2%
4% Beratung zu Schulde & Finanzen
1%
0%
5%
10%
15%
20%
25%

Bekanntheit und Nutzung aktueller Angebote

In der Gesamtbetrachtung sind die Angebote im Märkischen Viertel nur bei 28% der Befragten bekannt und nur 19% nutzen sie. Aus diesem Grund wurden zu einer deutlicheren Erkenntnisgewinnung die Ergebnisse über die Bekanntheit und Nutzung sowie über die Muttersprachen miteinander ins Verhältnis gebracht. Daraus resultierte, dass von den 51 Personen (42% aller Teilnehmenden), die nicht Deutsch als Muttersprache angaben, 80% aktuelle Angebote im Märkischen Viertel nicht kennen. In diesem Zusammenhang wurde auch untersucht, in welcher Sprache die Umfrage durchgeführt wurde. Insgesamt haben 13 Personen eine andere Sprache als Deutsch für die Umfrage ausgewählt. Von diesen 13 kannte lediglich 1 Person bestehende Angebote. Im Vergleich kannten 65% der Teilnehmenden mit deutscher Muttersprache (insg. 68 Personen) die Angebote nicht. Bei 35% waren sie bekannt.

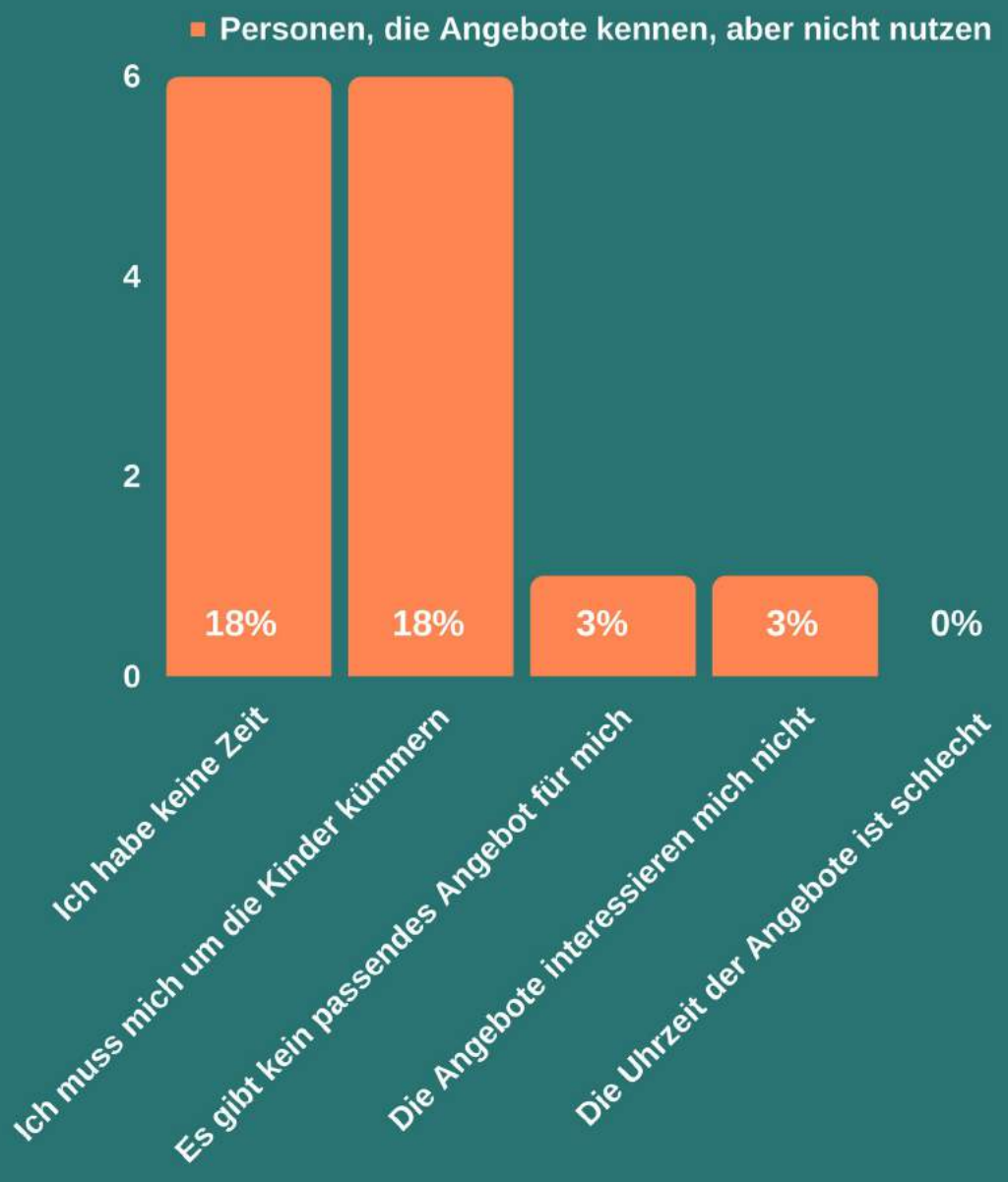
In einer zweiten Überprüfung wurden die Bekanntheit und Nutzung ins Verhältnis zum Wohnort gesetzt.In beiden Kategorien sind Angebote bei weniger als 1/3 der Befragten bekannt und werden von knapp 20% genutzt.

Am bekanntesten sind die Freizeitangebote für Kinder- und Jugendliche (25%). Diese werden mit 13% auch am häufigsten genutzt.[32] An zweiter Stelle stehen Kunst- und Kulturangebote (19%), gefolgt von Bücher- bzw. Computerverleih und Bibliotheken sowie der Hausaufgabenhilfe mit jeweils 18%. Hier gibt es jedoch einen Unterschied in der Nutzung. Während künstlerische, kulturelle Angebote sowie die Verleihe und Bibliotheken gleichsam von 8% der Teilnehmenden genutzt werden, wird die Hausaufgabenhilfe nur von 4% in Anspruch genommen. Nachbarschaftstreffen und Cafés sind ebenfalls 17% der Teilnehmenden bekannt und von 8% genutzt. Krabbelgruppen sind bei 16% der Befragten bekannt und werden von 6% genutzt.

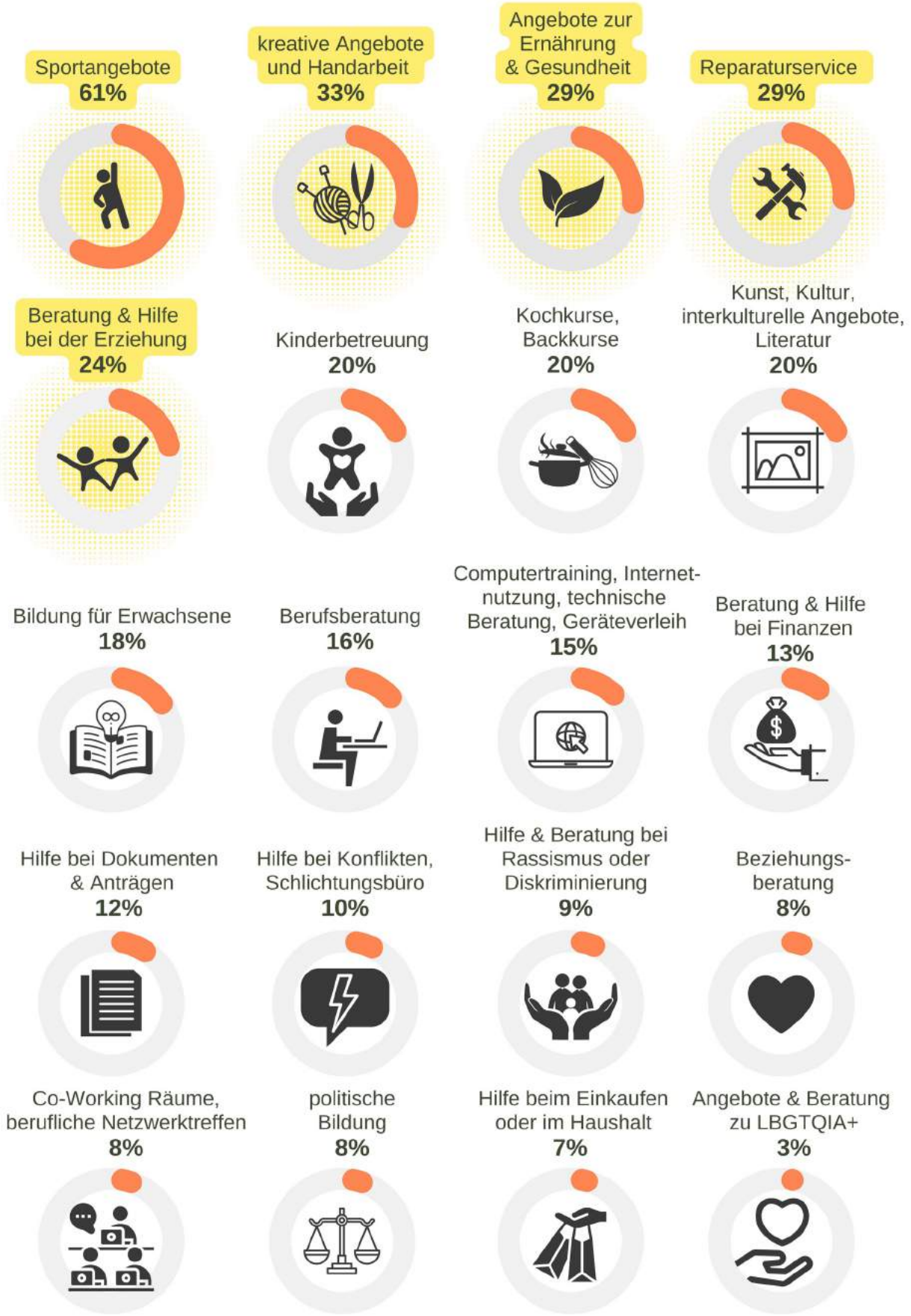
Zwar bekannt doch gar nicht bis kaum genutzt sind Hilfsangebote beim Verstehen und Ausfüllen von Dokumenten (Bekannt 8%, Nutzung 0%), Kochkurse (Bekannt 8%, Nutzung 1%), Sprachkurse (Bekannt 9%, Nutzung 1%) sowie die Beratung für Eltern und Schwangere (Bekannt 8%, Nutzung 1%). Von 11 Personen, die angaben, zwar Angebote zu kennen, aber nicht zu nutzen, wurden als die beiden häufigsten Gründe „Ich habe keine Zeit" (6x) und „Ich muss mich um die Kinder kümmern" (6x) genannt.

32 siehe Abbildung 7, S. 43.

Warum bekannte Angebote nicht genutzt werden



Welche Angebote bräuchtest du?


Sportangebote
61%
kreative Angebote und Handarbeit
33%
Angebote zur Ernährung & Gesundheit
29%
Reparaturservice
29%
Beratung & Hilfe bei der Erziehung
24%
Kinderbetreuung
20%
Kochkurse, Backkurse
20%
Kunst, Kultur, interkulturelle Angebote, Literatur
20%
Bildung für Erwachsene
18%
Berufsberatung
16%
Computertraining, Internet-nutzung, technische Beratung, Geräteverleih
15%
Beratung & Hilfe bei Finanzen
13%
Hilfe bei Dokumenten & Anträgen
12%
Hilfe bei Konflikten, Schlichtungsbüro
10%
Hilfe & Beratung bei Rassismus oder Diskriminierung
9%
Beziehungs-beratung
8%
Co-Working Räume, berufliche Netzwerktreffen
8%
politische Bildung
8%
Hilfe beim Einkaufen oder im Haushalt
7%
Angebote & Beratung zu LBGTQIA+
3%

Angebotsbedarf (inkl. Wünschen)

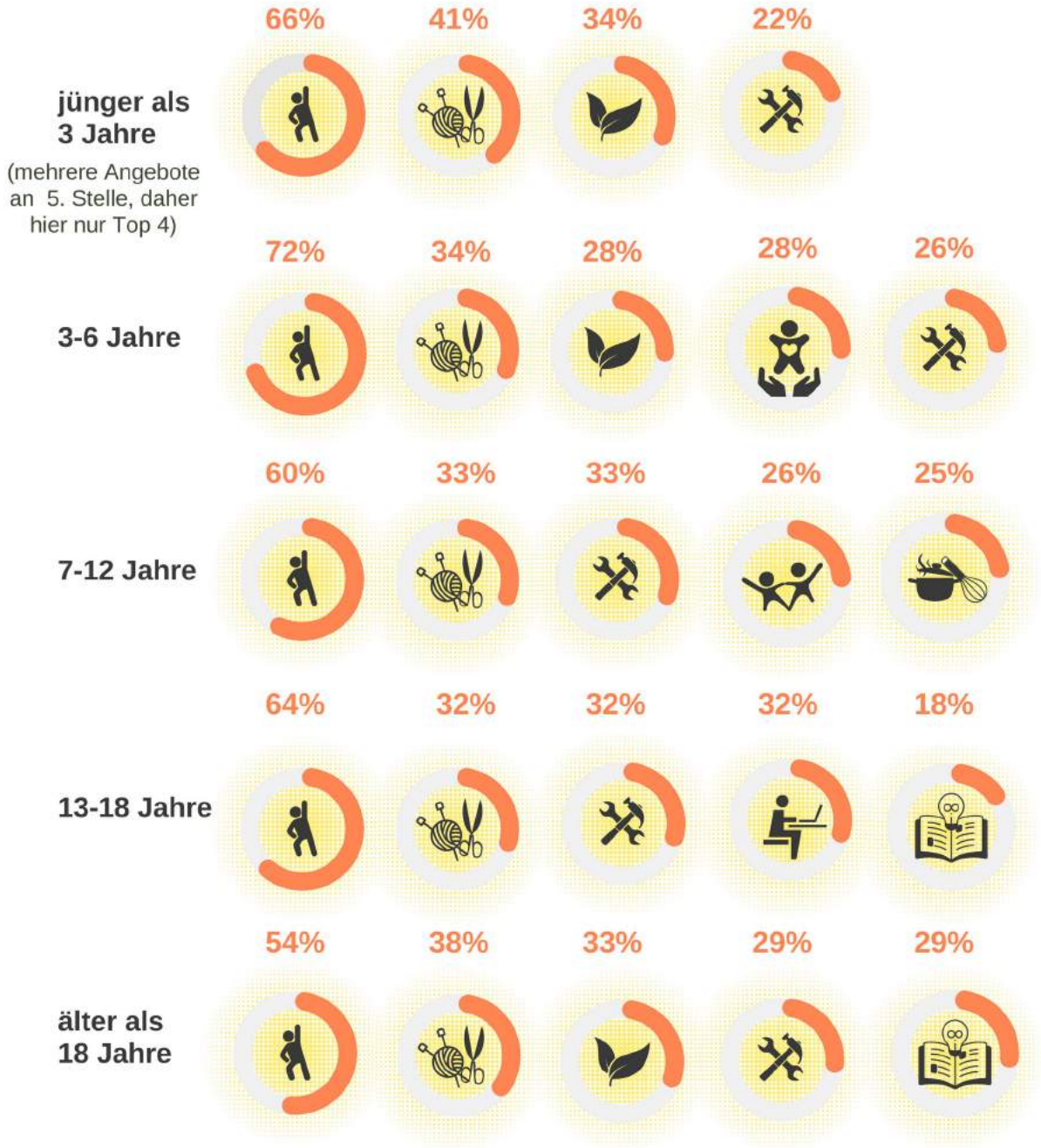
An oberste Stelle und weit vor allen anderen Angeboten steht der Bedarf an Sportangeboten, wie z.B. Fitness, Tanzen, Yoga, Fußball, Boxen etc. mit 61%. Darauf folgen kreative Angebote mit 33%. Platzgleich ist der Bedarf nach Angeboten zur Ernährung und Gesundheit sowie Reparaturservice von beispielsweise Fahrrädern und Haushaltsgeräten mit jeweils 29%. An fünfter Stelle werden Beratungsangebote und Hilfe bei der Erziehung mit 24% laut der Teilnehmenden am meisten gebraucht. Auch bei der offenen Frage nach konkreten Wünschen oder Angeboten ist Sport und Bewegung ein wiederholendes Thema. Von den 25 Beiträgen enthalten 7 (28%) Begriffe wie Schwimmen, Sport, Tanz oder Bewegung.

Zusätzlich wurde der Angebotsbedarf in Abhängigkeit zum Alter der Kinder untersucht, um festzustellen, ob sich der Angebotsbedarf in einer Altersstufe der Kinder sehr zu einer anderen unterscheidet. Die Altersstufe bedeutet, die befragte Person hat entweder insgesamt nur ein Kind oder bei mehreren Kindern mindesten ein Kind in dieser. Doch auch hier finden sich Sportangebote, Kreativangebote und Reparaturservice am häufigsten.

Die Mehrheit der Befragten (51%) wünscht sich, dass Angebote hybrid – also sowohl in Präsenz als auch online – angeboten werden. 41% sind für reine Präsenzangebote und lediglich 8% für ein reines Onlineformat. Bei dieser Frage wurde explizit darauf hingewiesen, dass sich diese nicht auf Angebote im Haushalt oder auf die Kinderbetreuung beziehen. Die Wunschzeiten liegen mit 51% deutlich am Nachmittag (zwischen 14:00 und 18:00 Uhr), gefolgt vom Wochenende mit 41% und abends ab 18:00 Uhr mit 39%. Die Mittagszeit zwischen 12:00 und 14:00 Uhr eignet sich mit nur 16% für die wenigsten. Vormittags bis 12:00 Uhr wäre für 31% der Befragten machbar.

Angebotsbedarf nach Alter der Kinder*

**bedeutet, dass die befragte Person entweder ein Kind oder bei mehreren Kindern mind. 1 Kind in der Altersstufe hat*



So etwas wie die Titzia in der Tietzstr.; ein kreativer, hilfsorientierter und verlässlicher Familientreff mit zahlreichen Angeboten für die Familie bzw. Kinder.

Einstieg in die Grundschule

Musik-angebote

Sport für Frauen, Bewegung für Kinder

Schwimmangebote für Kinder, die keinen Verein besuchen

Wieder einen Wasser-spielplatz, Tierefarm Lübars und Flohmärkte

Sprachkurse

Hausaufgaben-hilfe, Kinderhhilfe

Saubere Straßen

Welches Angebot fehlt dir? Was für ein konkretes Angebot wünschst du dir im MV?

Stimme aus dem MV

Stimme außerhalb des MV's

Angebote, die mit Kindern zusammen durchgeführt werden können. Wenn die anderen Angebote nicht für Kinder gedacht sind, dann auch insb. Angebote, Spielmöglichkeiten.

Mehr Familiencafés

Ausbildung, Schule

Als meine Kinder noch klein waren, habe ich mir eine Krabbelgruppe oder eine "Wir-gehen-zusammen-auf-den-spielplatz"-Gruppe gewünscht.

Ein Angebot für kleinere Kinder wäre toll! So etwas wie Kinderturnen oder Mini-Kickers!

Hausaufgaben-hilfe

Nachhilfe für kinder: Englisch und Deutsch

Sport für mein Kind, ohne dass ich bei den Beiträgen pleite bin.

Tanzen, Yoga

Kostenlose Schwimm- und Sportgruppen für Kinder

Väterarbeit

Gemeinsam mit Alt und Jung sich zu treffen. Es gibt Jugendtreffs und Seniorentreffs, aber warum nicht generationsübergreifend?

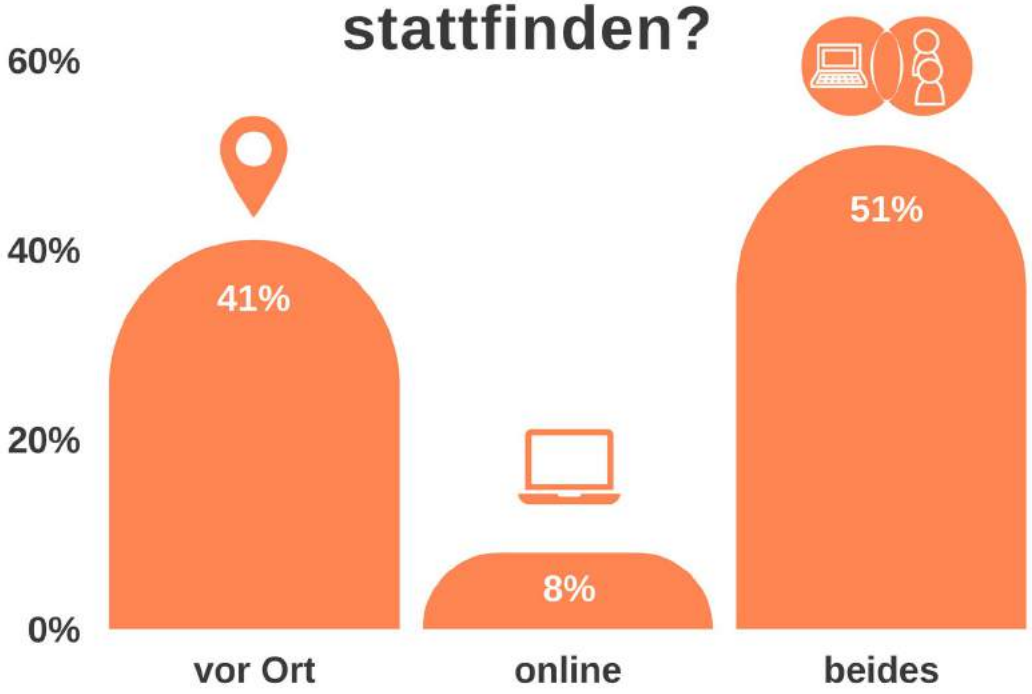
Stärkere Vernetzung der unterschiedlichen Angebote

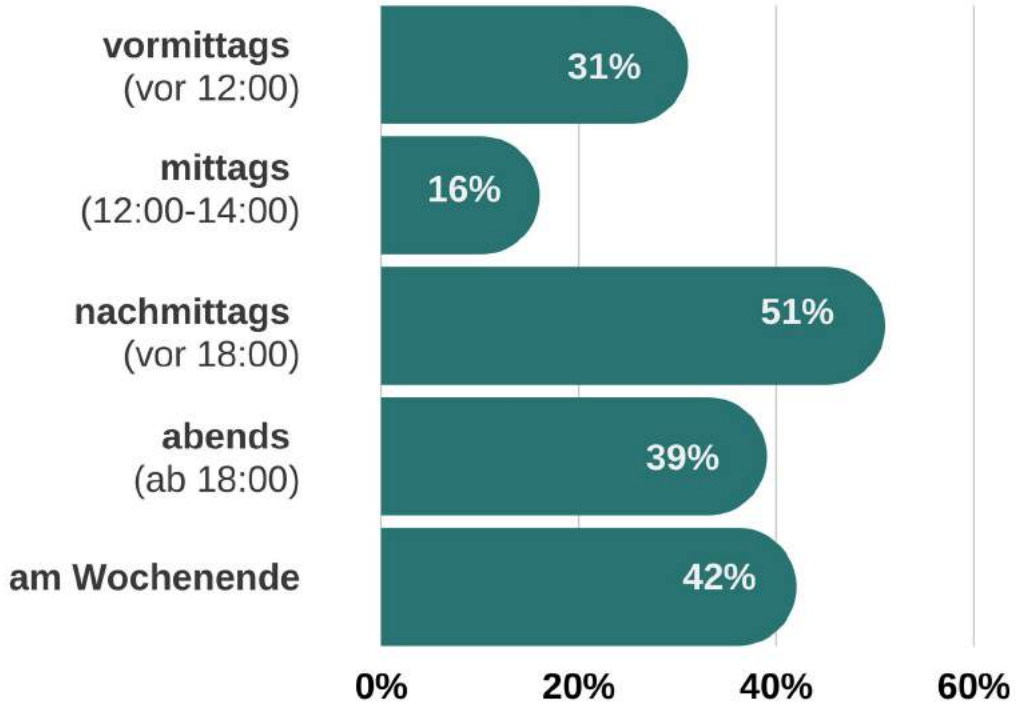
Umweltschutz, Nachhaltigkeit, z.B. Mülltrennung

Wohnungs-beratung

Tanzkurse

Wie und wann sollten die Angebote stattfinden?





Wie suchst du nach Angeboten?

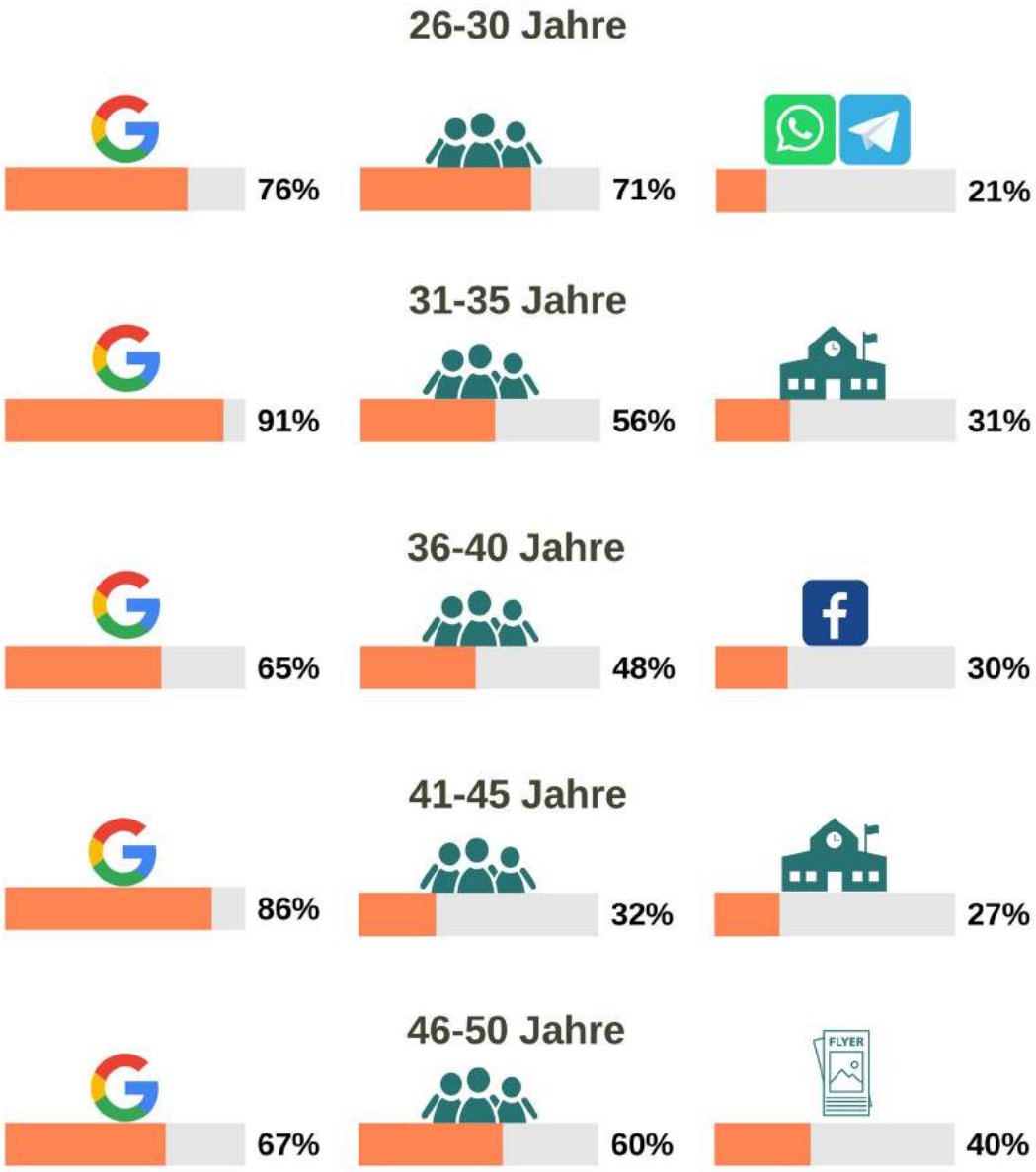
76%
Internet, Google
54%
Bekannte, Freundschaften, Familie
24%
Kita, oder Schule
24%
Plakate, Außenwerbung
FLYER
20%
Fyer und Aushänge
19%
Facebook
17%
Werbung im Briefkasten
16%
Arbeit
16%
Sonstiges
12%
Whatsapp, Telegram
HALLO NACHBAR
11%
Zeitung, "Hallo Nachbarn"-Magazin
8%
Instagram
6%
Fernsehen
5%
Stadtteilmütter, Familienlots:innen, Beratung
4%
Jobcenter, Arbeitsagentur, Jugendamt
3%
Briefe
MÄRKISCHES VIERTEL
3%
MV Mein Viertel App
3%
TikTok
2%
Twitter

Angebotssuche

Als häufigstes Medium zu Angebotssuche wird vor dem internen Informationsfluss im Familien- und Bekanntenkreis (54%) die Internetsuche bzw. Google genutzt (76%). An dritter Stelle steht im gleichen Verhältnis die Werbung im öffentlichen Raum in Form von Plakaten oder Werbung an beispielsweise Bushaltestellen sowie Informationen über die Kita oder Schule durch Elternabende, Elterninformationen oder Aushängen mit jeweils 24%, gefolgt von Flyern und Aushängen allgemein (20%). Unter den Befragten am wenigsten für die Angebotssuche genutzt sind die digitalen Medien Twitter (2%), TikTok (3%), MV Mein Viertel App(3%) sowie das Printmedium Briefe (3%).

Auch in der detaillierten Analyse der Altersstufen liegen die Internetsuche bzw. Google sowie der Familien- und Bekanntenkreis bei allen Altersstufen zwischen 26 und 50 Jahren auf den ersten beiden Plätzen der Methoden der Informationsbeschaffung zu Angeboten. Lediglich der dritte Platz unterscheidet sich: Bei den 26-30 Jährigen werden zusätzlich WhatsApp oder Telegram verwendet (21%). Hingegen sind es die Kita oder Schule der Kinder in den Altersstufen 31-35 Jahre (31%) sowie 41-45 Jahre (27%). Die 36-40 Jährigen nutzen als drittes Medium die Plattform Facebook als Soziales Netzwerk (30%) und die 46-50 Jährigen klassische Flyer bzw. Aushänge (40%).

Top 3 Medien nach Altersstufe



Auswertung der Hypothesen und Fazit

Auswertung der Hypothesen

I. Angebote müssen im Rahmen der Partizipation mehrsprachig beworben bzw. angeboten werden.

Die am meist vertretenste Altersgruppe der Gesamtbevölkerung im MV sind die 30-50 Jährigen (24,2%). Auch in der Umfrage spiegelt sich das wider. Die Altersstufe der 31-35 Jährigen war mit 27% besonders präsent. Bei der Betrachtung dieser Ergebnisse muss jedoch beachtete werden, dass sich die Umfrage explizit an Eltern richtete. Somit kann gesagt werden, dass die Elternschaft in dieser Altersstufe besonders präsent ist. Aussagen über die allgemeine Verteilung der Altersstufen auf die Gesamtbevölkerung können aus dieser Erhebung jedoch nicht genommen werden.

Die kulturelle Vielfalt des MVs wird in dieser Umfrage anhand der Sprachenvielfalt deutlich und repräsentiert die eingangs bereits beschriebene Diversität des Stadtteils. Obwohl die Umfrage keinen Anspruch auf Repräsentativität erhebt, ist hervorzuheben, dass die ausgewählten Muttersprachen den Querschnitt der statistisch erhobenen kulturellen Gruppen im ähnlichen Verhältnis darstellt und somit die Sprachauswahl für die Umfrage bestätigt. Es könnte argumentiert werden, dass ebene jene Sprachen öfter gewählt werden, da sie angeboten und durch die Flyer gezielt angesprochen wurden.

Innerhalb der Teilnehmenden gab es 10% der Personen, die bilingual aufgewachsen sind. Mit den knapp 43%, die Deutsch nicht als Muttersprache haben und den davon 13 Personen lässt sich Bezug zu der Frage nehmen, inwiefern die mehrsprachige Verbreitung bzw. Bewerbung von Angeboten relevant ist. Zunächst einmal sollte hierbei der Aspekt Mehrsprachigkeit genauer betrachtet werden und eine repräsentative Erhebung zum Sprachstand und Sprachverhältnis zwischen den Sprachen durchgeführt werden. Es ist relevant, dass dabei stets die Option gegeben wird, mehrere Muttersprachen angeben zu können. Daraus ließe sich dann ein realistisches Bild entwickeln, welche Sprachen es wirklich in Textfassungen bedarf und mehrheitlich vertreten sind. In dem Beispiel dieser Umfrage wären es arabisch, türkisch, polnisch, russisch und kurdisch. Diese waren am häufigsten vertreten unter jenen, die Deutsch nicht als Muttersprache haben. Allerdings erhebt die Umfrage nicht, ob die Personen Deutsch sprechen und wenn ja, auf welchem Sprachstand sie sind. Sollte ein Angebot mehrsprachig beworben werden, ist es nötig, darüber zu informieren, in welcher Sprache bzw. Sprachen das Angebot tatsächlich stattfindet. Außerdem sollten sprachliche Randgruppen nicht

vernachlässigt werden. Im Vordergrund muss daher die Frage nach der Zielgruppe stehen.

Die Umfrage gibt keine Auskunft darüber, ob auch die Angebote an sich in anderer Sprache angeboten werden müssten, da von den 34 Personen, die Angebote nutzen sind 24 Personen Deutsch-Muttersprachler:innen (u.a. neben anderen Sprachen) sind.

Über den Faktor ‚Alleinerziehend' konnte kein nennenswerter Unterschied hinsichtlich Kennen, Nutzen oder Bedarf von Angeboten im Vergleich zu Personen in Erziehungspartnerschaften gemacht werden.

II. Die aktuelle Angebotspalette ist nicht bekannt genug und wird nicht ausreichend genutzt.

Die Hypothese, die aktuelle Angebotspalette sei nicht bekannt genug und wird nicht ausreichend genutzt, hat sich im Rahmen dieser Teilnehmendengruppe in vollem Umfang bestätigt. 29% der Befragten kennen Angebote im Märkischen Viertel und weniger, als 1/5 nutzen sie. Die größte Diskrepanz zwischen Bekanntheit und Nutzung liegt dabei im Angebotsspektrum der Hilfen und Beratungen. Da der weitere Verlauf der Umfrage jedoch zeigt, dass es durchaus einen Bedarf in diesen Feldern gibt, lässt sich schlussfolgern, dass die Angebote die Zielgruppe nicht erreichen und Personen, die über die Angebote Kenntnis haben, in diesem Bereich keinen Bedarf empfinden. Das führt zu der geringen Nutzung, die auch von den anfangs erwähnten Mitarbeitenden empfunden und benannt wurde. In diesem Kontext wäre es zudem hilfreich, zu überprüfen, wie Beratungs- und Hilfsangebote, die beispielsweise über das Jugendamt laufen, wahrgenommen werden und inwieweit möglicherweise eine Hemmschwelle besteht, diese anzunehmen bzw. ob es Ängste oder Vorbehalte gegenüber den bereits bestehenden Hilfs- und Beratungsangeboten gibt.

III. Die aktuelle Angebotspalette deckt sich nicht mit dem Bedarf der Befragten.

Der Hypothese, die Angebotspallette decke sich nicht mit dem Bedarf von Eltern, kann nur teilweise zugestimmt werden. Zunächst stellte es sich als sehr herausfordernd heraus, eine aktuelle Übersicht ausfindig zu machen. Angebotslisten sind zum Teil veraltet und zum anderen schwer auffindbar. Die Angebotsliste der BENN's wurde als Orientierungsrahmen und Grundlage für die Überprüfung genommen, da auf Grund der Pandemie ab

2020 Angebote nicht in ihrem gewohnten Rahmen stattfinden konnten und teilweise komplett eingestellt wurden. Wie schon angemerkt. Handelt es sich bei dieser Liste jedoch nicht um ein öffentliches Dokument. Öffentliche Übersichten sind teilweise widersprüchlich, unvollständig und nicht aktuell.

Bei der Analyse des Bedarfs spielten das Alter oder die Anzahl der Kinder auf Grundlage der Ergebnisse dieser Umfrage nur minimal eine Rolle. Unabhängig dieser Faktoren ist in allen Gruppen der Bedarf an kostenlosen und niedrigschwelligen Sport- und Bewegungsangeboten am höchsten. Die Erkenntnis, dass es an Sport- und Bewegungsangeboten mangelt, ist jedoch keine neue. Bereits in der fokusorientierten Sozialraumanalyse des Lokalen Bildungsverbundes im Märkischen Viertel von 2019 wird dieser Bedarf deutlich[33] und wurde in die Handlungsempfehlung bzw. Meilensteine aufgenommen. Verglichen mit der Tabelle von 2019 und sonstigen Recherchen ist er aktuell jedoch nicht abgedeckt. Lediglich über kostenpflichtige Sportvereine oder -studios können Kurse besucht werden. Inwiefern sich den Erkenntnissen der Sozialraumanalyse und der vorliegenden Arbeit mit Wiederaufnahme bzw. Neugestaltung der Angebote angenommen und an den Bedarf angepasst wird, kann eine Vergleichsstudie in ein bis zwei Jahren überprüfen.

An zweiter Stelle steht der Bedarf für Kreativangebote. Zu diesen werden zwar einige aufgelistet, wie z.B. das Nähcafé, jedoch mangelt es an Aktualität und Bewerbung der Kurse. Auch das Thema Gesundheit und Ernährung hat beim Bedarf einen besonders hohen Stellenwert erhalten ebenso wie der Reparaturservice. Werden diese vier verschiedenen Angebotsgruppen einzeln betrachtet, ließe sich sagen, dass Angebot und Bedarf nicht deckungsgleich sind.

Eine hohe Diskrepanz gibt es jedoch an fünfter Stelle. Dort ist allgemein ein Bedürfnis für Beratung und Hilfe bei der Erziehung bei fast einem Viertel der Teilnehmenden zu verzeichnen, obwohl der Schwerpunkt der Angebotslandschaft im Hilfe- und Beratungsbereich liegt. Hier lässt sich demnach definitiv sagen, dass der Bedarf sich zwar in der Angebotspalette widerspiegelt, jedoch nicht bei den Familien präsent ist. Das kann zum einen an der Bewerbung der Angebote liegen, zum anderen an einer mangelhaften aktuellen und leicht zugänglichen Übersicht.

Ein ähnliches Bild zeichnet sich bei der Detailbetrachtung der Bedarfe nach Altersstufe der Kinder ab: Neben den bereits genannten Angeboten wurde der Wunsch nach einer Berufsberatung sowie Kurse in der Erwachsenenbildung genannt. Auch diese werden laut Übersicht bereits angeboten.

33 vgl. Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018), S. 17 f.

Neben Aktualität und Art der Bewerbung könnte die Begrifflichkeit eine Problematik darstellen. Im Rahmen einer weiteren bzw. aufbauenden Forschungsarbeit wäre es angebracht, Angebotsbezeichnungen hinsichtlich ihrer Assoziation zu untersuchen. Dadurch kann eine Erkenntnis darüber gewonnen werden, wie Angebote, insbesondere in der Hilfe und Beratung, betitelt sein müssen, damit Interessierte sofort die richtige Verknüpfung zu ihnen haben. Ferner könnte die Hemmschwelle, Hilfe zu suchen bzw. anzunehmen ein weiterer Grund dafür sein, warum bereits bestehende Hilfsangebote und -strukturen nicht genutzt werden. Dieser Aspekt wird im Rahmen dieser Arbeit jedoch nicht analysiert. Aussagen zu dieser Annahme lassen sich zudem nicht aus der Umfrage gewinnen.

Zur Gestaltung der Angebote gehört auch die Uhrzeit, wann diese stattfinden. Laut der Umfrage bevorzugen Eltern eine Angebotsgestaltung an Nachmittagen bzw. frühen Abendstunden sowie am Wochenende. Es wird vermutet, dass der Grund in diesem Ergebnis darin liegt, dass die befragten Personen entweder selbst berufstätig sind oder auf eine Person angewiesen sind, die die Betreuung der Kinder übernimmt. Grundlage der Vermutung sind die Aussagen dazu, warum Angebote nicht genutzt werden, wenn sie bekannt sind. Die Zahlen dazu sind in dieser Studie nicht repräsentativ, können jedoch ein Indiz dafür geben, warum Angebote trotz Bedarf nicht angenommen werden. Für ein allgemein-gültiges Bild müsste diese These in einem größeren Rahmen überprüft werden. Auf Grund der genannten Schwierigkeiten bezüglich der Aktualität laufender Angebote wurde hinsichtlich der Uhrzeit keine Analyse zu jetzigen Angebotszeiten durchgeführt. In einer Folgestudie oder einer erweiterten Überprüfung während eines „Normalbetriebs" wäre es jedoch ein relevanter Aspekt. Mögliche Herausforderungen bei einer Anpassung der Angebotszeiten könnten sein, qualifiziertes Personal zu finden, das bereit ist, am Nachmittag/ Abend sowie am Wochenende zu arbeiten. Auch würde es erschweren, Personen anzustellen, die selbst Kinder im Baby-, Kleinkind- oder Grundschulalter haben, da diese selbst auf eine Kinderbetreuung – extern oder durch eine Partnerschaft, die im abgepassten Rhythmus arbeitet, angewiesen sind. Für Studierende oder Menschen ohne Kinder könnten solche Arbeitszeiten jedoch einen Anreiz bzw. Vorteil bieten.

Dass die Pandemie unsere Sicht und Bedarfe mit beeinflusst, zeigt sich in der Frage, wie Angebote stattfinden sollen. Über 50% der Teilnehmenden sind für Angebote im hybriden Format, sprich vor Ort sowie digital. Sicherlich hängt dieser Aspekt auch davon ab, um was für Angebote es sich handelt. Im Rahmen dieser Umfrage wurde jedoch nur der allgemeine Bedarf hinsichtlich dieses Aspekts ermittelt, nicht jedoch eine Spezifizierung durchgeführt.

IV. Dem soziale Umfeld wird bei der Angebotssuche eine Kernfunktion zukommen. Angebote müssen zudem altersbezogen beworben werden. Digitale Medien werden Printmedien bei der Informationssuche bevorzugt.

Die Ergebnisse der Umfrage haben deutlich die Informationsbeschaffung der Teilnehmenden dargestellt. Die Internetsuche sowie das soziale Umfeld stehen dabei an oberster Stelle. Gleichzeitig hat die theoretische Auseinandersetzung mit der online Angebotssuche die damit verbundenen Hürden und Komplexität aufgewiesen. Die Nutzung einer Suchmaschinenoptimierungen ist hier neben der Bündelung der Angebote für eine nutzer:innenfreundliche Suche ratsam. Die elementare Bedeutung von Multipliktator:innen innerhalb der Zielgruppe wird aus der Analyse ebenso bestärkt und verdeutlicht die Relevanz genuiner Beziehungen. Eine allgemeine Aussage über die Bewerbung von Angeboten kann jedoch nicht getroffen werden, da die Gesamtheit der Medien sich je nach Einrichtung und Angebot unterscheiden kann und im Rahmen dieser Forschungsarbeit weder erfasst noch untersucht wurden. Der Fokus lag in diesem Kontext auf einer stichprobenartigen Überprüfung der Angebotssuche im online Format. Im Rahmen der Befragung wurden jedoch diverse Methoden erfasst, sodass Einrichtungen und Träger selbst ihre Form der Angebotsbewerbung mit den Ergebnissen der Zielgruppe vergleichen können. Die These, die Mediennutzung zu Informationssuche würde sich innerhalb der Altersstufen deutlich unterscheiden, kann nur bedingt zugestimmt werden. Bei allen Altersstufen lassen sich die zwei zuvor genannten Wege mehrheitlich wiederfinden. Lediglich an dritter Stelle wird mit einer Nutzung von ca. einem Drittel bis zu einem Viertel der Befragten in der jeweiligen Kategorie ein unterschiedliche Informationssuche genannt. Tatsächlich bestätigte sich, dass Flyer und Aushänge in der Altersstufe 46-50 Jahre einen hohen Anklang finden. Jedoch auch im Gesamtbild werden diese von einem Fünftel der Befragten für die Angebotssuche genutzt.

Die Umfrage stellt ein Abbild des aktuellen Bedarfs und der Informationssuche in den verschiedenen Generationen dar. Wichtig ist jedoch auch ein vorausschauender Blick. Die Plattformen sozialer Medien sind in der Regel generationsgebunden und wachsen bzw. verändern sich mit dieser, wie am Beispiel Facebook ersichtlich ist[34]. Daher sollte beobachtet werden, welche sozialen Medien bzw. Netzwerke aktuell bei der Teenager- und junge Erwachsenengeneration genutzt wird und dieses auf die Bedarfe in 5 bis 10 Jahren gedacht werden[35].

34 Computerwoche Tech (2009).
35 vgl. Duggan/Brenner (2013), S. 2 ff.

Der derzeit gestreute Informationsfluss bedarf einer Bündelung und anschließend zielgerichteten Verbreitung über die Informationskanäle der jeweiligen Alters- bzw. Zielgruppen.

Fazit

„Nachhaltigkeit im Quartier entsteht durch die Einbindung der Bewohnerinnen und Bewohner. Die aktive Beteiligung der Bewohnerschaft am Zusammenleben im Quartier ist das A und O.[36]" Diesem Auftrag ist die vorliegende Arbeit mit Blick auf Eltern als Zielgruppe als ersten Schritt nachgegangen. Es darf jedoch nicht nur bei der Analyse bleiben. Wichtig sind aktive Veränderungen, basierend auf den nun vorliegenden Ergebnissen. Dabei sollte die Zielgruppe in die verschiedenen Prozessetappen ebenfalls mit einbezogen und eine deutliche Verlinkung hergestellt werden. So wird die Selbst- und Mitwirksamkeit für alle Akteure sichtbar und spürbar.

Insbesondere der Bereich Sport- und Bewegung muss im Rahmen kostenfreier, niedrigschwelliger Angebote stärker ins Visier genommen und angegangen werden. Aber auch allgemein wird der hohe Bedarf nach Gemeinschaft und körperlicher, haptischer Tätigkeit außerhalb des Hilfe- und Beratungskontext deutlich erfasst. Die Wahrnehmung von Bedarfen für Anwohner:innen sowie die Implementierung von Angeboten im Freizeit- und Gesundheitsbereich für Erwachsene ist wichtig, um soziale Durchmischung zu wahren und das Wohlbefinden sowie die Zufriedenheit im Kiez zu fördern. Um dies zu erreichen, müssen Angebote im Internet leichter zu finden sein und deshalb Suchmaschienenoptimierungen stärker zum Einsatz kommen. Auch der Rolle von Multiplikator:innen innerhalb der Zielgruppen sollte mehr Bewusstsein geschenkt werden und Angebote mit ihnen gedacht und geplant werden. Sie stellen einen der wichtigsten Informationskanäle dar.

Angebote sollten sich möglichst an der Verfügbarkeit der potenziellen Teilnehmenden orientieren und dort – wo es sich anbietet – Flexibilität hinsichtlich der Teilnahme (Präsenz oder online) bieten.

Innerhalb der Angebote zu Hilfen und Beratungen gibt es eine große Diskrepanz. Während auf der einen Seite die Angebotspalette gerade in diesen Bereich besonders stark ausgerichtet ist, werden sie von den Befragten kaum in Anspruch genommen. Gleichzeitig besteht jedoch ein hoher Bedarf insbesondere im Bereich Erziehung. Hier müssen die Ursachen tiefer ergründet und entsprechende Maßnahmen gestartet werden.

36 von Oswald/Montero/Siegert/Pfeffer-Hoffmann (2020), S. 19.

9

Handlungs-empfehlungen

Handlungsempfehlungen

Basierend auf den zuvor erläuterten Erkenntnissen, wurden ***9 Ansätze*** als Inspirationen für eine Handlungsempfehlung zur Neuorientierung zusammengetragen. Diese unterscheiden sich in ihrer Komplexität, ihrem Aufwand sowie den notwendigen Akteur:innen und Ressourcen. Es handelt sich hierbei jedoch nicht um ausgearbeitete Konzepte, sondern um Impulse, die die zuvor beschriebenen Mängel und Herausforderungen aufgreifen und für diese einen Lösungsansatz darstellen. Zum Teil werden bereits angegangene Ansätze aufgegriffen und weitergedacht als auch innovative, nicht ferner konkretisierte oder sich bereits in der Umsetzung befindende Impulse gegeben.

I. Angebote im hybriden Format

Anstatt zu dem Status Quo vor den pandemischen Zeiten komplett zurückzukehren, ist es ratsam, zu überlegen, welche Erkenntnisse aus den vergangenen 2 Jahren gewonnen werden konnten und welche Vorteile die notgedrungenen Veränderungen im Format der Angebote mit sich brachten. Flexibilität und Zeitersparnis sind dabei zwei relevante Stichworte. Insbesondere bei Angeboten der Beratung und Hilfe sowie Kursen der Erwachsenenbildung ist es denkbar, diese langfristig und dauerhaft hybrid anzubieten. Als Beispiel dient dazu die aktuelle Option, diverse Arztgespräche und psychotherapeutische Termine auch im Telefon- oder Videoformat wahrzunehmen. Eltern könnte dies eine größere Flexibilität bieten und die Teilnahme erhöhen, da Wegzeiten eingespart werden und Termine ein kürzeres Zeitfenster benötigen. Zudem ermöglicht es die Teilnahme auch, wenn beispielsweise die geplante Kinderbetreuung spontan ausfällt oder wenn die teilnehmende Person sich selbst angeschlagen fühlt.

Anbieter:innen brauchen zwar die nötige, digitale Ausstattung, aber ihre Sprechzeiten können in gleichen Maßen angeboten werden.

II. Imagekampagne Beratungs- und Hilfsangebote

Die Diskrepanz zwischen der Nutzung vorhandener Hilfe- und Beratungsangebote und dem gleichzeitig existierenden Bedarf dieser muss sich angenommen werden. Eine Imagekampagne an Schulen und Kitas in Form von z.B. Elternrunden oder informellen „Hangouts" gemeinsam gestaltet mit den Soziallots:innen oder Familienlots:innen schafft hierbei einen Raum zur Begegnung und lädt zum Austausch ein. Davon unabhängig

sollte jedoch genauer untersucht werden, worin die Hemmschwelle zur Nutzung bereits existierender Angebote liegt, sofern diese nicht an die Art der Bewerbung geknüpft ist.

III. Street-Workout/ Outdoor-Gym in Kombination mit „sozialem Kiosk"

Mit Blick auf die Corona-Pandemie und den Schließungen vieler Einrichtungen sowie dem Mangel an kostenfrei betriebenen Sportangeboten für Erwachsene, kam sofort der Gedanke für die Nutzung öffentlicher Flächen auf und der Verlegung an Bewegungsangeboten nach draußen in Form von Street-Workout Flächen sowie Outdoor-Fitnesstudios. Aktuell gibt es im gesamten Märkischen Viertel ein Calisthenics Gym am Seggeluchbecken[37]. Im Rahmen der Neugestaltung der Außenanlagen des Märkischen Viertels wurden unter Partizipation der Bewohner:innen und Kinder u.a. auch weitere Calisthenics-Parks angedacht[38], wie zum Beispiel in der Wohnhausgruppe 909. Da sich die Projekte noch in der Bauphase befinden, kann kein Rückschluss auf einen Erfolg der Implementierung weiterer Outdoor-Fitness-Parks geschlossen werden. Dies bestätigt allerdings ein Wiederaufgreifen der Thematik in einer erneuten Umfrage, aufbauend auf den vorliegenden Ergebnissen, in ca. 3-5 Jahren, wenn die Neugestaltung abgeschlossen ist und von Anwohnenden über eine längere Periode genutzt werden konnte. Um den Gedanken einer Sport- und Begegnungsstätte weiterzudenken, könnten in direkter Nähe der Bewegungsparkours und Spielplätze eine Art „sozialer Kiosk" in der Größe eines Containers, nachhaltig gebaut und gestaltet werden. Diese können vielseitig genutzt werden. Denkbar wäre -je nach Gestaltung – zum Beispiel ein kleiner Beratungsraum, ein To-Go-Ausschank von Getränken und Snacks ebenso wie die Lagerung von Geräten für Freiluft-Yoga-Kurse oder ähnliches. Die Betreibung könnte den im Kiez vertretenen sozialen Einrichtungen obliegen und gemeinsam mit der Nachbarschaft gestaltet und organisiert werden. Der Aufbau von Kontakten und Beziehungen könnte darüber leichter erfolgen und auch die Bekanntmachung anderer Beratungsstellen unterstützen. Es lässt sich vermuten, dass insbesondere in den warmen Monaten, Spielplätze und Außenanlagen viel genutzt werden und somit dort ein reger Austausch stattfindet. Auch wären die Wege zwischen dem Sportbedarf und einer ersten Ansprechperson für Fragen mit Blick auf Hilfe und Beratung deutlich kürzer. Zusätzlich kann nach Beobachtung der Stoßzeiten der Betrieb der „sozialen Kiosks" personell und zeitlich abgestimmt und angepasst werden. Zu weniger aktiven Zeiten

37 vgl. Calisthenics Parks (o.A.).
38 vgl. Gesobau AG (2020).

könnten die Container zudem für Workshops und kleinere Gruppen zur Verfügung stehen. Idealerweise werden die Container so konzeptioniert, dass sie energetisch autark sind, z.B. durch Solarenergie und öffentliche Internet-Hotspots in ihnen oder in ihrer Nähe installiert werden. Insbesondere in den Wintermonaten werden Freiluft-Aktivitäten nicht in dem Umfang, wie in den wärmeren Monaten, genutzt werden. Eine Alternative für die Verlagerung nach Innen ist daher notwendig. Sport- und Bewegungsangebote müssen zudem als Bestand niedrigschwelliger, sozialer Angebote verstanden werden und dementsprechend in Arbeitszeiten und Finanzierungen mit bedacht werden.

IV. Reparaturservice/ Repair-Café

Der Bedarf für einen Reparaturservice scheint auch in anderen Forschungsprojekten bestätigt worden zu sein. So wird im Rahmen des PartQ Projektes von Minor gemeinsam mit der Albatross gGmbH 2022 im Rahmen eines Partizipationsprojektes ein mobiles Repair-Café auf Ehrenamtsbasis umgesetzt werden[39]. Reparaturservice für z.B. Fahrräder oder technische Geräte könnten zudem in Form von Schülerfirmen gestaltet und geplant werden. Beteiligung an diesen könnte Noten ausgleichen oder als alternative Leistungserbringung angesehen werden. Erlangte Fähigkeiten lassen sich von den Schulen zertifizieren und im Lebenslauf angeben. Mehrere Schulen in der Umgebung können sich nach thematischen Schwerpunkten zu Schüler:innenfirmen zusammenschließen. Auch Kooperationen mit relevanten Unternehmen wären hier mit Blick auf die Nachwuchsförderung denkbar. Die Selbstwirksamkeit der Kinder und Jugendlichen würden gestärkt und für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert werden. Eher praktisch veranlagte Kinder können durch dieses Konzept positive Lernerfahrungen machen und Wertschätzung erfahren. Der Informationsfluss läuft über die Schulen und Kinder selbst automatisch an die Eltern und deren Umfeld, die selbst Nutzer:innen der Werkstätten wären. Lots:innen, Mediator:innen oder Coaches können die Schüler:innen begleiten und Verknüpfungen zu beratenden Stellen sowohl für die Kinder als auch Eltern herstellen. Die Mobilisierung der Anwohnenden durch Kinder und Jugendliche wird als wichtiges Kriterium in der Aktivierung und Beteiligung der Nachbarschaft für ein erfolgreiches Quartiersmanagement gesehen[40]. Schulen und Kitas wurden zudem im Rahmen der Umfrage zu dieser Arbeit als eines der meistgenutzten Informationsmedien identifiziert.

39 vgl. Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH (o.A.).
40 vgl. von Oswald/Montero/Siegert/Pfeffer-Hoffmann (2020), S. 22.

V. Angebotskalender aller Einrichtungen

Die Befragung hat die Relevanz einer koordinierten, niedrigschwelligen Zusammenstellung aller Angebote deutlich zum Vorschein gebracht. Eine mehrsprachige Gestaltung zum Beispiel über die Sprachauswahl-Möglichkeit auf der Internetseite sowie das Angebot in einfacher Sprache abzubilden sind dabei von Vorteil. Es sollte zudem sichergestellt sein, dass Angebote hinsichtlich ihrer Benennung und Begrifflichkeit leicht zu finden und zuzuordnen sind. Eine regelmäßige Aktualisierung muss ebenso gewährleistet sein. Natürlich muss ein solches Medium entsprechend beworben werden. Anbieten würde sich hier die Anknüpfung an eine bereits bestehende, vielgenutzte Plattform.

VI. Digitale Litfaßsäule und interaktive Karte

Alternativ oder zusätzlich zu dem vorangegangenen Ansatz könnten eine Art digitale Litfaßsäule an Knotenpunkten im Kiez sowie digitale, interaktive Info-Karten in den Hauseingängen installiert werden, die über tagesaktuelle Ereignisse, Veranstaltungen und sowie regelmäßige Angebote und weiteres informieren. Über eine Art Touchscreen, ähnlich wie es sie schon in Einkaufscentern gibt, könnten Angebote gefiltert und gezielt gesucht werden sowie über Fotos oder einem 3D-Modell des Viertels angezeigt und so eine einfache, nutzerfreundliche Übersicht bieten. Auch ein Wochen- oder Monatsplan ließe sich einrichten. Der Aspekt Mehrsprachigkeit ebenso wie eine barrierefreie Nutzung können hier ebenso direkt initiiert werden.

Im Märkischen Viertel wurde von Seiten der GESOBAU im Senftenberger Ring 24 sowie in der Finsterwalder Straße 27 der Prototyp einer ähnlich angedachten digitalen Info-Tafel installiert. Auf Nachfragen, inwiefern eine Weiterverfolgung geplant ist, wurde darüber informiert, dass diese aktuell in den Neubauprojekten in Berlin Hellersdorf realisiert würde. Eine flächendeckende Installation sei von den dort gesammelten Erfahrungen abhängig[41]. Die Ergebnisse der Umfrage bestätigen allerdings den Bedarf mit Blick auf Werbung im öffentlichen Raum. Auch hier ist darauf hinzuweisen, dass eine digitale Umsetzung immer unter dem Aspekt einer nachhaltigen Nutzung gedacht werden muss. Alternative, selbstversorgende Energiequellen stehen dabei im Vordergrund.

Insgesamt sollten Anwohner:innen in die konkreten Gestaltungsprozesse mit einbezogen werden, um möglichst nah an den Bedürfnissen und der Umsetzung zu sein. Durch einen engmaschigeren Austausch werden automatisch Multiplikator:innen gebildet, die über informelle Wege in ihrem

41 siehe Anhang S. 54 f.

Umfeld von den Angeboten erzählen und somit die Bekanntheit steigern. Inwiefern sich dadurch auch die Nutzung von Angeboten erhöht, ist zu überprüfen.

Mit Blick auf die Umfrage-Vielfalt im vergangenen Jahr und den daraus entstehenden Ergebnissen, wäre es von Interesse, in 5 Jahren eine koordinierte Vergleichsstudie unter Zusammenschluss aller Träger, Einrichtungen und Stakeholdern im MV durchzuführen. Im Rahmen dieser Studie kann überprüft werden, inwiefern die Handlungsimpulse und Erkenntnisse langfristig und nachhaltig implementiert wurden und ob bzw. wie sich das Quartiersbild und die Wahrnehmung der Anwohner:innen verändert hat. Mit konkretem Blick auf die vorliegende Arbeit besteht ein Interesse darin, zu messen, inwiefern sich die Angebotspalette den Bedürfnissen der Eltern angepasst hat und falls es eine Anpassung gab, wie diese wahr- und angenommen wird.

Alternativ könnte eine Langzeitstudie konkrete Aufschlüsse und eine validere Reflexionsgrundlage bieten. Würde eine repräsentative Gruppe an Teilnehmenden zusammengestellt und im Abstand von 3-5 Jahren mit standardisierten Fragen befragt werden, ließe sich daraus ein Abbild der Veränderungen aber ggf. auch ein Abbild über den Wandel von Bedürfnissen darstellen.

VII. Suchoptimierung

Über die Medienwahl zur Angebotssuche zeigt sich, wie wichtig es ist, Einrichtungen bei der Digitalisierung ihrer Angebote und ihrer digitalen Präsenz zu unterstützen. Neben aktuellen und UI/UX angepassten Webseiten steht die Suchoptimierung an erster Stelle. Dabei sollte sich gemeinschaftlich und einheitlich entschieden werden, ob die Informationen aller Einrichtungen auf einem Kanal/ einer Webseite zusammenlaufen oder jeder Träger individuell in diesem Prozess unterstützt wird. Ersteres hinsichtlich Handlungsempfehlung V. und VI. Am sinnvollsten und würde die Suche für Nutzer:innen erheblich erleichtern, sofern dieser eine Kanal dementsprechend beworben und bei den Anwohnenden etabliert wird.

VIII. Konkrete Förderung von Nachmittagsangeboten

Hinsichtlich der Rahmenbedingung von Angeboten zeigt sich eine klare Tendenz bei den Befragten zum Nachmittag und Wochenende. Dies muss bei zukünftigen Förderprogrammen explizit mitgedacht und eingebunden werden. Bei dem bereits bestehenden Angeboten sollte – wo nötig- eine

Anpassung angestrebt werden. Ferner bedarf es einer Unterstützung und Ermutigung als auch eine Erwartung an die Träger bei der Anstellung von Mitarbeitenden, die diese Zeiträume abdecken können und wollen. Mit Blick auf den Arbeitswandel und einem stärkeren Bedürfnis nach flexibleren Arbeitszeiten, aber auch mit Blick auf Studierende oder ungebundene Menschen ist damit zu rechnen, dass solche Arbeitsmodelle auf Anklang stoßen und für die genannten Gruppen von großem Interesse ist.

IX. Koordinierter Wissenstransfer und Wissensmanagement

Während des Umlaufs der in dieser Arbeit vorgenommenen Umfrage, wurden laut Aussagen der Wohnungsbauunternehmen GESOBAU weitere 15 Umfragen innerhalb desselben Jahres im MV durchgeführt. So fanden beispielsweise die Online-Umfrage des Forschungsprojekts „StraInQ"[42] des Integrationsbüro des Bezirksamts Reinickendorf und des Instituts für Stadtforschung, Planung und Kommunikation (ISP) der FH Erfurt in Kooperation mit der GESOBAU AG sowie das Forschungsprojekt PartQ von Minor[43] (Auftakt 15.06.2021) ebenfalls im Jahr 2021 im gleichen Einzugsgebiet statt. Eine Information dazu gab es bei der Vorstellung und Planung der vorliegenden Umfrage nicht. Diese Erkenntnis war ein Zufallsbefund im Rahmen des Austauschs mit der Gesobau und durch eigene Recherche. Ergebnisse der Befragungen sind zum Stand dieser Arbeit noch nicht veröffentlicht und können daher als Vergleichsgrundlage nicht genutzt werden.

Neu ist das hohe Interesse an dem Berliner Stadtteil jedoch nicht. Bereits seit Anbeginn des Viertels in den 60ern sowie im folgenden Jahrzehnt, wurden Anwohnende zur Teilnahme an Interviews, Studien und diversen Projekten gebeten[44].

Ganz gleich, ob es sich um eine bestehende oder neue Forschungswelle handelt, das MV ist als Untersuchungsobjekt für diverse wissenschaftliche Disziplinen von besonderem Interesse, wie sich der Menge an Projekten entnehmen lässt. Dennoch gibt es keine zuständige oder koordinierende Stelle für wissenschaftliches Arbeiten, auch keine lokale Einrichtung, in der Ergebnisse öffentlich zugänglich und leicht einsehbar gemacht sind. Für die Bürger:innenbeteiligung ist die Rückmeldung von Ergebnissen jedoch besonders wichtig[45]. Durch Dopplungen werden Ressourcen verschwendet und potenzielle Teilnehmende verlieren das Interesse. Die Notwendigkeit

42 Transforming Cities (2020).
43 Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH (2021).
44 vgl. Reinecke (2014), S. 224.
45 vgl. Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2020), S. 7.

eines Wissensmanagements in Großwohnsiedlungen sei dringend, beschreiben es Christiane Droste und Thomas Knorr-Siedow in ihrem Bericht „Großsiedlungen – Steuerungsmodelle auf Zeit Politiken und Strategien“:

„Es existiert eine entscheidende Interdependenz zwischen verschiedenen Entwicklungen in den Großsiedlungen und der Notwendigkeit umfassenden Wissens, das die Erfolgschancen bei der Problemlösung erhöhen würde. Oft steht weder Expertenwissen zu Gesetzgebung und Fördermitteln zur Verfügung noch professionelles Wissen zur Vernetzung oder lokales Wissen darüber, wer in den Siedlungen was macht. Verbesserte Methoden des Wissensmanagements werden zunehmend bedeutsamer, da Expertenwissen schnell veraltet […].[46]“

Um diesem entgegen zu wirken, bedarf es einer wissenschaftlichen Stelle im MV, welche Anfragen und Umfragen koordiniert, bereits vergangene Projekte archiviert und deren Ergebnisse aufbereitet, um gewonnen Erkenntnisse zu bewahren, als Grundlagen zu nutzen und auf diesen aufzubauen sowie um einen wissenschaftlichen Überlauf zu vermeiden, Projekte und Initiator:innen miteinander zu vernetzen. Zudem müssen Ergebnisse im öffentlichen Raum zugänglich gemacht und auf alltagstaugliche Art dargestellt werden.

46 vgl. Reinecke (2014), S. 224.

Literaturverzeichnis

Alice Salomon Hochschule Berlin (2013): ABC der Grundbegriffe Niedrigschwelliger Sozialer Arbeit. Projektseminar „Niedrigschwellige Soziale Arbeit", Alice Salomon Hochschule Berlin.

Alisch, Monika und May, Michael (2008): Kompetenzen im Sozialraum. Sozialraumentwicklung und -organisation als transdisziplinäres Projekt, S. 218.

Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2019): Regionaler Sozialbericht Berlin und Brandenburg 2015, Potsdam, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg.

ARD Tagesschau (2021): Mehr häusliche Gewalt in der Pandemie. Statistik des Weißen Rings., .

Arend, Anne (2020): Konflikte in der Corona-Krise - Wenn die Nerven in Familien blank liegen, ZDF, https://www.zdf.de/nachrichten/panorama/coronakrise-konflikte-familien-100.html.

Becker, Martin (2020): Handbuch Sozialraumorientierung, 1. Auflage 2020. Aufl., Stuttgart, W. Kohlhammer GmbH.

BENN im Märkischen Viertel (2018): Handlungskonzept BENN 2018, Berlin, FACE Familienzentrum.

Bezirksamt Reinickendorf Jugendamt (o.A.): Jugendamt, Bezirksamt Reinickendorf von Berlin, https://www.berlin.de/ba-reinickendorf/politik-und-verwaltung/aemter/jugendamt/ (15.2.2022).

Bezirksamt Reinickendorf von Berlin (2014): Märkisches Viertel, , https://www.berlin.de/ba-reinickendorf/ueber-den-bezirk/ortsteile/maerkisches-viertel/artikel.85001.php (15.2.2022).

Bezirksamt Reinickendorf von Berlin (2021): Statistische Angaben, , https://www.berlin.de/ba-reinickendorf/service/wirtschaft/wirtschaftsfoerderung/wirtschaftsstandort/artikel.62739.php (15.2.2022).

Bezirksamt Reinickendorf von Berlin Abteilung Wirtschaft, Gesundheit, Integration und Soziales FB Wirtschaftsförderung (2021): Wirtschaftsdaten Reinickendorf 2021, Berlin, Bezirksamt Reinickendorf von Berlin Abteilung Finanzen, Personal und Kultur Wirtschaftsförderung.

Blender, Johanna (2021): Aufsuchende politische Bildung im Quartier. Der Sozialraum Quartier als Lernort für die Förderung politischer Partizipation, Berlin, Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) (Hrsg.) (2016): Quartiersmanagement Soziale Stadt - Eine Arbeitshilfe für

die Umsetzung vor Ort, 1. Auflage. Aufl., Berlin, Bundesinstitut für Bau- Stadt- und Raumforschung Bonn.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2021): Digitalisierung in Deutschland – Lehren aus der Corona-Krise Gutachten des Wissenschaftlichen Beirats beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Berlin.

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2022): AGENDA 2030. 17 ZIELE FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG. SDG 10: Weniger Ungleichheiten, Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, https://www.bmz.de/de/agenda-2030/sdg-10 (25.3.2022).

Bundeszentrale für politische Bildung (2017): Weltsprache - Verbreitung der englischen Sprache, 2016, , https://www.bpb.de/kurz-knapp/zahlen-und-fakten/globalisierung/52515/weltsprache/.

Bundeszentrale für politische Bildung (2022): Transferleistung, , https://www.bpb.de/kurz-knapp/lexika/das-junge-politik-lexikon/321251/transferleistung/.

Büro für Stadtplanung, -forschung und -erneuerung (2018): Soziales Infrastruktur-Konzept SIKo 2016, Berlin, Büro für Stadtplanung, -forschung und -erneuerung.

Calisthenics Parks (o.A.): Calisthenic Park Seggelluchbecken, , https://calisthenics-parks.com/spots/9173-de-fitness-parcours-berlin-calisthenics-gym-seggeluchbecken (15.2.2022).

Computerwoche Tech (2009): Social Media gewinnt an Bedeutung. Durchschnittsalter der Facebook-Nutzer steigt., .

Diebäcker, Marc und Wild, Gabriele (Hrsg.) (2020): Streetwork und Aufsuchende Soziale Arbeit im öffentlichen Raum, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden.

Dorothea Führe (2000): An den Rand gedrängt - Frankreich als Besatzungsmacht, .

Droste, Christiane und Knorr-Siedow, Thomas (2005): Großsiedlungen - Steuerungsmodelle auf Zeit: Politiken und Strategien, Utrecht, Univ., Geowiss. Fak.

Duggan, Maeve und Brenner, Joanna (2013): The Demographics of Social Media Users — 2012, Washington.

Fachhochschule Erfurt (2022): Das Wohnprojekt „Wohnen und Leben im Märkischen Viertel" im BMBF-Forschungsprojekt StraInQ, .

Gesobau AG (2009): Modernisierung des Märkischen Viertels in Berlin. Integriertes Entwicklungskonzept für eine 60er Jahre Großwohnsiedlung. Modernisation

of the MärkischesViertel in Berlin. Integrated development concept for a 1960s era large residential development., Berlin, Gesobau AG.

Gesobau AG (2020): Neue Außenanlagen für das Märkische Viertel, Gesobau, https://www.gesobau.de/wohnen/rund-ums-wohnen/wohnquartiere/maerkisches-viertel/neugestaltung-der-aussenanlagen-im-maerkischen-viertel.html (25.3.2022).

Gesobau AG (o.A.): Veranstaltung, Mein Märkisches Viertel, https://www.mein-maerkisches-viertel.de/veranstaltungen (15.2.2022).

Gesobau AG (o.J.): Zukunft Märkisches Viertel, Gesobau, https://www.gesobau.de/wohnen/rund-ums-wohnen/wohnquartiere/maerkisches-viertel/zukunft-maerkisches-viertel.html (25.3.2022).

Helbig, Marcel und Jähnen, Stefanie (2018): Wie brüchig ist die soziale Architektur unserer Städte? Trends und Analysen der Segregation in 74 deutschen Städten, Berlin, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung.

Killian, Margarete und Rinn, Moritz (2020): Aufsuchende Soziale Arbeit in Konflikten um städtische Räume, in: Soziale Passagen, Vol. 12, S. 399–420.

Kliem, Jessica (2021): Märkisches Viertel: So war der „Lange Nachmittag der Begegnung", .

Knabe, Judith; Riessen, Anne van und Blandow, Rolf (Hrsg.) (2015): Städtische Quartiere gestalten: kommunale Herausforderungen und Chancen im transformierten Wohlfahrtsstaat, Bielefeld, Transcript.

Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V. (2021): Berliner Großsiedlungen am Scheideweg ? Studie April 2021, .

Lokaler Bildungsverbund Märkisches Viertel (2018): Fokusorientierte Sozialraumanalyse mit Handlungsempfehlungen für den Bildungsbereich im Märkisches Viertel, Berlin, FACE Familienzentrum.

Max, Matthias und Schulze, Matthias (2021): Hilfeleistungssysteme der Zukunft: Analysen des Deutschen Roten Kreuzes zur Aufrechterhaltung von Alltagssystemen für die Krisenbewältigung, 1. Aufl., Bielefeld, Germany, transcript Verlag.

May, Michael (Hrsg.) (2008): Praxisforschung im Sozialraum: Fallstudien in ländlichen und urbanen sozialen Räumen, Opladen, Budrich.

Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH (2021a): Partizipation im Quartier stärken. Auftaktveranstaltung des Projektes PartQ – Aufsuchende politische Bildung im Quartier, Minor - Wissenschaft Gesellschaft, https://minor-wissenschaft.de/partizipation-im-quartier-staerken/ (25.3.2022).

Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH (2021b): Partizipationswerkstatt im Märkischen Viertel. Ideen- und Konzeptentwicklung für politische Bildung im Quartier, Minor - Wissenschaft Gesellschaft, https://minor-

wissenschaft.de/partizipationswerkstatt-im-maerkischen-viertel/ (25.3.2022).

Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH (o.A.): Wertstatt. Mobiles Repair Café für den öffentlichen Raum, Berlin, Minor – Wissenschaft Gesellschaft mbH.

OECD (2020): Für einen starken Aufschwung: Deutschland sollte mehr in Digitalisierung, Klima und Infrastruktur investieren, OECD Bessere Politik für ein besseres Leben, https://www.oecd.org/berlin/presse/deutschland-sollte-mehr-in-digitalisierung-klima-und-infrastruktur-investieren.htm.

Oehme, Andreas (2011): Niedrigschwellige Jugendsozialarbeit. Eine Handreichung für die Praxis zur Ausgestaltung niedrigschwelliger Projekte in der Jugendsozialarbeit, Berlin.

Ornig, Nikola; Suchowitz, Isabelle; Valtin, Anne und Kraft, Carina (2021): Evaluation im Bundesprogramm Mehrgenerationenhaus, Berlin, InterVal GmbH.

von Oswald, Anne; Montero, Miguel; Siegert, Wassili und Pfeffer-Hoffmann, Christian (2020): Herausforderung: Zusammenleben im Quartier. Vertiefungsstudie 2020. Ergebnisse und Handlungsempfehlungen für ein erfolgreiches Quartiersmanagement von Wohnungsunternehmen, Berlin, Minor Wissenschaft Gesellschaft mbH.

Planergemeinschaft für Stadt und Raum eG (2020): Quartiersmanagement in ungewöhnlichen Zeiten, Berlin.

Projekt Network und outreach gGmbH (2020a): Bevölkerungsstruktur im „Lebensweltlich orientierten Planungsraum" (LOR 12302107) in der Bezirksregion des Bezirks Berlin- Migration, Staatsangehörigkeit und Altersverteilung, , https://sozialraumdaten.kiezatlas.de/seiten/2020/12/?lor=12302107 (15.2.2022).

Projekt Network und outreach gGmbH (2020b): Bevölkerungsstruktur im „Lebensweltlich orientierten Planungsraum" (LOR 12302108) in der Bezirksregion des Bezirks Berlin- Migration, Staatsangehörigkeit und Altersverteilung, , https://sozialraumdaten.kiezatlas.de/seiten/2020/12/?lor=12302108 (15.2.2022).

Projekt Network und outreach gGmbH (2020c): Bevölkerungsstruktur im „Lebensweltlich orientierten Planungsraum" (LOR 12302109) in der Bezirksregion des Bezirks Berlin- Migration, Staatsangehörigkeit und Altersverteilung, , https://sozialraumdaten.kiezatlas.de/seiten/2020/12/?lor=12302109 (15.2.2022).

Projekt Network und outreach gGmbH (2020d): Bevölkerungsstruktur im „Lebensweltlich orientierten Planungsraum" (LOR 12302110) in der Bezirksregion des Bezirks Berlin- Migration, Staatsangehörigkeit und Altersverteilung, , https://sozialraumdaten.kiezatlas.de/seiten/2020/12/?lor=12302110 (15.2.2022).

Protz, Ralf; Weidemüller, Dagmar; Melnikova, Mariia und Lopitz, Sebastian (2021): Kompetenzzentrum Großsiedlungen e.V., S. 8.

Reinecke, Christiane (2014): AM RANDE DER GESELLSCHAFT? Das Märkische Viertel – eine West-Berliner Großsiedlung und ihre Darstellung als urbane Problemzone, in: Zeithistorische Forschungen - Studies in Contemporary History.

Schopp, Johannes (2019): Eltern Stärken. Die Dialogische Haltung in Seminar und Beratung. Ein Leitfaden für die Praxis. 6., vollständig überarbeitete Auflage, 6. vollständig überarbeitete Auflage. Aufl., Opladen, Berlin & Toronto, Verlag Barbara Budrich.

Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales (2013): Sozialstrukturatlas 2013. Ein Instrument der quantitativen, interregionalen und intertemporalen Sozialraumanalyse und -planung. Gesundheitsberichterstattung Berlin Spezialbericht, Berlin, Senatsverwaltung für gesundheit und Soziales.

Senatsverwaltung für und Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen (2021): Karte zum Leit- und Infosystem MV, Berlin.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (2016): Berliner Nachhaltigkeitsprofil. Berliner Potenziale und Begabungen für die nachhaltige Entwicklung nutzen, Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (2019): Monitoring Soziale Stadtentwicklung Bericht 2019, Hamburg, Berlin, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen Berlin.

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen (Hrsg.) (2020): Partizipation & Pandemie. Handreichung zu kontaktlosen Beteiligungsmethoden, .

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Wohnen: Monitoring Soziale Stadtentwicklung 2019, Berlin.

Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz (2021): Die 17 Nachhaltigkeitsziele in Berlin. Beispiele für die Umsetzung auf Landesebene, Berlin, Senatsverwaltung für Umwelt, Mobilität, Verbraucher- und Klimaschutz.

Siggelkow, Bernd und Heinlein, Stefan (2021): Sozial benachteiligte Kinder und Corona, .

Thiersch, Hans; Grunwald, Klaus und Köngeter, Stefan (2010): Lebensweltorientierte Soziale Arbeit, in: Thole, Werner (Hrsg.): Grundriss Soziale Arbeit. Ein einführendes Handbuch, 3. überarb. und erw. Auflage. Aufl., Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. S. 175-196.

Transforming Cities (2020): StraInQ: Quartiersforschung im Märkischen Viertel Berlin, .

TSV Wittenau 1896 (2021): Jahresbeiträge des TSV Berlin Wittenau 1896 e.V., .

Van Susteren, Eric (o.A.): Motivationsmangel bei Umfragen: 3 Dinge vermeiden, die Ihre Befragten hassen!, SurveyMonkey, https://www.surveymonkey.de/curiosity/eliminate-survey-fatigue-fix-3-things-respondents-hate/ (15.2.2022).