

Presseinformation



Mainz-Kostheim, 07. Juni 2010

Familienminister Jürgen Banzer und Kardinal Lehmann stellen in Mainz-Kostheim Werbe- und Imagekampagne für den Erzieherberuf vor

GROSSE Zukunft mit kleinen HELDEN – Werde Erzieherin/Erzieher



Mainz-Kostheim. „Es gibt kaum eine wichtigere und schönere Aufgabe, als Kinder von klein auf beim Heranwachsen zu begleiten und ihnen zu helfen, ihre Interessen und Begabungen zu entdecken und zu entfalten. Deshalb ist auch der Beruf der Erzieherin und des Erziehers etwas ganz Besonderes. Mit der landesweiten Kampagne „GROSSE Zukunft mit kleinen HELDEN – Werde Erzieherin / Erzieher“ wollen wir auf die Attraktivität dieses Berufsfelds aufmerksam machen und mehr Menschen dafür interessieren“, erklärte der hessische Familienminister Jürgen Banzer heute anlässlich der Vorstellung der Kampagne in der katholischen Kindertagesstätte St. Kilian in Mainz-Kostheim. Aktuell und in den kommenden Jahren existiere ein kontinuierlich hoher Bedarf an Fachkräften in Kindertageseinrichtungen. Vor diesem Hintergrund habe das Hessische Ministerium für Arbeit, Familie und Gesundheit eine Werbe- und Imagekampagne für den Erzieherberuf entwickelt, um die Träger der Einrichtungen dabei zu unterstützen, geeignetes Personal zu finden. „Ich freue mich, dass wir die Kirchen für die Unterstützung dieser Kampagne gewinnen konnten – sie sind neben den Kommunen nicht nur die größten Einrichtungsträger, sondern engagieren sich auch in der Aus- und Fortbildung“, so der Minister.

Kardinal Lehmann sagte, dass die Kindertageseinrichtungen für das Bistum Mainz ein zentraler pastoraler Ort seien und die pädagogischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich der Herausforderung stellen, die Neugier der Kinder zu fördern und ihre Fragen aufmerksam aufzugreifen.

Er zitiert die Pastoralen Richtlinien für die Katholischen Kindertageseinrichtungen, welche die zentralen Grundlagen der Erziehung, Bildung und Betreuung im Bistum Mainz sind: „Die Erwachsenen treten als unterstützende Begleiter im Selbstwerdungsprozess der Kinder auf“. Und weiter: „Der Träger verpflichtet sich bei der Auswahl des Personals darauf zu achten, dass dieses in Bezug auf Fachlichkeit, Persönlichkeit und christliche Grundhaltung geeignet ist, in der Kirche beheimatet ist und die Glaubens- und die Lebensvollzüge der katholischen Kirche mitträgt.“

Mit Stand zum Stichtag 1. März 2009 befanden sich von den 3.849 Kindertageseinrichtungen in Hessen 468 in katholischer Trägerschaft (ca. 12 Prozent). Mit den 677 Kindertageseinrichtungen in evangelischer Trägerschaft (18%) beläuft sich der Anteil der kirchlichen Kindertageseinrichtungen in Hessen auf ca. 30% aller Tageseinrichtungen in Hessen.

Die Anzahl der pädagogischen Fachkräfte in katholischen Tageseinrichtungen für Kinder in Hessen beläuft sich auf ca. 5350. In Trägerschaft der evangelischen Kindertageseinrichtungen arbeiten ca. 7.900 pädagogische Mitarbeiter/innen. Landesweit werden in katholischen Kindertageseinrichtungen in Hessen ca. 32.000 Kinder erzogen, gebildet und betreut. Zusammen mit den evangelischen Einrichtungen erreichen die kirchlichen Träger fast 74.000 Kinder.

Im hessischen Gebietsanteil des Bistums Mainz sind 140 Kindertagesstätten in katholischer Trägerschaft. Ca. 1.300 pädagogische Mitarbeiter/innen arbeiten in den katholischen Kitas. Dort werden täglich ca. 10.000 Kinder aus gebildet, erzogen und betreut.

Erheblicher Fachkräftebedarf in Kindertageseinrichtungen

„Die Sicherung des Fachkräftebedarfs in Kindertageseinrichtungen ist eine grundlegende Voraussetzung zum quantitativen und qualitativen Ausbau der frühkindlichen Bildungs- und Betreuungsangebote in Kindertageseinrichtungen“, erklärte Familienminister Jürgen Banzer. Der Rechtsanspruch auf einen Betreuungsplatz für unter Dreijährige ab 2013, kleinere Gruppen und eine Stärkung des Bildungs- und Erziehungsauftrags der Kindertageseinrichtungen sorgten für einen erheblichen Bedarf an zusätzlichen Fachkräften. In den 3.849 Kindertageseinrichtungen in Hessen seien derzeit ca. 41.000 Personen tätig. Das Hessische Ministerium für Arbeit, Familie und Gesundheit gehe davon aus, dass durch den Ausbau der Angebote in Kindertageseinrichtungen mit einem Mehrbedarf an sozialen Fachkräften in Kindertageseinrichtungen von 6.000 bis 8.000 Personen für die kommenden Jahre zu rechnen ist.

Mit der Kampagne wolle die Landesregierung verschiedene Zielgruppen ansprechen: Junge Frauen mit Mittlerer Reife oder Abitur ebenso wie junge Männer mit diesen Schulabschlüssen, die in Kindertageseinrichtungen bislang deutlich unterrepräsentiert sind, zudem Quereinsteiger, die aus einem anderen Beruf in den Erzieherberuf wechseln möchten, ferner in besonderer Weise auch Interessenten mit Migrationshintergrund, die ihre interkulturelle Erfahrung einbringen können. „Es gibt viele Wege in den Erzieherberuf. Deshalb möchte ich jedem, der daran Interesse hat, empfehlen, sich zum Beispiel von den Fachschulen beraten zu lassen, ob für ihn der Einstieg möglich ist“, sagte Familienminister Jürgen Banzer.

Familienminister Banzer wies darauf hin, dass diese Kampagne „GROSSE Zukunft mit kleinen HELDEN – Werde Erzieherin / Erzieher“ nur ein Teil der Initiative der Landesregierung zur Sicherung des Fachkräftebedarfs an Kindertageseinrichtungen in Hessen darstellt. So hat die Landesregierung bereits frühzeitig und bedarfsgerecht auf den zu erwartenden Fachkräftebedarf reagiert. So verwies Jürgen Banzer auf eine in den vergangenen Jahren ansteigende Zahl von Studierenden als Konsequenz des Ausbaus des fachschulischen Ausbildungsangebotes. Die Zahl der Studierenden an den 29 Fachschulen für Sozialpädagogik sei in den letzten fünf Jahren von 4084 auf 4881 Personen und damit um fast 20 Prozent angewachsen. Die Zahl der männlichen Studierenden stieg von 487 auf 674 an.

Kardinal Lehmann verwies auf Ergebnisse einer eigenen Arbeitsgruppe zum Thema „Personalgewinnung“ hin, die hierzu derzeit ebenfalls Maßnahmen abstimmt. Insbesondere bedarf es eines Ausbaus der Vernetzung von Ausbildung und Praxis, einer alters- und alternsgerechten Personalentwicklung und auch der grundsätzlichen Perspektive innerhalb des Berufes hin, um das Berufsfeld attraktiv erscheinen zu lassen und die derzeit tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als zufriedene Dienstnehmerinnen und Dienstnehmer ausweist.

Mehr gesellschaftliche Anerkennung für den Erzieherberuf

„Die hohen Anforderungen in Kindertageseinrichtungen müssen sich in einer höheren gesellschaftlichen Anerkennung für die Arbeit der Erzieherinnen und Erzieher niederschlagen. Aus diesem Grund soll die Kampagne nicht nur für den Beruf der Erzieherin / des Erziehers werben, sondern auch deutlich darauf hinweisen, dass die Tätigkeit in Kindertagesstätten ein attraktives und zukunftsorientiertes berufliches Arbeitsfeld darstellt“, unterstrich Jürgen Banzer.

Kardinal Lehmann erinnerte auch an die erforderlichen Rahmenbedingungen, die einem jungen Menschen dazu ermuntern, eine Berufswahl zu treffen. Insbesondere im Arbeitsfeld Kindertageseinrichtungen sind die Herausforderungen nicht zu leugnen, wie z.B. auch eine fünfjährige Ausbildung, hohe Alltagsbelastung und eine stark geforderte Flexibilität im Eingehen auf die Wünsche von Eltern und Bedarfe von Kindern.

Bis Ende 2011 angelegte Werbe- und Imagekampagne

Im Rahmen der bis Ende 2011 angelegten Kampagne wird

- mit Werbeträgern (z.B. Großplakaten mit drei Motiven, Plakaten A1 mit vier Motiven, zwei zielgruppenspezifischen Flyern, Postkarten mit drei Motiven, Aufklebern, Linienbuswerbung),
- mit einer Website (www.grosse-zukunft-erzieher.de),
- mit der Schaltung von Anzeigen und im Rahmen von Direct-Mailings (z.B. an Teilnehmer/innen in Freiwilligendiensten in Hessen; Besitzer/innen einer Jugendleiter/innen-Card),
- mit Informationsständen und -aktionen (z.B. Promotionstand am Hessestag, Infotour an Realschulen),
- im Rahmen von Aktionen mit Kooperationspartnern (z.B. Gestaltung von Plakatwänden durch eine Kindertageseinrichtung, Filmwettbewerb an Fachschulen für Sozialpädagogik)

über den Beruf der Erzieherin / des Erziehers und dessen Rahmenbedingungen (Ausbildung, Zugänge, Verdienst u.a.) informiert und für das Kampagnenziel geworben.