

42 % der Teenager-Eltern wollen mehr Erziehungsinformationen - Bild

Utl.: P&G Familien Initiative startet mit Elternbildungs-Projekt -
Teil 2 =

Teenager-Eltern im Zentrum eines neuen Familien-Projekts
Procter&Gamble Familien Initiative startet Elternbildungsprogramm

Der Experten-Beirat der Procter&Gamble Familien Initiative hat beschlossen, sich im Rahmen des ersten Projektes im Bereich der Elternbildung zu engagieren. Das Programm konzentriert sich dabei auf Eltern mit Kindern in der Pubertät, da die Nachfrage nach Unterstützung in dieser Altersgruppe besonders hoch ist. Den österreichischen Müttern und Vätern soll innerhalb der nächsten zwölf Monate die Scheu vor der Elternbildung genommen, ihre Aufmerksamkeit geweckt und ihre Meinung dazu positiv beeinflusst werden.

Zahlreiche österreichische Organisationen bieten derzeit direkte, persönliche Unterstützungs-programme in Form von lokalen Seminaren und Vorträgen für Teenager-Eltern an. Das Projekt der P&G Familien Initiative soll komplementär zu den bestehenden Leistungen wirken und ist speziell auf jene Eltern ausgerichtet, die die vorhandenen Direkt-Angebote bisher kaum genutzt haben. Es umfaßt bewußtseinsbildende und konkrete Unterstützungsmaßnahmen und wird primär auf breitflächiger Information, Öffentlichkeitsarbeit und Serviceleistungen aufbauen. Die P&G Familien Initiative möchte sich auf die Erfahrungen der österreichischen Elternbildungsorganisationen stützen und hat daher einige Vertreter/innen aus dem Elternbildungsbereich zur Mitarbeit am Projekt eingeladen. Das Programm wird im Frühherbst 1998 beginnen, ist auf ein Jahr geplant und in drei Phasen angelegt.

Das Thema Familie soll im Rahmen der Familien Initiative auch innerhalb des Unternehmens vermehrt an Bedeutung gewinnen. Eine aus der Karenz zurückgekehrte Mitarbeiterin kümmert sich daher im besonderen um dieses Anliegen. Bereits bisher gibt es bei Procter&Gamble überdurchschnittlich viele weibliche Führungs-personen und die Möglichkeit, Teilzeitarbeit auch in Führungspositionen nach dem Ende der Karenzzeit zu leisten. Rund 50 % der P&G Mitarbeiter/innen in Österreich leben in Familien mit Kindern.

In der ersten Phase wurden in einer ÖIF/Gallup Studie die vorhandenen Bedürfnisse und Problemfelder österreichischer Eltern mit Kindern im Teenager-Alter erfaßt. Auf diesen Ergebnissen bauen die weiteren Schritte auf.

In Phase zwei soll ab Frühherbst das Thema Elternbildung in ganz Österreich durch eine gezielte Bewußtseinsbildungs-Kampagne zum aktuellen Gesprächsthema werden. Den Eltern soll ein Denkanstoß gegeben, sie sollen aber auch ein wenig zum Schmunzeln und zum Diskutieren gebracht werden. "Wir wollen Bewußtsein dafür schaffen, wie wichtig es ist, sich in dieser Phase mit der Beziehung zu den Kindern und mit der Kommunikation in der Familie auseinanderzusetzen", erklärt Prof. Gertrude Fröhlich-Sandner, Familienministerin a.D. "Wir wollen die betroffenen Eltern 'mit Augenzwinkern' wissen lassen, daß es keine Schande ist, Rat und Hilfe in dieser Erziehungsphase zu suchen und in Anspruch zu nehmen - im Gegenteil." Geplant ist die Zusammenarbeit mit einem österreichischen Karikaturisten. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit und nationale und regionale Medienzusammenarbeit will die Procter&Gamble Familien Initiative in dieser Phase die Diskussion zusätzlich unterstützen.

Ein wesentlicher konkreter Baustein des Pionierprojekts ist der sogenannte "Elternbildungsgutschein" der dritten Phase. Rund 500 Eltern aus ganz Österreich soll die Möglichkeit gegeben werden, im Frühjahr 1999 an Elternbildungsseminaren teilzunehmen und damit die Veranstaltungen der bestehenden Elternbildungsorganisationen kennenzulernen.

Die "Elternbriefe" des Familienministeriums, die von Fröhlich-Sandner während ihrer Amtszeit ins Leben gerufen worden waren, werden durch die P&G Familien Initiative als weitere konkrete Maßnahme unterstützt. Die Elternbriefe für Eltern mit Teenagern, ein Sammelband mit Informationsblättern, werden im Rahmen des Programms neu aufgelegt und sollen zu breiter Distribution gelangen.

Neben den Eltern selbst sind aber auch Journalist/innen eine wichtige Zielgruppe des Projektes. Sie sollen in einem eigenen Elternbildungsseminar "hautnah" Elternbildung erfahren und über das Thema informiert werden. Die Initiative plant des weiteren Marketingworkshops für Elternbildner/innen, die von Procter&Gamble-Mitarbeiter/innen im Rahmen der Familien Initiative gehalten werden und dem Transfer von Know-How im Bereich des

Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit dienen sollen.

Die Familien Initiative hofft, mit diesem Programm zur Vernetzung der Elternbildung beitragen zu können. Für das einjährige Programm stehen rund 3 Millionen Schilling zur Verfügung. Fröhlich-Sandner: "Ich begrüße die Aktionen der Familien Initiative ganz besonders deswegen, weil dies in meinem langjährigen Engagement für die österreichischen Familien das erste Mal ist, daß ein Wirtschaftsunternehmen sich in diesem Ausmaß für ein wichtiges Thema interessiert und hoffentlich beispielgebend wirkt."

(Siehe auch APA/OTS-BILD)

(Forts)

*****ORIGINALTEXT-SERVICE UNTER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS*****

OTS0128 1998-07-21/13:27

211327 Jul 98

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_19980721_OTS0128