

**Evaluation «Vitalina – aktive Eltern für gesunde Kinder»
Ein Informationsangebot für migrantische Eltern mit Kindern im Frühbereich,
durchgeführt von der HEKS-Regionalstelle beider Basel**

Im Auftrag der Gesundheitsförderung Baselland, «aktion gesundes körperrgewicht»

«Informierte Mütter erziehen gesunde Kinder.»
Aussage einer Vitalina-Teilnehmerin in der Evaluation (FBNR 66)

Schinznach-Dorf, 17. Oktober 2011

Daniela Gloor und Hanna Meier
Soziologinnen, Dr. phil.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	2
---------------------	---

I Grundlagen

1	Vitalina: Inhalt, Organisation und Ziele	3
2	Evaluation	4
2.1	Vorgehen und Methoden	4
2.2.	Evaluationsfragen	7
2.3	Verlauf der Arbeiten	7
2.4	Inhalt des Evaluationsberichts	7
2.5	Dank	8

II Ergebnisse

3	Projektaktivitäten: Angebot und geleistete Arbeit (Output)	9
3.1	Leistungen des neuen Angebots	9
3.2	Erreichte Zielgruppe: soziostrukturelle und -demographische Angaben (Evaluationsdaten der Befragung)	14
4	Beurteilung des Angebots «Vitalina» (Akzeptanz)	23
4.1	Vitalina – ein muttersprachiges Bildungs- und Austauschangebot	23
4.2	Qualität der interkulturellen Vermittlungsarbeit im Urteil der Teilnehmer/innen	26
4.3	Gesamtbeurteilung der Teilnehmer/innen	26
4.4	Weitere Anliegen der Zielgruppe	27
5	Wirkungen des Projekts (Outcome)	30
5.1	Wissenszuwachs	30
5.2	Vitalina als Gruppenangebot – Wirkung des Settings	34
5.3	Informationsmaterial	37
5.4	Information zur Mütter- und Väterberatung	38
5.5	Verhaltensveränderungen	39

III Folgerungen und Empfehlungen

6	Zielerreichung (Bilanzevaluation)	44
7	Weiterentwicklung (formative Evaluation)	46
8	Würdigung des Projekts	48

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3.1	Erreichte Personen, Einsätze und Stundenaufwand (1.1.–15.9.2011)	11
Tabelle 3.2	Erreichte Personen 2009 bis 2011	12
Tabelle 3.3	Vitalina Intensiveinsätze nach Gemeinden (1.1.–15.9.2011)	13
Tabelle 3.4	Aufwand und Kosten pro Zielperson, Jahr 2010	13
Tabelle 3.5	Vergleich: mit der Evaluation erreichte Personen und Vitalina-Kontakte (Evaluationsperiode: 15.6.–14.9.2011)	15
Tabelle 3.6	Geschlecht der Befragten	15
Tabelle 3.7	Anzahl Kinder pro Haushalt	16
Tabelle 3.8	Kinder gemäss Altersgruppen pro Haushalt	16
Tabelle 3.9	Anzahl Personen pro Haushalt	17
Tabelle 3.10	Jahre in der Schweiz, befragte Person	18
Tabelle 3.11	Herkunftsland der befragten Person	19
Tabelle 3.12	Deutschkenntnisse der befragten Person	20
Tabelle 3.13	Monatliches Brutto-Haushaltseinkommen	21
Tabelle 3.14	Schulbildung: Anzahl besuchte Schuljahre, befragte Person	22
Tabelle 4.1	Beurteilung von Vitalina als muttersprachiges Angebot	23
Tabelle 4.2	Beurteilung der interkulturellen Vermittler/innen	26
Tabelle 4.3	Insgesamte Beurteilung des Vitalina-Angebots	27
Tabelle 5.1	Wissenszuwachs durch Vitalina	31
Tabelle 5.2	Wahrnehmung des Settings «mit andern Eltern zusammen»	35
Tabelle 5.3	Verwendung der schriftlichen Materialien	38
Tabelle 5.4	Kenntnis der Mütter- und Väterberatung	39
Tabelle 5.5	Umsetzung des neuen Wissens und der neuen Informationen	40

I Grundlagen

1 Vitalina: Inhalt, Organisation und Ziele

Das Projekt «Vitalina – Aktive Eltern für gesunde Kinder» beschreitet innovative Wege: Fremdsprachige Eltern mit Kindern im Vorschulalter werden von interkulturellen Vermittler/innen via niederschwellige Kanäle angesprochen. Mit Informationen und Beratung soll umsetzbares Wissen zu den Themen gesunde Ernährung und genügend Bewegung bei kleinen Kindern vermittelt werden. «Vitalina» ist ein aufsuchendes Angebot: Die Kontakte zur Zielgruppe erfolgen an Orten, wo sich fremdsprachige Eltern mit ihren kleinen Kindern aufhalten, das heisst auf Spielplätzen, in Parks und öffentlichen Treffpunkten ebenso wie in Spielgruppen, Frauengruppen, Deutschkursen und Vereinen. Die Mütter und Väter werden von interkulturellen Vermittler/innen des selben Kulturkreises in ihrer Herkunftssprache angesprochen. Die Vermittler/innen gehen auf die Eltern zu, diskutieren mit ihnen, informieren über Zusammenhänge zwischen Ernährung, Bewegung und Gesundheit und geben praktische Tipps für den Alltag.

«Vitalina» wurde von der HEKS-Regionalstelle beider Basel (Hilfswerk der Evangelischen Kirchen Schweiz) im Auftrag und in Zusammenarbeit mit der Gesundheitsförderung Baselland entwickelt. Die Projektkonzeption wurde im Herbst 2008 aufgenommen, und die interkulturellen Vermittler/innen wurden mit einer spezifischen Schulung auf ihre Arbeit vorbereitet. Bereits ab Juni 2009 konnte das erarbeitete Konzept umgesetzt werden: Im Jahr 2009 fanden Vermittlungseinsätze in den Gemeinden Liestal, Pratteln, Füllinsdorf, Laufen und Sissach statt (alle Baselland). 2010 kamen die Gemeinde Birsfelden (BL) sowie der Kanton Basel-Stadt, der sich für die Übernahme des Konzepts interessierte, hinzu. Die Vitalina-Einsätze wurden zu Beginn in folgenden fünf Sprachen durchgeführt: Albanisch, Portugiesisch, Serbokroatisch, Tamilisch, Türkisch und Deutsch. Mittlerweile sind weitere Sprachen hinzu gekommen: Spanisch, Arabisch, Tigrinya, Amharisch, Französisch und Italienisch.

Zurzeit interessieren sich die Kantone Aargau, Solothurn und Zürich für die Implementation des Konzepts aus dem Kanton Basel-Landschaft.

Das Projekt arbeitet erfolgreich. Die Selbstevaluation, die das HEKS im August 2010 durchführte, zeigt auf, dass die Ziele erreicht werden können. Das heisst insbesondere, dass die Umsetzung wie geplant vorgenommen werden konnte, dass Einsätze der interkulturellen Vermittler/innen sowohl im öffentlichen Raum als auch in Institutionen (z. Bsp. in Spielgruppen oder Frauengruppen) stattfinden, dass die fremdsprachigen Eltern (vor allem Mütter) über wichtige Anlaufstellen wie die Mütter- und Väterberatung informiert werden, dass sie die lokalen, familienbezogenen Angebote kennen und dass die Eltern vom Projekt «Vitalina» als kompetente Partner/innen angesprochen werden und am aktiven Erfahrungsaustausch zu Fragen rund um Ernährung und Bewegung ihrer Kinder teilnehmen.

2 Evaluation

Im Hinblick auf die Verlängerung des Projekts «Vitalina» hat die Gesundheitsförderung Baselland eine externe Evaluation in Auftrag gegeben. Im Frühjahr 2011 wurde Social Insight mit der Durchführung der vorliegenden Evaluation beauftragt. Dabei geht es einerseits und primär darum, das Projekt aus einer neutralen Aussensicht zu untersuchen und für finanzierende Stellen eine valide Beurteilungsgrundlage zu erarbeiten (Bilanzevaluation). Andererseits ist die Projektleitung von «Vitalina» interessiert, mit der Evaluation auch weitere Anstösse für die Optimierung und Weiterentwicklung des Projekts zu erhalten (formative Evaluation). Die Evaluation wurde im Zeitraum von Mai bis Oktober 2011 durchgeführt. Der vorliegende Bericht informiert über die Bilanzevaluation sowie die wichtigsten Ergebnisse der formativen Evaluation. Ein separater Bericht enthält die Ergebnisse der formativen Evaluation im Detail.

2.1 Vorgehen und Methoden

Im Folgenden sind die durchgeführten Evaluationsschritte aufgeführt. Dazu gehörten Explorativgespräche mit den Initiantinnen, eine Befragung der Zielgruppe der fremdsprachigen Eltern, Expert/inneninterviews mit interkulturellen Vermittler/innen, der Besuch von Vitalina-Einsätzen durch die Evaluatorinnen sowie die Rezeption der Projektmaterialien und Dokumentation.

a) Explorativinterviews mit den Initiantinnen (Gesundheitsförderung BL und HEKS)

Zu Beginn der Evaluationsarbeiten wurde mit der für die Konzipierung und Umsetzung verantwortlichen Projektleiterin Andrea Ruder (HEKS) sowie mit Karin Grütter, der Projektverantwortlichen «aktion gesundes körporgewicht» der Gesundheitsförderung Baselland, je ein Gespräch durchgeführt. In diesen Gesprächen ging es darum, zusätzlich zu den schriftlichen Unterlagen *mündlich* umfassend über die Projektaktivitäten und die Zielerreichungsabsichten, über Schwierigkeiten und Probleme sowie über Erfolge, Erreichtes und offene Fragen Auskunft zu erhalten. Die Explorativinterviews dienten der Evaluation zur Erschliessung der aktuellen Wissensbestände zum Projekt. Die Gespräche wurden anhand eines Frageleitfadens durchgeführt. Anschliessend wurde von den Notizen eine zusammenfassende Transkription erstellt. Beide Gespräche fanden am 12. Mai 2011 statt.

b) Befragung der Zielgruppe der fremdsprachigen Eltern

Zentrales methodisches Element der Evaluation ist die schriftliche Befragung von Vitalina-Teilnehmer/innen. Ziel ist es, mit der Befragung *erstens* ausfindig zu machen, wer das Angebot von Vitalina nutzt. Die Ziel- und Nutzer/innguppe von Vitalina soll genauer beschrieben werden können. Dazu werden verschiedene soziostrukturelle und -demographische Merkmale der Teilnehmenden erhoben wie Haushaltgrösse, Kinderzahl, Zuzug in die Schweiz, Sprachkenntnisse, Bildung, Einkommen etc. *Zweitens* will die Befragung in Erfahrung bringen, wie die Akzeptanz des Angebots auf Seiten der Teilnehmenden ist. Erfasst werden die Wahrnehmung und die Beurteilung des Angebots durch die Nutzenden.

Und *drittens* wird untersucht, welche Wirkungen erzielt werden können, das heisst, es wird nach der individuellen Umsetzung der Vitalina-Informationen im Alltag der Befragten gefragt.

Die interkulturellen Vermittler/innen, welche die Vitalina-Einsätze leisten, gaben allen Müttern und Vätern am Schluss des Informations- und Diskussionsblocks von Vitalina einen Fragebogen von Social Insight ab. Die befragten Eltern füllten den Fragebogen unmittelbar vor Ort aus und verpackten ihn in das zur Verfügung gestellte vorfrankierte und adressierte Couvert, das sodann per Post direkt Social Insight zugestellt wurde. Mit dem gewählten Vorgehen konnten sowohl die Anonymität der Befragung als auch eine hohe Beteiligung gewährleistet werden.

Es wurde ein kurzer, einfach verständlicher Fragebogen entwickelt (26 Grundvariablen). Der Fragebogen enthält vor allem Fragen mit geschlossenen Antwortvorgaben. Das heisst, die passende Antwort konnte einfach angekreuzt werden. Zudem wurden einige wenige offene Fragen gestellt. Dies erlaubt es, von den Befragten ein reichhaltigeres Bild über deren Wahrnehmung von Vitalina zu erhalten.

Der Entwurf des Fragebogens wurde in einem Pretest mit der Auftraggeberin, Karin Grütter, Gesundheitsförderung Baselland, mit der Projektleiterin von Vitalina, Andrea Ruder, HEKS, sowie mit fünf interkulturellen Vermittler/innen diskutiert (Ende Mai 2011). Anregungen und Vorschläge wurden in die definitive Version aufgenommen.

Danach wurde der Fragebogen in sechs im Projekt verwendeten Sprachen übersetzt: Albanisch, Portugiesisch, Serbokroatisch, Spanisch, Tamilisch und Türkisch. Die Übersetzung wurde vom Dolmetschdienst des Ausländerdienstes Baselland ausgeführt und von den interkulturellen Vermittler/innen überprüft.

Die Befragung wurde vom 15. Juni bis zum 14. September 2011 durchgeführt (drei Monate). In diesem Zeitraum gaben die interkulturellen Vermittler/innen den Fragebogen allen Personen ab, mit denen sie bei ihren Einsätzen in Kontakt kamen. Einbezogen wurden alle Einsätze im öffentlichen Raum sowie Einsätze im privaten und institutionellen Rahmen. So genannte Kurzeinsätze an Info-Ständen im Rahmen von Festen, öffentlichen Veranstaltungen u. Ä. wurden angesichts der kurzen Kontakt- und Vermittlungsdauer nicht in die Befragung einbezogen.

Insgesamt wurden 75 Fragebogen ausgefüllt. Dies übertraf die von Social Insight auf Basis der Projektstatistik vorgenommene Schätzung, dass innerhalb von drei Monaten mindestens 50 Fragebogen ausgefüllt werden sollten. Das Ziel, 50 oder mehr Meinungen von Vitalina-Teilnehmer/innen in die Evaluation einbeziehen zu können, wurde somit sehr gut erreicht.

Die ausgefüllten Fragebogen wurden von Social Insight auf ihre inhaltliche Konsistenz überprüft. Die Ausfüllqualität erwies sich als gut. Das heisst, die Befragten haben die Fragebogen im Allgemeinen vollständig und konzis ausgefüllt. Mit Ausnahme der Angabe zum Haushaltseinkommen wurden alle Fragen von jeweils praktisch allen Befragten beantwortet; betreffend Einkommen ist es möglich, dass dieses nicht allen Befragten bekannt ist oder dass man es nicht angeben wollte.

Jeder Fragebogen wurde mit einer individuellen Nummer versehen (FBNR = Fragebogennummer; diese scheint im vorliegenden Bericht bei Zitaten auf). Die Daten wurden in

die für quantitative Analysen spezialisierte Software SPSS eingelesen. Für die Auswertung wurden uni- und bivariate Analysen durchgeführt (d. h. Angaben zu einzelnen Variablen sowie zum Zusammenhang zwischen zwei Variablen). Die Angaben der Befragten zu den offenen Fragen, welche in verschiedenen Herkunftssprachen erfolgten, wurden von den interkulturellen Vermittler/innen auf Deutsch rückübersetzt und von den Evaluatorinnen nach inhaltlichen Kriterien ausgewertet.

c) ExpertInneninterviews mit interkulturellen Vermittler/innen

Die Erfahrungen der interkulturellen Vermittler/innen wurden anhand von ExpertInneninterviews in die Evaluation einbezogen. Von den 14 im Projekt aktiven Vermittler/innen wurden in Absprache mit der Projektleitung vier Fachpersonen ausgewählt. Befragt wurden interkulturelle Vermittlerinnen, die seit Beginn Vitalina-Einsätze leisten. Vertreten waren diejenigen vier Sprachen, in denen am meisten Einsätze geleistet werden: Albanisch, Serbokroatisch, Tamilisch und Türkisch. Für die Gespräche wurde ein Leitfaden erarbeitet. Die interkulturellen Vermittler/innen wurden zu folgenden Themen, Erfahrungen und Wahrnehmungen befragt:

- Einstellung und Haltung zu den Einsätzen
- Organisation: Positives und Verbesserungen, Anstellungsbedingungen, Einsatztypen (draussen, privat, in Institutionen)
- Vermittlung: Positives und Schwierigkeiten, Verbesserungsmöglichkeiten, Kriterien für eine/n gute/n interkulturelle/n Vermittler/in
- Hilfsmittel/Materialien: gut und hilfreich vs. unpassend, Wünsche nach Neuem
- Beschreibung der Zielgruppe, Bedarf für das Angebot
- Positive und negative Beispiele von Begegnungen
- Beispiele zum Wirkungsbereich
- Entwicklung des Angebots, Veränderungen, Optimierungen
- Weitere Anmerkungen

Die Gespräche mit den interkulturellen Vermittler/innen fanden zwischen dem 2. und 8. September 2011 statt; sie dauerten jeweils ca. 2 Stunden. Zu den Gesprächen wurden handschriftliche Notizen erstellt, die anschliessend für die Auswertung transkribiert wurden.

d) Besuch von Vitalina-Einsätzen

Die Evaluatorinnen besuchten zwei Einsätze von Vitalina: einen Einsatz im öffentlichen Raum in Pratteln (2. September 2011) und einen Einsatz in einer Institution, in der Spielgruppe Bienenhüsli Pratteln (5. September 2011).

e) Rezeption und Auswertung der schriftlichen Materialien zu «Vitalina»

Weiter wurden den Evaluatorinnen die verschiedenen schriftlichen Unterlagen, die zum Projekt erarbeitet worden sind, zur Verfügung gestellt. Es sind dies Dokumente und Materialien wie das Konzept, die Selbstevaluation, Zwischenberichte, Projektstatistiken, Medienberichte, Zielgruppen-Informationen für die Teilnehmenden etc.

2.2. Evaluationsfragen

Die Evaluation soll, wie eingangs erwähnt, zum einen in Form einer Bilanzevaluation Grundlagen für eine Beurteilung des Projekts «Vitalina» zur Verfügung stellen. Zum andern sollen auch formative Aspekte Eingang in die Evaluation finden. Entsprechend sollen folgende Evaluationsfragen beantwortet werden:

Für die *Bilanzevaluation*:

- 1) *Erreichung der Zielgruppe*: Wird die intendierte Zielgruppe – fremdsprachige Eltern mit Kindern im Vorschulalter – tatsächlich erreicht? Welche Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?
- 2) *Akzeptanz des Angebots*: Wie kommt das Angebot Vitalina bei der Zielgruppe an? Was macht die Akzeptanz oder die Ablehnung des Angebots aus?
- 3) *Wirkung des Angebots*: Welche Wirkungen können bei der Zielgruppe festgestellt werden?
- 4) *Weiterführung des Angebots*: Empfiehlt die Evaluation die Weiterführung oder die Sistierung des Angebots? Welche Gründe sind massgebend?

Für die formative Evaluation:

- 5) Welche Verbesserungen und Weiterentwicklungen empfiehlt die Evaluation für das Angebot Vitalina?

2.3 Verlauf der Arbeiten

Die Evaluationsarbeiten verliefen plangemäss und die Befragung der Teilnehmenden konnte im vorgesehenen Rahmen durchgeführt werden. Zusätzlich zur ursprünglichen Planung wurden zwei Einsätze von Vitalina besucht. Dies gab den Evaluatorinnen die Gelegenheit, auch persönlich und vor Ort Einblick in die Arbeit der interkulturellen Vermittler/innen zu nehmen, Mütter und Väter der Zielgruppe zu sehen und die Atmosphäre von Vitalina konkret anhand von zwei Beispielen kennen zu lernen.

2.4 Inhalt des Evaluationsberichts

In Teil I des vorliegenden Berichts wird die Ausgangslage beschrieben und es werden die Grundlagen und Methoden der Evaluation ausgeführt. In Teil II werden die Ergebnisse der Evaluation zum Output des Projekts, zur Akzeptanz des Angebots und zu dessen Wirkungen präsentiert. Abschliessend werden in Teil III die an die Evaluation gestellten Fragen beantwortet.

Die Detailergebnisse zur formativen Evaluation befinden sich in einem separaten Bericht.

2.5 Dank

Wir danken Karin Grütter, Gesundheitsförderung Kt. BL, für die wohlwollende Unterstützung der Evaluationsarbeiten.

Bei Andrea Ruder, HEKS-Regionalstelle beider Basel, bedanken wir uns für die prompte Beantwortung der vielen Fragen, die sich der Evaluation im Laufe der Arbeit stellten, sowie für die angenehme und umsichtige Organisation von Kontakten zu den interkulturellen Vermittler/innen und das bereitwillige zur Verfügung stellen der für die Evaluation benötigten Materialien.

Wir bedanken uns bei den interkulturellen Vermittler/innen für ihren Einsatz, die Vitalina-Teilnehmer/innen für das Ausfüllen der Evaluationsbögen zu motivieren und bei allfälligen Fragen – neutral bleibend – zu helfen. Weiter bedanken wir uns für die Gespräche, die wir mit den interkulturellen Vermittler/innen zu ihrer Arbeit führen konnten.

Schliesslich gilt unser Dank den 67 Müttern und 8 Vätern, die uns bereitwillig über ihre Erfahrung mit dem Vitalina-Angebot Auskunft gegeben haben.

II Ergebnisse

3 Projektaktivitäten: Angebot und geleistete Arbeit (Output)

Das folgende Kapitel untersucht den Output des Projekts Vitalina. Das heisst, es wird ausgeführt, welche Leistungen das Projekt Vitalina erbringt. In Kapitel 3.1 wird dargestellt, welches die Umsetzung und die Produkte/Angebote von Vitalina sind und in welchem Umfang das Projekt aktiv geworden ist. Zudem wird in Kapitel 3.2 die erreichte Zielgruppe anhand der Befragungsdaten der Evaluation ausführlich beschrieben. Es wird aufgezeigt, wen das Projekt Vitalina mit seinem Angebot zu erreichen vermag.

3.1 Leistungen des neuen Angebots

a) Produkte – erarbeitete Materialien und Unterlagen

Mit Vitalina ist 2009 ein neues Angebot entstanden. Für dieses wurden spezifische Materialien neu erarbeitet wie auch passende, bestehende Arbeitsunterlagen zusammengestellt und neu nutzbar gemacht. Dazu zählen die folgenden Unterlagen und Arbeitsinstrumente:

- Konzept «Vitalina – Aktive Eltern für gesunde Kinder»
- Projektflyer «Vitalina – Aktive Eltern für gesunde Kinder»
- Laminiertes A4-Blatt, doppelseitig: «Tipps für gesunde Znüni und Zvieri», aufgeteilt nach Lebensmittelgruppen (Nüsse, Milchprodukte, Brot und Kracker, Gemüse, Früchte und Getränke) und mit farbigen Bildern zu diesen Produkten; und mit Informationen zu Essen und Trinken.
- Wasserflyer «Wasser – das beste Getränk für Kinder!» mit Informationen zu verschiedenen Getränken (Wasser, Mineralwasser, Milch, Fruchtsäfte, Sirup, Süssgetränke)
- A4-Blatt, doppelseitig: «Ernährungsdrehscheibe» mit «Empfehlungen zum gesunden und genussvollen Essen und Trinken für Kinder», enthält Grundregeln für die Kinder zum Essen und Trinken sowie Informationen und Tipps für Eltern
- Zusammenstellung wichtiger Adressen für Familien in der Gemeinde und im Kanton

Die erwähnten Materialien werden, abgesehen vom Konzept, in der Projektarbeit regelmässig verwendet und den teilnehmenden Eltern auch abgegeben. Sie dienen bei den Vitalina-Einsätzen als Informations- und Diskussionsgrundlage.

b) Umsetzung – Projektleitung, interkulturelle Vermittler/innen (ikV) und Sprachenvielfalt

Für die Durchführung von Vitalina ist eine eigene Projektorganisation aufgebaut worden: Vitalina wird von einer Projektleiterin geleitet (20%-Stelle). Sie ist Mitarbeiterin der HEKS-Regionalstelle beider Basel. Diese Institution führt Vitalina im Auftrag der Gesundheitsförderung Basel-Landschaft durch. Gleichzeitig besteht mittlerweile auch für Basel-Stadt ein Auftrag zur Durchführung von Vitalina. Folgende Aufgaben werden von der Projektleitung für den Kanton Basel-Landschaft wahrgenommen:

- Leitung des ikV-Teams, Teamsitzungen
- Organisation von Einsätzen in Institutionen
- Kontaktaufnahme mit Gemeinden: Information zu Vitalina und Einsätzen
- Organisation der Weiterbildung für die ikV
- Kontakt zur Auftraggeberin: Gesundheitsförderung Baselland

Das Vitalina-Team besteht aus 17 interkulturellen Vermittler/innen (September 2011), 15 Frauen und zwei Männer. Sie bringen für die Projektarbeit im interkulturellen Bereich eine fundierte Ausbildung mit: Alle interkulturellen Vermittler/innen haben die Ausbildung «interkulturelles Übersetzen» sowie die darauf aufbauende Ausbildung «interkulturelles Vermitteln», die vom Schweizerischen Verband für Weiterbildung SVEB anerkannt ist, absolviert (siehe: www.mel.heks.ch).

Im Hinblick auf die Vitalina-Einsätze haben die interkulturellen Vermittler/innen zudem im Voraus spezifische, von Fachdozierenden unterrichtete Weiterbildungen absolviert. Seit Beginn der Projektlaufzeit finden solche projektbezogenen Kurse parallel zu den Einsätzen statt.

Die Weiterbildungen beinhalten die zentralen Inhalte von Vitalina:

- Gesunde Ernährung im Frühbereich/Vorschulalter
- Prävention von Kinderkaries
- Bewegung im Frühbereich, Spielen und Lernen

Mittlerweile wird Vitalina, inklusive auf Deutsch, in 12 Sprachen angeboten. Pro Sprache stehen ein/e bis drei interkulturelle Vermittler/innen zur Verfügung. Seit Beginn im Jahr 2009 wird Vitalina in folgenden Sprachen durchgeführt:

- Albanisch
- Deutsch
- Portugiesisch
- Serbokroatisch
- Tamilisch
- Türkisch

Im Jahr 2011 sind sechs weitere Sprachen neu hinzugekommen:

- Amharisch und Tigrinya (Äthiopien und Eritrea)
- Arabisch
- Französisch
- Italienisch
- Spanisch

Dies bedeutet, dass das Projekt in den wichtigsten Sprachen der im Raum Baselland lebenden Migrant/innen angeboten werden kann.

Vitalina wird in vier Formen angeboten. Folgende drei Formen beinhalten Intensivkontakte mit vertiefter Information und Austausch:

- 1) Im öffentlichen Raum (draussen), das heisst in Parks, auf Spielplätzen und bei öffentlichen Treffpunkten; Zielgruppe wird spontan angesprochen
- 2) In Institutionen wie zum Beispiel in Spielgruppen, in Frauengruppen, Deutschkursen, in Vereinen etc.; Termine werden angekündigt

- 3) Im privaten Rahmen bei Teilnehmer/innen zu Hause; Termine werden gemeinsam geplant
Zudem finden Kurzkontakte mit den Zielpersonen statt:
- 4) Kürzere Kontakte an Vitalina-Informationsständen, die im Rahmen von Festen, vor Läden, Spieltagen etc. durchgeführt werden

c) Projektstatistik – erreichte Personen, Anzahl Einsätze und aufgewendete Zeit sowie Projekt-Gemeinden

Die Zahlen der Projektstatistik zum Jahr 2011 zeigen, dass Vitalina in den ersten achteinhalb Monaten des laufenden Jahres insgesamt 61 Einsätze geleistet hat.¹ Im Rahmen der 61 Einsätze sind total 697 Personen erreicht worden. Die Mehrheit der Vitalina-Einsätze wurde im öffentlichen Raum, bei Privatpersonen oder in Institutionen geleistet (insgesamt 54 Einsätze; vgl. Tabelle 3.1).

Zudem fanden 7 Informations-Einsätze im Rahmen eines öffentlichen Anlasses statt, an dem sich Vitalina mit einem Informationsstand beteiligte und Anwesende auf das Projekt und dessen Anliegen aufmerksam machen konnte. Mit diesen 7 Einsätzen hat Vitalina weitere 350 Personen mit einem Kurzkontakt erreicht.

Für die 61 Vitalina-Einsätze sind insgesamt 227 Stunden aufgewendet worden.

Tabelle 3.1 Erreichte Personen, Einsätze und Stundenaufwand (1.1.–15.9.2011)

		Erreichte Personen	Anzahl Einsätze*	Aufgewendete Stunden
Intensivkontakte	Draussen (Spielplatz, Strasse, Park etc.)	216	25	71
	Privat bei jemanden zu Hause	51	17	37
	In einer Institution (Spielgruppe, Verein etc.)	80	12	48
Kurzkontakte	Info-Stand an einem Anlass (Fest, Sporttag etc.)	350	7	71
	Total	697	61	227

*Häufig ist mehr als 1 interkulturelle/r Vermittler/in im Einsatz, d. h. es werden bei einem Einsatz gleichzeitig mehrere Sprachen bedient.

Betrachten wir die Gesamtlaufzeit des Projekts Vitalina, Juni 2009 bis Mitte September 2011, so zeigt sich anhand der erreichten Personen, dass das Projekt viele Zielpersonen erreichen konnte. Mit Intensivkontakten wurden in den beiden Jahren nach Projektstart 298 (Jahr 2010) respektive 490 Personen (2011; Hochrechnung) erreicht (vgl. Tabelle 3.2). Im Vergleich zum ersten Jahr (249 erreichte Personen; Hochrechnung) fand also eine kontinuierliche Zunahme statt. Im 2011 liegt die Zahl wieder etwas tiefer. (Zur Vergleichbarkeit

¹ Die Zahlen in diesem Abschnitt (c) beziehen sich auf Einsätze in allen Sprachen, die Vitalina anbietet.

wurden die Zahlen der Jahre 2009 und 2011, in denen etwas das Projekt jeweils (noch) kein ganzes Jahr aktiv war, auf 12 Monate hochgerechnet.)

Mit Kurzkontakten wurden 2009, im ersten Jahr, 322 Personen erreicht (Hochrechnung). Im zweiten Jahr ging die Zahl zurück (222 erreichte Personen) und stieg 2011 wieder deutlich an (494 erreichte Personen; Hochrechnung).

Seit Projektbeginn im Juni 2009 konnten bis zum September 2011 insgesamt 790 Personen im Rahmen von Intensivkontakten erreicht werden.

Mit Kurzkontakten an einem Informationsstand sind in dieser Zeit 760 Personen erreicht worden.

Das bedeutet, dass seit dem Start total 1'550 Personen in der einen oder anderen Form mit Vitalina Kontakt hatten und Informationen zu Themen rund ums Essen und Trinken und Bewegung und deren Zusammenhang zur Gesundheit erhalten haben.

Wenn man davon ausgeht, dass eine von Vitalina kontaktierte Person die Vitalina-Botschaften jeweils einer ganzen Familie zukommen lässt, so bedeutet dies, dass bisher – zwischen Juni 2009 bis Mitte September 2011 – insgesamt über eineinhalb Tausend Familien in den Genuss der Vitalina-Information gekommen sind.

Tabelle 3.2 Erreichte Personen 2009 bis 2011

	Jahr 2009 Hochrechnung in Klammer	Jahr 2010	Jahr 2011 Hochrechnung in Klammer	Total
Intensivkontakte (draussen, privat und in Institutionen)	(249) 145	298	(490) 347	790
Kontakte Info-Stand (Fest, Sporttag etc.)	(322) 188	222	(494) 350	760
Total Kontakte	(571) 333	519	(984) 697	1'550

Für die Jahre 2009 und 2011 wurden die Zahlen auf 12 Monate hochgerechnet. Die Zahlen in Klammer entsprechen den auf 12 Monate hochgerechneten Werten. Die effektiven Zahlen beziehen sich auf folgende Perioden: für 2009: 1.6.–31.12.2009; für 2011: 1.1.–15.9.2011.

Projekt-Gemeinden: Vitalina leistete im 2011 in verschiedenen Gemeinden des Kantons Basel-Landschaft Projekteinsätze. Intensivkontakte sind in 13 Gemeinden durchgeführt worden (vgl. Tabelle 3.3).

In fünf Gemeinden wurden jeweils mehr als 40 Personen erreicht: es sind dies Birsfelden, Pratteln, Liestal, Laufen und Münchenstein. In zwei Gemeinden erreichte das Angebot zwischen 10 bis 29 Personen, dies gilt für Allschwil und Binningen. In weiteren sechs Gemeinden konnten Eltern ebenfalls angesprochen werden. In diesen Gemeinden liegt die Zahl der erreichten Personen jeweils unter 10 Personen. Hinzu kommen Personen, die in einer Gemeinde des Kantons Basel-Landschaft wohnen, jedoch bei einem Einsatz in Basel-Stadt angesprochen wurden. Für 8 Personen ist dies bekannt.

Tabelle 3.3 Vitalina Intensiveinsätze nach Gemeinden (1.1.–15.9.2011)

	Gemeinde	Anzahl erreichte Personen
30 bis 69 Personen	Birsfelden	62
	Pratteln	61
	Liestal	58
	Laufen	57
	Münchenstein	47
10 bis 29 Personen	Allschwil	15
	Binningen	14
1 bis 9 Personen	Nenzlingen	9
	Reinach	5
	Frenkendorf	5
	Füllinsdorf	3
	Bottmingen	2
	Ettingen	1

Zusätzlich sind 8 Personen aus Baselland bei Einsätzen in Basel-Stadt erreicht worden.

d) Projektaufwand und Kosten pro Zielperson

Der Gesamtprojektaufwand (BL und BS) lag im Jahr 2010 bei 112'491 Franken (vgl. Tabelle 3.4). Anteilmässig liegt der Aufwand für den Kanton Basel-Landschaft bei 40'856 Franken (aufgeteilt nach Anzahl erreichter Personen).

Die Berechnung des Aufwands pro Zielperson berücksichtigt den Stundenaufwand der interkulturellen Vermittler/innen für die Intensiv- und die Kurzkontakte an Info-Ständen. Das Stundenverhältnis liegt bei 69 % (Intensivkontakte) zu 31 % (Kurzkontakte). Solchermassen aufgeteilt liegt der Aufwand 2010 für Intensivkontakte bei 28'191 Franken, für Kurzkontakte bei 12'665 Franken.

Tabelle 3.4 Aufwand und Kosten pro Zielperson, Jahr 2010

	Kosten des Projekts	Erreichte Personen	Kosten pro Zielperson
Intensivkontakte (draussen, privat und in Institutionen)	28'191 Fr.	298	95 Fr.
Kontakte Info-Stand (Fest, Sporttag etc.)	12'665 Fr.	222	57 Fr.
Total	40'856 Fr.	519	79 Fr.

Die Kosten für eine Zielperson liegen damit für Intensivkontakte bei 95 Franken. Die Kosten für eine Zielperson im Fall von Kurzkontakten betragen 57 Franken.

Geht man davon aus, dass von den Vitalina-Informationen, die eine Zielperson erhält, nachgehend eine ganze Familie profitieren kann – gesunde Ernährung und genügend Bewegung für kleine Kinder –, so sind die Kosten für einen Intensivkontakt von unter hundert Franken als gering zu bezeichnen.

3.2 Erreichte Zielgruppe: soziostrukturelle und -demographische Angaben (Evaluationsdaten der Befragung)

a) Mit der Evaluation erreichte Personen

Die Evaluationsbefragung der Vitalina-Teilnehmer/innen wurde während drei Monaten durchgeführt (15. Juni bis 14. September 2011). Insgesamt haben 75 Personen den Fragebogen ausgefüllt, 14 Personen bei einem Einsatz draussen (öffentlicher Raum) und 61 Personen privat, bei jemandem zu Hause, oder innerhalb eines institutionellen Settings (vgl. Tabelle 3.5).

Die Begegnungen an Info-Ständen während Festen etc. wurden wegen der meist deutlich kürzeren Kontaktdauer nicht in die Evaluation einbezogen.

Der Vergleich zwischen Evaluationsdaten und Vitalina-Kontakten in der untersuchten Zeitspanne Juni/September 2011 zeigt, dass die im öffentlichen Raum kontaktierten Personen nur zu einem kleineren Anteil in die Evaluation einbezogen werden konnten (15 %; vgl. Tabelle 3.5).² Hingegen gelang es praktisch in jedem Fall, die an privat oder institutionell organisierten Anlässen angesprochenen Eltern auch für die Evaluation, das heisst für das Ausfüllen des Fragebogens, zu gewinnen (100 %).

Der Unterschied im Ausmass der Teilnahme an der Evaluation war erwartbar. Es ist einfacher, angesprochene Personen innerhalb eines geplanten institutionellen oder privaten Settings für die Teilnahme an der Befragung zu gewinnen. Diese Teilnehmenden haben sich bewusst für das angekündigte Vitalina-Angebot entschieden, und die Räumlichkeiten mit Tischen und Stühlen erleichtern zudem das Ausfüllen. Dagegen war es nicht immer möglich, in einem Park oder auf einem Spielplatz etc. Angesprochene – die spontan mit Vitalina konfrontiert wurden – nebst der Motivation, sich auf das Angebot einzulassen, auch noch für die Befragung gewinnen zu können.

Was bedeutet die unterschiedliche Teilnehmerate für die Aussagekraft der Erhebung? Klar ist, dass die Ergebnisse der institutionell kontaktierten Eltern als repräsentativ gelten können für den Beschreib der Zielgruppe und die Arbeit der interkulturellen Vermittler/innen. Es konnte das Feedback von *allen* teilnehmenden Mütter und Väter in der beobachteten Dreimonatsperiode einbezogen werden. Dagegen vermittelt das Echo der im öffentlichen Raum Angesprochenen lediglich einen Einblick in diese Gruppe und ihre Wahrnehmung. Ob sich Eltern, die nicht an der Evaluation teilnahmen, von den anderen, mit Vitalina erreichten Eltern unterscheiden oder ob diese eine andere Wahrnehmung des Projekts gehabt hätten, ist schwierig zu beurteilen. Allerdings gibt es, soweit für die Evaluation ersichtlich, keinen Grund, der dafür sprechen würde, dass die nicht in die Evaluation Einbezogenen sich

² Für den Vergleich werden nur diejenigen Vitalina-Einsätze berücksichtigt, die in einer der in die Evaluation einbezogenen Sprachen durchgeführt wurden.

grundsätzlich von den Einbezogenen unterscheiden würden oder dass sie grundsätzlich andere Aussagen gemacht hätten.

Wie die vertieften Analysen zeigen, weisen die beiden Gruppen «im öffentlichen Raum Angesprochene» und «institutionell Angesprochene» in ihrer Beantwortung des Vitalina-Fragebogens sehr viele Ähnlichkeiten auf – zum Teil aber auch interessante Unterschiede. Wir werden dies an den entsprechenden Stellen im Ergebnisteil erläutern.

Tabelle 3.5 Vergleich: mit der Evaluation erreichte Personen und Vitalina-Kontakte (Evaluationsperiode: 15.6.–14.9.2011)

	Erreichte Personen		
	Evaluation	Projektstatistik Vitalina*	Anteil Evaluation
Draussen (Spielplatz, Strasse, Park etc.)	14	ca. 95	15 %
Privat bei jemanden zu Hause oder in einer Institution (Spielgruppe, Verein etc.)	61	ca. 62	100 %
Total	75	157	

*Einbezogen wurden hier nur die Zahlen aus Einsätzen in Sprachen, die in die Evaluation einbezogen sind.

b) Geschlecht

Vitalina richtet sich grundsätzlich an beide Geschlechter. Angesprochen werden sowohl Mütter als auch Väter von Kleinkindern.

Die Ergebnisse zeigen, dass es in neun von zehn Fällen die Mütter von Kleinkindern sind, die von Vitalina über die Themen gesunde Ernährung und Bewegung im Frühbereich informiert werden können (89 %; vgl. Tabelle 3.6). Bei ungefähr einer von zehn beteiligten Personen handelt es sich jeweils um einen Vater (11 %). In ein paar Fällen konnten auch Grossmütter oder Grossväter von Kleinkindern angesprochen werden, dies vorwiegend im öffentlichen Raum. Genaue Zahlen dazu hat die Evaluation nicht erhoben. Das Angebot erreicht, nicht unerwartet, vorwiegend Frauen. Sie sind angesichts der gesellschaftlichen Arbeits- und Rollenteilung als zentrale Zielgruppe zu bezeichnen.

Tabelle 3.6 Geschlecht der Befragten

	Anzahl	In Prozent
Frauen	67	89 %
Männer	8	11 %
Total	75	100 %

c) Kinderzahl pro Familie

Erwartungsgemäss sind in allen Haushalten der Befragten Kinder vertreten. Dies zeigt auch klar auf, dass mit Vitalina die richtigen Zielpersonen angesprochen werden. In den meisten Haushalten – in vier von fünf Fällen – leben ein oder zwei Kinder (30 % resp. 51 %; vgl. Tabelle 3.7). In gut jedem sechsten Haushalt (15 %) leben drei Kinder und vier 4 % der Haushalte weisen vier Kinder auf. Das Ergebnis verweist darauf, dass die Informationen von Vitalina bei einer deutlichen Mehrheit der erreichten Personen (70 %) mehr als nur einem Kind zugute kommen.

Tabelle 3.7 Anzahl Kinder pro Haushalt

	Anzahl	In Prozent
Keine Kinder	0	--
1 Kind	22	30 %
2 Kinder	38	51 %
3 Kinder	11	15 %
4 Kinder	3	4 %
Total	74	100 %

d) Alter der Kinder

Betrachten wir das Alter der im Haushalt lebenden Kinder, so wird deutlich, dass der Grossteil der erreichten Personen genau der Zielgruppe – Eltern mit Kindern von 0 bis 5 Jahren – entspricht. Während die Hälfte der Eltern ausschliesslich Kinder im Alter von 0 bis 5 Jahren hat (50 %; vgl. Tabelle 3.8), hat jede dritte am Vitalina-Angebot teilnehmende Person zudem auch ältere Kinder im Alter von 6 Jahren und mehr (31 %).

Jede fünfte in die Evaluation einbezogene Person hat keine Kinder im Vorschulalter von 0 bis 5 Jahren (19 %). Diese Personen entsprechen somit nicht der primären Zielgruppe.

Tabelle 3.8 Kinder gemäss Altersgruppen pro Haushalt

	Anzahl	In Prozent
Nur 0–5 jährige Kinder	37	50 %
0–5 jährige und Kinder im Alter von 6 Jahren und älter	23	31 %
Nur Kinder im Alter von 6 Jahren und älter	14	19 %
Total	74	100 %

Aufschlussreich ist hier nun die vertiefte Untersuchung der beiden Subgruppen «im öffentlichen Raum Angesprochene» versus «institutionell Angesprochene». Die Auswertung zeigt, dass es den interkulturellen Vermittler/innen im öffentlichen Raum offensichtlich problemlos gelingt, die richtigen Zielpersonen anzusprechen, also Mütter und Väter mit Kleinkindern im Alter von 0 bis 5 Jahren. Dagegen zeigen die Ergebnisse, dass im

institutionellen Rahmen Angesprochene zum Teil auch dann an der Vitalina-Veranstaltung teilnehmen, wenn ihre Kinder bereits älter sind. Es ist davon auszugehen, dass es sich jeweils um Kinder handelt, die wenig älter sind als die Zielgruppe der 0- bis 5-Jährigen. Zum Teil, so ist zu folgern, interessieren sich offensichtlich auch Eltern mit etwas grösseren Kinder für die Vitalina-Themen.

e) Anzahl im Haushalt lebende Personen (Erwachsene und Kinder)

In puncto Haushaltgrösse, das heisst der Anzahl der im Haushalt lebenden Erwachsenen und Kinder, zeigt sich folgendes Bild: Fast in jedem dritten Fall umfasst der Haushalt drei Personen, in den meisten Fällen sind dies die Eltern und ein Kind (30 %). In der Hälfte der Fälle haben die von Vitalina Angesprochenen zwei Kinder, der Haushalt umfasst vier Personen (52 %; vgl. Tabelle 3.9). In jedem fünften Fall ist der Haushalt grösser, er umfasst zwischen fünf bis sieben Personen (18 %). Möglicherweise leben zum Teil auch Grosseltern oder andere Verwandte im Haushalt. Dies wurde von der Evaluation nicht speziell erfasst.

Tabelle 3.9 Anzahl Personen pro Haushalt

	Anzahl	In Prozent
3 Personen	22	30 %
4 Personen	38	52 %
5–7 Personen	13	18 %
Total	73	100 %

f) Aufenthaltsdauer in der Schweiz

Vitalina richtet sich an Eltern mit Migrationshintergrund. Das heisst an Personen, die zu einem Zeitpunkt in ihrem Leben aus ihrem ursprünglichen Heimatland in die Schweiz eingereist sind. Es können aber auch Personen sein, deren Eltern bereits migriert sind, während sie selbst in der Schweiz geboren und aufgewachsen sind.

Die Befragung erfasst, wie lange die migrantischen Mütter und Väter, die an Vitalina teilnehmen, bereits in der Schweiz leben. Erhoben wurde, seit wie vielen Jahren die Befragten in der Schweiz leben (nicht gesondert erfasst wurde die Gruppe, die seit Geburt in der Schweiz lebt).

Die von Vitalina angesprochenen Eltern weisen, wie die Ergebnisse zeigen, bezüglich Aufenthaltsdauer ein breites Spektrum auf. Es lassen sich vier ähnlich grosse Gruppen feststellen: Rund jede vierte befragte Person lebt seit 1–6 Jahren in der Schweiz (26 %). Ebenfalls 26 % sind jeweils seit 7–12 Jahren respektive seit 13–20 Jahren in der Schweiz, und knapp jede fünfte Person lebt bereits seit 21–30 Jahren in der Schweiz (22 %; vgl. Tabelle 3.10).

Das Resultat zeigt auf, dass Vitalina Personen mit sehr unterschiedlich langen Migrationsgeschichten anzusprechen vermag. Das Projekt weckt sowohl das Interesse von Eltern mit Kleinkindern, die erst seit Kürzerem in der Schweiz leben (1–6 Jahre) und für die Vitalina Informationen und Wissen zu einem grundlegenden Thema aufzeigen und vermitteln kann.

Dies gelingt darüber hinaus aber offensichtlich auch im Hinblick auf migrantische Eltern mit Kleinkindern, die bereits seit Längerem in der Schweiz leben (13–30 Jahre).

Beachtenswert ist das Ergebnis der vertiefenden Auswertung. Dies zeigt, dass Personen, die erst seit Kürzerem in der Schweiz leben, häufiger eine längere Schulzeit genossen haben als Migrant/innen, die bereits lange in der Schweiz leben. Während 50 % derjenigen, die seit 1–6 Jahren in der Schweiz sind, 14 und mehr Schuljahre absolviert haben, gilt dies nur für 12 % derjenigen, die seit 13–30 Jahren in der Schweiz leben (Zahlen nicht in Tabelle).

Tabelle 3.10 Jahre in der Schweiz, befragte Person

	Anzahl	In Prozent
1–6 Jahre	19	26 %
7–12 Jahre	19	26 %
13–20 Jahre	19	26 %
21–30 Jahre*	16	22 %
Total	73	100 %

* Inkl. dreimal länger als dreissig Jahre, d. h. 34, 35 und 41 Jahre.

g) Herkunftsland

Das Angebot von Vitalina wird in 12 Sprachen durchgeführt. Die Befragung der Evaluation wurde in 7 Sprachen durchgeführt. Das bedeutet, dass aus sprachlichen Gründen nicht sämtliche Herkunftsnationen, die grundsätzlich von Vitalina angesprochen werden, auch in der Befragung vertreten sind.

Trotz dieser Beschränkung verweisen die Evaluationsergebnisse in puncto Herkunft der Teilnehmenden auf eine grosse Vielfalt. Mit den 7 Befragungssprachen sind Eltern aus insgesamt 19 Nationen erreicht worden.

Dazu zählen 13 europäische Länder (68 %), darunter die Länder des ehemaligen Jugoslawien, Bosnien, Kosovo, Kroatien, Mazedonien und Serbien, sowie, aus Osteuropa, Rumänien. Fast jede vierte beteiligte Person stammt ursprünglich aus der Türkei, inklusive Kurdistan. Die Beteiligten aus den weiteren Länder Europas kommen aus Westeuropa; Deutschland, Frankreich, Holland, Italien, der Schweiz und Spanien (vgl. Tabelle 3.11).

Aus Asien stammen 22 % der Befragten, dies vor allem aus Sri Lanka sowie eine Person aus Thailand.

Aus latein- und mittelamerikanischen Ländern stammen 8 % der Befragten; sie kommen aus Brasilien, Costa Rica, der Dominikanischen Republik und aus Kuba.

Das Ergebnis verdeutlicht die Herkunftsvielfalt der jungen Eltern, die von den Vitalina-Bbeauftragten angesprochen werden. Es gelingt dem Projekt offensichtlich, Mütter und Väter aus unterschiedlichen kulturellen Hintergründen anzusprechen.

Tabelle 3.11 Herkunftsland der befragten Person

	Land	Anzahl	In Prozent
Europa (68 %)	Bosnien	2	3 %
	Deutschland	3	4 %
	Frankreich	1	1 %
	Holland	1	1 %
	Italien	1	1 %
	Kosovo	9	12 %
	Kroatien	1	1 %
	Mazedonien	3	4 %
	Rumänien	1	1 %
	Schweiz	3	4 %
	Serbien	4	5 %
	Spanien	5	7 %
	Türkei, inkl. Kurdistan	18	24 %
	Asien (22 %)	Sri Lanka	16
Thailand		1	1 %
Latein-/Mittelamerika (8 %)	Brasilien	2	3 %
	Costa Rica	1	1 %
	Dominikanische Republik	1	1 %
	Kuba	2	3 %
Total		75	100 %

h) Deutschkenntnisse

Ein wichtiges Merkmal der Arbeitsweise von Vitalina ist, dass die Eltern aktiv in ihrer Herkunftssprache angesprochen werden; dies nicht zuletzt deshalb, um insbesondere auch Personen zu erreichen, die mangels Sprachkenntnisse nicht von den herkömmlichen Informationswegen profitieren können.

In der Evaluation wurde der Grad der Deutschkenntnisse mit einer einfachen Skala erfasst, auf der sich die Befragten selbst einstufen konnten: Die Skala reicht von 1 – keine Deutschkenntnisse – bis 6 – gute Deutschkenntnisse .

Es zeigt sich, dass die von Vitalina angesprochenen Eltern beachtliche Unterschiede in Bezug auf ihre Deutschkenntnisse aufweisen. Es können drei jeweils ähnlich grosse Gruppen unterschieden werden: Gute jede dritte Person gibt an, dass sie gar kein Deutsch kann oder ihre Deutschkenntnisse gering sind (Einstufung 1–3: 37 %; vgl. Tabelle 3.12). Bei knapp jeder dritten Person kann von mittleren Deutschkenntnissen ausgegangen werden (Einstufung 4–5: 30 %). Wiederum jede dritte Person verfügt über gute Kenntnisse (Einstufung 6: 34 %).

Die Angaben zu den Deutschkenntnissen der erreichten Zielpersonen machen, wie bereits die Aufenthaltsdauer und das Herkunftsland, darauf aufmerksam, dass Vitalina ein breites Publikum anzusprechen vermag. Es gibt nicht *die* Vitalina-Klientel, die ein ganz bestimmtes

Profil aufweist. Vielmehr sind es unterschiedliche migrantische Elterngruppen, die zum erreichten Zielpublikum des Projekts gehören. Die Gruppe derjenigen, die weniger gut oder gar kein Deutsch sprechen und deshalb ganz besonders an der muttersprachigen Information interessiert sein dürften, ist unter den Teilnehmenden gut vertreten und wird vom Projekt erreicht, ebenso wie Personen mit mittleren Deutschkenntnissen. Darüber hinaus finden sich unter den Teilnehmenden auch solche Personen, die gut Deutsch sprechen, aber dennoch ein Interesse haben, in ihrer Muttersprache über die für sie so wichtigen Themen der Kleinkinderernährung und Bewegung Informationen und Wissen zu erhalten.

Tabelle 3.12 Deutschkenntnisse der befragten Person

	Anzahl	In Prozent
Kein oder wenig Deutsch (Selbsteinstufung 1–3)	27	37 %
Mittlere Kenntnisse (Selbsteinstufung 4–5)	22	30 %
Gute Kenntnisse (Selbsteinstufung 6)	25	34 %
Total	74	100 %

i) Haushaltseinkommen

In der Evaluation wurde als weiteres Beschreibungsmerkmal der Vitalina-Klientel die Höhe des gesamten Brutto-Haushaltseinkommens pro Monat erfragt.

Den Resultaten vorzuschicken gilt es die Feststellung, dass viele Befragte die Frage nicht beantwortet haben (40 %; vgl. Tabelle 3.13). Dabei muss offen bleiben, ob die Befragten die Frage nicht beantworten *konnten*, weil ihnen das Einkommen nicht bekannt ist, oder ob die Befragten diese Frage nicht beantworten *wollten*.

Drei von fünf Personen (60 %) haben eine Angabe zum Haushaltseinkommen gemacht. Dabei wird deutlich, dass diejenige Gruppe mit den tiefsten Einkommen am grössten ist: Jede dritte befragte Person gibt ein monatliches Brutto-Haushaltseinkommen zwischen 1'000–4'999 Franken an (32 %). Jede fünfte Person nennt ein mittleres Einkommen zwischen 5'000–7'999 Franken (21 %). Nur eine kleine Gruppe (7 %) verfügt gemäss den Angaben über ein höheres Einkommen von monatlich 8'000–13'000 Franken.

Müssen die Ergebnisse zum Einkommen mit 40 % fehlenden Angaben zwar als lückenhaft bezeichnet werden, so weisen die vorhandenen Angaben indes klar darauf hin, dass die von Vitalina erreichten Personengruppen – gemäss der Einkommenslage – mehrheitlich zu den sozial schwächeren Gruppen zählen.

Tabelle 3.13 Monatliches Brutto-Haushaltseinkommen

Einkommen des gesamten Haushalts	Anzahl	In Prozent
Tiefes Einkommen (1'000–4'999 Fr./Mt.)	24	32 %
Mittleres Einkommen (5'000–7'999 Fr./Mt.)	16	21 %
Höheres Einkommen (8'000–13'000 Fr./Mt.)	5	7 %
Fehlende Angabe	30	40 %
Total	75	100 %

j) Schulbildung

Die Angabe, wie viele Jahre die Befragten insgesamt zur Schule gegangen sind, gibt Einblick in den Bildungshintergrund der von Vitalina angesprochenen Zielgruppe.

Der Bildungshintergrund der vom Projekt erreichten Eltern variiert beträchtlich: Das Minimum liegt bei fünf besuchten Schuljahren, das Maximum bei 25 Schuljahren. Es lassen sich anhand der absolvierten Schuljahre zwei gleich grosse und eine etwas kleinere Gruppe unterscheiden. Bei gut jeder dritten befragten Person ist von einer kürzeren (5–10 Jahre) oder einer mittellangen Schulbildung (11–13 Jahre) auszugehen; je 37 % (vgl. Tabelle 3.14). Jede vierte Person hat sodann eine längere Schulbildung von 14–25 Jahren genossen (27 %).

Aufschlussreich ist die *Vertiefungsanalyse* nach den Angebotsformen von Vitalina. Es zeigt sich, dass Teilnehmende mit einer längeren Schulbildung ausschliesslich im privaten und institutionellen Setting erreicht wurden. Die im öffentlichen Raum kontaktierten Eltern weisen durchwegs entweder eine kürzere oder eine mittellange Schulbildung aus. Offensichtlich – so kann aus diesem Ergebnis geschlossen werden – gelingt es vor allem im öffentlichen Raum, auch Mütter und Väter mit einem kleineren oder mittleren Bildungsrucksack anzusprechen.

Insgesamt zeigt sich für das Vitalina-Angebot, dass Eltern mit einem unterschiedlichen Bildungsrucksack teilnehmen. Die Informationen erreichen sowohl Mütter und Väter mit einer eher geringen Schulbildung als auch Eltern, die eine umfassende Bildungszeit absolviert haben. Eltern mit geringerer Schulbildung werden vermehrt über die aufsuchende Arbeit im öffentlichen Raum wie Parks und Spielplätze erreicht.

Tabelle 3.14 Schulbildung: Anzahl besuchte Schuljahre, befragte Person

	Anzahl	In Prozent
Kürzere Schulbildung (5–10 Jahre)*	25	37 %
Mittellange Schulbildung (11–13 Jahre)	25	37 %
Längere Schulbildung** (14 Jahre und länger*)	18	27 %
Total	68	100 %

*Schuljahre unter dem schweizerischen Obligatorium (d. h. 5–8 Jahre) geben 19 % der Befragten an.

**max. 25 Jahre

4 Beurteilung des Angebots Vitalina (Akzeptanz)

In diesem Kapitel wird die Akzeptanz des Angebots von Vitalina seitens der Nutzenden untersucht. Es wird danach gefragt, wie der vom Projekt gewählte Ansatz, migrantische Eltern in ihrer Muttersprache anzusprechen, von diesen erlebt und bewertet wird (Kapitel 4.1), und wie sie die von den interkulturellen Vermittler/innen geleistete Arbeit beurteilen (Kapitel 4.2). Zudem wird untersucht, welche Noten das Projekt Vitalina von der Zielgruppe gesamthaft erhält (Kapitel 4.3) und zu welchen weiteren Anliegen die Teilnehmenden Informationen haben möchten (Kapitel 4.4).

4.1 Vitalina – ein muttersprachiges Bildungs- und Austauschangebot

Ausgangslage: Vitalina wird nicht oder nicht nur auf Deutsch angeboten, sondern in erster Linie in den verschiedenen Muttersprachen der Teilnehmenden. Für die Teilnahme angesprochen werden speziell jene Eltern von kleinen Kindern, die wegen ihrer Sprachkenntnisse von herkömmlichen Bildungs- und Informationsangeboten auf Deutsch ausgeschlossen sind.

Evaluationsfrage: Die Evaluation will von den Eltern wissen, wie sie die Tatsache beurteilen, dass sie von Vitalina in ihrer Muttersprache angesprochen werden. Zusätzlich werden sie mit einer offenen Frage nach ihrer Begründung für ihr Urteil gefragt.

Ergebnis und Interpretation: Die Reaktion der Nutzer/innen ist überwältigend positiv. 93 % der Befragten finden es «sehr gut» und 5 % «eher gut», dass sie in ihrer Muttersprache am Angebot teilnehmen können (vgl. Tabelle 4.1). Kritik wird keine geäußert. Niemand findet es «eher» oder «gar nicht gut», dass Vitalina in verschiedenen Sprachen angeboten wird. Bemerkenswert ist, dass das muttersprachige Angebot von Eltern mit guten Deutschkenntnissen ebenso begrüßt wird wie von solchen, die lediglich über geringe Deutschkenntnisse verfügen.

Tabelle 4.1 Beurteilung von Vitalina als muttersprachiges Angebot

	Anzahl	In Prozent
Sehr gut	69	93 %
Eher gut	5	7 %
Eher nicht gut	-	0 %
Gar nicht gut	-	0 %
Total	74	100 %

Die offen gestellte Vertiefungsfrage, *warum* es die Befragten gut finden, dass das Vitalina-Gespräch muttersprachig angeboten wird, verweist auf drei interessante Dimensionen. Sie sind im Folgenden ausgeführt, und Beispiele von Antworten der Befragten illustrieren die Ansichten.

Dimension 1 «Gutes Verstehen, Sicherheit, Vermeiden von Missverständnissen»

Eine erste Ebene sprechen viele Eltern an, wenn sie in ihren Kommentaren verdeutlichen, dass ihnen nur die Vermittlung in der *Muttersprache* das *gute und vollständige* Verstehen

ermöglicht. Viele Mütter und Väter sprechen zwar ein bisschen oder auch besser Deutsch, dennoch ist der Unterschied zum Verständigungspotenzial in der Herkunftssprache immer noch sehr gross. Mit dem muttersprachigen Angebot können daher Missverständnisse vermieden werden. Die Information kann zudem in einer differenzierten Sprache angeboten werden, und es entsteht die Sicherheit, die Inhalte tatsächlich *vollständig und richtig* verstanden zu haben.

Folgende Zitate von Befragten erläutern die erste Dimension:

Weil ich all die Informationen über die gesunde Ernährung besser verstehe. (FBNR 2)

Weil ich Deutsch nicht gut genug verstehen kann und auf Albanisch verstehe ich besser. (FBNR 3)

Weil sie Türkisch gesprochen hat, habe ich es besser verstanden. (FBNR 4)

Es ist gut, weil ich in meiner Muttersprache alles, was für meine Kinder sehr wichtig ist, verstehen kann. (FBNR 6)

Ich verstehe mehr. (FBNR 8)

Es gibt dadurch weniger Missverständnisse. (FBNR 12)

Weil ich Sprachprobleme habe, fand ich es gut. (FBNR 13)

Ich finde es gut, damit ich alles besser verstehen kann, was sie vermitteln wollen. (FBNR 17)

Weil ich sicher bin, dass ich alles verstanden habe. (FBNR 18)

Weil ich in meiner eigenen Sprache viel verstanden habe. (FBNR 21)

Weil ich in der Muttersprache alles sehr gut verstanden habe. (FBNR 27)

Ich konnte alles verstehen, worüber wir gesprochen haben. (FBNR 31)

Habe ich gut gefunden, weil nicht alle gut Deutsch können. (FBNR 57)

Weil ich *mehr* mitbekommen habe. (FBNR 65)

Dimension 2 «Kulturelle Nähe und emotionale Einbindung»

Einige Befragte sprechen mit ihrer Begründung, weshalb sie es gut finden, dass Vitalina in ihrer Muttersprache angeboten wird, eine weitere Dimension an. Sie verdeutlichen, dass das Verständnis, das durch die Vermittlung in der Muttersprache möglich wird, über das einfache, sprachliche Verstehen hinaus geht. Es berührt auch die emotionale Ebene. Die interkulturellen Vermittler/innen beherrschen nicht nur die Sprache, sie kennen auch die Kultur der Teilnehmenden und sie kennen die lokale, schweizerische Kultur. Insgesamt führt dies zu einer Verständigung «auf höherer Ebene», wie es eine Befragte formuliert.

Das bedeutet, dass mit Vitalina nicht nur eine sprachliche Kommunikation stattfindet, sondern eine Begegnung zwischen Kulturen. Nebst dem Intellekt wird die Gefühlsebene angesprochen. Dies ist bekanntermassen für das Lernen positiv. Vitalina fördert – im Bereich gesunde Ernährung und Bewegung für kleine Kinder – die Verständigung zwischen der lokalen, schweizerischen und der Herkunftskultur der Teilnehmenden.

Folgende Zitate illustrieren diese Dimension:

Man hatte was Heimisches. (FBNR 1)

Wir haben uns besser verstanden. (FBNR 7)

Gut, weil man die anderen Personen besser emotionell erreichen kann. (FBNR 10)

Ich finde es sehr gut, weil die Verständigungsebene höher ist. (FBNR 20)

Ich freue mich, dass ich die Informationen in meiner Muttersprache erfahren durfte. (FBNR 23)

Herzliche Gratulation! Weil dieses Gespräch für unsere Landsleute sehr wichtig ist. Mir hat es auch sehr gefallen. (FBNR 35)

Weil es meine Muttersprache ist, habe ich es gut gefunden. (FBNR 42)

Dimension 3 «Kommunikation und Dialog fördernd»

Die dritte Dimension, die genannt wird, führt nochmals weiter und über die Verstehens- und die kulturelle und emotionale Ebene hinaus. Sie zeigt auf, dass mit dem muttersprachigen Angebot nicht nur die Vermittlung von neuem Wissen und Information besser möglich wird (Vermittlung vom Lehrenden zum Lernenden), sondern dass sich die Teilnehmenden dank der Verwendung der Muttersprache auch selbst aktiv(er) einbringen können. Sei es mit Fragen an die Lehrenden oder sei es mit eigenen Inputs an Wissen und im Austausch zwischen den Teilnehmenden.

Damit werden zentrale Kriterien der Erwachsenenbildung und partizipativer Aktivierungsformen erfüllt: Die aktive Teilnahme der Angesprochenen und der Wissens- und Erfahrungsaustausch unter den Teilnehmenden werden mit der gewählten Form gefördert.

Die folgenden Zitate verdeutlichen, dass sich die Beteiligten – gerade wegen der Sprache – selbst einbringen können, dass eine Aktivierung stattfindet und der Dialog zwischen den interkulturellen Vermittler/innen und Teilnehmenden zum Dreieck «interkulturelle Vermittler/innen – Teilnehmer/in – weitere Teilnehmende» erweitert wird:

Weil ich alles besser verstehen und meine Fragen besser stellen konnte. (FBNR 5)

Da es in meiner eigenen Sprache war, erleichterte es mir den Dialog zu den anderen. (FBNR 14)

Damit wir uns besser verständigen können und die wichtigsten Ideen schneller aufnehmen können. Es ist sehr wichtig. (FBNR 15)

Mehr Klarheit um zu verstehen und fragen! (FBNR 16)

Es ist eine gute Weise von Verständigung und Kommunikation. Und man kann Missverständnisse vermeiden. (FBNR 19)

Es ist einfacher, in der Muttersprache Fragen zu stellen. (FBNR 30)

Man kann lockerer sprechen, man kann auch zur Kultur Fragen stellen. (FBNR 45)

Es erleichtert das Verständnis über die gesprochenen Themen. Es gibt Sicherheit um Fragen betreffend kulturelle Unterschiede ans Licht zu bringen. (FBNR 48)

In unserer Sprache können wir uns detaillierter verständigen. (FBNR 59)

Ich habe alle notwendigen Informationen zur gesunden Entwicklung unseres Kindes gelernt. (FBNR 62)

Es ist einfacher, sich auf den Inhalt der Information zu konzentrieren und das Gespräch ist natürlicher. (FBNR 63)

Besseres Verständnis/Verständigung (FBNR 64)

Gut, weil ich alle Fragen zur Gesundheit meiner Kinder genauer fragen und verstehen kann. (FBNR 66)

4.2 Qualität der interkulturellen Vermittlungsarbeit im Urteil der Teilnehmer/innen

Ausgangslage: Die interkulturellen Vermittler/innen sind für ihre Arbeit ausgebildet und sie erhalten zu den Themen gesunde Ernährung und Bewegung von kleinen Kindern mehrmals pro Jahr Weiterbildungen. Die Evaluation überprüft, wie die Eltern das Vorgehen und die Qualität der Vermittler/innen, die ihnen die Vitalina-Thematik näher bringen, beurteilen.

Evaluationsfrage: Die Befragten können auf einer vierstufigen Skala angeben, wie die/der Vermittler/in die Arbeit gemacht hat: «sehr gut», «eher gut», «eher nicht gut» oder «gar nicht gut».

Ergebnis und Interpretation: Das Urteil der Eltern zur Vermittlungsqualität, das heisst der von den interkulturellen Vermittler/innen geleisteten Arbeit, fällt sehr positiv aus. Neun von zehn Befragte geben den Vitalina-Beauftragten Höchstnoten. Sie sagen, die Vermittler/innen haben ihre Arbeit «sehr gut» gemacht (89 %; vgl. Tabelle 4.2). Alle übrigen geben ebenfalls ein positives Urteil ab: Sie äussern, die Vermittler/innen hätten ihre Arbeit «eher gut» gemacht (11 %). Keine einzige Antwort der Vitalina-Nutzer/innen liegt im kritischen Bereich.

Insgesamt ist aus dem Ergebnis sehr deutlich zu schliessen, dass Vitalina respektive die Protagonist/innen, welche die Arbeit vor Ort ausführen, von der Zielgruppe sehr gut aufgenommen wird; das Vorgehen und die Leistung der interkulturellen Vermittler/innen werden äusserst positiv bewertet.

Tabelle 4.2 Beurteilung der interkulturellen Vermittler/innen

	Anzahl	In Prozent
Sehr gut	65	89 %
Eher gut	8	11 %
Eher nicht gut/gar nicht gut	-	-
Total	73	100 %

4.3 Gesamtbeurteilung der Teilnehmer/innen

Ausgangslage: Vitalina wurde vom Kanton Basel-Landschaft in Zusammenarbeit mit der HEKS-Regionalstelle beider Basel neu konzipiert und gilt als spezielles, innovatives Angebot. Es ist deshalb von besonderem Interesse, von der Zielgruppe zu erfahren, wie sie das Angebot beurteilt.

Evaluationsfrage: Die Befragten können auf einer sechsstufigen Skala angeben, wie sie das Vitalina-Gespräch insgesamt beurteilen. Die Noten reichen von «1», «nicht gut», bis zu maximal «6», «sehr gut».

Ergebnis und Interpretation: Die Befragten begrüssen das Angebot deutlich. Im kritischen Bereich liegen einzig zwei von 75 Einschätzungen (3 %; vgl. Tabelle 4.3). Das heisst, praktisch alle Angaben liegen im – deutlich – positiven Bereich. Jede vierte befragte Person bewertet das Vitalina-Gespräch mit der zweithöchsten Beurteilung, einer «5» (27 %). Die klare Mehrheit der Befragten verleiht dem Angebot sogar die Höchstnote, eine «6» (71 %).

Die Gesamtbeurteilung fällt sehr erfreulich aus. Fast ausnahmslos alle Angesprochenen erleben das Vitalina-Gespräch als sehr positiv. Daraus können wir folgern, dass das Angebot von der Zielgruppe als hilfreich und unterstützend erlebt wird. Die vermittelten Inhalte entsprechen einem Wissensbedarf und die positive Wahrnehmung des neuen Angebots scheint eine klare Bedarfslücke zu füllen.

Tabelle 4.3 Insgesamte Beurteilung des Vitalina-Angebots

	Anzahl	In Prozent
Sehr gut (6)	53	71 %
Gut (5)	20	27 %
Weniger/nicht gut (1–4)	2	3 %
Total	75	100 %

4.4 Weitere Anliegen der Zielgruppe

Ausgangslage: Vitalina bietet Wissen und Informationen zu gesunder Ernährung und Bewegung von kleinen Kindern an. Die Evaluation soll in Erfahrung bringen, zu welchen Facetten der genannten Themen oder zu welchen weiteren Fragen die Teilnehmenden einen zusätzlichen Wissensbedarf vermelden.

Evaluationsfrage: Die Befragten können in eigenen Worten angeben, zu welchen Fragen und Themen sie noch mehr Informationen erhalten möchten.

Ergebnis und Interpretation: Die qualitative Auswertung der Antworten auf die offene Frage verweist auf drei inhaltlich unterschiedliche Wissensdimensionen, die von den Teilnehmenden nachgefragt werden. Wir gehen im Folgenden näher auf diese Anliegen ein.

Dimension 1 «Vertiefung der Themen («mehr vom selben»)

Viele Befragte bringen mit ihren Antworten zum Ausdruck, dass ihnen die präsentierten Inhalte – gesunde Ernährung und Bewegung im Frühbereich – grundsätzlich sehr gut entsprechen. So wird wiederholt geäußert, dass auch eine Vertiefung in genau denselben Bereichen liegen sollte. Ernährung und Bewegung, das sind zwei Themen, die die Eltern von kleinen Kinder ganz zentral interessieren. Auch ein Mehr von Informationen in diesem Bereichen würde willkommen geheissen. So stellt etwa eine Befragte die Frage, ob solche Informationen in Zukunft nicht «regelmässig» zur Verfügung stehen könnten (FBNR 30).

Nachstehende Beispiele illustrieren, dass die gewählten Vitalina-Themen genau die richtigen sind und auch eine Vertiefung dazu begrüsst würde; man möchte zu folgenden Fragen und Themen noch mehr Informationen erhalten:

Über Ernährung im Allgemeinen. (FBNR 3)

Über die Zähne. (FBNR 6)

Bewegung. (FBNR 10)

Ich möchte die Informationen gerne noch vertiefen. (FBNR 21)

Ich möchte noch mehr über diese Information erfahren. (FBNR 25)

Könnte man in Zukunft in einem Frauentreffpunkt über diese Themen regelmässig solche Informationen bekommen? (FBNR 30)

Wie man schnell ein gesundes Hauptmenü vorbereiten kann? (FBNR 31)

Ist das Wasser auf den öffentlichen Plätzen sauber? (FBNR 33)

Über Essen und Zähne. (FBNR 34)

Obwohl man Cola und Säfte nicht viel trinkt, warum werden die Zähne gelb? (FBNR 35)

Tipps und Tricks, wie man den Kindern Gemüse schmackhaft machen kann. (FBNR 38)

Änderung der Essgewohnheiten. (FBNR 51)

Über Übergewicht. (FBNR 52)

Wie kann man das Übergewicht bei den Kindern vermeiden? Ich liebe Sporttreiben. Ist dies eine gute Lösung? (FBNR 56)

Gesundheit. (FBNR 60)

Dimension 2 «Entwicklung des Kindes und Erziehung: Hintergrund- und Handlungswissen»

Mehrere Befragte thematisieren einen weiteren Bereich, der zwar mit den Themen Ernährung und Bewegung zusammenhängt, jedoch weniger das Inhaltliche (das Was) betont als vielmehr Antworten auf Fragen des Wie sucht. In diesen Anregungen wird der Wunsch nach entwicklungspsychologischer Information sowie, auch ganz pragmatisch, nach Handlungswissen und Tipps deutlich. Den Befragten ist grundsätzlich klar, so kann man sich vorstellen, was gesund ist, was die Kinder essen sollten und dass sie sich bewegen sollten. Nun steht aber die noch grössere Frage im Raum: Und wie komme ich dorthin? Wie bringe ich meine Kinder dazu, Gemüse zu essen, wie reagiere ich bei Trotzanfällen? Wie muss ich mir die Entwicklung des Kindes vorstellen etc.?

Die folgenden Beispiele der Befragten verdeutlichen das Bedürfnis, nebst den Informationen zu Ernährung und Bewegung auch zum komplementären Bereich der Erziehung und Kindesentwicklung Wissen und Inputs zu erhalten:

Informationen über die Entwicklung von Kindern. (FBNR 4)

Über die Kinderentwicklung und -erziehung. (FBNR 13)

Erziehung (Sprachen), Ernährung und Aktivitäten (FBNR 18)

Über die Entwicklung des Babys. (FBNR 22)

Wenn das Kind etwas Süsses, für die Zähne nicht gesundes unbedingt essen will, wäre es gut, dass in Ihren Flyern mehr Möglichkeiten (Tipps) zu solchen Situationen beinhaltet wären. (FBNR 29)

Kindererziehung, Trotzanfälle. (FBNR 40)

Ich möchte über die Kindesentwicklung informiert werden. (FBNR 44)

Ich möchte gerne mehr Informationen über die Kindererziehung bekommen. (FBNR 47)

Kindeserziehung. (FBNR 58)

Kindeserziehung. Noch stärkere Eltern zu sein. (FBNR 62)

Kinderernährung und Kindererziehung. (FBNR 63)

Kindererziehung, Kindesentwicklung. Starke und informierte Mutter. (FBNR 66)

Kindererziehung. Wie man den Kindern leichter Essen geben kann. (FBNR 67)

Die interkulturellen Vermittler/innen bestätigten in den Evaluationsgesprächen den Bedarf der Teilnehmenden nach Hintergrund- und Handlungswissen. Häufig stellen die Mütter und

Väter Fragen, so wurde in den Gesprächen erläutert, die nicht nach dem *Was*, sondern nach dem *Wie* zielen. Auch wenn man weiss, was gesund ist, so ist es dennoch nicht einfach, *wie* man diese gesunden Ziele – sei es die richtige Ernährung oder genügend Bewegung – im Alltag auch umsetzen und tatsächlich erreichen kann.

Dimension 3 «Informationen zum Bildungssystem»

Einzelne Befragte äussern schliesslich bei der Frage, worauf Vitalina auch noch eingehen sollte, den Wunsch nach mehr Information zum Bildungssystem. Dies ist einleuchtend, wenn man sich die Zielgruppe vor Augen hält. Die betreffenden Eltern haben Kleinkinder, die schnell einmal zu Kindergartenkindern und dann zu Schulkindern werden. Geht man davon aus, dass die migrantischen Eltern eher weniger mit dem lokalen Schul- und Bildungssystem vertraut sind, dass sie aber häufig klare Bildungsambitionen für ihre Kinder hegen, so ist das Bedürfnis einsichtig.

Folgende Beispiel illustrieren den Wunsch nach Informationen zum Bildungssystem:

Über Kinder und Bildung. (FBNR 5)

Erziehung und Schulen. (FBNR 14)

Wo können Kinder ausser der Spielgruppe sonst noch hingehen, um ihre Entwicklung zu fördern? (FBNR 48)

5 Wirkungen des Projekts (Outcome)

Dieses Kapitel geht auf die Frage nach den Wirkungen ein, die das Projekt Vitalina bei der Zielgruppe der Mütter und Väter von kleinen Kindern erzielen kann. Untersucht wird, wie der Wissenszuwachs bei den Projekt-Teilnehmenden zu beurteilen ist (Kapitel 5.1), und wie sich die vom Projekt gewählte Form der Informations-Vermittlung bei der Zielgruppe auswirkt (Kapitel 5.2). Weiter werden zwei spezifische Projektanliegen näher betrachtet, nämlich die Frage, wie das Informationsmaterial von Vitalina aufgenommen und verwendet wird (Kapitel 5.3) und inwiefern das Beratungsangebot der Mütter- und Väterberatung bekannt gemacht werden kann (Kapitel 5.4). Abschliessend wird das Potenzial für konkrete Veränderungen erörtert, das Vitalina im Alltag der Nutzenden erzielen kann (Kapitel 5.5).

5.1 Wissenszuwachs

Ausgangslage: Vitalina will im Bereich gesunde Ernährung und Bewegung für kleine Kinder Wissen und Informationen vermitteln und auf Zusammenhänge zwischen Ernährung und Gesundheit aufmerksam machen. Die Evaluation soll untersuchen, inwiefern es gelingt, den migrantischen Eltern Zugang zu neuem Wissen zu verschaffen und diese für die Zusammenhänge Ernährung, Bewegung und Gesundheit zu sensibilisieren.

Evaluationsfrage: In der Befragung geben die teilnehmenden Eltern an, ob sie im Vitalina-Gespräch Neues erfahren haben, oder ob ihnen die vermittelten Inhalte und Informationen bereits bekannt waren? Zusätzlich werden sie offen danach gefragt, was für sie neu war respektive was sie besonders interessant gefunden haben.

Ergebnis und Interpretation: Eine grosse Mehrheit, nämlich zwei Drittel äussern, dass sie im Gespräch «neue Sachen» erfahren haben (67 %; vgl. Tabelle 5.1). Ein Drittel der Befragten äussert, dass ihnen die vermittelten Inhalte bereits bekannt gewesen sind, sie haben «das alles schon gewusst» (33 %).

Aufschlussreich ist die vertiefende Auswertung nach der *Aufenthaltsdauer* in der Schweiz. Sie zeigt, dass Mütter und Väter, die weniger lang in der Schweiz sind (1–12 Jahre), deutlich häufiger angeben dass sie durch Vitalina Neues erfahren haben (84 %). Von denjenigen, die seit vielen Jahren in der Schweiz leben, gibt rund die Hälfte an, sie hätten Neues erfahren (13–20 Jahre in der Schweiz: 42 % Neues erfahren; 21–30 Jahre in der Schweiz: 50 % Neues erfahren; Zahlen nicht in Tabelle).

Aussagekraft hat vor allem auch die Frage der *Deutschkenntnisse* der Vitalina-Teilnehmer/innen: Der Wissenszuwachs ist bei Eltern mit geringen Deutschkenntnissen merklich höher als bei Eltern mit besseren Deutschkenntnissen. Von denjenigen Beteiligten mit den geringsten Deutschkenntnissen (Skala 1–3) sagen 93 %, sie hätten Neues erfahren, während Eltern, die sich mittlere Sprachkenntnisse attestieren (Skala 4–5), zu 59 % angeben, dass sie mit Vitalina Neues erfahren haben. Von denjenigen, die sich in puncto Sprachkenntnissen dem Maximalwert zuordnen (Skala 6), sind es 44 %, die angeben, Neues erfahren zu haben (Zahlen nicht in Tabelle).³

³ Die bivariate Analyse zeigt – naheliegenderweise – einen starken Zusammenhang zwischen der Aufenthaltsdauer in der Schweiz und den Sprachkenntnissen. Es gilt gemäss der Untersuchung die

Mit der *Bildung* besteht bemerkenswerterweise kein Zusammenhang. Es gilt vielmehr die Aussage, dass sowohl Teilnehmer/innen mit einem kleineren wie auch Teilnehmer/innen mit einem grösseren Bildungsrucksack gleichermaßen vom Vitalina-Angebot profitieren können.

Insgesamt zeigt sich, dass eine deutliche Mehrheit der angesprochenen Eltern im Kontakt mit Vitalina Informationen erhält, die ihnen so nicht bekannt waren. Sie lernen Neues. Insbesondere gelingt es dem Projekt mit dem aufsuchenden muttersprachigen Zugang auch Eltern anzusprechen, die noch nicht so lange in der Schweiz leben und deren Deutschkenntnisse gering sind – gerade diese Gruppen verzeichnen, wie die Ergebnisse aufzeigen können, dank dem Vitalina-Kontakt einen klaren Wissenszuwachs.

Tabelle 5.1 Wissenszuwachs durch Vitalina

	Anzahl	In Prozent
Neues erfahren	50	67 %
Alles schon bekannt	25	33 %
Total	75	100 %

Zusätzlich zur quantifizierten Frage wurden die Teilnehmenden offen danach gefragt, welche neuen Inhalte sie durch Vitalina kennen gelernt haben respektive was sie besonders interessant gefunden haben. Die Auswertung der offenen Fragen verweist auf verschiedene Inhalte und Informationen, welche die Teilnehmenden als neues Wissen von Vitalina mitnehmen.

Gehen wir zunächst auf die kleinere Gruppe derjenigen ein, die angeben, sie hätten alles bereits gewusst (33 %). Die Ausführungen, die sie in der offen gestellten Frage machen, relativieren diese Aussage und zeigen, dass auch sie – trotz Vorwissen – vom Angebot profitieren konnten. Lediglich eine Person schreibt:

«Es waren die Themen, die ich schon kannte. (FBNR 14)

Andere Teilnehmer/innen, die zu dieser Gruppe zählen, fanden das Vitalina-Gespräch interessant, weil sie ihr Wissen «auffrischen» konnten:

Habe mein Wissen aufgefrischt. (FBNR 41)

Unser Wissen aufgefrischt. (FBNR 42)

Es war gut, zu wiederholen und mein Wissen aufzufrischen. (FBNR 43)

Wiederum anderen waren offenbar ein paar Teile des Gesagten bekannt, anderes aber war neu und informativ, wie sie schreiben. Besonders interessant und keineswegs immer bekannt sind offenbar die Informationen zu den beiden Themen «Getränke: Süssgetränke und Wasser» und «Zahngesundheit» der kleinen Kinder:

Die Informationen über die Getränke habe ich das erste Mal gehört. (FBNR 25)

Über Wasser, Zähne, Früchte, Gemüse, Schlaf, Zeit. (FBNR 33)

Normalerweise lesen wir nicht die Zutaten der Getränke. Wir kaufen sie einfach für unsere Kinder. Heute habe ich erfahren, dass viele Getränke Zucker erhalten. (FBNR 35)

Aussage: Je länger jemand in der Schweiz lebt, desto grösser sind in der Tendenz seine/ihre Deutschkenntnisse.

Informationen über die Zähne der Kinder. (FBNR 53)

Erst jetzt haben wir erfahren, dass man auch draussen Wasser trinken darf. (FBNR 54)

Dass die Kinder auch das Hahnenwasser trinken dürfen und man darf die Kinder zum Essen nicht zwingen. (FBNR 55)

Dass Teilnehmer/innen, die schon alles wussten, das Projekt Vitalina trotzdem schätzen und interessant finden, auch wenn sie selbst nicht unmittelbar von neuem Wissen profitieren, verdeutlichen die folgenden Aussagen:

Dass es solche Personen gibt, die es versuchen, wichtige Infos zu vermitteln! (FBNR 12)

Dass es so ein Projekt überhaupt gibt. (FBNR 68)

Wenden wir uns nun den Antworten der grossen Gruppe von Eltern zu, die angeben, dass sie durch Vitalina Neues erfahren haben (67 %). Wir können die Angaben dazu, was den von Vitalina bewirkten Wissenszuwachs ausmacht, nach vier inhaltlich unterschiedlichen Dimensionen unterscheiden, die im Folgenden ausgeführt und mit Beispielen illustriert werden.

Dimension 1 «Ernährungslehre, Wissen zu Zucker»

Ein Teil der Eltern spricht Themen im Zusammenhang mit der Ernährungslehre an, die für sie neu oder besonders interessant waren. Einerseits wird geäussert, dass es lehrreich ist, mehr über die Ernährungspyramide («Einordnen von Lebensmitteln») zu erfahren und allgemein mehr über die Ernährung von Kindern zu wissen. Und andererseits verdeutlichen die schriftlichen Angaben der Befragten, dass das Thema Ernährung und Zucker zentral ist und eine Wissenslücke schliesst. Folgende Beispiele illustrieren diese Dimension:

Beim Essen zum Beispiel dass es viel versteckten Zucker gibt. Alle Themen waren interessant und hilfreich. (FBNR 1)

Am interessantesten für mich war das Einordnen von Lebensmitteln und welche Lebensmittel am wichtigsten sind. (FBNR 3)

Zuckeranteil in den Säften. (FBNR 8)

Am wichtigsten die Menge Zucker, die die Getränke enthalten, Salz in den Nahrungsmitteln, usw. (FBNR 17)

Dass es in einigen Getreideflocken zu viel Zuckeranteil gibt. Ich habe gedacht, sie seien sehr gesund (FBNR 18)

Die Säfte in Packungen enthalten Zucker (FBNR 20)

Ich wusste nicht, dass die Fruchtsäfte so reich an Zucker (Fructose) sind und dass wir sie deshalb den Kindern nicht in grossen Mengen geben sollten. (FBNR 63)

Über die Ernährung der Kinder. (FBNR 65)

Dimension 2 «Zusammenhang zwischen Ernährung und Gesundheit und neue Handlungsoptionen»

Mütter und Väter äussern sich in ihren schriftlichen Angaben positiv darüber, dass ihnen nicht nur Theorie vermittelt wird, sondern dass ihnen ganz konkrete Zusammenhänge zwischen Ernährung und Gesundheit erklärt und verdeutlicht werden. Klare «Wenn-dann»-Erklärungen – wenn ich das mache oder nicht mache, dann folgt daraus dies oder das – werden von den Befragten geschätzt und ermöglichen ihnen neue praktische Einsichten. Solche Informationen wie zum Beispiel auch auf Verpackungen die Informationen vermehrt

zu beachten, sind handlungsorientiert und werden deshalb als hilfreich und als Wissensgewinn empfunden. Folgende Beispiele illustrieren dies:

- Beispiel: Ich habe gelernt, dass die süßen Getränke den Zähnen schaden. (FBNR 5)
- Ich habe gelernt, was für meine Kinder gesund ist. (FBNR 6)
- Z.B. dass die Kinder auch nachdem sie eine Banane gegessen haben, die Zähne putzen sollten. (FBNR 7)
- Zusatzstoffe in Fertigprodukten. (FBNR 13)
- Schlafprobleme und auf Ernährung sollte man mehr achten. (FBNR 22)
- Die Mundhygiene und die Getränke mit viel Zucker drin. (FBNR 27)
- Dass Fruchtsäfte für die Zähne schädlich sind. Bis jetzt war ich überzeugt, dass Fruchtsäfte gesund und vitaminreich sind. (FBNR 30)
- Ich habe gelernt, dass es für die Zähne schädlich ist, in der Nacht Milch und Fruchtsäfte zu geben. (FBNR 44)
- Interessant/neu: Je nach Essware ist es besser, zuerst den Mund zu spülen, bevor man die Zähne putzt (erleichtert die Beseitigung von Zucker und Säure). (FBNR 48)
- Essgewohnheiten. (FBNR 59)
- Getränke mit Zucker sind für unser Kind nicht sinnvoll und Zwischenmahlzeiten sind sinnvoll. (FBNR 62)

Dimension 3 «Tipps für Znüni und Zvieri – wie 'füttere' ich es meinem Kind?»

Das neu Gelernte kann, wie etliche Eltern festhalten, auch darin bestehen, dass man über Vitalina handfeste, umsetzbare Tipps und Tricks für die Zubereitung von gesundem Essen im Alltag und die Motivation der Kinder erhalten hat. Dass gesundes Essen zum Beispiel auch über das Auge präsentiert werden kann, wird von vielen als anregende, neue Erkenntnis genannt. Dabei werden die schriftlichen Unterlagen als hilfreich empfunden, zum Beispiel die Znüni- und Zvieri-Vorschläge, die mit bunten Beispielfotos illustriert sind und so auch das Interesse der Kleinkinder selbst wecken. Folgende Beispiele illustrieren dies:

- Wie kann man die Nahrungsmittel in einer lustigeren und schmackhafteren Weise präsentieren. (FBNR 9)
- Man kann die Gutziformen auch für die Früchte und die Gemüse verwenden, und so wird es schmackhafter und attraktiver für die Kinder. (FBNR 10)
- Lustige Formen mit den Nahrungsmitteln. Die Bestandteile der Getränke. (FBNR 15)
- Zucker in den Getränken, Vorschläge von gesunden Menus und Z'vieris. (FBNR 16)
- Neue Weisen unseren Kindern Snacks anzubieten. (FBNR 19)
- Dass man keine Süßigkeiten als Zwischenmalzeiten anbieten darf. (FBNR 31)
- Gemüse schmackhaft machen. Tipps für gesunde Znüni und Zvieri. (FBNR 38)
- Wie ich meinen Kindern Obst, Gemüse und Zwischenmahlzeiten geben kann und wie nahrhaft diese sind. Probleme mit Sport und bei den Zähnen. (FBNR 66)
- Essen und Trinken schlau auswählen. (FBNR 69)
- Wie wir die Essgewohnheiten unserer Kinder ändern können. Wie z.B. Früchte geben. (FBNR 71)

Dimension 4 «Thema Bewegung»

Das Thema Bewegung wird – wenn auch seltener – ebenfalls angesprochen, wenn sich die Befragten dazu äussern, was sie Neues erfahren haben. Inhaltlich ist aus den Angaben nicht sehr viel zu schliessen. Jedoch wird deutlich, dass diese Befragten das Thema aufgenommen haben und ihm eine wichtige Bedeutung zuordnen. Folgende Beispiele äussern sich zum Thema Bewegung:

Bewegung (FBNR 34)

Besonders interessant war es, Bescheid über die grosse Wichtigkeit von Obst und Gemüse in der Ernährung sowie über die Wichtigkeit der Bewegung zu bekommen. (FBNR 47)

Über Bewegung und Getränke. (FBNR 51)

Sport ist gesund für die Kinder. Es ist wichtig, dass auch die Milchzähne gesund sind. (FBNR 67)

5.2 Vitalina als Gruppenangebot – Wirkung des Settings

Ausgangslage: Vitalina hat als Vermittlungsform bewusst das Gruppensetting gewählt. Das heisst, es werden im Normalfall mehrere Mütter und Väter gemeinsam in der Gruppe zu den Vitalina-Themen informiert. Dies ermöglicht, so das Ziel des Angebots, nicht nur die Vermittlung von neuem Wissen, sondern erlaubt auch den Austausch und die Kommunikation der Eltern unter sich. Mit der Evaluation soll geprüft werden, wie die teilnehmenden Mütter und Väter die Form des Gruppensettings wahrnehmen.

Evaluationsfrage: Die Teilnehmenden werden gefragt, wie sie es beurteilen, dass in der Regel zugleich auch andere Eltern am Vitalina-Gespräch teilnehmen. Finden sie dies «gut», «nicht gut» oder ist es «egal», dass Vitalina innerhalb von meist spontan gebildeten Gruppen angeboten wird. Zusätzlich wird offen nach der Begründung ihres Urteils gefragt.

Ergebnis und Interpretation: Das Gruppensetting wird von den Befragten sehr positiv beurteilt: Vier von fünf Befragten finden es «gut», dass beim Gespräch auch noch andere Eltern dabei sind (79 %; vgl. Tabelle 5.2). Lediglich eine Person hat dies als «nicht gut» wahrgenommen. Bei der Präzisierung im offenen Teil kommt eine gewisse Scheu oder Scham zum Ausdruck, in der grösseren Runde eigene Fragen zu stellen; die Person äussert: «Allein hätte ich lockerer die Fragen gestellt.» (FBNR 27) Weiter sagen 8 % der Teilnehmer/innen, dass es für sie keine Rolle spielte, ob sie in der Gruppe oder allein mit dem/der Vermittler/in sprechen. In 11 % der Fälle war schliesslich keine andere Person dabei; dass diese Mütter und Väter allein von den Vitalina-Themen erfuhren, kam sowohl im öffentlichen Raum wie auch im privaten Rahmen vor. Eine dieser Personen äussert ihre Wahrnehmung zum Gruppensetting: «Es scheint mir gut, wenn andere Eltern anwesend sind, um Erfahrungen auszutauschen, aber in meinem Fall war ich alleine.» (FBNR 63)

Tabelle 5.2 Wahrnehmung des Settings «mit andern Eltern zusammen»

	Anzahl	In Prozent
Positiv	57	79 %
Negativ	1	1 %
Spielt keine Rolle	6	8 %
Keine andern dabei	8	11 %
Total	72	100 %

Analysieren wir die Begründungen der befragten Mütter und Väter, warum sie es schätzen, dass auch noch andere Eltern beim Vitalina-Gespräch anwesend sind, so wird deutlich, dass dem Gruppensetting eine eigene, nicht zu unterschätzende Wirkung zugesprochen werden kann. Die Anwesenheit anderer Eltern bewirkt für die Teilnehmenden einen Mehrwert auf verschiedenen Ebenen. Die Auswertung der Antworten verweist auf drei Argumentationsstränge, welche positiven Wirkungen die Eltern der Gruppensituation zusprechen. Sie sind im Folgenden ausgeführt und mit Zitaten illustriert.

Dimension 1 «Mehr erfahren: andere Meinungen, Erfahrungen und Tipps hören»

Einer ersten Gruppe von Antworten ist zu entnehmen, dass Vitalina nicht zuletzt deshalb informativ ist, weil auch andere Eltern dabei sind. Diese sind – was das Alter ihrer Kinder betrifft – in derselben Lebenslage und deshalb ist es häufig interessant, die Meinung solcher Leute zu erfahren und mehr über deren Alltag, Erfahrungen und Tipps zu hören. Genau das ermöglicht das Konzept von Vitalina, und die Evaluation zeigt, dass dies gut ankommt und geschätzt wird. Die im Urteil der Teilnehmenden zur Geltung kommende Wirkung, die auf das Gruppensetting zurückzuführen ist, besteht in der Multiplizierung des Informations- und Lerneffekts. Folgende Beispiele verdeutlichen diese Wirkung:

Weil wir die Meinungen teilen können. (FBNR 2)

Wir haben ihre Meinungen erfahren. (FBNR 4)

Weil wir so andere Meinungen hören können (FBNR 15)

Man konnte auch ihre Meinungen hören. (FBNR 34)

Gleichgesinnte und andere Erfahrungen hören. (FBNR 39)

Auch andere Erfahrungen mitbekommen. (FBNR 51)

Mehr Erfahrungen sammeln. (FBNR 52)

Wir erfahren mehrere Sachen. (FBNR 54)

Mutter sein ist ein Beruf, der viel Aufmerksamkeit verlangt. Die Mütter erfahren über verschiedene und nützliche Themen. (FBNR 62)

Dimension 2 «Interaktivität: Lernen von andern, austauschen, in einer Gruppe läuft mehr als zu zweit»

Eine zweite Gruppe von Äusserungen verdeutlicht, dass nebst dem «mehr Erfahren» noch Weiteres im Gruppensetting steckt, das von den Beteiligten positiv wahrgenommen wird. Viele Befragte schreiben, dass die Konstellation das aktive Partizipieren der teilnehmenden Mütter und Väter fördert. Man kann Fragen stellen, man kann von seinen Erfahrungen

erzählen, man kann Tipps geben. Das aktive Austauschen untereinander wird geschätzt. Die Befragten erfahren also nicht nur Neues von den interkulturellen Vermittler/innen, sie hören gleichzeitig auch von den Erfahrungen anderer Mütter und Väter *und* sie können sich auch selbst einbringen und von ihrer Familie und ihren Erfahrungen erzählen – und sich so nicht nur als wissensbedürftig, sondern auch als kompetent erleben. Die diesbezüglich festgestellte Wirkung kann als Empowerment (Selbstermächtigung) bezeichnet werden. Folgende Beispiele verdeutlichen diese Wirkung:

Erfahrungen austauschen und Tipps aufnehmen. (FBNR 1)

Alle haben verschiedene Meinungen und man kann von allen neue Sachen lernen. (FBNR 5)

Es ist gut, weil man in einer größeren Gruppe die erworbenen Kenntnisse vermitteln kann (FBNR 17)

Weil wir unsere Erfahrungen über verschiedene Kinder austauschen können (FBNR 18)

Jede kann ihre Kenntnisse und Erfahrung beitragen. Die Fragen der anderen können alle interessieren. (FBNR 20)

Ich fand es sinnvoll, dass wir uns gegenseitig austauschen konnten. (FBNR 22)

Ich konnte auch die Meinung von anderen hören und austauschen. (FBNR 25)

Alle Anwesenden können Informationen austauschen. Mir gefällt es. (FBNR 35)

Es gab Austausch von verschiedenen Meinungen, deshalb habe ich es gut gefunden. (FBNR 43)

Es ist gut, mit anderen Eltern über Probleme oder Fälle zu diskutieren, wobei wir uns jeden Tag mit den Kindern konfrontieren. (FBNR 45)

Es war sehr gut, dass andere Eltern dabei waren, weil wir so die Möglichkeit hatten, Ideen auszutauschen sowie uns gegenseitig Ratschläge zu geben. (FBNR 47)

Weil wir alle zusammen für unsere Kinder lernen. (FBNR 50)

Aus den Fragen der andern Eltern erfuhr ich mehr. (FBNR 53)

Man hat die Möglichkeit über mehrere Sachen zu diskutieren. (FBNR 55)

Wenn man mit anderen Eltern redet, erfährt man viele Neuigkeiten. (FBNR 56)

Es ist gut, die Meinungen und Erfahrungen von anderen kennenzulernen. (FBNR 57)

Man kann andere Meinungen/Standpunkte und Fragen entdecken. (FBNR 64)

Dimension 3 «Soziale Ebene: Kennenlernen von Leuten in ähnlicher Lebenslage, nicht allein sein mit Fehlern»

Die Ausführungen einiger Befragten lassen eine weitere Wirkungsdimension des Gruppensettings erkennen. Sie sprechen die soziale Ebene an. Einerseits wird deutlich, dass Vitalina die Gelegenheit bietet, neue Leute kennenzulernen, die in ähnlichen Lebenslagen sind. Und andererseits ermöglichen die Begegnungen auch, konkret zu erfahren, dass man mit Schwierigkeiten und Problemen in der Kindererziehung nicht allein ist. Den andern, so erfährt man in der Gruppe, geht es ebenso wie einem selbst oder es werden andere Schwierigkeiten erwähnt, sodass man feststellen kann, dass man – mit Fehlern und Problemen – zumindest nicht allein ist; andern geht es ebenso. Dies gibt Mut und Zuversicht und möglicherweise entstehen auch neue soziale Kontakte – weitere potenzielle Wirkungen von Vitalina. Das Gruppensetting bewirkt nicht zuletzt auch eine soziale Bestärkung. Folgende Beispiele

verdeutlichen diese Wirkung, und es ist denkbar, dass sie ausdrücken, was wahrscheinlich auch andere Mütter und Väter empfinden, die am Vitalina-Angebot teilnehmen:

Ich fand es gut, weil ich so andere Menschen kennen gelernt habe und wir uns gegenseitig austauschen konnten. (FBNR 13)

Ich kann andere Interessen, Informationen und Familien kennenlernen und ich weiss, dass ich nicht allein bin (FBNR 16)

Natürlich ist es gut, denn in der Gruppe kann man gut Meinungen mit einander austauschen, aber auch um zu verstehen und lernen, dass man nicht der Einzige ist, der das Kind nicht gesund genug ernährt hat. (FBNR 29)

Es war gut, Erfahrungen auszutauschen und zu wissen, dass andere Mütter die gleichen Schwierigkeiten und Fragen haben wie ich. (FBNR 48)

5.3 Informationsmaterial

Ausgangslage: Die interkulturellen Vermittler/innen geben bei ihren Einsätzen den beteiligten Müttern und Vätern auch schriftliches Informationsmaterial ab. Die Materialien sind in der Sprache der Beteiligten. Ziel ist es, dass das während der Vitalina-Gespräche Besprochene auch später nochmals eingesehen werden kann. Die Flyer sollen zum Beispiel Anregungen für gesunde Zünis und Zvieris geben und die Adressliste soll bei Bedarf den Zugang zu den verschiedenen Institutionen erleichtern. Mit der Evaluation soll überprüft werden, wie die Zielgruppe auf die verteilten Materialien reagiert und diese verwendet. Wie kann das verteilte Material wirken?

Evaluationsfrage: Die Eltern werden gefragt, ob sie die schriftlichen Unterlagen nochmals lesen werden, ob sie etwas davon ausprobieren werden, oder ob sie das abgegebene Material als unnötig erachten. Finden es die Befragten unnötig, kann davon ausgegangen werden, dass damit keine Wirkung erzielt wird. Äussern die Befragten, dass sie die Unterlagen nochmals anschauen und lesen werden, kann auf eine Wirkung im Sinne der Rezeption geschlossen werden. Geben die Befragten an, dass sie das Material nicht nur lesen, sondern auch Tipps ausprobieren werden, lässt dies auf eine vermehrte Wirkung – Rezeption *und* aktive Umsetzung – schliessen.

Ergebnis und Interpretation: Die Resultate zeigen, dass die Materialien von einer Mehrheit begrüsst werden. Nur ganz wenige Befragte geben an, dass sie dies unnötig finden und der Meinung sind, dass über das Thema zu reden bereits genüge (4 %; vgl. Tabelle 5.3). In Bezug auf die grosse Mehrheit der Befragten kann also angenommen werden, dass mit den Materialien eine gewisse Wirkung erzielt werden kann: Jede fünfte Person gibt an, dass sie die Unterlagen nochmals ansehen und lesen werde (21 %). Es kann somit eine Wirkung im Sinne einer wiederholten Rezeption entfalten. Zudem geben drei von vier Befragte an (75 %), dass sie die Vitalina-Dokumente nicht nur lesen werden, sondern dass sie konkrete Tipps ausprobieren wollen, die in den Unterlagen vermittelt werden. In diesem Fall kann das Wirkungspotenzial der Vitalina-Unterlagen in einer tatsächlichen Anwendung und Umsetzung münden.

Das Ergebnis ist erfreulich, weist es doch darauf hin, dass die Unterlagen als hilfreich und gut wahrgenommen werden. Dieses Grundergebnis spricht nicht zuletzt auch dafür, dass die Vitalina-Materialien zu einer Aktivierung der Beteiligten beitragen können. Es wird offenbar

als «anmüchelich» und verständlich empfunden, sodass man es gern aufbewahrt und bei Bedarf wieder nutzen mag.

Tabelle 5.3 Verwendung der schriftlichen Materialien

	Anzahl	In Prozent
Rezipieren und Umsetzen (Tipps ausprobieren)	56	75 %
Rezipieren (nochmals lesen)	16	21 %
Nicht nötig	3	4 %
Total	75	100 %

5.4 Information zur Mütter- und Väterberatung

Ausgangslage: Ein Ziel des Vitalina-Angebots besteht darin, die Zielgruppe mit den wichtigen lokalen Stellen, die bei Fragen im Frühbereich Hilfe und Unterstützung anbieten können, bekannt zu machen. Eine diesbezüglich zentrale Stelle ist die Mütter- und Väterberatung, ein Angebot, das es in jeder Gemeinde gibt. Vitalina orientiert die Mütter und Väter über dieses Angebot und die Stelle ist in der gemeindespezifischen Adressliste, die abgegeben wird, aufgeführt. Die Evaluation soll den Bedarf und das Potenzial dieser gezielten Information eruieren.

Evaluationsfrage: In der Befragung geben die Vitalina-Teilnehmer/innen an, ob sie die Mütter- und Väterberatung bereits im Voraus gekannt – und eventuell auch schon genutzt – haben, oder ob die Information neu für sie ist und ihnen die Stelle nicht bekannt gewesen haben.

Ergebnis und Interpretation: Wie die Angaben der Befragten zeigen, ist die Mütter- und Väterberatung sehr vielen Vitalina-Beteiligten bereits bekannt. Jede zweite Person gibt an, dass sie die Mütter- und Väterberatung bereits einmal besucht hat (49 %; vgl. Tabelle 5.4). Zudem kannte jede vierte Person die Stelle bereits vor der Vitalina-Information, hat die Stelle selbst aber noch nie besucht (27 %). Für jede vierte Person ist die Information hingegen neu (23 %). Sie wählen die Antwort: «Das ist neu für mich, ich kannte die Mütter-/Väterberatung nicht.»

Dieses Ergebnis darf als erfreulich und vielleicht auch als erstaunlich bezeichnet werden; die Mütter- und Väterberatung ist recht vielen migrantischen Eltern bekannt. Dennoch, die Vertiefungsanalyse macht darauf aufmerksam, dass die Information über diese Stelle durchaus bedeutsam ist und ein beträchtliches Wirkungspotenzial hat. Die Analysen zeigen, dass Vitalina-Teilnehmende, die *erst seit 1–6 Jahren in der Schweiz* leben, die Mütter- und Väterberatung deutlich seltener kennen. Bei dieser Gruppe liegt der Anteil derjenigen, die noch nie von dieser Stelle gehört haben, bei 53 % (Zahl nicht in Tabelle). Ebenso hängt die Bekanntheit der Stelle mit den Deutschkenntnissen zusammen. Wer *weniger Deutsch* spricht (Skala 1–3), kennt die Mütter- und Väterberatung deutlich seltener als der Durchschnitt. Der Anteil liegt bei 44 % (Zahl nicht in Tabelle). Wiederum *kein* Zusammenhang zeigt sich mit der *Bildung*. Das heisst, die Anteile derjenigen, die die Mütter- und Väterberatung nicht kennen

respektive kennen, aber noch nie dort waren, oder schon dort waren, sind bei allen Gruppen ähnlich – bei Eltern mit weniger Schulbildung wie bei solchen mit mehr Schulbildung.

Aufschlussreich ist im Weiteren der Hinweis aus der Vertiefungsanalyse, dass der Anteil der Eltern, welche diese Stelle *nicht* kennen, bei den im *öffentlichen Raum* kontaktierten Mütter und Väter deutlich grösser ist im Vergleich zu Personen, die via private oder institutionelle Kanäle angesprochen werden. Von den im öffentlichen Raum kontaktierten Eltern kennt fast die Hälfte die Mütter- und Väterberatung nicht (46 %). Dieser Anteil ist bei der Gruppe der privat oder institutionell Kontaktierten deutlich geringer (18 %; Zahlen nicht in Tabelle).

Das letztere Ergebnis bedeutet, dass bei Einsätzen im öffentlichen Raum häufig Mütter und Väter angetroffen werden, denen die Mütter- und Väterberatung nicht bekannt ist. Zum Teil ist dies aber auch privat oder institutionell der Fall. Dieser Befund macht darauf aufmerksam, dass gerade bei Eltern, die im öffentlichen Raum erreicht werden können, sehr wohl ein Bedarf für die gezielte Information über die Mütter- und Väterberatung besteht. Die Aufklärungsarbeit der interkulturellen Vermittler/innen zur Mütter- und Väterberatung hat also gerade im öffentlichen Raum und bei Eltern mit wenig Deutschkenntnissen sowie bei Eltern, die noch nicht so lange in der Schweiz wohnen, ein grosses Wirkungspotenzial. Mit der Information, dass es lokale Mütter- und Väterberatungen gibt, und zu welchen, auch präventiven, Fragen diese Stellen – ohne Kostenfolgen – Hilfe und Unterstützung anbieten, kann diesen Eltern effizient und wirksam zu neuem, nützlichem Wissen verholfen werden.

Tabelle 5.4 Kenntnis der Mütter- und Väterberatung

	Anzahl	In Prozent
Kenntnis und Nutzung	36	49 %
Kenntnis, keine Nutzung	20	27 %
Keine Kenntnis	17	23 %
Total	73	100 %

5.5 Verhaltensänderungen

Ausgangslage: Ein zentrales Ziel von Vitalina ist es, den teilnehmenden Müttern und Vätern nicht nur neues Wissen und Informationen zu vermitteln, sondern sie auch dazu anzuregen, Erkenntnisse aus dem Gespräch im Alltag mit ihren kleinen Kindern umzusetzen. Umsetzung und Anwendungen sind zentrale Wirkungsziele, die Vitalina anstrebt, nicht zuletzt sollen mit dem Projekt Verhaltensänderungen bewirkt werden. Die Evaluation soll untersuchen, inwieweit dieses Ziel erreicht wird.

Evaluationsfrage: In der Evaluation werden die Eltern gefragt, ob sie im Bereich Ernährung und Bewegung der Kinder etwas verändern werden oder ob sie nichts zu verändern gedenken oder ob sie dies noch nicht wissen. Zusätzlich werden sie in einer offenen Frage gefragt, welche konkreten Veränderungen sie vornehmen wollen respektive warum sie nichts verändern werden.

Ergebnis und Interpretation: Das Befragungsergebnis zeichnet ein für Vitalina erfreuliches Bild: Sehr viele Befragte – über drei von vier – äussern, dass sie das neue Wissen und die Informationen umsetzen werden; sie wollen etwas verändern (78 %; vgl. Tabelle 5.5). Jede

zehnte Person meint, sie werde nichts verändern (10 %). Und ähnlich viele Befragte äussern, dass sie jetzt noch nicht sagen können, ob sie etwas respektive was sie verändern werden (12 %).

Die 10 % der Eltern, die nichts verändern werden, präzisieren in ihren schriftlichen Kommentaren, dies sei nicht nötig. Sie würden bereits tun, was Vitalina als gute Ernährung und Bewegung vorschlägt. So äussert zum Beispiel eine befragte Person, sie werde nichts ändern, «weil ich die Punkte, die im Gespräch angesprochen wurden, bereits befolge.» (FBNR 20) Oder auch: «Nein, [ich werde nichts ändern,] weil es gut läuft, meine Kinder essen viel Obst und Gemüse und gehen jeden Tag raus.» (FBNR 40) Die – eher kleine – Elterngruppe, die nicht vorhat, etwas zu verändern, fühlte sich offensichtlich von Vitalina bestätigt, bereits das Richtige zu tun.

Tabelle 5.5 Umsetzung des neuen Wissens und der neuen Informationen

Werde etwas verändern	Anzahl	In Prozent
Ja	53	78 %
Nein	7	10 %
Weiss nicht	8	12 %
Total	68	100 %

Bei der Mehrheit der Teilnehmenden, ist wie gezeigt die Bereitschaft vorhanden, Wissen und Informationen von Vitalina umzusetzen und anzuwenden. Entsprechend kann dem Angebot ein günstiges Wirkungspotenzial attestiert werden.

Mit ihren Ausführungen dazu, was sie konkret verändern oder umsetzen werden, geben die Eltern sodann Antworten auf die Frage, in welchen konkreten Bereichen das Wirkungspotenzial von Vitalina zu lokalisieren ist.

Die Angaben der 78 % Vitalina-Teilnehmer/innen, die aufgrund der Vitalina-Informationen eine Veränderung ihres Verhaltens planen, lassen sich in drei Gruppen unterteilen. Wir führen diese nachfolgend näher aus.

Dimension 1 «Änderungen im Kauf-, Koch- und Ernährungsverhalten»

Sehr viele Befragte planen Veränderungen in Bereich ihres Kauf-, Koch- und Ernährungsverhaltens. Die konkreten Informationen und das Wissen über Zusammenhänge, die sie mit Vitalina erhalten haben, motivieren zu einem gesünderen Lebensstil für die ganze Familie und besonders für die kleinen Töchter und Söhne. Die Eltern, vor allem die Mütter, sehen konkrete Möglichkeiten, was sie im Alltag beim Einkaufen und Kochen oder bei den Mahlzeiten in Zukunft anders machen können und möchten. Folgende Beispiele verdeutlichen die Wirkung im Bereich des Kauf-, Koch- und Ernährungsverhaltens:

Ja, ich werde den Zucker- und Fettgehalt reduzieren. (FBNR 2)

Wir werden auf gesunde Ernährung und Getränke achten. (FBNR 4)

Ich werde nicht mehr so viel Schokolade geben. (FBNR 5)

Frische Fruchtsäfte (selber machen). (FBNR 7)

Welche Wirkungen erzielt Vitalina?

Im Folgenden finden sich Zitate aus den Evaluationsgesprächen mit den interkulturellen Vermittlerinnen zur Frage der Wirkung von Vitalina.

«Eine Teilnehmerin sagte nach Vitalina zu mir: 'Ich werde nie mehr in meinem Leben Eistee kaufen. Ich dachte, das ist kalter Tee mit wenig Zucker. Ich dachte nie, dass das so schlimme ist.'»

«Zwei Monate später erzählte eine Frau: 'Ich habe es geschafft, dass er (ein vier- oder fünfjähriger Bub) in der Nacht nicht mehr Milchsoppen trinkt. Aber jetzt habe ich Angst, dass er abnimmt.'»

«Wenn zum Beispiel eine Mutter sagt, dass sie ab jetzt nur noch Früchte und Gemüse und Wasser in den Park mitnehmen werde.»

«Von einer Mutter habe ich gehört, dass sie aufgehört hat, den Kindern nachts noch ein süßes Getränk zu geben. Sie wusste gar nicht, dass das nicht gut ist. In einer neuen, unbekannteren Kultur und ohne auch mal Wissen von der älteren Generation zu erhalten, ist es für Eltern oft eine Überforderung, was sie tun müssen und können. Zum Teil kennen sie die Produkte wirklich gar nicht.»

«Eltern wissen zwar, dass Früchte und Gemüse gesund sind, aber dass Süßigkeiten so viel Zucker haben und Hamburger und Pommes Frites so viel Fett – da sind sie total überrascht! Ich nehme zum Beispiel eine Flasche mit Würfelzucker drin mit, und wenn sie das sehen, wie viel Zucker im Cola drin ist oder im Eistee, dann sind sie total überrascht. Am Anfang, wenn das Gespräch beginnt, sind sie oft etwas skeptisch und zurückhaltend. Sobald ich aber ein Beispiel mache und auch von mir selbst rede, 'explodieren' sie und jede Mutter sagt etwas.»

«Mütter erzählen, dass sie daheim Freiraum schaffen, damit die Kinder 'Gumpen' und 'Hüpfen' können. Oder sie wollen Tischregeln aufstellen, zum Beispiel essen ohne Fernseher.»

«Eine Frau sagte mir bei einer Begegnung ein halbes Jahr später nach dem Vitalina-Treffen: 'Ich vergesse das nie mehr wegen der Bewegung und dass die Kinder draussen spielen und nicht nur TV schauen sollten – das habe ich geändert. Ich denke daran und lasse sie auf einer Mauer balancieren und so.'»

«Eltern haben mir später gesagt, sie lesen jetzt auf den Packungen, was in den Lebensmitteln drin ist, wieviel Zucker es hat. Solche Rückmeldungen erhalte ich immer wieder von Teilnehmerinnen und Teilnehmern.»

«... oder eine Frau hat auf dem Znüniblatt ein Kohlrabi gesehen, dieses Gemüse hat sie gar nicht gekannt. Später hat sie mir erzählt, dass sie es ausprobiert hat und roh gegessen hat. Sie hat also etwas vom Znüniblatt neu probiert.»

«Ich habe ab und zu gehört, dass der Wasserflyer auch mithilft, die Kinder zu überzeugen, Wasser zu trinken. Der Flyer ist wie ein Beweis. Die Eltern lesen das und können sagen, da steht das drin, Wasser trinken ist gut. Der Flyer gibt ihnen Sicherheit und sie lassen ihre Kinder so eher Wasser trinken, denn es ist in Ordnung.»

«Am Quartierfest haben mich Eltern wieder angesprochen und gesagt, ich hätte ihnen bei der Vitalina-Veranstaltung gute Tipps gegeben, das motiviert natürlich. Eine Frau hat gesagt, sie mache jetzt zu Hause oft diese Gemüse-Spiessli, gerade am Wochenende.»

«Eine Mutter, ich hab sie wieder getroffen, berichtete mir, dass sie, immer wenn sie dem Kind Wasser zu trinken gebe, dass sie dann mein Gesicht vor ihrem inneren Auge sehe – da erinnere sie sich immer an die Information von Vitalina.»

Mehr Wasser trinken, weniger Obstsaft. (FBNR 8)
Ich werde mehr aufpassen mit Fertigprodukten. (FBNR 13)
Ich werde in Zukunft darauf achten, dass meine Kinder mehr Früchte und Gemüse essen. (FBNR 14)
Z'nünis und Z'vieris haben mir am meisten Sorge gemacht. (FBNR 16)
Ich werde versuchen, lustige Formen mit den Gemüsen zu machen, damit meine Tochter mehr Interesse daran hat. (FBNR 18)
Attraktivere Weisen, meiner Tochter das Essen anzubieten. (FBNR 2)
Das Essen. (FBNR 25)
Weniger Getränke mit Zucker. (FBNR 27)
Ja: mehr Obst und Gemüse, weniger Süßigkeiten. (FBNR 31)
Gemüse schmackhafter machen. (FBNR 41)
Ich werde versuchen, nachts keine Milch oder Fruchtsaft mehr zu geben. (FBNR 44)

Dimension 2 «Änderungen im sozialen und Erziehungsverhalten»

Einige Befragte streben Veränderungen an, die – über die verwendeten Nahrungsmittel hinaus – mehr noch den sozialen Bereich des Essverhaltens betreffen. Sie wollen zum Beispiel neue Regeln einführen, die das gesunde Essen und einen gesunden Lebensstil unterstützen, wie etwa das gemeinsame Essen am Tisch, das Essen ohne Fernsehen oder sich Zeit nehmen für das Essen etc. Folgende Beispiele zeigen den Willen, im Zusammenhang mit der Ernährung vor allem auch Veränderungen im sozialen Verhalten vorzunehmen:

Ja, [...] mehr selber kochen und gesünder essen. (FBNR 1)
Zeit nehmen und gesund essen. (FBNR 23)
Den Esstisch im Esszimmer als Platz für das Essen festsetzen. Aufhören, meinem Kind mit dem Essen nachzurennen. (FBNR 48)
Änderungen der Essgewohnheiten. (FBNR 52)
Essen am Tisch. (FBNR 59)

Dimension 3 «Änderungen im Bewegungsverhalten»

Weitere Befragte sprechen den Bewegungsbereich an. Für sie haben die Informationen von Vitalina bewirkt, dass sie vorhaben, den Kindern mehr Bewegung zu ermöglichen («mehr im Park sein»), den Bewegungswillen der Kinder nicht zu unterbinden («die Kinder tun lassen, was sie wünschen») und die Kinder für sportliche Aktivitäten zu ermuntern. Folgende Beispiele erläutern die Dimension, Veränderungen im Bewegungsverhalten vorzunehmen:

Ja, auf jeden Fall mehr im Park sein, [...]. (FBNR 1)
Sport machen. (FBNR 6)
Bewegung ist für die Kinder sehr wichtig. (FBNR 21)
Bewegung ist wichtig. (FBNR 33)
Auf die Bewegung achten. Weniger Fernsehen schauen. (FBNR 34)
Jeden Tag irgendwelche Bewegung machen lassen. (FBNR 55)
Sport wird meinen Kindern gut tun. (FBNR 56)
Sport, [...]. (FBNR 62)

Mehr Bewegung [...]. (FBNR 65)

Sport, [...]. (FBNR 66)

Sport, [...]. (FBNR 67)

Ja, das tun lassen, was die Kinder wünschen [*gemeint ist, die Kinder sich bewegen lassen*]. (FBNR 71)

Insgesamt verdeutlichen die zitierten Angaben der Befragten, dass das Vitalina-Angebot, an dem sie teilgenommen haben, bei ihnen Anstöße für konkrete Verhaltensveränderungen zu geben vermochte. Das Projekt, so können die Antworten interpretiert werden, verfügt über ein Potenzial, Wirkungen zu erzielen. Insbesondere gelingt es auch, im Bereich des Alltagsverhaltens Veränderung in puncto Ernährung und Bewegung – dem Kernziel des Projekts – anzuregen.

III Folgerungen und Empfehlungen

6 Zielerreichung (Bilanzevaluation)

Im Folgenden werden die Fragen zum bilanzierenden Evaluationsteil beantwortet. Zudem werden wesentliche Ergebnisse aus dem Teil II zusammengefasst.

ad Frage 1) Erreichung der Zielgruppe

Wird die intendierte Zielgruppe – fremdsprachige Eltern mit Kindern im Vorschulalter – tatsächlich erreicht? Welche Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Die Antwort der Evaluation lautet: Ja, es gelingt dem Angebot Vitalina, die angestrebte Zielgruppe tatsächlich zu erreichen (vgl. Kap. 3).

Die Evaluation zeigt auf, dass das Projekt solide strukturiert und geleitet wird. Andrea Ruder von der HEKS-Regionalstelle beider Basel war an der Konzipierung des Projekts massgeblich beteiligt und leitet das Team der mittlerweile 17 interkulturellen Vermittler/innen. Mit vielfältigen Einsätzen im öffentlichen Raum sowie an privat oder institutionell organisierten Anlässen werden Mütter und Väter mit Kleinkindern über die Themen gesunde Ernährung und Bewegung intensiv informiert. Zudem werden Kurzkontakte an Vitalina-Info-Ständen organisiert, die an Festen und andern öffentlichen Anlässen aufgestellt werden.

In der bisherigen Laufzeit seit Juni 2009 bis September 2011 hat Vitalina insgesamt bereits 1'550 Zielpersonen erreicht, das heisst im Kanton Baselland wohnhafte Mütter und Väter mit Kleinkindern. Davon wurden 790 Personen bei Intensivkontakten im öffentlichen Raum (Park, Spielplatz etc.), in Institutionen (Spielgruppen, Deutschkurse, Frauengruppen etc.) und an privat organisierten Vitalina-Runden zum Thema gesundes Essen und Bewegung für Kleinkinder informiert. Weitere 760 Personen wurden an Info-Ständen innerhalb von Kurzkontakten informiert. Mit Vitalina werden vorrangig Mütter (ca. 90 %) erreicht sowie in kleinerem Ausmass auch Väter (ca. 10 %). Zudem erreicht Vitalina auch Grossmütter und Grossväter. In welchem Ausmass dies der Fall ist, hat die Evaluation nicht erhoben.

Die Zielgruppe fremdsprachiger Eltern mit Kindern im Vorschulalter ist – so zeigt die Befragung auf – soziostrukturell und soziodemographisch breit zusammengesetzt. Das heisst, die Teilnehmenden leben teils seit vielen und teils erst seit wenigen Jahren in der Schweiz. Sie stammen mehrheitlich aus europäischen Ländern aber auch aus dem asiatischen, latein- und mittelamerikanischen Raum. Ihre Deutschkenntnisse sind unterschiedlich, zum Teil gut und zum Teil gering. Auch bringen die Teilnehmenden unterschiedliche Bildungsgrade mit: Es gibt sowohl Mütter und Väter mit viel Schulbildung als auch solche, die nur wenige Schuljahre absolviert haben. Nebst vielen Unterschieden gibt es indes eine Gemeinsamkeit: Die meisten verfügen über ein eher geringes Einkommen.

Deutlich wird, dass es Vitalina gut gelingt, Eltern mit Migrationshintergrund zu erreichen, die von herkömmlichen Angeboten oft nicht erreicht werden. Es zeigt sich nämlich, dass Mütter und Väter, die wenig Deutsch sprechen, erst seit kürzerem in der Schweiz leben und über geringere Bildung verfügen, in der erreichten Zielgruppe gut vertreten sind.

ad Frage 2) Akzeptanz des Angebots

Wie kommt das Angebot Vitalina bei der Zielgruppe an? Was macht die Akzeptanz oder die Ablehnung des Angebots aus?

Vitalina kommt bei der Zielgruppe sehr gut an. Vitalina erhält durchwegs gute Noten. Sowohl die Form als auch der Inhalt geniessen bei den Nutzenden eine hohe Akzeptanz (vgl. Kap. 4).

Das Angebot stösst sowohl bei den Teilnehmenden im öffentlichen Raum wie auch bei den Teilnehmenden privat und institutionell organisierter Anlässe auf ein positives Echo. Die vermittelten Inhalte – neues Wissen, Informationen, Tipps und Materialien – werden begrüsst. Das muttersprachige Angebot wird geschätzt. Es ermöglicht einen interaktiven Austausch: Fragen können adäquat gestellt werden, es sind differenzierte Gespräche möglich, sprachliche Missverständnisse werden vermieden und die Muttersprache fördert das emotionale Verständnis sowie den angeregten Austausch unter den Beteiligten.

Die Arbeit der interkulturellen Vermittler/innen wird durchwegs sehr positiv beurteilt. Ebenso fällt die Gesamtbeurteilung des Angebots Vitalina durch die beteiligten Mütter und Väter sehr positiv aus.

ad Frage 3) Wirkung des Angebots

Welche Wirkungen können bei der Zielgruppe festgestellt werden?

Die Evaluation zeigt auf, dass das Vitalina-Angebot bei der Zielgruppe auf verschiedenen Ebenen Wirkungen erzielt (vgl. Kap. 5).

Die Teilnehmenden erfahren durch Vitalina einen *Wissenszuwachs und eine Sensibilisierung* für Probleme und Zusammenhänge in den Bereichen Essen, Trinken und Bewegung im Frühbereich. Die Eltern erfahren Neues und können zum Teil schon bestehendes Wissen auffrischen oder besser einordnen. Das neue Wissen umfasst die Ernährungslehre, im Besonderen Wissen über Zucker, im Weiteren Zusammenhänge zwischen Ernährung und Gesundheit, sodann hilfreiche Tipps zur Umsetzung des Ernährungswissens (zum Beispiel gesunde Znüni und Zvieri) sowie Informationen zum Thema Bewegung und Gesundheit.

Die Materialien, die Vitalina zur Verfügung stellt, zeitigen ebenfalls eine Wirkung. Sie regen nicht nur an, die neuen Informationen nochmals in Ruhe zu lesen, sondern wirken auch direkt *handlungsorientiert*. Die Beteiligten äussern häufig, dass sie die Tipps ausprobieren werden.

Ein erweitertes *Handlungswissen* entsteht auch durch die Information zum Stellennetz. Viele Beteiligte – vor allem auch diejenigen, die im öffentlichen Raum erreicht werden – lernen mit Vitalina die kostenlosen Angebote der Mütter- und Väterberatung neu kennen. Im Bedarfsfall können sie darauf zurückgreifen.

Nicht zuletzt wird eine positive Wirkung durch die gewählte Vermittlungsform selbst erzielt. Vitalina arbeitet im muttersprachigen Gruppensetting. Dies führt zu einer *Aktivierung* der Teilnehmenden (Empowerment), es findet ein reger Austausch statt, Fragen werden gestellt und eigene Erfahrungen weitergegeben. Zugleich entfaltet Vitalina eine *integrative Wirkung*.

Über die Muttersprache wird den Teilnehmenden lokales Wissen vermittelt und sie werden so näher an die lokale Kultur und das lokale System herangeführt.

Die Evaluation zeigt auf, dass Vitalina nicht nur zu einer Sensibilisierung führt, sondern bei den Teilnehmenden darüber hinaus auch der Wille deutlich wird, dass sie in den Bereichen Essen, Trinken und Bewegung *Veränderungen ausprobieren und vornehmen* wollen. Dies gilt sehr breit für alle Teilnehmenden, sei es diejenigen aus dem öffentlichen Raum wie auch diejenigen, die von Vitalina privat oder im institutionellen Rahmen erreicht werden, solche mit umfassender Bildung wie solche mit einem kleineren Bildungsrucksack. Es gelingt Vitalina, Mütter und Väter, die an verschiedenen Orten stehen, so anzusprechen, dass sie konkrete Veränderungen ins Auge fassen und umsetzen wollen.

ad Frage 4) Weiterführung des Angebots

Empfiehl die Evaluation die Weiterführung oder die Sistierung des Angebots? Welche Gründe sind massgebend?

Die Evaluation empfiehlt die Weiterführung des Angebots Vitalina. Die Ergebnisse der Untersuchung unterstützen klar die Empfehlung, dass Vitalina in der bisherigen Form weitergeführt wird, das heisst als muttersprachiges Angebot, das sowohl im öffentlichen Raum wie auch im privaten Rahmen und innerhalb von organisierten Veranstaltungen angeboten wird.

Folgende massgebende Gründe sprechen aus Sicht der Evaluation für die Weiterführung des Angebots (vgl. Kap. 3–5): Vitalina erreicht die intendierte Zielgruppe der fremdsprachigen Eltern mit Kindern im Vorschulalter, das Angebot genießt bei der Zielgruppe eine hohe Akzeptanz und das Angebot entfaltet bei der Zielgruppe der Mütter und Väter mit kleinen Kindern ein klares Wirkungspotenzial.

7 Weiterentwicklung (formative Evaluation)

Zusätzlich zu den bilanzierenden Evaluationsfragen gibt die Evaluation Auskunft zur Frage, welche Entwicklungsperspektiven bestehen und von der Evaluation empfohlen werden.

ad Frage 5) Entwicklung des Angebots

Welche Verbesserungs- und Weiterentwicklungsempfehlungen schlägt die Evaluation vor?

Als Ergebnis aus der Evaluation werden verschiedene Empfehlungen und Anstösse für die Weiterentwicklung des Projekts Vitalina gemacht. Nachfolgend sind die wichtigsten Punkte zusammenfassend aufgeführt.

Für alle Detailangaben, Überlegungen und Empfehlungen wurde ein separates Dokument erstellt mit dem Titel «Ergebnisse zur formativen Evaluation des Projekts Vitalina» zuhanden der Gesundheitsförderung Baselland und der Projektleitung Vitalina, HEKS.

Zusammenfassend ergibt die formative Evaluation folgendes Bild:

Projektleitung

Für das Tätigkeitsfeld und die Aufgaben der Projektleitung gibt es keinen Handlungsbedarf. Die Projektleiterin erfüllt die Aufgaben kompetent, sachorientiert und mit grossem Einsatz und Engagement. In den Evaluationsgesprächen mit den interkulturellen Vermittlerinnen erhält die Projektleiterin ein höchst positives Echo.

Interkulturelle Vermittler/innen

Betreffend interkulturelle Vermittler/innen besteht kein Handlungsbedarf. Die speziell für das Handlungsfeld der interkulturellen Bildung und Vermittlung ausgebildeten Fachpersonen leisten ihre Arbeit engagiert und mit viel Freude und Überzeugung. Ihre konkrete Arbeit im Projekt Vitalina wird von den Eltern als qualitativ gut eingeschätzt und sehr positiv bewertet.

Einsatzformen und Institutionalisierung

Das Projekt Vitalina hat vier verschiedene Einsatzformen entwickelt: die Vermittlung von Information und Wissen zu Ernährung und Bewegung von kleinen Kindern a) via Kurzkontakte an Info-Ständen an Festen, vor Läden etc., sowie drei Formen von Intensivkontakten: b) aufsuchend im öffentlichen Raum, das heisst in Parks, auf Spielplätzen etc., c) in Institutionen wie Spielgruppen, Deutschkurse, Frauengruppen etc. und d) via privat organisierte Runden. Die Evaluation empfiehlt eine Reflexion darüber, ob weiterhin alle vier Formen prioritär durchgeführt werden sollen, welche Gewichtungen allenfalls sinnvoll scheinen und mit welchen Begründungen die verschiedenen Formen weitergeführt werden. Die Evaluation empfiehlt, alle vier Formen weiterzupflegen.

Zu prüfen ist zudem, inwiefern Einsätze in Institutionen institutionalisiert werden können. Es ist wünschenswert, dass Vitalina innerhalb von Spielgruppen, Deutschkursen, Vereinen und weiteren dauerhaften Angeboten und Gruppierungen zum Beispiel jährlich einmal (oder in nach Situation: mehrmals) angeboten werden kann. Die Eltern respektive ihre Kinder, die an solchen Angeboten teilnehmen, wechseln oft jährlich oder zumindest gilt dies für einen Anteil der Angebotsnachfragenden. Dies bedeutet, dass Vitalina immer wieder neue Zielpersonen mit dem Wissens- und Informationsangebot bedienen kann. Die Institutionalisierung solcher Kontakte sichert Vitalina den Auftragsbestand und vereinfacht zumindest längerfristig die Organisation.

Sprachen

Vitalina wird in mehreren Sprachen angeboten. Die Evaluation empfiehlt eine Reflexion darüber, ob das Angebot weiterhin in allen Sprachen aufrechterhalten werden soll und kann. Die erzielten Einsatzzahlen fallen recht unterschiedlich aus. Es gilt somit, Aufwand und Ertrag abzuwägen und – begründet – zu entscheiden, ob Vitalina weiterhin in sämtlichen Sprachen angeboten werden soll.

Weiterbildungskonzept

Die interkulturellen Vermittler/innen erhalten für die Vitalina-Einsätze und Themen gezielte Weiterbildung. Bisher fand diese vor dem Start vor Vitalina statt sowie parallel zu den Einsätzen. Für die Weiterbildung sollte, so empfiehlt die Evaluation, neu ein Konzept erstellt werden. Dieses kann auf den gemachten Erfahrungen aufbauen. Die Evaluation empfiehlt zudem, nebst inhaltlichen Themen (was wird vermittelt?) auch Methodik-Themen in die Weiterbildung zu integrieren (wie wird vermittelt?).

Detaillierte Angaben zu den erwähnten Punkten sowie weitere Empfehlungen für die Entwicklung des Projekts Vitalina enthält der separate Bericht von Social Insight zur formativen Evaluation.

8 Würdigung des Projekts

Abschliessend nehmen wir eine Würdigung des Projekts Vitalina vor. Sie enthält – aus der Distanz betrachtet – die zentralen Aspekte, die die hohe Qualität des Projekts, das sorgfältige Vorgehen sowie das tatsächliche Erreichen der Zielgruppen ausmachen.

Vitalina leistet *Integrationsarbeit*. Das Projekt spricht migrantische Mütter und Väter mit Kindern im Vorschulalter an. Dies ist eine Zielgruppe, die – im neuen (fremden), schweizerischen Kontext – allgemein eher wenig Bildungsinformation und Wissen erhält und/oder aufnimmt. Die Sprachbarrieren und zum Teil mangelnde Zeit verwehren häufig den Zugang zu solchem Wissen. Ganz anders z. Bsp. bei jungen Mittelschichtseltern schweizerischer Herkunft. Dort kann geradezu ein Zwang zur Wissensakkumulation beobachtet werden, wenn es um Elternschaft und die Erziehung der Kinder geht.

Vitalina spricht ein *zentrales Thema* an: Ernährung und Bewegung von Kindern im Alter von 0 bis 5 Jahre. Gemäss Forschungsergebnissen sind bereits kleine Kinder von Eltern mit Migrationshintergrund deutlich häufiger übergewichtig. Ernährung und Bewegung sind wichtige Themen, die einem 24 Stunden am Tag begleiten, das ganze Leben lang. Information und Wissen zu einem frühen Zeitpunkt zu vermitteln, wie es die Aufgabe von Vitalina ist, bedeutet *Präventionsarbeit*. Viele Befragte planen nach Vitalina Verhaltensänderungen: «Ich werde in Zukunft darauf achten, dass meine Kinder mehr Früchte und Gemüse essen.» (FBNR 14)

Die Ausgangslage – dass die Zielgruppe häufig nur über wenig Information zu den Themen Ernährung und Bewegung von Kleinkindern verfügt – hat eine positive Seite. Die Zielgruppe hat eine *grosse Offenheit* und eine *Wissbegier* für – muttersprachige – Information zu einem Thema, das sie sehr wohl interessiert und kümmert. In die Jugend und die eigenen Nachkommen zu investieren, ist für migrantische Eltern häufig vorrangig, gerade auch, wenn eigene Ziele und Zukunftspläne nicht realisiert werden konnten. So äussert eine Befragte: «Neues Wissen anzueignen, ist etwas Schönes.» (FBNR 67)

Vitalina führt zu *Empowerment* (Ermächtigung, Bestärkung) der Mütter und Väter mit Kleinkindern. Ein zentraler Vorteil von Vitalina besteht in der Haltung des Projekts. Die interkulturellen Vermittler/innen, welche die Einsätze leisten, nehmen sich Zeit für die teilnehmenden Mütter und Väter, sie erklären schon einmal Gehörtes und Zusammenhänge zwischen Verhalten und Gesundheit, sie nehmen die Eltern ernst, anders als viele Fachleute

des Gesundheitswesens kennen sie die Herkunftskulturen *und* die schweizerische Kultur, sie fördern den Austausch auch unter den Beteiligten, sie lassen sich mit den Leuten auf gleicher Augenhöhe ein, informieren die Landsleute mit Überzeugung zu den Themen Essen, Trinken und Bewegung und motivieren, das neue Wissen zugunsten der Kinder umzusetzen. Die interkulturellen Vermittler/innen tragen wesentlich dazu bei, dass die Botschaften zu Ernährung und Bewegung von Kleinkindern tatsächlich richtig verstanden werden. Vitalina vermittelt den Angesprochenen auch das Wissen, auf dem richtigen Weg zu sein – auch dies eine Bestätigung und Ermutigung, weiter zu machen. «Wir lernen alle zusammen für unsere Kinder», äussert eine Befragte (FBNR 50)

Vitalina setzt positive Zeichen: *Der Staat wendet sich migrantischen Eltern zu*. Die Zielgruppe erfährt durch den Vitalina-Kontakt ein deutliches Moment der *Wertschätzung*. Sie sind es wert, – via HEKS und Kanton Baselland – informiert und einbezogen (integriert) zu werden. Die öffentliche Hand gibt sich Mühe und betreibt einen Aufwand, investiert Zeit und Geld, um sie zu kontaktieren und informieren. All dies vermittelt der Zielgruppe der migrantischen Eltern mit kleinen Kinder ein Empowerment-Gefühl im Sinne von «ich bin wichtig» und also «was ich mache und wie ich mein Kind ernähre und wie ich es anleite etc., ist wichtig».

In diesem Sinn setzen wir die Aussagen von zwei Befragten an den Schluss, die in ihren Kommentaren zur Evaluationsbefragung schreiben: «Ich finde es gut, dass es solche Personen gibt, die versuchen, wichtige Informationen zu vermitteln!» (FBNR 12) Und: «Da wir Eltern für unsere Kinder aus diesem Gespräch sehr viel Nutzen ziehen können, hat es mir gefallen.» (FBNR 71)