



Mit Kindern Einkaufen

Universelle Prävention mit Triple P in luxemburgischen Supermärkten

Im Jahr 2007 war Luxemburg und die Großregion europäische Kulturhauptstadt. Unter dem Motto "2007- Jahr der Familienkultur" wurden im Familienbildungs- und Beratungszentrum „Familien-Center CPF“ mehrere Projekte zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit zu Familien- und Partnerschaftsthemen entwickelt. Eines davon war "Mit Kindern Einkaufen".

Die Idee war, betroffene Eltern direkt in einer Situation anzusprechen, die von sehr vielen als typische Risikosituation für Problemverhalten beschrieben wird und es damit erleichtern sollte, auf Interesse zu stoßen. Das Anliegen war, Eltern zu vermitteln, dass schon mit ein wenig Vorausplanen und dem Anwenden von Aktivitätenplänen typische Risikosituationen entschärft werden können. Am Beispiel des Einkaufens sollte dieses Vorgehen demonstriert und Eltern dazu ermutigt werden, dieselben Prinzipien auch in anderen Risikosituationen anzuwenden.

Ein Kooperationspartner war schnell gefunden und so konnten in mehreren großen Filialen der größten luxemburgischen Supermarktkette für jeweils zwei Wochen Informationsstände im Eingangsbereich eingerichtet werden. Eine zeitgleich stattfindende Ausstellung zu gesunder Ernährung für Kinder war eine gelungene Ergänzung. Die Stände waren so gestaltet, dass sie auch ohne Präsenz von Fachleuten selbsterklärend waren. Eine Powerpointpräsentation mit Fotos und Text lief durchgehend am Stand und diente dazu, die Aufmerksamkeit der Eltern auf den Stand zu lenken. Plakate und Stellwände von Triple P sorgten für ein professionelles Erscheinungsbild. Die teilweise Präsenz von Fachpersonal am Stand hat es ermöglicht, sich auf die typischen Stoßzeiten zu konzentrieren, in denen viele Eltern mit Kindern einkaufen gehen und damit den personellen Aufwand für das Team des Familienbildungs- und Beratungszentrums im Rahmen zu halten.

Am Stand bekamen die Eltern Kurzbroschüren mit den wichtigsten Informationen zum Thema "mit Kindern Einkaufen" in den in Luxemburg wichtigen Sprachen deutsch, französisch und englisch sowie den kleinen Helfer "Einkaufen" gratis zum Mitnehmen. Die Supermarktkette hatte darüber hinaus kurzfristig alle Triple P Materialien ins Sortiment zum Verkauf aufgenommen.

Bilanz des Projektes: Insgesamt konnten rund 3.500 Broschüren verteilt und entsprechend viele – wenn auch meist kurze – Kontakte zu Eltern wahrgenommen werden. Es erwies sich als hilfreich, aktiv auf die Eltern zuzugehen, und sie direkt anzusprechen. Die Medienresonanz zum Thema war groß und das Familienbildungs- und Beratungszentrum konnte seinen Bekanntheitsgrad erhöhen.

Ansprechpartner

Dipl.-Psych. Georg Christ

georg.christ@familljencentercpf.lu