

Michael Schrader/Gabriele Dahle (Hrsg.)

## Kindergarten & Hort erfolgreich leiten

Know-how für eine bessere Kita

Ausgabe: 09

Thema: Kita-Leitung persönlich

Titel: Wandel und Familie - Die zunehmende Bedeutung der Kita (10 S.)

### Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Printausgabe des Standardwerkes „**Kindergarten & Hort erfolgreich leiten**“. Das Handbuch berät in allen Fragen der Kindergarten- und Qualitätsentwicklung und bietet mit erprobten Konzepten, Maßnahmen und Problemlösungen, Schritt-für-Schritt-Anleitungen und Erfahrungsberichten eine konkrete Hilfestellung für die Kita-Praxis.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

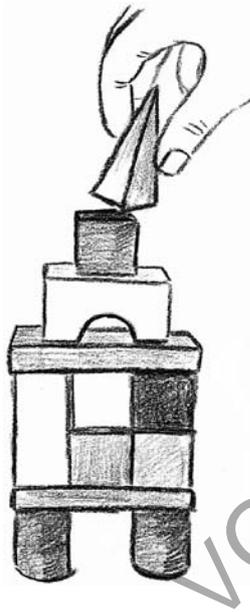
### Nutzungsbedingungen

Die Materialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Materialien – auch auszugsweise – ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

### Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: [service@olzog.de](mailto:service@olzog.de)  
✉ Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG  
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg  
☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 198  
[www.olzog.de](http://www.olzog.de) | [www.edidact.de](http://www.edidact.de)



An dieser Stelle finden Sie in jeder Ausgabe einen Baustein für Ihren Leitungs-Kompetenz-Baukasten. Das sind bewährte Methoden für die Selbstorganisation und das Selbstmanagement von Kita-Leiter/innen oder wir wagen – wie in diesem Falle – mit Ihnen zusammen einen Blick in die Zukunft: auf Trends und Entwicklungen, die in der einen oder anderen Form auch Ihre Kita, Ihr Umfeld betreffen werden.

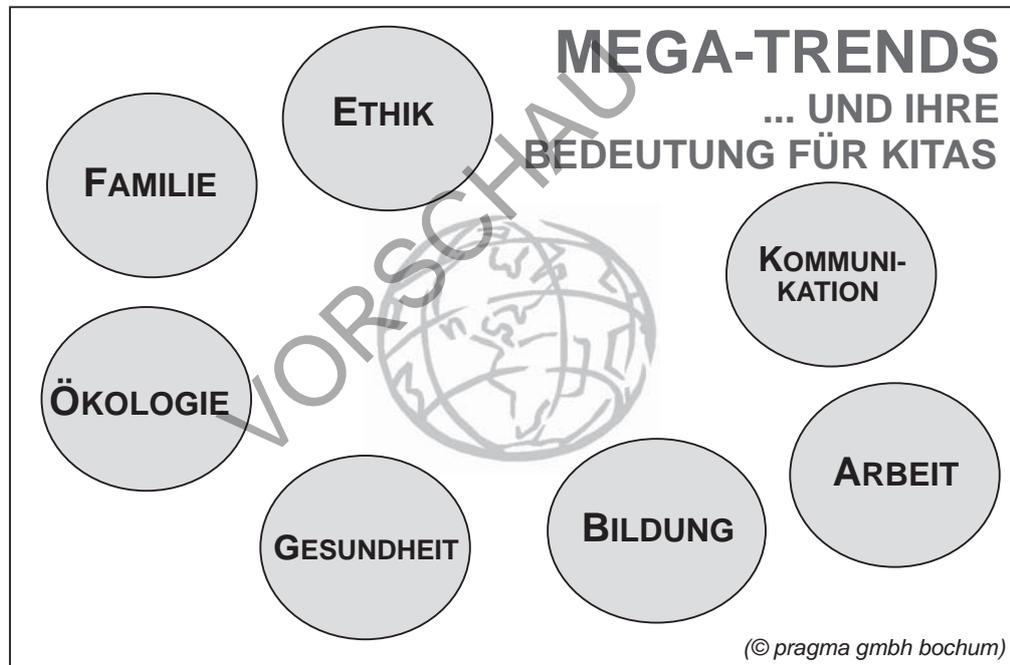
Im heutigen Kapitel von „Leiter/in persönlich“ setzen wir das Thema Wandel fort. In der letzten Ausgabe haben wir einige grundsätzliche Aspekte des Wandels entwickelt und vorgestellt. Dann haben wir uns mit Werten und Wertevielfalt beschäftigt und vor allem damit, welche Auswirkungen diese auf die Arbeit in Kindertagesstätten haben oder haben können. Diesmal nehmen wir uns nun einen weiteren der insgesamt sieben Megatrends vor: Familie. Damit sind wir unmittelbar bei Ihren Kunden. Familie ist einerseits eine dauerhafte Konstante moderner Gesellschaften und nach wie vor der „Ort“, an dem die nächste Generation „auf den Weg gebracht“ wird. Andererseits hat sich „Familie“ in den letzten 100 Jahren, vor allem aber mit dem Entstehen der Konsumgesellschaft und der Liberalisierung von Normen und Werten seit den 60er-Jahren immer wieder neu erfunden. Die damit verbundenen Entwicklungen können wir an dieser Stelle nicht alle im Detail nachzeichnen; wir versuchen aber eine Momentaufnahme, einen kurzen Blick zurück und nach vorn. Dabei richten wir das Augenmerk vor allem auf diejenigen Aspekte, die für die Arbeit in Kindertagesstätten von Bedeutung sind.

## 1

### Megatrends

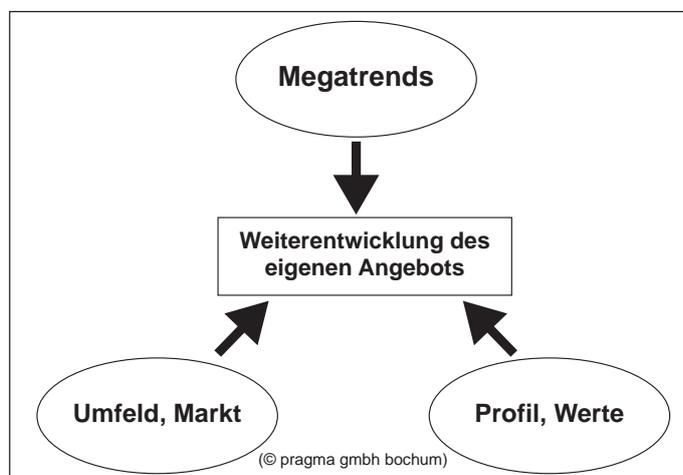
Wir leben in einer Zeit mit rasanten und zum Teil **weltumspannenden Veränderungen**. Die aktuelle Wirtschaftskrise, aber auch die Klimaveränderungen verdeutlichen, dass die Welt zusammengerückt ist und – trotz aller nach wie vor bestehenden kulturellen Unterschiede, der ungleichen Verteilung des Reichtums und der Ressourcen – viele Entwicklungen im **Gleichschritt** durchläuft. Dies betrifft nicht nur wirtschaftliche und ökologische Zusammenhänge, sondern auch soziale und kulturelle Aspekte im Leben und im Alltag der Menschen. So sind Bildung und die Kompetenzen der nachrückenden Generation nicht nur in Deutschland ein zentrales Thema: Wenn man nach China oder Indien schaut, kann man den Eindruck gewinnen, dass hier noch wesentlich mehr getan wird als bei uns. Auch die **Familienmodelle** in den sogenannten Entwicklungs- und Schwellenländern orientieren sich in zunehmendem Maße am Modell der **Kleinfamilie** und ihren variantenreichen Ausprägungen, wie wir sie heute in den **westlichen Industrieländern** vorfinden. Die Großfamilie ist überall auf dem Rückzug. Die Menschen wollen am Reichtum partizipieren, Wohlstand erreichen, in Städten mit entsprechender Infrastruktur leben usw. Dafür müssen sie ihre Arbeitskraft verkaufen. Und um dies tun zu können, benötigen sie Betreuungsmöglichkeiten für ihre Kinder. Gleichzeitig setzen sie weniger Kinder in die Welt, als ihre Eltern oder Großeltern dies noch getan haben. Diese Entwicklungen laufen über längere Zeiträume, manchmal mehrere Generationen, und die damit verbundenen Veränderungen sind **nachhaltig** im Sinne von **tiefgreifend** und in der Regel **nicht mehr umkehrbar**.

Oder können Sie sich heute ein Leben in der Großfamilie, mit starrer Rollen- und Aufgabenteilung zwischen Mann und Frau, ohne Telefon, Fernsehen und Computer vorstellen? Und Ihr Gemüse bauen Sie überwiegend im eigenen Garten an, möglicherweise lebt da auch noch ein Schwein, das über kurz oder lang in Ihrem Kochtopf landet!?



## 2 Wandel

Diese fundamentalen Veränderungsprozesse nennen wir Megatrends. Diese „laufen ab“, egal ob wir uns nun intensiver mit ihnen beschäftigen oder nicht. Vor allem für Organisationen, die Produkte und Leistungen anbieten, ist es dennoch sinnvoll, sich mit den **Auswirkungen solcher Megatrends** auf den Markt, in dem sie sich bewegen, auseinanderzusetzen. Dafür muss man mit offenen Augen und Ohren durch die Welt gehen und zunächst einmal akzeptieren, dass es diese Megatrends und den damit verbundenen Wandel gibt.



Dann gilt es zu erspüren, wie sich diese großen Entwicklungen im eigenen Umfeld, im eigenen Markt, bei Kunden und Kooperationspartnern ausprägen und konkretisieren. Dafür ist es wichtig, mit diesen in Kontakt zu stehen. Hier liegt ein großer Vorteil **personenbezogener, sozialer Dienstleistungen** gegenüber den Herstellern von Produk-

ten: Dienstleister erbringen ihre Leistung im direkten Kontakt mit Kunden und haben somit die Möglichkeit, aus erster Hand etwas über die Bedarfe, sich verändernde Interessen und die Zufriedenheit ihrer Kunden mit aktuellen Angeboten zu erfahren. Dieser direkte Kontakt ist wichtig, um mögliche Wirkungen der Megatrends aufzuspüren, Veränderungen und **neue Anforderungen** zu prognostizieren und sich frühzeitig – eher als die Mitbewerber – darauf einzustellen. Dabei geht es aber nicht darum, auf jeden Zug aufzuspringen und jedem Trend, jeder Innovation hinterherzulaufen. Das, was Sie verändern, weiterentwickeln, aufnehmen, muss zu Ihrer Organisation passen. Sie stehen für professionelle Standards, Sie haben **Grundüberzeugungen** und **Werte**, ein **Profil**, das Sie von Mitbewerbern unterscheidet, usw. Ihre Auseinandersetzung mit dem Wandel verorten Sie also im Dreieck von Megatrends, Umfeld und Markt sowie dem Selbstverständnis und den Grundüberzeugungen Ihrer Organisation (vgl. Dahle/Schrader 2003).

### 3 Geschwindigkeit

Es gibt noch einen weiteren Grund, aufmerksam, aber gleichzeitig dosiert mit dem Wandel bzw. den daraus resultierenden neuen Anforderungen umzugehen. Der Wandel hat sich in den letzten 20 oder 25 Jahren enorm beschleunigt und es ist aktuell auch nicht abzusehen, dass das Tempo wieder abnimmt. Hierfür sind die **Computerisierung** und die damit verbundenen modernen **Kommunikationstechnologien** ganz maßgeblich verantwortlich. Grundsätzlich bewegen wir uns auf einen Zustand zu, in dem jeder Mensch zu jedem Zeitpunkt an jedem beliebigen Ort nicht nur erreichbar ist, sondern auch Zugang zu jeder gewünschten Information hat und in Aktion treten kann. Gleichzeitig hat die **Wissensentwicklung** enorm zugenommen: Immer mehr Menschen sind weltweit in Forschungs- und Entwicklungsaufgaben eingebunden und die Halbwertszeiten von Erkenntnissen und Kenntnissen werden immer kürzer.

Die Wirkungen der Megatrends und Trends in Kombination mit den sich in immer kürzeren Rhythmen erweiternden und aktualisierenden Wissensbeständen sowie den daraus resultierenden Innovationen haben dazu geführt, dass die **Veränderungsgeschwindigkeit** der Gesellschaft bzw. des Umfelds von Organisationen mittlerweile diejenige der Organisationen übersteigt (vgl. Jäger/Schrader 2009). Die Zeit, die für die Integration neuer Anforderungen in die Praxis von Organisationen benötigt wird, lässt sich nicht beliebig verkürzen. Dies gilt ganz besonders für personenbezogene soziale Dienstleistungen, weil die Innovationen (z.B. die Einführung eines neuen Beobachtungs- und Dokumentationssystems) von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern angeeignet und umgesetzt werden müssen. Das fordert von den Organisationen große Sorgfalt bei der Auswahl der Veränderungen und Anforderungen, mit denen sie sich intensiver beschäftigen und die sie in der Gestaltung ihres individuellen Angebots berücksichtigen wollen. Vorschnelles Einsteigen auf bestimmte Entwicklungen kann in Sackgassen führen. Falsch investierte Zeit fehlt dann an anderer Stelle. Vielmehr geht es darum, die richtigen Prioritäten zu setzen, sich nicht zu verzetteln und auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nicht zu überfordern. Träger und Leitung müssen hier den „roten Faden“ finden für die passgenaue und leistbare Weiterentwicklung und Anpassung der Organisation.