

ThEKiZ Handbuch 2.0

**Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,
 liebe ThEKiZ-Fachkräfte,
 liebe Mitglieder des ThEKiZ-Netzwerkes,**

wir freuen uns, dass Sie sich für den Download dieses ThEKiZ-Dokuments entschieden haben. **Es ist Teil des ThEKiZ Handbuchs 2.0, einer bedarfsoorientierten Informations- & Methodensammlung**, angefertigt durch die Fach- und Forschungsstelle, unter Mitarbeit von Jeannette Mardicke. Diese umfasst folgende Abschnitte:

- **Interviews – Stimmen aus Politik, Verwaltung und ThEKiZ-Praxis**
- **Mehrwerte von ThEKiZ**
- **ThEKiZ-Entwicklungsfelder und Methoden**
- **Fragen und Antworten**



Julia Hecker



Ulrike Lüneburger



Julia Peschmann

Seit 2011 tragen Fachkräfte aus unserem Netzwerk viele wertvolle Impulse und relevante Fragen an uns heran. Unsere Antworten auf diese Fragen sowie die aus den Impulsen des ThEKiZ-Netzwerks entstandenen Handlungsempfehlungen und Handreichungen werden im ThEKiZ Handbuch 2.0 zusammengefasst. Um das Ganze möglichst praxisnah und umsetzungsorientiert zu gestalten, sind unsere Ausführungen mit Interviews, konkreten Umsetzungsbeispielen, Stimmen aus der Praxis und anschaulichen Methoden unterfüttert.

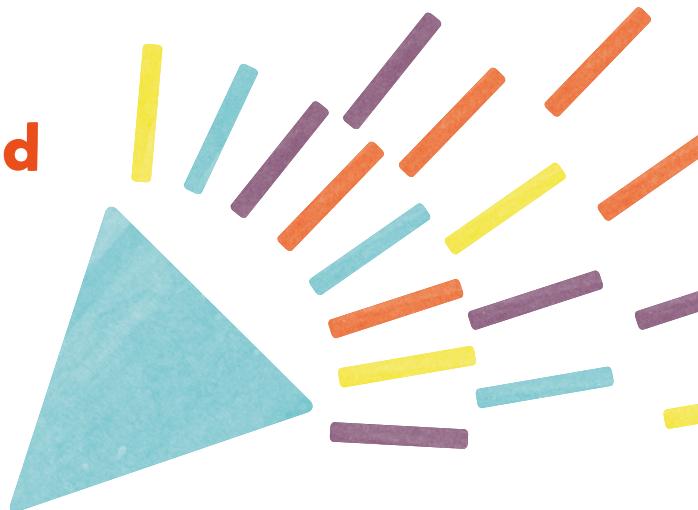
Es ist weniger ein klassisches Handbuch als vielmehr eine **Sammlung komprimierten Wissens**, Dokumente zu verschiedenen Themenbereichen, die praxisnah aufbereitet sind. Im Jahr 2025 ergänzte und aktualisierte die Fach- und Forschungsstelle ThEKiZ das ThEKiZ Handbuch 2.0. Sie können weiterhin genau die Themenbereiche und Dokumente herausgreifen, die für Sie aktuell Relevanz haben.

Wir wünschen Ihnen Spaß beim Stöbern, Inspiration und vor allem viel Freude beim Umsetzen in Ihrer ThEKiZ-Praxis.

Ihr Team der Fach- und Forschungsstelle ThEKiZ

gefördert durch

Wie wichtig ist die Öffentlichkeitsarbeit und wie können wir sie wirkungsvoll für unser ThEKiZ nutzen?



Öffentlichkeitsarbeit ist eine Form der Kommunikation, die das ThEKiZ nach innen und außen repräsentiert. Eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit stärkt das Konzept, die wertvolle tägliche Arbeit mit den Kindern, Eltern, Familien und dem Sozialraum wird hervorgehoben.

Durch eine aktive und strategische Öffentlichkeitsarbeit eröffnen sich für ThEKiZ eine Vielzahl an Vorteilen:

- Bekanntheit des Konzeptes im Stadtteil / der Gemeinde
- Im Sozialraum und diversen Netzwerken wahrgenommen werden
- Informationen für alle Zielgruppen - Gewinnen und Aktivieren von Eltern und Familien
- Informieren und Gewinnen von neuen Mitarbeitenden und Netzwerkpartner*innen
- Gewinnen von Fördernden

IMPULS: Partizipation und Empowerment sind wichtige Kriterien für ein ThEKiZ. Beteiligung verlangt nach Informationen und auch die Möglichkeit, sich selbst im Vorfeld informieren und entscheiden zu können. Durch frei zugängliche Öffentlichkeitsmaterialien, sollen sich alle zum Mitdenken, Mitgestalten und

Mitwirken eingeladen fühlen. Eltern und Familien können über E-Mail-Verteiler, Webseiten, Social-Media Auftritte, diverse Informationsplattformen und Presseartikel zu aktuellen Entwicklungen, Angeboten und Einladungen zur Mitgestaltung informiert werden.

Im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit wird zwischen nach innen und außen wirkender Öffentlichkeitsarbeit unterschieden.¹

Nach innen wirkende Öffentlichkeitsarbeit:

Ziel ist es, das Konzept ThEKiZ in der Form nach innen zu vertreten, dass es für alle Teammitglieder und auch die Eltern der Kita plausibel ist, und es Sinn ergibt. Die Mitarbeitenden des ThEKiZ stehen dank einer guten Kommunikation nach innen hinter der Konzeption des ThEKiZ und repräsentieren es selbstbewusst nach außen.

Gibt es ein ThEKiZ vor Ort, sollten alle davon wissen

Ein verlässlicher Informationsfluss und die damit einhergehende Transparenz des Konzeptes kann dazu führen, dass Eltern und Familien die Qualität der Arbeit erkennen und Interesse bis hin zu Engagement zeigen.

Beispiele für interne Öffentlichkeitsarbeit im ThEKiZ sind:

- Nutzung einer Kita-APP für alle
- Interne Newsletter
- Elternbriefe
- Informationen für Mitarbeitende
- Regelmäßige Dienstberatungen und Reflexionen gelungener und nicht gelungener Angebote
- Interne Flyer
- Aushänge/Schwarzes Brett
- Elternbeirat
- Familienfeste/-feiern
- Teamfeste, Teamtage



¹ Vgl. <https://www.nifbe.de/fachbeitraege/beitraege-von-az?view=item&id=622:interne-und-externe-oeffentlichkeitsarbeit-in-der-kita&catid=93>,

Nach außen wirkende Öffentlichkeitsarbeit:

Die Öffentlichkeitsarbeit möchte auf die öffentliche Wahrnehmung wirken. Ziel ist es, Beziehungen zu verschiedenen Netzwerkpartner*innen zu initiieren und zu pflegen. Ziel ist es weiterhin, ThEKiZ als offenen, zugänglichen, einladenden Raum anzubieten, in dem sich Eltern und Familien aus dem Sozialraum willkommen fühlen dürfen. Aus diesem Grund muss sich das ThEKiZ in seinem Profil, seinen Angeboten zeigen, sich selbst ein Gesicht geben. Egal an wen sich die Öffentlichkeitsarbeit konkret richtet, gilt der Leitsatz:

Tu Gutes und rede darüber!



Tipps für die Praxis

Was hilft bei der nach außen wirkenden Öffentlichkeitsarbeit für ThEKiZ?

- Anbringen des ThEKiZ-Schildes im Außenbereich des ThEKiZ
- Herunterladen und Nutzung des ThEKiZ-Logos
- Herunterladen und individuelle Nutzung der vielfältigen ThEKiZ-Illustrationen
- Aktuelle und ansprechende Website und Flyer mit Wiederkennungswert – „Corporate Identity“
- Vorstellung des Kita / ThEKiZ-Konzeptes mit der Erweiterung des Profils bei allen Kontakten mit Eltern, Familien, Partner*innen im Sozialraum und Netzwerk
- Teilnahme an öffentlichen Veranstaltungen im Stadtteil / der Gemeinde
- Gremien- und Lobbyarbeit
- Veröffentlichung eines ThEKiZ-Leitbilds
- Kooperative Veranstaltungen im öffentlichen Raum

Entwickeln Sie im Team gemeinschaftlich einen Slogan (1-2 Sätze) für Ihr ThEKiZ.

Nutzen Sie gerne folgende Blickrichtungen bei der Ideenfindung:

- Was macht unser ThEKiZ aus? Was ist unser ThEKiZ-Profil?
- Wodurch unterscheidet sich unser ThEKiZ von anderen Einrichtungen?
- Welche Wirkung erzielen wir mit unserer Arbeit im Stadtteil / in der Gemeinde?
- Wer sind unsere Zielgruppen?
- Welcher Mehrwert entsteht durch die Arbeit des ThEKiZ für unsere Zielgruppen?
- Welcher konkrete Nutzen soll sich für uns aus der Öffentlichkeitsarbeit ergeben?

TIPP: Nehmen Sie, wenn alle Beteiligten einverstanden sind, Ihren Slogan per Video auf, um ihn dann auf Ihrer Website, Ihrem Social-Media-Kanal oder der Kita APP zu teilen!



Schild



Aufkleber
mit Illustration



Sloganbeispiel

Beispiele aus der Praxis Gelingene Öffentlichkeitsarbeit:



ThEKiZ „Spatzennest“ in Berlstedt (Weimarer Land)

Dieses Foto entstand im Rahmen der Sommertour von **Heike Werner (Thüringer Familien- und Sozialministerin)**. Das ThEKiZ hat den Besuch der Ministerin für **Social-Media** und weitere **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit** genutzt.



Foto: Stefanie Uth



ThEKiZ „Haus Sonnenschein“ in Eisenach

Zum Auftakt seiner Sommertour „Zusammen Wachsen“ besuchte der **Thüringer Ministerpräsident Bodo Ramelow 2022** die Einrichtung. Der Besuch wurde öffentlichkeitswirksam begleitet und auch das ThEKiZ berichtete auf verschiedenen Kanälen darüber. Durch das sichtbar werden der ThEKiZ in der Öffentlichkeit wird die Lobby der ThEKiZ in Thüringen gestärkt.



Foto: Rosa Schulz (Thüringer Staatskanzlei)



ThEKiZ „Arche Noah“ in Großfuria (Kyffhäuser Kreis)

Ministerin Heike Werner übergibt das ThEKiZ-Schild. Hier finden Sie den [Presseartikel](#) dazu.

