

„Je früher Kinder spielerisch lernen,
desto leichter gelingt Vieles
im späteren Leben.“ (Dr. Arend Oetker)

Ziel und Zielgruppe

Ziel des kidsKAUFLADEN-Projektes ist die Förderung frühkindlicher Basiskompetenzen und der sozialen Integration. Der kidsKAUFLADEN bietet einen breiten Erfahrungsraum für Themen rund um Kommunikation, Interaktion, gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit. Das Einkaufen im kidsKAUFLADEN stellt eine Alltagshandlung dar, die viele Kinder mit ihren Eltern erleben. Im Spiel können Kinder ihren Erfahrungsschatz einbringen und zugleich Kulturtechniken wie Handeln, Tauschen, Wiegen oder Messen ausbilden. Das Interesse für diese Themen soll geweckt und das Bewusstsein für einen sorgfältigen Umgang mit Lebensmitteln und Ressourcen geschärft werden.

Das Projekt richtet sich an Bildungseinrichtungen, die Kinder im Alter von drei bis acht Jahren betreuen. Neben dieser Hauptzielgruppe werden das pädagogische Personal und idealerweise die Eltern einbezogen, um das Konzept des kidsKAUFLADENS aktiv mitzugestalten. Die teilnehmenden Bildungseinrichtungen sorgen für den Erhalt des Kaufladens und wirken aktiv und kreativ an der Durchführung der Evaluierung inklusive der Konzeptentwicklung und öffentlichen Wahrnehmung mit.

Pilotphase und Evaluierung

An der **Pilotphase** mit Start im Herbst 2014 nahmen deutschlandweit 18 Kindertagesstätten teil. Das Spendenpaket enthielt einen Kaufladen inklusive hochwertigen Materialien aus Holz. Zudem erhielten die Bildungseinrichtungen Informationsmaterial, das dem pädagogischen Personal mit umfangreichen Anregungen zu den Nutzungsmöglichkeiten als Begleitheft diente. Jede beteiligte Bildungseinrichtung erhielt das Angebot einer pädagogischen Schulung. Sämtliche Kosten für die Pilotphase wurden von den Initiatoren gedeckt.

Zur **Evaluierung** der Wirksamkeit des kidsKAUFLADENS führte die Hochschule Fresenius Köln, Fachbereich Psychologie, eine Studie durch. Im Zeitraum Mai bis Dezember 2015 wurden standardisierte Befragungen durchgeführt, an denen 18 Kindertagesstätten, die einen kidsKAUFLADEN erhalten hatten, teilnahmen. Über eine Prä- und Posterhebung wurden die Entwicklungsschritte der einbezogenen Kinder messbar gemacht.

Fazit: Die Kinder haben sich in allen sechs gemessenen Dimensionen (Sprachkompetenz, Spielverhalten, Sozialkompetenz, Umweltbewusstsein, mathematische Kompetenz und Ernährung) positiv entwickelt. Bei nahezu der Hälfte der Items ist dieser positiv gerichtete Unterschied signifikant und damit deutlich auf das Spiel mit dem Kaufladen zurückzuführen.

Ausbauphase

In 2016/17 wurden schwerpunktmäßig die Netzwerke Aschaffenburg und Halle gefestigt sowie Hoyerswerda, Theißen und Wiesbaden gestartet.

Die Firmen Mahle (1 Kaufladen) sowie die Schwartau Werke (3 Kaufläden) setzen kidsKAUFLADEN um. 2018 wurden drei weitere Netzwerke aufgebaut.

Besondere Schwerpunktentwicklungen

kidsMARKTSTAND „Erlebnislernen - draußen“

Allen Netzwerken ist angeboten, einen Marktstand für „Erlebnislernen – draußen“ zu haben, der von den Mitgliedern ausgeliehen werden kann – der erste ist in Hoyerswerda im Einsatz -drei weitere sind in Planung.

kidsKAUFLADEN geeignet auch für Kinder im Rollstuhl

Ein Protomodell wurde geschaffen und im August 2018 in Halle übergeben. Ein weiterer ist in Völklingen ausgeliefert.

UNESCO – Weltinitiative Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) – wir sind Akteur.

Initiatoren, Förderer & Partner

Initiatoren und Förderer sind Dr. Arend Oetker und Wolfgang Gärthe (verantwortlich).



Seit 2016 fördert die **Globus-Stiftung** KidsKAUFLADEN und ist seit 2018 Hauptförderer. www.globus-stiftung.de
Die **Wissensfabrik** hat 2017 KidsKAUFLADEN für Bildungspartnerschaften in ihr Förderangebot aufgenommen. www.wissensfabrik.de

Der **BDA** empfiehlt KidsKAUFLADEN: www.arbeitgeber.de/www/arbeitgeber.nsf/id/de_kidskaufladen

kidsKAUFLADEN ist offen für weitere Förderer.

Kontakt - Jugend mit Zukunft gGmbH

Wolfgang Gärthe Kettelstraße 7 63739 Aschaffenburg
Tel.: +49 (0)6021 411223, +49 (0)1784112255
Mail: j.w.gaerthe@googlemail.com

www.kidskaufladen.de

Stand: März 2019