

altmühlfranken


Der starke Süden

Familienbildung in Altmühlfranken

Evaluationsergebnisse 2017

Familie. Bildung. Zukunft.





Die vorliegende Evaluation von Familienbildungsmaßnahmen ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) und dem Amt für Jugend und Familie und der Zukunftsinitiative altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen.

Zum Gelingen des Projekts haben viele beigetragen.

Wir bedanken uns bei allen Beteiligten für die große Unterstützung und die konstruktive Zusammenarbeit:

- den befragten Eltern
- den Anbietern von Familienbildungsmaßnahmen
- den Schulleiterinnen und Schulleitern und allen Lehrkräften
- den Leiterinnen und Leitern sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Betreuungseinrichtungen
- dem Landrat Gerhard Wägemann
- dem Bayerischen Staatsministerium für Unterricht und Kultus und dem Schulamt
- allen helfenden Händen im Landratsamt und an der Universität.

Nur mit Ihrer Unterstützung konnte das Projekt erfolgreich durchgeführt werden!

Das Projekt wurde vom Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen in Auftrag gegeben und begleitet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für Personen beiderlei Geschlechts.



Familienbildung in Altmühlfranken

Evaluationsergebnisse 2017

Familie. Bildung. Zukunft.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|-----------|
| Vorwort | 6 |
| Kurzüberblick | 9 |
| 1. Gründe für die Durchführung der Studie | 10 |
| 2. Projektdesign | 14 |
| 3. Strukturanalyse des Landkreises | 16 |
| 4. Bericht zur Bestandsaufnahme | 22 |
| 4.1 Zahl und Frequentierung der Angebote | 22 |
| 4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen | 25 |
| 4.3 Veranstaltungsarten und Veranstaltungsorte | 28 |
| 4.4 Themen der Veranstaltungen | 30 |
| 4.5 Finanzierung der Veranstaltungen | 32 |
| 4.6 Werbung für die Veranstaltungen | 35 |
| 5. Bericht zu den Ergebnissen der Bedarfsanalyse | 37 |
| 5.1 Umfang der Studie | 37 |
| 5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer | 37 |
| 5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten | 43 |
| 5.4 Bewerbung der Veranstaltung | 56 |
| 5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung | 57 |

| | |
|---|-----------|
| 6. Fazit und Ausblick | 61 |
| 6.1 Fazit | 61 |
| 6.2 Ausblick | 61 |
| 7. Vergleich mit anderen Studien | 67 |
| 7.1 Vergleich Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Eichstätt 2015/16 | 67 |
| 7.2 Vergleich ifb-Befragung zur Familienbildung in Bayern 2015 | 68 |
| | |
| Literaturverzeichnis | 71 |
| Abbildungsverzeichnis | 73 |
| Tabellenverzeichnis | 74 |



Landkreis
Weißenburg-Gunzenhausen



Vorwort

Mütter, Väter, Erziehungsberechtigte und junge Menschen sollen durch Angebote der Familienbildung in ihren unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen unterstützt werden – das ist der sinnvolle und auch für unseren Landkreis bedeutsame Präventiv-Auftrag des Gesetzgebers. Denn gestärkte Eltern und Kinder sind besser in der Lage, die Herausforderungen des Alltags zu meistern sowie auftretende Konflikte und Probleme zu bewältigen.

Aber welche Angebote von Familienbildung gibt es überhaupt in unserem Landkreis? Wie werden diese genutzt, sind die Familien damit zufrieden? Was brauchen bzw. wollen sie?

Diese Fragen haben wir im Rahmen der Jugendhilfeplanung zusammen mit dem Bündnis für Familie und als Bildungsregion aufgegriffen, um die Situation der Familienbildung in unserem Landkreis mit Hilfe der wissenschaftlichen Unterstützung durch das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt systematisch zu erfassen und zu evaluieren.

Ich freue mich sehr, Ihnen nun die Ergebnisse der Anbieter- und Elternbefragung in Form des vorliegenden Berichts präsentieren zu können.

Gerhard Wagemann
Landrat

Vorwort

Ein wesentliches Element familienfreundlicher Kommunen ist ein vielfältiges Angebot im Bereich der Familienbildung. Familienbildung soll Eltern bei ihrer Erziehungsaufgabe unterstützen. Sie umfasst die Förderung und Erweiterung von Kompetenzen bzw. Hilfe zur Selbsthilfe.

Doch Familien sind vielfältig und dynamisch. Familienbildungsangebote müssen sich deshalb an den jeweiligen gesellschaftlichen Bedingungen, der sich stetig ändernden kindlichen Entwicklung und an den unterschiedlichen Bedarfen von Eltern orientieren. Zudem stellt die heterogene Struktur eines Flächenlandkreises wie Weißenburg-Gunzenhausen die Planung von Familienbildungsangeboten vor gewisse Herausforderungen. Familien sollen grundsätzlich unabhängig von ihrem Wohnort die gleichen Chancen zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten haben. Darüber hinaus ist oft nicht klar, welche Bedürfnisse Eltern im Hinblick auf Familienbildungsmaßnahmen haben.

Hier setzte die Evaluation der Familienbildungsangebote an, die das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt in Kooperation mit dem Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen durchführte. Wir ermittelten systematisch die bestehenden Familienbildungsangebote der verschiedenen Träger und stellten anschließend durch eine fast flächendeckende Befragung von Eltern minderjähriger Kinder fest, welche Angebote wahrgenommen wurden und welche Themenfelder gewünscht werden.

Mit diesem Projekt wurde der Forschungsstand im Bereich von Familienbildung weiter verbessert und auf eine breite empirische Grundlage gestellt. Gleichzeitig gelang durch die Kooperationspartnerschaft unserer Universität mit dem Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen ein anwendungsorientierter Transfer wissenschaftlicher Expertise in die Praxis.

Im vorliegenden Bericht werden die Ergebnisse unserer Studie zusammengefasst. Damit liegt dem Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen nun eine umfassende Bestands- und Bedarfsanalyse im Kontext von Familienbildungsveranstaltungen vor. Dem Amt für Jugend und Familie, der Zukunftsinitiative **altmühlfranken** und dem vielfältigen Kreis der Bildungsträger steht künftig ein hervorragendes Planungsinstrument zur Verfügung.

Das Team des ZFG dankt allen Beteiligten, insbesondere den Verantwortlichen im Landratsamt und der Zukunftsinitiative **altmühlfranken**, sehr herzlich für die gute Zusammenarbeit.



Prof. Dr. Klaus Stüwe
Direktor

Kurzüberblick

- Insgesamt wurden im Rahmen der **Bestandsaufnahme** 246 Anbieter befragt. Mit 112 zurückgesendeten Fragebögen konnte ein Rücklauf von 45,5% erzielt werden.
- 95 Träger boten im Jahr 2016 Veranstaltungen zur Familienbildung an.
- Die Angebote richteten sich vor allem an klassische Familien und beziehen sich besonders auf Eltern mit Vorschulkindern.
- Der Themenschwerpunkt der angebotenen Veranstaltungen lag auf dem Bereich „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“.
- 12.311 Fragebögen wurden im Rahmen der **Bedarfsanalyse** an Familien im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen versendet, um Eltern zu Familienbildungsangeboten zu befragen. Es handelt sich bayernweit um eine der größten Studien.
- 4.418 Fragebögen wurden ausgewertet.
- Damit konnte ein Rücklauf von 35,9% erzielt werden.
- Unter der Annahme, dass im Landkreis pro Haushalt durchschnittlich zwei Kinder leben, ist der Rücklauf noch deutlich höher.
- 32% der Eltern haben bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen.
- 65,9% der befragten Eltern planen eine künftige Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen oder ziehen es zumindest in Erwägung.
- Die größte Hemmschwelle für die Teilnahme stellt die fehlende Information zu Veranstaltungen dar: 63,8% gaben an, dass sie bislang keine Angebote wahrgenommen haben, weil sie nichts davon wussten. Von den Eltern, die nicht rechtzeitig von den Angeboten erfuhren, nannten 76,2% zu wenig Werbung als Grund.
- **Je häufiger Eltern an Familienbildungsveranstaltungen teilnehmen, desto eher erfahren sie rechtzeitig von den Angeboten.**
- „Schule/Lernen“ (41,6%) ist das wichtigste Themenfeld für die Eltern.
- Das Internet ist die wichtigste Informationsquelle der Eltern zu Familien- und Erziehungsthemen (46,1%).
- Gewünscht werden mehr Angebote zu den Themen „Umgang mit Medien“ und „Freizeitgestaltung und Hobbys“.
- Nur 5,2% der Eltern gaben an, mit den Angeboten zur Familienbildung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen unzufrieden zu sein.

1. Gründe für die Durchführung der Studie

Eltern sind tagtäglich mit der schönen, aber auch fordernden Aufgabe der Kindererziehung be-
traut. Obgleich die Bedeutung von Betreuungseinrichtungen für Kinder wächst, weil die Frauen
immer früher in den Beruf zurückkehren, liegt der erzieherische Auftrag nach wie vor in erster
Linie bei den Eltern bzw. der Familie und sollte nicht an Bildungs- und Betreuungseinrichtungen
ausgelagert werden.

Der Erziehungsauftrag ergibt sich primär aus dem Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und
dem Bürgerlichen Gesetzbuch. Im Grundgesetz heißt es unter Artikel 6 Abs. 2:

*„Pflege und Erziehung der Kinder sind das natürliche Recht der Eltern und die zuvörderst ihnen
obliegende Pflicht. Über ihre Betätigung wacht die staatliche Gemeinschaft“¹.*

Demnach haben Eltern gleichzeitig das Recht und die Pflicht zur Erziehung ihrer Kinder.
Konkretisiert werden die elterlichen Rechte und Pflichten durch das Bürgerliche Gesetzbuch
§1626 Abs.2:

*„Bei der Pflege und Erziehung berücksichtigen die Eltern die wachsende Fähigkeit und das
wachsende Bedürfnis des Kindes zu selbständigem verantwortungsbewusstem Handeln. Sie
besprechen mit dem Kind, soweit es nach dessen Entwicklungsstand angezeigt ist, Fragen der
elterlichen Sorge und streben Einvernehmen an“².*

Grenzen für die Eltern bei ihrem Recht und ihrer Pflicht auf Erziehung bilden die Grundrechte
und das Kindeswohl³.

Kindererziehung kann mit Fragen, Herausforderungen und Problemen einhergehen. Diese
können sich aus der kindlichen Entwicklung und der familiären Situation ebenso ergeben wie
durch die Situierung der Familie innerhalb der Gesellschaft. Auch gesamtgesellschaftliche Ent-
wicklungen wie steigender Medienkonsum, Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf etc.
können zu steigendem Beratungs- und Informationsbedarf von Eltern im Hinblick auf Fragen
nach der ‚richtigen Erziehung‘ führen.

Gerade in diesen Situationen ist es wichtig, dass Eltern Angebote und Ansprechpartner zur
Verfügung stehen, die ihnen bei diesen Herausforderungen zur Seite stehen. Auf die Unterstüt-
zung und Förderung von Erziehung in der Familie haben Eltern nach §16 SGB VIII sogar einen
rechtlichen Anspruch:

1 Art. 6 Abs.2 Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland.

2 §1626, Abs.2 Bürgerliches Gesetzbuch.

3 Vgl.: §8a SGB VIII zum Schutzauftrag bei Kindeswohlgefährdung/BGB §1631 Abs.2 zu Inhalt und Grenzen der Personensorge

§ 16 SGB VIII: Allgemeine Förderung der Erziehung in der Familie

„(1) Müttern, Vätern, anderen Erziehungsberechtigten und jungen Menschen sollen Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie angeboten werden. Sie sollen dazu beitragen, dass Mütter, Väter und andere Erziehungsberechtigte ihre Erziehungsverantwortung besser wahrnehmen können. Sie sollen auch Wege aufzeigen, wie Konfliktsituationen in der Familie gewaltfrei gelöst werden können.

(2) Leistungen zur Förderung der Erziehung in der Familie sind insbesondere

1. Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen, die Familien in ihrer Gesundheitskompetenz stärken, die Familie zur Mitarbeit in Erziehungseinrichtungen und in Formen der Selbst- und Nachbarschaftshilfe besser befähigen sowie junge Menschen auf Ehe, Partnerschaft und das Zusammenleben mit Kindern vorbereiten,
2. Angebote der Beratung in allgemeinen Fragen der Erziehung und Entwicklung junger Menschen,
3. Angebote der Familienfreizeit und der Familienerholung, insbesondere in belastenden Familiensituationen, die bei Bedarf die erzieherische Betreuung der Kinder einschließen.

(3) Müttern und Vätern sowie schwangeren Frauen und werdenden Vätern sollen Beratung und Hilfe in Fragen der Partnerschaft und des Aufbaus elterlicher Erziehungs- und Beziehungskompetenzen angeboten werden.“⁴

Martin Textor, ein Pädagoge und Psychologe, der sich mit Familienbildung beschäftigt, greift in seiner Definition zu Familienbildung wesentliche Elemente des oben zitierten Paragraphen aus dem SGB VIII auf: „Unterstützung von Familien durch überwiegend bildende Angebote [...], die zu einer erfolgreichen Familienerziehung beitragen, eine bedürfnisorientierte Gestaltung des Familienlebens erleichtern, ein möglichst problemloses Durchlaufen des Lebens- und Familienzyklus ermöglichen sowie zur Nutzung von Chancen für die gemeinsame positive Weiterentwicklung und ein partnerschaftliches Miteinander anhalten“⁵.

Angebote der Familienbildung können folglich einen entscheidenden Beitrag bei der Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag leisten. Dies kann mittels verschiedenster Formen und durch unterschiedliche Anbieter erfolgen und ein breites Themenspektrum umfassen:

4 §16 Sozialgesetzbuch VIII.

5 Textor, Martin R. 2001: Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. www.ipzf.de/Familienbildung_Jugendhilfe.pdf [Stand: 18.11.2017].

Familienbildung erfolgt durch

- Unterstützung bei Fragen rund um das Thema Familie und Erziehung
- Förderung des Austauschs von Eltern
- Angebote für Eltern und Kinder

Familienbildung findet in unterschiedlichen Formen statt (Eltern und Eltern mit Kind/ern):

- Eltern-Kind-Angebote
- Freizeitangebote
- Informationsveranstaltungen
- Kurse und Seminare
- Selbstbildung durch Bücher, Internet etc.

Familienbildung wird von unterschiedlichen Veranstaltern angeboten:

- Kinderkrippe, -garten, Schule, Hort
- Kirche
- Öffentlichen Trägern

Familienbildung umfasst folgende Themenfelder:

- Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes
- Ernährung
- Familie/Elternsein
- Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien
- Gesundheit/Behinderung
- Interkulturelle Bildung und Begegnung
- Politische Bildung in der Familie
- Recht/Finanzen (z.B. Informationen über Elterngeld)
- Schule/Lernen
- Schwangerschaft/Geburt
- Sexualität
- Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder
- Vorbeugung von Suchterkrankungen
- Umgang mit Medien
- Umwelt/Nachhaltigkeit
- Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung

Vor dem Hintergrund der gesellschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen – zunehmende Vielfalt an Familienformen, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Migration und Integration – ist es notwendig, diese Familienbildungsangebote möglichst bedarfs- und zielgruppengerecht zu gestalten. Genau hier setzt die Studie zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen an.


Ziel der Evaluierung ist es, dem Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen als Auftraggeber der Studie Informationen zur Verfügung zu stellen, mit deren Hilfe Familienbildungsangebote in der Region noch besser auf die Interessen und Bedürfnisse der Eltern abgestimmt werden können. Dies kann einerseits zur Schaffung neuer Projekte führen. Andererseits ist es so aber auch möglich, den bedarfsgerechten Ausbau von bestehenden Angeboten zu fördern.

Dies ist umso wichtiger, als Familienfreundlichkeit als einer der zentralen Standortfaktoren im kommunalen Bereich zu sehen ist. Nicht zuletzt durch die zunehmende Migration in den letzten Jahren und die damit wachsenden Integrationsaufgaben ist mit einem steigenden Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen zu rechnen. Des Weiteren spielen familienpolitische Fragestellungen beim Wählerverhalten eine nicht zu vernachlässigende Rolle.

Aus all diesen Faktoren ergibt sich schließlich für die Kommunen und Landkreise das zentrale Aktionsfeld ‚Familienbildungsmaßnahmen‘.

Damit dieses Feld in den kommenden Jahren weiter positiv gestaltet werden kann, wurde im Rahmen der Evaluation zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen sowohl eine Bestands- als auch eine Bedarfsanalyse durchgeführt.

Die Bestandsaufnahme (Anbieterbefragung), bei der öffentliche, kirchliche und private Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen befragt wurden, diente der Erfassung der Angebotsvielfalt von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis.



Durch die Bedarfsanalyse (Elternbefragung), bei der Eltern minderjähriger Kinder befragt wurden, sollten sowohl das aktuelle Nutzungsverhalten in Bezug auf Familienbildungsangebote als auch Bedürfnisse und Wünsche von Eltern in diesem Bereich untersucht werden.

Aus der Kombination der Ergebnisse der beiden Befragungen lassen sich Ansätze für die Verantwortlichen für Familienbildung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen ableiten, wie Familien noch besser durch die Herausforderung ‚Kindererziehung‘ begleitet werden können.

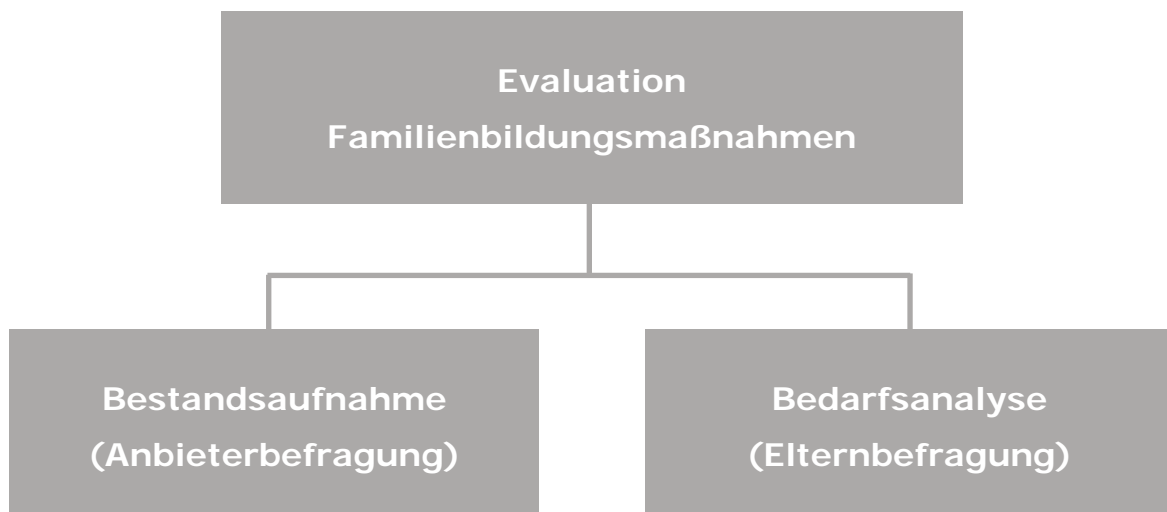
2. Projektdesign

Ziel der Evaluation von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen ist es, mit Hilfe der Studienergebnisse, verschiedene Forschungsfragen zu beantworten, um damit die Familienbildungsangebote in der Region noch zielgruppenspezifischer gestalten zu können.

Folgende Fragen sollten mit der Erhebung beantwortet werden:

- Welche Angebote gibt es bereits im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen und wie sehen diese konkret aus?
- Wie gestaltet sich die Zielgruppe von Familienbildungsmaßnahmen?
- Welchen Bedarf haben Eltern an Familienbildung?
- Welche Familienbildungsveranstaltungen wünschen sich Eltern?
- Wie werden Familienbildungsangebote bislang genutzt?
- Aus welchen Gründen besuchen Eltern keine Veranstaltungen?
- Welche Handlungsempfehlungen sind aus den Ergebnissen der Studie abzuleiten?

Zur Beantwortung dieser Fragen wurde die Studie in zwei große Teile gegliedert: die Bestandsaufnahme und die Bedarfsanalyse.



Die Bestandserhebung in Form eines teilstandardisierten Fragebogens diente der Ermittlung der bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen. Dazu wurden an verschiedenste Anbieter von Familienbildungsangeboten Fragebögen verschickt, die per frankiertem Rückumschlag an das ZFG zurückgesendet werden konnten.

Der Fragebogen zur Bestandsaufnahme gliederte sich in folgende Themenfelder:

- Angaben zum Anbieter
- Gestaltung der Angebote (Zahl, Themenfelder, Veranstaltungsorte)
- Ziele der Angebote
- Zielgruppe der Angebote (Familienform etc.)
- Finanzierung und Bewerbung der Angebote

Relevant für die Erhebung waren alle Familienbildungsangebote des Jahres 2016.

Die Bedarfsanalyse für die Eltern wurde ebenfalls in Form eines teilstandardisierten Fragebogens in Papierform durchgeführt und über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen im Landkreis an die Eltern verteilt. Die Befragung fand zwischen April und Juli 2017 statt und erfolgte in drei Wellen: In der ersten Welle wurden die Fragebögen an die Eltern in den Grund- und Mittelschulen verteilt. Anschließend erfolgte die Verteilung an den weiterführenden Schulen. Den Abschluss bildeten die Kindertageseinrichtungen und die sonderpädagogischen Bildungseinrichtungen.

Zusätzlich bestand die Möglichkeit, den Fragebogen auf der Homepage des Landratsamts Weißenburg-Gunzenhausen herunterzuladen. Auf diese Weise sollte auch Eltern von Kindern zwischen 0 und 3 Jahren, die keine Betreuungseinrichtung besuchen, die Möglichkeit gegeben werden, an der Befragung teilzunehmen.

Der Fragebogen bestand (aus Datenschutzgründen) fast ausschließlich aus geschlossenen Fragen. Lediglich bei der Antwortkategorie „Sonstiges“ hatten die Eltern die Möglichkeit, weitere Angaben zu machen.

Um den Bedarf der Eltern an Familienbildungsangeboten zu ermitteln, wurde der Fragebogen nach folgenden Themenschwerpunkten strukturiert:

- Bisheriges und geplantes Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten (Häufigkeit, Gründe, Art, Themen etc.)
- Zufriedenheit mit den Angeboten
- Kenntnisse über die Veranstaltungen
- Gewünschte Themenfelder und Veranstaltungsarten
- Demographische Angaben

Zielgruppe waren die Eltern minderjähriger Kinder. Den Bezugszeitraum stellte auch in diesem Fall das Jahr 2016 dar.

Um eine möglichst breite Aufmerksamkeit für die Evaluation und damit eine hohe Rücklaufquote zu erzielen, wurde auf die Studie zu unterschiedlichen Zeitpunkten in verschiedenen lokalen Medien und Gremien im Landkreis aufmerksam gemacht.

3. Strukturanalyse des Landkreises

Abbildung 1: Lage des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen



Quelle: Zukunftsinitiative altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht altmühlfranken 2016. Ausgewählte Wirtschafts- und Strukturdaten des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen, S.10 (Datenbasis Datengrundlage: Esri Data & Maps-, Juni 2013).

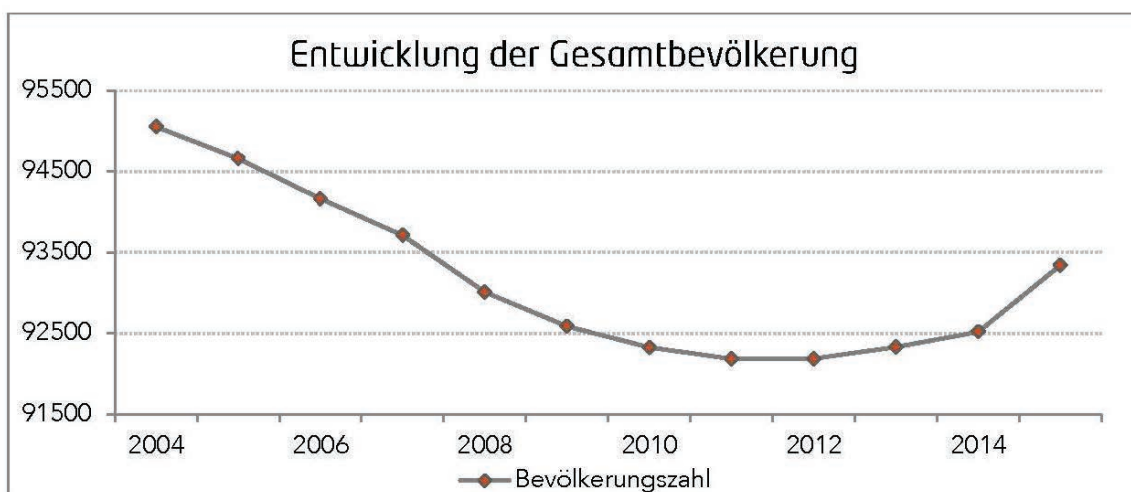
Der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen befindet sich am südlichsten Rand des Regierungsbezirks Mittelfranken und ist Teil der Europäischen Metropolregion Nürnberg.

Die Fläche des Landkreises erstreckt sich über 970,91 km². Mit den 93.342 Bürgern, die zum 31.12.2015 im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen lebten⁶, ergibt sich daraus eine Bevölkerungsdichte von 96,14/km²⁷.

Damit ist der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen im bayernweiten (182 Bürger pro km²) und deutschlandweiten Vergleich (230 Bürger/km²)⁸ eher dünn besiedelt. Der Landkreis gliedert sich in 27 Gebietskörperschaften (eine Große Kreisstadt, fünf Städte⁹, sechs Märkte, neun Einheitsgemeinden, 18 Mitgliedsgemeinden), die zusammen 298 Ortsteile umfassen. Die nach Einwohnern größten Gemeinden sind Weißenburg (17.976 Einwohner), Gunzenhausen (16.432 Einwohner) und Treuchtlingen (12.781 Einwohner)¹⁰.

Von besonderem Interesse – im Hinblick auf die vorliegende Untersuchung – sind die Kenn-
daten zur Bevölkerungsstruktur. Die untenstehende Graphik zeigt, dass sich die Gesamtbevölkerung inzwischen wieder positiv entwickelt.

Abbildung 2: Entwicklung der Gesamtbevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2004 und 2014



Quelle: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017, S.85 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: Juni 2017).

Während die Prognosen des Bayerischen Landesamts für Statistik für die Gesamtbevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen bis 2025 von einer Stagnation ausgehen, wird die Zahl der unter 18-Jährigen stark zurückgehen¹¹.

6 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.26.

7 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.27.

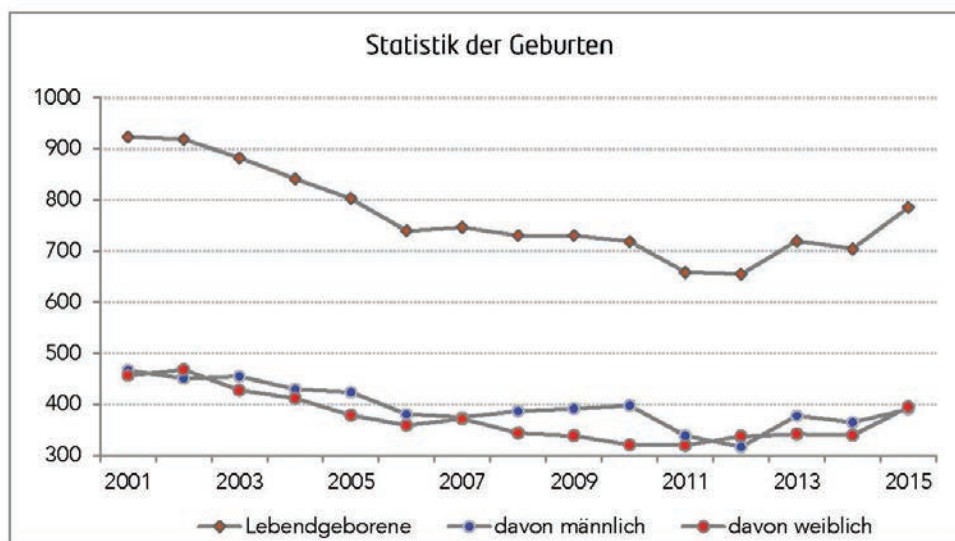
8 Vgl.: Statistisches Bundesamt (2017): Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2015. www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/Aktuell/02Bundeslaender.html. [Stand: 29.11.2017].
Darunter die Große Kreisstadt.

10 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.17/S.26.

11 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.27.

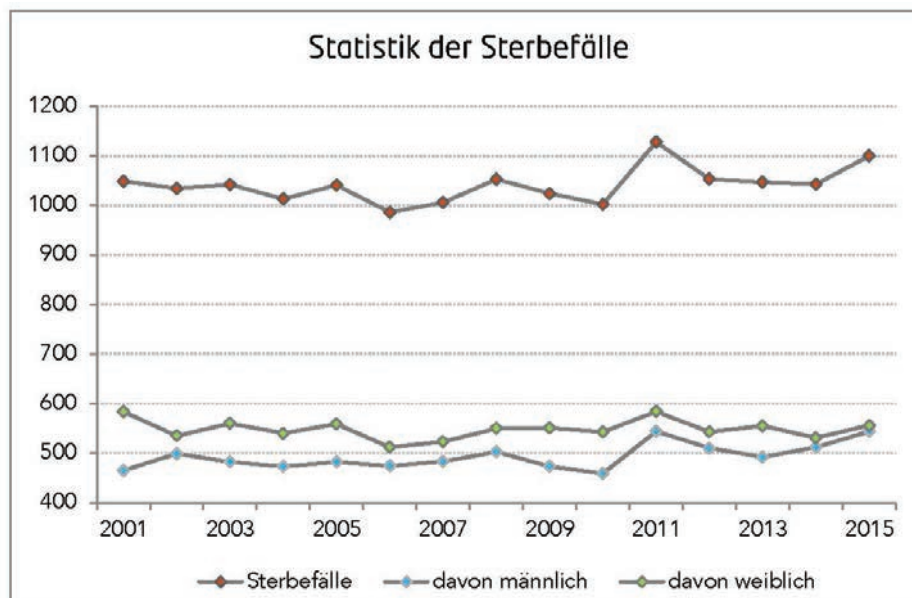
Nach sinkenden Geburtenziffern entwickelt sich die Zahl seit 2012 wieder positiv. Die Zahl der Neugeborenen im Jahr 2015 lag bei 786. Die zusammengefasste Geburtenziffer liegt bei 1,56 Kindern pro Frau (bayerischer Durchschnitt: 1,48)¹².

Abbildung 3: Entwicklung der Geburtenzahl im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2011 und 2015



Quelle: Zukunftsinitiative Altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017, S.85 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: Juni 2017).

Abbildung 4: Entwicklung der Sterbefälle im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2001 und 2015



Quelle: Zukunftsinitiative Altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017, S.86 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: Juni 2017).

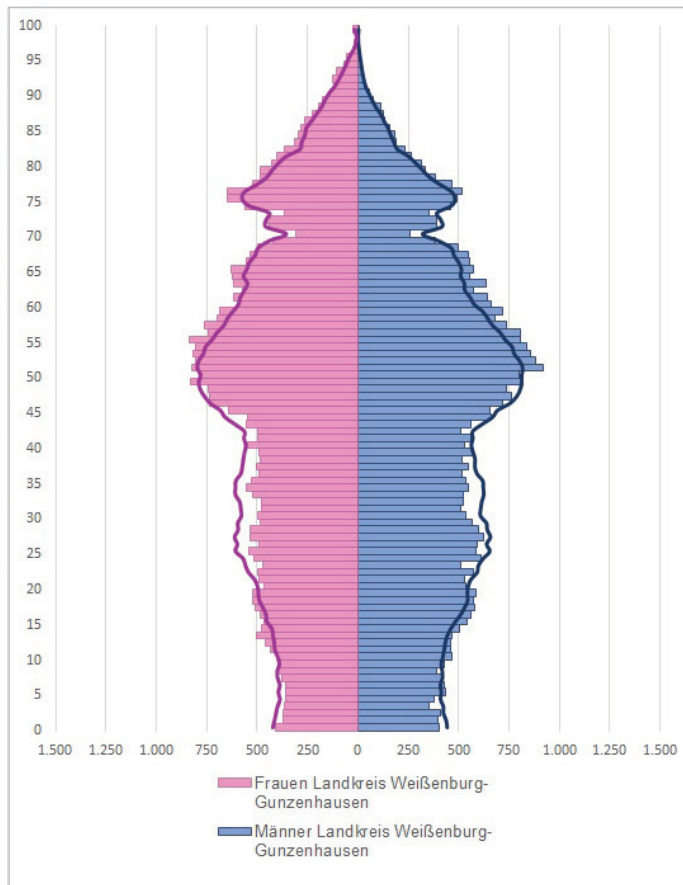
Das Durchschnittsalter der Bevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen liegt mit 44,5 Jahren über dem bayerischen Schnitt mit 43,6 Jahren¹³.

12 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Anstieg der Geburtenziffer in allen Regierungsbezirken Bayerns. www.statistik.bayern.de/presse/archiv/2016/300_2016.php [Stand: 20.11.2017].

13 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Statistikatlas. www.statistik.bayern.de/statistikatlas/atlas.html. [Stand: 20.11.2017].

Besonders relevant ist in diesem Zusammenhang auch die genaue Verteilung der Bevölkerung auf die unterschiedlichen Altersgruppen, wie an folgender Abbildung gut zu erkennen ist.

Abbildung 5: Altersaufbau der Bevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen im bayerischen Vergleich

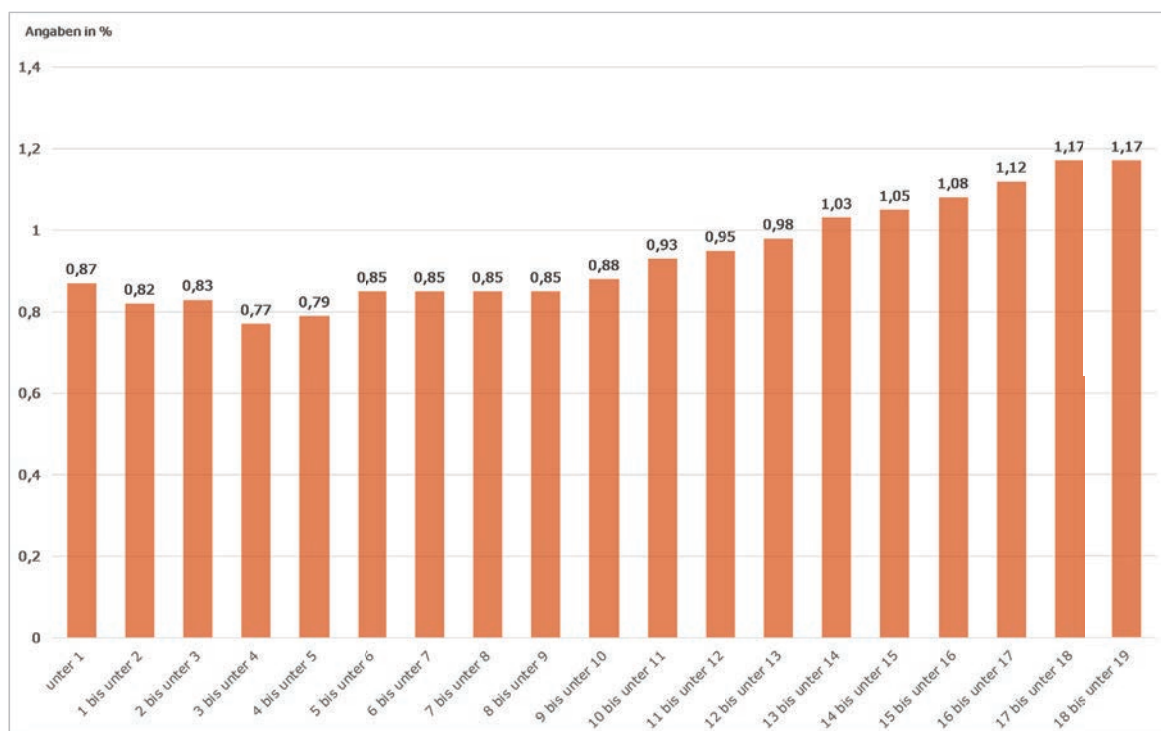


Quelle: Amt für Jugend und Familie Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.14 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung; Stand: 31.12.2015). Die seitlich abgrenzenden Linien stellen den bayerischen Durchschnitt dar.

Für die Gruppe der Kinder unter 18 Jahren ergibt sich folgende Darstellung: Der Anteil Minderjähriger an der Gesamtbevölkerung liegt bei 16,7% und liegt damit nur geringfügig über dem bayerischen Durchschnitt von 16,4%¹⁴.

14 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.17.

Abbildung 6: Bevölkerung zwischen 0 und 18 Jahren im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen



Quelle: Eigene Darstellung nach Amt für Jugend und Familie Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.16 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 31.12.2015).

Damit blieb der Anteil der Minderjährigen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen seit Ende des Jahres 2013 fast konstant. Es ist lediglich ein Rückgang um 0,4%-Punkte festzustellen¹⁵. Der Anteil der Frauen an der Gesamtbevölkerung beträgt 50,2% (46.817 Frauen), der Anteil der Männer liegt bei 49,8% (46.525 Männer)¹⁶.

Unter der Gesamtbevölkerungszahl befinden sich 8,9% ausländische Mitbürger¹⁷ (bayerischer Durchschnitt: 12,4%)¹⁸. Dabei stammen die meisten ausländischen Bürger aus der Türkei, Rumänien, Polen, Syrien, Kosovo, Italien, Kroatien, Griechenland, Ungarn und Russland¹⁹.

Eine sehr wichtige Zahl im Kontext von Familienbildungsmaßnahmen ist die Betreuungsquote von Kindern in Kindertageseinrichtungen. Diese liegt im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen für Kinder unter 3 Jahren bei 25,5% und damit minimal über dem bayerischen Durchschnitt von 25,2%. Bei den Kindern zwischen 3 und 6 Jahren liegt die Betreuungsquote bei 94,8% (Bayern: 92,5%), sodass festgehalten werden kann, dass nahezu alle Kinder in dieser Altersspanne eine Kindertageseinrichtung besuchen²⁰.

Die Bürger lebten im Jahr 2014 in insgesamt 44.460 Haushalten, die sich folgendermaßen aufteilen: Single-Haushalte 38,1%, Mehrpersonen-Haushalte ohne Kinder 31,3%, Haushalte mit Kindern 30,7%²¹.

15 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.26.

16 Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.11.

17 Vgl.: Zukunftsinitiative Altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017, S.86 (Datenbasis: Ausländerbehörde des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen; Stand: Mai 2017).

18 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Ausländische Bevölkerung in Bayern am 31. Dezember 2015. Ergebnisse des Ausländerzentralregisters, S.7.

19 Vgl.: Zukunftsinitiative Altmühlfranken des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017, S.86.

20 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.36-37.

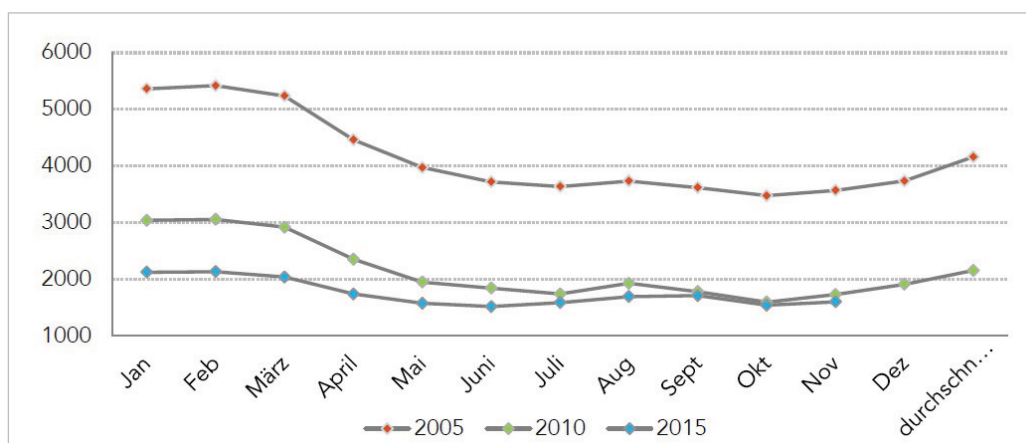
21 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.47, Basis: Daten der Nexiga GmbH 2014.

Das Bruttoinlandsprodukt pro Einwohner betrug im Jahr 2013 im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen 27.321 EUR (zu Marktpreisen) und lag damit bei 69% des bayerischen und 80% des deutschen BIP/pro Einwohner²².

2013 gab es im Landkreis 43.700 Erwerbstätige (davon 29.392 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)²³. Der Anteil der Vollzeitbeschäftigten lag im Jahr 2015 bei 72% (Teilzeit: 28%)²⁴.

Die Arbeitslosenquote hat sich in den letzten Jahren – wie die untenstehende Graphik zeigt – insgesamt sehr positiv entwickelt und liegt derzeit (Stand November 2017) bei 3,9%²⁵ (Vergleich Bayern November 2017: 4,2%)²⁶. Entsprechend weist der Landkreis Vollbeschäftigung auf²⁷.

Abbildung 7: Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im 5-Jahres-Vergleich



Quelle: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in **Altmühlfranken** 2016/2017, S.91 (Datenbasis: Bayerisches Landesamt für Statistik, Stand: 2016).

Demgegenüber lag die Quote sozialversicherungspflichtig beschäftigter Arbeitnehmer im Juni 2016 bei 65,1% (Bayern: 64,0%). Unter allen Frauen im erwerbsfähigen Alter (zwischen 18 und 25) gehen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen 60,6% einer sozialversicherungspflichtigen Arbeit nach (Bayern: 60,0%)²⁸. Damit liegt der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen hier ebenso fast komplett im Durchschnitt.

Die vorgestellten Zahlen können für die Einordnung der Ergebnisse der Bedarfsanalyse an der einen oder anderen Stelle hilfreich sein und geben vor allem einen Überblick über die Region, in der die vorliegende Studie durchgeführt wurde.

22 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.40.

23 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.44.

24 Vgl.: Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016, S.45.

25 Vgl.: Bundesagentur für Arbeit (2017): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat November 2017. Weißenburg-Gunzenhausen. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern/Weissenburg-Gunzenhausen-Nav.html> [Stand: 29.11.2017]; es handelt sich hier um die Unterbeschäftigungsquote; diese wird nach der Bundesagentur für Arbeit folgendermaßen definiert: „In der Unterbeschäftigung werden zusätzlich zu den registrierten Arbeitslosen auch die Personen erfasst, die nicht als arbeitslos im Sinne des Sozialgesetzbuches (SGB) gelten, weil sie Teilnehmer an einer Maßnahme der Arbeitsförderung oder kurzfristig erkrankt sind“ (https://statistik.arbeitsagentur.de/nn_361178/Statistischer-Content/Grundlagen/Arbeitslosigkeit-Unterbeschaeftigung/Unterbeschaeftigung.html).

26 Bundesagentur für Arbeit (2017): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat November 2017. Bayern, Bundesland. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html> [Stand: 03.12.2017].

27 Von Vollbeschäftigung kann nach Experten ab einer Arbeitslosenquote von etwa unter 4% gesprochen werden.

28 Vgl.: Amt für Jugend und Familie Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016, S.39-40.

4. Bericht zur Bestandsaufnahme

Ziel der Bestandsaufnahme war, zu evaluieren welche Angebote zur Familienbildung es im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen bereits gibt und wie sich diese gestalten.

Konkret standen dabei folgende Aspekte im Vordergrund:

- Angaben zum Anbieter
- Zahl und Frequentierung der Angebote
- Ziele und Zielgruppen der Angebote
- Veranstaltungsformen
- Themenfelder
- Veranstaltungsorte
- Finanzierung und Bewerbung der Veranstaltungen

Insgesamt wurden 246 Anbieter befragt. Darunter befanden sich 111 Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Krippen, Kindergärten, Kindertagesstätten, Horte, Schulen), 102 evangelische und katholische Kirchengemeinden sowie 33 öffentliche und private Träger. Mit 112 zurückgesendeten Fragebögen ergibt sich ein Rücklauf von 45,5%.

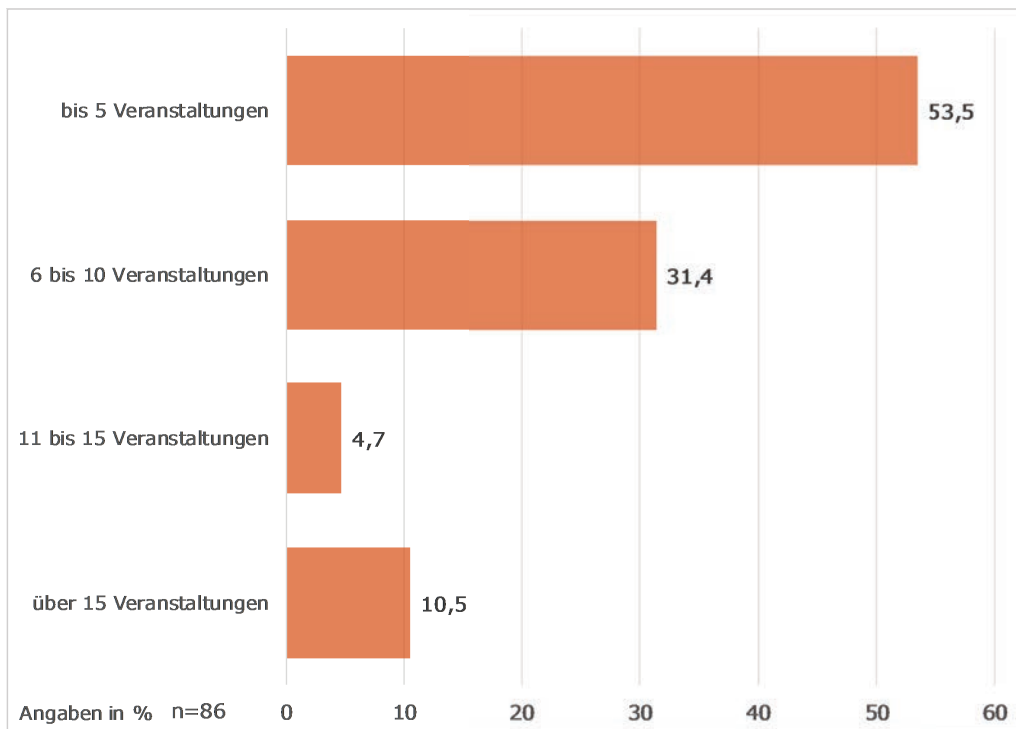
Erfreulicherweise konnte bei den Betreuungseinrichtungen ein besonders hoher Rücklauf erzielt werden, da die Verteilung der Fragebögen hier im Rahmen eines Treffens der Einrichtungsleiter erfolgen konnte. Dies war bei den anderen Trägern aufgrund unterschiedlicher Strukturen nicht möglich.

4.1 Zahl und Frequentierung der Angebote

Von den 112 Trägern, die den Fragebogen beantworteten, gaben 95 an, dass sie im Jahr 2016 Veranstaltungen angeboten haben. Neun Träger gaben an, mehr als 30 Familienbildungsmaßnahmen bereitgestellt zu haben. Da davon auszugehen ist, dass es sich hier um Veranstaltungen innerhalb von Veranstaltungsreihen handelt, wurden diese aus den Untersuchungen entfernt, sodass Aussagen über 86 Träger der Familienbildung formuliert werden können. Die meisten Träger (53,5%) boten bis zu fünf Veranstaltungen an (siehe Abb. 8).

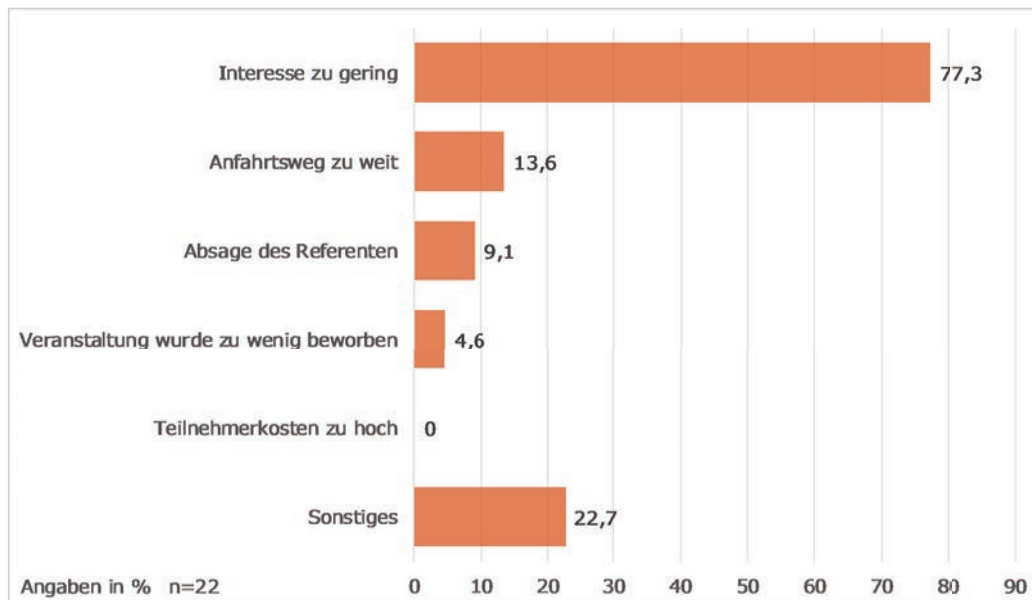
22 Anbieter mussten Veranstaltungen absagen, wobei dies bei der Mehrheit (68,2%) lediglich eine einzige Veranstaltung betraf. Als Hauptabsagegrund (77,3%) wurde ein zu geringes Interesse der Eltern genannt (siehe Abb. 9).

Abbildung 8: Zahl der angebotenen Veranstaltungen im Jahr 2016²⁹



Quelle: Anbieterbefragung ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Abbildung 9: Gründe für Absage von Veranstaltungen

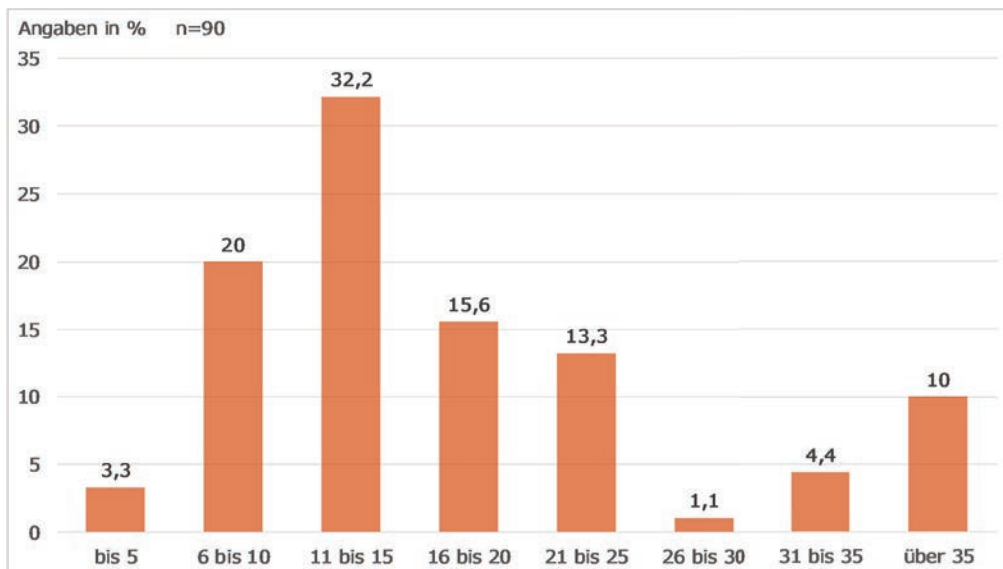


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

29 n = Fallzahl/Zahl der Befragten

Die meisten Veranstaltungen (32,2%) umfassten 11-15 Teilnehmer, gefolgt von 20% mit 6-10 Teilnehmern und 15,6% mit 16-20 Besuchern.

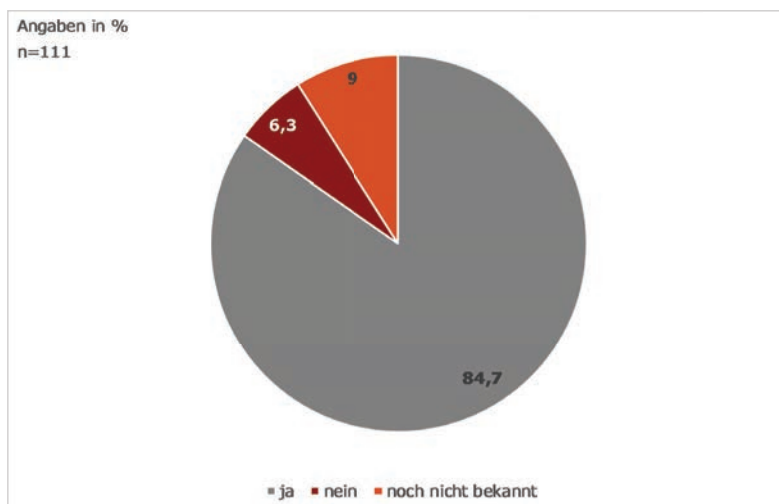
Abbildung 10: Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Mit 84,7% plant der überwiegende Teil der Veranstalter auch in Zukunft, Familienbildungsangebote durchzuführen. Lediglich 9% sind sich unsicher, ob sie ihr Angebot fortsetzen und nur 6,3% haben dies nicht mehr vor.

Abbildung 11: Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Alle Anbieter, die bereits eine Familienbildungsveranstaltung absagen mussten, planen dennoch in Zukunft, Veranstaltungen anzubieten.

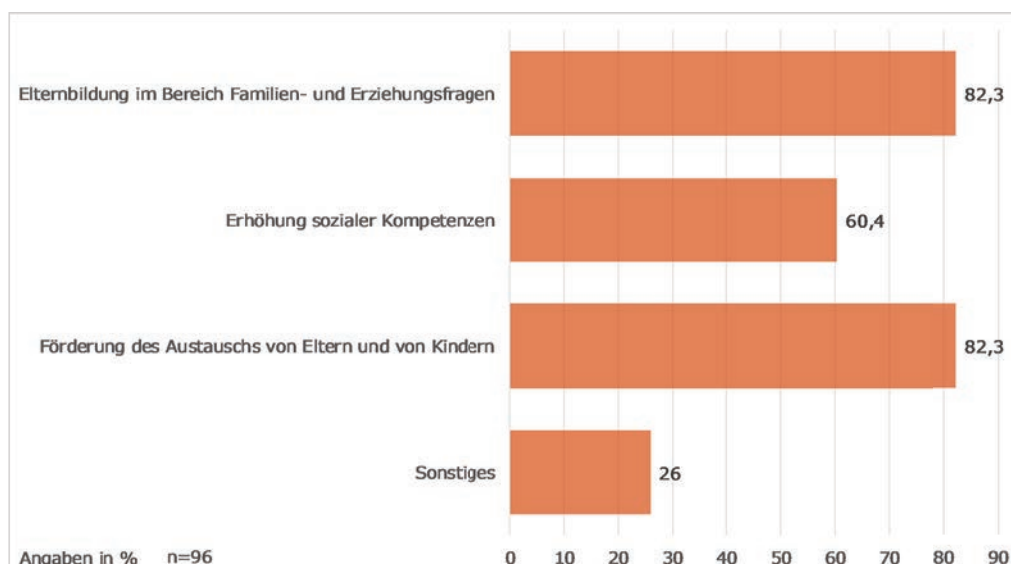
Eine besonders elementare Rolle wird auch weiterhin den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als Anbietern von Familienbildungsmaßnahmen zukommen: Alle Schulen und 94,6% der Kindertageseinrichtungen, die an der Befragung teilgenommen haben, planen künftig Veranstaltungen zur Familienbildung durchzuführen.

Die Mehrheit der Anbieter gab an, dass sie nur in einer, höchstens in zwei Gemeinden Veranstaltungen angeboten haben. Nur wenige organisierten Veranstaltungen in drei oder mehr Gemeinden. Weißenburg (56,3%), Treuchtlingen (50%) und Gunzenhausen (43,8%) waren die Städte, die von den Anbietern am häufigsten als Veranstaltungsorte genannt wurden.

4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen

Bei den Zielen der einzelnen Veranstaltungen kristallisieren sich zwei Schwerpunkte klar heraus: die Elternbildung im Bereich Familien- und Erziehungsfragen sowie die Förderung des Austauschs von Eltern und Kindern wurde von jeweils 82,3% der Anbieter genannt. Dass die Elternbildung als eines der Hauptziele gesehen wird, ist insofern nicht überraschend, als dass dies einen elementaren Bestandteil von Familienbildung darstellt. Nicht unerheblich ist daneben die Erhöhung sozialer Kompetenzen (60,4%). Aus den Angaben unter der Kategorie „Sonstiges“ lässt sich ablesen, dass es einigen Anbietern unter anderem darum geht, durch ihre Angebote die Gesundheit der Teilnehmer zu fördern sowie Eltern und Kindern Freude durch die Teilnahme an der Veranstaltung zu bereiten. Dies sind gewiss Aspekte, die sich unter den Kategorien Elternbildung und Austausch subsumieren ließen. Allerdings scheint es den Anbietern wichtig, diese Aspekte besonders als Ziel hervorzuheben.

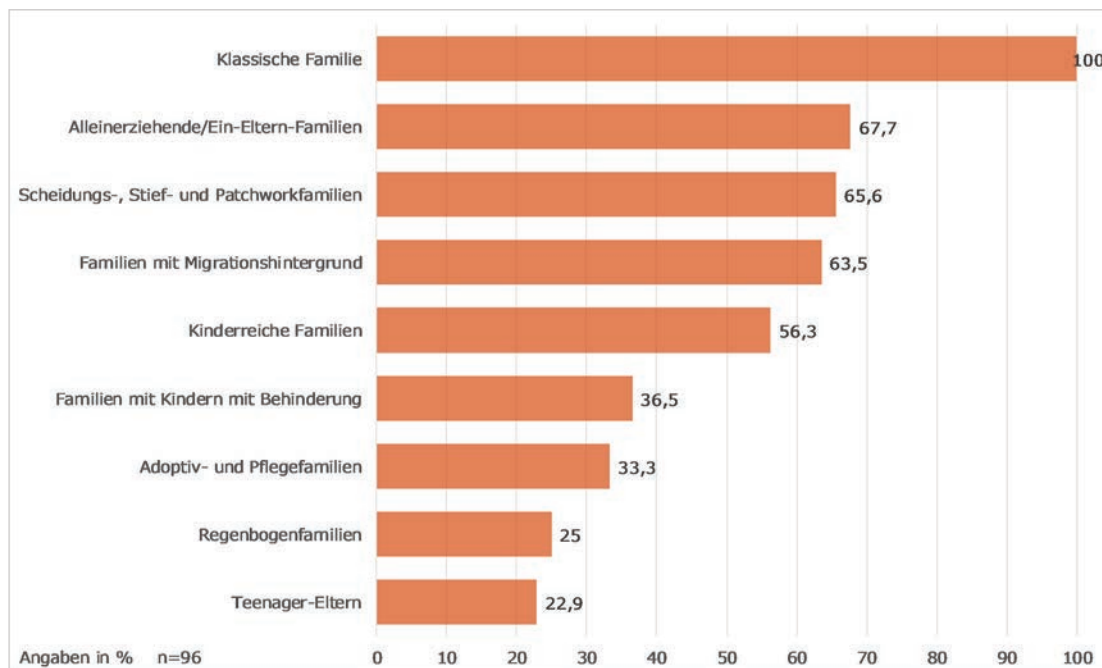
Abbildung 12: Ziele der Familienbildungsveranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Befragt wurden die Anbieter außerdem nach den Zielgruppen, an die sich die Veranstaltungen richteten. Alle Anbieter (100%) gaben die klassische Familie als Zielgruppe an. Mit deutlichem Abstand folgen die Gruppen der Alleinerziehenden (67,7%) und der Scheidungs-, Stief- und Patchworkfamilien (65,6%). Die wenigsten Angebote richteten sich an Regenbogenfamilien (25%) und Teenager-Eltern (22,9%).

Abbildung 13: Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

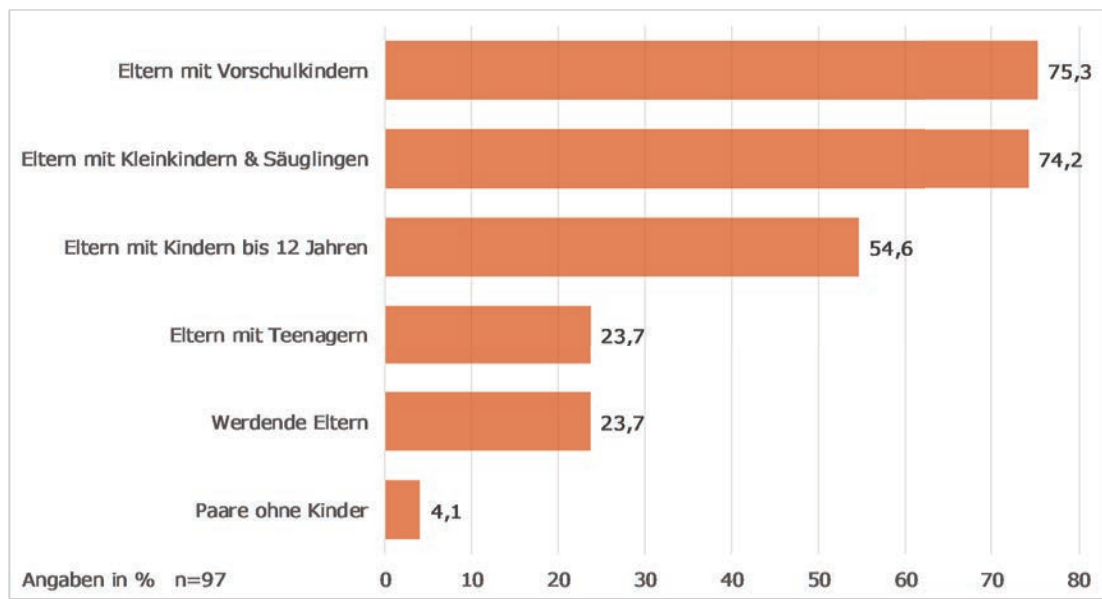
Im Schnitt richteten sich mehr Veranstaltungen (54,3%) an Eltern zusammen mit ihren Kindern. Reine Elternangebote stellten nur 45,7% der Veranstaltungen dar.

Von Interesse war des Weiteren, welche Lebensphasen den Schwerpunkt der Veranstaltungen zur Familienbildung darstellen. Hier zeigte sich, dass sich die meisten Angebote an Eltern mit Vorschulkindern (75,3%) und Eltern mit Kleinkindern und Säuglingen (74,2%) richteten. Weniger häufig wurden die Lebensphase „Eltern mit Teenagern“ (23,7%), „werdende Eltern“ (23,7%) und „Paare ohne Kinder“ genannt (4,1%) (siehe Abb. 14).

Dies ist unter anderem damit erklärbar, dass in den Phasen der frühkindlichen Entwicklung die Eltern in der Regel noch einen sehr hohen Informationsbedarf haben, weil sich gerade mit der Geburt des ersten Kindes viele Fragen ergeben.

Dass nur ausgesprochen wenige Veranstaltungen für Paare ohne Kinder angeboten wurden, deutet darauf hin, dass Familienbildung erst mit der Schwangerschaft und der Geburt des Kindes relevant wird. Außerdem hat diese sehr spezifische Gruppe eher andere Anlaufstellen, wie Ärzte etc.

Abbildung 14: Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen

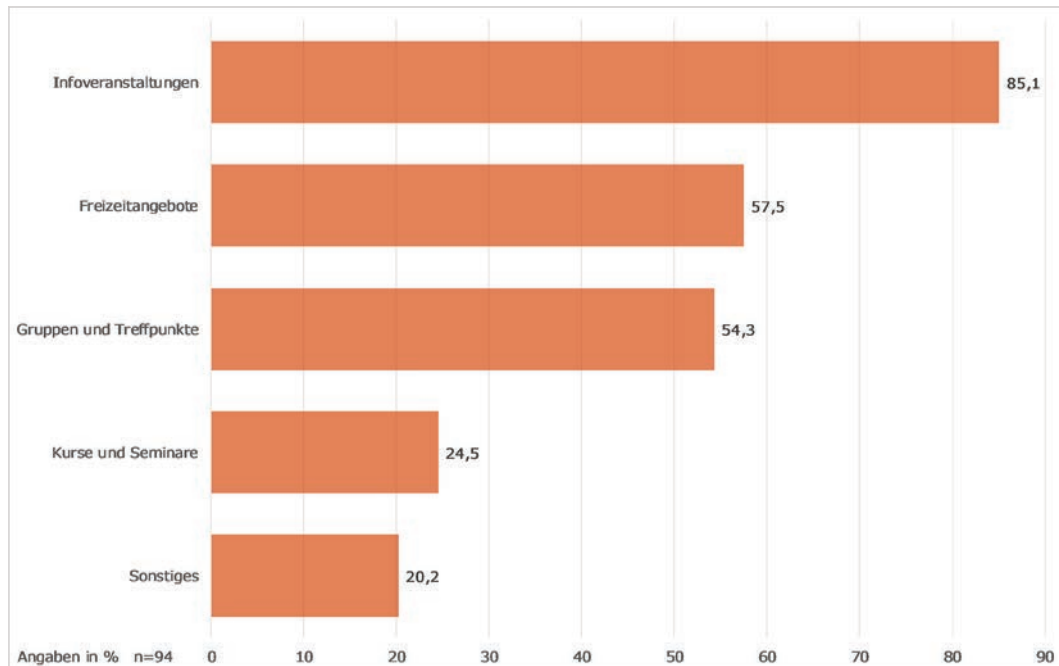


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellungen

4.3 Veranstaltungsarten und Veranstaltungsorte

Bei der Art der Veranstaltung ist eine eindeutige Dominanz der Infoveranstaltungen (85,1%) zu erkennen. Kurse und Seminare wurden mit 24,5% deutlich seltener angeboten. Unter „Sonstiges“ führten die Veranstalter unter anderem Feste, Freizeiten sowie Gottesdienste an.

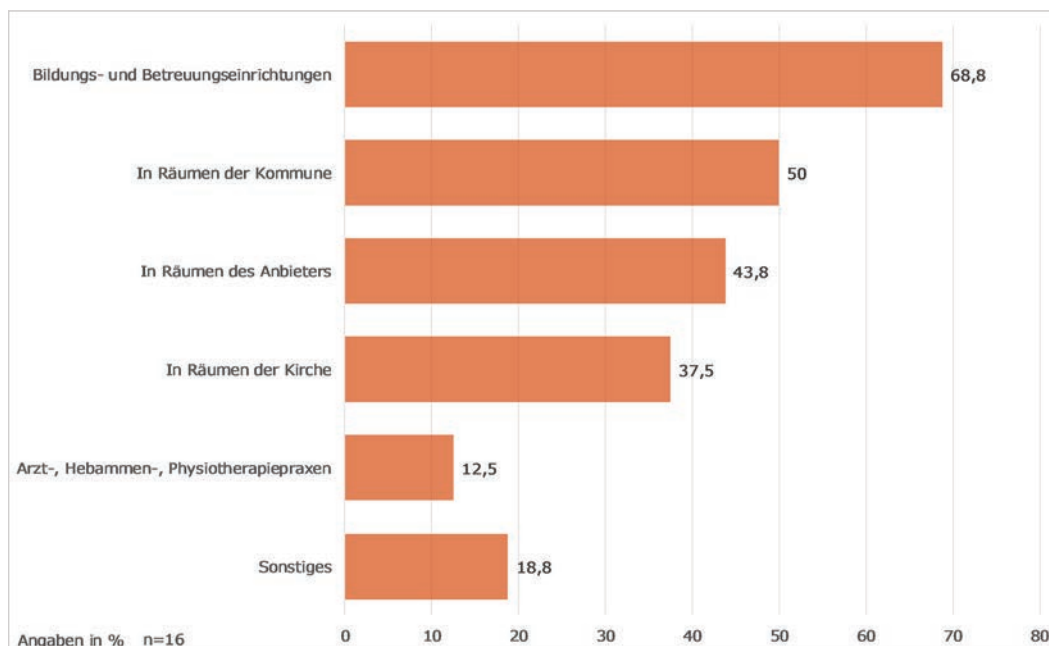
Abbildung 15: Angebotene Veranstaltungsarten



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sind als Veranstaltungsorte mit 68,8% am bedeutendsten. Weniger wichtig scheinen die Arzt-, Hebammen- und Physiotherapiepraxen als Veranstaltungsorte zu sein. Dort fanden lediglich 12,5% der Veranstaltungen statt. Diese Ergebnisse sind sicher damit zu erklären, dass die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen in der Regel über passende Räumlichkeiten – sowohl für größere als auch kleinere Veranstaltungen verfügen, während Praxen in der Regel dafür weniger ausgelegt und besser für individuelle Beratungsgespräche geeignet sind (siehe Abb. 16).

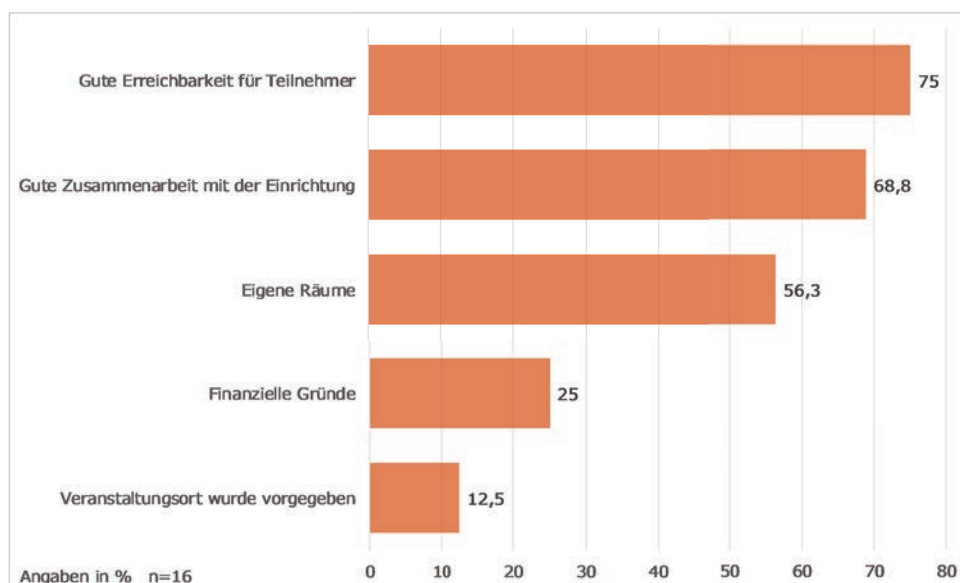
Abbildung 16: Veranstaltungsorte



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Ausschlaggebend für die Wahl der Veranstaltungsorte war für die Anbieter vor allem die gute Erreichbarkeit für die Teilnehmer (75%) sowie die gute Zusammenarbeit mit der jeweiligen Einrichtung (68,8%). Finanzielle Gründe (25%) und die Vorgabe des Veranstaltungsortes waren weniger relevant (12,5%). Dies ist ein erfreuliches Ergebnis, zeigt es doch, dass für die Anbieter die Interessen der Eltern im Vordergrund stehen bzw. sie danach streben, die Angebote möglichst zugänglich zu gestalten.

Abbildung 17: Gründe der Anbieter für die Wahl des Veranstaltungsortes

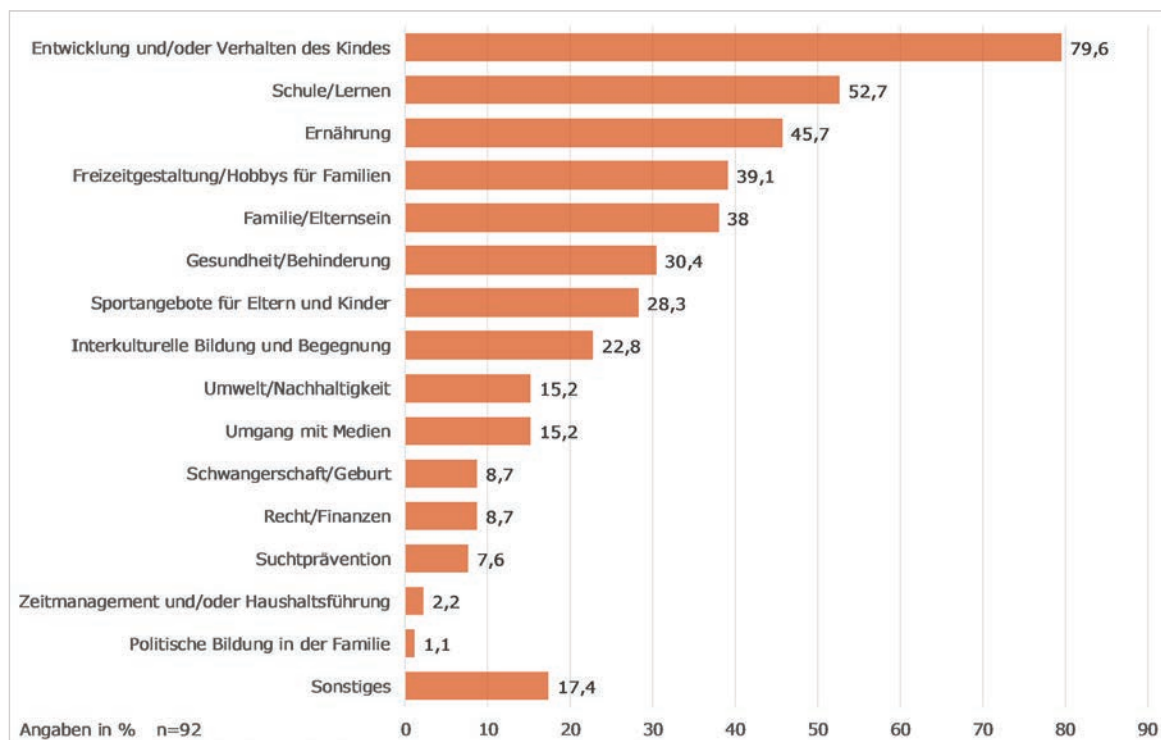


Quelle: Anbieterbefragung ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

4.4 Themen der Veranstaltungen

Der Themenschwerpunkt der Angebote lag auf dem Bereich „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“. Dieser wurde von 79,6% der Anbieter genannt. Daneben spielten die Themen „Schule/Lernen“ (52,7%) sowie Ernährung (45,7%) eine große Rolle. Weniger Veranstaltungen fanden in den Bereichen „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ (2,2%) und „Politische Bildung in der Familie“ (1,1%) statt. Des Weiteren wurde von den Anbietern beispielsweise „religiöse Bildung“ als zusätzliches Themenfeld genannt, zu dem Angebote stattfanden.

Abbildung 18: Themen der angebotenen Veranstaltungen

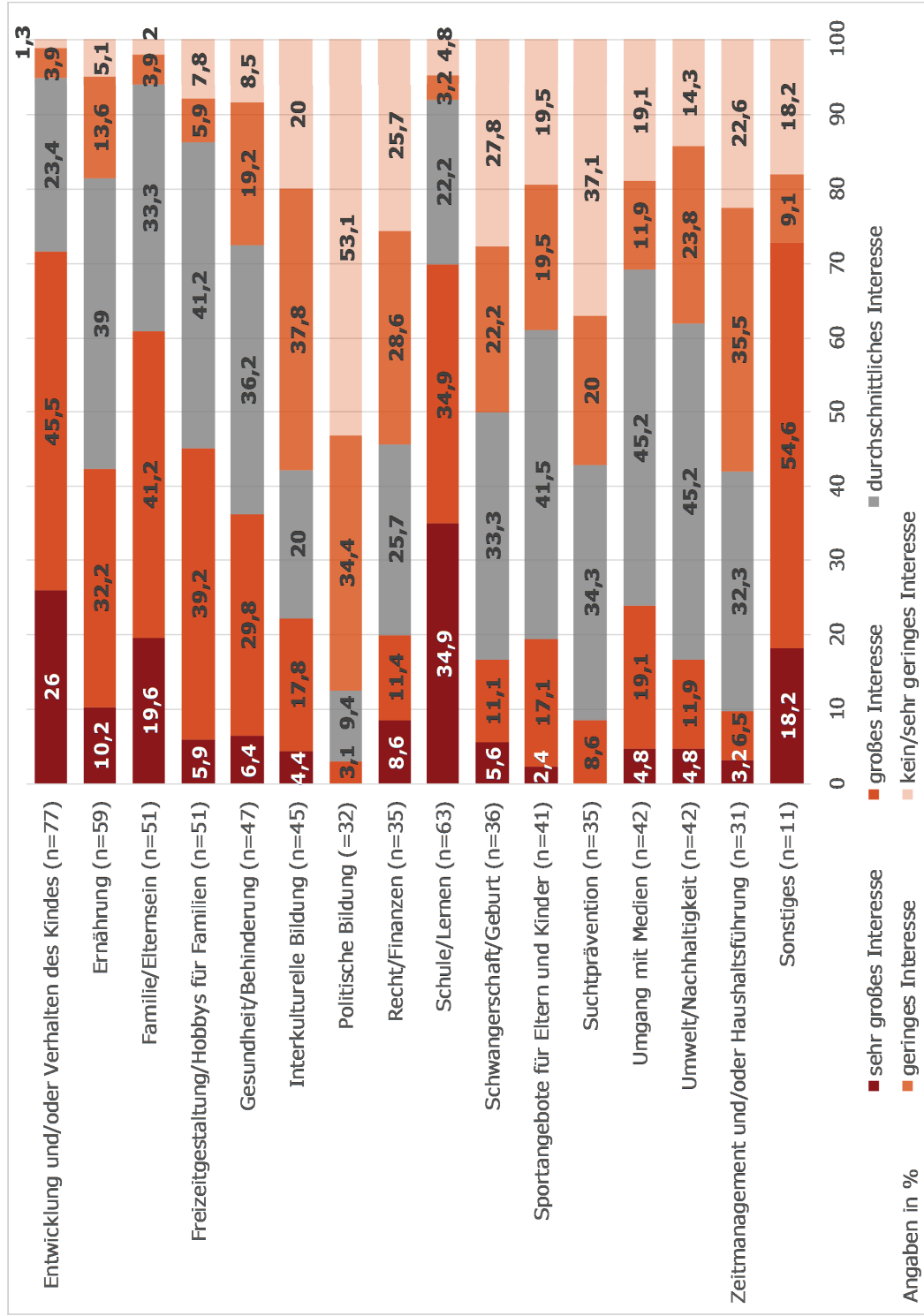


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

In einer offenen Frage konnten die Anbieter zudem benennen, zu welchen Themen sie in Zukunft Veranstaltungen anbieten möchten. Neben Angeboten rund um das Thema Erziehung/Familienleben, scheint der Bereich Bewegung und Sport/Freizeitangebote künftig verstärkt aufgegriffen zu werden. Auch zum Umgang mit Medien und zu Erster Hilfe am Kind sind Veranstaltungen geplant.

Die Themenschwerpunkte entsprechen dem Interesse, das die Eltern nach Angaben der Anbieter an den einzelnen Bereichen zeigten. Demnach waren die Themenfelder „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ (71,4%), „Schule/Lernen“ (69,8%) sowie „Familie/Elternsein“ (60,8%) für die Eltern von großem bzw. sehr großem Interesse. Von geringer Bedeutung waren insbesondere die Bereiche „Politische Bildung in der Familie“, „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ (siehe Abb. 19).

Abbildung 19: Interesse der Eltern an Themen (Angaben der Veranstalter)

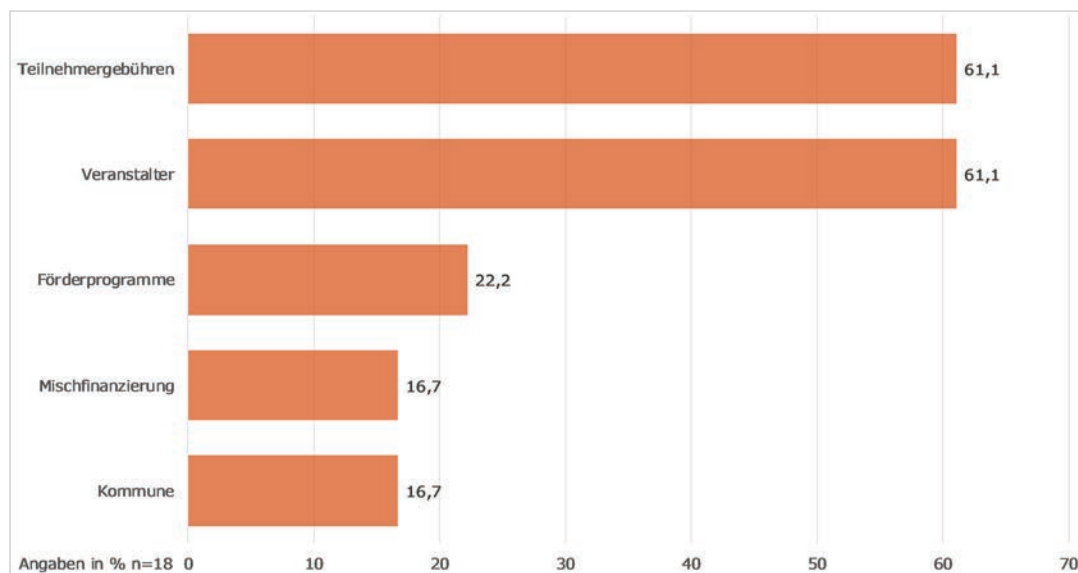


Quelle: Anbieterbefragung ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

4.5 Finanzierung der Veranstaltungen

Die Finanzierung erfolgt vorwiegend über Teilnehmergebühren (61,1%) und den jeweiligen Veranstalter (61,1%). Seltener werden die Veranstaltungen durch Förderprogramme (22,2%) oder die Kommune (16,7%) finanziert³⁰.

Abbildung 20: Finanzierung der angebotenen Veranstaltungen



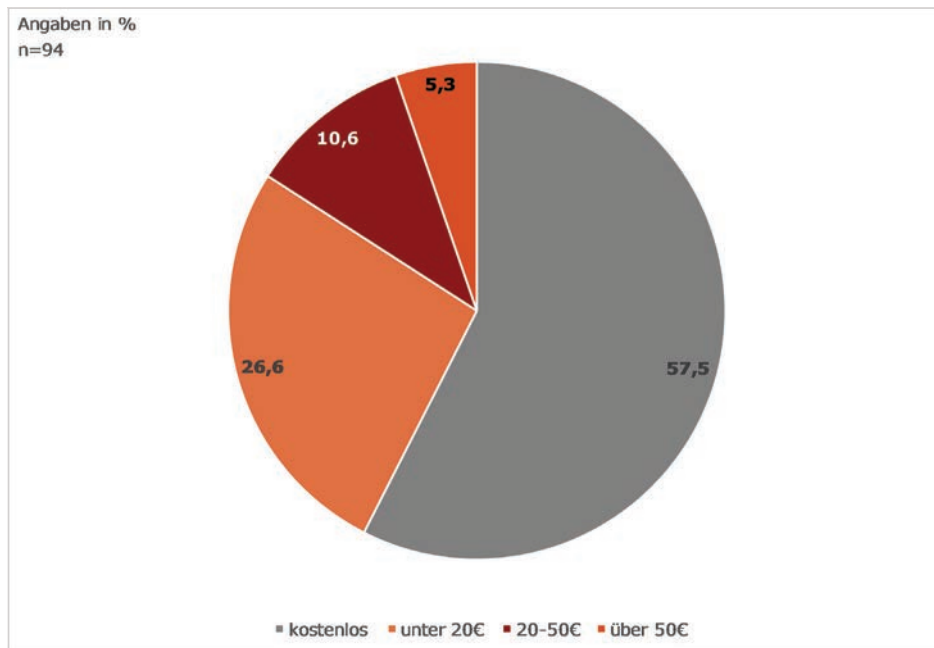
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

57,5% aller Anbieter³¹ gaben an, dass ihre Veranstaltungen kostenlos seien. Dieser hohe Wert ist darauf zurückzuführen, dass die Veranstaltungen aller Schulen (100%) und der Großteil der Angebote der Kitas (58,2%) und Kirchen (72,7%) kostenlos sind. 26,6% der Veranstalter erheben Gebühren bis unter 20 EUR und 10,6% zwischen 20 EUR und 50 EUR. Lediglich 5,3% gaben an, dass ein Beitrag von über 50 EUR zu entrichten sei (siehe Abb. 21). Eine mögliche Erklärung für Angebote, die über 50 EUR kosten ist, dass die Anbieter hier an Veranstaltungsreihen statt an einzelne Angebote dachten. Ein Grund dafür, dass mehrheitlich keine Teilnehmergebühren erhoben werden, könnte sein, dass ein Großteil der Veranstaltungen in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen stattfindet. Für diese Räumlichkeiten entstehen den Veranstaltern in der Regel keine Kosten durch Raummiete etc.

30 Die Frage nach der Finanzierung der Veranstaltungen wurde nicht den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie den Kirchen gestellt.

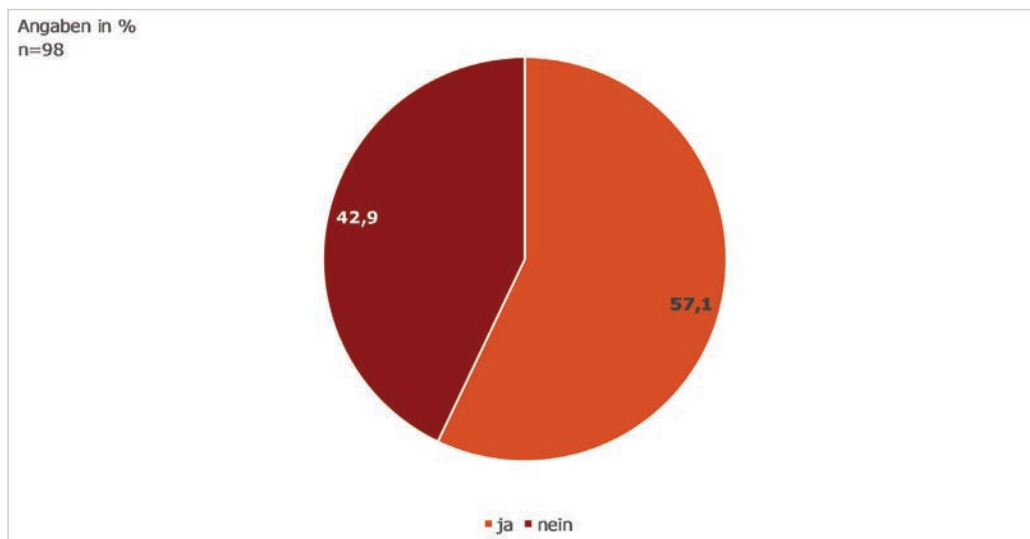
31 Diese Frage wurde auch von den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie den Kirchen beantwortet.

Abbildung 21: Teilnehmergebühren bei Veranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Abbildung 22: Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen

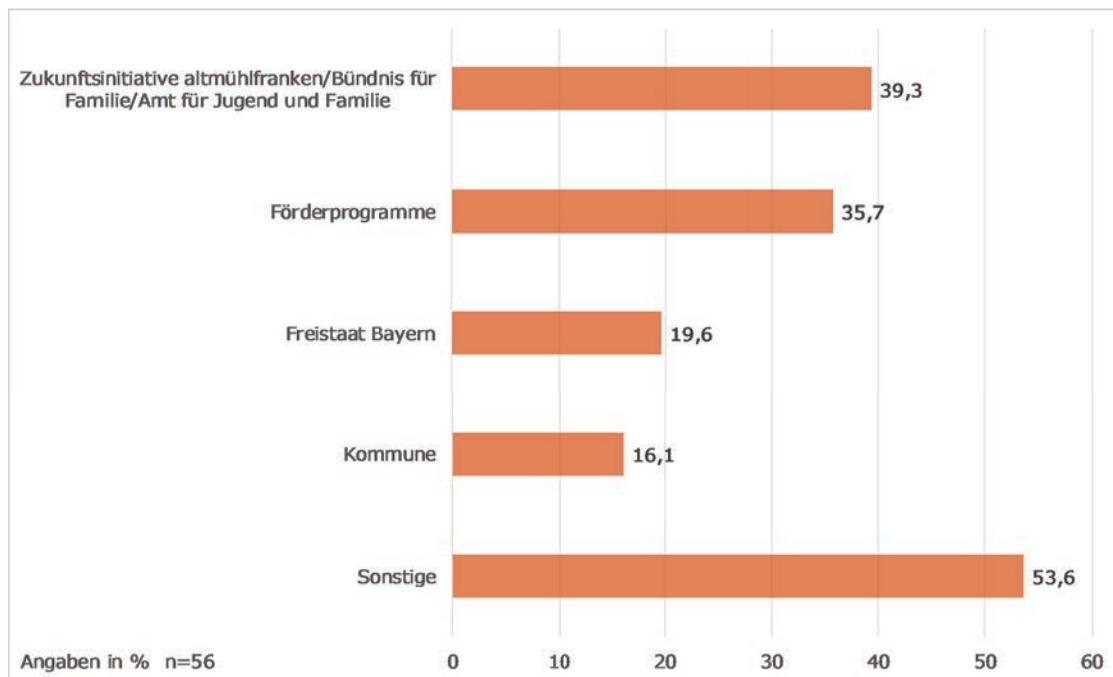


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Unterstützung bei der Durchführung der Veranstaltungen erhalten die Veranstalter in 57,1% der Fälle.

Hier wurde bei der Fragestellung bewusst offengelassen, ob es sich um monetäre oder nicht-monetäre Förderung handelt. 39,3% der Anbieter erhalten Unterstützung seitens des Landratsamts – von der Zukunftsinitiative altmühlfranken, dem Bündnis für Familie oder dem Amt für Jugend und Familie. Weniger bedeutend ist die Förderung durch die Kommunen (16,1%). Am häufigsten bei dieser Frage wurde die Kategorie „Sonstiges“ (53,6%) genannt. Nach diesen Angaben spielten hauptsächlich die Träger der jeweiligen Einrichtung und die Eltern eine entscheidende Rolle.

Abbildung 23: Unterstützer der Veranstaltungen zur Familienbildung



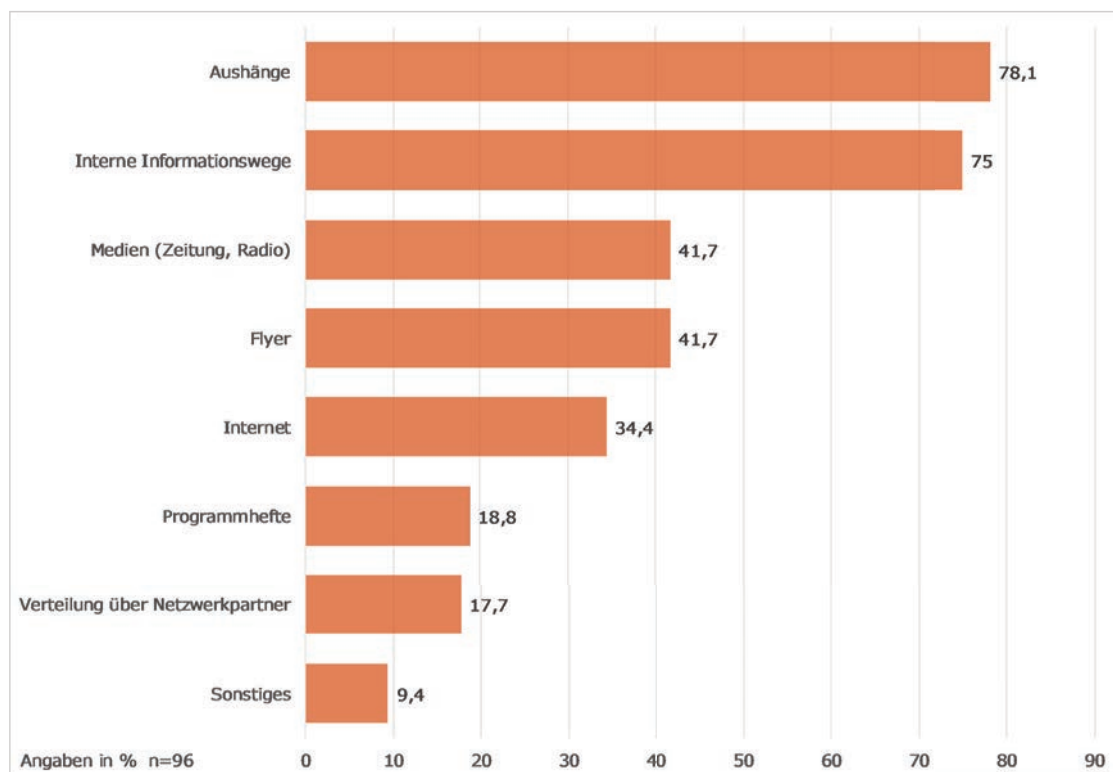
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die Anbieter bewerteten die Unterstützung durchgängig sehr positiv und waren mit der angebotenen Unterstützung zufrieden oder sogar sehr zufrieden.

4.6 Werbung für die Veranstaltungen

Ein zentraler Faktor für den Erfolg von Familienbildungsmaßnahmen ist die Bewerbung der Veranstaltungen, damit die Eltern rechtzeitig von den Angeboten erfahren. Das wichtigste Werbemittel stellen mit 78,1% die Aushänge dar. Außerdem sind interne Informationswege (75%) sehr zentral bei der Bewerbung der Veranstaltungen. Hierunter sind beispielsweise Elternbriefe, Newsletter etc. zu verstehen. Das Internet spielt eine deutlich geringere Rolle: Auf diesem Weg informieren nur 34,4% der Anbieter. Dies ist durchaus erstaunlich, da es eine sehr günstige und einfache Möglichkeit ist, über die eigene Webpräsenz auf Angebote aufmerksam zu machen. Daher kann über die Gründe an dieser Stelle nur gemutmaßt werden. Die Informationsweitergabe über Programmhefte praktizieren nur 18,8% der Veranstalter. Die Verteilung der Informationen über Netzwerkpartner nehmen nur 17,7% der Anbieter in Anspruch.

Abbildung 24: Werbemittel der Anbieter



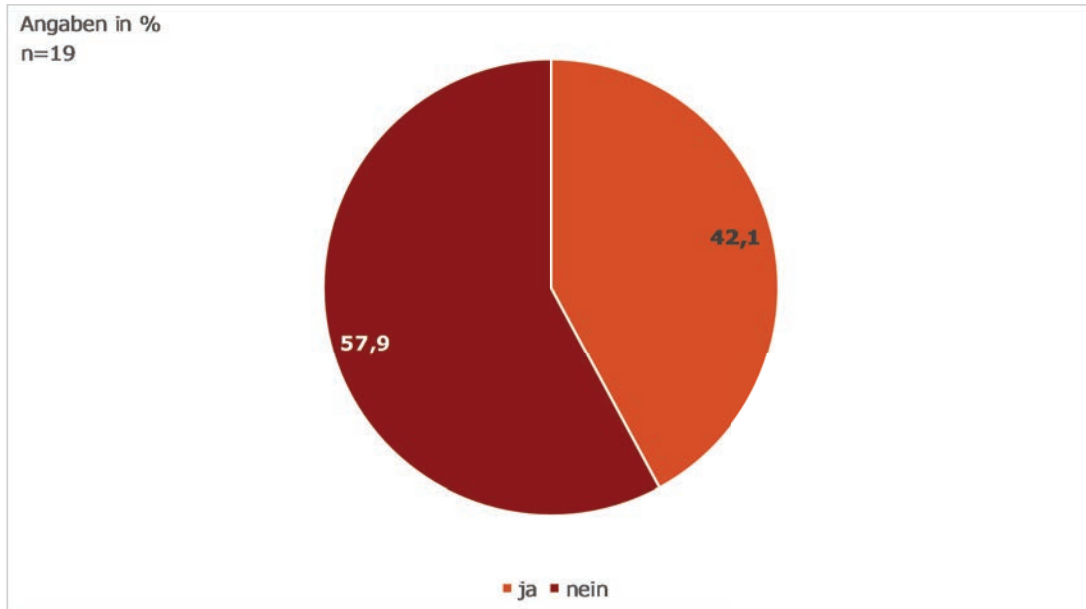
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Gerade was die Rolle des Internets sowie die Verteilung über die Netzwerkpartner angeht, lassen sich Handlungsansätze erkennen. Offenbar scheint es hier noch an geeigneten Plattformen zu mangeln. Darauf wird unter dem Punkt „Fazit und Ausblick“ noch genauer eingegangen.

Interessant ist perspektivisch gesehen das Ergebnis zur Frage, ob die Anbieter das Gefühl haben, dass es ausreichend Familienbildungsangebote im Landkreis gibt: Diese Frage hat eine klare Mehrheit von 84,2% der Anbieter mit „ja“ beantwortet. Aus Sicht der Veranstalter ist der Bedarf an Familienbildungsangeboten im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen also insgesamt gedeckt.

Ein ebenfalls im Hinblick auf die künftige Gestaltung von Familienbildungsmaßnahmen zu beachtendes Ergebnis betrifft die Evaluation der angebotenen Veranstaltungen: Nur 42,1% der 19 Anbieter, die diese Frage beantwortet haben, führten eine Evaluation durch.

Abbildung 25: Evaluation der Veranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Nachdem dargestellt wurde, wie sich die Situation der Familienbildungsmaßnahmen aus Sicht der Anbieter gestaltet, wird im folgenden Kapitel präsentiert, wie Eltern die Lage beurteilen.

5. Bericht zu den Ergebnissen der Bedarfsanalyse

Die Bedarfsanalyse stellt den Schwerpunkt der vorliegenden Studie dar.

Im folgenden Kapitel wird zunächst genauer auf die Verteilung der Fragebögen sowie die Rücklaufquote eingegangen. Anschließend werden die zentralen Ergebnisse der Bedarfsanalyse präsentiert.

Dabei werden folgende Überpunkte berücksichtigt:

- Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer,
- Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten,
- Bewerbung der Veranstaltungen,
- Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung und Zufriedenheit der Eltern.

5.1 Umfang der Studie

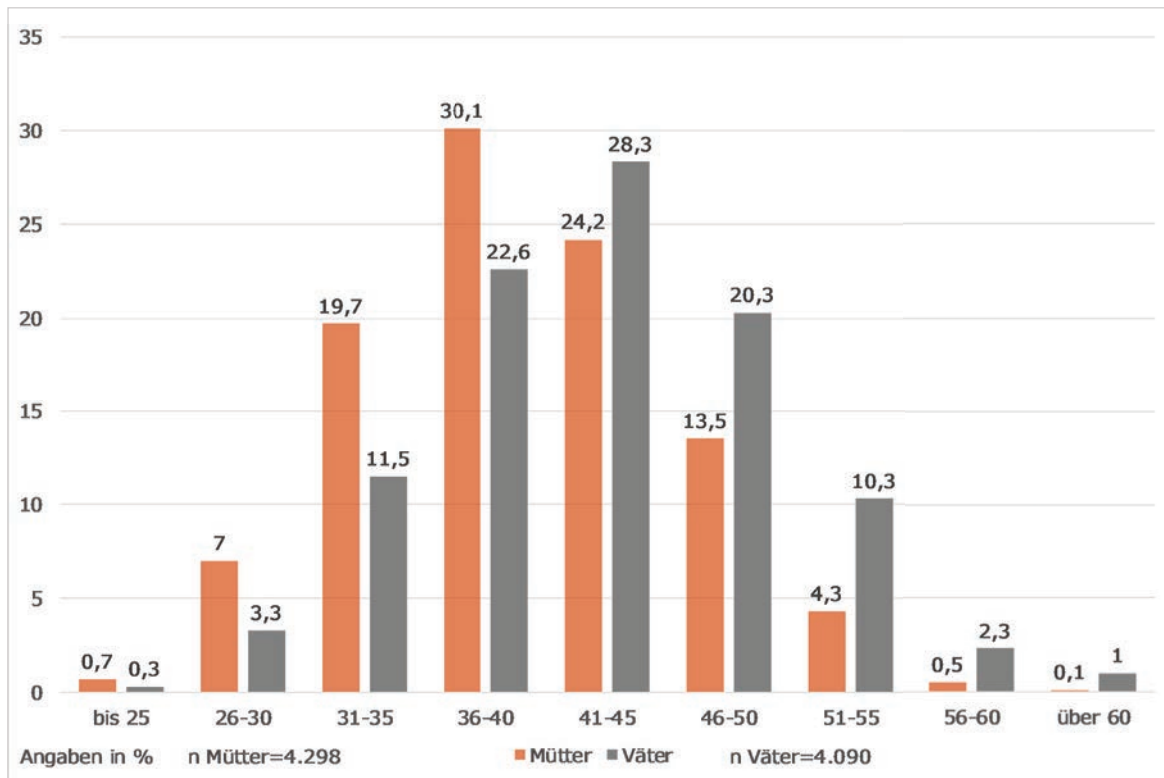
Der Fragebogen (bestehend aus 28 Fragen) richtete sich an Eltern minderjähriger Kinder und wurde an 76 Kindertageseinrichtungen, 26 Grund- und Mittelschulen, zwei Förderzentren sowie sieben weiterführenden Schulen verteilt. Damit wurden insgesamt 12.311 Fragebögen ausgegeben³². Es konnten 4.418 Bögen ausgewertet werden³³. Dies ergibt eine Rücklaufquote von 35,9%. Diese Zahl ist per se schon sehr positiv. Berücksichtigt man, dass an jedes Kind in den oben genannten Einrichtungen ein Fragebogen verteilt wurde, pro Familie aber nur ein Fragebogen ausgefüllt werden sollte, ist de facto ein noch höherer Rücklauf zu konstatieren.

5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer

Die meisten befragten Mütter (30,1%) sind zwischen 36 und 40 Jahre alt. Bei den Männern liegt der größte Anteil (28,3%) bei 41-45 Jahren. Damit sind die Väter im Schnitt etwas älter als die Mütter. Einen äußerst geringen Anteil machen sehr junge Eltern aus (Mütter bis 25 Jahre: 0,7%, Väter bis 25 Jahre: 0,3%). Das gleiche gilt für ältere Mütter und Väter (Mütter über 60 Jahre: 0,1%; Väter über 60 Jahre: 1%).

³² Dabei erfolge eine Orientierung an den Kinder- bzw. Schülerzahlen der jeweiligen Bildungs- und Betreuungseinrichtungen.
³³ Leere sowie größtenteils nicht ausgefüllte Fragebögen wurden nicht berücksichtigt.

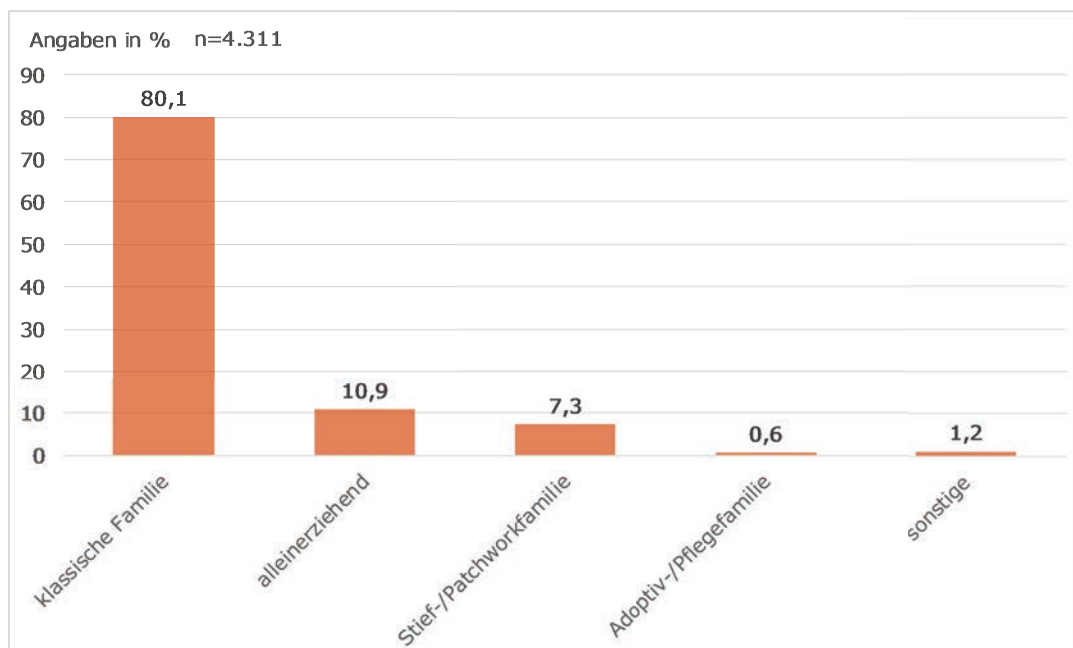
Abbildung 26: Alter der Mütter und Väter



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Bei den Familienformen ist zu erkennen, dass nach wie vor die klassische Familie (Mutter, Vater, leibliche(s) Kind(er)) mit 80,1% die häufigste Familienform ist. Mit deutlichem Abstand (10,9%) folgen alleinerziehende Elternteile. 7,3% leben in einer Patchwork- oder Stieffamilie. 7,3% leben in einer Patchwork- oder Stieffamilie.

Abbildung 27: Familienformen



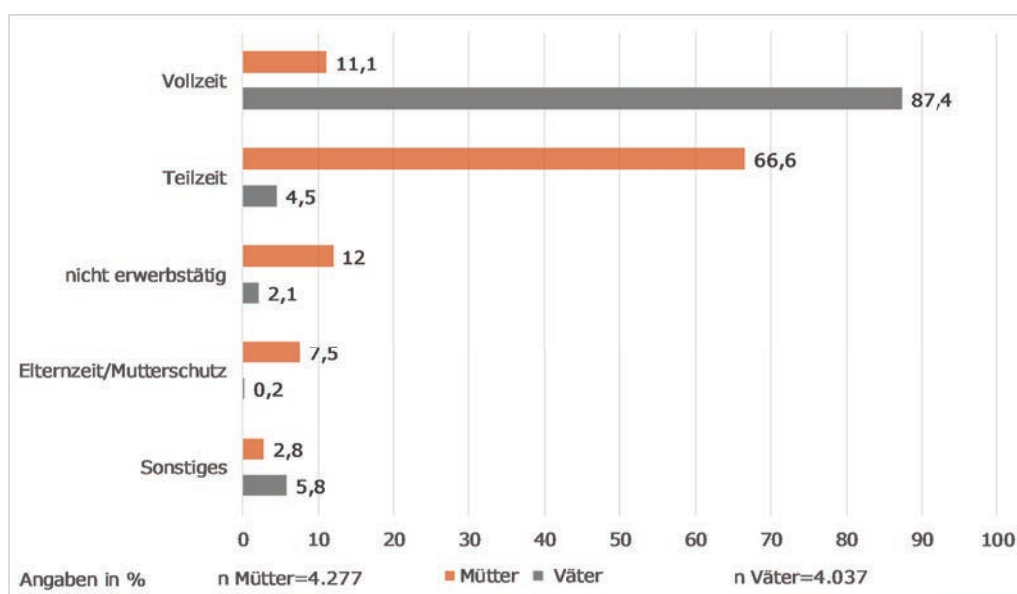
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Diese Verteilung spiegelt in etwa die gesamtgesellschaftliche Verteilung der Familienformen des pairfam-Datensatzes³⁴ wieder. Die aktuellste Erhebung aus dem Jahr 2015/16 zeigt ein Muster von 84% klassischen Familien, 10% Alleinerziehenden und 6% Patchworkfamilien³⁵.

Patchworkfamilien werden in der amtlichen Statistik nicht direkt erfasst, weshalb genaue Aussagen zum eigentlichen Bestand schwierig sind bzw. nicht getroffen werden können. Bei der Betrachtung der Verteilung von Familien nach den aktuellsten Daten des Statistischen Bundesamtes (Ehepaare mit Kindern 69%, Lebensgemeinschaften 11% und Alleinerziehende 20%)³⁶ lässt sich feststellen, dass eine direkte Gegenüberstellung nicht sinnvoll ist. Patchworkfamilien können einerseits zu den 69% der Ehepaare (z.B. durch eine zweite Ehe) als auch bei den 11% der Lebensgemeinschaften eingeordnet werden. Aufgrund der für die vorliegende Studie vorgenommenen Unterscheidung in „Klassische Familie“, „Alleinerziehend“ und „Patchwork“ ist ein Vergleich mit dem pairfam-Datensatz daher adäquater.

Die Rollenverteilung innerhalb der Familien ergibt ein ebenfalls noch recht klassisches Bild: Während 87,4% der Väter einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, gilt dies nur für 11,1% der Mütter. Umgekehrt gehen nur 4,5% der Väter einer Teilzeitbeschäftigung nach, aber 66,6% der Mütter. Es zeigte sich, dass nur in 2,1% aller Fälle die Mütter mehr arbeiten als die Väter (im Gegensatz dazu arbeiten 66,9% der Väter mehr als die Mütter).

Abbildung 28: Erwerbstätigkeit von Müttern und Vätern im Vergleich



Quelle: Elternbefragung ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Betrachtung des Bildungsniveaus der Eltern: Bei 68,6% ließ sich bei beiden Elternteilen das gleiche Bildungsniveau feststellen (siehe Abb. 30). Bei der Betrachtung der Bildung im Kontext zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten wird deutlich, dass eher mittel- bis höhergebildete Personen bzw. Haushalte die Angebote wahrnehmen.

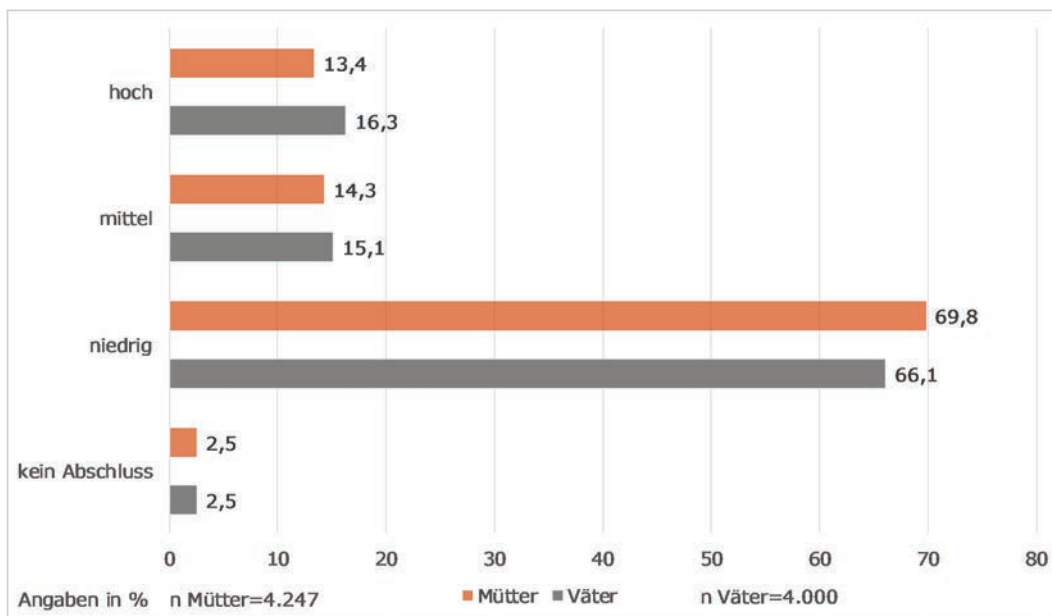
34 Das 2008 gestartete Beziehungs- und Familienpanel ‚pairfam‘ („Panel Analysis of Intimate Relationships and Family Dynamics“) ist eine multidisziplinäre repräsentative Längsschnittstudie zur Erforschung der partnerschaftlichen und familialen Lebensformen in Deutschland (vgl. pairfam 2017). Diese Arbeit nutzt Daten des Beziehungs- und Familienpanels pairfam, welches von Josef Brüderl, Karsten Hank, Johannes Huinink, Bernhard Nauck, Franz Neyer und Sabine Walper geleitet wird. Die Studie wird als Langfristvorhaben durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) gefördert.

35 Vgl.: Brüderl, Josef et.al. (2017): The German Family Panel (pairfam). GESIS Data Archive, Cologne. ZA5678 Data file Version 8.0.0, doi: 10.4232/pairfam.5678.8.0.0.

36 Vgl.: Statistisches Bundesamt 2016: Familien mit minderjährigen Kindern in der Familie. www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/Tabellen/2_5_Familien.html. [Stand: 18.11.2017].

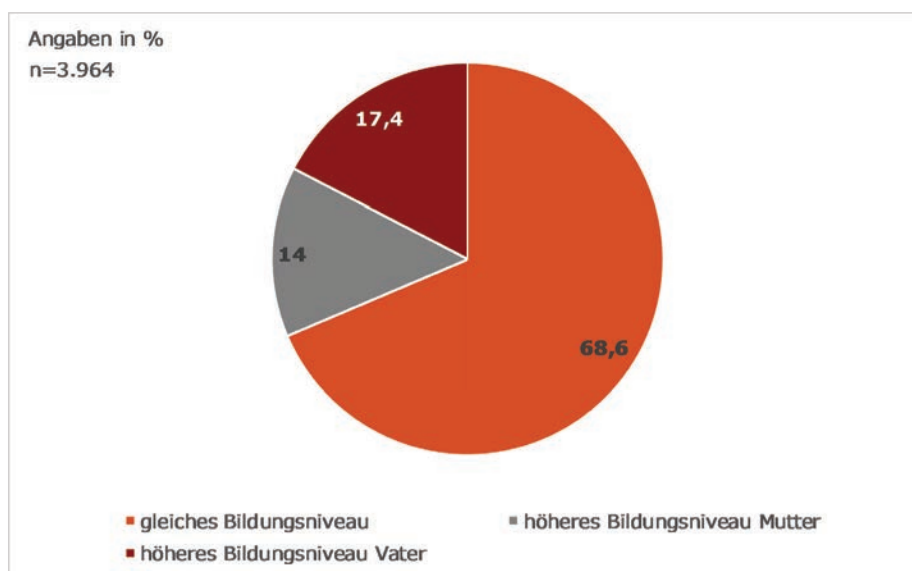
Eine Teilnahme ist am häufigsten bei Haushalten, in denen beide Elternteile über eine mittlere (44,1%) oder über eine hohe Bildung (43,4%) verfügen, festzustellen. Ähnliche Ergebnisse lassen sich bei der Betrachtung von Mutter und Vater im Einzelnen feststellen. Je höher das Bildungsniveau bei den Vätern, desto eher nahmen sie an Veranstaltungen teil. Bei den Müttern war die Bereitschaft bei Müttern mit mittlerer Bildung am höchsten, gefolgt von den Hochgebildeten.

Abbildung 29: Bildungsabschlüsse von Müttern und Vätern im Vergleich



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

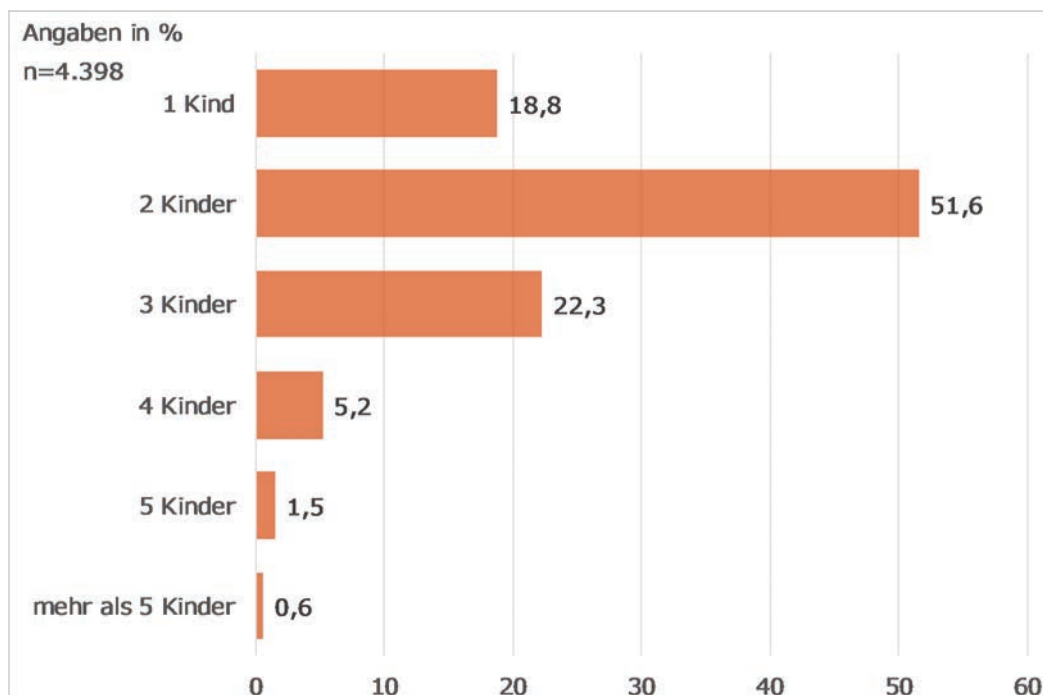
Abbildung 30: Bildungsniveau der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die meisten Familien (51,6%) haben zwei Kinder. In 29,7% der Familien leben drei oder mehr Kinder. Nach den Erhebungen der vorliegenden Studie leben im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen im Schnitt 2,21 Kinder pro Haushalt. Dieser Wert liegt sogar oberhalb des Bestandserhaltungsniveaus³⁷ für Deutschland (2017: 2,07 Kinder pro Frau)³⁸.

Abbildung 31: Zahl der Kinder



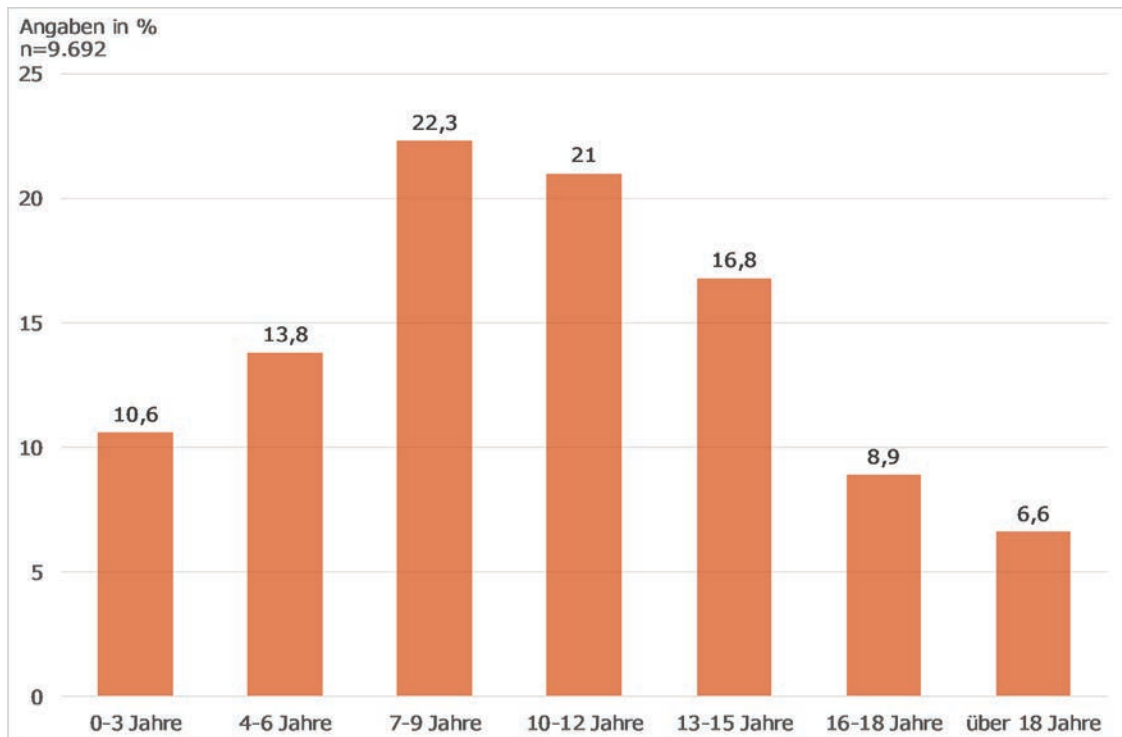
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Von den insgesamt 9.692 Kindern, die in den befragten Haushalten leben, befinden sich 22,3% in der Altersspanne von 7-9 Jahren. Den geringsten Anteil machen Kinder über 18 Jahren aus (6,6%) (siehe Abb. 32).

37 Definition nach dem Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung: „Das Bestandserhaltungsniveau entspricht dem Geburtenniveau, bei dem der Erhalt der Elterngeneration durch die Kindergeneration gesichert ist, es verändert sich historisch durch die Entwicklung der Sterblichkeit. Sind von 1.000 Frauen eines Geburtsjahrgangs bis zu ihrem 49. Lebensjahr wiederum 1.000 Mädchen geboren worden, so spricht man vom einfachen Ersatz der Elterngeneration“ (Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2017): Bestandserhaltungsniveau. www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/B/bestandserhaltungsniveau.html, Stand: 18.11.2017).

38 Vgl.: Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2017): Bestandserhaltungsniveau. www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/B/bestandserhaltungsniveau.html. [Stand: 18.11.2017].

Abbildung 32: Alter der im Haushalt lebenden Kinder

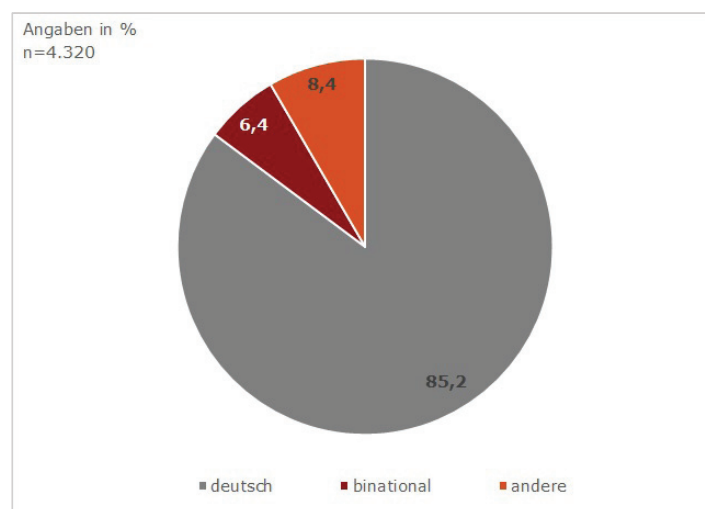


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Weitere Berechnungen zeigen, dass in knapp 20% der befragten Haushalte Kinder bis 3 Jahren leben. Bis zum 6. Lebensjahr betrachtet, sind es sogar über 40% der Haushalte.

Was die Nationalität der Haushalte angeht, handelt es sich bei der Mehrheit der Respondenten (85,2%) um deutsche Familien. Ein geringer Anteil von 6,4% entspricht binationalen Haushalten, und ebenfalls nur 8,4% der ausländischen Familien haben an der Befragung teilgenommen. Eine mögliche Erklärung dafür ist in der Sprachbarriere zu sehen, da der deutschsprachige Fragebogen nicht in weitere Sprachen übersetzt wurde.

Abbildung 33: Nationalität der Haushalte



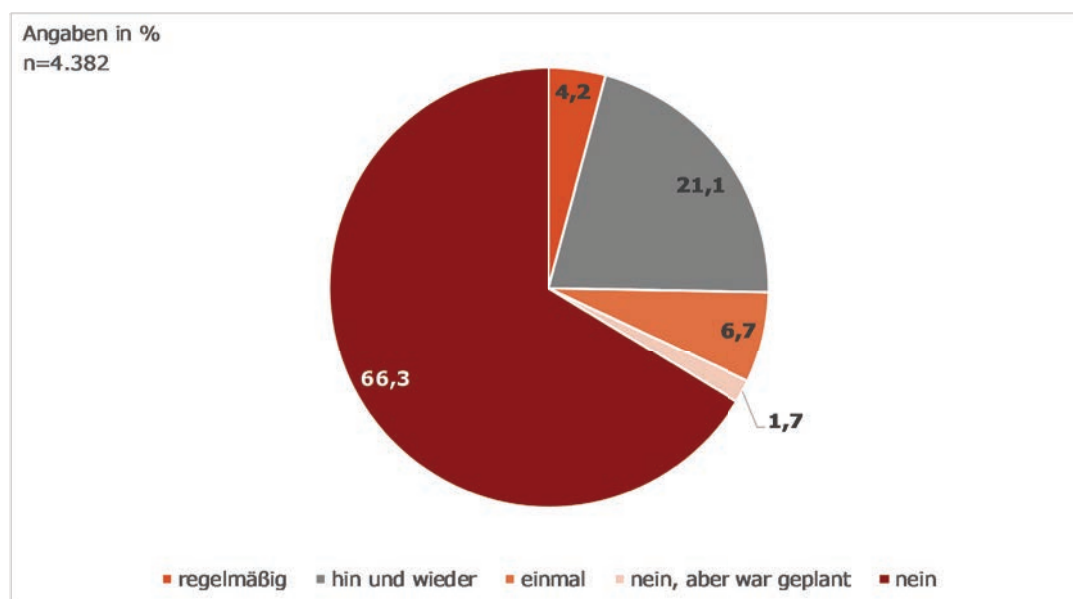
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten

Geplantes und bisheriges Nutzungsverhalten

Insgesamt gaben 32% der Eltern an, bereits Familienbildungsangebote besucht zu haben. Demgegenüber haben über doppelt so viele Eltern (68%) noch nie an entsprechenden Veranstaltungen teilgenommen. Somit konnte die Mehrheit der Eltern bislang nicht durch die Angebote erreicht werden.

Abbildung 34: Bisherige Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen



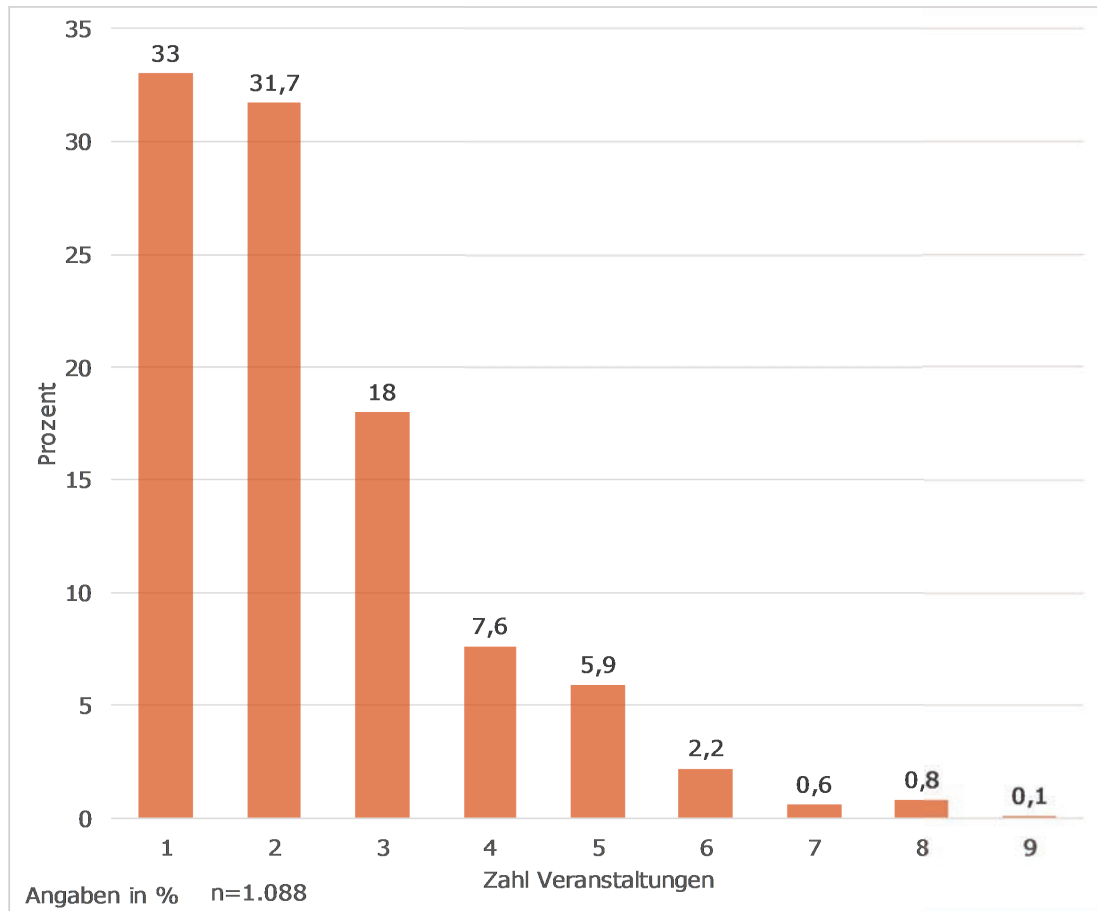
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

36,6% der Haushalte, in denen Kinder von 0 bis 6 Jahren leben, haben an Veranstaltungen zur Familienbildung teilgenommen. Dies entspricht der Gruppe, die vermutlich noch einen recht hohen Informationsbedarf zum Thema Familie und Erziehung hat. Mit steigendem Alter der Kinder nimmt die Teilnahme der Eltern an Familienbildungsmaßnahmen ab (Haushalte mit Kindern von 7-12 Jahren: 31,1%; Haushalte mit Kindern über 12 Jahre: 28,9%). Besonders aufschlussreich ist es, in diesem Zusammenhang die Eltern von Kindern unter 3 Jahren näher zu betrachten, da Familienbildungsangebote gerade in dieser Phase besonders relevant sind. Laut den Berechnungen haben Eltern mit Kindern in dieser Altersspanne am ehesten Familienbildungsveranstaltungen besucht (37,4%). 8,8% nahmen bisher einmal, 22,6% hin und wieder und 6% regelmäßig Angebote wahr.

Kreuzt man die bisherige Teilnahme mit der Staatsbürgerschaft, ist zu erkennen, dass vor allem viele Familien mit Migrationshintergrund nicht von den Familienbildungsangeboten erreicht werden: Nur 12,3% der ausländischen Eltern gaben an, bereits Veranstaltungen besucht zu haben, bei den binationalen Familien gilt dies für 19,3%.

Von den Eltern, die bereits Familienbildungsangebote besucht hatten, nahmen die meisten an einer (33%) oder zwei (31,7%) Veranstaltungen teil. 18% besuchten drei Angebote. Nur 17,3% nahmen an mehr als drei Veranstaltungen teil. Im Jahr 2016 wurden damit durchschnittlich 2,4 Veranstaltungen von den Eltern besucht³⁹.

Abbildung 35: Zahl der im Jahr 2016 besuchten Veranstaltungen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

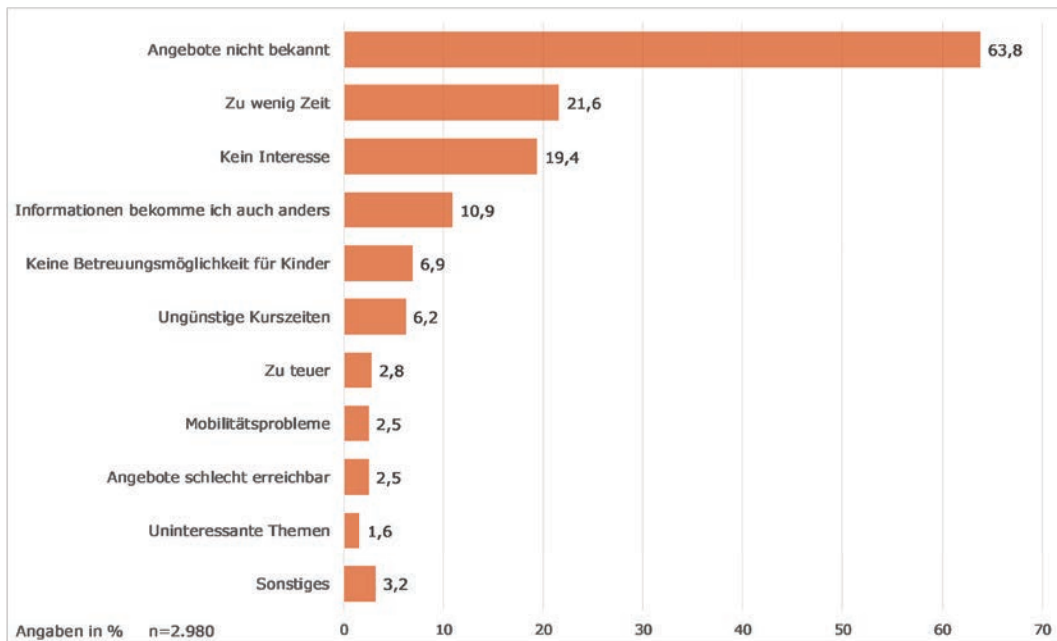
Aufschlussreiche Ergebnisse lieferte die Frage nach den Gründen warum bislang Familienbildungsangebote nicht wahrgenommen wurden: Mit 63,8% gibt die Mehrheit an, dass sie nicht an den Veranstaltungen teilgenommen haben, weil die Angebote nicht bekannt waren. Weitere Gründe – Zeitmangel (21,6%) und fehlendes Interesse (19,4%) etc. – folgen erst mit großem Abstand. Eine sehr geringe Rolle als Hinderungsgrund spielen Kostenfaktor (2,8%), schlechte Erreichbarkeit (2,5%) und uninteressante Themen (1,6%) (siehe Abb. 36).

39 Auch hier ist zu vermuten, dass manche Eltern Veranstaltungen innerhalb von Veranstaltungsreihen meinten und beispielsweise nicht an 10 verschiedenen Einzelveranstaltungen teilnahmen. Diese Vermutung wird durch einen Median von 2 bestätigt. Entsprechend wurden alle Angaben über 10 entfernt.

Definition Median:

Der Median liegt genau in der Mitte einer Datenverteilung, d.h. jeweils die Hälfte der Daten liegt darüber bzw. darunter. Er wird von Ausreißern nicht beeinflusst. Aus diesem Grund ist gerade bei niedrigen Fallzahlen die Verwendung des Medians sinnvoller als die eines Durchschnittswertes.

Abbildung 36: Hinderungsgründe für die Teilnahme an Familienbildung



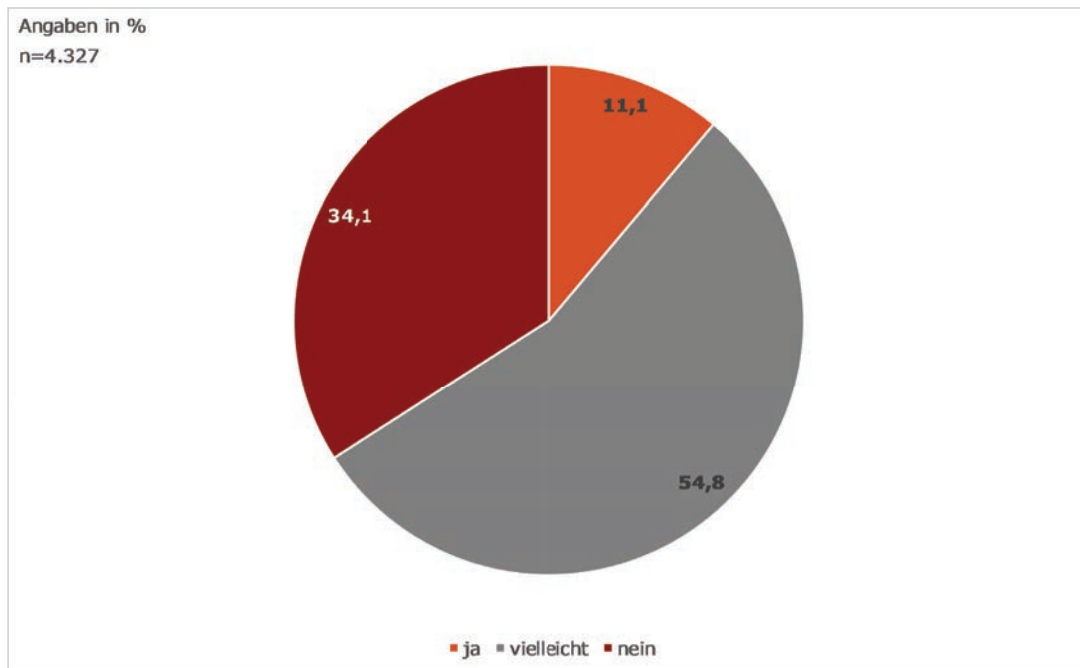
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Auffallend ist, dass die Eltern, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen hatten, mehrheitlich (73,7%) rechtzeitig von den Angeboten erfahren haben.

Setzt man das bisherige Nutzungsverhalten der Eltern in Relation zur Frage, ob sie rechtzeitig von den Angeboten wissen, ist folgendes ersichtlich: Je häufiger die Eltern an Familienbildungsangeboten teilnahmen, desto eher erfuhren sie rechtzeitig von den Angeboten: 85,4% der Eltern, die regelmäßig an Angeboten teilnahmen, erfuhren auch rechtzeitig von den Angeboten.

Die Frage „Haben Sie und/oder Ihre Partnerin/Ihr Partner vor, in Zukunft Veranstaltungen zur Familienbildung zu besuchen?“ wurde von 4.327 Studienteilnehmern beantwortet. Davon zeigten nur 11,1% eine klare Bereitschaft zur künftigen Teilnahme. Eine Mehrheit (54,8%) zieht es zumindest in Erwägung (siehe Abb. 37).

Abbildung 37: Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten



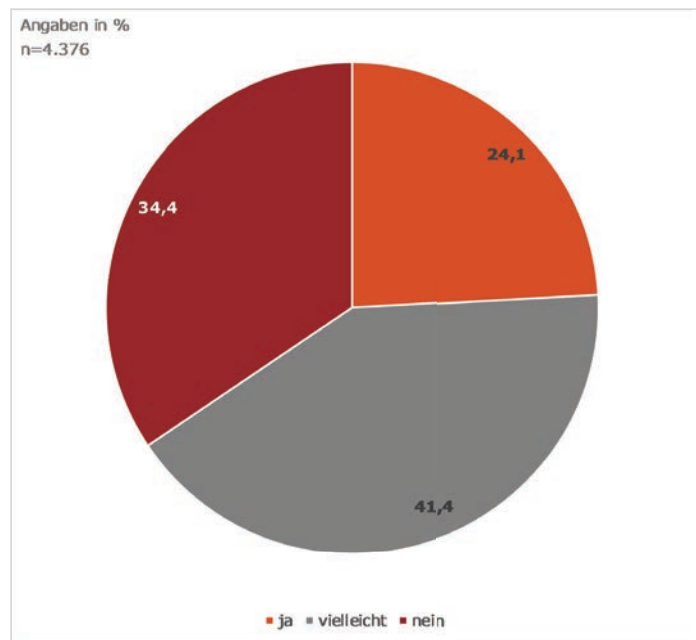
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die Zahlen deuten darauf hin, dass die meisten Eltern gegenüber einer zukünftigen Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen nicht abgeneigt sind. Dieser Eindruck bestätigt sich umso mehr, wenn man die bisherige Teilnahme mit der künftigen Bereitschaft ins Verhältnis setzt. Dabei zeigt sich eine große Offenheit für eine zukünftige Teilnahme insbesondere bei Eltern, die bereits Angebote wahrgenommen haben: Lediglich 10,5% wollen in Zukunft nicht mehr teilnehmen. Mögliche Begründungen dafür sind, dass sie bereits viele Veranstaltungen besucht haben und sich ausreichend informiert fühlen bzw. die Kinder in einem Alter sind, in dem der Informationsbedarf nicht mehr so groß ist. Selbst von den bisherigen ‚Nicht-Teilnehmern‘ gaben 50,8% an, dass sie eine künftige Teilnahme zumindest in Erwägung ziehen. Folglich besteht durchaus erhebliches Potential, noch mehr Eltern für Familienbildungsmaßnahmen zu gewinnen.

Eine prinzipielle Offenheit der Eltern (65,6%) zeigt sich hinsichtlich der Frage, ob sie bereit wären, für Familienbildungsveranstaltungen einen Teilnehmerbeitrag zu entrichten: 24,1% beantworten diese Frage mit „ja“, immerhin 41,4% könnten es sich vorstellen (Antwort „vielleicht“) (siehe Abb. 38). Aus den zusätzlichen Anmerkungen der Eltern zu dieser Frage ist abzulesen, dass die Bereitschaft, für ein Angebot zu zahlen, deutlich von Art und Umfang der Veranstaltung abhängt.

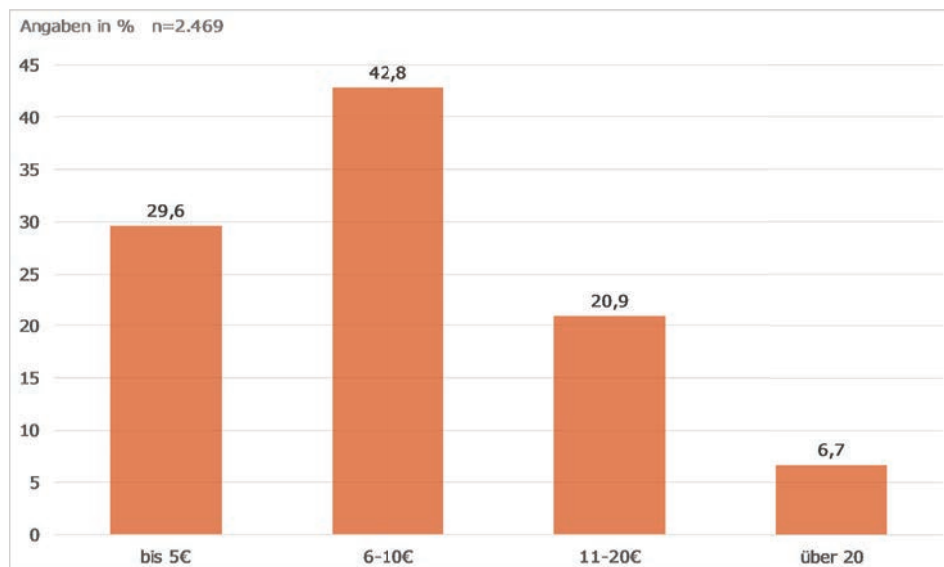
Die gleichen Anmerkungen wurden bei der Frage nach der maximalen Höhe der möglichen Teilnehmerbeiträge gemacht. Im Schnitt würden die Eltern 13 EUR für eine Veranstaltung bezahlen (der Median liegt bei 10 EUR). Aufgrund mancher Angaben einiger Haushalte, ist davon auszugehen, dass die Frage nicht immer richtig verstanden wurde. Ein nicht unerheblicher Prozentsatz gab an, bis zu 150 EUR für eine Veranstaltung ausgeben zu wollen. Es ist anzunehmen, dass diese Eltern von Veranstaltungsreihen ausgingen oder Sprachbarrieren die Antworten beeinflussten. Entsprechend wurden die ‚Ausreißer‘ aus den Berechnungen entfernt. Daraufhin ergab sich ein Durchschnittswert von 11 EUR für eine Veranstaltung, den die Eltern bereit wären zu zahlen.

Abbildung 38: Bereitschaft der Eltern zur Zahlung eines Teilnehmerbeitrags



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Abbildung 39: Höhe eines möglichen Teilnehmerbeitrags

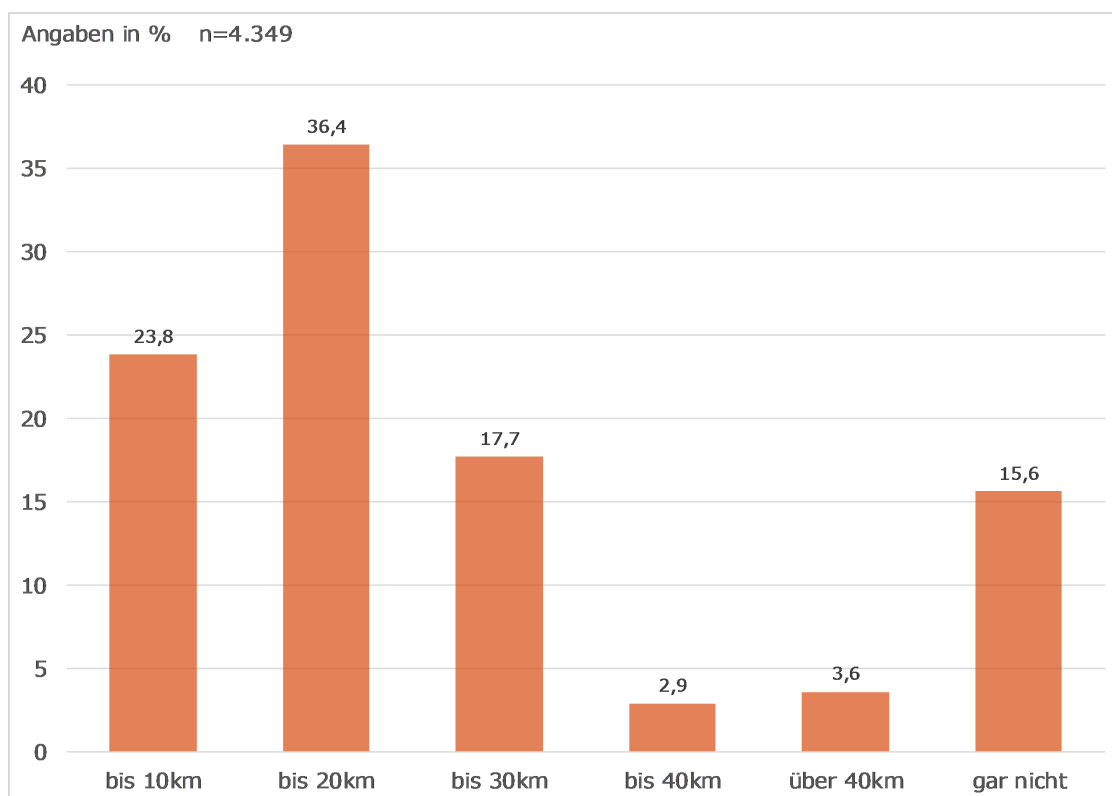


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Erkenntnisreich ist, dass von Eltern, die bereits Teilnehmer an einer Familienbildungsveranstaltung waren, lediglich 14,1% nicht bereit wären, einen Beitrag für die Veranstaltungen zu entrichten. Dagegen trifft diese Aussage auf 44,1% der Eltern zu, die bislang die Angebote nicht wahrgenommen haben. 31,4% der bisherigen Teilnehmer würden bis zu 5 EUR, 42,2% 6 bis 10 EUR, 19,8% 11 bis 20 EUR und 6,6% über 20 EUR für eine Veranstaltung bezahlen. Folglich sollten die Anbieter von Familienbildung nicht viel mehr als 10 EUR für Familienbildungsangebote verlangen.

Des Weiteren wurden die Eltern nach der Länge der Fahrtstrecke, die sie für den Besuch einer Veranstaltung zurücklegen würden, gefragt. Die Distanzen wurden (bereits bei der Befragung) in Clustern zusammengefasst: gar nicht, bis 10 km, bis 20 km, bis 30 km, bis 40 km, über 40 km. Während nur 15,6% angegeben haben, dass sie nicht bereit wären, zu einer Veranstaltung zu fahren, würden die meisten Eltern (36,4%) eine Strecke von bis zu 20 km in Kauf nehmen.

Abbildung 40: Fahrbereitschaft der Eltern in Bezug auf Familienbildungsmaßnahmen



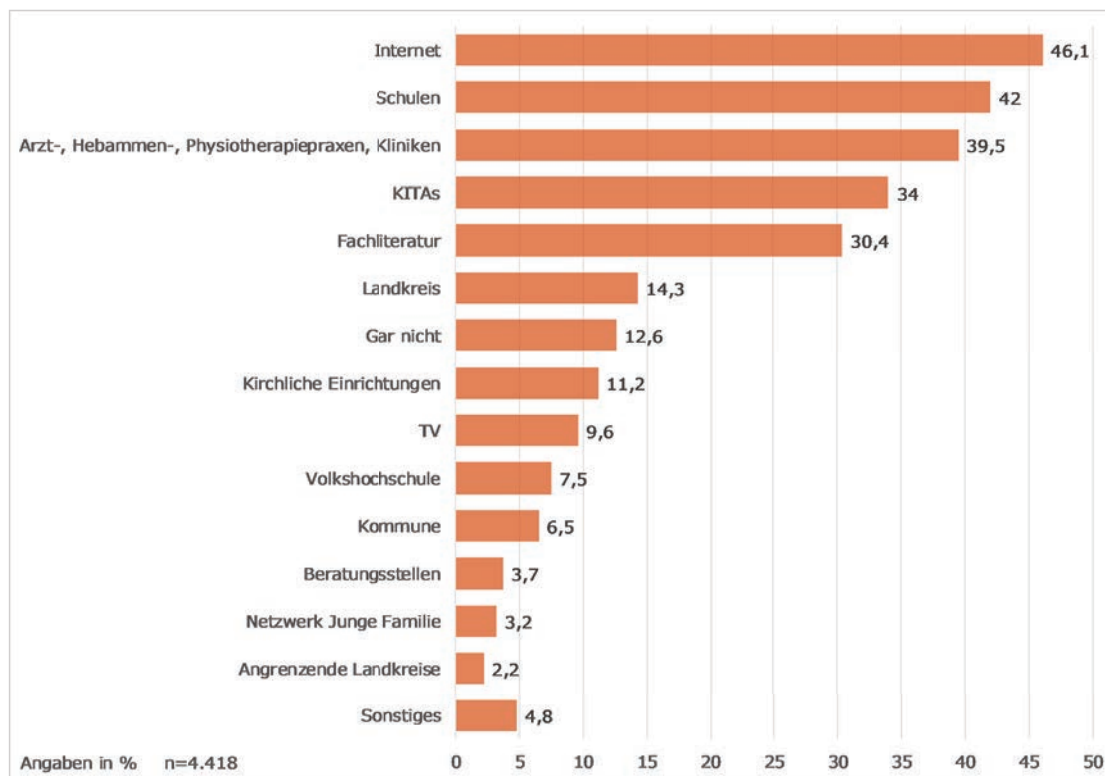
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Vergleicht man die Bereitschaft, zu einer Veranstaltung zu fahren mit dem bisherigen Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten, ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei den Teilnehmergebühren: Die ‚Fahr-Bereitschaft‘ der Eltern, die bereits an Familienbildungsmaßnahmen teilgenommen hatten, ist höher. Während 22,3% der Eltern, die bislang keine Angebote wahrgenommen hatten, angaben, überhaupt keine Fahrtstrecke zu einer Veranstaltung in Kauf nehmen zu wollen, war dies nur bei 1,6% der Teilnehmenden der Fall.

Informationsquellen bei Fragen zum Thema Familie, Kind etc.

Gefragt wurden die Eltern außerdem, woher sie ihre Informationen zu Familienbildung gewinnen. Mit 46,1% stellt das Internet die häufigste Informationsquelle dar, dicht gefolgt von den Schulen (42%) und den Arzt-, Hebammen-, Physiotherapiepraxen und Kliniken (39,5%).

Abbildung 41: Informationsquellen der Eltern für Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Der Vergleich von Eltern, die bereits Familienbildungsangebote nutzen und denen, die bislang keine Veranstaltungen dazu besucht haben, zeigt, dass das Internet als Informationsquelle für letztere eine sehr viel größere Rolle spielt: Lediglich 35,1% der Eltern, die bereits Angebote wahrgenommen hatten, gaben an, das Internet als Informationsquelle zu Familienbildungsangeboten zu nutzen. Bei ‚Nicht-Teilnehmern‘ liegt der Anteil bei 64,9%. Umgekehrt informieren sich Eltern, die Familienbildungsangebote bereits in Anspruch nahmen, daneben eher über andere Wege als das Internet – wie Angebote des Landkreises (76,5%), angrenzender Landkreise (75%), der Kommunen (72,5%), und Volkshochschulen (68%).

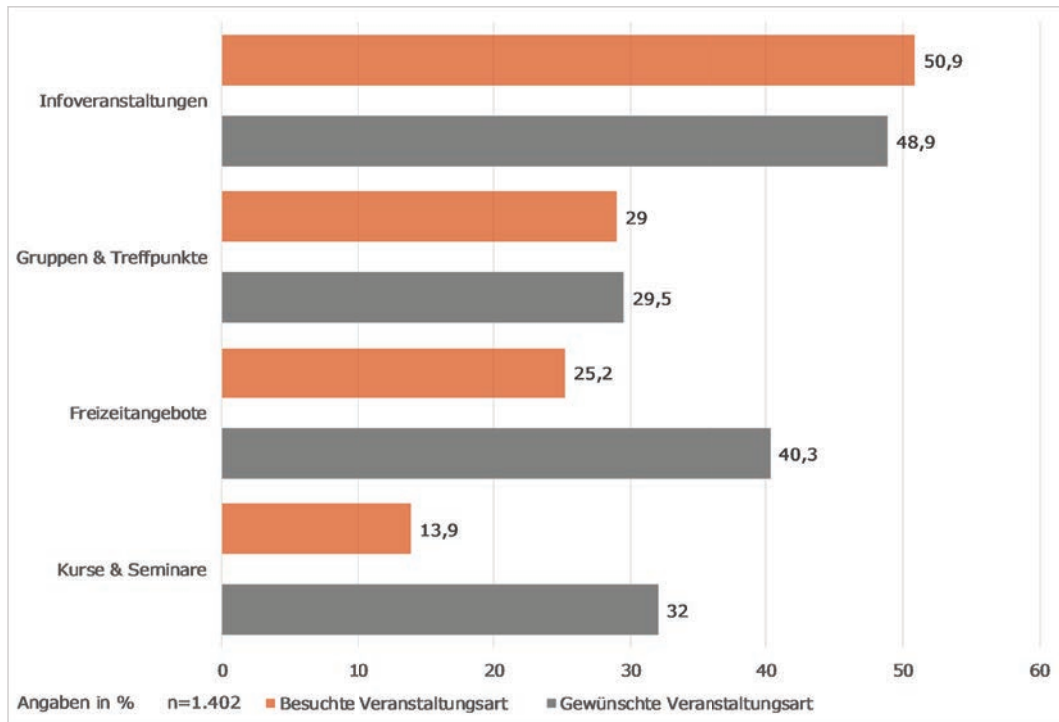
Erstaunlich ist, dass nur 27,4% der Haushalte, in denen auch Kinder bis 3 Jahre leben, ihre Informationen zu Familienbildung über Arzt-, Hebammen- und Physiotherapiepraxen gewannen.

Art und Themenfelder der besuchten Veranstaltungen

Von den anfänglich 4.418 Respondenten sank die Zahl auf 1.402 Personen, die angaben, bereits Familienbildungsveranstaltungen besucht zu haben. Diese Gruppe wurde gebeten, sich zu Art und Themen der Veranstaltungen zu äußern.

Die am häufigsten besuchte Veranstaltungsart war mit 50,9% die Infoveranstaltung. An Gruppen und Treffpunkten nahmen 29% teil, an Freizeitangeboten 25,2%; Kurse und Seminare wurden lediglich von 13,9% der Eltern besucht.

Abbildung 42: Vergleich der besuchten und gewünschten Veranstaltungsarten

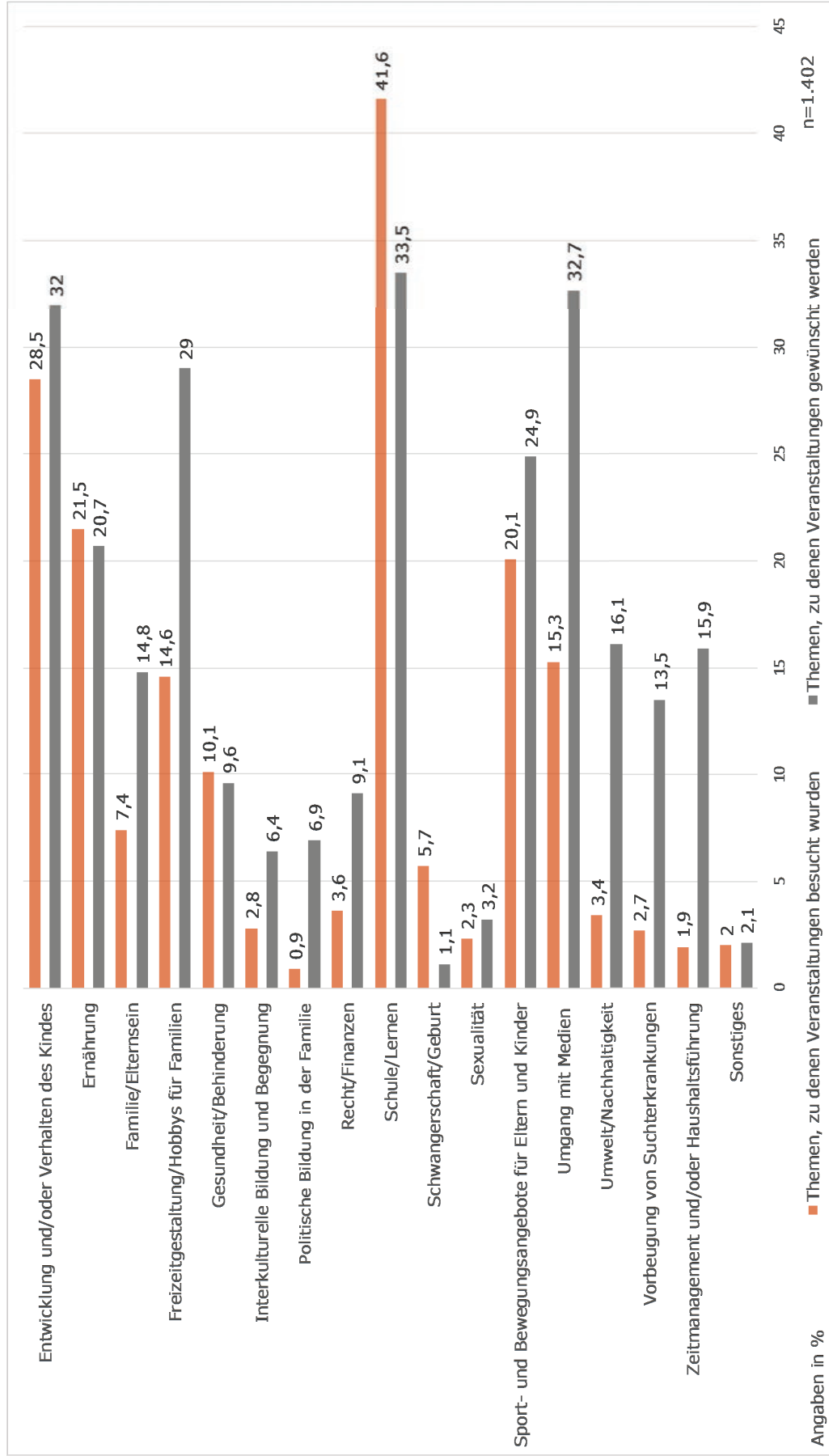


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die Gegenüberstellung der besuchten und der gewünschten Veranstaltungsarten, lässt erkennen, dass der Bedarf an Infoveranstaltungen gedeckt ist. Etwas ausgebaut werden könnten dagegen die Formate „Kurse und Seminare“ sowie „Freizeitangebote“.

In Bezug auf die Thematiken, waren Veranstaltungen zum Thema „Schule/Lernen“ (41,6%) am beliebtesten. Es folgen mit klarem Abstand Veranstaltungen zu „Entwicklung und Verhalten des Kindes“ (28,5%) sowie zur „Ernährung“ (21,5%).

Abbildung 43: Vergleich von Themen der besuchten Veranstaltungen und Themenwünsche



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Aus den verschiedenen Antwortkategorien wurden sieben übergreifende Themenfelder gebildet⁴⁰. Demnach ergibt sich folgende Verteilung:

Tabelle 1: Themenschwerpunkte

| Themen | Anteil in % |
|--|-------------|
| Gesunde Lebensweise | 36,4 |
| Ernährung Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder Vorbeugung von Suchterkrankungen | |
| Schule und Lernen | 41,6 |
| Kindliches Verhalten und kindliche Entwicklung | 35,4 |
| Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes Gesundheit/Behinderung Sexualität | |
| Familie und Gesellschaft | 18,4 |
| Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien Umwelt/Nachhaltigkeit Interkulturelle Bildung und Begegnung Politische Bildung | |
| Umgang mit Medien | 15,3 |
| Familie und Elternsein | 13,5 |
| Familie und Elternsein Schwangerschaft/Geburt Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung | |
| Recht und Finanzen | 3,6 |

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Für die Eltern bestand bei dieser Frage zusätzlich die Möglichkeit, Themenfelder zu ergänzen. Folgende Themen wurden beispielsweise angeführt: Erste-Hilfe-Kurse, Veranstaltungen zur religiösen Erziehung.

Setzt man nun die Themenfelder der besuchten Veranstaltungen in Relation zu den gewünschten Themen der Eltern, zeigt sich, dass der Themenkomplex „Schule/Lernen“ mit 33,5% am häufigsten gewünscht wurde. Für die hohe Relevanz dieses Themas spricht des Weiteren, dass dazu die meisten Veranstaltungen besucht wurden (siehe Abb. 43).

Besonders eindeutige prozentuale Unterschiede zwischen den besuchten und den gewünschten Veranstaltungen (höherer Wert als bei besuchten Veranstaltungen) deuten darauf hin, dass großer Bedarf herrscht und als Konsequenz in Zukunft mehr Veranstaltungen angeboten werden sollten. Andersherum ist der Bedarf mehr als ausreichend gedeckt, wenn der Anteil der Eltern, die sich mehr Angebote wünschen, kleiner ist als jener, die Angebote dazu besucht haben.

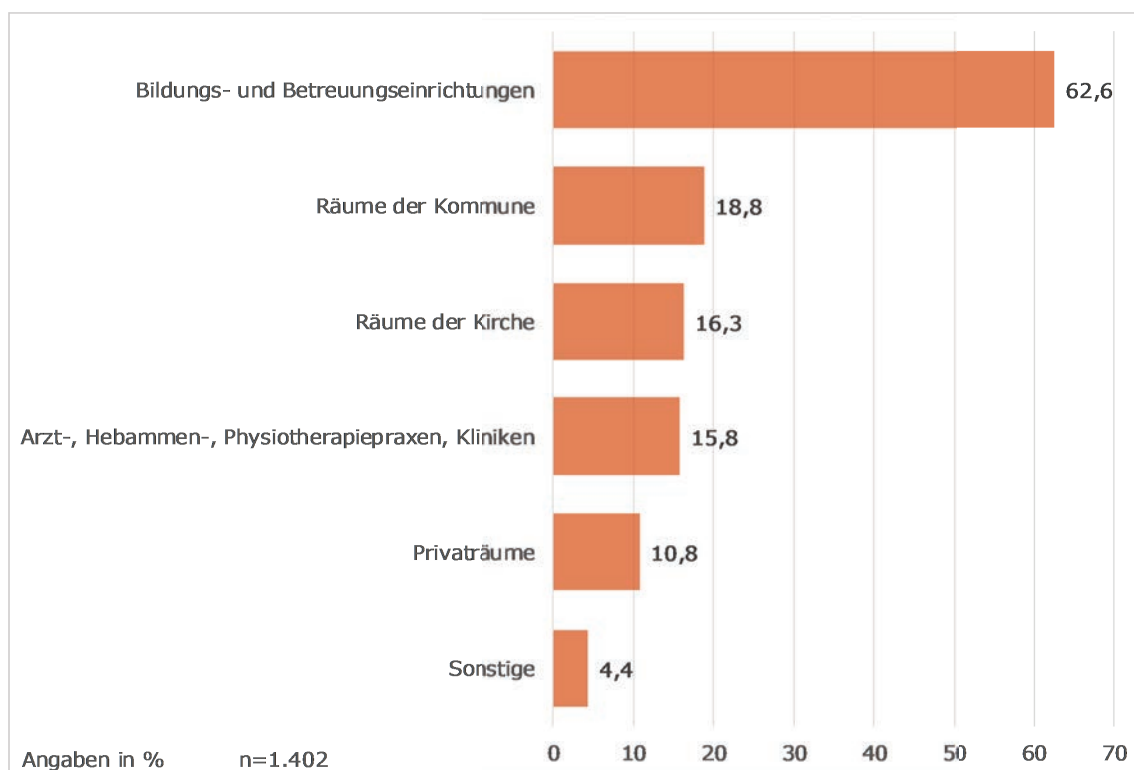
⁴⁰ Unter einigen Themenfeldern wurden verschiedene Antwortkategorien subsummiert. Innerhalb der einzelnen Themenfelder haben Eltern zu mindestens einer der Antwortkategorien Veranstaltungen besucht.

Ein Wunsch nach mehr Veranstaltungen wurde besonders für die Schwerpunkte „Umgang mit Medien“ und „Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien“ geäußert. Während nur 15,3% der Eltern Veranstaltungen zum Umgang mit Medien besucht haben, wünschen sich 32,7% mehr Veranstaltungen dazu (siehe Abb. 43). Hier scheint der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen mit „Digitalisierung“ als Jahresthema 2018 der Bildungsregion **altmühlfranken** den Handlungsbedarf bereits erkannt zu haben. Deshalb kann an dieser Stelle bereits festgehalten werden, dass auf die Wünsche der Eltern reagiert werden konnte (siehe Kap. 6).

Ein ähnliches Bild ergibt sich für das Thema Freizeitgestaltung/Hobbys: Aus Sicht von 29% der Eltern sollten dazu in Zukunft mehr Veranstaltungen angeboten werden (14,6% haben Veranstaltungen in diesem Bereich besucht). Immerhin 12,8% der Eltern sind wunschlos glücklich.

Der überwiegende Teil der besuchten Veranstaltungen fand mit 62,6% in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen statt. Räume der Kommune (18,8%), der Kirche (16,3%), die Arzt-, Hebammen-, Physiotherapiepraxen und die Kliniken (15,8%) sowie Privaträume (10,8%) waren weniger bedeutend. Hier ist erneut die zentrale Rolle der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für die Familienbildung zu erkennen.

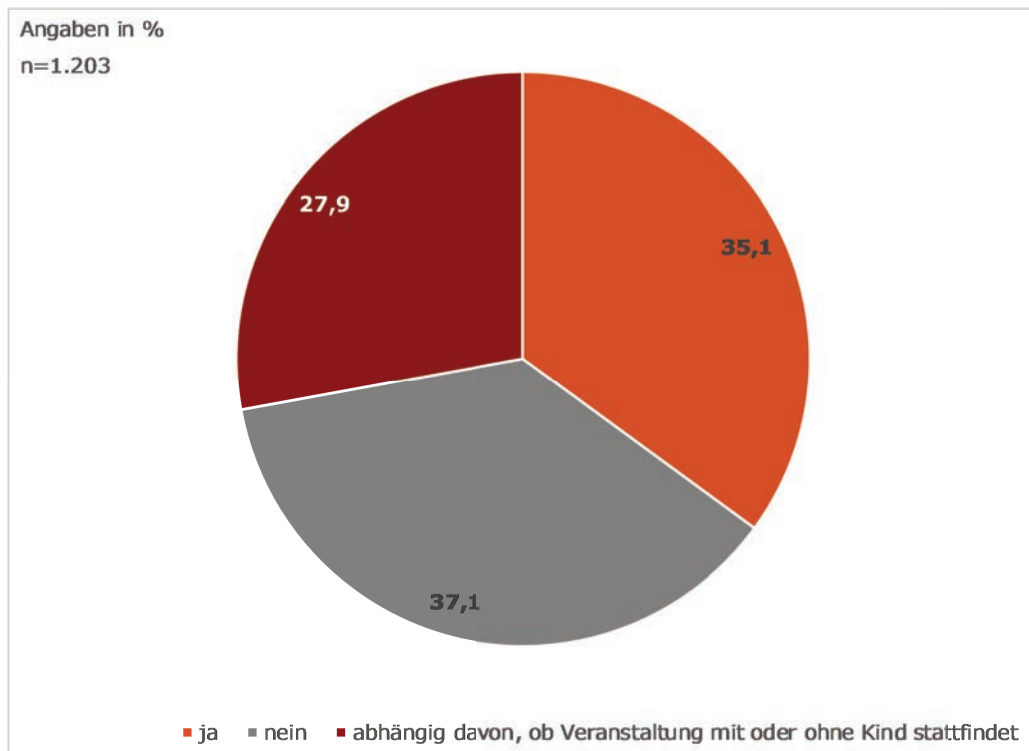
Abbildung 44: Veranstaltungsorte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Den Eltern wurde außerdem die Frage „Ist es Ihnen wichtig, dass die Veranstaltungen zur Familienbildung an einem Ort stattfinden, den Sie kennen und/oder an dem Sie sich wohlfühlen?“ gestellt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Räumlichkeit für die Eltern offensichtlich keine entscheidende Rolle spielt: 35,1% gaben an, dass ihnen der Ort wichtig ist, für 37,1% ist dies nicht entscheidend. Für 27,9% ist bei dieser Frage ausschlaggebend, ob es sich um eine Veranstaltung mit oder ohne Kinder handelt (siehe Abb. 45).

Abbildung 45: Bedeutung des Veranstaltungsortes für die Eltern

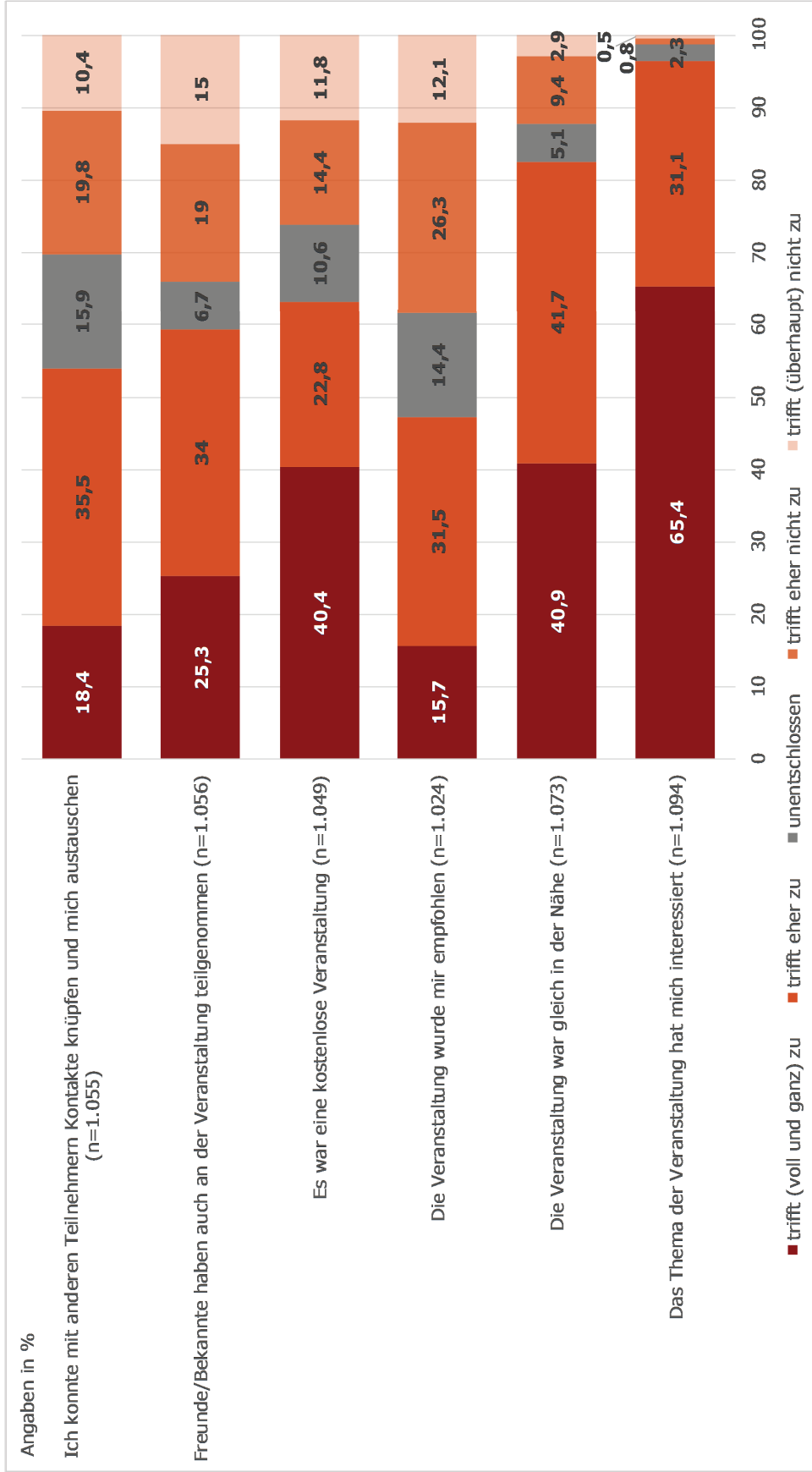


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Diese Ergebnisse sind durchaus bemerkenswert. Gerade in Bezug auf die letzte Kategorie – „abhängig davon, ob die Veranstaltung mit oder ohne Kind stattfindet“ – war mit einem höheren Anteil gerechnet worden, da angenommen wurde, dass Eltern Wert auf kinderfreundliche Räumlichkeiten legen, wenn Veranstaltungen mit Kindern stattfinden.

Zudem wurden die Eltern nach den Gründen für den Besuch einer Familienbildungsmaßnahme gefragt. Die eindeutig größte Rolle spielte das Interesse am Thema der Veranstaltung: Für 96,4% war dies ein ausschlaggebender Grund. Für 82,6% der Eltern war außerdem die gute Erreichbarkeit der Veranstaltung ein zentraler Faktor. Bedeutend scheinen daneben die Kontakte und der Austausch mit anderen Eltern zu sein. Das machen die Ergebnisse zu folgenden Aussagen deutlich: „Freunde und Bekannte haben auch an der Veranstaltung teilgenommen“ (59,3% der Eltern stimmten dieser Aussage eher bzw. voll und ganz zu) und „Ich konnte mit anderen Teilnehmern Kontakte knüpfen und mich austauschen“ (trifft für 53,8% der Eltern voll und ganz bzw. eher zu) (siehe Abb. 46).

Abbildung 46: Gründe für einen Veranstaltungsbesuch



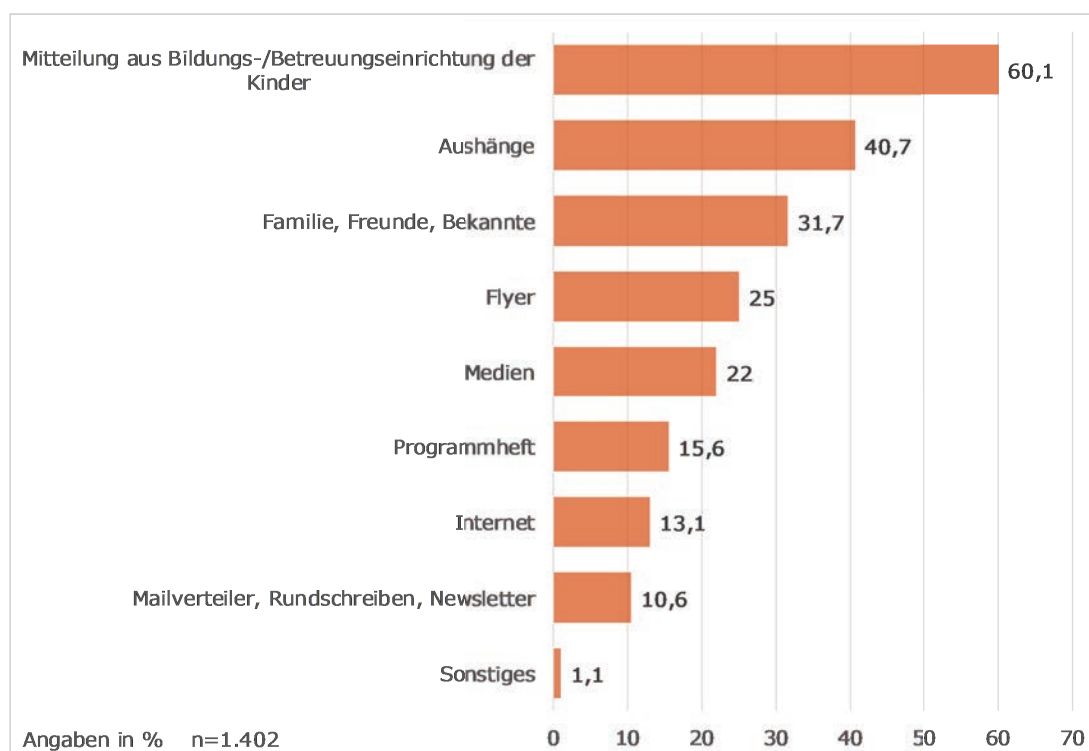
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

5.4 Bewerbung der Veranstaltungen

Insgesamt erfährt eine klare Mehrheit (73,7%) der Eltern rechtzeitig von den Veranstaltungen zur Familienbildung. Dies gilt allerdings nur für teilnehmende Eltern. Es sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass 64% der ‚Nicht-Teilnehmer‘ angaben, dass sie nicht rechtzeitig von den Angeboten erfuhren. Darauf wird später noch genauer eingegangen.

Die große Bedeutung der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ist auch bei der Frage, wie die Eltern auf die besuchten Familienbildungsveranstaltungen aufmerksam wurden, erkennbar: 60,1% der Eltern erfuhren über eine Mitteilung aus Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder von den Veranstaltungen. Aushänge (40,7%) und Informationen von Familie/Freunden/Bekanntem (31,7%) finden ebenfalls Beachtung. Weniger zentral für die befragten Eltern ist in diesem Zusammenhang das Internet: Nur 13,1% wurden so auf die Veranstaltungen aufmerksam. Dies ist vor allem im Kontext mit den Ergebnissen der Frage zu den Informationsmitteln zu Familienbildung bemerkenswert: Hier war das Internet mit 46,1% die am häufigsten genutzte Informationsquelle. Dies deutet darauf hin, dass nach allgemeinen Informationen zur Familienbildung im Internet gesucht wird, dieses Medium bei der Suche nach konkreten Veranstaltungen offensichtlich entweder nicht schnell und/oder nicht einfach genug die gewünschten Informationen liefert oder andere Informationswege schneller und niedrigschwelliger sind. Erfreulich ist in diesem Zusammenhang, dass einige Eltern angaben, dass sie erst durch den Fragebogen der vorliegenden Studie auf Familienbildung aufmerksam wurden. Wenn durch diese Studie einige Eltern mehr für Familienbildung sensibilisiert werden konnten, ist das ein sehr positiver Nebeneffekt.

Abbildung 47: Werbemittel für Familienbildungsmaßnahmen

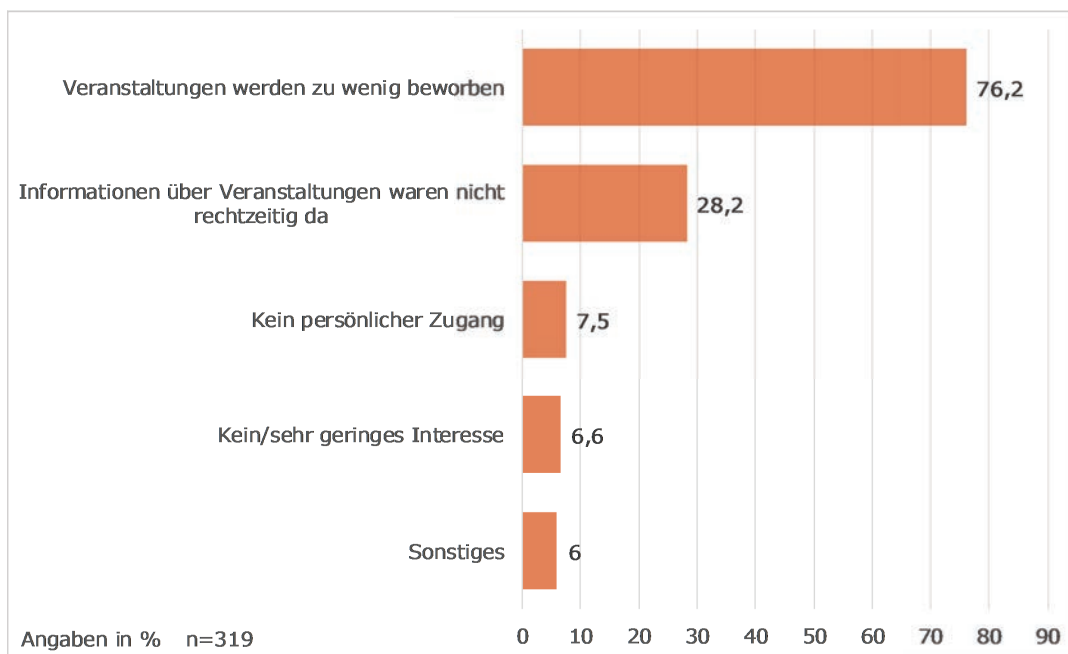


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Die teilnehmenden Eltern (26,3%), die nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfuhren, wurden zusätzlich nach den Gründen dafür gefragt.

Als Hauptgrund nannten 76,2%, dass die Veranstaltungen zu wenig beworben wurden. Andere Gründe – Informationen über die Veranstaltungen waren nicht rechtzeitig da (28,2%), kein persönlicher Zugang (7,5%), kein/sehr geringes Interesse (6,6%) – spielten eine wesentlich geringere Rolle. Dies ist ein Hinweis darauf, dass die Angebote zur Familienbildung noch deutlich besser beworben werden müssen. Hier scheinen Potentiale noch ungenutzt zu bleiben.

Abbildung 48: Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

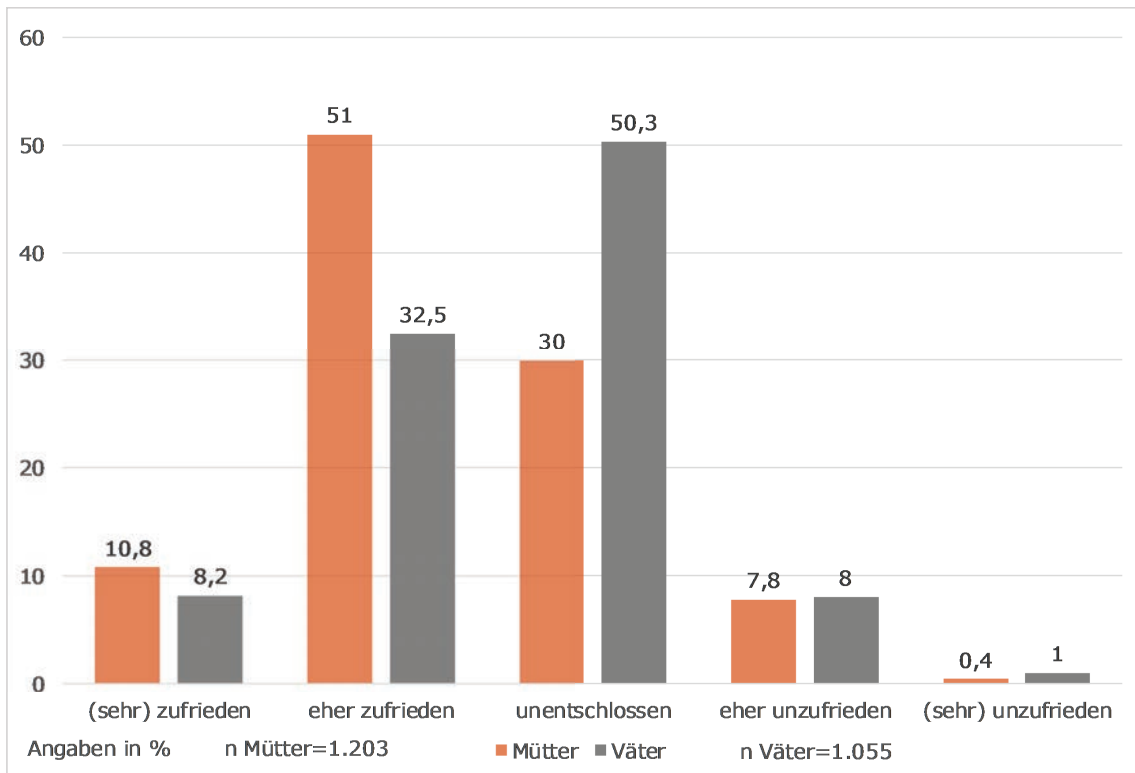
5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung

Einen weiteren Themenblock des Fragebogens stellten Fragen zur Relevanz von Familienbildung für die Eltern sowie die Meinungen zu den Angeboten im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen dar.

Allgemein zeigt sich eine hohe Zufriedenheit der Eltern mit den Familienbildungsangeboten im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen: Nur 5,2% gaben an, mit den Angeboten unzufrieden zu sein⁴¹. Dabei sind die Mütter mit den Angeboten zufriedener als die Väter: Während 51% der Mütter angeben, dass sie eher zufrieden sind, gilt dies nur für 32,5% der Väter.

41 Die Angaben der Mütter und Väter wurden hier zu einer Haushaltsvariablen zusammengefasst.

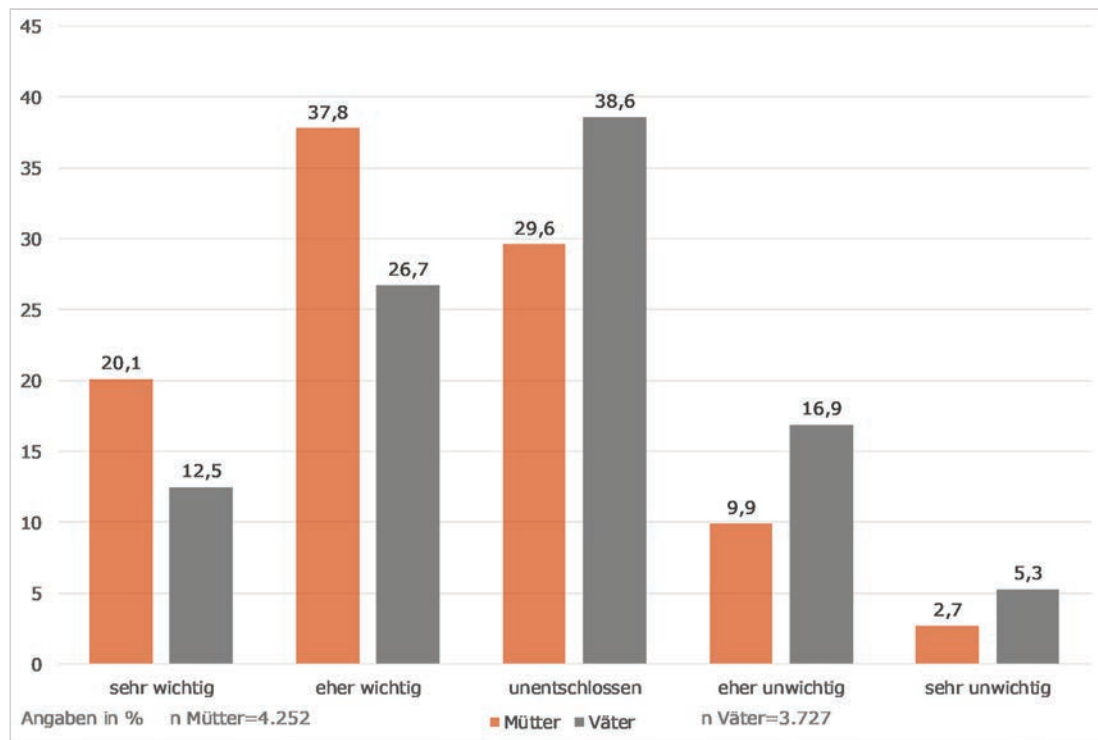
Abbildung 49: Vergleich der Zufriedenheit von Müttern und Vätern mit Familienbildungsangeboten



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Bei der Frage nach der Bedeutung von Familienbildungsangeboten („Insgesamt: Für wie wichtig halten Sie Familienbildungsangebote?“) lassen sich zwei grundlegende Ergebnisse festhalten: Allgemein messen nur 12,6% den Angeboten eine unwichtige Bedeutung bei. Außerdem wird deutlich, dass Familienbildungsangebote für die Mütter einen höheren Stellenwert haben als für die Väter: Für 20,1% der Mütter sind Familienbildungsangebote sehr wichtig. Bei den Vätern schätzen dies 12,5% so ein. Als eher wichtig betrachten 37,8% der Mütter die Familienbildungsangebote, bei den Vätern trifft dies nur auf 26,7% zu. Umgekehrt halten 16,9% der Väter und 9,9% der Mütter die Angebote für eher unwichtig. Sehr unwichtig sind die Angebote für 5,3% der Väter und 2,7% der Mütter (siehe Abb.50). Es ergibt sich ein ähnliches Bild wie bei der Frage zur Zufriedenheit mit den Familienbildungsangeboten.

Abbildung 50: Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Dies deutet darauf hin, dass mit Erziehungsfragen noch immer eher die Mütter befasst sind. Daher könnte es ein Ansatz sein, zu überlegen, wie Familienbildungsveranstaltungen auch für Väter attraktiver gestaltet werden könnten.

Um einen genaueren Überblick zu den Einstellungen der Eltern zur Familienbildung zu bekommen, wurden die Eltern gebeten, verschiedene Aussagen dazu zu bewerten (siehe Abb. 51).

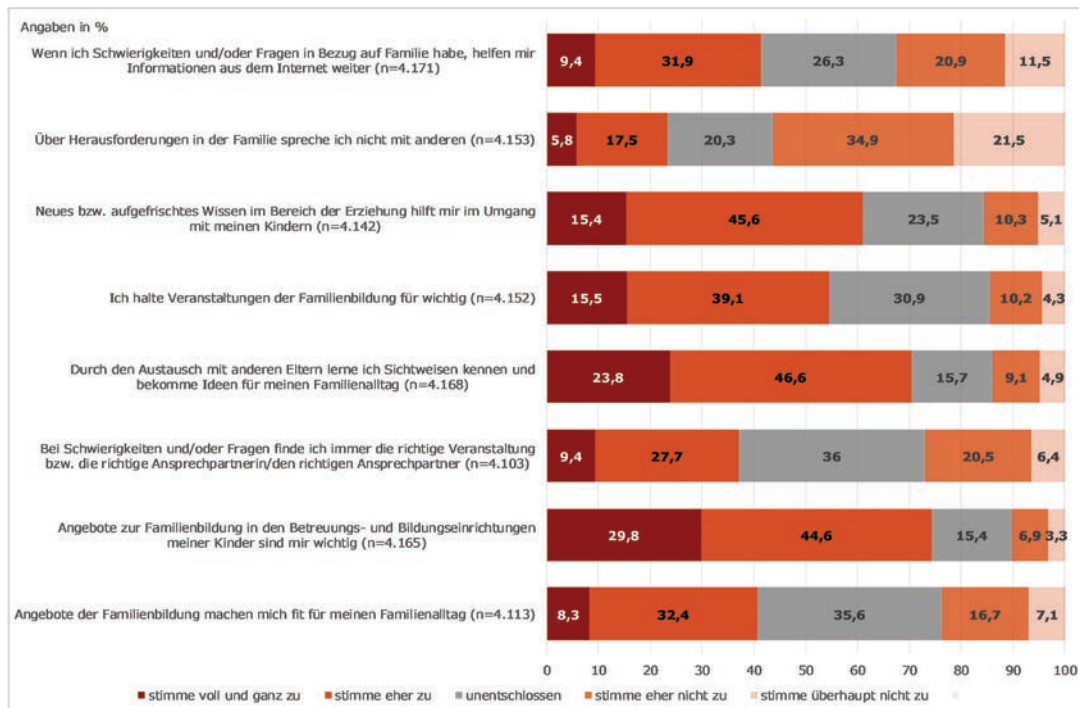
61% der Eltern gaben an, dass neues bzw. aufgefrischtes Wissen zu Erziehung im Umgang mit ihren Kindern hilfreich war. 40,7% stimmen der Aussage, dass Angebote der Familienbildung sie fit für ihren Familienalltag machen „voll und ganz“ oder „eher“ zu.

Die Angaben zur Aussage „Angebote zur Familienbildung in den Betreuungs- und Bildungseinrichtungen meiner Kinder sind mir wichtig“ unterstreichen abermals den offenbar hohen Wert, den die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für die Eltern in diesem Kontext haben: Insgesamt 74,4% stimmen dieser Aussage voll und ganz oder eher zu.

Weiterhin lässt sich aus den Angaben der Eltern ableiten, dass der Austausch mit anderen Eltern eine sehr große Rolle spielt: 70,4% stimmen der Aussage „Durch den Austausch mit anderen Eltern lerne ich Sichtweisen kennen und bekomme Ideen für meinen Familienalltag“ zu. Diese Ergebnisse bestätigen gerade im Zusammenhang mit der Frage nach den Gründen des Veranstaltungsbesuchs, dass der Austausch und die Kontakte mit anderen Eltern ein zentraler Faktor sind. Dies kann möglicherweise unter anderem damit zusammenhängen, dass die Eltern auf diese Weise über die Veranstaltungen hinausgehende Netzwerke knüpfen können.

Der Vergleich der Ergebnisse zur Aussage „Wenn ich Schwierigkeiten und/oder Fragen in Bezug auf Familie habe, helfen mir Informationen aus dem Internet weiter“ mit den Resultaten zur Frage zu den Informationsquellen, ergibt folgendes: Obwohl das Internet mit 46,1% die wichtigste Informationsquelle der Eltern ist, stimmen nur 9,4% der Eltern voll und ganz der Aussage zu, dass das Internet als Informationsquelle hilfreiche Informationen liefert. 31,9% stimmen dem eher zu. Offensichtlich gewinnen die Eltern über das Internet häufig also keine eindeutig zufriedenstellenden Informationen.

Abbildung 51: Aussagen zur Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

6. Fazit und Ausblick

6.1 Fazit

An der vorliegenden Studie nahmen 4.418 Eltern teil. Folglich handelt es sich – auch im Verhältnis zu anderen Studien – um eine zahlenmäßig große Befragung, die durch den hohen Rücklauf für den Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen repräsentative Ergebnisse liefert. Das Angebot der Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen gestaltet sich insgesamt sehr vielfältig und sorgt – vor allem bei den Eltern, die bereits an Familienbildungsmaßnahmen teilgenommen haben – für Zufriedenheit. Trotz des breiten Angebots an Familienbildungsveranstaltungen, wurde es bisher nur von 32% der befragten Eltern genutzt. Daher sollte überlegt werden, wie ein größerer Teil der Elternschaft für die Angebote zu gewinnen ist. Als klares Anliegen der Eltern kristallisierte sich insbesondere eine bessere Bewerbung der Veranstaltungen heraus. Weitere Wünsche beziehen sich hauptsächlich auf mehr Angebote zu den Schwerpunkten Medien und Freizeit. Darauf wird später noch genauer eingegangen.

6.2 Ausblick

Einerseits lassen sich drei allgemeine Empfehlungen ableiten. Andererseits ergeben sich spezifische Ansätze aus dem Vergleich von Bestands- und Bedarfsanalyse.

Es konnten zunächst drei Themenbereiche identifiziert werden, aus denen sich – unabhängig von einem Vergleich von Bestands- und Bedarfsanalyse – Empfehlungen ableiten lassen: Migration, Evaluation und Bedeutung der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen.

Migration als künftige Herausforderung

Migration und Integration wird auf lange Sicht ein großes gesellschaftliches Thema bleiben und damit auch für die Familienbildung eine zentrale Rolle spielen. Wichtig wäre zunächst, Maßnahmen zu ergreifen, damit Migrantenfamilien ebenso adäquat über Familienbildungsmaßnahmen informiert werden können, wie einheimische Familien. Ein erster Schritt kann sein, verschiedene Informationen (z.B. im Internet) mehrsprachig anzubieten. In einem zweiten Schritt ist es empfehlenswert, mehr Angebote zu schaffen, die sich konkret an Migrantenfamilien richten und speziell auf deren Bedürfnisse eingehen. Im Sinne der Integration sollten natürlich prinzipiell alle Angebote Migranten und einheimischen Familien gleichermaßen offenstehen. In manchen Fällen kann es jedoch sinnvoll und notwendig sein, Veranstaltungen anzubieten, die sich explizit an Migrantenfamilien und deren spezifische Bedürfnisse richten. Dass ein gewisser Handlungsbedarf herrscht, wird durch die geringe Zahl der ausländischen Eltern unterstrichen, die bisher Familienbildungsangebote wahrgenommen haben: Sie liegt nur bei 12,3% (binationale Familien: 19,3%).

Durch die Kooperation des Familienzentrums Sonnenhof der Stiftung Hensoltshöhe gGmbH mit dem Amt für Jugend und Familie wurde diese Thematik bereits im Rahmen des vom BMFSFJ

(Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend) geförderten Bundesprogramms „Starke Netzwerke Elternbegleitung für geflüchtete Familien“ fokussiert. Gemeinsam mit den bisher beteiligten Netzwerkpartnern werden derzeit konkrete Projekte/Maßnahmen erarbeitet wie etwa mehrsprachige Informationsmaterialien, Integration von geflüchteten Familien in offene Angebote der Familienbildung, spezielle Informationsveranstaltungen beispielsweise zum Übertritt von Kindern aus der Kita in die Grundschule.

Durchführung von Evaluationen zur Qualitätssicherung

Einen weiteren Handlungsansatz stellt in jedem Fall eine regelmäßige Evaluation der Familienbildungsveranstaltungen dar. Wichtig scheint insbesondere eine turnusmäßige Beurteilung der individuellen Angebote durch die jeweiligen Anbieter. Der zentrale Vorteil liegt darin, dass die Anbieter selbst ihre Angebote noch zielgruppen- und bedarfsorientierter gestalten können, was die Bedeutung der Angebote und die Zufriedenheit der Eltern weiter erhöhen kann. Dies ist im Besonderen dann sinnvoll, wenn Neuerungen – beispielsweise in Bezug auf die Bewerbung der Veranstaltungen – eingeführt wurden. Nur auf diese Weise kann geklärt werden, ob eingeleitete Maßnahmen wirkungsvoll sind.

Ein Ansatz könnten perspektivisch einheitliche Evaluationsbögen sein. Dies bietet insbesondere den Vorteil, dass dadurch eine gute Vergleichbarkeit der Ergebnisse über einen längeren Zeitraum hergestellt und somit eine gute Datenbasis für größere Evaluationen geschaffen werden kann. Gleichzeitig wird den Eltern auf diese Weise signalisiert, an ihren Wünschen und Bedürfnissen interessiert zu sein und so die Angebote mitgestalten zu können. Beide Aspekte sind im Sinne der Qualitätssicherung von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als zentrale Akteure von Familienbildung

Aus den Ergebnissen der Bestandsaufnahme und der Bedarfsanalyse ist eindeutig abzulesen, dass Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für die Eltern im Zusammenhang mit Familienbildung eine große Rolle spielen – als Informationsvermittler oder Veranstaltungsorte. Deshalb ist es ratsam, diese Träger von Familienbildung bei allen perspektivischen Maßnahmen zu Familienbildungsangeboten im Landkreis als zentrale Akteure einzubinden. Konkreter ist zu überlegen, ob Angebote von Bildungs- und Betreuungseinrichtungen prinzipiell für alle interessierten Eltern geöffnet werden können und sich nicht nur auf Eltern von Kindern der jeweiligen Einrichtung zu beschränken. Um zu gewährleisten, dass ‚externe‘ Eltern genauso rechtzeitig von den Angeboten erfahren, ist eine frühzeitige und breite Information über die Angebote notwendig.

Neben diesen drei allgemeinen Handlungsfeldern gibt es solche, die sich aus der Gegenüberstellung der Ergebnisse beider Studienteile – Bestands- und Bedarfsanalyse – ableiten lassen.

Die Angaben in der Bedarfsanalyse lassen eine prinzipielle Aufgeschlossenheit der Eltern gegenüber Familienbildungsmaßnahmen erkennen. Dies zeigt sich bei der Relevanz von Angeboten sowie bei der Zufriedenheit der Eltern. Besonders ersichtlich ist, dass Eltern, die bereits an Familienbildungsmaßnahmen teilgenommen haben, insgesamt größeres Engagement in Bezug auf Familienbildung zeigen. Dies ist an der Bereitschaft, Fahrtstrecken in Kauf zu nehmen ebenso zu erkennen wie an der Offenheit gegenüber Teilnehmergebühren.

Gerade wegen dieser positiven Grundeinstellung gegenüber Familienbildungsmaßnahmen, wäre es wichtig, wenn ein noch größerer Teil der Zielgruppe von diesen Angeboten erreicht werden würde. Bei 68% der Eltern, die noch keine Veranstaltungen besucht haben, besteht viel Potential. Dies gilt speziell deshalb, weil zu erkennen ist, dass Eltern die bereits Angebote wahrgenommen haben, dazu tendieren, dies auch in Zukunft zu tun.

Bewerbung von Veranstaltungen

Besonders ausschlaggebend für den Erfolg der einzelnen Maßnahmen ist, dass die Eltern rechtzeitig davon erfahren, indem die richtigen Informationskanäle bedient werden. Obgleich erfreulicherweise im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen eine klare Mehrheit der (bisher) teilnehmenden Eltern (73,7%) rechtzeitig von den Veranstaltungen weiß, sollte kontinuierlich daran gearbeitet werden, auch die übrigen Eltern noch besser zu informieren, damit auch sie die Möglichkeit haben, Angebote wahrzunehmen. Eine intensivere Bewerbung der Veranstaltungen ist nicht zuletzt deswegen anzustreben, da ein großer Anteil der Eltern (64%), die bislang nicht an Angeboten teilgenommen haben als Grund nannten, dass sie nichts davon wussten. Die Notwendigkeit zu mehr Werbung wird durch ein weiteres Ergebnis unterstrichen: Die meisten Eltern, die angaben, nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren zu haben, führen dies auf zu wenig Werbung zurück.

Aufgrund dieser Resultate ist es gerade in diesem Bereich besonders aufschlussreich, die von den Anbietern genutzten Informationswege mit den Werbemitteln zu vergleichen, über die die Eltern von den Familienbildungsmaßnahmen Kenntnis erlangen.

Das am häufigsten eingesetzte Werbemittel der Veranstalter sind die Aushänge. Ein bedeutender Teil der Eltern wird auf diese Weise über Veranstaltungen informiert. Von Wichtigkeit für die Anbieter und für die Eltern sind außerdem interne Informationsmittel. Darunter sind insbesondere die Mitteilungen (z.B. Elternbriefe) aus den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder zu verstehen. Beide Informationswege werden daher auch in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen und sollten weiter bedient werden.

Weniger eindeutig sind die Ergebnisse in Bezug auf die Bewerbung der Veranstaltungen über die Medien sowie das Internet. Obwohl die Medien als Werbemittel von den Veranstaltern immerhin an dritter Stelle genannt werden, erfahren verhältnismäßig wenige Eltern auf diesem Weg von den Familienbildungsveranstaltungen. Es scheint daher angebracht, durch die Anbieter zu prüfen, wie genau sich die Bewerbung der Angebote über die Medien gestaltet und wo es Verbesserungsmöglichkeiten gibt.

Handlungsansätze ergeben sich vor allem aus den Ergebnissen zum Internet als Werbe- und Informationsmittel im Kontext von Familienbildungsmaßnahmen. Das Internet spielt als Werbemittel für Veranstaltungsangebote für die Eltern derzeit eine untergeordnete Rolle, was damit zusammenhängt, dass es bislang keine Seite gibt, auf der die Eltern einen Gesamtüberblick über die verschiedensten Angebote erhalten. Da die Eltern gleichzeitig bei Fragen zu Familien- und Erziehungsthemen am häufigsten das Internet konsultieren, sollte hier angesetzt werden. Es ist empfehlenswert über den Aufbau einer Internetplattform, auf der alle Anbieter aufgeführt und verlinkt werden, nachzudenken. Auf diese Weise können die Eltern einfach und schnell Veranstaltungen finden, die ihren Bedürfnissen entsprechen. Wird das Angebot einer solchen Internetseite bekannter, könnte dies den positiven Effekt haben, dass die Eltern neben ihren eigenen Internetrecherchen möglicherweise als Informationsquelle für Familienbildungsmaßnahmen häufiger ‚reale Veranstaltungen‘, auf die sie im Internet aufmerksam werden, wählen. Die Bestandsaufnahme ergab, dass bislang nur 17,7% der Anbieter ihre Informationen über Netzwerkpartner verteilen. Eine engere Zusammenarbeit der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen ist weniger als Konkurrenz zu sehen, sondern vielmehr als Vernetzung im Sinne einer besseren Bekanntmachung der Angebote. In beiden Fällen kann sich daraus außerdem der positive Effekt ergeben, dass das Angebot noch bedarfsgerechter gestaltet werden kann, weil sich ein Über- und Unterangebot leichter erkennen lässt.

Zweifelsohne braucht es Zeit, ein Angebot, wie die oben beschriebene Internetplattform aufzubauen und zu etablieren. Daher ist es in der Zwischenzeit weiterhin notwendig, die Informationswege zu nutzen, über die die Eltern am häufigsten – Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Aushänge – von den Veranstaltungen erfahren. Beratungsstellen oder Angebote wie das Netzwerk Junge Familien werden als Informationsquellen zu Familienbildung derzeit verhältnismäßig noch eher selten genutzt. Da durch diese Seite wertvolle Informationen angeboten werden, kann es Sinn machen, über eine Kooperation mit den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen bei der Informationsvermittlung nachzudenken. Eine Sammlung der verschiedenen Informations- und Beratungsangebote über eine zentrale Stelle und die regelmäßige Verteilung über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen könnte perspektivisch eine Möglichkeit darstellen.

Der nächste Abschnitt beschäftigt sich konkreter mit dem Angebot und dem Bedarf in Bezug auf die Veranstaltungen.

Bei den Veranstaltungsarten lässt sich eine hohe Bedeutung der Infoveranstaltungen feststellen. Vergleicht man die Angaben der Eltern zu besuchten und gewünschten Veranstaltungsarten mit den entsprechenden Angaben der Anbieter, zeigt sich eine weitgehende Bedarfsdeckung. Es sollten daher weiterhin ausreichend viele Informationsveranstaltungen angeboten werden, wobei es nicht nachteilig wäre, das Angebot sogar leicht zu erweitern. Der Wunsch der Eltern nach mehr Kursen/Seminaren ist damit zu erklären, dass dieses Format verhältnismäßig selten angeboten wird. Entsprechend scheint eine Aufstockung des Angebots in diesem Bereich überlegenswert. Besonders empfehlenswert ist eine Angebotserweiterung bei den Freizeitangeboten. Obwohl diese Veranstaltungsart von den Anbietern am zweithäufigsten genannt wird und über die Hälfte der Veranstaltungen darstellt, ist der Bedarf der Eltern in diesem Kontext besonders hoch. Widersprüchlich ist vor allem, dass wenige Eltern dieses Veranstaltungsformat genutzt haben, obwohl ein breites Angebot dazu besteht.

Was die Veranstaltungsorte betrifft, zeigt sich die große Bedeutung der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Die meisten Veranstaltungen fanden nach Angaben der Anbieter dort statt und auch die Eltern besuchten hier die meisten Veranstaltungen. Folglich sollten in den Kindergärten/Kitas und den Schulen weiterhin viele Veranstaltungen stattfinden. Für die Anbieter und Eltern hat dies Vorteile: Aus Sicht der Anbieter ist sicherlich ausschlaggebend, dass für diese Räumlichkeiten in der Regel keine Raummieten anfallen, was wiederum positive Auswirkungen für die Gestaltung der Teilnehmergebühren hat. Obwohl insgesamt 65,6% der Eltern prinzipiell bereit sind, einen Beitrag zu entrichten, sollten die Gebühren möglichst niedrig gehalten werden, um mögliche Interessenten nicht abzuschrecken und den Besuch gerade für sozial Schwächere erschwinglich zu machen. Aus der Eltern-Perspektive haben die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als Veranstaltungsorte den Vorteil, dass sie in der Regel gut erreichbar sind. Auf eine gute Auswahl und Erreichbarkeit der Veranstaltungsorte ist in jedem Fall auch deshalb wertzulegen, weil 82,6% der Eltern die gute Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes als Grund für eine Teilnahme nannten.

Ähnliche Ergebnisse wie der Vergleich der Veranstaltungsarten liefert die Gegenüberstellung der Anbieter- und Elternangaben zu den Themen der Veranstaltungen.

In vielen Bereichen scheint das Angebot bereits den Wünschen der Eltern zu entsprechen. Dies gilt beispielsweise für die Themen Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes sowie Schule. Diese Themen werden von den Eltern stark nachgefragt, gleichzeitig gibt es dazu sehr viele Angebote, sodass hier der Bedarf gedeckt zu sein scheint.

Einen starken Wunsch nach mehr Veranstaltungen äußern die Eltern beim Thema Umgang mit Medien. Dazu wurden durch die befragten Anbieter noch verhältnismäßig wenige Veranstaltungen angeboten. Deshalb ist es angemessen, das Angebot in diesem Bereich zukünftig deutlich auszubauen, zumal der Fortschritt im Spektrum Neue Medien und Digitalisierung enorm ist, was für Eltern und Kinder gleichermaßen zur Herausforderung werden kann. Entsprechend sollten Formate geschaffen werden, die Eltern und Kinder in einem sicheren und sinnvollen Umgang mit Medien schulen und begleiten. Der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen hat diesen Handlungsbedarf bereits erkannt: Mit Ende des Jahres 2017 wurde das Schwerpunktthema „Digitalisierung“ durch die Bildungsregion **altmühlfranken** für 2018 festgelegt. Bei den Anmerkungen der Anbieter zu den künftigen Themen ist ebenfalls eine gewisse Sensibilität für diesen Bereich festzustellen. Beides ist äußerst erfreulich – es ist davon auszugehen, dass es perspektivisch gerade für diesen Schwerpunkt zu einer Ausweitung des Angebots kommt.

Eine Möglichkeit, die den Bedarf an Informationen zum Thema Umgang mit Medien und den Wunsch nach Angeboten zur Freizeitgestaltung und Hobbys verbindet, wäre das Angebot von Veranstaltungen, die Kindern und Eltern Errungenschaften des digitalen Zeitalters in Verbindung mit ‚spielerischen Elementen‘ zeigen. So könnte der Spaß-Faktor mit einer angeleiteten Mediennutzung verbunden werden. Geocaching wäre eine Möglichkeit. Um auf die Gefahren im Internet – gerade bezüglich des Schutzes der Privatsphäre – aufmerksam zu machen kann auch über Workshops nachgedacht werden, bei denen die Eltern mit ihren Kindern konkret auf die Tücken des Netzes aufmerksam gemacht werden: Denkbar wäre es, dass die Kinder in einem Kurs – beispielsweise anhand von Facebook – gezeigt bekommen, wie leicht Informationen über sie von anderen Internetnutzern einsehbar sind und gleichzeitig Hinweise erhalten, wie sie sich besser schützen. Ziel könnte der Erwerb eines ‚Internet-Führerscheins‘ sein.

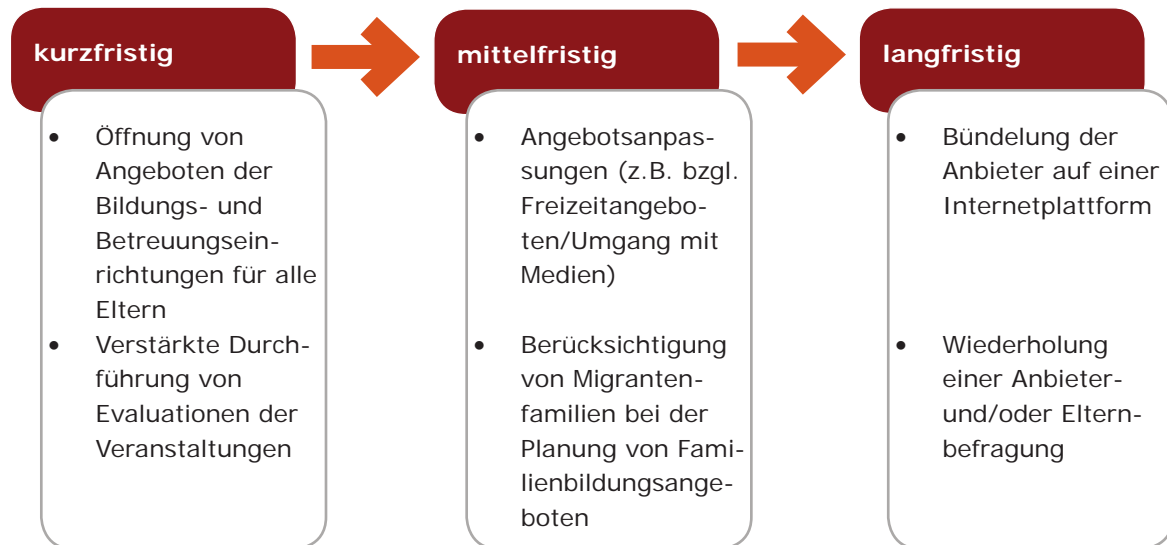
Obwohl Freizeitgestaltung und Hobbys als Thema der Veranstaltungen von den Anbietern am vierthäufigsten genannt wurde, äußern die Eltern einen verstärkten Wunsch nach genau jenen Veranstaltungen. Auch dahingehend ist es empfehlenswert, zu überlegen, wie und in welcher Form diese Angebote ausgebaut werden können.

Bezüglich der Themen wurde eine weitere Gegenüberstellung vorgenommen: Die ‚Lieblingsthemen‘ der Eltern wurden mit den Themenfeldern verglichen, die nach Einschätzung der Anbieter von größtem Interesse sind. Hier zeigen sich besonders bei den Themen „Schule und Lernen“ sowie „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ (hohes Interesse) sowie „Politische Bildung“ und „Zeitmanagement/Haushaltsführung“ (geringes Interesse) Übereinstimmungen.

Betreffend der Zielgruppen ist erfreulich, dass neben den vielen Angeboten für klassische Familien die Alleinerziehenden eine große Rolle spielen. Unter den Angaben in der Kategorie „Sontiges“ wurde durch die betroffenen Eltern immer wieder der Wunsch nach mehr Angeboten für diese Familienform geäußert. Für die Ausrichtung auf weitere Zielgruppen ist zu konstatieren, dass die Angebote an der gesellschaftlichen Realität orientiert sind. Mit Ausnahme der Familien mit Migrationshintergrund ist derzeit kein Handlungsbedarf hinsichtlich einer stärkeren Zielgruppenorientierung zu erkennen. Vor dem Hintergrund der aktuellen Migrationsbewegungen ist in den kommenden Jahren mit einem erhöhten Bedarf an Maßnahmen für Migrantenfamilien zu rechnen. Entsprechend sollte der Ausbau der Angebote dazu frühzeitig fokussiert werden (siehe oben).

Zusammenfassend kann die künftige Planung von Familienbildungsmaßnahmen in drei Zeithorizonte unterteilt werden: kurzfristig, mittelfristig und langfristig.

Abbildung 52: Zeithorizont von möglichen Maßnahmen zur Familienbildung



Quelle: eigene Darstellung

Die kurzfristigen Maßnahmen erfordern relativ wenig Aufwand und können daher recht unmittelbar umgesetzt werden. Die mittelfristigen Handlungsoptionen sind mit höherem Planungsaufwand verbunden und sind erst innerhalb der nächsten Jahre zu realisieren. Bei den langfristigen Ansätzen handelt es sich um Elemente eines Gesamtkonzepts, für dessen Implementierung ein weiter zeitlicher Horizont erforderlich ist.

7. Vergleich mit anderen Studien

Allgemein gibt es nur recht wenige Studien, die Familienbildung als Gesamtkonzept evaluieren und nicht nur einzelne Programme innerhalb von Familienbildungsmaßnahmen analysieren.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der vorliegenden Studie mit zwei weiteren Erhebungen zu Familienbildung verglichen. Zu diesen Studien zählen neben der Evaluation von Familienbildungsmaßnahmen des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) aus dem Jahr 2015 für den Landkreis Eichstätt, die Untersuchungen des Staatsinstituts für Familienforschung (ifb) an der Universität Bamberg aus den Jahren 2002, 2005 und 2015. Bezüglich der Studien des ifb erfolgt eine Beschränkung auf die aktuellste Erhebung.

Angemerkt werden muss, dass eine direkte Gegenüberstellung aufgrund der unterschiedlichen Kontextbedingungen nur bedingt möglich ist. Trotzdem kann ein Vergleich der beiden Studien mit der vorliegenden Erhebung in einigen Punkten durchaus interessante Ergebnisse liefern.

7.1 Vergleich Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Eichstätt 2015/16

In Bezug auf die Befragung im Landkreis Eichstätt wurde das Grundkonzept der Studie übernommen: Erstens beschränkte sich die Befragung auf die Evaluation der Familienbildungsmaßnahmen in einer abgegrenzten Region (einem Landkreis). Zweitens wurden die beiden Kernelemente der Studie – die Bestands- und die Bedarfsanalyse – beibehalten. Sowohl die Begrenzung auf eine Region als auch die Gegenüberstellung von bestehenden Angeboten und den Bedürfnissen der Eltern hatte sich bewährt. Außerdem sollte eine gewisse Vergleichbarkeit der Erhebungen in Eichstätt und Weißenburg-Gunzenhausen möglich sein.

Dennoch wurden an einigen Stellen Modifikationen vorgenommen. So wurde bezüglich der Bestandsaufnahme der Kreis der Anbieter um Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Kirchengemeinden erweitert. Bei der Bedarfsanalyse wurden einige Änderungen bei der Abfrage der demographischen Angaben vorgenommen. Außerdem wurden die Fragebögen für beide Befragungsteile weiterentwickelt.

Während die Eltern der weiterführenden Schulen in Eichstätt über einen Online-Fragebogen befragt wurden, erfolgte bei der vorliegenden Studie eine Beschränkung auf Papierform. Lediglich eine Ausnahme gab es hier: Die Teilnahme an der Befragung sollte auch Eltern ermöglicht werden, die ein Kind zwischen 0 und 3 Jahren haben, das keine Betreuungseinrichtung besucht. Deshalb wurde der Fragebogen zusätzlich als pdf-Version auf den Internetseiten des Landratsamtes zur Verfügung gestellt.

Von größerer Bedeutung ist nun aber der Vergleich der wichtigsten Ergebnisse.

Die Eichstätter Eltern nahmen deutlich häufiger an Familienbildungsangeboten teil (67,8%)⁴², als dies bei den Eltern im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen (32%) der Fall ist und auch die Bereitschaft der Eichstätter Eltern für künftige Teilnahme war höher (Eichstätt: 88,8%, Weißenburg-Gunzenhausen: 65,9%)⁴³.

42 Kunze, Susann/Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (2015): Evaluation der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt 2014/15. Eichstätt, S.4.

43 ebd., S.4.

Dennoch lassen sich an verschiedenen Stellen – vor allem beim Nutzungsverhalten – Ähnlichkeiten erkennen. Dies fängt bereits bei den soziodemographischen Merkmalen an, bei denen sich in beiden Studien eine klare Dominanz eher traditioneller Familien- und Erwerbsstrukturen zeigt⁴⁴. Auch beim konkreten Nutzungsverhalten zeigen sich Ähnlichkeiten: In beiden Studien ist das Interesse an einer Thematik, der ausschlaggebende Grund, eine Veranstaltung zu besuchen. Umgekehrt sind fehlende Informationen zu den Angeboten der Haupthinderungsgrund⁴⁵.

Deutlich wurde in beiden Fällen, dass sich eine bisherige Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen positiv auf das Engagement der Eltern beispielsweise in Bezug auf die Fahrbereitschaft zu Veranstaltungen auswirkt⁴⁶.

Ähnlichkeiten zeigen sich daneben bei den Themenschwerpunkten: Während „Gesunde Lebensweise“ sowie „Schule und Lernen“ für die Eltern in beiden Landkreisen eine große Rolle spielen, ist der Bereich „Recht und Finanzen“ weniger von Bedeutung. Dies setzt sich bei dem Wunsch nach künftigen Angeboten fort⁴⁷. Ein verstärktes Angebot insbesondere zum Thema Medien ist für Eltern in beiden Landkreisen von Interesse⁴⁸.

Während in beiden Studien das Internet als Informationsquelle, um sich über Fragen zu Familie und Erziehung zu informieren, eine elementare Rolle spielt⁴⁹, gibt es bei den Werbemitteln, über die die Eltern von Veranstaltungen erfahren, Unterschiede: In Eichstätt werden die Informationen zu Familienbildungsveranstaltungen vor allem über Freunde und Bekannte weitergegeben⁵⁰. In Weißenburg-Gunzenhausen ist hingegen die Mitteilung aus der Schule das wichtigste Werbemittel. Das Internet ist als Werbeträger in beiden Landkreisen nicht von zentraler Bedeutung, in Weißenburg-Gunzenhausen allerdings noch deutlich unwichtiger.

7.2 Vergleich ifb-Befragung zur Familienbildung in Bayern 2015

Bereits 2002⁵¹ und 2006⁵² wurden durch das ifb Elternbefragungen zu Familienbildung durchgeführt. Die folgende Gegenüberstellung beschränkt sich auf die jüngste Befragung aus dem Jahr 2015⁵³.

Im Gegensatz zu den vom ZFG durchgeführten Studien handelt es sich bei den Erhebungen des ifb um bayernweite Befragungen mittels Stichproben. Im Rahmen der jüngsten Studie wurden rund 1.200 Eltern, die mit mindestens einem minderjährigen Kind im Haushalt leben, mit Hilfe von telefonischen Interviews befragt.

Ähnlich wie bei den Studien für die Landkreise Eichstätt und Weißenburg-Gunzenhausen zeigt sich eine klassische Familien- und Erwerbsstruktur.

44 ebd., S.18.

45 ebd., S.24.

46 ebd., S.21.

47 ebd., S.23.

48 ebd., S.4.

49 ebd., S.5.

50 ebd., S.27.

51 Vgl.: Smolka, Adelheid (2003): Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag. Ergebnisse einer Elternbefragung zum Thema Familienbildung. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

52 Vgl.: Mühlhling, Tanja/Smolka, Adelheid (2007): Wie informieren sich bayerische Eltern über erziehungs- und familienbezogene Themen? Ergebnisse der ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2006. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

53 Neumann, Regina/Smolka, Adelheid (2016): Familienbildung aus Sicht bayerischer Mütter und Väter. Ergebnisse der dritten ifb-Befragung zur Familienbildung. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

Mit 80,1%⁵⁴ haben bei der ifb-Befragung bereits deutlich mehr Eltern an Familienbildungsangeboten teilgenommen (Teilnahme öfter als einmal).

Interessant sind die Ergebnisse bezüglich der Themenbereiche, zu denen sich Eltern Unterstützung wünschen in Relation zu den Schwerpunkten, zu denen dann im Rahmen von Familienbildung Veranstaltungen besucht wurden.

Unter den Themen, zu denen sich Eltern Unterstützung und Information wünschten, wurden am häufigsten die Bereiche „Schule“, „Jugendliche und Pubertät“ sowie „Erziehung“ genannt⁵⁵. Dabei ist es schwierig einen allgemeinen Vergleich zu den ZFG-Studien zu ziehen. Dies liegt daran, dass sich die Studien hier in ihrem Aufbau unterscheiden: Die ifb-Studie unterscheidet zwischen allgemeinem Interesse der Eltern an Themen im Bereich Familie und Erziehung und Interessen an Themen von Familienbildungsmaßnahmen. Bei den vom ZFG durchgeführten Studien werden die Themenbereiche direkt mit Familienbildungsmaßnahmen in Verbindung gebracht. Dennoch spielen die Bereiche Schule und Erziehung für die Eltern in beiden ZFG-Befragungen eine Rolle.

Bei den Themen, zu denen Eltern (die bereits an Angeboten teilgenommen haben) in der ifb-Befragung hauptsächlich Familienbildungsangebote wahrnahmen, weichen die Ergebnisse deutlich von den Ergebnissen in Eichstätt und Weißenburg-Gunzenhausen ab: Mit 91,1% spielten Angebote zur Geburtsvor- und -nachbereitung für die Teilnehmer der ifb-Befragung klar die wichtigste Rolle, gefolgt von Veranstaltungen im Rahmen von Eltern-Kind-Gruppen⁵⁶. Angebote zu „Schwangerschaft und Geburt“ wurden im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen hingegen nur von 5,7% der Eltern wahrgenommen.

Wiederum eine klare Übereinstimmung zeigt sich bei den Bereichen, zu denen sich die Eltern mehr Angebote wünschen: Das Thema Medien spielt für die Teilnehmer der ifb-Befragung ebenfalls eine sehr große Rolle: 66,5% wünschen sich hierzu mehr Veranstaltungen⁵⁷.

Aufgrund der unterschiedlichen Themenpräferenzen weichen auch die wichtigsten Veranstaltungsorte von den Ergebnissen der vorliegenden Studie ab. Hebammenpraxen waren als Veranstaltungsorte bei der ifb-Befragung am wichtigsten⁵⁸. Dennoch spielen auch die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen für die Eltern der ifb-Befragung eine große Rolle: An diesen Orten würden sie sich mehr Veranstaltungen wünschen⁵⁹.

Gemeinsamkeiten zur ifb-Studie zeigen sich dagegen bei den präferierten Veranstaltungsformen und Themenwünschen: Informationsvermittlung in Form von Vorträgen bevorzugen die Teilnehmer beider Studien⁶⁰.

Weiterhin spielt das Internet als Informationsquelle für Fragen zu Erziehung und Familie auch in der ifb-Studie die wichtigste Rolle: Für rund 75% kommt das Internet als Informationsquelle auf jeden Fall oder eher in Frage⁶¹. Als Werbeträger für die Veranstaltungen werden wie auch bei der ZFG-Studie aber gedruckte Informationsmedien bevorzugt⁶².

54 ebd., S.47.

55 ebd., S.26.

56 ebd., S.51.

57 ebd., S.58.


58 ebd., S.52.

59 ebd., S.57.

60 ebd., S.60.

61 ebd., S.38.

62 ebd., S.62.



Unterschiede zu den Ergebnissen der ZFG-Studien sind hingegen wiederum bei den Hemmschwellen für eine Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen festzustellen: Kein Bedarf, Zeitmangel und andere Bedürfnisse sind die am häufigsten genannten Gründe. Der Hauptgrund der vorliegenden Studie – dass die Teilnehmer von den Angeboten nichts wussten – spielte für die Teilnehmer der ifb-Studie hingegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle.

Die Differenzen bei den Ergebnissen sind sowohl auf die Art und Weise der Akquirierung der Zielgruppe als auch auf die unterschiedliche räumliche Ebene der beiden Befragungen zurückzuführen: Das ZFG gewann seine Studienteilnehmer in einem räumlich begrenzten Raum – dem Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen bzw. Eichstätt – vor allem über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder. In der ifb-Befragung handelt es sich bei den Teilnehmern um Mitglieder einer Stichprobe aus der gesamten Grundgesamtheit bayerischer Mütter und Väter mit mindestens einem minderjährigen Kind im Haushalt.

Bei allen drei Studien zeigt sich eindeutig, welche große Bedeutung das Thema Medien für Eltern und Familien hat und wie hoch folglich der Informationsbedarf in diesem Zusammenhang ist. Daneben wurde deutlich, dass das Internet zwar als Informationsquelle bei Fragen rund um das Thema Familienbildung eine Rolle spielt. Die Informationen zu konkreten Veranstaltungen erhalten die Eltern dagegen in der Regel über andere Kanäle. Das bestätigt den Befund, dass hier möglicherweise an einer Zentralisierung der Angebote über das Internet gearbeitet werden kann. Dass die Bündelung von Informationen den Eltern entgegenkommen würde, bestätigt sich durch ein weiteres Ergebnis der ifb-Befragung. Demnach befürworten 78,8% der Befragten eine zentrale Anlaufstelle. Da solche Stellen mit einem deutlichen personellen und finanziellen Aufwand verbunden sind und dies auch unter Umständen größere Veränderungen in bestehenden Strukturen zur Folge hätte, wird der Aufbau einer Internetplattform zur Bündelung der Informationen einmal mehr perspektivisch als sinnvoller Schritt bewertet.

Literaturverzeichnis

Amt für Jugend und Familie Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Geschäftsbericht für das Jugendamt 2016.

Bayerisches Landesamt für Statistik: Ausländische Bevölkerung in Bayern am 31. Dezember 2015. Ergebnisse des Ausländerzentralregisters.

Brüderl, Josef/Hank, Karsten/Huinik, Johannes/Nauck, Bernhard/Neyer, Franz J./Walper, Sabine/Alt, Philipp/Borschel, Elisabeth/Buhr, Petra/Castiglioni, Laura/Fiedrich, Stefan/Finn, Christine/Garrett, Madison/Hajek, Kristin/Herzig, Michel/Huyer-May, Bernadette/Lenke, Rüdiger/Müller, Bettina/Peter, Timo/Schmiedeberg, Claudia/Schütze, Philipp/Schumann, Nina/Thönnissen, Carolin/Wetzel, Martin & Wilhelm Barbara (2017): The German Family Panel (pairfam). GESIS Data Archive, Cologne. ZA5678 Data file Version 8.0.0, doi: 10.4232/pairfam.5678.8.0.0.

Bürgerliches Gesetzbuch

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland

Kunze, Susann/Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (2015): Evaluation der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt 2014/15. Eichstätt.

Mühling, Tanja/Smolka, Adelheid (2007): Wie informieren sich bayerische Eltern über erziehungs- und familienbezogene Themen? Ergebnisse der ifb-Elternbefragung zur Familienbildung 2006. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

Neumann, Regina/Smolka, Adelheid (2016): Familienbildung aus Sicht bayerischer Mütter und Väter. Ergebnisse der dritten ifb-Befragung zur Familienbildung. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

Smolka, Adelheid (2003): Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag. Ergebnisse einer Elternbefragung zum Thema Familienbildung. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb). Bamberg.

Sozialgesetzbuch VIII

Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2017): Bildung in Altmühlfranken 2016/2017.

Zukunftsinitiative **altmühlfranken** des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen (2016): Statistikbericht **altmühlfranken** 2016. Ausgewählte Wirtschafts- und Strukturdaten des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen.

Internetadressen

Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Anstieg der Geburtenziffer in allen Regierungsbezirken Bayerns. www.statistik.bayern.de/presse/archiv/2016/300_2016.php [Stand: 20.11.2017].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Statistikatlas. www.statistik.bayern.de/statistikatlas/atlas.html [Stand: 20.11.2017].

Bundesagentur für Arbeit (2017): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat November 2017. Bayern, Bundesland. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html> [Stand: 03.12.2017].

Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat 2017. Weißenburg-Gunzenhausen. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern/Weissenburg-Gunzenhausen-Nav.html> [Stand: 29.11.2017].

Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung (2017): Bestandserhaltungsniveau. www.bib-demografie.de/SharedDocs/Glossareintraege/DE/B/bestandserhaltungsniveau.html [Stand: 18.11.2017].

o.A. (2017): pairfam - Das Beziehungs- und Familienpanel. www.pairfam.de/ [Stand: 06.01.2018].

Textor, Martin R. (2001): Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. www.ipzf.de/Familienbildung_Jugendhilfe.pdf [Stand: 18.11.2017].

Statistisches Bundesamt (2015): Bundesländer mit Hauptstädten nach Fläche, Bevölkerung und Bevölkerungsdichte am 31.12.2015. www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/LaenderRegionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/Aktuell/02Bundeslaender.html [Stand: 29.11.2017].

Statistisches Bundesamt (2016): Familien mit minderjährigen Kindern in der Familie. www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/Tabellen/2_5_Familien.html [Stand: 18.11.2017].

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 1: | Lage des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen | 16 |
| Abbildung 2: | Entwicklung der Gesamtbevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2004 und 2014 | 17 |
| Abbildung 3: | Entwicklung der Geburtenzahl im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2011 und 2015 | 18 |
| Abbildung 4: | Entwicklung der Sterbefälle im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen zwischen 2001 und 2015 | 18 |
| Abbildung 5: | Altersaufbau der Bevölkerung im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen im bayerischen Vergleich | 19 |
| Abbildung 6: | Bevölkerung zwischen 0 und 18 im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen | 20 |
| Abbildung 7: | Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im 5-Jahres-Vergleich | 21 |
| Abbildung 8: | Zahl der angebotenen Veranstaltungen im Jahr 2016 | 23 |
| Abbildung 9: | Gründe für Absage von Veranstaltungen | 23 |
| Abbildung 10: | Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten | 24 |
| Abbildung 11: | Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen | 24 |
| Abbildung 12: | Ziele der Familienbildungsveranstaltungen | 25 |
| Abbildung 13: | Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung | 26 |
| Abbildung 14: | Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen | 27 |
| Abbildung 15: | Angebotene Veranstaltungsarten | 28 |
| Abbildung 16: | Veranstaltungsorte | 29 |
| Abbildung 17: | Gründe der Anbieter für Wahl des Veranstaltungsortes | 29 |
| Abbildung 18: | Themen der angebotenen Veranstaltungen | 30 |
| Abbildung 19: | Interesse der Eltern an Themen (Angaben der Veranstalter) | 31 |
| Abbildung 20: | Finanzierung der angebotenen Veranstaltungen | 32 |
| Abbildung 21: | Teilnehmergebühren bei Veranstaltungen | 33 |
| Abbildung 22: | Unterstützung bei der Durchführung von Veranstaltungen | 33 |
| Abbildung 23: | Unterstützer der Veranstaltungen zur Familienbildung | 34 |
| Abbildung 24: | Werbemittel der Anbieter | 35 |
| Abbildung 25: | Evaluation der Veranstaltungen | 36 |
| Abbildung 26: | Alter der Mütter und Väter | 38 |
| Abbildung 27: | Familienformen | 38 |
| Abbildung 28: | Erwerbstätigkeit von Müttern und Vätern im Vergleich | 39 |
| Abbildung 29: | Bildungsabschlüsse von Müttern und Vätern im Vergleich | 40 |
| Abbildung 30: | Bildungsniveau der Haushalte | 40 |
| Abbildung 31: | Zahl der Kinder | 41 |
| Abbildung 32: | Alter der im Haushalt lebenden Kinder | 42 |
| Abbildung 33: | Nationalität der Haushalte | 42 |
| Abbildung 34: | Bisherige Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen | 43 |
| Abbildung 35: | Zahl der im Jahr 2016 besuchten Veranstaltungen | 44 |
| Abbildung 36: | Hinderungsgründe für Teilnahme an Familienbildung | 45 |

| | | |
|---------------|--|----|
| Abbildung 37: | Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten | 46 |
| Abbildung 38: | Bereitschaft der Eltern zur Zahlung eines Teilnehmerbeitrags | 47 |
| Abbildung 39: | Höhe eines möglichen Teilnehmerbeitrags | 47 |
| Abbildung 40: | Fahrbereitschaft der Eltern in Bezug auf Familienbildungsmaßnahmen | 48 |
| Abbildung 41: | Informationsquellen der Eltern für Familienbildung | 49 |
| Abbildung 42: | Vergleich der besuchten und gewünschten Veranstaltungsart | 50 |
| Abbildung 43: | Vergleich Themen der besuchten Veranstaltungen und Themenwünsche | 51 |
| Abbildung 44: | Veranstaltungsorte | 53 |
| Abbildung 45: | Bedeutung des Veranstaltungsortes für die Eltern | 54 |
| Abbildung 46: | Gründe für einen Veranstaltungsbesuch | 55 |
| Abbildung 47: | Werbemittel für Familienbildungsmaßnahmen | 56 |
| Abbildung 48: | Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen | 57 |
| Abbildung 49: | Vergleich der Zufriedenheit von Müttern und Vätern mit Familienbildungsangeboten | 58 |
| Abbildung 50: | Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter | 59 |
| Abbildung 51: | Aussagen zur Familienbildung | 60 |
| Abbildung 52: | Zeithorizont von möglichen Maßnahmen zur Familienbildung | 66 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|------------|--------------------|----|
| Tabelle 1: | Themenschwerpunkte | 52 |
|------------|--------------------|----|

Beteiligte Personen

Projekt-Team des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Lisa Hartmann, M.A. (Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin)
- Jasmin Gotschke, M.Sc. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Sebastian Rajca (Studentische Hilfskraft)
- Rafael Maasberg (Studentische Hilfskraft)

Projekt-Team des Landratsamts Weißenburg-Gunzenhausen

- Stefan Lahner (Leiter des Amts für Jugend und Familie)
- Susanne Ott (Projektverantwortliche, Jugendhilfeplanerin)
- Kathrin Kimmich (Leiterin Zukunftsinitiative altmühl**franken**)
- Greta Weisenseel (Kordinatorin des Bündnisses für Familie in der Zukunftsinitiative altmühl**franken**)

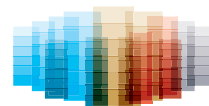
Impressum

© 2018 Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)
Marktplatz 4
D-85072 Eichstätt

Direktor: Prof. Dr. Klaus Stüwe
Tel.: +49 8421/93-21141
Fax: +49 8421/907593
Mail: zfg@ku.de

Redaktion, Inhalt: Lisa Hartmann, ZFG
Layout: Alexandra Ressel, ZFG
Bildnachweis: Titelseite: ©iStock/ monkeybusinessimages

Jeder Nachdruck und jede Vervielfältigung – auch auszugsweise – bedürfen der ausdrücklichen Genehmigung des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.



altmühlfranken
Der starke Süden

Zukunftsinitiative **altmühlfranken**
des Landkreises Weißenburg-Gunzenhausen
Bahnhofstraße 2
91781 Weißenburg i. Bay.
Tel. 09141 902-192
Fax 09141 902-195
info@altmuehlfranken.de
www.altmuehlfranken.de



Landkreis
Weißenburg-Gunzenhausen