



Evaluation der Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt

2014/15



Diese Studie ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie (ZFG) und dem Amt für Familie und Jugend Landkreis Eichstätt.

Wir bedanken uns sehr herzlich für die gute und konstruktive Zusammenarbeit bei

- **den Eltern**
- **den Veranstaltern der Familienbildungsangebote**
- **den Leiterinnen und Leitern sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kindergärten und Kinderkrippen**
- **den Rektoraten und Lehrkräften der Grund-, Mittel-, Realschulen und Gymnasien**
- **KinderWelt e.V.**
- **den Familienhebammen**
- **Landrat Anton Knapp**
- **dem Schulamt und dem bayerischen Bildungsministerium**
- **sowie allen weiteren Beteiligten, welche hier nicht aufgeführt sind.**

Ohne Ihre wertvolle Unterstützung wäre dieses Projekt nicht möglich gewesen!

©2015 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: eva.vierring@ku.de

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.

Redaktion, Layout, Inhalt: Susann Kunze, ZFG
Druck und Bindung: Ledin Offset Handels GmbH

Das Projekt wurde gefördert vom Landratsamt Eichstätt.

Sämtliche personenbezogenen Bezeichnungen im nachfolgenden Text sind geschlechtsneutral zu verstehen. Zur besseren Lesbarkeit werden geschlechtsneutrale oder die männlichen Bezeichnungen verwendet. Frauen sind selbstverständlich mit einbezogen.

Inhalt

Ein paar Daten auf einen Blick	4
In Kurzform: Die wichtigsten Ergebnisse	5
Anlass und Hintergrund der Untersuchung	6
Projektdesign	8
Landkreis Eichstätt	9
Erziehungsverantwortung	11
Ergebnisse der Befragung der Anbieter	13
Ergebnisse der Elternbefragung	16
Ergebnisse einzelner Gemeinden	42
Vergleich mit anderen Studien	47
Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	49
Literaturverzeichnis	51
Beteiligte Personen	52

Ein paar Daten auf einen Blick

18,1% aller Familienhaushalte aus dem Landkreis Eichstätt nahmen an unserer Umfrage teil.

4126 Familien wurden befragt. Das umfasst statistisch 17.259 Personen (Befragte und ihre Familienmitglieder).

67,8% der befragten Eltern haben 2013/14 an einem Familienbildungsangebot teilgenommen.

48,0% der Eltern besuchten eine Veranstaltung zum Thema «Schule und Lernen», 56,6% nahmen ein Angebot zur gesunden Lebensweise wahr.

77,3% aller Eltern sind bereit, an einer Familienbildungsmaßnahme teilzunehmen. 88,8 % geben eine generelle Bereitschaft an, Familienbildungsangebote zu besuchen.

Eines der größten Hemmnisse bildet die Erreichbarkeit: 1904 Eltern erfahren nicht rechtzeitig von Familienbildungsveranstaltungen.

2018 Eltern haben Probleme, die richtige Veranstaltung oder den richtigen Ansprechpartner bei Problemen zu finden.

Die Eltern wünschen sich eine bessere Bewerbung der Angebote.

Viele Eltern wünschen sich eine größere Themenvielfalt. Besonders angeregt wurden die Themen:

- **Umgang mit Medien**
- **gesunde Ernährung**
- **konstruktive Bewältigung des Schulalltags**

In Kurzform: Die wichtigsten Ergebnisse

Das Spektrum der angebotenen Familienbildungsmaßnahmen ist sehr vielfältig. Eine flächendeckende Abdeckung ist tendenziell nicht gegeben. Die Anbieter sind vor allem mit der Zusammenarbeit der jeweiligen Einrichtungen zufrieden.

[Mehr dazu auf Seite 13-15](#)

Insgesamt 4126 Elternhaushalte aus dem Landkreis Eichstätt beantworteten den Fragebogen. Alle Gemeinden sind darunter vertreten. Vor allem Mütter und engagierte Eltern, die jeweils mit ihrem eigenen Familienleben zufrieden sind, haben den Fragebogen beantwortet.

[Mehr dazu auf Seite 16-18](#)

Insgesamt besuchten 65,1% der befragten Eltern ein Familienbildungsangebot. Je nach Gemeinde sind die Eltern unterschiedlich zufrieden mit den Veranstaltungen innerhalb ihrer Gemeinde und des Landkreises. Veranstaltungsbesucher sind zufriedener mit den Angeboten als Eltern, die 2013/14 keine Familienbildungsmaßnahme wahrgenommen haben.

[Mehr dazu auf Seite 19-20](#)

Das Internet bildet für 86,5% der Eltern das entscheidende Medium, um sich zu Fragen um Familie und Kind zu informieren. 21,9% nutzen Angebote ihrer Gemeinde, 14,1% solche des Landkreises.

[Mehr dazu auf Seite 22](#)

Vor allem die Themen «Schule und Lernen» und eine gesunde Lebensweise beinhalteten die besuchten Veranstaltungen. Eltern nahmen vor allem dann an einer Veranstaltung teil, wenn sie das Thema interessierte und die Veranstaltung vom unmittelbaren sozialen Netzwerk empfohlen wurde.

Als Werbemittel bewähren sich in besonderer Weise das unmittelbare soziale Netzwerk und die Bildungs- bzw. Betreuungseinrichtungen der Kinder. Eltern, die 2013/14 keine Veranstaltung besucht hatten, führen das vor allem auf äußere Hemmfaktoren, wie zeitliche Organisation, umständliche Informationsbeschaffung und fehlendes Wissen über das Vorhandensein der Angebote zurück.

[Mehr dazu auf Seite 23-27](#)

Die Bereitschaft, eine Familienbildungsmaßnahme zu besuchen, ist höher als die fehlende Bereitschaft dazu. Jedoch ist die Erreichbarkeit nicht immer gewährleistet. Unterschiede treten zwischen verschiedenen Untergruppen auf:

Haben die Eltern eine 2013/14 Veranstaltung besucht (ja/nein)? Haben die Eltern vor, eine Veranstaltung zu besuchen (ja/nein)?

[Mehr dazu auf Seite 28-31](#)

Eltern wünschen sich vor allem mehr Themen zu den Bereichen Erziehung, Gesundheit, Entwicklung des Kindes und Schule/Beruf. Aktuelle gesellschaftliche Trends oder regionale Ereignisse werden in den konkreten Wünschen offensichtlich und zeigen das hohe Bedürfnis nach aktuellen Themen auf.

[Mehr dazu auf Seite 32-37](#)

Die Eltern wünschen sich generell mehr Veranstaltungen und eine größere Angebotsvielfalt. Die Veranstaltungen sollten stärker nach kindlichen Altersstufen differenziert werden. Ein wichtiger auszubauender Punkt bildet die Bewerbung der Angebote. Die Eltern kritisieren, dass die Angebote sie nicht, kaum oder unzureichend erreichen. Sie schlagen die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als wichtige Informationsvermittler vor. Auch die zeitliche Organisation gestaltet sich für einige Eltern schwierig. Probleme der Kinderbetreuung sind stark verbunden mit der zeitlichen Organisation. Tendenzuell bilden Abendveranstaltungen und eine mögliche Kinderbetreuung während einer Veranstaltung die beste Schnittmenge unter den Eltern. Wünsche, Lob und Kritik zeigen weiterhin den Bedarf dezentraler, regionaler Veranstaltungen auf.

[Mehr dazu auf Seite 37-41](#)

Innerhalb der einzelnen Gemeinden zeigt Böhmfeld den positiven Effekt der Werbung und eines funktionierenden Gemeindezentrums als Begegnungs- und Informationsstätte auf. In Kinding führt ein vielfältiges Angebot zu einer hohen Bereitschaft, erneut Veranstaltungen zu besuchen. Die Gemeinde Pförring zeigt, dass gemeindliches Engagement vor Ort die Zufriedenheit mit den Angeboten der Gemeinde erhöht. Sie ist verbunden mit der Notwendigkeit eines Ausbaus dezentraler Angebote des Landkreises.

[Mehr dazu auf Seite 42-46](#)

Die Untersuchung ermittelt unterschiedliche Handlungsfelder: Der Bekanntheitsgrad der Familienbildung im Landkreis Eichstätt sollte ausgebaut werden. Wichtige Partner bilden hier die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder. Die bestehende Infrastruktur kann für den Ausbau dezentraler Angebote genutzt werden (Kindergärten, Schulen).

[Mehr dazu auf Seite 49-50](#)

Anlass und Hintergrund der Untersuchung

Familienfreundlichkeit als Aktionsfeld kommunaler Politik

Familienfreundlichkeit ist ein wichtiger Standortfaktor für Kommunen. Gerade angesichts wachsender Migrationsbewegungen, von denen auch Kinder und Familien erfasst werden, besteht in Zukunft ein steigender Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen. Familienpolitik ist zudem ein zentraler Faktor für das Wählerverhalten. Aus diesen Gründen bilden familienpolitische Maßnahmen ein wichtiges Aktionsfeld für Kommunen. Der Landkreis Eichstätt ist dabei mit drei Herausforderungen konfrontiert:

Herausforderung 1: Familie und kindliche Entwicklung

Elternschaft ist verbunden mit unterschiedlichen Herausforderungen. Diese betreffen innerhalb der engen¹ Familie unter anderem die Fürsorge für und die Erziehung der Kinder, die Alltagsbewältigung und die Pflege der Partnerschaft. Die kindliche Entwicklung wird von den elterlichen Verhaltensweisen beeinflusst.

Wie interagieren die Eltern untereinander und mit den Kindern? Von welcher Gestalt ist die Eltern-Kind-Beziehung? In welcher Weise und mit welchen Mitteln fördern sie die Entwicklung des Kindes? Welche Erziehungsmethoden und -maßstäbe wenden die Eltern dabei an? Welche Ziele verfolgen sie damit? Wie gestalten die Eltern den Alltag? All diese Fragen spiegeln den Einflussbereich der Eltern auf die Kinder wieder.

Herausforderung 2: Gesellschaft

Familien sind daneben auch in einen gesellschaftlichen Rahmen eingebunden. Technische und mediale Entwicklungen, die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Folgen

¹ Enge Familie bedeutet Eltern(-teil) mit Kindern. Die weiteren Verwandtschaftsverhältnisse, wie Großeltern oder Geschwister der Eltern werden ausgeschlossen.

der heutigen Wissens- und Informationsgesellschaft sind nur einige Punkte, die den Alltag von Familien begleiten. Diese veränderten Lebenswelten von Familien gehen mit Unsicherheiten hinsichtlich der «richtigen» Erziehung der eigenen Kinder und dem Wunsch, seinen Kindern in einer schnelllebigen, komplexen und pluralen Gesellschaft die besten Startbedingungen zu bieten, einher. Zusätzlich zeigt die amtliche Statistik, dass Familienleben nicht normiert abläuft. Der Mikrozensus gibt eine Vielfalt von Familienformen wieder. Daraus folgen auch verschiedene familiäre Entwicklungsverläufe. Die Quintessenz ist: Kinder wachsen heutzutage in unterschiedlichen Rahmenbedingungen auf. Das macht Familienbildungsmaßnahmen notwendig.

Herausforderung 3: Kommunale Ebene

Im ländlichen Bereich sind essentielle Angebote für Familien häufig nur unter bestimmten Mobilitätsanforderungen nutzbar. Dies schränkt Familien ein. Die Heterogenität des Landkreises Eichstätt stellt Planungsorgane vor große Herausforderungen, will er den Bedarf und die Bedürfnisse der Familien abdecken. Auf der einen Seite stehen die zwei Städte Eichstätt und Beilngries. Auf der anderen Seite gibt es ländliche, großflächige Gemeinden wie den Markt Altmannstein oder die Gemeinde Kipfenberg.

Die eingangs erwähnten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die kurz beschriebene besondere Struktur des Landkreises Eichstätt stellt die kommunale Familienpolitik mit ihren unterschiedlichen Handlungs- und Entscheidungsträgern vor große Herausforderungen. Bedarfsgerechte Familienbildungsangebote sollen entsprechend den Bedürfnissen und Interessen der Familien geplant und umgesetzt werden. Grundsätzlich sollen dabei Familien unabhängig von ihrem Wohnort die gleichen Chancen zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten haben.

Evaluation als Instrument für verbesserte Planungssicherheit

Ziele der Untersuchung

Das Ziel dieser Untersuchung ist es, dem Jugendamt eine Bestands- und Bedarfserhebung zur Verfügung zu stellen. Diese ermöglicht mehr Planungssicherheit und zeigt Wege auf, eine effiziente, dezentrale Angebotsstruktur zu entwickeln.

Ausgangslage im Landkreis Eichstätt

Grundsätzlich besteht ein breites Angebot an verschiedenen familienbildenden Maßnahmen im Landkreis Eichstätt. Unklar ist jedoch, ob die Angebotspalette und -menge den tatsächlichen Bedarfen gerecht wird. Die bedarfsgerechte Flächenabdeckung in den einzelnen Gemeinden und die Erreichbarkeit der Maßnahmen sind unbekannt. Die Angebote sind nicht ausgelastet und müssen teilweise aufgrund unzureichender Teilnehmerzahlen ausfallen. Auf der Ebene der einzelnen Gemeinde fehlen zudem Informationen über die bedarfsgerechte Flächendeckung.

Untersuchungsgegenstand

Vor diesem Hintergrund widmet sich diese Untersuchung der Bestands- und Bedarfserhebung zu den Familienbildungsangeboten im Landkreis Eichstätt. Dabei werden drei Punkte berücksichtigt:

1. Struktur des Landkreises und der einzelnen Gemeinden
2. Unterschiede zwischen dem Bestand der Angebote, der Größe und des Nutzungsgrades der Zielgruppe in den einzelnen Gemeinden
3. die Umstände bzw. Motivationen der Eltern, Familienbildungsangebote in Anspruch zu nehmen oder nicht.

Dazu wird der Bestand der Angebote in den einzelnen Gemeinden ermittelt. Die Zielgruppe wird erfasst und deren Bedürfnisse mit den bestehenden Angeboten verglichen, um mögliche Versorgungslücken aufzudecken. Mögliche Hemmfaktoren werden ebenso evaluiert.

Der Ausgangspunkt für die Untersuchung bildet die gesetzliche Grundlage, nach der Eltern einen Anspruch auf eine allgemeine Förderung der Erziehung im Sinne von Familienbildungsangeboten (§ 16 SGB VIII) haben. Dies bildet auch die gemeinsame Arbeitsgrundlage für die Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen.

§ 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 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) Das Nähere über Inhalt und Umfang der Aufgaben regelt das Landesrecht.»

Projektdesign

Die Evaluation der Familienbildungsangebote im Eichstätt Landkreis konzentrierte sich auf eine Bestands- und Bedarfserhebung. Dabei berücksichtigte sie die Struktur des Landkreises, stellte die Unterschiede zwischen den bestehenden Angeboten und der Zielgruppe in den einzelnen Gemeinden dar und ermittelte die Hintergründe für und gegen den Besuch einer Familienbildungsveranstaltung.

Die Beantwortung der Forschungsfragen erfolgte mithilfe von drei unterschiedlichen Instrumenten. Die Bevölkerungsstruktur des Landkreises Eichstätt wird mithilfe von Daten des Statistischen Bundesamtes, des Bayerischen statistischen Landesamtes, des Einwohnermeldeamtes und des Mikrozensus (2011) ermittelt. Die bestehenden Familienbildungsmaßnahmen werden mithilfe eines teilstandardisierten Fragebogens für die Anbieter erfasst. Die Bedarfsanalyse erfolgte mithilfe einer flächendeckenden Elternbefragung (teilstandardisierter Fragebogen).

Die Veranstalter erhielten einen kurzen Online-Fragebogen. Inhaltlich ging es um die Anzahl, Häufigkeit, Themenfelder und Werbemittel für die Veranstaltungen, den Veranstaltungsort (Gemeinde, Gründe für die Ortswahl), die erfahrene Unterstützung, die durchschnittliche Anzahl der Teilnehmer, die Finanzierung und die Ziele der Veranstaltung. Dieser Schritt ermöglicht es, den Nutzungsgrad der Veranstaltungen abzuleiten. Der Link zum Online-Fragebogen wurde an die Einrichtungen mit der Bitte zur Weiterleitung an die Referenten per Mail verschickt.

Die Familien wurden direkt zu ihren Einstellungen, Meinungen und ihrem Nutzungsverhalten in Bezug auf Familienbildungsmaßnahmen befragt (teilstandardisierter Elternfragebogen). Die Eltern mit minderjährigen Kindern bildeten die Zielgruppe. Der überwiegend geschlossene Fragebogen wurde um einige offene Fragen ergänzt, die den Respondenten die Möglichkeit boten, die eigene Meinung, Einschätzung und Wunschvorstellung zum Untersuchungsgegenstand zu formulieren.

Der Fragebogen thematisiert die genutzten Informationsmittel zu Fragen um Familie und Kind, die Veranstaltungsbesuche (Anzahl, Themenfelder, Werbemittel, Gründe für

Konkret stehen folgende Forschungsfragen im Fokus:

1. *Welche Angebote gibt es in den einzelnen Gemeinden?*
2. *Wie groß ist die Zielgruppe?*
3. *Welche Lücken gibt es zwischen den bestehenden Angeboten und der Zielgruppe?*
4. *Inwieweit werden die bestehenden Angebote genutzt?*
5. *Warum besuchen Eltern keine Veranstaltungen?*
6. *Welche Handlungsempfehlungen sind daraus ableitbar?*

den Besuch), die Gründe für keinen Veranstaltungsbesuch, die gewünschten Veranstaltungsthemen, die Mobilität, die Zufriedenheit mit den Angeboten in der Gemeinde und im Landkreis, die Einstellungen und Meinungen zu dem Thema Familienbildung, Wünsche, Kritik und Lob hinsichtlich der Familienbildungsangebote und soziodemographische Merkmale.

Die Fragebögen für die Eltern wurden über verschiedene Kanäle verbreitet. Um eine möglichst breite Masse zu erreichen, wurde ein Aufruf zur Teilnahme an der Befragung in der Lokalzeitung Donaukurier veröffentlicht. Die Elternfragebögen wurden mithilfe verschiedener Einrichtungen im Landkreis verteilt. Über die Grund- und Mittelschulen sowie über die Kindergärten und Kinderkrippen wurde ein paper-and-pencil Fragebogen verteilt (vgl. Anhang A.1). Zudem erfolgte eine Online-Befragung, die sich an Eltern richtete, deren Kinder eine der drei Realschulen bzw. Gymnasien im Landkreis besuchten, deren Kinder durch eine Tagesmutter (über KinderWelt e.V.) betreut wurden sowie über die Familienhebammen.

Die Befragung fand vom 14. September 2014 bis 28. Februar 2015 mit drei Befragungswellen statt. Die erste Welle war die Befragung der Eltern in den Grund- und Mittelschulen. Die zweite Befragung richtete sich an die Eltern von Kindergarten- und Kinderkrippenkindern. Die letzte Befragung (Online-Befragung) erfasste die Eltern über die restlichen Einrichtungen. Zu jeder Welle wurde die Bevölkerung über Zeitungsberichte des Donaukuriers informiert.

Landkreis Eichstätt

Der Landkreis Eichstätt umfasst die beiden Städte Eichstätt und Beilngries, elf Märkte (Altmannstein, Dollnstein, Gaimersheim, Kinding, Kipfenberg, Kösching, Mörsnheim, Nassenfels, Pförring, Titting, Wellheim) und 17 Gemeinden (Adelschlag, Böhmfeld, Buxheim, Denkendorf, Egweil, Eitensheim, Großmehring, Hepberg, Hitzhofen, Lenting, Mindelstetten, Oberdolling, Pollenfeld, Schernfeld, Stammham, Walting, Wettstetten). Auf einer Fläche von 1.214,41 km² befinden sich über 125 000 Einwohner (103 Einwohner/km²). Die Einwohnerzahlen und Flächen der einzelnen Gemeinden des Landkreises sind sehr vielfältig.

Der Markt Altmannstein, die Stadt Beilngries und die Märkte Titting bzw. Kipfenberg sind die Kommunen mit der größten Fläche. Die kleinsten Flächen besitzen Egweil, Lenting, Hepberg und Wettstetten. Die Stadt Eichstätt, Gaimersheim, Beilngries und Kösching bilden die Kommunen mit den höchsten Einwohnerzahlen. Die am dichtesten besiedelten Gebiete bilden Hepberg (585 Einwohner/km²), Lenting (549 Einwohner/km²), Gaimersheim (393 Einwohner/km²) und Wettstetten (378 Einwohner/km²). Die Gemeinden mit der niedrigsten Bevölkerungsdichte sind Titting (37 Einwohner/km²), Mörsnheim (46 Einwohner/km²), Kinding (49 Einwohner/km²) und Adelschlag (54 Einwohner/km²; Daten des Einwohnermeldeamtes).

Insgesamt beheimatet der Landkreis Eichstätt 22.253 Familienhaushalte (vgl. Mikrozensus 2011). Die Verteilung der Familien innerhalb der einzelnen Gemeinden ist sehr unter-

schiedlich (vgl. Tabelle 1). Während in Beilngries, Eichstätt, Gaimersheim und Kösching über 1.500 Familien leben, gibt es in Egweil, Oberdolling und Mörsnheim unter 300 Familien. Überwiegend leben zwischen 250 und 750 Familien in den einzelnen Kommunen des Landkreises Eichstätt.

Auf die jeweilige Fläche der einzelnen Kommunen bezogen (vgl. Tabelle 2) haben Titting (7,3 Familien/km²) und Mörsnheim (8,1 Familien/km²) äquivalent zur allgemeinen durchschnittlichen Bevölkerungszahl die geringste Familiendichte (7,3 Familien/km²). Ähnliches kann für die Kommunen mit der höchsten Familiendichte festgehalten werden: Hepberg (114,5 Familien/km²), Lenting (102,1 Familien/km²), Wettstetten (72,7 Familien/km²) und Gaimersheim (70,8 Familien/km²).

Insgesamt kann von der Anzahl der Familienhaushalte in einer Kommune nicht unbedingt auf die Familiendichte pro km² geschlossen werden. Die Größe der einzelnen Gemeinden spielt hier eine wichtige Rolle. Das wirkt sich auch auf die Mobilitätsanforderungen an die Familien in den einzelnen Gemeinden aus. So benötigt z.B. der Markt Altmannstein mehrere Familienstützpunkte bzw. ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz, in der Gemeinde Hepberg kann sich dagegen ein einzelner zentraler Anlaufpunkt bewähren.

Familienhaushalte	Kommunen
unter 250	Egweil, Oberdolling
250 - 500	Böhmfeld, Hepberg, Kinding, Mindelstetten, Mörsnheim, Nassenfels, Walting, Wellheim
500 - 750	Adelschlag, Buxheim, Dollnstein, Eitensheim, Hitzhofen, Pförring, Pollenfeld, Schernfeld, Stammham, Titting
750 - 1000	Denkendorf, Lenting, Wettstetten
1000 - 1250	Großmehring, Kipfenberg
1250 - 1500	Altmannstein
1500 - 1750	Beilngries
1750 - 2000	Eichstätt, Gaimersheim, Kösching

Tabelle 1: Familienhaushalte in den einzelnen Kommunen
Quelle: Mikrozensus 2011, eigene Berechnungen

Gemeinde	Familienhaushalte	Fläche in km ²	Familien/km ²
Adelschlag	550	51,98	10,6
Altmannstein	1.303	114,3	11,4
Beilngries	1.665	100,1	16,6
Böhmfeld	319	16,28	19,6
Buxheim	698	22,5	31,0
Denkendorf	865	47,88	18,1
Dollnstein	507	40,55	12,5
Egweil	217	9,39	23,1
Eichstätt	1.794	47,84	37,5
Eitensheim	568	15,71	36,2
Gaimersheim	1.996	28,21	70,8
Großmehring	1.199	47,38	25,3
Hepberg	474	4,14	114,5
Hitzhofen	535	33,82	15,8
Kinding	497	51,71	9,6
Kipfenberg	1.020	81,43	12,5
Kösching	1.668	55,6	30,0
Lenting	865	8,47	102,1
Mindelstetten	324	22,72	14,3
Mörnsheim	272	33,48	8,1
Nassenfels	384	18,46	20,8
Oberdolling	246	19,37	12,7
Pförring	674	43,54	15,5
Pollenfeld	553	45,66	12,1
Schernfeld	571	52,22	10,9
Stammham	695	39,04	17,8
Titting	519	71,09	7,3
Walting	459	39,77	11,5
Wellheim	458	33,81	13,5
Wettstetten	908	12,49	72,7
Gesamt	22.803	1214,41	18,8

*Tabelle 2: Familienhaushalte in den einzelnen Kommunen
Quellen: Mikrozensus 2011, Einwohnermeldeamt 2010, eigene Berechnungen*

Erziehungsverantwortung

Diese Studie evaluiert die Familienbildungsangebote im Eichstättler Landkreis. Die untersuchten Programme zielen auf eine Stärkung der elterlichen Erziehungsverantwortung. Was ist Erziehungsverantwortung und in welchem Rahmen ist sie eingebettet? Dieser Frage wird im Folgenden nachgegangen. Zwei unterschiedliche Perspektiven bilden den Ausgangspunkt für eine Definition von Erziehungsverantwortung: Der juristische Rahmen zeigt auf, welchen gesetzlichen Bestimmungen Eltern unterliegen. Die Pädagogik bietet mit ihren zahlreichen wissenschaftlichen Theorien und Erkenntnissen die zweite Voraussetzung für die Bestimmung des Begriffs «Erziehungsverantwortung». Dazu werden der Erziehungsbegriff und die Erziehung in der Familie erläutert.

Juristischer Rahmen¹

Neben zahlreichen anderen Aufgaben (vgl. BGB §§ 1626, 1631) sollen Eltern ihre Kinder erziehen. Das Grundgesetz, das SGB VIII und das KKG geben den Eltern ebenso das Recht und die Pflicht auf die Pflege und Erziehung der Kinder. So heißt es:

«Pflege und Erziehung der Kinder sind das natürliche Recht der Eltern und die zuvörderst ihnen obliegende Pflicht. Über ihre Betätigung wacht die staatliche Gemeinschaft.»
(Art. 6 Abs. 2 GG; SGB VIII § 1 Abs. 2, KKG § 1 Abs. 2)

Das Grundrecht der Eltern auf die Erziehung ist verbunden mit ihrer Erziehungspflicht. Dabei markieren die Grundrechte und das Wohl des Kindes eine Grenze für die Eltern (siehe *«Schutzauftrag bei Kindeswohlgefährdung»*; SGB VIII §8a; *«Entwürdigende Erziehungsmaßnahmen sind unzulässig»* in BGB § 1631 Abs. 2).

Welche Rechte und Pflichten haben Eltern aber nun genau? Das Bürgerliche Gesetzbuch konkretisiert beide Punkte mit dem BGB § 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.»
(BGB §1626 Abs. 2)

Diese juristische Grundlage gibt Eltern das Recht und die Pflicht auf die Erziehung ihrer Kinder. Das Wohl des Kindes bildet die Grenze dieses Elternrechts. Innerhalb der Erziehung sollen Eltern den Entwicklungsstand ihres Kindes berücksichtigen und darauf in ihrem Erziehungsstil eingehen. Was bedeutet aber nun Erziehungsverantwortung? Der Beantwortung dieser Frage nähert sich der nächste Abschnitt an.

Wissenschaftlicher Standpunkt

Erziehung bedeutet die ganzheitliche, individuelle Förderung des Kindes innerhalb sozialer Handlungen. Sie zielt auf die dauerhafte Persönlichkeitsentwicklung des Kindes oder Jugendlichen ab und bereitet durch die Vermittlung von kulturellem Wissen, Verhaltensregeln und Normen auf die Gesellschaft vor.²

Der Familie kommt bei der Erziehung und Entwicklung der Kinder eine bedeutsame, wenn nicht sogar die wichtigste Funktion zu (vgl. Tschöpe-Scheffler 2005: 12). Sie fördert die emotionale, soziale und kognitive Entwicklung des Kindes von Geburt an. Das beeinflusst die kindliche Persönlichkeitsentwicklung in besonderer Weise. Daneben bietet die Familie idealerweise einen Ort der Geborgenheit, Sicherheit, Anregung und emotionaler Nähe, in der das Kind seine Fähigkeiten entwickeln kann.

Erziehung erfolgt dabei nicht in einem luftleeren Raum. Die Gesellschaft und familiäre Faktoren beeinflussen, welche Erziehungsziele als wichtig erachtet werden (vgl. Klafki et al. 1986). In der Gesellschaft sind es die Leitvorstellungen von Politik, Wirtschaft, Kirchen und Verbänden. Familiäre

¹ Gesetzestexte aus: Grundgesetz: http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_6.html, Stand: 20.02.2014; Sozialgesetzbuch SGB VIII (Kinder- und Jugendhilfe): http://www.gesetze-im-internet.de/sgb_8/, Stand 20.02.2014; Gesetz zur Kooperation und Information im Kinderschutz KKG: <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/kkg/gesamt.pdf>; Stand: 20.02.2014.

² vgl. u.a. Brezinka 1991, Gudjons 1999 Danner 1985, Niederbacher, Zimmermann 2011, Wild, Lorenz 2009.

Faktoren umfassen die Umweltbedingungen, innerhalb derer sich die Familie befindet, ihre soziokulturelle Einbettung, ihre ökonomische Lage und die Persönlichkeitsmerkmale der Eltern. Trotz der Pluralität und Unterschiedlichkeit von Erziehungszielen, können vier Schwerpunkte von Erziehungs- und Entwicklungszielen gebildet werden (vgl. BMFSFJ 2005: 10), welche auch für die «Erziehungsverantwortung» eine wichtige Rolle spielen:

Die *bedürfnisorientierte Perspektive* orientiert sich an den Grundbedürfnissen der Kinder und bildet die Voraussetzung für eine positive kindliche Entwicklung. Die kindlichen Bedürfnisse umfassen das Streben nach Autonomie, nach Kompetenz und nach sozialer Bezogenheit. Die *individuelle Perspektive* zielt auf Befähigung zu einer autonomen und eigenverantwortlichen Lebensführung. Die *soziale Perspektive* betrifft den Aufbau sozialer Kompetenzen, die Empathieentwicklung, die Kooperation und die Konfliktlösungsfähigkeit. Sie umfasst aber auch die Herstellung und das Aufrechterhalten zufriedenstellender zwischenmenschlicher Beziehungen. Die letzte Kategorie bildet die *moralische Perspektive*. Diese betont den Aufbau von Wertvorstellungen, anhand derer sie beurteilen können, was richtig und falsch ist.

Für die Umsetzung der Erziehungsziele und die Stärkung der Erziehungsverantwortung, ist es unerlässlich, die Elternkompetenzen zu fördern. Zu den wichtigsten Elternkompetenzen gehören (vgl. Schneewind, Berkic 2007: 645f.; Minsel 2007: 303; BMFSFJ 2005: 13):

- Wissen und Wissensaneignung über das Kind und seine Entwicklung
- Selbstreflexion, Selbstkontrolle
- Beziehungskompetenzen
- Erkennen und Entwickeln kindlicher Entwicklungspotentiale
- Gestalten und Aufrechterhalten einer entwicklungsförderlichen Umgebung
- Vertrauen in die eigene Handlungsfähigkeit
- Entschlossenheit und Konsistenz im eigenen Handeln
- Anpassung des Handelns an kindlichen Entwicklungsstand

Aus der juristischen und pädagogischen Perspektive wird der Begriff «Erziehungsverantwortung» abgeleitet.

Erziehungsverantwortung – eine Arbeitsdefinition

Eltern haben die Pflicht und die Verantwortung, die Persönlichkeit ihres Kindes ganzheitlich zu fördern und das Kind auf die Gesellschaft vorzubereiten. Erziehungsverantwortung aus *juristischer Sicht* umfasst folgende Bereiche

- Ausübung der Erziehungspflicht
- Schutz des Kindeswohls
- entwicklungsangemessene Förderung von Begabungen

Aus *pädagogischer Sicht* können folgende Bereiche zur Erziehungsverantwortung gezählt werden:

- Berücksichtigung der kindlichen Bedürfnisse
- Eltern als Vorbilder
- Förderung der individuellen Entwicklung
- Vermittlung und Förderung der kindlichen sozialen Kompetenzen
- Unterstützung bei der Entwicklung moralischer Wertvorstellungen

Ergebnisse der Befragung der Anbieter

Fünf der zwölf Veranstalter haben den Fragebogen für die Anbieter beantwortet. Unter den Respondenten gab es keine Referenten. Die Veranstalter der *elfe* sind:¹

- Volkshochschule Eichstätt
- Volkshochschule Beilngries
- Volkshochschule Ingolstadt
- KDFB - Diözesanverband Eichstätt
- Kolping Diözesanverband Eichstätt
- KEB - Katholische Erwachsenenbildung im Bistum Eichstätt
- Sozialdienst katholischer Frauen e.V., Katholische Beratungsstelle für Schwangerschaftsfragen
- Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Ingolstadt
- Erziehungs- und Familienberatung Eichstätt
- Erziehungs- und Familienberatung Ingolstadt, Psychische Beratungsstelle für Kinder, Jugendliche und Familien
- Bischöfliches Ordinariat, Hauptabteilung Seelsorge/Weiterbildung, Referat Ehe und Familie
- Evangelisches Forum, Erwachsenenbildung im Dekanatsbezirk Ingolstadt

Abgehaltene Veranstaltungen

Die Anzahl der abgehaltenen Veranstaltungen in den Jahren 2013 und 2014 unterscheidet sich stark zwischen den verschiedenen Anbietern. Sie reichen von 18 bis zu 106 Veranstaltungen innerhalb des genannten Zeitraums. Die einzelnen Veranstaltungen wurden unterschiedlich häufig angeboten. Sie reichen von einmalig stattfindenden Angeboten bis hin zu jährlich abgehaltenen Veranstaltungen. Bei den jährlich abgehaltenen Angeboten können die Inhalte der Veranstaltungen voneinander abweichen.

«unterschiedlich, manche nur einmalig, andere schon mehr als 20x»

«jährlich mit wechselnden Inhalten»

¹ Die *elfe* ist eine Arbeitsgemeinschaft für Eltern-Familie-Erziehung im Landkreis und stellt die Familienbildungsangebote der Region halbjährlich zusammen.

Themen	N (Anbieter)
Schule und Lernen	1
gesunde Lebensweise	4
<i>Sport</i>	4
<i>Gesundheit</i>	1
<i>Ernährung</i>	3
<i>Suchtprävention</i>	0
kindliches Verhalten und kindliche Entwicklung	2
Familie und Elternsein	3
Umgang mit Medien	1
Recht und Finanzen	2

Tabelle 3: Wie viele Anbieter bieten welche Themenfelder an?, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Bei einem Veranstalter gab es durchschnittlich 5 bis 9 Teilnehmende, bei jeweils zwei Anbietern nahmen 10 bis 14 bzw. 15 bis 19 Eltern im Mittel an den Veranstaltungen teil. Die Teilnehmerzahl von mindestens 20 Personen wurde bei keinem Veranstalter überschritten.

Zwei Anbieter finanzieren ihre Veranstaltungen durch Teilnahmegebühren. Bei drei der Befragten erfolgt die Finanzierung über ein Konglomerat von Teilnahmegebühren, der gebuchten Einrichtung/Gemeinde und des Jugendamtes. Kein Anbieter wurde ausschließlich über eine Einrichtung, eine Gemeinde oder das Jugendamt finanziert.

Themengebiete

Die angebotenen Veranstaltungen deckten die Themen Recht/Finanzen (N=2), Familie/Elternsein (N=3), Gesundheit (Ernährung: N=3, Gesundheit im Allgemeinen: N=1, Sport: N=4), Entwicklung und Verhalten des Kindes (N=2), Familie und Elternsein (N=3), Umgang mit Medien (N=1) sowie Schule und Lernen (N=1) ab. Zu dem Themenbereich Suchtprävention fanden keine Veranstaltungen durch die Respondenten statt.

Daneben thematisierten die Veranstaltungen die Paarbeziehung, die musikalische Erziehung, die religiöse Erziehung sowie Themen um die Bereiche Freizeit und Kreativität.

Werbung

Alle Anbieter bewarben ihre Veranstaltungen über das Internet. Weiterhin machten sie über Plakate (N=3), Flyer (N=3) und die Schaukästen der einzelnen Gemeinden (N=2) auf ihre jeweiligen Veranstaltungen aufmerksam. Daneben warben sie über ein eigenes Programmheft, interne Verbandsrundschriften und einen Mail-Verteiler an die interessierte Zielgruppe und ein Roll up.

Wirkungskreis der Anbieter

Der Wirkungskreis der Veranstalter variiert: Zwei Anbieter halten Veranstaltungen im Eichstätter Bistum ab. Drei Veranstalter sind lokal begrenzt auf die Stadt Eichstätt, Ingolstadt bzw. Beilngries. Konkret nennen die Veranstalter Kindergärten, Schule, ihre internen Schulungsräume und Ortsverbände als Veranstaltungsorte.

Auswahl der Veranstaltungsorte

Die Veranstalter hatten die Möglichkeit, für drei Veranstaltungen ihre Auswahl in Mehrfachantworten zu begründen («Warum haben Sie den Veranstaltungsort ausgesucht?»). Die Auswahl der Veranstaltungsorte führen die Respondenten vorwiegend auf die gute Erreichbarkeit für die Teilnehmenden (N=6) und die eigene persönliche Erreichbarkeit («Ich wohne in dieser Gemeinde»: N=6) zurück. Daneben ist eine gute Zusammenarbeit mit der örtlichen Einrichtung (z.B. Schule, Kindergarten, Kinderkrippe; N=3) und der Vorgabe des Veranstaltungsortes (N=3) von Bedeutung für die Auswahl des Veranstaltungsortes. Eine gute Zusammenarbeit mit der Gemeinde nannte nur ein Anbieter.

Die Respondenten führten daneben die gute Zusammenarbeit mit den Ortsverbänden und ihren Ansprechpartnern sowie die Lokalität des Veranstaltungsortes («öffentliches Gebäude, Schule», «wir sind eine kommunale Einrichtung», «Amtssitz», «Bildungshäuser des Bistums, da optimales Raum-, Medien und Verpflegungsangebot») als Gründe für die Ortsauswahl an. Die Auswahl der Veranstaltungsorte hängt stark

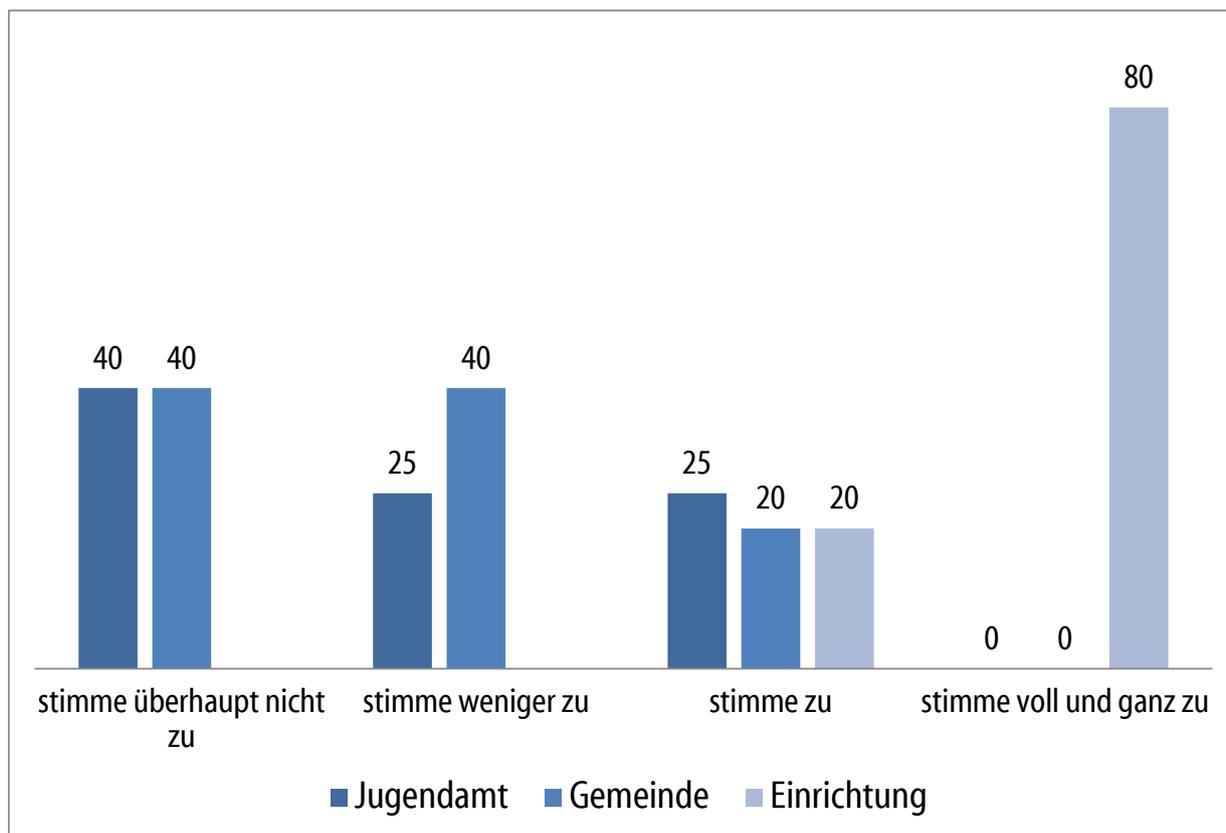


Abbildung 1: Erfahrene Unterstützung durch das Jugendamt, die Gemeinde und die Einrichtung (Schulen, Kindergärten etc.)

Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Ziele der Anbieter:

«Junge Eltern und Familien in Fragen der gesunden Ernährung und Alltagsbewegung unterstützen, Netzwerk von 0 -3 Jahren und von 3 - 6 Jahren, Kosten der Veranstaltungen übernimmt der Bayerische Staat (vorherige Frage konnte nicht richtig beantwortet werden.»

«Stabilität von Paarbeziehungen Befähigung zur Erziehung»

« Dass wir als Bildungseinrichtung für Erwachsene auch diese Zielgruppe abdecken, wir möchten ein breitgefächertes Angebot bereitstellen, dass möglichst viele unterschiedliche Interessenten zufriedenstellt.»

«Unterstützung durch Bildungs- und Austauschangebote der Frauen und Familien in ihren individuellen persönlichen Lebenslage und Bedarf»

«Grundbildung, Weiterbildung Soziale Kompetenz bei den Teilnehmern»

mit den Organisationsmöglichkeiten, der Infrastruktur, dem Zuständigkeitsbereich des Anbieters und der eigenen Organisationsform zusammen.

Unterstützung

Die Frage «Inwieweit stimmen Sie der Aussage zu: Wenn ich eine Veranstaltung biete, werde ich gut unterstützt.» («1=stimme überhaupt nicht zu»; «4=stimme voll und ganz zu») ermittelt, die wahrgenommene Unterstützung durch die jeweiligen Einrichtungen (z.B. Schulen, Kindergärten), Gemeinden und das Jugendamt. Die Veranstalter fühlen sich von der Einrichtung am Meisten unterstützt (MW=3,8), danach folgen die Gemeinde (MW=1,8) und das Jugendamt (MW=1,8). Die Häufigkeitsverteilungen der Zustimmungswerte verhärteten diesen Trend noch (vgl. Abbildung 1) und zeigen ein wichtiges Handlungsfeld auf: Die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen der Gemeinde bzw. dem Jugendamt und den Anbietern ist unerlässlich.

Ziele

Auf die Frage «Was möchten Sie mit Ihrer Veranstaltung bzw. Ihren Veranstaltungen erreichen?» antworteten alle fünf Respondenten. Die Anbieter möchten Familien grundsätzlich

durch ihre Angebot unterstützen. Jeder der Anbieter bildet dabei einen eigenen Fokus. Dies ermöglicht eine vielfältige Themenabdeckung von der gesunden Ernährung, Familie/ Elternsein, Erziehung bis hin zur Kompetenzbildung der Eltern. Sie bilden damit eine wertvolle Ressource für Familienbildungsmaßnahmen.

Fazit und Diskussion

Insgesamt lassen sich durch die Befragung der Anbieter erste Handlungsfelder erkennen. Ein Problemfeld der Befragung an sich bildet die niedrige Rücklaufquote, weswegen die Ergebnisse nicht alle potentiellen Handlungsfelder aufzeigen können.

Ersichtlich wird, dass die Zusammenarbeit zwischen den Anbietern und den Gemeinden bzw. den Jugendämtern ausgebaut werden sollte. Zudem ist nicht garantiert, dass alle Gemeinden über die Anbieter hinreichend abgedeckt werden.

Die Themenvielfalt der Anbieter bietet ein großes Potential. Abgesehen von der Suchtprävention decken die Anbieter alle Themenfelder ab, die der Stärkung der elterlichen Erziehungsverantwortung dienen.

Ergebnisse der Elternbefragung

Überblick

Dieser Abschnitt bildet den Schwerpunkt der Untersuchung. Zuerst betrachtet er die Rücklaufquote und die soziodemographischen Merkmale der Respondenten.

Im Anschluss wird aufgezeigt, wie zufrieden die Eltern mit den Angeboten in ihrer Gemeinde bzw. im Landkreis Eichstätt sind. Danach werden die Informationsmittel vorgestellt, welche die Eltern zu Fragen rund um die Familie und das Kind nutzen. Beantwortet wird auch die Frage: Wie weit würden die Eltern für eine Veranstaltung fahren?

Weiterhin wird aufgezeigt, wie viele Respondenten eine Veranstaltung besucht haben und welche Themen die besuchten Angebote beinhalteten. Danach werden die Gründe für oder gegen die Teilnahme an einer Familienbildungsmaßnahme aufgezeigt. Welche Werbemittel die Eltern auf die Veranstaltung aufmerksam machten, behandelt der nächste Abschnitt.

Die Einstellungen und Meinungen zu Familienbildungsangeboten werden nachfolgend beschrieben und genauer spezifiziert.

Welche Angebote sich die Eltern wünschen, beschreibt der nächste Punkt. Zum Schluss werden die offenen Antworten zu den Wünschen, zu Lob und Kritik an Familienbildungsangeboten vorgestellt.

Rücklaufquote

Insgesamt 4198 Elternhaushalte beantworteten den Fragebogen. Davon stammen 72 Respondenten nicht aus dem Landkreis Eichstätt. Da sich die Befragung auf den Landkreis Eichstätt bezieht, müssen diese Personen aus der Auswertung ausgeschlossen werden.

Sie stammen aus der Stadt Ingolstadt (N=27) und den Landkreisen Cham (N=1), Neuburg-Schrobenhausen (N=4), Neu- markt (N=2), Neustadt an der Aisch (N=1), Pfaffenhofen an der Ilm (N=9), Riedenburg (N=5), Roth (N=16) und Weißenburg-Gunzenhausen (N=7).

Damit reduzierte sich die Anzahl der Befragten auf 4126 Personen. 18,1% aller Familienhaushalte aus dem Landkreis Eichstätt beantworteten damit den Fragebogen. Die durchschnittliche Familiengröße umfasst 2,24 Kindern und 94,3% geben eine bestehende Partnerschaft an. Werden Kinder und Partner mitberücksichtigt, erreichte unsere Umfrage 17.259 Personen (Befragte, Partner, Kinder). Für jede Gemeinde sind Daten verfügbar (vgl. Tabelle 4). Die höchste Rücklaufquote mit 27,2% findet sich in der Gemeinde Kinding, gefolgt von Pollenfeld (25,5%), Hitzhofen (24,9%), Schernfeld (24,3%) und Titting (24,3%). Insgesamt ist es damit besonders bei den kleinen Gemeinden gelungen, die Eltern für die Befragung zu aktivieren. Für 92 Personen liegen keine Angaben zu ihrer Gemeinde vor. Dennoch wurden diese in die Befragung mit einbezogen. Die Ergebnisse gelten insgesamt als repräsentativ für den Landkreis Eichstätt.

Gemeinde	Familien- haushalte	abgegebene Fragebögen	Rücklaufquote Angabe in %
Adelschlag	550	119	21,64
Altmannstein	1.303	178	13,66
Beilngries	1.665	266	15,98
Böhmfeld	319	64	20,06
Buxheim	698	91	13,04
Denkendorf	865	158	18,27
Dollnstein	507	85	16,77
Egweil	217	48	22,12
Eichstätt	1.794	316	17,61
Eitensheim	568	86	15,14
Gaimersheim	1.996	347	17,28
Großmehring	1.199	125	10,43
Hepberg	474	65	13,71
Hitzhofen	535	133	24,86
Kinding	497	135	27,16
Kipfenberg	1.020	136	13,33
Kösching	1.668	297	17,81
Lenting	865	155	17,92
Mindelstetten	324	58	17,90
Mörnsheim	272	56	20,59
Nassenfels	384	72	18,75
Oberdolling	246	35	14,23
Pförring	674	121	17,95
Pollenfeld	553	141	25,50
Schernfeld	571	139	24,34
Stammham	695	140	20,14
Titting	519	126	24,28
Walting	459	103	22,44
Wellheim	458	62	13,54
Wettstetten	908	177	19,43
ohne Angabe		92	
Gesamt	22.803	4.126	18,09

Tabelle 4: Verteilung der Befragten in den einzelnen Gemeinden und Rücklaufquoten für die einzelnen Gemeinden

Quellen: Mikrozensus 2011, Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Soziodemographische Merkmale

88,0% der Respondenten sind Mütter und 12,0% sind Väter. Vor allem die Mütter der Familienhaushalte haben damit den Fragebogen beantwortet. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung des Eichstätter Landkreises mit einem fast ausgewogenen Geschlechterverhältnis sind Frauen deutlich überrepräsentiert. Ein traditionelles Rollenverständnis mit der Mutter in der Rolle des «gate-keepers» kann dieser Bevölkerungsuntypischen Verteilung zugrunde liegen.

Die meisten Respondenten sind verheiratet (90,1%). 4,2% leben in einer nichtehelichen Lebensgemeinschaft, 0,6% sind verwitwet, 1,5% sind geschieden und 3,6% sind alleinerziehend.

Die traditionelle Rollenverteilung der Familien weisen auch die Beschäftigungsverhältnisse auf. Insgesamt gehen 21,4% der Eltern einer Vollzeitbeschäftigung nach. Die Vollerwerbsquote der Väter liegt bei 91,6% und der Mütter bei 11,4%. Teilzeitbeschäftigt sind insgesamt 42,6% der Eltern. 48,1% der Mütter und 3,5% der Väter üben diese Beschäftigungsform aus. Dieser Trend setzt sich unter den geringfügig Be-

schäftigten (insgesamt: 13,7%), den nicht Erwerbstätigen (insgesamt: 16,6%) und den anderweitig Beschäftigten (insgesamt: 5,6%) fort.

Die Befragten haben im Durchschnitt 2,24 Kinder. Damit haben die Befragten im Mittel mehr Kinder als die durchschnittliche Bevölkerung des Landkreises Eichstätt (ca. 1,75 Kinder pro Familienhaushalt; vgl. Mikrozensus 2011).

0,2% der Respondenten sind mit dem ersten Kind schwanger, 16,2% haben ein Kind, 52,5% haben zwei Kinder, 23,8% haben drei Kinder, 5,4% haben vier Kinder, 1,4% haben fünf Kinder und 0,4% haben mehr als fünf Kinder. Die Kinder werden vorwiegend vom nächstliegenden Familienkreis betreut (Eltern und Großeltern). Dabei beteiligen sich beide Elternteile aktiv an der Kinderbetreuung. Nur in 27,2% der Fälle betreut allein der Respondent eines seiner Kinder.

Die befragten Eltern sind überwiegend zufrieden (43,0%) oder sehr zufrieden (51,7%) mit ihrem Familienleben (vgl. Abbildung 2).

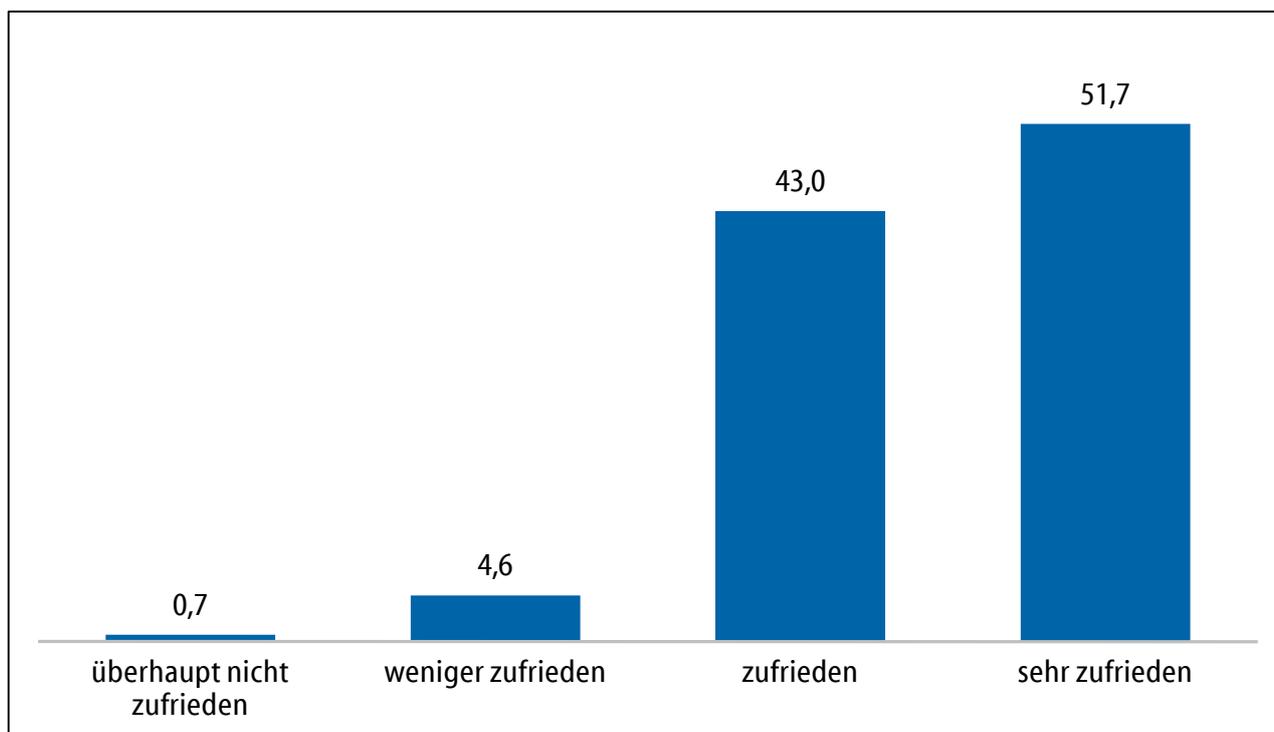


Abbildung 2: Zufriedenheit mit dem Familienleben (N=3992)
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Familienbildungsangebote: Teilnahme und Zufriedenheit

Insgesamt besuchten 67,8% der befragten Eltern ein Familienbildungsangebot (vgl. Tabelle 5). Auf der kommunalen Ebene nahmen in jeder Gemeinde über 50,0% der Respondenten an einer Familienbildungsmaßnahme teil. In den Gemeinden Kinding (77,9%), Walting (72,7%), Beilngries (71,4%), Buxheim (70,1%) und Titting (69,3%) besuchten die meisten Eltern eine Veranstaltung.

Durchschnittlich nahmen die Eltern 2013 und 2014 an 2,80 Veranstaltungen teil. Die Anzahl der besuchten Veranstaltungen unterscheidet sich in den einzelnen Gemeinden. Während Eltern, die in Wellheim (4,56), Eichstätt (3,10), in Walting (3,09), in Eitensheim (3,07) und Kipfenberg (3,04) überdurchschnittlich viele Veranstaltungen besuchten, liegt die Anzahl der besuchten Veranstaltungen in Egweil (2,20), Nassenfels (2,28), Mörsheim (2,30) und Hepberg (2,33) deutlich unter dem Durchschnitt.

77,3% aller Eltern sind bereit, eine Familienbildungsmaßnahme zu besuchen.

Die Zufriedenheit mit den Familienbildungsangeboten in der eigenen Gemeinde und im Landkreis Eichstätt wurde mithilfe von zwei vierstufigen Skalenabfragen ermittelt («Wie zu-

frieden sind Sie mit den Angeboten in ihrer Gemeinde?», «Wie zufrieden sind Sie mit den Angeboten im Landkreis Eichstätt?», «1=überhaupt nicht zufrieden»; «4=voll und ganz zufrieden»). Die Eltern geben überwiegend höhere Zufriedenheitswerte mit dem Landkreis als mit der Gemeinde an. Ausnahmen bilden hier Pförring, Nassenfels und Böhmfeld. In allen drei Gemeinden sind die Eltern zufriedener mit den Angeboten ihrer Gemeinde als mit denen des Landkreises.

Die höchsten Zufriedenheitswerte mit den Familienbildungsangeboten in ihrer Gemeinde erreichen Böhmfeld, Pförring, Adelschlag, die Stadt Eichstätt und Buxheim. In den Gemeinden Buxheim, Adelschlag, Mörsheim, Böhmfeld und Walting sind die Eltern mit den Angeboten des Landkreises am Meisten zufrieden.

Werden die Eltern dahingehend unterschieden, ob sie eine Veranstaltung besucht haben oder nicht, sind die Eltern, die an einer Veranstaltung teilgenommen haben, zufriedener mit den Angeboten ihrer Gemeinde oder des Landkreises als Eltern, die keine Veranstaltung besucht haben. Die Unterschiede treten hinsichtlich der Zufriedenheit mit den Angeboten im Landkreis deutlicher hervor als auf Gemeindeebene.

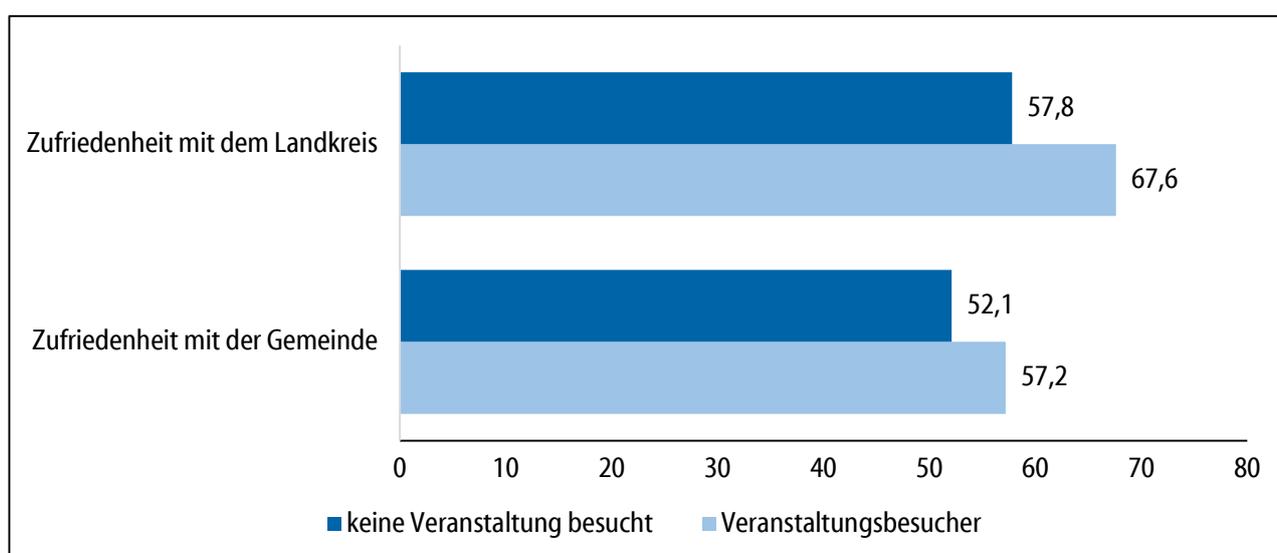


Abbildung 3: Zufriedenheit mit den Familienbildungsangeboten in der eigenen Gemeinde und im Landkreis Eichstätt (N=3963)
 Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Gemeinde	Anteil der Befragten	Anzahl der besuchten Veranstaltungen (Durchschnitt)	Zufriedenheit mit der Gemeinde (Durchschnitt)	Zufriedenheit mit dem Landkreis (Durchschnitt)	Differenz der Mittelwerte
Adelschlag	60,6	2,48	2,68	2,82	0,14
Altmannstein	63,1	2,38	2,49	2,57	0,08
Beilngries	71,4	2,65	2,57	2,62	0,05
Böhmfeld	61,1	3,00	2,79	2,78	-0,01
Buxheim	70,1	3,02	2,65	2,89	0,24
Denkendorf	62,1	2,39	2,46	2,61	0,15
Dollnstein	62,5	3,09	2,35	2,68	0,33
Egweil	52,3	2,20	2,32	2,71	0,39
Eichstätt	64,3	3,10	2,68	2,76	0,08
Eitensheim	64,3	3,07	2,27	2,73	0,46
Gaimersheim	62,4	3,03	2,64	2,74	0,10
Großmehring	66,4	2,79	2,44	2,44	0,00
Hepberg	63,8	2,33	2,32	2,39	0,07
Hitzhofen	67,0	2,57	2,47	2,69	0,22
Kinding	77,9	2,53	2,62	2,76	0,14
Kipfenberg	63,8	3,04	2,44	2,72	0,28
Kösching	64,0	2,91	2,54	2,64	0,10
Lenting	57,5	2,68	2,64	2,74	0,10
Mindelstetten	64,7	2,64	2,48	2,75	0,27
Mörnsheim	65,2	2,30	2,62	2,81	0,19
Nassenfels	66,1	2,28	2,63	2,58	-0,05
Oberdolling	56,7	2,59	2,62	2,73	0,11
Pförring	69,2	2,54	2,69	2,63	-0,06
Pollenfeld	68,5	2,71	2,46	2,70	0,24
Schernfeld	61,1	2,67	2,31	2,74	0,43
Stammham	51,2	2,55	2,48	2,66	0,18
Titting	69,3	3,18	2,47	2,62	0,15
Walting	72,7	3,09	2,58	2,85	0,27
Wellheim	61,8	4,56	2,45	2,48	0,03
Wettstetten	54,7	2,89	2,44	2,57	0,13
Gesamt	67,8	2,80	2,52	2,65	0,13

Tabelle 5: Anteil der Veranstaltungsbesucher unter den Befragten, durchschnittliche Anzahl der besuchten Veranstaltungen und der Zufriedenheit mit den Angeboten in der Gemeinde bzw. im Landkreis

Quellen: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Mögliche Fahrtstrecke zu einer Veranstaltung

Die Eltern hatten die Möglichkeit anzugeben, wie weit sie fahren würden, um an einer Familienbildungsveranstaltung teilzunehmen: «*Wie weit würden Sie fahren, um eine Informationsveranstaltung rund um die Themen Kind und Familie zu besuchen?*». Die Fahrtstrecken werden in Clustern zusammengefasst: (weniger als 10 km, 10-19 km, 20-29 km, 30-39 km, 40-49 km, mindestens 50 km).

Durchschnittlich würden die Eltern bis zu 21,9 km für die Teilnahme an einer Familienbildungsveranstaltung fahren. Der überwiegende Teil ist bereit zwischen 10 und 29 km zu fahren (10-19 km: 36,6%; 20-29 km: 35,7%). Eine Fahrtstrecke von 30-39 km würden 13,4% in Kauf nehmen. Eine kleine Minderheit (unter 10 km: 6,0%) zeichnet sich durch eine geringe Mobilitätsbereitschaft aus. Ähnlich verhält es sich bei denjenigen, die eine weitere Strecke für die Teilnahme an einem Familienbildungsangebot in Kauf nehmen würden (40-49 km: 2,0%, mehr als 50 km: 6,3%).

Die Eltern, welche eine Veranstaltung besucht haben, sind insgesamt zu einer größeren Fahrstrecke bereit (MW=23,5 km) als diejenigen, die noch nicht an einer Veranstaltung teilgenommen haben (MW=18,1 km, vgl. auch Abbildung 4).

Zwischen den Kommunen treten Unterschiede auf. Eltern aus dem östlichen Landkreis (Beilngries: MW=24,4 km, Altmanstein MW=24,1 km, Mindelstetten MW=23,5 km) und aus Kipfenberg (MW=24,8) würden die weiteste Fahrstrecke in Kauf nehmen.

Eltern, die in Eichstätt (MW= 18,2) und in der Nähe von Ingolstadt (Eitensheim: MW=17,7 km, Hepberg MW=17,7 km, Wettstetten MW=17,8 km) wohnhaft sind, würden dagegen die kürzesten Fahrtstrecken in Kauf nehmen. Alle anderen Kommunen - mit Ausnahme von Dollnstein (MW=24,5 km) befinden sich zwischen diesen beiden Endpunkten.

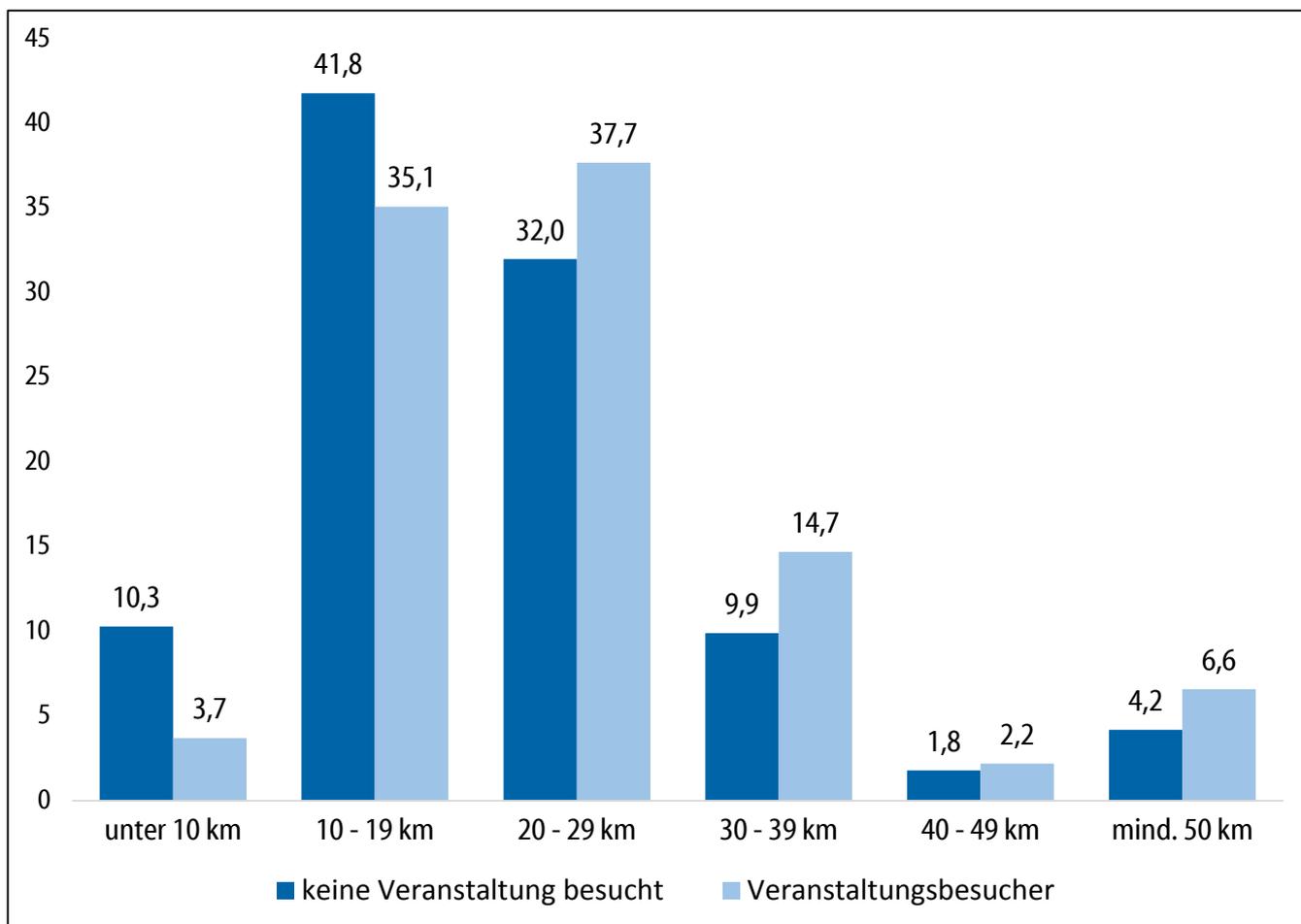


Abbildung 4: mögliche Fahrstrecke (N: Veranstaltungsbesucher=1976, keine Veranstaltung besucht=881)
 Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Informationsmittel bei Fragen um Familie und Kind

Die Eltern wurden befragt, welche Informationsmittel sie nutzen, um sich zu Fragen um Familie und Kind zu informieren («Nehmen wir Folgendes an: Sie möchten sich über ein Thema rund um die Familie und das Kind informieren. Wie informieren Sie sich?»). Am Häufigsten ziehen Eltern das Internet heran (86,5%), wenn sie Antworten auf Fragen rund um das Kind oder die Familie suchen. Es folgen Freunde, Bekannte, weitere Familienmitglieder (64,5%) sowie Ratgeber, Bücher und Zeitschriften (55,5%). Weit abgeschlagen davon sind die Medien «Radio/TV» (13,4%). Unter den Anbietern vor Ort bildet die öffentlichen Einrichtungen (45,4%) und die Gemeinde (21,9%) die wichtigsten Informationsquellen (Landkreis: 14,1%, Beratungsstellen: 12,7%, Ingolstadt: 7,6%, kirchliche Einrichtungen: 5,9%).

Ein Vergleich der Eltern mit und ohne Besuch einer Veranstaltung macht eines deutlich: Eltern, die ein Familienbildungsangebot wahrnehmen, suchen häufiger unterschiedliche

Informationsquellen auf als Eltern, die keine Veranstaltung besucht haben (vgl. Abbildung 5).

Diese Eltern nutzen allein das Internet häufiger als Eltern, die eine Veranstaltung besucht haben (keine Veranstaltung besucht: 88,3% zu 85,8% Veranstaltungsbesuchern). Alle anderen Informationsquellen nutzen die Veranstaltungsbesucher im ausgiebigeren Maße. Besonders die Angebote vor Ort (öffentliche Einrichtungen, Angebote in Ingolstadt, in der Gemeinde, im Eichstätter Landkreis, in Beratungsstellen: und in kirchlichen Einrichtungen) werden von Veranstaltungsbesuchern intensiver als Informationsquelle genutzt. Aber auch die überregionalen Angebote (Bücher/Ratgeber/Zeitschriften, Bekannte/Familie/Freunde, Radio/TV) nutzen Eltern, die keine Veranstaltung besuchen, in einem geringeren Ausmaß als Informationsquelle. Der Unterschied zwischen den beiden Gruppen ist bei diesen Informationsmitteln aber weniger deutlich.

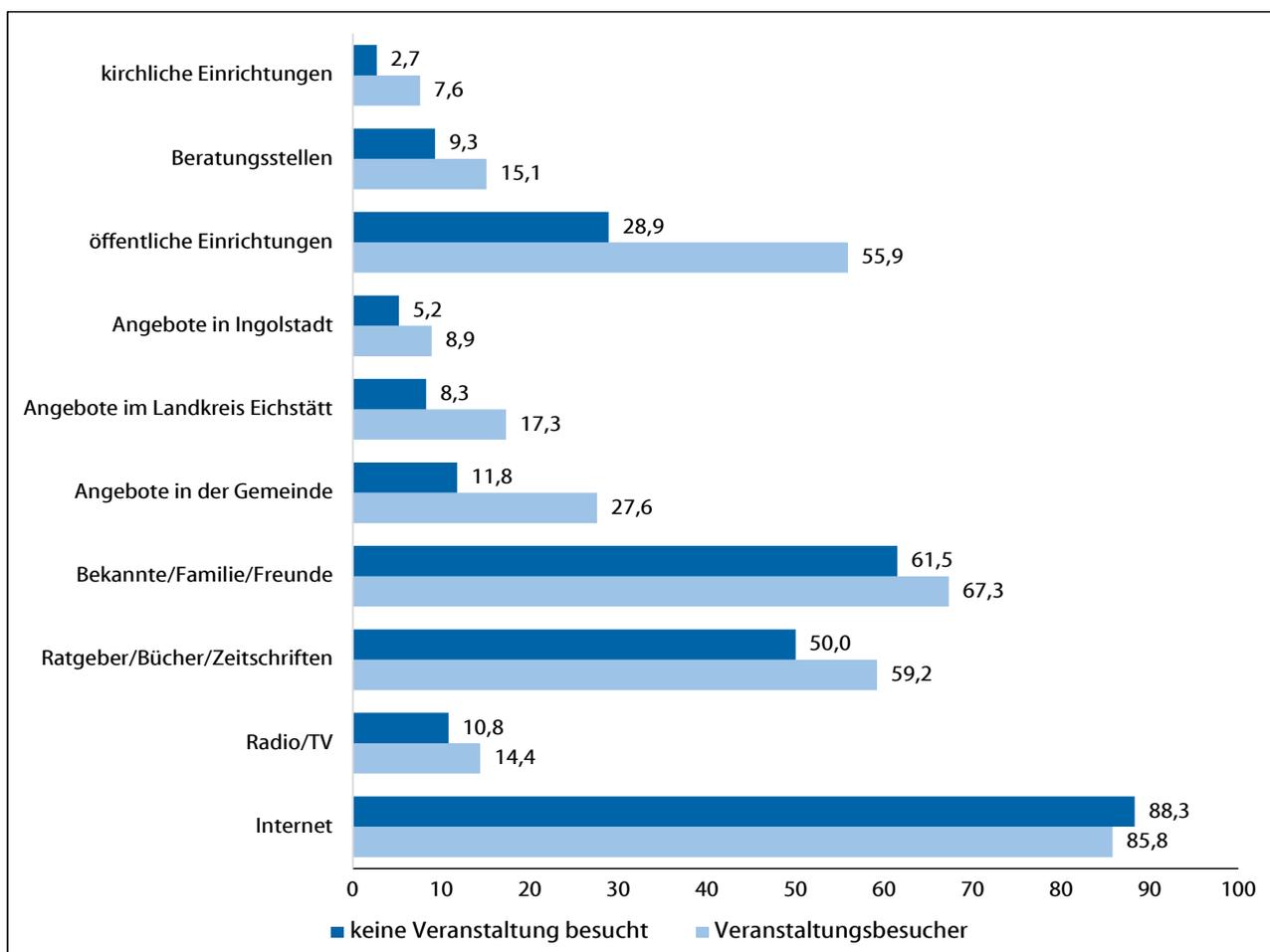


Abbildung 5: Nutzung von Informationsmitteln bei Fragen zu Familie und Kind (N=3410)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Veranstaltungsbesuche

Insgesamt haben 2797 Respondenten (67,8%) ein Familienbildungsangebot wahrgenommen. 1267 Eltern (30,7%) nahmen 2013/14 an keiner Veranstaltung teil. Sieben Eltern, die mindestens eine Veranstaltung besucht haben, teilten den Inhalt der besuchten Veranstaltungen nicht mit. Bei 44 Respondenten (1,1%) fehlen sämtliche Angaben, die erschließen lassen, ob die Person eine Veranstaltung besucht haben oder nicht. Für diese Personen kann nicht erschlossen werden, ob sie eine Veranstaltung besucht haben oder nicht.

Fünf Themenschwerpunkte spielen bei den Veranstaltungsbesuchern eine besondere Rolle (vgl. Tabelle 6). Ein Schwerpunkt bildet das Thema Schule und Lernen (48,0%).

Informationen zu einer gesunden Lebensweise ist ein weiterer Schwerpunkt. 56,6% der Eltern besuchten mindestens eine Veranstaltung zu dem Thema Gesundheit. Das bedeutet, 75,3% aller 2013 und 2014 besuchten Veranstaltungen behandelten das Thema Gesundheit. Dabei spielen Sport (25,7%), Ernährung (23,2%) und allgemeine Informationen zur Gesundheit (23,2%) eine besondere Rolle. Das Thema Suchtprävention ist davon weit abgeschlagen (4,3%).

Über das kindliche Verhalten und seine Entwicklung informierten sich 36,3% der befragten Eltern. Familie und Elternsein war der Veranstaltungsinhalt bei 27,2% der Eltern. Veranstaltungen zum Umgang mit Medien haben 22,5% der Eltern wahrgenommen. Der Bereich Recht und Finanzen wurde nur bei 5,3% der besuchten Veranstaltungen thematisiert.

Die Eltern hatten bei dieser Frage auch die Möglichkeit, offene Angaben zu machen. Dieses Angebot nutzten 176 Eltern. Die Antworten lassen sich in folgende Kategorien unterteilen:

- **Eltern-Kind-Beziehung:** Mutter-Kind-Kurse, Vater-Kind-Kurse, Kommunikation
- **Entwicklung des Jugendlichen:** Sexualität und Pubertät, schulische und berufliche Entwicklung, Verhalten des Jugendlichen, Jugendschutz
- **Prävention:** Verkehrserziehung, Mobbing und Gewaltprävention, sexueller Übergriff an Kindern, Selbstverteidigung

Themen	Anteil in % (N)
Schule und Lernen	48,0 (1339)
gesunde Lebensweise	55,6 (1550)
<i>Sport</i>	25,7 (716)
<i>Gesundheit</i>	23,2 (646)
<i>Ernährung</i>	22,1 (616)
<i>Suchtprävention</i>	4,3 (119)
kindliches Verhalten und kindliche Entwicklung	36,3 (1014)
Familie und Elternsein	27,2 (760)
Umgang mit Medien	22,5 (627)
Recht und Finanzen	5,3 (147)
N	2790

Tabelle 6: Themenbereiche der besuchten Veranstaltungen, Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

- **Gesundheit:** Osteopathie, ADHS, Vorsorge-Untersuchungen, Legasthenie, Wahrnehmungsstörungen
- **Stressbewältigung:** Umgang mit dem Tod naher Angehöriger, Veranstaltungen von ELISA (Verein zur Familiennachsorge e.V. in Neuburg/Donau)
- **Förderung der Kreativität:** Kunst, Musik, Tanz, Theater, Basteln
- **kirchliche Veranstaltungen:** Wertevermittlung

Gründe für und gegen einen Veranstaltungsbesuch

Dieser Abschnitt betrachtet im ersten Unterabschnitt, warum Eltern die unterschiedlichen Veranstaltungen wahrgenommen haben. Im zweiten Unterabschnitt wird untersucht, warum Eltern keine Veranstaltungen besuchen.

Gründe für einen Veranstaltungsbesuch

Für die Erfassung der Gründe dafür, eine Veranstaltung zu besuchen, wurden die Eltern gefragt:

«Denken Sie an die letzte Veranstaltung, die Sie besucht haben: Aus welchen Gründen haben Sie diese Veranstaltung besucht?»

Die Eltern hatten die Möglichkeit, verschiedene Aussagen auf einer vierstufigen Skala zu bewerten («1=trifft überhaupt nicht zu», «4=trifft voll und ganz zu»). Ein interessantes Thema ist der bedeutendste Grund, an einer Veranstaltung teilzunehmen (MW=3,51; Zustimmung: 96,9%, N=2706).¹

¹ Der Zustimmungswert gibt an, wieviele Eltern auf die jeweilige Aussage mit «trifft zu» oder «trifft voll und ganz zu» antworteten. Die Fragen wurden nicht von allen Eltern vollständig beantwortet. Deshalb wird die jeweilige Anzahl der Respondenten angegeben.

Es ist auch wichtig, sich mit anderen Eltern auszutauschen (MW=2,68, Zustimmung: 63,5%, N=2536). Wird die Veranstaltung den Eltern empfohlen, nehmen sie auch gerne daran teil (MW=2,50, Zustimmung: 55,4%, N=2475). Wenn Freunde und Bekannte ebenfalls an dem Familienbildungsangebot teilnehmen, steigert das die Bereitschaft, daran teilzuhaben (MW=2,43, Zustimmung: 53,3%, N=2495). Das Knüpfen von Kontakten zu anderen Eltern spielt die geringste Rolle (MW=2,19, Zustimmung: 35,6%, N=2426).

Gründe gegen einen Veranstaltungsbesuch

Die Beweggründe, an keinem Familienbildungsangebot teilzunehmen, wurden mit verschiedenen vierstufigen Aussagen («1=trifft überhaupt nicht zu», «4=trifft voll und ganz zu») zu folgender Ausgangsfrage untersucht:

«Falls Sie bislang keine Veranstaltung zum Thema Familie und Kind besucht haben: Aus welchen Gründen besuchen Sie angebotene Veranstaltungen nicht?»

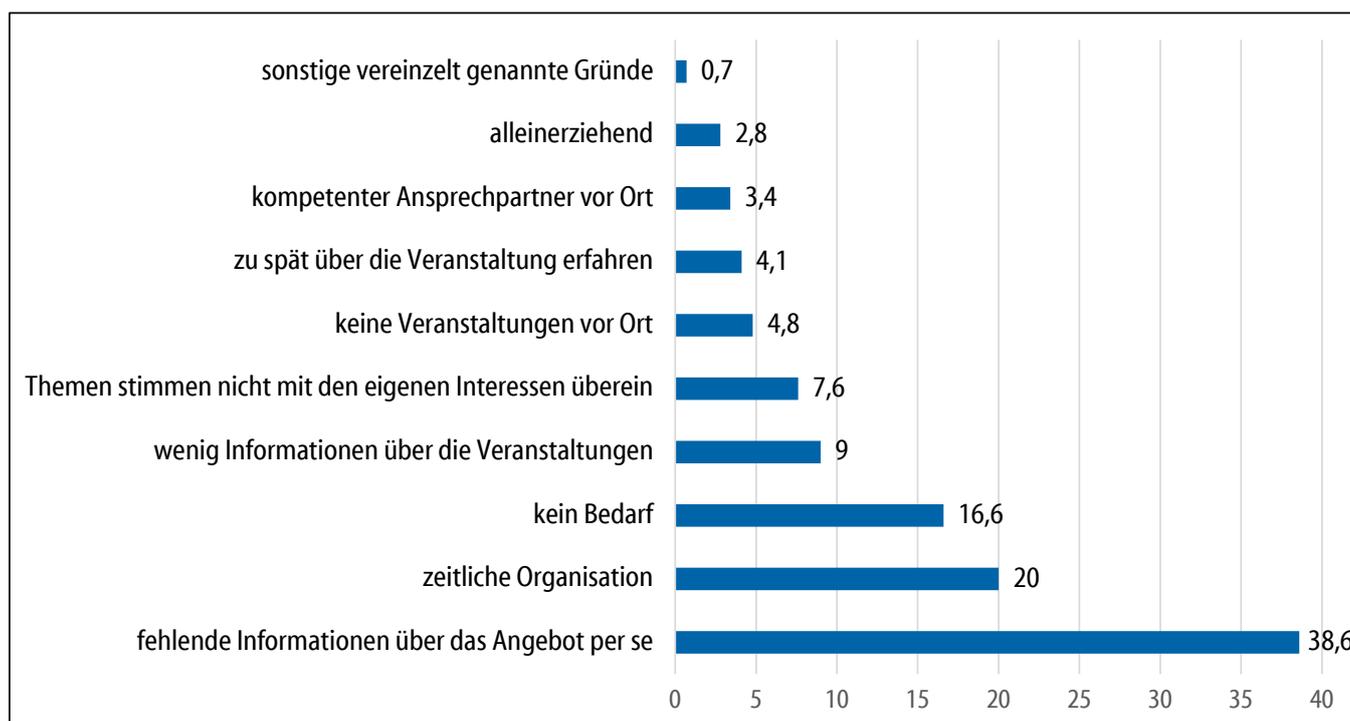


Abbildung 5: Gründe gegen einen Veranstaltungsbesuch, offene Angaben (N=148)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

Keine Kenntnis über Familienbildungsangebote im Landkreis Eichstätt

«Welche Veranstaltungen? Wie erfahre ich von solchen Veranstaltungen? Bis jetzt wurde ich noch nicht über solche Termine informiert.»

«Weil ich von den Veranstaltungen noch nie was gehört habe. LEIDER.»

«Ich kenne das Veranstaltungsangebot nicht -> Wo liegt das aus/wo muss man sich erkundigen?»

«Mir sind keine Veranstaltungen der Gemeinde, Jugendamt, Landkreis etc. bekannt»

«Kein Angebot mitbekommen - Bitte mehr Werbung machen! -> Plakate»

Die Aussagen lassen sich dabei in zwei Themenfelder kategorisieren. Der erste Bereich geht auf bewusste Nicht-Teilnahme wie «kein Interesse an den Themen», «kein Bedarf» und «Meine Bekannten und Freunde besuchen sie auch nicht». Hohe Werte in diesen Kategorien bedeuten, dass zukünftige organisatorische Veränderungen nicht zwangsläufig zu einer Teilnahme der Eltern führen.

Der zweite Bereich umfasst äußere Hemmfaktoren, welche nicht auf dem mangelnden Interesse der Eltern sondern auf

ungünstigen Rahmenfaktoren begründet sind. Sie werden mithilfe der Kategorien «Informationen erhalte ich auf anderem Wege leichter», «Mobilitätsprobleme», «Probleme der zeitlichen Organisation» und «Probleme mit der Kinderbetreuung». An diesen Punkten wird ein Veränderungsbedarf deutlich, der die Teilnehmerzahlen bei Familienbildungsmaßnahmen erhöhen kann.

Die erste Kategorie weist Durchschnittswerte von 1,94 («Meine Bekannten und Freunde besuchen sie auch nicht»), 2,04 («kein Interesse») bis 2,50 («kein Bedarf») auf.

Informationsfluss

«Infos meist nur durch Internet möglich. Plakate oder Flyer findet man weniger»

«Informationsfluss schlecht -> keine ausreichenden Infos über etwaige Veranstaltungen»

«ich erfahre so gut wie nie, dass Veranstaltungen stattfinden»

rechtzeitige Bekanntgabe der Veranstaltungstermine

«Angebote zu wenig/kaum bekannt und Info zu kurzfristig, Personenteilnehmerzahl war begrenzt -> keinen Platz, Finden oft tagsüber statt -> Berufstätigkeit»

«Veranstaltungen werden kaum und zu kurzfristig angekündigt»

Werden diese Werte mit den Aussagen zur zweiten Kategorie verglichen, erreichen Zweitere mit Ausnahme der «Mobilitätsprobleme» (MW=1,52) durchgängig höhere Mittelwerte. «Probleme mit der Kinderbetreuung» (MW=2,53), «Probleme bei der zeitlichen Organisation (MW=2,78) und der persönliche Eindruck der Eltern «Informationen erhalte ich auf anderem Wege leichter» (MW=3,06) weisen zu verbessernde Rahmenbedingungen auf. Werden die unterschiedlichen Aussagen miteinander in Korrelation gesetzt, hängen die Probleme mit der zeitlichen Organisation und die Probleme mit der Kinderbetreuung am stärksten miteinander zusammen ($r=.66^{***}$).

Die Eltern hatten auch die Möglichkeit, sich offen zu dieser Fragestellung zu äußern. 148 Eltern, die keine Veranstaltung besucht haben, nahmen diese Möglichkeit wahr.

Die Antworten lassen sich in zehn Kategorien einteilen:

- fehlende Informationen über das Angebot per se
- wenig Informationen über einzelne Veranstaltungen

- zu spät über die Veranstaltung erfahren
- zeitliche Organisation
- keine Veranstaltungen vor Ort
- alleinerziehend
- kein Bedarf
- Themen stimmen nicht mit den eigenen Interessen überein
- kompetenter Ansprechpartner vor Ort
- sonstige vereinzelt genannte Gründe

Besonders häufig bemängeln die Eltern den Informationsfluss. Dabei geben die Eltern am Häufigsten an, dass sie das Angebot der Familienbildung in ihrem Landkreis überhaupt nicht kennen (38,6%). Die Meisten unter den Eltern, die das Angebot nicht kennen, haben aber vor, eine Veranstaltung zu besuchen (85,3%). Die Eltern wünschen sich einen Veranstaltungskalender, Informationen in der Zeitung über die Veranstaltungen und Plakate.

Ist den Eltern das Angebot der Familienbildung generell bekannt, ist noch nicht gesichert, dass sie rechtzeitig (4,1%) oder überhaupt von einer spezifischen Veranstaltung erfahren (9,0%). Unter diesen beiden Gruppen sind alle bereit eine Veranstaltung zu besuchen.

Zusammengenommen haben 51,7% der Respondenten keine Veranstaltung besucht, da sie Familienbildungsmaßnahmen nicht kennen, zu spät von den einzelnen Veranstaltungen erfahren oder Schwierigkeiten haben, von einer spezifische Veranstaltung zu erfahren.

Daneben spielen organisatorische Gründe eine Rolle. Eltern konnten aufgrund einer mangelnden zeitlichen Passung keine Veranstaltung besuchen (20,0%), weil sie keine Veranstaltungen vor Ort kennen (4,8%) oder weil sie alleinerziehend sind (2,8%).

7,6% der Respondenten interessieren sich für andere Themen als die, welche angeboten werden. Bei 0,7% werden sonstige Gründe genannt.

Insgesamt führen am Häufigsten eine unzureichende Informationspolitik und organisatorische Gründe dazu, dass die Zielgruppe keine Veranstaltung besucht. Dieser Gruppe stehen 16,6% Eltern gegenüber, die für sich keinen Bedarf

an Veranstaltungen haben und 3,4%, die einen alternativen kompetenten Ansprechpartner vor Ort («wenn ich Fragen zur Entwicklung meiner Kinder habe ist meine erste Anlaufstelle das geschulte Kindergartenpersonal/oder der Kinderarzt») haben.

Zeitliche Organisation

«Veranstaltungen sind meist am Abend (da kann ich wegen der Kinder nicht weg)»

«Probleme mit den Arbeitszeiten»

«Generell ist es schwierig am Abend zu Veranstaltungen zu gehen, da immer mindestens 1 Elternteil daheim bleiben muss. Abendtermine ab 20 Uhr wären für uns günstiger.»

«Kurse nur Vormittag»

Veranstaltungen vor Ort

«kaum Angebot im näheren Umkreis»

«Im Umkreis keine Veranstaltung. Veranstaltungen nur im Kindergarten!! Kinder 16 Jahre und 15 Jahre»

«weil zu weit weg. In Ingolstadt oder zu kurzfristiger Aushang»

Alleinerziehende

«Da ich alleinerziehend und berufstätig bin, fehlt die Zeit»

«allein erziehend, berufstätig, pflegebedürftige Mutter»

Werbemittel

Welche Kanäle machten die Eltern auf die besuchten Veranstaltungen aufmerksam? Die dazugehörige Frage lautet *«Wie sind sie auf die Veranstaltungen aufmerksam geworden?»*.

Am Häufigsten wurden die Eltern über Berichte von Freunden, Familie und Bekannten auf eine Veranstaltung aufmerksam (44,8%). Unter den Print-Medien bildeten Flyer (30,8%) und Plakate (25,5%) zwei entscheidende Werbemittel. Aushänger in der Gemeinde wurden dagegen nur von 13,8% wahrgenommen. Über das Internet wurden 23,4% auf eine Veranstaltung aufmerksam.

Die Eltern hatten neben den geschlossenen Antwortvorgaben auch die Möglichkeit, offene Angaben zu den Werbemitteln zu machen, welche sie auf die Veranstaltung aufmerksam machte. Diese Möglichkeit nutzten 20,5% der Eltern, die an einer Veranstaltung teilgenommen haben. 47,0% unter ihnen wurden durch die Schule auf die besuchte Veranstaltung

aufmerksam, 29,6% über den Kindergarten oder die Kinderkrippe, 3,0% gaben einen Elternbrief an. Die Zeitung (Tages-, Wochenzeitung) wurde von 13,2% der Befragten, welche eine offene Angabe machten, genannt. Weitere häufiger genannte Werbemittel waren der Arzt/Kinderarzt oder die Krankenkasse (3,1%), die Volkshochschule (3,0%), das Jugendamt, das Gemeindeblatt oder eine Beratungsstelle (2,8%), die eigene Arbeitsstelle (6,0%) und ein Verein (2,2%). Vereinzelt benannten die Eltern daneben unter anderem die kirchliche Gemeinde und ihre Einrichtungen (z. B. der Bund der katholischen Frauen), die Hebammen und Tagesmütter, den Kreisjugendring und Eigenrecherchen.

Aus diesen Angaben wird die besondere Bedeutung der Einrichtungen der Kinder deutlich. Schule und Kindergarten/ Kinderkrippe bilden die Werbeinstrumente, die zusammengekommen 79,6% der Veranstaltungsbesucher erreichen (unter denen, welche eine offene Angabe machten).

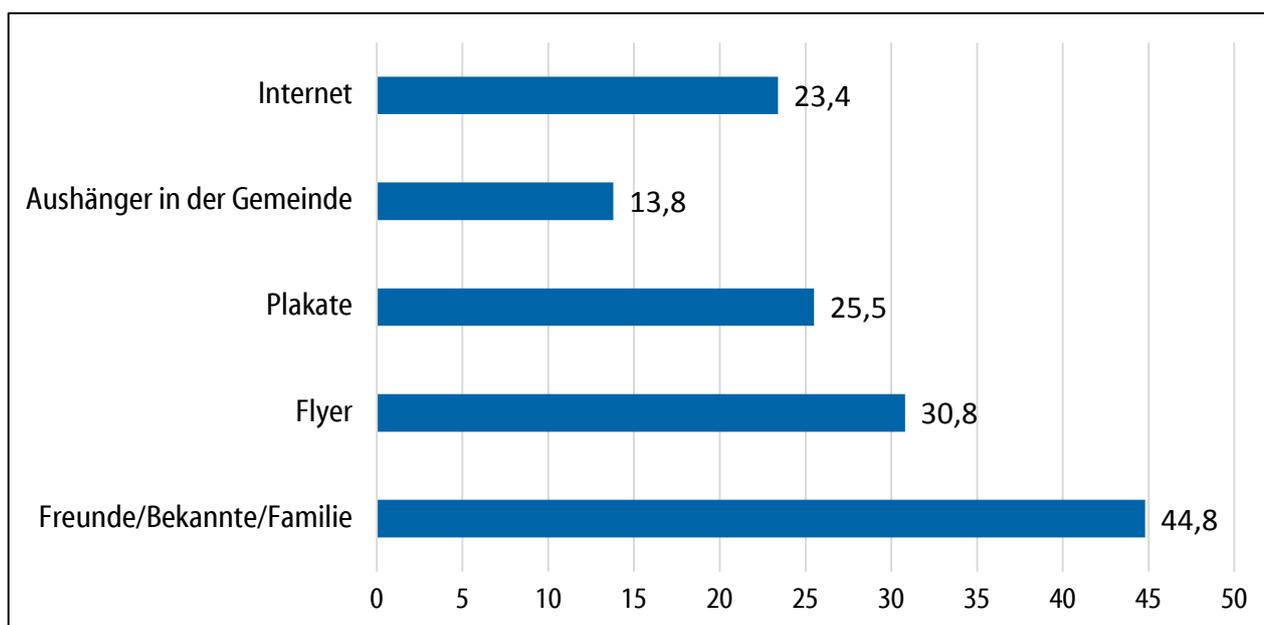


Abbildung 6: Werbemittel (N=2771), Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Einstellungen und Meinungen

Dieser Abschnitt betrachtet unterschiedliche Einstellungen und Meinungen. Die untersuchten Aussagen lassen einen Rückschluss darauf zu, wie hoch die Bereitschaft der Eltern ist, ein Familienbildungsangebot in Anspruch zu nehmen. Die Vorgehensweise ist folgende: Zuerst werden die Einstellungen und Meinungen der Gesamtstichprobe evaluiert. Im Anschluss werden die Veranstaltungsbesucher mit denen verglichen, welche keine Veranstaltung besucht haben. Diese beiden Gruppen werden noch einmal aufgeteilt in Eltern, die eine Veranstaltung besuchen wollen und solche, bei denen das nicht der Fall ist. Die zu klärende Frage ist, ob es zwischen diesen Gruppen Unterschiede in den Einstellungen und Meinungen gibt. Zum Schluss werden die Ergebnisse zusammengefasst und diskutiert.

Es wurden vier verschiedene Themenfelder mit jeweils zwei vierstufig skalierten Aussagen («1=stimme überhaupt nicht zu», «4=stimme voll und ganz zu») eruiert.

Der erste Bereich deckt den Wunsch auf den **Schutz der eigenen Privatsphäre** ab («Anonymität ist mir bei Familienbildungsveranstaltungen wichtig.», «Familienleben ist Privatsache»). Das zweite Feld zeigt das generelle **Engagement der Eltern** («Wenn ich Probleme habe, informiere ich mich im Internet», «Engagement in den Einrichtungen meiner Kinder ist mir wichtig (z.B. Elternbeirat)'). Der dritte Sektor zeigt die **Bereitschaft, Familienbildungsangebote in Anspruch zu nehmen**, auf («Expertenmeinungen (Lehrer, Erzieher etc.) sind mir wichtig.», «Ich halte Veranstaltungen der Familienbildung für wichtig.»). Der vierte Themenblock beschreibt die **individuell geschätzte Erreichbarkeit von Angeboten** («Ich erfahre rechtzeitig über die Veranstaltungen», «Wenn ich ein Problem habe, finde ich immer die richtige Veranstaltung bzw. den richtigen Ansprechpartner').

Die Annahmen sind: Hohe Werte im ersten Untersuchungsfeld gehen mit einer geringen Bereitschaft einher, Familienbildungsangebote in Anspruch zu nehmen. Hohe Zustimmung in den zweiten und dritten Untersuchungsbereichen weisen eine hohe Bereitschaft auf, Veranstaltungen zu besuchen. Der vierte Sektor zeigt organisatorische Hindernisse auf, welche es zu verbessern gilt. Da nicht alle Eltern alle Fragen beantwortet haben, werden jeweils die Prozentangaben bezogen auf die verfügbaren Daten und die Absolutwerte angegeben.

Einstellungen und Meinungen der Gesamtstichprobe

Die persönliche Privatsphäre ist den Eltern generell wichtig (vgl. Abbildung 7). Dabei macht es aber einen Unterschied, ob es um den Schutz der Privatsphäre im Allgemeinen oder in einer spezifischen Veranstaltung im Besonderen geht. Der Aussage, das «*Familienleben ist Privatsache*», stimmen 21,9% voll und ganz zu, 52,9% stimmen dieser Aussage zu. Die «*Anonymität ist bei mir Familienbildungsveranstaltungen wichtig*» ist dagegen von geringerer Bedeutung (13,4% stimmen der Aussage voll und ganz zu, 38,6% stimmen der Aussage zu).

Geht es um das Engagement und die Eigeninitiative der Eltern, werden hohe Zustimmungswerte offensichtlich (vgl. Abbildung 7). Die erste Aussage («*Wenn ich Probleme habe, informiere ich mich im Internet*») erhält Zustimmungswerte von 34,4% («stimme voll und ganz zu») bzw. von 50,0% («stimme zu»). Bei der zweiten Aussage («*Engagement in den Einrichtungen meiner Kinder ist mir wichtig (z.B. Elternbeirat)*») werden ebenfalls hohe Zustimmungswerte erzielt (31,3% volle Zustimmung und 50,0% Zustimmung).

Generell besteht eine hohe Bereitschaft an Familienbildungsmaßnahmen teilzunehmen (vgl. Abbildung 7). 24,2% der Eltern stimmen der Aussage «*Ich halte Veranstaltungen der Familienbildung für wichtig*» voll und ganz zu, 61,1% stimmen dieser Aussage zu. Auch die zweite Aussage («*Expertenmeinungen sind mir wichtig.*») erhält hohe Zustimmungswerte. 32,0% stimmen der Aussage voll und ganz zu, 60,2% stimmen der Aussage zu. Im Mittel signalisieren 88,8% der befragten Eltern eine grundsätzliche Bereitschaft, Familienbildungsveranstaltungen zu besuchen.

Die Eltern schätzen die Erreichbarkeit von Familienbildungsangeboten mittelmäßig ein (vgl. Abbildung 7). Nur 5,1% haben keinerlei Probleme, rechtzeitig über eine bestimmte Veranstaltung zu erfahren («stimme voll und ganz zu»). 42,5% sehen in diesem Punkt für sich grundsätzlich keine Probleme («stimme zu»). Wenn Eltern auf der Suche nach einem für sie passenden Angebot sind («*Wenn ich ein Problem habe, finde ich immer die richtige Veranstaltung bzw. den richtigen Ansprechpartner*»), sinken die Zustimmungswerte. So stimmen 7,1% dieser Aussage voll und ganz zu und 38,0% stimmen ihr zu.

Insgesamt sind Hemmfaktoren im Sinne einer geringen Bereitschaft Familienbildungsangebote zu besuchen vorhanden. Die Bereitschaft, Familienbildungsangebote zu besuchen, überwiegt jedoch (vgl. Ergebnisse zum zweiten und dritten Untersuchungsfeld). Der vierte Abschnitt zeigt auf, dass die Erreichbarkeit der Veranstaltungen nicht flächendeckend gewährleistet ist.

Vergleich nach Veranstaltungsbesuch

Einstellungen und Meinungen beeinflussen, ob eine Veranstaltung besucht wird (vgl. Tabelle 7). Für Eltern, welche noch keine Veranstaltung besucht haben, ist Anonymität bei Familienbildungsangeboten wichtiger als für Veranstaltungsbesucher. Sie sind auch eher der Meinung, dass das Familienleben privat zu halten ist. Ferner informieren sie sich bei Problemen mit der Familie oder mit dem Kind häufiger im Internet.

Eltern, die schon einmal eine Veranstaltung besucht haben, halten Familienbildungsangebote für wichtiger, als Eltern, die noch keine Veranstaltung besucht haben. Ihnen sind

Expertenmeinungen auch etwas wichtiger als solchen, die noch keine Veranstaltung besucht haben. Sie engagieren sich auch eher in den Einrichtungen ihrer Kinder.

Respondenten, die eine Veranstaltung besucht haben, finden auch häufiger den richtigen Ansprechpartner bzw. die richtige Veranstaltung, wenn sie ein Problem haben. Weiterhin erfahren sie eher rechtzeitig von den Familienbildungsangeboten als Personen, die keine Veranstaltung besucht haben. In diesem Punkt tritt der größte Unterschied zwischen den beiden Gruppen hervor.

Bezogen auf die vier eingangs vorgestellten Themenblöcke unterscheiden sich die Einstellungen und Meinungen der beiden untersuchten Gruppen. Für Veranstaltungsbesucher ist der Wunsch nach Privatssphäre von leicht geringerer Bedeutung als für die Vergleichsgruppe. Das Engagement unterscheidet sich nur marginal. Die Bereitschaft, eine Familienbildungsveranstaltung zu besuchen ist bei den Veranstaltungsbesuchern höher. Gleichzeitig sind die Angebote für sie deutlich leichter erreichbar.

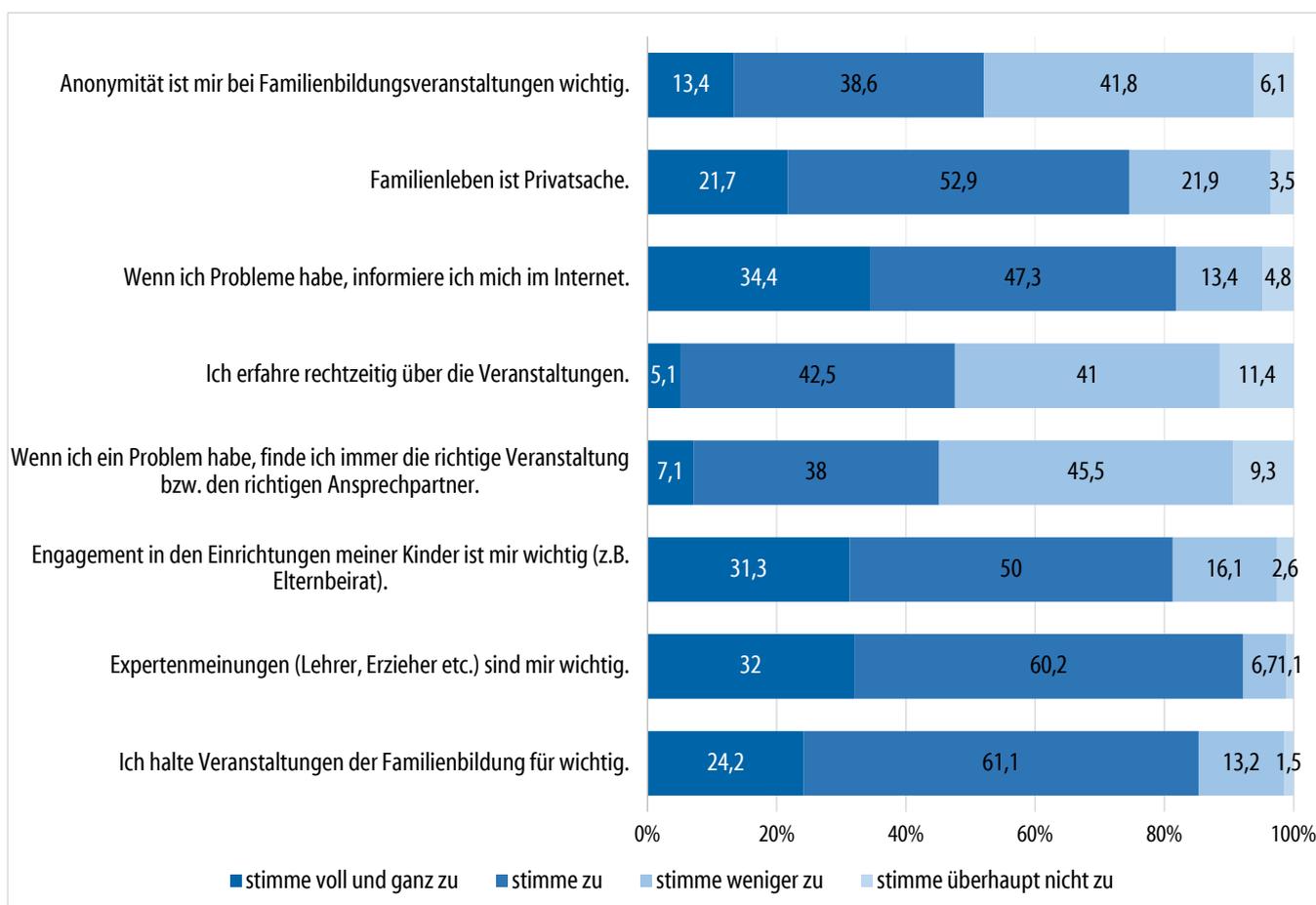


Abbildung 7: Einstellungen und Meinungen der Eltern
 Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Aussagen	Veranstaltungs- besucher	keine Veranstaltung besucht
Ich halte Veranstaltungen der Familienbildung für wichtig.	90,5 (2423)	72,5 (809)
Expertenmeinungen (Lehrer, Erzieher etc.) sind mir wichtig.	92,8 (2471)	90,6 (1024)
Engagement in den Einrichtungen meiner Kinder ist mir wichtig (z. B. Elternbeirat).	82,9 (2207)	77,4 (872)
Wenn ich ein Problem habe, finde ich immer die richtige Veranstaltung bzw. den richtigen Ansprechpartner.	45,7 (1190)	43,9 (461)
Ich erfahre rechtzeitig über die Veranstaltungen.	52,1 (1349)	36,0 (366)
Wenn ich Probleme habe, informiere ich mich im Internet.	80,2 (2117)	85,5 (965)
Familienleben ist Privatsache.	73,6 (1881)	77,0 (855)
Anonymität ist mir bei Familienbildungsveranstaltungen wichtig.	49,7 (1223)	57,3 (587)
N (Durchschnitt)	2606	1088
Spannweite	(2461-2677)	(1016-1130)

Tabelle 7: Anteil der Eltern, die den unterschiedlichen Meinungen zustimmen oder voll und ganz zustimmen unterschieden nach Veranstaltungsbesuchern und Personen, die keine Veranstaltung besucht haben in % (Absolutzahlen)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Anmerkung: Die Prozentangaben beziehen sich jeweils auf die verfügbaren Antworten

Vergleich nach der Bereitschaft zum Besuch einer Veranstaltung

Die beiden gerade besprochenen Gruppen werden erneut in zwei Untergruppen gesplittet und anhand der vier eingangs vorgestellten Themenblöcke betrachtet (Ergebnisse vgl. auch Tabelle 8). Es ergeben sich insgesamt vier Gruppen:

- Gruppe I: keine Veranstaltung besucht, kein Veranstaltungsbesuch geplant
- Gruppe II: keine Veranstaltung besucht, Besuch einer Veranstaltung geplant
- Gruppe III: Veranstaltungsbesucher, kein Veranstaltungsbesuch geplant
- Gruppe IV: Veranstaltungsbesucher, Besuch einer Veranstaltung geplant

Die erste Gruppe bildet diejenige, welche stark auf den Schutz der eigenen Privatsphäre bedacht ist («Anonymität ist mir bei Familienbildungsveranstaltungen wichtig.», «Familienleben ist Privatsache»). Ihr Engagement ist leicht unter den Werten der anderen drei Gruppen («Wenn ich Probleme habe, informiere

ich mich im Internet», «Engagement in den Einrichtungen meiner Kinder ist mir wichtig (z.B. Elternbeirat)»). Diese Gruppe ist insgesamt am Schwersten zugänglich für die Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen («Expertenmeinungen (Lehrer, Erzieher etc.) sind mir wichtig.», «Ich halte Veranstaltungen der Familienbildung für wichtig.»). Die Eltern dieser Gruppe haben weiterhin Schwierigkeiten, die Angebote zu erreichen («Ich erfahre rechtzeitig über die Veranstaltungen», «Wenn ich ein Problem habe, finde ich immer die richtige Veranstaltung bzw. den richtigen Ansprechpartner»).

Die zweite Gruppe ist bedeutend weniger auf ihre Privatsphäre bedacht. Sie zeigt eine hohe Bereitschaft, Familienbildungsangebote wahrzunehmen und zeigt hohes Engagement. Ihr größtes Problem bildet die mangelnde Erreichbarkeit der Angebote.

Der dritten Gruppe ist der Schutz der eigenen Privatsphäre am Wichtigsten. Sie zeigt weniger Engagement als die zweite Gruppe. Die Angebote sind für diese Gruppe schlechter erreichbar als für die letzte Gruppe, aber tendenziell besser erreichbar als für die ersten beiden Gruppen.

Aussagen	(keine Veranstaltung besucht)		Veranstaltungsbesucher	
	Kein Besuch von Veranstaltungen geplant	Besuch von Veranstaltungen geplant	Kein Besuch von Veranstaltungen geplant	Besuch von Veranstaltungen geplant
Ich halte Veranstaltungen der Familienbildung für wichtig.	54,1 (212)	89,3 (325)	75,5 (219)	92,6 (2101)
Expertenmeinungen (Lehrer, Erzieher etc.) sind mir wichtig.	87,8 (346)	93,0 (331)	88,0 (257)	93,7 (2108)
Engagement in den Einrichtungen meiner Kinder ist mir wichtig (z.B. Elternbeirat).	71,3 (283)	83,3 (300)	73,0 (208)	84,2 (1895)
Wenn ich ein Problem habe, finde ich immer die richtige Veranstaltung bzw. den richtigen Ansprechpartner.	49,7 (185)	39,9 (139)	49,6 (142)	45,0 (994)
Ich erfahre rechtzeitig über die Veranstaltungen.	40,9 (143)	34,7 (120)	46,0 (125)	52,5 (1156)
Wenn ich Probleme habe, informiere ich mich im Internet.	83,1 (335)	85,9 (306)	78,8 (227)	80,0 (1790)
Familienleben ist Privatsache.	86,7 (345)	68,5 (237)	84,4 (243)	71,8 (1546)
Anonymität ist mir bei Familienbildungsveranstaltungen wichtig.	63,7 (239)	50,0 (164)	88,0 (174)	47,6 (995)
N (Durchschnitt)	385	351	285	2207
Spannweite	(350-403)	(328-364)	(272-292)	(2089-2269)

Tabelle 8: Anteil der Eltern, die den unterschiedlichen Meinungen zustimmen oder voll und ganz zustimmen unterschieden nach Veranstaltungsbesuchern und Personen, die keine Veranstaltung besucht haben in % (Absolutzahlen)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Die letzte und größte Gruppe ist am Geringsten auf ihre Privatsphäre bedacht. Sie zeigt ähnlich hohes Engagement wie die zweite Gruppe. Sie zeichnet eine hohe Bereitschaft zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten auf. Diese Gruppe bildet diejenige, für welche die Familienbildungsveranstaltungen am Besten erreichbar sind.

Insgesamt fällt auf, dass die zweite Gruppe ähnlich hohe Zustimmungswerte bei der Wichtigkeit von Familienbildungsangeboten, Expertenmeinungen und Engagement in den Einrichtungen der Kinder erreichen, wie Eltern, die schon Veranstaltungen besucht haben. Sie haben aber größere Schwierigkeiten, bei Problemen den richtigen Ansprechpartner bzw. die richtige Veranstaltung zu finden oder rechtzeitig von konkreten Familienbildungsangeboten zu erfahren.

Zusammenfassung

Innerhalb der Untersuchungsgruppe gibt es Personen, die für Familienbildungsangebote schwierig zu gewinnen sind. Der überwiegende Teil hält allerdings Veranstaltungen zu Familie und Kind sowie Expertenmeinungen für wichtig. Die Eltern geben eine engagierte Gruppe von Erziehungsberechtigten wieder. Dennoch besuchen nicht alle Familienbildungsmaßnahmen. Eines der größten Hemmnisse bildet die Erreichbarkeit der Veranstaltungen.

Gewünschte Veranstaltungsthemen

Die befragten Eltern hatten in einer offenen Frage die Möglichkeit, gewünschte Veranstaltungsthemen zu äußern. 967 der Befragten (23,4% der Gesamtstichprobe) äußerten sich zu der Frage: «*Welche Veranstaltungsthemen wünschen Sie sich?*». Die Antworten werden im Folgenden kategorisiert und genauer erläutert. Zum Schluss werden sie zusammengefasst.

Alle Gemeinden sind unter diesen Eltern vertreten. 78,9% der Respondenten haben 2013/14 eine Veranstaltung besucht. Diese Quote ist deutlich höher als die der Gesamtstichprobe. Gleiches gilt für die Bereitschaft, zukünftig eine Familienbildungsveranstaltung wahrzunehmen (90,2%). Ihre Zufriedenheit mit den Angeboten in der Gemeinde (MW=2,32) und mit ihrer Gemeinde (MW=2,48) ist durchschnittlich niedriger als bei allen Eltern.

Die Antworten können in zehn verschiedene Kategorien unterteilt werden, die im Folgenden genauer beschrieben werden (vgl. Abbildung 8):

- Erziehung (29,1%)
- Gesundheit (28,3%)
- Entwicklung des Kindes (26,8%)
- Schule und berufliche Entwicklung des Kindes (22,8%)
- Verhalten des Kindes (16,1%)
- schwerwiegende Problemfelder (10,0%)
- Elternsein/Familie (9,8%)
- Freizeitgestaltung (9,2%)
- Gesellschaft (5,3%)
- Recht und Finanzen (2,1%)

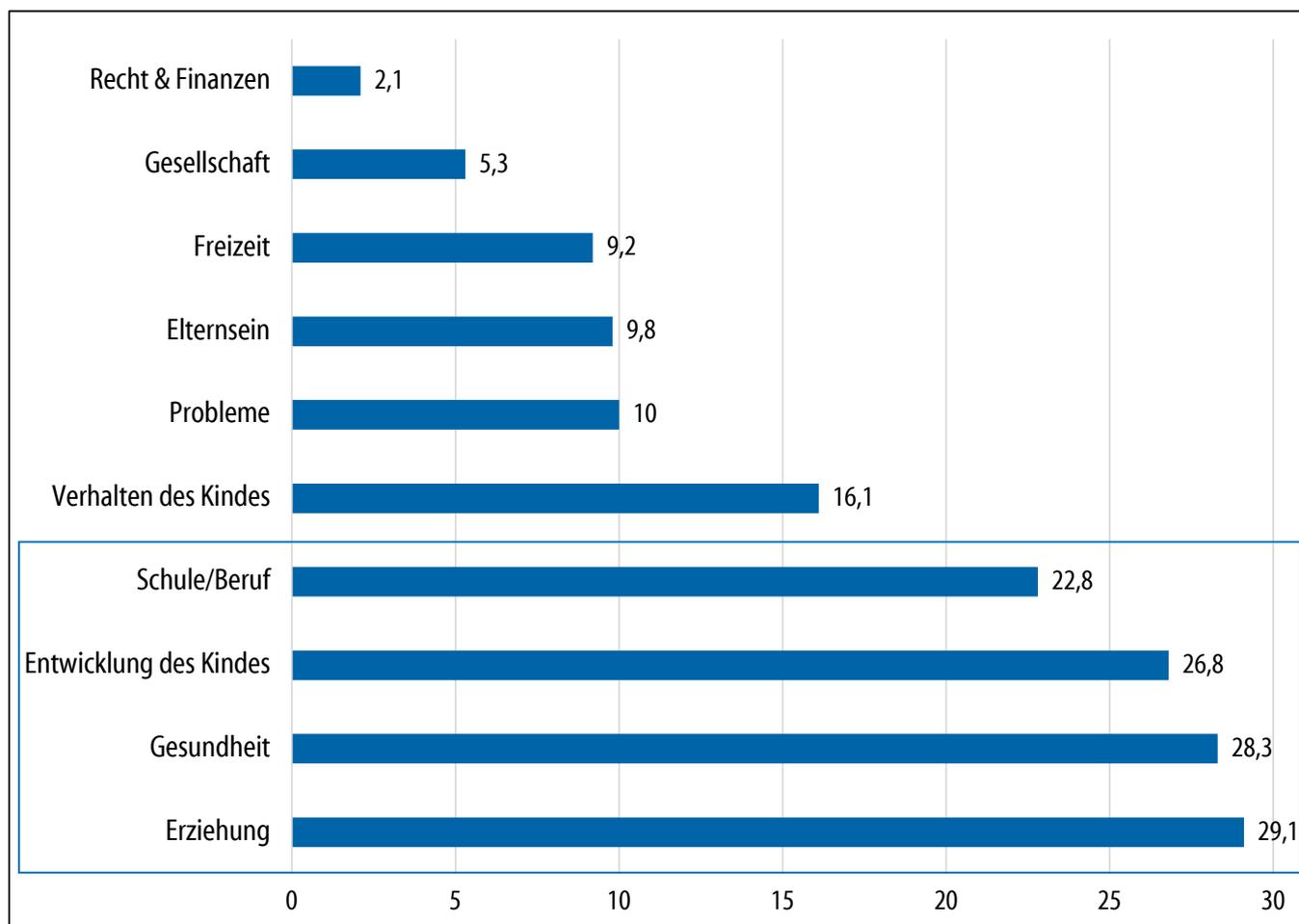


Abbildung 8: Kategorien der von den Eltern geäußerten Veranstaltungswünsche (N=967)

Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

Die Themen Erziehung, Gesundheit, kindliche Entwicklung sowie die Schule und berufliche Entwicklung bilden die Themen, für die sich die meisten Eltern interessieren.

Erziehung

Das Thema «Erziehung» interessiert die Eltern am Meisten. Der Umgang mit Medien, allgemeine Informationen zur Erziehung, altersgerechte Erziehung und die Umsetzung eines autoritativen Erziehungsstil spielen für die Eltern eine wichtige Rolle. Vereinzelt wünschen sich die Eltern Angebote zur Eltern-Kind-Beziehung, zur Verkehrserziehung sowie zur Werteerziehung.

Insbesondere im Bereich «Umgang mit Medien» besteht enormer Informationsbedarf (N=140). Einige Eltern konkretisieren diesen Themenwunsch. Der verantwortungsvolle Umgang mit unterschiedlichen Produkten (Handy, Smartphone, Spiele-Konsolen, PC, Tablets, etc.) und mit verschiedenen Anwendungen (Online-Spiele, Social Media, virtuelle Welten) werden angesprochen. Es geht darum, wie Eltern ihre Kinder verantwortungsvoll an die Medien heranführen können, wie diese angemessen und altersgerecht von Kindern und Jugendlichen genutzt werden, welche Anwendungen pädagogisch wertvoll sind und wie eine vernünftige Balance zwischen Medien und Alltag geschaffen werden kann.

«Verantwortungsvoller/s Umgang/heranführen an spezielle Medien, Wii, iPods, Tablets usw.»

«Online-Rollenspiele und sozialen Netzwerke»

«Umgang mit Computer, Handy für Kinder und Jugendliche, welcher Zeitrahmen angemessen ist»

«Für die Kinder - Aufklärungen, den der Umgang mit den Medien und Handys nimmt so überhand das es so nicht weitergehen kann. Die wissen nicht was sie tun»

«Facebook und soziale Netzwerke/Computerspiele..., Praktische Hilfe im Umgang (Ausklicken von Einstellungen) für soziale Netzwerke»

Allgemeine Informationen zur Erziehung wünschen sich 79 Eltern. Sie wünschen sich Tipps, Hilfen und Ratgeber zur Erziehung. Einige unter ihnen wünschen sich Antworten auf folgende Fragen: Wie gehe ich mit Verhaltensauffälligkeiten, schwierigen Phasen, hochsensiblen Kindern oder begabten Kindern um? Wo finde ich schnell Hilfe bei Problemen?

Die altersgerechte Erziehung ist für 23 Eltern ein relevantes Angebot. Allgemein sprechen die Eltern an, «*Welche Regeln brauchen Kinder in welchem Alter*» und wie die «*Erziehung in verschiedenen Alterstufen*» erfolgen soll. Sicherheit benötigen die Eltern vor allem für die Kleinkindphase (z.B. «*Entwicklung/Erziehung des Kindes in den ersten Jahren*») und die Pubertät (z.B. «*Erziehungsfragen --> Umgang mit Jugendlichen (Pubertät) --> Trennungsbewältigung*», «*Pubertät - angemessenen Grenzen setzen*»).

Der autoritative Erziehungsstil ist den Eltern per se bekannt. 31 Eltern wünschen sich dazu ein Angebot, dass sie bei der Umsetzung dieses Erziehungsstils unterstützt. Sie fragen sich, wie sie Regeln und Grenzen angemessen umsetzen können, dabei auf die Gefühle ihrer Kinder eingehen können und ihren Kindern eine Balance zwischen Freiheit und Förderung ermöglichen können. Ein Respondent fasst dazu die Wünsche der Eltern ausführlich zusammen:

«In der Schule fällt mir lt. Berichten eine zunehmende Respektlosigkeit von Kindern gegenüber Lehrern+Erwachsenen im Allgemeinen auf. Rolle von Kind+Erwachsenen sind verdreht. Eltern definieren sich selbst als Dünstkister des Kindes und lassen sich ebenso selbstverständlich behandeln. Vielen Kindern fehlt ein realistischer Bezug zu ihrer Rolle in der Familie/Gesellschaft. Ihnen fehlen Konfliktlösestrategien + ein konstruktiver, partnerschaftlicher Umgang miteinander, in denen sprachliche Fähigkeiten eingesetzt werden.»

Vereinzelt wünschen sie Eltern Angebote zur «Eltern-Kind-Beziehung» (Rolle des Vaters, Eltern-Kind-Beziehung in der Pubertät, Bindung), zur «Verkehrserziehung» (Kinder im Straßenverkehr) sowie zur «Werteerziehung» (christliche Erziehung).

Gesundheit

Im Bereich «Gesundheit» wünschen sich Eltern mehr Informationen zur gesunden Ernährung, zu Bewegung und Sport, zu alternativen Heilungsmethoden und Erste-Hilfe bei Kindern.

Besonders relevant ist die gesunde Ernährung (N=139). Die Eltern schlagen dazu Informationsveranstaltungen und Kochkurse vor. Sie möchten teilweise mehr über vegane, vegetarische Ernährungsweisen erfahren, wie ein gesundes Pausenbrot aussieht, ob und in welcher Weise die Ernährung das Verhalten beeinflusst und wie Ernährungsprobleme (Bu-

lemie, Unter- und Übergewicht) vermieden werden können. Alle Altersstufen des Kindes vom Säuglings- bis zum Schulalter sind betroffen.

«woher kommen unsere Lebensmittel (in Verbindung mit Thema «gesunde Ernährung»)»

«veganes Essen für Kinder»

«Ernährung (wie Obst und Gemüse zubereiten, dass Kinder es essen)»

«Ernährung, ich finde es wird leider unterschätzt, dass auch Kinder unter Mangelernährung, Bulemie etc. leiden!»

Allgemeine Informationen zur Gesundheit wünschen sie 104 Eltern. Einzelne Eltern spezifizieren ihre Ausführungen. Veranstaltungen zu «chronischen Krankheiten bei Kindern», «Kinderkrankheiten und Prävention», «Gesundheit und Vorsorge» sowie «Krankheiten frühzeitig erkennen & sich richtig verhalten» bilden die häufigsten Angaben. Daneben werden vereinzelt die Themen Impfen und Medikamente sowie verschiedene Krankheitsbilder wie Allergien, Epilepsie und Zahngesundheit genannt.

65 Eltern schlagen einen Ausbau der Familienbildungsangebote im Bereich Bewegung und Sport vor. Ihr Fokus liegt dabei auf einen Ausbau der bereits angebotenen Veranstaltungen sowie auf eine Informationszusammenstellung über die bereits vorhandenen Angebote in der Region. Sport, Schwimmen, Turnen, Leistungssport und Tanzen tauchen als Vorschläge auf.

Alternative Heilungsmethoden schlagen 24 Eltern als Themen vor (Homöopathie, Kinesiologie, Naturheilkunde). 16 Eltern wünschen sich mehr Erste-Hilfe-Kurse, die es ihnen ermöglichen, Erste Hilfe an ihrem Kind unabhängig seines Alters (Klein- bis Schulkind) im Notfall fachgerecht ausüben zu können.

Entwicklung des Kindes

Innerhalb der Kategorie «Entwicklung des Kindes» können fünf Unterkategorien ermittelt werden. Diese bilden die kindliche Entwicklung im Allgemeinen, unterschiedliche Entwicklungsphasen, die ganzheitliche Entwicklungsförderung, Entwicklungsstörungen sowie vereinzelt auftretende Themenfelder.

Allgemeine Informationen zur kindlichen Entwicklung wünschen sich die Eltern am Häufigsten (N=93). Die Eltern sprechen die Aufklärung über «psychische Entwicklungsstufen von Kindern», allgemeine «Entwicklung + Hilfestellung zu Entwicklungsphasen» sowie die individuellen «Chancen und Möglichkeiten für die Entwicklung meines Kindes» an.

105 Eltern konkretisieren ferner unterschiedliche Entwicklungsphasen in ihren Themenwünschen: Kleinkind-, Schulkindalter und Pubertät. Insbesondere die Pubertät (N=70) interessiert die Respondenten genauer. Allgemeine Informationen zur Pubertät gehören dabei ebenso zum Interessensgebiet der Eltern wie folgende Themen:

«Pädagogische/Informative Themen rund um Jugendliche: Hilfe bei Berufswahl, Umgang mit Unsicherheiten (in Bezug auf Freunde, den Körper,...)»

«Pubertät - Veränderungen - Stimmungsschwankungen - richtiges Verhalten der Eltern»

«Pubertät - wie gehe ich sinnvoll damit um, gegenseitiges Verständnis usw.»

«Pubertät und Machtkämpfe»

«Pubertät, Identitätsfindung»

Die Eltern beschäftigt in Bezug auf Kleinkinder unter anderem die «motorische und kognitive Entwicklung von Kleinkindern», der Prozess des «Sauberwerden» und der «Umgang mit dem Trotzkopfalter». Eltern, die Informationen zu Schulkindern wünschen, benennen diese Phase nur allgemein.

51 Eltern schlagen zur ganzheitlichen Entwicklungsförderung unterschiedliche Themen vor. Die folgenden Zitate beschreiben die gewünschten Angebote:

«wie fördere ich mein Kind richtig; Ab welchem Alter ist welche Förderung angebracht»

«Umgang mit schwierigen Kindesphasen»

«Förderung der Interessen meines Kindes»

«Talente und Wesenszüge der Kinder achten und fördern»

«Persönlichkeitsentwicklung und -förderung»

«Förderung von Kindern mit/ohne Probleme (körperliche/geistige Einschränkungen)»

Innerhalb der Entwicklungsstörungen (N=45) werden ADS, ADHS, Dyskalkulie, Lese-Rechtschreibschwäche und allgemeine Entwicklungsstörungen genannt. Weitere punktuell auftretende Veranstaltungswünsche bilden die Themen «Kinder stärken» und «Jungenförderung».

Schule und Beruf

Drei Themenbereiche fallen in die Kategorie Schule und Beruf: die konstruktive Bewältigung des Schulalltags, Informationen zum Schulsystem und die berufliche Weiterentwicklung des Kindes.

124 Eltern benötigen Informationen zur konstruktiven Bewältigung des Schulalltags. Das umfasst die Unterstützung der Kinder beim Lernen, die Steigerung der kindlichen Lernmotivation und die Bewältigung von Schulstress.

Die Vermittlung des richtigen Lernens («Lernen lernen»), von Lernmethoden und Lernverhalten, der Steigerung von Konzentration und Merkfähigkeit, die Prüfungsvorbereitung sowie die Überwindung von Lernschwierigkeiten nennen die Eltern am Häufigsten. Innerhalb dieser Gruppe thematisieren Eltern vermehrt den Stress in der Schule, mit dem Lernen oder mit Hausaufgaben, den Prüfungsstress und den Leistungsdruck. Einzelne Eltern wünschen sich auch Informationen dazu, wie sie den Aufbau einzelner schulischer Kompetenzen ihres Kindes steigern können.

«Schule/Lernen -> wie fördere ich mein Kind ohne dass es zuviel wird. Wie erkläre ich vor allem math. Regeln «einfacher» und verständlicher?»

«lernen richtig zu lernen (z.B. Fremdsprache); Wie bereitet man Kinder (ohne Druck) auf Prüfungen vor»

«wie lerne ich richtig mit meinen Kindern»

«Hilfe und Unterstützung bei Lernschwierigkeiten z.B. in Mathe»

«Mein Kind hat absolut kein Interesse an der Schule und zu lernen. Und er arbeitet viel zu langsam. Wie kann man das Interesse wecken?»

«Lernen: Stress-Organisation/Vermeidung»

Allgemeine Informationen zur Schule und zum deutschen Bildungssystem bilden für 54 Eltern weitere wichtige Wunschthemen. Für die Eltern stehen dabei fünf verschiedene Themen im Fokus.

Zu den allgemeinen Informationen zum Schulsystem gehören weitere Informationen über den aktuellen Lehrplan und dessen Veränderungen sowie über das bayerische Bildungssystem. Die unterschiedlichen Übergänge vom Kindergarten in die Grundschule, von dieser in die weiterführende Schule usw. bedürfen näherer Informationen. Wie die Vernetzung von Kindergarten und Grundschule stattfindet interessiert ebenfalls einige Eltern. Auch brauchen die Eltern Informationen zu Ganztagschulen in der Region sowie zu Konzepten alternativer Bildungseinrichtungen (Montessori, Übertritt von einer Montessori-Grundschule auf eine reguläre weiterführende Schule, Alternative zum Regel-Kindergarten).

14 Eltern benötigen für die berufliche Weiterentwicklung ihrer Kinder mehr Sicherheit. Konkret thematisieren sie die Berufswahl (Berufsberatung, Bewerbung, Praktikum) und berufliche Perspektiven/Zukunftsberufe (in der Region) an.

71 Eltern benannten das Thema Schule ohne ihren Themenwunsch weiter zu spezifizieren.

Verhalten des Kindes

Das Verhalten des Kindes umfasst die Themen Sozialverhalten, das Konsumverhalten und die Aggression.

107 Eltern wünschen sich weitere Informationen zum Sozialverhalten ihrer Kinder. Das Verhalten allgemein, das Sozialverhalten unter Kindern und die Förderung der sozialen Kompetenzen ihrer Kinder stehen dabei in einem besonderen Fokus. Die Eltern verbinden diesen Themenkomplex häufig mit den Entwicklungsbereichen Kleinkindphase und Pubertät, dem Umgang mit neuen Medien sowie mit dem Problemfeld Mobbing.

Im Bereich des Konsumverhaltens suchen 40 Eltern Anhaltspunkte dafür, wie viel Taschengeld für welches Alter angemessen ist, wie Kinder an die Konsumgesellschaft angemessen herangeführt werden und wie viel Konsum in der Freizeit noch im vernünftigen Rahmen ist.

«was müssen sich Kinder selbst «verdienen», was bekommen sie und was ist selbstverständlich?»

25 Eltern wünschen sich Informationen zur Aggression unter Kinder, zu kindlichen Wutanfällen, zu Formen eines Anti-Aggressionstrainings sowie zu Konflikten zwischen Geschwistern bzw. zwischen Eltern und Kindern.

Schwerwiegende Problemfelder

Schwerwiegende Problemfelder werden von den Eltern zwar nicht der Häufigkeit genannt, wie die vorherig beschriebenen Themen (N=95). Eltern gilt es vor allem in diesem Themenkomplex mit Informationen zur Seite zu stehen. Der Wunsch, sein Kind vor Mobbing zu schützen, beschäftigt 38 Eltern. Die Suchtprävention ist für 37 Personen relevant. Um das eigene Kind vor Verbrechen, insbesondere vor Sexualverbrechen (N=17), oder vor Gewalt (N=14) zu schützen, benötigen die Eltern Informationsveranstaltungen. Für sieben Eltern ist es weiterhin wichtig, eine Hilfestellung im Zuge des Todes eines nahen Angehörigen zu erhalten.

Elternsein und Familie

In dieser Kategorie fallen Wünsche nach allgemeinen Informationen (N=51), zu Familienformen abseits der Kernfamilie (N=21; Scheidung/Trennung, Alleinerziehende, Stieffamilie), zur Work-Life-Balance (N=16), zur Stressbewältigung (N=15), zur Pflege der Partnerschaft innerhalb einer Familie (N=6) und zur Rolle des Vaters innerhalb der Familie (N=2).

«Kinder mit getrennt lebenden Eltern»

«Beruf und Familie (Vereinbarkeit); Work-life-Balance; Leben als Alleinerziehender»

«Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ist gerade für Frauen hier auf dem Land noch ein großes Problem»

«Tipps f. Eltern; Beruf Haushalt; Kinder... stressfrei managen»

«mit Kind als Paar bestehen, wie verteilt man die Belastung in der Familie gerecht?»

«Warum auch Väter (auch für Mädchen) wichtig sind»

Freizeit

Innerhalb der entwicklungsförderlichen Freizeitgestaltung für Kinder wünschen sich Eltern Veranstaltungen und Anregungen zu den Themen Freizeit im Allgemeinen (N=30), zu Kreativität (N=35; Basteln, Musik, Theater), Natur (N=23; z.B. Kräuterwan-

derungen, Familienveranstaltungen innerhalb der Natur), Impulse zu altersangemessenen Freizeitbeschäftigungen (N=12) und zu Freizeitangeboten innerhalb der Region (N=18).

Gesellschaft

Innerhalb dieser Kategorie interessieren sich die Eltern für gesellschaftliche Veränderungen (N=34; insbesondere im Zusammenhang mit potentiellen Gefahren aus dem Internet) und für die Familienpolitik auf der Bundes- und Regionalebene (N=18).

Recht und Finanzen

Im finanziellen Bereich (N=17) werden neben der allgemeinen Aufklärung die Altersvorsorge, das Elterngeld und darüber hinaus gehende finanzielle Unterstützungsmöglichkeiten für Familien genannt.

Die gewünschten rechtlichen Themen (N=9) umfassen allgemeine Elternrechte und -pflichten, die rechtliche Situation geschiedener Eltern (Recht bei Aufenthalts-, Erziehungs- und Bildungsentscheidungen) sowie rechtliche Belange beim Tod eines Elternteils (Vormundschaftsregelungen).

Zusammenfassung

Die Angaben der Eltern waren teilweise sehr ausführlich, so dass konkrete gewünschte Inhalte abgeleitet werden konnten. Wie wichtig die befragten Eltern Familienbildungsangebote einschätzen, wird nicht nur daran ersichtlich, dass fast 1/4 der gesamten Stichprobe sich zu dieser offenen Frage geäußert hat. Auch zeigen die teils sehr detailliert beschriebenen Wünsche das Interesse der Eltern und in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht.

Meist sind die Angaben einer Kategorie bzw. Unterkategorie eindeutig zuordbar. Einige Bereiche sind allerdings nicht immer eindeutig voneinander abgrenzbar.

Besonders auffällig ist das beim Umgang mit Medien (Kategorie: Erziehung). Dieser wird von den Eltern häufiger in Verbindung gesetzt mit

- der Prävention von Mobbing (Kategorie: Probleme),
- der Suchtprävention (Kategorie: Probleme),
- Gefahren aus dem Internet (Kategorie: Gesellschaft),
- der Pubertät (Kategorie: Entwicklung des Kindes),
- der altersgerechten Erziehung (Kategorie: Erziehung)

- und dem Sozialverhalten des Kindes bzw. seinem Konsumverhalten (Kategorie: Verhalten des Kindes)

Auch das Sozialverhalten (Kategorie: Verhalten des Kindes) wird mit unterschiedlichen Entwicklungsphasen des Kindes (Kategorie Entwicklung des Kindes) und dem Problemfeld Mobbing verbunden.

Fazit

Die Inhalte zeigen die gesellschaftlich aktuellen Brennpunkte (z.B. Umgang mit Medien, Familienwandel), regionale Geschehnisse mit ihren Folgen (z.B. schwerwiegende Problemfelder) und Dauerthemen wie z.B. die Pubertät, gesunde Ernährung und die Bewältigung des Schulalltags auf.

Viele Themen (insbesondere im Bereich Gesundheit) werden bereits durch das aktuelle Angebot der Familienbildungsmaßnahmen abgedeckt. Andere Themen fehlen aber im bisherigen Veranstaltungskalender der *elfe*.

Dies betrifft insbesondere die Themen Pubertät, Mobbing, Sozial- und Konsumverhalten. Ein Verbindung des bereits bestehenden Themas «Umgang mit Medien» mit seinen unterschiedlichen aufgeführten Schnittstellen dürfte ein weiterer Aspekt sein. Insgesamt ist der Ausbau der vorhandenen Themen nach kindlichen Altersstufen ein wichtiger Aspekt. Aktuelle regionale Ereignisse können Eltern verunsichern, welches innerhalb der schwerwiegenden Problemfelder von den Eltern angesprochen wird. Sie benötigen dabei eine besondere Unterstützung.

Wünsche, Lob und Kritik der Eltern in Bezug auf Familienbildungsangebote

In diesem Abschnitt des Fragebogens wurde den Eltern die Möglichkeit geboten, ihre Wünsche, ihre Kritik und ihr Lob zu den Familienbildungsangeboten im Landkreis Eichstätt zu äußern. Insgesamt beantworteten 22,6% der Eltern mindestens eine der offenen Fragen. Auffällig ist der bereits ermittelte Trend, dass Eltern sich mehr Informationen über die bestehenden Angebote wünschen.

Die Wünsche, das Lob und die Kritik der Eltern lassen sich jeweils in sechs Kategorien mit mehreren Unterkategorien einteilen:

- Angebotsgestaltung
- Inhalte der Angebote
- Werbung
- zeitliche Organisation
- Ort der Veranstaltung
- Kinderbetreuung während der Veranstaltung

Um die Kategorien, ihre unterschiedlichen Ausprägungen und Kommentare diskutieren zu können, werden die drei Fragen zu Wünschen, Lob und Kritik themenbezogen vorgestellt. Dies ermöglicht, die Aussagen zu den einzelnen Kategorien miteinander zu vergleichen und Rückschlüsse auf funktionierende, optimierbare und einzuführende Handlungsfelder zu ziehen.

Insgesamt äußerten sich 679 Eltern zu der Frage *«Was wünschen Sie sich von Familienbildungsangeboten?»*. Zu der Frage

«Was kritisieren Sie an den angebotenen Familienbildungsangeboten?» teilten sich 435 Eltern mit. Die Frage *«Was finden Sie an den angebotenen Familienbildungsangeboten gut?»* beantworteten 386 Eltern. Alle Gemeinden sind unter den Respondenten vertreten.

Insgesamt haben die Eltern häufiger eine Veranstaltung 2013/14 besucht als die Gesamtstichprobe. Auch liegt ihre Bereitschaft, erneut ein Familienbildungsangebot wahrzunehmen, höher.

Die Eltern, welche Wünsche oder Kritik mitteilten, sind im Durchschnitt etwas unzufriedener mit den Angeboten ihrer Gemeinde (Wünsche: MW=2,25; Kritik: 2,16) bzw. des Landkreises (Wünsche: MW=2,49; Kritik: 2,40) als alle Befragten. Anders liegt der Fall bei den Eltern, die sich positiv zu den Familienbildungsangeboten äußerten. Sie sind überwiegend zufriedener mit den Veranstaltungen in ihrer Gemeinde (MW=2,58) und des Landkreises (MW=2,80).

Angebotsgestaltung

229 Eltern geben ihre Wünsche zur Angebotsgestaltung der Familienbildungsmaßnahmen an. Die Eltern wünschen sich insgesamt mehr Angebote, ein Internetangebot, unterschiedliche Veranstaltungsformen, abwechslungsreiche Veranstaltungen, in denen sich die Teilnehmer austauschen können und eine gewisse Anonymität gewahrt wird, sowie

Teilnahmekosten, die sich im Rahmen befinden. Vereinzelt werden auch Angebote in türkischer Sprache gewünscht sowie die Unterstützung der Einrichtungen, die Veranstaltungen anbieten. Insgesamt wünschen sich die Eltern eine schnellere und leichtere Möglichkeit, den für sie richtigen Ansprechpartner bei Informationsbedarf zu finden.

198 Eltern üben Kritik an der Angebotsgestaltung. In ihren Augen gibt es insgesamt zu wenig Veranstaltungen und die Angebotsvielfalt könnte ausgebaut werden. Die Angebote an sich gewähren in ihren Augen keine hinreichende Anonymität. Einige Eltern führen an, dass die Referenten in ihren Augen zu wenig neutral und zu belehrend auftreten.

261 Eltern äußerten sich positiv zur bisherigen Angebotsgestaltung. Sie befürworten die generelle Angebotsgestaltung und diejenige der einzelnen Veranstaltungen. Insgesamt finden sie die Angebotsvielfalt, die Niederschwelligkeit und das Vorhandensein (kostenloser) Angebote gut. Sie sehen die Organisation der einzelnen Veranstaltung, die Möglichkeit, sich darin mit anderen Eltern auszutauschen, die Atmosphäre, Hilfestellung und Kompetenz der Referenten in einem positiven Licht.

Diese unterschiedlichen Sichtweisen können auf zwei mögliche Punkte zurückgeführt werden: Die Gruppen «Wünsche» und «Kritik» sehen die bisherige Angebotsvielfalt als unzureichend an oder die für sie interessanten Angebote sind nicht

so leicht auffindbar. Auffällig ist, dass die allgemeine Angebotsgestaltung eher einer Kritik ausgesetzt ist bzw. Verbesserungswünsche beinhaltet als die Gestaltung der einzelnen Veranstaltungen. Die einzelnen Veranstaltungen werden eher in einem positiven Licht gesehen.

Inhalt der Veranstaltungen

Zu den Inhalten der Veranstaltungen kommen von 312 Eltern unterschiedliche Vorschläge. Diese betreffen weitere Veranstaltungsthemen sowie die generelle Aufbereitung der Inhalte. Inhaltlich wünschen sich die Eltern insgesamt eine größere Themenvielfalt. Aktualität, Themen für unterschiedliche Entwicklungsstufen des Kindes und soziale Themen führen die Eltern dazu unter anderem auf. Die Inhalte einer Veranstaltung sollen neutral und verständlich aufbereitet werden und einen Praxisbezug herstellen. Über weiterführende Informationen durch ein Handout oder durch Buchempfehlungen würden sich die Eltern freuen.

Die 108 Eltern, welche die Inhalte der Angebote kritisieren, führen ähnliche Themen wie bei den Wünschen an. Die Angebote sind zu wenig nach kindlichen Altersstufen differenziert, die Erfahrungsberichte und der Anwendungsbezug könnten ausgebaut werden und die Inhalte sollten neutraler und verständlicher aufbereitet werden. Ferner kritisieren sie einen unzureichenden Einbezug der Teilnehmer in den Vortrag. Einige Eltern kritisieren ferner, dass alternative Fa-

	Wünsche	Kritik	Lob
Angebotsgestaltung	229	198	261
Inhalte der Angebote	312	108	168
Werbung	144	144	1
zeitliche Organisation	63	63	12
Ort der Veranstaltung	62	60	20
Kinderbetreuung	44	22	2
Veranstaltungsbesucher	73,4	74,5	89,2
Bereitschaft für den Besuch einer Veranstaltung	89,5	89,2	92,7
durchschnittliche Zufriedenheit mit der Gemeinde	2,25	2,16	2,58
durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Landkreis	2,49	2,40	2,80
N	679	435	386

Tabelle 9: Kategorien: Wünsche, Lob und Kritik der Eltern
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen

milienformen (Alleinerziehende, Stieffamilien) zu wenig berücksichtigt werden. Auch fehlt einem Teil von ihnen eine weiterführende Literatur im Sinne eines Handouts oder von Bücherempfehlungen.

Die Kritik und Wünsche werden durch die 168 Eltern, welche die Inhalte der Veranstaltung loben, teilweise entkräftet. Sie finden den Informationsgehalt, die Themenaktualität, die Themenauswahl, die Ratschläge und Impulse der Referenten sowie die herausgegebenen Handouts und Buchempfehlungen hilfreich. Die Familienbildungsmaßnahmen bieten in ihren Augen neue Sichtweisen und sind auf unterschiedliche Altersstufen der Kinder ausgerichtet.

Diese teilweise konträren Sichtweisen zwischen Wünschen, Kritik und Lob zeigen das Potential der bisherigen Familienbildungsangebote auf. Die bisherigen Veranstaltungen bieten genau das, was sich Eltern eigentlich wünschen. Eine Erweiterung der Themen und die Einführung von Standards für die Veranstaltung (wie z. B. Diskussionsrunden, Handouts, Buchempfehlungen) könnten die Qualität der Familienbildungsmaßnahmen auf ein für mehr Eltern zufriedenstellendes Niveau steigern.

Werbung

144 Eltern wünschen sich eine Werbung über die Veranstaltungen, die sie erreicht. Ein Teil gibt an, dass sie bisher noch nichts über Familienbildungsangebote im Landkreis erfahren haben.

«ich habe keine Veranstaltung im Landkreis gefunden. Es wird nicht angeboten.»

«Dass man davon erfährt»

«Ich habe durch diesen Fragebogen überhaupt erst gemerkt, dass ich über das Veranstaltungsangebot des Landkreises überhaupt nichts weiß»

«Mir ist bis heute (= nach 5 Jahren in der Gemeinde) nicht bekannt, dass es Familienbildungsangebote - außerhalb des Kindergartens & der Schule - hier überhaupt gibt!!!»

Der andere Teil schlägt mögliche Informationskanäle vor, welche sie besser erreichen würde. Die Respondenten schlagen überwiegend Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder (Schule, Kindergarten, Kinderkrippe) als Schnittstelle vor. Auch die Zeitung, Flyer, Plakate und das Internet bilden vorgeschlagene Werbeträger. Sie können sich die In-

formationen zu den Veranstaltungen über Elternbriefe, aber auch über eine eigene Broschüre vorstellen.

«Die Angebote sind sehr wichtig und hilfreich, wenn sie gebraucht werden. d.h. guter Zugang ist Voraussetzung (Internetplattform; Info durch KiGa)»

«Jahresterminkalender; direkte Info an Eltern betroffener Kinder z.B. über Flyer an Kindern in Schule oder KiTa; e-Mail-Verteilerangebot oder Newsletter (Kostengünstiger als Flyer)»

«bessere Bekanntmachung (Plakate, Hauswurf) und frühzeitig (DK oft zu spät)»

«Evtl 1/4 jährlich zusammengefasstes Programm per E-mail, wäre für Familien mit mehreren Kindern einfacher als sich alle Angebote beschaffen zu müssen, da dies mit hohem Zeitaufwand verbunden ist!»

«Am besten an Schulen/und sonstigen Einrichtungen anbieten, so erhalten die Eltern Infos über Elternbriefe.»

«Informationen über Veranstaltungen der Gemeinde/Landkreis sollte über die Schule gehen»

«Infos, welche Angebote stattfinden (z.B. Aushänge in Kindergärten)»

«Programmheft der Vorträge oder Veranstaltungen in Kindergärten auslegen oder Plakate, wo man sich hinwenden kann.»

144 Eltern äußern sich zur bisher durchgeführten Werbung kritisch. Die Nuancen dieser Kritik reichen von keinerlei Informationen über die abgehaltenen Veranstaltungen bis hin zu wenig verfügbaren Informationen über die Veranstaltung in dem Sinne, dass sie häufig zu spät von einer Veranstaltung erfahren, aber auch dahingehend, dass die Informationen über eine Veranstaltung unzureichend sind.

«Dass man das meiste gar nicht/nur mit mühsamer Suche oder zu spät erfährt»

«Mir fehlt entsprechende Werbung im Amtsblatt unserer Gemeinde, das wäre für mich der beste Weg, um solch regionale Angebote an den Mann zu bringen.»

«Insgesamt finde ich es schwierig von den Veranstaltungen etwas mitzubekommen. Meist erst im Nachhinein.»

Nur eine Person lobte die Gestaltung der Werbeträger (Flyer, Plakate, Aushänger).

Dieser Punkt bedarf dringend eines Ausbau. Das wird nicht nur an den absoluten Zahlen der Kommentare erkennbar. Insgesamt funktioniert in diesem Feld noch nicht die Informations- und Kommunikationspolitik, welche die Familienbildungsmaßnahmen für Eltern erreichbar macht.

Zeitliche Organisation

In Bezug auf die zeitliche Organisation nennen die 63 Eltern sehr unterschiedliche Zeiten, die für sie als Veranstaltungstermin günstig läge. Vormittags, abends, am Wochenende. Insgesamt ist hier kein eindeutiges Muster erkennbar. Es hängt insbesondere mit der beruflichen Situation der Eltern zusammen, wann sie eine Veranstaltung besuchen können. Sie schlagen dazu auch vor, die Veranstaltungen zu unterschiedlichen Zeiten mehrmals anzubieten. Tendenziell werden Abendveranstaltungen von den meisten Eltern gewünscht.

Für 63 Eltern liegen die Veranstaltungstermine zeitlich so ungünstig, dass sie sie nicht mit ihren Arbeits- und Familienzeiten vereinbaren können. Ihre Kritik lautet:

«Uhrzeiten unmöglich für Arbeiter und auch die Tage der Veranstaltungen sind selten arbeiterfreundlich»

«Häufig sehr späte Veranstaltungen (ab 19.00)»

«teilweise nicht mit Berufs- Familienleben vereinbar wg. Uhrzeit (vormittags oder später abends)»

«Uhrzeiten - meist ist es nicht möglich durch die Berufstätigkeit beider Eltern teilzunehmen! Es finden Angebote meist vormittags oder am frühen Nachmittag statt!»

Nur 12 Eltern finden die Veranstaltungstermine günstig (Lob der Angebote). Aus dieser Differenz wird eine bestehende Kluft zwischen Angebot und Nachfrage offensichtlich. Da die Vorschläge sehr unterschiedlich sind, wann eine Veranstaltung stattfinden soll, könnte die Wiederholung von Veranstaltungen zu unterschiedlichen Zeiten eine Lösung sein.

Kinderbetreuung während der Veranstaltung

Das Thema Kinderbetreuung ist für 44 Eltern ein weiterer wichtiger Faktor. Sie wünschen sich während der Veranstaltung eine Kinderbetreuung bzw. zumindest die Möglichkeit, ihre Kinder mit in die Veranstaltung zu nehmen.

«gerne auch am Wochenende mit Kinderbetreuung»

«Veranstaltungen, zu welchen Kinder mitdürfen. Z.B. eine Spielgruppe für Kinder während einer Veranstaltung.»

«mehr Angebote mit Kindern bzw, Angebote die Kinder während der Veranstaltung zu betreuen»

«Die Möglichkeit das Kind mitnehmen zu können damit man teilnehmen kann. Vielleicht durch Betreuungsangebot in dieser Zeit.»

22 Eltern bemängeln die Kinderbetreuungssituation während eines Familienbildungsangebots. Keine parallel stattfindende Kinderbetreuung bzw. keine Möglichkeit, die Kinder in die Veranstaltung mitzunehmen, macht es den Eltern teilweise schwer, an einem Familienbildungsangebot teilzunehmen.

«Es wäre gut, wenn auch eine Kinderbetreuung während der Veranstaltungen da wäre, nicht jeder hat eine Oma im Haus, die auf die Kinder aufpassen kann»

«Keine begleitende Kinderbetreuung»

«Abendveranstaltungen, muss teilweise Babysitter engagieren --> zusätzlicher Stress»

«Die Angebote richten sich an Erwachsene und schließen das Dabeisein von Kindern aus.»

Nur zwei Eltern lobten die Möglichkeit einer Kinderbetreuung während der Veranstaltung. Diese Differenz in den absoluten Zahlen zeigt einen Handlungsbedarf auf. Die Möglichkeit der Kinderbetreuung während einer Familienbildungsmaßnahme könnte es Eltern erleichtern, diese zu besuchen. Dies könnte mit dem Anmeldeverfahren verknüpft werden.

Ort der Veranstaltung

Der Veranstaltungsort ist ebenfalls für 62 Eltern ein Hemmnis. Sie wünschen sich Veranstaltungen innerhalb ihrer Gemeinde (aufgrund von Mobilitätsproblemen) und, dass die Angebote auch in der Schule oder im Kindergarten ihres Kindes stattfindet.

«Mehr Angebote in der näheren Umgebung»

«mehr Angebote innerhalb der Gemeinde»

«differenzierteres Angebot auf dem Land»

«regionale Verfügbarkeit (nicht nur Eichstätt gehört zum Landkreis)»

«bessere Busverbindungen»

«Veranstaltungsabende in jeder Schule»

60 Eltern kritisieren die mangelnde Verfügbarkeit von Familienbildungsmaßnahmen in ihrer Region.

«Ich denke, man könnte mehr Leute erreichen, wenn es mehr lokalere Angebote in den Gemeinden gäbe. Ich finde es auch gut, wenn es Angebote gibt, die über Kinderarten oder Schule angeboten werden, da man Väter dann eher zu so einer Veranstaltung bringt.»

«Viele Angebote sind zu weit weg»

«Wäre schön, wenn es mehr Angebote in den Gemeinden gäbe.»

20 Eltern finden es gut, dass die von ihnen besuchten Veranstaltungen im Kindergarten, in der Schule, regional oder erreichbar stattfanden.

Wünsche, Kritik und Lob kommen überein, dass regionale, dezentrale Angebote, sei es in der Bildungs- oder Betreuungseinrichtung des Kindes oder anderweitig in der Gemeinde positiv von den Eltern aufgenommen wird. Eine mögliche Zusammenarbeit des Jugendamtes mit der Schule oder dem Kindergarten bei der Durchführung der Veranstaltungen könnte damit Eltern die Zugänglichkeit der Angebote erleichtern.

Zusammenfassung

Die Sichtweisen der Eltern zeigen auf, was bereits gut läuft und in welchen Bereichen Verbesserungsbedarf besteht. Einer der wichtigsten Potentiale ist eine zielführende Werbung. Die Vorschläge der Eltern können dazu aufgegriffen werden. Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder könnten zu einem der wichtigsten Partner für das Jugendamt in diesem Zusammenhang werden.

Die Angebotsgestaltung und die Inhalte der Angebote sind Kritik, Wünschen und Lob ausgesetzt. Ein Ausbau der Themen mit der Berücksichtigung der Wünsche aus dem vorherigen Abschnitt dient dazu, die generelle Angebotsvielfalt unter der Berücksichtigung der elterlichen Wünsche zu verbessern. Die konkreten Veranstaltungen zeigen eine vorhandene Qualität auf, welche durch die Einführung von Standards optimiert werden könnte.

Die unterschiedlichen Wünsche bei der zeitlichen Organisation machen es unumgänglich, einzelne gut besuchte Veranstaltungen mehrmals zu unterschiedlichen Zeiten anzubieten. Dabei sollten Familienbildungsmaßnahmen auch dezentral organisiert werden bzw. die Mobilität der Eltern durch entsprechende öffentliche Verkehrsmittel verbessert werden.

Ergebnisse einzelner Gemeinden

Dieser Abschnitt betrachtet beispielhaft drei unterschiedliche Kommunen: Böhmfeld, Pförring und Kinding. Die Eltern aus Böhmfeld und Pförring gehören zu denjenigen, in denen die Eltern überdurchschnittlich zufrieden mit den Angeboten ihrer Gemeinde sind. Die Eltern aus Böhmfeld sind zudem überdurchschnittlich zufrieden mit den Angeboten des Landkreises. In Pförring tritt die Besonderheit auf, dass die El-

tern mit den Angeboten ihrer Gemeinde zufriedener sind als mit den Angeboten des Landkreises. Kinding bildet die Gemeinde mit der höchsten Rücklaufquote und den prozentual höchsten Teilnehmerquoten an Familienbildungsangeboten.

Diese drei Gemeinden können dadurch als Best-Practice Beispiele für den Landkreis Eichstätt herangezogen werden.

Böhmfeld

In der Gemeinde Böhmfeld beantworteten 64 Eltern den Fragebogen. Darunter fallen 90,3% Mütter und 9,7% Väter, die zu 90,6% verheiratet, zu 6,3% alleinerziehend sind und zu 3,1% in einer nichtehelichen Lebensgemeinschaft leben. 49,2% der Eltern sind teilzeitbeschäftigt, 15,9% sind vollzeitbeschäftigt, 6,3% sind geringfügig beschäftigt, 19,2% sind nicht erwerbstätig und 9,4% gehen einer sonstigen Tätigkeit nach. Die Böhmfelder Eltern sind weniger zufrieden (1,6%), zufrieden (42,2%) und sehr zufrieden (56,3%) mit ihrem Familienleben.

Für die Eltern der Gemeinde Böhmfeld bilden Freunde, Familie und Bekannte die ersten Ansprechpartner rund um die Themen Familie und Kind (67,2%). 73,4% der Böhmfelder Eltern informieren sich über das Internet. Ratgeber, Bücher und Zeitschriften sind bei ihnen an dritter Stelle (56,3%). Auch in einem anderen Bereich unterscheiden sich die Böhmfelder Eltern von der Gesamtstichprobe: Sie nehmen verstärkt Angebote öffentlicher Einrichtungen (43,8%), ihrer Gemeinde (39,1%), des Landkreises Eichstätt (20,3%), der Stadt Ingolstadt (12,5%), der Beratungsstellen (9,4%) und kirchlicher Einrichtungen (12,5%) wahr. Dagegen spielen Radio und TV eine untergeordnete Rolle als Informationsmittel (10,9%).

61,1% der Eltern aus Böhmfeld haben mindestens ein Familienbildungsangebot 2013/14 wahrgenommen. Die Meisten von ihnen (78,2%) planen (erneut) eine Informationsveranstaltung zu Familie und Kind zu besuchen. Die Zufriedenheitswerte mit der Gemeinde und dem Landkreis sind hoch. 12,0% sind sehr zufrieden mit den Angeboten ihrer Gemeinde, zufrieden sind 58,0%. Mit den Angeboten des Landkreises sind etwas weniger Personen sehr zufrieden (8,9%) und zufrieden (57,8%).

Im Gegensatz zur Gesamtstichprobe bilden die Berichte von Freunden, Bekannten und Familien (43,9%) nur einen Punkt, der die Eltern aus Böhmfeld auf Veranstaltungen aufmerksam macht. Plakate (41,5%), Aushänger im Schaukasten der Gemeinde (46,3%), Flyer (17,1%) und Internet (19,5%) bilden in Böhmfeld funktionierende Werbemittel, die auf die Familienbildungsangebote aufmerksam machen. Daneben werden aber auch Schule und Tageszeitung als weitere Informationsträger genannt.

Im Vergleich zur Gesamtstichprobe ähneln sich die Themen der besuchten Veranstaltungen. Ein Schwerpunkt bildet wiederum das Thema Schule und Lernen (46,3%). Auch die gesunde Lebensweise mit Sport (22,0%), Ernährung (22,0%), Gesundheit im Allgemeinen (17,1%), und Suchtprävention (2,4%) sind die einzelnen Themen der besuchten Veranstaltungen. Das Thema kindliche Verhalten und seine Entwicklung wird weniger häufig besucht (29,3%) als in der Gesamtstichprobe. Familie und Elternsein bildet bei 29,3% den Inhalt der besuchten Veranstaltung. Zum Umgang mit Medien informierten sich 39,0% der Eltern. Zum Thema Recht und Finanzen waren es 2,4%.

Die Gründe für den Besuch einer Familienbildungsmaßnahme sind mit einer Ausnahme sehr ausgewogen. Die Veranstaltungsbesucher fanden das Thema interessant (57,5% trifft zu bzw. trifft voll und ganz zu), ihnen wurde die Veranstaltung empfohlen (58,5%), Bekannte und Freunde nahmen auch daran teil (59,0%) und sie konnten sich mit anderen Eltern austauschen (42,1%). Eine untergeordnete Rolle bildet der Punkt, mit anderen Eltern Kontakte zu knüpfen (16,2%). Der soziale Aspekt spielt damit neben der Themenauswahl eine wichtige Rolle und verdient zukünftig weiterhin einer Berücksichtigung.

Die Böhmfelder Eltern, welche bisher keine Veranstaltung besucht haben, geben an, Informationen anderweitig leichter zu erhalten (64,3%). Probleme mit der zeitlichen Organisation (57,1%) oder mit der Kinderbetreuung (57,1%) hindern sie auch, kein Familienbildungsangebot in Anspruch zu nehmen. Einige haben auch keinen Bedarf (46,2%). Mangelndes Interesse (28,6%), der Umstand, dass Freunde oder Bekannte nicht daran teilnehmen (15,4%) und Mobilitätsprobleme (7,7%) haben dagegen eine untergeordnete Rolle.

Werden die Eltern gefragt, was sie sich von den Familienbildungsangeboten wünschen, welche Kritik und welches Lob sie aussprechen können, kommen folgende Antworten:

Die Eltern in Böhmfeld wünschen sich vor allem im kindbezogenen Bereich mehr Veranstaltungen:

- **Kindesentwicklung und altersangemessene Erziehung** (z.B. «Entwicklungsschritte in der Kindheit», «Kindererziehung von 1-18 Jahre», «Pubertät»),
- **Umgang mit Medien und Internet** (z.B. «Internetnutzung für Kinder»),
- **Lernen/Schule** (z.B. «Lernverhalten», «Psychologie des Lernen», «welche Schule für mein Kind»),
- **Gesundheit** (Ernährung, Bewegung, Gesundheit im Allgemeinen, Suchtprävention) und
- **Problemfeld:** «Mobbing in der Schule».

Allgemein sind auch die Themen «Elternzeit und Elterngeld», Religion, «Tod in der Familie» und ein «Überblick über die

Kinding

135 Eltern der Gemeinde Kinding beantworteten den Fragebogen. Darunter sind 94,0% Mütter und 91,8% verheiratet (nichteheliche Lebensgemeinschaft: 3,7%, alleinerziehend: 2,9%, verwitwet: 0,7%, geschieden: 0,7%). Die Meisten gehen einer Teilzeitbeschäftigung nach (37,4%), sind geringfügig beschäftigt (23,7%) oder nicht erwerbstätig (19,1%). Ein geringer Anteil dieser Gruppe ist vollzeitbeschäftigt (12,2%) oder geht einer sonstigen Beschäftigung nach (7,6%). Die Eltern weisen hohe Zufriedenheitswerte mit ihrem Familienleben auf (61,9% sind sehr zufrieden, 37,3% sind zufrieden und 0,7% sind weniger zufrieden).

Die wichtigste Informationsquelle zu Fragen rund um die Themen Familie und Kind ist das Internet (80,7%). Freunde, Familie und Bekannte bilden ähnlich wichtige Ansprechpartner wie in Böhmfeld oder in der Gesamtstichprobe (65,2%). Im Gegen-

Sportangebote in der Region» für die Eltern interessant. Insgesamt wünschen sich die Eltern zeitgemäße, aktuelle Informationen, kompetente Referenten, Informationen und Ratschläge, die Informationen gesammelt in einem Jahresheft. Ein Respondent meint: «*Ich wünsche mir eine Art Elternschule mit verschiedenen Erziehungs- und Verhaltensthemen auch zu unterschiedlichen Altersstufen, siehe Elternschule in Ingolstadt.*»

Die Eltern kritisieren vor allem den unzureichenden Bekanntheitsgrad der Veranstaltungen («*im Internet schlecht zu finden*»). Zudem gibt es nach ihrer Aussage zu wenig Veranstaltungen, die auch zeitlich nicht immer günstig liegen («*dass die Veranstaltungen immer am Abend stattfinden*»).

Allerdings sparen die Eltern auch nicht mit Lob:

«*Gute Informationen, die hilfreich sind um die Entwicklung der Kinder zu fördern*»

«*in unserer Gemeinde werden aktuelle Themen angeboten*»

«*ortsnah, am Abend, Veranstaltungen an Schulen*»

Sie loben die Informationen, sehen eine Familienbildungsveranstaltung auch als Austauschplattform mit anderen Eltern, die zu ähnlichen Themen sich Wissen aneignen wollen und freuen sich über die Ratschläge.

satz zur Gesamtstichprobe nutzen die Eltern aus Kinding überdurchschnittlich häufig Ratgeber, Bücher oder Zeitschriften als Informationsmittel. In einem weiteren Bereich unterscheiden sich die Kindinger Eltern von der Gesamtstichprobe: Während sie Angebote öffentlicher Einrichtungen (59,3%) und ihrer Gemeinde (25,2%) häufiger nutzen als die Eltern anderer Landkreise, nutzen sie Beratungsstellen (11,1%), Angebote des Landkreises Eichstätt (13,3%) und kirchlicher Einrichtungen (5,2%) marginal weniger und Angebote der Stadt Ingolstadt deutlich weniger als die Gesamtstichprobe.

77,9% der Eltern besuchten 2013/14 mindestens ein Familienbildungsangebot. Die Bereitschaft, (erneut) eine Veranstaltung zu besuchen, ist sehr hoch (85,8%). Mit dieser Angabe kongruent sind auch die Zufriedenheitswerte mit der Gemeinde und dem Landkreis. 61,5% sind zufrieden und 3,4

% sind sehr zufrieden mit den Angeboten ihrer Gemeinde. Mit den Angeboten des Landkreises sind 73,3% zufrieden und 1,9% sehr zufrieden.

Die Werbemittel funktionieren innerhalb der Gemeinde Kinding. Im Gegensatz zur Gesamtstichprobe machen vor allem Flyer (38,9%) auf die jeweilige Veranstaltung aufmerksam. Plakate (19,4%), Internet (13,9%) und Aushänger am Schaukasten der Gemeinde (14,2%) dienen hier weniger als (funktionierende) Werbeträger. Wie schon in der Gemeinde Böhmfeld bilden die Berichte von Freunden und Bekannten (32,4%) nur einen Punkt, der die Eltern auf Veranstaltungen aufmerksam macht. Ähnlich wie in der Gesamtstichprobe machen vor allem Schule und Kindergarten/Kinderkrippe auf eine Familienbildungsmaßnahme aufmerksam.

Das Thema «Schule und Lernen» wurde am Häufigsten in den besuchten Veranstaltungen behandelt (67,9%). Die kindliche Entwicklung und dessen Verhalten (45,0%) wurde im Vergleich zur Gesamtstichprobe überdurchschnittlich häufig angegeben. Ähnlich verhält es sich mit dem Bereich Recht/Finanzen (6,4%). Gesundheitliche Themen (Gesundheit: 13,8%, Ernährung: 25,7%, Sport: 17,4%, Suchtprävention: 3,7%) werden mit Ausnahme des Ernährungsbereichs insgesamt weniger häufig besucht. Gleiches gilt in abgeschwächter Form für die Themen Umgang mit Medien (22,0%) und Familie/Elternsein (22,0%).

Die Eltern aus Kinding besuchen vor allem aus Interesse (98,1% trifft zu bzw. trifft voll und ganz zu) eine Veranstaltung. Die Empfehlung des direkten Angebots (54,3%), die Teilnahme von Freunden und Bekannten (63,3%), der Austausch mit anderen Eltern (68,4%) und das Knüpfen von Kontakten zu anderen Eltern (41,1%) spielen weiterhin eine besondere Rolle.

Die Kindinger Eltern, die keine Veranstaltung 2013/14 besucht haben, stehen vor allem vor den Problemen der zeitlichen Organisation (75,0%) und der Kinderbetreuung (61,1%). 84,2% unter ihnen sind davon überzeugt, Informationen auf einem anderen Wege leichter zu erhalten. Eine unzureichende Mobilität hindert die Eltern weniger an der Teilnahme an Familienbildungsangeboten (29,4%). Gleiches gilt für den Fall, dass Bekannte und Freunde der Veranstaltung fernbleiben (17,6%), kein Interesse (17,6%) oder kein Bedarf (33,3%) besteht.

Was wünschen sich nun die Eltern der Gemeinde Kinding in Bezug auf Familienbildungsangebote? Was kritisieren sie? Was finden sie gut? Auf die Frage «*Welche Veranstaltungsthemen würden Sie sich wünschen?*» antworteten 30 Eltern. Die Themen sind sehr vielfältig.

- **Kindesentwicklung und altersangemessene Erziehung** (z.B. «Pubertät - richtiges Verhalten der Eltern», «psychische Entwicklungsstufen von Kindern», «Pubertät»),
- **Umgang mit Medien und Internet** («Gefahren im Internet; Richtige Benutzung des Internets für Kinder und Jugendliche»)
- **Schule und Beruf** («Berufswahl, Berufsperspektiven», «Lernen lernen»)
- **Problemfeld: «Suchtprävention»**

Ferner nennen die Eltern Elternsein/Familie, Alltagsbewältigung mit Kind, Freizeitgestaltung und Finanzen. Sie wünschen sich vor allem eine bessere Vermarktung der Angebote («Die Angebote sollten als Flyer an Eltern durch Schule oder Kindergarten weitergegeben werden.», «Ortsnah und im Mitteilungsblatt der Gemeinde angekündigt»), und ortsnahe Angebote («Familienbildungsangebote müssen dort stattfinden, wo die Familien sind: Am besten in der Gemeinde oder der Pfarrei»). Vereinzelt nennen die Eltern die Möglichkeit, ihr Kind mitnehmen zu können, eine Ausweitung des Informationsgehalts der einzelnen Veranstaltungen (auch unter dem Einbezug umsetzbarer Lösungsvorschläge) und mehr Denkanstöße.

Kritik üben die Eltern der Gemeinde Kinding daran, dass bekannte Angebote fast ausschließlich nur über die Schule oder den Kindergarten stattfinden und die Nachhaltigkeit der Angebote noch ausbaufähig ist.

«Die Angebote kommen von der Schule oder KiGa (betrachte ich also nicht von der Gemeinde kommend)»

«teilweise nur Theorie, keine Praxisumsetzung möglich»

«s.o. zum Teil fehlt auch die Nachhaltigkeit -> Folgeangebote; Listen mit Ansprechpartnern, Möglichkeiten aufzeigen»

Positiv äußern sich die Eltern zum Umfang und zur Vielfalt der angebotenen Familienbildungsmaßnahmen. Auch die Möglichkeit, sich mit anderen Eltern auszutauschen und Expertenhilfen zu erhalten, schätzen die befragten Eltern.

Pförring

Aus der Gemeinde Pförring haben überwiegend die Mütter (92,4%) und Verheiratete (93,3%; nichteheliche Lebensgemeinschaft: 1,7%, Alleinerziehende: 5,0%) den Fragebogen beantwortet. Sie sind überwiegend (41,5%) teilzeitbeschäftigt. 16,1% gehen einer Vollzeitbeschäftigung nach, 18,6% sind geringfügig beschäftigt, 12,7% sind nicht erwerbstätig und 11,0% arbeiten in einem sonstigen Beschäftigungsverhältnis. Die Eltern sind überwiegend zufrieden (38,7%) oder sehr zufrieden (53,8%) mit ihrem Familienleben. Etwas häufiger als in der Gesamtstichprobe sind 5,0% weniger zufrieden mit ihrem Familienleben und 2,5% überhaupt nicht zufrieden damit.

Wollen sich die Eltern über Familie und Kind informieren, nutzen 88,4% das Internet, 15,7% Radio und Fernsehen, 57,0% Ratgeber, Bücher oder Zeitschriften und 65,3% ihren Familien-, Freundes- und Bekanntenkreis. Diese Werte liegen jeweils höher als in der Gesamtstichprobe. Auch Angebote der Gemeinde (21,5%) und öffentlicher Einrichtungen (47,9%) ziehen die Eltern häufiger als Informationsquelle im Vergleich zur Gesamtstichprobe heran. Dagegen greifen auf Angebote des Landkreises Eichstätt (5,8%), von Beratungsstellen (10,7%), der Stadt Ingolstadt (6,6%) und kirchlicher Einrichtungen (5,0%) zurück.

69,2% der Eltern haben mindestens ein Familienbildungsangebot besucht und 77,8% planen eine Veranstaltung zu besuchen. Mit den Angeboten in ihrer Gemeinde sind 55,4% zufrieden und 5,9% sehr zufrieden. Diese Werte liegen höher als bei der Gesamtstichprobe (51,3% zufrieden, 4,9% sehr zufrieden) Mit den Angeboten des Landkreises Eichstätt sind 62,1% zufrieden und 1,1% sehr zufrieden. Hier zeigt sich insgesamt eine geringere Zufriedenheit als bei allen befragten Eltern des Landkreises (60,7% zufrieden und 4,2% sehr zufrieden).

Ähnlich wie in der Gesamtstichprobe sind die Berichte von Freunden, Familie und Bekannten unerlässlich (46,5%), um auf eine Veranstaltung aufmerksam zu werden. Daneben spielen Plakate (24,4%), Flyer (24,4%) und Internet (20,9%) eine wichtige Rolle. Die Aushänger in der Gemeinde nehmen dagegen nur 14,0% wahr. Weitere Werbeträger bilden Schule, Kindergarten und Zeitung.

Die inhaltlichen Schwerpunkte der wahrgenommenen Veranstaltungen in den Bereichen Schule/Lernen (54,7%) und gesundheitliche Themen (Gesundheit: 28,2%, Sport: 25,6%,

Ernährung: 24,4%, Suchtprävention: 3,5%) werden etwas häufiger als in der Gesamtstichprobe besucht. Angebote zu den Themenfeldern Entwicklung/Verhalten des Kindes (29,1%), Familie/Elternsein (26,7%), Umgang mit Medien (18,6%) sowie Recht/Finanzen (4,7%) nehmen verhältnismäßig weniger Pförringer Eltern wahr als in der Gesamtstichprobe.

Die Eltern aus Pförring finden vor allem das Thema der besuchten Veranstaltung interessant (96,6% trifft zu bzw. trifft voll und ganz zu). Auch der Austausch mit anderen Eltern (58,7%), die Teilnahme von Freunden und Bekannten (51,3%) sowie die Empfehlung des spezifischen Angebots (46,8%) sind von erheblicher Bedeutung. Dagegen spielt das Knüpfen von Kontakten zu anderen Eltern (26,6%) eine untergeordnete Rolle.

Die Pförringer Eltern, die 2013/14 keine Veranstaltung besucht haben, hindern vor allem Probleme mit der zeitlichen Organisation (68,0%) und mit der Kinderbetreuung (45,8%) an einer Teilnahme. Ein bedeutender Teil gibt an, Informationen auf anderem Wege leichter zu erhalten (80,0%) und keinen Bedarf zu haben (54,2%). Mobilitätsprobleme (10,0%), fehlendes Interesse (26,1%) und ein Fernbleiben der Bekannten und Freunde von den Angeboten (23,8%) spielen dagegen eine unbedeutendere Rolle.

Auf die Fragen, was sich die Eltern von den Familienbildungsangeboten wünschen, welche Kritik und welches Lob sie aussprechen können, kommen folgende Antworten:

Die gewünschten Themen umfassen fast ausschließlich kindbezogene Themen:

- **Umgang mit Medien und Internet** (allgemein und adäquate Mediennutzung für verschiedene Altersstufen: «Medienverhalten bei Jugendlichen»)
- **Schule und Lernen** («Lernen lernen», «Leichter lernen für lernschwache Kinder»)
- **Gesundheit** (Ernährung, Gesundheit, Sport)
- **Erziehung** (allgemein und in Bezug auf altersbezogene Beschäftigung des Kindes)

Daneben werden vereinzelt Mobbing in der Schule, Dyskalkulie, Familie im Allgemeinen sowie Work-Life-Balance im Besonderen und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten des Kindes als gewünschte Themenfelder genannt.

Die geäußerte Kritik betrifft vor allem einen Punkt: Die Veranstaltungen finden für die Eltern meist zu weit entfernt statt. Sie nehmen vor allem die Angebote der Kindergärten und der Schule innerhalb der Gemeinde wahr.

«zu wenig; zu weit entfernt; mir war vor diesem Fragebogen nicht bewusst, dass es ein entsprechendes Angebot in der Region vom Jugendamt/Lkr. gibt»

Dieser Punkt wiederholt sich in den allgemeinen Wünschen an Familienbildungsangebote - auch in Verbindung mit Lösungsvorschlägen:

«fachliches Niveau, räumliche Nähe, rechtzeitige Bekanntgabe möglichst frühzeitig, möglichst breit, Tagespresse, Plakate Flyer ... Schulen, Kitas sollen bei der Gestaltung von thematischen Elternabenden unterstützt werden, z.B. durch Themenvorschläge und Referentenvermittlung»

Daneben wünschen sich die Eltern unterschiedliche Veranstaltungszeiten (mit keiner eindeutigen Tendenz: vormittags bis abends), einen Ausbau aktueller Themen sowie mehr

Austausch, Diskussion und aktive Themenbearbeitung innerhalb einer Veranstaltung. Im Gegensatz zur Gesamtstichprobe wird eine Ausweitung der Werbung nur vereinzelt gewünscht.

Die Eltern loben den Informationsgehalt der besuchten Veranstaltungen, die Themenvielfalt, die Form der Werbung und die Referenten.

«z.B. gute Veranstaltung: Wie funktioniert unser Gedächtnis, clever lernen»

«Dass jeder daran teilnehmen kann. Dass über Schulen oder Kindergärten eingeladen wird.»

«Umfassende Informationen zum Thema des Interesses»

«Die bisher besuchten Veranstaltungen fanden in einer Schule in Ingolstadt statt. Die Themen waren interessant, die Referenten kompetent. Man konnte immer Erkenntnisse u. Anregungen für den Alltag mitnehmen.»

Fazit

Auch wenn noch nicht alles perfekt ist: Diese drei Gemeinden zeigen den positiven Effekt einer bereits installierten Werbung auf. Funktionierende Werbemittel fördern die Zufriedenheit mit der Gemeinde und mit dem Landkreis.

Auch zeigt Pförring in besonders deutlicher Weise (durch seine geographische Lage und die Antworten der Eltern) auf, wie notwendig dezentrale Angebote sind. Sie werden positiv wahrgenommen.

Vergleich mit anderen Studien

Insgesamt kann nur auf eine Handvoll von Studien zurückgegriffen werden. Dieser Abschnitt betrachtet besonders solche, welche für den letzten Abschnitt «Handlungsempfehlungen» zielführend sind.

Die meisten wissenschaftlichen Untersuchungen, welche Familienbildungsmaßnahmen betrachten, analysieren die Effizienz und Effektivität einzelner Programme. Ausnahmen bilden hier die Studien des Familienforschungsinstituts ifb (2002, 2006) und der Untersuchung von Lösel et al. (2006).

Die erstere Untersuchung bietet sich an, da sie ebenfalls eine Elternbefragung durchführte. Dies geschah allerdings nicht wie bei dieser Untersuchung auf kommunaler Ebene, sondern auf bayernweiter Ebene.

Ein Vergleich mit der Elternbefragung des ifb (2002, 2006)

Das ifb führte 2002 und 2006 jeweils eine Elternbefragung durch (Mühling, Smolka 2007, Smolka 2003). Das ifb führte Telefoninterviews an Eltern in ganz Bayern durch. Rund 60% der Eltern haben schon einmal ein Familienbildungsangebot besucht. Die Eltern informierten sich dabei vor allem innerhalb ihrer Schwangerschaft, in Eltern-Kind-Gruppen und zu Erziehungsthemen. Das zeigt einige Unterschiede auf. Ein Grund bildet die verschiedene Struktur der Befragungen: Das ZFG akquirierte seine Zielgruppe vor allem über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder und fragte nach den besuchten Veranstaltungen in den Jahren 2013 und 2014.

In dieser Untersuchung kennen 11,8% der Eltern die Familienbildungsangebote nicht. 2006 bildet das Internet ein wichtiges Informationsmedium, wenn es um Fragen zu Familie und Kind geht (89,0%). 2002 waren es erst 44,1%.

Beide Untersuchungen zeigen ähnliche Themenwünsche der Eltern auf: Die drei wichtigsten auszubauenden Themen der ifb-Elternbefragung bilden Schule (70,9%), Erziehung

Die zweite Untersuchung führte dagegen eine Befragung der Veranstalter und eine Metaanalyse mit insgesamt 26 Studien zu Familienbildungsangeboten durch.

Zuletzt wird noch innerhalb der Untersuchungen zu einzelnen Familienbildungsmaßnahmen die Studie von Wilke et al. (2014) herangezogen, welche innerhalb ihrer Untersuchung aufzeigen, wie schwer erreichbare Zielgruppen besser erreicht werden können.

(71,3%) und Pubertät (72,0%). Das Alter der Kinder steht dabei in einem direkten Zusammenhang mit den Wünschen der Eltern und dessen Berücksichtigung wird von den Eltern explizit gefordert (74,7%).

Die Hemmschwellen der Eltern bilden bei der ifb-Befragung das fehlende Wissen über das Vorhandensein der Angebote (26,5%), andere Bedürfnisse (7,4%), kein Interesse (7,4%), Zeit- (20,0%), Mobilitäts- (4,9%) und Kinderbetreuungsengpässe (4,3%). Ein Vergleich mit der ZFG-Elternbefragung zeigt in besonderer Weise die Struktur des Landkreises Eichstätt auf: Als ländlicher Flächenlandkreis spielen im Landkreis Eichstätt Probleme mit der Mobilität, der Zeitorganisation und der Kinderbetreuung eine entscheidende Rolle. Weiterhin ist die Bekanntheit der Angebote im Landkreis geringer als bei der ifb-Elternbefragung.

Wie in der ZFG-Elternbefragung wünschen sich die Eltern der ifb-Elternbefragung Angebotsinhalte, die klar und mit Praxisbeispielen aufbereitet werden, neutral und auf dem neuesten Stand sind.

Weitere Studien

Die Studienergebnisse von Lösel et al. (2006) kommen zu einem ähnlichen Ergebnis wie die ifb- und ZFG-Untersuchungen. Die Autoren befragten im Jahr 2004 Veranstalter von Familienbildungsmaßnahmen und führten eine Metaanalyse zu den Effekten dieser Angebote durch. Ca. 70% der von ihnen betrachteten Familienbildungsveranstaltungen werden über verschiedene Werbemittel beworben. Es werden damit Eltern erreicht, die sich auf eine aktive Informationssuche begeben. Lösel et al. (2006) schlussfolgern daraus ein Defizit: Vor allem Eltern aus der Mittelschicht werden dadurch angesprochen, Eltern aus sozial benachteiligten Schichten oder Eltern mit Migrationshintergrund werden damit schwer erreicht. Weiterhin machen die Autoren auf die Chancen einer Vernetzung und Kooperation von unterschiedlichen Institutionen und Anbietern aufmerksam. Diese bietet die Chance, Anlaufstellen zu verdichten und zielgruppenspezifischer miteinander abzustimmen.

Wie wichtig eine zielgruppenorientierte Werbung und Angebotsgestaltung ist, zeigen auch Wilke et al. (2014) in ihrer Untersuchung auf. Sie untersuchten die soziodemographischen Merkmale von teilnehmenden Eltern an dem Familienbildungsprojekt «Chancenreich». Sie zeigen in ihrer Untersuchung auf, dass gewünschte Zielgruppen durch einen modularen Aufbau eines Angebots und durch eine Strategie der Teilnehmerakquirierung (direkte Kontaktierung der Eltern) besser erreicht werden können.

Fazit

Die vorgestellten Studien bestärken die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung und zeigen weitere zu berücksichtigende Punkte auf: Die Wahl der Werbemittel ist entscheidend, um die Zielgruppen von Familienbildungsangeboten zu erreichen. Eltern sind ferner nicht immer uneingeschränkt mobil. Veranstaltungen im näheren Umkreis erleichtern es Eltern, Familienbildungsmaßnahmen wahrzunehmen. Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder, aber auch Hebammen bilden die wichtigsten Orte, an denen Eltern Familienbildungsangebote nutzen. Das Alter des Kindes beeinflusst die Themenwünsche der Eltern. Um bedarfsgerechte Angebote bereitzustellen, verdient dieser Punkt eine Berücksichtigung.

Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Zusammenfassung

Die vorliegende Untersuchung erfasste 4126 Eltern (18% aller Eltern) im Landkreis Eichstätt. Damit handelt es sich um die deutschlandweit größte Befragung zu Familienbildungsmaßnahmen. Aufgrund des hohen Rücklaufs liefert die Studie repräsentative Ergebnisse.

An unserer Untersuchung nahmen vor allem engagierte Eltern teil. Sie sind überwiegend aufgeschlossen gegenüber Familienbildungsangeboten. Sie suchen bei Fragen zu Familie und Kind aktiv unterschiedliche Informationskanäle auf und geben innerhalb der Befragung teilweise sehr konkrete Verbesserungsvorschläge an. Die Eltern wünschen sich ein breit gefächertes Informationsangebot, das aktuelle Themen genauso einbezieht wie die sog. «Dauerbrenner». Sie wünschen sich mehr Veranstaltungen in ihrer Nähe und möchten besser über die stattfindenden Veranstaltungen informiert werden.

Handlungsempfehlungen

Aus den Ergebnissen können kurz-, mittel- und langfristige Handlungsempfehlungen abgeleitet werden. Die kurzfristigen Handlungsempfehlungen enthalten solche, welche unmittelbar umsetzbar sind. Die mittelfristigen Schlussfolgerungen beziehen sich auf eine mögliche Umsetzung innerhalb der nächsten zwei Jahre. Die langfristigen Handlungsempfehlungen beziehen sich auf die Implementation eines Gesamtkonzeptes.

Kurzfristige Handlungsempfehlungen

Kurzfristig ist der Ausbau der Werbung in Zusammenarbeit mit den Betreuungs- und Bildungseinrichtungen der Kinder empfehlenswert. Dies kann dadurch erreicht werden, dass das Programm der Familienbildungsangebote auf den Internetseiten des Jugendamtes online steht. Der Link zur Website könnte im Folgenden über die Elternbriefe von Tagesmüttern, Kinderkrippen, Kindergärten und Schulen verteilt werden. Ferner sollte das Programm bei den jeweiligen

Insgesamt konnten mehrere praktische Zugangsschwellen zu den Familienbildungsmaßnahmen ermittelt werden: Die bisherige Werbung erreicht die Zielgruppe nicht im ausreichenden Maße. Einigen Eltern sind die Angebote überhaupt nicht, anderen innerhalb ihres Umkreises nicht bekannt. Weiterhin gestaltet sich die zeitliche Organisation, auch in Bezug auf die Kinderbetreuung während des Veranstaltungstermins, für einige Eltern schwierig. Mobilitätsprobleme, verbunden mit nicht bekannten Veranstaltungen vor Ort, hindern die Eltern ebenfalls daran, eine Familienbildungsmaßnahme wahrzunehmen.

Haben Eltern einmal eine Familienbildungsmaßnahme besucht, sinkt die Hemmschwelle, erneut an einer Veranstaltung teilzunehmen. Diese Eltern sind einfacher zu erreichen. Es gilt also insbesondere die Eltern zu erreichen, welche noch keine Veranstaltung besucht haben.

Einrichtungen auch in Schriftform (Flyer o.ä.) ausgelegt werden und am ersten Elternabend jedes neuen Kinderkrippen-, Kindergarten- und Schuljahres kurz vorgestellt werden.

Die Lokalzeitung kann die bessere Bekanntgabe der Familienbildungsmaßnahmen unterstützen. Ein Artikel, der vierteljährlich auf die Angebote der nächsten drei Monate hinweist und zusammenfasst, was angeboten wird, verbessert das Wissen über Familienbildungsangebote genauso wie die Aufnahme der Angebote in einer eigenen Rubrik des Veranstaltungskalenders in der Wochenendausgabe.

Eltern besuchen viele Veranstaltungen in den Betreuungs- und Bildungseinrichtungen ihrer Kinder. An diesem Punkt kann konstruktiv angesetzt werden. Empfehlenswert ist es, dass diese Einrichtungen ihre Informationsveranstaltungen nicht auf die Eltern ihrer Einrichtung begrenzen, sondern auch für andere interessierte Eltern innerhalb der jeweiligen Gemeinde öffnen. Dabei könnte das Jugendamt eine Schlüs-

selposition als Koordinator und «Netzwerk-Administrator» einnehmen. Hilfreich ist es auch, wenn die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder ihre Veranstaltung dem Jugendamt mitteilen. Darüber könnte dann auf der Internetseite des Jugendamtes informiert werden.

Sind diese ersten Empfehlungen umgesetzt, bietet sich eine Zwischenevaluation zur Analyse des Fortschritts an. Dabei wäre die Auslastung der Veranstaltungen zu evaluieren:

- Hat die Anzahl der Teilnehmer in den einzelnen Veranstaltungen zugenommen?
- Fallen weiterhin Veranstaltungen aufgrund zu niedriger Teilnehmerzahlen aus?
- Gibt es für Veranstaltungen mehr Personen, die daran teilnehmen möchten, als die Begrenzung der Teilnehmerzahlen zulässt?

Mittelfristige Handlungsempfehlungen

Eine eigene Internetplattform, die regelmäßig gepflegt wird, kann Eltern dabei unterstützen, die für sie passenden Veranstaltungen zu finden. Diese Plattform kann auch ein Reaktionsinstrument auf die unterschiedlichen zeitlichen Bedürfnisse der Eltern sein. Die befragten Eltern können häufig aus zeitlichen Gründen eine Veranstaltung nicht besuchen. Die Tendenz der offenen Angaben zeigt an, dass Abendveranstaltungen den größten Nenner unter den Eltern bilden. Mittelfristig ist es wichtig, die von den Eltern angesprochenen Themen in den Veranstaltungskatalog aufzunehmen. Da die Eltern einerseits die Kompetenz der Referenten und die von ihnen besuchten Veranstaltungen loben, andererseits aber

auch kritisieren, ist die Einführung eines Evaluationsbogens zu jeder Veranstaltung zu empfehlen. Ein Standard für Familienbildungsmaßnahmen (Diskussionsrunden, Handouts, Buchempfehlungen etc.) unterstützt die Anbieter die Qualität ihrer Angebote weiter zu optimieren.

Ein innovativer Vorschlag wäre, dezentrale Anlaufstellen im Sinne von Familienstützpunkten einzurichten. Die bestehenden Bildungs- und Betreuungseinrichtungen könnten hier als Basis dienen. Die Eltern hätten dadurch Angebote vor Ort, die Einrichtungen könnten ihre Angebote erweitern und die Referenten fänden bereits eine bestehende Infrastruktur vor (Veranstaltungsequipment).

Langfristige Handlungsempfehlungen

Wie schon in der Einleitung angesprochen, unterliegt die Gesellschaft einem stetigen Wandel. Die Informationsbedarfe der Eltern können sich im Zuge dessen ebenfalls verändern. Eine regelmäßige Abfrage der Themenwünsche (z.B. auf der Internetseite des Jugendamtes) bei den Eltern, ermittelt die aktuellen Bedarfe. Eine solche Befragung dient dazu, die Inhalte der Veranstaltungen regelmäßig an die Wünsche der Eltern anzupassen.

Die wachsenden Migrationsbewegungen sollte langfristig in die Planung von Familienbildungsmaßnahmen einfließen. Es muss noch stärker gelingen, Migrantenfamilien zu erreichen. Zum einen benötigen sie ein Informationsangebot über die Angebote, zum anderen sollten zielgruppenadäquate Veranstaltungen für Migranten eingerichtet werden.

Literaturverzeichnis

- BMFSFJ (2005): Stärkung familialer Beziehungs- und Erziehungskompetenzen. Kurzfassung eines Gutachtens des Wissenschaftlichen Beirats für Familienfragen beim Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Berlin.
- Brezinka, Wolfgang (1991): Erziehungsziele in der Gegenwart. Problematik und Aufgaben für Familien und Schulen. Donauwörth: Ludwig Auer Verlag, 3. verbesserte Auflage.
- Danner, Helmut (1985): Verantwortung und Pädagogik: anthropologische und ethische Untersuchungen zu einer sinnorientierten Pädagogik. Athenäum, Hain, Hanstein: Forum Academicum.
- Gudjons, Herbert (1999): Pädagogisches Grundwissen. Überblick – Kompendium – Studienbuch. Bad Heilbrunn: Verlag Julius Klinkhardt, 6., durchgesehene und ergänzte Auflage.
- Klafki, Wolfgang; Rückriem, Georg M., Wolf, Willi; Freudenstein, Reinhold u. a. (1986): Funk – Colleg Erziehungswissenschaft. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Lösel, Friedrich; Schmucker, Martin; Plankensteiner, Birgit; Weiss, Maren (2006): Bestandsaufnahme und Evaluation von Angeboten im Elternbildungsbereich. Abschlussbericht. Erlangen: Institut für Psychologie, Universität Erlangen-Nürnberg. Unter: <http://www.bmfsfj.de/doku/Publikationen/elternbildungsbereich/pdf/abschlussbericht2006.pdf> (Stand: 24.06.2015)
- Minsel, Beate (2007): Stichwort: Familie und Bildung. In: Zeitschrift für Erziehungswissenschaft, 10. Jahrgang, Heft 3/2007, 299-316.
- 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.
- Niederbacher, Arne; Zimmermann, Peter (2011): Grundwissen Sozialisation. Einführung zur Sozialisation im Kindes- und Jugendalter. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rupp, Marina; Mengel, Melanie; Smolka, Adelheid (2010): Handbuch zur Familienbildung im Rahmen der Kinder- und Jugendhilfe in Bayern. ifb-Materialien 7-2010.
- Schneewind, Klaus A.; Berkic, Julia (2007): Stärkung von Elternkompetenzen durch primäre Prävention: Eine Unze Prävention wiegt mehr als ein Pfund Therapie. In: Praxis für Kinderpsychologie und Kinderpsychiatrie, 56. Jahrgang, 643-659.
- Smolka, Adelheid (2003): Beratungsbedarf und Informationsstrategien im Erziehungsalltag. Ergebnisse einer Elternbefragung zum Thema Familienbildung. Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg (ifb), Bamberg.
- Tschöpe-Scheffler, Sigrid (2005): Unterstützung der elterlichen Erziehungskompetenz durch Elternbildungsprogramme. In: Sozialextra 04/2005, 11-14.
- Wild, Elke; Fiona Lorenz, Fiona (2009): Familie. In: Wild, Elke; Moller, Jens (Hrsg.): Pädagogische Psychologie. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Wilke, Franziska; Hachfeld, Axinja; Höhl, Hans-Ulrich, Anders, Yvonne (2014): Welche Familien erreichen Angebote zur Familienbildung? Eine Analyse der Teilnehmerstruktur am Beispiel des modularen Projekts Chancenreich. In: Empirische Sonderpädagogik (3), 195-210.

Internetadressen:

- http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_6.html, (Stand: 20.02.2014).
- <http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/kkg/gesamt.pdf>; (Stand: 20.02.2014).
- http://www.gesetze-im-internet.de/sgb_8/ (Stand 20.02.2014).
- http://www.gesetze-im-internet.de/sgb_8/BJNR111630990.html (Stand: 20.02.2014).
- <https://ergebnisse.zensus2011.de/>: Zensusdatenbank 2011 (Mikrozensus 2011) (Stand: 24.06.2015)
- <http://www.melderegister24.info/einwohnermeldeamt.cfm?ort=14678-gemeinde-boehmfeld.html> (Einwohnermeldeamt) (Stand: 24.06.2015)
- Textor, Martin R.: Die «NICHD Study of Early Child Care» - ein Überblick. Martin R. Textor (Hrsg.): Kindergartenpädagogik. Online-Handbuch. <http://www.kindergartenpaedagogik.de/1602.html> (Stand: 27.04.2012).

Beteiligte Personen

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

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Susann Kunze (Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin, 1/2 Stelle)
- Christina Walter (Studentische Hilfskraft)
- Sarah Wolpers (Studentische Hilfskraft)
- Felicitas Koke (Studentische Hilfskraft)

Projekt-Team des Amtes für Jugend Eichstätt

- Siegmund Hammel (Leiter des Amtes für Jugend)
- Claudia Treffer (Projektverantwortliche, Jugendhilfeplanerin)

Impressum:

Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)/Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Marktplatz 4, 85072 Eichstätt, Telefon: +49-(0)8421/93-21141,
Fax: +49-(0)-8421-907593, E-Mail: zfg@ku.de;
Projektverantwortliche, Inhalt, Layout: Susann Kunze, Tel: +49-(0)8421/93-21147, susann.kunze@ku.de.