

FAMILIENBILDUNG

im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim

ERGEBNISSE DER ELTERN- UND ANBIETERBEFRAGUNG 2019





Die vorliegende Evaluation von Familienbildungsmaßnahmen ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) und dem Kreisjugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim.

Zum Gelingen des Projekts haben viele beigetragen.

Das Projektteam des Kreisjugendamtes und des ZFG bedankt sich bei allen Beteiligten für die große Unterstützung und die konstruktive Zusammenarbeit. Der Dank geht insbesondere an:

- die befragten Eltern,
- die Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen,
- das Schulamt,
- die Schulleiterinnen und Schulleiter und alle Lehrkräfte,
- die Leiterinnen und Leiter sowie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Betreuungseinrichtungen,
- den Landrat Helmut Weiß und
- alle helfenden Hände im Landratsamt und an der Universität.

Nur mit Ihrer Unterstützung konnte das Projekt erfolgreich durchgeführt werden!

Das Projekt wurde vom Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim in Auftrag gegeben und begleitet.

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

Familienbildung

im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim

ERGEBNISSE DER ELTERN- UND ANBIETERBEFRAGUNG 2019



Inhaltsverzeichnis

Vorworte	6
Kurzüberblick	8
1. Gründe für die Durchführung der Studie	9
2. Projektdesign	12
3. Strukturanalyse des Landkreises	14
4. Bericht zur Bestandsaufnahme	22
4.1 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote	23
4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen	25
4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen	28
4.4 Kostenstruktur und (finanzielle) Unterstützung der Veranstaltungen	30
4.5 Werbung für die Veranstaltungen	32
5. Bericht zur Bedarfsanalyse	33
5.1 Umfang der Studie	33
5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer	33
5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern	39
5.4 Aufmerksamkeit auf Veranstaltungen	55
5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung	59
6. Fazit und Ausblick	62
6.1 Fazit	62
6.2 Ausblick	62
Literaturverzeichnis	67
Abbildungsverzeichnis	69
Tabellenverzeichnis	71



Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

Familien stärken und unterstützen, diese Aufgabe hat sich der Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim mit der Teilnahme am Förderprogramm „Familienstützpunkte“ auf die Fahne geschrieben. Familienstützpunkte dienen als Kontakt- und Anlaufstellen, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Region machen und mit anderen sozialen Einrichtungen gut vernetzt sind. Dieses Angebot soll auf die Familien im Landkreis zugeschnitten sein, um sinnvolle und hilfreiche Unterstützung in den verschiedensten Erziehungssituationen bieten zu können.

Es gibt bereits eine große Anzahl an Institutionen im Landkreis, die Familienbildung in Form von Vorträgen, Kursen, Beratungen oder Eltern-Kind-Gruppen auf dem Programm haben. Um den Bestand dieser Angebote und gegebenenfalls weiteren Bedarf daran zu ermitteln, hat das Kreisjugendamt das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt beauftragt, eine Umfrage bei den jeweiligen Trägern und den Familien im Landkreis durchzuführen.

Ich freue mich, Ihnen nun die Ergebnisse der Umfrage im vorliegenden Bericht vorstellen zu dürfen. Auf der Grundlage dieser Bestands- und Bedarfsaufnahme werden unsere zukünftigen Familienstützpunkte geplant und entwickelt.

Ich wünsche dem Projekt einen weiteren guten Verlauf und freue mich, durch die zukünftigen Familienstützpunkte den Landkreis familienfreundlich weiterzuentwickeln.

Ihr

Landrat Helmut Weiß



Vorwort

Ein vielfältiges Angebot im Bereich der Familienbildung ist ein zentrales Element familienfreundlicher Kommunen. Ziel von Familienbildung ist es, Eltern bei ihrer wichtigen Erziehungsaufgabe zu begleiten und zu unterstützen. Sie umfasst die Förderung und Erweiterung von Kompetenzen bzw. Hilfe zur Selbsthilfe.

Da Familien vielfältig und dynamisch sind, müssen sich Familienbildungsangebote an den jeweiligen gesellschaftlichen Bedingungen, der kindlichen Entwicklung und an den unterschiedlichen Bedarfen von Eltern orientieren. Dabei stellt die heterogene Struktur eines Flächenlandkreises wie Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim die Planung von Familienbildungsangeboten vor gewisse Herausforderungen. Grundsätzlich sollen Familien unabhängig von ihrem Wohnort die gleichen Chancen zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten haben. Darüber hinaus ist oft nicht klar, welche Bedürfnisse Eltern im Hinblick auf Familienbildungsmaßnahmen haben.

An diesem Punkt setzte die Untersuchung der Familienbildungsangebote an, die das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt in Kooperation mit dem Landkreis Neustadt a.d.Aisch - Bad Windsheim durchführte. Wir führten eine systematische Ermittlung der bestehenden Familienbildungsangebote der verschiedenen Träger durch und stellten anschließend im Rahmen einer flächendeckenden Befragung von Eltern minderjähriger Kinder fest, welche Angebote wahrgenommen wurden und welche Themenfelder gewünscht werden.

Durch dieses Projekt konnte der Forschungsstand im Bereich von Familienbildung weiter verbessert und auf eine breite empirische Grundlage gestellt werden. Gleichzeitig gelang durch die Kooperationspartnerschaft unserer Universität mit dem Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim ein anwendungsorientierter Transfer wissenschaftlicher Expertise in die Praxis.

Der vorliegende Bericht fasst die Ergebnisse unserer Studie zusammen. Damit liegt dem Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim nun eine umfassende Bestands- und Bedarfsanalyse im Kontext von Familienbildungsangeboten vor. Dem Kreisjugendamt und den unterschiedlichen Bildungsträgern steht künftig ein hervorragendes Planungsinstrument zur Verfügung.

Das Team des ZFG dankt allen Beteiligten, insbesondere den Verantwortlichen im Landratsamt, sehr herzlich für die hervorragende Zusammenarbeit.

Prof. Dr. Klaus Stüwe

Direktor Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft



Kurzüberblick

- 226 Anbieter wurden insgesamt im Rahmen der Bestandsaufnahme befragt. Mit 108 zurückgesendeten Trägerfragebögen konnte ein Rücklauf von 47,8% erzielt werden.
- 79 Träger boten im Jahr 2018 Veranstaltungen zur Familienbildung an.
- Die meisten Angebote wurden zum Thema „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ und zur „Förderung der Erziehungskompetenz“ gemacht.
- 13.135 Fragebögen wurden im Rahmen der Bedarfsanalyse an Familien im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim ausgegeben, um Eltern zu Familienbildungsangeboten zu befragen. Es handelt sich um eine der größten Studien in Bayern.
- 4.181 Fragebögen wurden ausgewertet. Damit konnte ein Rücklauf von 31,8% erreicht werden. Unter der Annahme, dass im Landkreis pro Haushalt durchschnittlich zwei Kinder leben, ist der Rücklauf noch deutlich höher.
- 37,1% der Eltern haben schon einmal Familienbildungsangebote wahrgenommen.
- 82,9% der befragten Eltern planen eine künftige Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen oder ziehen sie zumindest in Erwägung.
- Der größte Hinderungsgrund für die Teilnahme stellt die fehlende Bekanntheit der Angebote dar: 65,7% der befragten Eltern gaben an, dass sie bislang keine Angebote wahrgenommen haben, weil sie nichts davon wussten.
- Die bisherige Teilnahme an Familienbildungsangeboten wirkt sich auf verschiedene Weise positiv auf künftiges Nutzungsverhalten aus.
- Die meisten von den Eltern besuchten Veranstaltungen beschäftigten sich mit dem Thema „Schule und Lernen“ (44,7%).
- Familie und Freunde sind die wichtigste Informationsquelle der Eltern zu Familien- und Erziehungsthemen (59,4%).
- Bei folgenden Themen besteht die größte Diskrepanz zwischen aktuellem Angebot und Wünschen der Eltern: „Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien“, „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ und „Umgang mit Medien“.
- 76,9% der befragten Eltern gaben an, mit den Angeboten zur Familienbildung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zufrieden zu sein.

1. Gründe für die Durchführung der Studie

Kindererziehung ist eine schöne, aber auch fordernde Aufgabe, mit der Eltern täglich betraut sind. Zwar wächst die Bedeutung von Betreuungseinrichtungen für Kinder, weil Mütter und Väter immer früher in den Beruf zurückkehren, dennoch bleibt die Pflege und Erziehung von Kindern in erster Linie eine Aufgabe der Eltern.

Aus dem Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und dem Bürgerlichen Gesetzbuch ergibt sich ein klarer Erziehungsauftrag für die Eltern.

Im Grundgesetz heißt es unter Artikel 6 Abs.2:

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

Demnach haben Eltern gleichermaßen das Recht und die Pflicht zur Erziehung ihrer Kinder.

Eine Konkretisierung der elterlichen Rechte und Pflichten erfolgt durch das Bürgerliche Gesetzbuch § 1626 Abs.2:

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

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

Im Laufe der Erziehung können sich aus verschiedenen Gründen Fragen, Herausforderungen und Probleme ergeben: aus der kindlichen Entwicklung und der familiären Situation ebenso wie durch die Situierung der Familie innerhalb der Gesellschaft. Auch gesamtgesellschaftliche Tendenzen wie zunehmender Medienkonsum, Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf etc. können bei Eltern mit einem erhöhten Beratungs- und Informationsbedarf im Hinblick auf Erziehungs- und Familienfragen einhergehen.

Gerade dann ist es wichtig, dass es Angebote und Ansprechpartner gibt, die Eltern zur Seite stehen. Nach §16 SGB VIII haben Eltern sogar einen rechtlichen Anspruch auf die Unterstützung und Förderung von Erziehung in der Familie:

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

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

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

1. Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen, die Familien in ihrer Gesundheitskompetenz stärken, die Familie zur Mitarbeit in Erziehungseinrichtungen und in Formen der Selbst- und Nachbarschaftshilfe besser befähigen sowie junge Menschen auf Ehe, Partnerschaft und das Zusammenleben mit Kindern vorbereiten,

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

² § 1626 Abs.2 Bürgerliches Gesetzbuch.

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

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

In der Definition zu Familienbildung von Martin Textor (einem Pädagogen und Psychologen, der sich mit Familienbildung beschäftigt) werden wesentliche Elemente des oben zitierten Paragraphen aus dem SGB VIII gebündelt: „Unterstützung von Familien durch überwiegend bildende Angebote [...], die zu einer erfolgreichen Familienerziehung beitragen, eine bedürfnisorientierte Gestaltung des Familienlebens erleichtern, ein möglichst problemloses Durchlaufen des Lebens- und Familienzyklus ermöglichen sowie zur Nutzung von Chancen für die gemeinsame positive Weiterentwicklung und ein partnerschaftliches Miteinander anhalten“⁵. Familienbildung kann also über verschiedenste Angebote einen entscheidenden Beitrag bei der Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag leisten. Dies kann mittels verschiedenster Formen und durch unterschiedliche Anbieter erfolgen und ein breites Themenspektrum umfassen:

Familienbildung erfolgt durch:

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

Familienbildung findet in unterschiedlichen Formaten statt:

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

Familienbildung wird von unterschiedlichen Veranstaltern angeboten, wie zum Beispiel:

- Kindertageseinrichtungen und Schulen
- Kirchen
- Öffentliche und freie Träger

Familienbildung umfasst folgende Themengebiete:

- Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes
- Ernährung
- Familie/Elternsein/Partnerschaft
- Förderung der Erziehungskompetenz
- Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien
- Gesundheit/Behinderung
- Migration und Vielfalt der Kulturen
- Politische Bildung in der Familie
- Problem- und Konfliktbewältigung
- Recht/Finanzen (z.B. Informationen über Elterngeld)
- Religiöse Bildung
- Schule/Lernen
- Schwangerschaft/Geburt
- Sexualität
- Sport- und Bewegungsangebote für Familien
- Vorbeugung von Suchterkrankungen
- Umgang mit Medien
- Umwelt/Nachhaltigkeit
- Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung
- Zusammenleben mehrerer Generationen
- Berufliche Orientierung von Jugendlichen

4 §16 Sozialgesetzbuch VIII.

5 Textor, Martin R. (2001): Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. www.ipzf.de/Familienbildung_Jugendhilfe.pdf [Stand: 04.12.2019].

Diese Familienbildungsangebote möglichst bedarfs- und zielgruppengerecht zu gestalten, ist gerade vor dem Hintergrund der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen, wie etwa zunehmende Vielfalt an Familienformen, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Migration und Integration, notwendig.

Hier setzt die Studie zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim an. Der Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim nimmt seit dem 01.01.2019 am Förderprogramm „Kommunale Familienbildung und Familienstützpunkte“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales teil. Familienstützpunkte als Angebote der Familienbildung sind Kontakt- und Anlaufstellen, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Kommune bereitstellen und mit anderen sozialen Einrichtungen gut vernetzt sind. Beteiligte Institutionen sind das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, das Zentrum Bayern für Familie und Soziales sowie das Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg. Die umfangreiche Datenbasis, die durch diese Studie entstanden ist, dient der Entwicklung der Familienbildung im Allgemeinen sowie der Familienstützpunkte im Besonderen.

Mit der Evaluierung sollen dem Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim als Auftraggeber der Studie Informationen zur Verfügung gestellt werden, mit deren Hilfe Familienbildungsangebote in der Region noch besser auf die Interessen und Bedürfnisse der Eltern abgestimmt werden können. Dies kann einerseits zur Schaffung neuer Projekte führen, andererseits ist es so aber auch möglich, den bedarfsgerechten Ausbau von bestehenden Angeboten zu fördern.



Da Familienfreundlichkeit als einer der zentralen Standortfaktoren im kommunalen Bereich gilt, ist dies umso wichtiger. Auch durch die zunehmende Migration in den letzten Jahren und die damit wachsenden Integrationsaufgaben ist mit einem steigenden Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen zu rechnen. Familienpolitische Fragestellungen sind auch in Bezug auf das Wählerverhalten ein nicht zu vernachlässigender Aspekt.

Aus all diesen Faktoren ergibt sich für die Kommunen und Landkreise das zentrale Aktionsfeld ‚Familienbildungsmaßnahmen‘. Um das Ziel der Studie – die weitere positive Gestaltung von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – zu erreichen, wurde im Rahmen der Evaluation zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim sowohl eine Bestands- als auch eine Bedarfsanalyse durchgeführt.

Über die Bestandsaufnahme (Anbieterbefragung) wurden öffentliche, kirchliche und private Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen befragt. Auf diese Weise konnten Angebotsvielfalt und Rahmenbedingungen von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis erfasst werden.

Mittels der Befragung von Eltern minderjähriger Kinder im Rahmen der Bedarfsanalyse (Elternbefragung) wurden sowohl das aktuelle Nutzungsverhalten in Bezug auf Familienbildungsangebote als auch Bedürfnisse und Wünsche von Eltern in diesem Bereich untersucht.

Anhand einer Gegenüberstellung der Ergebnisse der beiden Befragungsteile konnten Ansätze für die Verantwortlichen von Familienbildung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim entwickelt werden, wie Familien noch besser durch die Herausforderung „Kindererziehung“ begleitet werden können.



2. Projektdesign

Folgende Fragen sollten mit der Erhebung beantwortet werden:

- Wie gestalten sich die bereits bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim?
- Wie werden Familienbildungsangebote bislang genutzt?
- Aus welchen Gründen besuchen Eltern keine Veranstaltungen?
- Welchen Bedarf an Familienbildung haben Eltern?
- Welche Familienbildungsveranstaltungen wünschen sich Eltern?
- Welche Schwerpunkte können auf Basis der Studienergebnisse für die weitere Entwicklung von Familienbildung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim abgeleitet werden?

Sowohl die Ergebnisse der Bestandsaufnahme als auch der Bedarfsanalyse können die obigen Fragen beantworten.

In Form eines teilstandardisierten Fragebogens in Papierform wurden die bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim erfasst (Bestandsaufnahme). Verschiedenste Anbieter im Bereich Familienbildung erhielten die Fragebögen, die per frankiertem Rückumschlag zurückgesendet werden konnten.

Dieser Fragebogen umfasste folgende Themenfelder:

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

Relevant für die Erhebung waren alle Familienbildungsangebote, die im Jahr 2018 im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim, stattgefunden haben.

Ebenfalls über einen teilstandardisierten Fragebogen in Papierform wurden die Eltern befragt (Bedarfsanalyse). Die Verteilung erfolgte über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Die Befragung fand zwischen Anfang Mai und Ende Juli 2019 statt.

Zusätzlich konnten die Eltern auch online, über die Homepage des Landratsamts Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim, an der Befragung teilnehmen. Auf diese Weise konnten vor allem auch Eltern mit Kindern zwischen 0 und 3 Jahren, die keine Betreuungseinrichtung besuchen, an der Befragung teilnehmen.

Der Fragebogen bestand fast ausschließlich aus geschlossenen Fragen. Lediglich bei der Antwortkategorie „Sonstiges“ hatten die Eltern die Möglichkeit, weitere Angaben zu machen. Zudem bestand am Ende des Fragebogens die Möglichkeit für abschließende Bemerkungen.

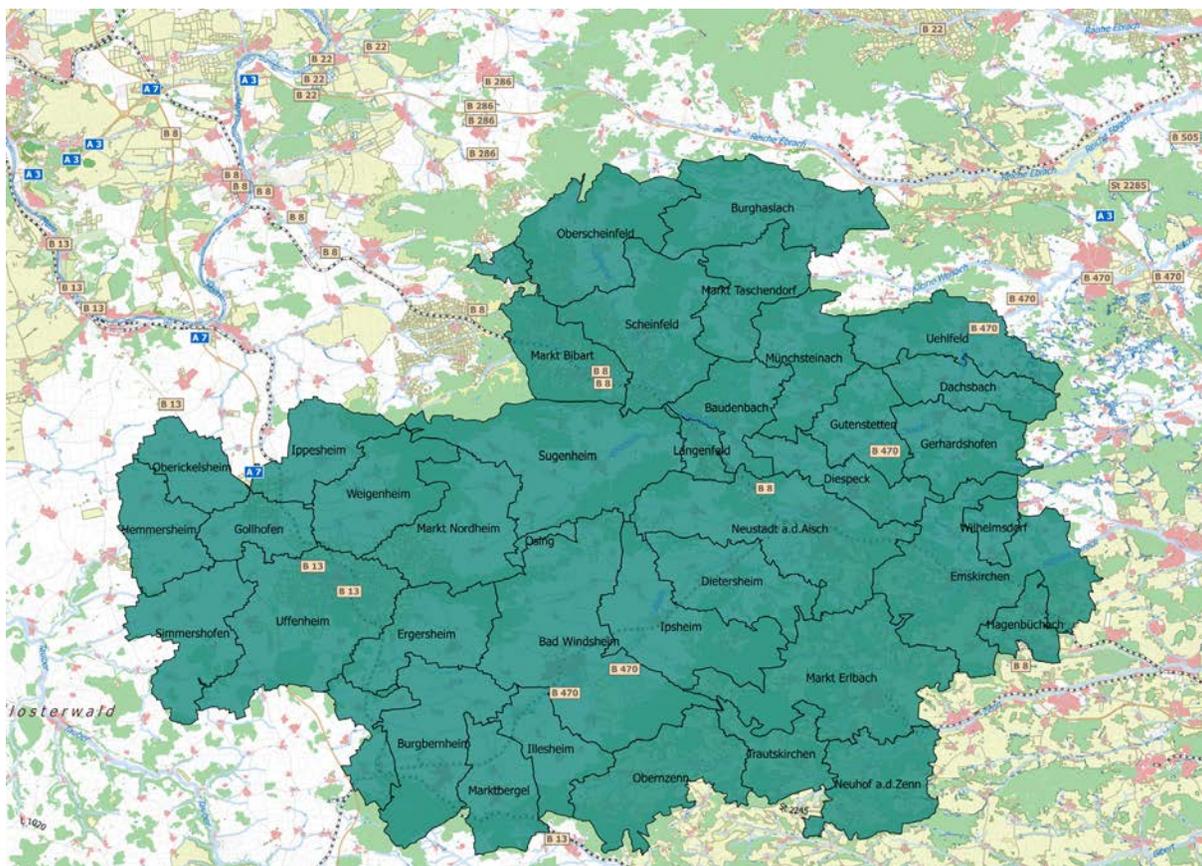
Um den Bedarf der Eltern an Familienbildungsangeboten zu ermitteln, wurde der Fragebogen nach folgenden Themenschwerpunkten strukturiert:

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

Zielgruppe waren die Eltern minderjähriger Kinder. Den Bezugszeitraum stellte auch in diesem Fall das Jahr 2018 dar.

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

Abbildung 2: Kommunen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim



Quelle: Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim; Kartengrundlage: OpenStreetMap.

Zusammengefasst leben im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim 100.364 Einwohner.⁹ Der Landkreis erstreckt sich über eine Fläche von 1.267,55 km² (Stand: 01.01.2014).¹⁰ Somit ergibt sich mit 79 Einwohnern/km²¹¹ eine eher dünn besiedelte Fläche im Vergleich zu Bayern (185 Einwohner/km²) und Deutschland (232 Einwohner/km²)¹².

Insbesondere im Hinblick auf die vorliegende Erhebung sind die Zahlen zur Bevölkerungsstruktur des Landkreises mit der Entwicklung der Gesamtbevölkerung, den Daten zu den Geburten und Sterbefällen, der Altersverteilung und den Beschäftigungszahlen aufschlussreich. In der folgenden Abbildung kann die Entwicklung der Bevölkerung im Landkreis seit 2012 nachvollzogen werden.

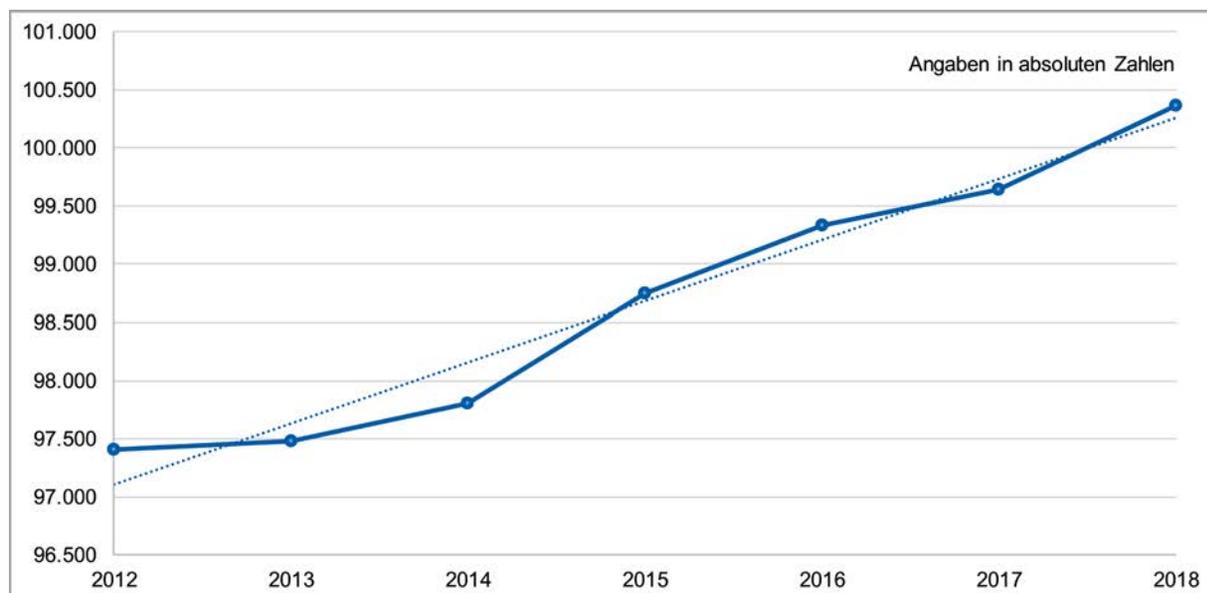
9 Vgl.: Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Zahlen und Daten. <https://www.kreis-nea.de/amt-verwaltung/landkreis/zahlen-und-daten.html> [Stand 27.11.2019].

10 Vgl.: Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim: Zahlen und Daten. <https://www.kreis-nea.de/amt-verwaltung/landkreis/zahlen-und-daten.html> [Stand 23.11.2019].

11 Vgl.: Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.26.

12 Vgl.: Statistisches Bundesamt (2019): <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/03-regierungsbezirke.html?nn=50722> [Stand 21.01.2019].

Abbildung 3: Entwicklung der Gesamtbevölkerung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2012 und 2018



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung¹³.

Laut der Bevölkerungsfortschreibung lebten im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zum Stichtag (31.12.2018) insgesamt 100.346 Personen. Davon sind 50.331 Männer (50,2%) und 50.033 Frauen (49,9%).¹⁴

Der Anteil der ausländischen Einwohner beträgt 7,5%.¹⁵

Die Bürger im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim leben in 45.604 Haushalten (Stand 2014), die sich folgendermaßen gliedern: 33,9% Singlehaushalte (Bayern: 40,4%), 33,5% Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder (Bayern 29,7%) und 32,7% Haushalte mit Kindern (Bayern: 29,9%). Das Verhältnis von Einpersonenhaushalten zu Haushalten mit Kindern entspricht 1,0 (Bayern 1,4). Damit kann von einem ausgeglichenen Landkreis in Bezug auf das Verhältnis von Einperson- und Familienhaushalten gesprochen werden.¹⁶

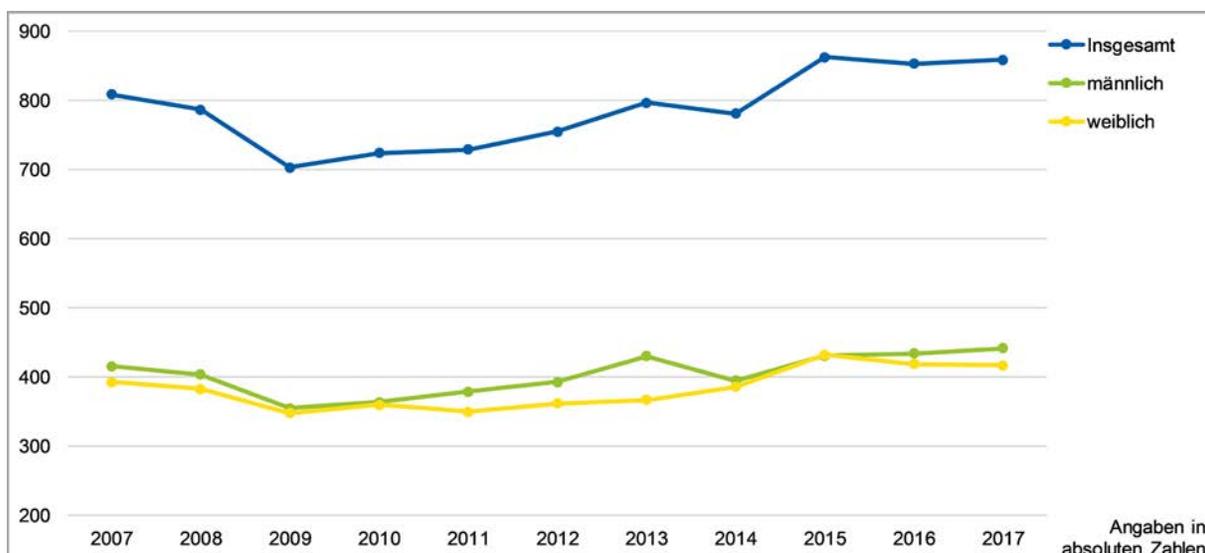
13 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-001 Bevölkerung: Gemeinden, Stichtage (letzten 6)/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 05.03.2019]; vgl.: www.kreis-nea.de/uploads/tx_decibaybw/einwohnerzahlen_30062018.pdf, [Stand: 05.03.2019].

14 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-003z Bevölkerung: Gemeinde, Geschlecht, Stichtage/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 22.3.2019].

15 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-005r Bevölkerung: Kreise, Geschlecht, Nationalität, Stichtag/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim.

16 Bei einem Verhältniswert von unter 0,9 wird das gesellschaftliche Leben ‚familiendominiert‘, ab einem Wert von 1,1 ‚singledominiert‘. In ‚ausgeglichenen‘ Kommunen halten sich Einpersonenhaushalte und Mehrpersonenhaushalte mit Kindern die Waage (Werte zwischen 0,9 und unter 1,1); Quelle: Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.139.

Abbildung 4: Die Entwicklung der Lebendgeborenen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2007 und 2017



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung¹⁷.

Im Zeitraum von 2007 bis 2017 ist die Zahl der Geburten relativ ähnlich geblieben. Zwischen 2007 und 2009 ist ein leichter Rückgang der Geburten erkennbar. Seit 2009 steigt die Zahl jedoch beinahe jährlich wieder an. Die Anzahl der Lebendgeborenen nach Geschlecht ist ebenfalls nahezu ausgeglichen und unterliegt keinen großen Schwankungen in dem betrachteten Zeitraum. Für das Jahr 2017 lag die Zahl der Lebendgeborenen bei insgesamt 859 Kindern.¹⁸

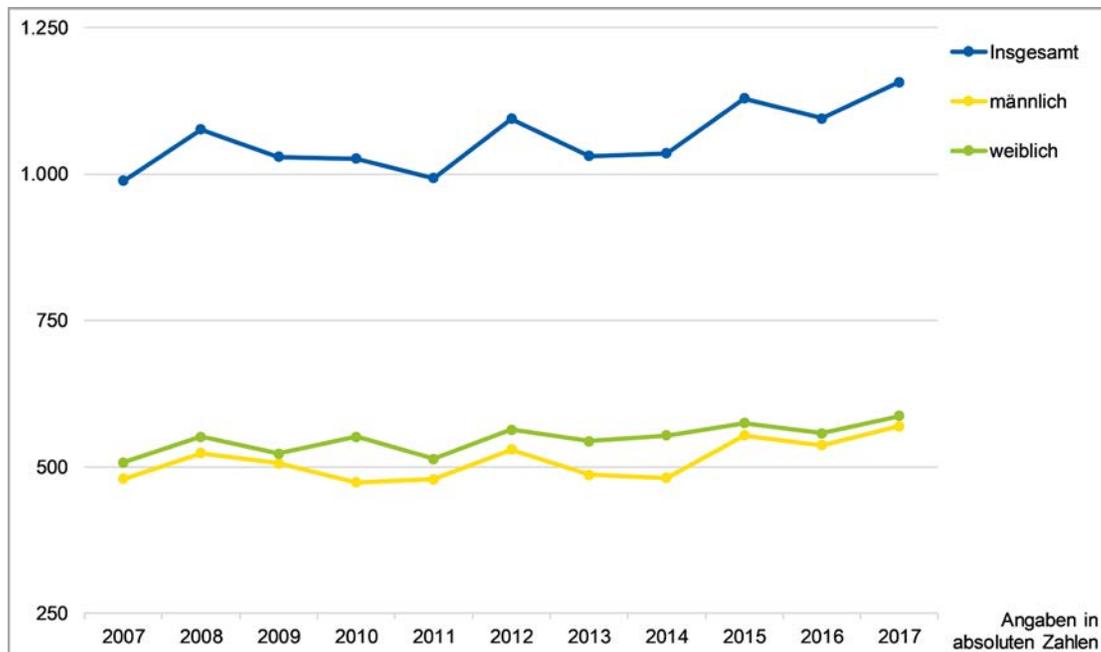
Laut Bayerischem Landesamt für Statistik lag die Geburtenziffer im Jahr 2017 im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim bei 1,56 Kindern pro Frau und entspricht damit fast exakt dem bayerischen Durchschnitt von 1,55.¹⁹

¹⁷ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12612-003z Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 22.03.2019].

¹⁸ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12612-003z Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 22.03.2019].

¹⁹ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Zusammengefasste Geburtenziffer auf Kreisebene in Bayern. <https://www.statistik.bayern.de/presse/mitteilungen/2018/pm263/index.html> [Stand: 04.12.2019].

Abbildung 5: Die Entwicklung der Sterbefälle im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2007 und 2017



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung²⁰.

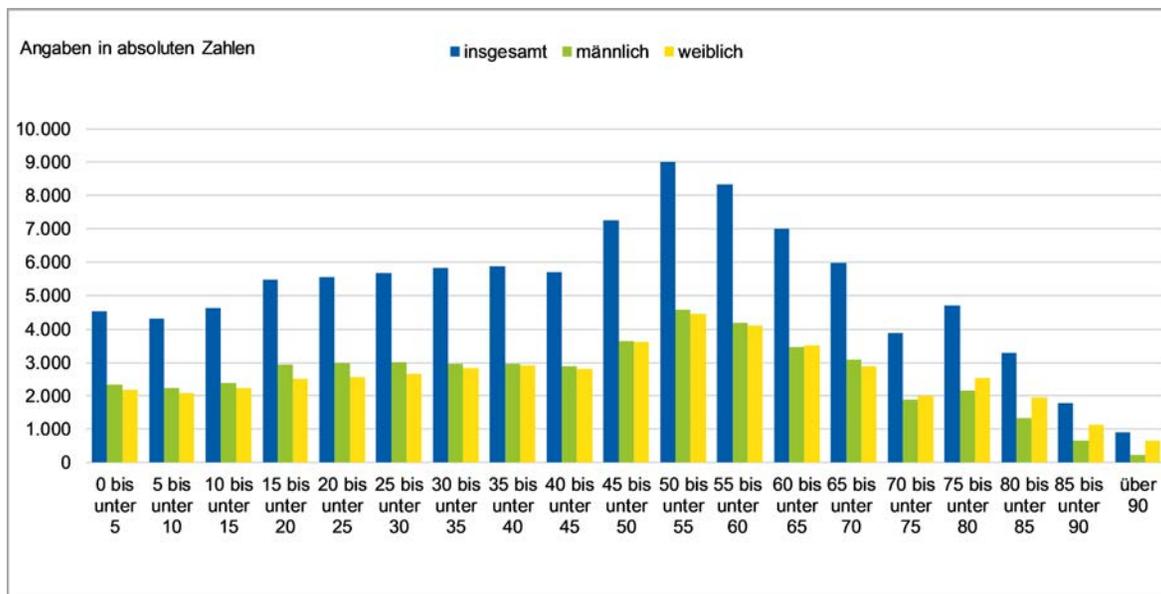
Die Entwicklung der Sterbefälle zeigt, dass ähnlich viele Männer und Frauen im Landkreis pro Jahr sterben. Die Anzahl der Sterbefälle bleibt über die Jahre hinweg in etwa gleich.²¹

Die aktuelle Altersverteilung für die Region Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zeigt sich in der nachfolgenden Grafik.

20 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12613-003z Gestorbene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 29.01.2019].

21 Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12613-003z Gestorbene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 29.01.2019].

Abbildung 6: Die Altersstruktur im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim insgesamt und getrennt nach Geschlecht



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung²².

Das durchschnittliche Alter der Bevölkerung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim beträgt 44,4 Jahre²³ und ist somit etwas höher als der bayerische Altersdurchschnitt (43,7 Jahre).²⁴ Das Durchschnittsalter in der Region liegt bei den Männern bei 43,2 Jahren und bei den Frauen bei 45,6 Jahren.²⁵ Dies sind keine überraschenden Fakten, wenn man berücksichtigt, dass die Frauen eine höhere Lebenserwartung haben als die Männer. Demnach ist die Anzahl der lebenden Frauen ab dem 80. Lebensjahr oft (merklich) höher als die der Männer.

Die für diese Studie relevante Altersgruppe von 0 bis unter 18 Jahre wird in der nachfolgenden Grafik genauer dargestellt.

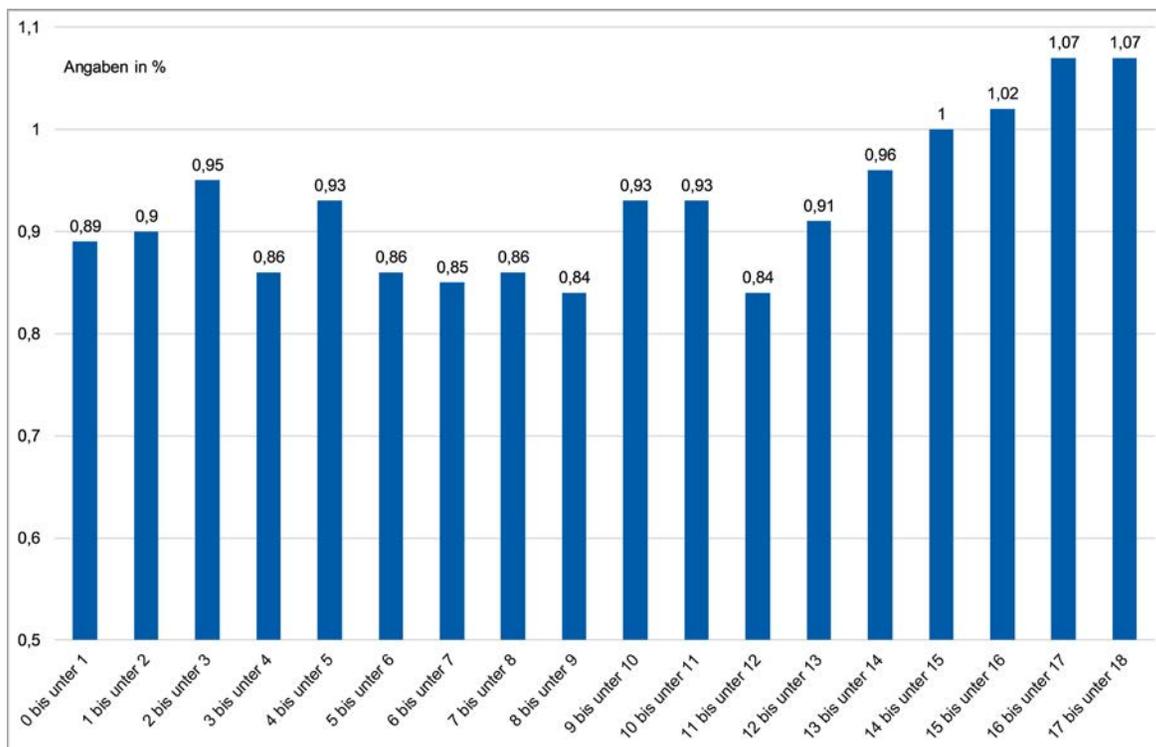
²² Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.166.

²³ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112z Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtage/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 25.03.2019].

²⁴ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2037, S. 10.

²⁵ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112z Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtage/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 25.03.2019].

Abbildung 7: Anteil der unter 18-jährigen an der Gesamtgesellschaft im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (in %)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung²⁶.

Der Anteil der unter 18-jährigen macht im Jahr 2017 16,7% der Gesamtbevölkerung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim aus.²⁷

Die Zahl der Betreuungseinrichtungen für Kinder von 0 bis unter 14 Jahren belief sich im Jahr 2017 auf 74 Einrichtungen, in denen insgesamt 4.219 Kinder betreut wurden. Davon waren 19,4% jünger als drei Jahre. Der Großteil der betreuten Kinder befindet sich in der Altersspanne von drei bis sechs Jahren. Die Betreuungsquote von Kindern in Kindertageseinrichtungen im Alter von drei Jahren bis zum Schuleintritt lag im Jahr 2018 im Landkreis Neustadt a.d. Aisch-Bad Windsheim bei 89%.²⁸

Von den wirtschaftlichen Kennzahlen werden die Arbeitslosenquote sowie die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten herangezogen.

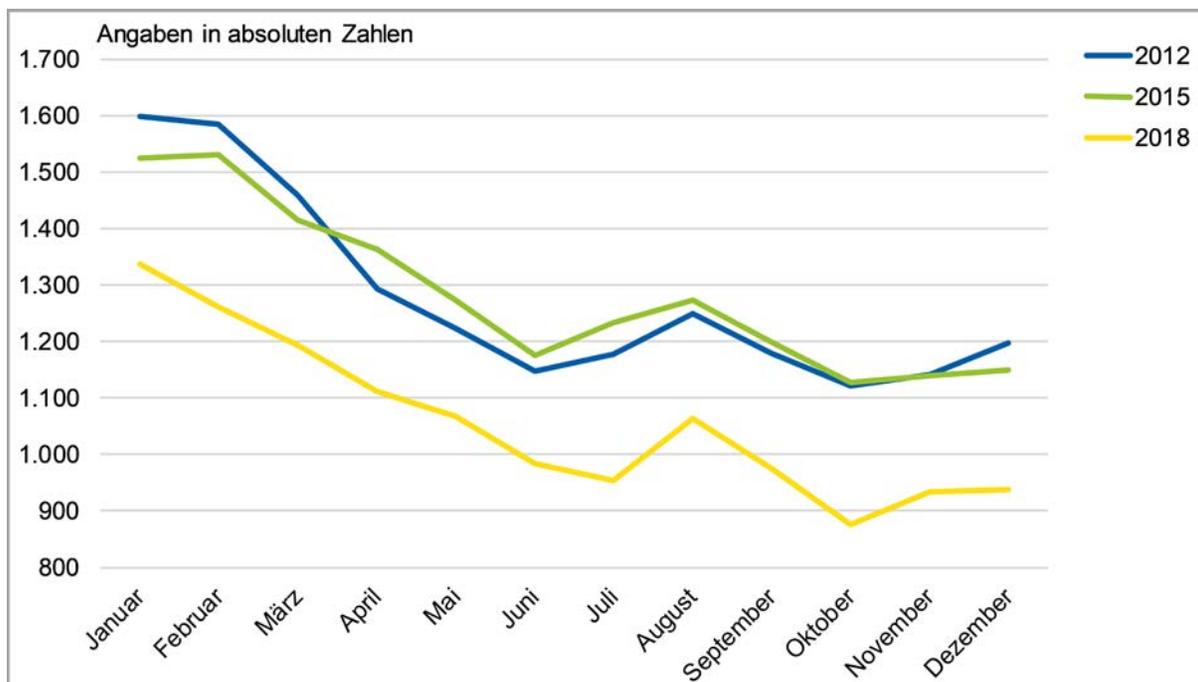
²⁶ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.166.

²⁷ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.166.

²⁸ Vgl. : Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.55.

Unter der Betreuungsquote versteht man den Anteil der Kinder einer Altersgruppe an allen Kindern dieser Altersgruppe, die in Tageseinrichtungen und Tagespflege betreut werden.

Abbildung 8: Die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim in den Jahren 2012, 2015 und 2018



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung²⁹.

Die Arbeitslosenquote hat sich bis 2018 im Vergleich zu den Vorjahren deutlich verbessert. Im Oktober 2019 lag sie bei 2,5%³⁰ (Bayern: 3,8%)³¹. Der Landkreis weist damit Vollbeschäftigung auf.³²

Demgegenüber betrug die Quote sozialversicherungsbeschäftigter Arbeitnehmer im Juni 2018 68,7% (Anteil an der Gesamtheit der Einwohner im erwerbsfähigen Alter zwischen 18 und 65 Jahren). Damit liegt der Landkreis etwas über der bayerischen Quote von 66,7%³³.

Unter allen Frauen im erwerbsfähigen Alter gingen im Juni 2018 im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim 64,7% einer sozialversicherungspflichtigen Arbeit nach (Bayern: 62,5%)³⁴. Auch hier schneidet die Region im Vergleich zum Bundesland (Bayern) also etwas besser ab.

Die hier zusammengefassten Zahlen geben einen Überblick über die Region und lassen die folgenden Ergebnisse der Erhebung besser einordnen.

²⁹ Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 13211-001z Arbeitsmarkt: Kreis, Arbeitslose/Arbeitslosenquoten, Monate, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 23.03.2019].

³⁰ Vgl.: Bundesagentur für Arbeit (2019): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Oktober 2019. Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern/Neustadt-adAisch-Bad-Windsh-Nav.html> [Stand 23.11.2019]; es handelt sich hier um die Unterbeschäftigungsquote; diese wird nach der Bundesagentur für Arbeit folgendermaßen definiert: „In der Unterbeschäftigung werden zusätzlich zu den registrierten Arbeitslosen auch die Personen erfasst, die nicht als arbeitslos im Sinne des Sozialgesetzbuches (SGB) gelten, weil sie Teilnehmer an einer Maßnahme der Arbeitsförderung oder kurzfristig erkrankt sind“ (<https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Grundlagen/Definitionen/Arbeitslosigkeit-Unterbeschaeftigung/Unterbeschaeftigung-Nav.html>).

³¹ Vgl.: Bundesagentur für Arbeit (2019): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Oktober 2019. Bayern, Bundesland. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html> [Stand 23.11.2019].

³² Von Vollbeschäftigung kann nach Experten ab einer Arbeitslosenquote von etwa unter 4% gesprochen werden.

³³ Vgl.: Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.37.

³⁴ Vgl.: Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.38.

4. Bericht zur Bestandsaufnahme

Ziel der Bestandsaufnahme war es, herauszufinden, welche Angebote zur Familienbildung es im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim bereits gibt und wie sich diese gestalten.

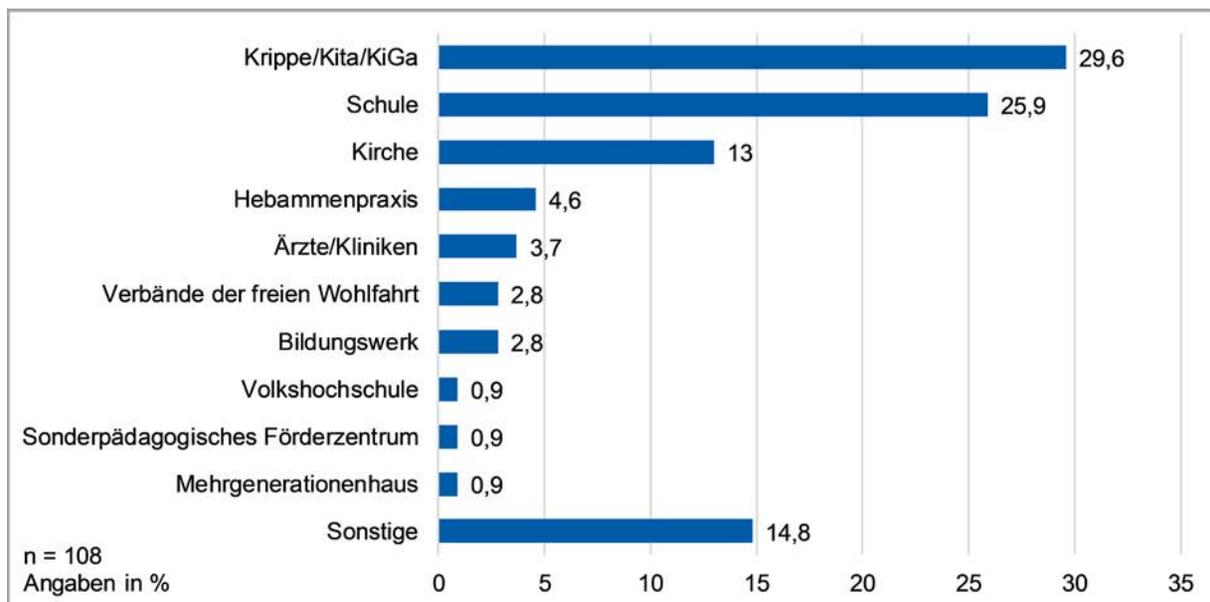
Konkret standen dabei folgende Aspekte im Vordergrund:

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

Insgesamt wurden 226 Anbieter befragt. Darunter befanden sich 115 Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Krippen, Kindergärten, Kindertagesstätten, Horte, Schulen und schulvorbereitende Einrichtungen), 54 evangelische und katholische Kirchengemeinden sowie 57 öffentliche und private Träger. 108 Fragebögen wurden von den Trägern zurückgesendet. Damit ergibt sich ein Rücklauf von 47,8%.

Bei den meisten Trägern, die an der Befragung teilgenommen haben, handelt es sich um Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Krippe, Kita, KiGa, Schule und Sonderpädagogisches Förderzentrum). Sie machen zusammen 56,4% der Träger aus (siehe Abb. 9).

Abbildung 9: Trägertypen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.1 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote

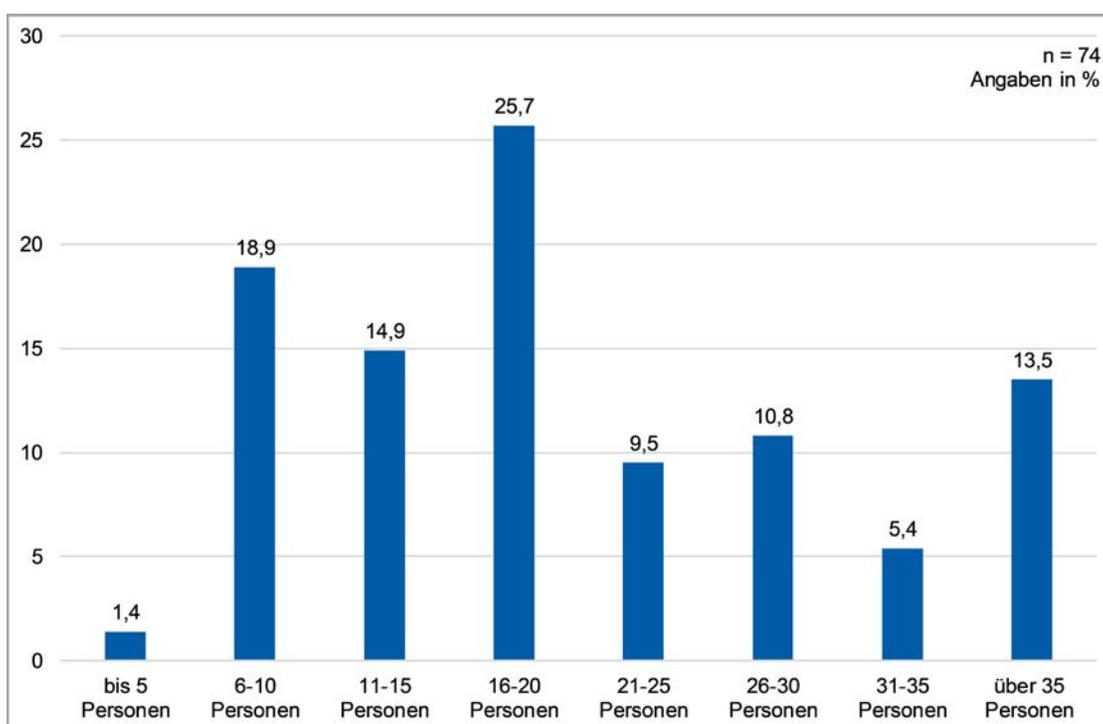
Von den 108 Trägern, die den Fragebogen beantworteten, gaben 79 an, dass sie im Jahr 2018 Veranstaltungen angeboten haben. Dies entspricht 73,2%.

Alle Volkshochschulen, Verbände der freien Wohlfahrt, Bildungswerke und Förderzentren, die an der Befragung teilgenommen haben, führten im Befragungszeitraum Familienbildungsveranstaltungen durch (100%). Weiterhin machte ein Großteil der Schulen (86%), der Hebammen (80%) und der Krippen/Kitas/Kindergärten (78%) Angebote.

Die meisten Träger boten fünf Veranstaltungen an (Median).³⁵

Die meisten dieser angebotenen Veranstaltungen umfassten 16-20 Teilnehmer (25,7%), gefolgt von 6-10 Teilnehmern (18,9%) und 11-15 Teilnehmern (14,9%).

Abbildung 10: Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten

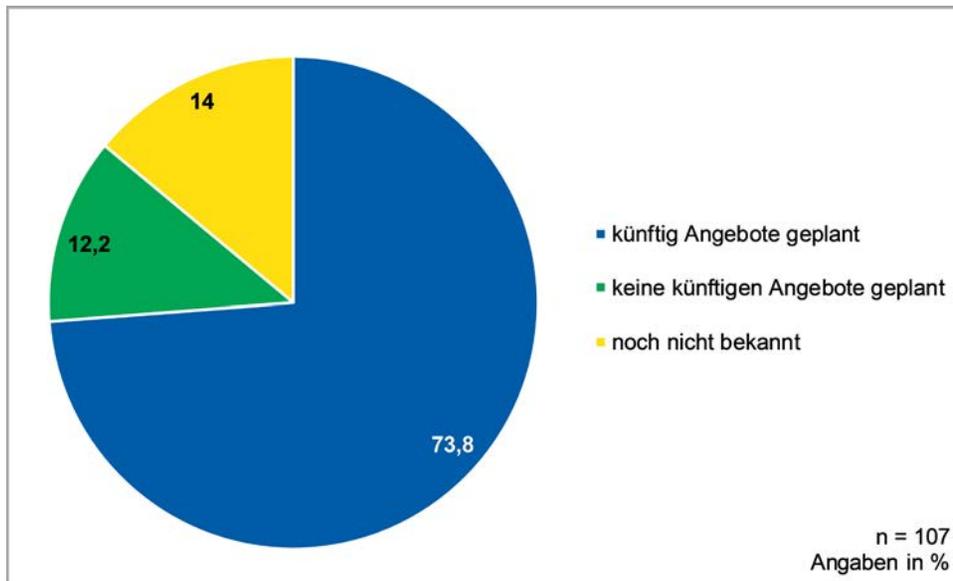


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der überwiegende Teil der Träger (73,8%) plant auch in Zukunft Familienbildungsangebote. 14% wissen noch nicht, ob sie ihr Angebot fortsetzen und nur 12,2% haben dies nicht mehr vor.

³⁵ Der Median liegt genau in der Mitte einer Datenverteilung, d.h. jeweils die Hälfte der Daten liegt darüber bzw. darunter. Er wird somit nicht von Ausreißern beeinflusst. Aus genau diesem Grund und auch bei eher niedrigen Fallzahlen ist die Verwendung des Medians sinnvoller als die eines Durchschnittswertes.

Abbildung 11: Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die 13 Träger, die künftig keine Angebote mehr machen möchten, nannten als Haupthinderungsgrund fehlendes Personal (12 Träger) und das Gefühl, dass der Bedarf bereits durch andere Träger gedeckt ist (10 Träger).

Von den 79 Trägern, die im Jahr 2018 Angebote gemacht haben, möchten 89,7% auch künftig Veranstaltungen durchführen. Neben den Volkshochschulen und den Verbänden der freien Wohlfahrt, wird weiterhin den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen als Anbietern von Familienbildungsmaßnahmen eine wichtige Bedeutung zukommen.

Die Mehrheit der Anbieter (76%) gab an, dass sie nur in einer Kommune Veranstaltungen angeboten hat. In zwei Kommunen machten knapp 17% der Träger Angebote und nur wenige (8%) organisierten Veranstaltungen in drei oder mehr Gemeinden.

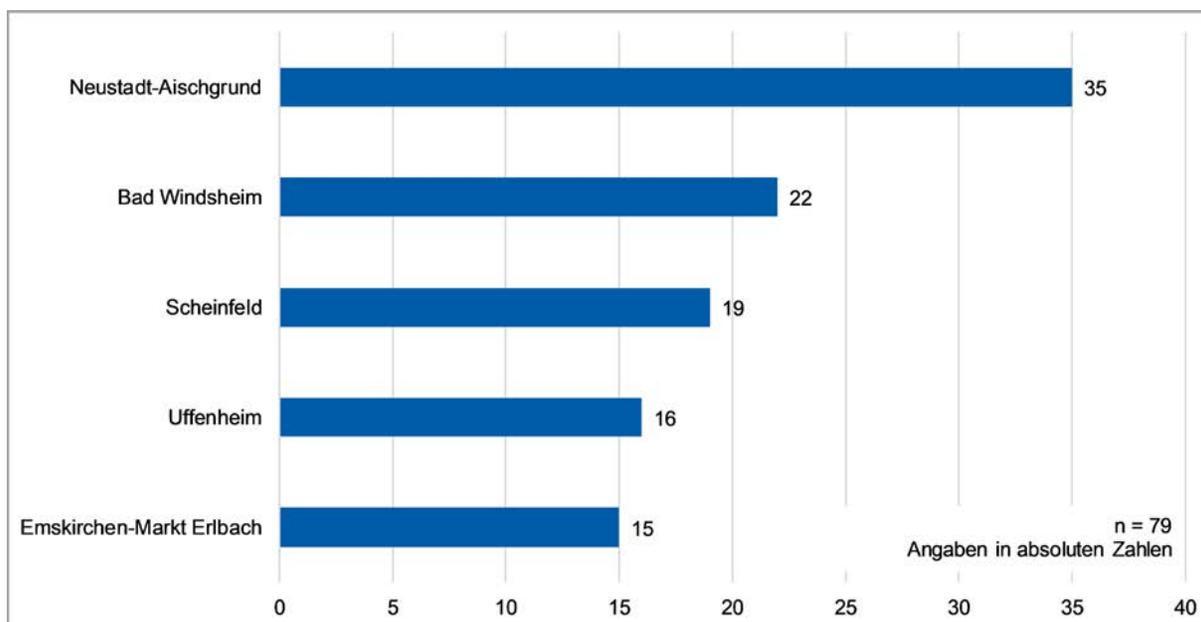
Die Kommunen wurden in fünf Gebiete zusammengefasst³⁶:

- *Region Uffenheim:* Gollhofen, Hemmersheim, Ippenheim, Markt Nordheim, Oberickelsheim, Simmershofen, Uffenheim, Weigenheim
- *Region Bad Windsheim:* Bad Windsheim, Burgbernheim, Ergersheim, Gallmersgarten, Illesheim, Ipsheim, Marktbergel, Oberzenn
- *Region Scheinfeld:* Burghaslach, Markt Bibart, Markt Taschendorf, Oberscheinfeld, Scheinfeld, Sugenheim
- *Region Neustadt-Aischgrund:* Baudenbach, Dachsbach, Diespeck, Dietersheim, Gerhardshofen, Gutenstetten, Langenfeld, Münchsteinach, Neustadt a.d.Aisch, Uehlfeld
- *Region Emskirchen-Markt Erlbach:* Emskirchen, Hagenbüchach, Markt Erlbach, Neuhof a.d.Zenn, Trautskirchen, Wilhelmsdorf

³⁶ Dabei handelt es sich um eine erste grobe Regionenbildung. Modifizierungen dieser Einteilung sind nicht ausgeschlossen.

Die meisten Anbieter gaben an, in der Region Neustadt-Aischgrund Veranstaltungen durchgeführt zu haben. Weniger Träger machten Angebote in den Regionen Uffenheim und Emskirchen-Markt Erlbach.

Abbildung 12: Zahl der Anbieter, die in den verschiedenen Regionen Veranstaltungen durchgeführt haben

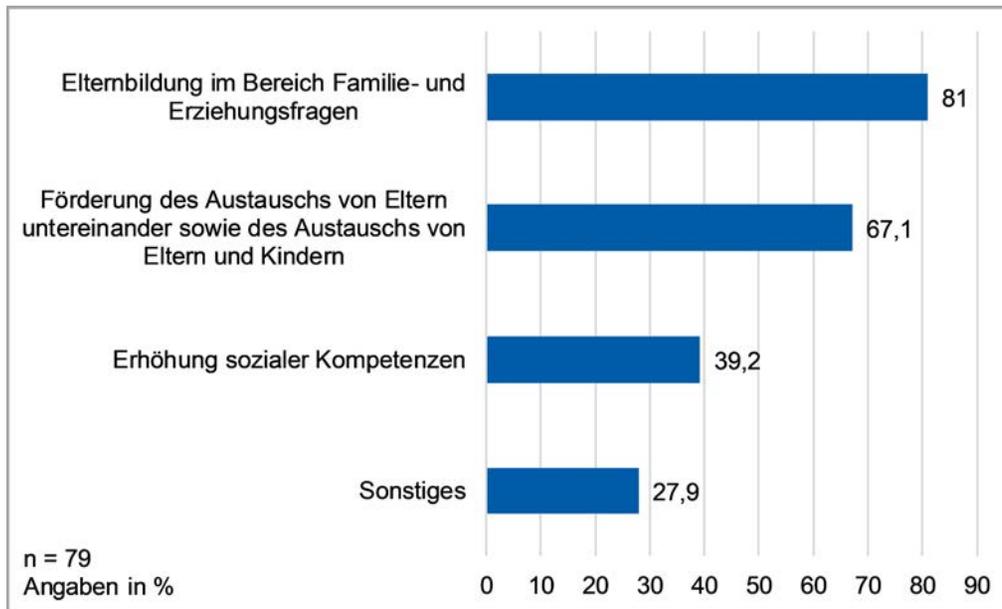


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen

Bei den Zielen der einzelnen Veranstaltungen kristallisieren sich zwei Schwerpunkte klar heraus: die Elternbildung im Bereich Familien- und Erziehungsfragen (81%) sowie die Förderung des Austauschs von Eltern untereinander/Austausch von Eltern und Kindern (67,1%). Da die Elternbildung einen elementaren Bestandteil von Familienbildung darstellt, ist es nicht überraschend, dass dies als Hauptziel gesehen wird. Aus den Angaben unter der Kategorie „Sonstiges“ lässt sich ablesen, dass es einigen Anbietern unter anderem darum geht, durch ihre Angebote die digitale Bildung, Medienerziehung und Schullaufbahnberatung/berufliche Orientierung zu fokussieren.

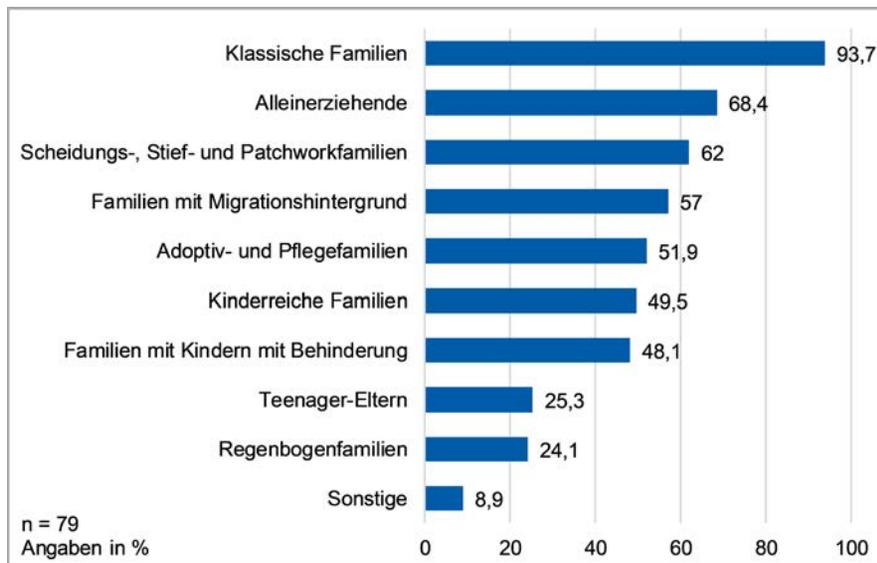
Abbildung 13: Ziele der Familienbildungsveranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Befragt wurden die Anbieter außerdem nach den Zielgruppen, an die sich ihre Veranstaltungen richteten. Die klassische Familie wird von fast allen Anbietern (93,7%) als Zielgruppe genannt. Mit einigem Abstand folgen die Gruppen der Alleinerziehenden (68,4%) und der Scheidungs-, Stief- und Patchworkfamilien (62%). Die wenigsten Angebote richteten sich an Teenager-Eltern (25,3%) und Regenbogenfamilien (24,1%).

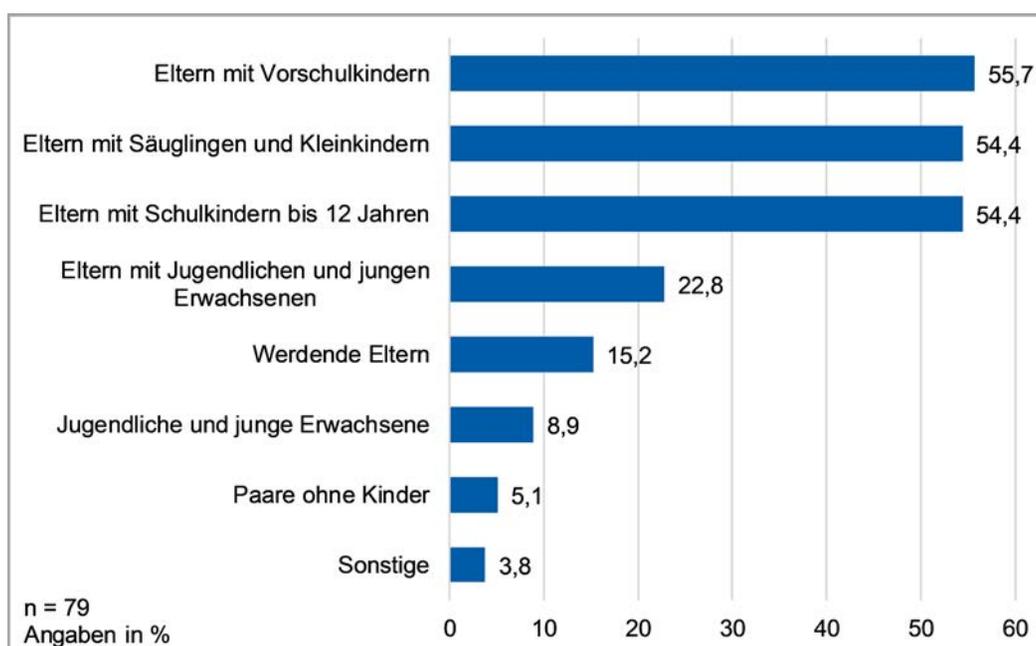
Abbildung 14: Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Weiterhin ist interessant, welche familialen Lebensphasen den Schwerpunkt der Veranstaltungen zur Familienbildung darstellen: Die meisten Angebote richten sich an Eltern mit Vorschulkindern (55,7%), Eltern mit Kleinkindern und Säuglingen und Eltern mit Schulkindern bis 12 Jahren (jeweils 54,4%). Weniger im Fokus stehen die Lebensphasen „werdende Eltern“ (15,2%), „Jugendliche und junge Erwachsene“ (8,9%), und „Paare ohne Kinder“ (5,1%) (siehe Abb.15).

Abbildung 15: Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

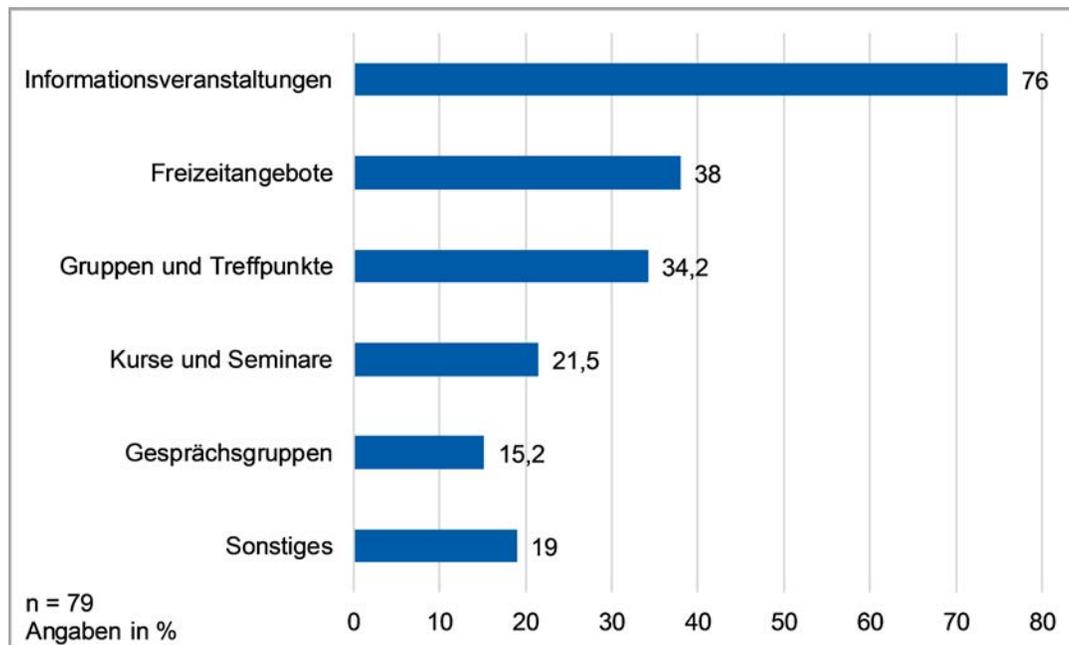
Die Erklärung für dieses Ergebnis ist darin zu sehen, dass Eltern während der frühkindlichen Entwicklung normalerweise noch einen sehr hohen Informationsbedarf haben, weil sich gerade mit der Geburt des ersten Kindes viele Fragen ergeben.

Dass nur recht wenige Veranstaltungen für Paare ohne Kinder angeboten wurden, deutet darauf hin, dass Familienbildung erst mit der Schwangerschaft und der Geburt des Kindes relevant wird. Außerdem sind in dieser Phase für die Paare andere Anlaufstellen, wie Ärzte etc. von größerer Bedeutung.

4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen

Bei den angebotenen Veranstaltungsarten dominiert klar die Infoveranstaltung (76%). Am seltensten wurden Gesprächsgruppen (15,2%) angeboten. Unter „Sonstiges“ nannten die Träger beispielsweise Feste, Freizeiten sowie Gottesdienste.

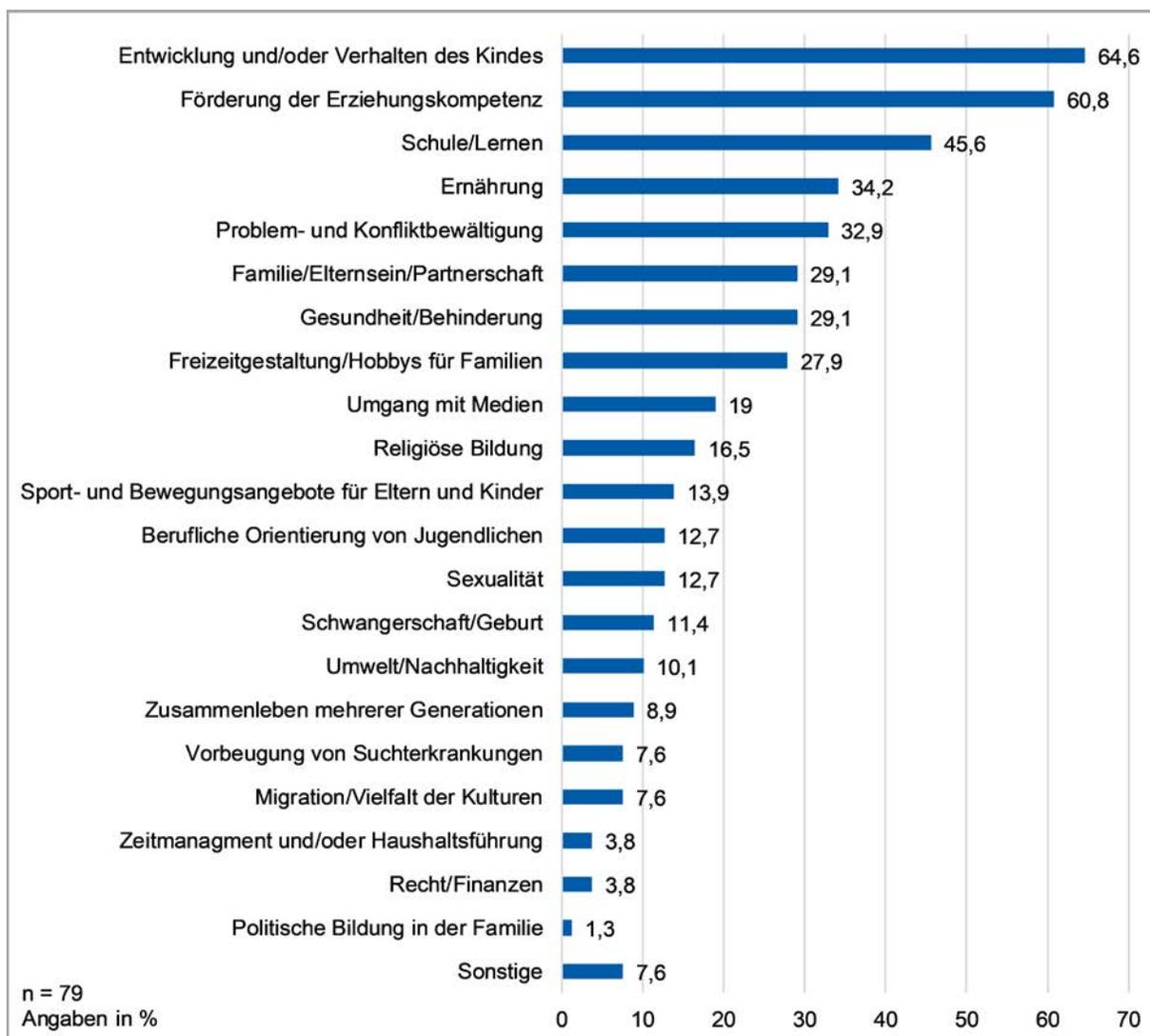
Abbildung 16: Angebotene Veranstaltungsarten



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der Themenschwerpunkt der Angebote lag bei „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“. Zu diesem Bereich machten 64,6% der Träger Angebote. Auch die Themen „Förderung der Erziehungskompetenz“ (60,8%) und „Schule und Lernen“ (45,6%) spielten eine große Rolle. Nur wenige Veranstaltungen fanden zu den Themenbereichen „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“, „Recht/Finanzen“ (jeweils 3,8%) und „Politische Bildung in der Familie“ (1,3%) statt.

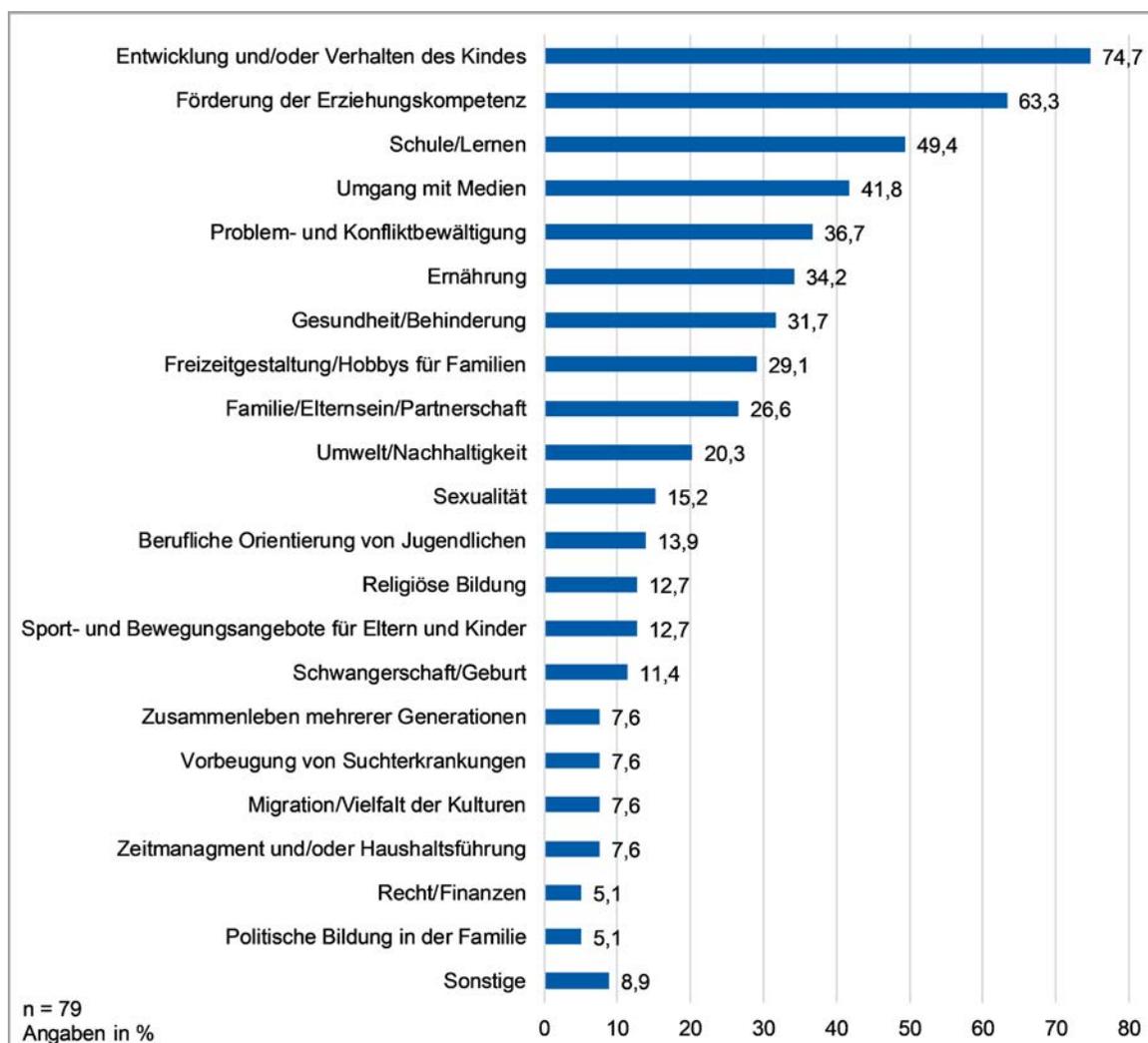
Abbildung 17: Themen der angebotenen Veranstaltungen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Für die perspektivische Gestaltung des gesamten Familienbildungsprogramms ist es hilfreich zu wissen, zu welchen Themen künftig Angebote geplant sind. Hier ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 18: Themen der künftigen geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung



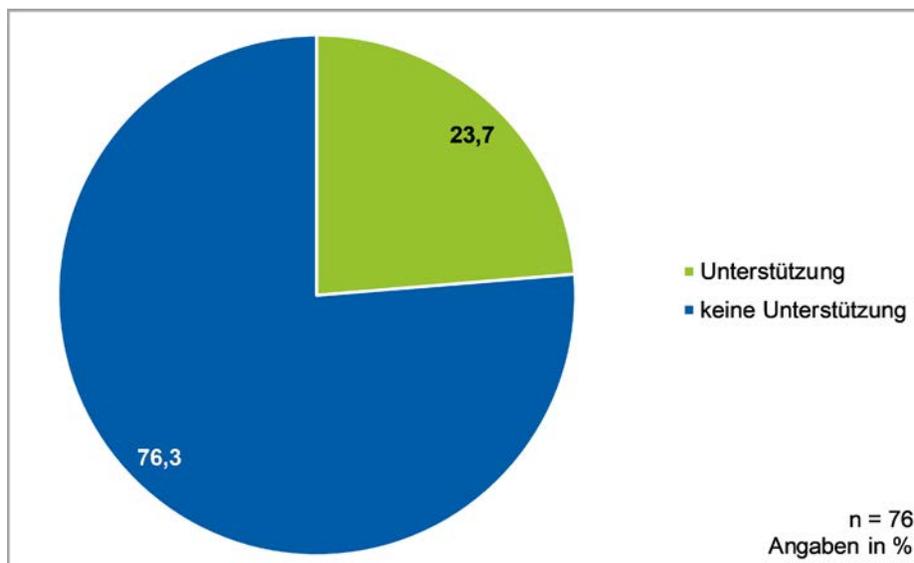
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die perspektivisch geplanten Themen spielen später beim Vergleich mit den Themenwünschen der Eltern noch eine Rolle.

4.4 Kostenstruktur und (finanzielle) Unterstützung der Veranstaltungen

Insgesamt erhalten nur 23,7% der Träger, die Veranstaltungen zur Familienbildung durchführen, (finanzielle) Unterstützung. Die meiste Unterstützung kommt vom Freistaat Bayern (44,4%) und vom Landkreis (33,3%).

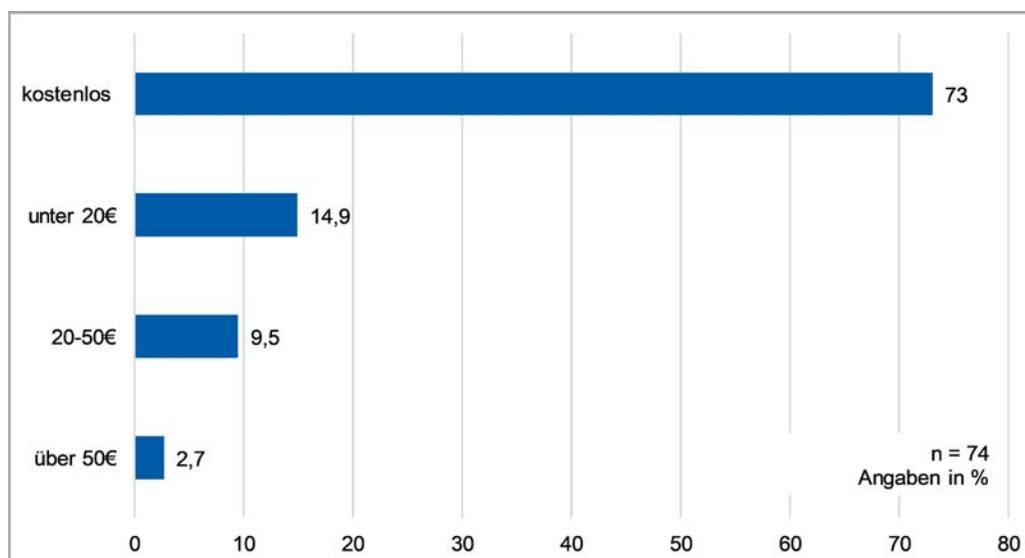
Abbildung 19: Unterstützung der Veranstaltungen zur Familienbildung



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

73% aller Anbieter gaben an, dass ihre Veranstaltungen (Einzelveranstaltungen) kostenlos seien. Dieser hohe Wert ist darauf zurückzuführen, dass die meisten Veranstaltungen der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie der Kirchen kostenlos sind. Ein Grund dafür, dass mehrheitlich keine Teilnehmergebühren erhoben werden, könnte sein, dass diese Anbieter in der Regel für ihre Veranstaltungen eigene Räumlichkeiten nutzen können, sodass keine Raumnutzungskosten entstehen, die an die Eltern in Form von Gebühren weitergegeben werden müssen. 14,9% der Veranstalter erheben Gebühren bis unter 20 EUR und 9,5% zwischen 20 EUR und 50 EUR. Lediglich 2,7% gaben an, dass ein Beitrag von über 50 EUR zu entrichten sei (siehe Abb. 20).

Abbildung 20: Teilnehmergebühren bei Veranstaltungen



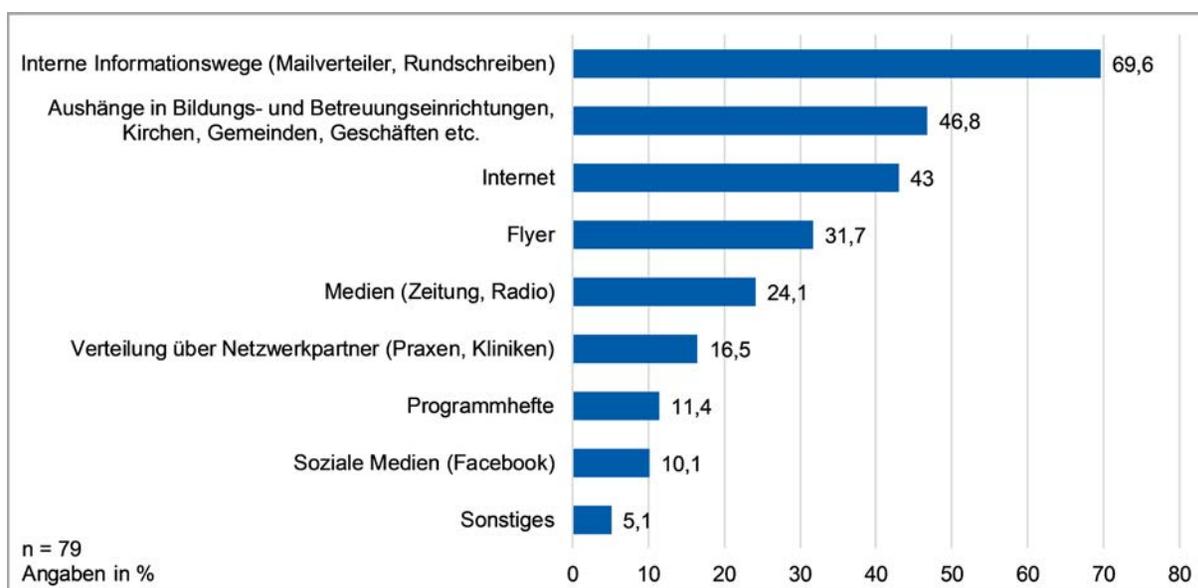
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.5 Werbung für die Veranstaltungen

Ein zentraler Faktor für den Erfolg von Familienbildungsmaßnahmen ist, dass die Eltern auch rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren. Daher spielt die Bewerbung der Angebote eine große Rolle. Das wichtigste Werbemittel der Träger von Familienbildung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim stellen mit 69,6% die internen Informationswege wie Mailverteiler und Rundschreiben dar. Mit einigem Abstand folgen Aushänge in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Kirchen, Gemeinden, Geschäften etc. (46,8%). Soziale Medien spielen eine nachgeordnete Rolle: Auf diesem Weg informieren nur 10,1% der Träger über ihre Angebote. Dies ist durchaus erstaunlich, da es eine eher günstige und einfache Möglichkeit ist, so Veranstaltungen zu bewerben. Gleichzeitig kann sich aber die Pflege von Social-Media-Kanälen sehr zeitintensiv gestalten.

Die Verteilung der Informationen über Netzwerkpartner nehmen nur 16,5% der Anbieter in Anspruch. Die Informationsweitergabe über Programmhefte praktizieren 11,4% der Veranstalter. Eine mögliche Erklärung liegt darin, dass das Entwerfen und der Druck von Programmheften mit einem recht großen Arbeitsaufwand bzw. hohen Kosten einhergehen kann.

Abbildung 21: Werbemittel der Anbieter



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auf Ansätze zur Bewerbung der Angebote wird unter dem Punkt „Fazit und Ausblick“ noch genauer eingegangen.

Abschließend zu diesem Punkt ist festzustellen, dass sowohl die Quantität als auch die Qualität der Familienbildungsangebote im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim von den Trägern recht positiv gesehen wird. So gaben 55,8% der Träger an, dass sie die Zahl der Angebote genau richtig finden. Allerdings sind auch 39% der Meinung, dass es eher zu wenig Angebote gibt. Die Qualität der Angebote wird von einer deutlichen Mehrheit (82,7%) als sehr gut oder eher gut bewertet. Lediglich 1,9% finden die Qualität der Angebote eher schlecht.³⁷

³⁷ Anzumerken ist, dass die Frage nach der Quantität nur von 77 Trägern und die zur Qualität der Angebote lediglich von 52 Trägern beantwortet wurde. Die Ergebnisse sollten vor dem Hintergrund der recht geringen Fallzahl und der mit diesen Fragen verbundenen Subjektivität betrachtet und interpretiert werden.

5. Bericht zur Bedarfsanalyse

Die Bedarfsanalyse bildet den Schwerpunkt der vorliegenden Studie. In diesem Kapitel wird zunächst genauer auf die Verteilung der Fragebögen sowie die Rücklaufquote eingegangen. Anschließend werden die zentralen Ergebnisse der Bedarfsanalyse präsentiert.

Folgende Überpunkte werden behandelt:

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

5.1 Umfang der Studie

Der Fragebogen umfasste insgesamt 37 Fragen³⁸. Die Zielgruppe waren Eltern minderjähriger Kinder im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim. Um zu gewährleisten, dass möglichst alle Eltern minderjähriger Kinder an der Befragung teilnehmen können, erfolgte die Verteilung über 71 Kindertageseinrichtungen, 31 Grund- und Mittelschulen, drei Förderzentren sowie acht weiterführende Schulen (Wirtschaftsschule, Realschulen, Gymnasien). Insgesamt wurden 13.135 Fragebögen ausgegeben.³⁹

Es konnten 4.181 Bögen ausgewertet werden⁴⁰. Dies ergibt eine Rücklaufquote von 31,8%. Diese Zahl ist per se schon sehr positiv. Berücksichtigt man, dass an jedes Kind in den oben genannten Einrichtungen ein Fragebogen verteilt wurde, pro Familie aber nur ein Fragebogen ausgefüllt werden sollte und in den Familien durchschnittlich zwei Kinder leben, ist de facto ein noch höherer Rücklauf zu konstatieren.

5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer

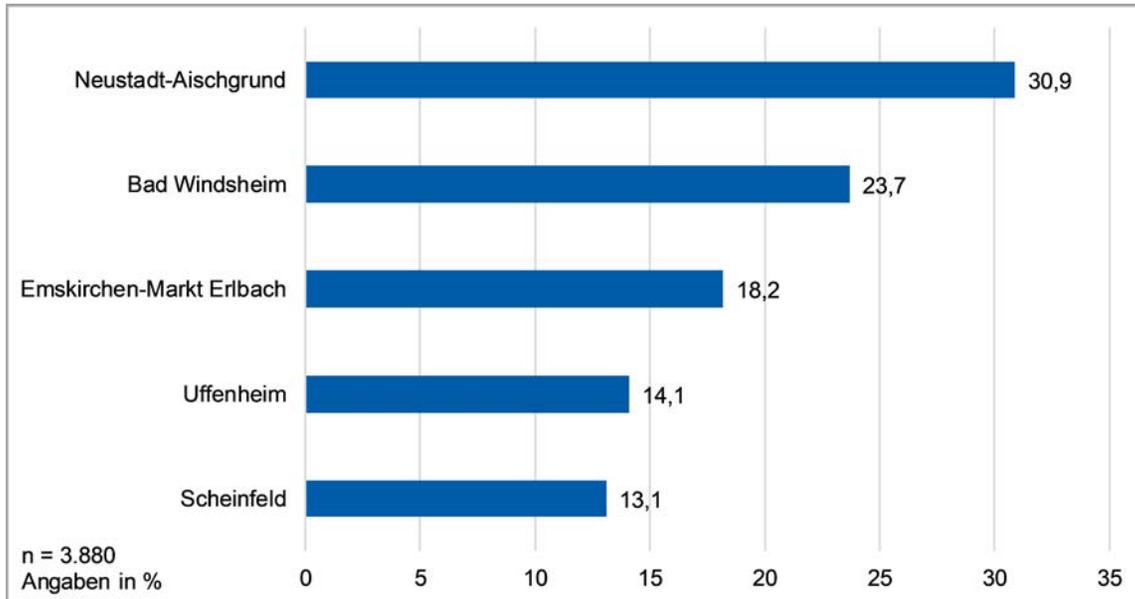
Mit 30,9% wohnen die meisten Eltern, die an der Befragung teilgenommen haben in der Region Neustadt-Aischgrund. Mit einigem Abstand folgen Bad Windsheim (23,7%) und Emskirchen-Markt Erlbach (18,2%). Weniger Befragte stammen aus den Regionen Uffenheim und Scheinfeld.

38 Allerdings mussten nicht von allen Befragungsteilnehmern alle Fragen beantwortet werden, da es Filterfragen gab: Haushalte, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen hatten, konnten alle Fragen beantworten. Haushalte, die bislang keine Angebote wahrgenommen hatten, konnten sich zu 28 Fragen äußern.

39 Dabei erfolgte eine Orientierung an den Kinder- bzw. Schülerzahlen der jeweiligen Bildungs- und Betreuungseinrichtungen.

40 Leere sowie größtenteils nicht ausgefüllte Fragebögen wurden nicht berücksichtigt.

Abbildung 22: Herkunftsregionen der Befragten

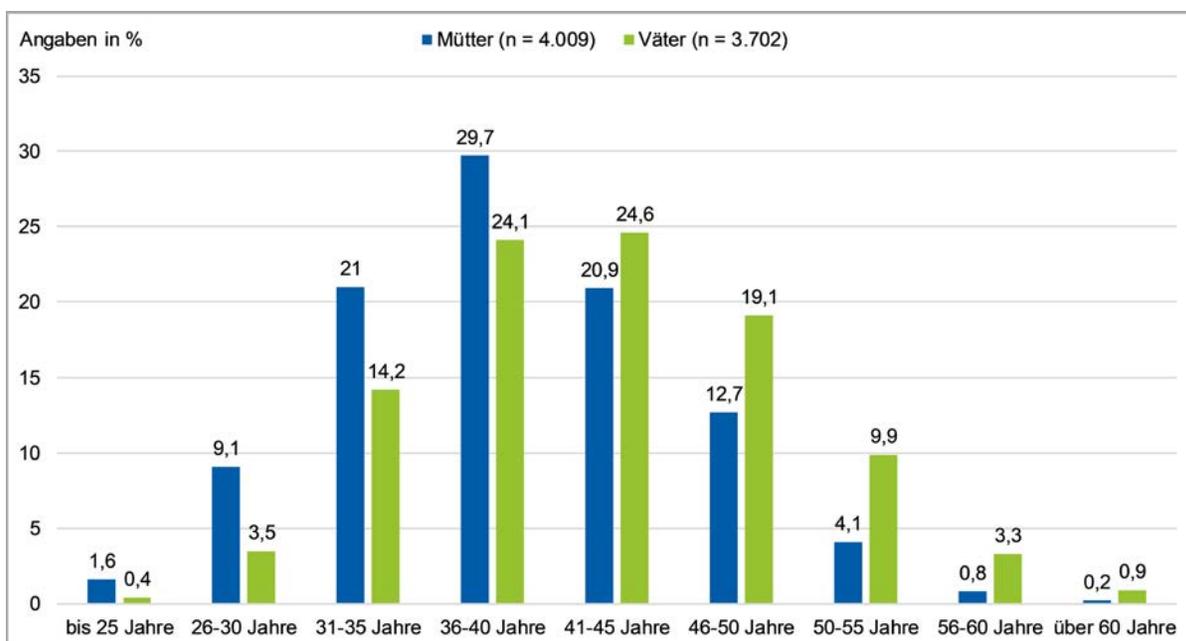


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die meisten befragten Mütter (29,7%) sind zwischen 36 und 40 Jahre alt (\bar{x} = 39 Jahre). Bei den Vätern liegt der größte Anteil (24,6%) bei 41-45 Jahren (\bar{x} = 42 Jahre). Die Väter sind im Schnitt also etwas älter als die Mütter.

Einen äußerst geringen Anteil machen sehr junge Eltern aus (Mütter bis 25 Jahre: 1,6%, Väter bis 25 Jahre: 0,4%). Das gleiche gilt für ältere Mütter und Väter (Mütter über 60 Jahre: 0,2%; Väter über 60 Jahre: 0,9%).

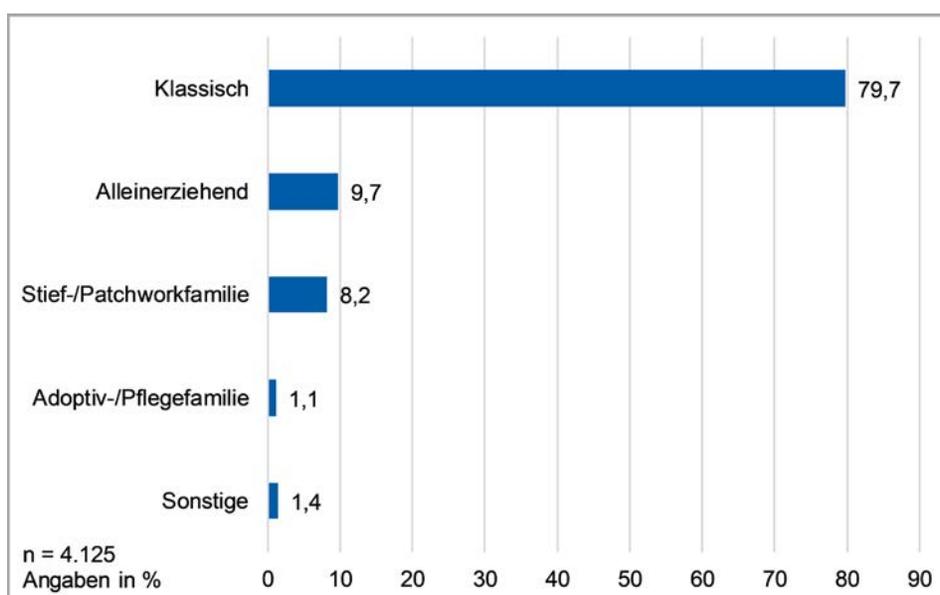
Abbildung 23: Alter der Mütter und Väter



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den Familienformen zeigt sich, dass die klassische Familie (Mutter, Vater, leibliche(s) Kind(er)) mit 79,7% die häufigste Familienform ist. Erst mit großem Abstand (9,7%) folgen alleinerziehende Elternteile sowie Stief- oder Patchworkfamilien (8,2%). Adoptiv- und Pflegefamilien machen mit 1,1% der befragten Familien nur einen sehr geringen Anteil aus. Welche Familienformen unter „Sonstiges“ einzuordnen sind, ist rein spekulativ. Jedoch sind dies erfahrungsgemäß Familien, in denen Großeltern ihre Enkelkinder erziehen, Regenbogenfamilien, verwitwete Elternteile, die sich nicht zu den Alleinerziehenden zählen wollen und Familien, denen eine Zuordnung schwerfällt. Ein Beispiel hierfür wären Familien mit sowohl leiblichen als auch Adoptiv- oder Pflegekindern.

Abbildung 24: Familienformen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Diese Verteilung spiegelt in etwa die gesamtgesellschaftliche Verteilung der Familienformen des pairfam-Datensatzes⁴¹ wieder. Die Erhebung aus dem Jahr 2015/16 zeigt ein Muster von 84% klassischen Familien, 10% Alleinerziehenden und 6% Patchworkfamilien⁴². Lediglich bei dieser Familienform weicht der Anteil im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim von der Verteilung des Pairfam etwas ab. Patchworkfamilien werden in der amtlichen Statistik nicht direkt erfasst, weshalb genaue Aussagen zum eigentlichen Bestand schwierig sind bzw. nicht getroffen werden können. Bei der Betrachtung der Verteilung von Familien nach den aktuellsten Daten des Statistischen Bundesamtes (Ehepaare mit Kindern 70,1%, Lebensgemeinschaften 11,4% und Alleinerziehende 18,5%)⁴³ lässt sich feststellen, dass eine direkte Gegenüberstellung nicht sinnvoll ist. Patchworkfamilien können einerseits zu den 69% der Ehepaare

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

42 Vgl.: Brüderl, Josef et.al. (2017): The German Family Panel (pairfam). GESIS Data Archive, Cologne. ZA5678 Data file Version 8.0.0, doi: 10.4232/pairfam.5678.8.0.0. 36; vgl.: Statistisches Bundesamt (2016): Familien mit minderjährigen Kindern in der Familie. www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/Tabellen/2_5_Familien.html. [Stand: 18.11.2017].

43 Statistisches Bundesamt (2019): Familien und Familienmitglieder mit minderjährigen Kindern in der Familie im Jahr 2018 nach Lebensform und Gebietsstand. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Tabellen/2-6-familien.html> [Stand: 02.12.2019].

(z.B. durch eine zweite Ehe) als auch bei den 11% der Lebensgemeinschaften eingeordnet werden. Aufgrund der für die vorliegende Studie vorgenommenen Unterscheidung in „Klassische Familie“, „Alleinerziehend“ und „Patchwork“ ist ein Vergleich mit dem pairfam-Datensatz daher adäquater.

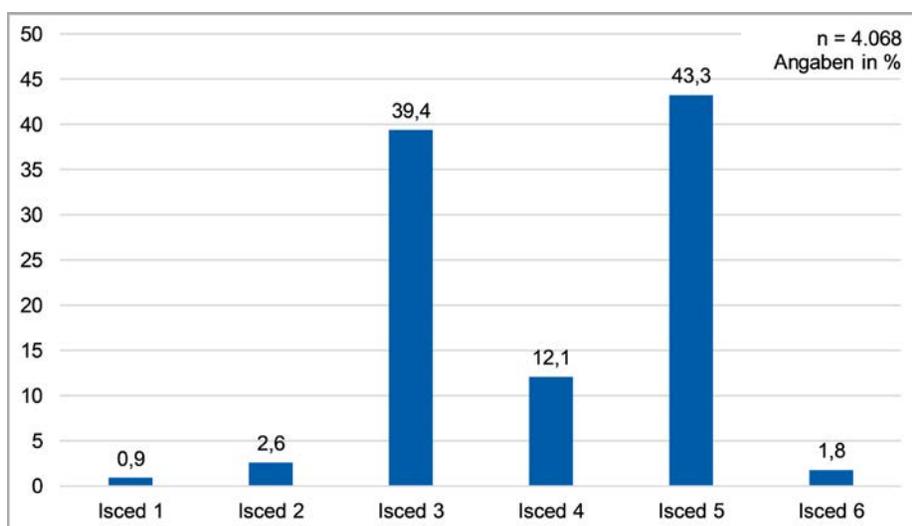
In Bezug auf die Erwerbstätigkeit von Müttern und Vätern ergibt sich ebenfalls ein recht klassisches Bild: Während 83% der Väter einer Vollzeitbeschäftigung nachgehen, gilt dies nur für 12,2% der Mütter⁴⁴. Umgekehrt arbeiten nur 2,9% der Väter in Teilzeit. Demgegenüber stehen 57% Mütter mit einer Teilzeitbeschäftigung.

Interessant ist die Betrachtung des Bildungsniveaus der Eltern. Den hier vorgenommenen Berechnungen liegt die Klassifizierung der ISCED-Scala⁴⁵ von 1997 zu Grunde. Bei ISCED handelt es sich um die internationale Standardklassifikation des Bildungswesens. Diese Klassifikation gliedert sich in die folgenden sechs Kategorien.

ISCED 1 = kein Schul- und Ausbildungsabschluss
ISCED 2 = Hauptschulabschluss/mittlere Reife, aber keine Ausbildung
ISCED 3 = Fachhochschulreife/Abitur, aber keine Ausbildung ODER Hauptschulabschluss/mittlere Reife, aber abgeschlossene Lehre bzw. Berufsfachschulabschluss
ISCED 4 = Fachhochschulreife/Abitur UND abgeschlossene Lehre bzw. Berufsfachschulabschluss
ISCED 5 = jeglicher Schulabschluss + Meister/Hochschulabschluss
ISCED 6 = Promotion oder höher

Insgesamt sind die Teilnehmer der vorliegenden Befragung recht gebildet: Die meisten Haushalte, die an der Befragung teilnahmen, haben ein Bildungsniveau, das den Kategorien ISCED 3 (39,4%) bzw. ISCED 5 (43,3%) zuzuordnen ist (die Angaben der Mütter und Väter wurden zu einer Haushaltsvariablen zusammengefasst). Umgekehrt haben sich nur sehr wenige Haushalte mit geringer Bildung an der Befragung beteiligt (ISCED 1: 0,9%, ISCED 2: 2,6%). Damit verfügen insgesamt 42,9% der Haushalte über eher niedrigere Bildungsniveaus (ISCED 1-3) und 57,1% über ein höheres Bildungsniveau (ISCED 4-6).

Abbildung 25: Bildungsniveau der Haushalte



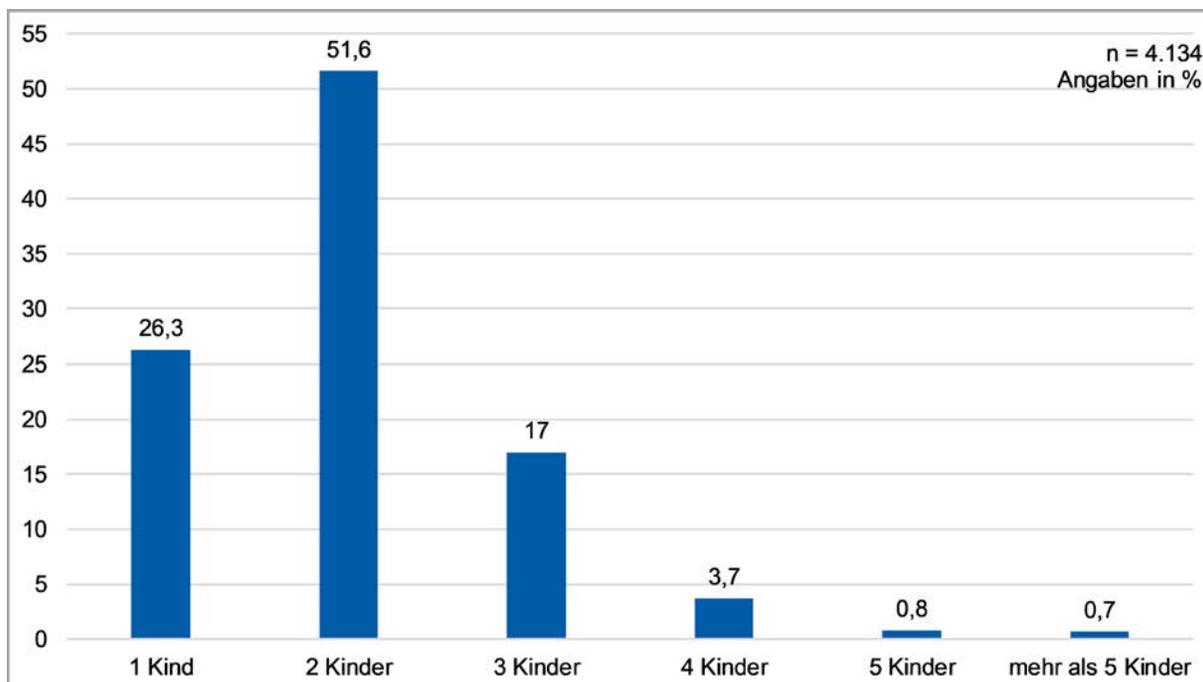
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

44 Weitere 10% machen Selbständige aus, die im Schnitt auch Vollzeit (oder mehr) arbeiten.

45 ISCED = Internationale Standardklassifikation des Bildungswesens.

Die meisten Familien (51,6%) haben zwei Kinder. Der Anteil der Familien, in denen drei oder mehr Kinder leben, liegt bei 22,2%.

Abbildung 26: Zahl der Kinder

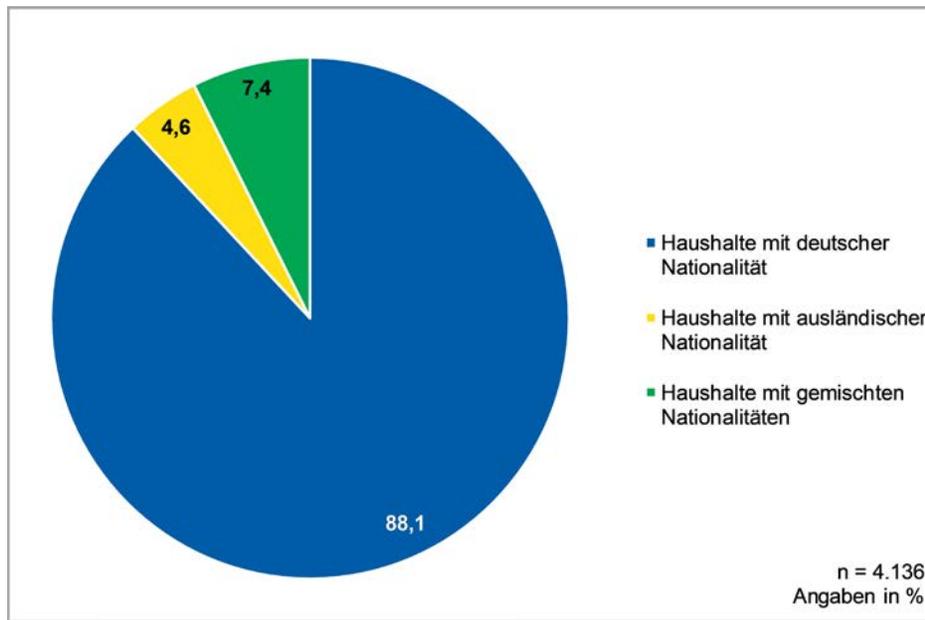


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Von den insgesamt 8.388 Kindern, die in den befragten Haushalten leben, befinden sich die meisten Kinder in der Altersspanne zwischen sieben und zehn Jahren. Genauere Berechnungen zeigen, dass in knapp 30% der befragten Haushalte mindestens ein Kind bis drei Jahren lebt. Bis zum sechsten Lebensjahr betrachtet, sind es sogar 49,8% der Haushalte. Obendrein konnte festgestellt werden, dass in knapp 15% der Haushalte lediglich Teenager (Kinder ab dem 13. Lebensjahr) leben.

Was die Nationalität der Haushalte betrifft, handelt es sich bei der Mehrheit der Respondenten (88,1%) um deutsche Familien. Der Anteil der Haushalte gemischter Nationalität, die an der Befragung teilgenommen haben beträgt 7,4%. Mit 4,6% beteiligten sich nur sehr wenige ausländische Familien an der Befragung. Eine mögliche Erklärung dafür ist in der Sprachbarriere zu sehen, da der Fragebogen nur auf Deutsch verteilt wurde.

Abbildung 27: Nationalität der Haushalte



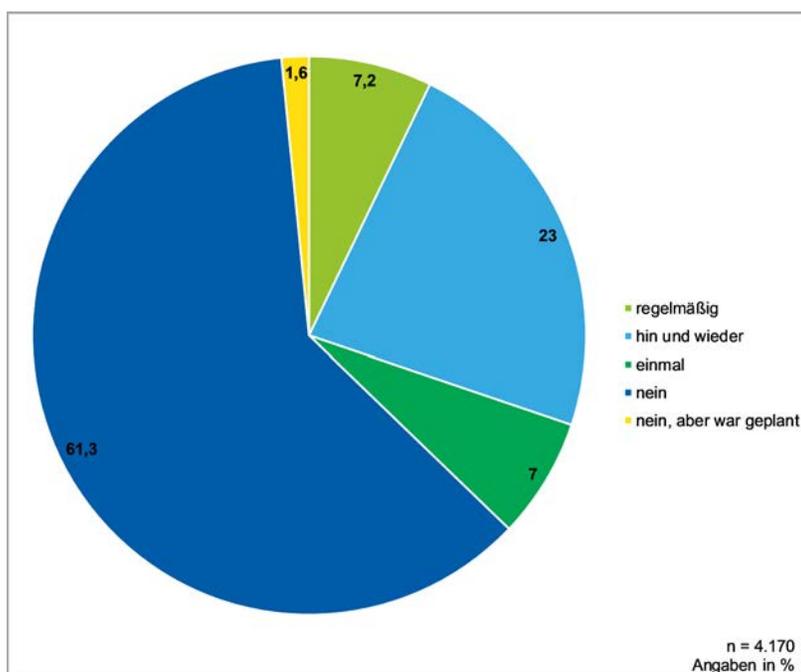
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern

Geplantes und bisheriges Nutzungsverhalten

37,1% der Eltern gaben an, bereits Familienbildungsangebote besucht zu haben. Demgegenüber haben fast zwei Drittel der Eltern (62,9%) noch nie an entsprechenden Veranstaltungen teilgenommen. Folglich konnte die Mehrheit der Eltern bislang nicht durch die Angebote erreicht werden. Von den Eltern, die bereits Familienbildungsangebote wahrnahmen, haben 7% einmal, 7,2% regelmäßig und 23% hin und wieder eine Veranstaltung besucht.

Abbildung 28: Häufigkeit der Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen

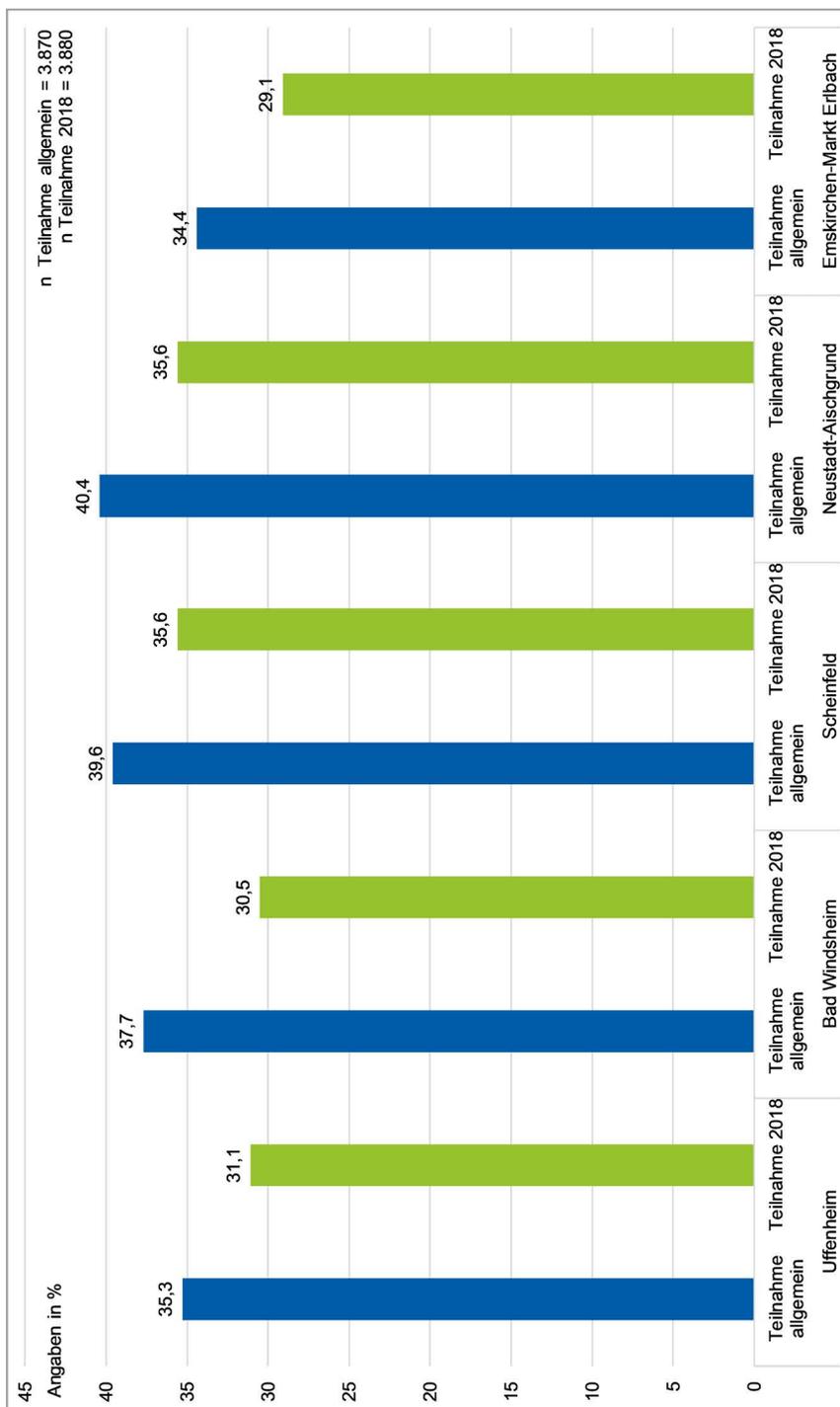


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eltern, die im Jahr 2018 Familienbildungsangebote wahrgenommen hatten, besuchten im Schnitt zwei Veranstaltungen (Median).

Die meisten bisherigen Teilnehmer an Familienbildung stammen aus der Region Neustadt-Aischgrund (40,4%). In dieser Region leben ebenfalls die meisten Eltern, die Angebote im Jahr 2018 besuchten (35,6%). Die wenigsten Teilnehmer – sowohl allgemein (34,4%) als auch in Bezug auf 2018 (29,1%) – kommen aus der Region Emskirchen-Markt Erlbach.

Abbildung 29: Herkunftsregionen der Teilnehmer an Familienbildung allgemein und 2018



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

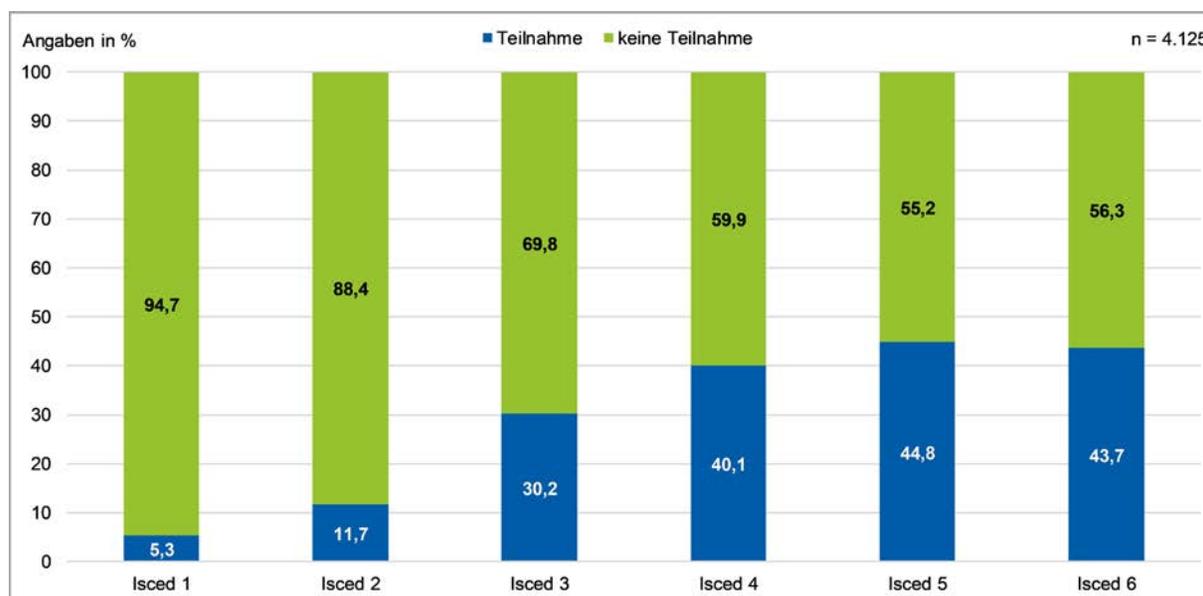
Die genauen Auswertungen zur Teilnahme ergaben eindeutig, dass ein Zusammenhang zwischen dem Alter der Kinder und der Teilnahme an Familienbildung besteht: Über 34% der Haushalte, in denen mindestens ein Kind bis zu sechs Jahren lebt, haben 2018 an Veranstaltungen zur Familienbildung teilgenommen. Dies entspricht der Gruppe, die vermutlich noch einen recht hohen Informationsbedarf zum Thema Familie und Erziehung hat. Von den Haushalten, in denen nur Teenager-Kinder ab 13 Jahren leben, nahmen im Jahr 2018 nur 26% Familienbildungsangebote wahr.

Die Gegenüberstellung der Art der Erwerbstätigkeit und der Teilnahme an Familienbildungsangeboten zeigt: Den größten Anteil an Haushalten, die an Familienbildung teilgenommen haben, machen jene aus, in denen der Vater Vollzeit arbeitet und sich die Mutter in Elternzeit befindet oder einer Teilzeitbeschäftigung bzw. einem Minijob nachgeht. Hingegen ist der Anteil der Haushalte, in denen beide Vollzeit arbeiten, erkennbar geringer (29%). Eine mögliche Erklärung ist, dass durch eine Vollzeitbeschäftigung die Zeit für weitere Aktivitäten, wie etwa den Besuch von Familienbildungsangeboten, sehr begrenzt ist.

Ein Ergebnis, das bei der künftigen Planung der Angebote berücksichtigt werden sollte, ergibt sich aus dem Vergleich von einer bisherigen Teilnahme an Familienbildung und dem Bildungsniveau: Hier wird deutlich, dass die Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen durchaus an das Bildungsniveau der Haushalte gekoppelt ist: Je höher das Bildungsniveau der Haushalte ist, desto eher haben die Haushalte in der Vergangenheit an Veranstaltungen zur Familienbildung teilgenommen (siehe Abb. 30).

Eine Teilnahme an Familienbildungsangeboten ist am häufigsten festzustellen bei Haushalten, in denen mindestens ein Elternteil über eine hohe oder sehr hohe Bildung verfügt (Teilnehmer mit ISCED 5: 44,8%, Teilnehmer mit ISCED 6: 43,7%).

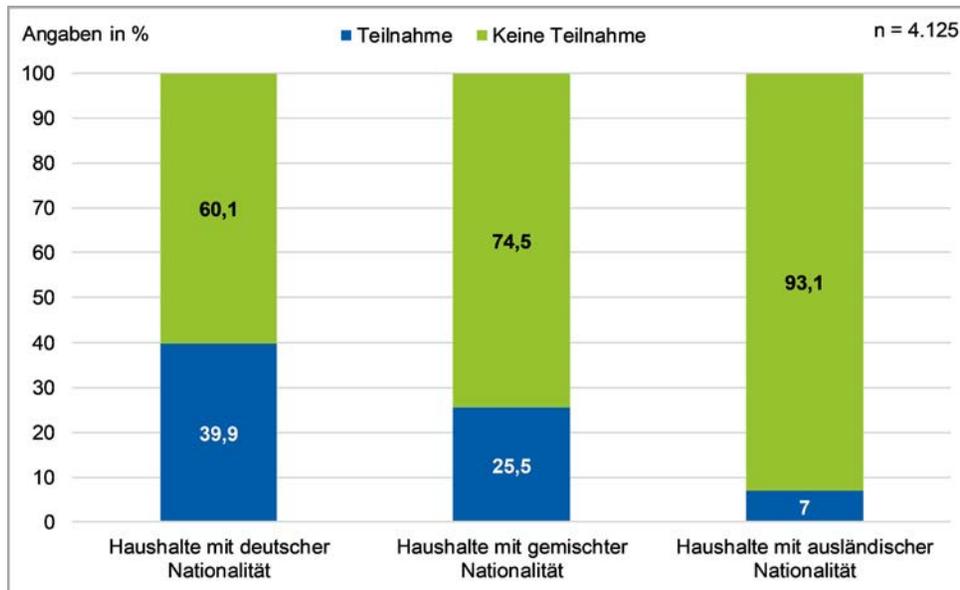
Abbildung 30: Teilnahme an Familienbildungsangeboten nach Bildungsniveau der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Nicht nur die Bildung ist ein wichtiger Faktor, sondern auch bei der Staatsbürgerschaft zeigt sich ein Zusammenhang zu der bisherigen Teilnahme. Nur eine Minderheit der Haushalte, in denen beide Elternteile eine ausländische Staatsbürgerschaft besitzen, hat an Familienbildungsveranstaltungen teilgenommen (7%). Deutlich höher ist der Anteil bei Haushalten mit gemischten Nationalitäten (25,5%) und am höchsten bei Haushalten mit deutscher Nationalität (39,9%).

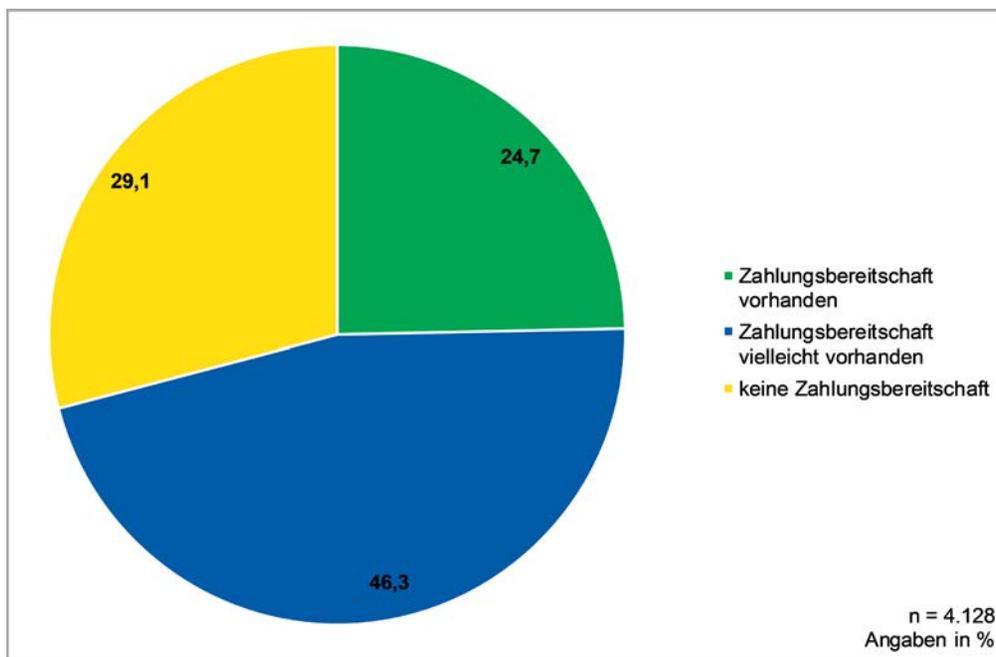
Abbildung 31: Teilnahme an Familienbildung nach Nationalität der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Offenheit zeigen die Eltern prinzipiell hinsichtlich der Frage, ob sie bereit wären, für Familienbildungsveranstaltungen einen Teilnehmerbeitrag zu entrichten: 24,7% beantworten diese Frage mit „ja“, weitere 46,3% können es sich vorstellen (Antwort „vielleicht“), 29,1% zeigen keine Zahlungsbereitschaft (siehe Abb. 32).

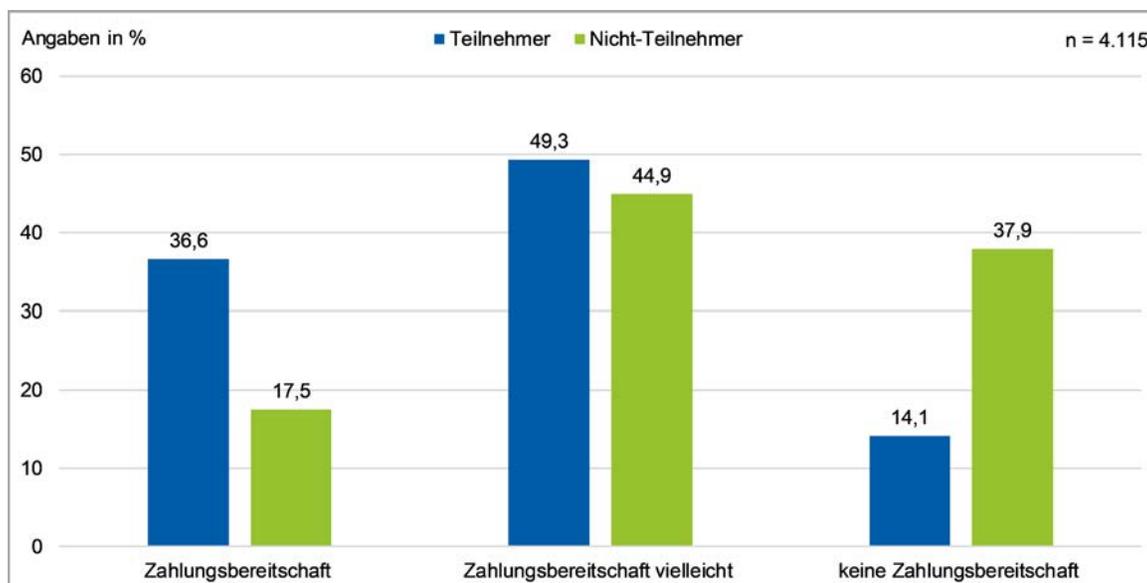
Abbildung 32: Bereitschaft der Eltern zur Zahlung eines Teilnehmerbeitrags



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Erkenntnisreich ist, dass von den Eltern, die bereits Familienbildungsangebote wahrgenommen haben, lediglich 14,1% nicht bereit wären, einen Beitrag für die Veranstaltungen zu entrichten. Dagegen trifft diese Aussage auf 37,9% der bisherigen Nicht-Teilnehmer zu.

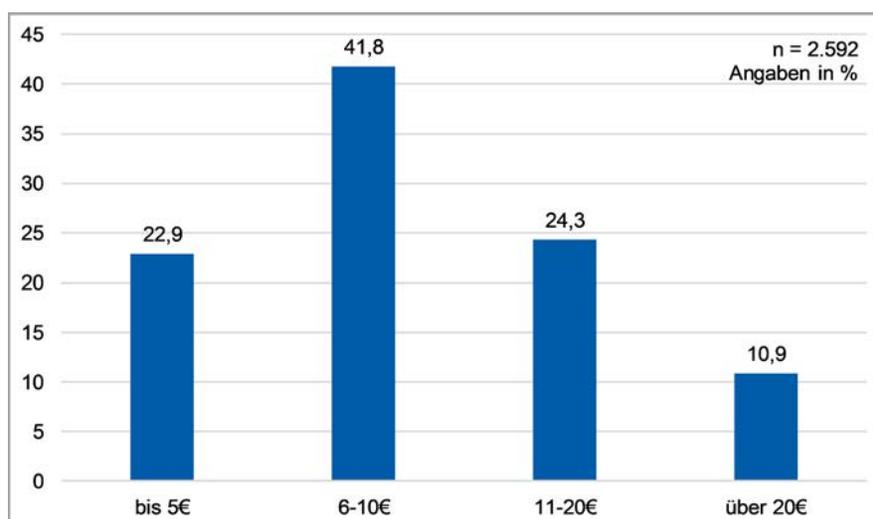
Abbildung 33: Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Teilnehmer und Nicht-Teilnehmer



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Von den Eltern, die einen Unkostenbeitrag leisten würden, wären die meisten (41,8%) bereit, zwischen 6 und 10 EUR für eine Einzelveranstaltung bezahlen. Lediglich 10,9% sind bereit, mehr als 20 EUR für Familienbildungsangebote (Einzelveranstaltungen) auszugeben. Im Schnitt würden die Eltern knapp 14 EUR für eine Einzelveranstaltung bezahlen (der Median liegt bei 10 EUR). Folglich sollten die Anbieter von Familienbildung nicht viel mehr als 10 EUR pro Einzelveranstaltung verlangen.

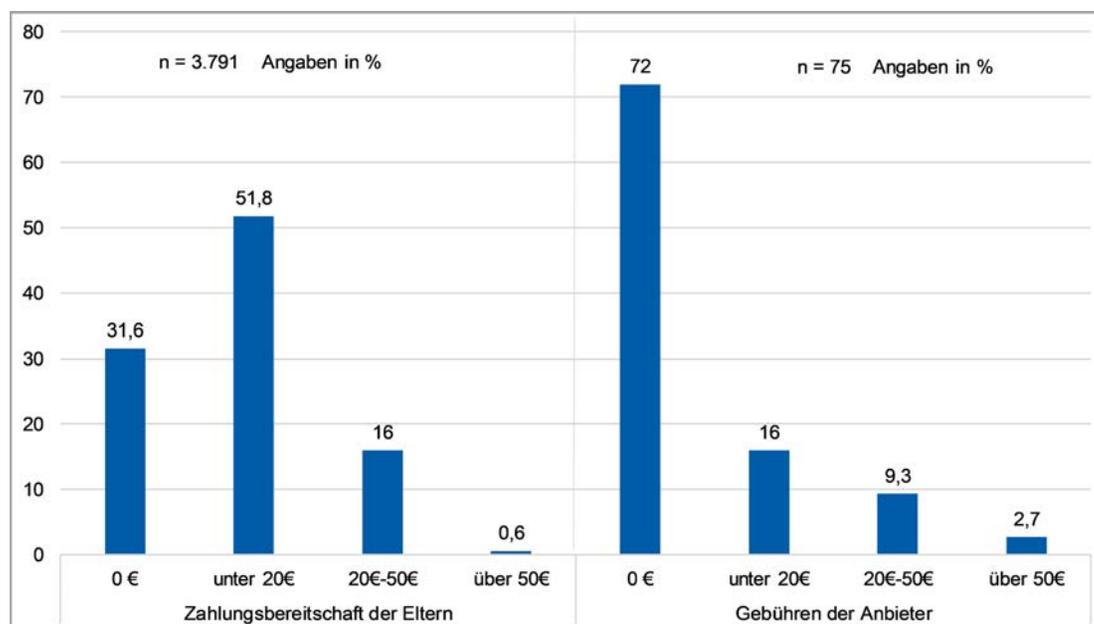
Abbildung 34: Höhe eines möglichen Teilnehmerbeitrags für Einzelveranstaltung



Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Ein Vergleich der Zahlungsbereitschaft der Eltern und der Kostenstruktur der Träger ergibt folgendes Ergebnis.⁴⁶

Abbildung 35: Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Eltern und Gebühren der Anbieter



Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Hier zeigt sich, dass die Zahlungsbereitschaft bereits gut zur Kostenstruktur der Träger passt: Es gibt bereits sehr viele kostenlose Angebote. Dass in diesem Bereich Angebot und Nutzungsverhalten bzw. die Wünsche bereits gut abgestimmt sind, zeigt sich auch an dem Ergebnis, dass zu teure Angebote nur für ausgesprochen wenige Eltern (2%) einen Hinderungsgrund für die Teilnahme an Familienbildung darstellen. Dies ist ein erfreuliches Ergebnis, sodass die Träger an ihrer bisherigen Kostenstruktur mit möglichst vielen kostenlosen Angeboten festhalten sollten: Familienbildung sollte – nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Chancengleichheit – selbstverständlich für alle Familien unabhängig von den finanziellen Möglichkeiten zugänglich sein.

Des Weiteren wurden die Eltern gefragt, welche Fahrtstrecke sie für den Besuch einer Veranstaltung zurücklegen würden. Die Distanzen wurden (bereits bei der Befragung) in Clustern zusammengefasst: gar nicht, bis 10 km, bis 20 km, bis 30 km, bis 40 km, über 40 km. Nur 11,4% gaben an, dass sie gar nicht bereit wären, zu einer Veranstaltung zu fahren. Die meisten Eltern (39,9%) hingegen finden eine Strecke von bis zu 20 km akzeptabel.

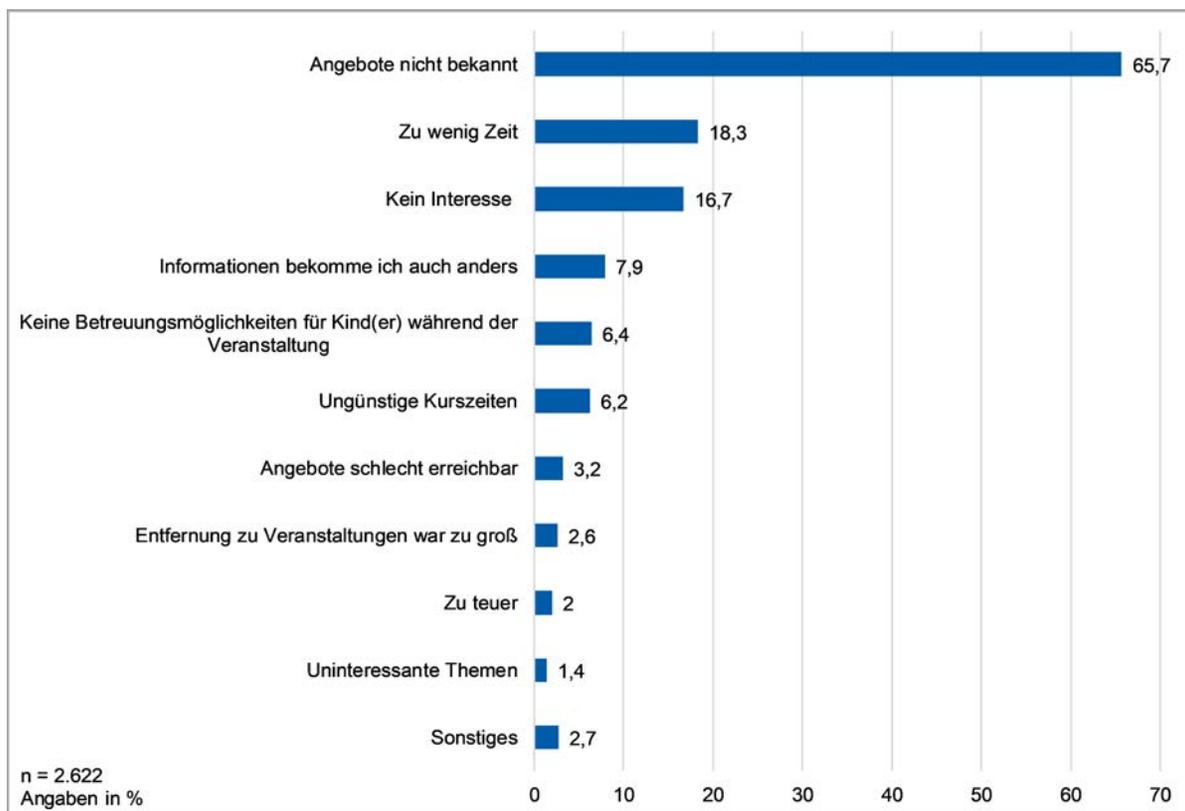
Ähnlich wie bei der Zahlungsbereitschaft würden Eltern, die bereits an Familienbildung teilgenommen haben, auch eine weitere Fahrtstrecke zu den Veranstaltungen auf sich nehmen: Der Anteil, der Eltern, die bislang keine Angebote wahrgenommen hatten und keine Fahrtstrecke zu Veranstaltungen in Kauf nehmen würden, liegt bei 17,1%. Bei bisherigen Teilnehmern trifft dies nur auf 1,8% zu.

Aufschlussreiche Ergebnisse lieferte die Frage nach den Gründen, warum bislang Familienbildungsangebote nicht besucht wurden: Mit 65,7% gibt die Mehrheit an, dass sie nicht an den

⁴⁶ Die Angaben der Eltern umfassen hier auch jene, die nicht bereit sind, einen Beitrag zu zahlen (31,6% der Gesamtstichprobe), für die also die Angebote kostenlos sein sollten. Obendrein wurden die Gruppierungen oder Ausprägungen denen der Bestandsanalyse angepasst. Dementsprechend ist die Fallzahl der Haushalte in dieser Abbildung höher und die Anteile bzw. die Prozentzahlen gestalten sich anders.

Veranstaltungen teilgenommen hat, weil die Angebote nicht bekannt waren. Weitere Gründe – Zeitmangel (18,3%) und fehlendes Interesse (16,7%) etc. – folgen erst mit großem Abstand. Von geringer Bedeutung als Hinderungsgrund sind die schlechte Erreichbarkeit (3,2%), die zu große Entfernung der Veranstaltungen (2,6%), der Kostenfaktor (2%) und uninteressante Themen (1,4%) (siehe Abb. 36).

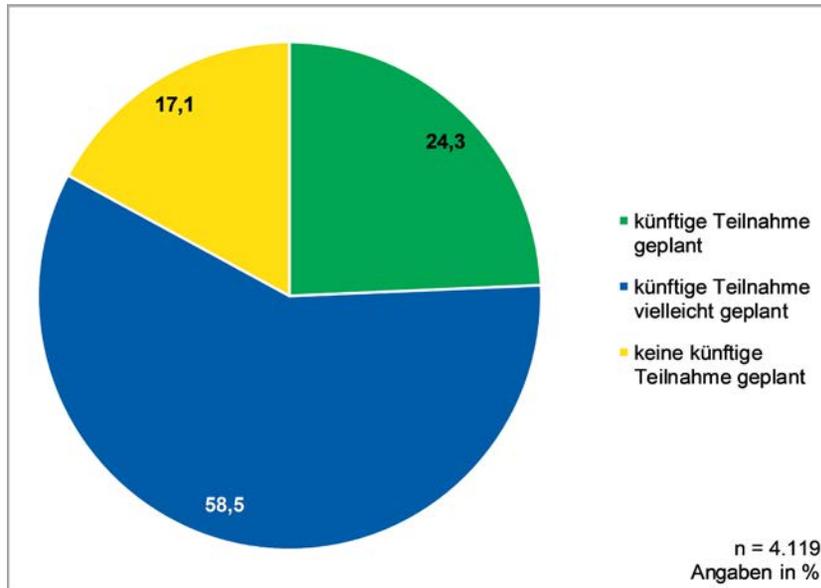
Abbildung 36: Hinderungsgründe für die Teilnahme an Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Der Blick auf die künftige Nutzung von Familienbildung lässt erhebliches Potential erkennen: Die Frage „Haben Sie und/oder Ihre Partnerin/Ihr Partner vor, in Zukunft Veranstaltungen zur Familienbildung zu besuchen?“ wurde von 24,3% der Studienteilnehmer klar bejaht. Eine Mehrheit (58,5%) zieht es zumindest in Erwägung (siehe Abb. 37).

Abbildung 37: Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten



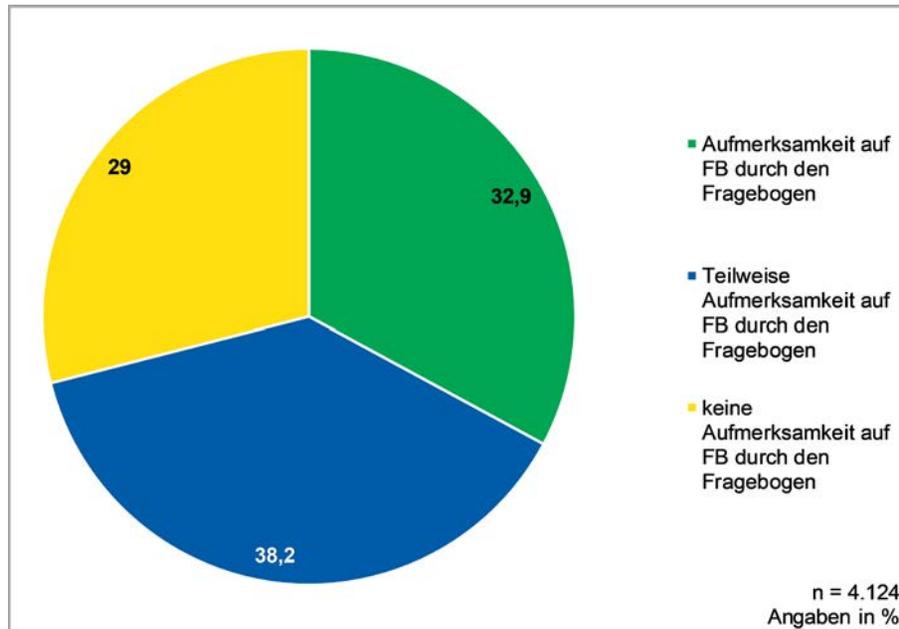
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Zahlen deuten darauf hin, dass die meisten Eltern gegenüber einer zukünftigen Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen offen sind und derzeit eine große Sensibilisierung für das Thema Familienbildung zu erkennen ist. Dieser Eindruck bestätigt sich umso mehr, wenn man die bisherige Teilnahme mit der künftigen Bereitschaft ins Verhältnis setzt.

Dabei zeigt sich, dass sich insbesondere Eltern, die bereits Angebote wahrgenommen haben, auch weiterhin eine Teilnahme vorstellen können: Mit 95,3% ziehen fast alle bisherigen Teilnehmer auch perspektivisch den Besuch von Familienbildungsveranstaltungen in Erwägung (47,3% sicher, 48% vielleicht). Selbst unter den bisherigen Nicht-Teilnehmern sind es erfreuliche 75,4%, die sich eine künftige Teilnahme vorstellen können (10,6% sicher, 64,8% vielleicht).

Folglich besteht durchaus erhebliches Potential, noch mehr Eltern für Familienbildungsmaßnahmen zu gewinnen. Eine sehr erfreuliche Erkenntnis ist, dass dazu auch die vorliegende Befragung einen Beitrag leisten konnte: 71,1% der Befragten wurden durch die Befragung ganz oder zumindest zum Teil auf Familienbildung aufmerksam.

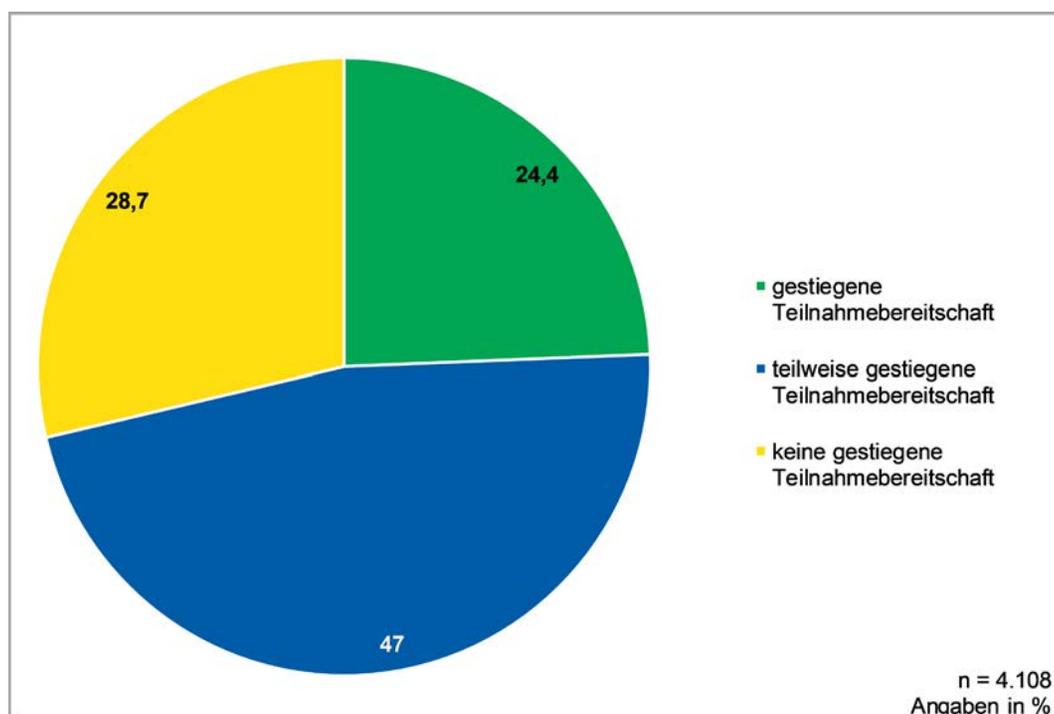
Abbildung 38: Aufmerksamkeit auf Familienbildung durch Fragebogen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Nach Ausfüllen des Fragebogens können es sich 24,4% der Befragten vorstellen, künftig Familienbildungsangebote wahrzunehmen, bei weiteren 47% ist es teilweise der Fall.

Abbildung 39: Gestiegene Teilnahmereitschaft an Familienbildung durch Fragebogen

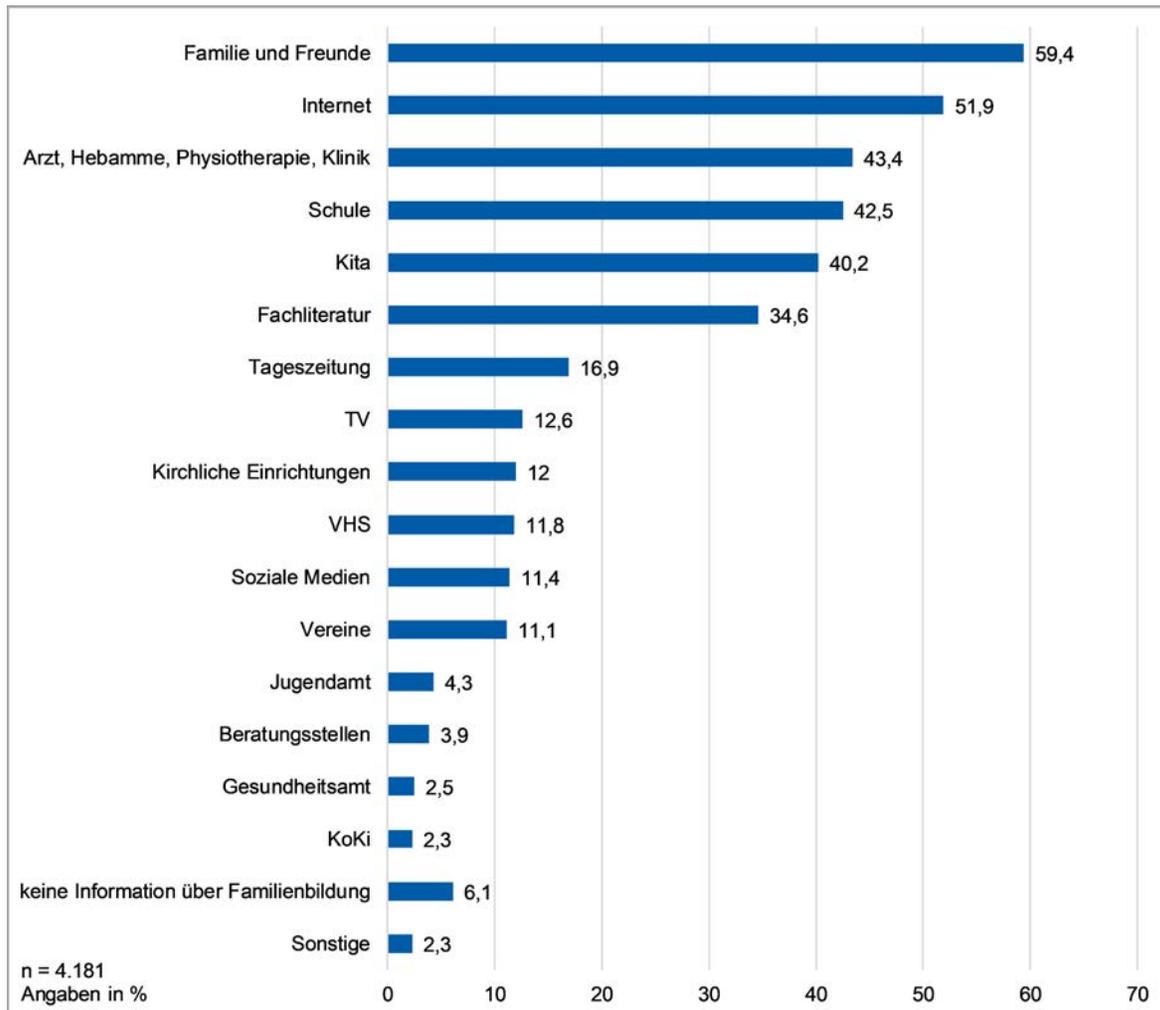


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Informationsquellen bei Fragen zum Thema Familie, Kind etc.

Die wichtigste Informationsquelle bei Fragen zum Thema Familie, Kind etc. stellen Familie und Freunde dar (59,4%), dicht gefolgt vom Internet mit 51,9%. Weitere bedeutende Informationsquellen sind Gesundheitseinrichtungen (Ärzte, Hebammen, Physiotherapeuten, Klinik) (43,4%) sowie die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Schule 42,5%, Kita 40,2%).

Abbildung 40: Informationsquellen der Eltern zum Thema Familienbildung



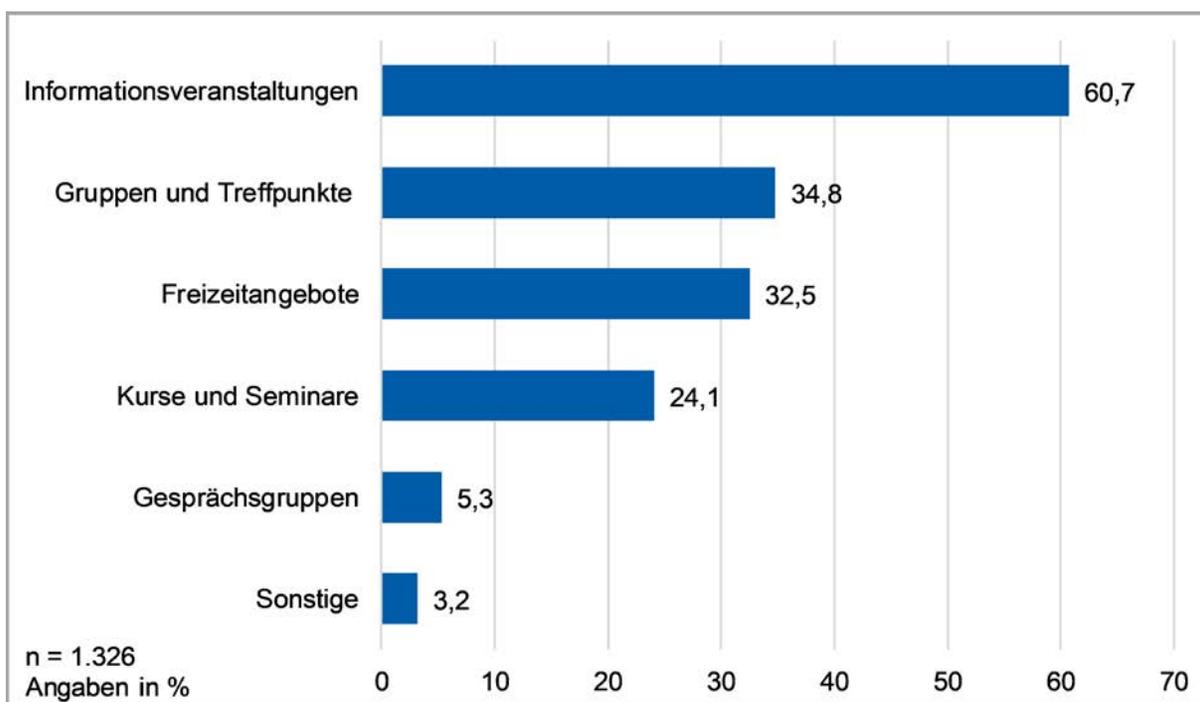
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Art und Themenfelder der besuchten Veranstaltungen und Wünsche der Eltern dazu

Die 1.326 Eltern(-teile), die angaben, im Jahr 2018 Familienbildungsveranstaltungen besucht zu haben, wurden gebeten, sich zu Art und Thematiken der von ihnen besuchten Veranstaltungen zu äußern.

Die eindeutig am häufigsten besuchte Veranstaltungsart war mit 60,7% die Infoveranstaltung. An Gruppen und Treffpunkten nahmen 34,8% teil, an Freizeitangeboten 32,5%; Kurse und Seminare wurden von 24,1% der Eltern besucht. An Gesprächsgruppen nahmen lediglich 5,3% teil.

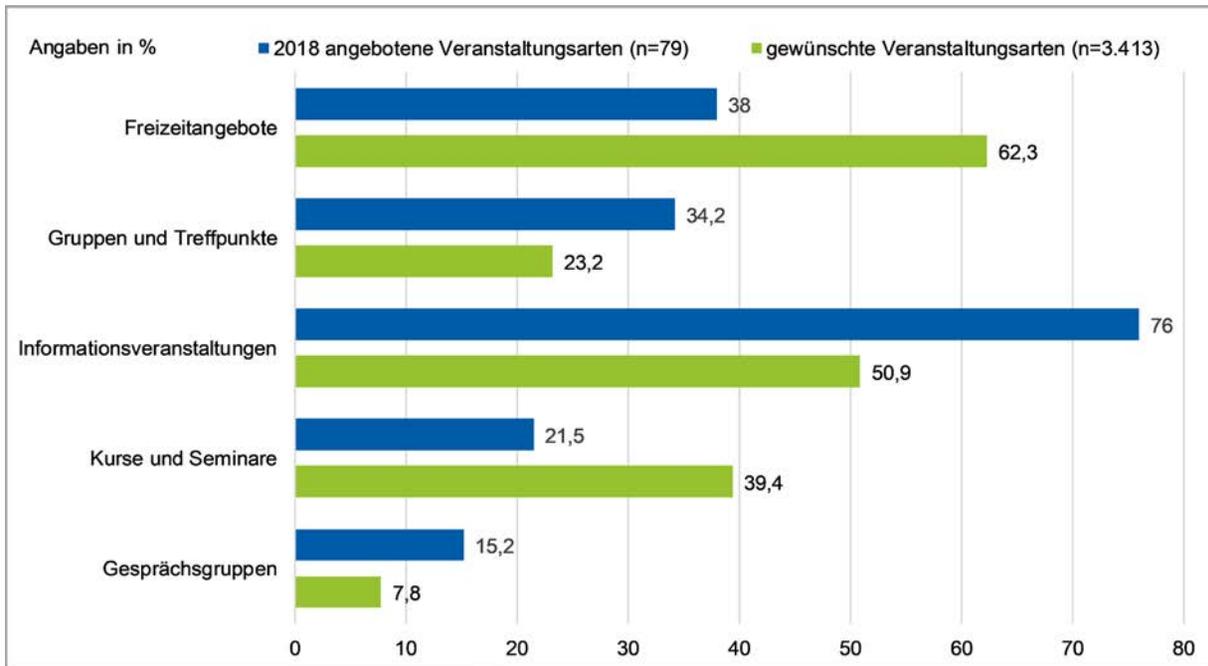
Abbildung 41: Besuchte Veranstaltungsarten



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Gegenüberstellung der angebotenen und der gewünschten Veranstaltungsarten⁴⁷ zeigt, dass der Bedarf an Infoveranstaltungen gedeckt ist. Dies bedeutet aber nicht, dass hier reduziert werden sollte. Vielmehr gilt es Formate, die von den Eltern im Verhältnis zu den bisherigen Angeboten recht stark gewünscht werden, auszubauen. Dies trifft insbesondere auf die „Freizeitangebote“ sowie etwas weniger stark ausgeprägt auf „Kurse und Seminare“ zu.

Abbildung 42: Vergleich der angebotenen und gewünschten Veranstaltungsarten

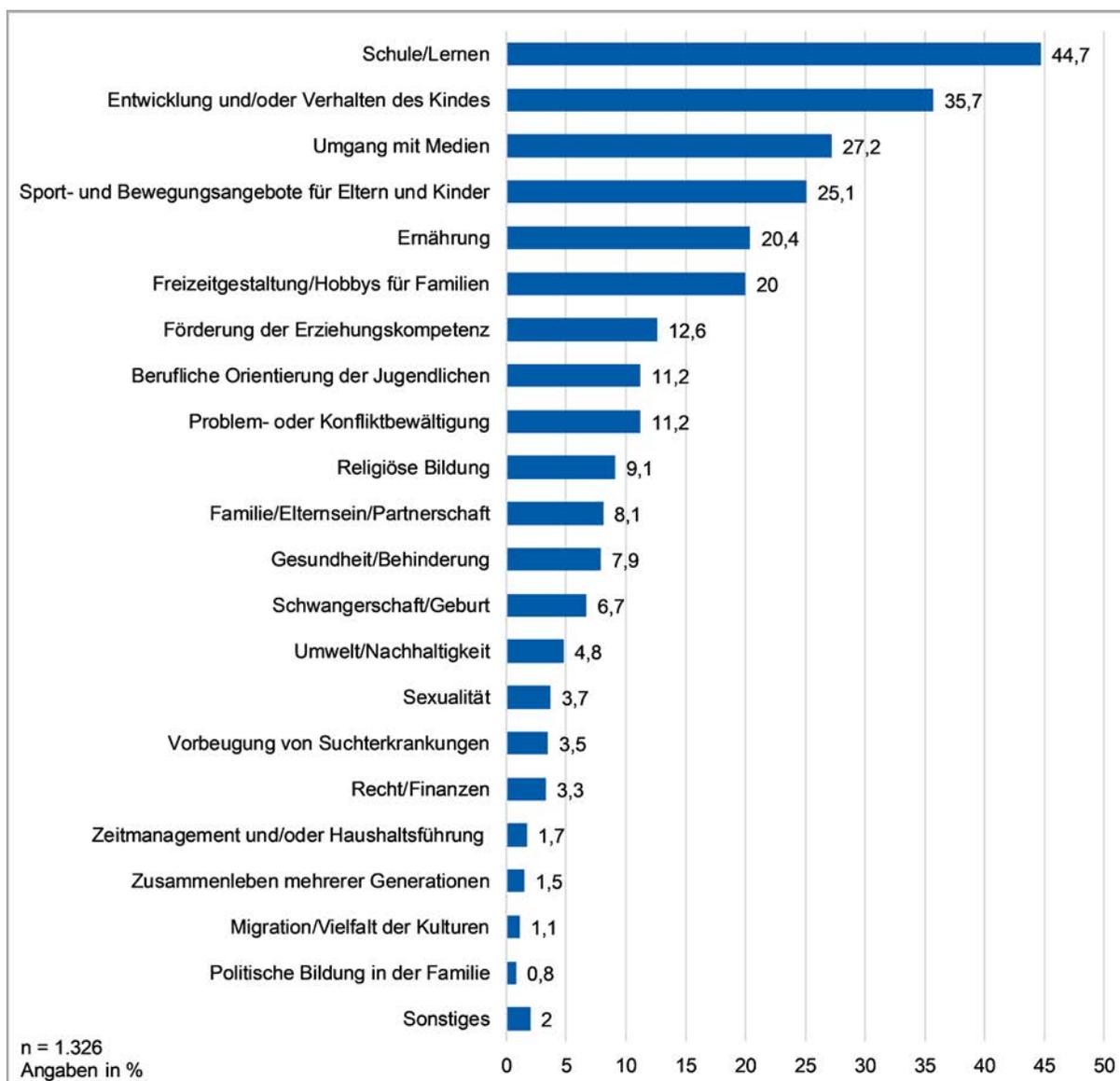


Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

In Bezug auf die Inhalte waren Veranstaltungen zum Thema „Schule/Lernen“ (44,7%) am beliebtesten. Es folgen mit etwas Abstand Veranstaltungen zu „Entwicklung und Verhalten des Kindes“ (35,7%) sowie zum „Umgang mit Medien“ (27,2%). Weniger Veranstaltungen wurden in den Bereichen „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ (1,7%), „Zusammenleben mehrerer Generationen“ (1,5%), „Migration/Vielfalt der Kulturen“ (1,1%) und „Politische Bildung in der Familie“ (0,8%) besucht.

⁴⁷ Bei den gewünschten Veranstaltungsarten wurden nur Angaben von Eltern berücksichtigt, die angaben, auch künftig an Veranstaltungen zur Familienbildung teilnehmen zu wollen.

Abbildung 43: Themen der besuchten Veranstaltungen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Aus den verschiedenen thematischen Antwortkategorien wurden sechs übergreifende Themenfelder gebildet⁴⁸.

Demnach ergibt sich folgende Verteilung:

⁴⁸ Unter einigen Themenfeldern wurden verschiedene Antwortkategorien subsummiert. Innerhalb der einzelnen Themenfelder haben Eltern zu mindestens einer der Antwortkategorien Veranstaltungen besucht.

Tabelle 1: Themenfelder der besuchten Veranstaltungen

1) Gesunde Lebensweise Ernährung Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder Vorbeugung von Suchterkrankungen	42%	N = 1.326
2) Schule und Lernen	44,7%	
3) Verhalten und Entwicklung von Kindern Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes Förderung der Erziehungskompetenz Gesundheit/Behinderung Sexualität Berufliche Orientierung	52,9%	
4) Familie, Elternsein & Co Familie, Elternsein & Partnerschaft Schwangerschaft/Geburt Zusammenleben mehrerer Generationen Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien Problem- und Konfliktbewältigung	38,4%	
5) Familienmanagement Recht und Finanzen Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung	4,8%	
6) Familie & Gesellschaft Umwelt/Nachhaltigkeit Migration und Vielfalt der Kulturen Politische Bildung Religiöse Bildung Medien	35,4%	

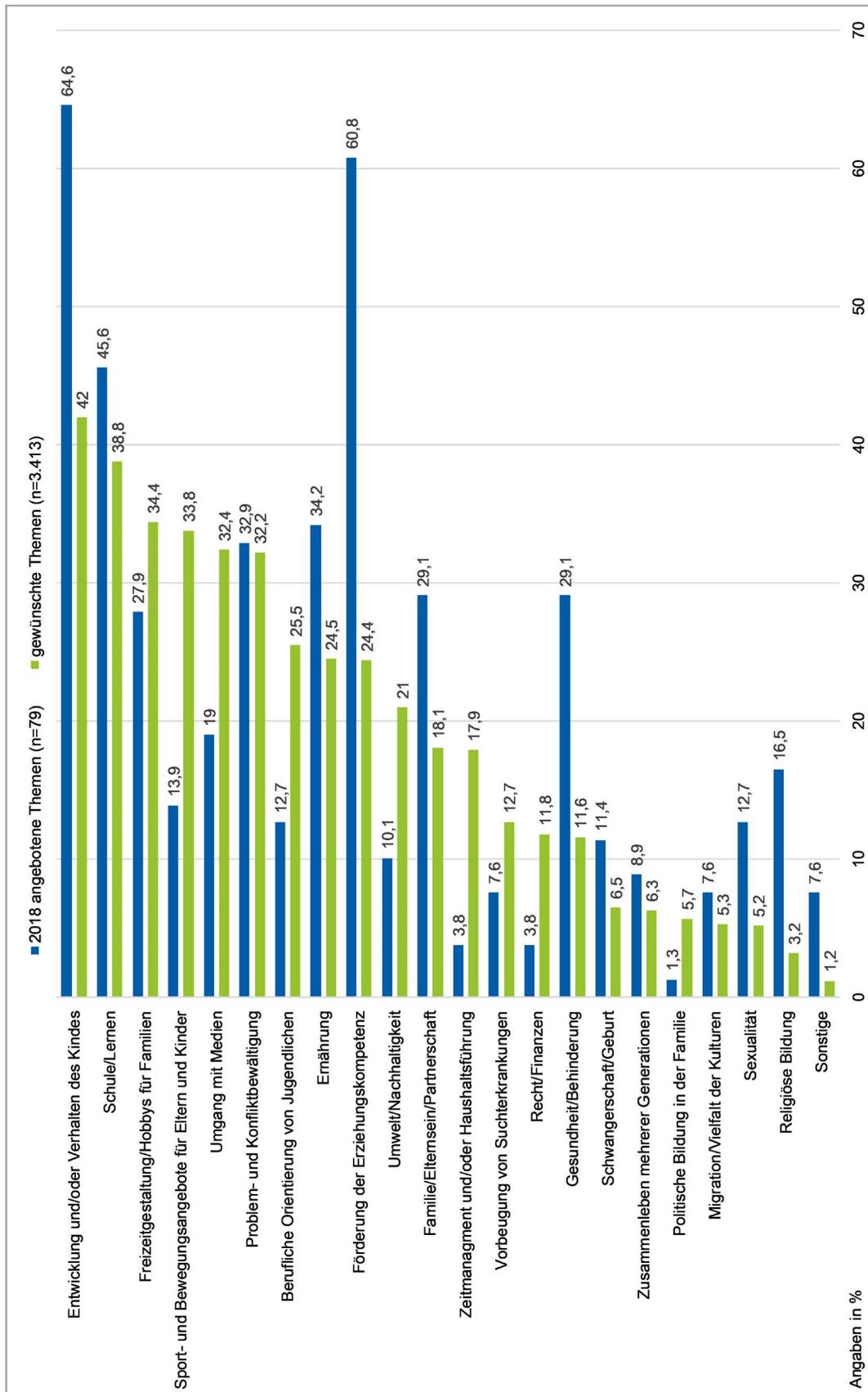
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auch diese gröbere thematische Bündelung zeigt, dass „Verhalten und Entwicklung von Kindern“ und „Schule und Lernen“ von großer Bedeutung sind.

Für die Eltern bestand bei dieser Frage zusätzlich die Möglichkeit, Themen zu ergänzen. Folgende Themen wurden beispielsweise angeführt: Erste-Hilfe-Kurse, musikalische Veranstaltungen, Krabbelgruppen und Trauerbewältigung.

Interessant ist vor allem zu betrachten, zu welchen Themen die Angebote noch etwas ausgebaut werden könnten. Besonders eindeutige prozentuale Unterschiede zwischen den angebotenen und den gewünschten Veranstaltungsthemen (höherer Wert als bei besuchten Veranstaltungen) deuten darauf hin, dass großer Bedarf herrscht und als Konsequenz in Zukunft mehr Veranstaltungen angeboten werden sollten. Andersherum ist der Bedarf mehr als ausreichend gedeckt, wenn der Anteil der Eltern, die sich mehr Angebote wünschen deutlich kleiner ist als der Prozentsatz der Trägerangebote zum jeweiligen Thema.

Abbildung 44: Vergleich von Themen der angebotenen Veranstaltungen und Themenwünschen



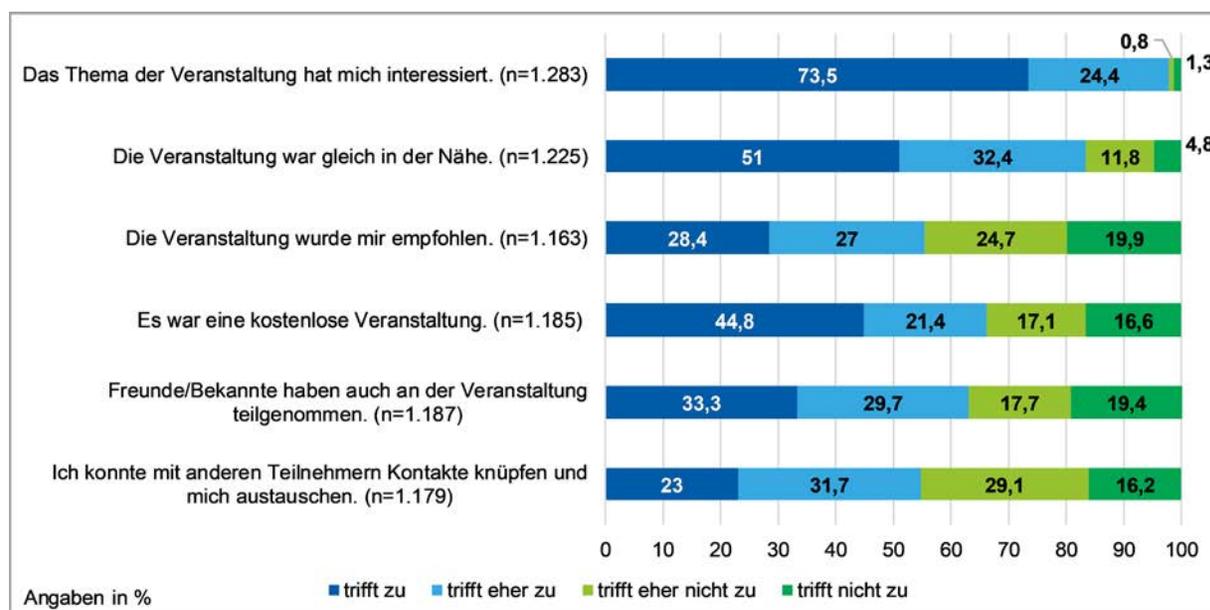
Quelle: Eltern- und Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Setzt man nun die Themen der besuchten Veranstaltungen in Relation zu den gewünschten Themen der Eltern⁴⁹, zeigt sich, dass das Thema „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes“ mit 42% am häufigsten gewünscht wurde. Für die hohe Relevanz dieses Themas spricht des Weiteren, dass dazu die meisten Veranstaltungen besucht wurden (siehe Abb. 43). Allerdings gibt es in diesem Bereich auch bereits sehr viele Angebote.

Mehr Angebote scheinen insbesondere in den Bereichen „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder“, „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ und „Umgang mit Medien“ sinnvoll. Hier sind die Differenzen zwischen Wunsch und bestehendem Angebot am größten. Für 11,1% der Eltern ist das Angebot ausreichend, sodass sie keine weiteren Themenwünsche geäußert haben. Bei den Themen „Förderung der Erziehungskompetenz“ und „Religiöse Bildung“ besteht im Verhältnis zu den Themenwünschen ein sehr großes Angebot.

Dass es wichtig ist, die Angebote thematisch möglichst an den Interessen der Eltern zu orientieren, zeigt sich an folgendem: Die Eltern wurden gebeten, die Gründe, die sie zum Besuch einer Familienbildungsmaßnahme bewegt haben, anzugeben. Die eindeutig größte Rolle spielte das Interesse am Thema der Veranstaltung: Für 97,9% war dies ein ausschlaggebender Grund (trifft zu: 73,5%, trifft eher zu: 24,4%). Für 83,4% ist außerdem der Faktor entscheidend, dass die Veranstaltung in der Nähe war. Auch, dass die Veranstaltungen kostenlos waren, stellte für viele Eltern einen wichtigen Beweggrund dar (66,2% stimmen dieser Aussage ganz oder teilweise zu). Bedeutend sind daneben die Kontakte und der Austausch mit anderen Eltern. Das machen die Ergebnisse zu folgenden Aussagen deutlich: „Freunde und Bekannte haben auch an der Veranstaltung teilgenommen“ (für 62,9% der Eltern trifft diese Aussage eher bzw. ganz zu) und „Ich konnte mit anderen Teilnehmern Kontakte knüpfen und mich austauschen“ (trifft für 54,7% der Eltern ganz bzw. eher zu) (siehe Abb.45).

Abbildung 45: Gründe für einen Veranstaltungsbesuch



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung

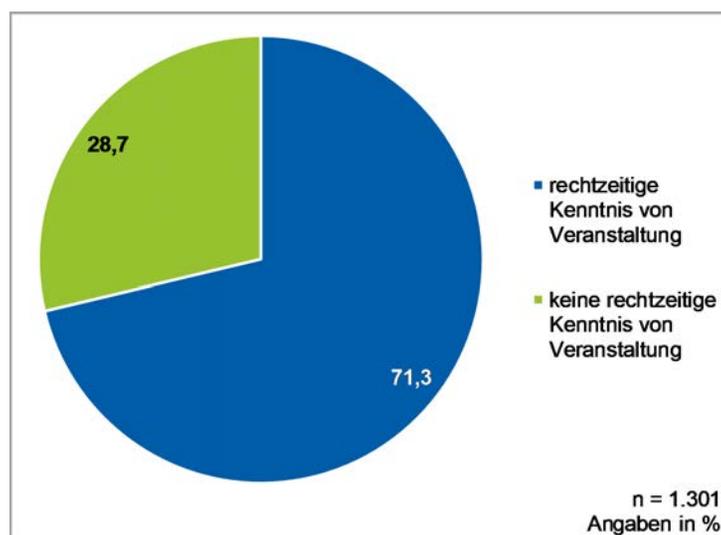
⁴⁹ Hier wurden nur noch Angaben von Eltern berücksichtigt, die vorhaben, (auch) künftig Familienbildungsveranstaltungen zu besuchen.

5.4 Aufmerksamkeit auf Veranstaltungen

Insgesamt erfährt die deutliche Mehrheit (71,3%) der Eltern, die 2018 an Familienbildung teilgenommen hat, rechtzeitig von den Veranstaltungen zur Familienbildung.

Konkreter ergibt sich: 80% der Eltern, die 2018 über fünf Mal, also recht regelmäßig, Veranstaltungen besuchten, erfuhren auch rechtzeitig davon. Bei Personen, die im letzten Jahr nur eine Veranstaltung besuchten, waren es nur knapp 62%, die rechtzeitig von den Veranstaltungen erfuhren. Somit ist eine Aufwärtsspirale sichtbar: Je häufiger Eltern Familienbildungsangebote nutzen, desto eher waren sie rechtzeitig informiert.

Abbildung 46: Rechtzeitige Kenntnis von Veranstaltungen bei bisherigen Teilnehmern

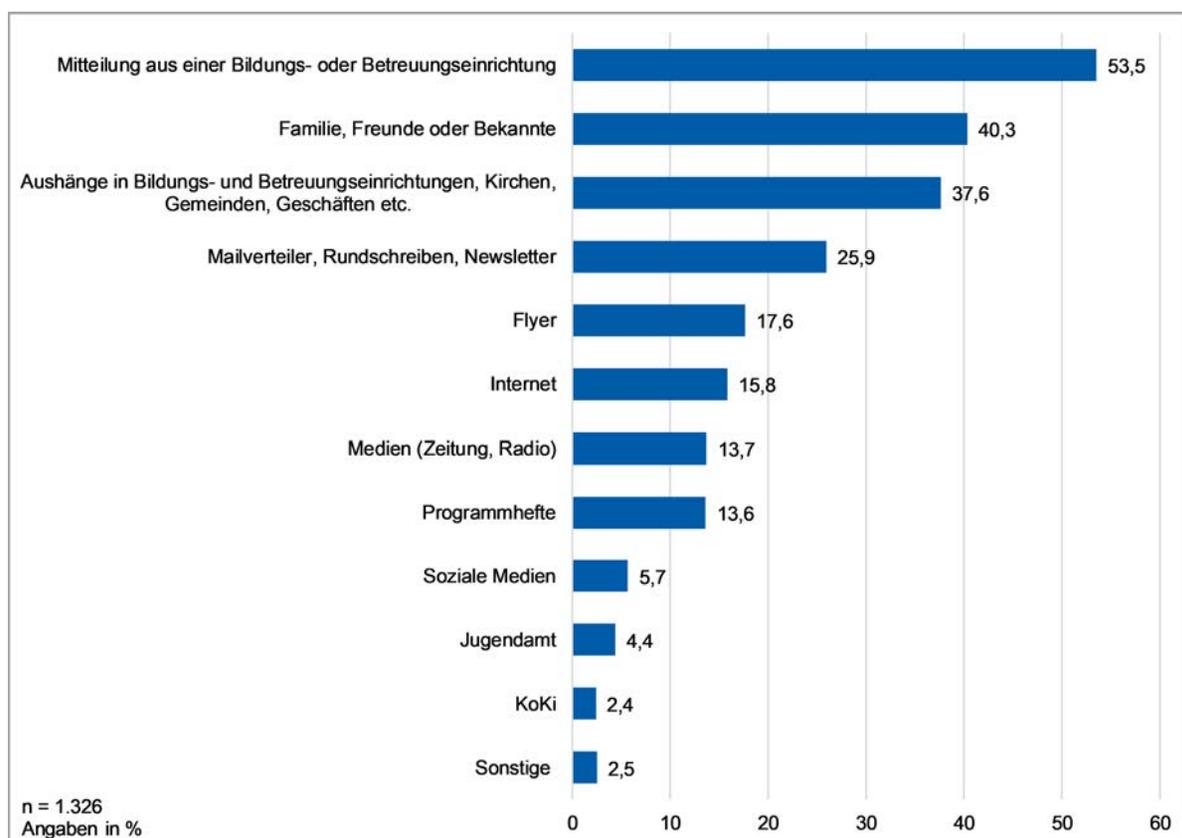


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei der Frage, wie Eltern auf die besuchten Familienbildungsveranstaltungen aufmerksam wurden, bestätigt sich ein Ergebnis, das auch in anderen Zusammenhängen eine Rolle spielte: Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie der Austausch mit anderen Eltern sind ein wichtiger Faktor:

53,5% der Eltern erfuhren über eine Mitteilung aus Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder von den Veranstaltungen. Dass der Austausch mit Familie und Freunden im Kontext von Familienbildung ein zentraler Faktor ist, zeigt sich auch daran, dass auf diese Weise 40,3% der Eltern von den Angeboten erfuhren. Weiterhin spielten Aushänge (in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Kirchen, Gemeinden und Geschäften) eine Rolle (37,6%). Weniger zentral für die befragten Eltern ist in diesem Zusammenhang das Internet (15,8%), im speziellen die sozialen Medien: Nur 5,7% wurden so auf die Veranstaltungen aufmerksam.

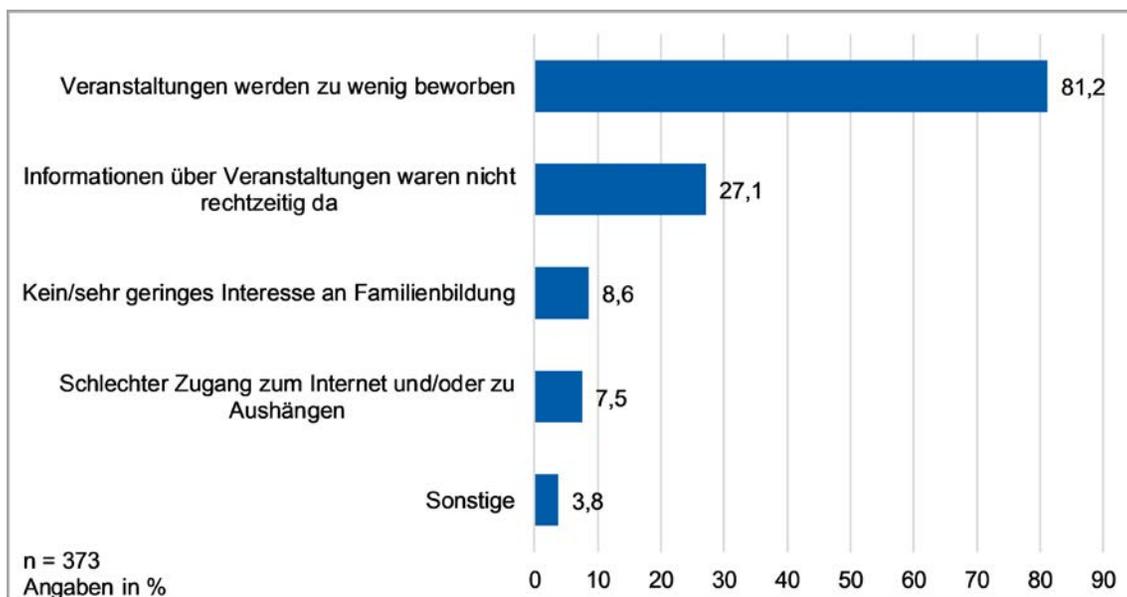
Abbildung 47: Werbemittel, über die Eltern auf Veranstaltungen aufmerksam wurden



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die teilnehmenden Eltern, die nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfuhren (28,7%), wurden zusätzlich nach den Gründen dafür gefragt. Der klare Hauptgrund ist für 81,2%, dass die Veranstaltungen zu wenig beworben wurden. Andere Gründe – Informationen über die Veranstaltungen waren nicht rechtzeitig da (27,1%), kein/sehr geringes Interesse (8,6%) und schlechter Zugang zum Internet und/oder zu Aushängen (7,5%), – spielten eine wesentlich geringere Rolle. Insbesondere die Gründe „Veranstaltungen werden zu wenig beworben“ und „Informationen über Veranstaltungen waren nicht rechtzeitig da“, sind ein Hinweis darauf, dass an der Bewerbung der Angebote noch gearbeitet werden kann.

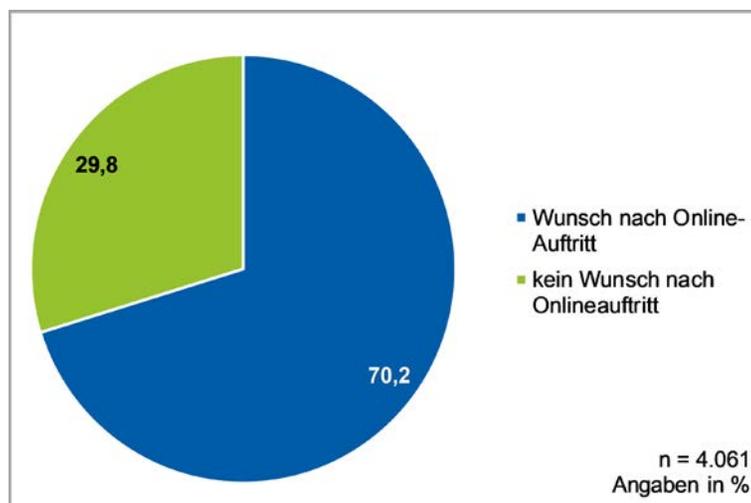
Abbildung 48: Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Hier scheinen Potentiale noch ungenutzt zu sein. Da gleichzeitig aber gerade – wie oben beschrieben – die Eltern für das Thema Familienbildung stark sensibilisiert sind, ist nun ein guter Zeitpunkt, über Optimierungen nachzudenken (siehe dazu auch Fazit und Ausblick). Eine online verfügbare Information des Landkreises zum Thema Familienbildung scheint hier ein guter Schritt: 70,2% der Eltern halten ein solches Angebot für erforderlich/wünschenswert.

Abbildung 49: Wunsch nach online verfügbaren Informationen zu Familienbildungsangeboten



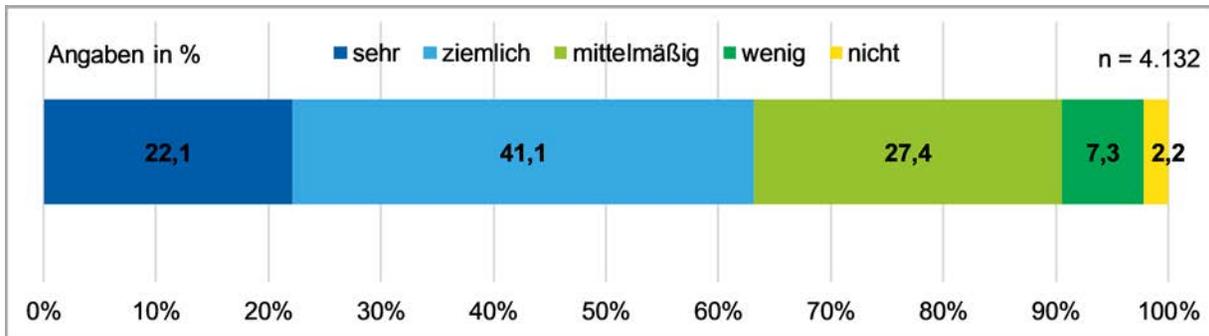
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Digitalisierung

Ein solches Angebot ist auch im Zuge der Digitalisierungsthematik relevant. Da Digitalisierung nicht nur für die Bewerbung von Familienbildungsveranstaltungen von Bedeutung ist, sondern generell auch für Familien eine wichtige Rolle spielt, wurden in den Fragebogen hierzu einige Fragen aufgenommen. Allgemein zeigte sich, dass an der Befragung Eltern teilgenommen

haben, die sich im Umgang mit der Digitalisierung vertraut fühlen. Auf die Frage „Fühlen Sie sich fit im Umgang mit digitaler Technik/Medien, sodass Sie im Stande sind, Ihre Kinder kompetent zu begleiten?“ antworten 22,1%, dass sie sich sehr fit fühlen. Weitere 41,1% fühlen sich ziemlich fit. Lediglich 2,2% stufen sich als nicht fit im Umgang mit Medien ein.

Abbildung 50: Fit im Umgang mit digitalen Medien

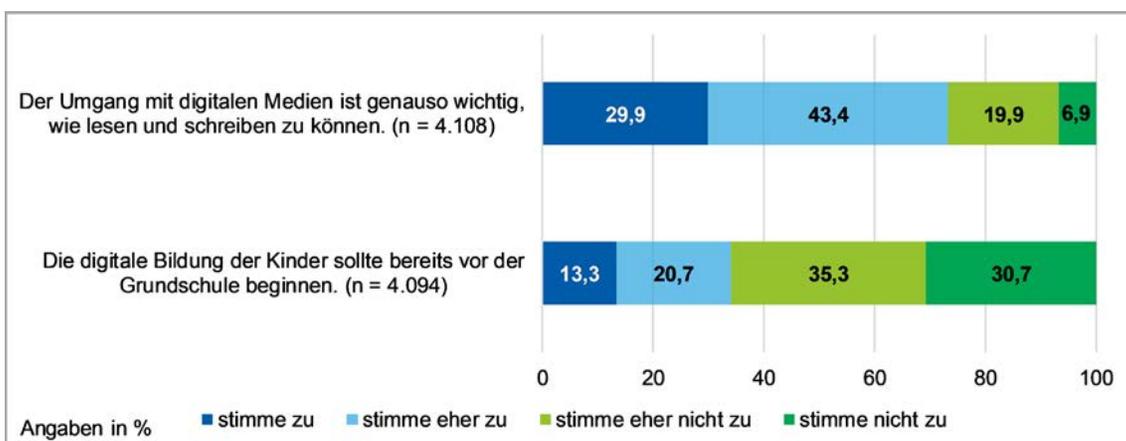


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Zudem zeigte sich: Je fitter die Eltern sich im Umgang mit digitalen Medien fühlen, desto weniger wünschen sie sich Veranstaltungen zu diesem Thema. Zudem nutzen Eltern, die sich in diesem Bereich fitter fühlen, eher das Internet, um sich über das Thema Familie und Familienbildung zu informieren.

Ein interessantes Ergebnis lieferten auch die Meinungen der Eltern zu folgenden Aussagen: „Der Umgang mit digitalen Medien ist genauso wichtig wie lesen und schreiben zu können“ und „Die digitale Bildung der Kinder sollte bereits vor der Grundschule beginnen“. Während der Großteil der Eltern (73,3%) der ersten Aussage zustimmt und damit den Umgang mit digitalen Medien genauso wichtig wie Lesen und Schreiben findet, sind 66% (eher) dagegen, dass digitale Bildung bereits vor der Grundschule beginnt.

Abbildung 51: Aussagen zum Thema Umgang mit digitalen Medien



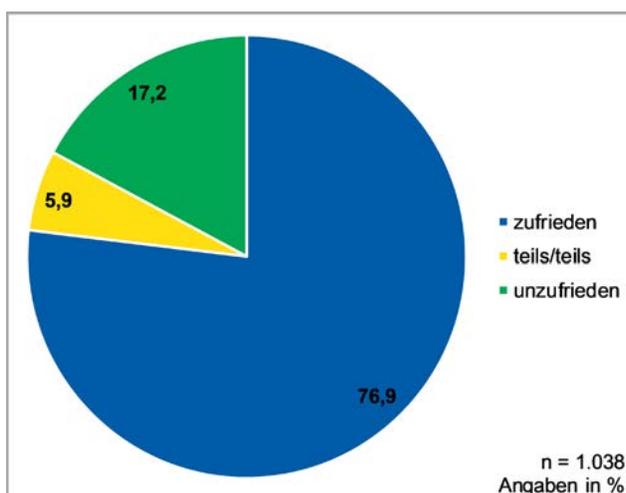
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung

Einen weiteren Schwerpunkt der Elternbefragung stellten Fragen zur Relevanz von Familienbildung für die Eltern sowie die Meinungen zu den Angeboten im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim dar.

Allgemein zeigt sich eine sehr hohe Zufriedenheit der Eltern mit den Familienbildungsangeboten im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim: Mit 76,9% ist eine große Mehrheit der Haushalte, die bisher an Familienbildung teilgenommen haben, mit den Angeboten zufrieden (zufrieden oder eher zufrieden).⁵⁰

Abbildung 52: Zufriedenheit der Haushalte mit Familienbildung

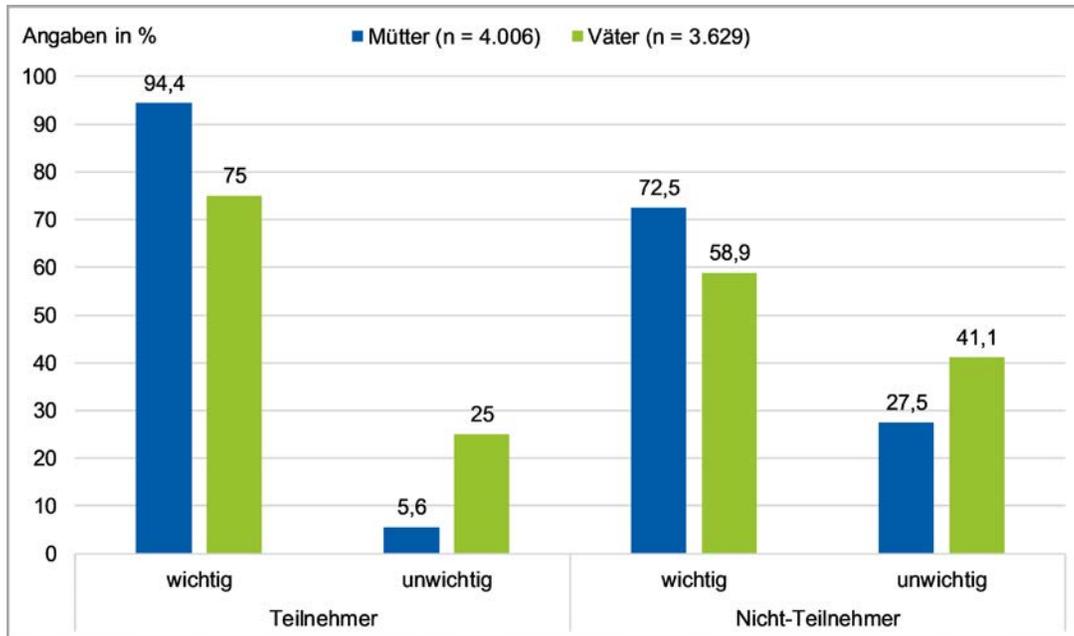


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Obendrein wird den Familienbildungsangeboten von den Eltern generell eine hohe Bedeutung beigemessen (Frage: „Für wie wichtig halten Sie und Ihre Partnerin/Ihr Partner Familienbildungsangebote?“). Dabei zeigt sich, dass sich eine bisherige Teilnahme positiv auf die Einstellung zum Thema auswirkt. Zudem messen Mütter Familienbildung eine höhere Bedeutung bei als die Väter (siehe Abb. 53). Damit bestätigen sich zwei Befunde, die bereits im Zusammenhang mit anderen Fragen festzustellen waren.

⁵⁰ Die Angaben der Mütter und Väter wurden hier zu einer Haushaltsvariablen zusammengefasst.

Abbildung 53: Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter und Auswirkung bisheriger Teilnahme an Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

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

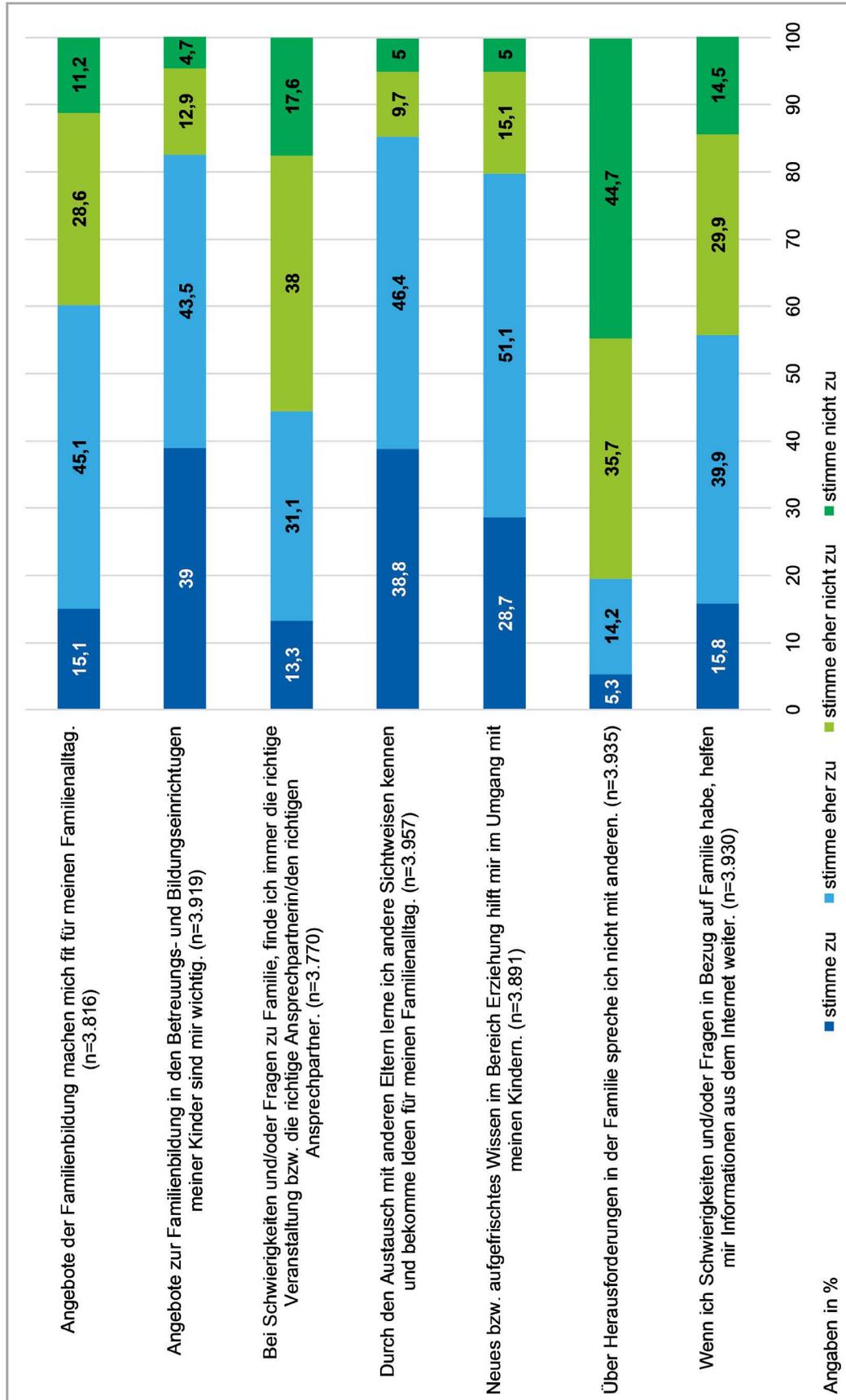
Um einen genaueren Überblick zu den Einstellungen der Eltern zur Familienbildung zu bekommen, wurden die Eltern gebeten, verschiedene Aussagen dazu zu bewerten (siehe Abb. 54).

60,2% (stimme zu und stimme eher zu) der Eltern gaben an, dass Angebote der Familienbildung sie fit für ihren Familienalltag machen. Der Aussage „Neues bzw. aufgefrischtes Wissen im Bereich der Erziehung hilft mir im Umgang mit meinen Kindern“ stimmen knapp 80% ganz oder eher zu.

Die Angaben zur Aussage „Angebote zur Familienbildung in den Betreuungs- und Bildungseinrichtungen meiner Kinder sind mir wichtig“ (82,4% stimmen ganz oder eher zu) sowie zu „Durch den Austausch mit anderen Eltern lerne ich andere Sichtweisen kennen und bekomme Ideen für meinen Familienalltag“ (insgesamt 85,3%; stimmen zu/stimmen eher zu) unterstreichen abermals zwei Ergebnisse, die sich im Verlauf der Studie gezeigt haben: Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sind für Eltern im Kontext des Themas Familienbildung ebenso wichtig wie der Austausch mit anderen Eltern dazu.

Diese Ergebnisse bestätigen gerade im Zusammenhang mit der Frage nach den Gründen des Veranstaltungsbesuchs, dass der Austausch und die Kontakte mit anderen Eltern zentrale Faktoren sind. Ein möglicher Grund hierfür ist, dass die Eltern auf diese Weise über die Veranstaltungen hinausgehende Netzwerke knüpfen können.

Abbildung 54: Aussagen zur Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.



6. Fazit und Ausblick

6.1 Fazit

4.181 Eltern nahmen an der vorliegenden Studie teil. Damit handelt es sich um eine zahlenmäßig sehr umfangreiche Befragung. Durch den hohen Rücklauf können für den Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim repräsentative Ergebnisse geliefert werden.

Die Studie zeigte, dass sich das Angebot der Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim insgesamt bereits sehr vielfältig gestaltet. Zudem passen die Angebote in vielen Bereichen bereits gut mit den Interessen und Bedürfnissen der Eltern zusammen (in einigen Bereichen kann über eine Feinjustierung nachgedacht werden, insbesondere im Bereich Freizeit). In der recht guten Übereinstimmung von Angeboten und Bedarfen der Eltern ist auch der Grund zu sehen, dass die Eltern mit den Familienbildungsangeboten im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim recht zufrieden sind.

Allerdings wurde dieses breite Angebot an Familienbildungsveranstaltungen bisher nur von 37,1% der befragten Eltern genutzt.

Daher sollte über Ansätze nachgedacht werden, wie ein größerer Teil der Elternschaft für die Angebote zu gewinnen ist. Als klares Anliegen der Eltern kristallisierte sich insbesondere eine bessere Bewerbung der Veranstaltungen heraus. Das Ziel, Familienbildung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim bekannter zu machen und damit mehr Eltern für die Teilnahme an entsprechenden Veranstaltungen zu gewinnen, sollte auch aus folgendem Grund im Fokus stehen: Die Teilnahme an Familienbildung führt zu einer erhöhten künftigen Teilnahmebereitschaft und hat positive Effekte in Bezug auf das Nutzungsverhalten (z.B. Zahlungs- und Fahrbereitschaft).

Für die Bekanntheitssteigerung scheinen einerseits die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und andererseits die Eltern selbst zentrale Multiplikatoren zu sein. Daher ist es sinnvoll, zu überlegen, wie Eltern als Multiplikatoren gewonnen werden und die genannten Einrichtungen eng in die weiteren Planungen miteinbezogen werden können.

Darüber hinaus hat sich gezeigt, dass die Angebote derzeit primär von eher gut gebildeten Eltern mit deutscher Staatsbürgerschaft genutzt werden. Hier gilt es Ansätze zu finden, auch bildungsfernere und Familien mit gemischter und ausländischer Staatsbürgerschaft zu gewinnen, da Familienbildung zweifelsohne möglichst alle Familien erreichen sollte.

6.2 Ausblick

Aus diesen zentralen Ergebnissen können verschiedene Schwerpunkte abgeleitet werden:

- Schwerpunkt Sensibilisierung und Bekanntheit,
- Schwerpunkt Zielgruppenerweiterung,
- Schwerpunkt Angebote und
- Schwerpunkt Netzwerk.

Im Rahmen dieser Schwerpunkte können verschiedene Handlungsschritte zur Gestaltung des Familienbildungsprogramms im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim entwickelt werden. Diese sollen insbesondere bei der Gestaltung des Familienstützpunkt-Konzepts helfen.

Schwerpunkt Sensibilisierung und Bekanntheit	Schwerpunkt Zielgruppen- erweiterung	Schwerpunkt Angebote	Schwerpunkt Netzwerk
<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Sensibilisierung durch Befragung nutzen • Bekanntheit steigern • Werbemaßnahmen intensivieren und optimieren 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung niedrigschwelliger Angebote 	<ul style="list-style-type: none"> • Anpassung der Angebote entsprechend der Themenwünsche der Eltern 	<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Vernetzung der Träger • Vernetzung der Eltern

Schwerpunkt Sensibilisierung und Bekanntheit

Wie oben dargestellt wurde, herrscht unter den Familien aktuell ein recht hoher Grad an Sensibilisierung für das Thema Familienbildung, was unter anderem auch auf die vorliegende Befragung zurückzuführen ist. Dies ist sehr erfreulich und bietet eine gute Basis, um die Bekanntheit der Angebote zu steigern. Dafür bietet sich in einem ersten Schritt beispielsweise die Verteilung von Kurzinformationen über diese Studie, etwa über das Landkreisjournal, das alle Haushalte erhalten, an. Auf diese Weise werden die Eltern nicht nur über die Ergebnisse der Befragung, an der sie mitgewirkt haben, informiert. Die Verantwortlichen im Landkreis vermitteln den Familien so auch das Gefühl, dass die Anliegen und Anmerkungen der Eltern ernst genommen werden und dank der Mitwirkung der Familien ein Konzept entwickelt wird, das den Landkreis noch familienfreundlicher macht. Ergänzend kann über verschiedene mediale Aktionen oder auch einen Familienbildungstag nachgedacht werden, damit das Thema Familienbildung weiterhin bei den Eltern und Familien präsent bleibt.

Auf diese Weise kann auch die Bekanntheit der Angebote noch deutlich gesteigert werden, was ausgesprochen zentral ist, damit mehr Eltern von Familienbildung profitieren können.

Besonders ausschlaggebend für den Erfolg der einzelnen Maßnahmen ist, dass die Eltern rechtzeitig davon erfahren, indem die richtigen Informationskanäle bedient werden. Obgleich erfreulicherweise im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim eine klare Mehrheit der Eltern, die 2018 an Familienbildungsangeboten teilgenommen hatten, rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren hat, sollte kontinuierlich daran gearbeitet werden, auch die übrigen Eltern noch besser zu informieren. Eine intensivere Bewerbung der Veranstaltungen ist nicht zuletzt deswegen anzustreben, da ein großer Anteil der Eltern, die bislang nicht an Angeboten teilgenommen haben, als Grund nannte, dass sie nichts davon wussten. Die Notwendigkeit zu mehr Werbung wird durch ein weiteres Ergebnis unterstrichen: Die meisten Eltern, die angaben, nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren zu haben, führen dies auf zu wenig Werbung zurück. Aufgrund dieser Resultate ist es gerade in diesem Bereich besonders aufschlussreich, die von den Anbietern genutzten Informationswege mit den Werbemitteln zu vergleichen, über die die Eltern von den Familienbildungsmaßnahmen Kenntnis erlangen.

Das am häufigsten eingesetzte Werbemittel der Veranstalter sind die internen Informationswege. Dieser Informationsweg wird aber nur von recht wenigen Eltern genutzt. Ähnlich verhält es sich mit dem Werbemittel Internet: Dieses wird zwar von den Anbietern als Werbekanal, aber von den Eltern weniger als Informationsquelle zu bestehenden Angeboten genutzt. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass Eltern vermutlich nicht über die einzelnen Seiten der Träger nach Angeboten suchen, da unter Umständen bei den Eltern gar kein Bewusstsein dafür herrscht, wer genau Träger von Familienbildung ist. Es ist zu vermuten, dass die Suche eher thematisch abläuft.



Die Bündelung der Familienbildungsangebote auf einer Internetplattform würde hier eine erhebliche Erleichterung für die Eltern bei der Suche im Internet darstellen. Auf einer solchen Plattform können einerseits alle Anbieter aufgeführt und verlinkt werden. Andererseits können die verschiedenen Angebote thematisch, nach Zielgruppen und in Kalenderform dargestellt werden. Eine solche Plattform ist auch im Familienstützpunktconcept vorgesehen. Der Vorteil ist offensichtlich: Eltern können so einfach und schnell Veranstaltungen finden, die zu ihren Interessen und Bedarfen passen. Dies kann letztlich zu einer verstärkten Teilnahme der Eltern führen. Dass Potential für eine onlinegesteuerte Bündelung der Familienbildungsangebote vorhanden ist, wird durch die Angaben der Eltern auf die Frage „Halten Sie eine online verfügbare Info des Landkreises (App, Internetauftritt) zu Familienbildungsangeboten für erforderlich/wünschenswert?“ deutlich. 70,2% der befragten Eltern bejahten diese Frage.

Zweifelsohne braucht es Zeit, eine derartige Internetplattform aufzubauen und zu etablieren. Daher ist es in der Zwischenzeit weiterhin notwendig, die Informationswege zu nutzen, über die die Eltern am häufigsten von den Veranstaltungen erfahren (Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Aushänge). Daher ist es ratsam über eine Kooperation mit den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen bei der Informationsvermittlung nachzudenken. Eine Sammlung der verschiedenen Angebote über eine zentrale Stelle und die regelmäßige Verteilung über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen könnte eine Option sein. Nach der möglichen Einrichtung einer Internetplattform (siehe oben), ist es zweifelsohne notwendig dieses neue Informationsangebot auf verschiedene Weise zu bewerben, damit es gut von den Eltern genutzt werden kann. Dafür bietet sich das Landkreisjournal an, über das auch auf neue Angebote im Bereich der Familienbildung aufmerksam gemacht werden kann.

Zur weiteren gezielten Steigerung der Bekanntheit von Familienbildung kann ein öffentlicher Familienbildungstag (ggf. in verschiedenen Gebieten des Landkreises) in Betracht gezogen werden. Im Rahmen eines solchen Tages könnten einerseits verschiedene Träger ihre Angebote vorstellen und andererseits der Landkreis sein Konzept zu Familienstützpunkten präsentieren. Weiterhin kann ein relevantes Überthema gewählt werden, zu dem Vorträge, Gesprächsgruppen, Diskussionen etc. angeboten werden. Auf diese Weise erhalten die Eltern sowohl Einblick in das vielfältige Themen- als auch das breite Formatespektrum. Um möglichst viele Familien für eine derartige Veranstaltung zu gewinnen, ist es erwägenswert, ein ansprechendes Rahmenprogramm mit Aktionen für Kinder (Kinderbetreuung), Gastronomie etc. zu organisieren.

Schwerpunkt Zielgruppenerweiterung

Bei diesem Schwerpunkt geht es darum, möglichst niedrigschwellige Angebote zu schaffen, um mehr Familien mit niedrigerem Bildungsniveau und mit Migrationshintergrund für Familienbildungsangebote zu gewinnen.

Im Hinblick auf die Gewinnung bildungsfernerer Schichten gibt es verschiedene Ansätze. Zunächst spielt gerade in diesem Kontext eine möglichst persönliche und direkte Ansprache der Familien eine Rolle, um sie auf die entsprechenden Angebote aufmerksam zu machen. Hier sind die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ebenso wie die Beratungsstellen zentrale Akteure. Weiterhin ist es wichtig, die Angebote möglichst niedrigschwellig zu gestalten: Eltern sollen nicht von einer Veranstaltung abgehalten werden, weil Themen oder Rahmen zu komplex sind. In diesem Sinne bieten sich Angebote an, die praktisch und lebensnah gestaltet sind und bei denen auch die sozialen Komponenten nicht zu kurz kommen: Denkbar sind etwa Elterncafés, Freizeitangebote mit Kindern etc.

Migration und Integration werden die Gesellschaft auf lange Sicht beschäftigen und damit auch für die Familienbildung eine zentrale Rolle spielen. Gerade vor dem Hintergrund der eher geringen Beteiligung von ausländischen Familien an Familienbildung, wäre es wichtig Maßnahmen zu ergreifen, damit diese Familien ebenso adäquat über Familienbildungsmaß-

nahmen informiert werden können, wie einheimische Familien. Ein erster – recht einfach zu realisierender – Schritt wäre etwa, verschiedene Informationen (z.B. im Internet) mehrsprachig anzubieten. Weiterhin kann in Erwägung gezogen werden, mehr Angebote zu schaffen, die sich konkret an Migrantenfamilien richten und speziell auf deren Bedürfnisse eingehen. Im Sinne der Integration sollten natürlich prinzipiell alle Angebote Migranten und einheimischen Familien gleichermaßen offenstehen. In manchen Fällen kann es jedoch sinnvoll und notwendig sein, Veranstaltungen anzubieten, die sich explizit an Migrantenfamilien und deren spezifische Bedürfnisse richten. Dass in diesem Bereich Handlungsbedarf herrscht, wird durch die geringe Zahl der ausländischen Eltern unterstrichen, die bisher Familienbildungsangebote wahrgenommen haben: Sie liegt nur bei 7% (Familien mit gemischter Nationalität: 25,5%, Haushalte mit deutscher Nationalität: 39,9%).

Schwerpunkt Angebote

Insgesamt zeigt die Gegenüberstellung der vorhandenen Angebote und der Wünsche der Eltern in diesem Bereich, dass bereits eine recht hohe Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage besteht. Dies gilt sowohl für die Veranstaltungsarten als auch für die Themen. Allerdings besteht die Chance, hier noch weiter zu optimieren.

Bei den Veranstaltungsarten lässt sich eine hohe Bedeutung der Infoveranstaltungen feststellen. Vergleicht man die Angaben der Eltern zu besuchten und gewünschten Veranstaltungsarten mit den entsprechenden Angaben der Anbieter, zeigt sich eine weitgehende Bedarfsdeckung. Es sollten daher weiterhin ausreichend viele Informationsveranstaltungen angeboten werden. Der Wunsch der Eltern nach mehr Kursen/Seminaren ist damit zu erklären, dass dieses Format verhältnismäßig selten angeboten wird. Entsprechend scheint eine Aufstockung des Angebots in diesem Bereich sinnvoll.

Besonders empfehlenswert ist eine Angebotserweiterung bei den Freizeitangeboten. Obwohl diese Veranstaltungsart von den Anbietern am zweithäufigsten genannt wird, ist der Bedarf der Eltern in diesem Kontext besonders hoch.

Ähnliche Ergebnisse wie der Vergleich der Veranstaltungsarten liefert die Gegenüberstellung der Anbieter- und Elternangaben zu den Themen der Veranstaltungen. In einigen Bereichen passt das Angebot bereits gut zu den Wünschen der Eltern. Dies gilt beispielsweise für die Themen „Problem- und Konfliktbewältigung“ oder „Schule und Lernen“.

Dass das Thema Freizeit für die Eltern im Kontext von Familienbildung eine große Rolle spielt, zeigt sich nicht nur bei den Veranstaltungsarten, sondern auch bei den Themenwünschen: Einen starken Wunsch nach mehr Veranstaltungen äußern die Eltern beim Thema „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder“. Auch die Bereiche „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung“ sowie „Umgang mit Medien“ sind für die Eltern von Bedeutung. Dazu wurden bisher noch verhältnismäßig wenige Veranstaltungen angeboten. Deshalb ist es angemessen, das Angebot in diesem Bereich zukünftig auszubauen. Bei der Planung der künftigen Angebote der Träger zeigte sich eine bereits sehr positive Tendenz. So sind beispielsweise mehr Angebote zum Thema „Umgang mit Medien“ geplant.

Eine Möglichkeit, die beispielsweise den Wunsch nach mehr Angeboten im Bereich der Freizeit mit Informationen zum Thema Umgang mit Medien verknüpfen würde, wäre das Angebot von Veranstaltungen, die Kindern und Eltern Errungenschaften des digitalen Zeitalters in Verbindung mit ‚spielerischen Elementen‘ zeigen. Auf diese Weise wird der Freizeit- und Unterhaltungs-Faktor mit angeleiteter Mediennutzung kombiniert, z.B. in Form von Geocaching. Die Chancen, die in der Verbindung von Informationsvermittlung und Freizeitelementen liegen, wurden bereits unter dem Schwerpunkt Zielgruppenerweiterung angesprochen (siehe oben).



Schwerpunkt Netzwerk

An den bereits genannten Schwerpunkten lässt sich leichter arbeiten, wenn diese Optimierung in verschiedenen Netzwerken erfolgt: Ein Fokus sollte insbesondere auf die enge Zusammenarbeit der Träger und Anbieter von Familienbildung untereinander und mit dem Landratsamt gelegt werden. Dafür ergeben sich nicht zuletzt durch das Familienstützpunktprogramm vielfältige Möglichkeiten. Die weitere Intensivierung dieses Netzwerkes kann auf verschiedene Weisen Chancen eröffnen. Die Bestandsaufnahme ergab, dass bislang nur 16,5% der Anbieter ihre Informationen über Netzwerkpartner verteilen. Eine engere Zusammenarbeit der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen ist weniger als Konkurrenz zu sehen. Vielmehr ergeben sich daraus verschiedene Optionen, die für die Familienbildung positive Effekte haben können. Erstens kann so leichter an der besseren Bekanntmachung der Angebote gearbeitet werden. Zweitens bietet dies die Möglichkeit, das gesamte Angebot noch bedarfsgerechter zu gestalten, weil sich durch die Abstimmung der Träger untereinander ein Über- und Unterangebot leichter erkennen lässt.

Außerdem ist zweifelsohne auch ein Netzwerk der Eltern im Landkreis von Bedeutung. Solche Netzwerke der Eltern können ebenfalls durch die Einrichtung der Familienstützpunkte entstehen und einen großen Mehrwert haben: Wie sich durch die Studie zeigte, ist der Austausch der Eltern zur Familienbildung sowohl als Informationsweg als auch im Hinblick auf gegenseitige Unterstützung bei Familienthemen ein wichtiger Faktor.

Eine Schlüsselrolle bei der Entstehung dieser Netzwerke könnten die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sein: Aus den Ergebnissen der Bestandsaufnahme und der Bedarfsanalyse ist abzulesen, dass diese Einrichtungen für die Eltern im Zusammenhang mit Familienbildung eine große Rolle spielen – als Informationsvermittler oder Veranstaltungsorte. So finden beispielsweise 82,4% der befragten Eltern Angebote zur Familienbildung in den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ihrer Kinder (eher) wichtig. Folglich ist es empfehlenswert, diese Träger von Familienbildung bei allen künftigen Maßnahmen der Familienbildung im Landkreis als Akteure einzubeziehen. In diesem Kontext ist es erwägenswert, ob Angebote von Bildungs- und Betreuungseinrichtungen prinzipiell für alle interessierten Eltern geöffnet werden können und sich nicht nur auf Eltern von Kindern der jeweiligen Einrichtung zu beschränken. Das kann auch zu einer weiteren Vernetzung der Eltern untereinander beitragen. Damit auch ‚externe‘ Eltern genauso rechtzeitig von den Angeboten erfahren wie die Eltern, deren Kinder die jeweilige Einrichtung besuchen, ist eine frühzeitige und breite Information über die Angebote erforderlich. Dafür bietet sich etwa die oben beschriebene zentrale Informationsplattform an.

Über diese Schwerpunkte hinaus, sollte perspektivisch auch über die Einführung einer regelmäßigen und landkreisweiten Evaluation der Familienbildungsangebote zur Qualitätssicherung nachgedacht werden: Wichtig scheint insbesondere eine turnusmäßige Beurteilung der individuellen Angebote durch die jeweiligen Anbieter. Darin liegt die Chance, dass die Anbieter selbst ihre Angebote noch zielgruppen- und bedarfsorientierter gestalten können, was die Bedeutung der Angebote und die Zufriedenheit der Eltern weiter erhöhen kann. Dies ist im Besonderen dann sinnvoll, wenn Neuerungen – beispielsweise in Bezug auf die Bewerbung der Veranstaltungen – eingeführt wurden. Nur auf diese Weise ist es möglich zu überprüfen, ob eingeleitete Maßnahmen wirkungsvoll sind. Hierfür könnten beispielsweise einheitliche Evaluationsbögen entwickelt werden, die den Trägern und Anbietern von Familienbildung zur Verfügung gestellt werden. Dies bietet zudem den Vorteil, dass dadurch eine gute Vergleichbarkeit der Ergebnisse über einen längeren Zeitraum hergestellt und somit eine gute Datenbasis für größere Evaluationen geschaffen werden kann. Dies ist im Sinne der Qualitätssicherung von nicht zu unterschätzender Bedeutung.

Gleichzeitig wird den Eltern auf diese Weise signalisiert, dass auch über eine große Studie hinaus, Interesse an ihren Wünschen und Bedürfnissen besteht und sie so die Angebote mitgestalten können.

Literaturverzeichnis

Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 13211-001z Arbeitsmarkt: Kreis, Arbeitslose/Arbeitslosenquoten, Monate, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 25.3.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-003z Bevölkerung: Gemeinde, Geschlecht, Stichtage/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 22.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-001 Bevölkerung: Gemeinden, Stichtage (letzten 6)/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 05.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-005r Bevölkerung: Kreise, Geschlecht, Nationalität, Stichtag/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 25.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112z Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtage/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 25.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 11911-001r Gemeinden: Kreis, kreisfreie und kreisangehörige Gemeinden, Einheits- und Mitgliedsgemeinden, Städte, Märkte, gemeindefreie Gebiete, Stand/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 05.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12613-003z Gestorbene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand 29.01.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12612-003z Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim [Stand: 22.03.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2037.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Zusammengefasste Geburtenziffer auf Kreisebene in Bayern. <https://www.statistik.bayern.de/presse/mitteilungen/2018/pm263/index.html> [Stand: 04.12.2019].

Bundesagentur für Arbeit (2019): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Oktober 2019. Bayern, Bundesland. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html> [Stand 23.11.2019].

Bundesagentur für Arbeit (2019): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Oktober 2019. Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern/Neustadt-adAisch-Bad-Windsh-Nav.html> [Stand 23.11.2019].

Bundesagentur für Arbeit (2019): Unterbeschäftigung. <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Grundlagen/Definitionen/Arbeitslosigkeit-Unterbeschaeftigung/Unterbeschaeftigung-Nav.html> [Stand: 04.12.2019].

Bürgerliches Gesetzbuch.

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



Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland.

Kreisjugendamt Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim – Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB).

Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim. www.kreis-nea.de/amt-verwaltung/landkreis.html [Stand 27.11.2019].

Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Verzeichnis der Gemeinden im Landkreis Neustadt a d.Aisch-Bad Windsheim. www.kreis-nea.de/uploads/tx_decibaybw/ListeGemeindenVGem_lang_30012019.pdf [Stand: 27.11.2019].

Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (2019): Zahlen und Daten. <https://www.kreis-nea.de/amt-verwaltung/landkreis/zahlen-und-daten.html> [Stand 27.11.2019].

O.A. (2019): pairfam – Das Beziehungs- und Familienpanel. www.pairfam.de/ [Stand: 04.12.2019].

Sozialgesetzbuch VIII.

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

Statistisches Bundesamt (2019): Familien und Familienmitglieder mit minderjährigen Kindern in der Familie im Jahr 2018 nach Lebensform und Gebietsstand. <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Tabellen/2-6-familien.html> [Stand: 02.12.2019].

Statistisches Bundesamt (2019): <https://www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/Gemeindeverzeichnis/Administrativ/03-regierungsbezirke.html?nn=50722> [Stand 21.01.2019].

Textor, Martin R. (2001): Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. www.ipzf.de/Familienbildung_Jugendhilfe.pdf [Stand: 04.12.2019].

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Landkreises Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim	14
Abbildung 2: Kommunen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim	15
Abbildung 3: Entwicklung der Gesamtbevölkerung im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2012 und 2018	16
Abbildung 4: Die Entwicklung der Lebendgeborenen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2007 und 2017	17
Abbildung 5: Die Entwicklung der Sterbefälle im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim zwischen 2007 und 2017	18
Abbildung 6: Die Altersstruktur im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim insgesamt und getrennt nach Geschlecht	19
Abbildung 7: Anteil der unter 18-Jährigen an der Gesamtgesellschaft im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim (in %)	20
Abbildung 8: Die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im Landkreis Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim in den Jahren 2012, 2015 und 2018	21
Abbildung 9: Trägertypen	22
Abbildung 10: Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten	23
Abbildung 11: Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen	24
Abbildung 12: Zahl der Anbieter, die in den verschiedenen Regionen Veranstaltungen durchgeführt haben	25
Abbildung 13: Ziele der Familienbildungsveranstaltungen	26
Abbildung 14: Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung	26
Abbildung 15: Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen	27
Abbildung 16: Angebotene Veranstaltungsarten	28
Abbildung 17: Themen der angebotenen Veranstaltungen	29
Abbildung 18: Themen der künftigen geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung	30
Abbildung 19: Unterstützung der Veranstaltungen zur Familienbildung	31
Abbildung 20: Teilnehmergebühren bei Veranstaltungen	31
Abbildung 21: Werbemittel der Anbieter	32
Abbildung 22: Herkunftsregionen der Befragten	34
Abbildung 23: Alter der Mütter und Väter	34
Abbildung 24: Familienformen	35

Abbildung 25: Bildungsniveau der Haushalte	36
Abbildung 26: Zahl der Kinder	37
Abbildung 27: Nationalität der Haushalte	38
Abbildung 28: Häufigkeit der Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen	39
Abbildung 29: Herkunftsregionen der Teilnehmer an Familienbildung allgemein und 2018	40
Abbildung 30: Teilnahme an Familienbildungsangeboten nach Bildungsniveau der Haushalte	41
Abbildung 31: Teilnahme an Familienbildung nach Nationalität der Haushalte	42
Abbildung 32: Bereitschaft der Eltern zur Zahlung eines Teilnehmerbeitrags	42
Abbildung 33: Gegenüberüberstellung Zahlungsbereitschaft Teilnehmer und Nicht-Teilnehmer	43
Abbildung 34: Höhe eines möglichen Teilnehmerbeitrags für Einzelveranstaltung	43
Abbildung 35: Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Eltern und Gebühren der Anbieter	44
Abbildung 36: Hinderungsgründe für die Teilnahme an Familienbildung	45
Abbildung 37: Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten	46
Abbildung 38: Aufmerksamkeit auf Familienbildung durch Fragebogen	47
Abbildung 39: Gestiegene Teilnahmebereitschaft an Familienbildung durch Fragebogen	47
Abbildung 40: Informationsquellen der Eltern zum Thema Familienbildung	48
Abbildung 41: Besuchte Veranstaltungsarten	49
Abbildung 42: Vergleich der angebotenen und gewünschten Veranstaltungsarten	50
Abbildung 43: Themen der besuchten Veranstaltungen	51
Abbildung 44: Vergleich von Themen der angebotenen Veranstaltungen und Themenwünschen	53
Abbildung 45: Gründe für einen Veranstaltungsbesuch	54
Abbildung 46: Rechtzeitige Kenntnis von Veranstaltungen bei bisherigen Teilnehmern	55
Abbildung 47: Werbemittel, über die Eltern auf Veranstaltungen aufmerksam wurden	56
Abbildung 48: Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen	57
Abbildung 49: Wunsch nach online verfügbaren Informationen zu Familienbildungsangeboten	57
Abbildung 50: Fit im Umgang mit digitalen Medien	58

Abbildung 51: Aussagen zum Thema Umgang mit digitalen Medien	58
Abbildung 52: Zufriedenheit der Haushalte mit Familienbildung	59
Abbildung 53: Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter und Auswirkung bisheriger Teilnahme an Familienbildung	60
Abbildung 54: Aussagen zur Familienbildung	61

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Themenfelder der besuchten Veranstaltungen	52
--	----



Beteiligte Personen

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

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Lisa Hartmann, M.A. (Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin)
- Jasmin Gotschke, M.Sc. (stellv. Projektverantwortliche, Wiss. Mitarbeiterin, Datenauswertung und Datenanalyse)
- Alexandra Ressel, Dipl.-Päd. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin, Recherche und Layout)
- Anna Peitz, M.Sc. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin, Datenauswertung)
- Eva-Maria Vierring (Projektmitarbeiterin, Teamassistentin)
- Studentische Hilfskräfte zur Dateneingabe: Jonas Bek, Jakob Brunner, Julia Franke, Lucia Hauf, Gunnar Hollweg, Paul Kasko, Paulina Klauber, Adrian Wappes, Daniela Weichselgartner und Denis Wielert.

Projekt-Team des Landratsamts Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim

- Tanju Cetinkaya Abteilungsleiter (Rechtsassessor Ass.jur.), Leiter der Abteilung 2 des Kreisjugendamtes Neustadt a.d.Aisch-Bad Windsheim
- Roland Schmidt (Dipl. Sozialpädagoge FH; Betriebswirt Dipl.VWA; Praxisberater BLJA), Leiter des Kreisjugendamtes Neustadt a.d. Aisch-Bad Windsheim
- Gabriele Sattler (Dipl. Sozialpädagogin FH; Master Sozialmanagement M.S.M.), Jugendhilfeplanung und Koordinierungsstelle Familienbildung/Familienstützpunkt

Impressum

© 2020

Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)

Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Marktplatz 4

D-85072 Eichstätt

Direktor: Prof. Dr. Klaus Stüwe

Tel.: +49 8421/93-21141

Fax: +49 8421/907593

Mail: zfg@ku.de

Redaktion, Inhalt: Lisa Hartmann, ZFG

Layout: Alexandra Ressel, ZFG

Bildnachweis: Iakov Filimonov (JackF)/AdobeStock

Projektverantwortung: Lisa Hartmann, M.A.

lisa.hartmann@ku.de

Tel.: + 49 8421/93-21091

