Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

ZFG
Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft
Center for marriage and family in society

FAMILIENBILDUNG IM LANDKREIS SCHWANDORF

ERGEBNISSE DER ELTERN- UND ANBIETERBEFRAGUNG 2019

Im Auftrag von

Landkreis Schwandorf

Lernende Region Schwandorf e.V.

Die vorliegende Evaluation von Familienbildungsmaßnahmen ist ein Kooperationsprojekt zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) und dem Landkreis Schwandorf/der Lernenden Region Schwandorf e.V.

Zum Gelingen des Projekts haben viele beigetragen.

Der Dank des Projektteams des Kreisjugendamtes und des ZFG gilt allen Beteiligten für die umfangreiche Unterstützung und die gute und konstruktive Zusammenarbeit.

Ein besonderer Dank geht an:

- die befragten Eltern,
- die Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen,
- das Staatliche Schulamt Schwandorf und die Ministerialbeauftragten für die
- Realschulen und Gymnasien in der Oberpfalz,
- die Schulleiterinnen und Schulleiter und alle Lehrkräfte,
- die Leiterinnen und Leiter sowie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Betreuungseinrichtungen,die Expertengruppe Familienbildung: Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten; DCV Regensburg; Vertreter der Kommunen; Koordinierungsstelle frühe Kindheit; Berufsfachschule für Altenpflege Peter Hiebl GmbH; Staatliches Schulamt Schwandorf; Oberpfälzer Freilandmuseum; Vertreter der Kindertageseinrichtungen; Vertreter der Grundschulen; Kath. Erwachsenenbildung im Landkreis Schwandorf; Kreisjugendamt; Volkshochschule Schwandorf; Agentur für Arbeit Schwandorf; Vertreter der Gymnasien; Vertreter der Realschulen,
- alle helfenden Hände im Landratsamt und an der Universität.

Nur mit Ihrer Unterstützung konnte das Projekt erfolgreich durchgeführt werden!

Das Projekt wurde vom Landkreis Schwandorf in Auftrag gegeben und begleitet. Stellvertretend danken wir Herrn Landrat Thomas Ebeling für die Auftragserteilung.

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

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis **4**
Tabellenverzeichnis **5**
Vorworte **6**
Kurzüberblick **8**

1. Gründe für die Durchführung der Studie 9

2. Projektdesign 12

3. Strukturanalyse des Landkreises 13

4. Bericht zur Bestandsaufnahme 17

4.1 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote 18
4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen 20
4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen 22
4.4 Kostenstruktur und (finanzielle) Unterstützung der Veranstaltungen 24
4.5 Werbung für die Veranstaltungen 25

5. Bericht zur Bedarfsanalyse 26

5.1 Umfang der Studie 26
5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer 26
5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern 31
5.4 Aufmerksamkeit auf Veranstaltungen 44
5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung 48

6. Fazit und Ausblick 51

6.1 Fazit 51
6.2 Ausblick 51

Endnotenverzeichnis **55**
Literaturverzeichnis **58**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage des Landkreises Schwandorf	13
Abbildung 2:	Kommunen im Landkreis Schwandorf	14
Abbildung 3:	Die Altersstruktur im Landkreis Schwandorf insgesamt und getrennt nach Geschlecht	15
Abbildung 4:	Anteil der unter 18-jährigen an der Gesamtbevölkerung im Landkreis Schwandorf zum 31.12.2016 (in %)	15
Abbildung 5:	Die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im Landkreis Schwandorf in den Jahren 2008, 2013 und 2018	16
Abbildung 6:	Trägertypen	17
Abbildung 7:	Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten	18
Abbildung 8:	Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen	19
Abbildung 9:	Zahl der Anbieter, die in den verschiedenen Regionen Veranstaltungen durchgeführt haben	19
Abbildung 10:	Ziele der Anbieter	20
Abbildung 11:	Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung	21
Abbildung 12:	Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen	21
Abbildung 13:	Angebotene Veranstaltungsarten	22
Abbildung 14:	Themen der angebotenen Veranstaltungen	23
Abbildung 15:	Themen der künftigen geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung	23
Abbildung 16:	Unterstützung der Veranstaltungen zur Familienbildung	24
Abbildung 17:	Teilnahmegebühren bei Veranstaltungen	24
Abbildung 18:	Werbemittel der Anbieter	25
Abbildung 19:	Herkunftsregionen der Befragten	26
Abbildung 20:	Alter der Mütter und Väter	27
Abbildung 21:	Familienformen	28
Abbildung 22:	Bildungsniveau der Haushalte	29
Abbildung 23:	Zahl der Kinder	30
Abbildung 24:	Migrationshintergrund der Haushalte	30
Abbildung 25:	Häufigkeit der Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen	31
Abbildung 26:	Herkunftsregionen der Teilnehmer an Familienbildung allgemein und 2018	32
Abbildung 27:	Teilnahme an Familienbildungsangeboten nach Bildungsniveau der Haushalte	33
Abbildung 28:	Teilnahme an Familienbildung nach Nationalität der Haushalte	33
Abbildung 29:	Bereitschaft der Eltern zur Zahlung einer Teilnahmegebühr	34
Abbildung 30:	Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Teilnehmer und bisherige Nicht-Teilnehmer	34
Abbildung 31:	Höhe einer möglichen Teilnahmegebühr für Einzelveranstaltung	35
Abbildung 32:	Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Eltern und Gebühren der Anbieter	36
Abbildung 33:	Hinderungsgründe für die Teilnahme an Familienbildung	37
Abbildung 34:	Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten	37
Abbildung 35:	Aufmerksamkeit auf Familienbildung durch Fragebogen	38

Abbildung 36: Gestiegene Teilnahmebereitschaft an Familienbildung durch Fragebogen 38
Abbildung 37: Informationsquellen der Eltern zum Thema Familienbildung 39
Abbildung 38: Besuchte Veranstaltungsarten 39
Abbildung 39: Vergleich der angebotenen und gewünschten Veranstaltungsarten 40
Abbildung 40: Themen der besuchten Veranstaltungen 41
Abbildung 41: Vergleich von Themen der geplanten Veranstaltungen und Themenwünschen 43
Abbildung 42: Gründe für einen Veranstaltungsbesuch 44
Abbildung 43: Rechtzeitige Kenntnis von Veranstaltungen bei bisherigen Teilnehmern 45
Abbildung 44: Werbemittel, über die Eltern auf Veranstaltungen aufmerksam wurden 45
Abbildung 45: Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen 46
Abbildung 46: Bekanntheit der Landkreis-App 46
Abbildung 47: Fit im Umgang mit digitalen Medien 47
Abbildung 48: Aussagen zum Thema Umgang mit digitalen Medien 48
Abbildung 49: Zufriedenheit der Haushalte mit Familienbildung 49
Abbildung 50: Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter und Auswirkung bisheriger Teilnahme an Familienbildung 49
Abbildung 51: Aussagen zur Familienbildung 50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Überblick über Bevölkerungszahlen 14
Tabelle 2: ISCED-Klassifikation 28
Tabelle 3: Themenfelder der besuchten Veranstaltungen 42

Vorwort

Die Familienbildung zählt klar zu den Aufgaben eines Landkreises. Wir wollen aber deutlich mehr als den gesetzlichen Auftrag erfüllen. Es ist unser Anliegen, dass Familien in unserem Landkreis eine hohe Lebensqualität genießen, notwendige Hilfen finden und ihre Zukunft in der Region sehen. Information und Hilfe sind dafür wichtige Voraussetzungen, genauso wie abwechslungsreiche Möglichkeiten der Freizeitgestaltung für unsere Familien.

Das Angebot der Familienbildung ist im Landkreis Schwandorf breit und vielfältig. Dieses Angebot sichtbar zu machen und – noch entscheidender – den Bedarf und die Erwartungen an Familienbildung zu ermitteln, hat sich der Landkreis zum Ziel gesetzt. Die Zusammenarbeit mit dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt (ZFG) hat uns hierfür die entscheidenden Schritte weitergebracht. Gemeinsam haben wir eine umfassende Befragung der Anbieter von Familienbildung und der Familien in unserem Landkreis durchgeführt. Die Ergebnisse finden Sie auf den folgenden Seiten.

Ganz besonders freut es mich, dass sich so viele Eltern an der Befragung beteiligt haben. Ihre Meinungen und Erfahrungen spielen die entscheidende Rolle bei der Beurteilung der aktuellen Situation und der zukünftigen Entwicklung der Familienbildung im Landkreis Schwandorf. Zudem zeigt die große Beteiligung die Wichtigkeit dieses Themas und wie richtig es war, sich intensiv der Familienbildung im Landkreis zu widmen.

Mein herzlicher Dank geht an Herrn Prof. Dr. Stüwe und sein Team am ZFG. Ihrer Arbeit haben wir es zu verdanken, dass der Landkreis Schwandorf nun über einen umfassenden Überblick beim Thema Familienbildung verfügt. Mit Hilfe dieser Ergebnisse können wir nun dafür Sorge tragen, auch zukünftig Familien bestmöglich zu unterstützen.

Thomas Ebeling

Landrat

1. Vorsitzender der Lernenden Region Schwandorf e.V.

Vorwort

Familienfreundliche Kommunen können nicht zuletzt durch ein vielfältiges Angebot im Bereich der Familienbildung ihr Konzept stärken. Eltern bei ihrer so bedeutenden Erziehungsaufgabe zu unterstützen und zu begleiten, ist das Ziel von Familienbildung. Die Förderung und Erweiterung von Kompetenzen bzw. die Hilfe zur Selbsthilfe sind weitere wichtige Elemente von Familienbildung.

Familien sind vielfältig und dynamisch. Daher ist es wichtig, dass sich Familienbildungsangebote an den jeweiligen gesellschaftlichen Bedingungen, der kindlichen Entwicklung und an den unterschiedlichen Bedarfen von Eltern orientieren.

Dies gilt einmal mehr für große Landkreise mit heterogener Struktur, wie den Landkreis Schwandorf. Daraus ergeben sich für die Gestaltung der Familienbildungsangebote gewisse Herausforderungen. Angestrebt werden sollte dabei, dass Familien grundsätzlich – unabhängig von ihrem Wohnort – die gleichen Chancen zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten haben. Zudem ist oft nicht bekannt, wie sich die Bedürfnisse der Eltern im Hinblick auf Familienbildungsmaßnahmen ausgestalten.

Hier 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 Schwandorf durchführte.

Wir ermittelten systematisch die bestehenden Familienbildungsangebote der verschiedenen Träger und untersuchten anschließend im Rahmen einer flächendeckenden Befragung von Eltern minderjähriger Kinder, welche Angebote wahrgenommen wurden und welche Themenfelder gewünscht werden.

Über das Projekt konnte der Forschungsstand im Bereich von Familienbildung weiter ausgebaut und auf eine breite empirische Grundlage gestellt werden. Gleichzeitig ermöglichte die Kooperationspartnerschaft unserer Universität mit dem Landkreis Schwandorf einen anwendungsorientierten Transfer wissenschaftlicher Expertise in die Praxis.

Der vorliegende Bericht bündelt die Ergebnisse unserer Studie. So steht dem Landkreis Schwandorf nun eine umfassende Bestands- und Bedarfsanalyse im Kontext von Familienbildungsangeboten zur Verfügung. Die Verantwortlichen im Landratsamt Schwandorf und die verschiedenen Träger von Familienbildung können sich damit künftig eines hervorragenden Planungsinstruments bedienen.

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

- An insgesamt 298 Anbieter wurden im Rahmen der Bestandsaufnahme Fragebögen verschickt. Mit 98 Anbietern, die an der Befragung teilnahmen, konnte ein Rücklauf von 32,9% erzielt werden.
- 64 Träger boten im Jahr 2018 Veranstaltungen zur Familienbildung an. Dies entspricht einem Anteil von 65,3%.
- Die meisten Angebote wurden zum Thema „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" und zu „Schule/Lernen" gemacht.
- 15.507 Fragebögen wurden im Rahmen der Bedarfsanalyse an Familien im Landkreis Schwandorf verteilt, um Eltern zu Familienbildungsangeboten zu befragen. Es handelt sich um eine der größten Studien in Bayern.
- Mit 4.746 auswertbaren Fragebögen konnte ein Rücklauf von 30,6% erzielt werden.
- 30,7% der Eltern haben bereits Familienbildungsangebote besucht.
- 82,6% der befragten Eltern können es sich sicher oder vielleicht vorstellen, künftig an Familienbildungsveranstaltungen teilzunehmen.
- Der entscheidende Hinderungsgrund für die Teilnahme ist die fehlende Bekanntheit der Angebote: 70,7% der befragten Eltern gaben an, dass sie bislang nicht an den Angeboten teilgenommen haben, weil sie nichts davon wussten.
- Eine bisherige Teilnahme an Familienbildungsangeboten hat auf verschiedene Weise positive Auswirkungen auf das künftige Nutzungsverhalten (z.B. erhöhte künftige Teilnahmebereitschaft).
- Die meisten Eltern besuchten Veranstaltungen zum Thema „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" (39,5%), dicht gefolgt vom Thema „Schule/Lernen" (38,7%).
- Die wichtigsten Informationsquellen zu Familien- und Erziehungsthemen sind für Eltern „Familie und Freunde" (54,4%) sowie über das Internet (51,4%).
- Bei folgenden Themen besteht die größte Diskrepanz zwischen Angebot und Wünschen der Eltern: „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder", „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" und „Berufliche Orientierung".
- 56,1% der befragten Eltern gaben an, mit den Angeboten zur Familienbildung im Landkreis Schwandorf zufrieden zu sein.

1. Gründe für die Durchführung der Studie

Mit der Kindererziehung haben Eltern tagtäglich eine schöne, aber auch fordernde Aufgabe. Obwohl die Bedeutung von Kinderbetreuungseinrichtungen wächst, weil Mütter und Väter immer früher wieder in den Beruf einsteigen, bleibt die Pflege und Erziehung von Kindern in erster Linie eine Aufgabe der Eltern.

Der klare Erziehungsauftrag für Eltern ist aus dem Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und dem Bürgerlichen Gesetzbuch abzuleiten.

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].

Dies bedeutet, dass Eltern gleichermaßen das Recht und die Pflicht zur Erziehung ihrer Kinder haben.

Im Bürgerlichen Gesetzbuch § 1626 Abs. 2 werden die elterlichen Rechte und Pflichten konkretisiert:

> *„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].

Die Grundrechte und das Kindeswohl bilden dabei die Grenzen für die Eltern bei ihrem Recht und ihrer Pflicht auf Erziehung[3].

Aus den verschiedensten Gründen können sich im Laufe von Erziehung und Familienleben Fragen, Herausforderungen und Probleme ergeben. Kindliche Entwicklung, die familiäre Situation und die Situierung der Familie innerhalb der Gesellschaft sind Beispiele dafür. Auch gesamtgesellschaftliche Tendenzen (zunehmender Medienkonsum, Fragen der Vereinbarkeit von Familie und Beruf etc.) können zu einem erhöhten Beratungs- und Informationsbedarf im Hinblick auf Erziehungs- und Familienfragen führen.

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

<u>§ 16 SGB VIII: Allgemeine Förderung der Erziehung in der Familie</u>

> *„(1) Müttern, Vätern, anderen Erziehungsberechtigten und jungen Menschen sollen Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie angeboten werden. Sie sollen dazu beitragen, dass Mütter, Väter und andere Erziehungsberechtigte ihre Erziehungsverantwortung besser wahrnehmen können. Sie sollen auch Wege aufzeigen, wie Konfliktsituationen in der Familie gewaltfrei gelöst werden können.*
>
> *(2) Leistungen zur Förderung der Erziehung in der Familie sind insbesondere*
>
> *1. Angebote der Familienbildung, die auf Bedürfnisse und Interessen sowie auf Erfahrungen von Familien in unterschiedlichen Lebenslagen und Erziehungssituationen eingehen, die Familien in ihrer Gesundheitskompetenz stärken, die Familie zur Mitarbeit in Erziehungseinrichtungen und in Formen der Selbst- und Nachbarschaftshilfe besser befähigen sowie junge Menschen auf Ehe, Partnerschaft und das Zusammenleben mit Kindern vorbereiten,*
>
> *2. Angebote der Beratung in allgemeinen Fragen der Erziehung und Entwicklung junger Menschen,*
>
> *3. Angebote der Familienfreizeit und der Familienerholung, insbesondere in belastenden Familiensituationen, die bei Bedarf die erzieherische Betreuung der Kinder einschließen.*
>
> *(3) Müttern und Vätern sowie schwangeren Frauen und werdenden Vätern sollen Beratung und Hilfe in Fragen der Partnerschaft und des Aufbaus elterlicher Erziehungs- und Beziehungskompetenzen angeboten werden.*[4]"

Martin Textor (ein Pädagoge und Psychologe, der sich mit Familienbildung beschäftigt) fasst in seiner Definition zu Familienbildung wesentliche Elemente des oben zitierten Paragraphen aus dem SGB VIII zusammen:

> „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]".

Das heißt, dass Familienbildung über unterschiedliche Angebote einen grundlegenden Beitrag zur Unterstützung von Familien und ihrem Erziehungsauftrag leisten kann. Dabei kann Familienbildung verschiedenste Formen umfassen und durch unterschiedliche Anbieter erfolgen:

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.

Eine möglichst bedarfs- und zielgruppengerechte Gestaltung von Familienbildungsangeboten ist insbesondere wegen aktueller gesellschaftlicher Entwicklungen und Herausforderungen, wie beispielsweise der zunehmenden Vielfalt an Familienformen, der Vereinbarkeit von Familie und Beruf und dem Themenkomplex Migration und Integration, wichtig.

Das ist auch das Ziel der Studie zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Schwandorf. Auf Basis der Ergebnisse der Untersuchung können Familienbildungsangebote in der Region noch besser auf die Interessen und Bedürfnisse der Eltern abgestimmt werden. Die Schaffung neuer Angebote ist dabei ebenso denkbar wie die Förderung eines bedarfsgerechten Ausbaus bestehender Angebote. Dies ist einmal mehr wichtig, da Familienfreundlichkeit als einer der zentralen Standortfaktoren im kommunalen Bereich zu betrachten ist. Familienpolitische Fragestellungen sind auch in Bezug auf das

Wählerverhalten ein nicht zu vernachlässigender Aspekt. Für Kommunen und Landkreise ergibt sich daraus das zentrale Aktionsfeld/Handlungsfeld „Familienbildungsmaßnahmen".

Zur Realisierung des Studienziels – der weiteren positiven Gestaltung von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Schwandorf – wurde sowohl eine Bestands- als auch eine Bedarfsanalyse durchgeführt.

Im Rahmen der Bestandsaufnahme (Anbieterbefragung) wurden öffentliche, kirchliche und private Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen befragt. Auf diese Weise war die Erfassung der Angebotsvielfalt und Rahmenbedingungen von Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis möglich.

Mittels der Befragung von Eltern minderjähriger Kinder im Rahmen der Bedarfsanalyse (Elternbefragung) erfolgte sowohl die Untersuchung des aktuellen Nutzungsverhaltens in Bezug auf Familienbildungsangebote als auch der Bedürfnisse und Wünsche von Eltern in diesem Bereich.

Durch eine Gegenüberstellung der Ergebnisse der beiden Befragungsteile konnten Ansätze für die Verantwortlichen von Familienbildung im Landkreis Schwandorf entwickelt werden, wie Familien noch besser durch die Herausforderung „Kindererziehung"' begleitet werden können.

2. Projektdesign

Mit der Erhebung sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie gestalten sich die bereits bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Schwandorf?
- 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 Schwandorf gesetzt werden?

Die Ergebnisse der Bestandsaufnahme und der Bedarfsanalyse ermöglichen die Beantwortung der obigen Fragen.

Über einen teilstandardisierten Fragebogen in Papierform erfolgte die Untersuchung der bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Schwandorf (Bestandsaufnahme). An unterschiedlichste Anbieter im Bereich Familienbildung wurden Fragebögen verteilt, die zurückgesendet werden konnten.

Der Fragebogen der Bestandsaufnahme umfasste folgende Themenfelder:

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

Den Bezugszeitraum stellten die Angebote des Jahres 2018 dar.

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

Darüber hinaus konnten die Eltern auch online, über die Homepage des Landratsamts Schwandorf, an der Befragung teilnehmen. Außerdem wurde der Bogen über die KoKi verschickt und auf verschiedene Weise auf die Möglichkeit der Befragung aufmerksam gemacht – etwa über Flyer in relevanten Gesundheitseinrichtungen. Auf diese Weise sollte vor allem auch Eltern mit Kindern zwischen null und drei Jahren, die keine Betreuungseinrichtung besuchen, die Möglichkeit gegeben werden, an der Befragung teilzunehmen.

Der Fragebogen setzte sich fast ausschließlich aus geschlossenen Fragen zusammen. Lediglich bei der Antwortkategorie „Sonstiges" bestand die Möglichkeit, weitere Angaben zu machen. Weiterhin konnten die Eltern am Ende des Fragebogens abschließende Bemerkungen anführen.

Der Fragebogen für die Elternbefragung wurde 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 von Kindern bis einschließlich der 5.Klasse. Ergänzend wurden noch Eltern mit Kindern in der 9.Klasse befragt, um auch Familien mit älteren Kindern abzudecken. 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.

3. Strukturanalyse des Landkreises

Der Landkreis Schwandorf liegt im Regierungsbezirk Oberpfalz. Im Osten grenzt der Landkreis an die tschechische Grenze und reicht im Südwesten bis fast an die Stadtgrenze von Regensburg.

Abbildung 1: Lage des Landkreises Schwandorf

Quelle: Landratsamt Schwandorf; Geobasisdaten: Bayerische Vermessungsverwaltung.

Mit insgesamt 33 Kommunen handelt es sich beim Landkreis Schwandorf um eine der größten Gebietskörperschaften in Bayern. Sie gliedert sich in neun Städte, eine große Kreisstadt, sechs Märkte und 17 Gemeinden[6]:

- die große Kreisstadt Schwandorf,
- die Städte Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof, Nabburg, Neunburg vorm Wald, Nittenau, Oberviechtach, Pfreimd, Schönsee und Teublitz,
- die Märkte Bruck i.d.OPf, Neukirchen-Balbini, Schwarzenfeld, Schwarzhofen, Wernberg-Köblitz und Winklarn,
- und die Gemeinden Altendorf, Bodenwöhr, Dieterskirchen, Fensterbach, Gleiritsch, Guteneck, Niedermurach, Schmidgaden, Schwarzach bei Nabburg, Stadlern, Steinberg am See, Stulln, Teunz, Thanstein, Trausnitz, Wackersdorf und Weiding.

Abbildung 2: Kommunen im Landkreis Schwandorf

Quelle: Landratsamt Schwandorf.

Im Landkreis Schwandorf leben 147.887 Einwohner (Stand: 30.09.2019)[7]. Der Landkreis erstreckt sich über eine Fläche von 1.472,78 km2[8]. Somit ergibt sich mit rund 100 Einwohnern/km² im Vergleich zu Bayern (185 Einwohner/km²) eine relativ dünn besiedelte Fläche. Deutlicher wird dies noch im bundesdeutschen Vergleich (232 Einwohner/km²)[9].

Für die vorliegende Erhebung sind insbesondere die Zahlen zur Bevölkerungsstruktur des Landkreises mit der Entwicklung der Gesamtbevölkerung, den Daten zu den Geburten und Sterbefällen, der Altersverteilung und den Beschäftigungszahlen aufschlussreich.

Über die folgende Abbildung kann die Entwicklung der Bevölkerung im Landkreis seit 2012 nachvollzogen werden.

Tabelle 1: Überblick über Bevölkerungszahlen

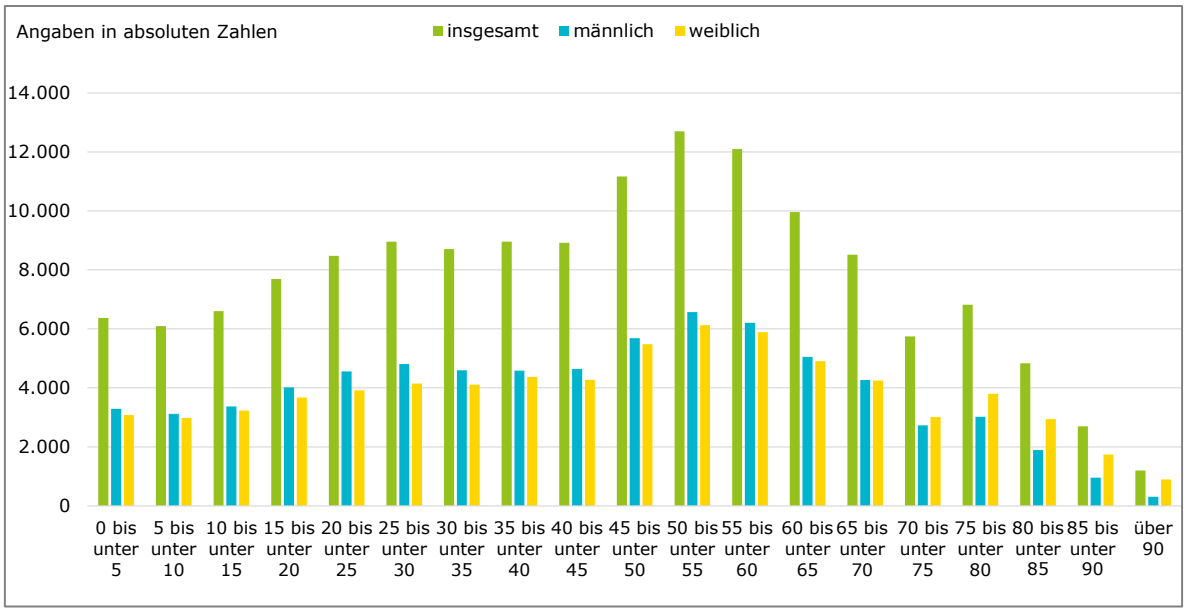
Jahr	**Gesamt-bevölkerung**	**Lebendgeborene**	**Sterbefälle**
2012	142.947	1.096	1.598
2013	143.060	1.071	1.615
2014	143.614	1.107	1.593
2015	144.864	1.188	1.677
2016	145.382	1.299	1.643
2017	146.487	1.304	1.537

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik.[10]

Die Geburtenziffer lag laut Bayerischem Landesamt für Statistik im Jahr 2017 im Landkreis Schwandorf bei 1,58 Kindern pro Frau und entspricht damit fast exakt dem bayerischen Durchschnitt von 1,55.[11]

In der folgenden Graphik zeigt sich die aktuelle Altersverteilung im Landkreis Schwandorf.

Abbildung 3: Die Altersstruktur im Landkreis Schwandorf insgesamt und getrennt nach Geschlecht



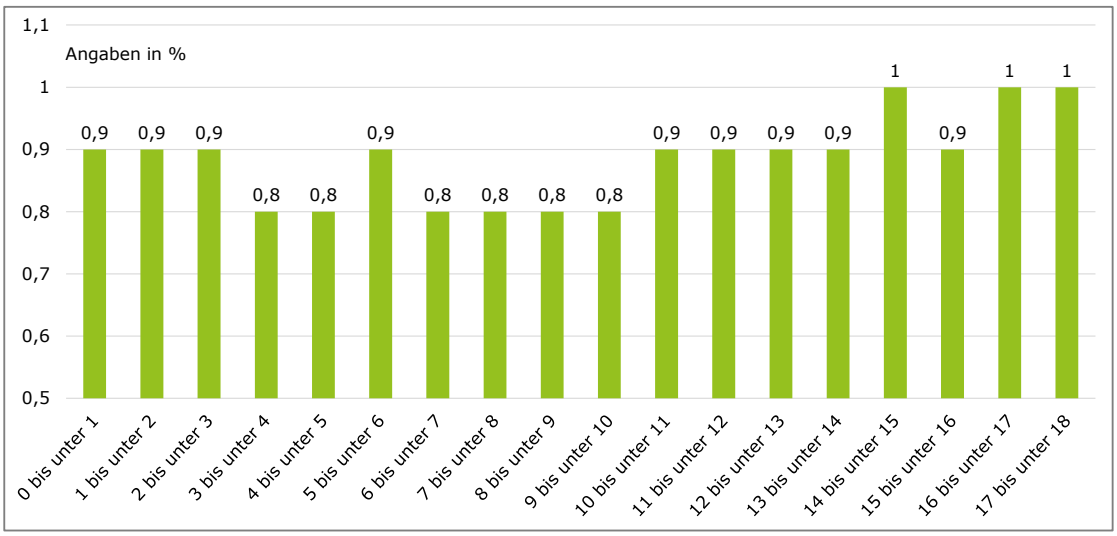
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung[12].

Mit 44,3 Jahren[13] liegt das durchschnittliche Alter der Bevölkerung im Landkreis Schwandorf etwas über dem bayerischen Altersdurchschnitt (43,7 Jahre)[14]. Das Durchschnittsalter in der Region liegt bei den Männern bei 43,2 Jahren und bei den Frauen bei 45,6 Jahren[15].

Wenn man berücksichtigt, dass die Frauen eine höhere Lebenserwartung haben als die Männer, sind dies keine überraschenden Fakten. Die Anzahl der lebenden Frauen ab dem 80.Lebensjahr ist oft (merklich) höher als die der Männer.

In der folgenden Graphik wird die für diese Studie relevante Altersgruppe von 0 bis 18 Jahren genauer dargestellt.

Abbildung 4: Anteil der unter 18-jährigen an der Gesamtbevölkerung im Landkreis Schwandorf zum 31.12.2016 (in %)



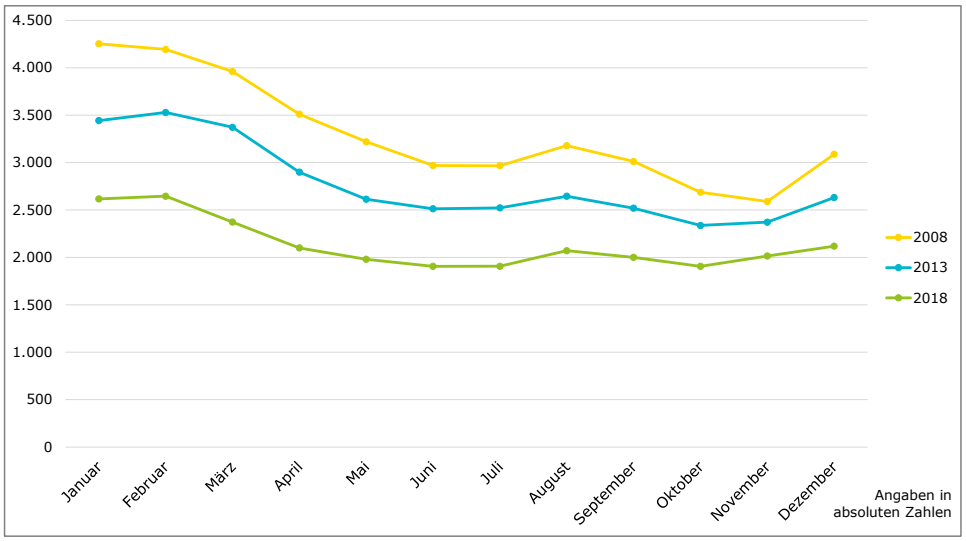
Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung[16].

Insgesamt lag der Anteil der unter 18-jährigen zum 31.12.2016 bei 16,1% der Gesamtbevölkerung im Landkreis Schwandorf.[17]

Im Jahr 2018 wurden 5.175[18]Kinder in 120 Einrichtungen (Kindergärten, Kinderkrippen und Kinderhorte)[19] und 173 Tagespflegeverhältnissen[20] betreut. 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 sechs Jahren lag im Jahr 2018 im Landkreis Schwandorf bei 89,4%.[21]

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

Abbildung 5: Die Entwicklung der Arbeitslosenzahlen im Landkreis Schwandorf in den Jahren 2008, 2013 und 2018



Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Bayerisches Landesamt für Statistik, eigene Darstellung[22].

Im Vergleich zu den Vorjahren hat sich die Zahl der Arbeitslosen bis 2018 deutlich verringert und somit verbessert. Im Januar 2020 betrug die Arbeitslosenquote 4,8%[23] (Bayern: 4,5%)[24].

Die Quote sozialversicherungspflichtig beschäftigter Arbeitnehmer lag im Juni 2018 bei 68,0% (Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an allen Einwohnern im erwerbsfähigen Alter zwischen 18 und 65 Jahren). Diese liegt etwas über der bayerischen Quote von 66,7%[25].

Unter allen Frauen im erwerbsfähigen Alter gingen im Juni 2018 im Landkreis Schwandorf 62,5% einer sozialversicherungspflichtigen Arbeit nach. Dieser Anteil spricht exakt dem bayerischen Durchschnitt.[26]

Die vorgestellten Zahlen ermöglichen einen Überblick über den Landkreis Schwandorf und dienen dazu, die Ergebnisse der Studie besser einordnen zu können.

4. Bericht zur Bestandsaufnahme

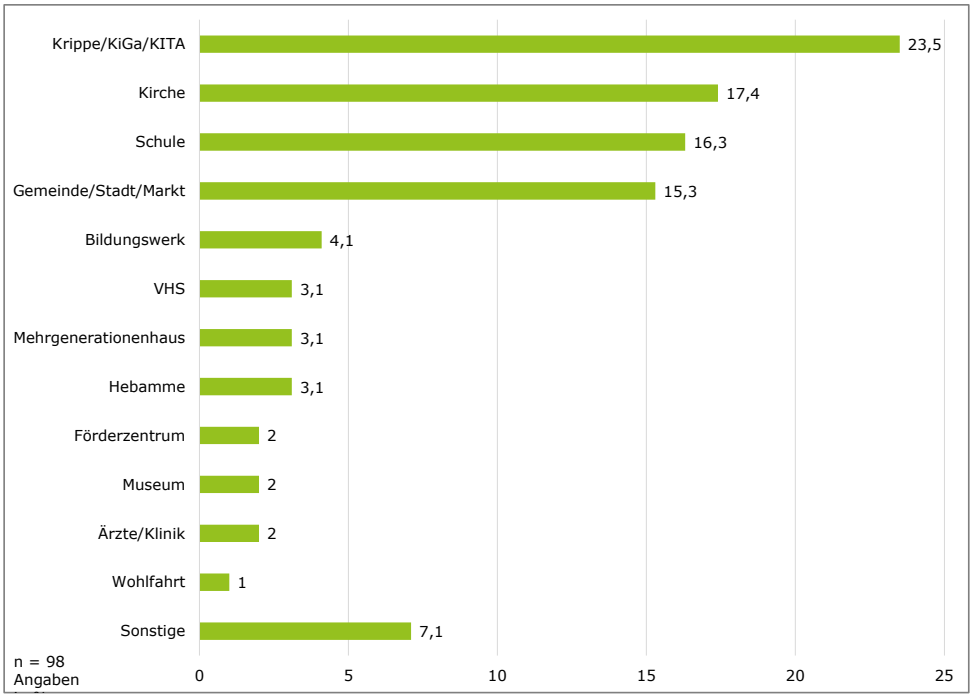
Ziel der Bestandsaufnahme war es zu ermitteln, welche Angebote zur Familienbildung es im Landkreis Schwandorf bereits gibt und wie sich diese gestalten. Dabei standen folgende Aspekte im Vordergrund:

- Angaben zum Anbieter,
- Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote,
- Ziele und Zielgruppen der Angebote,
- Veranstaltungsformen,
- Themenfelder,
- Finanzierung und Bewerbung der Veranstaltungen,
- Planung der Träger zu künftigen Angeboten.

An insgesamt 298 Anbieter wurden Fragebögen verschickt. Darunter befanden sich 129 Bildungs- und Betreuungseinrichtungen: Krippen, Kindergärten (KiGa), Horte, Schulen und schulvorbereitende Einrichtungen, 65 evangelische und katholische Kirchengemeinden sowie 104 öffentliche und private Träger. 98 Fragebögen wurden von den Trägern zurückgesendet. Dies ergibt einen Rücklauf von 32,9%.

Die meisten Träger, die an der Befragung teilgenommen haben, waren Betreuungseinrichtungen (Krippe, Kindergarten etc.) (23,5%).

Abbildung 6: Trägertypen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.1 Zahl, Frequentierung und Ort der Angebote

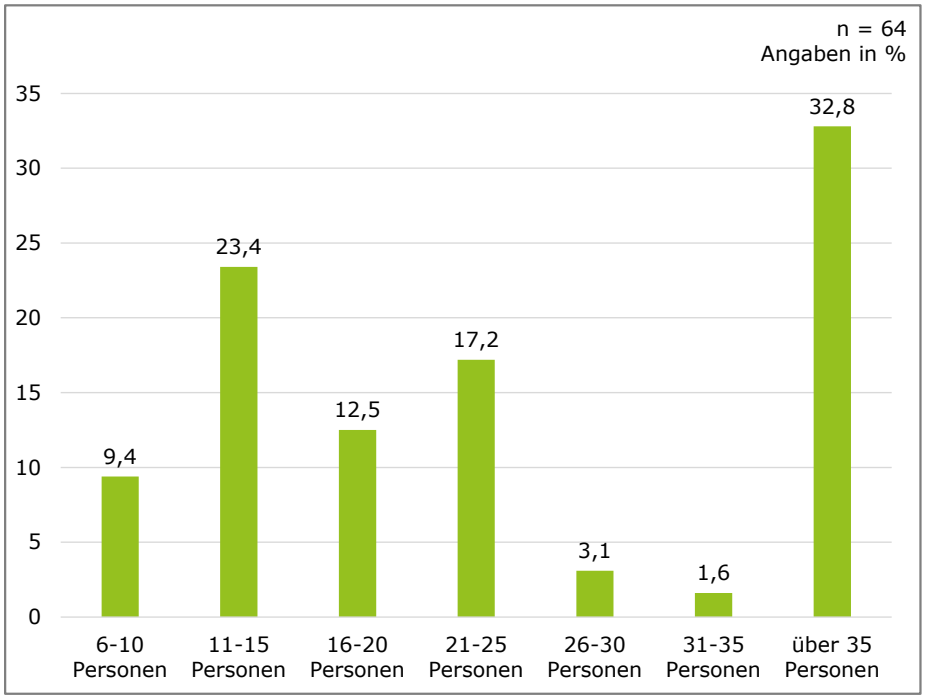
Von den 98 Trägern, die den Fragebogen beantworteten, machten 64 im Jahr 2018 Veranstaltungen zur Familienbildung. Dies entspricht 65,3%.

Genauer zeigte sich, dass alle Volkshochschulen, Verbände der freien Wohlfahrt, Museen, Hebammen sowie Ärzte/Kliniken, die an der Befragung teilnahmen, Familienbildungsveranstaltungen im Jahr 2018 angeboten haben (100%). Weiterhin führte ein Großteil der Schulen (94%) und der Krippen/Kitas/Kindergärten (74%) Angebote durch.

Von den meisten Trägern wurden vier Veranstaltungen angeboten.

Dabei wurden die meisten Veranstaltungen von über 35 Teilnehmern besucht (32,8%), wobei anhand der Graphik kein klarerer Trend zu erkennen ist.

Abbildung 7: Teilnehmerzahl an Familienbildungsangeboten

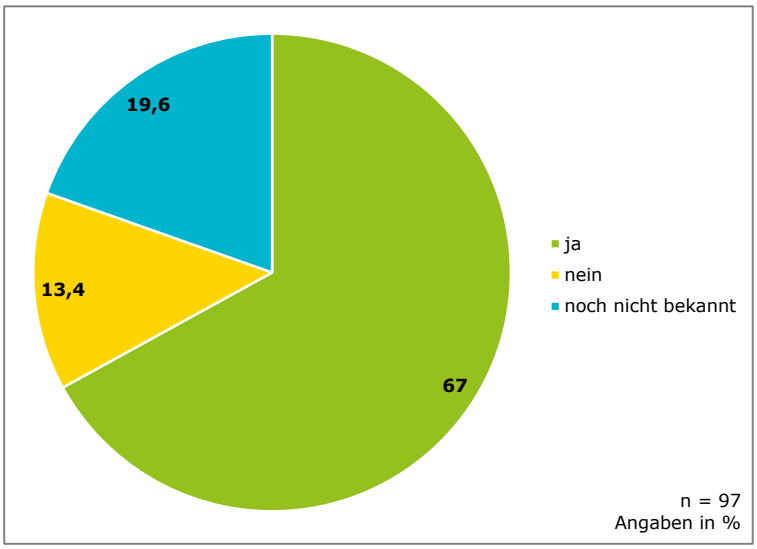


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Ein Großteil der Träger (67%) plant auch in Zukunft Familienbildungsveranstaltungen. Vor allem den Volkshochschulen, den Verbänden der freien Wohlfahrt, den Museen, den Vertretern des Gesundheitsbereichs, den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie den Kirchen wird hier auch künftig eine Bedeutung zukommen. 19,6% sind sich noch unsicher, ob sie weiterhin Angebote machen und nur 13,4% werden keine Angebote mehr machen.

Von den Trägern, die bereits im Jahr 2018, Veranstaltungen angeboten haben, will auch wieder die absolute Mehrheit (92%) Veranstaltungen organisieren. Die restlichen 8% äußerten, dass es noch nicht bekannt sei.

Abbildung 8: Zukünftige Veranstaltungsplanung der Anbieter von Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die 32 Träger, die in Zukunft keine Angebote mehr machen möchten oder sich noch unsicher sind, wurden nach den Gründen dafür gefragt. Zehn Träger nannten in diesem Kontext fehlendes Personal, neun Träger führten die fehlende Nachfrage der Familien an.

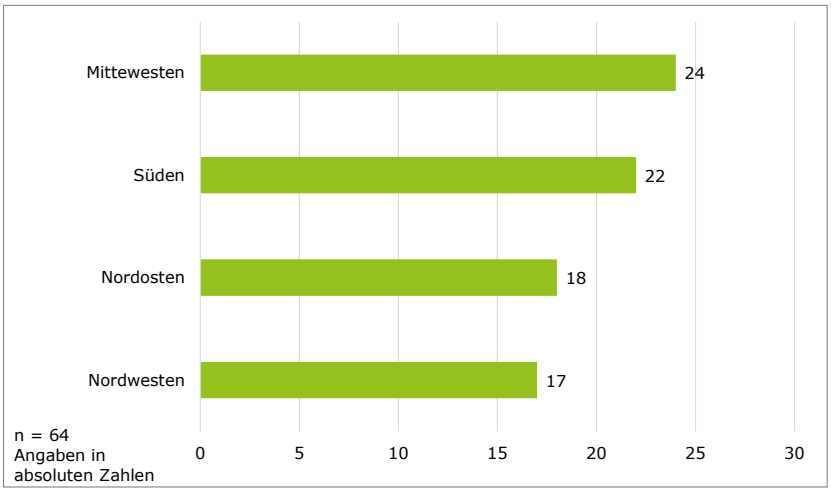
Die Mehrheit der Anbieter (81%) machte nur in einer Kommune Veranstaltungen. 6,4% der Träger führten Angebote in zwei Kommunen durch und nur wenige (9,6%) organisierten Veranstaltungen drei und mehr Gemeinden.

Der Landkreis ist in vier Regionen gegliedert, die jeweils die folgenden Gemeinden umfassen:

- Region Nordwesten: Altendorf, Fensterbach, Guteneck, Nabburg, Pfreimd, Schmidgaden, Schwarzach b. Nabburg, Schwarzenfeld, Stulln, Trausnitz, Wernberg-Köblitz
- Region Nordosten: Dieterskirchen, Gleiritsch, Neukirchen-Balbini, Neunburg vorm Wald, Niedermurach, Oberviechtach, Schönsee, Stadlern, Teunz, Thanstein, Weiding, Winklarn
- Region Mittewesten: Bodenwöhr, Schwandorf, Steinberg am See, Wackersdorf
- Region Süden: Bruck i.d.Oberpfalz, Burglengenfeld, Maxhütte-Haidhof, Nittenau, Teublitz.

Insgesamt lässt sich eine recht gleichmäßige Verteilung der Anbieter auf die Regionen erkennen. Die meisten Anbieter gaben an, in der Region Mittewesten Veranstaltungen durchgeführt zu haben. Die wenigsten Träger machten Angebote im Nordosten (18) und im Nordwesten (17).

Abbildung 9: Zahl der Anbieter, die in den verschiedenen Regionen Veranstaltungen durchgeführt haben

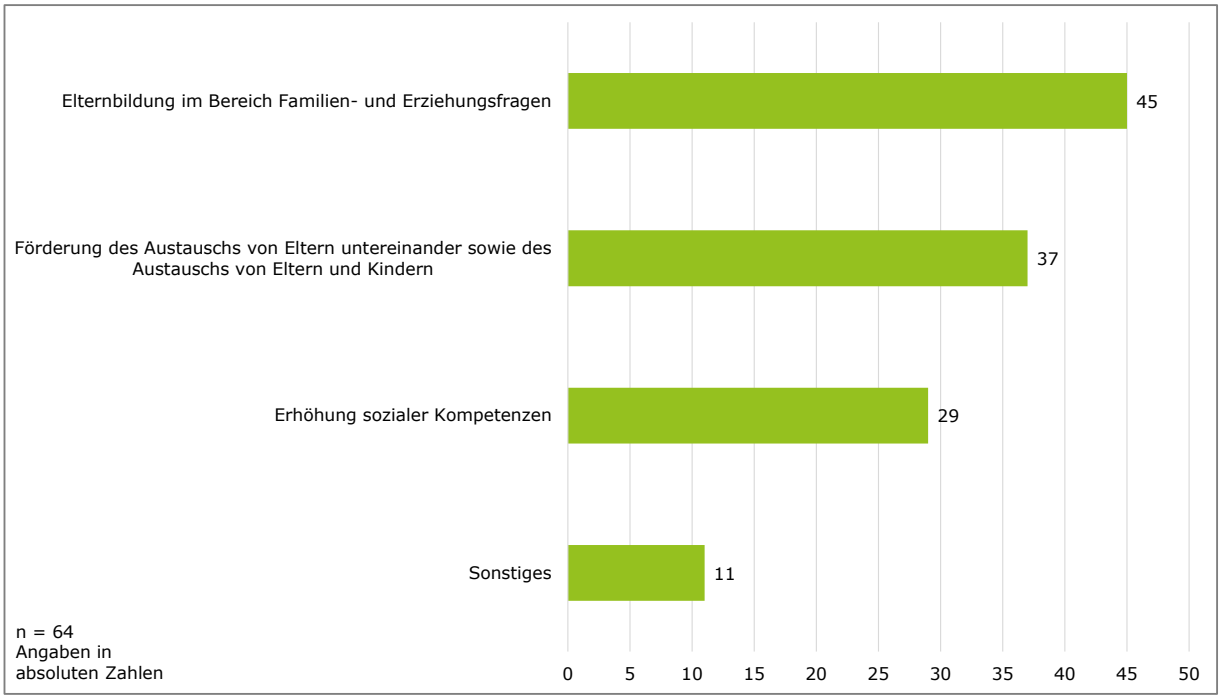


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.2 Ziele und Zielgruppen der Veranstaltungen

Das Hauptziel der Anbieter ist die Elternbildung im Bereich Familien- und Erziehungsfragen (n = 45). Dieser Aspekt ist zentraler Bestandteil von Familienbildung, daher ist es nicht überraschend, dass er von den Anbietern als Ziel verfolgt wird. Mit etwas Abstand folgt die Förderung des Austauschs von Eltern untereinander bzw. der Austausch von Eltern und Kindern (n = 37) sowie die Erhöhung sozialer Kompetenzen. Aus den Angaben unter der Kategorie „Sonstiges" (n = 11) lässt sich ablesen, dass es einigen Anbietern unter anderem darum geht, durch ihre Angebote die religiöse Bildung zu fokussieren.

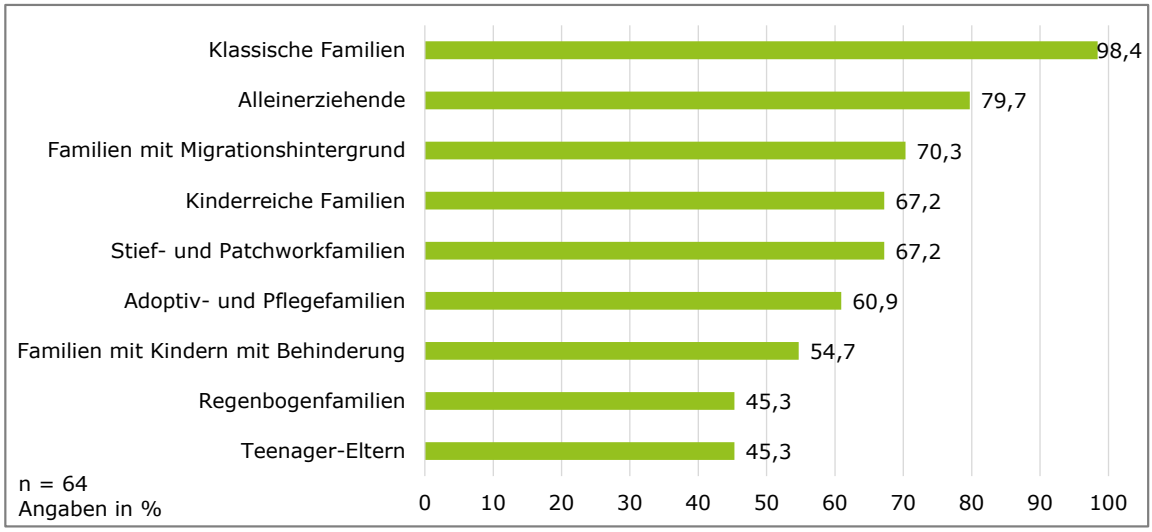
Abbildung 10: Ziele der Anbieter



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei den Zielgruppen wurde die klassische Familie von fast allen Anbietern (98,4%) genannt. Auch Alleinerziehende (79,7%) sowie Familien mit Migrationshintergrund (70,3%) spielen eine wichtige Rolle. Etwas weniger Angebote richteten sich speziell an Teenager-Eltern (jugendliche Eltern) und Regenbogenfamilien (jeweils 45,3%).

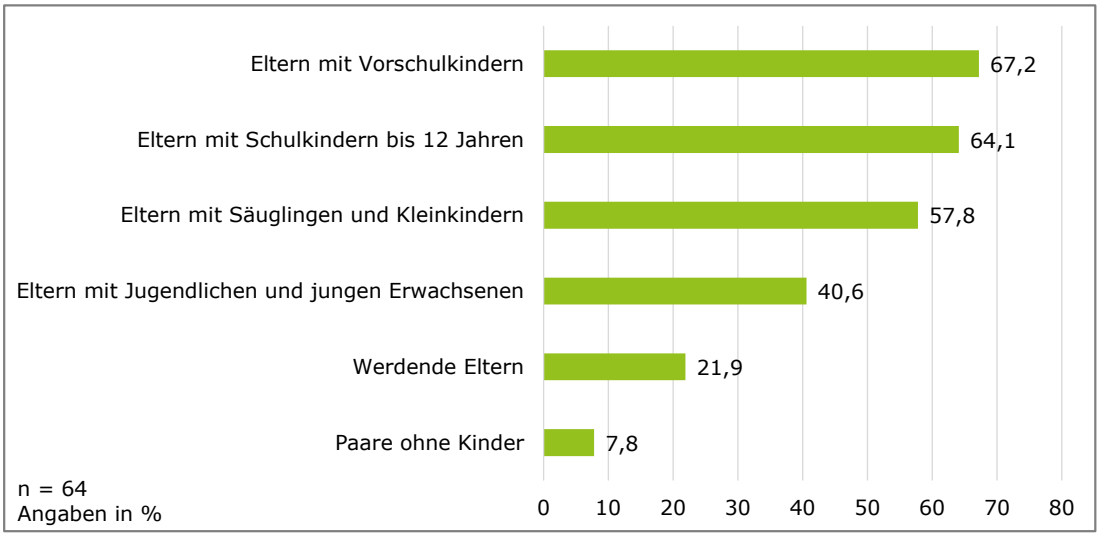
Abbildung 11: Zielgruppen der Veranstaltungen zur Familienbildung



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Aufschlussreich ist außerdem, welche familialen Lebensphasen den Schwerpunkt der Veranstaltungen zur Familienbildung bilden: Im Fokus stehen hier Eltern mit Vorschulkindern (67,2%), Eltern mit Schulkindern bis 12 Jahren (64,1%) und Eltern mit Säuglingen und Kleinkindern (57,8%). Weniger Angebote richteten sich an „werdende Eltern" (21,9%) und „Paare ohne Kinder" (7,8%) (siehe Abb. 12).

Abbildung 12: Fokussierte Lebensphasen der Veranstaltungen



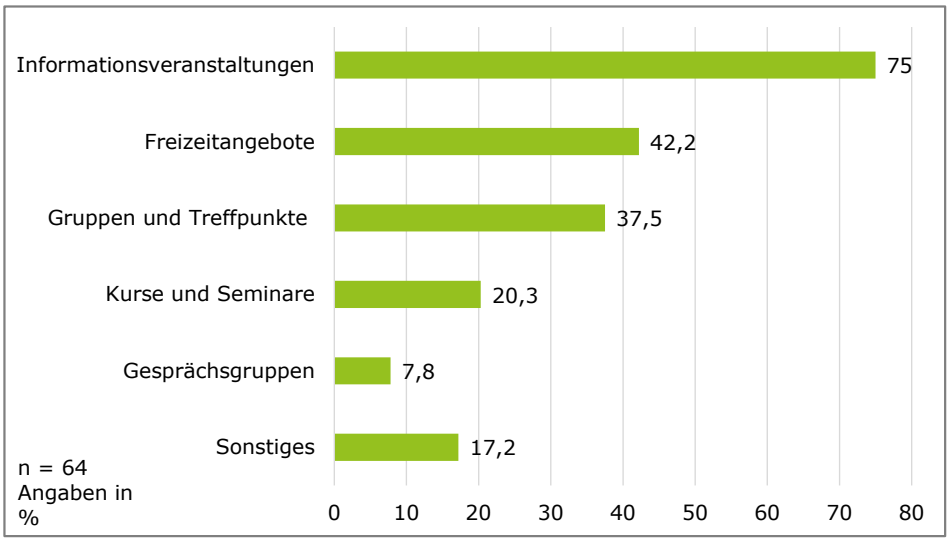
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Diese Ergebnisse sind nicht überraschend: In der Phase der frühkindlichen Entwicklung und später zum Schulübertritt haben Eltern in der Regel noch einen sehr hohen Informationsbedarf. In diesen Phasen können sich – insbesondere beim ersten Kind – viele Fragen ergeben.

4.3 Veranstaltungsarten und Themen der Veranstaltungen

Die dominierende Veranstaltungsart bei den von den Trägern gemachten Angeboten ist eindeutig die Informationsveranstaltung (75%). Gesprächsgruppen fanden am seltensten statt (7,8%). Unter der Kategorie „Sonstiges" wurden etwa Feste und Gottesdienste angeführt.

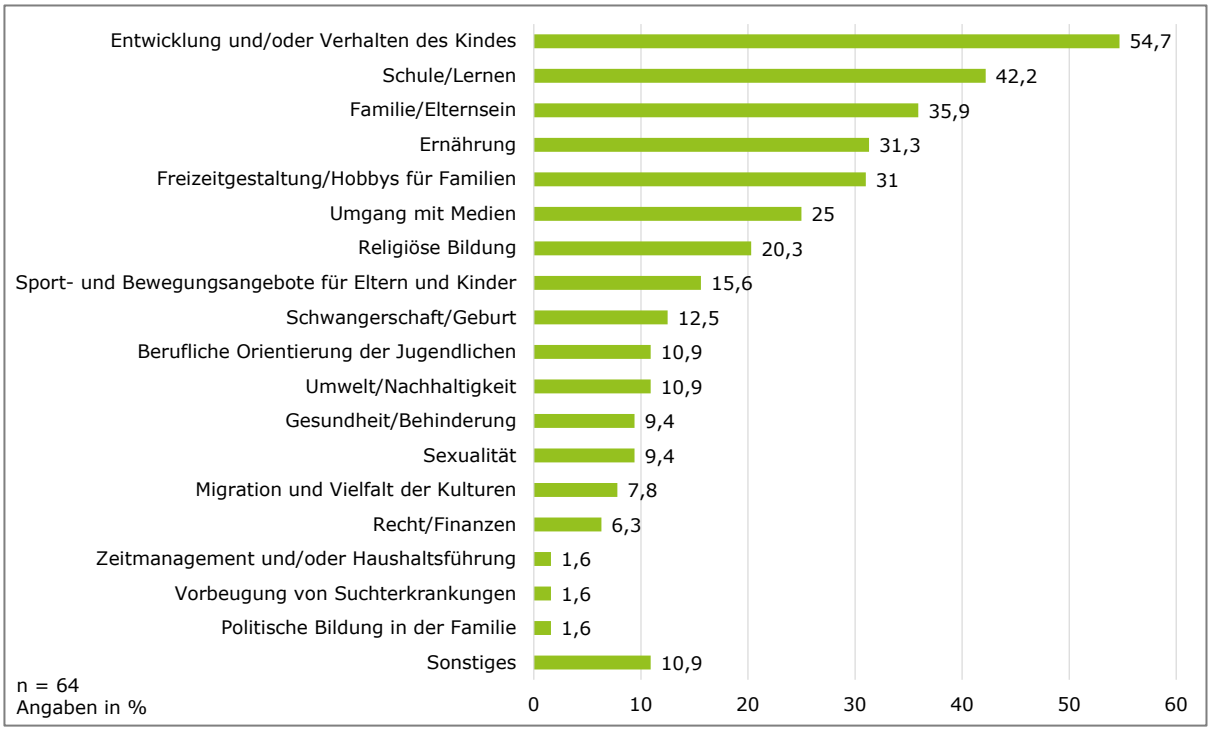
Abbildung 13: Angebotene Veranstaltungsarten



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

In Bezug auf die angebotenen Themen wurden im Bereich „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" von den meisten Trägern (54,7%) Angebote gemacht. Ebenso von Bedeutung waren die Themen „Schule/Lernen" (42,2%), „Freizeitgestaltung/Hobbys für Familien" (39,1%) sowie „Familie/Elternsein" (35,9%). Eine sehr geringe Rolle spielten Veranstaltungen zu „Politische Bildung in der Familie", „Vorbeugung von Suchterkrankungen" und „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" (jeweils 1,6%).

Abbildung 14: Themen der angebotenen Veranstaltungen

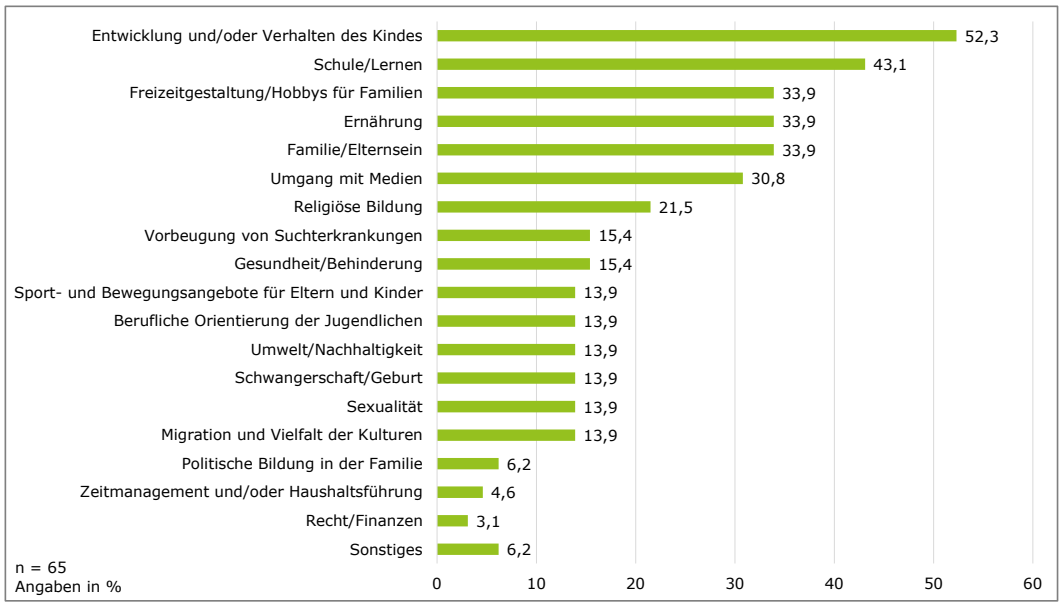


Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Daneben ist es für die künftige Gestaltung des gesamten Familienbildungskonzepts zentral zu wissen, wie sich die Themenstruktur perspektivisch gestalten wird.

Weiterhin von großer Bedeutung werden die Themen „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" und „Schule und Lernen" sein. Weniger Angebote planen die Träger zu „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" sowie „Recht/Finanzen" (siehe Abb. 15):

Abbildung 15: Themen der künftigen geplanten Veranstaltungen zur Familienbildung



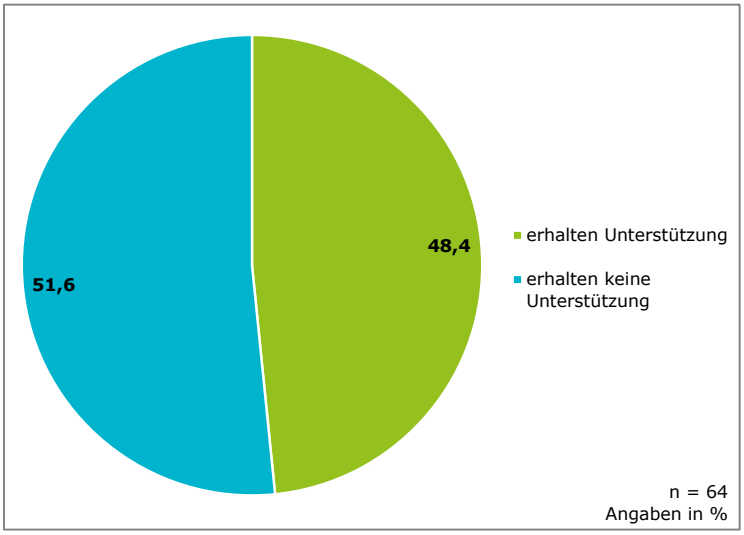
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Themenplanung wird im weiteren Verlauf des Berichts im Kontext des Vergleichs mit den Themenwünschen der Eltern nochmals aufgegriffen.

4.4 Kostenstruktur und (finanzielle) Unterstützung der Veranstaltungen

48,4% der Träger, die Veranstaltungen zur Familienbildung durchführen, gaben an, (finanzielle) Unterstützung zu erhalten. Die meisten bekommen dabei Unterstützung von Kommunen (35,5%). Auch Stiftungen/Vereine (29%) und der Freistaat Bayern (25,8%) spielen eine Rolle.

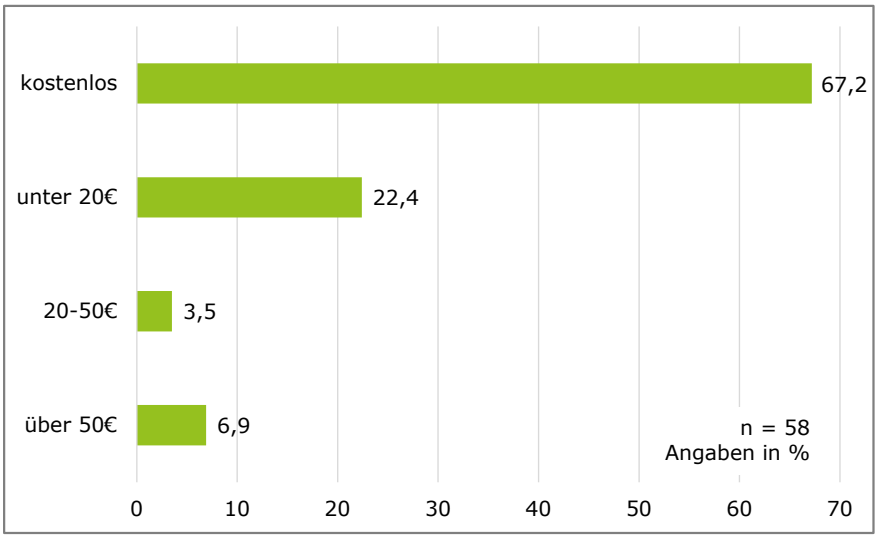
Abbildung 16: Unterstützung der Veranstaltungen zur Familienbildung



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Mehrheit der Träger (67,2%) bietet kostenlose Veranstaltungen (Einzelveranstaltungen) an. Dieser hohe Wert ist darauf zurückzuführen, dass die meisten Veranstaltungen der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie der Kirchen kostenlos sind. Bei 22,4% der Anbieter werden Beiträge bis unter 20 EUR und bei 3,5% zwischen 20 EUR und 50 EUR erhoben. Lediglich 6,9% erheben Beiträge von über 50 EUR (siehe Abb. 17).

Abbildung 17: Teilnehmergebühren bei Veranstaltungen



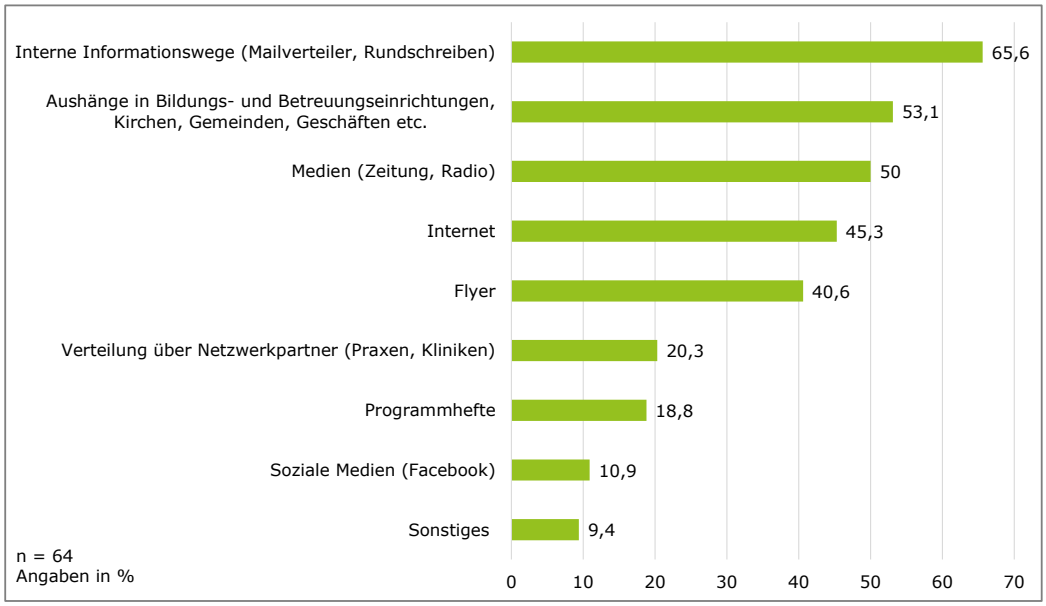
Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

4.5 Werbung für die Veranstaltungen

Grundlegend für den Erfolg von Familienbildungsmaßnahmen ist es, dass die Eltern rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren. Eine gute Bewerbung der Angebote ist dafür zentral. Derzeit sind die internen Informationswege wie Mailverteiler und Rundschreiben für die Anbieter das wichtigste Werbemittel (65,6%). Obendrein zeigte sich, dass dieses Werbemittel von knapp 71% der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen genutzt wurde. Auch Aushänge in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Kirchen, Gemeinden, Geschäften etc. spielen eine Rolle (53,1%). Soziale Medien sind hingegen weniger bedeutend: Auf diesem Weg informieren lediglich 10,9% der Träger über ihre Angebote. Dies ist damit zu erklären, dass über Social Media zwar recht günstig und einfach Werbung gemacht werden kann, die Pflege von Social-Media-Kanälen kann allerdings mit einem hohen Zeitaufwand einhergehen.

Die Verteilung der Informationen über Netzwerkpartner praktizieren bislang nur 20,3% der Anbieter. Programmhefte werden als Werbemittel nur von 18,8% der Veranstalter genutzt. Dies kann mit dem Arbeitsaufwand für die Gestaltung solcher Hefte bzw. den möglichen hohen Druckkosten zusammenhängen.

Abbildung 18: Werbemittel der Anbieter



Quelle: Anbieterbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Unter dem Punkt „Fazit und Ausblick" folgen genauere Darstellungen zu möglichen Ansätzen im Zusammenhang mit der Bewerbung der Angebote.

Abschließend zu den Ergebnissen der Bestandsaufnahme wird noch ein Blick auf die Einschätzung der Träger zu Quantität und Qualität der Familienbildungsangebote im Landkreis Schwandorf geworfen. Beides wird von den Trägern recht positiv bewertet: 70,8% der Träger stufen die Quantität der Angebote als genau richtig ein. 25% finden, dass es eher zu wenig Angebote gibt. Mit 95% bewertet eine ganz überwiegende Mehrheit der Befragten die Angebote als gut oder sogar sehr gut.[27]

5. Bericht zur Bedarfsanalyse

Die Bedarfsanalyse bildet den umfangreicheren Teil dieser Studie. Im folgenden Kapitel wird zunächst genauer die Verteilung der Fragebögen sowie die Rücklaufquote dargestellt. Es folgt die Präsentation der zentralen Ergebnisse dieses Studienteils.

Dabei wird auf diese Überpunkte eingegangen:

- 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

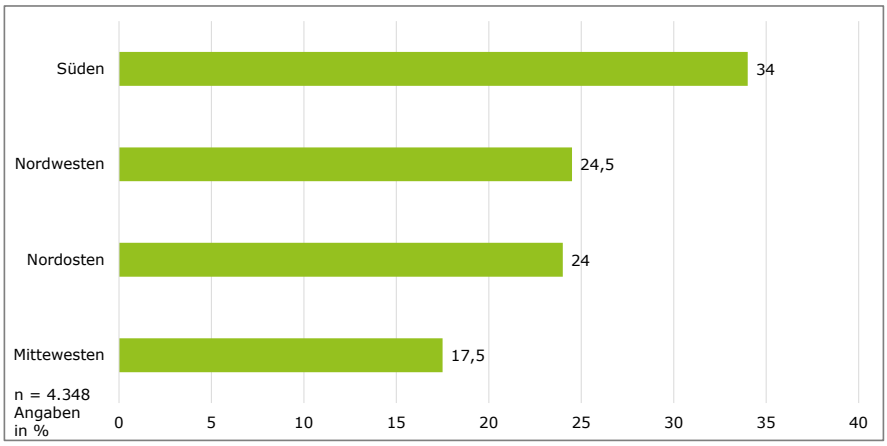
Der Fragebogen umfasste insgesamt 37 Fragen[28]. Befragt werden sollten Eltern minderjähriger Kinder im Landkreis Schwandorf. Um zu gewährleisten, dass möglichst alle Eltern der Zielgruppe an der Befragung teilnehmen können, wurde die Verteilung über 71 Kindertageseinrichtungen, 63 Schulen (Grund-, Mittel- und Realschulen, Gymnasien und Sonderpädagogische Förderzentren) vorgenommen. Um auch die Eltern von Kindern, die keine Betreuungseinrichtung besuchen, zu erreichen, wurden die Fragebögen außerdem über die KoKi an Eltern von Kindern des Jahrgangs 2018 verschickt. Eltern-Kind-Gruppen sollten über die KEB erreicht werden. Zudem wurden rund 30 Einrichtungen (z.B. Hebammen- und Frauenarztpraxen) gebeten, in den Wartezimmern mit vorbereiteten Flyern auf die Befragung hinzuweisen. Zudem wurde eine Plattform eingerichtet, auf der die Möglichkeit bestand, den Fragebogen digital zu beantworten. Insgesamt wurden 15.507 Fragebögen ausgegeben. [29]

Davon wurden 4.746 Bögen ausgewertet[30], was eine Rücklaufquote von 30,6% ergibt. Diese Zahl ist per se schon sehr positiv. Vor dem Hintergrund, dass an jedes Kind in den oben genannten Einrichtungen ein Fragebogen ausgegeben wurde, jede Familie aber nur einen Fragebogen ausfüllen sollte und in den Familien durchschnittlich zwei Kinder leben, ist de facto ein noch höherer Rücklauf zu konstatieren.

5.2 Soziodemographische Merkmale der Studienteilnehmer

Die meisten Eltern, die an der Befragung teilgenommen haben, wohnen in der Region Süden (34%). Die Regionen Nordwesten (24,5%) und Nordosten (24%) folgen mit etwas Abstand. Etwas weniger befragte Eltern stammen aus der Region Mittewesten (17,5%).

Abbildung 19: Herkunftsregionen der Befragten



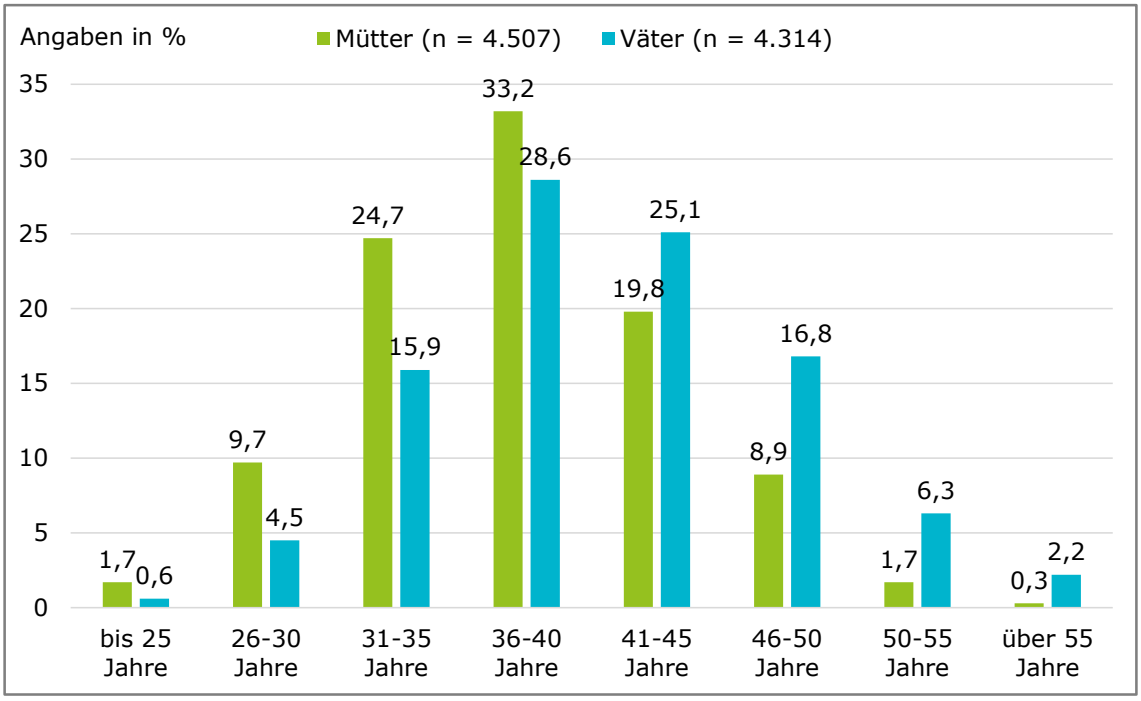
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die meisten der befragten Mütter (33,2%) sind zwischen 36 und 40 Jahre alt (Ø = 38 Jahre). Bei den Vätern liegt der größte Anteil (24,6%) ebenfalls bei 36-40 Jahren (Ø = 41 Jahre). Im Schnitt sind die Väter also etwas älter als die Mütter.

Einen äußerst geringen Anteil machen sehr junge Eltern aus (Mütter bis 25 Jahre: 1,7%; Väter bis 25 Jahre: 0,6%). Das gleiche gilt für ältere Mütter und Väter (Mütter über 55 Jahre: 0,3%; Väter über 55 Jahre: 2,2%).

Damit liegt das Durchschnittsalter der Befragten – sowohl insgesamt, als auch differenziert nach weiblichen und männlichen Befragten – deutlich unter den allgemeinen Altersdurchschnittswerten des Landkreises. Dies ist aber kein überraschender Befund, da im Rahmen dieser Studie nicht die gesamte Bevölkerung über alle Altersstufen hinweg befragt wurde, sondern lediglich Eltern mit Kinder bis 18 Jahren.

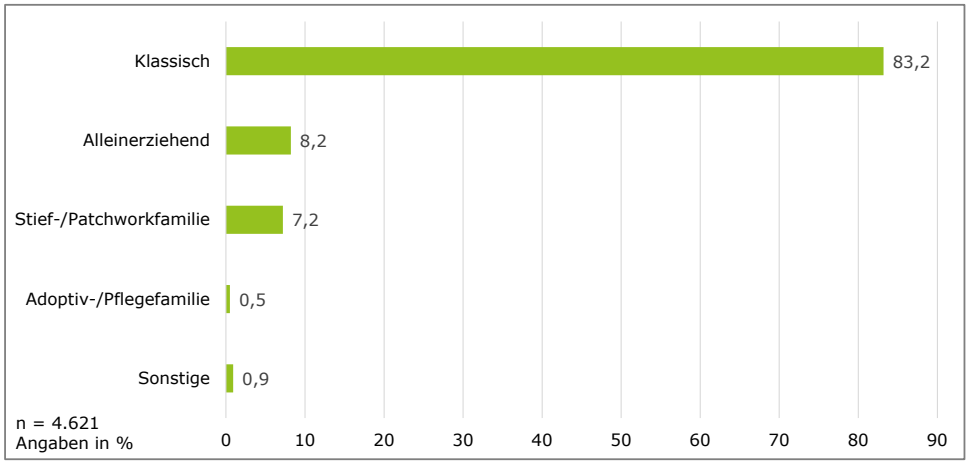
Abbildung 20: Alter der Mütter und Väter



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

In Bezug auf die Familienformen zeigt sich mit 83,2% eine klare Dominanz der klassischen Familie (Mutter, Vater, leibliche(s) Kind(er)). Alleinerziehende Elternteile (8,2%) und Stief- oder Patchwork-familien (7,2%) folgen erst mit sehr großem Abstand. Nur einen sehr geringen Anteil machen Adoptiv- und Pflegefamilien aus (0,5%). Welche Familienformen von den Befragten unter „Sonstiges" eingeordnet werden, ist rein spekulativ. Erfahrungsgemäß handelt es sich dabei um 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 21: Familienformen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Diese Verteilung spiegelt ungefähr die gesamtgesellschaftliche Verteilung der Familienformen des pairfam-Datensatzes[31] wieder. Die Erhebung aus dem Jahr 2015/16 zeigt ein Muster von 84% klassischen Familien, 10% Alleinerziehenden und 6% Patchworkfamilien[32]. Bei den beiden letztgenannten Familienformen weicht der Anteil im Landkreis Schwandorf leicht von der Verteilung des Pairfam ab.

Patchworkfamilien werden in der amtlichen Statistik nicht direkt erfasst. Daher können genaue Aussagen zum eigentlichen Bestand schwierig bzw. gar nicht gemacht werden. 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%)[33] ist festzustellen, dass eine direkte Gegenüberstellung nicht sinnvoll ist. Patchworkfamilien können sowohl zu den 70,1% der Ehepaare (z.B. durch eine zweite Ehe) als auch bei den 11,4% der Lebensgemeinschaften eingeordnet werden. Folglich ist wegen der für die vorliegende Studie vorgenommenen Unterscheidung in „Klassische Familie", „Alleinerziehend" und „Patchworkfamilie" ein Vergleich mit dem pairfam-Datensatz adäquater.

Ebenfalls ein sehr klassisches Bild zeigt sich hinsichtlich der Erwerbstätigkeit von Müttern und Vätern: Während 93,4% der Väter in Vollzeit beschäftigt sind, ist dies bei lediglich 10,9% der Mütter der Fall. Umgekehrt gehen nur 2,4% der Väter einer Teilzeitbeschäftigung nach. Bei den Müttern liegt der Anteil der Teilzeitbeschäftigten dagegen bei 61,9%.

Interessante Ergebnisse liefert die Betrachtung des Bildungsniveaus der Eltern. Die Grundlage der folgenden Berechnungen bildet die Klassifizierung der ISCED-Scala[34] von 1997. Bei ISCED handelt es sich um die internationale Standardklassifikation des Bildungswesens. Diese Klassifikation umfasst folgende sechs Kategorien.

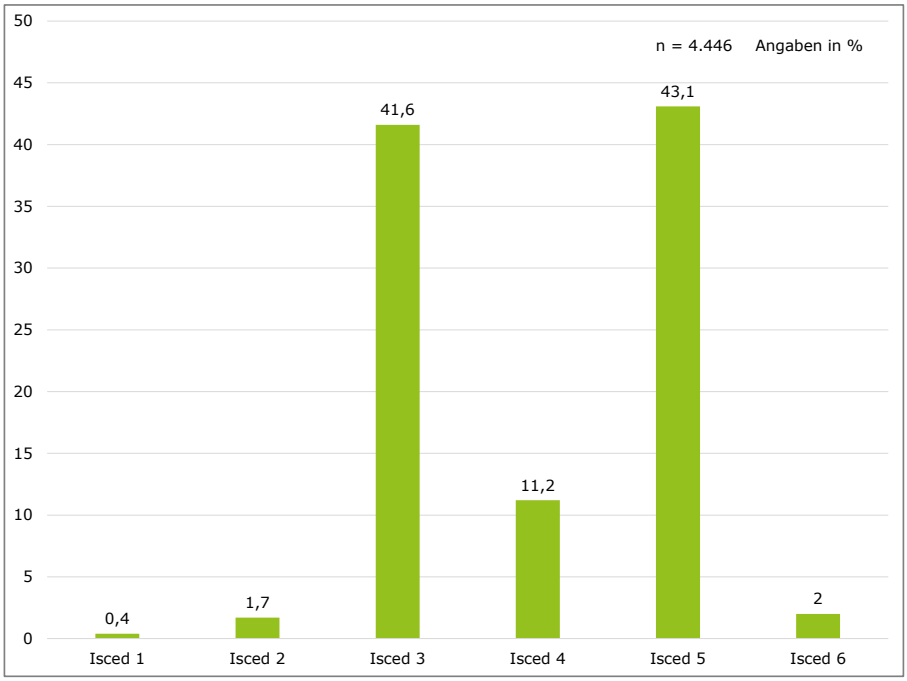
Tabelle 2: ISCED-Klassifikation

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 handelt es sich bei den Teilnehmern der vorliegenden Befragung um eine recht gebildete Gruppierung: Die meisten Haushalte, die an der Befragung teilnahmen, weisen ein Bildungsniveau auf, das in den Kategorien ISCED 3 (41,6%) bzw. ISCED 5 (43,1%) liegt[35] (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: 0,4%, ISCED 2: 1,7%).

Zusammengefasst verfügen 43,7% der Haushalte über eher niedrigere Bildungsniveaus (ISCED 1-3) und 56,3% über ein höheres Bildungsniveau (ISCED 4-6).

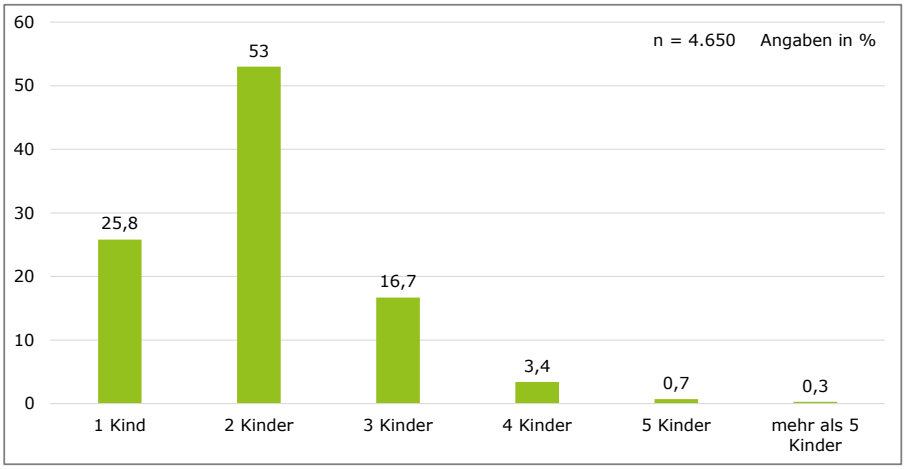
Abbildung 22: Bildungsniveau der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

In den meisten der befragten Familien (53%) leben zwei Kinder. Die durchschnittliche Anzahl liegt bei 2,01 Kindern pro Haushalt. Dieser Wert liegt etwas über der Geburtenziffer des Landkreises von 1,58 (siehe Strukturanalyse). Dass in dieser Analyse die Haushalte im Durchschnitt mehr als zwei Kinder haben, ist möglicherweise darauf zurückzuführen, dass Haushalte mit einem Kind unter drei Jahren unterrepräsentiert sind. Diese wurden nur bedingt bzw. schwierig erreicht, da die Erhebung vor allem über die Betreuungs- und Bildungseinrichtungen durchgeführt wurde. Somit kann davon ausgegangen werden, dass eine Vielzahl an (jungen) Eltern mit einem Kind unter drei Jahren, welches nicht extern betreut wird, nicht in die Berechnungen miteinfließen. Aufgrund ihres Fehlens erhöht sich die durchschnittliche Kinderanzahl in den hier betrachteten Haushalten auf einen Wert von über 2 (im Vergleich zu 1,58 als Landkreiswert). Der Anteil der Familien, die drei oder mehr Kinder haben, beträgt 21,1%.

Abbildung 23: Zahl der Kinder

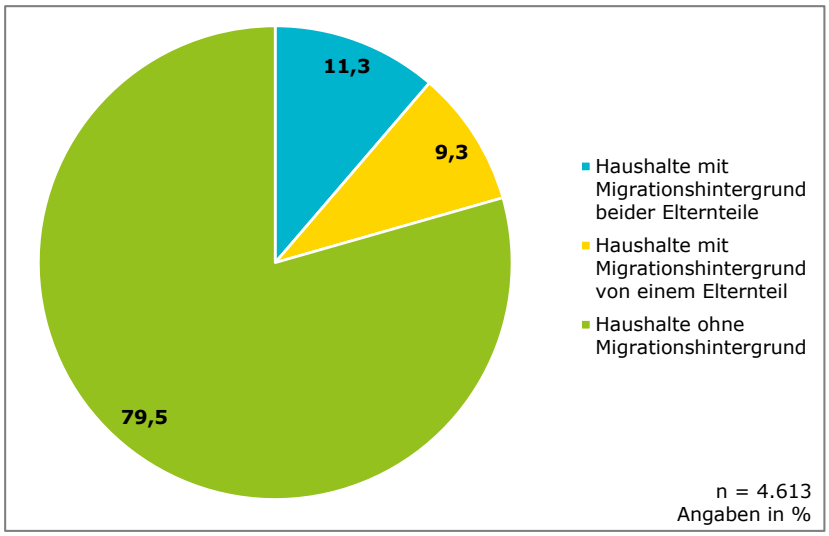


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die meisten der insgesamt 9.355 Kinder, die in den befragten Haushalten leben, befinden sich in der Altersspanne zwischen sieben und zehn Jahren. Genauere Berechnungen ergaben, dass in 31% der befragten Haushalte mindestens ein Kind im Alter von null bis drei Jahren lebt. Weitet man die Altersgrenze aus, zeigt sich, dass in knapp 54% der Haushalte mindestens ein Kind im Vorschulalter (d.h. im Alter von null bis sechs Jahren) lebt. Haushalte, in denen lediglich Teenager, d.h. Kinder ab dem 13. Lebensjahr leben, stellen in dieser Befragung eher eine Minderheit dar: Nur in knapp 7% der befragten Haushalte leben ausschließlich Kinder, die bereits das Teenageralter erreicht haben.

Hinsichtlich des Migrationshintergrunds[36] der Haushalte, hat die deutliche Mehrheit der Studienteilnehmer (79,5%) keinen Migrationshintergrund. Demgegenüber stehen 9,3% der Haushalte, in denen ein Elternteil einen Migrationshintergrund hat, und 11,3%, in denen beide Elternteile über einen Migrationshintergrund verfügen. Dieser Anteil liegt etwas über dem Anteil ausländischer Mitbürger im gesamten Landkreis Schwandorf (7,5%, siehe Strukturanalyse), was damit zu erklären ist, dass in der Befragung nach dem Migrationshintergrund und nicht nach der Staatsbürgerschaft gefragt wurde.

Abbildung 24: Migrationshintergrund der Haushalte



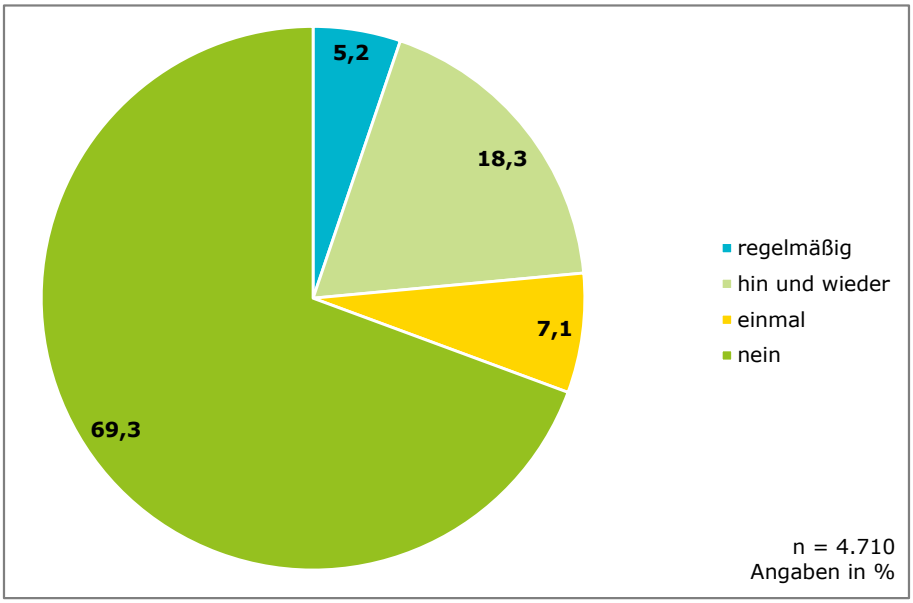
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.3 Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten und Bedarfe der Eltern

Geplantes und bisheriges Nutzungsverhalten

Von den befragten Eltern haben 30,6% bereits Familienbildungsangebote besucht. Dagegen gaben 69,3% an, noch nie an entsprechenden Veranstaltungen teilgenommen zu haben. Das heißt, dass die Mehrheit der Eltern bislang nicht durch die Angebote erreicht wurde. Von den Eltern, die bereits Familienbildungsangebote wahrnahmen, haben 17,3% regelmäßig, 60% hin und wieder und 22,6% bisher einmal eine Veranstaltung besucht.

Abbildung 25: Häufigkeit der Teilnahme an Familienbildungsmaßnahmen

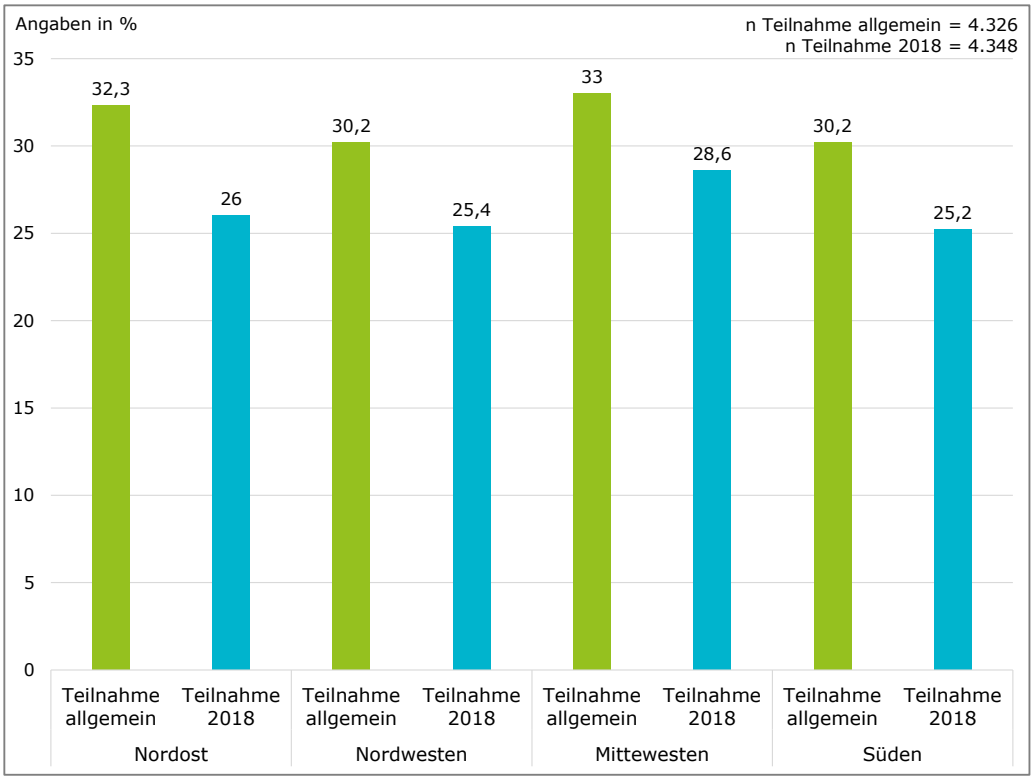


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Im Schnitt haben die Teilnehmer an 2,6 Veranstaltungen im Jahr teilgenommen.

Betrachtet man die Herkunft der Teilnehmer, die allgemein und speziell im Jahr 2018 an Familienbildung teilgenommen haben, ergibt sich ein sehr ausgeglichenes Bild. In allen Regionen haben sowohl allgemein als auch 2018 ähnlich viele Eltern Angebote wahrgenommen. Es sind lediglich geringfügige Abweichungen zu erkennen (siehe Abb. 26). Dies könnte darauf hindeuten, dass Eltern in allen Regionen des Landkreises ähnliche Voraussetzungen und somit ähnlich gute Chancen für die Teilnahme an Familienbildung haben.

Abbildung 26: Herkunftsregionen der Teilnehmer an Familienbildung allgemein und 2018



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

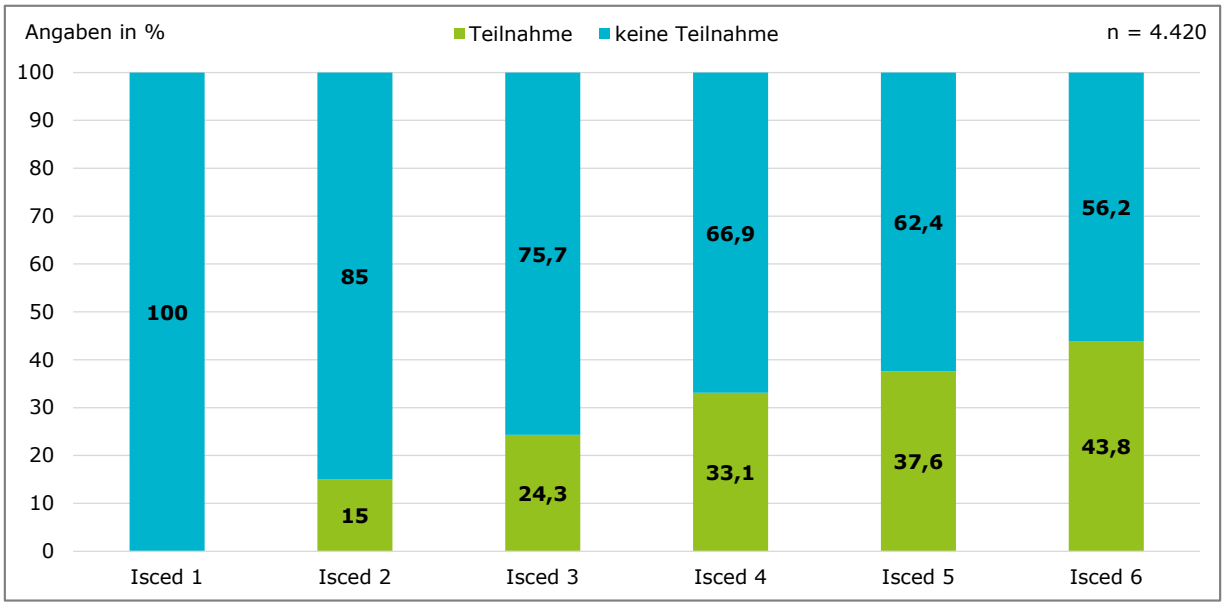
Die genauen Auswertungen zur Teilnahme ergaben, dass das Alter der Kinder und die Teilnahme an Familienbildung zusammenhängen: 29,8% der Haushalte, in denen mindestens ein Kind bis zu sechs Jahren lebt, haben 2018 Veranstaltungen zur Familienbildung besucht. Bei Haushalten mit mindestens einem Kind zwischen null und drei Jahren waren es sogar 34,3%. Es handelt sich hierbei um Familien, die aufgrund des Alters der Kinder vermutlich noch einen recht hohen Informationsbedarf zum Thema Familie und Erziehung haben. Bei den Haushalten, in denen nur Teenager-Kinder ab 13 Jahren leben, liegt der Anteil der Eltern, der im Jahr 2018 Familienbildungsangebote wahrgenommen hat, nur noch bei 16,9%.

Die Analysen bezüglich der Art der Erwerbstätigkeit und der Teilnahme an Familienbildungsangeboten zeigen: 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 (44,4%). Der Anteil der Haushalte, in denen beide Vollzeit arbeiten, ist demgegenüber wesentlich geringer (22,4%). Eine mögliche Erklärung ist, dass durch eine Vollzeitbeschäftigung nur noch eine begrenzte Zeit für weitere Aktivitäten, wie etwa den Besuch von Familienbildungsangeboten bleibt.

Wichtige Ergebnisse, die bei der künftigen Planung der Angebote berücksichtigt werden sollten, folgen aus der Betrachtung von einer bisherigen Teilnahme an Familienbildung im Zusammenhang mit dem Bildungsniveau: Hier zeigt sich, dass durchaus ein Zusammenhang zwischen der Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen und dem Bildungsniveau der Haushalte besteht: Je höher das Bildungsniveau der Haushalte ist, desto eher haben die Haushalte in der Vergangenheit an Veranstaltungen zur Familienbildung teilgenommen (siehe Abb. 27).

Vor allem Haushalte, in denen mindestens ein Elternteil über eine hohe oder sehr hohe Bildung verfügt (Teilnehmer mit ISCED 6: 43,8%; Teilnehmer mit ISCED 5: 37,6%), haben an Familienbildung teilgenommen.

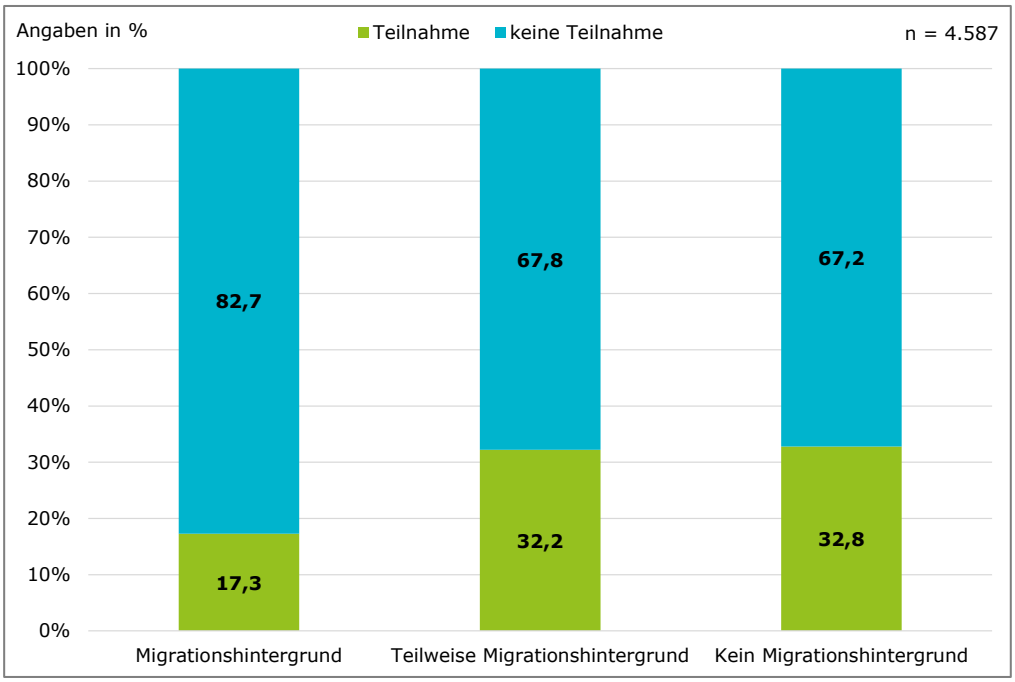
Abbildung 27: Teilnahme an Familienbildungsangeboten nach Bildungsniveau der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Auch zwischen dem Migrationshintergrund und der bisherigen Teilnahme lässt sich ein Zusammenhang feststellen. Nur recht wenige der Haushalte, in denen beide Elternteile über einen Migrationshintergrund verfügen, haben an Familienbildungsveranstaltungen teilgenommen (17,3%). Bei Haushalten, in denen ein Elternteil einen Migrationshintergrund hat, liegt der Anteil bei 32,2% und bei Haushalten ohne Migrationshintergrund bei 32,8%. Folglich lässt sich kein Unterschied zwischen Haushalten ohne Migrationshintergrund und Haushalten, in denen ein Elternteil Migrationshintergrund besitzt, feststellen (siehe Abb. 28). Interessant ist allerdings, dass kein Zusammenhang zwischen dem Bildungsniveau der Haushalte mit Migrationshintergrund und der Teilnahme festgestellt werden konnte. Das heißt: Migranten, die bereits Veranstaltungen zur Familienbildung besucht haben, haben kein höheres Bildungsniveau als Migranten, die noch nie teilgenommen haben. Dies stellt also eine Abweichung zu den deutschen Haushalten dar

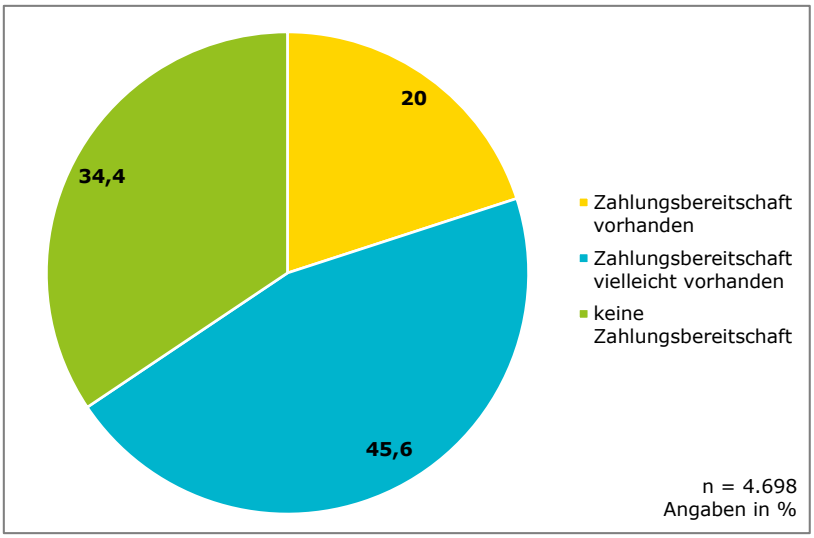
Abbildung 28: Teilnahme an Familienbildung nach Nationalität der Haushalte



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine prinzipielle Bereitschaft zeigen die Eltern bezüglich der Frage, ob sie für Familienbildungsveranstaltungen eine Teilnahmegebühr entrichten würden: 20% beantworten diese Frage mit „ja", weitere 45,6% können es sich vorstellen (Antwort „vielleicht"). Keine Zahlungsbereitschaft zeigen 34,4% (siehe Abb. 29).

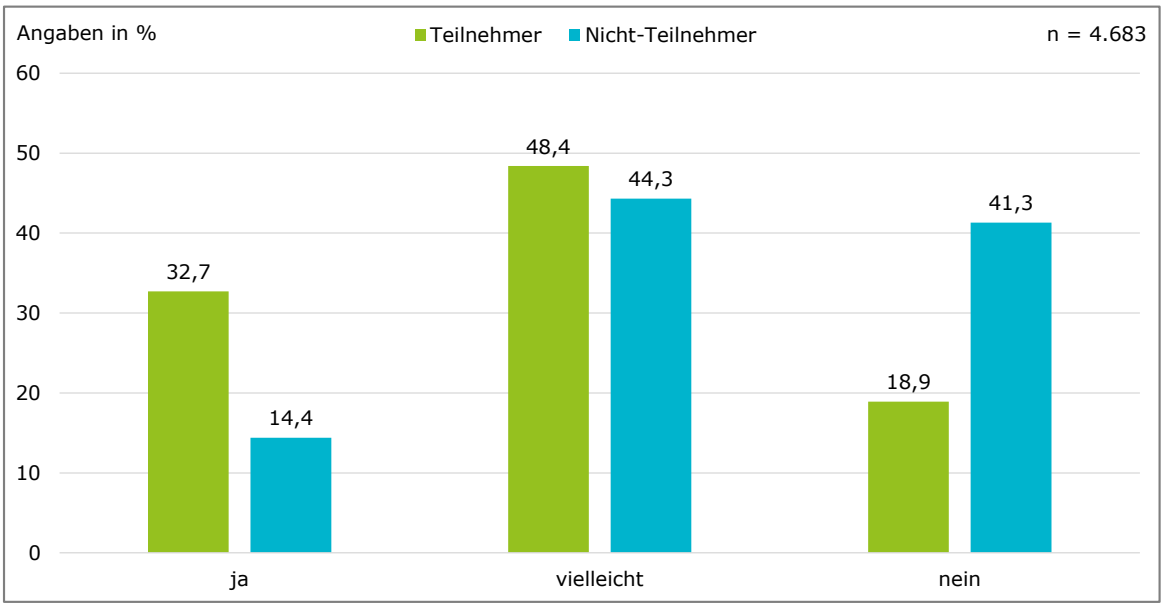
Abbildung 29: Bereitschaft der Eltern zur Zahlung einer Teilnahmegebühr



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Aufschlussreich ist folgendes Ergebnis: Von den Eltern, die bereits Angebote der Familienbildung besucht hatten, äußerten nur 18,9%, dass sie keinen Beitrag zahlen würden. Bei den Personen, die noch nie an solchen Veranstaltungen teilgenommen haben, sind es deutlich mehr. 41,3% dieser Gruppe sind nicht bereit für einen Kurs zu bezahlen. Zudem war bei Haushalten mit höherem Bildungsniveau eine größere Zahlungsbereitschaft zu erkennen, was damit zusammenhängen könnte, dass ein höheres Bildungsniveau häufig auch mit einem höheren Einkommensniveau einhergehen kann.

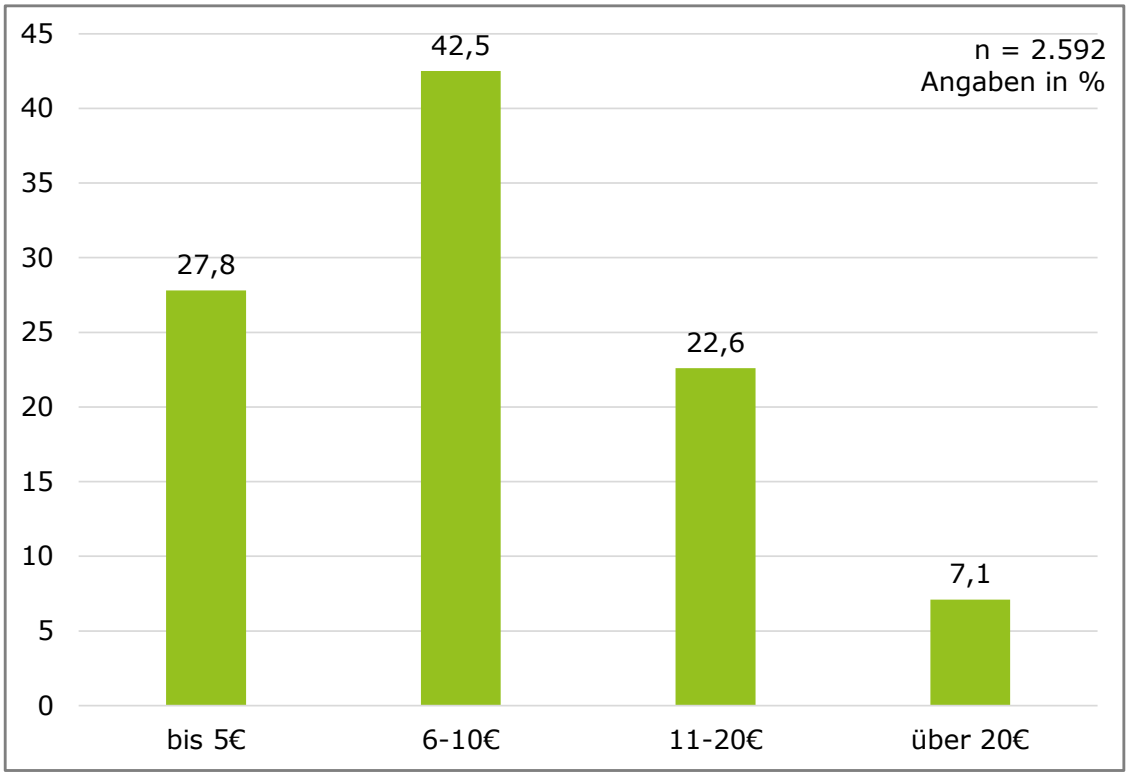
Abbildung 30: Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Teilnehmer und bisherige Nicht-Teilnehmer



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Von den Eltern, die bereit wären, einen Unkostenbeitrag zu leisten, würden die meisten (42,5%) zwischen 6 und 10 EUR für eine Einzelveranstaltung bezahlen. Lediglich 7,1% können sich einen Beitrag von mehr als 20 EUR für Familienbildungsangebote (Einzelveranstaltungen) vorstellen. Durchschnittlich würden die Eltern knapp 12 EUR für eine Einzelveranstaltung bezahlen. In diesem Durchschnittswert sind allerdings auch Ausreißer enthalten (also hohe Werte, da manche Familien auch deutlich mehr bezahlen würden). Daher sollten die Anbieter von Familienbildung nicht deutlich mehr als 10 EUR pro Einzelveranstaltung verlangen.

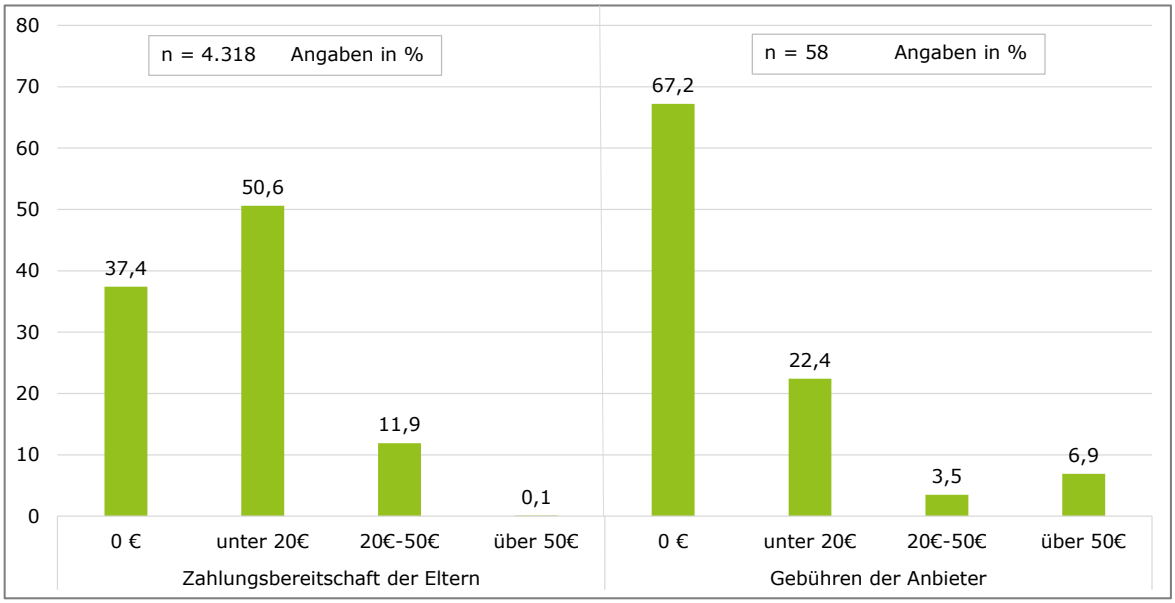
Abbildung 31: Höhe einer möglichen Teilnahmegebühr für Einzelveranstaltung



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

Der Vergleich der Zahlungsbereitschaft der Eltern und der Kostenstruktur der Träger führt zu folgendem Ergebnis.[37]

Abbildung 32: Gegenüberstellung Zahlungsbereitschaft Eltern und Gebühren der Anbieter



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

Es ist zu erkennen, dass die Kostenstruktur der Träger recht gut zur Zahlungsbereitschaft der Eltern passt. Es gibt zum einen bereits viele kostenlose Angebote. Zum anderen stimmt die Preisstruktur auch darüber hinaus recht gut mit den Wünschen der Eltern überein. Dass die Eltern insgesamt mit der Kostenstruktur zufrieden sind, verdeutlich das Ergebnis, dass zu teure Angebote nur für ausgesprochen wenige Eltern (1,5%) einen Hinderungsgrund für die Teilnahme an Familienbildung darstellen. Folglich sollten weiterhin viele kostenlose Angebote gemacht werden. Dies gilt vor allem, da Familienbildung – gerade auch vor dem Hintergrund der Chancengleichheit – selbstverständlich für alle Familien unabhängig von den finanziellen Möglichkeiten zugänglich sein sollte.

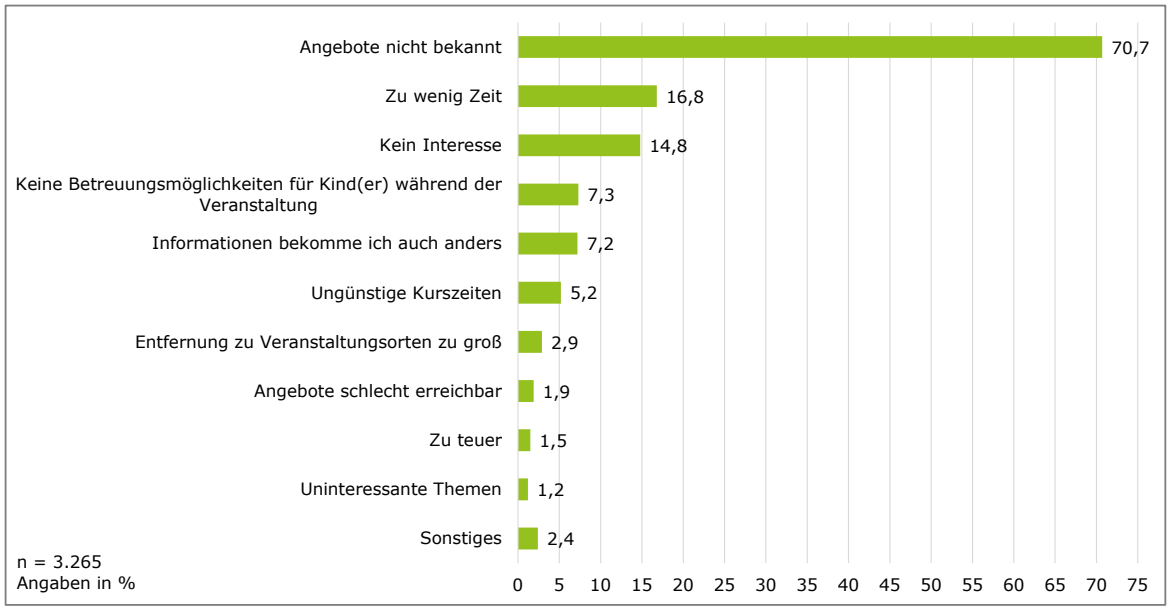
Des Weiteren wurden die Eltern gefragt, welche Fahrtstrecke sie für den Besuch einer Veranstaltung auf sich nehmen würden. Die Distanzen wurden (bereits bei der Befragung) geclustert: gar nicht, bis 10 km, bis 20 km, bis 30 km, bis 40 km, über 40 km. Lediglich 11,8% gaben an, dass sie gar nicht zu einer Familienbildungsveranstaltung fahren würden. Für die meisten Eltern (36,8%) ist hingegen eine Strecke von bis zu 20 km akzeptabel.

Auch bei der Fahrbereitschaft zeigt sich ein Zusammenhang zur bisherigen Teilnahme: Während 16,1% der bisherigen Nicht-Teilnehmer angaben, gar nicht zu Familienbildungsangeboten fahren zu wollen, trifft dies nur auf 2,1% der bisherigen Teilnehmer zu.

Zu ebenfalls aufschlussreichen Ergebnissen führte die Frage nach den Gründen, warum bislang keine Familienbildungsangebote wahrgenommen wurden: Der Hauptgrund liegt mit 70,7% eindeutig an der mangelnden Bekanntheit der Angebote.

Andere Gründe wie etwa Zeitmangel (16,8%) und fehlendes Interesse (14,8%) etc. sind weniger ausschlaggebend. Hinderungsgründe von eher marginaler Bedeutung sind die zu große Entfernung der Veranstaltungen (2,9%), die schlechte Erreichbarkeit (1,9%), der Kostenfaktor (1,5%) und uninteressante Themen (1,2%) (siehe Abb. 33).

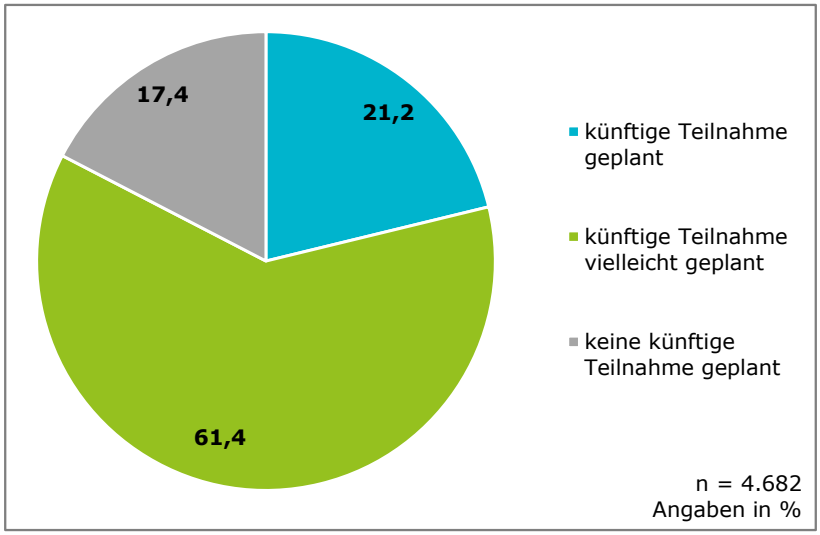
Abbildung 33: Hinderungsgründe für die Teilnahme an Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Betrachtet man die künftige Nutzung von Familienbildung, zeigt sich deutliches Potential: Auf die Frage „Haben Sie und/oder Ihre Partnerin/Ihr Partner vor, in Zukunft Veranstaltungen zur Familienbildung zu besuchen?" antworteten 21,2% der Studienteilnehmer mit „ja" und eine Mehrheit (61,4%) kann es sich zumindest vorstellen (siehe Abb. 34).

Abbildung 34: Zukünftiges Nutzungsverhalten von Familienbildungsangeboten

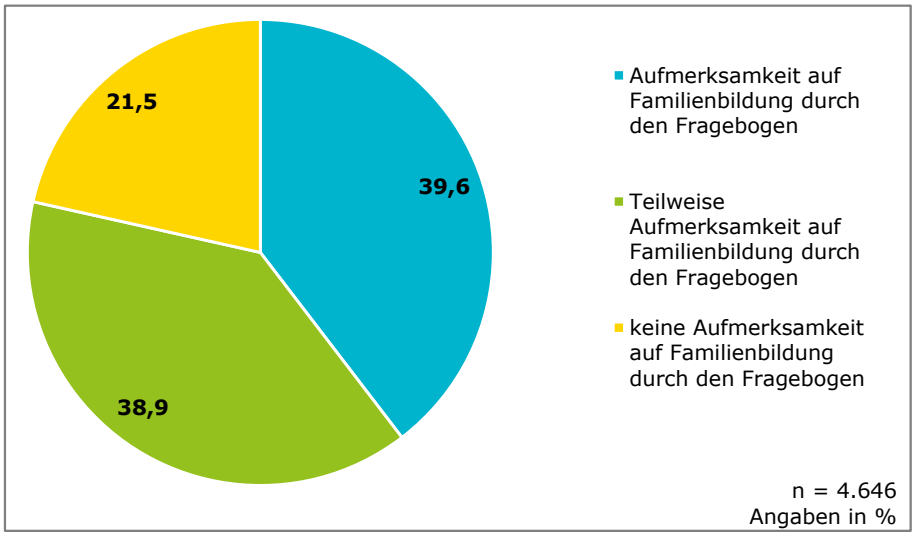


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Daraus lässt sich ableiten, dass ein Großteil der Eltern einer künftigen Teilnahme an Familienbildungsveranstaltungen offen gegenübersteht und derzeit für das Thema sensibilisiert ist. Bestätigt wird dies durch die Betrachtung von bisheriger Teilnahme und künftiger Bereitschaft. Hier ist zu erkennen, dass vor allem Eltern, die bereits Angebote wahrgenommen haben, auch künftig eine Teilnahme in Erwägung ziehen: Fast alle (95,8%) der bisherigen Teilnehmer ziehen den Besuch von Familienbildungsveranstaltungen weiterhin in Erwägung (48,7% sicher, 47,1% vielleicht). Aber auch bei den bisherigen Nicht-Teilnehmern ist eine positive Tendenz erkennbar: 76,9% können sich eine künftige Teilnahme vorstellen (9,1% sicher, 67,8% vielleicht). Dabei war zu erkennen, dass die künftige Teilnahmebereitschaft im Zusammenhang mit dem Bildungsniveau steht: Befragte mit höherem Bildungsniveau können sich eine künftige Teilnahme eher vorstellen.

Es besteht also eine durchaus große Chance, noch mehr Eltern für Familienbildungsmaßnahmen zu gewinnen, wobei daran auch die vorliegende Befragung einen Anteil hat: Durch den Fragebogen wurden 78,5% der Eltern ganz oder teilweise auf Familienbildung aufmerksam.

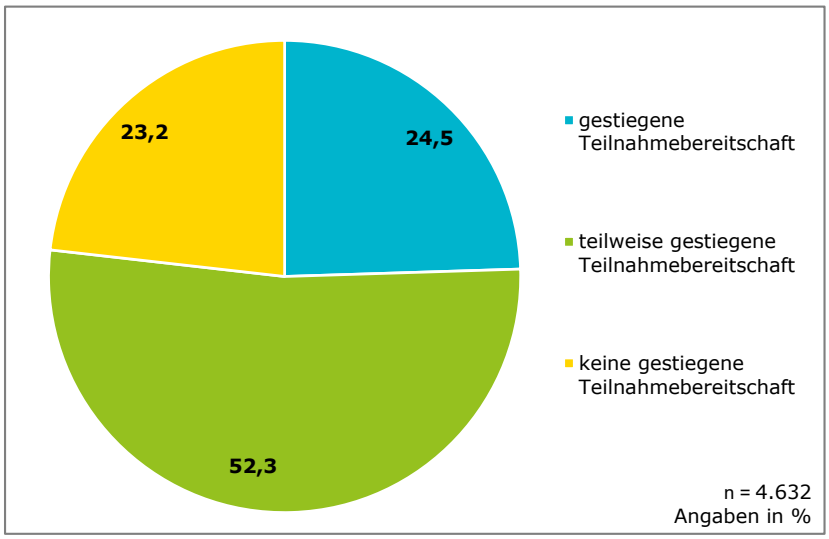
Abbildung 35: Aufmerksamkeit auf Familienbildung durch Fragebogen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Zudem geben 24,5% der Befragten an, dass ihre Teilnahmebereitschaft durch den Fragebogen gestiegen ist. Weitere 52,3% können es sich zumindest vorstellen, bedingt durch den Fragebogen, in Zukunft mehr Familienbildungsangebote wahrzunehmen.

Abbildung 36: Gestiegene Teilnahmebereitschaft an Familienbildung durch Fragebogen

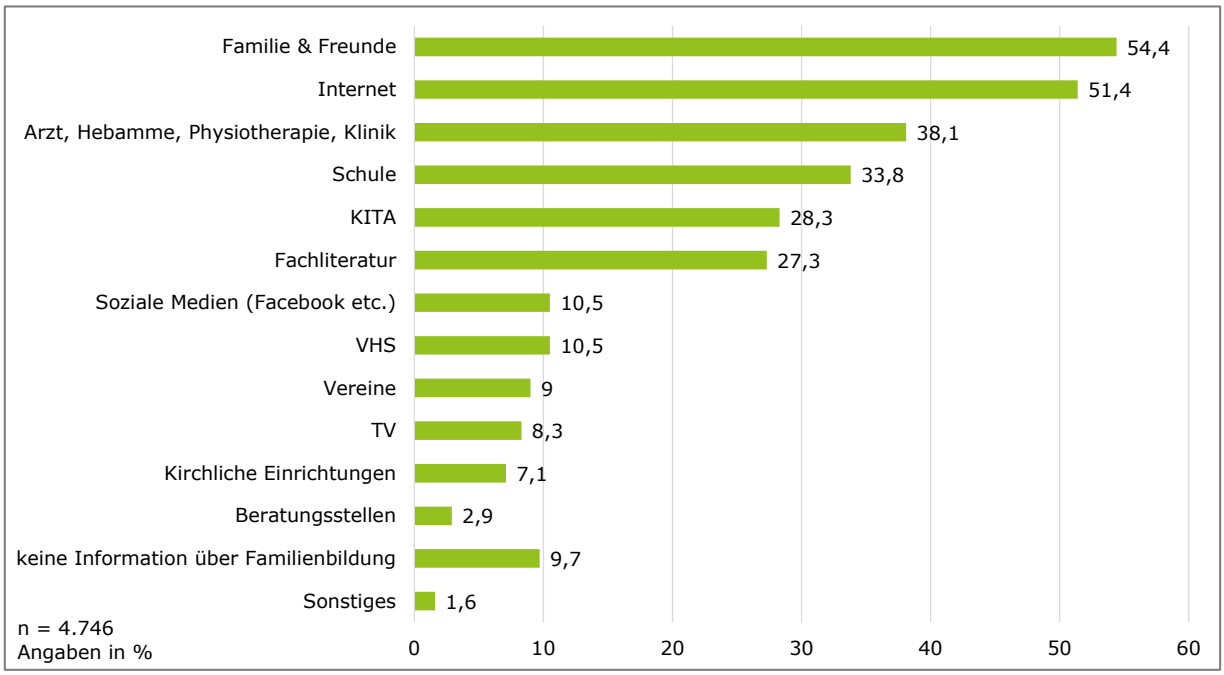


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Informationsquellen bei Fragen zum Thema Familie, Kind etc.

Familie und Freunde sind die wichtigste Informationsquelle zum Thema Familienbildung (54,4%), dicht gefolgt vom Internet mit 51,4%. Auch Gesundheitseinrichtungen (Ärzte, Hebammen, Physiotherapeuten, Klinik) (38,1%) sowie die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen (Schule 33,8%, Kita 28,3%) und Fachliteratur (27,3%) spielen als Informationsquellen eine Rolle.

Abbildung 37: Informationsquellen der Eltern zum Thema Familienbildung



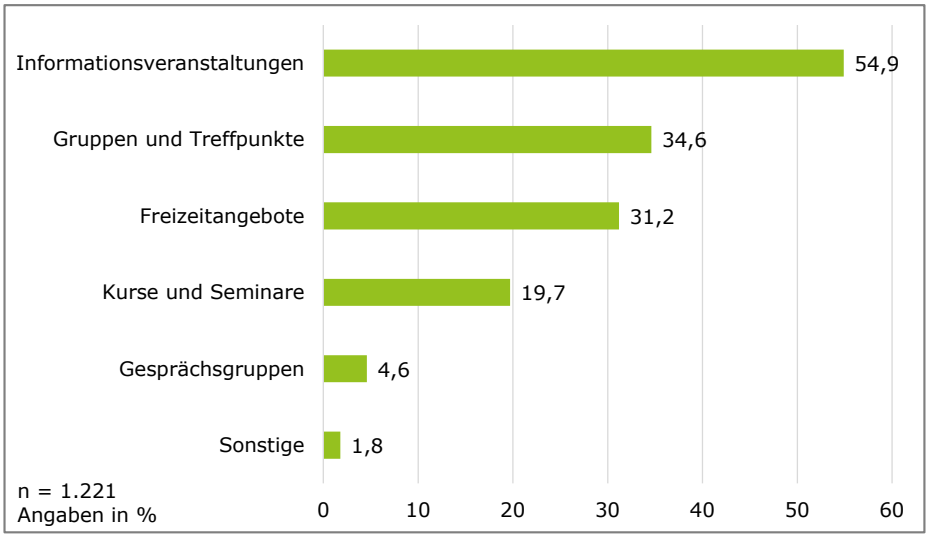
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Art und Themenfelder der besuchten Veranstaltungen und Wünsche der Eltern dazu

Die 1.221 Haushalte, die angaben, im Jahr 2018 an Familienbildungsveranstaltungen teilgenommen zu haben, konnten sich außerdem zur Art und den Themen der besuchten Veranstaltungen äußern.

Die Infoveranstaltung wurde mit 54,9% im Jahr 2018 am häufigsten besucht. Gruppen und Treffpunkte folgen mit 34,6%, Freizeitangebote mit 31,2%. An Kursen und Seminaren nahmen 19,7% der Eltern teil. Gesprächsgruppen wurden mit 4,6% nur selten besucht.

Abbildung 38: Besuchte Veranstaltungsarten

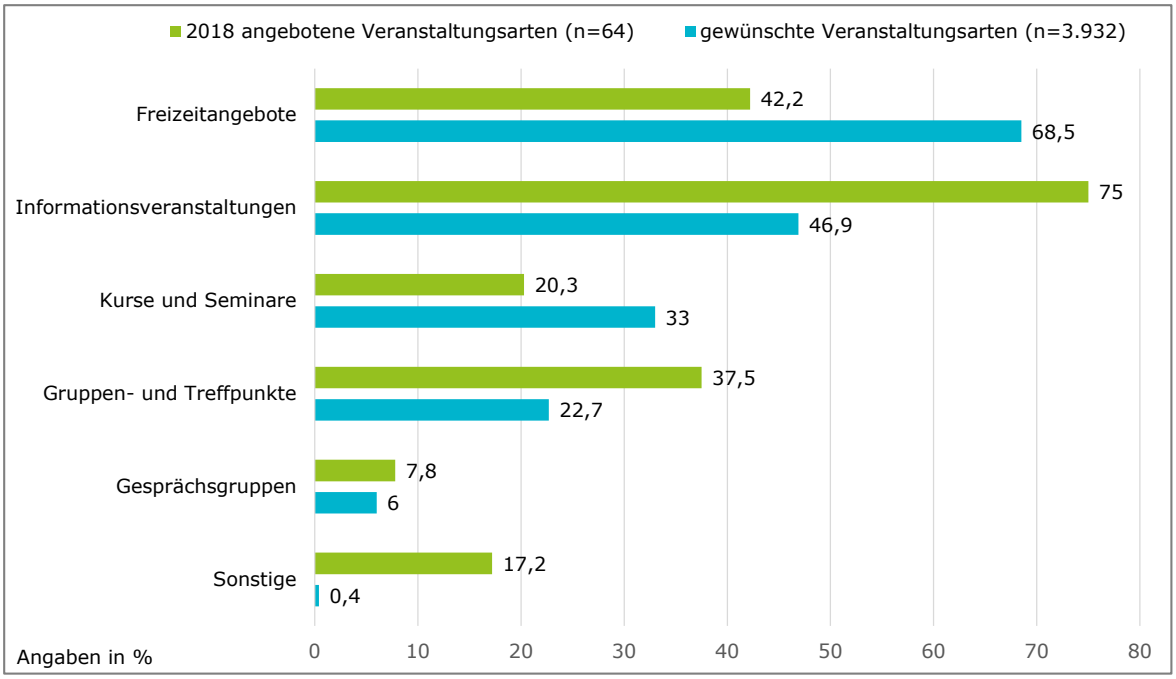


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Setzt man die angebotenen Veranstaltungsarten in Relation zu den gewünschten Veranstaltungsarten , zeigt sich, dass besonders der Bedarf an Infoveranstaltungen gedeckt ist. Auch „Gruppen und Treffpunkte" werden bereits ausreichend angeboten Dies bedeutet jedoch nicht, dass das Angebot hier reduziert werden sollte. Es ist vielmehr der Ansatz zu verfolgen, dass mehr Formate angeboten

werden, die von den Eltern im Verhältnis zu den bisherigen Angeboten recht stark gewünscht werden. Dies gilt vor allem für „Freizeitangebote" und etwas weniger stark ausgeprägt für „Kurse und Seminare".

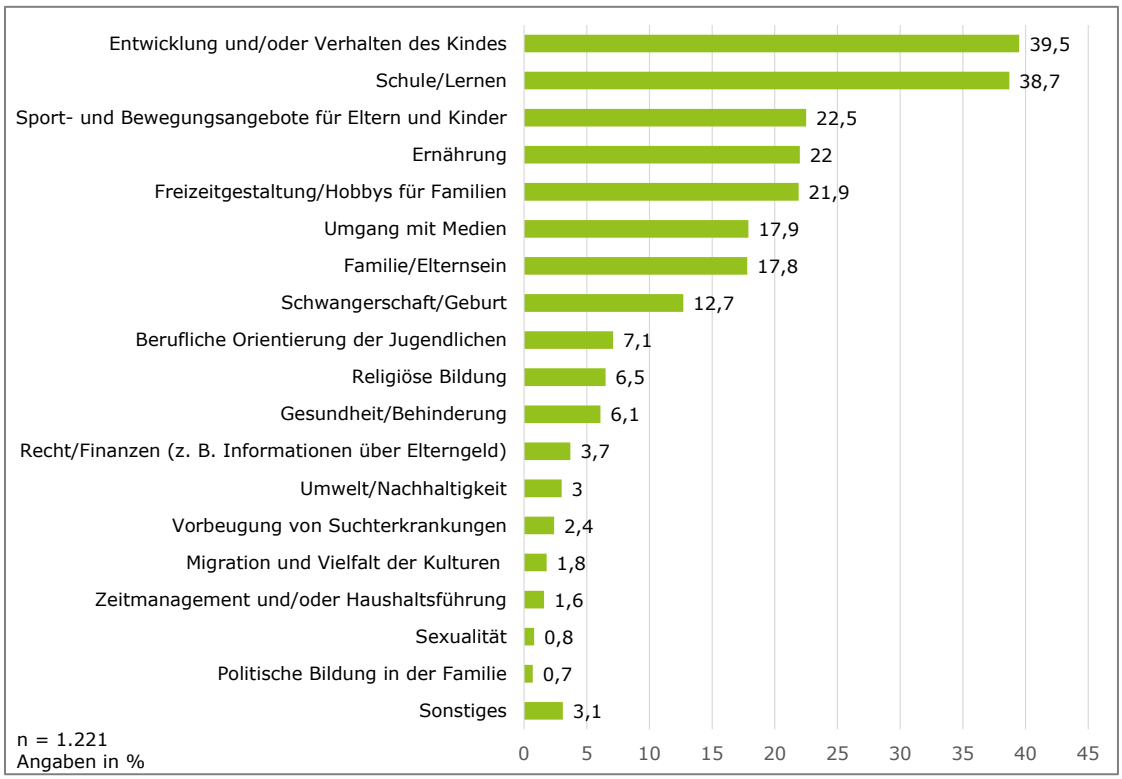
Abbildung 39: Vergleich der angebotenen und gewünschten Veranstaltungsarten



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

Hinsichtlich der Themen fanden Veranstaltungen zu „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" (39,5%) sowie „Schule/Lernen" (38,7%) den größten Anklang. Mit etwas Abstand folgen „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder" (22,5%) und zum Thema „Ernährung" (22%). Weniger häufig besucht wurden Veranstaltungen zu „Migration und Vielfalt der Kulturen" (1,8%), „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" (1,6%), „Sexualität" (0,8%) und „Politische Bildung in der Familie" (0,7%).

Abbildung 40: Themen der besuchten Veranstaltungen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Aus den verschiedenen thematischen Antwortkategorien wurden sechs übergreifende Themenfelder gebildet[39].

Demnach ergibt sich folgende Verteilung:

Tabelle 3: Themenfelder der besuchten Veranstaltungen

1) Gesunde Lebensweise • Ernährung • Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder • Vorbeugung von Suchterkrankungen	40,5%	N = 1.221
2) Schule und Lernen	38,7%	
3) Verhalten und Entwicklung von Kindern • Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes • Förderung der Erziehungskompetenz • Gesundheit/Behinderung • Sexualität	42,9%	
4) Freizeitgestaltung/Hobby für Familienbildung	21,9%	
5) Familie & Gesellschaft • Umwelt/Nachhaltigkeit • Migration und Vielfalt der Kulturen • Politische Bildung • Religiöse Bildung	9,9%	
6) Umgang mit Medien	17,9%	
7) Familie, Elternsein & Co • Familie, Elternsein & Partnerschaft • Schwangerschaft/Geburt	27,1%	
8) Organisatorisches • Recht und Finanzen • Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung	5,1%	
9) Berufliche Orientierung von Jugendlichen	7,1%	

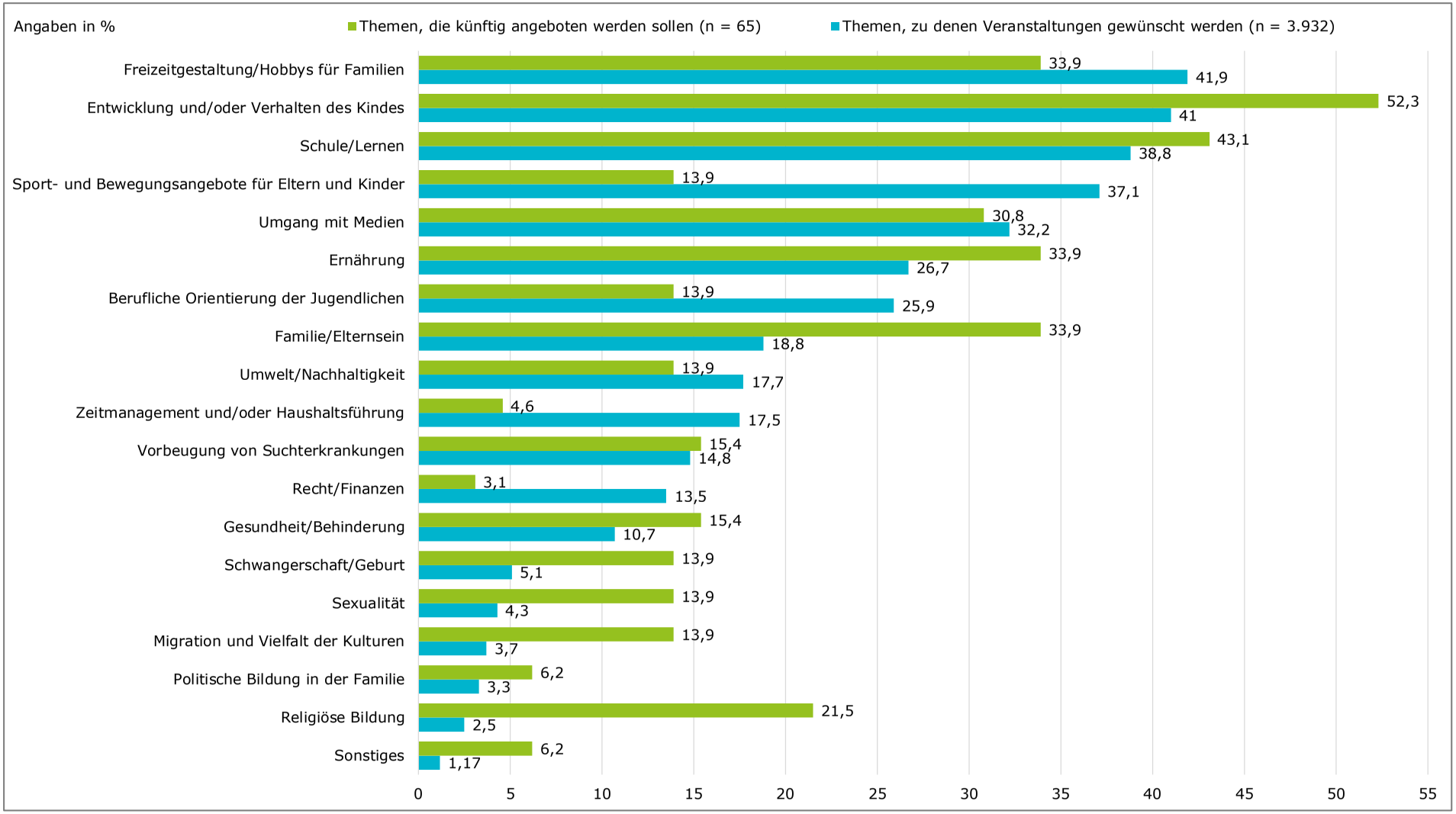
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

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

Die Eltern hatten bei dieser Frage die Möglichkeit, weitere Themen zu ergänzen. Vor allem Krabbelgruppen/Eltern-Kind-Gruppen, Erste-Hilfe-Kurse, der Themenbereich „Pubertät" und musische Angebote wurden hier angeführt.

Hilfreich ist es für die Verantwortlichen vor allem zu wissen, zu welchen Themen die Angebote noch etwas erweitert werden könnten. Besonders große prozentuale Unterschiede zwischen den angebotenen und den gewünschten Veranstaltungsthemen (höherer Wert als bei besuchten Veranstaltungen) sind ein Hinweis, dass vermehrter Bedarf besteht und daher perspektivisch mehr Veranstaltungen angeboten werden sollten. Umgekehrt ist der Bedarf mehr als hinreichend, wenn der Anteil der Eltern, die sich mehr Angebote wünschen erkennbar geringer ist als der Prozentsatz der Trägerangebote zum jeweiligen Thema.

Abbildung 41: Vergleich von Themen der geplanten Veranstaltungen und Themenwünschen



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

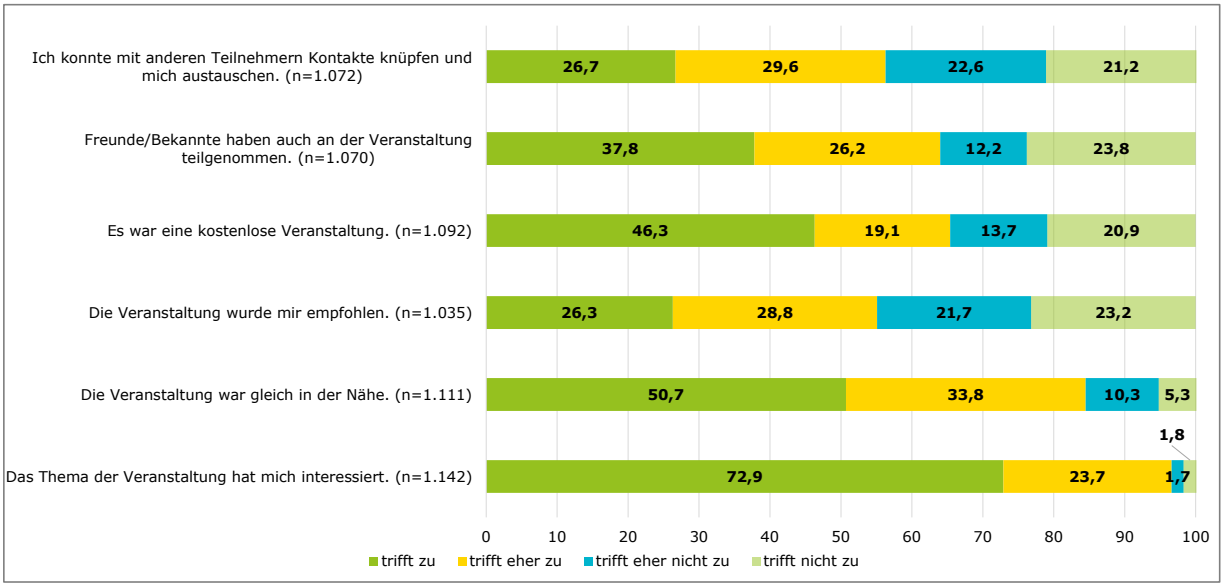
Der Vergleich der Themen der besuchten Veranstaltungen und der von den Eltern gewünschten Themen[40] macht deutlich, dass das Thema „Entwicklung und/oder Verhalten des Kindes" mit 41% am zweithäufigsten gewünscht wurde. Für die hohe Relevanz dieses Themas spricht des Weiteren, dass dazu die meisten Veranstaltungen besucht wurden (siehe Abb. 40). Gleichzeitig gibt es zu diesem Thema aber auch schon ein sehr breites Angebot.

Eine Angebotserweiterung ist vor allem für den Bereich „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder" anzustreben. Hier zeigt sich eine erhebliche Diskrepanz zwischen geplantem Angebot und Themenwünschen. Ebenso können die Angebote in den Bereichen „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" und „Berufliche Orientierung" ausgebaut werden. Hier sind die Differenzen zwischen Wunsch und künftigem Angebot ebenfalls recht groß. 10,5% der Eltern gab an, dass das Angebot für sie ausreichend ist. Sie haben folglich keine Themenwünsche angegeben.

Im Verhältnis zu den Themenwünschen zeigt sich perspektivisch vor allem bei den Themen „Religiöse Bildung" und „Familie/Elternsein" ein sehr breites Angebot.

Dass es sich lohnt, die Angebote thematisch möglichst an den Interessen der Eltern auszurichten, zeigen folgende Ergebnisse: Die Eltern wurden nach den Gründen gefragt, die sie zum Besuch einer Familienbildungsmaßnahme bewegt haben. Der ausschlaggebende Grund war das Interesse am Thema der Veranstaltung: Für 96,6% war dies ein ausschlaggebender Grund (trifft zu: 72,9%; trifft eher zu: 23,7%). Eine entscheidende Rolle spielte auch, dass die Veranstaltung in der Nähe war (auf 84,5% trifft dies ganz oder eher zu). Einen weiteren wichtigen Beweggrund stellte dar, dass die Veranstaltungen kostenlos waren (65,4% stimmen dieser Aussage ganz oder teilweise zu). Bedeutend sind außerdem die Kontakte und der Austausch mit anderen Eltern. Das unterstreichen die Angaben zu folgenden Aussagen: „Freunde und Bekannte haben auch an der Veranstaltung teilgenommen" (für 64% der Eltern trifft diese Aussage eher bzw. ganz zu) und „Ich konnte mit anderen Teilnehmern Kontakte knüpfen und mich austauschen" (trifft für 56,3% der Eltern ganz bzw. eher zu) (siehe Abb. 42).

Abbildung 42: Gründe für einen Veranstaltungsbesuch



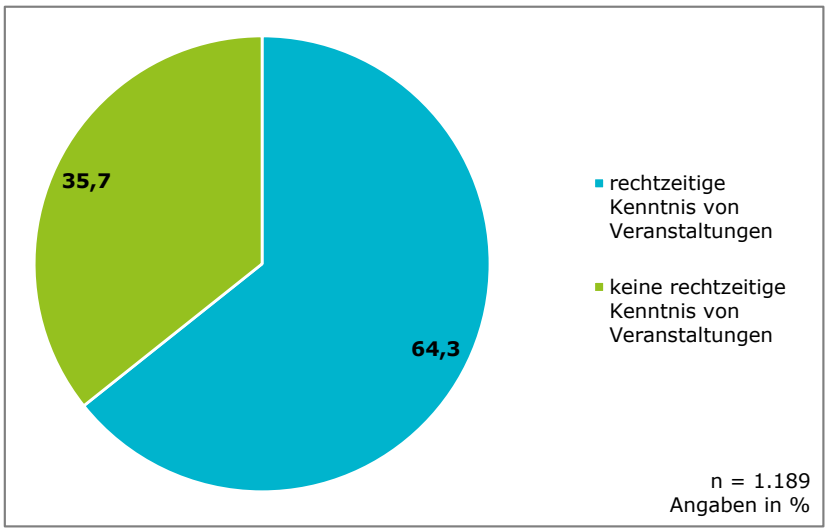
Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

5.4 Aufmerksamkeit auf Veranstaltungen

Die Mehrheit (64,3%) der Eltern, die 2018 an Familienbildung teilgenommen hat, erfährt rechtzeitig von den Veranstaltungen zur Familienbildung.

Genauer zeigte sich: 81,5% 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 51%, die rechtzeitig von den Veranstaltungen erfuhren. Somit ist eine Aufwärtsspirale sichtbar: Je häufiger Eltern Familienbildungsangebote nutzen, desto eher waren sie rechtzeitig informiert.

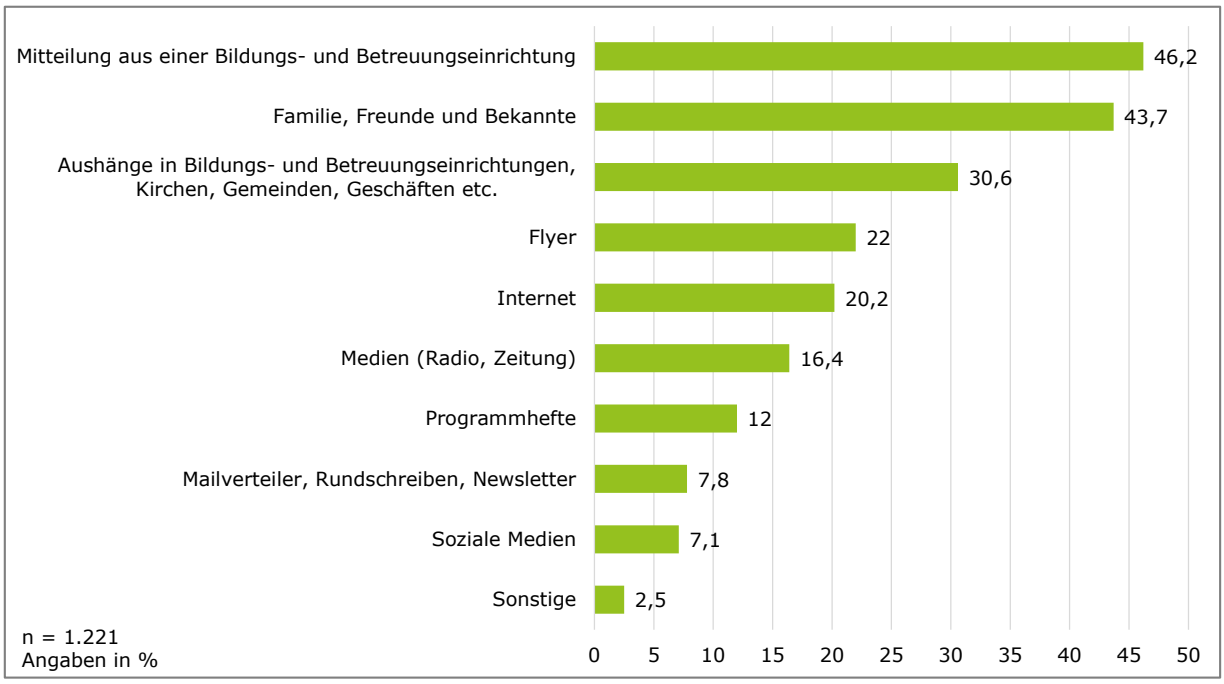
Abbildung 43: Rechtzeitige Kenntnis von Veranstaltungen bei bisherigen Teilnehmern



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Bei der Frage, wie Eltern auf die besuchten Familienbildungsveranstaltungen aufmerksam wurden, manifestieren sich zwei Befunde, die auch in anderen Kontexten eine Rolle spielten: Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie der Austausch mit anderen Eltern sind zentrale Aspekte: Über Mitteilungen aus Bildungs- und Betreuungseinrichtungen der Kinder erfuhren 46,2% der Eltern von den Veranstaltungen, über Familie, Freunde oder Bekannte 43,7%. Auch Aushänge (in Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Kirchen, Gemeinden und Geschäften) sind als Werbemittel wichtig (30,6%). Weniger von Bedeutung sind die sozialen Medien. Auf diese Weise wurden lediglich 7,1% auf die Veranstaltungen aufmerksam.

Abbildung 44: Werbemittel, über die Eltern auf Veranstaltungen aufmerksam wurden

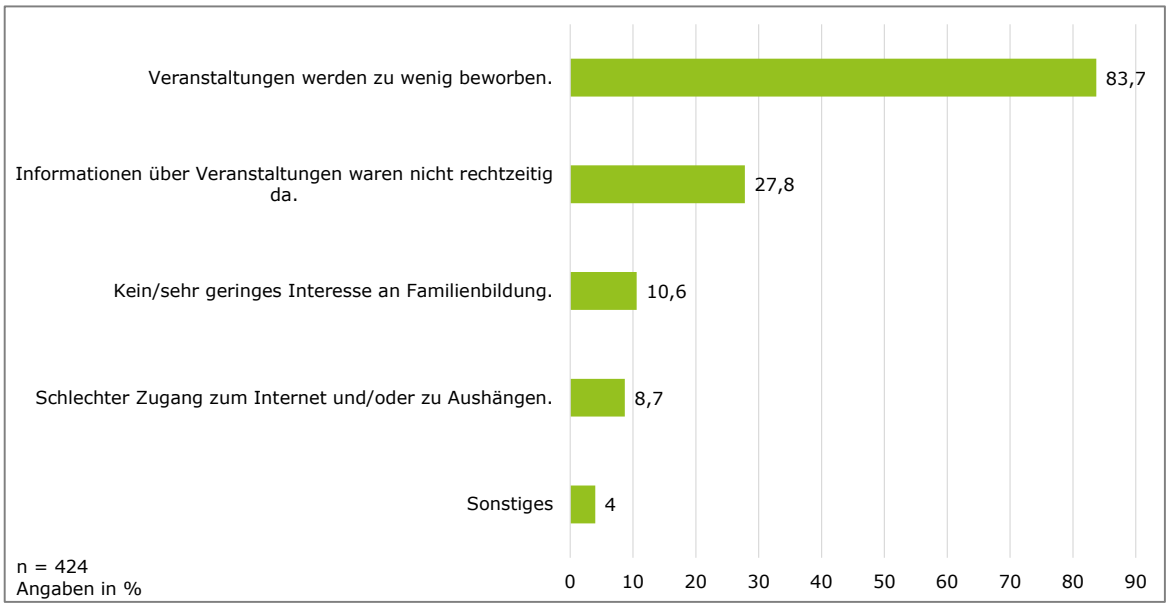


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Die Eltern, die Familienbildungsangebote im Jahr 2018 wahrgenommen hatten, aber nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfuhren (35,7%), wurden gebeten, ergänzend die Gründe dafür anzugeben. Der eindeutige Hauptgrund ist für 83,7% in der zu geringen Bewerbung der Veranstaltungen zu sehen. Weitere Gründe – Informationen über die Veranstaltungen waren nicht rechtzeitig da (27,8%), kein/sehr geringes Interesse (10,6%) und schlechter Zugang zum Internet und/oder zu Aushängen

(8,7%), – waren demgegenüber von deutlich geringerer Bedeutung. Insbesondere die Gründe „Veranstaltungen werden zu wenig beworben" und „Informationen über Veranstaltungen waren nicht rechtzeitig da", sind ein Indiz, dass eine Verbesserung bei der Bewerbung der Angebote angestrebt werden sollte.

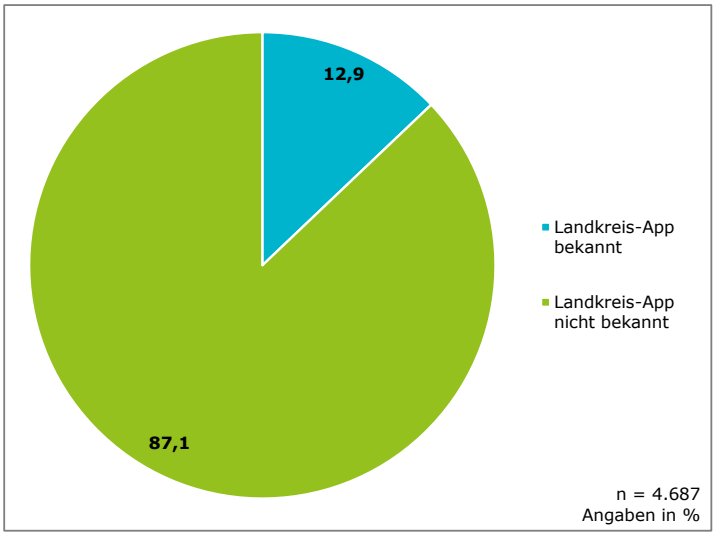
Abbildung 45: Gründe für zu späte Information über Familienbildungsmaßnahmen



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Hier können Potentiale noch besser genutzt werden. Dies wird durch den obigen Befund unterstrichen, dass die Eltern aktuell für das Thema Familienbildung stark sensibilisiert sind. Daher ist jetzt ein günstiger Zeitpunkt, Optimierungen anzustreben (siehe dazu auch Fazit und Ausblick). Die Landkreis-App scheint zumindest im Augenblick kein geeignetes Instrument zu sein, um die Bekanntheit der Familienbildungsangebote zu steigern, da die App selber für die meisten der befragten Eltern (87,1%) unbekannt ist.

Abbildung 46: Bekanntheit der Landkreis-App

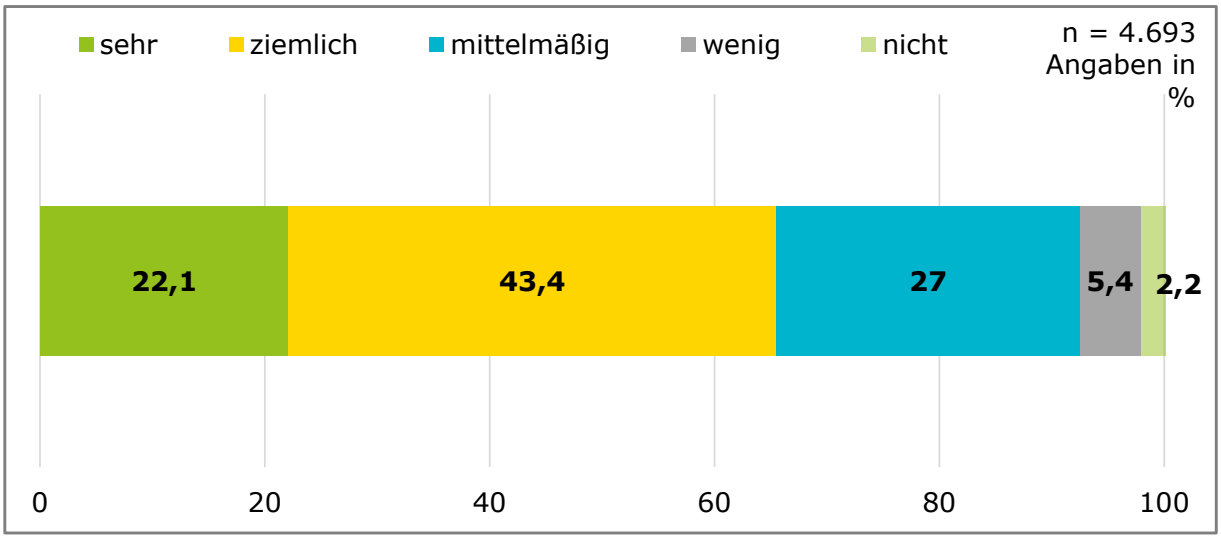


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Digitalisierung

Die gezielte Verbreitung von Informationen über Apps etc. ist auch im Zuge der Digitalisierungsthematik relevant. Digitalisierung spielt allerdings nicht nur bei der Bewerbung von Familienbildungsveranstaltungen eine Rolle, sondern ist generell auch für Familien ein zunehmend wichtiges Thema. Deshalb wurden in den Fragebogen einige Fragen zum Thema „Digitalisierung" aufgenommen. Allgemein nahmen an der Befragung Eltern teil, denen der Umgang mit der Digitalisierung vertraut ist. 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 43,4% gaben an, sich ziemlich fit zu fühlen. Mittelmäßig fit im Umgang fühlen sich 27%. Als nicht fit im Umgang mit Medien stufen sich nur 2,2% ein.

Abbildung 47: Fit im Umgang mit digitalen Medien

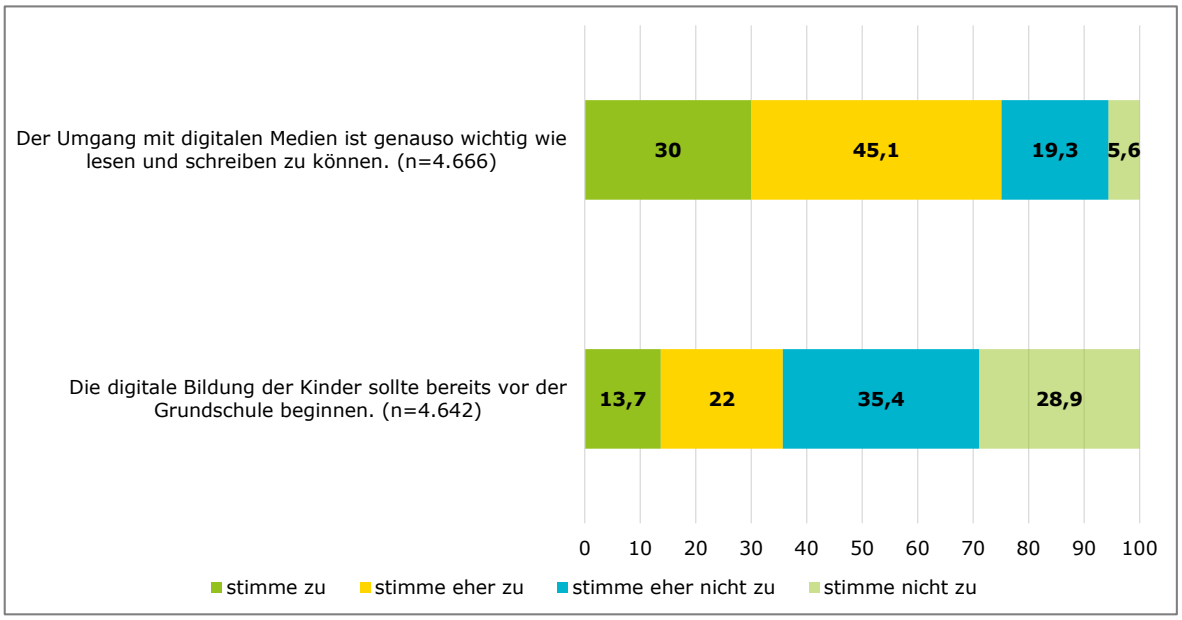


Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Weitere Ergebnisse machten deutlich: Je fitter die Eltern sich im Umgang mit digitalen Medien fühlen, desto geringer ist der Wunsch nach Veranstaltungen zu diesem Thema. Auch ist das Internet für Eltern, die sich im Bereich digitale Medien fit fühlen eher eine Informationsquelle zum Thema Familie und Familienbildung als für solche, die sich als weniger fit einstufen.

Interessant sind die Meinungen der Eltern zu zwei Aussagen im Kontext der Digitalisierung und Medienerziehung in der Schule: „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". Der ersten Aussage stimmt ein Großteil der Eltern (75,1%) zu. Für diese Eltern ist der Umgang mit digitalen Medien genauso wichtig wie Lesen und Schreiben. Dagegen widersprechen 64,3% (eher) der Aussage, dass digitale Bildung bereits vor der Grundschule beginnen sollte. Die Vermutung ist, dass Eltern nicht wollen, dass ihre Kinder zu früh mit digitalen Medien in Berührung kommen. Insgesamt scheint die Relevanz digitaler Medien für die befragten Eltern groß zu sein, allerdings erst ab einem gewissen Alter der Kinder.

Abbildung 48: Aussagen zum Thema Umgang mit digitalen Medien



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Keine eindeutige Tendenz lässt sich aus den Ergebnissen einer weiteren Frage ablesen, die den Eltern gestellt wurde: „Durch die Digitalisierung verändern sich die Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt. Was denken Sie? Bereiten die Schulen alles in allem die Schülerinnen und Schüler auf diese neuen Herausforderungen (sehr) gut vor oder müssen sie (deutlich) mehr tun?": 44% der Eltern sind der Meinung, dass die Schulen (deutlich) mehr tun müssen. Umgekehrt gaben 31,3% an, dass ihrer Meinung nach die Schulen (sehr) gut vorbereiten. Allerdings können 24,7% die Situation auch nicht einschätzen (Antwort „weiß nicht"). Daher sollten Rückschlüsse aus dieser Frage nur sehr vorsichtig gezogen werden.

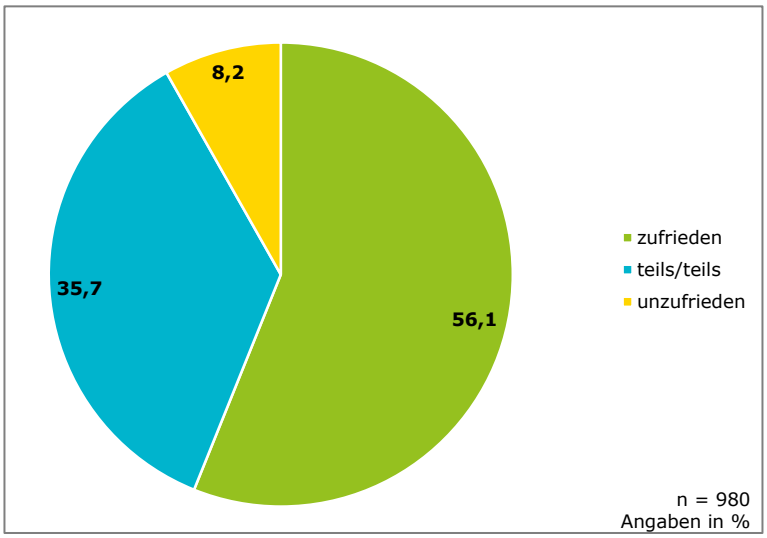
5.5 Einstellungen und Meinungen zu Familienbildung

Fragen zur Relevanz von Familienbildung für die Eltern sowie die Meinungen zu den Angeboten im Landkreis Schwandorf stellten einen weiteren Schwerpunkt der Befragung dar.

Allgemein sind die Eltern mit den Familienbildungsangeboten im Landkreis zufrieden (56,1%). Weitere 35,7% sind teilweise zufrieden .

Zudem ist zu erkennen, dass die Mütter zufriedener sind mit den Angeboten als die Väter.

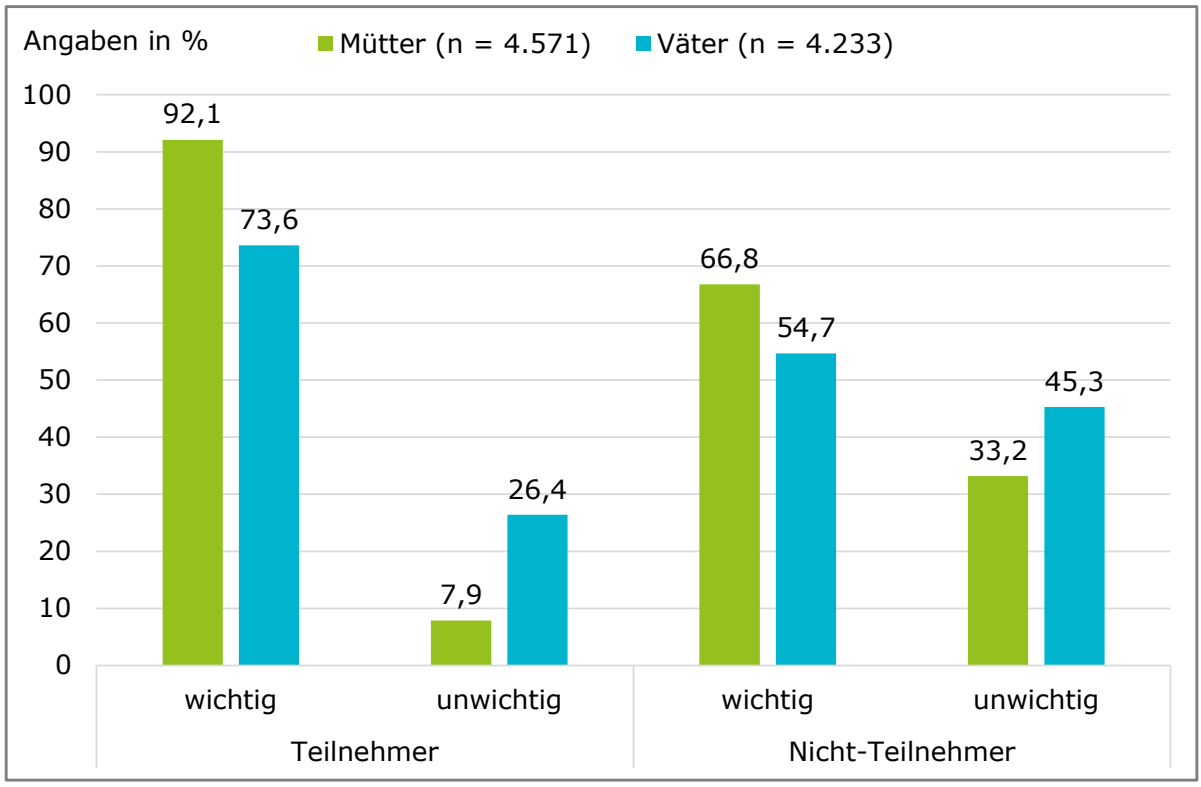
Abbildung 49: Zufriedenheit der Haushalte mit Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Weiterhin wird den Familienbildungsangeboten von den Eltern generell eine hohe Bedeutung beigemessen. Dies zeigte sich an den Antworten auf die Frage: „Für wie wichtig halten Sie und Ihre Partnerin/Ihr Partner Familienbildungsangebote?". Deutlich wurde, dass eine bisherige Teilnahme positive Effekte auf die Einstellung zum Thema hat. Obendrein haben die Angebote für Mütter eine höhere Bedeutung als für die Väter (siehe Abb. 50).

Abbildung 50: Vergleich der Bedeutung von Familienbildung für Mütter und Väter und Auswirkung bisheriger Teilnahme an Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

Eine mögliche Erklärung für dieses Ergebnis ist, dass mit Erziehungsfragen noch immer eher die Mütter befasst sind. Außerdem könnte ein Grund sein, dass viele Veranstaltungen eher Mütter ansprechen. Daher wäre ein Ansatz, zu überlegen, wie Familienbildungsveranstaltungen auch für Väter attraktiver gestaltet werden können.

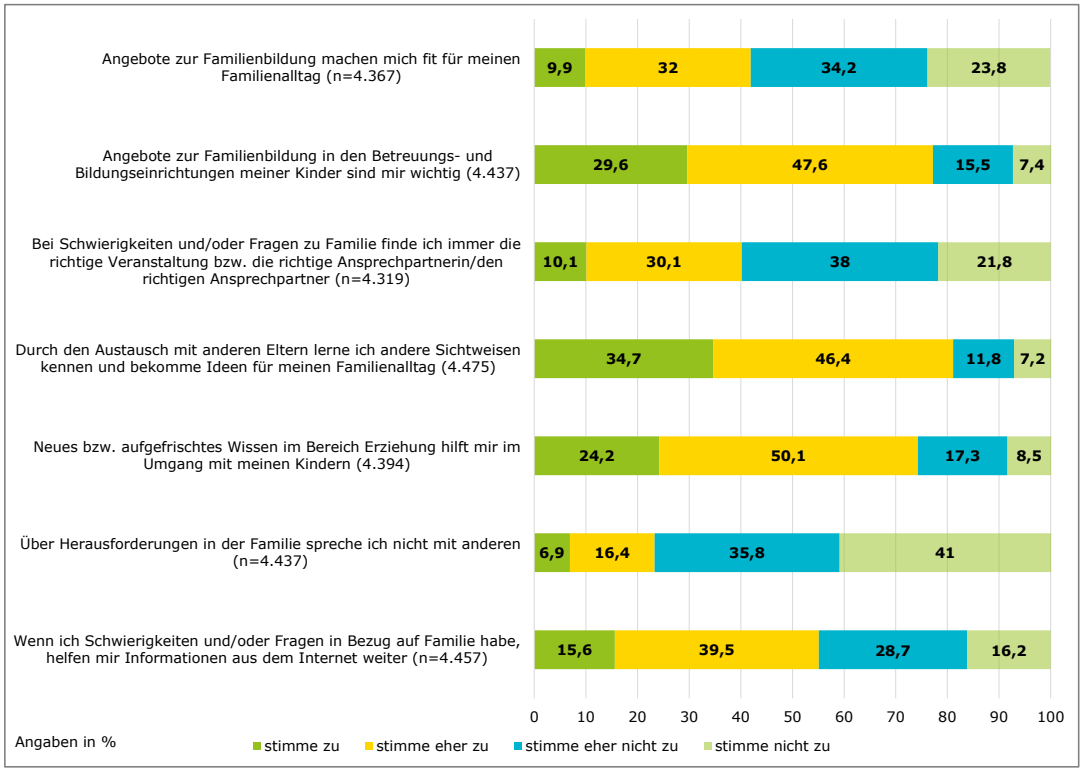
Um die Einstellungen der Eltern zu Familienbildung kennenzulernen, wurden die Eltern gebeten, ihre Meinung zu verschiedenen Aussagen abzugeben (siehe Abb. 51).

Der Aussage „Angebote der Familienbildung machen mich fit für meinen Familienalltag" stimmen 41,8% zu. 74,3% („stimme zu und stimme eher zu") der Eltern gaben an, dass ihnen neues bzw. aufgefrischtes Wissen im Bereich der Erziehung im Umgang mit ihren Kindern hilft bzw. teilweise hilft.

Zwei Ergebnisse, die schon in anderen Kontexten der Studie eine Rolle spielten, wurden auch in diesem Zusammenhang durch die Aussagen der Eltern bestätigt: Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sind für Eltern beim Thema Familienbildung neben dem Austausch mit anderen Eltern sehr bedeutend. So stimmen der Aussage „Angebote zur Familienbildung in den Betreuungs- und Bildungseinrichtungen meiner Kinder sind mir wichtig" 77,2% ganz oder eher zu. Noch größer ist die Zustimmung bei der Aussage „Durch den Austausch mit anderen Eltern lerne ich andere Sichtweisen kennen und bekomme Ideen für meinen Familienalltag" (insgesamt 81% stimmen zu/stimmen eher zu).

Gerade der Austausch und Kontakte mit anderen Eltern sind – auch im Zusammenhang mit der Frage nach den Gründen für einen Veranstaltungsbesuch – ganz augenscheinlich zentrale Faktoren. Eine Erklärung dafür ist, dass die Eltern so Netzwerke knüpfen können, die auch über einzelne Veranstaltungen hinaus von Bedeutung für sie sind.

Abbildung 51: Aussagen zur Familienbildung



Quelle: Elternbefragung des ZFG, eigene Berechnungen und Darstellung.

6. Fazit und Ausblick

6.1 Fazit

Die durchgeführte Befragung ist mit 4.746 Eltern, die an der Studie teilnahmen, sehr groß. Dank dieses großen Rücklaufs können dem Landkreis Schwandorf repräsentative Ergebnisse zur Verfügung gestellt werden:

- Die Familienbildungsangebote im Landkreis Schwandorf sind insgesamt bereits sehr vielfältig.
- In vielen Bereichen ist bereits eine recht gute Übereinstimmung von bestehendem Angebot und den Interessen und Bedürfnissen der Eltern zu erkennen. Dies kann auch als einer der Gründe für die recht große Zufriedenheit der Eltern mit den Familienbildungsangeboten im Landkreis Schwandorf gesehen werden.
- An einigen Punkten – wie etwa den Freizeitangeboten – kann über eine weitere Optimierung nachgedacht werden.
- Trotz des breiten Angebots wird dieses bislang allerdings lediglich von 30,7% der befragten Eltern genutzt.
- Folglich ist es wichtig, zu überlegen, wie mehr Eltern für die Angebote gewonnen werden können. Ein klarer Ansatzpunkt ist hier in einer Verbesserung der Bewerbung der Veranstaltungen zu sehen.
- Dies sollte auch aus folgendem Grund zentral sein: Eine Teilnahme an Familienbildung geht mit einer erhöhten künftigen Teilnahmebereitschaft sowie positiven Effekten hinsichtlich des Nutzungsverhaltens (beispielsweise Zahlungs- und Fahrbereitschaft) einher.
- Zwei Multiplikatoren scheinen bezüglich der Bekanntheitssteigerung der Angebote besonders zentral: die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen und die Eltern selbst. Deshalb sollte über Ansätze nachgedacht werden, wie Eltern als Multiplikatoren gewonnen werden und die genannten Einrichtungen eng in die weiteren Planungen miteinbezogen werden können.
- Die Angebote nutzen aktuell vor allem eher gut gebildete Haushalte ohne oder zumindest nur mit teilweisem Migrationshintergrund. Da Familienbildung selbstverständlich möglichst alle Familien erreichen sollte, gilt es Möglichkeiten und Formate zu erarbeiten, über die auch bildungsfernere und Familien mit teilweisem oder vollständigem Migrationshintergrund stärker für die Angebote gewonnen werden können.

6.2 Ausblick

Aus diesen grundlegenden Ergebnissen wurden verschiedene Schwerpunkte abgeleitet:

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

Diese Schwerpunkte können als Grundlage für die Weiterentwicklung des Familienbildungsprogramms im Landkreis Schwandorf dienen.

Schwerpunkt Sensibilisierung und Bekanntheit

- Nutzung der aktuell erkennbaren Sensibilisierung für das Thema
- Ausbau der Bekanntheit von Familienbildung
- Intensivierung und Optimierung der Werbemaßnahmen

Schwerpunkt Zielgruppenerweiterung

- Gezielte Ansprache der gewünschten Gruppierungen
- Ausbau und Schaffung niedrigschwelliger Angebote

Schwerpunkt Angebote

- Angebotsoptimierung auf Basis der Bedürfnisse der Eltern, v. a. zu Sport- und Bewegungsangeboten für Eltern und Kinder

Schwerpunkt Vernetzung

- von Trägern untereinander
- von Trägern und Landratsamt
- von Eltern

Schwerpunkt Sensibilisierung und Bekanntheit

Die im vorherigen Verlauf der Studie dargestellten Ergebnisse machten folgendes deutlich:

- Die Familien sind aktuell durchaus stark für das Thema Familienbildung sensibilisiert, was unter anderem auch mit der vorliegenden Befragung zusammenhängt. Dies bildet eine gute Basis zur Steigerung der Angebotsbekanntheit. Denkbar wäre als erster Schritt eine möglichst breit gestreute Information zu den Ergebnissen dieser Studie – insbesondere über die Medien und ggf. auch über die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen. Damit einhergeht nicht nur die Information der Eltern über die vorliegende Studie, an der sie sich beteiligt haben. Vielmehr wird den Eltern so signalisiert, dass ihre Bedarfe und Wünsche durch die Verantwortlichen im Landkreis wahrgenommen werden und die Beteiligung der Eltern zur Weiterentwicklung eines noch familienfreundlicheren Landkreises beiträgt. Zudem bietet insbesondere die Bildungskonferenz des Landkreises Schwandorf eine hervorragende Möglichkeit, damit das Thema bei den Familien nicht nur präsent, sondern auch noch bekannter wird. Darüber hinaus gibt es verschiedene weitere Formate, die zur Bekanntheitssteigerung von Familienbildung beitragen können. Denkbar sind hier Themenwochen bzw. –tage und allgemein Veranstaltungen, bei denen Familienbildung erlebbar gemacht wird. Wichtig ist es, solche Formate für die Familien möglichst attraktiv zu gestalten. Ein ansprechendes Rahmenprogramm mit Aktionen für Kinder (Kinderbetreuung) bzw. für die ganze Familie, Gastronomie etc. ist hier ein Ansatzpunkt. Auf diese Weise wird Familienbildung zu einem Erlebnis für die Familien, was sich positiv auf das Interesse der Familien an diesem Thema auswirken kann. Aufgrund der Größe des Landkreises scheinen dezentrale Angebote am sinnvollsten, damit Eltern aus unterschiedlichen Gebieten des Landkreises die gleiche Chancen haben, daran teilzunehmen und keine zu großen Strecken fahren müssen.
- Damit Familienbildungsangebote genutzt werden können, ist es selbstverständlich zentral, dass die Eltern rechtzeitig davon erfahren. Im Jahr 2018 erfuhr eine deutliche Mehrheit der Eltern, die 2018 Familienbildungsangebote genutzt hatte, rechtzeitig von den Veranstaltungen. Einige Ergebnisse zeigen allerdings, dass ein Ziel in der intensiveren Bewerbung der Angebote liegen sollte: Ein großer Anteil der Eltern, die bislang keine Angebote wahrgenommen hatten, begründete dies damit, dass sie nichts von den Angeboten wussten. Ein weiteres Ergebnis unterstreicht die Notwendigkeit einer besseren Bewerbung der Familienbildungsveranstaltungen: Die meisten Eltern, die angaben, nicht rechtzeitig von den Veranstaltungen erfahren zu haben, führen dies auf zu wenig Bewerbung zurück. Um die richtigen Maßnahmen einzuleiten ist es wichtig, die Informationswege der Anbieter mit den Werbemitteln zu vergleichen, über die Eltern von den Familienbildungsmaßnahmen erfahren.
- Die meisten Anbieter von Familienbildung machen auf ihre Angebote über interne Informationswege (Mailverteiler, Rundschreiben etc.) aufmerksam. Allerdings zeigen die Ergebnisse der Elternbefragung, dass die Eltern auf diese Weise nach deren Angaben eher seltener von den Angeboten erfahren. Bei diesem Ergebnis ist jedoch folgendes zu berücksichtigen: Eltern hatten bei den Werbemitteln zusätzlich die Auswahloption: „Mitteilungen aus einer Bildungs- und Betreuungseinrichtung", welches sie als das wichtigste Werbemittel benannten. Es ist naheliegend, dass aus Sicht der Träger diese Mitteilungen unter die Kategorie

„Interne Informationswege" fallen, zumal – wie oben dargestellt – über 70% der Bildungs- und Betreuungseinrichtungen dieses Werbemittel nutzen. Insofern muss diese Diskrepanz bei den eingesetzten und genutzten Werbemitteln in diesem Zusammenhang relativiert werden.

- Interessant sind die Ergebnisse bezüglich des Werbemittels „Internet": Rund 45% der Träger bewerben ihre Angebote über das Internet. Von den Eltern wird es hingegen nur von 20% als Informationsquelle zu Angeboten genutzt. Dies kann damit zusammenhängen, dass Eltern nicht über die einzelnen Seiten der Träger nach Angeboten suchen, da bei den Eltern möglicherweise das Bewusstsein fehlt, welche Träger es gibt. Naheliegender ist für viele Eltern vermutlich eine Suche unter thematischen Aspekten. Daher gilt es Ansätze zu finden, die Bekanntheit der Angebote zu steigern. Über mögliche Ansätze dazu wird in weiteren Workshops mit Anbietern und Verantwortlichen im Bereich Familienbildung diskutiert werden.
- Daneben gilt es weiterhin die Informationswege zu nutzen, über die die Eltern am häufigsten von den Veranstaltungen erfahren (Bildungs- und Betreuungseinrichtungen, Familie, Freunde und Bekannte als Multiplikatoren sowie Aushänge). Sinnvoll ist folglich in jedem Fall eine enge Kooperation mit den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen.

Schwerpunkt Zielgruppenerweiterung

Gegenstand dieses Schwerpunkts ist die Schaffung möglichst niedrigschwelliger Angebote mit dem Ziel, mehr Familien mit niedrigerem Bildungsniveau und mit Migrationshintergrund für Familienbildung zu gewinnen. Zur Gewinnung bildungsfernerer Schichten sind verschiedene Faktoren von Bedeutung:

- Wichtig ist zunächst eine möglichst persönliche und direkte Ansprache der Familien, um sie auf die entsprechenden Angebote hinzuweisen. Unverzichtbare Akteure sind hier Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie die Beratungsstellen. Zudem ist eine möglichst niedrigschwellige Gestaltung der Angebote hilfreich, damit Eltern nicht am Besuch einer Veranstaltung gehindert werden, weil Themen oder Rahmen zu komplex sind. Praktische und lebensnahe Angebote, die einen Fokus auf den sozialen Komponenten haben, bieten sich hier an – etwa Freizeitangebote mit Kindern, Eltern-Cafés etc. Weiterhin scheinen auch Gesundheitseinrichtungen wie Arztpraxen eine Rolle als Multiplikatoren spielen, indem sie die Eltern gezielt auf Angebote hinweisen. Auch über Angebote wie offene Hebammensprechstunden in verschiedenen Regionen des Landkreises könnten noch mehr Eltern gewonnen werden. Die beiden letztgenannten Aspekte könnten insbesondere deshalb Ansätze zur Zielgruppenerweiterung sein, da die Eltern in diese Personen oft großes Vertrauen haben.
- Migration und Integration sind für Familienbildung ebenso ein wichtiges Thema wie für die gesamte Gesellschaft – gerade auf lange Sicht. Gerade wegen der im Verhältnis eher geringen Beteiligung von Familien mit Migrationshintergrund an Familienbildung, ist es sinnvoll, Maßnahmen in Erwägung zu ziehen, um diese Familien genauso über Familienbildungsmaßnahmen zu informieren und sie dafür zu gewinnen wie einheimische Familien. Recht einfach zu realisieren wäre es, in einem ersten Schritt, wichtige Informationen (z.B. im Internet) mehrsprachig zur Verfügung zu stellen. Darüber hinaus macht es unter Umständen Sinn, mehr Angebote zu schaffen, die sich gezielt an Migrantenfamilien richten und auf deren spezielle Bedürfnisse behandeln. Selbstverständlich sollten im Sinne des Integrationsgedankens prinzipiell alle Angebote sowohl Migranten und als auch 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. Die Notwendigkeit von Handlungsbedarf zeigt sich an der geringen Zahl der Familien mit Migrationshintergrund, die bereits Familienbildungsangeboten besucht hat (17,3%; Familien mit teilweisem Migrationshintergrund: 32,2%; Familien ohne Migrationshintergrund: 32,8%).

Schwerpunkt Angebote

Die Gegenüberstellung von Angebot und Bedürfnissen der Eltern ergibt bereits eine recht große Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage. Dies trifft auf Veranstaltungsarten wie Themen gleichermaßen zu. Im Sinne einer noch besseren Gestaltung der Angebote kann jedoch über eine weitere Optimierung nachgedacht werden:

- Betrachtet man die Veranstaltungsarten, ist die große Bedeutung der Infoveranstaltungen zu erkennen – sowohl für Anbieter als auch Eltern. Festzustellen ist hier mit Blick auf

die Wünsche der Eltern allerdings auch eine Bedarfsdeckung. Es sollten daher weiterhin ausreichend viele Informationsveranstaltungen angeboten werden, ausgebaut werden muss dieses Format jedoch nicht. Eine Aufstockung der Angebote scheint hingegen bei den Freizeitangeboten sinnvoll. Hier ist der Wunsch der Eltern nach mehr Angeboten sehr ausgeprägt. Daher ist zu überlegen, wie mehr Veranstaltungen in diesem Bereich geschaffen werden können. Auch Kurse und Seminare sind stärker gewünscht als bislang angeboten.

- Auch hinsichtlich der Themen zeigte die Gegenüberstellung von Themenwünschen und Angebot in einigen Bereichen bereits Übereinstimmungen – beispielsweise bei den Themen „Umgang mit Medien" und „Schule/Lernen". Das Thema Freizeit ist für die Eltern in Bezug auf Familienbildung nicht nur bei den Veranstaltungsarten wichtig, sondern es ist auch bei den Themenwünschen von Bedeutung: Ein großer Wunsch wurde insbesondere nach mehr Veranstaltungen zum Thema „Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder" geäußert. Ebenso bietet sich ein Ausbau der Angebote in den Bereichen „Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung" und „Berufliche Orientierung" an. Umgekehrt besteht vor allem zu „Religiöse Bildung" und „Familie/Elternsein" ein verhältnismäßig sehr großes Angebot.
- Insbesondere über den Ausbau der Angebote im Bereich Freizeit besteht die Hoffnung, auch Erfolge bei der Zielgruppenerweiterung zu erzielen.

Schwerpunkt Netzwerk

Manche Verbesserungen oder Optimierungen lassen sich ggf. gemeinsam, in der Zusammenarbeit verschiedener Träger leichter realisieren. Im Mittelpunkt sollte vor allem die enge Vernetzung der Träger und Anbieter von Familienbildung untereinander und mit dem Landratsamt stehen. Der weitere Netzwerkausbau führt zu verschiedenen Vorteilen für alle Beteiligten, da sich daraus verschiedene Optionen ergeben, die für die Familienbildung positive Effekte haben können.

- Zum einen kann einfacher an der Verbesserung der Bekanntheit der Angebote gearbeitet werden. Zum anderen erleichtert es durch die bessere Abstimmung der Träger untereinander die noch bedarfsgerechtere Ausgestaltung des Familienbildungsprogramms, da Über- und Unterangebote leichter zu identifizieren sind. Daher ist in einer engeren Zusammenarbeit der Träger weniger eine Konkurrenz zu sehen, denn eine Chance.
- Ein nächster wichtiger Aspekt ist in diesem Kontext das Netzwerk der Eltern im Landkreis. Eine gute Vernetzung von Eltern kann einen großen Mehrwert haben: Die Studie verdeutlichte, dass der Austausch der Eltern zur Familienbildung einerseits als Informationsweg und andererseits auch hinsichtlich gegenseitiger Unterstützung bei Familienthemen von den Eltern geschätzt wird. Folglich sind die Eltern hier ebenfalls als wichtige Multiplikatoren zu werten.
- Eine Schlüsselrolle bei der Entstehung dieser Netzwerke könnten die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen einnehmen: Die Studienergebnisse ergaben, dass diese Einrichtungen für die Eltern im Zusammenhang mit Familienbildung eine große Wichtigkeit haben – als Informationsvermittler oder Veranstaltungsorte. 77,2% der Eltern halten Angebote zur Familienbildung in den Bildungs- und Betreuungseinrichtungen ihrer Kinder für (eher) wichtig. Diese Familienbildungs-Träger bei allen weiteren Maßnahmen des Landkreises in diesem Bereich als Akteure einzubeziehen, ist daher sehr ratsam. Zu erwägen und zu klären ist, 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. Dies könnte auch zu einem Ausbau des Elternnetzwerkes führen. Wichtig wäre dafür eine sehr frühzeitige und breit gestreute Information über die Angebote, damit auch ‚externe' Eltern rechtzeitig Kenntnis von den Angeboten bekommen.
- Ergänzend zu diesen Schwerpunkten ist perspektivisch die Einführung einer regelmäßigen und landkreisweiten Evaluation der Familienbildungsangebote zur Qualitätssicherung empfehlenswert: Insbesondere die Anbieter sollten in regelmäßigen Abständen ihre individuellen Angebote evaluieren lassen. So können die Anbieter ihre Angebote noch zielgruppen- und bedarfsorientierter gestalten, was mit einer noch größeren Zufriedenheit bei den Eltern einhergehen kann. Sinnvoll ist dies vor allem bei der Einführung von Neuerungen – etwa bei der Bewerbung der Veranstaltungen. Nur so kann die Wirksamkeit eingeleiteter Maßnahmen überprüft werden. Die Entwicklung einheitlicher Evaluationsbögen, die den Trägern zur Verfügung gestellt werden, wäre hier eine Möglichkeit. Dies geht mit einem entscheidenden Vorteil einher: Über einen längeren Zeitraum können so Ergebnisse miteinander verglichen werden, was eine gute Datenbasis für größere Evaluationen schafft. Auch hinsichtlich der Qualitätssicherung ist dies ein zentraler Faktor. Den Eltern wird gleichzeitig auf diese Weise gezeigt, dass ihre Wünsche und Bedürfnisse auch über eine Studie hinaus von Bedeutung sind und sie auch weiterhin die Möglichkeit haben an der Gestaltung der Angebote mitzuwirken.

Endnotenverzeichnis

[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.

[4] § 16 Sozialgesetzbuch VIII.

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

[6] Vgl.: Landkreis Schwandorf (2020): Unser Landkreis. https://landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/ [Stand: 17.02.2020]; vgl.: Landkreis Schwandorf (2020): Unsere Kommunen. www.landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/Landkreiskommunen/ [Stand: 10.03.2020].

[7] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Statistische Berichte. Einwohnerzahlen am 30. September 2019.Gemeinden, Kreise und Regierungsbezirke in Bayern, S.19.

[8] Vgl.: Landkreis Schwandorf (2019): Über uns. www.landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/%C3%9Cber_uns/ [Stand: 17.02.2020].

[9] Vgl.: Statistisches Bundesamt (2020): Länder und Regionen. Regionales. www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/_inhalt.html [Stand: 15.04.2020].

[10] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-001 Bevölkerung: Gemeinden, Stichtage (letzten 6)/Landkreis Schwandorf [Stand: 30.01.2019]; Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12612-003z Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019]; Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12613-003z Gestorbene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 05.02.2019].

[11] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Zusammengefasste Geburtenziffer auf Kreisebene in Bayern. www.statistik.bayern.de/presse/mitteilungen/2018/pm263/index.html [Stand: 17.02.2020].

[12] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.106.

[13] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112r Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtag/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

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

[15] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112r Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtag/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

[16] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.106.

[17] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns, S.107.

[18] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Jahresbericht 2018. Fallzahlen zur Tätigkeit des Kreisjugendamtes – Jugendhilfeplanung – Jugendarbeit, S.8.

[19] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Jahresbericht 2018. Fallzahlen zur Tätigkeit des Kreisjugendamtes – Jugendhilfeplanung – Jugendarbeit, S.8.

[20] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Jahresbericht 2018. Fallzahlen zur Tätigkeit des Kreisjugendamtes – Jugendhilfeplanung – Jugendarbeit, S.6.

[21] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Schwandorf. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.54.

[22] Vgl.: Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 13211-001z Arbeitsmarkt: Kreis, Arbeitslose/Arbeitslosenquoten, Monate, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

[23] Vgl.: Bundesagentur für Arbeit (2020): Arbeitsmarkt im Überblick - Berichtsmonat Januar 2020 – Schwandorf, Agentur für Arbeit. https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/BA-Gebietsstruktur/Bayern/Schwandorf-Nav.html. [Stand: 17.02.2020].

[24] Vgl.: Bundesagentur für Arbeit (2020): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Januar 2020. Bayern, Bundesland. https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html [Stand: 17.02.2020].

[25] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Schwandorf. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.37.

[26] Vgl.: Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Schwandorf. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB), S.38.

[27] Anzumerken ist, dass die Frage nach der Quantität nur von 72 Trägern und die zur Qualität der Angebote lediglich von 59 Trägern beantwortet wurde. Die Ergebnisse sollten vor dem Hintergrund der recht geringen Fallzahl und der mit diesen Fragen verbundenen Subjektivität betrachtet und interpretiert werden.

[28] Allerdings mussten nicht von allen Befragungsteilnehmern alle Fragen beantwortet werden, da es Filterfragen gab: Haushalte, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen hatten, konnten 36 Fragen beantworten. Haushalte, die bislang keine Angebote wahrgenommen hatten, konnten sich zu 29 Fragen äußern.

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

[30] Leere sowie größtenteils nicht ausgefüllte Fragebögen wurden nicht berücksichtigt.

[31] 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.

[32] 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].

[33] Statistisches Bundesamt (2019): Familien und Familienmitglieder mit minderjährigen Kindern in der Familie im Jahr 2018 nach Lebensform und Gebietsstand. www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Tabellen/2-6-familien.html [Stand: 27.02.2020].

[34] ISCED = Internationale Standardklassifikation des Bildungswesens.

[35] Die Angaben der Mutter und des Vaters wurden zu einer Haushaltsvariablen kombiniert. Dabei wurde nach dem Dominance-Modell vorgegangen. Das bedeutet, dass jeweils das höhere Bildungsniveau (egal ob von Mutter oder Vater) ausschlaggebend für die Zusammenfassung war. Um ein Bsp. zu nennen: Wenn die Mutter nach ISCED 3 (abgeschlossene Lehre) eingestuft wird und der Vater nach ISCED 5 (Meister), dann wird der Haushalt ebenfalls nach ISCED 5, hier die höhere Bildung, klassifiziert.

[36] Folgende Definition wird als Grundlage verwendet: „Eine Person hat einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren wurde" (Statistisches Bundesamt (o.A.): Migrationshintergrund. www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html [Stand: 06.04.2020]. In Bezug auf die Haushalte wurde demnach folgende Definition festgelegt: Ein Haushalt hat keinen Migrationshintergrund, wenn die Definition auf keinen der Elternteile zutrifft, einen teilweisen Migrationshintergrund, wenn die Definition auf einen Elternteil zutrifft und einen Migrationshintergrund, wenn die Definition auf beide Elternteile zutrifft.

[37] Die Angaben der Eltern umfassen hier auch jene, die nicht bereit sind, einen Beitrag zu zahlen (37,4% 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.

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

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

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

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

Literaturverzeichnis

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

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

Bayerisches Landesamt für Statistik (2018): Zusammengefasste Geburtenziffer auf Kreisebene in Bayern. www.statistik.bayern.de/presse/mitteilungen/2018/pm263/index.html [Stand: 17.02.2020].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 13211-001z Arbeitsmarkt: Kreis, Arbeitslose/ Arbeitslosenquoten, Monate, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-001 Bevölkerung: Gemeinden, Stichtage (letzten 6)/ Landkreis Schwandorf [Stand: 30.01.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12411-112r Durchschnittsalter der Bevölkerung: Gemeinden, Geschlecht, Stichtag/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12613-003z Gestorbene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 05.02.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2019): 12612-003z Lebendgeborene: Gemeinde, Geschlecht, Jahre/Landkreis Schwandorf [Stand: 29.01.2019].

Bayerisches Landesamt für Statistik (2020): Statistische Berichte. Einwohnerzahlen am 30. September 2019. Gemeinden, Kreise und Regierungsbezirke in Bayern.

Bundesagentur für Arbeit (2020): Arbeitsmarkt im Überblick – Berichtsmonat Januar 2020 – Schwandorf, Agentur für Arbeit. https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/BA-Gebietsstruktur/Bayern/Schwandorf-Nav.html. [Stand: 17.02.2020].

Bundesagentur für Arbeit (2020): Arbeitsmarkt im Überblick. Berichtsmonat Januar 2020. Bayern, Bundesland. https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/Politische-Gebietsstruktur/Bayern-Nav.html [Stand: 17.02.2020].

Bürgerliches Gesetzbuch.

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.

Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland.

Landkreis Schwandorf (2020): Unsere Kommunen. www.landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/Landkreiskommunen/ [Stand: 10.03.2020].

Landkreis Schwandorf (2019): Über uns. www.landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/%C3%9Cber_uns/ [Stand: 17.02.2020].

Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Schwandorf. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB).

Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Jahresbericht 2018. Fallzahlen zur Tätigkeit des Kreisjugendamtes – Jugendhilfeplanung – Jugendarbeit.

Landratsamt Schwandorf, Kreisjugendamt (2019): Jahresbericht 2018. Fallzahlen zur Tätigkeit des Kreisjugendamtes – Jugendhilfeplanung – Jugendarbeit.

Landkreis Schwandorf (2020): Unser Landkreis. https://landkreis-schwandorf.de/Unser_Landkreis/ [Stand: 17.02.2020].

Sozialgesetzbuch VIII.

Statistisches Bundesamt (o.A.): Migrationshintergrund. www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Glossar/migrationshintergrund.html [Stand: 06.04.2020].

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. www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Haushalte-Familien/Tabellen/2-6-familien.html [Stand: 27.02.2020].

Statistisches Bundesamt (2020): Länder und Regionen. Regionales. www.destatis.de/DE/Themen/Laender-Regionen/Regionales/_inhalt.html [Stand: 15.04.2020].

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

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, Teamassistenz)
- 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 Schwandorf

- Christian Meyer (Sachgebietsleiter A.4 Büro für Kreis- und Regionalentwicklung)
- Franz Pfeffer (Projektleiter der Bildungsprojekte)
- Florian Schmid (Geschäftsführung der Lernenden Region Schwandorf e.V.; Bildungsmonitoring)
- Manuela Radtke (Bildungsmanagement)
- Laura Braun (Bildungsmonitoring und Bildungsmanagement)
- Claudia Hösamer (Flüchtlings- und Integrationsberatung/Kreisjugendamt)
- Ehemalige Projektmitarbeiterin: Charlotte Pelka (Geschäftsführung der Lernenden Region Schwandorf e.V.; Bildungsmanagement)

Herr Franz Pfeffer ist im April 2020 verstorben. Er hat das Familienbildungsprojekt und diese Studie maßgeblich angestoßen und mit viel Engagement begleitet. Dass er den Abschluss des Projekts nun nicht mehr erleben konnte, schmerzt alle Projektbeteiligten am Landratsamt und der Universität sehr. Wir danken ihm für seine Unterstützung und werden ihn in guter Erinnerung behalten.

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: coulourbox.de
Projektverantwortung: Lisa Hartmann, M.A., lisa.hartmann@ku.de, Tel.: + 49 8421/93-21091