

# FAMILIENBILDUNG IM LANDKREIS KELHEIM

ERGEBNISSE DER ELTERN- UND ANBIETERBEFRAGUNG



Im Auftrag von



Landkreis  
Kelheim

Gefördert von



Bayerisches Staatsministerium für  
Familie, Arbeit und Soziales



Die vorliegende Untersuchung zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Kelheim ist ein Projekt, das in Kooperation zwischen dem Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) und dem Kreisjugendamt des Landratsamts Kelheim durchgeführt wurde.

Das Projekt konnte nur durch die Mitwirkung vieler Beteiligter gelingen. Ihnen allen gilt der Dank für ihre Unterstützung und die konstruktive Zusammenarbeit. Die Projektteams möchten sich insbesondere bedanken bei:

- den Eltern, die an der Befragung teilgenommen haben,
- den Anbietern und Trägern von Familienbildungsmaßnahmen,
- dem Staatlichen Schulamt,
- den Schulleitungen, allen Lehrkräften, Sekretariaten und helfenden Händen an den Schulen,
- den Leitungen sowie den Mitarbeitenden der Kinderbetreuungseinrichtungen,
- den Mitarbeitenden der Gemeindeverwaltungen,
- den Kolleginnen und Kollegen des Landratsamts Kelheim,
- dem Landrat des Landkreises Kelheim, Martin Neumeyer, und
- allen, die an der Universität sowie im Landkreis Kelheim tatkräftig mitgeholfen haben.

Nur durch die Unterstützung von Ihnen allen konnte das Projekt erfolgreich durchgeführt werden!

Auftraggeber des Projektes ist der Landkreis Kelheim.

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	2
Abbildungsverzeichnis.....	4
Tabellenverzeichnis.....	6
Vorwort des Landrats des Landkreises Kelheim .....	7
Vorwort des Direktors des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) .....	8
Kurzüberblick.....	9
1. Gründe zur Durchführung der Studie .....	11
2. Projektdesign .....	15
2.1. Erkenntnisgewinn.....	15
2.2. Erhebungsdesign .....	15
2.2.1. Anbieterbefragung.....	16
2.2.2. Elternbefragung.....	16
3. Strukturanalyse des Landkreises Kelheim .....	18
3.1. Lage des Landkreises Kelheim.....	18
3.2. Typisch bayerische Altersstruktur mit vielen Familien .....	20
3.3. Kinderbetreuung .....	24
3.4. Arbeitsmarktkennzahlen .....	25
4. Bericht zur Anbieterbefragung .....	27
4.1. Umfang der Anbieterbefragung.....	27
4.2. Charakteristika der Anbieter .....	27
4.3. Zahl, Einzugsgebiet und Ort der Angebote.....	30
4.4. Ziele und Zielgruppen der Anbieter.....	33
4.5. Arten und Themen der Veranstaltungen.....	35
4.6. Organisation der Veranstaltungen .....	39
4.6.1. Kosten und finanzielle Unterstützung.....	39
4.6.2. Kinderbetreuung.....	39
4.6.3. Werbung.....	41
4.6.4. Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Kelheim.....	42
4.7. Anmerkungen am Ende des Fragebogens .....	43
5. Bericht zur Elternbefragung .....	45
5.1. Umfang der Elternbefragung.....	45

5.2.	Soziodemografische Merkmale der befragten Eltern .....	45
5.3.	Kenntnis und Nutzung der Familienbildungsangebote .....	54
5.3.1.	Kenntnis der Familienbildungsangebote .....	54
5.3.2.	Nutzung der Familienbildungsangebote .....	56
5.3.3.	Hinderungsgründe .....	59
5.4.	Themen der Familienbildungsangebote .....	61
5.5.	Orte der Familienbildungsangebote .....	71
5.6.	Informationsquellen für Familienbildungsangebote .....	74
5.7.	Organisatorische Gestaltung der Angebote .....	75
5.8.	Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Kelheim (Elternsicht) .....	79
5.9.	Besondere Belastungen und Herausforderungen .....	81
5.10.	Familienportal des Landkreises Kelheim .....	84
5.11.	Anmerkungen am Ende des Fragebogens .....	86
6.	Vergleich mit anderen Studien .....	89
7.	Fazit und Ausblick .....	90
7.1.	Zusammenfassung der zentralen Umfrageergebnisse .....	90
7.2.	Handlungsempfehlungen .....	93
7.2.1.	Handlungsfeld 1: Bekanntheitssteigerung .....	93
7.2.2.	Handlungsfeld 2: Anpassung der Angebotsthemen .....	95
7.2.3.	Handlungsfeld 3: Ausweitung des Angebots .....	96
7.2.4.	Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen .....	97
7.3.	Fazit .....	99
8.	Literaturverzeichnis .....	100
9.	Beteiligte Personen .....	103

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Landkreises Kelheim in Bayern .....	18
Abbildung 2: Gemeindegliederung des Landkreises Kelheim.....	20
Abbildung 3: Bevölkerungsstand in 1.000 Personen im Landkreis Kelheim im Jahresverlauf von 2011 bis 2022 .....	21
Abbildung 4: Die Altersstruktur im Landkreis Kelheim und im Freistaat Bayern zum Vergleich zum Stichtag: 31.12.2022.....	22
Abbildung 5: Mittlere Geburtenzahl im Landkreis Kelheim im Zeitverlauf von 2011 bis 2022	23
Abbildung 6: Anzahl der betreuten Kinder in Kindertageseinrichtungen im Landkreis Kelheim im Zeitverlauf nach Altersgruppen.....	24
Abbildung 7: Kinderbetreuungsquoten im Landkreis Kelheim im Jahr 2023 .....	25
Abbildung 8: Befragte Einrichtungen nach Trägerschaft.....	27
Abbildung 9: Regionale Einteilung .....	28
Abbildung 10: Befragte Einrichtungen nach Region.....	29
Abbildung 11: Befragte Einrichtungen nach Einrichtungstyp .....	30
Abbildung 12: Befragte Einrichtungen nach Familienbildungsangebot .....	31
Abbildung 13: Gründe, aus denen Einrichtungen keine Familienbildung anbieten .....	31
Abbildung 14: Familienbildungsangebote nach Durchführungsort.....	32
Abbildung 15: Einzugsgebiet der Einrichtungen mit Familienbildungsangeboten .....	32
Abbildung 16: Ziele der Familienbildungsangebote .....	33
Abbildung 17: Zielgruppen der Familienbildungsangebote .....	34
Abbildung 18: Familienphasen der Familienbildungsangebote.....	35
Abbildung 19: Veranstaltungsarten der Familienbildungsangebote .....	36
Abbildung 20: Themen der Familienbildungsangebote .....	38
Abbildung 21: Quellen von finanzieller Unterstützung.....	39
Abbildung 22: Kinderbetreuung bei Familienbildungsangeboten .....	40
Abbildung 23: Gründe, weshalb keine Kinderbetreuung angeboten wird .....	40
Abbildung 24: Werbekanäle für Bekanntmachung der Familienbildungsangebote .....	41
Abbildung 25: Bewertung von verschiedenen Aspekten von Familienbildung .....	43
Abbildung 26: Anzahl von Kindern im Haushalt .....	46
Abbildung 27: Alter des jüngsten Kindes im Haushalt.....	46
Abbildung 28: Befragte nach Familiensituation .....	47
Abbildung 29: Im Familienalltag gesprochene Sprachen .....	47
Abbildung 30: Befragte nach Staatsangehörigkeit .....	48
Abbildung 31: Vergleich von im Alltag gesprochener Sprache und Staatsangehörigkeit.....	48
Abbildung 32: Befragte nach Wohnort .....	50
Abbildung 33: Befragte nach Bildungsniveau.....	51
Abbildung 34: Befragte nach Art der Erwerbstätigkeit.....	52
Abbildung 35: Befragte nach Umfang der Arbeitszeit .....	53
Abbildung 36: Elternpaare nach Umfang der Arbeitszeit .....	54
Abbildung 37: Kenntnis der Familienbildungsangebote .....	54
Abbildung 38: Kenntnis der Familienbildungsangebote nach Regionen .....	56

Abbildung 39: Nutzung der Familienbildungsangebote .....	57
Abbildung 40: Nutzung der Familienbildungsangebote nach Region.....	59
Abbildung 41: Gründe, weshalb Familienbildungsangebote bisher nicht genutzt wurden .....	60
Abbildung 42: Bisher besuchte Themen von Familienbildungsangeboten.....	62
Abbildung 43: Für die Zukunft gewünschte Themen von Familienbildungsangeboten .....	64
Abbildung 44: Gegenüberstellung von bisher besuchten und in Zukunft gewünschten Themen von Familienbildungsangeboten.....	66
Abbildung 45: Gegenüberstellung von bisher besuchten und in Zukunft gewünschten Orten von Familienbildungsangeboten.....	72
Abbildung 46: Präferenz im Hinblick auf Online- und Präsenzangebote.....	74
Abbildung 47: Genutzte und gewünschte Informationsquellen für Familienbildungsangebote .....	75
Abbildung 48: Fahrbereitschaft zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten.....	76
Abbildung 49: Zahlungsbereitschaft für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten .....	77
Abbildung 50: Präferierte Zeiten für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten .....	78
Abbildung 51: Zeiten, zu denen eine Kinderbetreuung notwendig ist .....	79
Abbildung 52: Bewertung verschiedener Aspekte zur Familienbildung (aus Sicht der Eltern) .....	80
Abbildung 53: Besondere Belastungssituationen in den Familien .....	82
Abbildung 54: Bewertung verschiedener Aspekte im Hinblick auf Familien mit besonderen Belastungen .....	83
Abbildung 55: Kenntnis und Nutzung des Familienportals des Landkreises Kelheim.....	85
Abbildung 56: Bereiche, für die das Familienportal hilfreich ist.....	85
Abbildung 57: Handlungsfelder .....	93
Abbildung 58: Bereiche der Bekanntheitssteigerung .....	95
Abbildung 59: Bereiche der Themenanpassung .....	96
Abbildung 60: Bereiche der Themenanpassung .....	97
Abbildung 61: Bereiche für den Einbezug weiterer Familiengruppen .....	99

# Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Vergleich der Top 10-Elternwünsche mit den Anbieterplanungen .....	70
Tabelle 2: Vergleich der Top 10 von Anbietern geplanten Themen mit den Elternwünschen	71

# Vorwort des Landrats des Landkreises Kelheim

Familie ist der erste Ort, an dem Kinder wachsen, lernen und sich entfalten. Eltern nehmen mit der Erziehung ihrer Kinder eine anspruchsvolle und verantwortungsvolle Aufgabe wahr. Sie tragen Sorge und Verantwortung für die positive Entwicklung ihrer Kinder und der Zukunft unserer Gesellschaft. Dabei navigieren sie durch immer komplexere gesellschaftliche Rahmenbedingungen.



Beruf und Familie müssen zunehmend miteinander vereinbart werden, Kindheit findet mehr denn je in Einrichtungen und Institutionen statt, traditionelle Rollenbilder wandeln sich und Familienformen werden vielfältiger. Gerade auch im Hinblick darauf, mit welcher Wucht digitale Medien (neue) Lebenswelten prägen steigen die Herausforderungen im Erziehungsalltag. Hinzu kommen äußere Krisen und Unsicherheiten, die viele Familien zusätzlich belasten.

Genau hier setzt Familienbildung an, denn sie ist weit mehr als nur Wissensvermittlung: Sie bietet Orientierung, Austausch und Entlastung. Sie schafft Räume, in denen Eltern nicht nur kompetenter, sondern auch mit mehr Vertrauen und Gelassenheit ihrer Erziehungsaufgabe begegnen können. Und Familienbildung beginnt nicht erst, wenn Schwierigkeiten auftauchen und Probleme übermächtig werden – sie setzt früh an, begleitet durch Lebensphasen und hilft dabei die schwierigen Übergänge zu meistern.

Mit der Teilnahme am Förderprogramm „Strukturelle Weiterentwicklung der kommunalen Familienbildung und Familienstützpunkte“ verfolgen wir im Landkreis Kelheim das Ziel, die bestehenden Angebote vor Ort zu stärken und die Familienbildung gemeinsam und zukunftsorientiert voranzubringen. Dabei möchten wir Eltern in all ihren Fragen, Bedürfnissen und Lebensrealitäten wirkungsvoll unterstützen – unabhängig von Herkunft, Lebensform oder sozialem Umfeld.

Diese Studie beleuchtet die bisherigen Entwicklungen und erzielten Ergebnisse. Sie verdeutlicht die vielfältige Landschaft der kommunalen Familienbildung und zeigt konkrete Maßnahmen sowie neue gemeinsame Wege auf, um vorhandene Strukturen auszubauen und Familien gezielt dort zu begleiten und zu stärken, wo Unterstützung gebraucht wird. Für ein lebendiges Miteinander heute und morgen.

Mein besonderer Dank gilt allen Beteiligten, die mit Ideen, Engagement und Fachwissen den bisherigen Prozess mitgestaltet haben: Vertreterinnen und Vertreter aus Kommunen, Fachkräften, Trägern und natürlich den Familien selbst.

A handwritten signature in blue ink that reads "Martin Neumeyer". The signature is written in a cursive, flowing style.

Martin Neumeyer  
Landrat

# Vorwort des Direktors des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG)

Angesichts der gesellschaftlichen Herausforderungen, die durch globale Krisen wie den Krieg in der Ukraine, eine unsichere weltpolitische Lage und die Nachwirkungen der Corona-Pandemie entstanden sind, ist die Bedeutung von Familienbildungsangeboten noch offensichtlicher geworden. Diese Angebote spielen eine entscheidende Rolle dabei, Eltern in ihrer Erziehungsaufgabe zu unterstützen und ihnen Kompetenz und Selbsthilfefähigkeiten zu vermitteln, um den Alltag erfolgreich zu meistern.



Neben den aktuellen gesamtgesellschaftlichen Themen und Herausforderungen, muss Familienbildung auch die Vielfalt und Dynamik von Familienstrukturen und Lebensbedingungen berücksichtigen, um den vorhandenen Bedürfnissen von Eltern und den Entwicklungsphasen der Kinder gerecht zu werden. Ein ansprechendes und auf die Bedürfnisse abgestimmtes Familienbildungsangebot kann die Attraktivität des Landkreises als familienfreundliche Region steigern und dadurch auch ein entscheidender Standortfaktor sein, indem ein unterstützendes Umfeld für Arbeitskräfte und ihre Familien geschaffen wird.

Die komplexe Aufgabe, Familienbildung auf die vielfältigen Bedürfnisse abzustimmen, ist in einem eher dünn besiedelten Flächenlandkreis wie dem Landkreis Kelheim besonders herausfordernd. Daher ist es entscheidend, die Anforderungen und Wünsche der Eltern und deren regionale Unterschiede zu kennen, um allen Familien, unabhängig von ihrem Hintergrund und Wohnort, den Zugang zu geeigneten Bildungsressourcen zu ermöglichen.

Um diese Bedürfnisse zu erfassen und eine fundierte Grundlage für die Familienbildung im Landkreis Kelheim zu schaffen, hat das Zentralinstitut für Ehe und Familie in der Gesellschaft (ZFG) der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt eine umfangreiche Studie durchgeführt. Diese Untersuchung umfasste eine Bestandsaufnahme der bestehenden Angebote sowie eine Befragung der Eltern über ihre Erwartungen und das derzeitige Nutzungsverhalten.

Die Ergebnisse dieser Studie liefern wertvolle Einblicke und sollen als Wegweiser für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim dienen. Ziel ist es, ein passgenaues Familienbildungskonzept zu entwickeln, das den vielschichtigen Anforderungen der Familien gerecht werden und gleichzeitig nachhaltig die soziale Infrastruktur der Region stärken kann.

Das ZFG ist stolz darauf, mit seiner Fachkompetenz zur Entwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim beigetragen zu haben. Ein besonderer Dank gilt allen beteiligten Akteuren und Akteurinnen für ihr Engagement und die produktive Zusammenarbeit, ohne die diese umfassenden Einblicke nicht möglich gewesen wären.



Prof. Dr. Klaus Stüwe  
Direktor des ZFG

# Kurzüberblick

<b>Methodisches Vorgehen</b>	Für die Analyse der Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim wurden im Mai 2025 zwei Erhebungen durchgeführt. Um den Bestand an Familienbildungsangeboten zu erfassen, fand eine Befragung von Einrichtungen, die dem Familienbildungsbereich zuzurechnen sind, statt. Eine Elternbefragung bildete die Grundlage für die Erfassung des aktuellen Nutzungsverhaltens, der Wünsche und der Bedürfnisse der Eltern und Familien im Bereich der Familienbildung.
<b>Anbieterbefragung</b>	Die Anbieterbefragung wurde in Form einer Online-Umfrage umgesetzt. Es konnten die Antworten von 94 Einrichtungen ausgewertet werden.
<b>Elternbefragung</b>	Die Elternbefragung fand ebenfalls mithilfe einer Online-Befragung statt. Die Links dazu wurden über das Netzwerk der Koordinierungsstelle Familienbildung des Kreisjugendamts Kelheim versendet. Außerdem wurde über verschiedene Instrumente, wie Plakate in Schulen und Kindertageseinrichtungen, auf den Link zur Eltern-Befragung hingewiesen. Damit eine breite Datengrundlage geschaffen werden kann, stand der Fragebogen neben Deutsch auch in Albanisch, Arabisch, Englisch, Französisch, Rumänisch, Russisch, Türkisch und Ukrainisch zur Verfügung. Außerdem gab es eine Version in einfacher Sprache. Insgesamt konnten für die Datenanalyse 855 Antworten herangezogen werden.
<b>Ergebnisse:</b>	
<b>Zielgruppen von Familienbildung</b>	Die befragten Einrichtungen richten sich mit ihren Familienbildungsangeboten am häufigsten an Familien mit Vorschulkindern (64,7 %) und Familien mit Schulkindern (52,9 %).
<b>Ziele von Familienbildung</b>	Die Einrichtungen möchten mit den Familienbildungsangeboten vorrangig Wissen und Informationen im Bereich Familien- und Erziehungsfragen vermitteln (44,6 %), den Austausch und die sozialen Kontakte zwischen den Familien fördern (41,1 %) und die alltägliche Erziehungskompetenz steigern (35,7 %).
<b>Themenangebot</b>	Für die Zukunft planen die meisten Anbieter Angebote zur Begegnung und zum Austausch mit anderen Familien (45,7 %), zum Bereich Gesundheit (28,6 %) und zu Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz (28,6 %).
<b>Bekanntheit von Familienbildung</b>	67,1 % der befragten Eltern aus dem Landkreis Kelheim haben bereits von Familienbildungsangeboten gehört, 6,6 % sind sich unsicher und 26,3 % kennen Familienbildungsangebote nicht.
<b>Informationsquellen</b>	Als geeignete Informationsquelle für Familienbildungsangebote werden von den Eltern, die Familienbildungsangebote noch nicht genutzt haben, am häufigsten Kinderbetreuungs- und -bildungseinrichtungen (58,6 %) genannt, gefolgt von sozialen Medien (50,8 %), allgemein dem Internet (49,2 %) und Plakaten, Flyer o. Ä. (49,2 %).
<b>Nutzung</b>	Von den Eltern, die Familienbildung kennen, nutzen 16,5 % die Angebote regelmäßig, 51,8 % besuchen entsprechende Veranstaltungen hin und wieder oder selten und 31,7 % haben bisher noch nicht an einem Familienbildungsangebot teilgenommen.
<b>Hinderungsgründe</b>	Der wichtigste Grund, weswegen Eltern bisher noch nicht an einem Familienbildungsangebot teilgenommen haben, ist Zeitmangel (41,0 %). Auch fehlender Bedarf wird mit 26,2 % häufig genannt.

<b>Besuchte Themen</b>	Bisher haben die befragten Eltern mit Abstand am häufigsten an Eltern-Kind-Gruppen (68,8 %) teilgenommen. An zweiter Stelle stehen gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder (42,8 %), gefolgt vom Bereich Schule (28,7 %).
<b>Gewünschte Themen</b>	Das am häufigsten gewünschte Thema von Seiten der Eltern ist der Umgang mit Medien (39,0 %), gefolgt von Erholung und Entlastung vom Familienalltag (34,1 %) und der Vereinbarkeit von Familie und Beruf (32,4 %).
<b>Gewünschte Orte</b>	Schulen werden von 52,6 % der Eltern als geeignete Orte für Familienbildungsangebote genannt. Außerdem werden Beratungsstellen (41,9 %), Vereine (40,6 %) und Einrichtungen der Erwachsenenbildung (38,3 %) häufig erwähnt.
<b>Familien mit besonderen Herausforderungen</b>	44,6 % der befragten Eltern geben an, dass sie im Familienleben mit einer besonderen Herausforderung umgehen müssen. Am häufigsten werden dabei eine belastende finanzielle Situation (10,9 %) und das Merkmal „alleinerziehend oder getrennt-erziehend“ (10,9 %) genannt.
<b>Familienportal des Landkreises Kelheim</b>	Das Familienportal des Landkreises Kelheim, das vielfältige Informationen und auch Veranstaltungshinweise für Eltern und Familien bereitstellt, ist aktuell nur 34,2 % der befragten Familien bekannt. Auch die Nutzung ist gering.
<b>Unterschiede</b>	Unterscheidet man die befragten Eltern und Familien aufgrund ihrer soziodemografischen Merkmale, wie beispielsweise der Familiensituation, dem Vorhandensein eines Migrationshintergrunds oder dem Alter der in den Familien lebenden Kinder, zeigen sich Unterschiede u. a. in der Kenntnis und der bisherigen Nutzung von Familienbildungsangeboten und bei den Themenwünschen. Auch lassen sich regionale Unterschiede erkennen.
<b>Handlungsfelder</b>	<p>Aus den Ergebnissen der Befragung lassen sich vier Handlungsfelder identifizieren, die für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim zielführend sein können.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Handlungsfeld 1: Bekanntheitssteigerung</i> In diesem Handlungsfeld geht es darum, Familienbildung im Allgemeinen bekannter zu machen, und den Informationsfluss über konkrete Veranstaltungen zu verbessern.</li> <li>• <i>Handlungsfeld 2: Anpassung der Angebotsthemen</i> Die Bedarfe der Eltern sind bereits gut in den vorhandenen Angeboten abgebildet. Dennoch gibt es Themenfelder, bei denen ein Ausbau dazu beitragen kann, eine noch bessere Passung zu erreichen.</li> <li>• <i>Handlungsfeld 3: Ausweitung des Angebots</i> Die Ausweitung des Angebots soll dazu beitragen, dass Familien aus allen Regionen des Landkreises Zugang zu Familienbildungsangeboten haben. Dies sollte auch bei der Schaffung von Familienstützpunkten als zentrale Anlaufstellen für Familien bedacht werden.</li> <li>• <i>Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen</i> Aktuell werden nicht alle Familiengruppen gleichermaßen von Familienbildung erreicht. Zukünftig sollte deshalb versucht werden, die weniger partizipierenden Gruppen verstärkt anzusprechen.</li> </ul>

# 1. Gründe zur Durchführung der Studie

Für Eltern ist die Kindererziehung jeden Tag aufs Neue eine schöne Aufgabe, die aber auch Herausforderungen mit sich bringt. Obwohl Betreuungseinrichtungen für Kinder immer wichtiger werden, da Eltern – egal ob Mütter oder Väter – nach der Geburt eines Kindes tendenziell immer früher ihre Erwerbstätigkeit wieder aufnehmen, bleibt die Pflege und Erziehung von Kindern vor allem eine elterliche Aufgabe.

So ist der eindeutige Erziehungsauftrag für die Eltern auch im Grundgesetz, dem Sozialgesetzbuch VIII und dem Bürgerlichen Gesetzbuch festgehalten.

In § 6 Abs. 2 GG heißt es:

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

Eltern haben also sowohl das Recht als auch die Pflicht, die Erziehung ihrer Kinder wahrzunehmen.

Detaillierter werden die elterlichen Rechte und Pflichten im Bürgerlichen Gesetzbuch in § 1626 Abs. 2 BGB dargelegt:

*„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.“*

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

Sowohl beim Thema der Entwicklung der Kinder als auch bezüglich der familiären Situation und der Stellung der Familie in der Gesellschaft können sich für die Eltern und Erziehungsberechtigten während des Aufwachsens und der Erziehung der Kinder Fragen, Herausforderungen und Probleme ergeben. Zudem kann sich auch durch gesamtgesellschaftlich bedeutsame Themen, wie die zunehmende Bedeutung von sozialen Medien oder die ansteigende Zahl an pflegebedürftigen Personen, erhöhter Beratungs- und Informationsbedarf bei Eltern ergeben, der mit Erziehungs- und Familienfragen in Verbindung steht. Ähnliches gilt für aktuelle Ereignisse wie etwa die unsichere weltpolitische Lage.

Daher sollten Eltern zur Beantwortung ihrer Fragen und zur Unterstützung bei Herausforderungen und Problemen auf entsprechende Angebote und Ansprechpersonen zurückgreifen können. Diese Unterstützung und Förderung von Erziehung in der Familie wird in § 16 SGB VIII genauer dargelegt:

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

*(1) Müttern, Vätern, anderen Erziehungsberechtigten und jungen Menschen sollen Leistungen der allgemeinen Förderung der Erziehung in der Familie angeboten*

*werden. Diese Leistungen sollen Erziehungsberechtigte bei der Wahrnehmung ihrer Erziehungsverantwortung unterstützen und dazu beitragen, dass Familien sich die für ihre jeweilige Erziehungs- und Familiensituation erforderlichen Kenntnisse und Fähigkeiten insbesondere in Fragen von Erziehung, Beziehung und Konfliktbewältigung, von Gesundheit, Bildung, Medienkompetenz, Hauswirtschaft sowie der Vereinbarkeit von Familie und Erwerbstätigkeit aneignen können und in ihren Fähigkeiten zur aktiven Teilhabe und Partizipation gestärkt werden. 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, zu ihrer Teilhabe beitragen 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.*

*Dabei soll die Entwicklung vernetzter, kooperativer, niedrigschwelliger, partizipativer und sozialraumorientierter Angebotsstrukturen unterstützt werden.*

*(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.“*

Der Pädagoge und Psychologe Martin Textor, der maßgeblich den Begriff der Familienbildung mitgeprägt hat, schließt in seiner Definition von Familienbildung zentrale Aspekte des angeführten Paragraphen aus dem SGB VIII ein:

*„Als allgemeines Ziel der Familienbildung kann die Unterstützung von Familien durch überwiegend bildende Angebote bezeichnet werden, 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.“  
(Textor 2001)*

Durch ihre Vielzahl an Angeboten kann Familienbildung also einen wertvollen Beitrag zur Unterstützung von Familien in ihrem Erziehungsauftrag leisten. Zur Familienbildung zählen

unterschiedlichste Veranstaltungsformen und Anbieter und sie umfasst ein breites Themenspektrum:

<b>Familienbildung</b> erfolgt zum Beispiel durch:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Informationen bei Fragen rund um das Thema Familie und Erziehung</li><li>• Förderung des Austauschs von Eltern</li><li>• Angebote für Eltern und Kinder</li></ul>
<b>Familienbildung</b> findet in unterschiedlichen Formaten statt, z. B.:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Familien-Cafés und Eltern-Kind-Angebote</li><li>• Freizeitangebote</li><li>• Vorträge</li><li>• Kurse und Seminare</li><li>• Selbstbildung durch Bücher, Internet etc.</li></ul>
<b>Familienbildung</b> umfasst z. B. folgende Themengebiete:
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entwicklung und/oder Erziehung des Kindes</li><li>• Ernährung</li><li>• Partnerschaft/Elternschaft</li><li>• Freizeitgestaltung für Familien</li><li>• Gesundheit</li><li>• Behinderung</li><li>• Migration und Vielfalt der Kulturen</li><li>• Politische Bildung in der Familie</li><li>• Recht/Finanzen (z. B. Informationen zur familiären Finanzplanung)</li><li>• Schule/Lernen</li><li>• Schwangerschaft/Geburt</li><li>• Entwicklung von Sexualität</li><li>• Sport- und Bewegungsangebote für Eltern und Kinder</li><li>• Vorbeugung von Suchterkrankungen</li><li>• Umgang mit Medien</li><li>• Umwelt/Nachhaltigkeit</li><li>• Zeitmanagement und/oder Haushaltsführung</li><li>• Berufliche Orientierung von Jugendlichen</li></ul>

Damit Eltern von Familienbildungsangeboten profitieren, müssen diese möglichst bedarfs- und zielgruppengerecht entworfen werden. Dies ist besonders aufgrund der aktuellen gesellschaftlichen Entwicklungen und Herausforderungen, wie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, sich ausdifferenzierenden Familienformen oder Migration, Integration und Inklusion, zentral.

Die bedarfs- und zielgruppengerechte Gestaltung der Familienbildung ist auch Hintergrund der vorliegenden Studie zu Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Kelheim. Der Landkreis Kelheim nimmt am Förderprogramm „Kommunale Familienbildung und Familienstützpunkte“ des Bayerischen Staatsministeriums für Familie, Arbeit und Soziales teil. Sogenannte

Familienstützpunkte sind Kontakt- und Anlaufstellen der Familienbildung, die konkrete Angebote der Eltern- und Familienbildung in einer Kommune aufzeigen und mit weiteren sozialen Einrichtungen vernetzt sind. Kooperierende Institutionen sind das Bayerische Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, das Zentrum Bayern für Familie und Soziales sowie das Staatsinstitut für Familienforschung an der Universität Bamberg. Die vorliegende Studie liefert eine breite Datengrundlage, auf deren Basis im Landkreis Kelheim Familienbildung im Allgemeinen weiterentwickelt sowie Familienstützpunkte im Besonderen konzipiert werden sollen.



Dem Landkreis Kelheim als Auftraggeber der Studie sollen mit der Befragung zahlreiche Daten bereitgestellt werden, auf deren Grundlage Familienbildungsangebote in der Region noch besser an die Bedürfnisse und Interessen der Eltern angepasst werden können. Das kann neben der Entwicklung von Familienstützpunkten auch die Schaffung neuer Angebote und Projekte der Familienbildung sowie die bedarfsentsprechende Anpassung und ggf. den Ausbau bereits bestehender Angebote beinhalten.

Familienfreundlichkeit ist ein zentraler Standortfaktor auf kommunaler Ebene. Dabei ist auch die Weiterentwicklung der Familienbildungsangebote wesentlich, um Familienfreundlichkeit zu garantieren. Auch kann durch die zunehmende Migration in den vergangenen Jahren und die damit einhergehenden Integrationsaufgaben ein vermehrter Bedarf an Familienbildungsmaßnahmen entstehen.

Aus all diesen Aspekten setzt sich für Kommunen und Landkreise das Aktionsfeld *Familienbildungsmaßnahmen* zusammen. Die vorliegende Studie soll die Grundlage für die weitere positive Gestaltung von diesen Maßnahmen im Landkreis Kelheim bilden.

Im Folgenden werden, nach einer detaillierteren Vorstellung des Projektdesigns und der Rahmenbedingungen im Landkreis Kelheim, die Ergebnisse der empirischen Erhebungen dargestellt. Auf Basis dieser Erkenntnisse werden Schwerpunkte herausgearbeitet, wie Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim Familien weiterhin und noch besser durch die Höhen und Tiefen des Erziehungs- und Familienalltags begleiten können.

## 2. Projektdesign

### 2.1. Erkenntnisgewinn

Der Landkreis Kelheim nimmt am Förderprogramm „Kommunale Familienbildung und Familienstützpunkte“ des Freistaats Bayern teil. Die vorliegende Untersuchung soll dabei die Grundlage für die Konzeptionierung und die Schaffung von Familienstützpunkten im Landkreis bilden. Ziel dieser Erhebung ist es, einen aktuellen Überblick über die bestehenden Angebote im Bereich der Familienbildung sowie das Nutzungsverhalten und die Bedarfe der Eltern zu erhalten.

Im Mittelpunkt des Erkenntnisinteresses stehen die folgenden Fragen:

- Wie gestalten sich die bestehenden Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim?
- Welches Nutzungsverhalten zeigen die Eltern im Bereich der Familienbildung?
- Warum nehmen Eltern unter Umständen keine Angebote wahr?
- Was wünschen sich die Eltern in Bezug auf Familienbildung im Landkreis Kelheim?
- Zu welchen Zeiten (z. B. Wochentage vs. Wochenende) würden Eltern am ehesten an Angeboten der Familienbildung teilnehmen?
- Mit welchen besonderen Herausforderungen sind die Familien im Landkreis Kelheim konfrontiert und welche Bedarfe ergeben sich daraus?
- Welche Ansätze ergeben sich für die Verantwortlichen im Landkreis Kelheim auf Grundlage der Studienergebnisse? Welche Punkte können bei der Gestaltung des Familienbildungskonzepts berücksichtigt werden?

### 2.2. Erhebungsdesign

Um einerseits den Bedarf und andererseits das aktuelle Angebot im Landkreis Kelheim einschätzen und daraus folgende Handlungsempfehlungen für die Zukunft ableiten zu können, wurden zwei Befragungen durchgeführt. Zur Erfassung des Bestands an Familienbildungsangeboten im Landkreis wurden in der ersten Erhebung die Anbieter- und Trägereinrichtungen<sup>1</sup> von diesen Angeboten befragt. Die zweite Befragung zielte auf Eltern minderjähriger Kinder ab und diente dem Nachvollzug der Wünsche. Sie sollte erfassen, welches gegenwärtige Nutzungsverhalten und welche Bedürfnisse die Familien im Hinblick auf Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Kelheim aufweisen.

---

<sup>1</sup> Im Folgenden wird zur einfacheren Lesbarkeit meist von „Anbietern“ gesprochen. Dieser Begriff umfasst alle Einrichtungen, die sich an der Anbieterbefragung beteiligt haben, also auch Träger von Familienbildung.

## 2.2.1. Anbieterbefragung

Zur Erhebung des Bestands an Familienbildungsangeboten wurde eine Onlineumfrage unter den Anbietern dieser Angebote durchgeführt. Der Link zu dieser Umfrage wurde den entsprechenden Einrichtungen vom Landratsamt Kelheim per E-Mail zugeschickt.

Der Fragebogen war dabei teilstandardisiert gestaltet, d. h. er bestand zum großen Teil aus Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. An einigen Stellen konnten aber freie Eingaben gemacht werden. So gab es bei den meisten Fragen die Kategorie „Sonstiges“, die von den Anbietern spezifiziert werden konnte. Zudem hatten die Einrichtungen zum Ende des Fragebogens die Möglichkeit, in einem Eingabefeld Anmerkungen, Wünsche und Kritik hinsichtlich der Familienbildung im Landkreis zu äußern.

Gegenstand des Anbieterfragebogens waren u. a. folgende Themenbereiche:

- Vorhandene und geplante Angebote (Themen und Veranstaltungsarten),
- Ziele und Zielgruppen,
- Bewerbung der Angebote.

Die Einrichtungen konnten im Zeitraum vom 05. bis zum 23. Mai 2025 an der Befragung teilnehmen. Es wurden 259 verschiedene Institutionen kontaktiert.

## 2.2.2. Elternbefragung

Für die Elternbefragung wurde ebenfalls ein teilstandardisierter Fragebogen eingesetzt, der sich an Eltern minderjähriger Kinder richtete, die im Landkreis Kelheim ansässig sind. Die Befragung erfolgte ebenfalls mithilfe einer Online-Umfrage.

Gegenstand des Fragebogens waren geschlossene Fragen, Hybridfragen (d. h. Fragen mit größtenteils vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, aber auch der Möglichkeit, noch weitere Dinge in eigenen Worten zu ergänzen) und eine abschließende offene Frage. Die Eltern hatten somit bei der Antwortkategorie ‚Sonstiges‘ sowie am Ende des Fragebogens Gelegenheit für zusätzliche Anmerkungen.

Der Fragebogen setzte sich aus den folgenden Themenkomplexen zusammen:

- Nutzungsverhalten der Eltern in Bezug auf Familienbildungsangebote (u. a. Kenntnis und Nutzung der Angebote, Art und Themen der wahrgenommenen Veranstaltungen),
- Wünsche zu Themen und Veranstaltungsorten der Familienbildungsangebote,
- Organisatorische Gestaltung der Familienbildungsangebote, beispielsweise im Hinblick auf die Zahlungs- und Fahrbereitschaft sowie den Bedarf an Kinderbetreuung bei Familienbildungsangeboten,
- Demografische Angaben zur Familie und den besonderen Herausforderungen des Familienlebens.

Um eine umfassende Datengrundlage für die Entwicklung des Familienbildungskonzepts zu erhalten, sollten möglichst viele Eltern aus dem gesamten Landkreis Kelheim mit der

Befragung erreicht werden. Dazu wurde der Link, über den an der Umfrage teilgenommen werden konnte, über verschiedene Kanäle verbreitet, wie beispielsweise der Homepage des Landkreises Kelheim, über Kindertageseinrichtungen und Schulen sowie das Netzwerk für Familienbildung. Dazu wurden sowohl digitale Flyer als auch gedruckte Werbemedien wie Plakate genutzt. Der Fragebogen war dabei neben Deutsch auch in den Sprachen Albanisch, Arabisch, Englisch, Französisch, Rumänisch, Russisch, Türkisch und Ukrainisch ausfüllbar. Eine Version in einfacher Sprache stand den Teilnehmenden ebenfalls zur Verfügung. Die Elternbefragung fand im Zeitraum von Anfang bis Ende Mai 2025 statt.

### 3. Strukturanalyse des Landkreises Kelheim

Die folgenden Abschnitte geben einen Überblick über die Lage, die von Familien dominierte Bevölkerungsstruktur, die Struktur der Kinderbetreuungsangebote und verschiedene Arbeitsmarktkennzahlen des Landkreises Kelheim.

#### 3.1. Lage des Landkreises Kelheim

Der Landkreis Kelheim ist zentral in Bayern gelegen und gehört zum Regierungsbezirk Niederbayern (Landkreis Kelheim 2025b).



**Abbildung 1: Lage des Landkreises Kelheim in Bayern**

Westlich grenzen die Landkreise Pfaffenhofen an der Ilm, Eichstätt und nordwestlich der Landkreis Neumarkt in der Oberpfalz an. Die weiteren benachbarten Landkreise des Landkreises Kelheim sind Regensburg, Landshut sowie Freising (Landkreis Kelheim 2025c). Durch den Landkreis Kelheim verläuft die Autobahn A93, die sowohl eine Anbindung nach Regensburg und die dortige A3 als auch zur A9 und damit nach München ermöglicht. Der Flughafen

München lässt sich mit dem Auto in unter einer Stunde erreichen (Landkreis Kelheim 2025b). Auch die Bahnanbindung des Landkreises ist gewährleistet, die Züge nach Ingolstadt und Regensburg fahren mindestens stündlich (Landkreis Kelheim 2025c).

Im Bereich des Tourismus bzw. der Freizeit kann der Landkreis ebenfalls einiges bieten: Es besteht die Möglichkeit, Kultur zu entdecken (in den Burgen und Schlössern der Region), Natur zu erleben (auf den Wander- oder Fahrradwegen oder auf dem Wasser im Altmühltal) sowie Entspannung zu genießen (in den beiden Thermen des Landkreises) (Landkreis Kelheim 2025d).

Der Landkreis Kelheim umfasst 24 Gemeinden, wobei acht davon Einheitsgemeinden darstellen und die weiteren 16 in Verwaltungsgemeinschaften organisiert sind (Landkreis Kelheim 2025b). Zu den Einheitsgemeinden gehören die Städte Abensberg, Kelheim, Mainburg, Neustadt/Donau und Riedenburg sowie die Märkte Bad Abbach, Painten und Rohr in Niederbayern. Die größte Gemeinde stellt dabei die Stadt Kelheim dar (Landkreis Kelheim 2025b). Die weiteren Städte und Märkte bilden fünf Verwaltungsgemeinschaften: Ihrlerstein, Langquaid, Mainburg, Saal/Donau und Siegenburg. Ihrlerstein differenziert sich dabei in den Markt Essing und die Gemeinde Ihrlerstein, die Verwaltungsgemeinschaft Langquaid umfasst hingegen die Gemeinden Hausen, Herrngiersdorf und den Markt Langquaid. Zur Verwaltungsgemeinschaft Mainburg sind die vier Gemeinden Aiglsbach, Attenhofen, Elsendorf und Volkenschwand zugehörig. Saal/Donau beinhaltet die gleichnamige Gemeinde sowie die Gemeinde Teugn. Die meisten Gemeinden sind in der Verwaltungsgemeinschaft Siegenburg zusammengeschlossen, dazu gehören die Gemeinden Biburg, Kirchdorf, Train und Wildenberg sowie der Markt Siegenburg (Landkreis Kelheim 2025b).

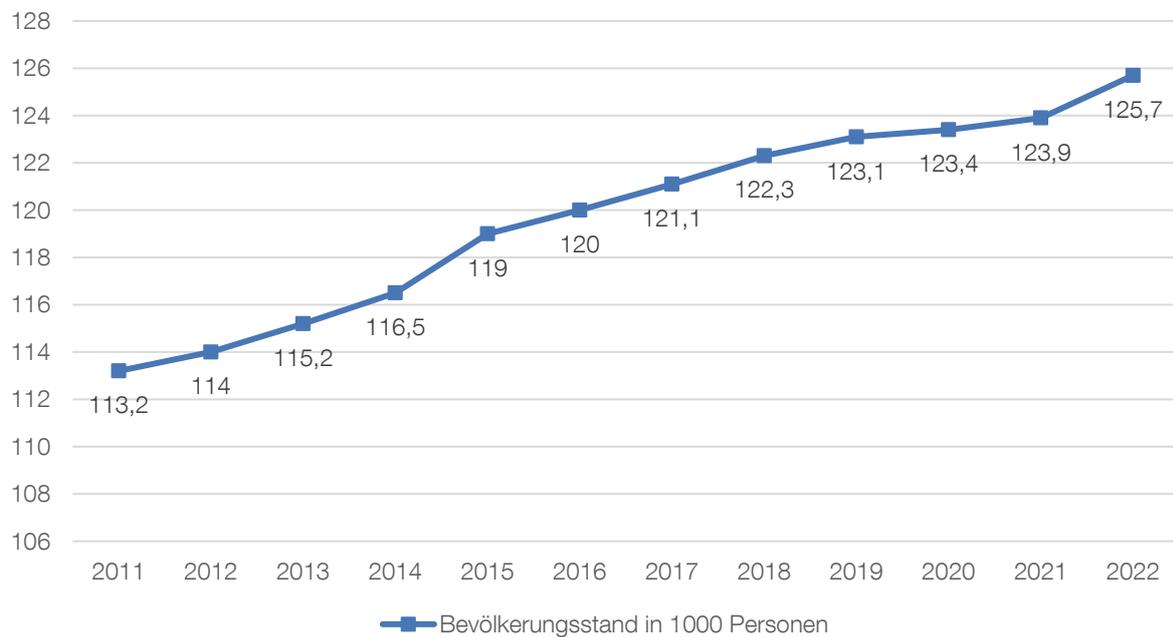


**Abbildung 2: Gemeindegliederung des Landkreises Kelheim**

### 3.2. Typisch bayerische Altersstruktur mit vielen Familien

Zum Stichtag 31.12.2022 betrug die Einwohnerzahl des Landkreises Kelheim 125.701 Menschen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2024). Bei einer Landkreisgröße von 1065,13 km<sup>2</sup> entspricht diese Anzahl einer Einwohnerdichte von 1,2 Personen pro Hektar (Landkreis Kelheim 2025b; Landratsamt Kelheim 2022). Damit liegt der Landkreis Kelheim im Jahr 2021 unter dem bayerischen Durchschnitt, die bayerische Bevölkerungsdichte beträgt zu der Zeit 1,9 (Landratsamt Kelheim 2022).

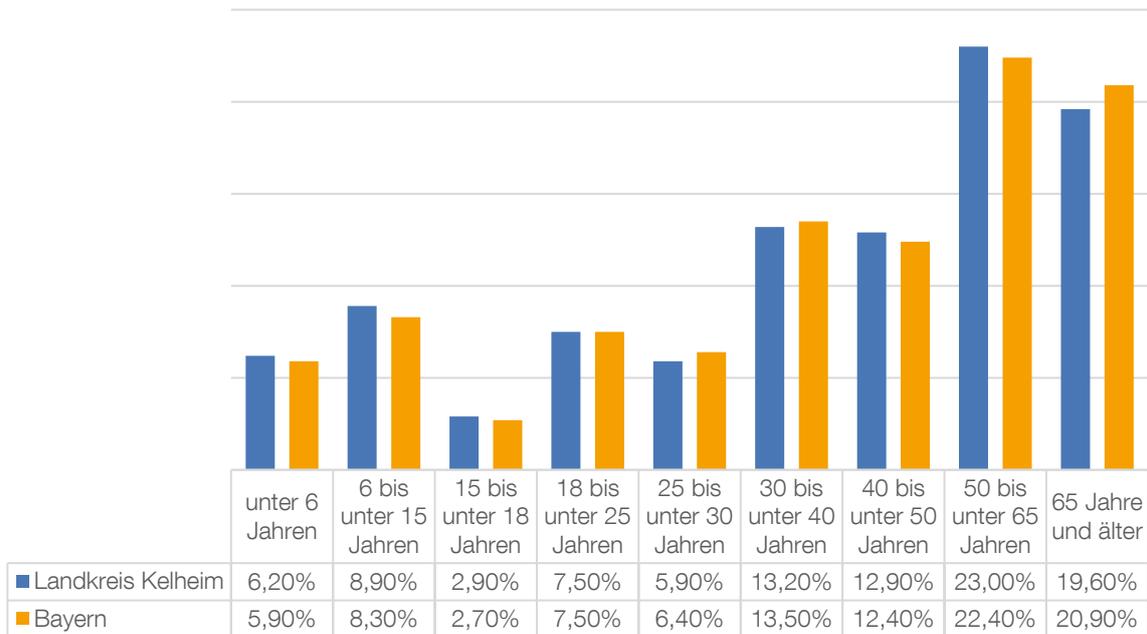
Die Einwohnerzahl ist jedoch in den letzten Jahren, wie in Abbildung 3 deutlich wird, angestiegen. Im Jahr 2011 lag sie noch bei 113.200 Personen, im Jahr 2022 schon über 125.700 Menschen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2024).



**Abbildung 3: Bevölkerungsstand in 1.000 Personen im Landkreis Kelheim im Jahresverlauf von 2011 bis 2022**

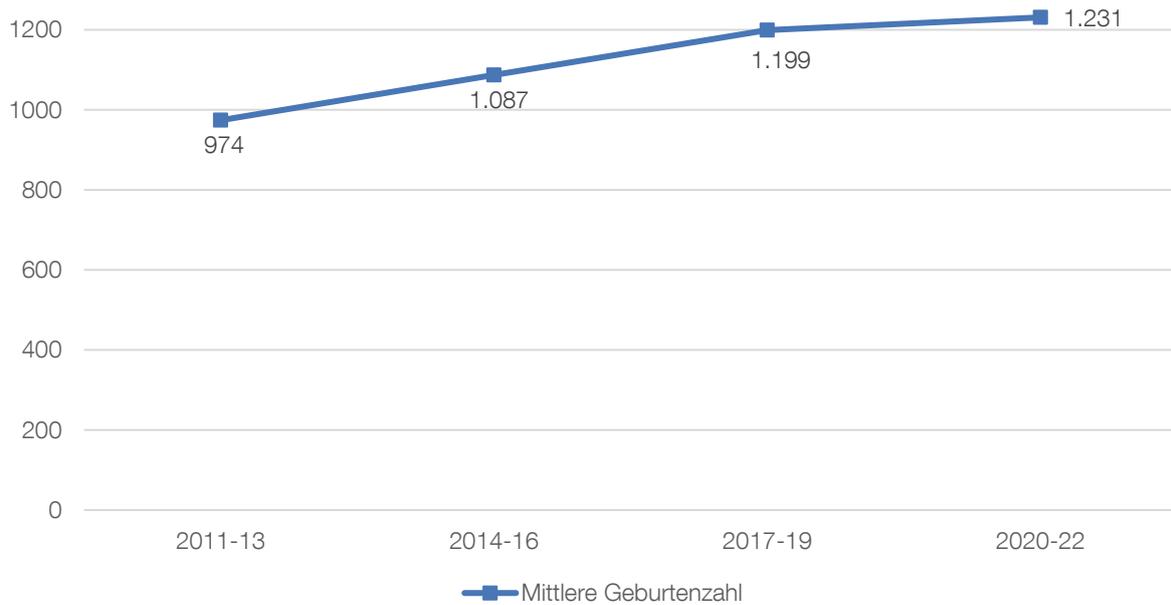
18.172 Personen des Landkreises Kelheim besitzen dabei eine ausländische Staatsbürgerschaft, dies entspricht einem Anteil von rund 14,5 % an der Gesamtbevölkerung des Landkreises (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). In Bayern liegt der Anteil der Menschen mit ausländischer Staatsbürgerschaft mit 15,5 % einen Prozentpunkt höher (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). Die Herkunftsländer der Personen mit ausländischer Staatsbürgerschaft waren im Jahr 2018 Polen, die Türkei, Rumänien, Kosovo und Ungarn (Steuerungsgruppe für den Integrationsplan des Landkreises Kelheim 2018).

Die Altersstruktur im Landkreis Kelheim wird in Abbildung 4 im Vergleich zu der im Freistaat Bayern dargestellt. Dabei wird deutlich, dass die Gruppe der 50- bis unter 65-jährigen in beiden Regionen die eindeutige Mehrheit bildet (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). Generell ähneln sich die Altersstruktur im Landkreis Kelheim und in Bayern stark, sie weichen, abgesehen von der ältesten Altersgruppe nur um maximal 0,6 Prozentpunkte voneinander ab (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). Nur der Anteil der ältesten Altersgruppe ist in Kelheim 1,3 % niedriger als in Bayern (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023a). Das Durchschnittsalter im Landkreis betrug 2021 43,2 Jahre, der bayerische Durchschnitt liegt bei 44,1 und der bundesdeutsche bei 44,7 (Statistisches Bundesamt 2024; Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2022a). Im Landkreis leben also im Vergleich mehr junge Menschen.



**Abbildung 4: Die Altersstruktur im Landkreis Kelheim und im Freistaat Bayern zum Vergleich zum Stichtag: 31.12.2022**

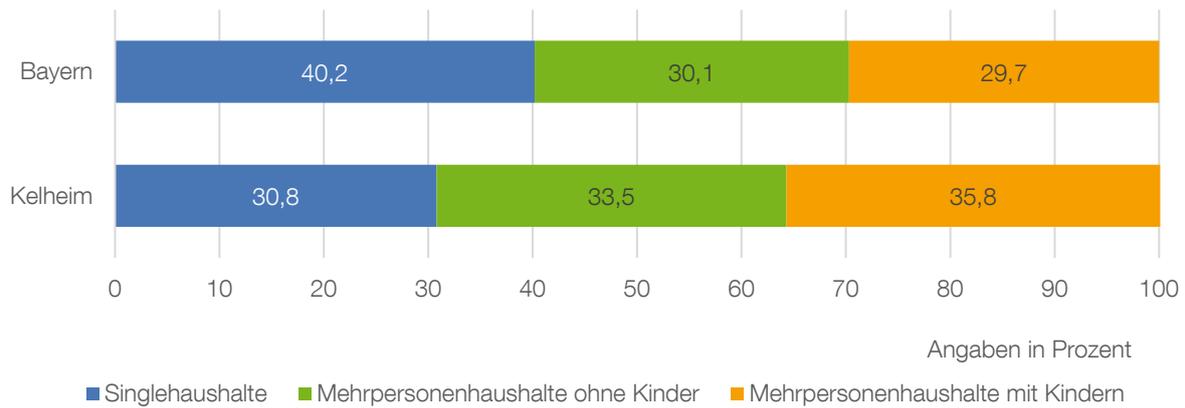
Dass vergleichsweise viele junge Menschen im Landkreis leben, wird auch durch die allgemeine Geburtenrate, die als Durchschnittswert von 2016 bis 2021 berechnet wurde, bedingt. Sie beträgt im Landkreis Kelheim 1,67 Kinder pro Frau im Alter von 15 bis 49 Jahren (Landratsamt Kelheim 2023). Damit zeichnet sich der Landkreis mit einer höheren Geburtenstärke als Bayern aus, der Vergleichswert umfasst hier 1,55 Kinder pro Frau (Landratsamt Kelheim 2023). Außerdem ist die mittlere Geburtenzahl im Landkreis im Jahresverlauf von 2011 bis 2022 kontinuierlich angestiegen (Landkreis Kelheim 2024). Die mittlere Geburtenzahl der Jahre 2020 bis 2022 betrug, wie Abbildung 5 zeigt, 1.231, während sie 2011 bis 2013 noch bei 974 lag (Landkreis Kelheim 2024).



**Abbildung 5: Mittlere Geburtenzahl im Landkreis Kelheim im Zeitverlauf von 2011 bis 2022**

Allgemein beträgt die Anzahl an Kindern unter 14 Jahren im Landkreis zum Stichtag des 31.12.2022 17.691, das entspricht einem Anteil an der Bevölkerung von 14,1 % (Landratsamt Kelheim 2023). Der Wert der unter 18-jährigen lag in jenem Jahr bei 18,0 %, das ist höher als im bayerischen Durchschnitt (16,9 %).

Das Vorhandensein der vergleichsweise vielen Minderjährigen spiegelt sich auch in den Anteilen der Haushaltstypen wider. Der Landkreis Kelheim umfasste im Jahr 2021 53.882 Haushalte (Landratsamt Kelheim 2023). 30,8 % davon stellen Singlehaushalte (gesamtbayerischer Vergleichswert: 40,2 %), 33,5 % Mehrpersonenhaushalte ohne Kinder (gesamtbayerischer Vergleichswert: 30,1 %) und 35,8 % Mehrpersonenhaushalte mit Kindern (gesamtbayerischer Vergleichswert: 29,7 %) dar (Landratsamt Kelheim 2023). Im Vergleich zum bayerischen Durchschnitt sind im Landkreis Kelheim also mehr Mehrpersonenhaushalte mit und ohne Kinder, aber dafür weniger Singlehaushalte vertreten. Das Verhältnis von Einpersonenhaushalten zu Haushalten mit Kindern liegt im Landkreis bei 0,9 (Landratsamt Kelheim 2023). Der Landkreis Kelheim ist also geprägt durch eine familiendominierte Struktur mit vergleichsweise vielen jungen Menschen (Landkreis Kelheim 2024).

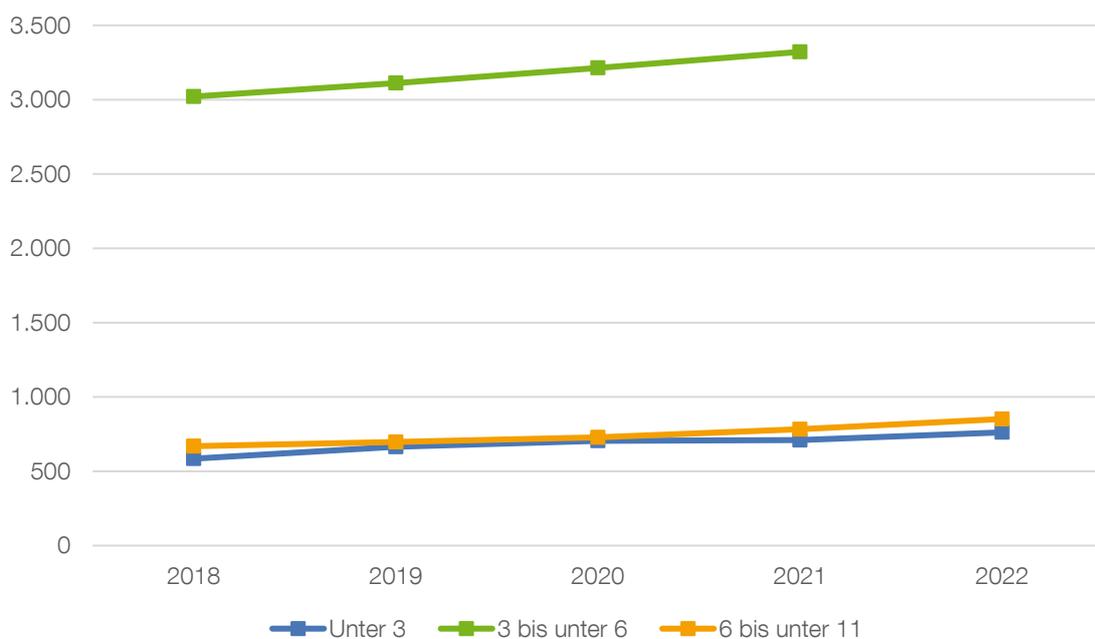


**Abbildung 4: Anteile der Haushaltstypen im Landkreis Kelheim und Bayern**

### 3.3. Kinderbetreuung

Im Jahr 2023 gab es im Landkreis Kelheim 84 Kindertageseinrichtungen, in denen 5.165 Kinder von 1.078 Personen betreut wurden (Landkreis Kelheim 2024, 2025a). Von den 84 Einrichtungen befinden sich 29 in kommunaler, 31 in privater und 24 in kirchlicher Trägerschaft (Landkreis Kelheim 2024).

In Abbildung 6 wird deutlich, dass die Anzahl der betreuten Kinder in den vorherigen Jahren konstant angestiegen ist. Die Anzahl des Personals und der vorhandenen Einrichtungen hat sich ebenfalls erhöht, im Jahr 2018 waren noch 801 Personen in 72 Einrichtungen tätig, fünf Jahre später 1.026 Personen in 82 Institutionen (Bayerisches Landesamt für Statistik 2023c). Im Jahr 2023 befand sich mit 4.518 Kindern der Großteil der betreuten Kinder im Kindergarten, 153 Kinder waren im Kinderhort und 494 in Kinderkrippen (Landkreis Kelheim 2024).

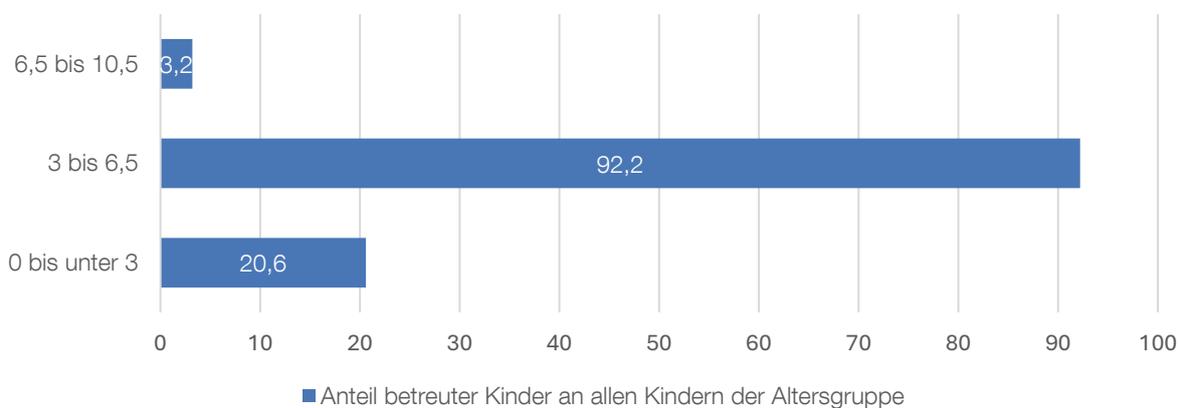


**Abbildung 6: Anzahl der betreuten Kinder in Kindertageseinrichtungen im Landkreis Kelheim im Zeitverlauf nach Altersgruppen**

Die Betreuungsquote<sup>2</sup> von Kindern in Kindertageseinrichtungen im Alter von unter drei Jahren lag im Jahr 2023 im Landkreis Kelheim bei 20,6 % (s. Abbildung 7). In dieser Altersgruppe wurden in dem Jahr 773 der 3.751 Kinder betreut (Landkreis Kelheim 2024). Bei den Kindern, die mindestens drei Jahre alt und noch nicht in der Grundschule sind, beträgt die Betreuungsquote im gleichen Jahr 92,2 % (Landkreis Kelheim 2024). Von ihnen wiesen 25,8 % einen Migrationshintergrund auf (Landkreis Kelheim 2024). Bei den schulpflichtigen Kindern (6,5 bis 10,5 Jahren) lag die Betreuungsquote in Jugendhilfeangeboten 2023 bei 3,2 %, das entspricht 158 betreuten Kindern (Landkreis Kelheim 2024). Von ihnen verfügten 30,9 % über einen Migrationshintergrund (Landkreis Kelheim 2024). Der Anteil der Kinder mit Migrationshintergrund in den Kindertageseinrichtungen des Landkreises beträgt insgesamt 21,5 % (Landkreis Kelheim 2024). Kinder mit integrativen Maßnahmen oder Eingliederungshilfen machen 1,7 % aus (Landkreis Kelheim 2024).

Im Jahr 2025 gibt es im Landkreis Kelheim 24 Grundschulen, elf Mittelschulen, fünf Förderschulen, vier Realschulen und vier Gymnasien (Landkreis Kelheim 2025e).

Bei den Kindern, die im Schuljahr 2022/23 eingeschult wurden, zeichnet sich der Landkreis Kelheim mit einem geringeren Anteil an Kindern mit Migrationshintergrund als der bayerische Vergleichswert aus, im Landkreis betrug der Wert 30,6 %, im Freistaat 31,4 % (Landratsamt Kelheim 2023).



**Abbildung 7: Kinderbetreuungsquoten im Landkreis Kelheim im Jahr 2023**

### 3.4. Arbeitsmarktkennzahlen

Am 30.06.2024 waren von den 84.021 Menschen im erwerbsfähigen Alter mit einem Wohnsitz im Landkreis Kelheim 57.201 Personen sozialversicherungspflichtig beschäftigt. Davon sind 32.244 Personen, also rund 56,4 %, männlich und 24.957 Personen (43,6 %) weiblich<sup>3</sup> (Bundesagentur für Arbeit 2025c). Der Anteil der Personen, die davon ihren Arbeitsort auch im eigenen Landkreis besitzt, beträgt 51,2 %. Etwa die Hälfte der Menschen, das entspricht 27.906 Menschen müssen den Landkreis also verlassen, um zu ihrer Arbeitsstelle zu gelangen

<sup>2</sup> Die Betreuungsquote ergibt sich aus dem Anteil der Kinder in Kindertagesbetreuung an allen Kindern derselben Altersgruppe IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim 2025.

<sup>3</sup> Nicht-binäre Personen werden nicht gesondert ausgewiesen.

(Bundesagentur für Arbeit 2025c). Der Landkreis Kelheim kann also als Pendlerregion deklariert werden.

Im Jahr 2024 waren im Jahresdurchschnitt 2.329 Personen im Landkreis arbeitslos, in diesem Jahr lag die Arbeitslosenquote demnach bei 3,1 % (Bundesagentur für Arbeit 2024). Im Vergleich dazu betrug die Arbeitslosenquote in Bayern im Dezember 2024 3,8 % und im gesamten Bundesgebiet 6,0 % (Bundesagentur für Arbeit 2025a). Diese geringe Arbeitslosigkeit spiegelt sich auch in den Beschäftigungsquoten<sup>4</sup> wider. So betrug die Beschäftigungsquote im Jahr 2024 67,4 %, im Vergleich zum bayerischen (65,6 %) und bundesdeutschen (62,2 %) Durchschnitt waren im Landkreis Kelheim also anteilig mehr Personen in Beschäftigungsverhältnissen (Bundesagentur für Arbeit 2025d). Bei den Männern im Landkreis ist die Beschäftigungsquote dabei höher, hier sind 72,9 % sozialversicherungspflichtig beschäftigt, bei den Frauen nur 61,5 % (Bundesagentur für Arbeit 2025d). Im Vergleich dazu lässt sich festhalten, dass in Bayern der Unterschied der Beschäftigungsquoten zwischen Frauen und Männern weniger stark ausgeprägt ist als im Landkreis Kelheim: bei den Männern beträgt der Anteil 69,0 % und bei den Frauen 62,1 % (Bundesagentur für Arbeit 2025d). Die Vollzeitbeschäftigung wird im Landkreis von Männern ebenfalls deutlich häufiger ausgeübt, 69,1 % der in Vollzeit arbeitenden Personen sind Männer und nur 30,1 % Frauen, während die in Teilzeit arbeitenden Personen zu 83,5 % Frauen darstellen (Bundesagentur für Arbeit 2025b).

---

<sup>4</sup> Diese sagt aus, wie groß der Anteil der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten an der Gesamtheit der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter zwischen 15 Jahren und der Regelaltersgrenze ist.

## 4. Bericht zur Anbieterbefragung

Die im Rahmen der Anbieterbefragung erhobenen Daten ermöglichen es, einen Überblick über die aktuell im Landkreis Kelheim vorhandenen Familienbildungsangebote zu geben und aufzuzeigen, wie sich diese konkret gestalten. Unter anderem soll die Datenanalyse folgende Fragen beantworten:

- Wie gestaltet sich die Anbieterstruktur?
- Welche Themen und Veranstaltungsarten werden angeboten?
- Wie werden die Angebote beworben?

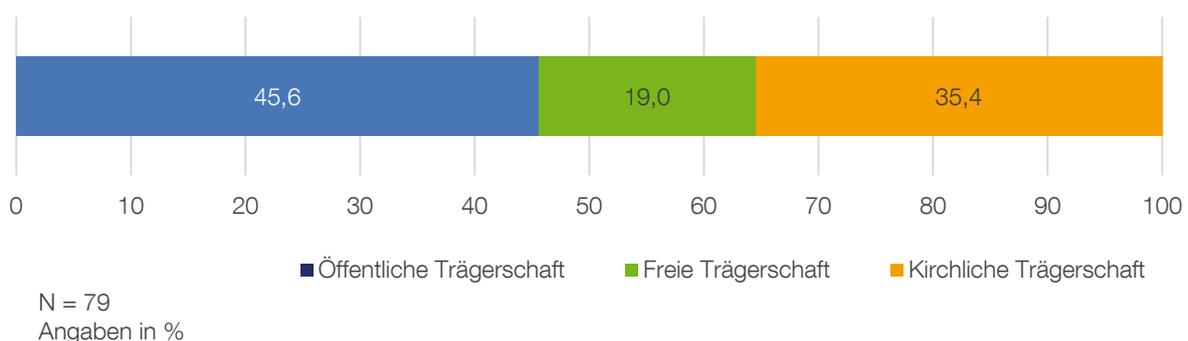
In den folgenden Abschnitten werden die Ergebnisse der Anbieterbefragung präsentiert. Die Auswertung erfolgte – wie auch bei der Elternbefragung (s. Abschnitt 5) – mit Hilfe der Programme STATA und MAXQDA.

### 4.1. Umfang der Anbieterbefragung

Insgesamt haben sich 94 Einrichtungen an der Anbieterbefragung beteiligt. Zur Teilnahme an der Befragung eingeladen wurden von der Koordinierungsstelle für Familienbildung insgesamt 259 Einrichtungen. Daraus ergibt sich eine Rücklaufquote von 36,3 %, was als durchaus positiv bewertet werden kann. Da nicht alle teilnehmenden Einrichtungen alle Fragen beantwortet haben, variiert die Fallzahl zwischen Fragen. Aus diesem Grund ist die Anzahl der Einrichtungen bei den Grafiken in den folgenden Abschnitten jeweils angegeben.

### 4.2. Charakteristika der Anbieter

Aus Abbildung 8 geht hervor, dass sich mit einem Anteil von 45,6 % die meisten der befragten Einrichtungen in öffentlicher Trägerschaft befinden. 35,4 % haben einen kirchlichen Träger und 19,0 % einen freien Träger.<sup>5</sup>



**Abbildung 8: Befragte Einrichtungen nach Trägerschaft**

Um Aussagen zu regionalen Unterschieden im Hinblick auf die vorhandenen Familienbildungsangebote, aber auch hinsichtlich des Nutzungsverhaltens und der Wünsche der Eltern treffen

<sup>5</sup> Betrachtet man nur die Einrichtungen, die aktuell Familienbildungsangebote durchführen oder dies für die Zukunft geplant haben, so verschiebt sich die Trägerschaft etwas in Richtung der freien und kirchlichen Träger: öffentliche Trägerschaft 41,9 %, freie Trägerschaft 21,0 % und kirchliche Trägerschaft 37,1 %.

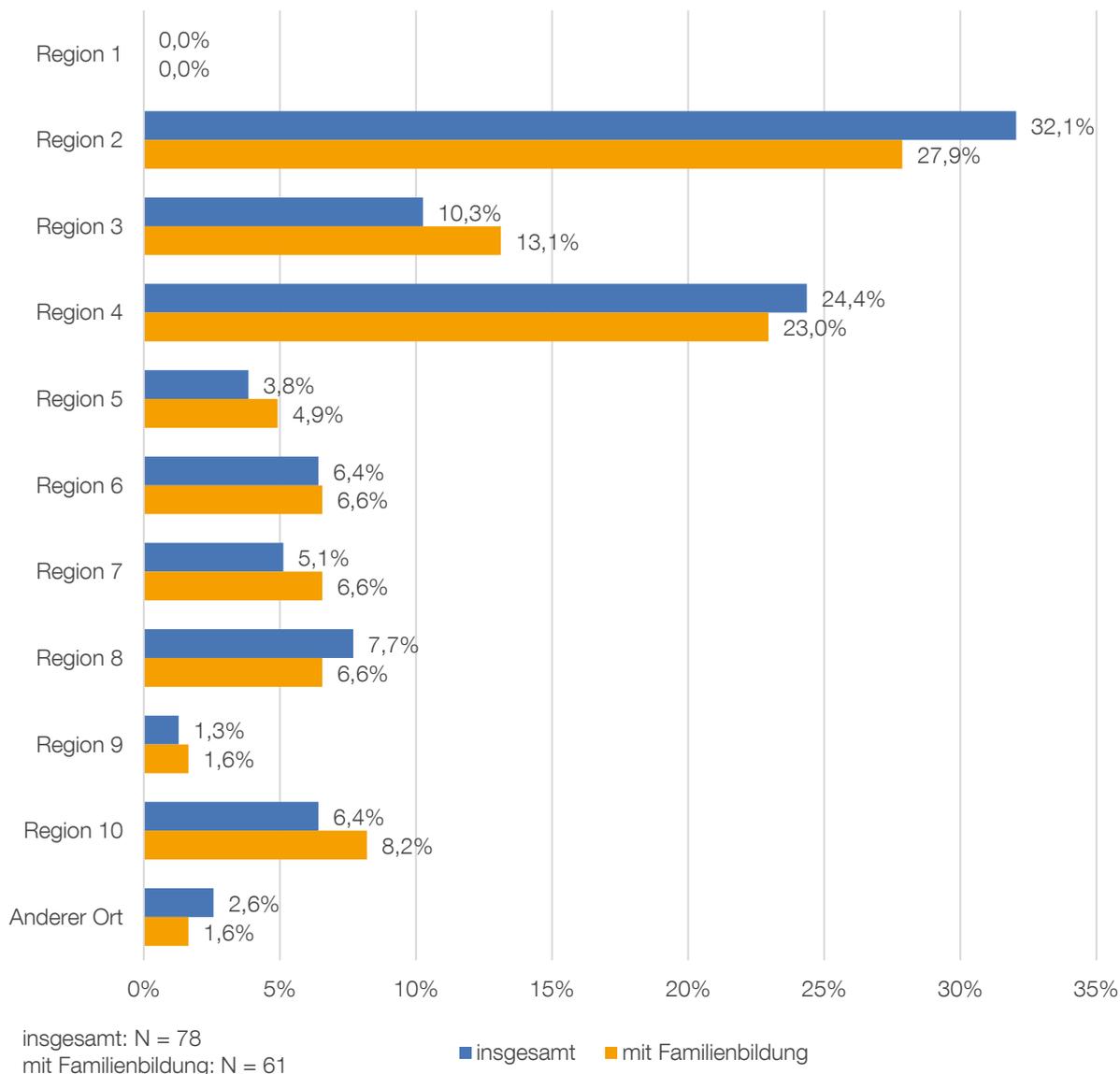
zu können, wurde der Landkreis Kelheim für die Studie in zehn Regionen unterteilt (s. Abbildung 9). Um die Anonymität der befragten Personen gewährleisten zu können, wurden dazu einige Gemeinden zu größeren Regionen zusammengefasst.



**Abbildung 9: Regionale Einteilung**

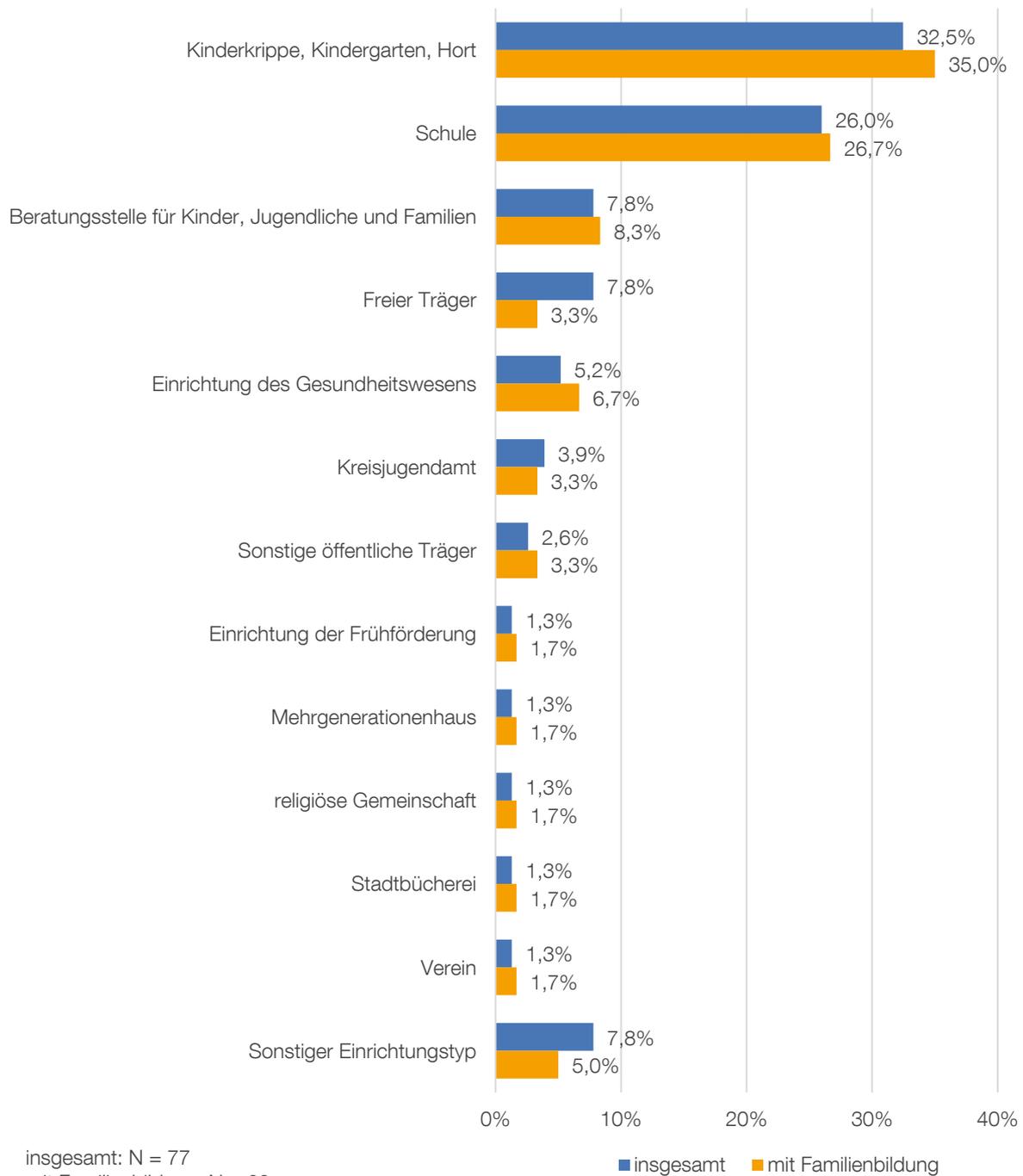
Hinsichtlich der regionalen Verteilung der befragten Einrichtungen innerhalb des Landkreises Kelheim zeigt sich, dass sich viele Einrichtungen, die in Region 2 oder Region 4 ansässig sind, an der Umfrage beteiligt haben (s. Abbildung 10). Auch Region 3 ist mit 10,3 % vergleichsweise häufig vertreten. In diesen Regionen befinden sich mit Kelheim, Abensberg und Neustadt a. d. Donau auch die größeren Orte. Demgegenüber hat keine Einrichtung mit Sitz in Region 1 an der Befragung teilgenommen. Ebenso gibt es wenige Rückmeldungen aus

Region 9 (1,3 %) und Region 5 (3,8 %). Auch haben mit Blick auf die Verteilung der größeren Orte vergleichsweise wenige Einrichtungen aus Region 6 und Region 10 an der Befragung teilgenommen. Betrachtet man nur die Einrichtungen, die aktuell und/oder in Zukunft Familienbildung anbieten, bleibt die Verteilung nach Regionen stabil.



**Abbildung 10: Befragte Einrichtungen nach Region**

Aus Abbildung 11 geht hervor, dass die meisten Einrichtungen, die an der Befragung teilgenommen haben, dem Bereich der Kindertageseinrichtungen zuzuordnen sind. Von den gesamten Einrichtungen rechnen sich 32,5 % dieser Gruppe zu, von den Einrichtungen, die aktuell und/oder zukünftig Familienbildung anbieten, sind dies 35,0 %. Mit einem Anteil von 26,0 % haben sich außerdem viele Schulen an der Befragung beteiligt. Darauf folgen Beratungsstellen für Kinder, Jugendliche und Familien und freie Träger (jeweils mit einem Anteil von 7,8 %). Unter sonstiger Einrichtungstyp finden sich Musikschulen und Gemeindeverwaltungen.

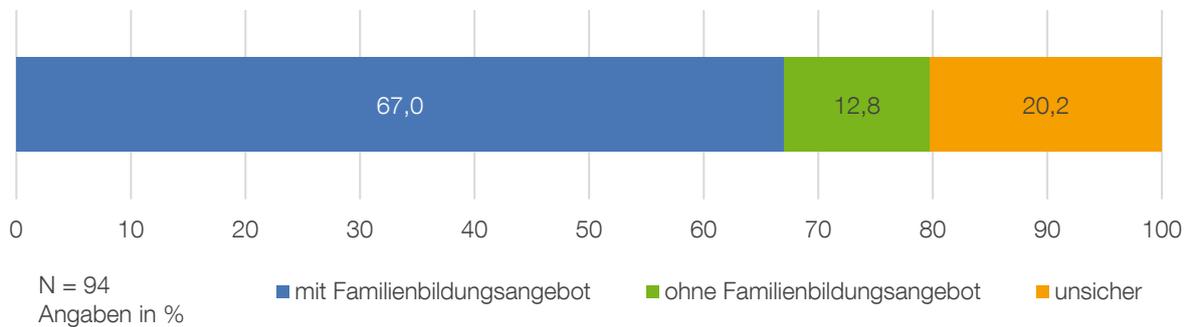


**Abbildung 11: Befragte Einrichtungen nach Einrichtungstyp**

### 4.3. Zahl, Einzugsgebiet und Ort der Angebote

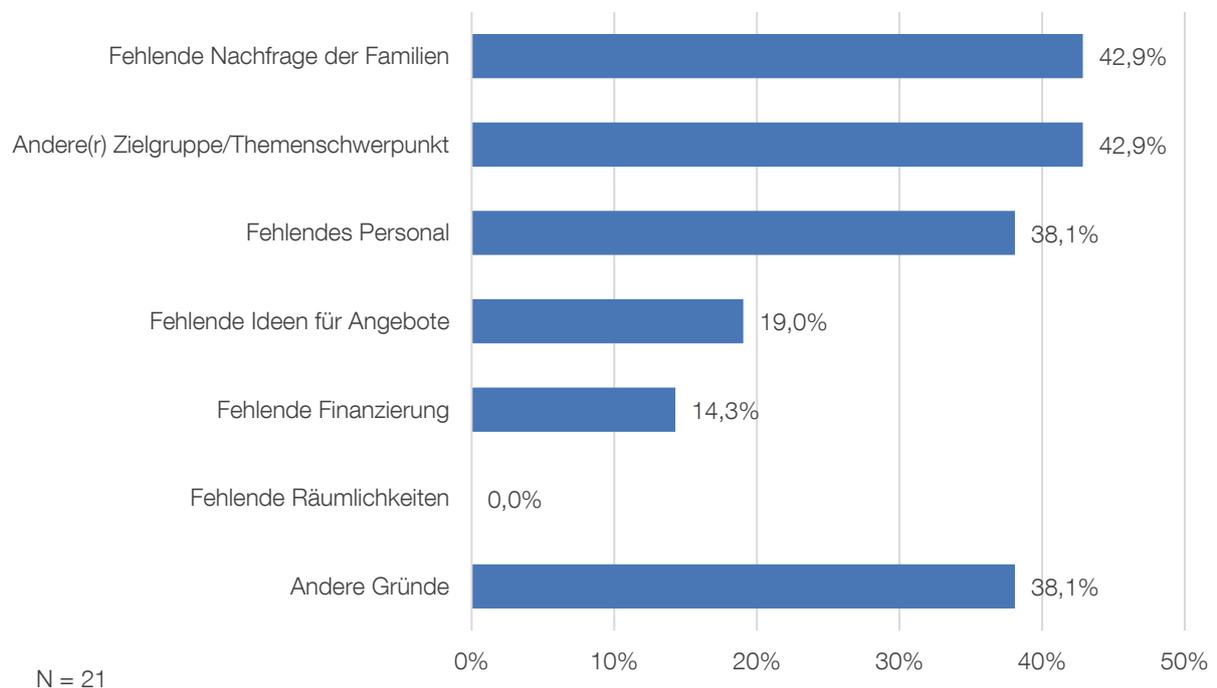
Von den 94 befragten Einrichtungen geben 63 (67,0 %) an, dass sie aktuell Familienbildungsangebote durchführen, weitere 19 Einrichtungen (20,2 %) sind sich unsicher, ob ihre Angebote dem Bereich Familienbildung zuzurechnen sind, und zwölf Einrichtungen (12,8 %) bieten keine Familienbildung an (s. Abbildung 12). Für die Zukunft planen 63,7 % der befragten Einrichtungen Familienbildungsangebote. Bei 23,1 % ist dies noch nicht bekannt und 13,2 % werden keine Familienbildungsangebote durchführen. Von den Einrichtungen, die aktuell

Familienbildung anbieten, wird mit einem Anteil von 86,9 % die deutliche Mehrheit auch zukünftig solche Angebote durchführen; nur 4,9 % dieser Einrichtungen werden keine Familienbildung anbieten und bei 8,2 % sind die Pläne noch nicht bekannt.



**Abbildung 12: Befragte Einrichtungen nach Familienbildungsangebot**

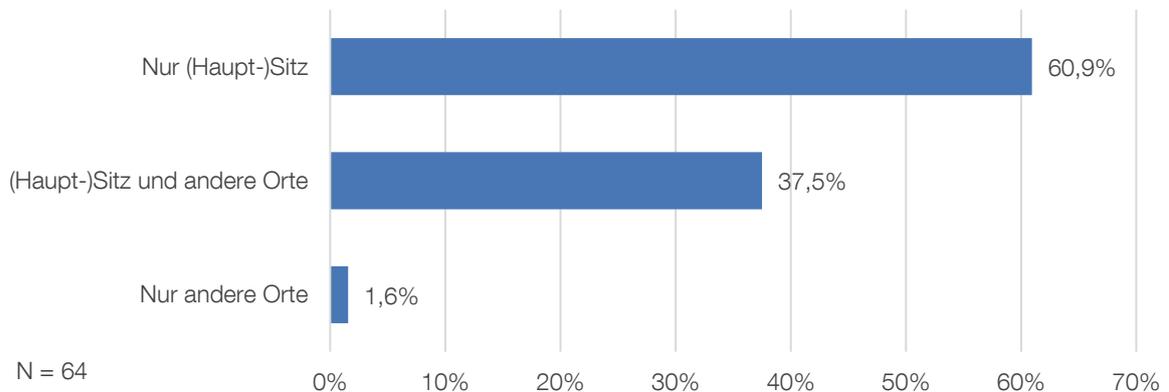
Die beiden am häufigsten genannten Gründe, aus denen Einrichtungen keine Familienbildung anbieten, sind die fehlende Nachfrage von Seiten der Familien und dass die befragte Einrichtung eine andere Zielgruppe bzw. einen anderen Themenschwerpunkt hat (jeweils 42,9 %). Auch fehlendes Personal ist bei 38,1 % der Einrichtungen, die keine Familienbildung anbieten, ein wichtiger Hinderungsgrund (s. Abbildung 13). Unter sonstige Gründe werden u. a. fehlende Zeit und der Umstand, dass die Familienbildungsangebote noch in Planung sind, genannt.



**Abbildung 13: Gründe, aus denen Einrichtungen keine Familienbildung anbieten**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

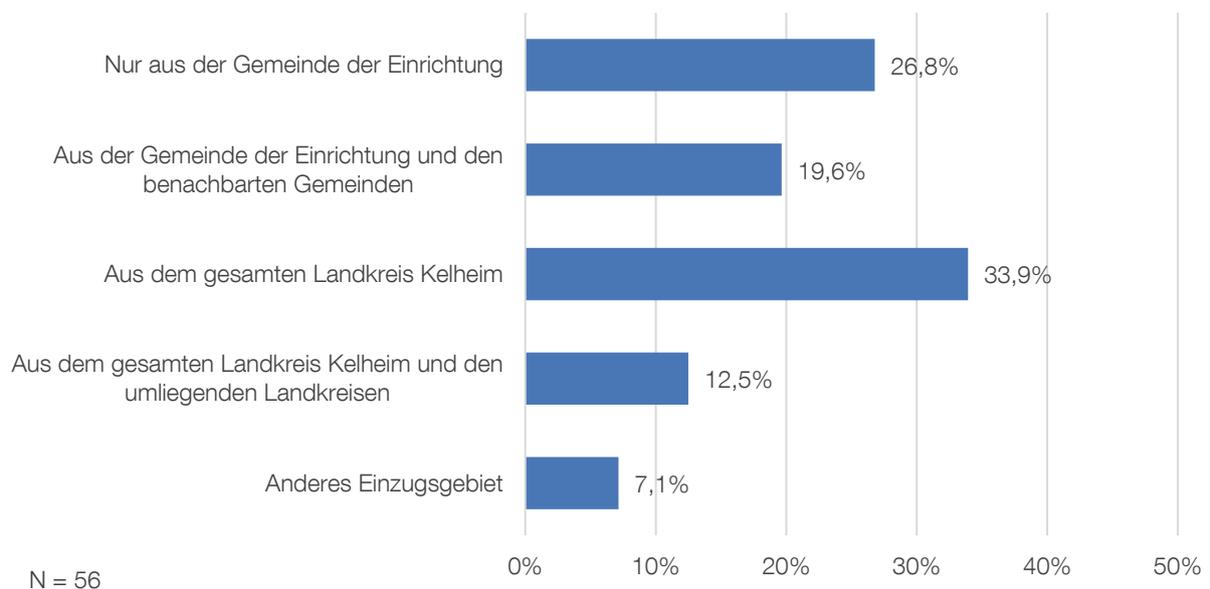
60,9 % der Einrichtungen, die Familienbildungsangebote durchführen und/oder für die Zukunft planen, führen diese nur am Standort der Einrichtung durch (s. Abbildung 14). Den Sitz der Einrichtung und auch andere Orte nutzen 37,5 % der befragten Anbieter und nur andere Orte nutzen mit einem Anteil von 1,6 % nur sehr wenige Einrichtungen. Als andere Orte werden

dabei vor allem Schulen und (andere) Kindertageseinrichtungen genannt, aber auch Ausflüge oder die nähere Umgebung der Einrichtung.



**Abbildung 14: Familienbildungsangebote nach Durchführungsort**

Aus Abbildung 15 geht hervor, dass viele der Einrichtungen ein Einzugsgebiet aufweisen, das größer als die Gemeinde ist, in der die Einrichtung ihren (Haupt-)Sitz hat. 33,9 % der Anbieter<sup>6</sup> geben an, dass die Nutzer/-innen aus dem gesamten Landkreis Kelheim stammen, bei 12,5 % erstreckt sich das Einzugsgebiet über die Grenzen des Landkreises hinaus. Bei weiteren 19,6 % der Einrichtungen stammen die Nutzer/-innen aus der Gemeinde der Einrichtung und den benachbarten Gemeinden. Einrichtungen mit einem anderen Einzugsgebiet geben an, dass sie durch Übernachtungsgäste oder Online-Angebote ein deutschlandweites Publikum erreichen. Andere nennen den Schulsprengel als Einzugsgebiet.



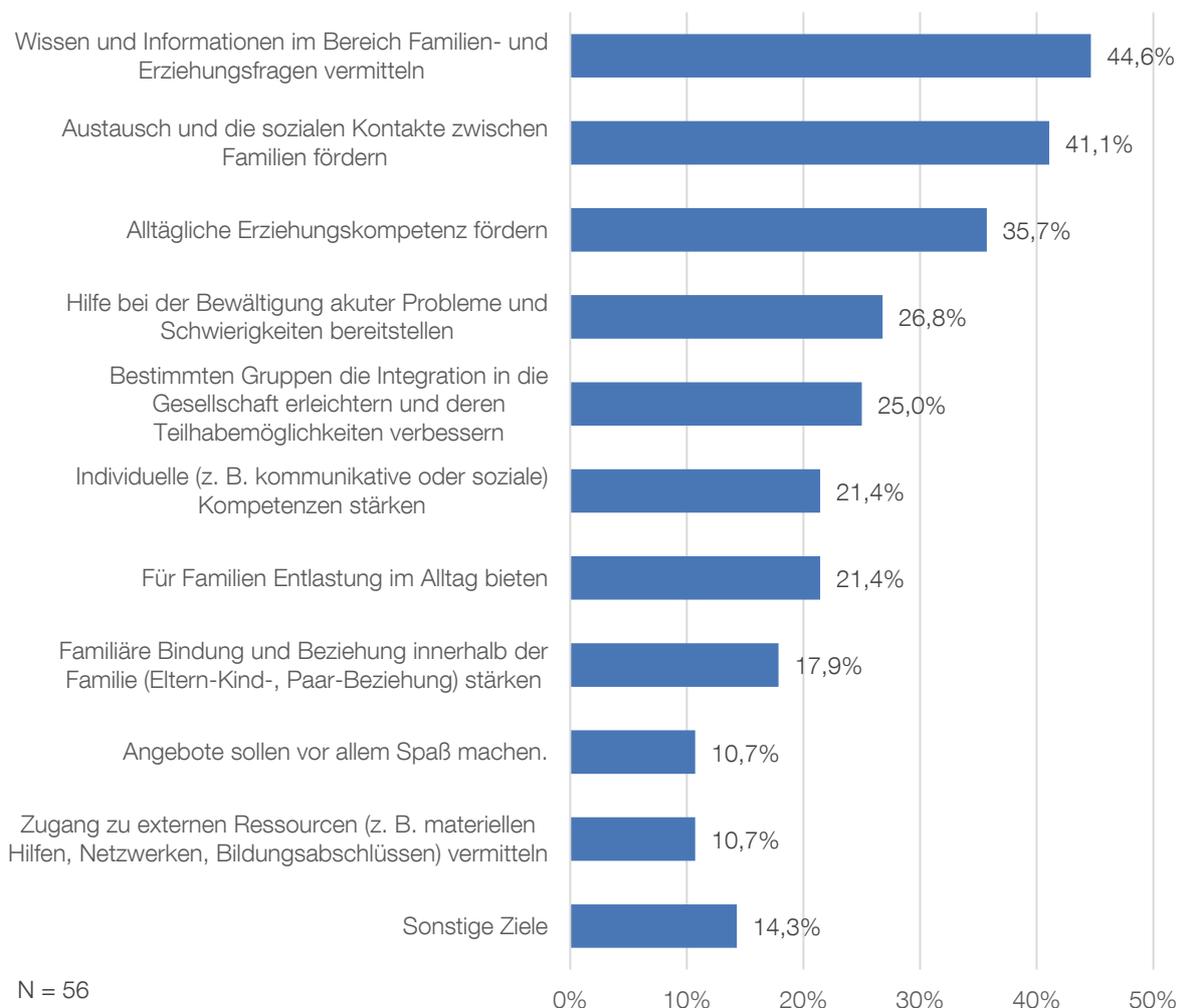
**Abbildung 15: Einzugsgebiet der Einrichtungen mit Familienbildungsangeboten**

<sup>6</sup> Bei der Berechnung der Anteile wurden die Anbieter, die das Einzugsgebiet ihrer Einrichtung nicht einschätzen können, ausgeschlossen.

Rund ein Viertel (25,4 %) der befragten Einrichtungen gibt an, auch Online-Angebote durchzuführen. 71,2 % tun dies nicht und weitere 3,4 % planen die Durchführung von Online-Angeboten für die Zukunft.

#### 4.4. Ziele und Zielgruppen der Anbieter

Das wichtigste Ziel, das die Einrichtungen mit den Familienbildungsangeboten erreichen möchten, ist, Wissen und Informationen im Bereich von Familien- und Erziehungsfragen zu vermitteln. Dies geben 44,6 % der Einrichtungen an. Auch die Förderung des sozialen Austauschs und der sozialen Kontakte zwischen Familien (41,1 %) und die Förderung der alltäglichen Erziehungskompetenz (35,7 %) werden von vielen Einrichtungen ausgewählt. Mit einem Anteil von jeweils nur 10,7 % der Einrichtungen stehen der Spaß der Angebote und der Zugang zu externen Ressourcen nicht im Vordergrund (s. Abbildung 16). Unter sonstige Ziele werden u. a. Umweltbildung, Vermittlung von Gesundheitswissen, sexuelle Bildung, Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt und die Entwicklung von sozial-emotionaler Kompetenz genannt.

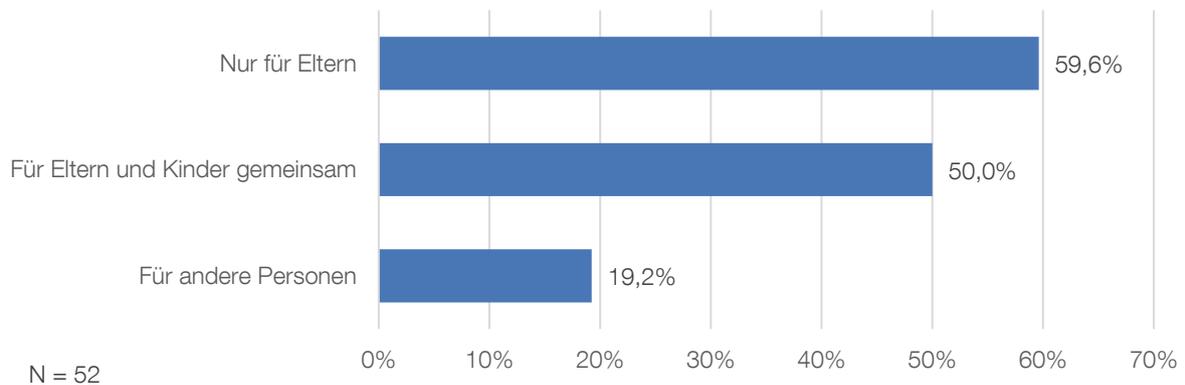


**Abbildung 16: Ziele der Familienbildungsangebote**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Aus Abbildung 17 wird deutlich, dass die Einrichtungen sowohl Angebote anbieten, die sich nur an Eltern richten (59,6 %), als auch solche, die sich an Eltern und Kinder gemeinsam

richten (50,0 %). Knapp ein Fünftel der Einrichtungen (19,2 %) hat dabei sowohl Angebote für Eltern als auch für Eltern und Kinder gemeinsam im Repertoire. Ebenfalls 19,2 % der Einrichtungen bieten Angebote für andere Personengruppen an. Unter andere Personen werden einerseits generell die Bezugspersonen der Kinder, Großeltern oder auch Tagespflegepersonen und Erzieher/-innen genannt. Andererseits gibt es auch Einrichtungen, die Angebote nur für Kinder oder Jugendliche und junge Erwachsene anbieten.

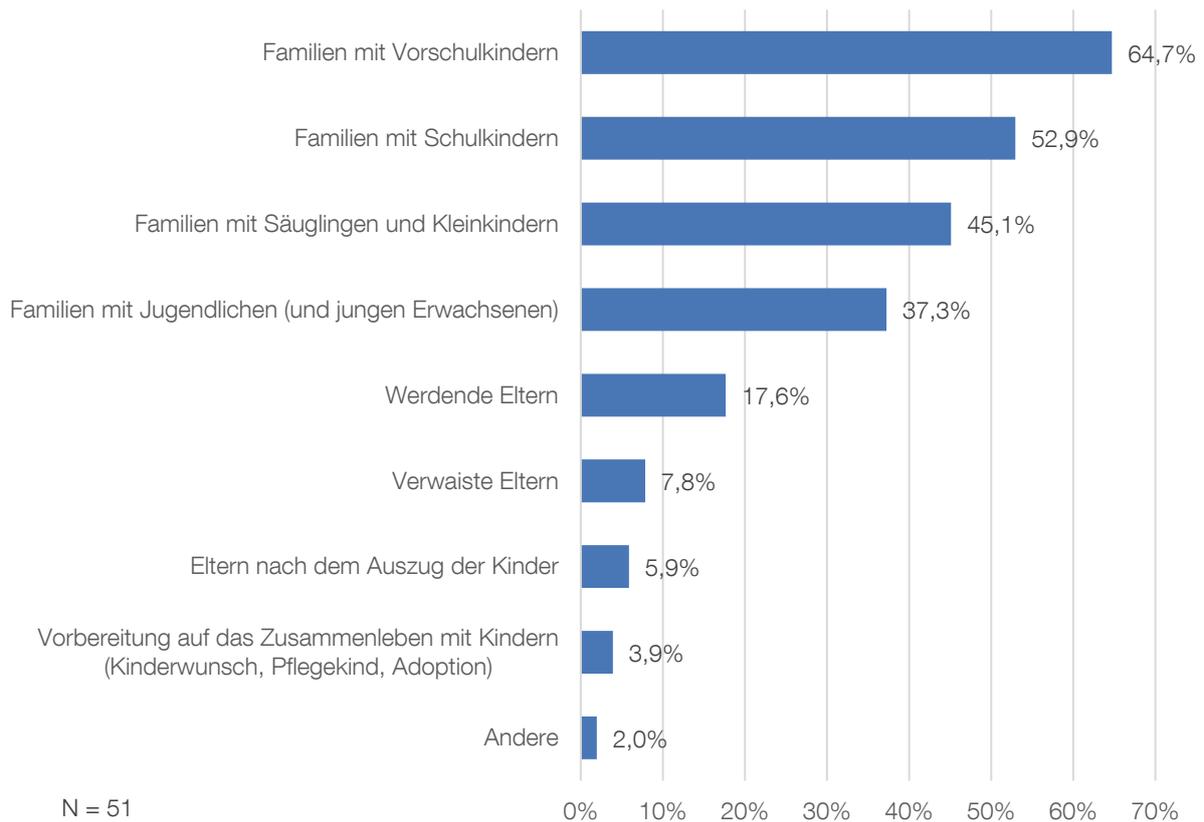


**Abbildung 17: Zielgruppen der Familienbildungsangebote**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Hinsichtlich des Zugangs zu den Angeboten zeigt sich, dass nicht alle Angebote allgemein zugänglich sind. So geben 28,0 % der befragten Anbieter an, dass die Veranstaltungen nur für die Familien, die der Einrichtung angehören, gedacht sind. Bei 38,0 % ist dies eher der Fall. Nur 34,0 % der befragten Institutionen hat Angebote, die für alle Familien vorgesehen sind.

Im Hinblick auf die Familienphasen, auf welche die Angebote abzielen, werden am häufigsten die Familien mit Vorschulkindern genannt (s. Abbildung 18). 64,7 % der Einrichtungen bieten Angebote für diese Zielgruppe an. Danach kommen Familien mit Schulkindern (52,9 %), Familien mit Säuglingen und Kleinkindern (45,1 %) und Familien mit Jugendlichen (und jungen Erwachsenen) (37,3 %). Nur wenige Anbieter machen Angebote, die auf das Familienleben vorbereiten (3,9 %) oder Eltern nach dem Auszug der Kinder begleiten (5,9 %). Unter „Andere“ wird angegeben, dass die Angebote für alle Personen und Phasen offen sind.



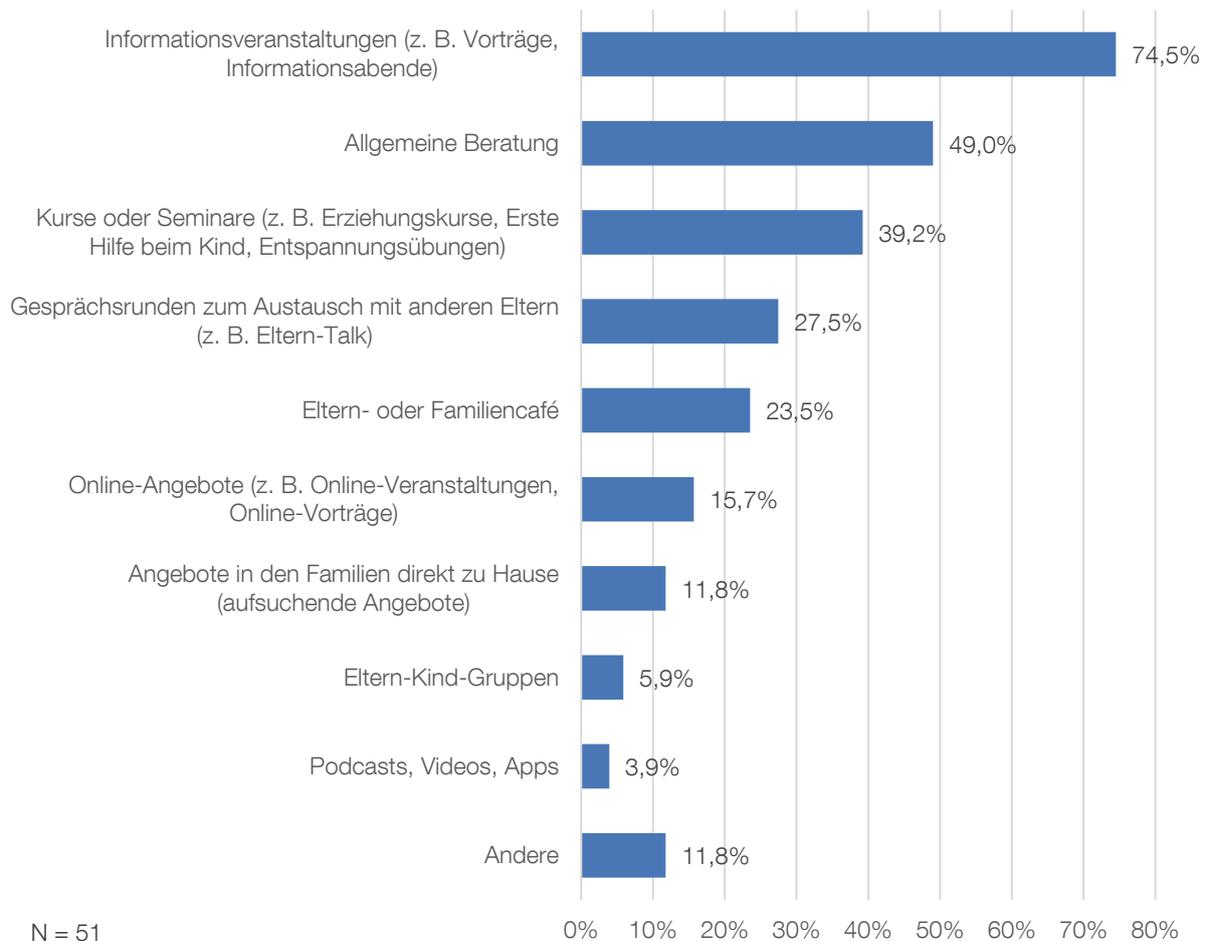
**Abbildung 18: Familienphasen der Familienbildungsangebote**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Außerdem wurde die Vielfalt der Familienformen in der Befragung thematisiert. Es zeigt sich, dass 22,0 % der Einrichtungen (auch) Angebote anbieten, die bestimmte Familien adressieren sollen. Hauptsächlich richten sich diese an Familien mit Migrations- und/oder Fluchthintergrund, an Familien mit Kindern mit Behinderungen sowie an Alleinerziehende oder Getrennt-Erziehende.

## 4.5. Arten und Themen der Veranstaltungen

Neben den Zielen und Zielgruppen, welche die Anbieter mit den Familienbildungsangeboten erreichen möchten, wurden in der Befragung auch die Veranstaltungsarten, welche die Anbieter für ihre Familienbildungsangebote nutzen, erhoben (s. Abbildung 19). Das am häufigsten genannte Format ist dabei die Informationsveranstaltung. Mit 74,5 % führen fast drei Viertel der befragten Einrichtungen solche Veranstaltungen durch. Auf Platz 2 folgt die allgemeine Beratung mit einem Anteil von 49,0 %. Kurse und Seminare (39,2 %) nehmen den dritten Platz ein. Weniger als ein Zehntel der befragten Einrichtungen gibt jeweils an, Eltern-Kind-Gruppen (5,9 %) oder Podcasts, Videos und Apps (3,9 %) anzubieten. Unter andere Arten werden musikalische Angebote wie Vorspielabende und musikalische Früherziehung genannt ebenso wie naturpädagogische Aktionen, Projekte und Schulfeste.

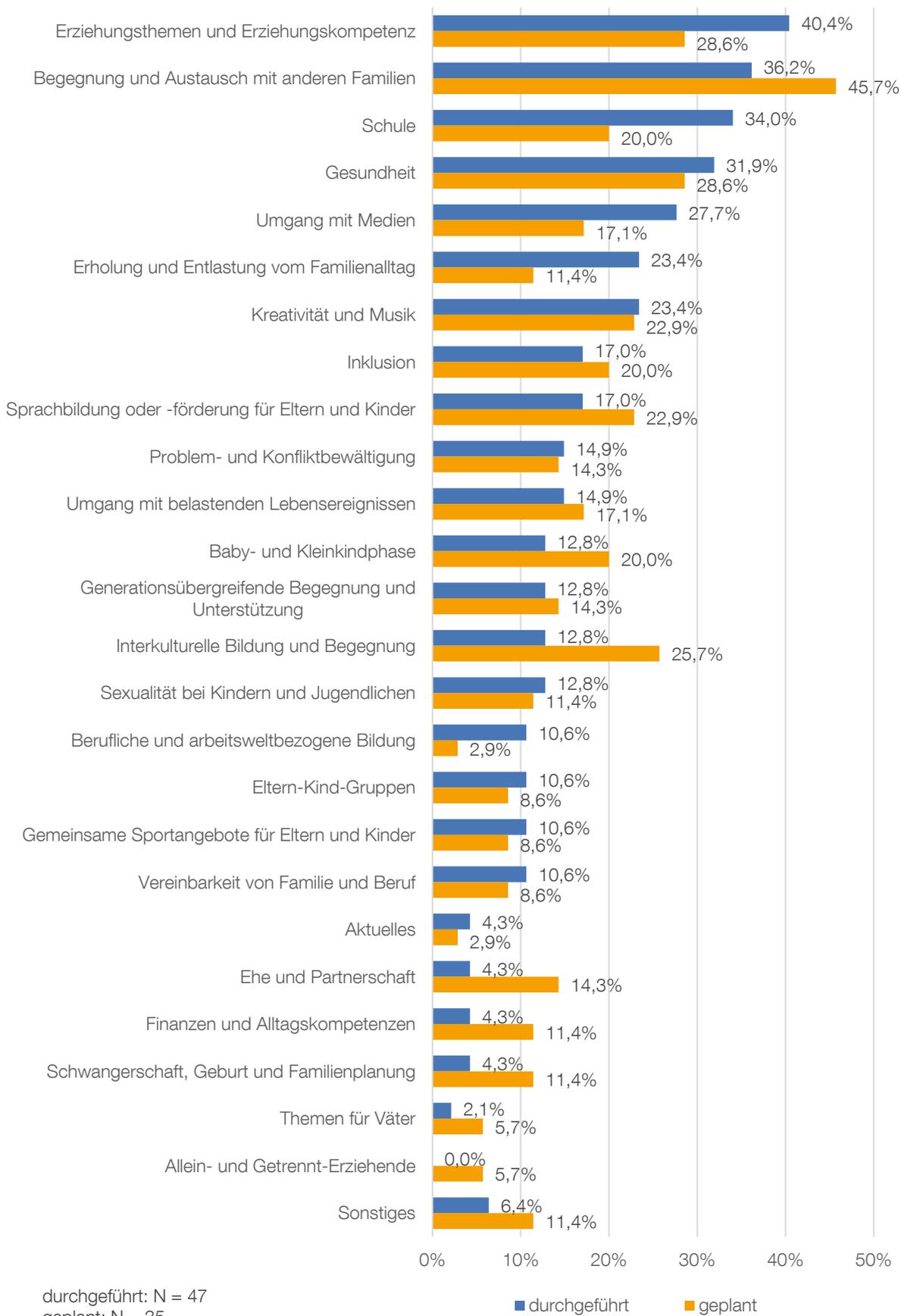


**Abbildung 19: Veranstaltungsarten der Familienbildungsangebote**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Hinsichtlich der thematischen Gestaltung der Angebote wurden die Einrichtungen dazu befragt, zu welchen Themen sie in den letzten zwölf Monaten Angebote durchgeführt haben oder für die nächsten zwölf Monate planen. Am häufigsten haben die Einrichtungen dabei Angebote zu *Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz* durchgeführt. Dies geben 40,4 % der 47 Einrichtungen, die zu dieser Frage eine Angabe gemacht haben, an (s. Abbildung 20). Auch die *Begegnung und der Austausch mit anderen Familien* (36,2 %) und der Bereich *Schule* (34,0 %) wurden von etwas mehr als einem Drittel der Einrichtungen bespielt. Weiterhin befinden sich das Thema *Gesundheit* (31,9 %) und der *Umgang mit Medien* (27,7 %) unter den fünf am häufigsten angebotenen Themen. Jeweils weniger als 5 % der Einrichtungen machten Angebote zu den Themen *Aktuelles, Ehe und Partnerschaft, Finanzen und Alltagskompetenzen, Schwangerschaft, Geburt und Familienplanung* (jeweils 4,3 %) und *Themen für Väter* (2,1 %). Zum Bereich *Allein- und Getrennt-Erziehende* hat keine der befragten Einrichtungen ein Angebot durchgeführt. Betrachtet man die Pläne der Einrichtungen für die nächsten zwölf Monate zeigen sich einige Verschiebungen bei den Themen. Am häufigsten geplant werden von den 35 Anbietern, die Angaben gemacht haben, Veranstaltungen zur *Begegnung und zum Austausch mit anderen Familien* (45,7 %), gefolgt von *Gesundheit* sowie *Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz* (jeweils 28,6 %). Letzteres Thema verliert damit tendenziell an Bedeutung. Dies lässt sich auch für die Bereiche *Schule* (20,0 %), *Umgang mit Medien* (17,1 %) und *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* (11,4 %) beobachten. Wichtiger scheinen

demgegenüber die *interkulturelle Bildung und Begegnung* (25,7 %), die *Baby- und Kleinkindphase* (20,0 %) und die *Sprachbildung und -förderung* (22,9 %) zu werden. Gerade auch für die Themen, für die es in der Vergangenheit von den Einrichtungen wenig Angebote gab (*Ehe und Partnerschaft, Finanzen und Alltagskompetenzen, Schwangerschaft, Geburt und Familienplanung, Themen für Väter und Allein- und Getrennt-Erziehende*) möchten zukünftig mehr Einrichtungen Veranstaltungen anbieten.



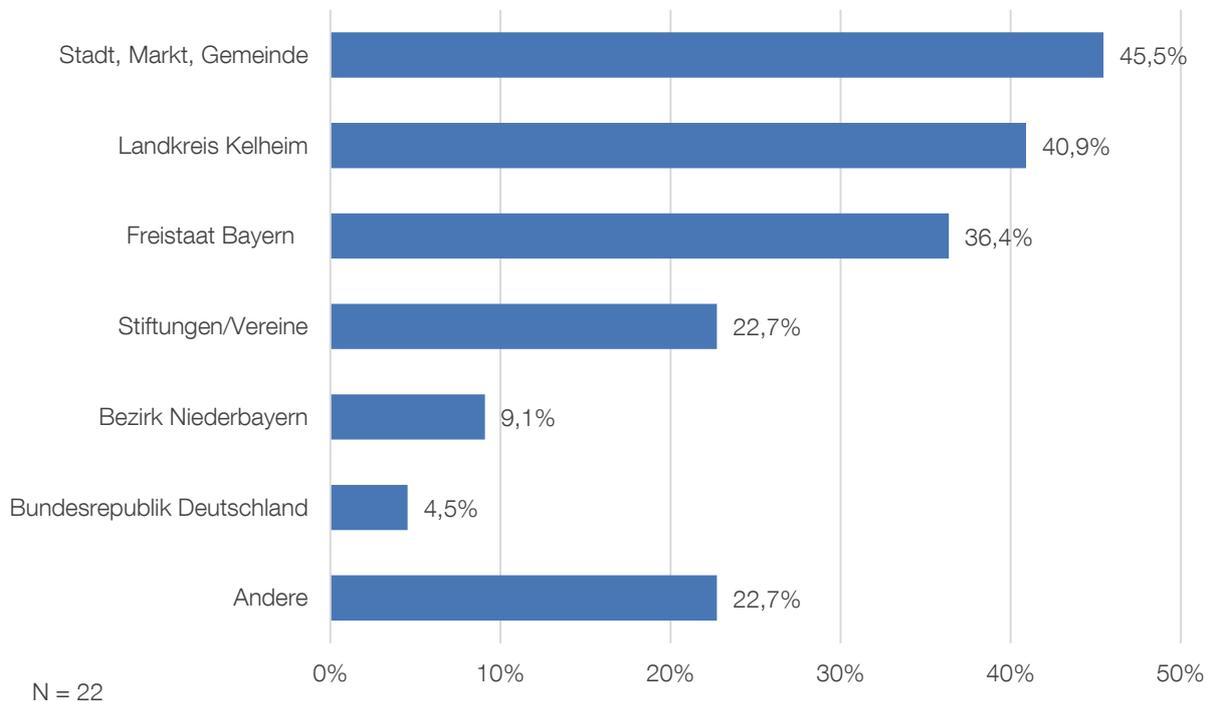
**Abbildung 20: Themen der Familienbildungsangebote**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

## 4.6. Organisation der Veranstaltungen

### 4.6.1. Kosten und finanzielle Unterstützung

43,1% der befragten Einrichtungen erhält finanzielle Unterstützung für die Durchführung der Familienbildungsangebote. Wie Abbildung 21 sind die wichtigsten geldgebenden Institutionen dabei die Gemeindeverwaltungen (45,5 %), der Landkreis Kelheim (40,9 %) und der Freistaat Bayern (36,4 %). Weniger Einrichtungen erhalten Geld von Stiftungen oder Vereinen (22,7 %), dem Bezirk Niederbayern (9,1 %) oder der Bundesrepublik Deutschland (4,5 %). Als andere Quellen werden der Elternbeirat, die Kirche, Krankenkassen und Beihilfe sowie Spenden genannt.

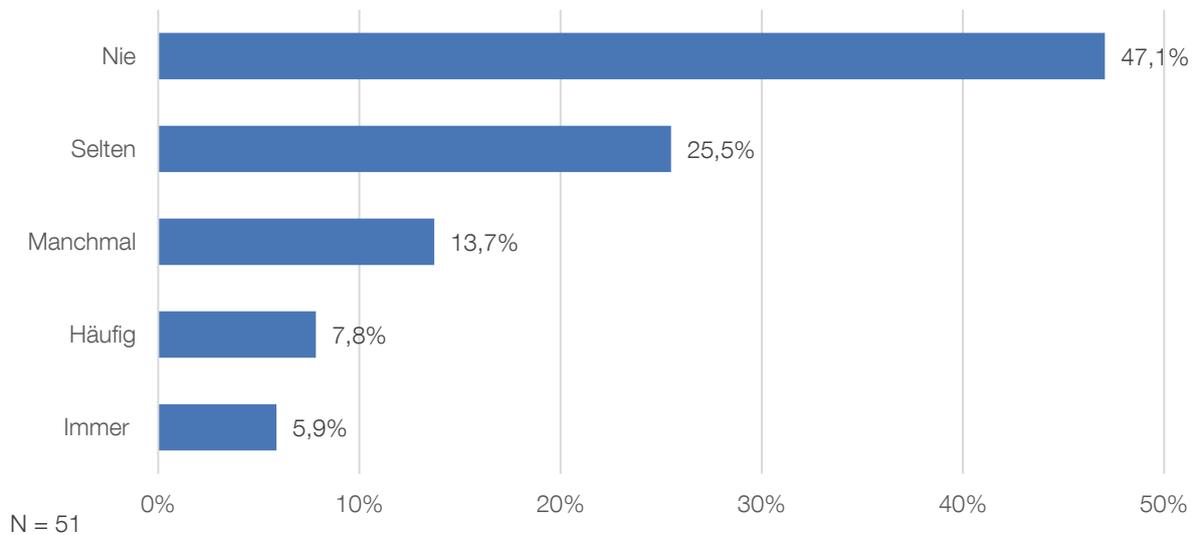


**Abbildung 21: Quellen von finanzieller Unterstützung**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

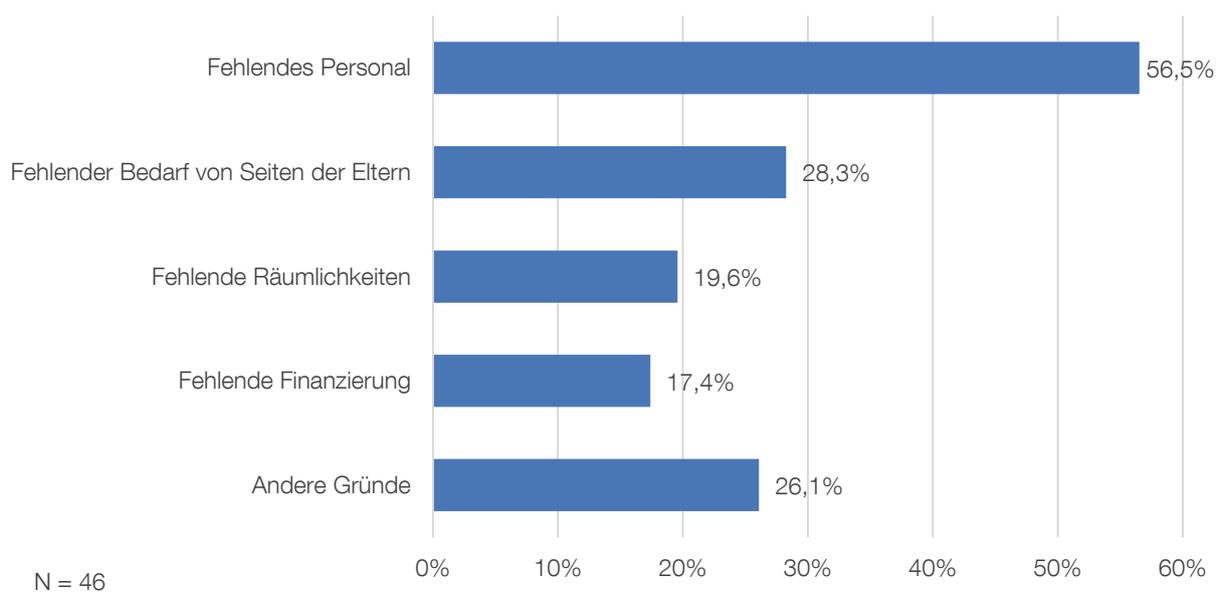
### 4.6.2. Kinderbetreuung

Wie Abbildung 22 zeigt, bieten die meisten der befragten Einrichtungen bei ihren Familienbildungsangeboten keine Kinderbetreuung an (47,1 %), rund ein Viertel (25,5 %) tut dies selten und weitere 13,7 % manchmal. 7,8 % der Einrichtungen geben an, dass sie häufig eine Kinderbetreuung anbieten und 5,9 % tun dies immer.



**Abbildung 22: Kinderbetreuung bei Familienbildungsangeboten**

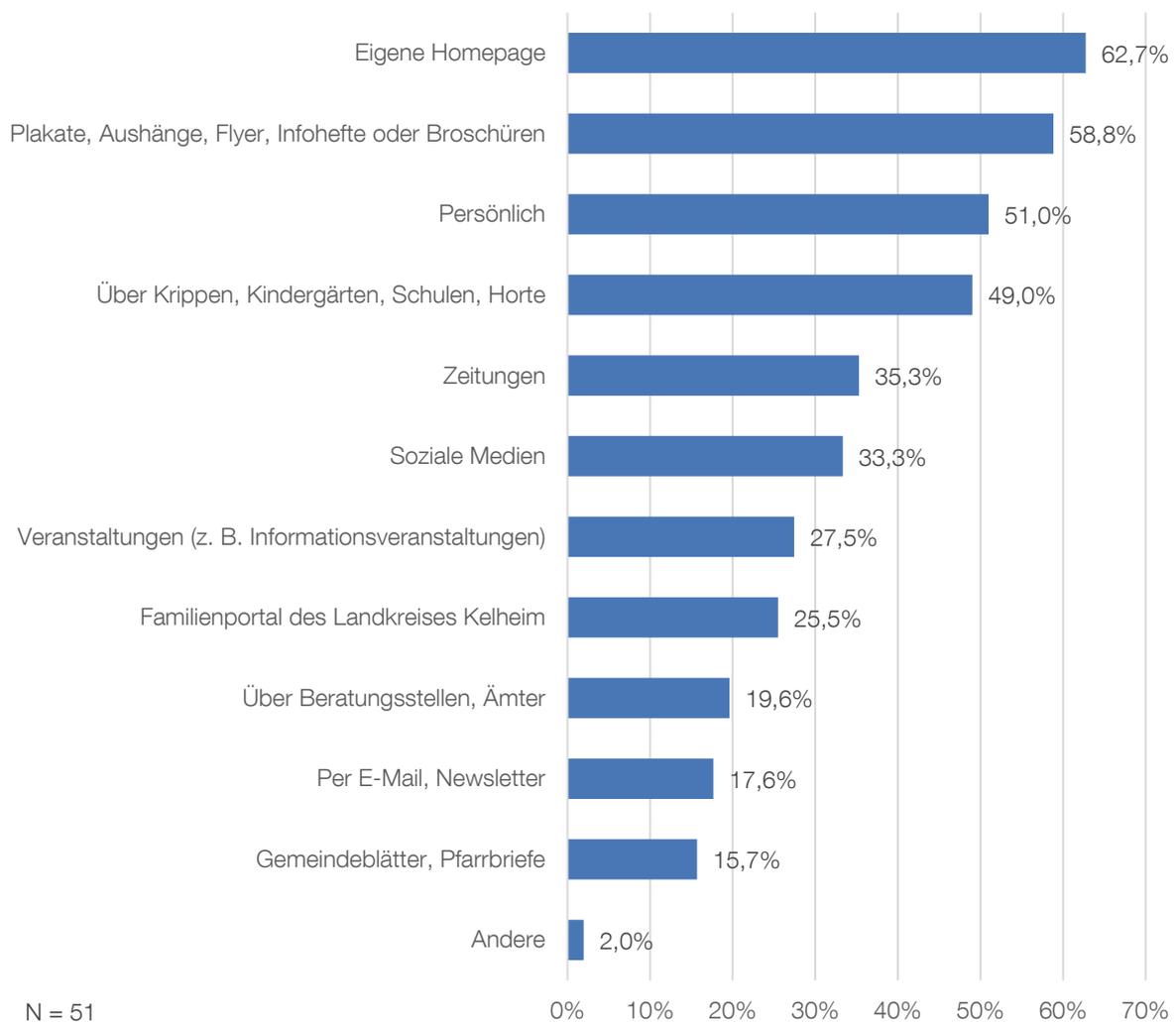
Die Einrichtungen, die nicht immer eine Kinderbetreuung bei den Veranstaltungen anbieten, wurden nach den Hinderungsgründen gefragt. Am häufigsten wird dabei angegeben, dass Personal für die Kinderbetreuung fehlt (56,5 %). Auch die anderen Gründe sind nicht zu vernachlässigen. So geben 28,3 % der befragten Einrichtungen an, dass es keinen Bedarf von Seiten der Eltern gibt, 19,6 % nennen fehlende Räumlichkeiten als Hinderungsgrund und für 17,4 % ist eine fehlende Finanzierung ausschlaggebend. Auch andere Gründe werden bei dieser Frage vergleichsweise häufig genannt, darunter u. a. die Adressierung anderer Zielgruppen, die Durchführung von Veranstaltungen, die sich an die gesamte Familie richten, Abendtermine oder, dass sich Kinderbetreuung in Planung befindet.



**Abbildung 23: Gründe, weshalb keine Kinderbetreuung angeboten wird**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

### 4.6.3. Werbung

Im Rahmen der Befragung wurde thematisiert, welche Kanäle die Einrichtungen nutzen, um auf ihre Familienbildungsangebote aufmerksam zu machen. Aus Abbildung 24 geht hervor, dass die eigene Homepage am häufigsten genutzt wird. Mit 62,7 % nutzen fast zwei Drittel der befragten Einrichtungen diese Möglichkeit. An zweiter Stelle folgen mit einem Anteil von 58,8 % gedruckte Werbemittel wie Plakate, Aushänge, Flyer, Infohefte und Broschüren. Jeweils rund die Hälfte der befragten Personen nutzt persönliche Ansprache (51,0 %), um für die Angebote zu werben, oder informiert die Zielgruppe über Kinderbetreuungseinrichtungen oder Schulen (49,0 %). Zeitungen (35,3 %) und soziale Medien (33,3 %) nutzen jeweils rund ein Drittel der Einrichtungen. Unter „Andere“ werden Elternbriefe und Schulhomepage genannt.



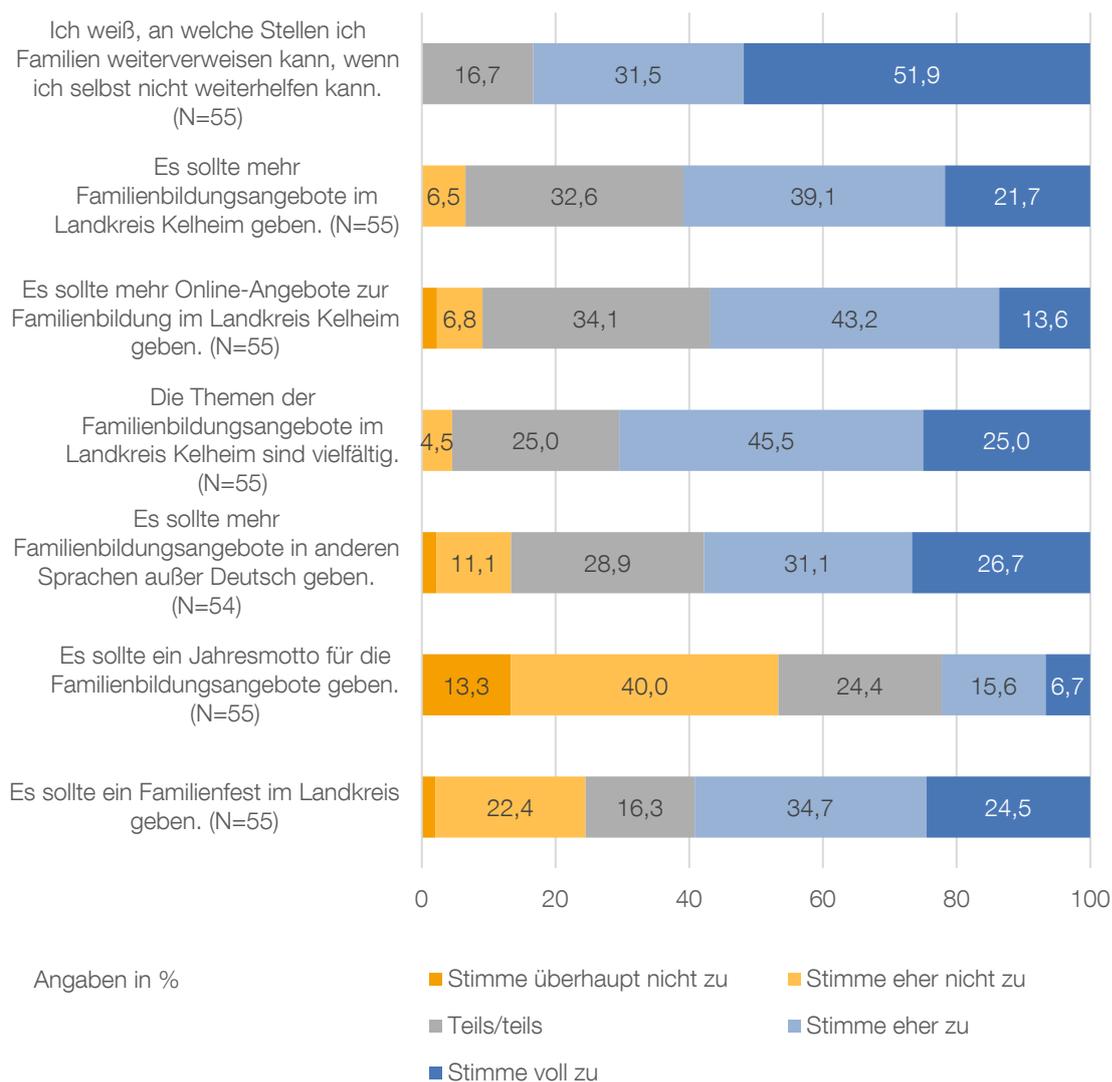
**Abbildung 24: Werbekanäle für Bekanntmachung der Familienbildungsangebote**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

#### 4.6.4. Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Kelheim

Am Ende des Fragebogens wurden die Träger gebeten, verschiedene Aspekte von Familienbildung im Landkreis Kelheim zu bewerten. Aus Abbildung 25 geht hervor, dass die befragten Fachkräfte in den Einrichtungen zum Großteil wissen, an welche Stellen sie weiterverweisen können, wenn sie selbst nicht weiterhelfen können. 51,9 % stimmen dieser Aussage voll zu, 31,5 % stimmen eher zu und weitere 16,7 % zumindest teilweise. Dies kann als Zeichen dafür gewertet werden, dass die Familienbildungsanbieter und weitere Anlaufstellen für Familien im Landkreis Kelheim bereits gut miteinander vernetzt sind. Positiv bewertet wird auch die Vielfalt der Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim. Der Aussage, dass die Angebote vielfältig sind, stimmt ein Viertel der Befragten zu, weitere 45,5 % stimmen eher zu und ein weiteres Viertel zum Teil. Nur 4,5 % der Befragten stimmen eher nicht zu. Generell stimmt die deutliche Mehrheit der Befragten auch der Aussage zu, dass es mehr Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim geben sollte. 21,7 % der Befragten stimmen hier voll zu, 39,1 % stimmen eher zu und weitere 32,6 % stimmen teilweise zu. Ein recht ähnliches Bild ergibt sich bei der Aussage, dass es mehr Online-Angebote zu Familienbildung im Landkreis Kelheim geben sollte. 13,6 % der Befragten stimmen hier voll zu, 43,2 % eher, 34,1 % teilweise. 6,8 % der Befragten sind der Ansicht, dass eher nicht mehr Online-Angebote benötigt werden, und 2,3 % finden überhaupt nicht, dass mehr Online-Angebote benötigt werden. Auch die Aussage, dass es mehr Familienbildungsangebote in Fremdsprachen geben sollte, befürworten viele der befragten Einrichtungen. Lediglich 11,1 % stimmen hier eher nicht und weitere 2,2 % überhaupt nicht zu. Als wichtigste Fremdsprachen werden Arabisch und Ukrainisch genannt, aber auch Englisch, Russisch, Türkisch, Albanisch und Syrisch werden jeweils von mehr als fünf Einrichtungen vorgeschlagen<sup>7</sup>. Die Bewertung der Aussagen zeigt weiterhin, dass nur wenige Einrichtung ein Jahresmotto für die Familienbildung im Landkreis Kelheim befürworten. Während 6,7 % der Befragten hier voll und weitere 15,6 % eher zustimmen, wählen 24,4 % die Antwortmöglichkeit „teils/teils“, 40,0 % stimmen eher nicht zu und weitere 13,3 % stimmen überhaupt nicht zu. Positiver stehen die Befragten hingegen dem Vorschlag gegenüber, dass es im Landkreis ein Familienfest geben sollte. Mit einem Anteil von 24,5 % stimmt knapp ein Viertel der Befragten hier zu, 34,7 % stimmen eher zu und 16,3 % zum Teil. Rund ein Viertel der Befragten steht der Idee eines Familienfestes aber (eher) ablehnend gegenüber: 22,4 % stimmen der entsprechenden Aussage eher nicht zu, 2,0 % sogar überhaupt nicht.

---

<sup>7</sup> Weniger als fünfmal genannt werden Bulgarisch, Rumänisch, osteuropäische Sprachen im Allgemeinen, Französisch, Kosovarisch, Kurdisch, Polnisch, Serbisch und Ungarisch.



**Abbildung 25: Bewertung von verschiedenen Aspekten von Familienbildung**

## 4.7. Anmerkungen am Ende des Fragebogens

Die Träger der Familienbildungsangebote hatten am Ende des Fragebogens die Möglichkeit, in einem Freitextfeld ihre Anmerkungen zur Familienbildung im Landkreis zu geben. Dieses Angebot haben 16 Teilnehmende genutzt.

Dabei wurde mehrfach die aktuelle Umsetzung und die Vielfalt des derzeitigen Angebots gelobt. Es gab jedoch auch Hinweise, dass es hilfreich wäre, die Angebote in mehr Sprachen zur Verfügung zu stellen und im Allgemeinen die Schwellen der Zugänglichkeit zu senken. Es besteht bei den Anbietern der Wunsch, zukünftig mehr interkulturelle Angebote zu etablieren, z. B. in Form von gemeinsamen Begegnungsplattformen und -möglichkeiten im Landkreis. Dies gilt auch für einen Ausbau an intergenerationalen Angeboten und einer Stärkung des Miteinanders von Jung und Alt.

Aus den Anmerkungen zeigt sich auch, dass einige Personen mit Sorge ein sinkendes Interesse der Eltern an verschiedenen thematisch bezogenen Elternabenden bemerken. So könne bei diesen Angeboten die Mindestzahl an Teilnehmenden mittlerweile häufig nicht erreicht werden. Stattdessen bestehe aus ihrer Sicht stärkere Teilnahmebereitschaft an naturpädagogischen Angeboten oder besonderen Veranstaltungen bzw. Ausflügen.

Auch die Bewerbung der derzeitigen Angebote wird thematisiert. So sehen die befragten Personen noch Potenzial beim Familienportal und wünschen sich, dass dieses stärker bekannt gemacht wird. Weiterhin gibt es den konkreten Vorschlag, die geplanten Familienbildungsangebote zu Beginn des Kita- bzw. Kalenderjahres gesammelt zu veröffentlichen, damit für die Eltern eine langfristige Planbarkeit sowie Übersicht möglich ist. Dass es häufiger Kinderbetreuungen während der Angebote braucht, wird ebenfalls angesprochen. Außerdem wird neben diesen Aspekten auch die Notwendigkeit von dezentralen Angeboten hervorgehoben, da viele Personen von weiten Anreisestrecken abgeschreckt sind.

Letztlich gibt es auch die Anmerkung, die Vernetzung der Familienbildungsangebote untereinander stärker in den Blick zu nehmen, um von den Räumlichkeiten und dem Fachwissen der anderen profitieren zu können. Insbesondere die Zusammenarbeit mit Schulen wird dabei thematisiert. Eine weitere Möglichkeit zur Vernetzung bezieht sich auf die Erziehungsberatungsstelle. Diese habe in der Vergangenheit auch in den Einrichtungen vor Ort Beratungstermine angeboten. Es wird gewünscht, dass dies zukünftig wieder (mehr) der Fall sein wird.

## 5. Bericht zur Elternbefragung

Im Fokus der Studie stehen die Ergebnisse der Elternbefragung, welche in diesem Abschnitt ausführlich dargestellt werden. Zunächst wird dabei auf die Fragebogenverteilung und den Rücklauf eingegangen. Anschließend werden die Ergebnisse aus der Befragung der Eltern und Familien detailliert vorgestellt.

Gegenstand der Ergebnispräsentation sind unter anderem folgende Aspekte:

- Soziodemografische Merkmale der Befragten,
- Nutzung der Familienbildungsangebote,
- Bedarfe und Wünsche der Familien hinsichtlich der zukünftigen Angebotsgestaltung.

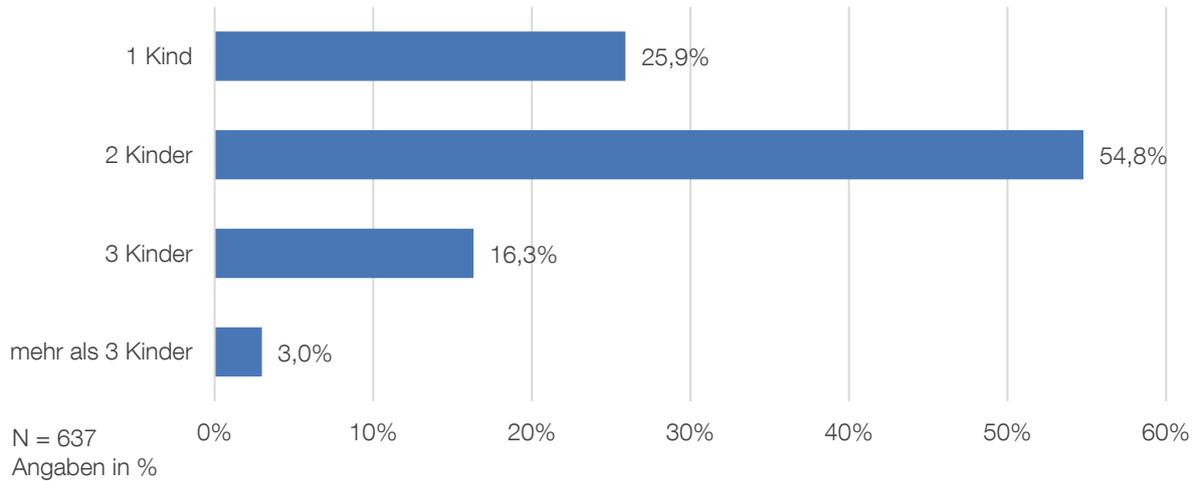
### 5.1. Umfang der Elternbefragung

Im Hinblick auf die Online-Befragung zum Nutzungsverhalten und zu Bedarfen im Bereich von Familienbildung im Landkreis Kelheim können 855 Antworten ausgewertet werden. Da nicht alle Personen alle Fragen beantwortet haben und teilweise die Umfrage nicht bis zum Ende ausgefüllt haben, variiert die Fallzahl, auf denen die dargestellten Ergebnisse beruhen. Die Fallzahl ist deshalb bei den Grafiken jeweils angegeben.

### 5.2. Soziodemografische Merkmale der befragten Eltern

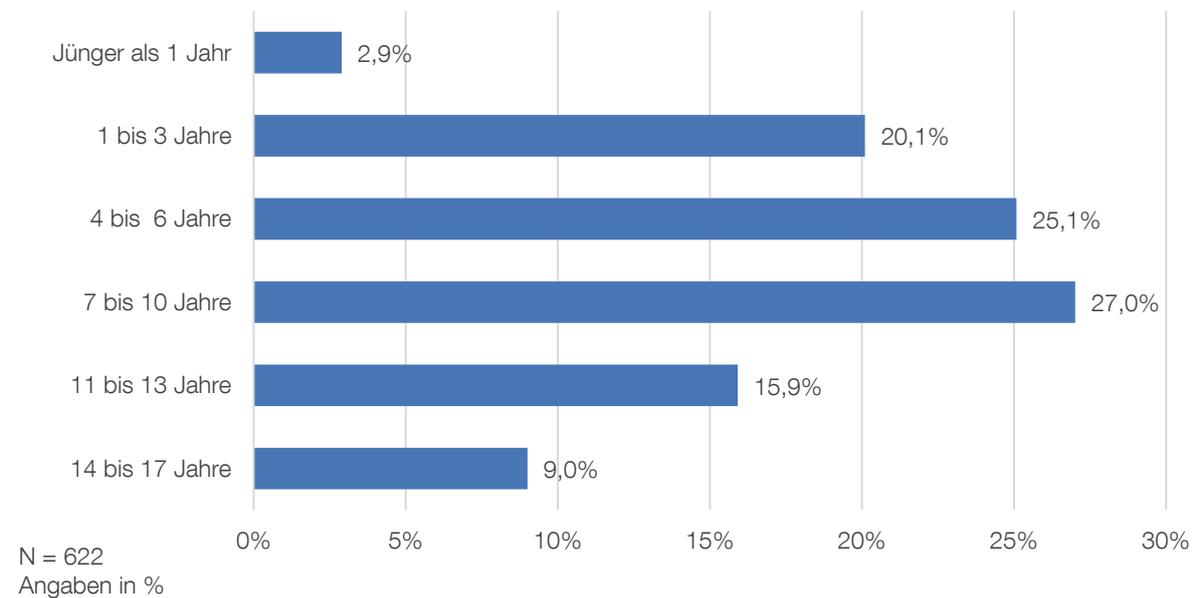
Mit einem Anteil von 87,0 % ist der Großteil der befragten Personen weiblich, 11,3 % sind männlich und 1,7 % haben ihr Geschlecht nicht angegeben. Dass sich hauptsächlich Frauen an der Umfrage zur Familienbildung beteiligen, ist ein Ergebnis, dass sich bisher in allen vom ZFG durchgeführten Familienbildungsstudien zeigt (Hecht et al. 2024b, 2024a). Diese Beobachtung lässt sich dadurch erklären, dass Frauen nach wie vor den überwiegenden Teil der Care-Arbeit in den Familien übernehmen (Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend 2025) und deshalb eher auf die Umfrage aufmerksam werden, da die Verteilung des Links insbesondere über Kinderbetreuungs- und Bildungseinrichtungen erfolgte.

Mehr als die Hälfte (54,8 %) der befragten Elternteile gibt an, dass zwei Kinder im Haushalt leben. In rund einem Viertel der Haushalte (25,9 %) lebt ein Kind und 16,3 % geben an, dass drei Kinder bei ihnen leben (s. Abbildung 26). Mehr als drei Kinder finden sich in 3,0 % der Haushalte. Es hat nur eine Person, die noch kein Kind hat, aber ein Kind erwartet, an der Befragung teilgenommen.



**Abbildung 26: Anzahl von Kindern im Haushalt**

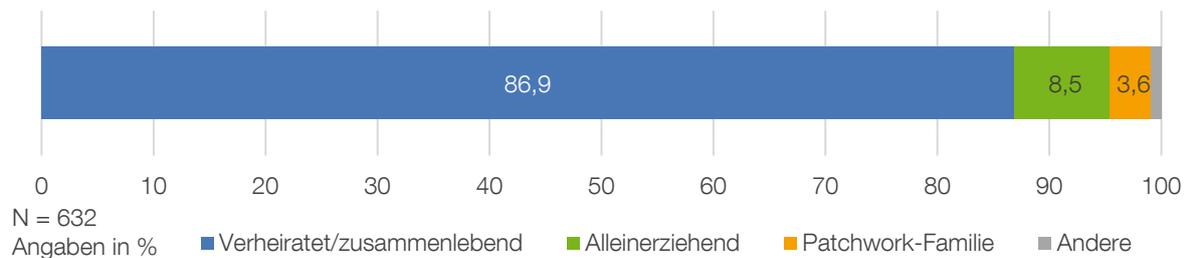
Aus Abbildung 27 geht hervor, dass viele Familien erreicht wurden, deren jüngstes Kind im Kindergarten- oder Grundschulalter ist: In 27,0 % der befragten Familien ist das jüngste Kind zwischen sieben und zehn Jahren alt und in 25,1 % ist es zwischen vier und sechs Jahren alt. Familien, deren jüngstes Kind bereits eine weiterführende Schule besucht, machen rund ein Viertel der Befragten aus, ebenso wie Familien, deren jüngstes Kind aktuell in der Baby- oder Kleinkindphase ist.



**Abbildung 27: Alter des jüngsten Kindes im Haushalt**

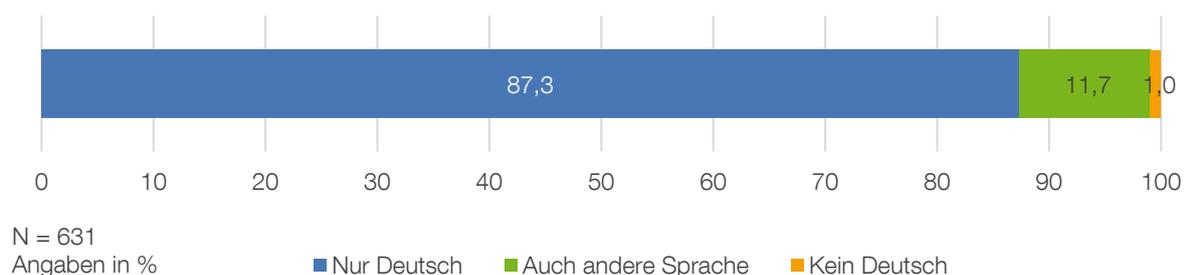
Fasst man die Altersangaben zusammen, zeigt sich, dass in 22,8 % der befragten Familien Kinder bis einschließlich drei Jahren leben und in 47,6 % der Haushalte wohnen Kinder bis einschließlich sechs Jahren. 66,9 % der befragten Familien haben Kinder im Alter von sieben bis 13 Jahren und mindestens ein Jugendlicher oder eine Jugendliche ab 14 Jahren lebt in 26,9 % der befragten Familien.

Im Hinblick auf die Familiensituation gibt mit einem Anteil von 86,9 % die deutliche Mehrheit der Befragten an, mit dem anderen Elternteil verheiratet zu sein oder in einem Haushalt zu leben (s. Abbildung 28). 8,5 % der Befragten sind alleinerziehend und leben mit dem Kind oder den Kindern alleine in einem Haushalt. In einer Patchwork- oder Stieffamilie leben 3,6 % der Befragten. 0,9 % befindet sich in einer anderen Familiensituation. Hierzu wird angegeben, dass die Person geschieden ist, dass es sich um eine Pflegefamilie handelt oder dass die Familie im Wechselmodell lebt. Auch genannt wird die Situation, dass die Elternteile aufgrund von Arbeit im Ausland häufig getrennt leben.



**Abbildung 28: Befragte nach Familiensituation**

Abbildung 29 zeigt, dass die deutliche Mehrheit der befragten Familien im Alltag nur Deutsch spricht. Dies geben 87,3 % der Befragten an. Gemischtsprachige Familien machen 11,7 % aus und der Anteil an Familien, die im Alltag kein Deutsch sprechen, beträgt 1,0 %. Bei den Familien, die neben Deutsch noch eine oder mehrere weitere Sprachen nutzen, geben 25,7 % an, dass sie auch Englisch sprachen, 15,7 % sprechen auch Russisch, jeweils 10,0 % sprechen auch Spanisch und Türkisch, 7,1 % nennen Italienisch und 5,7 % Französisch. Die weiteren genannten Sprachen werden jeweils von weniger als 5,0 % der gemischtsprachigen Familien angegeben.<sup>8</sup> Die Familien, die im Alltag kein Deutsch sprechen, nennen Rumänisch, Ukrainisch, Albanisch, Mazedonisch und Russisch als Sprachen.

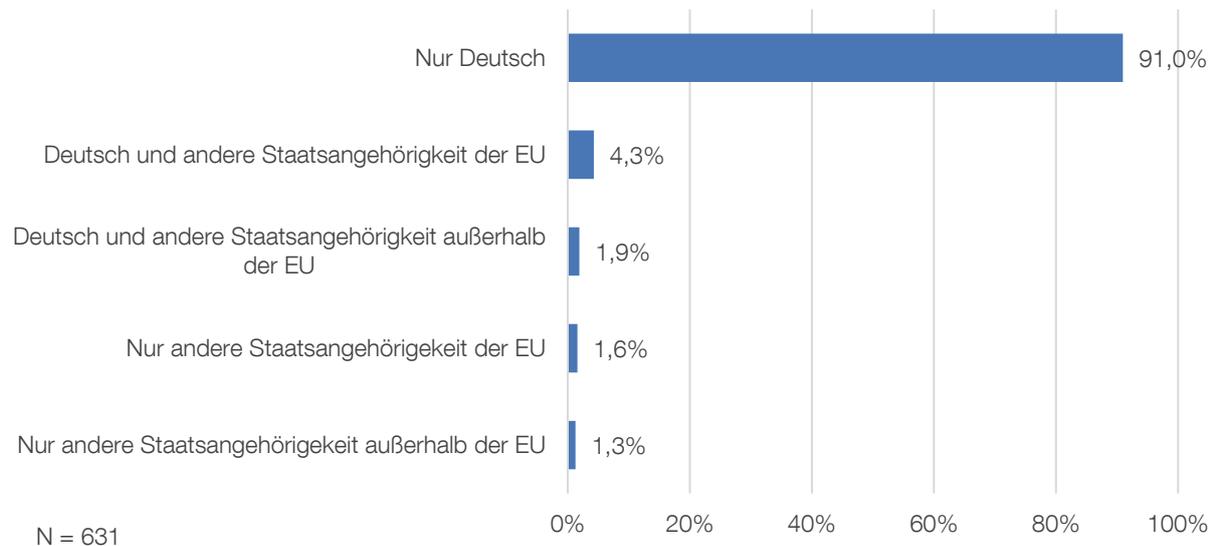


**Abbildung 29: Im Familienalltag gesprochene Sprachen**

Die Frage nach den im Familienalltag genutzten Sprachen ist eine Möglichkeit, einen Migrationshintergrund abzuleiten. Daneben wurde in der Befragung nach der Staatsangehörigkeit der Personen gefragt. Abbildung 30 zeigt, dass 91,0 % der Befragten nur die deutsche

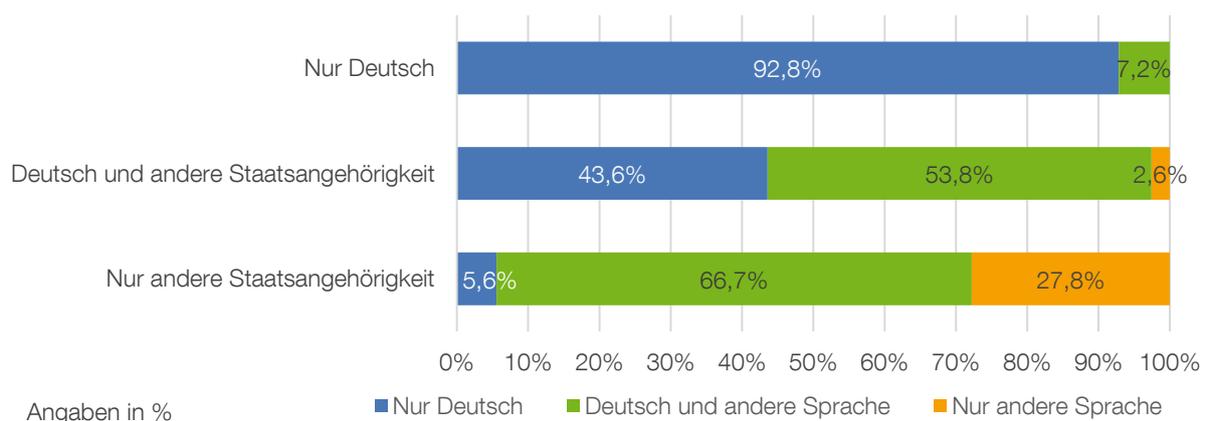
<sup>8</sup> Als weitere Sprachen werden Albanisch, Arabisch, Polnisch, Chinesisch, Rumänisch, Tschechisch, Ungarisch, Bosnisch, Dänisch, Telugu, Norwegisch, Persisch, Portugiesisch, Schwedisch und Serbisch genannt.

Staatsangehörigkeit besitzen. 6,2 % der Befragten besitzen neben Deutsch noch eine andere Staatsangehörigkeit und 2,9 % haben nur eine andere Staatsangehörigkeit.



**Abbildung 30: Befragte nach Staatsangehörigkeit**

Abbildung 31 zeigt einen Vergleich der Staatsbürgerschaft und im Familienalltag gesprochener Sprache. Dabei zeigt sich, dass von den Personen, die nur die deutsche Staatsangehörigkeit besitzen, 92,8 % nur Deutsch sprechen und weitere 7,2 % Deutsch und eine oder mehrere andere Sprachen. Auch bei den Personen, die die deutsche und eine andere Staatsangehörigkeit besitzen, sprechen 43,6 % im Alltag nur Deutsch und 53,8 % Deutsch und eine oder mehrere andere Sprachen, 2,6 % dieser Gruppe verwendet im Familienalltag nur eine andere Sprache. Von den Personen, die keine deutsche Staatsangehörigkeit besitzen, nutzen zwei Drittel (66,7 %) Deutsch und eine andere Sprache, gut ein Viertel spricht nur eine andere Sprache.<sup>9</sup>



**Abbildung 31: Vergleich von im Alltag gesprochener Sprache und Staatsangehörigkeit**

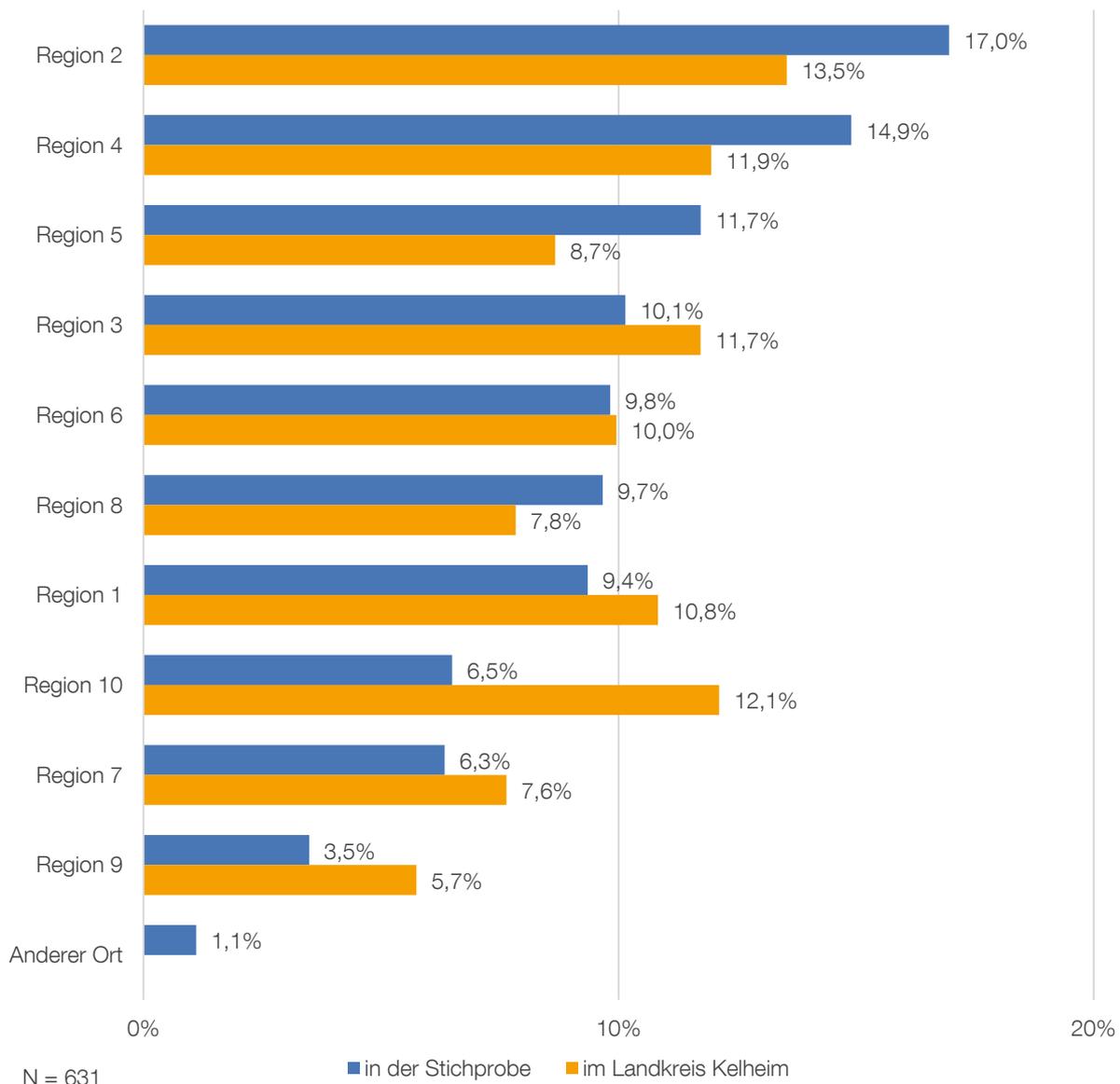
<sup>9</sup> Ob Familien einen Migrationshintergrund aufweisen, wird im Bericht über die Frage nach der im Familienalltag gesprochenen Sprache angenähert. Aus unserer Sicht ist diese Angabe dafür besser geeignet als die Staatsangehörigkeit der befragten Person.

In Abbildung 32 ist die Verteilung der Befragten nach ihrem Wohnort dargestellt. Wie bei der Befragung der Anbieter wurden dazu aus Gründen des Datenschutzes die im Landkreis Kelheim liegenden Gemeinden zu zehn Regionen zusammengefasst (s. Übersicht der Regionen in Abbildung 9). 17,0 % der Befragten wohnen in Region 2, 14,9 % in Region 4 und 11,7 % in Region 5. Jeweils rund jede zehnte Person wohnt in Region 3 (10,1 %), in Region 6 (9,8 %), in Region 8 (9,7 %) und in Region 1 (9,4 %). Weniger Befragte leben in den Regionen 10 (6,5 %), 7 (6,3 %), und 9 (3,5 %).

Ebenfalls in Abbildung 32 ist dargestellt, wie sich die Bevölkerung im Landkreis Kelheim auf die für die Befragung verwendete regionale Einteilung verteilt. Daraus ist erkennbar, dass in der Stichprobe Regionen zum Teil über- und zum Teil unterrepräsentiert sind. Deutlich geringer als in der Grundgesamtheit ist in der Stichprobe der Anteil an Personen, die in Region 10 leben. Auch für Region 9 lässt sich dies beobachten, wenngleich auf einem niedrigeren Niveau. Demgegenüber sind Region 2, Region 4 und Region 5 in der Stichprobe stärker vertreten als in der Grundgesamtheit.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Hierzu ist anzumerken, dass sich die Zahlen für die Grundgesamtheit auf die Bevölkerung insgesamt bezieht. Geeigneter wäre ein Vergleich mit der regionalen Verteilung von Familienhaushalten. Auf Gemeindeebene stehen solche differenzierten Daten aber nicht zur Verfügung.



**Abbildung 32: Befragte nach Wohnort**

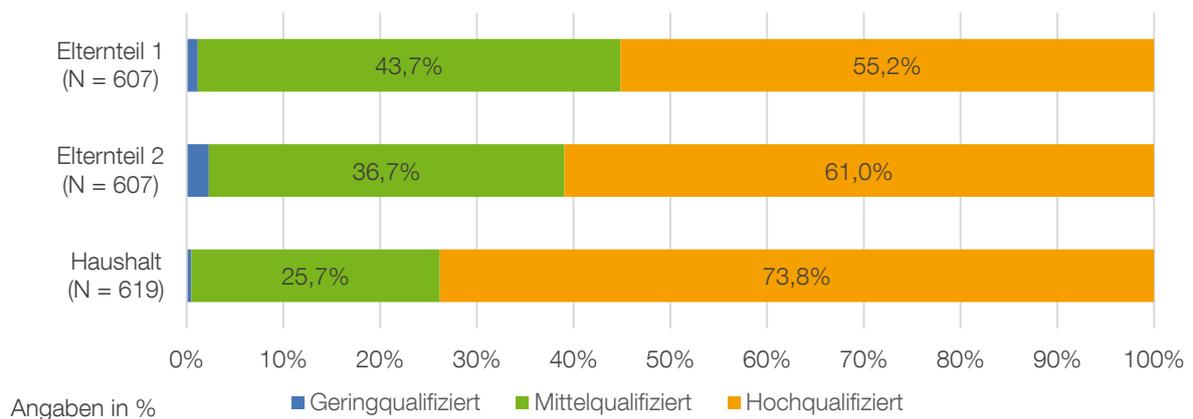
Von den Angaben zum Schul- und Berufsabschluss der befragten Personen wird das Bildungsniveau der Haushalte abgeleitet.<sup>11</sup> Aus Abbildung 33 wird deutlich, dass der Großteil der einzelnen Elternteile (Elternteil 1: 55,2 %, Elternteil 2: 61,0 %) und damit auch die deutliche Mehrheit der Familien, nämlich 73,8 %, als hochqualifiziert eingestuft werden kann. Mittelqualifiziert sind 43,7 % der Personen, die die Umfrage ausgefüllt haben (Elternteil 1), 36,7 % der anderen Elternteile und 25,7 % der Haushalte. Der Anteil der geringqualifizierten Personen und vor allem der geringqualifizierten Haushalte ist verschwindend gering (Elternteil 1: 1,1 %, Elternteil 2: 2,3 %, Haushalt: 0,5 %).<sup>12</sup> An den Stellen, an denen in den nächsten Abschnitten

<sup>11</sup> Dieses basiert auf den Angaben zum höchsten Schul- und dem höchsten Berufsabschluss beider Elternteile, die zu einer Klassifikation nach der ISCED-Einteilung genutzt werden können. ISCED ist die Internationale Standardklassifikation des Bildungswesens.

<sup>12</sup> Die Anteile an geringqualifizierten Personen waren in den bisherigen Familienbildungsstudien generell niedrig. In der vorliegenden Studie sind sie dennoch deutlich geringer. Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass die Umfrage nur online stattgefunden hat. In bisherigen Studien hat zumindest eine 50

des Berichts zwischen Qualifikationsniveaus unterschieden wird, werden aufgrund der niedrigen Fallzahl an geringqualifizierten Haushalten geringqualifizierte und mittelqualifizierte Haushalte nur zusammengefasst in die Analyse einbezogen.

Damit weisen die Personen in der Stichprobe dieser Studie ein höheres Bildungsniveau als im deutschen und bayerischen Durchschnitt auf. 2021 lag der Anteil von Geringqualifizierten im Alter von 25 bis 64 Jahren in Deutschland bei 14,7 % und in Bayern bei 12,3 % (Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2022b). Der Anteil von Mittelqualifizierten betrug in Deutschland 54,2 % und in Bayern 53,6 %. Rund ein Drittel der Personen in diesem Alter waren 2021 hochqualifiziert (Deutschland: 31,1 %; Bayern: 34,1 %).



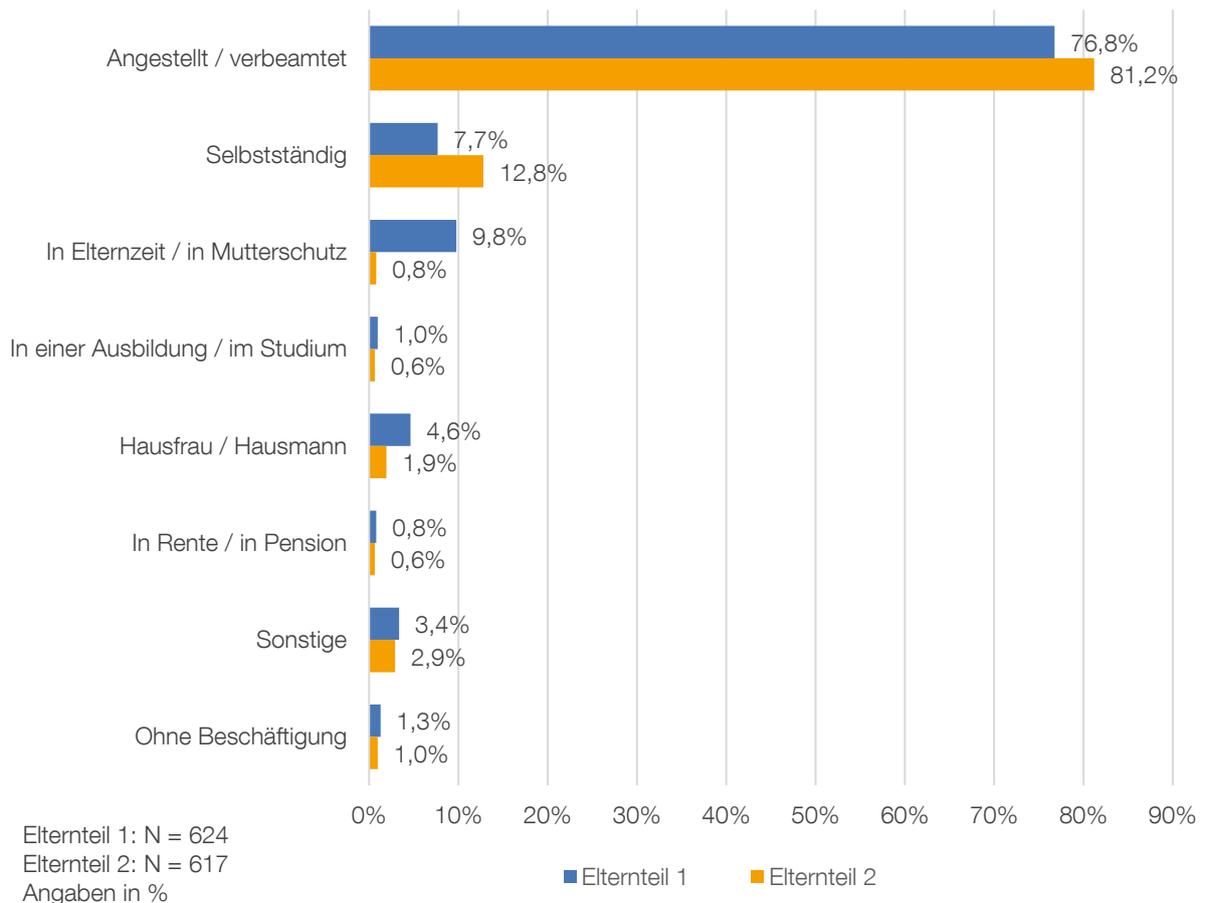
**Abbildung 33: Befragte nach Bildungsniveau**

Bei einer gemeinsamen Betrachtung von Bildungsniveau des Haushalts und der Familiensituation zeigt sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang. So liegt der Anteil von hochqualifizierten Haushalten in der Gruppe der verheirateten bzw. zusammenlebenden Elternpaare bei 76,2 %, in der Gruppe der Alleinerziehenden liegt dieser Anteil bei 58,7 %.

Im Hinblick auf die Art der Erwerbstätigkeit ergibt sich das in Abbildung 34 dargestellte Bild. Die meisten der Personen, die die Umfrage ausgefüllt haben, und auch die deutliche Mehrheit der anderen Elternteile sind angestellt oder verbeamtet. Bei Elternteil 1 beträgt der entsprechende Anteil 76,8 %, bei Elternteil 2 beläuft er sich auf 81,2 %. Selbstständig tätig sind 7,7 % der befragten Elternteile und 12,8 % der zugehörigen anderen Elternteile. Fast jede zehnte befragte Person befindet sich in Elternzeit oder Mutterschutz (9,8 %). Von den Partnern bzw. Partnerinnen sind dies nur 0,8 %. Ebenso ist der Anteil von Personen, die sich der Gruppe Hausfrau bzw. Hausmann zuordnen, in der Gruppe von Elternteil 1 mit 4,6 % höher als bei Elternteil 2 (1,9 %). Nur wenige der Befragten sind noch in der Ausbildung oder im Studium. Ebenso sind die Anteile der Personen, die in Rente oder Pension sind, und der Personen, die ohne Beschäftigung sind, niedrig.

---

Stichprobe an Eltern Papierfragebögen erhalten. Möglicherweise können geringqualifizierte Personen dadurch besser erreicht werden.

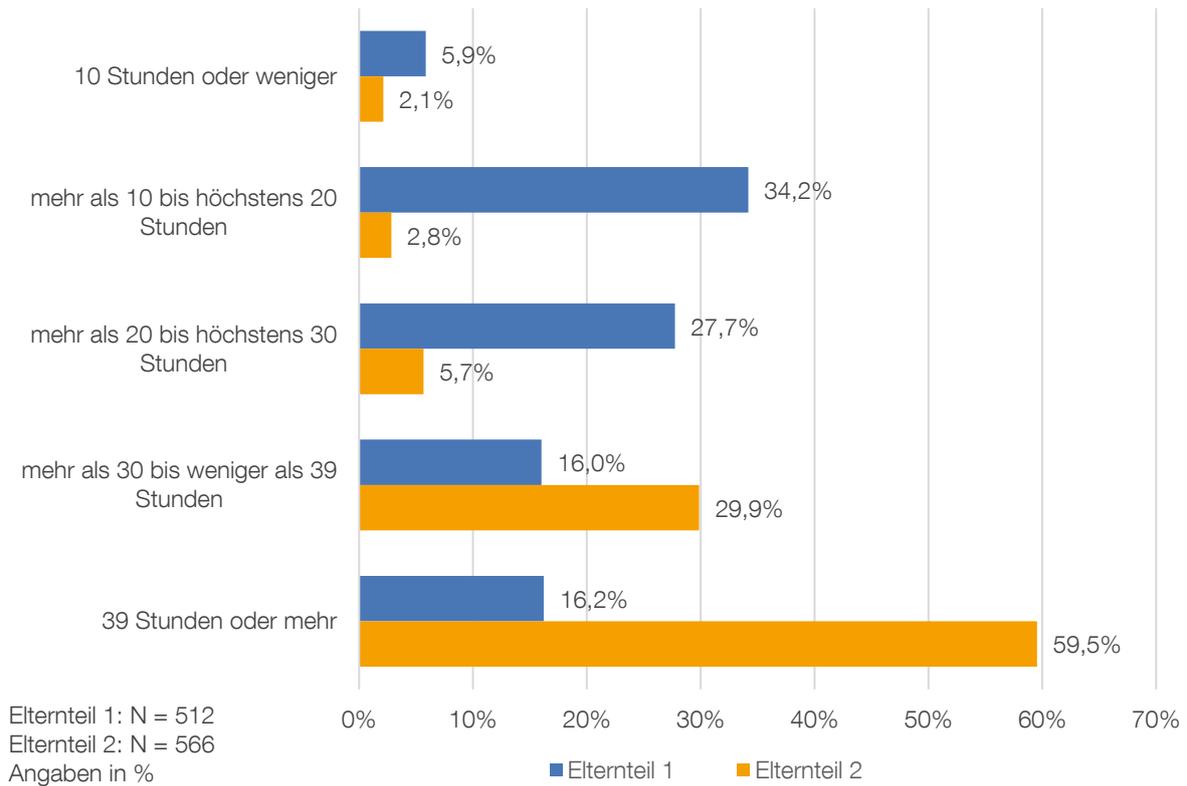


**Abbildung 34: Befragte nach Art der Erwerbstätigkeit**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

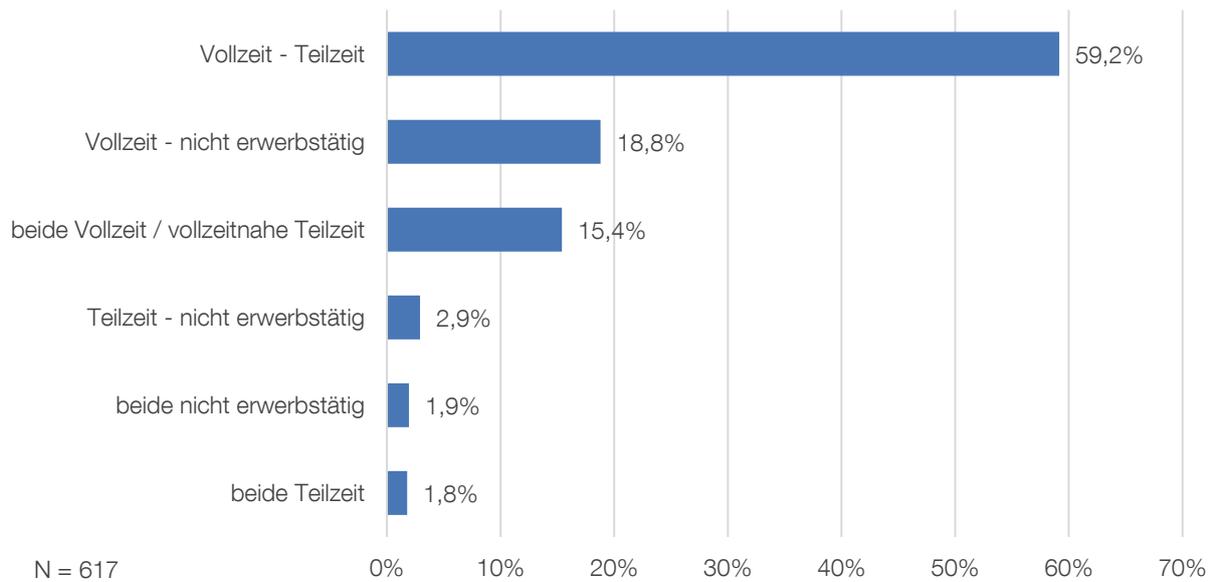
Hinsichtlich der wöchentlichen Arbeitszeit treten deutliche Unterschiede zwischen den beiden Elternteilen hervor (s. Abbildung 35). Von der Gruppe der Personen, die die Befragung ausgefüllt haben, gibt rund ein Drittel (34,2 %) an, dass die wöchentliche Arbeitszeit mehr als zehn und höchstens 20 Stunden beträgt. Rund ein Viertel (27,7 %) arbeitet mehr als 20 und höchstens 30 Stunden pro Woche. Ein weiteres Drittel der Befragten aus der Gruppe Elternteil 1 arbeitet mehr als 30 Stunden (32,2 %). Bei der Gruppe Elternteil 2 gestaltet sich die Situation deutlich anders: Hier arbeiten rund drei Fünftel (59,5 %) Vollzeit und weitere 29,9 % in vollzeitnaher Teilzeit<sup>13</sup>. 30 Stunden oder weniger arbeitet in dieser Gruppe nur ungefähr jede zehnte Person.

<sup>13</sup> Vollzeitnahe Teilzeit bezieht sich auf eine Arbeitszeit von mehr als 30, aber weniger als 39 Stunden pro Woche.



**Abbildung 35: Befragte nach Umfang der Arbeitszeit**

Der unterschiedliche Arbeitsumfang der beiden Elternteile spiegelt sich auch wider, wenn man die Arbeitszeit beider Elternteile in Kombination betrachtet (s. Abbildung 36). Die häufigste Kombination ist dabei Vollzeit (inkl. vollzeitnahe Teilzeit) und Teilzeit. Dies ist in 59,2 % der Haushalte zu beobachten. Am zweithäufigsten kommt mit einem Anteil von 18,8 % die Variante Vollzeit (inkl. vollzeitnahe Teilzeit) und nicht erwerbstätig vor. Dass beide Elternteile in Vollzeit bzw. vollzeitnaher Teilzeit tätig sind, ist in 15,4 % der befragten Familien der Fall. Die weiteren Kombinationen weisen jeweils nur geringe Anteile auf.

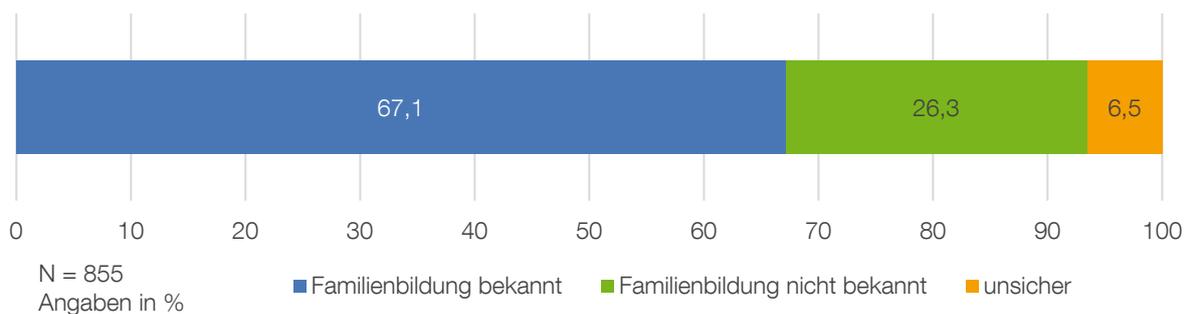


**Abbildung 36: Elternpaare nach Umfang der Arbeitszeit**

## 5.3. Kenntnis und Nutzung der Familienbildungsangebote

### 5.3.1. Kenntnis der Familienbildungsangebote

Von den befragten Eltern geben mit einem Anteil von 67,1 % rund zwei Drittel an, dass sie schon einmal von Familienbildungsangeboten gehört haben (s. Abbildung 37). 26,3 % haben noch nichts von Familienbildungsangeboten gehört und weitere 6,5 % sind sich unsicher, ob die Angebote, die sie mit Familienbildung verbinden auch tatsächlich zu den Familienbildungsangeboten zählen.



**Abbildung 37: Kenntnis der Familienbildungsangebote**

Wenn man zwischen verschiedenen Familienmerkmalen differenziert, treten einige Unterschiede in der Kenntnis der Angebote hervor. Stellt man verheiratete bzw. zusammenlebende Elternpaare und alleinerziehende bzw. in einer Patchwork-Familie lebende Eltern<sup>14</sup> gegenüber, zeigt sich ein statistisch signifikanter Unterschied in der Kenntnis der Angebote. Von den zusammenlebenden Eltern kennen 70,9 % die Familienbildungsangebote, 23,5 % kennen

<sup>14</sup> Aufgrund der jeweils geringen Fallzahl in der Gruppe von Alleinerziehenden und der Gruppe der Patchwork-Familien, werden diese beiden Gruppen bei der Betrachtung von Unterschieden hinsichtlich der Familiensituation zusammengefasst.

diese nicht und 5,7 % sind sich unsicher. In der Gruppe der Alleinerziehenden und Patchwork-Familien kennen zum Vergleich nur 57,1 % der Befragten die Angebote, 33,8 % kennen sie nicht und 9,1 % sind sich unsicher.

Differenziert man die befragten Personen nach der Sprache, die sie im Familienalltag sprechen, treten ebenfalls statistisch signifikante Unterschiede hinsichtlich der Kenntnis von Familienbildung hervor. Während von den nur deutschsprachigen Familien 71,7 % angeben, dass sie Familienbildung kennen, sind es von den Familien, die kein Deutsch oder nicht nur Deutsch<sup>15</sup> verwenden, 50,0 %.

Außerdem unterscheidet sich die Kenntnis von Familienbildungsangeboten hinsichtlich der Altersgruppen der Kinder in den Familien und nimmt tendenziell mit zunehmendem Alter der Kinder ab. Am höchsten ist die Bekanntheit von Familienbildung in Familien, in denen nur Kinder bis einschließlich drei Jahren leben. Von diesen haben 83,0 % schon einmal von Familienbildungsangeboten gehört. In der Gruppe der Familien, in denen auch ältere Kinder leben, liegt dieser Wert bei 67,5 %. In Familien, in denen nur Jugendliche ab 14 Jahren leben, beträgt die Kenntnis von Familienbildung 61,3 %.

Zudem scheinen auch regionale Unterschiede in der Kenntnis zu bestehen (s. Abbildung 38). Diese sind zwar statistisch nicht signifikant, sollen aber dennoch kurz thematisiert werden. In Region 5 (75,7 %), Region 2 (74,8 %) und Region 4 (73,4 %) ist die Kenntnis vergleichsweise hoch. Während in den weiteren Regionen jeweils rund zwei Drittel der Befragten bereits von Familienbildungsangeboten gehört haben, sind dies in Region 10 nur 51,2 %.

Positiv zu bewerten ist, dass es in der Kenntnis der Familienbildungsangebote keinen statistisch signifikanten Unterschied zwischen hochqualifizierten Haushalten auf der einen und mittel- und geringqualifizierten Haushalten auf der anderen Seite gibt.

---

<sup>15</sup> Aufgrund der geringen Fallzahl von Befragten, die kein Deutsch im Alltag sprechen, wurden diese und die Gruppe der Personen, die nicht nur Deutsch im Alltag sprechen, zusammengefasst.



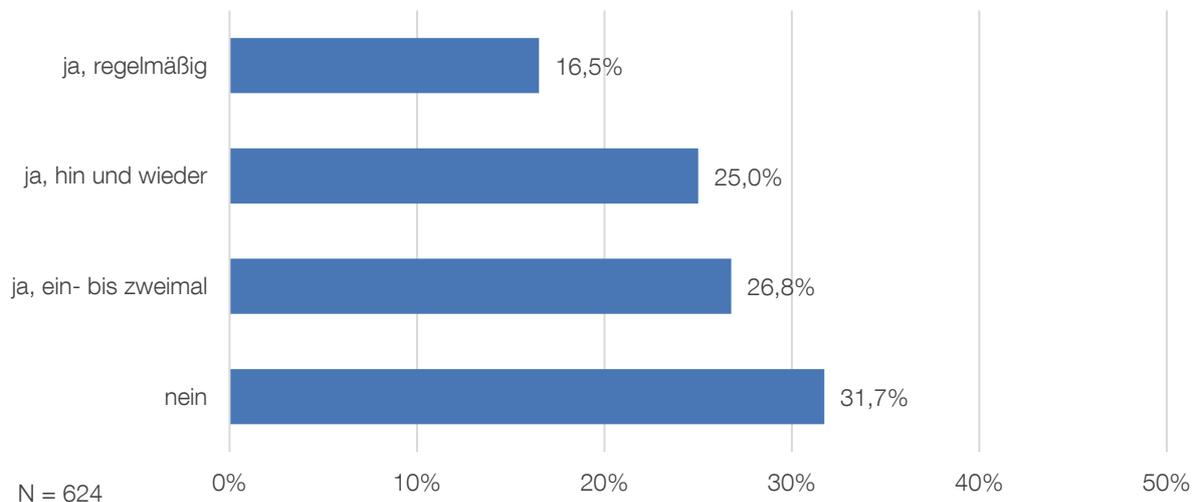
**Abbildung 38: Kenntnis der Familienbildungsangebote nach Regionen**

### 5.3.2. Nutzung der Familienbildungsangebote

Die Personen, die angegeben haben, Familienbildungsangebote zu kennen<sup>16</sup>, wurden danach gefragt, ob sie bereits Familienbildungsangebote besucht haben. Wie Abbildung 39 zeigt,

<sup>16</sup> Hierbei werden sowohl Personen einbezogen, die schon von Familienbildungsangeboten gehört haben, als auch solche, die sich unsicher sind, ob sie an die richtigen Angebote denken.

nutzen 16,5 % dieser Personen die Angebote regelmäßig, ein Viertel nimmt hin und wieder teil und weitere 26,8 % haben erst ein- bis zweimal an entsprechenden Angeboten teilgenommen. Knapp ein Drittel der Personen (31,7 %), die bereits von den Angeboten gehört haben, haben diese bisher noch nicht besucht.



**Abbildung 39: Nutzung der Familienbildungsangebote**

Vergleicht man die bisherige Teilnahme an Familienbildungsangeboten zwischen verschiedenen Familiengruppen<sup>17</sup>, zeigt sich, dass es hinsichtlich der Familiensituation, in der die befragten Eltern leben, keine statistisch signifikanten Unterschiede gibt. Verheiratete/zusammenlebende Eltern, Alleinerziehende und in Patchwork-Familien lebende Eltern weisen also eine vergleichbare bisherige Nutzung der Angebote auf.

Hinsichtlich der Sprache, die in den Familien gesprochen wird, wird deutlich, dass deutschsprachige Eltern mit einem Anteil von 73,5 % deutlich häufiger an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben als Familien, die nicht oder nicht nur Deutsch sprechen. Mit einem Anteil von 47,8 % hat weniger als die Hälfte der Personen aus letzterer Gruppe bereits an einem Familienbildungsangebot teilgenommen.

Ähnlich deutlich ist der Unterschied, wenn man zwischen Befragten aus hochqualifizierten und solchen aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten differenziert. Während drei Viertel (75,1 %) der hochqualifizierten Familien bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben, sind es in der Referenzgruppe nur 59,3 % und damit deutlich weniger.

Betrachtet man die Alterskategorien der in den Familien lebenden Kinder näher, zeigen sich keine statistisch signifikanten Unterschiede, wenn man die Familien danach unterscheidet, ob sie bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben oder nicht. Es treten allerdings Unterschiede auf, wenn man die Häufigkeit der Teilnahme miteinbezieht. So geben beispielsweise Familien, in denen (auch) Kinder bis einschließlich drei Jahren leben, mit 31,0 % deutlich häufiger an, regelmäßig an Familienbildungsangeboten teilzunehmen als Familien, in

<sup>17</sup> Die angegebenen Prozentbeträge beziehen sich nur auf die Personen, die Familienbildungsangebote kennen oder sich unsicher sind. Personen, die bisher noch nichts von Familienbildungsangeboten gehört haben, sind hier ausgeschlossen

denen ausschließlich Kinder ab vier Jahren leben. In dieser Gruppe beträgt der entsprechende Anteil 13,9 %.

Wie bei der Kenntnis von Familienbildungsangeboten lassen sich auch bei der Nutzung der Angebote regionale Unterschiede feststellen (s. Abbildung 40). In den meisten der betrachteten Regionen geben mehr als 70 % der Personen, die Familienbildungsangebote kennen oder sich unsicher sind, an, dass sie bereits mindestens einmal an einem solchen Angebot teilgenommen haben. Von den Befragten aus Region 8 haben mit einem Anteil von 68,9 % etwas weniger, in Region 1 mit 54,8 % deutlich weniger und in Region 9 mit 33,3 % enorm weniger Personen bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen.



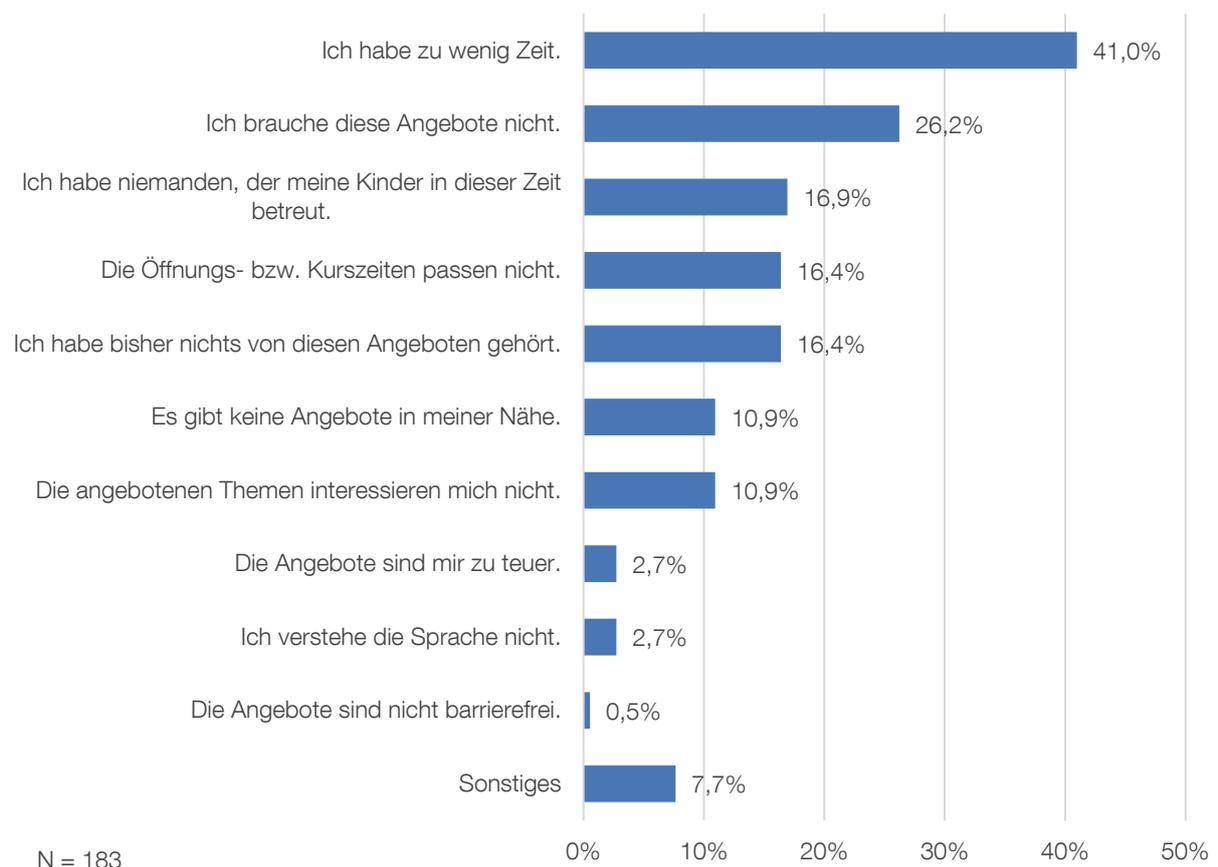
**Abbildung 40: Nutzung der Familienbildungsangebote nach Region**

### 5.3.3. Hinderungsgründe

Die Personen, die Familienbildung zwar kennen, aber bisher noch nicht teilgenommen haben, wurden nach den Gründen gefragt, welche die Teilnahme verhindert haben. Aus Abbildung 41 geht hervor, dass Zeitmangel der wichtigste Hinderungsgrund ist. Diesen nennen 41,0 % der Befragten.

Fehlender Bedarf ist mit einem Anteil von 26,2 % der zweitwichtigste Hinderungsgrund. Jeweils rund 17,0 % der Befragten geben an, dass sie aufgrund fehlender Kinderbetreuung, ungünstigen Öffnungs- oder Kurszeiten sowie aufgrund von mangelnder Information bisher noch nicht an den Angeboten teilgenommen haben. Rund jede zehnte Person äußert den Grund, dass es keine Angebote in der Nähe gibt. Der gleiche Anteil äußert, dass die angebotenen Themen sie nicht interessieren. Weniger wichtig sind Kostengründe, sprachliche Probleme sowie eine fehlende Barrierefreiheit. Dabei wäre es wichtig, dass es eine bauliche Barrierefreiheit im Hinblick auf den Zugang mit einem Rollstuhl gibt.

Unter sonstige Gründe wird mehrmals angegeben, dass die Teilnahme in der Zeit der Corona-Pandemie für die Familie interessant gewesen wäre, die Angebote damals aber nicht stattfanden. Auch dass ein anderes Ereignis dazwischenkam oder der Kurs abgesagt wurde, wird als Hinderungsgrund angeführt. Außerdem wird angegeben, dass die Hemmschwelle für die Teilnahme zu hoch ist, dass es einen Wechsel bei der anbietenden Person gab, dass die Angebote bisher nicht relevant waren, weil die Personen erst seit Kurzem Eltern sind und dass eine Online-Teilnahme gewünscht ist.



**Abbildung 41: Gründe, weshalb Familienbildungsangebote bisher nicht genutzt wurden**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Auch bei den Hinderungsgründen gibt es Unterschiede nach Familienformen. So geben Alleinerziehende und in Patchwork-Familien lebende Befragte mit einem Anteil von 64,7 % deutlich häufiger an, dass sie keine Zeit für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten haben als verheiratete bzw. zusammenlebende Elternpaare (39,0 %).

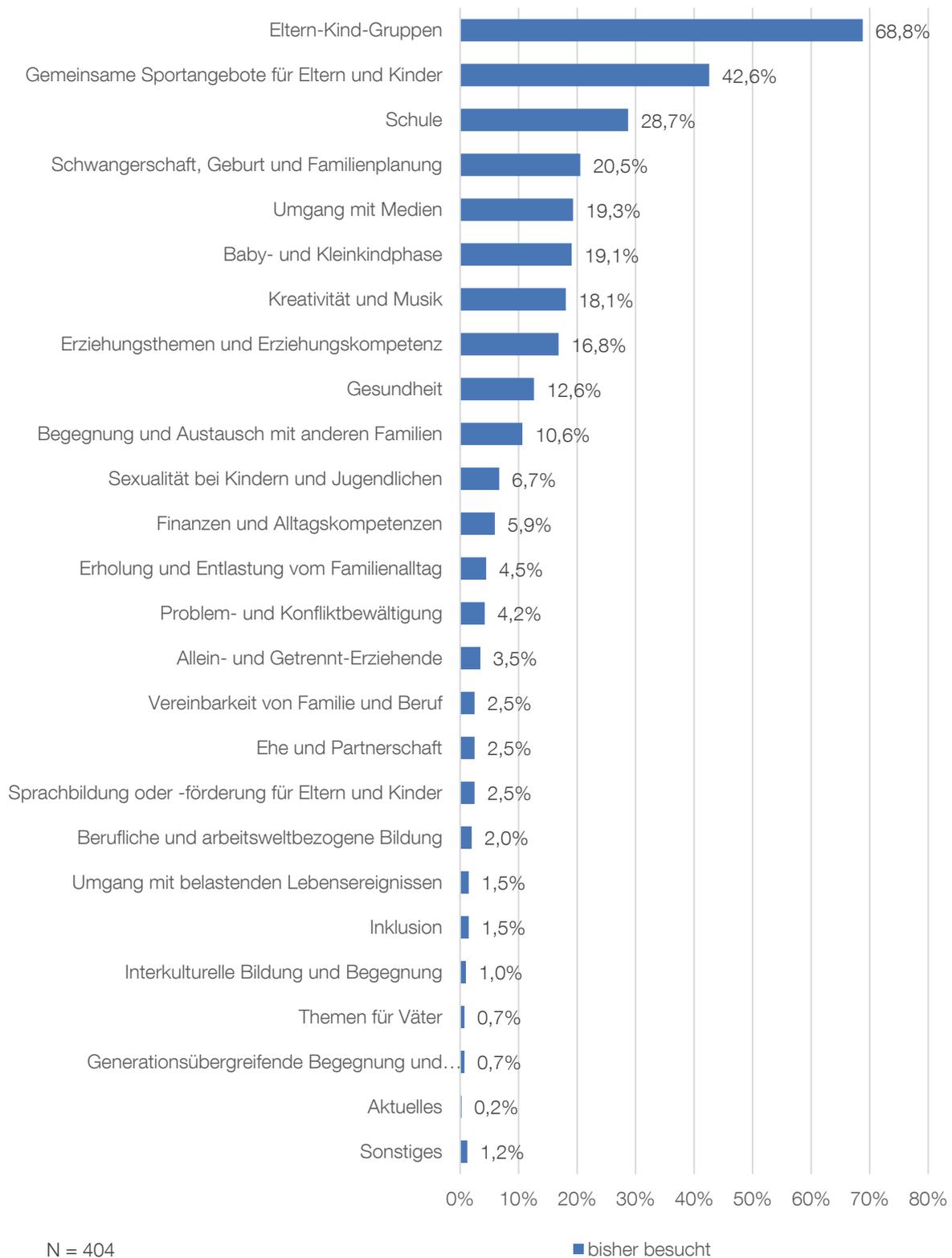
Bei einer Unterscheidung hinsichtlich der in den Familien gesprochenen Sprachen zeigt sich, dass Familien, die nicht oder nicht ausschließlich Deutsch im Alltag sprechen, deutlich häufiger angeben, dass die angebotenen Angebote für sie zu teuer sind (fremd- und gemischtsprachige Familien: 8,3 %; deutschsprachige Familien: 0,9 %). Wie zu erwarten war, ist auch der Grund, dass die Personen die Sprache der Angebote nicht verstehen, nur in dieser Gruppe genannt worden (fremd- und gemischtsprachige Familien: 12,5 %, deutschsprachige Familien: 0,0 %).

Tendenziell lassen sich zudem Unterschiede erkennen, wenn man die Familien nach dem Alter der Kinder einteilt. So geben Familien, die nur Kinder unter vier Jahren haben, häufiger an, dass unpassende Öffnungs- und Kurszeiten ihre Teilnahme verhindern (50,0 % vs. 16,9 % in der Gruppe der Familien mit (auch) älteren Kindern). Auch der Grund von Zeitmangel wird mit einem Anteil von 58,6 % häufiger von Eltern mit Kleinkindern genannt als von Familien, in denen ausschließlich ältere Kinder leben.

Aufgrund der vergleichsweise großen Anzahl an Regionen und der geringen Fallzahl an Personen, die bisher noch nicht an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben, obwohl sie diese kennen, ist eine regionale Betrachtung der Hinderungsgründe nicht möglich.

#### 5.4. Themen der Familienbildungsangebote

Die Personen, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben, wurden zu verschiedenen Aspekten ihres bisherigen Nutzungsverhaltens gefragt. In Abbildung 42 sind die Themen dargestellt, die von diesen Personen bereits besucht wurden. Mit einem Anteil von 68,8 % wurden dabei am häufigsten *Eltern-Kind-Gruppen* besucht. Mit Abstand und einem Anteil von 42,6 % folgen *gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder* und danach der Themenbereich *Schule* (28,7 %). Jeweils rund ein Fünftel der Befragten hat an Angeboten zum Bereich *Schwangerschaft, Geburt und Familienplanung* (20,5 %), zum *Umgang mit Medien* (19,3 %), zur *Baby- und Kleinkindphase* (19,1 %) sowie zum Bereich *Kreativität und Musik* (18,1 %) teilgenommen. Am unteren Ende der Rangliste finden sich die Themen *Interkulturelle Bildung und Begegnung*, *Themen für Väter*, *Generationsübergreifende Begegnung und Unterstützung* und *Aktuelles*. Diese Themen wurden jeweils von höchstens 1 % der bisherigen Nutzer/-innen besucht.



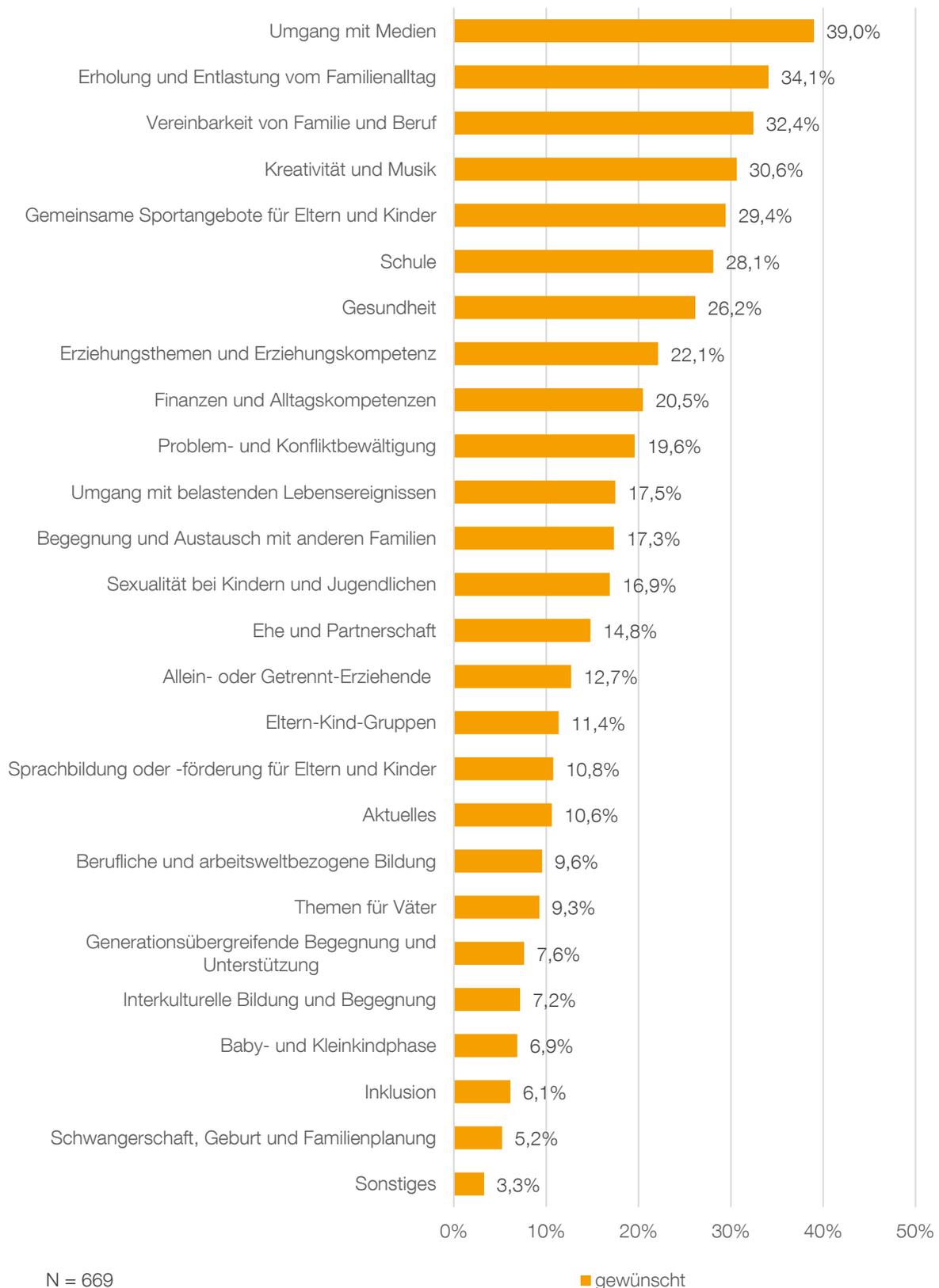
**Abbildung 42: Bisher besuchte Themen von Familienbildungsangeboten**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Abbildung 43 stellt demgegenüber die für die Zukunft gewünschten Familienbildungsangebote dar. 5,6 % der Befragten haben angegeben, dass sie generell kein Interesse bzw. keinen Bedarf an Familienbildungsangeboten haben. Von den verbleibenden 669 Befragten geben 39,0 % an, dass sie sich Angebote zum Umgang mit Medien wünschen. Darauf folgen die

Themen *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* (34,1 %), die *Vereinbarkeit von Familie und Beruf* (32,4 %), der Bereich *Kreativität und Musik* (30,6 %), *gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder* (29,4 %) und die Themenfelder *Schule* (28,1 %) und *Gesundheit* (26,2 %). Am wenigsten wichtig sind den Eltern für die Zukunft die Themen *Schwangerschaft, Geburt und Familienplanung* (5,2 %), *Inklusion* (6,1 %) und *Baby- und Kleinkindphase* (6,9 %). Dies kann im Hinblick auf Angebote zum Bereich Schwangerschaft und Geburt sowie zur Baby- und Kleinkindphase dadurch erklärt werden, dass die Umfrage hauptsächlich von Personen ausgefüllt wurde, die diese Angebote bereits besucht haben und/oder deren Kinder im Hinblick auf das Alter nicht mehr zur Zielgruppe der Angebote zählen. Aus diesem Grund ist die Aussagekraft der Ergebnisse im Hinblick auf diese beiden Themen eingeschränkt. Angebote zum Bereich Inklusion sprechen demgegenüber generell eine vergleichsweise geringe Zielgruppe an.

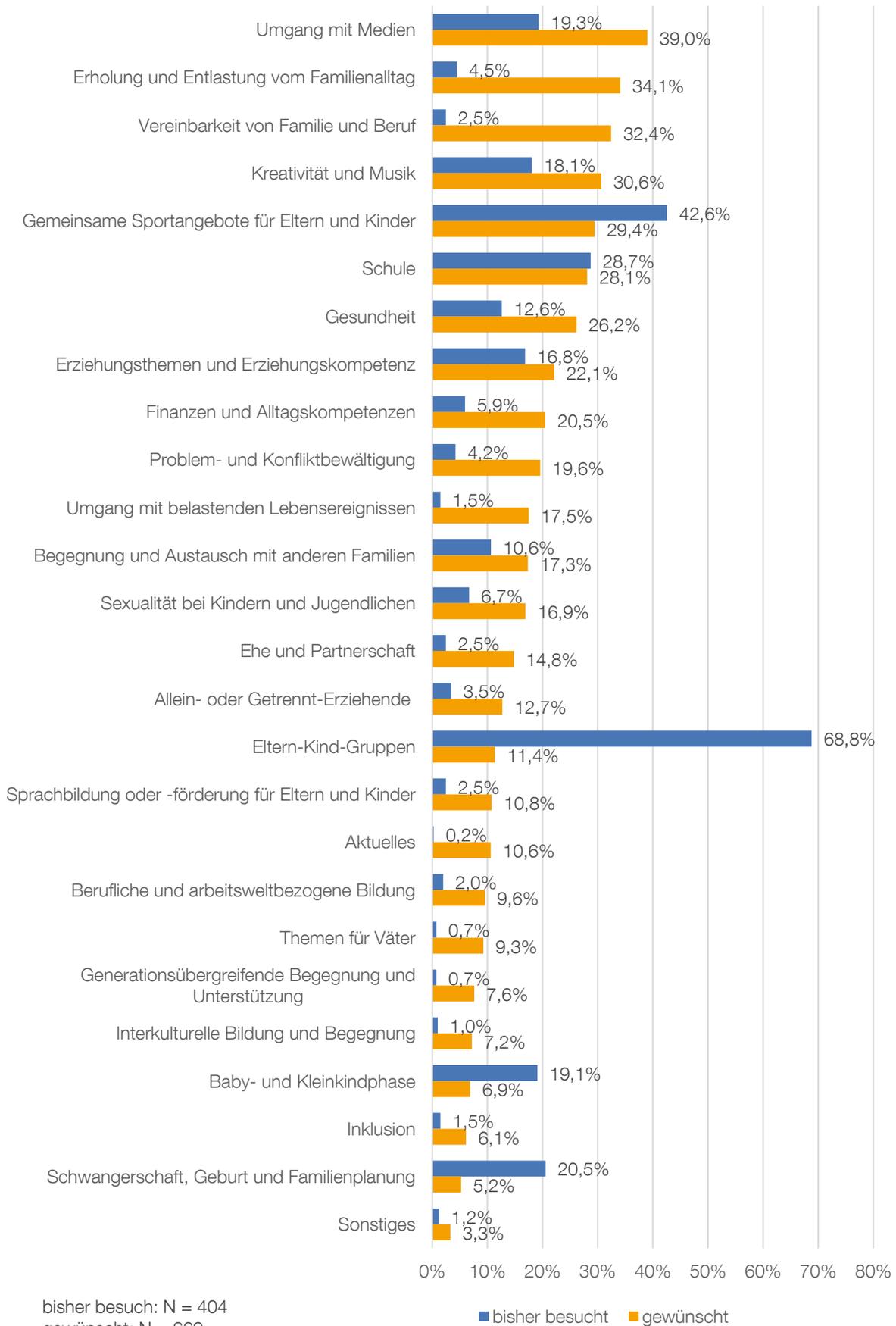
Unter Sonstiges werden verschiedene Anregungen für Themen von Familienbildungsangeboten genannt, u. a. gesundheitliche Themen wie Depressionen bei Jugendlichen, Hochbegabung, Angebote bzw. eine Hilfsgruppe für LRS und AD(H)S sowie das Thema Alkoholabhängigkeit bei Eltern. Auch Angebote für Pflegefamilien und für Kinder bei Trennung werden geäußert. Außerdem werden die Themen Verkehrssicherheit, Umweltschutz, Natur und Nachhaltigkeit und politischer Meinungs Austausch genannt, sowie der Umgang mit anderen / fremden Menschen und entsprechende Toleranz und Empathie, um das Miteinander zu fördern. Nicht nur dem Bereich Familienbildung zuzurechnen sind die Wünsche, dass es mehr Freizeit- und Sportangebote für Jugendliche im Landkreis geben sollte, sowie niedrigschwellige Bewegungsangebote für Kinder. Auch Treffpunkte für Kinder und Jugendliche werden gewünscht ebenso wie eine Ernährungsberatung.



**Abbildung 43: Für die Zukunft gewünschte Themen von Familienbildungsangeboten**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Aus der Gegenüberstellung der bisher besuchten und für die Zukunft gewünschten Themen in Abbildung 44 kann abgelesen werden, dass vor allem bei den Themen *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* sowie *Vereinbarkeit von Familie und Beruf* ein Ausbau der Angebote

naheliegt. Diese beiden Themen werden relativ betrachtet von deutlich mehr Eltern gewünscht als sie bisher besucht haben. Ähnliche Zusammenhänge zeigen sich auch beim *Umgang mit Medien*, beim Themenfeld *Kreativität und Musik* sowie bei *Gesundheit*. Auch Angebote zu den Bereichen *Problem- und Konfliktbewältigung* sowie zum *Umgang mit belastenden Lebensereignissen* werden von einem deutlich höheren Anteil der Eltern für die Zukunft gewünscht als diese Angebote besucht haben, wenngleich auf einem niedrigeren Niveau. Themen, die sich auf die Phase vor der Geburt bzw. die Baby- und Kleinkindphase beziehen, wurden bereits häufig aufgesucht, werden aber vergleichsweise selten für die Zukunft gewünscht. Dies liegt wie weiter oben bereits beschrieben (auch) an der Zusammensetzung unserer Stichprobe.



**Abbildung 44: Gegenüberstellung von bisher besuchten und in Zukunft gewünschten Themen von Familienbildungsangeboten**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Bei den Themenwünschen zeigen sich ebenfalls Unterschiede zwischen verschiedenen Familienformen. Ein naheliegendes Ergebnis ist, dass sich vor allem Alleinerziehende und Befragte aus Patchwork-Familien Angebote für *Allein- oder Getrennt-Erziehende* wünschen. Von den Alleinerziehenden sind dies 80,3 % der Befragten, bei den Patchwork-Familien sind es 47,6 %. Einen bemerkenswerten Unterschied, der allerdings auf dem 5 %-Signifikanzniveau statistisch nicht signifikant ist ( $p$ -Wert=0,061), gibt es zudem beim Wunsch nach Angeboten zur *Erholung und Entlastung vom Familienalltag*: Diese Angebote wünschen sich 44,4 % der alleinerziehenden bzw. in Patchwork-Familien lebenden Befragten, von den verheirateten bzw. zusammenlebenden Elternpaaren sind dies nur 33,2 %. Das Themenfeld *Schule* beschäftigt demgegenüber zusammenlebende Elternpaare intensiver, da sich 30,3 % dieser Gruppe Angebote zu diesem Bereich wünschen. Bei den Alleinerziehenden und Patchwork-Familien liegt der entsprechende Anteil bei 16,7 %. Erwartungsgemäß beschäftigt das Thema *Ehe und Partnerschaft* zusammenlebende bzw. verheiratete Elternpaare mit einem Anteil von 17,0 % mehr als alleinerziehende oder in Patchwork-Familien lebende Befragte (8,3 %).<sup>18</sup> Nicht zu erwarten war im Gegensatz dazu der Unterschied bei Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz: Für dieses Thema interessieren sich 24,0 % der verheirateten bzw. zusammenlebenden Befragten und lediglich 13,9 % der Personen aus der Gruppen der Alleinerziehenden und Patchwork-Familien.<sup>19</sup>

Wie auch in anderen vom ZFG durchgeführten Familienbildungsstudien wird deutlich, dass das Thema *Begegnung und Austausch mit anderen Familien* für fremd- und gemischtsprachige Familien mit einem Anteil von 26,3 % eine deutlich größere Bedeutung hat als für deutschsprachige Familien (17,2 %).<sup>20</sup> Besonders deutlich ist dieser Unterschied erwartungsgemäß auch beim Thema *Interkulturelle Bildung und Begegnung*. Dieses wünschen sich 19,7 % und damit rund ein Fünftel der Befragten, die nicht nur Deutsch in der Familie sprechen, und nur 5,7 % der ausschließlich deutschsprachigen Familien. Auffällig ist zudem, dass sich rund ein Drittel (34,2 %) der fremd- und gemischtsprachigen Befragten Angebote zur *Sprachbildung oder -förderung für Eltern und Kinder* wünschen. Bei den deutschsprachigen Befragten ist dieser Anteil mit 7,4 % erwartungsgemäß deutlich geringer. Ein großer Unterschied ist außerdem beim Themenfeld *Berufliche und arbeitsweltbezogene Bildung* zu beobachten: Dieses wünschen sich 21,1 % der fremd- und gemischtsprachigen Familien und lediglich 7,6 % der deutschsprachigen Familien. Auch *Eltern-Kind-Gruppen* sind für Familien mit Migrationshintergrund mit einem Wert von 18,4 % wichtiger als für ausschließlich Deutsch sprechende Befragte (9,8 %). Dies spiegelt die große Bedeutung von Austausch und Begegnung für diese Familiengruppe wider.

Auch hinsichtlich des Bildungsniveaus der Familien zeigen sich Unterschiede in den Themenwünschen. Auffällig ist, dass der Anteil an Personen, die angeben, generell kein Interesse an Familienbildungsangeboten zu haben, in der Gruppe der mittel- und geringqualifizierten

---

<sup>18</sup> Dieser Unterschied ist bei einem Signifikanzniveau von 0,05 mit einem  $p$ -Wert von 0,060 statistisch nicht signifikant.

<sup>19</sup> Dieser Unterschied ist bei einem Signifikanzniveau von 0,05 mit einem  $p$ -Wert von 0,056 statistisch nicht signifikant.

<sup>20</sup> Dieser Unterschied verfehlt bei einem Signifikanzniveau von 0,05 mit einem  $p$ -Wert von 0,056 knapp die statistische Signifikanz.

Haushalte mit 9,5 % höher ist als bei den hochqualifizierten Haushalten mit 4,9 %. Bei den Personen, die Angaben zu Themenwünschen gemacht haben, zeigt sich, dass Angebote, die sich speziell mit der Situation *Alleinerziehender* beschäftigen, für mittel- und geringqualifizierte Familien mit einem Anteil von 15,4 % interessanter sind als für hochqualifizierte Eltern (6,8 %). Dies spiegelt die Beobachtung wider, dass der Anteil von mittel- und geringqualifizierten Haushalten in der Gruppe der Alleinerziehenden in der Stichprobe höher ist als bei den zusammenlebenden Elternpaaren. Interessant ist auch, dass *Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz* von Befragten aus hochqualifizierten Haushalten mit einem Anteil von 24,6 % deutlich häufiger genannt werden als von der Referenzgruppe mit 16,8 %.<sup>21</sup> Auch der *Umgang mit Medien* wird von den höher gebildeteren Personen mit 43,8 % noch deutlich häufiger angegeben als von mit mittel- und geringqualifizierten Befragten (30,8 %). *Finanzen und Alltagskompetenzen* sind demgegenüber für Befragte aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten wichtiger (28,0 % vs. 17,8 % bei hochqualifizierten Haushalten).

Es lassen sich auch statistisch signifikante Unterschiede in den Themenwünschen erkennen, wenn man die Familien nach dem Alter der Kinder aufteilt. So sind Angebote zur Baby- und Kleinkindphase nicht überraschend für Familien mit kleinen Kindern wichtiger als für Familien mit älteren Kindern (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 34,6 %, andere Familien: 4,3 %), ebenso wie das Themenfeld Schwangerschaft, Geburt und Familienplanung (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 21,2 %, andere Familien: 3,3 %). Ähnliches gilt auch für Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 36,5 %, andere Familien: 21,1 %). Auch der Bereich Begegnung und Austausch mit anderen Familien ist für Familien mit kleinen Kindern besonders wichtig (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 40,4 %, andere Familien: 16,4 %). Insbesondere gilt dies für die Eltern-Kind-Gruppen (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 38,5 %, andere Familien: 8,6 %). Auch bei der beruflichen und arbeitsweltbezogenen Bildung (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 23,1 %, andere Familien: 7,8 %), dem Bereich Finanzen und Alltagskompetenzen (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 36,5 %, andere Familien: 18,8 %) und dem Themenfeld Ehe und Partnerschaft äußern Familien mit kleinen Kindern größeren Bedarf (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 32,7 %, andere Familien: 14,7 %). Ein signifikanter Unterschied zeigt sich auch bei den Themen für Väter: Diese wünschen sich 17,3 % der Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren und nur 7,8 % aus den Familien, in denen (auch) ältere Kinder leben. Zudem werden auch die Bereiche Kreativität und Musik (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 46,2 %, andere Familien: 29,9 %) und gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 63,5 %, andere Familien: 27,0 %) von Familien mit kleinen Kindern stärker nachgefragt als von der Referenzgruppe. Außerdem fällt auf, dass das Thema Vereinbarkeit von Beruf und Familie von Familien, in denen (auch) Kinder bis zu sechs Jahren wohnen, häufiger genannt wird als von Familien mit ausschließlich älteren Kindern (Familien mit Kindern bis einschließlich sechs Jahren: 40,5 %, andere Familien: 27,0 %). Der Bereich Generationsübergreifende Begegnung und Unterstützung ist

---

<sup>21</sup> Dieser Unterschied ist auf einem Signifikanzniveau von 0,05 und einem p-Wert von 0,055 statistisch nicht signifikant.

demgegenüber für Familien mit älteren Kindern wichtiger: Von den Familien, in denen nur Jugendliche ab 14 Jahren leben, nennen dieses Thema 20,0 % der Befragten, in der Vergleichsgruppe sind es lediglich 7,1 %. Auch sind Angebote zum Umgang mit belastenden Lebensereignissen für Familien mit älteren Kindern bzw. Jugendlichen wichtiger (Familien, in denen ausschließlich Jugendliche ab 14 Jahren leben: 41,8 %, andere Familien: 15,9 %), ebenso wie Erholung und Entlastung vom Familienalltag (Familien mit ausschließlich Jugendlichen ab 14 Jahren: 47,3 %, andere Familien: 33,7 %). Schließlich sind Angebote zu aktuellen Themen für Familien mit Jugendlichen (20,0 %) wichtiger als für Familien, in denen nur jüngere Kinder wohnen (10,0 %).

Zum Teil lassen sich auch regionale Unterschiede in den Themenwünschen beobachten. So wird beispielsweise der Bereich *Begegnung und Austausch mit anderen Familien* insbesondere in Region 7 (29,4 %), in Region 2 (27,6 %), in Region 10 (22,2 %) und Region 5 (20,6 %) gewünscht. Dazu passt, dass der Bereich *Interkulturelle Bildung und Begegnung* in Region 10 mit einem Anteil von 25,0 % besonders häufig gewünscht wird. Beim Thema *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* stechen Region 1 (49,1 %), Region 2 (41,8 %) und Region 6 (42,1 %) hervor. *Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz* werden insbesondere in Region 7 (41,2 %) und Region 9 (38,1 %) genannt. Der Bereich *Gesundheit* ist besonders für die Befragten mit Wohnort in Region 2 wichtig. Hier wird er mit einem Anteil von 41,8 % mit Abstand am häufigsten genannt. Beim Thema *Kreativität und Musik* fällt auf, dass dieses von 55,9 % der Befragten aus Region 7 genannt wird und damit dort deutlich wichtiger zu sein scheint als in den anderen Regionen. Auch beim Bereich *Sexualität bei Kindern und Jugendlichen* zeigen sich Unterschiede. Dieser wird besonders häufig in Region 6 (28,1 %), Region 10 (27,8 %) und Region 2 (25,5 %) genannt.

Weitere Anhaltspunkte dazu, ob die Bedarfe der Eltern und die von den Einrichtungen angebotenen Themen übereinstimmen, erhält man bei einem Vergleich der Elternwünsche und der Anbieterplanungen. In Tabelle 1 sind die zehn am häufigsten genannten Themenwünsche und die Rangplätze dieser Themen in der Planung der Anbieter gegenübergestellt. Dabei zeigt sich, dass bei vielen Themen der Bedarf der Eltern und das Angebot der Anbieter schon gut zusammenpassen. Beispielsweise liegt das Thema *Kreativität und Musik* bei den Elternwünschen auf Platz 4 und bei den Anbieterplanungen auf Platz 5. Vergleichbar ist die Situation beim Bereich *Schule* (Elternwünsche: Platz 6, Anbieterplanungen: Platz 7). Etwas schlechter, aber immer noch gut, passen die Eltern- und die Anbieterseite bei den Themen *Gesundheit*, *Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz* sowie *Problem- und Konfliktbewältigung* zusammen. Anders ist es beim Thema *Umgang mit Medien*: Dieses liegt bei den Elternwünschen auf Platz 1, bei den Anbieterplanungen aber nur auf Platz 10. Noch größer ist der Abstand bei den Bereichen *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* (Elternwünsche: Platz 2, Anbieterplanungen: Platz 15), *Vereinbarkeit von Familie und Beruf* (Elternwünsche: Platz 3, Anbieterplanungen: Platz 22) und bei den *gemeinsamen Sportangeboten für Eltern und Kinder* (Elternwünsche: Platz 5, Anbieterplanungen: Platz 21). Auch das Thema *Finanzen und Alltagskompetenzen* hat bei den Eltern mit Platz 9 einen höheren Stellenwert als bei den Anbietern (Platz 17).

**Tabelle 1: Vergleich der Top 10-Elternwünsche mit den Anbieterplanungen**

Top 10 der von Eltern gewünschten Themen		Rangplatz bei den Planungen der Anbieter
1	Umgang mit Medien	10
2	Erholung und Entlastung vom Familienalltag	15
3	Vereinbarkeit von Familie und Beruf	22
4	Kreativität und Musik	5
5	Gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder	21
6	Schule	7
7	Gesundheit	3
8	Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz	2
9	Finanzen und Alltagskompetenzen	17
10	Problem- und Konfliktbewältigung	12

Vergleicht man die Themen, die von den Anbietern am häufigsten geplant werden, mit den Wünschen der Eltern, erhält man das in Tabelle 2 dargestellte Bild. Wie bereits bei der Betrachtung der wichtigsten Elternwünsche dargestellt wurde, gibt es bei vielen Themen eine gute Übereinstimmung zwischen den Planungen der Einrichtungen und der Nachfrage der Eltern. Allerdings zeigt sich, dass es Themen gibt, die von den Anbietern als wichtiger eingestuft werden als von den Eltern gewünscht. So ist der am häufigsten genannte Bereich bei den Planungen der Anbieter die *Begegnung und der Austausch mit anderen Familien*. In der Rangliste der Elternwünsche liegt dieses aber nur auf Platz 12. Ähnlich verhält es sich mit der *Sprachbildung und -förderung für Eltern und Kinder* (Anbieterplanungen: Platz 6, Elternwünsche: Platz 17). Noch deutlicher ist der Unterschied bei den Themen *Interkulturelle Bildung und Begegnung* (Anbieterplanungen: Platz 4, Elternwünsche: Platz 22), bei *Inklusion* (Anbieterplanungen: Platz 8, Elternwünsche: Platz 24) und bei der *Baby- und Kleinkindphase* (Anbieterplanung: Platz 9, Elternwünsche: Platz 23). Wie bereits erwähnt, ist bei letzterem Thema unsere Stichprobe aufgrund des Alters der Kinder der befragten Familien nur eingeschränkt aussagefähig. Aus diesem Ergebnis kann deswegen kein Überangebot für diese Phase abgeleitet werden. Auch die großen Unterschiede bei den anderen Themen sollten nicht als Anzeichen dafür interpretiert werden, dass es bei diesen Themen ein Überangebot gibt, da sich diese zum Teil an spezielle Familienformen richten, die durch diese Angebote eine wichtige Unterstützung erhalten können. Dies gilt beispielsweise für die *Begegnung und den Austausch mit anderen Familien*, da dieses Thema vor allem auch für Familien mit Migrationshintergrund wichtig ist. Ähnliches gilt für den Bereich *Interkulturelle Bildung und Begegnung* sowie für die *Sprachbildung und -förderung für Eltern und Kinder*.

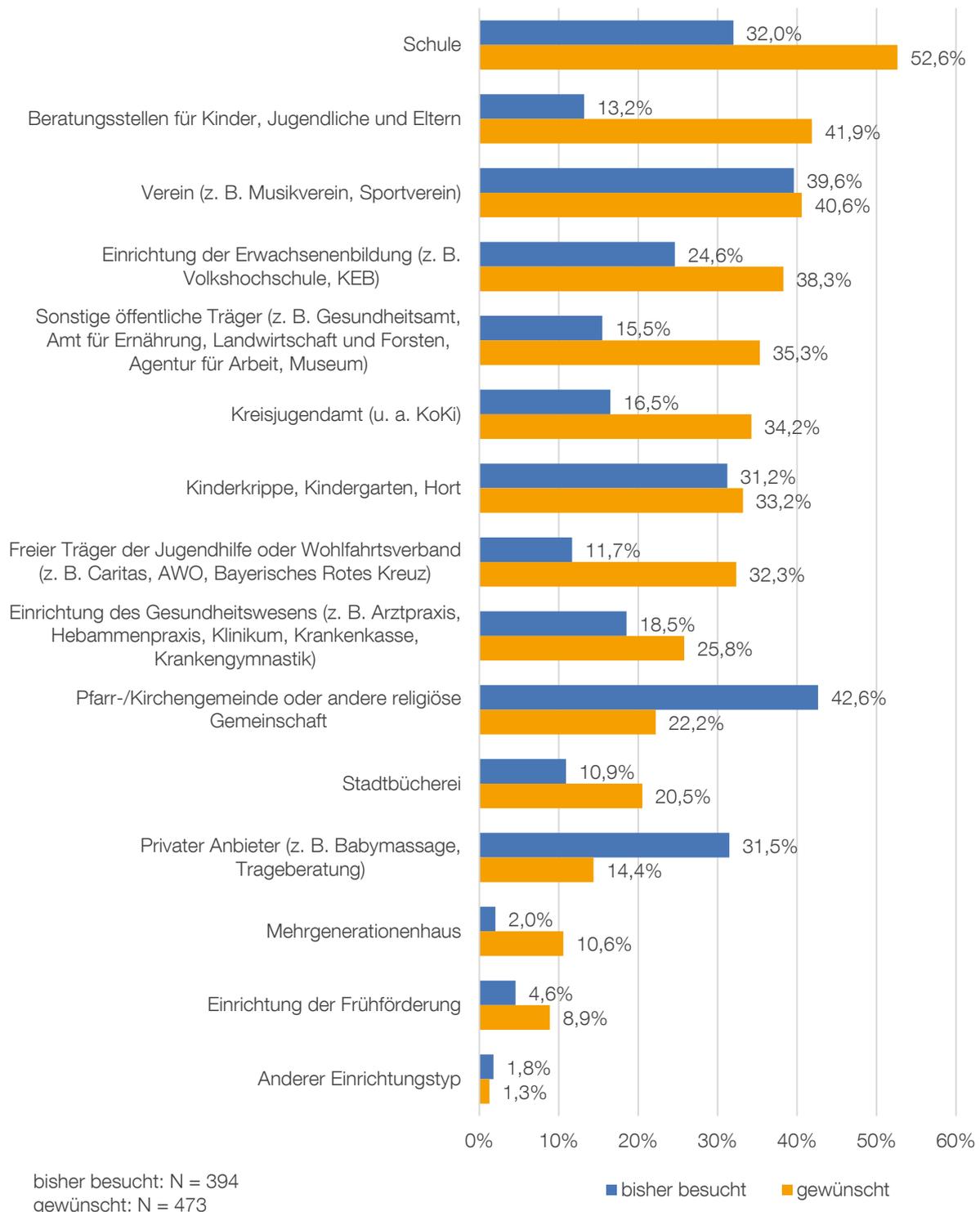
**Tabelle 2: Vergleich der Top 10 von Anbietern geplanten Themen mit den Elternwünschen**

Top 10 der von Anbietern geplanten Themen		Rangplatz bei den Wünschen der Eltern
1	Begegnung und Austausch mit anderen Familien	12
2	Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz	8
3	Gesundheit	7
4	Interkulturelle Bildung und Begegnung	22
5	Kreativität und Musik	4
6	Sprachbildung oder -förderung für Eltern und Kinder	17
7	Schule	6
8	Inklusion	24
9	Baby- und Kleinkindphase	23
10	Umgang mit Medien	1

## 5.5. Orte der Familienbildungsangebote

Neben den Themen der Familienbildungsangebote wurden in der Befragung auch die Einrichtungen, bei denen die Angebote stattfinden, thematisiert. Im Hinblick auf die bisher besuchten Orte von Familienbildungsangeboten zeigt sich, dass viele Eltern Angebote bei Pfarr- und Kirchengemeinden oder anderen religiösen Gemeinschaften wahrgenommen haben. Dies geben 42,6 % der Befragten an und steht sicherlich in einem Zusammenhang mit der häufigen Teilnahme an Eltern-Kind-Gruppen. Diese werden häufig von kirchlichen Einrichtungen durchgeführt. Auch Angebote bei Vereinen (39,6 %) und privaten Anbietern (31,5 %) wurden vergleichsweise häufig genutzt. Außerdem spielen die Kindertageseinrichtungen (31,2 %) und Schulen (32,0 %) eine wichtige Rolle als Angebotsorte.

Schulen sind auch der Ort, den mit einem Anteil von 52,6 % mehr als die Hälfte der Eltern für die Zukunft als geeigneten Veranstaltungsort betrachtet. Mit einem Anteil von 41,9 % wünschen sich die Befragten am zweithäufigsten Angebote bei Beratungsstellen. Damit besteht bei den Beratungsstellen ein deutlicher Unterschied zwischen der bisherigen Nutzung und der gewünschten Nutzung in Zukunft. Auch Einrichtungen der Erwachsenenbildung, sonstige öffentliche Träger und das Kreisjugendamt werden häufiger als Veranstaltungsort gewünscht als bisher genutzt wurden. Generell geben 26,1 % der Befragten an, dass alle der abgefragten Einrichtungen als Veranstaltungsorte geeignet wären.



**Abbildung 45: Gegenüberstellung von bisher besuchten und in Zukunft gewünschten Orten von Familienbildungsangeboten**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Differenziert man die Befragten nach der Familiensituation, zeigt sich, dass sich mit einem Anteil von 36,8 % vor allem zusammenlebende Elternpaare Angebote in den Kinderbetreuungseinrichtungen wünschen.<sup>22</sup> In der Gruppe der Alleinerziehenden und Patchwork-Familien

<sup>22</sup> Aus den Analysen zu den Unterschieden zwischen verschiedenen Familiengruppen sind die Personen, die sich alle Einrichtungen als Angebotsorte vorstellen können, ausgeschlossen.

liegt dieser Anteil lediglich bei 12,0 %. Bei den anderen abgefragten Einrichtungen gibt es keine statistisch signifikanten Unterschiede zwischen den betrachteten Familiensituationen.

Unterscheidet man die Befragten nach der im Familienalltag gesprochenen Sprache, lassen sich ebenfalls Unterschiede erkennen. So wünschen sich Befragte aus fremd- und gemischt-sprachigen Familien mit einem Anteil von 37,5 % deutlich häufiger Angebote in Einrichtungen des Gesundheitswesens als die deutschsprachigen Familien. Bei diesen beträgt der entsprechende Anteil 24,8 %. Auch Schulen sind für gemischt- und fremdsprachige Familien mit einem Anteil von 66,1 % wichtigere Angebotsorte als für deutschsprachige Familien (51,8 %).

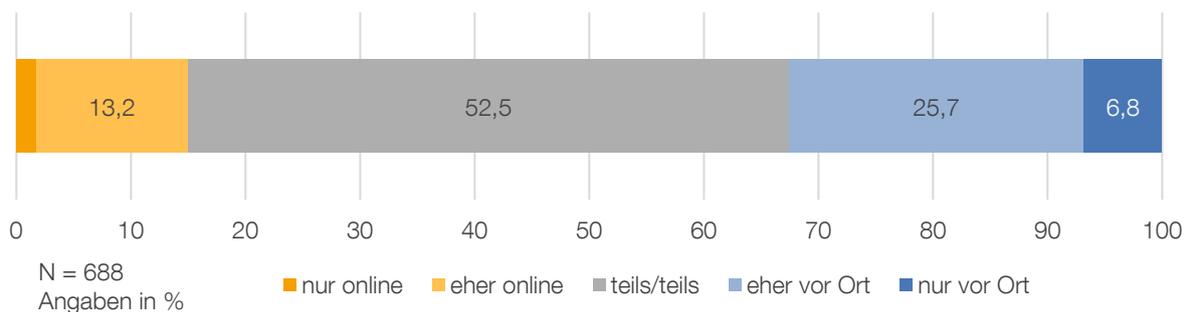
Bei einer Differenzierung nach dem Bildungsstand des Haushalts zeichnen sich weitere Unterschiede ab. So sind Schulen als Angebotsorte für mittel- und geringqualifizierte Haushalte mit einem Anteil von 66,0 % noch wichtiger als für hochqualifizierte Haushalte mit einem Wert von 50,0 %. Das gleiche gilt für Pfarr- und Kirchengemeinden sowie andere religiöse Gemeinschaften: Diese nennen 34,0 % der Befragten aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten als geeignete Angebotsorte, von den Befragten aus hochqualifizierten Haushalten sind dies demgegenüber nur 19,7 %.

Hinsichtlich des Alters der Kinder lässt sich beobachten, dass Einrichtungen des Gesundheitswesens für Familien mit Säuglingen und Kleinkindern (51,3 %) deutlich wichtiger sind als für Familien, in denen (auch) ältere Kinder leben (24,5 %). Gleiches gilt für Kindertageseinrichtungen (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 56,4 %, andere: 31,8 %). Im Gegensatz dazu werden Schulen erwartungsgemäß von Familien mit älteren Kindern bevorzugt (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 18,0 %, andere: 57,4 %). Mehrgenerationenhäuser sprechen demgegenüber wiederum Familien mit Kleinkindern an (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 20,5 %, andere: 9,2 %). Ähnlich verhält es sich bei privaten Anbietern (Familien mit ausschließlich Kindern bis drei Jahren: 25,6 %, andere: 12,7 %). Einrichtungen der Frühförderung sind vor allem für Familien mit Kindern im Vorschulalter interessant (Familien mit ausschließlich Kindern bis sechs Jahren: 13,5 %, andere: 6,9 %). Pfarr- und Kirchengemeinden bzw. andere religiöse Gemeinschaften werden demgegenüber vor allem von Familien mit Jugendlichen als Angebotsorte genannt (Familien mit Jugendlichen: 31,0 %, andere: 19,4 %).

Regionale Unterschiede im Hinblick auf die Angebotsorte zeigen sich lediglich bei den Einrichtungstypen Stadtbücherei und freie Träger. Die Stadtbücherei als Angebotsort wird von vergleichsweise vielen Befragten mit Wohnort in Region 10 (36,0 %), in Region 9 (30,8 %), in Region 3 (30,4 %), Region 2 (29,4 %) und Region 6 (28,2 %) genannt. Vernachlässigbar geringe Bedeutung hat die Stadtbücherei als Angebotsort in Region 8 (5,4 %) und Region 7 (7,7 %). Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass es in diesen Regionen keine entsprechenden Einrichtungen gibt. Freie Träger als Anbieter sind demgegenüber hauptsächlich in Region 7 (50,0 %), Region 5 (49,0 %), Region 6 (41,0 %), und Region 10 (40,0 %) relevant.

Abbildung 46 zeigt, dass mehr als die Hälfte der befragten Personen sowohl Online- als auch Präsenzangebote besuchen würden. Rund ein Viertel (25,7 %) gibt an, dass sie eher ein Vor-Ort-Angebot besuchen möchten, weitere 6,8 % möchten nur Präsenzangebote wahrnehmen.

Die entsprechenden Anteile im Hinblick auf die Online-Angebote sind etwas geringer: 13,2 % möchten eher Online-Angebote besuchen und weitere 1,7 % geben an, dass sie nur an Online-Angeboten interessiert sind.



**Abbildung 46: Präferenz im Hinblick auf Online- und Präsenzangebote**

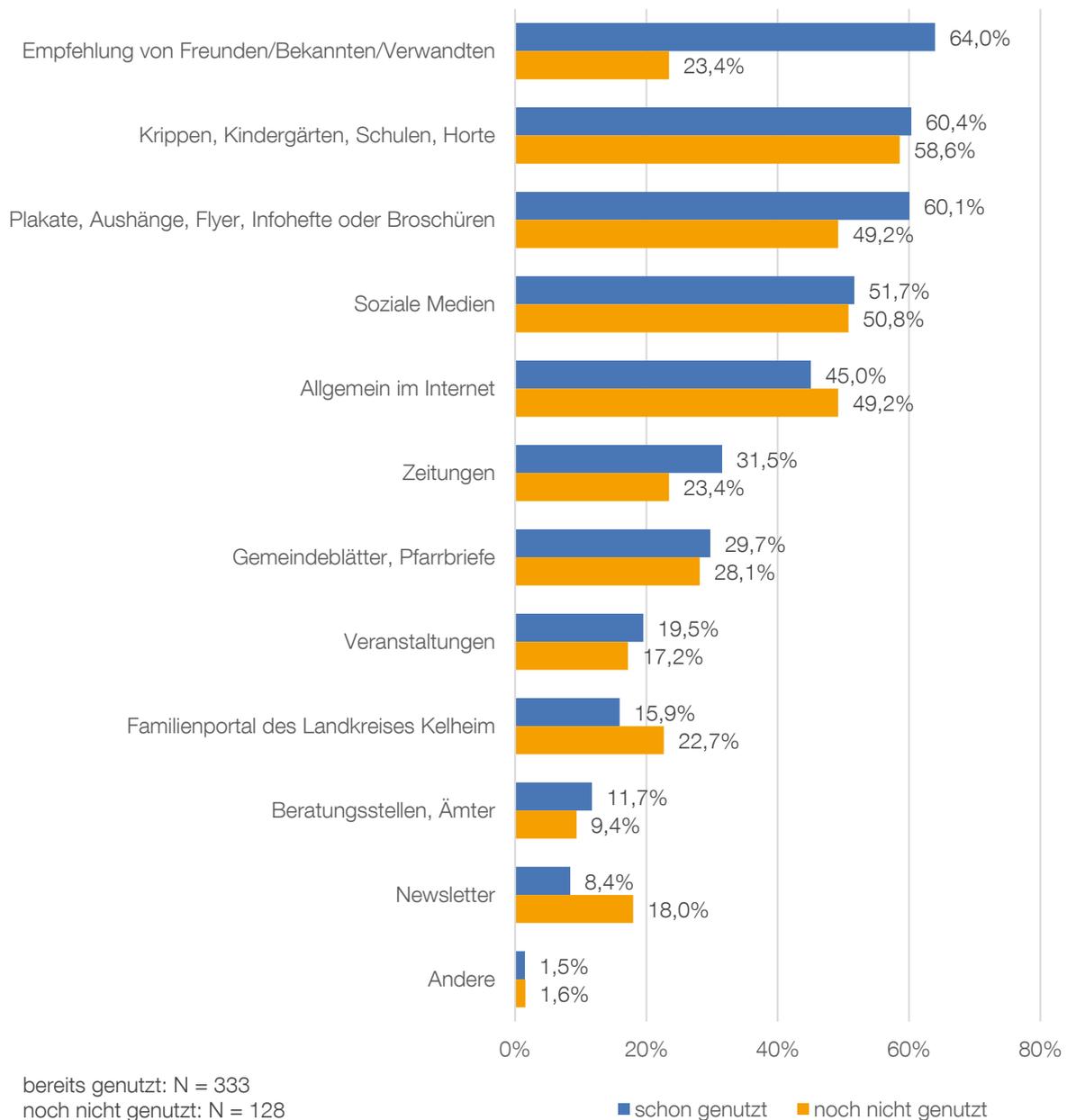
Auch im Hinblick auf die Präferenz von Online- bzw. Präsenzveranstaltungen gibt es Unterschiede zwischen verschiedenen Familiengruppen. So haben gemischt- und fremdsprachige Familien in unserer Stichprobe eine stärkere Präferenz von Online-Angeboten als ihre deutschsprachigen Pendanten. Von den Familien mit Migrationshintergrund geben 6,6 % an, dass sie nur an Online-Angeboten interessiert sind und weitere 22,4 % sagen, dass sie eher Online-Angebote besuchen möchten. Demgegenüber haben nur 1,0 % der deutschsprachigen Familien Interesse an Online-Angeboten. Eher an Online-Angeboten möchten aus dieser Gruppe 12,1 % teilnehmen.

Betrachtet man das Bildungsniveau der Haushalte, fällt auf, dass Befragte aus hochqualifizierten Haushalten weniger restriktiv in ihren Präferenzen im Hinblick auf Online- und Vor-Ort-Veranstaltungen sind als Befragten aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten. Während 4,8 % der mittel- und geringqualifizierten Familien nur an Online-Angeboten teilnehmen würden, sind dies von den hochqualifizierten Familien nur 0,5 %. Nur an Vor-Ort-Angeboten teilnehmen möchten von den mittel- und geringqualifizierten Familien 9,5 %, von den hochqualifizierten sind dies 5,7 %.

## 5.6. Informationsquellen für Familienbildungsangebote

Ähnlich wie bei der Einrichtungsbefragung interessierte auch bei der Befragung der Eltern, welche Kanäle für die Information zu Familienbildungsangeboten genutzt werden. Das Ergebnis ist in Abbildung 47 zu sehen. Von den Eltern, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben, führen Empfehlungen von Freunden und Freundinnen, Bekannten oder Verwandten die Liste an. Über diesen Personenkreis haben 64,0 % dieser Befragten von den Veranstaltungen erfahren. Auch Kinderbetreuungs- und Bildungseinrichtungen (und deren Informationssysteme bzw. -Apps) sind mit einem Anteil von 60,4 % wichtige Informationsquellen. Fast der gleiche Anteil an bisherigen Nutzenden (60,1 %) informiert sich über Plakate, Ausgänge, Flyer, Infohefte oder Broschüren. Auch soziale Medien (51,7 %) und allgemein das Internet (45,0 %) werden häufig angegeben. Knapp ein Drittel der Eltern nutzt jeweils Zeitungen (31,5 %) oder Gemeindeblätter bzw. Pfarrbriefe (29,7 %) als Informationsquellen. Das Familienportal des Landkreises wird mit einem Anteil von 15,9 % noch relativ wenig genutzt.

Die Personen, die bisher noch nicht an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben bzw. Familienbildung bisher nicht kannten, würden sich am liebsten über die Betreuungs- und Bildungseinrichtungen (58,6 %) informieren. Fast genauso wichtig sind soziale Medien (50,8 %), das Internet im Allgemeinen (49,2 %) und Plakate, Aushänge, Flyer, Infohefte oder Broschüren (49,2 %). Ein deutlich geringerer Anteil der Personen, die bisher noch nicht mit Familienbildung in Berührung gekommen sind, möchte die Informationen über die Veranstaltungen aus dem Freundes-, Bekannten- oder Verwandtenkreis erhalten.

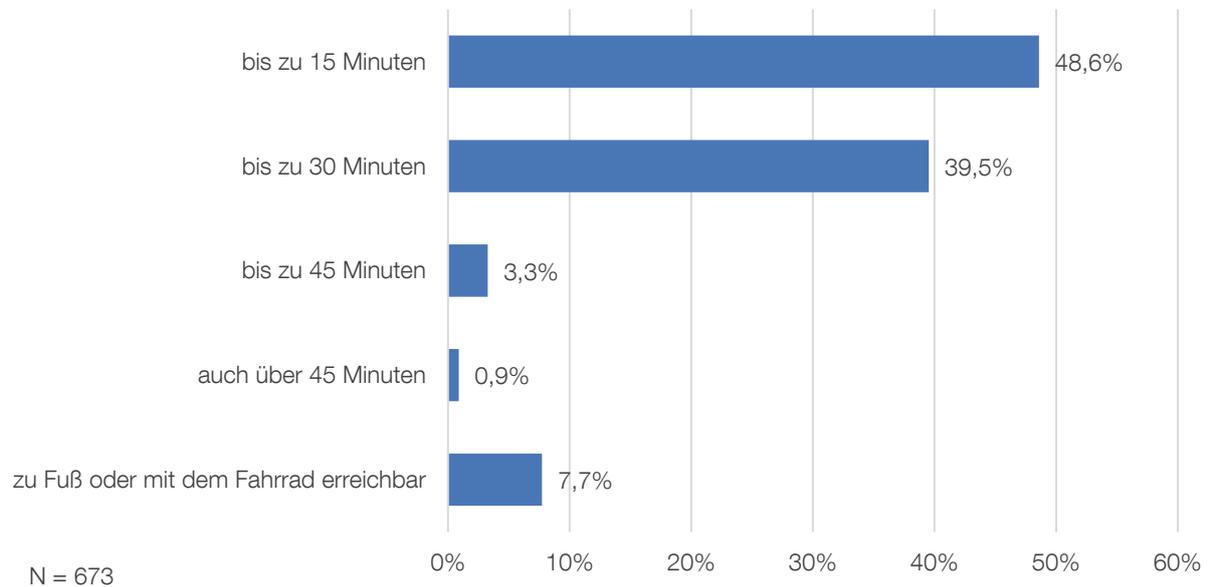


**Abbildung 47: Genutzte und gewünschte Informationsquellen für Familienbildungsangebote**  
 Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

## 5.7. Organisatorische Gestaltung der Angebote

Im Hinblick auf die Erreichbarkeit der Angebote wird deutlich, dass die Mehrheit der Personen mit dem Auto zu den Angeboten anreisen würde (s. Abbildung 48). 48,6 % würden dabei

allerdings nur einen Anfahrtsweg mit höchstens 15 Minuten Dauer zurücklegen. Weitere 39,5 % würden bis zu 30 Minuten in Kauf nehmen. Bis zu 45 Minuten würden 3,3 % fahren und mehr als 45 Minuten lediglich 0,9 %. Nur 7,7 % der Befragten geben an, dass die Veranstaltungsorte zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar sein müssten.



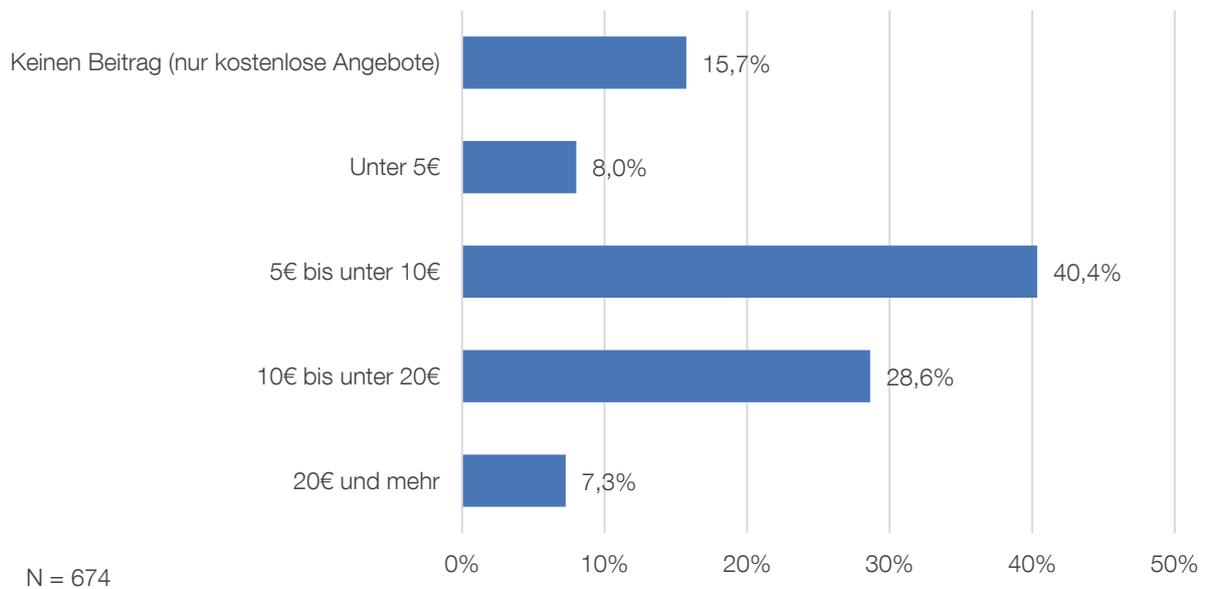
**Abbildung 48: Fahrbereitschaft zur Teilnahme an Familienbildungsangeboten**

Eine fußläufige Erreichbarkeit des Angebotsorts bzw. eine Erreichbarkeit mit dem Fahrrad ist dabei für gemischt- und fremdsprachige Familien wichtiger als für deutschsprachige Familien. 12,7 % der Familien, die nicht oder nicht ausschließlich Deutsch im Familienalltag verwenden, geben dies an. In der nur deutschsprachigen Referenzgruppe beträgt dieser Anteil nur 5,5 %. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass die Befragten aus Familien mit Migrationshintergrund weniger Zugang zu einem privaten Pkw haben als dies in den Familien ohne Migrationshintergrund der Fall ist.

Im Hinblick auf das Alter der Kinder zeigt sich, dass Familien mit Jugendlichen auch weitere Anfahrtswege in Kauf nehmen würden. So geben 12,5 % der Familien, in denen ausschließlich Jugendliche ab 14 Jahren wohnen an, dass sie mehr als 30 Minuten Fahrtzeit auf sich nehmen würden. Aus der Referenzgruppe sind dies nur 3,5 %.

Auch regionale Unterschiede hinsichtlich der Fahrbereitschaft sind zu erkennen. Die Erreichbarkeit der Angebotsorte zu Fuß oder mit dem Fahrrad ist insbesondere in Region 10 (18,4 %), Region 4 (14,6 %) und Region 6 (10,3 %) wichtig.

Außerdem wurde in der Befragung die Zahlungsbereitschaft der (potenziellen) Teilnehmenden im Hinblick auf die Familienbildungsangebote abgefragt (s. Abbildung 49). Mit 40,4 % wird dabei die Kategorie von 5 € bis unter 10 € von den meisten Personen genannt. Etwas mehr als ein Viertel der Befragten (28,6 %) würde zwischen 10 € und unter 20 € zahlen und weitere 7,3 % würden auch 20 € und mehr für einen Einzeltermin zahlen. Weniger als 5 € sind 8,0 % der Befragten bereit, zu bezahlen, und 15,7 % würden nur an kostenlosen Angeboten teilnehmen.



**Abbildung 49: Zahlungsbereitschaft für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten**

Bei einer Differenzierung der Familien nach der Familiensituation, zeigt sich in der Tendenz, dass Alleinerziehende eine etwas geringere Zahlungsbereitschaft aufweisen als zusammenlebende Elternpaare und Patchwork-Familien. So geben 20,8 % der Alleinerziehenden an, dass sie nur an kostenlosen Angeboten teilnehmen möchten. Von den zusammenlebenden Elternpaaren wählen 13,7 % diese Möglichkeit und von den Patchwork-Familien sind dies 14,3 %.

Bei einem Vergleich der Familien im Hinblick auf die im Alltag gesprochene Sprache erkennt man, dass gemischt- und fremdsprachige Familien in der Tendenz eine geringere Zahlungsbereitschaft aufweisen als deutschsprachige Familien. Während in erster Gruppe ein Viertel (25,0 %) angibt, nur an kostenlosen Angeboten teilnehmen zu wollen, sind dies bei den deutschsprachigen Familien lediglich 13,4 %.<sup>23</sup>

Da höhere Bildung tendenziell mit höherem Gehalt in Verbindung steht, ist es nicht verwunderlich, dass Befragte aus hochqualifizierten Haushalten eine signifikant höhere Zahlungsbereitschaft im Hinblick auf die Teilnahmen an Familienbildungsangeboten aufweisen als Befragte aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten. Während von den mittel- und geringqualifizierten Familien knapp ein Viertel (23,1 %) nur an kostenlosen Angeboten teilnehmen würde, sind dies von den Hochqualifizierten lediglich 11,8 %. Entsprechend ist der Anteil derjenigen, der zwischen 10 € bis unter 20 € zahlen würden, bei den hochqualifizierten Familien mit 31,0 % höher als in der Referenzgruppe mit 24,5 %. Außerdem würden 8,6 % der Hochqualifizierten 20 € und mehr zahlen, von den Mittel- und Geringqualifizierten sind dies nur 4,8 %.

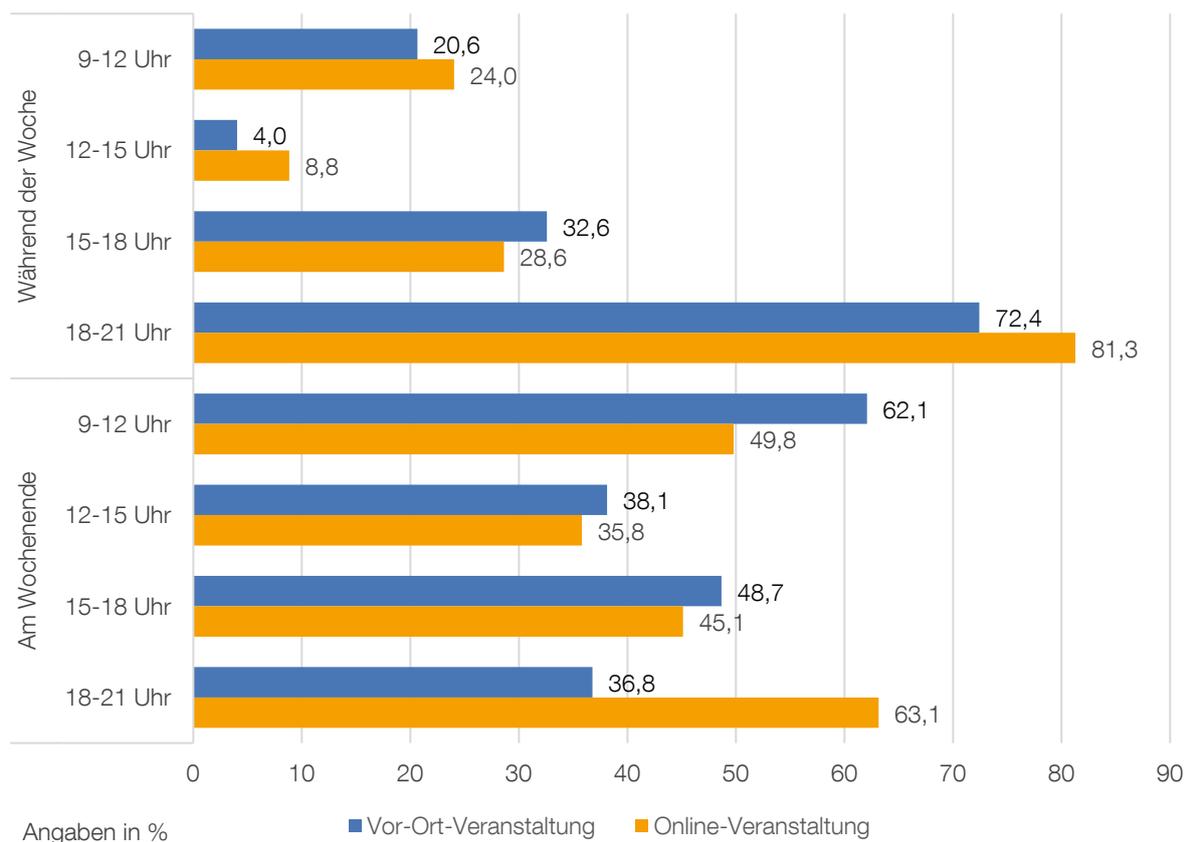
Im Hinblick auf das Alter der Kinder zeigt sich eine leichte Tendenz dahingehend, dass Familien mit Jugendlichen eine etwas geringere Zahlungsbereitschaft aufweisen. In der Gruppe der

<sup>23</sup> Dieser Unterschied ist bei einem Signifikanzniveau von 0,05 mit einem p-Wert von 0,065 allerdings nicht statistisch signifikant.

Familien mit mindestens einem oder einer Jugendlichen geben 22,4 % an, dass sie nur an kostenlosen Veranstaltungen teilnehmen würden. In der Vergleichsgruppe beträgt dieser Anteil 11,8 %.

Es gibt keine regionalen Unterschiede bei der Zahlungsbereitschaft.

Hinsichtlich geeigneter Veranstaltungszeiten von Familienbildungsangeboten zeigt sich, dass der Großteil der befragten Eltern während der Woche Termine am Abend bevorzugen (s. Abbildung 50). 72,4 % der Eltern geben an, dass sie zwischen 18 und 21 Uhr an Vor-Ort-Veranstaltungen teilnehmen könnten, bei Online-Veranstaltungen sind es in diesem Zeitfenster sogar 81,3 %. Am Nachmittag zwischen 15 und 18 Uhr hätten rund 30 % der Befragten Zeit für die Teilnahme, am Vormittag zwischen 9 und 12 Uhr sind es gut 20 %. Am wenigsten möglich ist die Teilnahme am Mittag und frühen Nachmittag, da weniger als 10 % der Befragten das Zeitfenster von 12 bis 15 Uhr auswählen. Am Wochenende ist die Verteilung im Hinblick auf die vier verschiedenen Zeitfenster ausgeglichener. Für Vor-Ort-Veranstaltungen ist das am häufigsten ausgewählte Zeitfenster der Vormittag. Zu dieser Zeit könnten 62,1 % der Befragten ein Angebot wahrnehmen. Für Online-Veranstaltungen ist auch am Wochenende ein Abendtermin besser geeignet.

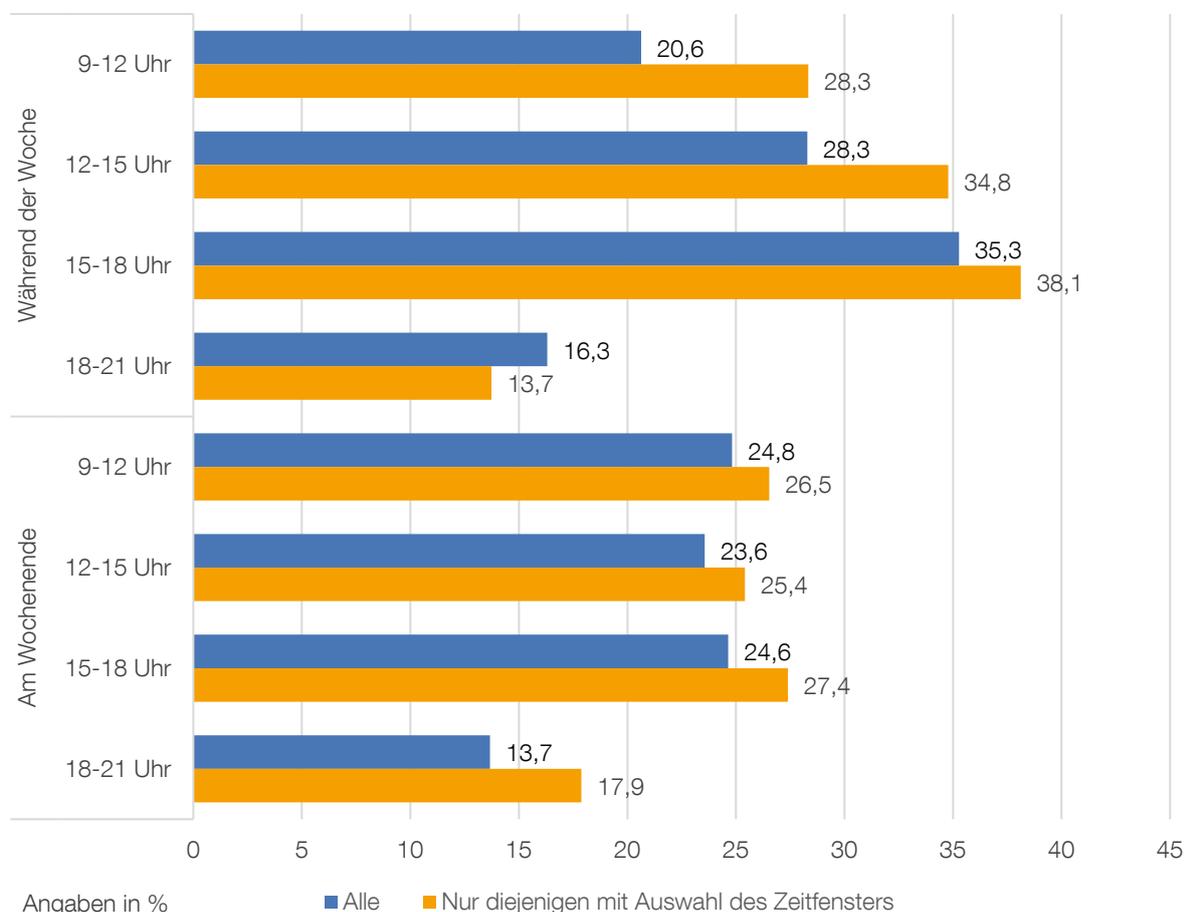


**Abbildung 50: Präferierte Zeiten für die Teilnahme an Familienbildungsangeboten**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

In Abbildung 51 ist dargestellt, welcher Anteil der Befragten bei den verschiedenen Zeitfenster eine veranstaltungsbegleitende Kinderbetreuung benötigen würde. Dabei wird unterschieden zwischen allen Antworten und den Personen, die auch angegeben haben, dass sie in dem

Zeitfenster generell teilnehmen könnten. Der größte Bedarf besteht dabei bei Angeboten, die unter der Woche am Nachmittag zwischen 15 und 18 Uhr stattfinden. Hier würden bis zu 38,1 % der Befragten eine Betreuung benötigen.

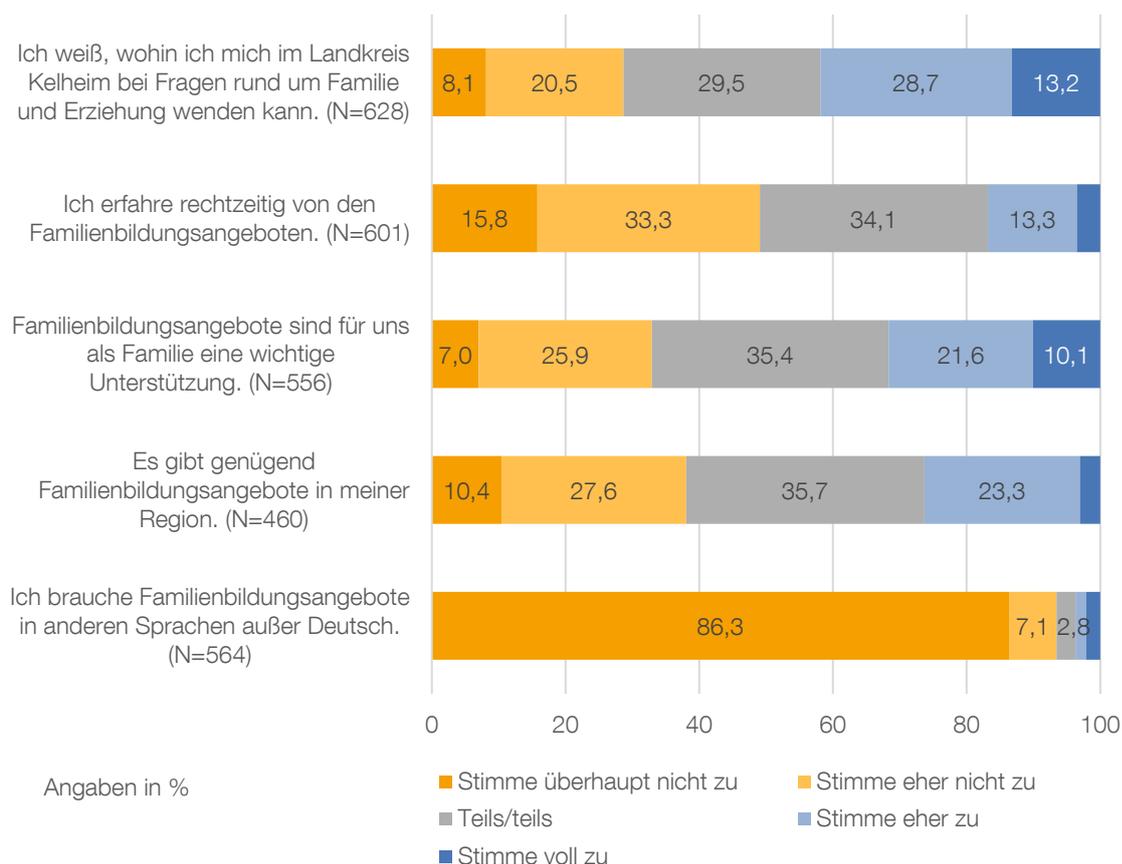


**Abbildung 51: Zeiten, zu denen eine Kinderbetreuung notwendig ist**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

## 5.8. Verschiedene Aspekte der Familienbildung im Landkreis Kelheim (Elternsicht)

Ähnlich wie im Rahmen der Anbieterbefragung wurden auch die im Landkreis Kelheim wohnenden Eltern nach der Bewertung verschiedener Aussagen mit Bezug zu Familienbildung gebeten. Aus Abbildung 54 geht hervor, dass viele Menschen wissen, an welche Anlaufstellen sie sich im Landkreis Kelheim bei Fragen rund um Familie und Erziehung wenden können. Dieser Aussage stimmen 13,2 % der Befragten voll zu, weitere 28,7 % stimmen eher zu und 29,5 % wählen die Antwortmöglichkeit *teils/teils*. Dies bedeutet aber auch, dass knapp 30 % der Befragten nicht oder eher nicht wissen, wohin sie sich mit diesen Fragen wenden können. Großes Weiterentwicklungspotenzial besteht auch im Bereich der Bekanntheit von Familienbildungsangeboten. Fast die Hälfte der Befragten gibt nämlich an, dass sie überhaupt nicht (15,8 %) oder eher nicht (33,3 %) rechtzeitig von Familienbildungsangeboten erfahren. Bei rund einem weiteren Drittel (34,1 %) fehlt zumindest teilweise die rechtzeitige Kenntnis der Veranstaltungen. Der Aussage, dass Familienbildungsangebote eine wichtige Unterstützung

für die Familien sind, stimmt rund ein Drittel der Befragten (32,9 %) überhaupt nicht oder eher nicht zu, 35,4 % der Befragten wählen hier die Möglichkeit teils/teils und rund ein weiteres Drittel (31,7 %) stimmt eher oder völlig zu. Relativ ähnlich sieht die Verteilung bei der Bewertung der Quantität der Familienbildungsangebote in der eigenen Region aus, auch wenn der Anteil der Personen, die überhaupt nicht oder eher nicht zustimmen hier mit 38,0 % etwas größer ist. Die beiden Region, in denen nach Aussagen der Befragten deutlich zu wenig Familienbildungsangebote vorhanden sind, sind Region 10 (Mainburg) und Region 8 (um Siegenburg). In Region 10 sind 70,4 % der befragten Eltern der Meinung, dass es (eher) zu wenig Familienbildungsangebote in der Region gibt, in Region 8 sind dies 57,8 %. Auch in Region 9 (46,7 %), Region 7 (46,4 %) und Region 6 (44,9 %) gibt es viele Personen, die das regionale Angebot als zu gering bewerten. Nur ein geringer Anteil der befragten Eltern gibt an, dass Familienbildungsangebote in anderen Sprachen außer Deutsch notwendig wären. Die wichtigsten Sprachen sind dabei Englisch, Türkisch, Ukrainisch, Arabisch, Russisch und Rumänisch, Ukrainisch. Diese werden jeweils von mehr als 10 % der 27 Personen, die zu den benötigten Sprachen eine Angabe machen, genannt.<sup>24</sup>



**Abbildung 52: Bewertung verschiedener Aspekte zur Familienbildung (aus Sicht der Eltern)**

Während sich bei einer Unterscheidung der befragten Personen nach der Familiensituation keine signifikanten Unterschiede bei der Bewertung der Aussagen zeigen, wird deutlich, dass

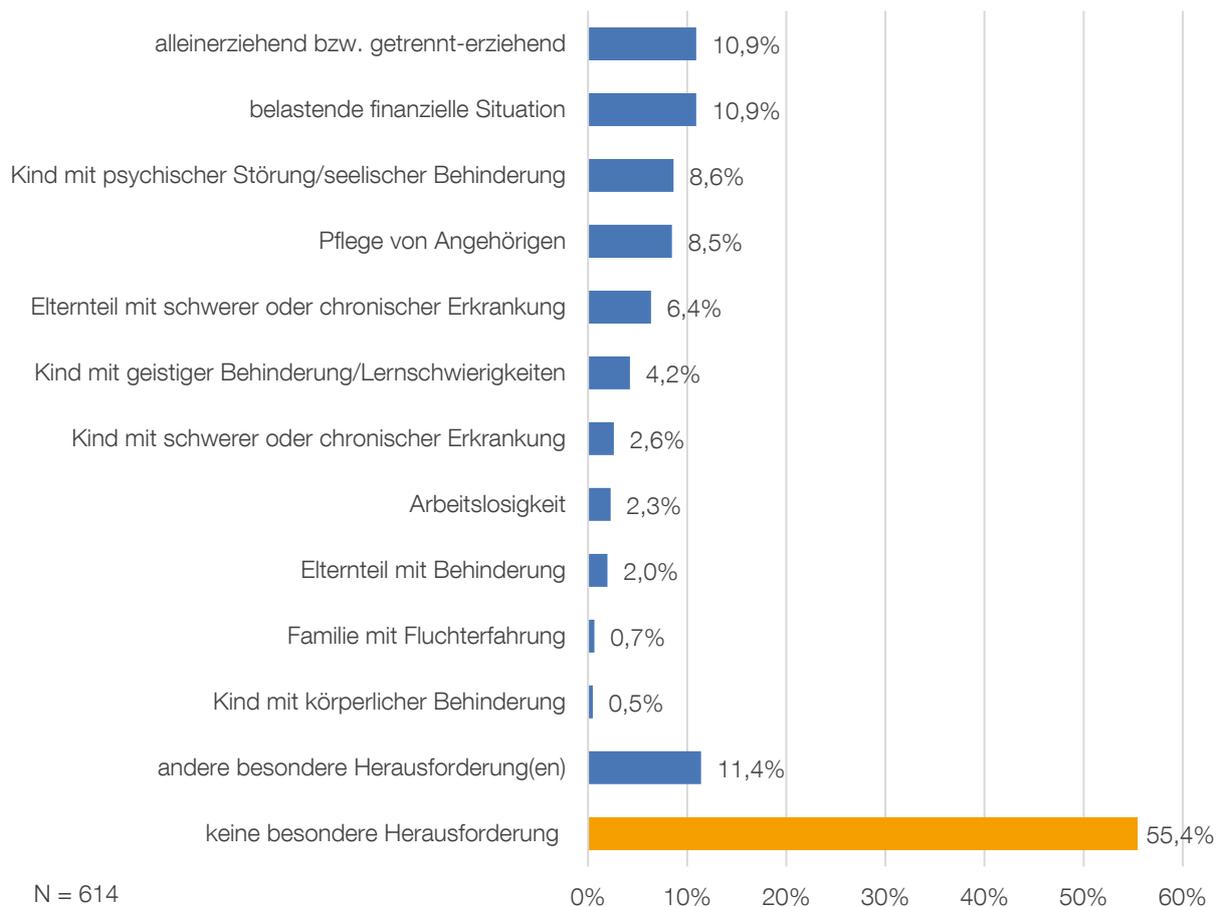
<sup>24</sup> Als weitere Sprachen werden Italienisch, Polnisch, Albanisch, Abchasisch, Serbisch, Mazedonisch, Ungarisch und Spanisch genannt.

die Familienbildung gerade für Personen mit Migrationshintergrund eine wichtige Unterstützung darstellen. Aus dieser Gruppe stimmen der entsprechenden Aussage 29,2 % eher und weitere 16,9 % voll und ganz zu. Aus der Gruppe der deutschsprachigen Familien sind dies nur 20,0 % bzw. 9,5 %. Erwartungsgemäß brauchen vor allem Personen aus gemischt- und fremdsprachigen Familien Familienbildungsangebote in anderen Sprachen außer Deutsch: Hier stimmen 15,5 % teilweise, 8,5 % eher und weitere 15,5 % voll und ganz zu. Bei den deutschsprachigen Familien betragen die entsprechenden Anteile jeweils höchstens 1,1 %.

Im Hinblick auf das Bildungsniveau der Haushalte scheinen hochqualifizierte Haushalte etwas besser über die Veranstaltungen informiert zu sein als Befragte aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten: Während 19,7 % der mittel- und geringqualifizierten Haushalte überhaupt nicht zustimmen, dass sie rechtzeitig von den Angeboten erfahren, sind dies in der Gruppe der hochqualifizierten Familien nur 13,8 %. Demgegenüber stimmen aus letzterer Gruppe 15,8 % eher zu, dass sie die Informationen rechtzeitig erhalten. Von den Befragten aus mittel- und geringqualifizierten Haushalten sind diese nur 7,5 %.

## 5.9. Besondere Belastungen und Herausforderungen

Ein Schwerpunkt der Befragung lag auf besonderen Belastungen und Herausforderungen, mit denen die Familien im Alltag konfrontiert sind. Abbildung 54 zeigt, dass ungefähr jede zehnte befragte Person angibt, die Tatsache, dass sie allein- oder getrennt-erziehend ist, als Belastung zu empfinden. Ein gleicher Anteil an Familien muss mit einer belastenden finanziellen Situation umgehen. Auch eine Belastung aufgrund eines Kindes mit psychischer Störung oder seelischer Behinderung geben mit 8,6 % vergleichsweise viele Familien an. 8,5 % sind durch die Pflege von Angehörigen belastet. Weitere 6,4 % der Familien sind durch die Tatsache belastet, dass ein Elternteil schwer oder chronisch erkrankt ist. Andere besondere Herausforderungen nennen 11,4 % der Befragten. Mehrfach wird hierbei die Belastung, die durch die (Vollzeit-)Berufstätigkeit beider Elternteile entsteht, genannt ebenso wie die schwierige Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Auch, dass die Familien keine familiäre Unterstützung vor Ort haben, wird von verschiedenen Personen angeführt. Außerdem werden besondere Bedürfnisse der Kinder genannt, darunter AD(H)S, Hypersensibilität, Hochbegabung, LRS, Essstörungen und Sehbehinderungen. Auch Krankheiten der Eltern sowie Tod und Trauer werden angeführt. Außerdem werden verschiedene Herausforderungen im Zusammenhang mit der eigenen Familiensituation thematisiert, z. B. bei Patchwork-Familien, Pflegefamilien oder Adoptivfamilien. Wenige Personen nennen strukturelle und organisatorische Probleme wie ein zu geringes Angebot an Betreuungsplätzen oder unpassende Betreuungszeiten. Auch werden herausfordernde Kinder, wie pubertierende und charismatisch starke Kinder, die spezieller Aufmerksamkeit bedürfen, angeführt. Schließlich werden auch spezifische Herausforderungen von Eltern mit Migrationshintergrund oder unzureichenden Deutschkenntnissen erwähnt. 55,4 % der Befragten geben an, mit keiner besonderen Herausforderung umgehen zu müssen.

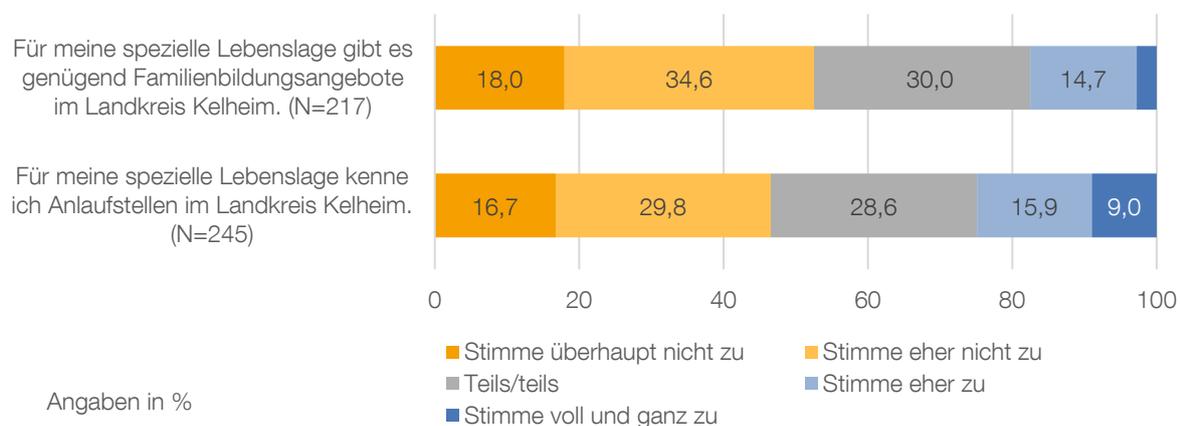


**Abbildung 53: Besondere Belastungssituationen in den Familien**

Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

Um Familien in besonderen Belastungssituationen unterstützen zu können, wurde in der Umfrage auch thematisiert, ob die belasteten Personen entsprechende Unterstützungsangebote und Anlaufstellen im Landkreis Kelheim kennen. Mehr als die Hälfte der Befragten gibt dabei an, dass es für ihre spezielle Lebenslage nicht (18,0 %) oder eher nicht (34,6 %) genügend Familienbildungsangebote gibt. Weitere 30,0 % finden dies zumindest teilweise (s. Abbildung 54). Dabei zeigen sich Unterschiede zwischen den abgefragten Belastungssituationen. So stimmen beispielsweise die wenigen Familien, in denen ein Kind mit körperlicher Behinderung lebt, ausschließlich zu oder eher zu, dass es genügend Familienbildungsangebot für diese spezielle Situation im Landkreis Kelheim gibt. Anders gestaltet sich die Situation für Familien mit Kindern mit geistiger oder Lernbehinderung sowie für Familien mit Kindern mit psychischer Störung oder seelischer Behinderung. Hier finden jeweils rund die Hälfte der Befragten, dass es nicht oder eher nicht genügend Angebote für diese Situation gibt. Ähnliches gilt für Familien, die sich mit Arbeitslosigkeit oder einer belastenden finanziellen Situation konfrontiert sehen, ebenso wie für die Belastung „alleinerziehend oder getrennt-erziehend“. Auch für pflegende Angehörige werden die vorhandenen Angebote als zu wenig bewertet. Ausgeglichen ist im Gegensatz dazu die Bewertung des vorhandenen Angebots für Belastungen, die mit einer Behinderung oder Erkrankung eines Elternteils oder einer chronischen oder schweren Erkrankung eines Kindes in Verbindung stehen.

Etwas besser als das Familienbildungsangebot für die entsprechenden Belastungssituationen wird die Aussage bewertet, dass die Personen für ihre spezielle Lebenslage geeignete Anlaufstellen im Landkreis Kelheim kennen. Hier stimmen 16,7 % überhaupt nicht und 29,8 % eher nicht zu. 28,6 % kennen diese Anlaufstellen teilweise. Rund ein Viertel der Befragten bewertet diese Aussage positiv: 15,9 % stimmen eher zu, dass sie die Anlaufstellen kennen, weitere 9,0 % stimmen voll und ganz zu. Auch hier lassen sich Unterschiede zwischen den Belastungen erkennen. So geben auch hier viele der befragten Personen, die ein Kind mit geistiger oder Lernbehinderung oder ein Kind mit psychischer Störung oder seelischer Behinderung in der Familie haben, an, dass sie keine entsprechenden Anlaufstellen kennen. Allerdings gibt hierbei jeweils rund ein Viertel der Befragten auch an, dass sie entsprechende Anlaufstellen (eher) kennen. Besonders schlecht bewerten Eltern, die ein Kind mit schwerer oder chronischer Erkrankung haben, die Kenntnis der Anlaufstellen. Bei den anderen abgefragten Belastungen ist die Kenntnis ausgeglichener, da es sowohl Personen gibt, die entsprechende Anlaufstellen kennen, als auch Befragte, die nicht über die Anlaufstellen informiert sind.



**Abbildung 54: Bewertung verschiedener Aspekte im Hinblick auf Familien mit besonderen Belastungen**

Schließlich hatten die Familien mit besonderen Herausforderungen in einer offenen Frage die Möglichkeit, Vorschläge für Familienbildungsangebote zu machen, die für ihre spezielle Situation besonders geeignet sind. Dazu haben 134 Personen eine Angabe gemacht. Dabei wurden auch Themen angesprochen, die nicht primär der Familienbildung zuzuordnen sind. Der Vollständigkeit halber werden diese dennoch angeführt.

Ein Schwerpunkt liegt auf Betreuungs- und Unterstützungsangeboten, wobei sowohl reguläre Betreuungsmöglichkeiten als auch Angebote in den Ferien genannt werden. Konkret geäußert wird der Wunsch nach Leih-Omas und nach kostengünstigen oder kostenlosen Freizeitprogrammen für Kinder und Jugendliche. Ebenso wird Hilfe bei der Pflege von Angehörigen gesucht. Außerdem wird der Wunsch nach Entlastungsangeboten, die die Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Pflege erleichtern, geäußert. Insbesondere werden hier die Herausforderungen bei Schichtdiensten und die Schwierigkeiten alleinerziehender Eltern thematisiert.

Auch Beratungs- und Informationsangebote spielen eine zentrale Rolle. Die Familien wünschen sich allgemeine Beratungsdienste sowie spezifische Informationen zu finanzieller

Unterstützung und Anträgen bei staatlichen Hilfsprogrammen. Themen wie Hochbegabung, Trennung und allgemeine Erziehungsfragen werden hierbei ebenso genannt.

Außerdem wird der Wunsch nach konkreten Informationen und Unterstützungsangeboten für spezielle Bedürfnisse geäußert, beispielsweise im Kontext von AD(H)S und Autismus. Es besteht der Wunsch nach gezielter Hilfe bei der Bewältigung psychischer Erkrankungen bei Kindern und nach einem Ausbau der psychologischen Unterstützungsangeboten, um beispielsweise trauernde Kinder zu unterstützen.

Zur Förderung des sozialen Austauschs äußern einige Familien den Wunsch nach Selbsthilfegruppen und Netzwerken, um so mit Familien, die sich in einer ähnlichen Situation befinden, in Kontakt kommen zu können.

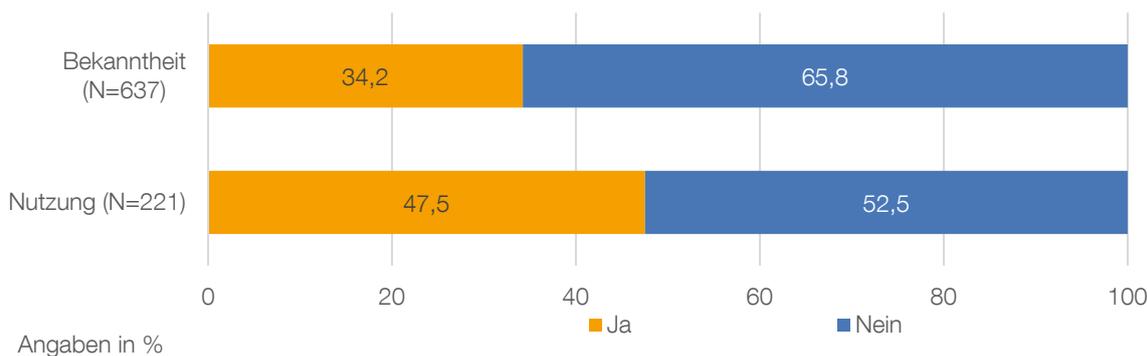
Relevant für die Familienbildung im engeren Sinne sind die Wünsche nach Eltern-Workshops und Beratung in Erziehungsfragen. Hier werden häufiger auch finanzielle Themen angesprochen.

Darüber hinaus legen einige Antworten den Fokus auf gesundheitsbezogene Angebote, wie etwa Ernährungsberatung oder Gesundheitsförderung, einschließlich Stressbewältigungsstrategien und Entspannungstechniken. Auch spezifische Integrationsbedürfnisse von Kindern mit Behinderungen oder chronischen Erkrankungen wie Diabetes werden angesprochen, um deren Teilhabe in Kindertageseinrichtungen und Schulen zu verbessern.

Schließlich wird auch angegeben, dass es für „zugezogene“ Personen schwer ist, sich im Landkreis Kelheim zu integrieren, da in Vereinen vor allem Personen zusammenkommen, die sich von klein auf kennen. Angemerkt wird außerdem, dass Familienbildungsangebote nicht nur in der Stadt Kelheim angeboten werden sollen, sondern auch in Mainburg, Abensberg und Neustadt a.d. Donau niedrigschwellige Angebote installiert werden sollten.

## 5.10. Familienportal des Landkreises Kelheim

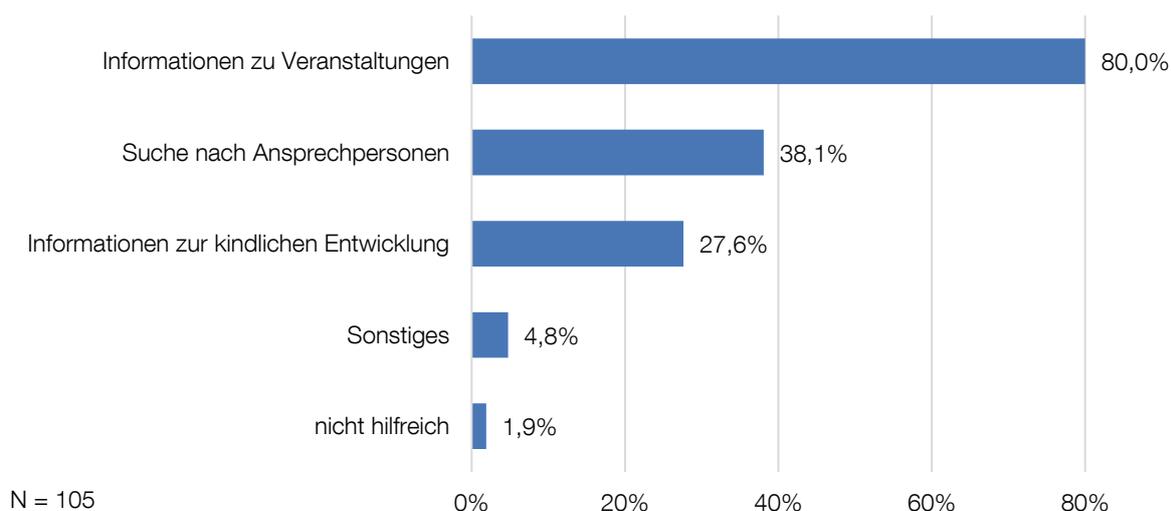
Im Landkreis Kelheim gibt es seit 2023 ein Familienportal im Internet (<https://familienportal-kelheim.de/>). Auf dieser Homepage finden Eltern Informationen zu familien- und kindbezogenen Themen, aber vor allem auch zu Veranstaltungen aus dem Bereich Familienbildung, die von den anbietenden Einrichtungen selbstständig eingetragen werden können. Aus Abbildung 55 geht hervor, dass 34,2 % der befragten Eltern dieses Portal kennen. Von den Personen, die das Portal kennen, hat mit einem Anteil von 47,5 % weniger als die Hälfte das Portal bereits genutzt. Damit liegt in der Bekanntheitssteigerung des Familienportals noch einiges Potenzial für eine Bekanntheitssteigerung der Familienbildung im Landkreis Kelheim im Allgemeinen verborgen.



**Abbildung 55: Kenntnis und Nutzung des Familienportals des Landkreises Kelheim**

Differenziert man nach verschiedenen Elterngruppen, zeigen sich hinsichtlich der Bekanntheit des Familienportals keine statistisch signifikanten Unterschiede. Da die Bekanntheit des Familienportals regional sehr unterschiedlich ist und diese regionalen Unterschiede den notwendigen Grenzwert nur sehr knapp verfehlen, werden diese dennoch dargestellt. Es fällt auf, dass in Region 10 (22,0 %), Region 6 (25,8 %), Region 8 (26,2 %) und Region 7 (28,2 %) die Bekanntheit deutlich geringer ist als in den anderen Regionen. Am höchsten ist die Bekanntheit des Portals in Region 1 mit einem Wert von 46,6 % und Region 2 mit 44,9 %.

Die Personen, die das Familienportal in der Vergangenheit bereits genutzt haben, geben in der deutlichen Mehrheit an, dass das Portal hilfreich dabei ist, Informationen zu Veranstaltungen zu erhalten (s. Abbildung 56). Dies nennen 80,0 % der Befragten. Ein deutlich geringerer Anteil (38,1 %) findet, dass das Familienportal hilfreich bei der Suche nach Ansprechpersonen ist, und 27,6 % geben an, dass das Portal dabei unterstützt, Informationen zur kindlichen Entwicklung zu erhalten. Für sonstige Bereiche finden 4,8 % der Befragten das Portal hilfreich, nämlich für die Suche nach kostengünstigen Freizeitaktivitäten und Ferienprogrammen. Nur ein sehr geringer Anteil von 1,9 % bewertet das Portal als nicht hilfreich.



**Abbildung 56: Bereiche, für die das Familienportal hilfreich ist**  
Hinweis: Mehrfachantworten möglich.

## 5.11. Anmerkungen am Ende des Fragebogens

Die Eltern konnten am Ende der Onlinebefragung ebenfalls weitere offene Anmerkungen vornehmen. Diese Möglichkeit haben 100 Teilnehmende in Anspruch genommen.

Es gab dabei Rückmeldungen zur Befragung im Allgemeinen, zur Situation im Landkreis sowie Anregungen zu den Familienbildungsangeboten. Bei umfragespezifischen Anmerkungen wurde einerseits die Freude darüber, dass sich der Landkreis dieser Thematik annimmt, sowie die Wichtigkeit des Themas zum Ausdruck gebracht. Andererseits haben auch einige Personen angemerkt, dass sie auf diese Weise nun von dem Familienportal erfahren haben.

In Bezug auf die Gegebenheiten im Landkreis im Allgemeinen haben einige Personen die ungleiche Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln innerhalb des Landkreises angesprochen und wünschen sich mehr Busverbindungen insbesondere im Schulverkehr. In Mainburg oder auch in Bad Abbach gibt es zudem, laut den Personen, generell wenig Möglichkeiten und auch Räume für private Freizeitangebote. So gibt es z. B. zu wenig Fußballplätze. In der Stadt Kelheim fehlt ein Park zum Grillen und Picknicken und es besteht der Wunsch, dass ein solcher eingerichtet wird. In Betrachtung des gesamten Landkreises empfehlen die Teilnehmenden einen Ausbau an Bars und Clubs für junge Menschen. Auch die Anzahl an Betreuungsplätzen in Kindertageseinrichtungen ist in einigen Regionen des Landkreises, dabei wurden insbesondere Mainburg und auch Riedenburg aufgeführt, nicht ausreichend. Die betroffenen Eltern, die auf ein Betreuungsangebot warten, wünschen sich außerdem vom Landkreis bereitgestellte Informationen, wie sie weiter verfahren können, welche Ansprechpersonen bereitstehen und wo sie Unterstützung erhalten. Generell wird angemerkt, dass die Kindertageseinrichtungen längere Betreuungszeiten anbieten sollten.

In Bezug auf die Familienbildungsangebote wurden diverse Anmerkungen und Verbesserungsvorschläge getätigt. Allgemein halten die Teilnehmenden fest, dass die Struktur der Familienbildungsangebote innerhalb des Landkreises deutliche regionale Unterschiede aufweist und dabei insbesondere die südlichen Kommunen vernachlässigt werden. Dementsprechend wird sich ein Ausbau des dezentralen Angebots an Bildungs- und Beratungsangeboten in diesen Bereichen des Landkreises gewünscht. Dabei wird vor allem betont, dass diese niedrigschwellig zugänglich sein müssen. Auch ein Besuch der Erziehungsberatungsstellen in den Einrichtungen und ein zusätzliches Angebot an Elternabenden formulieren die Eltern als Wunsch. Außerdem merken sie an, dass viele Angebote mit mehreren Kindern nicht möglich sind, da die Betreuung nicht gewährleistet werden kann und die Angebote häufig altersspezifisch sind.

Zusätzlich wünschen sich die Teilnehmenden Onlineformate, die von verschiedenen Orten wahrgenommen werden können. Diese könnten im Anschluss aufgezeichnet und auf Videoplattformen wie YouTube veröffentlicht werden. Die Verbreitung der Angebote könnte alternativ über die Apps der Kindertageseinrichtungen und Schulen erfolgen und auch die Einschreibung sollte dort ermöglicht oder zumindest verlinkt werden. Weiterhin gibt es auch den Vorschlag, Vorträge oder Seminare als Online-Selbstlern-Kurse, die zeitlich flexibel genutzt werden können, anzubieten. In Ergänzung dazu, wünschen sich die Eltern mehrere Termine, an denen sie ihre Nachfragen zu den Selbstlern-Kursen stellen oder sich austauschen können.

Die Bewerbung der Angebote ist ebenfalls ein häufiges Thema in den offenen Anmerkungen. Viele Personen wünschen sich mehr Werbung insbesondere für Beratungstermine bei Beratungsstellen und für die Termine der Angebote. Zur Verbreitung der Informationen eignen sich aus ihrer Sicht vor allem die sozialen Netzwerke wie Instagram, die Apps der Schulen oder Kindertageseinrichtungen, Flyer und auch Annoncen in kostenlosen Zeitungen und Heften, welche über den Postweg verteilt werden.

Für das Familienportal kam die Anregung, dieses ebenfalls als App zu veröffentlichen, welche Pushbenachrichtigungen sendet und somit über bevorstehende Angebote informiert. Dies wäre aus Sicht der Eltern außerdem übersichtlicher als die Internetseite, in der die Befragten teils vergeblich nach den entsprechenden Ansprechpersonen suchen. Sie wünschen sich hier mehr Transparenz und Übersicht. Allgemein fordern die Familien mehr Präsenz verschiedener Anbieter. Vielen Eltern sind nur wenige Einrichtungen, die Familienbildung ermöglichen, bekannt.

In den einzelnen Kommunen bedarf es aus Sicht der Teilnehmenden weiterhin mehr offener Treffs für Kinder und Jugendliche, in denen sie gemeinsam ihre Freizeit verbringen können, ohne über eine Mitgliedschaft in einem Verein verfügen zu müssen. Dazu müssen neue Räumlichkeiten geschaffen oder bestehende umgenutzt werden. Außerdem wünschen sich die Eltern auch mehr sportliche Angebote bzw. Bewegungsangebote für ihre Kinder und sich selbst. So gibt es aus ihrer Sicht zu wenige Plätze beim Eltern-Kind-Turnen sowie zu wenig Sportoptionen für Mütter. Auch Entspannungsangebote sollten noch ausgebaut werden.

Personengruppen, die bisher aus Sicht der Teilnehmenden zu wenig vom Familienbildungsangebot des Landkreises abgedeckt werden, sind zunächst Eltern mit Teenagern. Diese wünschen sich mehr Angebote, um die herausfordernde Lebensphase gemeinsam mit ihren Kindern meistern zu können. Auch für werdende Eltern besteht noch Potenzial an verschiedenen Unterstützungsangeboten. So wünschen sie sich mehr Informations- und Beratungsangebote zu den Themen Stillen sowie Schlafen. Eltern mit Säuglingen benötigen einen Ausbau an Stillgruppen. Vielfach sind die aktuell vorhandenen Treffs eher Spielgruppen. Auch Alleinerziehende wünschen sich mehr Unterstützungs- sowie Informationsangebote. Personen mit Pflegeverantwortung fühlen sich ebenfalls bisher wenig berücksichtigt, aus ihrer Sicht sollte es mehr Information über die Altenpflege sowie Betreuung von pflegebedürftigen Personen geben.

Weiterhin wird auch die Notwendigkeit an Veranstaltungen für neurodivergente Kinder oder Pflegekinder gesehen, sodass diese sich jeweils austauschen können. Außerdem gibt es derzeit zu wenig Unterstützung beim Tod eines Elternteils sowie keine bzw. zu wenig Angebote für trauernde oder depressive Kinder. Weiterhin wünschen sich die Eltern Anlaufstellen außerhalb des Schulsystems, an die sie sich bei Schulschwierigkeiten ihres Kindes wenden können. Anonyme Beratungen sind ebenfalls derzeit zu wenig im Landkreis vorhanden, sodass die Eltern Schwierigkeiten haben, einen Termin zu erhalten.

Es sollte aus Sicht der befragten Eltern auch mehr Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche in verschiedenen Altersgruppen geben. Dabei werden die Altersgruppen ab zwei Jahren, ab sechs Jahren, zwischen acht und 13 Jahren sowie Jugendliche und junge Erwachsene

gesondert aufgeführt. Insbesondere in den Ferien und am Wochenende kann der Bedarf und das Interesse an begleiteter Freizeitgestaltung aktuell nicht gedeckt werden, sodass die vorhandenen Angebote sehr schnell ausgebucht sind. Es werden sich daher weitere Anbieter und Optionen gewünscht. Eine Person führt A.PPLAUS in München dabei als positives Beispiel an und erhofft sich im Landkreis Kelheim ähnliche Programme. Neben einem Ausbau des Angebots wünschen sich die Eltern auch, dass die Ferienangebote stärker auf das Erkunden des eigenen Landkreises ausgerichtet und im Sommer bzw. bei schönem Wetter häufiger draußen durchgeführt werden. Auch innerhalb von Schulen und Kindertageseinrichtungen sollen mehr kreative Angebote für die Kinder bereitgestellt werden. Dass die Kinder während der Ferien in den eigenen Kommunen Tagesworkshops wahrnehmen können, wird ebenfalls gewünscht. Außerdem sollte der Großteil der Angebote aus Sicht der Teilnehmenden günstig oder kostenlos sein.

Auch der Wunsch nach Angeboten mit dem Ziel der Integration wird mehrfach thematisiert. So wünschen sich die Personen z. B. mehr Kurse für Deutsch als Zweitsprache und spezielle Integrationskurse für Frauen mit Migrationshintergrund. Auch Lernpatenschaften oder Familiencafés werden als geeignete und notwendige Angebote dafür angesehen. Begegnungsangebote, in denen sich verschiedene Familien kennenlernen, werden in den offenen Anmerkungen weiterhin von den Eltern gewünscht. Bei solchen interkulturellen Angeboten können die Familien, die nach Deutschland immigriert sind, neben anderen Familien auch das deutsche Hilfesystem und dessen Strukturen kennenlernen und somit auf ihre Unterstützungsmöglichkeiten hingewiesen werden.

Weiterhin wünschen sich die Eltern intergenerationale Begegnungsangebote. So wird z. B. auch von den Teilnehmenden vorgeschlagen, dass ein Familienzentrum nach dem Vorbild von Regensburg im Landkreis etabliert werden könnte. In allen Angeboten sollte zudem insgesamt aus Sicht der Eltern ein stärkerer Fokus auf Inklusion gelegt werden, sodass die Zugänglichkeit für alle Familien des Landkreises gewährleistet ist.

## 6. Vergleich mit anderen Studien

Diese Studie ist die erste Familienbildungsstudie für den Landkreis Kelheim. Aus diesem Grund ist ein Vergleich mit früheren Ergebnissen nicht möglich. Um die Ergebnisse dennoch in einen größeren Zusammenhang einordnen zu können, werden an dieser Stelle ausgewählte Ergebnisse in Bezug zu den Ergebnissen anderer Familienbildungsstudien des ZFG gesetzt.

Wie bereits erwähnt, ist die Kenntnis der Familienbildungsangebote im Vergleich zu anderen untersuchten Kommunen als gut einzustufen. Insbesondere in Großstädten wie Augsburg oder Ingolstadt war der Anteil der Personen, die Familienbildungsangebote kennen, mit einem Anteil von jeweils rund 50 % deutlich niedriger als im Landkreis Kelheim, in dem dieser Wert bei 67,1 % liegt. Damit ist die Kenntnis im Landkreis Kelheim ähnlich hoch wie im ebenfalls ländlich geprägten Flächenlandkreis Eichstätt, in dem 66,7 % der Befragten angegeben haben, Familienbildung zu kennen. Diese Beobachtung bestätigt den Unterschied zwischen großstädtischen Kommunen auf der einen Seite und ländlich geprägten bzw. kleinstädtischen Kommunen auf der anderen Seite, der sich auch in den vergangenen Studien des ZFG gezeigt hat.

Weiterhin ist die Nutzung der Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim mit einem Anteil von knapp 70 % bei den Personen, die Familienbildung kennen, als sehr gut einzustufen. Ähnlich wie bei der Kenntnis bestätigt dieser Wert die Beobachtung, dass die Nutzungsintensität von Familienbildungsangeboten mit der Größe der Orte bzw. Städte zusammenhängt. So lag in allen bisherigen Studien des ZFG die Nutzungsintensität von Familienbildung in den Großstädten deutlich unter der Nutzung in ländlich geprägten Regionen.

In Bezug auf die Hinderungsgründe, die der Nutzung von Familienbildungsangeboten entgegenstehen, stehen die Ergebnisse für den Landkreis Kelheim in Einklang mit den bisherigen Erkenntnissen aus anderen Studien. Fast immer werden Zeitmangel und fehlender Bedarf von den Befragten als häufigste Hinderungsgründe genannt.

Im Hinblick auf die Themenwünsche zeigte sich in den letzten Jahren bei den vom ZFG durchgeführten Studien ein Trend dahingehend, dass insbesondere Angebote zum Thema Freizeitgestaltung und aus dem Bereich Sport von den Eltern gewünscht wurden. Die wichtige Bedeutung von *gemeinsamen Sportangeboten für Eltern und Kinder* lässt sich auch im Landkreis Kelheim beobachten, der Bereich Freizeitgestaltung wurde nicht explizit abgefragt. Vergleichbar mit den Ergebnissen aus der Studie für die Stadt Ansbach ist die große Bedeutung des Bereichs *Erholung und Entlastung vom Familienalltag*. Die Bereiche *Umgang mit Medien*, *Verainbarkeit von Familie und Beruf* sowie *Kreativität und Musik* sind ebenfalls Themen, die in den Analysen für andere Kommunen meist unter den wichtigsten Elternwünschen zu finden waren. Damit gestaltet sich die Bedarfslage der Eltern im Landkreis Kelheim ähnlich wie in anderen Kommunen.

## 7. Fazit und Ausblick

Im Folgenden werden zunächst die wichtigsten Untersuchungsergebnisse zusammengefasst. Aus diesen Ergebnissen werden Handlungsfelder und Maßnahmen für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim abgeleitet und beschrieben. Der Bericht schließt mit einem Fazit ab.

### 7.1. Zusammenfassung der zentralen Umfrageergebnisse

Mit der vorliegenden Studie soll die aktuelle Situation der Familienbildung im Landkreis Kelheim analysiert werden und es sollen Weiterentwicklungsmöglichkeiten aufgezeigt werden. Diese sollen dazu beitragen, dass das Angebot an Familienbildungsmaßnahmen im Landkreis Kelheim den Bedürfnissen der Eltern entspricht. Durch ein bedarfsorientiertes Familienbildungsangebot an Familienbildungsmaßnahmen kann die Familienfreundlichkeit im Landkreis und damit auch die Attraktivität des Landkreises als Standort für Familien, aber auch Unternehmen, gesteigert werden.

Um die Familienbildung im Landkreis Kelheim zu analysieren, wurden zwei Befragungen durchgeführt. Im Rahmen einer Befragung von Einrichtungen, die dem Feld der Familienbildung zuzurechnen sind, wurde der Bestand an Familienbildungsangeboten erhoben. Die im Landkreis Kelheim wohnenden Familien wurden im Rahmen der Elternbefragung adressiert. Diese hatte zum Ziel, das Nutzungsverhalten der Eltern und ihre Bedürfnisse und Wünsche im Hinblick auf Familienbildungsangebote zu erfassen.

Beide Befragungen fanden im Frühjahr 2025 statt. Mit 94 auswertbaren Antworten in der Einrichtungsbefragung und 855 Antworten bei der Elternbefragung konnte ein guter Rücklauf erzielt werden. Damit bilden die erhobenen Daten eine sehr gute Grundlage, um Aussagen für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim treffen zu können und das Familienbildungskonzept zu entwickeln. Positiv ist hervorzuheben, dass die Fallzahl an befragten Eltern es ermöglicht, bei vielen Fragen und Merkmalen zwischen verschiedenen Elterngruppen zu differenzieren. Dies ist wichtig, um ein passgenaues Familienbildungsangebot zu schaffen.

Die Befragungen zeigen, dass sich die Landschaft der Familienbildungsangebote im Landkreis Kelheim bereits vielfältig gestaltet. Mit einem Bekanntheitsgrad von 67,1 % sind Familienbildungsangebote auch einem vergleichsweise großen Teil der befragten Eltern bekannt. 68,3 % der Personen, die Familienbildungsangebote kennen, haben diese schon mindestens einmal genutzt. Dieser Anteil ist im Vergleich zu den Ergebnissen anderer Familienbildungsstudien des ZFG als hoch einzustufen, vor allem vor dem Hintergrund, dass der Landkreis Kelheim erst seit Kurzem am entsprechenden Förderprogramm des Freistaat Bayerns teilnimmt.

Aus der Einrichtungsbefragung geht hervor, dass die Einrichtungen am häufigsten Angebote zu Erziehungsthemen und Erziehungskompetenz, zur Begegnung und zum Austausch mit anderen Familien, zu den Bereichen Schule und Gesundheit sowie zum Umgang mit Medien anbieten. Diese Themen berücksichtigen viele Anbieter auch in ihren zukünftigen Planungen. Es gibt aber weitere Themen, die in Zukunft wichtiger werden, beispielsweise die interkulturelle

Bildung und Begegnung, Sprachbildung und -förderung für Eltern und Kinder sowie der Bereich Kreativität und Musik. Hinsichtlich der Veranstaltungsarten zeigt sich, dass die Einrichtungen am häufigsten Informationsveranstaltungen, allgemeine Beratung und Kurse und Seminare anbieten. Die meisten Einrichtungen möchten mit ihren Angeboten Wissen und Information im Bereich von Erziehungs- und Familienfragen vermitteln, den Austausch und die Vernetzung der Familien sowie die alltägliche Erziehungskompetenz fördern. Die am häufigsten genannte Zielgruppe der Angebote sind dabei Familien mit Vorschulkindern, gefolgt von Familien mit Schulkindern und Familien mit Säuglingen und Kleinkindern. Dies spiegelt wider, dass sich viele Schulen und Kindertageseinrichtungen an der Befragung beteiligt haben. Im Hinblick auf eine veranstaltungsbegleitende Kinderbetreuung zeigt sich, dass über ein solches Angebot nur wenige Einrichtungen verfügen. Um die Informationen über die Angebote zu verbreiten, nutzen viele Einrichtungen die eigene Homepage, Plakate, Aushänge, Flyer, Infohefte oder Broschüren und die persönliche Ansprache der Personen. Das Familienportal des Landkreises Kelheim wird aktuell noch nicht intensiv als Werbekanal genutzt. In einer verstärkten Nutzung und Bekanntheitssteigerung dieses Portals ist deshalb noch Potenzial verborgen.

Die Elternbefragung zeigt, dass viele der befragten Eltern Familienbildungsangebote kennen und viele von den Personen, welche von den Angeboten wissen, diese auch bereits genutzt haben. Wichtige Hinderungsgründe, die der Teilnahme an den Angeboten entgegenstehen, sind dabei vorrangig fehlende Zeit und fehlender Bedarf. Aus den Ergebnissen geht weiterhin hervor, dass es sowohl hinsichtlich der Kenntnis als auch in Bezug auf die Nutzung deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Familiengruppen gibt. Aktuell werden gemischt- oder fremdsprachige Familien und Alleinerziehende weniger durch die Familienbildung erreicht als die jeweiligen Vergleichsgruppen. Zudem bestehen Unterschiede zwischen den Regionen und zwischen den Altersgruppen der Kinder.

Hinsichtlich der Themen von Familienbildungsangeboten haben die Eltern in der Vergangenheit vorrangig Eltern-Kind-Gruppen, gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder sowie Angebote aus dem Bereich Schule besucht. Für die Zukunft stufen die befragten Eltern aber auch andere Angebote als wichtig ein. So wird die Liste der Themenwünsche von Angeboten zum Umgang mit Medien, zur Erholung und Entlastung vom Familienalltag und zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf angeführt. Weiterhin werden bereits aktuell häufig besuchte Themen wie Kreativität und Musik, gemeinsame Sportangebote für Eltern und Kinder, Schule und Gesundheit häufig für die Zukunft gewünscht. Der Vergleich von besuchten und gewünschten Themen zeigt deshalb, dass Angebot und Nachfrage zum Teil bereits gut zusammenpassen, zum Teil aber auch Anpassungsbedarf besteht. Dieser bestätigt sich beim Vergleich von Elternwünschen und Anbieterplanungen. Außerdem haben die Themen bei unterschiedlichen Elterngruppen zum Teil unterschiedliches Gewicht. Diese Beobachtung sollte bei der Weiterentwicklung des Angebots berücksichtigt werden.

Die von den Eltern in der Vergangenheit am häufigsten besuchten Veranstaltungsorte von Familienbildungsangeboten sind Pfarr- und Kirchengemeinden bzw. andere religiöse Gemeinschaften und Vereine. Dies spiegelt die große Bedeutung von Eltern-Kind-Gruppen und gemeinsamen Sportangeboten für Eltern und Kinder wider. Weiterhin wurden Schulen, Kindertageseinrichtungen und private Anbieter relativ häufig besucht. Für die Zukunft wünschen sich

die Eltern an den ersten Stellen der Rangliste Schulen, Beratungsstellen, Vereine und Einrichtungen der Erwachsenenbildung als Veranstaltungsorte.<sup>25</sup> Generell sind viele Eltern für die Teilnahme an Online-Angeboten offen, es lässt sich aber eine Präferenz für Vor-Ort-Veranstaltungen ablesen.

Hinsichtlich der Informationsquellen für Familienbildungsangebote zeigt sich, dass die Eltern, die bereits an Familienbildungsangeboten teilgenommen haben, die Information zu einem großen Teil durch Empfehlungen von Freunden, Freundinnen, Bekannten oder Verwandten erhalten haben. Auch Kindertageseinrichtungen und Schulen sowie Printmedien wie Plakate, Flyer und Broschüren werden von vielen Eltern genannt. Eltern, die noch nicht teilgenommen haben, würden die Informationen am liebsten über Kinderbetreuungs- und -bildungseinrichtungen erhalten, gefolgt von sozialen Medien, allgemein dem Internet sowie Plakaten, Aushängen und Flyern. Dies zeigt, dass in der Bekanntheitssteigerung des Familienportals des Landkreises Kelheim noch Potenzial verborgen ist. So kennen und nutzen dieses aktuell nur wenige Eltern.

Wichtig für die organisatorische Gestaltung der Angebote ist, dass viele Eltern nur eine geringe Fahrbereitschaft aufweisen. Mehr als 30 Minuten Dauer für die Fahrt zu einem Angebot würden nur wenige Befragte auf sich nehmen. Auch zeigt sich, dass für Familien, die im Alltag nicht (nur) Deutsch sprechen, die fußläufige Erreichbarkeit bzw. die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad wichtiger sind als für deutschsprachige Familien. Generell ist die Mehrheit der Eltern bereit, einen (kleinen) Beitrag für die Teilnahme an einem Angebot zu leisten. Die Zahlungsbereitschaft hängt aber mit verschiedenen Merkmalen der Familien zusammen. Dies spricht dafür, die Angebote möglichst kostengünstig, bestenfalls sogar kostenlos anzubieten. Wichtig für die zeitliche Gestaltung der Angebote ist, dass die befragten Eltern unter der Woche am häufigsten am Abend Zeit haben. Am Wochenende gibt es eine Präferenz für die Zeitslots am Vormittag und am Nachmittag – und eher nicht mittags oder abends.

Im Rahmen der Elternbefragung wurde thematisiert, ob die Familien mit besonderen Belastungssituationen konfrontiert sind. Es ist erkennbar, dass sich knapp die Hälfte der befragten Familien in einer solchen Situation befindet. Am häufigsten werden dabei „alleinerziehend“ oder eine belastende finanzielle Situation angegeben. Psychische Störungen oder seelische Behinderungen bei Kindern, die Pflege von Angehörigen oder schwere bzw. chronische Erkrankungen eines Elternteils nennen jeweils zwischen 5 % und 11 % der Befragten.

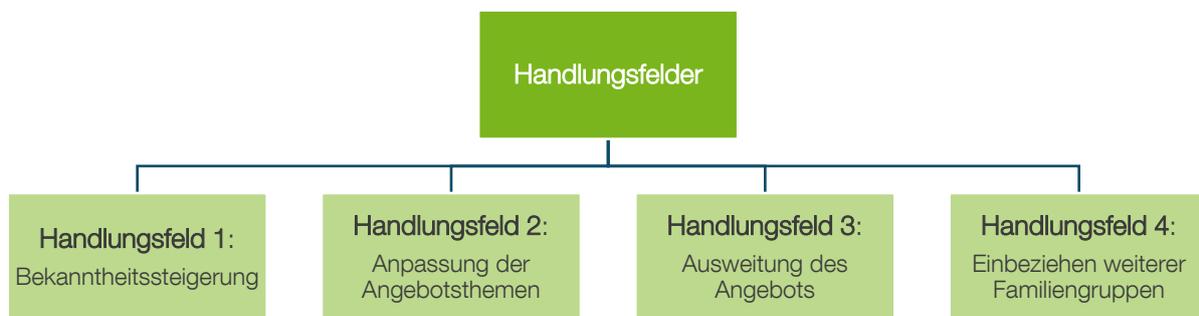
Aus der Bewertung verschiedener Aussagen mit Bezug zur Familienbildung im Landkreis Kelheim zeigt sich, dass eine Bekanntheitssteigerung und eine Verbesserung des Informationsflusses sowie eine Ausweitung des Angebots in bestimmten Regionen Bereiche sind, in denen Weiterentwicklungspotenzial für die Familienbildung besteht.

---

<sup>25</sup> Da es bisher im Landkreis Kelheim noch keine Familienstützpunkte gibt, wurden diese im Rahmen der Befragung nicht berücksichtigt.

## 7.2. Handlungsempfehlungen

Die Ergebnisse der Befragungen liefern wichtige Anhaltspunkte für die Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim. Es kristallisieren sich vier Handlungsfelder heraus, in denen durch geeignete Maßnahmen eine Verbesserung bewirkt werden könnte. Diese werden im Folgenden dargestellt.



**Abbildung 57: Handlungsfelder**

### 7.2.1. Handlungsfeld 1: Bekanntheitssteigerung

Aus der Elternbefragung geht hervor, dass 67,1 % der befragten Eltern bereits von Familienbildungsangeboten gehört haben und weitere 6,5 % sich unsicher sind, ob sie die richtigen Angebote mit Familienbildung in Verbindung bringen. Diese Werte sind im Vergleich zu anderen Familienbildungsstudien als gut zu bewerten. Dennoch bedeutet dies, dass 26,3 % und damit etwas mehr als ein Viertel der befragten Eltern bisher noch nichts von Familienbildungsangeboten gehört haben.

Bei einer differenzierteren Betrachtung nach Familiengruppen fällt auf, dass in einigen Elterngruppen die Bekanntheit von Familienbildung noch deutlich niedriger ist als im Durchschnitt. So ist der Bekanntheitsgrad in der Gruppe der Alleinerziehenden und Patchwork-Familien mit 57,1 % rund zehn Prozentpunkte niedriger als im Durchschnitt. Bei Familien, die im Alltag nicht oder nicht nur Deutsch sprechen, liegt er sogar nur bei 50,0 %. Außerdem zeigen sich im Hinblick auf das Alter der in den Familien lebenden Kinder Unterschiede in der Bekanntheit der Angebote, ebenso wie zwischen den betrachteten Regionen.

Daneben zeigen die Ergebnisse der Befragung, dass viele Eltern zu spät von Veranstaltungen erfahren. So äußert fast die Hälfte der Befragten, dass sie nicht oder eher nicht rechtzeitig von konkreten Angeboten erfahren, ein weiteres Drittel ist nur teilweise rechtzeitig informiert. Auch geben 16,4 % der Personen, dass sie aufgrund fehlender Informationen zum Angebot bisher noch nicht an entsprechenden Veranstaltungen teilgenommen haben.

Um die Eltern über die Familienbildung im Allgemeinen und über konkrete Angebote zu informieren, sollten die Kanäle genutzt werden, über die sich die Eltern aktuell bereits informieren oder über die sie sich informieren möchten. An erster Stelle steht bei den Eltern dabei der Wunsch, Informationen über Kindertageseinrichtungen und Schulen zu erhalten. Da die

Einrichtungen nur in seltenen Fällen jedes einzelne Angebot über die entsprechenden Info-Apps verschicken werden, könnte eine konkrete Maßnahme hier sein, ein Halb- oder Vierteljahresprogramm aus den Einträgen im Familienportal zu erstellen und an die Einrichtungen zur Weitergabe an die Eltern zu geben. Außerdem informieren sich viele Eltern über Printwerbemedien wie Plakate und Flyer über die Angebote. Diese werden von vielen Einrichtungen auch bereits genutzt, sodass dieses Vorgehen für die Zukunft beibehalten werden sollte. Außerdem sind für die Eltern soziale Medien und allgemein das Internet wichtige Informationsquellen. Zu begrüßen ist deshalb, dass bereits jetzt die deutliche Mehrheit der Einrichtungen die eigene Homepage als Werbemedium nutzt. Ausbaupotenzial besteht demgegenüber bei den sozialen Medien. Diese nutzt bisher nur ein Drittel der Einrichtungen als Informationskanal. Da die Pflege eines eigenen Instagram-Accounts sehr aufwendig sein kann, sollte im Zusammenhang mit der Schaffung von Familienstützpunkten auch ein begleitendes Social Media-Konzept entworfen werden. Eventuell kann hierfür der Weg, den die Familienbildung der Stadt Ingolstadt gewählt hat, als Anhaltspunkt dienen: Dort bewerben die Familienstützpunkte ihre Angebote über einen gemeinsamen Instagram-Account. Dieser kann dadurch eine größere Reichweite erreichen als mehrere Accounts von einzelnen Stützpunkten. Auch WhatsApp ist eine gute Möglichkeit, um auf Angebote hinzuweisen. Dafür geeignet sind sowohl Meldungen im Status, z. B. der Einrichtungs- oder Kursleitungen, als auch WhatsApp-Kanäle. Abhängig von der Zielgruppe kann auch die persönliche Ansprache von Personen zielführend sein, da Empfehlungen von Freunden, Freundinnen, Bekannten oder Verwandten aktuell die wichtigste Informationsquelle darstellen.

Mit dem Familienportal des Landkreises Kelheim besteht zudem eine ausgezeichnete Plattform, um Informationen über Familienbildung im Allgemeinen und über konkrete Angebote bereitzustellen. Allerdings zeigen sowohl die Einrichtungs- als auch die Elternbefragung, dass dieses Portal aktuell noch wenig genutzt wird. Nur wenige Anbieter geben an, Informationen über ihr Angebot im Familienportal bereitzustellen, und nur wenige Eltern nutzen das Portal aktiv als Informationsquelle. Aus diesem Grund ist es aus unserer Sicht von zentraler Wichtigkeit, die Bekanntheit dieses Portals zu steigern. Eine geeignete Maßnahme könnte sein, das Portal über die Info-Apps von Kindertageseinrichtungen und Schulen zu bewerben. So könnte beispielsweise zu Beginn des Kindergarten- bzw. Schuljahres ein digitaler Flyer mit Informationen zum Portal, aber auch mit konkreten Hinweisen auf demnächst stattfindende Veranstaltungen verschickt werden. Auch Plakate im Eingangsbereich von Kindertageseinrichtungen und anderen von Familien häufig frequentierten Orten, wie z. B. Praxen von Ärztinnen und Ärzten, Sportverein, Musikschulen oder Spielwarengeschäfte, können zur Bekanntheitssteigerung des Portals beitragen.

Einige Befragte haben angegeben, dass sie Familienbildungsangebote in anderen Sprachen als Deutsch benötigen. Dies sollte auch bei der Bewerbung der Angebote berücksichtigt werden. Aus diesem Grund bietet es sich an, Informationen und Werbemittel auch in Fremdsprachen bereitzustellen. Englisch wird dabei von den Eltern am häufigsten genannt. Abhängig vom Angebot und der Zielgruppe können aber auch andere Fremdsprachen zielführend und wichtig sein. Die Bereitstellung in anderen Sprachen ist auch für das Familienportal zentral. Aktuell sind die Informationen dort nur in Deutsch abrufbar. Dies ist auch vor dem Hintergrund

wichtig, dass derzeit die Bekanntheit von Familienbildung in Familien, die im Alltag nicht (nur) Deutsch sprechen, geringer ist als bei den deutschsprachigen Familien. Zudem kann es hilfreich sein, Werbematerialien in einfacher und, wenn es die Zielgruppe erfordert, auch in Leichter Sprache zu gestalten.



**Abbildung 58: Bereiche der Bekanntheitssteigerung**

### 7.2.2. Handlungsfeld 2: Anpassung der Angebotsthemen

Der Vergleich der von den Eltern bisher besuchten Themen von Familienbildungsangeboten, den Themenwünschen für die Zukunft und den Anbieterplanungen zeigt, dass bei vielen Themen eine gute Übereinstimmung von den Bedarfen der Eltern und dem Angebot der Einrichtungen besteht. Es gibt aber auch Bereiche, in denen eine Ausweitung des Angebots zur Verbesserung des Familienbildungsangebots beitragen könnte.

Dies gilt zunächst für den *Umgang mit Medien*, die *Erholung und Entlastung vom Familienalltag* und die *Vereinbarkeit von Beruf und Familie*. Diese drei Themen führen die Wunschliste der Eltern an und wurden von diesen in der Vergangenheit zum Teil vergleichsweise wenig besucht. Gleichzeitig sind diese Themen in den Planungen der befragten Einrichtungen nicht im gleichen Umfang vertreten wie dies die Elternwünsche nahelegen. Aus diesem Grund empfehlen wir einen Ausbau dieser Themenfelder.<sup>26</sup> Ein ähnlicher Unterschied lässt sich beim Thema Finanzen und Alltagskompetenzen beobachten. Dieses befindet sich in den Top 10 der Elternwünsche, liegt bei den Anbieterplanungen aber relativ weit hinten. Da dieses Thema auch für Familiengruppen, die aktuell noch nicht so stark an Familienbildung teilnehmen, relevant ist, bietet sich auch hier ein Ausbau an.

Zudem zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Familien, die eine besondere Herausforderung bewältigen müssen, angeben, dass es (eher) zu wenige Familienbildungsangebote für ihre spezielle Belastungssituation im Landkreis Kelheim gibt. Da die Belastungen sehr vielfältig sind, ist es schwierig, Themen zu finden, die diese Familien alle gleichermaßen ansprechen. Ein Vorschlag ist deshalb, die Belastungssituationen der Familien bei der Schaffung von

<sup>26</sup> Auch die gemeinsamen Sportangebote für Eltern und Kinder werden von Eltern häufig gewünscht, aber von wenigen Einrichtungen angeboten. Allerdings wurden diese von den Eltern in der Vergangenheit auch häufig besucht, sodass wir diese Diskrepanz darauf zurückführen, dass nur wenige (Sport-)Vereine an der Anbieterbefragung teilgenommen haben.

Familienstützpunkten im Blick zu haben und in der Gestaltung der Angebote in den Stützpunkten entsprechende Schwerpunkte zu setzen.



**Abbildung 59: Bereiche der Themenanpassung**

### 7.2.3. Handlungsfeld 3: Ausweitung des Angebots

Knapp zwei Fünftel der befragten Eltern geben an, dass es nicht genügend Familienbildungsangebote in ihrer Region gibt. Weitere 35,7 % äußern, dass dies zumindest teilweise der Fall ist. Dies zeigt, dass im Rahmen der Weiterentwicklung der Familienbildung im Landkreis Kelheim die regionale Verteilung der Angebote in den Blick genommen werden sollte. Wichtig ist dafür, dass zwischen den Regionen bei der Bewertung dieser Aussage eine große Varianz vorhanden ist. Dabei stechen die Ergebnisse für Region 10 (Mainburg) und Region 8 (um Siegenburg) deutlich hervor. In Region 10 bewerten 70,4 % der befragten Eltern das regionale Familienbildungsangebot als (eher) zu gering, in Region 8 sind dies 57,8 % - und damit jeweils deutlich mehr als im Landkreis insgesamt. Auch in Region 9 (Umkreis von Mainburg), Region 7 (Hausen, Langquaid, Herrngiersdorf) und Region 6 (Bad Abbach) gibt es überdurchschnittlich viele Personen, die das vorhandene Angebot als (eher) zu gering bewerten. Zudem gibt es deutliche regionale Unterschiede in der Kenntnis von Familienbildung. Auffällig ist, dass in Region 10 (Mainburg) die Kenntnis mit nur 51,2 % deutlich geringer ist als beispielsweise in Region 5 (Saal a. d. Donau, Rohr i. NB), Region 2 (Kelheim) und Region 3 (Neustadt a. d. Donau), in denen jeweils rund drei Viertel der Befragten angeben, schon von den Angeboten gehört zu haben. Auch in Region 9, Region 1 und Region 6 ist der Bekanntheitsgrad mit weniger als 65 % im regionalen Vergleich etwas niedriger. Weiterhin gibt auch die Auswertung der Anmerkungen am Ende des Fragebogens Hinweise darauf, dass die Familienbildungsangebote regional innerhalb des Landkreises aktuell nicht ausgewogen verteilt sind. Wiederum sind es hauptsächlich Befragte aus den südlichen Regionen (Mainburg und Umgebung), die darauf hinweisen, dass das regionale Angebot zu gering ist. Daneben wird auch in Bad Abbach angemerkt, dass es wenig Freizeitmöglichkeiten und Angebote für Familien gibt.

Bei einem Ausbau der Familienbildungsangebote sollten deshalb vorrangig die Regionen in den Blick genommen werden, in denen die Ergebnisse auf eine Unterversorgung hinweisen. Zusammengefasst sind dies die Region 10 (Mainburg), Region 9 (Aiglsbach, Elsendorf, Attenhofen, Volkenschwand), Region 8 (Siegenburg und umliegende Gemeinden) und Region 6 (Bad Abbach). Um zusätzliche Familienbildungsangebote niedrigschwellig zu gestalten, sollten diese in den Einrichtungen durchgeführt werden, die von den Eltern als geeignet betrachtet werden. Am häufigsten werden hier Schulen, Beratungsstellen für Kinder, Jugendliche und

Eltern, Vereine und Einrichtungen der Erwachsenenbildung genannt, aber auch sonstige öffentliche Träger, das Kreisjugendamt, Kindertageseinrichtungen und freie Träger der Jugendhilfe oder Wohlfahrtsverbände finden viele Personen geeignet. Gerade Kinderbetreuungseinrichtungen und Schulen haben den Vorteil, dass sie den Familien aus dem alltäglichen Leben bekannt sind und deshalb der Zugang zu den Angeboten niedrighschwellig erfolgen kann. In Region 10 und Region 9 wird zudem auch von relativ vielen Befragten die Stadtbücherei als Angebotsort genannt.

Wichtig ist in dem Zusammenhang einer Ausweitung des Familienbildungsangebots auch, dass knapp 30 % der Befragten angeben, dass sie nicht wissen, wohin sie sich im Landkreis Kelheim bei Fragen rund um Familie und Erziehung wenden können. Weitere knapp 30 % geben an, dass sie dies nur teilweise wissen. Noch niedriger sind diese Zustimmungswerte, wenn man sich Familien, die mit einer besonderen Belastungssituation konfrontiert sind, anschaut. Von diesen kennen 46,5 % (eher) keine Anlaufstelle für ihre besondere Belastungssituation im Landkreis Kelheim, weitere 28,6 % wählen die Möglichkeit „teils/teils“. Diese Ergebnisse zeigen, dass in der Schaffung von Familienstützpunkten ein hohes Potenzial für die Weiterentwicklung der Familienbildung besteht. Diese sind zentrale Anlaufstellen für Familien, die bei verschiedensten Anliegen niedrighschwellig kontaktiert und besucht werden können. Aufgrund der Tatsache, dass aktuell nicht in allen Regionen des Landkreises ein gleichwertiger Zugang zu Familienbildung besteht, sollten die oben bereits aufgelisteten Regionen bei Überlegungen zur Standortwahl dieser Familienstützpunkte besonderes Gewicht in den Überlegungen erhalten.

Bei der inhaltlichen Gestaltung der Stützpunkte könnte, wie weiter oben bereits dargestellt, eine Orientierung an den besonderen Herausforderungen der Familien vorgenommen werden. Schließlich bietet es sich an, parallel zur Errichtung der Stützpunkte ein Konzept zur Bekanntmachung dieser Stützpunkte zu entwickeln, das insbesondere auf die Bewerbung der Stützpunkte und deren Angebote in den sozialen Medien abgestimmt ist. Ebenso ist die Verankerung der Stützpunkte innerhalb des Familienportals zentral.



**Abbildung 60: Bereiche der Themenanpassung**

#### 7.2.4. Handlungsfeld 4: Einbezug weiterer Familiengruppen

Ähnlich wie in Familienbildungsstudien für andere Landkreise und Städte, zeigt sich auch für den Landkreis Kelheim, dass Familienbildungsangebote aktuell nicht bei allen Familiengruppen gleichermaßen bekannt sind und nicht von allen Gruppen gleichermaßen genutzt werden.

So ist der Bekanntheitsgrad von Familienbildung in der Gruppe der Alleinerziehenden und der Patchwork-Familien geringer als bei den verheirateten bzw. zusammenlebenden Elternpaaren. Auch kennen Familien, in denen nicht (nur) Deutsch gesprochen wird, Familienbildung seltener als die deutschsprachige Vergleichsgruppe.

Auch zeigt sich, dass die Kenntnis der Angebote mit zunehmendem Alter der im Haushalt lebenden Kinder abnimmt. Hierzu passen auch die Anmerkungen, dass es wenig Angebote für Familien mit Jugendlichen bzw. für Jugendliche im Landkreis gibt.

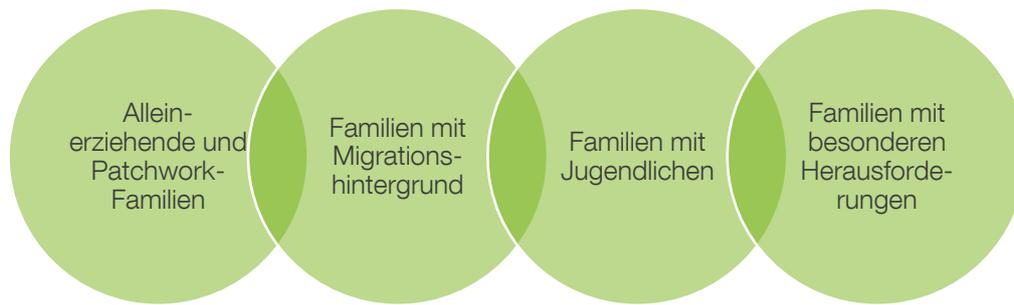
Im Hinblick auf die Nutzung der Angebote zeigt sich kein statistisch signifikanter Unterschied zwischen Alleinerziehenden und Patchwork-Familien auf der einen und Familien mit zusammenlebenden Elternpaaren auf der anderen Seite. Kennen Alleinerziehende und Patchwork-Familien die Angebote, nehmen sie mit der gleichen Wahrscheinlichkeit teil wie Familien mit zusammenlebenden Eltern. Dies unterstreicht einmal mehr die Wichtigkeit der Bekanntheitssteigerung (s. Handlungsfeld 1). Noch besser angesprochen werden könnte diese Gruppe durch eine Ausweitung des Angebots um Themen für Alleinerziehende und Getrennt-Erziehende.

Bei Familien mit Migrationshintergrund (angenähert über die im Familienalltag gesprochene Sprache) gestaltet sich die Situation anders: Diese kennen die Angebote weniger und haben auch eine geringere Nutzungshäufigkeit als die Vergleichsgruppe. Neben der Bekanntheitssteigerung, die in Handlungsfeld 1 bereits thematisiert wird, ist es hier zusätzlich eine Steigerung der Teilnahmebereitschaft notwendig. Dies kann durch Angebote geschehen, die sich speziell an Familien mit Migrationshintergrund richten, wie Angebote zur (interkulturellen) Begegnung und zum Austausch mit anderen Familien (inkl. entsprechender Eltern-Kind-Gruppen), Angebote zur Sprachbildung und -förderung und Angebote aus dem Themenfeld berufliche und arbeitsmarktbezogene Bildung. Auch kann es hier sinnvoll sein, Angebote in Fremdsprachen oder einfacher Sprache zu bewerben und auch durchzuführen. Hinsichtlich der Angebotsorte scheint es für diese Gruppe zudem besonders wichtig, dass die Angebote an Orten stattfinden, die sie aus dem alltäglichen Leben kennen. Dies können z. B. Einrichtungen des Gesundheitswesens (u. a. Arzt- und Hebammenpraxen) oder Schulen sein.

Hinsichtlich des Alters der in den Familien lebenden Kinder zeigen die Ergebnisse, dass die Nutzungshäufigkeit mit zunehmendem Alter der Kinder abnimmt. Da angemerkt wird, dass es wenig Angebote für Familien mit Jugendlichen gibt und diese Zielgruppe auch von eher wenigen Einrichtungen genannt wird, kann ein Ausbau an Themen, die für diese Altersgruppe interessant sind, sinnvoll sein. Überdurchschnittlich wünschen sich diese Familien Angebote aus dem Bereich der generationsübergreifenden Begegnung und Unterstützung, zum Umgang mit belastenden Lebensereignissen, zur Erholung und Entlastung vom Familienalltag und zu aktuellen Krisenereignissen.

Schließlich zeigen die Ergebnisse, dass Familien mit besonderen Herausforderungen nicht immer passende Angebote für ihre Familiensituation finden. Besonders deutlich wird dies bei Familien, in denen ein Kind mit geistiger oder Lernbehinderung lebt, sowie bei Familien mit einem Kind, das eine psychische Störung oder seelische Behinderung aufweist. Die Wichtigkeit von Angeboten in diesen Bereichen zeigen auch die offenen Anmerkungen. Aus diesem

Grund empfiehlt es sich, entsprechende Angebote bereitzustellen und eventuell auch geeignete Schwerpunkte in der thematischen Gestaltung der neuen Familienstützpunkte zu wählen.



**Abbildung 61: Bereiche für den Einbezug weiterer Familiengruppen**

### 7.3. Fazit

Aus den Ergebnissen der Anbieter- und der Elternbefragung geht hervor, dass sich das Familienbildungsangebot im Landkreis Kelheim zu einem großen Teil vielfältig gestaltet und in vielen Bereichen die Bedürfnisse der Eltern und die Angebote der Einrichtungen gut zusammenpassen. Erwähnenswert ist, dass die vorhandenen Angebote vielen Familien bekannt sind und auch von einem vergleichsweise hohen Anteil an Familien genutzt werden. Allerdings unterscheiden sich sowohl die Kenntnis als auch die Nutzung des vorhandenen Familienangebots deutlich zwischen verschiedenen Gruppen an Familien. Wichtige Merkmale dieser Gruppen sind dabei die Familiensituation, das Vorhandensein eines Migrationshintergrunds und auch das Alter der in den Familien lebenden Kinder. Zwischen diesen Gruppen unterscheiden sich Kenntnis und teilweise auch die Nutzung des vorhandenen Angebots. Zudem lassen sich für die einzelnen Gruppen spezifische Bedarfe, zum Beispiel im Hinblick auf Themen von Familienbildungsangeboten, beobachten. Auffällig ist auch, dass es bedeutsame regionale Unterschiede im Familienbildungsangebot innerhalb des Landkreises gibt. Ein wichtiges Ziel für die weitere Entwicklung von Familienbildung im Landkreis Kelheim sollte es deshalb sein, die Angebote zielgruppensensibel zu gestalten und in allen Regionen des Landkreises einen gleichwertigen Zugang zu den Angeboten zu schaffen.

## 8. Literaturverzeichnis

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023a): Altersstruktur der Bevölkerung Bayerns. Stand: 31. Dezember 2022 Basis: Zensus 2011. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Online verfügbar unter [https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische\\_berichte/a1300c\\_202200.pdf](https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische_berichte/a1300c_202200.pdf), zuletzt geprüft am 03.03.2025.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023b): Bevölkerung in den Gemeinden Bayerns nach Altersgruppen und Geschlecht. Stand: 31. Dezember 2022 Basis: Zensus 2011. Hg. v. Bayerisches Landesamt für Statistik. Fürth. Online verfügbar unter [https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische\\_berichte/a1310c\\_202200.pdf](https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/veroeffentlichungen/statistische_berichte/a1310c_202200.pdf), zuletzt geprüft am 03.03.2025.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2023c): Landkreis Kelheim 09 273. Eine Auswahl wichtiger statistischer Daten. Online verfügbar unter [https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik\\_kommunal/2022/09273.pdf](https://www.statistik.bayern.de/mam/produkte/statistik_kommunal/2022/09273.pdf), zuletzt geprüft am 27.02.2025.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2024): Regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung für Bayern bis 2042. Demographisches Profil für den Landkreis Kelheim. Online verfügbar unter [https://www.statistik.bayern.de/mam/statistik/gebiet\\_bevoelkerung/demographischer\\_wandel/demographische\\_profile/09273.pdf](https://www.statistik.bayern.de/mam/statistik/gebiet_bevoelkerung/demographischer_wandel/demographische_profile/09273.pdf), zuletzt geprüft am 27.02.2025.

Bundesagentur für Arbeit (2024): Arbeitslose und Arbeitslosenquoten. Zeitreihe. Dezember 2024. Hg. v. Bundesagentur für Arbeit. Online verfügbar unter [https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202412/iiia4/jobcenter-arbeitslose-quoten/arbeitslose-quoten-jc-0-202412-xlsx.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202412/iiia4/jobcenter-arbeitslose-quoten/arbeitslose-quoten-jc-0-202412-xlsx.xlsx?__blob=publicationFile&v=1), zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Bundesagentur für Arbeit (2025a): Monatsbericht zum Arbeits- und Ausbildungsmarkt. Berichte: Blickpunkt Arbeitsmarkt. Dezember und Jahr 2024. Hg. v. Bundesagentur für Arbeit. Nürnberg. Online verfügbar unter [https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202412/arbeitsmarktberichte/monatsbericht-monatsbericht/monatsbericht-d-0-202412-pdf.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202412/arbeitsmarktberichte/monatsbericht-monatsbericht/monatsbericht-d-0-202412-pdf.pdf?__blob=publicationFile&v=2), zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Bundesagentur für Arbeit (2025b): Regionalreport über Beschäftigte. Kelheim (09273). Quartalszahlen. Nürnberg. Online verfügbar unter [https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-reg-bst-reg/bst-reg-09273-0-202406-xlsx.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-reg-bst-reg/bst-reg-09273-0-202406-xlsx.xlsx?__blob=publicationFile&v=1), zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Bundesagentur für Arbeit (2025c): Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort. Hg. v. Bundesagentur für Arbeit. Online verfügbar unter [https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-sozbe-gemband/gemband-dlk-0-202406-xlsx.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-sozbe-gemband/gemband-dlk-0-202406-xlsx.xlsx?__blob=publicationFile&v=1), zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Bundesagentur für Arbeit (2025d): Beschäftigungsquoten (SvB, GB, aGB) (Jahreszahlen und Zeitreihen). Hg. v. Bundesagentur für Arbeit. Nürnberg. Online verfügbar unter [https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-sozbe-bq-heft/bq-heft-dlkaa-0-202406-xlsx.xlsx?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/202406/iiia6/beschaeftigung-sozbe-bq-heft/bq-heft-dlkaa-0-202406-xlsx.xlsx?__blob=publicationFile&v=1), zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Bundesministerium für Bildung, Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2025): Gender Care Gap - ein Indikator für die Gleichstellung. Online verfügbar unter <https://www.bmfsfj.de/bmfsfj/themen/gleichstellung/gender-care-gap/indikator-fuer-die-gleichstellung/gender-care-gap-ein-indikator-fuer-die-gleichstellung-137294>, zuletzt aktualisiert am 09.07.2025.

Hecht, Veronika; Günay, Serap; Juch, Jasmin (2024a): Familienbildung in der Stadt Ingolstadt. Ergebnisse der Befragung von Eltern und Anbietern im Jahr 2023. Online verfügbar unter [https://www.ku.de/fileadmin/190803/Publikationen/Projektbericht\\_Familienbildung\\_Ingolstadt\\_2023.pdf](https://www.ku.de/fileadmin/190803/Publikationen/Projektbericht_Familienbildung_Ingolstadt_2023.pdf), zuletzt geprüft am 09.07.2025.

Hecht, Veronika; Günay, Serap; Juch, Jasmin (2024b): Familienleben Stadt Ansbach. Ergebnisse der Eltern- und Anbieterbefragung 2023. Online verfügbar unter [https://www.ku.de/fileadmin/190803/Publikationen/Projektbericht\\_Familienbildung\\_Ansbach\\_2024.pdf](https://www.ku.de/fileadmin/190803/Publikationen/Projektbericht_Familienbildung_Ansbach_2024.pdf), zuletzt geprüft am 09.07.2025.

IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim (2025): Frauen in der Wirtschaft. Die wichtigsten Ergebnisse. Online verfügbar unter <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/6016754/dd85c5cf5649b80ec164b129d96d46a0/frauen-in-der-wirtschaft-data.pdf>, zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Landkreis Kelheim (2024): Jugendhilfeplanung im Landkreis Kelheim. Kindertagesbetreuung. Aktualisierung 2024. Hg. v. Landkreis Kelheim. Kelheim.

Landkreis Kelheim (Hg.) (2025a): Betreuungsdaten auf Gemeindeebene 2011-2024. Sonderauswertung Stala.

Landkreis Kelheim (Hg.) (2025b): Gemeinden, Geschichte, Einwohnerzahl | Landkreis Kelheim. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/landkreis/>, zuletzt aktualisiert am 03.03.2025, zuletzt geprüft am 03.03.2025.

Landkreis Kelheim (Hg.) (2025c): Standortanalyse | Landkreis Kelheim. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/wirtschaft-regionales/standort-netzwerk/standortanalyse/>, zuletzt aktualisiert am 03.03.2025, zuletzt geprüft am 03.03.2025.

Landkreis Kelheim (Hg.) (2025d): Tourismusverband | Landkreis Kelheim. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/tourismus-kultur/tourismusverband/>, zuletzt aktualisiert am 03.03.2025, zuletzt geprüft am 03.03.2025.

Landkreis Kelheim (2025e): Schulen im Landkreis | Landkreis Kelheim. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/leben-arbeiten/bildung-und-karriere/schulen-im-landkreis/>, zuletzt aktualisiert am 05.03.2025, zuletzt geprüft am 05.03.2025.

Landratsamt Kelheim (2022): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Kelheim. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB). Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/media/11064/geschaeftsbericht-2022.pdf>, zuletzt geprüft am 27.02.2025.

Landratsamt Kelheim (2023): Geschäftsbericht für das Jugendamt des Landkreises Kelheim. Jugendhilfeberichterstattung in Bayern (JuBB). Hg. v. Landratsamt Kelheim, Zentrum Bayern Familie und Soziales - Bayerisches Landesjugendamt und GEBIT Münster. Kelheim.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2022a): Durchschnittsalter der Bevölkerung - Stichtag 31.12. - regionale Ebenen. Hg. v. Statistische Ämter des Bundes und der Länder. Online verfügbar unter <https://www.regionalstatistik.de/genesis/online?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=0&levelid=1744616934702&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&code=12411-07-01-5-B&auswahltext=&nummer=6&variable=6&name=DLAND&werteabruf=Werteabruf#abreadcrumb>, zuletzt aktualisiert am 14.04.2025, zuletzt geprüft am 14.04.2025.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2022b): Internationale Bildungsindikatoren im Ländervergleich. Ausgabe 2022 – Tabellenband. Online verfügbar unter <https://www.statistikportal.de/de/veroeffentlichungen/internationale-bildungsindikatoren-im-laendervergleich-ausgabe-2022>, zuletzt geprüft am 09.07.2025.

Statistisches Bundesamt (2024): Bevölkerung nach dem Gebietsstand. Online verfügbar unter <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/Tabellen/bevoelkerungsstand-gebietsstand-werte.html>, zuletzt aktualisiert am 14.06.2024, zuletzt geprüft am 14.04.2025.

Steuerungsgruppe für den Integrationsplan des Landkreises Kelheim (2018): Integrationsplan für den Landkreis Kelheim 2018. Gemeinsam Gesellschaft gestalten. Hg. v. Landkreis Kelheim. Kelheim. Online verfügbar unter <https://www.landkreis-kelheim.de/media/4705/integrationsplan-2018.pdf>, zuletzt geprüft am 04.03.2025.

Textor, Martin (2001): Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. Familienbildung als Aufgabe der Jugendhilfe. Sächsisches Landesjugendamt. Chemnitz, 16.02.2001. Online verfügbar unter [http://www.ipzf.de/Familienbildung\\_Jugendhilfe.pdf](http://www.ipzf.de/Familienbildung_Jugendhilfe.pdf), zuletzt geprüft am 24.02.2022.

## 9. Beteiligte Personen

Projektteam des Landkreises Kelheim

- Frau Fiona Christoph (Koordination Familienbildung, Amt für Familie und Jugend)
- Frau Kathrin Reichl (Koordination Familienbildung, Amt für Familie und Jugend)

Projektteam des Zentralinstituts für Ehe und Familie in der Gesellschaft

- Prof. Dr. Klaus Stüwe (Direktor des Instituts)
- Dr. Veronika Hecht (Projektleitung, Wiss. Mitarbeiterin)
- Helena Czech (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Dr. Jasmin Juch (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Alexandra Hoff-Ressel, Dipl.-Päd. (Projektmitarbeiterin, Wiss. Mitarbeiterin)
- Eva Vierring (Projektmitarbeiterin, Teamassistenz)

### Impressum

©2025

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  
E-Mail: zfg@ku.de

Redaktion, Inhalt: Dr. Veronika Hecht, Helena Czech, ZFG  
Layout: Alexandra Hoff-Ressel, Dr. Veronika Hecht, Helena Czech, ZFG  
Bildnachweis Titelseite: Landkreis Kelheim  
Projektverantwortung: Dr. Veronika Hecht  
E-Mail: veronika.hecht@ku.de  
Tel.: + 49 8421 93-21614